

BELGIEN

Inhalt

46 MARKETING

BMO
GfK

47 FLEISCH UND WURST

Belplume
Danis Pork Masters
Debra-Group
Imperial
Lonki
Paasfood
Van Assche

49 OBST UND GEMÜSE

Agrotopia
Belgische Fruitveiling
Inagro

CHICORÉE-ANBAU

Getränk der besonderen Art

Beim Anbau von Chicorée, der im Nachbarland auch als „belgisches Nationalgemüse“ bezeichnet wird, fallen erhebliche Mengen Abfälle an. Dabei handelt es sich unter anderem um Blätter, die nach der Reinigung des Chicorée-Kopfes übrig bleiben und unverkäufliche Chicorée-Köpfe. „Allein in Flandern beläuft sich die Reststoff-Menge auf 8 800 t im Jahr“, sagt Bart Van Droogenbroeck, Wissenschaftler am Institut für Agrar-, Fischerei- und Lebensmittelersorgung (ILVO). Er ist eine treibende Kraft bei der Suche nach nachhaltigen Lösungen für die Restströme im Chicorée-Anbau. Im Rahmen eines ILVO-Projektes in Kooperation mit dem Spirituosen-Hersteller The Brewing Community kommen Chicorée-Abfälle von Erzeugern rund um Brüssel bei der Herstellung von Gin zum Einsatz. In der Vergangenheit hat das Institut zudem gemeinsam mit einem Landwirt und einem Krokett-Hersteller spezielle Chicorée-Krokettchen aus Reststoffen entwickelt. *dh/lz 40-21*



Kleine Köpfe: Beim Chicorée-Anbau fällt viel Abfall an.

HÜLSENFÜCHTE

Kidneybohnen aus dem Königreich

Auf einer Fläche von rund 50 Hektar baut ein Dutzend belgischer Landwirte in Kooperation mit dem Importunternehmen Casibeans Kidneybohnen an. „Der Anbau von Kidneybohnen ermöglicht es den Landwirten eine neue Kultur in ihre Fruchtfolge aufzunehmen. Sie können eine Alternative zu Zuckerrüben und Kartoffeln sein“, meint Bram van Looveren, kaufmännischer Leiter von Casibeans. Die erwirtschafteten Erträge sind bislang allerdings noch nicht zufriedenstellend. Um diese zu steigern, arbeitet man mit Wissenschaftlern der Universität Gent zusammen. Forscher am Institut für Agrar-, Fischerei- und Lebensmittelersorgung (ILVO) loten derzeit in verschiedenen Anbauversuchen aus, welche Perspektiven andere Eiweißpflanzen wie Sojabohnen und Kichererbsen den landwirtschaftlichen Erzeugern bieten können. *dh/lz 40-21*



Modern: Belgien hat nicht nur touristisch einiges zu bieten. Auch die Ernährungsbranche ist gut aufgestellt.

Mit Mehrwert weiter wachsen

Die belgische Ernährungswirtschaft kann auch mit Produkten der besonderen Art punkten

von **Dieter Heimig**

In normalen Zeiten besuchen Millionen Touristen jährlich die belgische Hauptstadt Brüssel. Das Manneken Pis, der königliche Palast und natürlich das Atomium sind nicht nur bei asiatischen Besuchern beliebte Sehenswürdigkeiten. Stichwort Asien. Belgien hat seit November 2020 offiziell wieder den Status ASP-frei. Trotzdem gestalten sich die Geschäfte der belgischen Schweinefleischvermarkter mit asiatischen Handelspartnern bis heute schwierig. In der Europäischen Union und auf dem heimischen Markt läuft es für die Branche aber rund.

Unternehmen wie etwa Danis Pork Masters haben ihren Landsleuten in Sachen Schweinefleisch auch Produkte mit Mehrwert zu bieten. Seit einigen Jahren ist das Unternehmen mit einem Markenfleischprogramm namens „The Duke of Berkshire“ erfolgreich. Berkshire ist eine der ältesten englischen Schweinerassen. Die Erzeuger legen bei der Auf-

zucht der Tiere viel Wert auf Tierwohl. Die Schweine haben mehr Fläche zur Verfügung und werden überwiegend auf Stroh gehalten. Außerdem kommen nur ausgesuchte Futterkomponenten zum Einsatz. Verschiedene Frischfleischprodukte aus dem Programm werden in erster Linie an Restaurants geliefert und sind in Fleischerfachgeschäften erhältlich. Speziell für Fleischerfachgeschäfte hat das Unternehmen vor einigen Jahren zudem die Marke „Slagers Varken“, übersetzt Metzgerschwein, aus der Taufe gehoben. Unter diesem Label werden diverse Schweinefleischartikel vermarktet, die qualitativ einiges mehr zu bieten haben sollen als Standardware. „Mit „Slagers Varken“ wollen wir den Metzgereien auch ein Instrument zur Profilierung und Differenzierung an die Hand geben“, betont Geschäftsführer Luc De Lille.

Wettbewerber Debra-Group ist derzeit mit dem Premiumfleisch-Programm „Duroc D'Olive“ gut unterwegs. Diese Schweine werden mit einem speziellen Futter gemästet, das

mit Olivenöl angereichert ist. Forschungen der Universität Gent haben ergeben, dass dies die Menge an ungesättigten Fettsäuren im Fleisch erhöht. Das Schweinefleisch ist ebenfalls vornehmlich in belgischen Fleischerfachgeschäften erhältlich und kommt in der gehobenen Gastronomie des Königreichs auf die Teller.

Auch die belgischen Obst- und Gemüseerzeuger entwickeln immer wieder neue Produkte mit Zusatznutzen wie zum Beispiel eine Züchtung namens Broccolinis. Dabei handelt es sich um kleine Brokkoli-Röschen mit essbarem Stiel. Die Belgische Fruitveiling, größter Obstvermarkter des Landes, verspricht sich viel von der neuen Apfelsorte Morgana. „Deshalb wollen wir in den kommenden Jahren gemeinsam mit den Erzeugern die Anbauflächen für die Sorte und damit das Volumen steigern“, so Verkaufsdirektor Marc Evrard. *lz 40-21*

Die belgische Lebensmittelindustrie hat im vergangenen Jahr einen Umsatz von mehr als 54 Mrd. Euro erwirtschaftet

Belgien exportiert mehr Schweinefleisch

Die Rindfleisch-Ausfuhren sinken dagegen um mehr als sieben Prozent

Deutschland ist nach Angaben des Belgian Meat Office der wichtigste Abnehmer von belgischem Schweinefleisch, gefolgt von Polen und den Niederlanden.

