

Marktanalyse Labelfleisch



Inhalt

Recherche des Schweizer Tierschutz STS: «Marktanalyse Labelfleisch»	
1. Ausgangslage	3
2. Übersicht über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Labelfleischmarkt	3
2.1 Labelanteile stagnieren oder sind sogar rückläufig	3
2.2 Verzerrte Preissituation im Markt mit überhöhten Preisdifferenzen – keine Kostenwahrheit	4
2.3 Ungenügende Abgeltung der Mehrwerte von Tierwohlleistungen	7
Anhang: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch	8
Quellenverzeichnis	9
Forderungen an Marktakteure, KonsumentInnen und Politik	10

© 2020 Schweizer Tierschutz STS

Herausgeber

Schweizer Tierschutz STS, Dornacherstrasse 101, Postfach, 4018 Basel
Tel. 061 365 99 99, Fax 061 365 99 90, Postkonto 40-33680-3
sts@tierschutz.com, www.tierschutz.com

Autor

2 Dr. Stefan Flückiger, Geschäftsführer Agrarpolitik

Recherche des Schweizer Tierschutz STS: «Marktanalyse Labelfleisch»

Fragestellung: Wie lässt sich die Entwicklung im Labelmarkt Fleisch beurteilen, insbesondere anhand der Anzahl Tiere, die tiergerecht gehalten werden?

Geben die Preisrelationen zwischen den konventionellen, Label- und Bioprodukten Auskunft darüber, weshalb die Absatzzahlen beim Labelfleisch stagnieren?

Wie stark können die Erzeuger der Tierwohlleistungen von den Endverkaufspreisen profitieren?

Durchführung: Dezember/Januar 2020

Datengrundlage: Zusammenarbeit STS und Metzgertruhand (vgl. Übersicht in Quellenverzeichnis)

1. Ausgangslage

Beim Absatz von tierfreundlich erzeugtem Labelfleisch (inkl. Bio) sind in vielen Sortimentsbereichen negative Entwicklungen im Gang. Dies wirkt sich auf die Tierwohlbewegung aus, die trotz der Förderprogramme des Bundes (BTS/RAUS) und der gegenwärtigen Sensibilitäten hinsichtlich ethisch verantwortungsvollem Konsum ins Stocken geraten ist. Ein Faktor ist die Preisgestaltung: Viele Kunden melden uns immer wieder, dass die Label- und Biosortimente zu teuer sind, insbesondere im Vergleich zu den konventionellen Produkten.

Die Recherche des STS konzentriert sich einerseits auf die Anzahl tiergerecht gehaltener Tiere (Labeltiere) und legt andererseits den Fokus auf das Preisgefüge der drei Qualitätsstufen konventionelles, Label- und Biofleisch. Mit dem Begriff «Labeltiere» sind Tiere gemeint, die in Produktionssystemen gehalten werden, die vom Schweizer Tierschutz STS empfohlen werden (Labelbewertung www.essenmitherz.ch)¹ wie IPSuisse, Coop Naturafarm, Bio Suisse, Swiss Premium Rindfleisch und Weidebeef.

