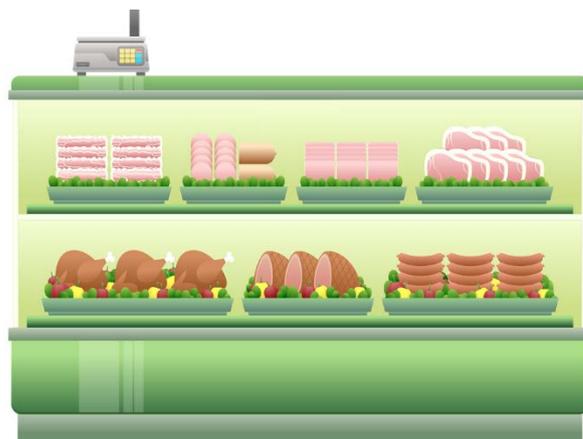




Der Fleischabsatz im Detailhandel schrumpft

Der Fleischkonsum in der Schweiz ist rückläufig. Verglichen mit 2010 wurden im vergangenen Jahr rund 7 % weniger Fleisch pro Kopf konsumiert. In der Jahresauswertung der Detailhandelsdaten von Nielsen bestätigt sich diese Beobachtung: Der Gesamtabsatz sank 2018 gegenüber 2017 um fast 2 %. Einzig der Pouletmarkt trotz dem Trend. Und: Umsatzschlager bleiben Kurzbratstücke.

Im Jahr 2018 hat der Schweizer Detailhandel (inkl. Discounter und Fachhandel) 217 904 Tonnen Fleischprodukte (Frischfleisch und verarbeitete Fleischwaren) abgesetzt (ohne Fleisch als Zutat in Sandwiches, Saucen und Backwaren etc.). Im Vergleich zu 2017 entsprach dies einem Rückgang um rund 4000 Tonnen. Somit sank der Jahresabsatz im Fleischbereich zum dritten Mal in Folge seit 2015. Mit einem Minus von 1.2% ist der Umsatz ebenfalls gesunken, aber

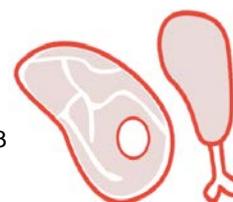
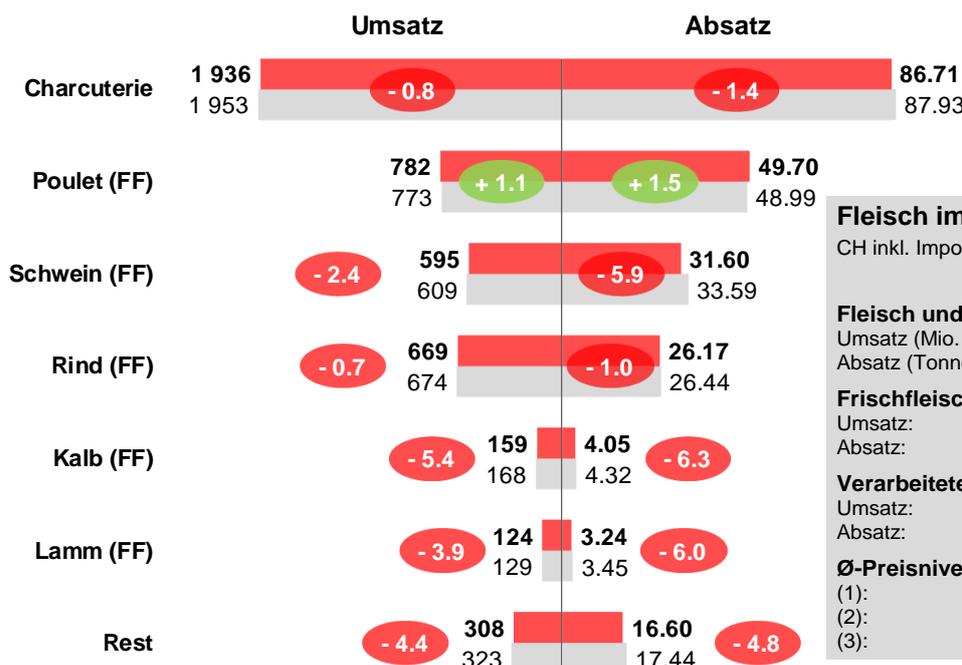


weniger stark als die Absatzmengen. Insgesamt bezahlten Konsumentinnen und Konsumenten 4.63 Mia. CHF für Fleischprodukte im Detailhandel. Durchschnittlich wurde damit der Preis pro Kilogramm Fleisch um 0.7 % auf knapp 21 CHF pro Kilogramm Verkaufsgewicht angehoben.