Die belgischen Schweinehalter haben ihre Tierbestände im vergangenen Jahr um 2,2 Prozent auf 6,2 Mio. Schweine aufgestockt. Das ist der höchste Wert seit fünf Jahren. Laut dem Belgian Meat Office (BMO) mit Sitz in Brüssel wurden im Königreich 2020 mehr als elf Millionen Schweine geschlachtet – gegenüber dem Vorjahr ein Plus von vier Prozent. Wegen der höheren Schlachtgewichte ist die Schweinefleischerzeugung dort um 5,8 Prozent auf 1,1 Mio. t gestiegen.

Aufgrund des hohen Selbstversorgungsgrades von 220 Prozent ist der belgische Schweinesektor stark exportorientiert. Im ersten Jahr der Corona-Pandemie hat die Branche 792 276 t Schweinefleisch ausgeführt. Das ist eine Steigerung von 2,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 90 Prozent der Ware bzw. 714 739 t werden im innergemeinschaftlichen Handel abgesetzt. „Das Ranking der wichtigsten EU-Destinationen wird traditionsgemäß von Deutschland angeführt, das sein Einfuhrvolumen aller-

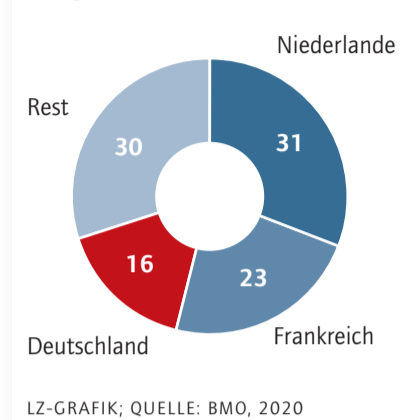


Mehr als 11 Mio. Schweine haben die belgischen Betriebe im vergangenen Jahr geschlachtet

dings um 8,5 Prozent auf 208 096 t zurückschraubte. Während sich die Exportmengen nach Polen mit 195 313 t in etwa auf dem Vorjahresniveau stabilisierten, verbuchten die Ausfuhren in die Niederlande ein Plus von knapp neun Prozent auf 101 379 t“, so ein Sprecher des Belgian Meat Office. Am 20. November 2020 hat die Europäische Kommission Belgien

Rindfleischexport

Mengenanteil in Prozent



LZ-GRAFIK; QUELLE: BMO, 2020

Gefragte Ware: Belgien hat im vergangenen Jahr knapp 800 000 t Schweinefleisch exportiert.

Rückgang von 6,6 Prozent gegenüber 2019. Infolgedessen reduzierte sich die erzeugte Rindfleischmenge um 3,5 Prozent auf 255 000 t. Die belgischen Vermarkter haben 2020 weltweit 158 767 t Rindfleisch abgesetzt. Das ist im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 7,6 Prozent. Knapp 90 Prozent der belgischen Rindfleischausfuhren gingen in die Europäische Union. Hauptabnehmer Niederlande orderte mit 49 243 t deutlich weniger Ware als 2019. Auch Frankreich und Deutschland haben 2020 weniger Rindfleisch aus Belgien importiert. In Drittländern erfreut sich Rindfleisch aus dem Königreich dagegen einer steigenden Beliebtheit. Hier verzeichnet das BMO ein Exportplus von 16,8 Prozent auf 17 914 t. Wichtigste Kunden sind die Elfenbeinküste, Ghana und Großbritannien.

Die belgischen Verbraucher haben nach Erhebungen von GfK Belgien im vergangenen Jahr deutlich mehr Frischfleisch verzehrt. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Schweinefleisch stieg um elf Prozent und der von Rindfleisch um rund zehn Prozent. Besonders gefragt waren einerseits Bratwurst und Minutensteaks und andererseits Gulasch sowie Hamburger Patties. Übrigens sind im Nachbarland auch Fleischersatzprodukte zunehmend gefragt. *dh/lz 40-21*

Debra-Group liefert vor allem nach Deutschland

Schweinefleisch-Ausfuhren machen 80 Prozent des Geschäftes aus – Hälften sind hierzulande besonders gefragt

Das Schlachtunternehmen Debra-Group ist auf Wachstumskurs. In diesem Jahr möchte die Gruppe erstmals 1,7 Mio. Schweine schlachten.

Die in der belgischen Ortschaft Tielt westlich von Gent ansässige Debra-Group zählt zu den größten Schweineschlachtunternehmen Belgiens. Im vergangenen Jahr hat die Gruppe laut Geschäftsführer Thomas De Roover De Brauwer mit knapp 1,5 Mio. Tiere so viel Schweine geschlachtet wie noch nie. „In diesem Jahr wollen wir die Zahl nochmals übertreffen und visieren 1,7 Mio. Tiere an“, so De Roover De Brauwer.

60 bis 70 Prozent der bei Debra geschlachteten Schweine entsprechen dem neuen belgischen Qualitätsstandard „BePork“. Dieses Qualitätssicherungssystem vereint die Standards des früheren Certus-Prüfsiegelprogramms für Schweinefleisch und die des CodiplanPlus-Systems. In diesem Frühjahr

wurde die QS-Fähigkeit von BePork vertraglich zwischen der deutschen QS Qualität und Sicherheit GmbH in Bonn und Belpork vzw in Brüssel besiegelt. „Von den verbleibenden Mengen entsprechen zirka 90 Prozent den BePork-Kriterien, ohne jedoch das Label zu tragen“, ergänzt der Geschäftsführer.

Das Exportgeschäft ist die tragende Säule des Fleischvermarkters. Rund 80 Prozent der Ware wird an ausländische Kunden geliefert. Deutschland belegt im Export-Ranking den ersten Platz gefolgt von Polen. „Meistens arbeiten wir direkt mit mittleren bis großen Zerlegebetrieben zusammen, die in Deutschland jede Art von Kundschaft beliefern. Die deutschen Handelspartner ordern hauptsächlich Schweinehälften“, berichtet De Roover De Brauwer. Punkten könne man bei den Kunden vor allem mit einem hohen Maß an Flexibilität was den Gewichtsbereich, den Magerfleischanteil und das Just-in-Time-Prinzip angeht.



Am Haken: Die deutschen Kunden ordern bei der Debra-Group hauptsächlich Schweinehälften.

Das Familienunternehmen, das im vergangenen Jahr mit 250 Mitarbeitern einen Umsatz von 130 Mio. Euro erwirtschaftet hat, war vor dem Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest in Belgien auch im Fernen Osten gut unterwegs. In den wichtigsten Ausfuhrländern China, Japan, Südkorea und den Philippinen liegen die Geschäfte seitdem aber brach.