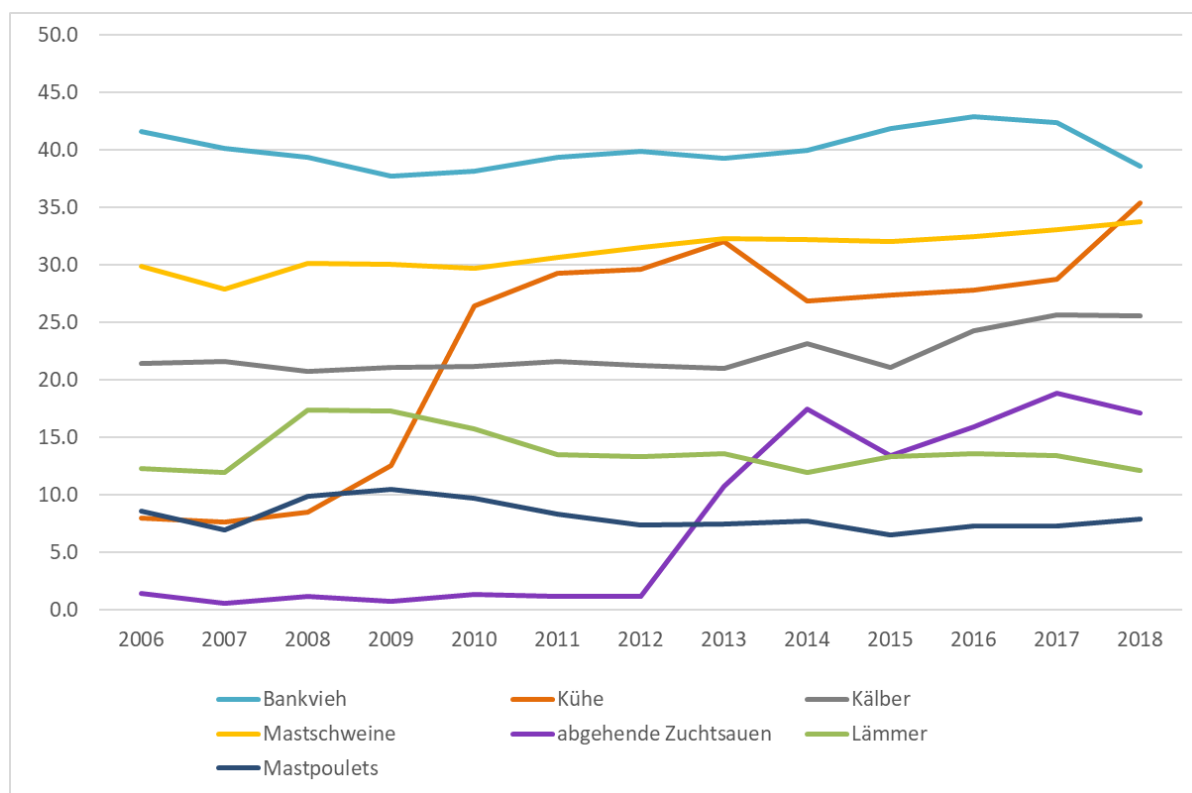
2. Übersicht über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Labelfleischmarkt

2.1 Labelanteile stagnieren oder sind sogar rückläufig

Die Tierwohlbewegung, d.h. die Entwicklung in Richtung von tierfreundlich erzeugten Labelprodukten, stagniert – insbesondere beim Labelfleisch. In Abbildung 1 sind für eine Periode zwischen 2006 bis 2018 die Anteile von Labeltieren in Relation zu den insgesamt geschlachteten Tieren in Prozentwerten aufgeführt. Da verschiedene Detailhändler ihre Labelprogramme im Jahr 2019 redimensioniert oder sogar gestrichen haben, muss für das vergangene Jahr von deutlichen Reduktionen bei verschiedenen Tierkategorien ausgegangen werden. Die Prozentwerte in Abbildung 1 entsprechen bei den Hauptkategorien ohne Geflügel insgesamt rund 1,1 Mio. Labeltieren, was 32% der total geschlachteten 3,4 Mio. Tieren ausmacht. Bei den Mastpoulets war der Label- und Bioanteil mit 5,7 Mio. von insgesamt 72,3 Mio. Tieren deutlich tiefer (7,8%).

Der absolut grösste Teil von Label- und Biofleisch wird im Detailhandel abgesetzt. Ausgesprochen gering sind diese Werte in der Gastronomie und bewegen sich nur bei wenigen Prozentpunkten. Dies obwohl in der Ausserhausverpflegung 51% des Fleisches abgesetzt wird (Detailhandel 49% = 217'000 t, abgeleitet nach Nielsenzahlen 2019). Der Fleischabsatz insgesamt lag im Jahr 2018 bei 445'000 t (Proviande 2019).

¹ Die neue Labelbewertung vom Schweizer Tierschutz STS www.essenmitherz.ch gibt Auskunft darüber, welches die empfohlenen Labels und Standards sind (in ersten Phase nur beim Fleisch, 2020 auch bei Milch und Eiern).