Fleischmarkt im Detailhandel

Absatz- und Umsatzbilanz Frischfleisch (FF) nach Tiergattung und Charcuterie im Schweizer Detailhandel*
Umsatz in Mio. CHF, Absatz in 1 000 Tonnen, Differenz 18/17 in %

■ 2018 ■ 2017 *ohne Tierfutter; Rest enthält Frischfleisch und Konserven



Fleisch im Detailhandel

CH inkl. Import 2018 Δ18/17 (%)

Fleisch und Fleischprodukte (1)
Umsatz (Mio. CHF): 4 627.6 - 1,2
Absatz (Tonnen): 217 904 - 1,8

Frischfleisch (2)
Umsatz: 2 609.5 - 1,4
Absatz: 128 878 - 2,0

Verarbeitete Fleischwaren (3)
Umsatz: 1 963.4 - 0,9
Absatz: 89 026 - 1,5

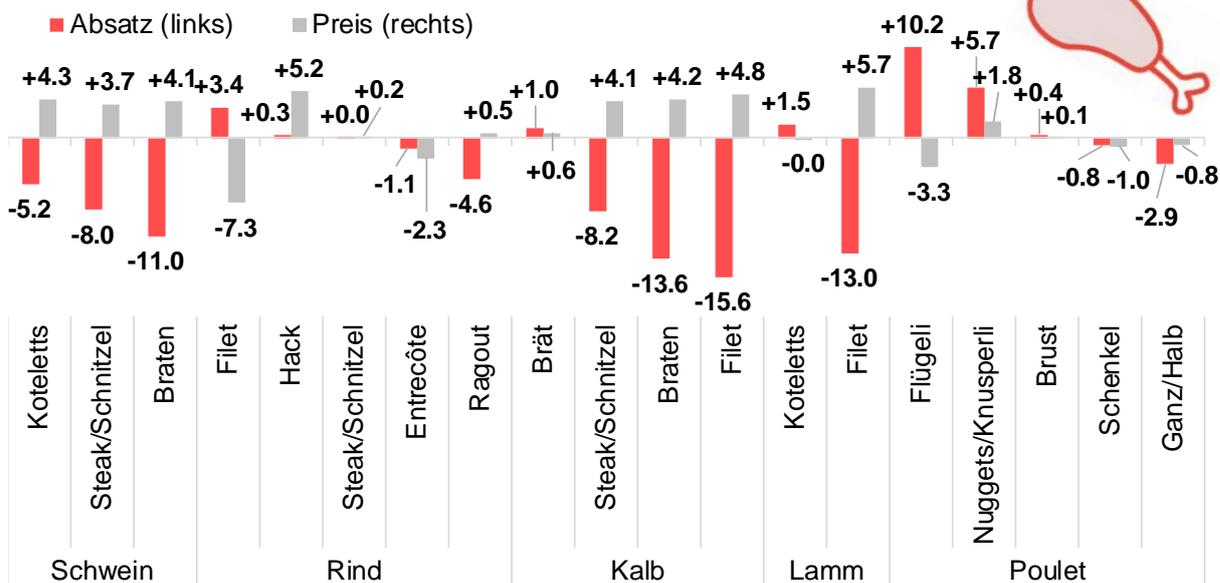
Ø-Preisniveau (CHF/kg)
(1): 20.99 + 0,7
(2): 20.25 + 0,6
(3): 22.05 + 0,6

Quelle: Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

Marktentwicklung Frischfleisch

Absatz- und Preisentwicklung ausgewählter Frischfleischprodukte* im Schweizer Detailhandel
 Jahresentwicklung in in %