„Glücklicherweise konnten wir unsere europäischen Absatzmärkte durch den freien Warenverkehr weiter bedienen. Für Schweine, die wir normalerweise für den Verkauf in den asiatischen Märkten zerlegen, haben wir in Europa Alternativen gesucht und gefunden“, so der Geschäftsführer.

Übrigens investiert die Debra-Group dieses Jahr rund drei Milli-

onen Euro unter anderem in zusätzliche Kühlkapazitäten und ein neues Lager.

Das Schlachtunternehmen setzt nicht nur auf Wachstum im Mengengeschäft, es engagiert sich auch in der Nische. Der Vermarkter ist zum Beispiel Partner des belgischen Premiumfleisch-Programms „Duroc D'Olive“. *dh/lz 40-21*

Lonki punktet mit Tierwohl

Seit 2010 werden Kaninchen in tierfreundlicher Bodenhaltung gemästet

Das Familienunternehmen Lonki NV ist seit kurzem für die Haltungform 2 der Initiative Tierwohl zugelassen.

Die Lonki NV mit Sitz in der flämischen Ortschaft Temse westlich von Antwerpen ist der führende Kaninchenfleisch-Vermarkter in Belgien. Das Familienunternehmen hat im vergangenen Jahr mit 65 Mitarbeitern einen Umsatz von 20 Mio. Euro erwirtschaftet. „60 Prozent der Ware setzen wir auf dem heimischen Markt ab, wobei das Gros an den Lebensmittel-einzelhandel geliefert wird. Der verbleibende Anteil ist für den Export bestimmt“, so Geschäftsführer Frank De Boeck. Die wichtigsten Auslands-

märkte seien Deutschland, Großbritannien, die Niederlande und Luxemburg.

Das Sortiment des Unternehmens umfasst einschließlich des Private-Label-Geschäfts rund 700 Artikel. Neben frischen ganzen Kaninchen offeriert Lonki eine Vielzahl an frischen Teilstücken, darunter Keulen, Rücken, Filets und Koteletts. Darüber hinaus hat man verschiedene Spezialitäten wie etwa marinierte Produkte und gefüllte Kaninchenteile im Sortiment.

Auch Convenience ist ein Thema. Diverse gegarte Kaninchenteile, die in der Pfanne, Mikrowelle oder auf dem Grill schnell zubereitet werden können, runden das Portfolio ab.

Auf dem deutschen Markt punktet Lonki bei den Einzelhandelsun-

ternehmen vor allem mit dem Thema Tierwohl. Bereits im Jahr 2010 ist Lonki mit der tierfreundlicheren Bodenhaltung gestartet und gehört damit zu den Vorreitern in Europa. In den darauffolgenden Jahren haben die knapp 40 Erzeugerbetriebe, die im Auftrag des Unternehmens Tiere mästen, sukzessive auf dieses Haltungssystem umgestellt. Die Kaninchen werden in Bodenhaltung mit einem größeren Platzangebot aufgezogen. Außerdem gibt es in den Ställen Schlupfröhren und Nagematerial.

Vor kurzem hat Lonki einen weiteren wichtigen Schritt in Sachen Tierwohl getan. Das Unternehmen ist für die Haltungform 2 der Initiative Tierwohl zugelassen. *dh/lz 40-21*

BESUCHEN SIE DIE BELGISCHEN EXPORTEURE VON GEFLÜGEL- UND KANINCHENFLEISCH AUF DER



Köln, 09.- 13. Oktober 2021
**HALLE 9.1 - C-041G/D-040G
& C-039G/D-038G**



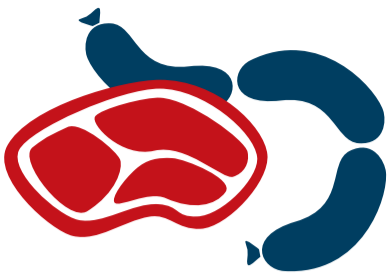
Calibra | Cooreman | Nollens
Klaasen & Co | Van-O-Bel |
Paas Food Industries



Lonki | Van Assche

WWW.FRESHFROMBELGIUM.COM

VLAM.be



FLEISCH & WURST

Die GfK Belgien hat im Auftrag von Flanderns Agrar-Marketing-Büro VLAM wieder den Fleischkonsum der belgischen Verbraucher unter die Lupe genommen. Im ersten Corona-Jahr stieg die private Nachfrage nach Fleisch im Nachbarland um zwölf Prozent. Bei gemischtem Fleisch wie zum Beispiel verschiedenen Hackfleischprodukten verzeichneten die Marktforscher mit einem Plus von zwölf Prozent die stärkste Zunahme. Die belgischen Konsumenten haben auch deutlich tiefer ins Portemonnaie greifen müssen. Frischfleisch hat sich dort im Durchschnitt um fünf Prozent auf 10,38 Euro pro Kilogramm verteuert.

Nur für die Bedientheken

Die Produkte von Imperial Meat Products werden in Deutschland exklusiv von R&S vertrieben

Mit einer Reihe von Innovationen will das zur Campofrio Food Group gehörende Unternehmen für weiteres Wachstum sorgen.

Das 1953 von Jozef de Spiegeleire gegründete Unternehmen Imperial Meat Products mit Sitz in Lievegem nordwestlich von Gent stellt in fünf belgischen Produktionsstätten unter anderem traditionelle Fleisch- und Wurstwaren her. „Bekannt sind vor allem die Ardenner Spezialitäten, unsere Salami aus 100 Prozent Hähnchenfleisch und unsere große Auswahl an gekochten Hähnchen-Produkten“, so Evy Snauwaert, Produkt & Marketing Manager Export bei Imperial Meat Products. Als Teil der spanischen Campofrio Food Group erzielte man einen Jahresumsatz von rund 200 Millionen Euro.

Das umfangreiche Sortiment ist in Deutschland ausschließlich an den Bedientheken des Lebensmitteleinzelhandels erhältlich. Der Vertrieb läuft deutschlandweit exklusiv über die R&S Vertriebs GmbH in Essen. „Unser Produktportfolio umfasst Kochschinken, Rohschinken sowie Salami, Pasteten und eine Geflügel-Ränge mit gekochten Hähnchen-Produkten. Für Belgien und andere europäische Länder produzieren wir auch vegane und Pflanzen-basierte Produkte“, berichtet Snauwaert.

Neue Produkte sollen das Geschäft weiter voranbringen. Vor einigen Monaten hat Imperial Meat Products un-



FOTO: WESTVELES

ter anderem den Leielander Knochen-schinken auf den deutschen Markt gebracht. „Dieser hochwertige Schinken wird in der Region Gent am Fluss Leie hergestellt. Er wird zunächst mit Knochen gekocht und anschließend über Buchenholz geräuchert“, erklärt Snauwaert.