Abbildung 1: Labelanteile an total geschlachteten Tieren in Prozent (Entwicklung 2006 bis 2018)

Quelle: Daten SBV 2019 und BLW 2019 (BLW: RAUS-Daten für Berechnung Labelanteil Poulets)

Fazit 1:

Die Labelanteile bleiben auf tiefem Niveau (Poulet, Lämmer), stagnieren oder sind sogar rückläufig (Bankvieh/Kühe, Kälber und Mastschweine), wie dies v.a. im 2019 der Fall war. In der Schweiz droht die Tierwohlbewegung zu scheitern, d.h. trotz staatlicher Förderung wird weniger Tierwohl produziert. Immer noch lebt bei den Hauptkategorien erst knapp ein Drittel der Tiere in Produktionssystemen, die der STS empfehlen kann. Bei den Mastpoulets sind es bescheidene 8%.

2.2 Verzerre Preissituation im Markt mit überhöhten Preisdifferenzen – keine Kostenwahrheit

Die Studie legt den Fokus bei der Preisanalyse auf den Detailhandel. Die Marktakteure sehen die Gründe für den Rückgang v.a. in der mangelnden Zahlungsbereitschaft bei den Kunden. Die Preisanalyse soll diese Argumente vertieft untersuchen anhand von vier Standardprodukten beim Rind und beim Schwein. Aufgrund der unterschiedlichen Kostenstrukturen werden die Ergebnisse der drei Qualitätsniveaus in Tabelle 1 für die Grossverteiler (Coop, Migros) und die Discounter (Aldi, Lidl, Denner) getrennt ausgewiesen.

Bei den konventionellen Sortimenten (d.h. Produktion nach Tierschutzgesetz) sind die Margen und somit auch die Preise mit Abstand am tiefsten (ohne Aktionen, ohne Importe). Es deutet alles darauf hin, dass die Verkaufspreise künstlich tief gehalten werden, um im umkämpften Markt preislich konkurrenzfähig zu sein. Unter Mitberücksichtigung von Aktionen und Importen könnten die Ergebnisse noch drastischer ausfallen. Diese Entwicklung ist doppelt problematisch: Zum einen werden nicht nachhaltige Produkte gefördert, die verschiedene Kosten auslagern (z.B. Kosten des Tierleids, Umweltkosten). Zum andern entstehen überhöhte Preisdifferenzen zu den Labelpro-

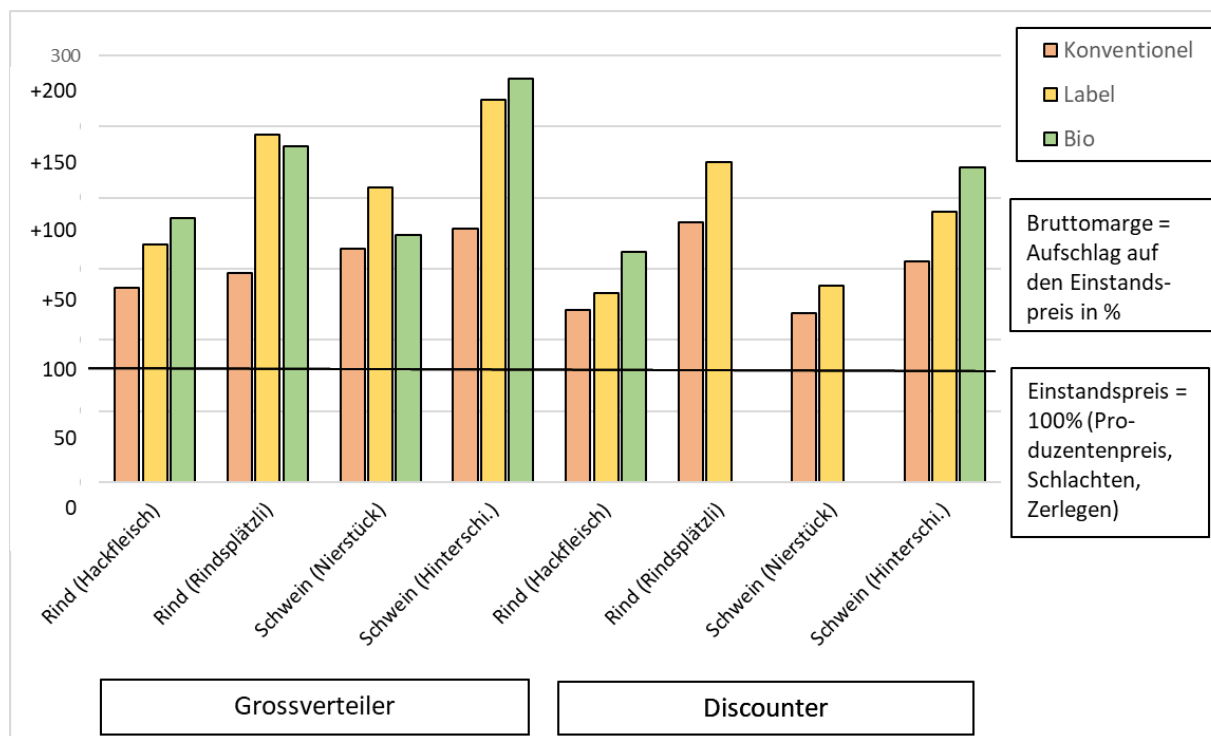
dukten. Mit der Preisbildung auf der Basis der bisherigen Margenkalkulation entstehen also Labelpreise, die übermässig teuer und im Markt nur begrenzt konkurrenzfähig sind. Diese Aussagen gelten für Grossverteiler und Discounter, wenn auch auf unterschiedlichem Niveau.