2018/2017 *Die Produkte decken >60 % des Ab- und Umsatzes Frischfleisch ab



Quelle: Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

Deutlicher Rückgang bei Frischfleisch

Die grössten Absatz- bzw. Umsatzrückgänge wurden bei Lamm (-6,0 % bzw. -3,9 %)- und Kalbfleisch (-6,3 % bzw. -5,4 %) festgestellt. Bei beiden Tiergattungen ist die Produktion im vergangenen Jahr gestiegen (Kalb: +0,4 % bzw. Lamm: +11,3 %). Hingegen wurden in beiden Tiergattungen weniger Importkontingente beantragt (Kalb: -18,7 % bzw. Lamm: -8,7%), entsprechend sanken die Importe um 27,6 % (Kalb) bzw. 10,6 % (Lamm). Beim Rindfleisch wurde ebenfalls ein Absatz- und Umsatz-Rückgang beobachtet, allerdings in relativ geringerem Umfang (-1,0 % bzw. -0,7 %). Auch hier wurden die gestiegenen Inland-Produktionsmengen mit tieferen Importen ausgeglichen (Quelle Importe: Proviande).

Der gesamte Frischfleischbereich verzeichnete insgesamt 2,0 % (-2660 Tonnen) tiefere Absätze und 1,4 % (-37 Mio. CHF) tiefere Umsätze.

Schweinefleisch wurde teurer

Der deutlichste Rückgang der Absatzmengen im Frischfleischbereich wurde mit -5,9 % beim Schweinefleisch verzeichnet (-2000 Tonnen Verkaufsgewicht). Dieser Rückgang kann mit der Entwicklung in der Produktion (tiefere Produktionsmengen und infolge steigende Produzentenpreise; [Marktbericht Fleisch Januar 2019](#)) erklärt werden.

Mit den gesunkenen Absatzmengen sind hingegen die Preise für Schweinefleisch gestiegen, sowohl im Frischfleisch- als auch im Charcuterie-Bereich. Frisches Schweinefleisch kostete rund 3,7 % mehr, Speck +5,9 %, Cervelat

+1,4 % und Salami/Rohwürste +2,6 %. Günstiger allerdings wurde der Schinken als ab- wie auch umsatzstärkstes Schweinefleischprodukt (-1,8 %). Der Aufschnitt blieb preislich konstant.

Poulet ist einziger Wachstumsmarkt

Dem allgemein negativen Konsumtrend beim Fleischkonsum zu trotzen vermochte die Nachfrage nach Poulet. Der Poulet-Frischfleischabsatz – der mit Abstand grösster Bereich im Frischfleischsegment – stieg im vergangenen Jahr um 1,5 % auf 49 700 Tonnen Verkaufsgewicht. Gleichzeitig konnte auch die Inlandproduktion auf Kosten der Importe gesteigert werden. Die Detailhandels-Umsätze stiegen um 1,1 % auf 782 Mio. CHF. Insgesamt wurde frisches Pouletfleisch im vergangenen Jahr leicht günstiger angeboten (-0,3 % auf rund 15,7 CHF/kg Verkaufsgewicht). Gewinner waren allen voran die Pouletflügel mit einer Absatzsteigerung um über 10 %. Der Absatztreiber «ganzes bzw. halbes Poulet» hingegen verzeichnete um 2,9 % tiefere Absätze.