Kürzlich hat man im Rahmen der R&S Hausmessen zudem den neuen Artikel „Jambon à la broche“, also den Schinken am Spieß vorgestellt. Der Kochschinken ist mit einer Gewürzmischung mariniert und nach traditioneller Methode mit dünner Schwarte am Spieß im Heißluft-Ofen

Edle Stücke: Das Unternehmen ist hierzulande unter anderem mit Schinkenspezialitäten erfolgreich.

200

Mio. Euro hat Imperial Meat Products im vergangenen Jahr umgesetzt

gebacken. „Übrigens schmeckt der Schinken in dickeren Scheiben geschnitten vom Grill hervorragend“, meint die Managerin. Imperial Meat Products arbeitet darüber hinaus an dem Konzept „Chicken around the world“. Unter dem Label offeriert das Unternehmen verschiedene Hähnchen-Produkten mit internationalem Touch. Das Sortiment umfasst aktuell die Sorten „Indian Madras Curry“, „Festivo Tex Mex“ und „Australian Smokey BBQ“. „Für nächstes Jahr planen wir eine französische und italienische Variante“, kündigt Evy Snauwaert an. *dh/lz 40-21*

„Der Antibiotika-Einsatz wird weiter reduziert“

Herr Van Bosch, welche Aufgaben übernimmt die Organisation Belplume?

Die Organisation ist in Belgien für die Qualitätssysteme Belplume und GSP verantwortlich. Das im Jahr 2002 vom belgischen Masthähnchen-Sektor ins Leben gerufene Belplume-System umfasst die Qualitätssicherung in den Bereichen Masthähnchen- und Legehennenhaltung, Vermehrungsbetriebe für Masthähnchen und Legehennen, Brütereien sowie Transportunternehmen und Schlachtbetriebe. Das GSP-System ist für die Ein-

haltung von Qualitätskriterien in Dienstleistungsunternehmen verantwortlich, die in den Belplume-Geflügelbetrieben professionelle Tätigkeiten ausführen, wie zum Beispiel Fang, Verladung, Impfung, Reinigung, Desinfektion, Schädlingsbekämpfung und Schnabelbehandlung. Derzeit sind 90 Prozent der belgischen Hähnchenerzeuger dem Belplume-Qualitätssystem angeschlossen. Bei den Legehennenhaltern sind es etwa 30 Prozent. Darüber hinaus gibt es auch französische Belplume-Teilnehmer.



FOTO: BELPLUME

Johan Van Bosch, Vorsitzender von Belplume.

Worauf wird beim Belplume-System denn besonders Wert gelegt?

Die Rückverfolgbarkeit ist ein sehr wichtiges Belplume-Kriterium. Jedes Glied in der Kette muss von Belplume oder dem niederländischen Qualitätssystem IKB anerkannt sein. So wird die Qualität vom Anfang bis zum Ende der Wertschöpfungskette gewährleistet.

Was hat Ihre Organisation in diesem Jahr auf den Weg gebracht?

Die Neufassung des Lastenheftes für Masthähnchenbetriebe wurde dieses Jahr verabschiedet. Der Fokus liegt unter anderem auf dem nach-

haltigen Einsatz von Antibiotika und auf verschiedenen Hygienemaßnahmen zur Aufrechterhaltung eines guten Gesundheitszustands der Masthähnchen. 2021 haben wir auch die Überarbeitung des Lastenheftes für Legehennen in Angriff genommen. Die neue Version wird demnächst zur Verfügung stehen.

Stichwort Antibiotika. Was tun Sie alles auf diesem Gebiet?

Wir haben in diesem Jahr die Reduzierung des Antibiotikaeinsatzes weiter vorangetrie-

ben. Die Geflügelhalter erhalten alle sechs Monate einen individuellen Antibiotika-Bericht für ihren Betrieb. Auf Grundlage der vorliegenden Ergebnisse werden gegebenenfalls bestimmte Maßnahmen angeordnet. Belplume hat zusammen mit der Regierung und allen beteiligten Partnern den zweiten Antibiotika-Pakt für den Zeitraum 2021 bis 2024 unterzeichnet. Mit dieser Vereinbarung wird eine weitere Verringerung des Antibiotika-Einsatzes in der belgischen Nutztierhaltung angepeilt. *dh/lz 40-21*

FLANDRIA: THE FRESH FAMILY.



Finanziert mit Fördermitteln der Europäischen Union

VLAM.be Flanderns Agrar-Marketing-Büro
Koning Albert II-laan 35 bus 50, B-1030 BRUSSEL
Tel.: + 32 2 552 80 60 • vlam.bel.agrar@t-online.de



RESPONSIBLY FRESH
FLANDRIA
www.flandria.be

Danis Pork Masters kritisiert ITW

Zahlreiche belgische Landwirte könnten die Standards der Initiative Tierwohl erfüllen

Danis Pork Masters profitiert von der starken Nachfrage nach Schweinefleisch. Das Unternehmen verzeichnet ein zweistelliges Umsatzplus.

Die belgischen Verbraucher haben in der Corona-Pandemie deutlich mehr Schweinefleisch verzehrt und davon profitiert auch das in der Ortschaft Koolskamp westlich von Gent ansässige Unternehmen Danis Pork Masters. „Der Lebensmitteleinzelhandel und die Fleischerfachgeschäfte machen mit Schweinefleisch gute Geschäfte, was sich auch in unserem Umsatz widerspiegelt. Wir haben ein zweistelliges Wachstum erzielen können“, so Geschäftsführer Luc De Lille. Danis Pork Masters bündelt sämtliche Fleischvermarktungs-Aktivitäten der Muttergesellschaft Danis-Gruppe. Dazu gehören der Spezialist für Schweinehälften Groep De Brauwer NV, der Export-Schlachtbetrieb De Coster NV und der Zerlegebetrieb Vannieuwenhuys NV. Danis Pork Masters beschäftigt rund 240 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von rund 280 Millionen Euro.

Das Exportgeschäft ist das wichtigste Standbein des Unternehmens. Wegen des Ausbruchs der Afrikanischen Schweinepest im Jahr 2018 gestalten sich die Geschäfte in Drittländern-Märkten bis heute schwierig. „Belgien verfügt seit November 2020 offiziell wieder über den Status ASP-frei. Trotzdem ist die Öffnung von Drittländern-Märkten ein schwieriger und langsamer Prozess. Wir bleiben aber optimistisch gestimmt, dass sich das Blatt bald wieder zum Guten wendet“, so De Lille.