Tabelle 1: Verteilmargen für vier Standardprodukte Fleisch (Verteilung, Durchschnitt) gegliedert nach «Grossverteiler» und «Discounter»

		Bruttomarge in %: Differenz Verkaufspreis zum kalkulierten Einstandspreis (Rohmaterial inkl. Schlachten, Zerlegen)	
		Grossverteiler	Discounter
Rind (Hackfleisch)	konventionell	17-73% (Ø = 37%)	17-29% (Ø = 21%)
	Label	45-89% (Ø = 67%)	29-37% (Ø = 33%)
	bio	61-111% (Ø = 86%)	62%
Rind (Rindsplätzli)	konventionell	12-82% (Ø = 47%)	83%
	Label	122-166% (Ø = 144%)	125%
	bio	125-148% (Ø = 136%)	-
Schwein (Nierstück)	konventionell	21-104% (Ø = 64%)	7-27% (Ø = 19%)
	Label	90-121% (Ø = 107%)	36-39% (Ø = 38%)
	bio	50-98% (Ø = 74%)	-
Schwein (Hinterschinken)	konventionell	53-126% (Ø = 78%)	55%
	Label	151-184% (Ø = 169%)	90%
	bio	171-196% (Ø = 184%)	121%

Quelle: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch STS, Kalkulation der Einstandspreise standardisiert (Rohmaterial inkl. Schlachten, Zerlegen) und berechnet mit Schlachtviehpreisen Woche 49/2019 durch Metzgereitruhand.

Abbildung 2: Übersicht über die durchschnittlichen Verteilermargen für vier Standardprodukte Fleisch gegliedert nach «Grossverteiler» und «Discounter»



Quelle: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch STS, Kalkulation der Einstandspreise standardisiert (Rohmaterial inkl. Schlachten, Zerlegen) und berechnet mit Schlachtviehpreisen Woche 49/2019 durch Metzgertrouhand.

Fazit 2:

- Verzerrte Marktsituation – nachhaltig und tierfreundlich erzeugte Fleischsortimente werden im Markt unattraktiv positioniert. Die Preise der konventionellen Sortimente werden vergleichsweise tief gehalten und unter ihrem normalen Wert (zu «Kampfpreisen») angeboten. Damit wird der Absatz einseitig gefördert, es herrscht keine Kostenwahrheit (Dumping auf Kosten der Nachhaltigkeit und der Tiere!).
- Obwohl es spezielle Kostenelemente zu berücksichtigen gibt (z.B. Abwertungen, Nicht-Vollverwertung), sind die hohen Preisdifferenzen nicht nachvollziehbar. Fakt ist, dass wegen den hohen Preisdifferenzen zwischen Label- und konventionellem Fleisch das grosse Potenzial von Labelprodukten nicht ausgeschöpft werden kann.

