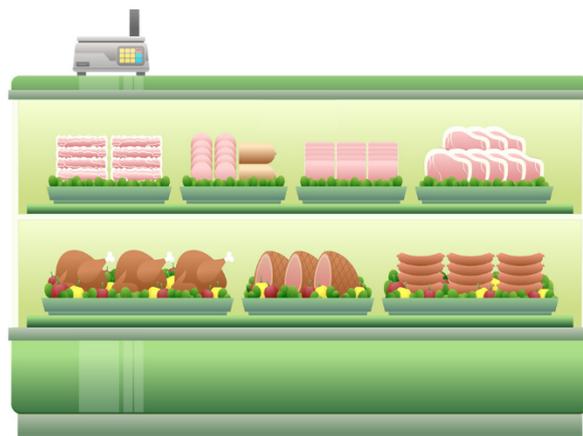




Rückblick 2019: Entwicklungen im Schweizer Detailhandel

Der Fleischbereich im Schweizer Detailhandel verzeichnete im vierten Jahr in Folge tiefere Absätze. Die steigenden Preise konnten die Absatzrückgänge allerdings kompensieren und führten zu einem insgesamt stabilen Umsatz. Der sich erholende Schweinemarkt bewirkte dabei einen Preisanstieg bei Charcuterie-Produkten. Der Trend hin zu einer vermehrten Nachfrage nach Pouletfleisch bleibt weiterhin bestehen. Auch der Konsum von Edelstücken ist in der Schweiz sehr beliebt.



Der Detailhandel hat im Schweizer Lebensmittelmarkt eine zentrale Bedeutung. Über die Hälfte des Fleischabsatzes läuft über diesen Kanal beim Verkauf an Endkonsumentinnen und Endkonsumenten (nachfolgend als Konsumenten bezeichnet). Im Jahr 2019 hat der Schweizer Detailhandel (inkl. Discounter und Fachhandel)

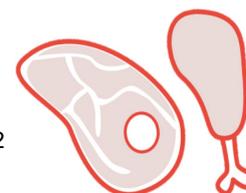
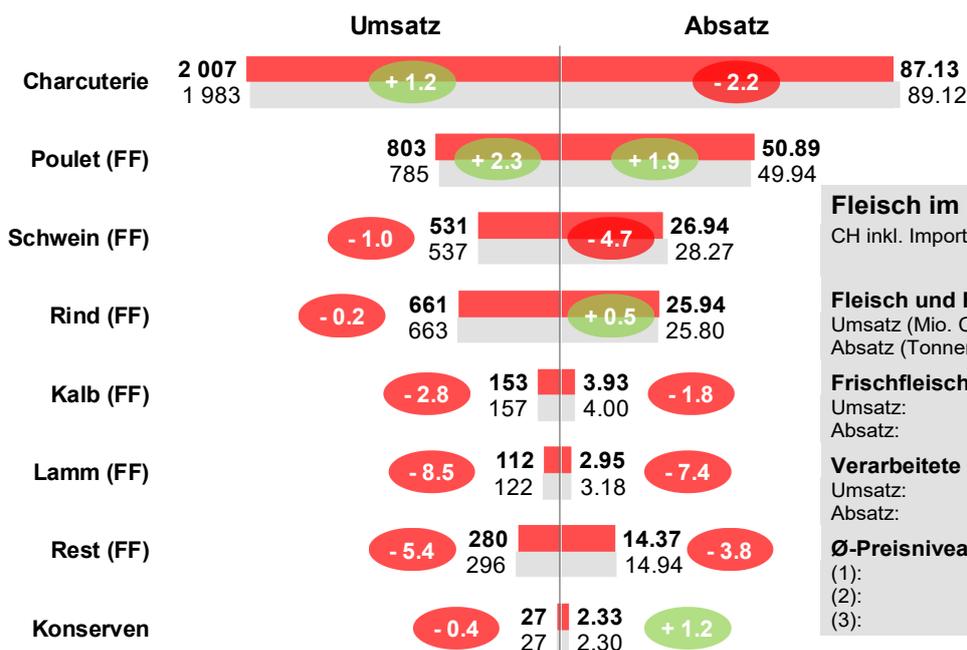
214 470 Tonnen Fleischprodukte (Frischfleisch und verarbeitete Fleischwaren) abgesetzt (ohne Fleisch als Zutat in Sandwiches, Saucen und Backwaren etc.). Im Vergleich zu 2018 entsprach dies einem Rückgang um rund 3000 Ton-

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 19/18 in %

■ 2019 ■ 2018 *ohne Tierfutter



Fleisch im Detailhandel

CH inkl. Import 2019 Δ19/18 (%)

Fleisch und Fleischprodukte (1)

Umsatz (Mio. CHF): 4 573.4 + 0,1
Absatz (Tonnen): 214 470 - 1,4

Frischfleisch (2)

Umsatz: 2 540.3 - 0,8
Absatz: 125 012 - 0,9

Verarbeitete Fleischwaren (3)

Umsatz: 2 033.2 + 1,2
Absatz: 89 459 - 2,1

Ø-Preisniveau (CHF/kg)