In der Europäischen Union ist Danis Pork Masters dagegen nach wie vor erfolgreich unterwegs. Deutschland gehört zu den wichtigsten Ausfuhrmärkten des Fleischvermarkters und das sowohl für Schweinehälften als auch für zerlegte Ware. „Wir haben dort Kunden in fast allen Segmenten, unter anderem Zerlegebetriebe, Zulieferer für die Gastronomie und Fleischwarenhersteller. Auf Deutschland entfällt etwa 35 Prozent



Edel: Danis Pork Masters hat in Belgien das Markenfleischprogramm „The Duke of Berkshire“ etabliert.

35

Prozent des Exportvolumens entfällt auf Deutschland. Gefragt sind vor allem Schweinehälften und Teilstücke

unseres Exportvolumens, wobei Schweinehälften stagnieren und Teilstücke an Bedeutung gewinnen“, erklärt der Geschäftsführer.

In einer Angelegenheit blickt Luc De Lille allerdings unzufrieden nach Deutschland. „Ich finde es sehr bedauerlich, dass wir als ausländisches Unternehmen bei der Initiative Tierwohl außen vor bleiben müssen“, betont der Belgier. Innerhalb kürzester Zeit habe man den niederländischen „Beter Leven“-Standard bei zahlreichen Schweinemastbetrieben von Danis Pork Masters erzielt. Deshalb ist De Lille davon überzeugt, auch kurzfristig den ITW-Standards entsprechen zu können. „Der Ausschluss ausländischer Unternehmen hat einen protektionistischen Beigeschmack, was sehr schade ist, denn eigentlich sollte das Tierwohl an erster Stelle stehen - ungeachtet der Herkunft“, meint De Lille. dh/lz 40-21

Mehr als nur Geflügel

Paas Food Industries präsentiert neue Veggie-Produkte

Die Verantwortlichen von Paas Food Industries sehen erhebliches Wachstumspotenzial im deutschen Markt.

Der Geflügelfleischvermarkter Paas Food Industries in Maasmechelen nordwestlich von Aachen ist weiterhin auf Wachstumskurs. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen laut Geschäftsführer Stefan Paas den Umsatz deutlich auf rund 40 Mio. Euro steigern können. Auch dieses Jahr erwartet er wieder eine Erlösteigerung. Paas Food Industries beschäftigt 240 Mitarbeiter und verarbeitet täglich etwa 50 Tonnen Geflügelfleisch – 90 Prozent sind Hähnchenfleisch und 10 Prozent Putenfleisch.

Bei der Vermarktung von Frischware ist der Hersteller breit aufgestellt. Das Sortiment umfasst unter anderem eine Reihe von Hähnchenteilstücken, darunter Hähnchenbrustfilets in unterschiedlichen Kalibrierungen. Außerdem im Portfolio: eine Hackfleisch-Range mit Artikeln wie etwa Geflügel-Hamburger und -Bratwürste. Paniertes Geflügelfleisch, Convenience-Produkte und vorgegarte Artikel runden das Sortiment ab. In der warmen Jahreszeit setzt der Her-

steller verstärkt auf ein Barbecue-Sortiment mit einer Vielzahl an marinierten und gewürzten Artikeln sowie verschiedenen Geflügelfleisch-Spießen auch mit diverser Gemüsebestückung.

Den Export-Anteil beziffert Stefan Paas auf rund 20 Prozent. Paas Food Industries liefert Ware an Kunden in Frankreich, den Niederlanden und Luxemburg. „Der Vertrieb in Deutschland ist derzeit noch überschaubar. Dort sehen wir aber erhebliches Potenzial für weiteres Wachstum. Unser Produktionsstandort in Maasmechelen ist schließlich nur etwa 30 Kilometer von Nordrhein-Westfalen entfernt“, so Paas. Aktuell verhandelt der Geflügelfleischvermarkter mit einem deutschen Unternehmen über den Aufbau einer umfangreichen Kooperation. Stichwort NRW. Im Rahmen der diesjährigen Anuga wird Paas Food Industries in Köln erstmals vegetarische Produkte vorstellen.

Nachhaltigkeit ist für die Verantwortlichen schon länger ein Thema. Der Geflügelfleischvermarkter treibt seit Jahren eine eigene Windkraftanlage und nutzt Solarenergie. Aktuell investiert man darüber hinaus in eine Wasseraufbereitungs-Anlage. dh/lz 40-21



Stück für Stück: Der Vermarkter offeriert auch Hähnchenteile in unterschiedlichen Kalibrierungen.

Neues Tierwohl-Modul kurz vor dem Start

HINTERGRUND

Der belgische Standardgeber Belpork des Prüfsiegel-Systems BePork hat für den Schweinesektor im Königreich ein neues Tierwohl-Modul ausgearbeitet. BePork steht für hochwertiges belgisches Schweinefleisch. Die über die Gesetzgebung hinausgehenden Standards rücken Tiergesundheit, Tierwohl, Nachhaltigkeit, Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit in den Fokus.

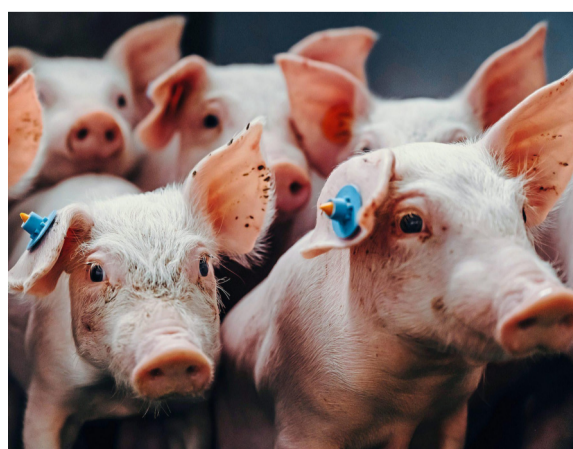
Das System wurde für Tierhalter, Transportunternehmen sowie Schlacht- und Zerlegebetriebe konzipiert. Das neue Modul für die Primär- und Schlachthofstufe baut auf den generischen BePork-Standards auf und impliziert weitreichende Normen zur Verbesserung des Tierwohls, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen.