2.3 Ungenügende Abgeltung der Mehrwerte von Tierwohlleistungen

Die enormen Differenzen zwischen den Verkaufspreisen von konventionellen und Labelprodukten widerspiegeln sich nicht in den Produzentenpreisen. Die Labelproduzenten können kaum davon profitieren, ihre Anteile an der gesamten Wertschöpfung sind konsequent tiefer als bei den konventionellen Produkten (vgl. Tabelle 2). Insbesondere muss auch davon ausgegangen werden, dass der Mehraufwand und die Kosten für Zusatzinvestitionen nicht vollständig gedeckt sind (in einem aktuell laufenden Forschungsprojekt wird diesen Fragen nachgegangen).

Tabelle 2: Zusammenfassung durchschnittlicher Produzentenanteil Fleisch (Rohmaterialpreis/kg SG) in Relation zum Verkaufspreis

		Grossverteiler Produzentenanteil in %	Discounter Produzentenanteil in %	Produzentenpreise in Woche 49/2019 in CHF/kg SG
Rind (alle Produkte)	konventionell	52%	57%	9.50
	Label	35%	48%	10.10/12.10 *
	bio	33%	50%	9.50/11.70/12.50 *
Schwein (alle Produkte)	konventionell	19%	22%	4.65
	Label	13%	19%	4.95/5.15 *
	bio	14%	16%	6.50

* = entspricht je nach Produkt unterschiedlichen Labelproduzentenpreisen

Quelle: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch STS auf der Basis der Margenkalkulation, Schlachtviehpreise Woche 49/2019 der Metzgereihand.

Fazit 3:

- Die Produzentenanteile an der Gesamtwertschöpfung sind bei Labelprodukten deutlich geringer als im konventionellen Sortiment. Die Produzenten können sich somit nicht proportional am Markterfolg beteiligen, obwohl sie es sind, die die Tierwohlmehrwerte erzeugen. Ein Preissystem, das die erzielten Mehrwerte nicht dem Erzeuger zugutekommen lässt, kann nicht als «fair» bezeichnet werden.
- Wenn der Markt seine Verantwortung nicht übernimmt und die erzeugten marktfähigen Tierwohlleistungen nicht vollumfänglich entschädigt, muss das Funktionieren der Märkte im Foodbereich dringend die Frage gestellt und der Staat beauftragt werden, lenkend einzugreifen.

Anhang: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch

Die Ergebnisse der Marktanalyse werden anonymisiert dargestellt (d.h. Grossverteiler 1, Grossverteiler 2, Discounter 1, Discounter 2, Discounter 3)

Tabelle 3: Ergebnisse der Marktanalyse beim Rind (Hackfleisch, Rindsplätzli)

Unternehmung	konventionell, Label, bio	Produkt	Erlös: Verkaufspreis in CHF/kg	Bruttomarge: Aufschlag auf den Einstandspreis in %	Einstandspreis: Rohstoff, Schlachten, Zerlegen in CHF/kg Wo 49/19	Rohmaterial: Produzentenpreis in CHF/kg SG
Hackfleisch:						
Grossverteiler 1	Rind	Hackfleisch	13.90	17%	11.83	9.50
Grossverteiler 1	Rind	Hackfleisch	20.50	73%	11.83	9.50
Grossverteiler 1	Rind, Label	Hackfleisch	23.50	89%	12.44	10.10
Grossverteiler 1	Rind, bio	Hackfleisch	25.00	111%	11.83	9.50
Grossverteiler 2	Rind	Hackfleisch	13.90	17%	11.83	9.50
Grossverteiler 2	Rind	Hackfleisch	16.50	39%	11.83	9.50
Grossverteiler 2	Rind, Label	Hackfleisch	18.00	45%	12.44	10.10
Grossverteiler 2	Rind, bio	Hackfleisch	19.00	61%	11.83	9.50
Discounter 1	Rind	Hackfleisch	13.90	17%	11.83	9.50
Discounter 1	Rind, Label	Hackfleisch	16.00	29%	12.44	10.10
Discounter 2	Rind	Hackfleisch	15.30	29%	11.83	9.50
Discounter 2	Rind, bio, Weide	Hackfleisch	23.30	62%	14.40	11.70
Discounter 3	Rind	Hackfleisch	13.90	17%	11.83	9.50
Discounter 3	Rind, Label	Hackfleisch	17.07	37%	12.44	10.10
Rindsplätzli						
Grossverteiler 1	Rind	Rindsplätzli	21.30	12%	19.02	9.50
Grossverteiler 1	Rind, Label, Weide	Rindsplätzli	55.00	122%	24.83	12.10
Grossverteiler 1	Rind, bio, Weide	Rindsplätzli	57.50	125%	25.61	12.50
Grossverteiler 2	Rind	Rindsplätzli	34.70	82%	19.02	9.50
Grossverteiler 2	Rind, Label	Rindsplätzli	53.50	166%	20.15	10.10
Grossverteiler 2	Rind, bio, Weide	Rindsplätzli	57.50	148%	23.15	11.70
Discounter 1	Rind, Label	Rindsplätzli	45.40	125%	20.15	10.10
Discounter 3	Rind	Rindsplätzli	34.80	83%	19.02	9.50