Charcuterie: nur Traiteurprodukte im Plus

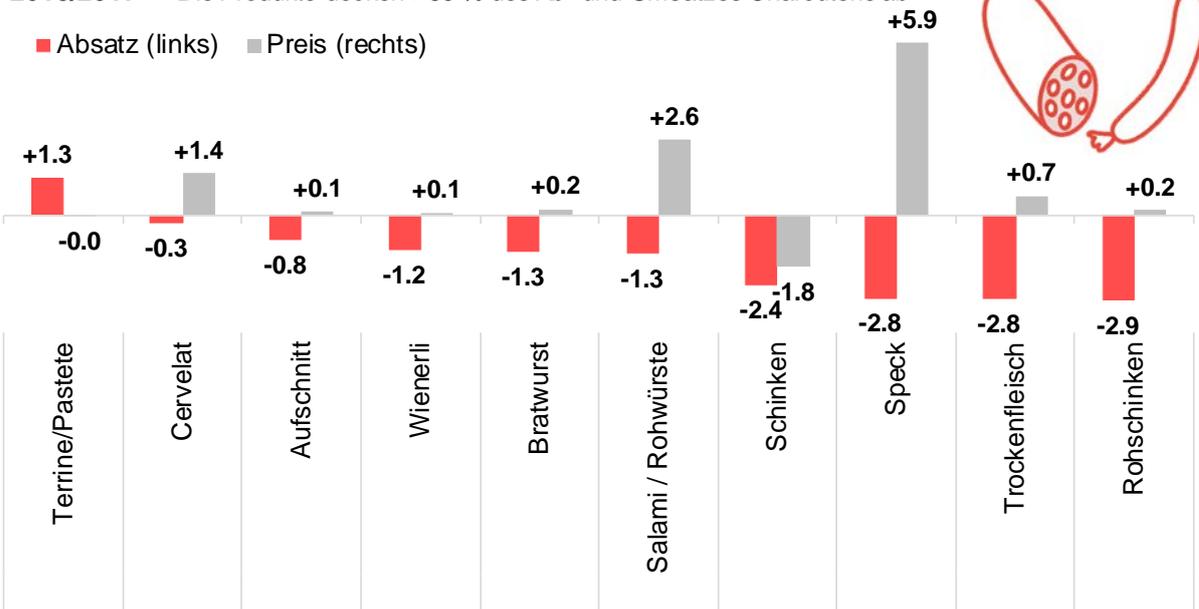
Die Absatzmengen bei verarbeitete Fleischwaren verzeichneten ebenfalls einen Rückgang. Dank höheren Preise konnte der daraus resultierende Umsatzrückgang etwas abgefedert werden (insbesondere bei Schweinefleisch mit Ausnahme bei Schinken). Cervelats verzeichneten ein Absatz-Minus von 0,3 %, bei weiteren Würsten wie Wienerli, Salami und Bratwürsten wurden Rückgänge um über 1 % beobachtet.

Das einzige bedeutende Absatzwachstum wurde bei Pasteten und Terrinen festgestellt. Bei

Marktentwicklung Charcuterie

Absatz- und Preisentwicklung ausgewählter Charcuterie-Produkte im Schweizer Detailhandel
Entwicklung in %

2018/2017 *Die Produkte decken >85 % des Ab- und Umsatzes Charcuterie ab



Quelle: Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW
gleichbleibenden Preisen stieg der Absatz um 1,3 % auf 1684 Tonnen im vergangenen Jahr. Das entspricht einem Umsatz von rund 47 Mio. CHF. Konsumentinnen und Konsumenten gaben entsprechend knapp 28 CHF für ein Kilogramm Pasteten bzw. Terrinen aus.

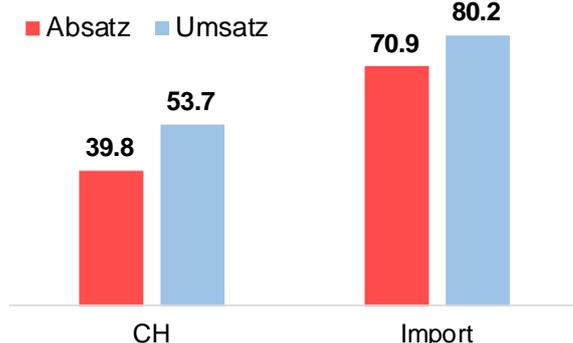
Schweizerinnen und Schweizer mögen Kurzbratstücke

Trotz Rückgängen beim Absatz diverser Edelstücke wie beispielsweise Kalbs- oder Lammfilet bleiben Kurzbratstücke im Frischfleischmarkt die wichtigsten Absatz- und Umsatztreiber. Im vergangenen Jahr wurden knapp 40 % des abgesetzten Frischfleisches als Kurzbratprodukte vermarktet, mit einem Umsatzanteil von über 50 %. Beim importieren Frischfleisch war der Anteil noch deutlich höher: Kurzbratstücke machten über 70 % der totalen Importmengen aus und

Bedeutung von Kurzbratstücken

Absatz- und Umsatzanteile von Kurzbratstücken am Frischfleischtotale nach Herkunft im Schweizer Detailhandel
Anteile in %

2018



Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW waren für über 80 % des Umsatzes von importiertem Frischfleisch verantwortlich. Der hohe Anteil ist nicht weiter überraschend, da hauptsächlich Edelstücke importiert werden und die Kosten für Kurzbratstücke höher liegen.