Dieser stufenübergreifende Ansatz ist im interna-

tionalen Vergleich nicht alltäglich, da sich viele andere Tierwohlssysteme hauptsächlich auf die Tierhalterstufe beschränken. Belpork hat im Vorfeld die Tierhalter-Kriterien internationaler Programme unter die Lupe genommen und kommt zu dem Fazit, dass das neue belgische Tierwohlmodul anderen Systemen in nichts nach-

steht. Dank des lückenlosen, stufenübergreifenden Rückverfolgbarkeitssystems von BePork kann der Kunde am Point of Sale in Erfahrung bringen, welche Tierwohlkriterien das Produkt erfüllt. Das belgische Modul versteht sich nicht als starres System. Neben der Einstiegsstufe sind höhere Haltungsstufen möglich. Auch bietet das Modul

dem Lebensmitteleinzelhandel Spielraum für eigene Akzente. „Tierwohl fällt in Belgien in den Zuständigkeitsbereich der drei Regionen. Das neue Modul ist offen für Gesamtbelgien. Die Politik plant unter Federführung der flämischen Ministerin für Landwirtschaft, Hilde Crevits, künftig allen anderen Nutztierarten den Weg in das freiwillige System zu ebnen“, sagt Tierärztin und Belpork-Koordinatorin Liesbet Pluym. Das Tierwohl-Modul, von dem sich die Tierhalter bessere Erlöse versprechen, sei bereits vollumfänglich einsatzfähig. „Es sind allerdings noch einige bürokratische Hürden bis zur zeitnahen offiziellen Lancierung des neuen Tierwohllabels zu nehmen. Das Licht am Ende des Tunnels ist bereits zu sehen“, versichert die Veterinärmedizinerin. lz 40-21



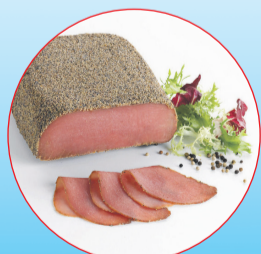
Im Blick: Der belgische Schweinesektor bringt ein neues Tierwohl-Modul auf den Weg.

Imperial
Meat Products

Reife Leistung: Die Virginia-Schinken von Imperial - Ihrem Experten für Wurst- und Schinken-Spezialitäten aus den belgischen Ardennen

Sie kommen aus der Genussregion Belgiens direkt an die Bedientheke: der geräucherte Virginia-Schinken Natur und der Virginia-Pfefferschinken.

- Schinken aus Sauenoberschale
- Mit Kräutern verfeinert
- Reifezeit von 8 Wochen
- Über Buchen- und Wacholderbeerenholz geräuchert
- Virginia-Pfefferschinken mit grobem Pfeffer ummantelt



R&S

Van Assche legt Grundstein

Das 2020 gestartete Deutschland-Geschäft soll ausgebaut werden

Der Kaninchenschlachtbetrieb Van Assche beliefert in Belgien alle namhaften Einzelhandelsunternehmen, darunter Delhaize und Carrefour.

Auf der letzten Anuga haben die Verantwortlichen des belgischen Kaninchenfleischvermarkters Van Assche Konijnslachterij die Weichen für das Deutschland-Geschäft gestellt. Aus den dort geknüpften Kontakten ist eine Zusammenarbeit mit einem Importeur sowie mehreren deutschen Handelsunternehmen entstanden. „Im vergangenen Jahr haben wir insgesamt 2,5 Mio. Kilogramm Kaninchenfleisch abgesetzt, davon 125 Tonnen in Deutschland“, berichtet Geschäftsführer Wouter Van Assche. Dieses Jahr und 2022 werde die Zusammenarbeit fortgesetzt.

Das Familienunternehmen aus der Ortschaft Deinze westlich von Gent vermarktet ausschließlich Kaninchenfleisch mit der Auslobung „Premium Quality“. Die rund 30 Erzeugerbetriebe, mit denen man zusammenarbeitet, ziehen die Tiere in tierfreundlicherer Bodenhaltung auf und müssen dabei eine Reihe von Auflagen erfüllen. Auf dem deutschen Markt setzt Van Assche vor allem ganze Kaninchen und Kaninchenkeulen ab.

Das Familienunternehmen hat aber deutlich mehr zu bieten. Das Sortiment umfasst verschiedene Teilstücke, darunter Schenkel, Rückenstücke und Filets, aber auch Innereien wie zum Beispiel Kaninchenleber. Darüber hinaus im Portfolio: Convenience-Artikel wie etwa Kaninchen-Rouladen mit Rosmarin, verschiedene Pfannen- und Ofenfertiggericht sowie marinierte Barbecue-Artikel. „Bei den Verbrauchern sind solche Produkte noch nicht so bekannt. Daran müssen wir verstärkt arbeiten“, konstatiert der Geschäftsführer. Im Rahmen der diesjährigen Anuga präsentiert Van Assche dem Fachpublikum einige neue, knochenfreie Artikel wie etwa Kaninchenfilet-Roulade und Hackfleisch-Produkte aus 100 Prozent Kaninchenfleisch.



Qualität: Die Schlachtung der Kaninchen erfolgt ohne Einsatz von Wasser.

»Wir schlachten und verarbeiten jährlich mehr als 1,3 Millionen Kaninchen«

Geschäftsführer Wouter Van Assche

In Deutschland wird deutlich weniger Kaninchenfleisch gegessen als in Belgien und deshalb macht Wouter Van Assche dort noch erhebliche Wachstumspotenziale aus. Seiner Ansicht nach müssen die Vorzüge dieses Fleisches besser kommuniziert werden. Fakt ist: Kaninchenfleisch ist ausgesprochen mager und hat eine günstige Nährstoffzusammensetzung. Es enthält wichtige Fettsäuren wie Linol- sowie Omega-3 Fettsäure und ist reich an Vitamin B sowie hochwertigen Proteinen und Mineralstoffen.

Van Assche Konijnslachterij schlachtet und verarbeitet jährlich mehr als 1,3 Mio. Kaninchen. Die Schlachtung erfolgt trocken, das heißt ohne Einsatz von Wasser. Dies wirkt sich positiv auf die Fleischqualität aus. 75 bis 80 Prozent des Volumens werden im belgischen Lebensmittel-einzelhandel abgesetzt. Die Produkte sind bei allen namhaften Einzelhändlern wie etwa Colruyt, Delhaize und Carrefour gelistet. Rund 15 Prozent der Ware ist für den Großverbraucher-Bereich bestimmt, der Rest geht in den Export. Van Assche Konijnslachterij beschäftigt am Standort in Deinze 20 Mitarbeiter und hat in den vergangenen Jahren mehr als fünf Mio. Euro in eine neue Schlachtstätte investiert.