Quelle: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch des Schweizer Tierschutz STS: Erhebung Verkaufspreise Detailhandel am POS, Internet; Kalkulation der Einstandspreise standardisiert (Rohmaterial inkl. Schlachten, Zerlegen) und berechnet mit Schlachtviehpreisen Woche 49/2019 durch MetzgerTreuhand.

Tabelle 4: Ergebnisse der Marktanalyse beim Schwein (Nierstück, Hinterschinken)

Unternehmung	konventionell, Label, bio	Produkt	Erlös: Verkaufspreis in CHF/kg	Bruttomarge: Aufschlag auf den Einstandspreis in %	Einstandspreis: Rohstoff, Schlachten, Zerlegen in CHF/kg Wo 49/19	Rohmaterial: Produzentenpreis in CHF/kg SG
Schweinsnierstück						
Grossverteiler 1	Schwein	Nierstück	22.50	21%	18.59	4.65
Grossverteiler 1	Schwein, Label	Nierstück	44.50	121%	20.14	5.15
Grossverteiler 1	Schwein, bio	Nierstück	47.50	98%	23.95	6.50
Grossverteiler 2	Schwein	Nierstück	31.00	67%	18.59	4.65
Grossverteiler 2	Schwein	Nierstück	38.00	104%	18.59	4.65
Grossverteiler 2	Schwein, Label	Nierstück	37.00	90%	19.50	4.95
Grossverteiler 2	Schwein, Label	Nierstück	41.00	110%	19.50	4.95
Grossverteiler 2	Schwein, bio	Nierstück	36.00	50%	23.95	6.50
Discounter 1	Schwein	Nierstück	19.90	7%	18.59	4.65
Discounter 1	Schwein, Label	Nierstück	26.60	36%	19.50	4.95
Discounter 2	Schwein	Nierstück	23.70	27%	18.59	4.65
Discounter 3	Schwein	Nierstück	22.50	21%	18.59	4.65
Discounter 3	Schwein, Label	Nierstück	27.08	39%	19.50	4.95
Hinterschinken:						
Grossverteiler 1	Schwein	Hinterschinken	19.60	53%	12.77	4.65
Grossverteiler 1	Schwein	Hinterschinken	28.90	126%	12.77	4.65
Grossverteiler 1	Schwein, Label	Hinterschinken	39.10	184%	13.76	5.15
Grossverteiler 1	Schwein, bio	Hinterschinken	53.50	196%	18.07	6.50
Grossverteiler 2	Schwein	Hinterschinken	19.75	55%	12.77	4.65
Grossverteiler 2	Schwein, Label	Hinterschinken	36.00	173%	13.17	4.95
Grossverteiler 2	Schwein, Label	Hinterschinken	33.00	151%	13.17	4.95
Grossverteiler 2	Schwein, bio	Hinterschinken	49.00	171%	18.07	6.50
Discounter 1	Schwein, Label	Hinterschinken	25.00	90%	13.17	4.95
Discounter 1	Schwein, bio	Hinterschinken	39.90	121%	18.07	6.50
Discounter 3	Schwein	Hinterschinken	19.80	55%	12.77	4.65

Quelle: Ergebnisse der Marktanalyse Labelfleisch des Schweizer Tierschutz STS: Erhebung Verkaufspreise Detailhandel am POS, Internet; Kalkulation der Einstandspreise standardisiert (Rohmaterial inkl. Schlachten, Zerlegen) und berechnet mit Schlachtviehpreisen Woche 49/2019 durch Metzgereihand.