Der Anteil Kurzbratstücke ist im Vergleich zum Vorjahr in etwa stabil geblieben. Wie sich die verstärkten Initiativen, welche die Verwertung des gesamten Tiers – insbesondere der weniger prominenten Teile – fördern möchten («Nose-To-Tail» zu Deutsch: «vom Schnörli bis zum Schwänzli») auf den effektiven Absatz ausgewirkt haben, kann in der vorliegenden Analyse nicht abschliessend beurteilt werden.

Den «Markt aktuell» und ein Korrigendum zur Analyse Einkaufstourismus finden Sie auf den nächsten Seiten.

Definition Kurzbratstücke

Kurzbratstücke sind Frischfleischprodukte, welche vor dem Verzehr nur kurz angebraten werden, insbesondere auch Edelstücke.

In der vorliegenden Analyse wurden folgende Produkte als Kurzbratstücke einbezogen: Brust (Geflügel), Cordon Bleu, Entrecôte, Filet, Geschnetzeltes, Grillplatte, Koteletts, Nuggets/Knusperli, Spiessli, Steak, Schnitzel.

Detaillierte Marktzahlen Fleisch finden Sie unter: [Marktbericht Fleisch in Zahlen](#)

Bestellformular für Abonnemente: [Bestellformular online](#)

Zu Haftung, Datenschutz, Copyright und Weiterem siehe: www.disclaimer.admin.ch

Quelle Themenbilder: www.pixabay.com (Zugriff am 23. Januar 2019)

Markt aktuell

Pouletproduktion steigt um 6 %

Der Absatztrend von Pouletfleisch im Schweizer Detailhandel widerspiegelt sich auch in der steigenden Produktion. Im Jahr 2018 wurde mit 96 958 Tonnen Schlachtgewicht 6,0 % mehr produziert als noch im Vorjahr.

Im Januar 2019 ist die Produktion von Schlachtschweinen gegenüber dem Vorjahr gesunken, Kuhschlachtungen hingegen nahmen zu.

Hochsaison für Kalbfleisch vorüber

Im Januar 2019 ist der Produzentenpreis für Schlachtkälber saisonal bedingt wieder gesunken (-10 % gegenüber Dezember 2018 und -1,4 % gegenüber dem Vorjahr).

Deutschland – 2018: günstige Schweine, teureres Bankvieh

Im vergangenen Jahr 2018 haben deutsche Schweinemäster deutliche Einbussen im Produzentenpreis für Schlachtschweine (-12,2 % gegenüber 2017 für Schweine E-P) einfahren müssen. Auch Schlachtkühe wurden günstiger gehandelt (-1,6 %). Lämmer (+0,4), Kälber (+0,6 %) und Muni (+1,1 %) wurden teurer.

Korrigendum Einkaufstourismus

Die in der Analyse zum Einkaufstourismus berechneten Preisanteile für verarbeitete importierte Fleischwaren wurden rückwirkend angepasst ([Marktbericht Fleisch August 2018](#)). Die Erläuterungen im Begleittext behalten ihre Gültigkeit. (Seite 5)

Korrigendum: Analyse Einkaufstourismus ([Marktbericht Fleisch August 2018](#))

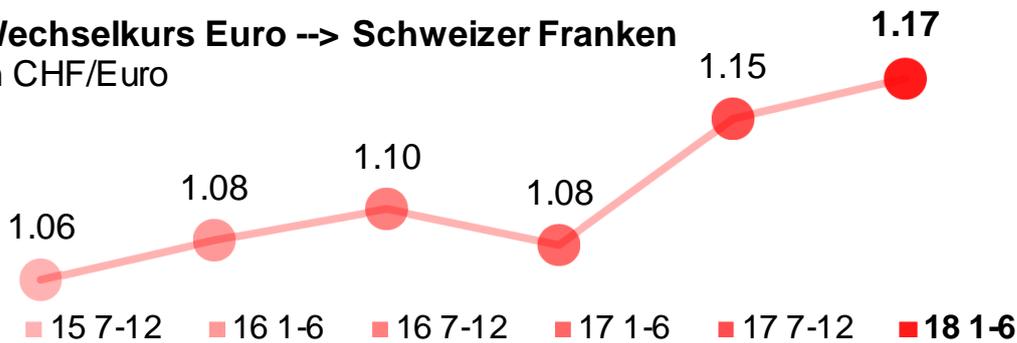
Die berechneten Preisanteile für verarbeitete Fleischwaren wurden rückwirkend angepasst. Die Preise für die über den Einkaufstourismus eingekauften Charcuterie-Produkte ist tiefer, als ursprünglich ausgewiesen. Entsprechend liegt der Preisanteil von Auslandeinkäufen an Preisen bei Inlandeinkäufen für verarbeitete Fleischwaren nun unter 100 % (siehe untenstehende Grafik). Die Entwicklung der Preisanteile bleibt unverändert, nur das Preisniveau ist tiefer. Die im Begleittext erläuterten Erklärungen behalten ihre Gültigkeit.