dh/lz 40-21

Mehr Äpfel, weniger Birnen

HINTERGRUND

Der Branchenverband World Apple and Pear Association (WAPA) schätzt die diesjährige Apfelerzeugung in den EU-28-Mitgliedstaaten auf rund 11,7 Mio. t. Die Birnenernte wird voraussichtlich rund 1,6 Mio. t betragen. Die Schätzung für Äpfel liegt danach um zehn Prozent oder eine Million Tonnen über der Vorjahresernte. Die Erntemengen bei Birnen hingegen werden das Vorjahresniveau voraussichtlich um knapp 30 Prozent verfehlen. Die Ernte-Prognosen für Belgien entsprechen dem europäischen Trend, wenngleich die Apfelerzeugung bessere Ergebnisse einfährt. Um die Prognosen für Obst zu ermitteln, wird im Königreich jährlich eine Umfrage bei 210 Obsterzeugern aller belgischen Provinzen durchgeführt. Die erste Schätzung prognostiziert für 2021 eine Apfelernte von 191 000 t – das sind 14 Prozent oder 23 000 t mehr als 2020. Die höheren Erträge sind in erster Linie der kleineren Vorjahresernte geschuldet. Damals wirkten sich Trockenheit und Sonnenbrand negativ auf die Ernte aus. Die diesjährige Ernte liegt allerdings immer noch elf Prozent unter dem Fünfjahresdurchschnitt. Die Anbaufläche für Äpfel ging in Belgien um 127 Hektar auf 5348 Hektar zurück. Jonagold, Jonagored und Golden sind nach wie vor die wichtigsten Apfelsorten. „Hier sehen wir jedoch

eine Sortimentsveränderung durch den Trend hin zu neuen Sorten“, sagt Luc Vanoirbeek vom Verband belgischer Gartenbaugenossenschaften VBT.

Die belgische Birnenernte wird auf rund 295 000 t geschätzt. Das sind 25 Prozent weniger als im Vorjahr und 15 Prozent weniger als im Fünfjahresdurchschnitt. „Es ist das erste Mal seit langem, dass die Birnenanbaufläche rückläufig ist“, berichtet Vanoirbeek. Belgien ist der drittgrößte Birnenproduzent in Europa und steht an der Spitze des Birnenhandels in der Europäischen Union. Mit schätzungsweise 270 000 t entfallen 33 Prozent der europäischen Erntemenge von Conference-Birnen auf Belgien.

Diese Sorte ist übrigens im Königreich die wichtigste Exportfrucht. Geliefert wird sie hauptsächlich an Kunden in der Europäischen Union. Aber auch immer mehr Verbraucher in China und Brasilien kommen bei der Conference-Birne auf den Geschmack. Auf Antrag von Flanderns Agrar-Marketing-Büro VLAM und der Niederländischen Organisation von Obstproduzenten (NFO) subventioniert die Europäische Kommission die Absatzförderung für Conference-Birnen in Deutschland und Österreich mit einem Betrag von rund 1,3 Mio. Euro. Die Kampagne hat eine Laufzeit von drei Jahren (2020 bis 2022). dh/lz 40-21



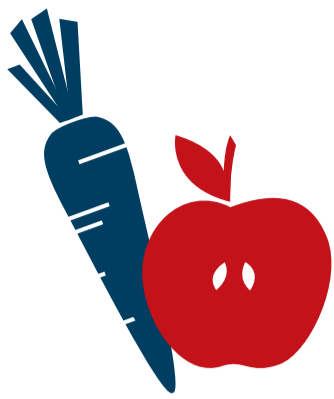
Gut gereift: Die Conference-Birne ist die wichtigste Export-Frucht Belgiens.

The Art of Meat

Maßgeschneidert von belgischen Fleischlieferanten

Was macht Fleisch zu Kunst? Die einzigartige Kombination aus Fachkompetenz, Lebensmittelsicherheit und maßgeschneiderter Qualität. Hier sind die belgischen Fleischlieferanten wahre Meister. Entdecken und genießen Sie den Service Ihrer Nachbarn!

Halle 6, Stand E10
09.-13.10.2021



OBST & GEMÜSE

Die Verbraucher im Königreich haben nach Erhebungen von GfK Belgien im ersten Corona-Jahr mehr Frischgemüse konsumiert. Laut den Marktforschern ist der Pro-Kopf-Verzehr im vergangenen Jahr um elf Prozent gestiegen. Die stärksten Zuwächse verzeichnete man bei Lauch und Möhren. Das „belgische Nationalgemüse“ Chicorée stieg in der Gunst der Konsumenten um 200 Gramm auf einen Pro-Kopf-Verbrauch von rund drei Kilogramm. Das Ranking der beliebtesten Gemüsesorten wird traditionsgemäß von Tomaten angeführt, dicht gefolgt von Möhren. Der Bio-Anteil im belgischen Gemüsekorb ist mit acht Prozent bzw. 2,4 Kilogramm auf einem stabilen Niveau.

BFV investiert in Obstgeschäft

In der kommenden Kirschen-Saison werden unter anderem zwei neue Verpackungslinien installiert

Die Genossenschaft Belgische Fruitveiling will künftig auch die Anbauflächen für die neue Apfelsorte Morgana erweitern.

Die Belgische Fruitveiling (BFV) mit Sitz in der Ortschaft Sint-Truiden westlich von Lüttich ist mit einem Marktanteil von rund 50 Prozent der größte belgische Verband von Obstzüchtern. Die Genossenschaft mit ihren knapp 1000 Mitgliedern vermarktet laut Verkaufsdirektor Marc Evrard jährlich rund 200 Mio. Kilogramm Obst und erwirtschaftet einen Umsatz von 136,5 Mio. Euro. Ganz oben im Ranking stehen Birnen mit einer abgesetzten Menge von mehr als 100 Mio. Kilogramm. Das Gros davon entfällt auf die Sorte Conference. Auf den weiteren Plätzen folgen Äpfel, Süßkirschen und Erdbeeren.

Apropos Kirschen. Um an der Spitze des Kirschen-Marktes zu bleiben, ist es nach Ansicht von Marc Evrard notwendig, flexibel auf veränderte Marktanforderungen zu reagieren und in Innovationen und moderne Technologien zu investieren. „Zum Beispiel werden die Qualitätsanforderungen für die Sortierung strenger und man sieht eine Entwicklung hin zu mehr vorverpackten Kirschen. Letzteres ist wohl eine Folge der Corona-Krise, in der der Verkauf von losem Obst zugunsten von verpacktem Obst zurückging“, sagt der Verkaufsdirektor. Er erwartet, dass sich dieser Trend nach Corona fortsetzen wird. Um den Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, hat die BFV für die kommende Kirschensaison einige wichtige Investitionen beschlos-



Blick nach vorn: Verkaufsdirektor Marc Evrard ist für die Vermarktung von rund 200 Mio. Kilogramm Obst verantwortlich.

sen. Die Kirschsor-tiermaschine wird um die neue Cherry Vision 3.0 Software und Hardware aktualisiert, die eine noch bessere und effizientere Sortierung der Kirschen nach Qualitätskriterien ermöglicht. „Außerdem werden wir zwei neue Verpackungslinien installieren. Mit denen können sortierte Kirschen schneller in Verbraucherverpackungen abgefüllt, gewogen und etikettiert werden“, so Marc Evrard.