Quellenverzeichnis

- Agristat, Labelanteil an der gesamten inländischen Produktion (geschlachteten Tieren) zwischen 2006 und 2018, 2019
- Bundesamt für Landwirtschaft, RAUS-Zahlen zwischen 2006 und 2018 (Mastpoulets), 2019
- Grossverteiler/Discounter: Verkaufspreise Detailhandel (Erhebung am POS, Internet), Datenbasis Woche 49/19, 2019
- Metzgereihand, Produzentenpreise, standardisierte Einstandspreise (Wo 49/19), 2019
- Nielsen, Absatzzahlen im Detailhandel 2018, Panelzahlen, 2019
- Proviande, Produktion- und Konsumzahlen Fleisch 2018, 2019
- Schweizer Tierschutz STS, Online-Tool «Essen mit Herz» mit Labelbewertung von Lebensmitteln tierischer Herkunft, www.essenmitherz.ch

Forderungen an Marktakteure, KonsumentInnen und Politik

Wir stützen folgende Forderungen auf unsere Erkenntnisse der aktuellen Marktsituation und auf die Ergebnisse der Marktanalyse des Schweizer Tierschutz STS ab.

Forderungen an die Marktakteure

Forderung 1: Verantwortung für ethisch verantwortungsvolle Produktion mit konkreten Schritten

Die Fleischbranche, der Detailhandel und die KonsumentInnen haben Verantwortung für die ethisch verantwortungsvolle Produktion zu übernehmen und Transparenz herzustellen. Es sollen konkrete Schritte mit verbindlichen Massnahmen in die Wege geleitet werden.

Die konkreten Massnahmen zeigen auf, wie die Labelabsätze kurz- (1./2. Halbjahr 2020), mittel- (2021) und langfristig (2022) angekurbelt werden.

Forderung 2: Annäherung der Verkaufspreise und Kostenwahrheit hinsichtlich Tierwohl

Missverhältnisse zwischen den Rohstoff- und Konsumentenpreisen sind zu beseitigen, insbesondere die Preispolitik zu Tiefstpreisen bei den konventionellen Sortimenten, weil dadurch nachweisbar der Absatz von Label- und Bioprodukten Schaden nimmt. Wir fordern nachvollziehbare Relationen zwischen den Label- und konventionellen Sortimenten, damit die KonsumentInnen wieder vermehrt Labelprodukte kaufen.

Mit konkreten Massnahmen sollen Marktverzerrungen bei den Preisen behoben und die Labelsortimente attraktiver positioniert werden.

Forderung 3: Gerechte Abgeltung der bestellten Tierwohleleistungen

Es sind gerechte Einkommensverhältnisse für alle Marktpartner zu schaffen. Die Kosten der «bestellten» Tierwohl-Zusatzleistungen (Aufwand, Investitionen) sind den Produzenten kostendeckend abzugelten. Die Preiskorrekturen an der Ladenfront dürfen also nicht über eine Reduktion der Produzentenpreise stattfinden.

Die Abgeltung der Mehrwerte von Tierwohleleistungen sollen fair und somit in einem nachvollziehbaren Verhältnis zum Verkaufspreis sein.

Forderung an die Politik

Forderung 4: Anreize für Tierwohleleistungen und Ausbau der Tierwohlprogramme

Der Bund soll Anreize schaffen, damit die Erzeugung von Tierwohleleistungen attraktiver wird. Er soll in Richtung einer nachhaltigen Nahrungsmittelproduktion lenkend einwirken.

AP22+: Nach dem Motto «Wer mehr Tierwohl produziert, muss mehr Beiträge erhalten» sollen in den Tierwohlprogrammen deutlich mehr Mittel zur Verfügung gestellt werden.