

POULTRY NEWS INTERVIEW

Christoffer Ernst
Managing Director Sales

Sie blicken nun zurück auf Ihr erstes Jahr als Geschäftsführer bei LOHMANN BREEDERS, verantwortlich für die Bereiche Verkauf, Technischer Service und Marketing. Inzwischen konnten Sie sich sicherlich einen guten Überblick verschaffen. Deshalb hier ein paar Fragen, um auch unseren Kunden ein kurzes Update zu geben.



Sie kommen aus einer anderen Branche. Was empfinden Sie als besonders herausfordernd an unserem Business?

Obwohl ich schon immer in der Eierindustrie tätig war, unterscheidet sich der Umgang mit lebenden Tieren deutlich von der Welt der Maschinen.

Die Planung rund um die empfindlichen lebenden Küken ist eine echte Herausforderung. Gleichzeitig muss man sich mit den ständigen AI-Ausbrüchen auseinandersetzen und die Lieferungen wie geplant im voraus sicherstellen.



Gibt es ein Ereignis, das sie besonders geprägt hat bzw. das Ihnen in besonders guter Erinnerung geblieben ist?

Ich habe es sehr genossen, an den LOHMANN-Schulen teilzunehmen und unsere Partner und Kunden sowie natürlich alle meine neuen fähigen Kollegen kennenzulernen.

In der zweiten Jahreshälfte war es mir auch wieder möglich zu reisen und unsere Kunden und Partner zu besuchen.

LOHMANN ist eine deutsche Firma, mit einer sehr internationalen Struktur. Worin sehen Sie den größten Vorteil (für die Kunden)?

LOHMANN hat mit Sicherheit ein starkes deutsches Erbe und eine deutsche Kultur in seiner DNA. Aber gleichzeitig sehe ich LOHMANN als ein globales Unternehmen mit Geschäften in der ganzen Welt.

Außerdem spielen unsere Kunden und Partner weltweit eine Rolle bei der Definition unserer DNA, was LOHMANN zu einem wirklich internationalen Unternehmen macht.

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt immer mehr an Wichtigkeit. Wie steht LOHMANN zu dem Thema und welche Maßnahmen sind in Ihrem Bereich in diese Richtung bereits umgesetzt worden?

Unser Technischer Service spielt eine große Rolle in unserem Nachhaltigkeitsprogramm. Das Wohlergehen der Tiere liegt uns sehr am Herzen. Denn nur gesunde Tiere, die artgerecht gehalten und richtig gefüttert werden, können ihr volles Potenzial entfalten.

Unsere Experten im globalen Technischen Service-Team stehen unseren Kunden immer mit Rat und Tat zur Seite, unabhängig von der Dringlichkeit ihrer Anliegen. von Tierärzten über Spezialisten für das Herdenmanagement bis hin zu Ernährungsexperten sind sie die Hälfte des Jahres unterwegs, um unsere Kunden zu unterstützen, ihr Wissen weiterzugeben und so das Wohlergehen unserer Tiere zu gewährleisten.

Kurze Transportwege - Reduzierung des CO₂-Ausstosses: mit unseren über die ganze Welt verteilten Produktionsstätten garantieren wir kürzere Transportwege. Ein Plus für die Umwelt, aber auch ein ganz besonderer Vorteil für unsere Eintagsküken. Wir vermeiden lange Stunden in den Kükenboxen, reduzieren das Risiko von unnötigem Stress für die Tiere und eine bessere Überlebensrate.

Sie haben sich nicht gerade die einfachste Zeit für Ihre neue Position als Geschäftsführer ausgesucht. Was war und/oder ist für sie eine der größten Herausforderungen und worin besteht Ihrer Meinung nach die größte Herausforderung für die Geflügelindustrie in den nächsten Jahren?

AI ist nach wie vor eine große Herausforderung, wenn es um die Sicherstellung von Lieferungen geht, während die anhaltende sozioökonomische Situation uns alle weiterhin in unterschiedlichem Maße betrifft.

Ich glaube, dass wir noch einige Zeit mit diesen Herausforderungen konfrontiert sein werden, und dass diese nicht nur unsere Branche stark beeinflussen werden.

Haben Sie konkrete innovative Pläne für die einzelnen Bereiche Verkauf, Technischer Service und Marketing, die für unsere Kunden interessant sind?

Das Marketing ist immer ein dynamischer Teil des Unternehmens, der ständig Informationen und Erkenntnisse aus dem gesamten Unternehmen verarbeiten muss, damit wir die richtige und eine ehrliche Botschaft vermitteln können.

Ich hatte das Glück, gerade dann zum Unternehmen zu stoßen, als ein neues Image und ein neuer Firmenname eingeführt wurden. Meine Vision ist es, auf dieser „Corporate Identity“ aufzubauen und den Bekanntheitsgrad von LOHMANN in unserer Branche weiter zu stärken.

Wir verfügen über einen sehr starken technischen Vertrieb sowie über Vertriebsmitarbeiter mit einem beeindruckenden Hintergrund in der Tierwissenschaft, die unsere Partner auf der ganzen Welt unterstützen. Darauf müssen wir weiter aufbauen, um sicherzustellen, dass wir unseren Partnern einen hervorragenden Service bieten.

Vielen Dank für das Interview und wir wünschen wir Ihnen viel Erfolg für die Zukunft!