Einkaufstourismus von Fleischprodukten

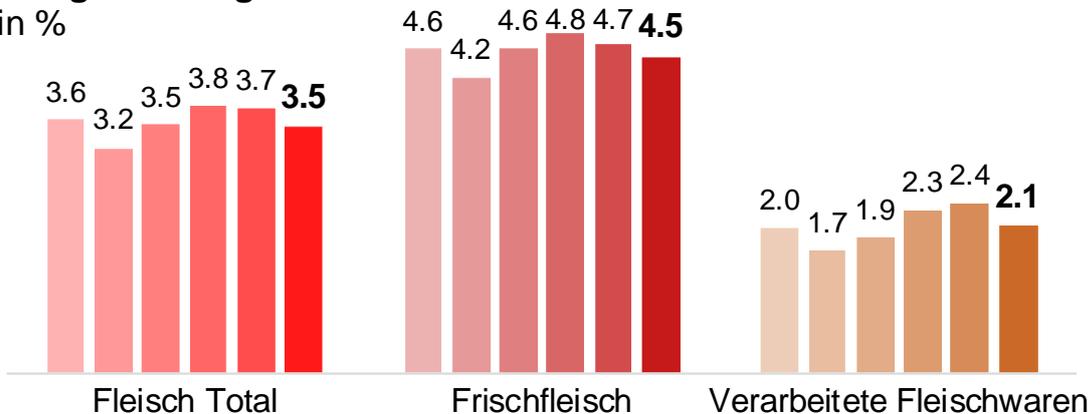
Entwicklung der Preis- bzw. Mengenanteile von Auslandeinkäufe an den Inland- bzw. Gesamteinkäufen von Schweizer Haushalten
 Anteile in %, Wechselkurs in CHF/Euro

2015 2. Halbjahr (7-12)..2018 1. Halbjahr (1-6) (Halbjahreswerte)

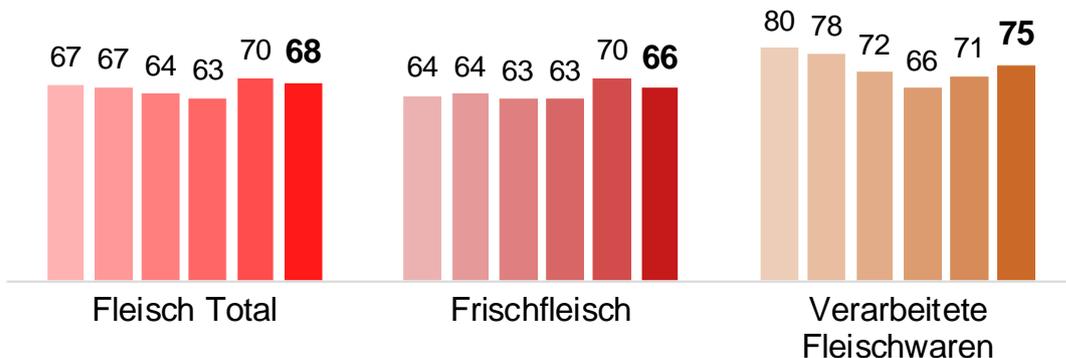
Wechselkurs Euro --> Schweizer Franken
 in CHF/Euro



Mengenmässiger Anteil Auslandeinkäufe an Gesamteinkäufen
 in %



Preisanteil von Auslandeinkäufen an Preisen bei Inlandeinkäufen
 in % *****Rückwirkende Korrektur (Februar 2019)*****



Quelle: Nielsen Schweiz, Konsumentenpanel gemäss Definition BLW