Neues zu berichten gibt es auch in Sachen Produkte. Die Belgische Fruitveiling hat die neue Apfelsorte Morgana im Portfolio. „Diese Clubsorte, ist der neueste Star in unserem Sortiment. Besonders die Knackigkeit und der ausgeprägte saftige Geschmack



Fruchtig: Die neue Apfelsorte Morgana hat Potenzial.

wurden in verschiedenen Geschmackstests äußerst positiv bewertet. Es spricht für sich, dass Morgana mit dem Slogan „eXtremely juicy“ beworben wird“, betont der Verkaufsdirektor. Auch die lange Haltbarkeit sei ein wichtiger Pluspunkt. Man glaube fest an das Potenzial dieser Sorte und wolle in den kommenden Jahren gemeinsam mit den Erzeugern die Anbauflächen und damit das Volumen steigern.

BFV ist Teil der Morgana Apple Group (MAG). Weitere europäische Partner sind Krings (Deutschland), Melinda (Italien) und Veiling Zuid-Limburg (Niederlande). Lizenznehmer dieser Clubsorte ist das belgische Unternehmen ABCz. dh/lz 40-21

Agrotopia geht an den Start

Forschungszentrum Inagro rückt hydroponischen Anbau in den Fokus - 6000 qm Anbaufläche stehen zur Verfügung

Im Forschungs-Gewächshaus Agrotopia loten die Wissenschaftler auch aus, welche Perspektiven der Anbau auf mehreren Etagen bietet.

Ende September haben das belgische Forschungszentrum Inagro und die Provinz Westflandern in Anwesenheit von internationalen Experten Agrotopia eingeweiht. In diesem innovativen Forschungs- und Schau-Gewächshaus in Roeselare südlich von Brügge wird künftig unter anderem intensiv in Sachen Hightech-Gartenbau und professionelles Urban Farming geforscht. „Agrotopia ist ein Innovationsmotor für die gesamte Branche“, so ein Sprecher des Forschungszentrums Inagro.

Mit einer Anbaufläche von 6000 qm bietet Agrotopia genügend Platz, um neue Technologien unter praxishnahen Bedingungen zu entwickeln und zu betreiben. Die dreizehn For-



FOTO: INAGRO

schungsabteilungen sind nach Angaben der Wissenschaftler repräsentativ für den modernen hydroponischen Anbau von Frucht- und Blattgemüse. Beim hydroponischen Anbau wachsen Nutzpflanzen nicht in der Erde, sondern in einer Wasser-

Flüssig: Die Nutzpflanzen wachsen in einer Wasser-Nährstofflösung.

Nährstofflösung. Im Forschungs-Gewächshaus im benachbarten Beitem setzt Inagro übrigens seine Forschung im Bereich des bodengebundenen Unterglasanbaus fort.

Das neue Gewächshaus hat auch zwei zwölf Meter hohe Abteilungen.

In denen wollen die Wissenschaftler ausloten, welche Perspektiven der Anbau von Nutzpflanzen auf mehreren Etagen künftig bietet. Hierbei geht es auch darum, die zur Verfügung stehenden Flächen sehr effizient zu nutzen, was künftig in stark urbanisierten Umgebungen neue Möglichkeiten eröffnet. „Unsere Aufgabe ist es auch Antworten auf noch offene Fragen zu mehrschichtigen Anbau zu finden. Dieser sich schnell entwickelnde, innovative Anbau ohne Tageslicht und mit Hilfe von künstlicher Beleuchtung bietet sich zum Beispiel für leer stehende Gebäude, Keller, Schuppen oder Container an“, sagt der Inagro-Sprecher.

Der Standort von Agrotopia ermöglicht es Inagro auch, die Schnittstellen von Landwirtschaft, Industrie und der Stadt Roeselare zu untersuchen. Mit einer innovativen Wasserrückgewinnung, intelligenten

Klimaanwendungen und der Wiederverwendung der städtischen Restwärme gehe das Forschungs-Gewächshaus eine Kreislaufsymbiose mit der Umwelt ein. Agrotopia ist auf zwei externe Wärmequellen angewiesen: die Kraft-Wärme-Kopplungsanlage der Genossenschaft REO Veiling und das Wärmenetz der Stadt Roeselare.

„Agrotopia fungiert als Schnittstelle für Forschungsprojekte im Bereich des urbanen Gartenbaus und Glashausanbaus, sowohl auf nationaler als auf internationaler Ebene“, so der belgische Politiker Bart Naeyaert. „Wenn wir hier gut aufgestellt sind, ziehen wir die Forschung an, die wir brauchen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Das Wissen, das wir gewinnen, verbreiten wir weit über Inagro hinaus. Auf diese Weise wird das Dachglashaus zum Innovationsmotor des Sektors“, ist Naeyaert überzeugt. dh/lz 40-21

LZ LÄNDERREPORTS 2021

Internationale Grüne Woche
ET 08.01.2021, AS 27.11.2020

Mecklenburg-Vorpommern
ET 12.02.2021, AS 18.12.2020

Irland
ET 26.02.2021, AS 15.01.2021

USA
ET 05.03.2021, AS 22.01.2021

Berlin-Brandenburg
ET 12.03.2021, AS 29.01.2021

Nordische Länder
ET 23.04.2021, AS 06.03.2021

Niederlande
ET 30.04.2021, AS 19.03.2021

Schweiz
ET 07.05.2021, AS 26.03.2021

Hamburg/Schleswig-Holstein
ET 14.05.2021, AS 02.04.2021

Nordrhein-Westfalen
ET 28.05.2021, AS 16.04.2021

Niedersachsen
ET 25.06.2021, AS 14.05.2021

Asien
ET 16.07.2021, AS 04.06.2021

Frankreich
ET 03.09.2021, AS 23.07.2021

Bayern
ET 10.09.2021, AS 30.07.2021

Italien
ET 17.09.2021, AS 06.08.2021

Baden-Württemberg
ET 24.09.2021, AS 13.08.2021

Mitteldeutschland: Sachsen,
Sachsen-Anhalt und Thüringen
ET 01.10.2021, AS 20.08.2021

Belgien
ET 08.10.2021, AS 27.08.2021

Österreich
ET 05.11.2021, AS 17.09.2021

Griechenland
ET 19.11.2021, AS 08.10.2021

Spanien und Portugal
ET 26.11.2021, AS 15.10.2021

ET = Erscheinungstermin
AS = Anzeigenschluss