(1): 21.32 + 1,5
(2): 20.32 + 0,1
(3): 22.73 + 3,4

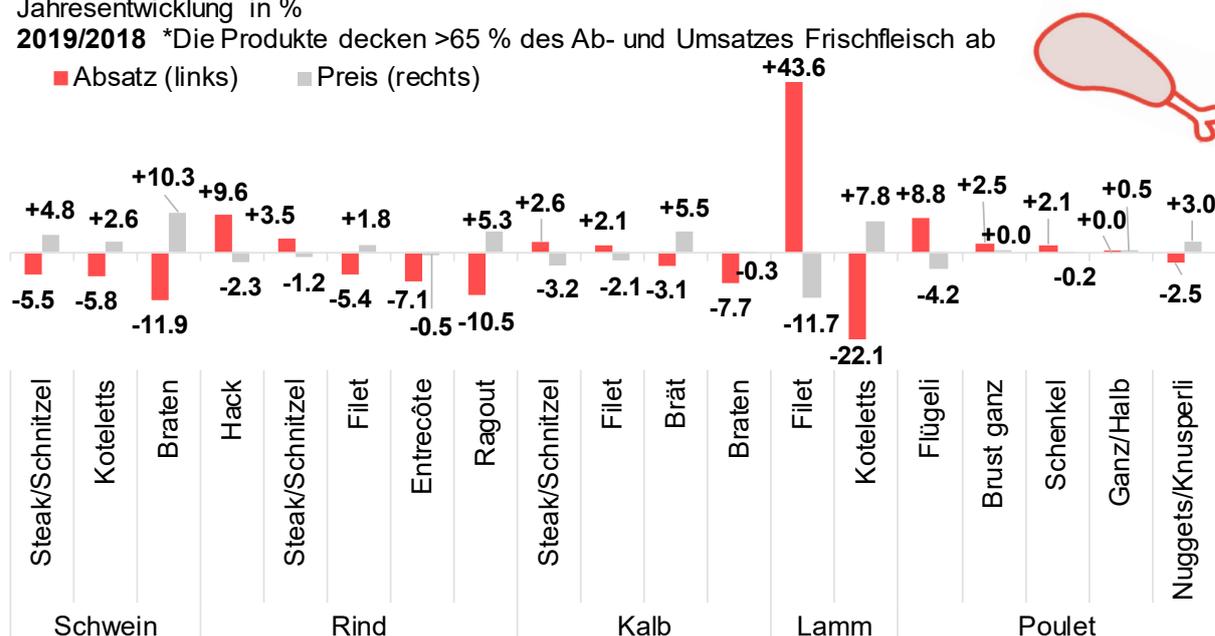
Quelle: Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

Marktentwicklung Frischfleisch

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

2019/2018 *Die Produkte decken >65 % des Ab- und Umsatzes Frischfleisch ab

■ Absatz (links) ■ Preis (rechts)



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

nen. Somit sank der Jahresabsatz des Detailhandels im Fleischbereich zum vierten Mal in Folge seit 2015. Der Umsatz aus dem Vorjahr konnte hingegen gehalten werden. Insgesamt bezahlten Konsumenten 4.57 Mia. CHF für Fleischprodukte im Detailhandel. Das sind 0,1 % bzw. 4 Mio. CHF mehr als 2018. Durchschnittlich erhöhte sich der Preis pro Kilogramm Fleisch um 1,5 % auf 21.3 CHF pro Kilogramm Verkaufsgewicht.

Unterschiedliche Entwicklung je Tierkategorie

Die grössten Absatz- bzw. Umsatzrückgänge wurden bei frischem Lamm- (-7,4 % bzw. -8,5 %)- und Kalbfleisch (-1,8 % bzw. -2,8 %) festgestellt. Trotz Gesamtrückgang bei der Nachfrage nach Lamm konnte die Inlandproduktion im vergangenen Jahr um +0,5 % zulegen, beim Kalbfleisch hingegen ist sie gesunken (-2,5 %). Ausserdem verzeichneten beide Tiergattungen deutlich weniger Importe (Kalb inkl. Leber: -18,6 %; Lamm: -9,7%). Beim Rindfleisch wurde trotz Absatzanstieg ein leichter Umsatzrückgang beobachtet, allerdings auf tiefen Niveau (Absatz +0,5 %, Umsatz -0,2 %). Beim Rind ist die Inlandproduktion 2019 um 1,4 % gesunken, während die Importe mengenmässig gestiegen sind, allerdings mit einem tieferen Anteil Edelstücke als noch im Vorjahr. (Quelle Produktion, Importe: Proviande)

Der Frischfleischbereich verzeichnete insgesamt 0,9 % (-1100 Tonnen) tiefere Absätze und 0,8 % (-20 Mio. CHF) tiefere Umsätze.

Ganze Branche löst höhere Preise für Schweinefleisch

Der deutlichste Rückgang bei den Absatzmengen im Frischfleischbereich wurde mit -4,7 % beim Schweinefleisch verzeichnet (-1300 Tonnen Verkaufsgewicht). Dieser Rückgang verlief parallel zur stark rückläufigen Entwicklung in der Produktion (um -4,4 % tiefere Produktionsmengen). Dafür erholten sich infolgedessen die Produzentenpreise und stiegen um +15,3 % an; (vgl. [Marktbericht Fleisch in Zahlen](#)).

Die gestiegenen Produzentenpreise wurden entlang der Wertschöpfungskette an den Konsumenten weitergegeben, was sich auch an den erhöhten Preisen im Schweizer Detailhandel sowohl bei Frischfleisch, als auch Charcuterie zeigt. Frisches Schweinefleisch kostete rund 3,9 %, Speck +8,9 %, Cervelat +10,7 %, Schinken +5,2 % und Aufschnitt +3,5 % mehr. Nur leicht gestiegen sind die Preise für Salami (+1,5 %).

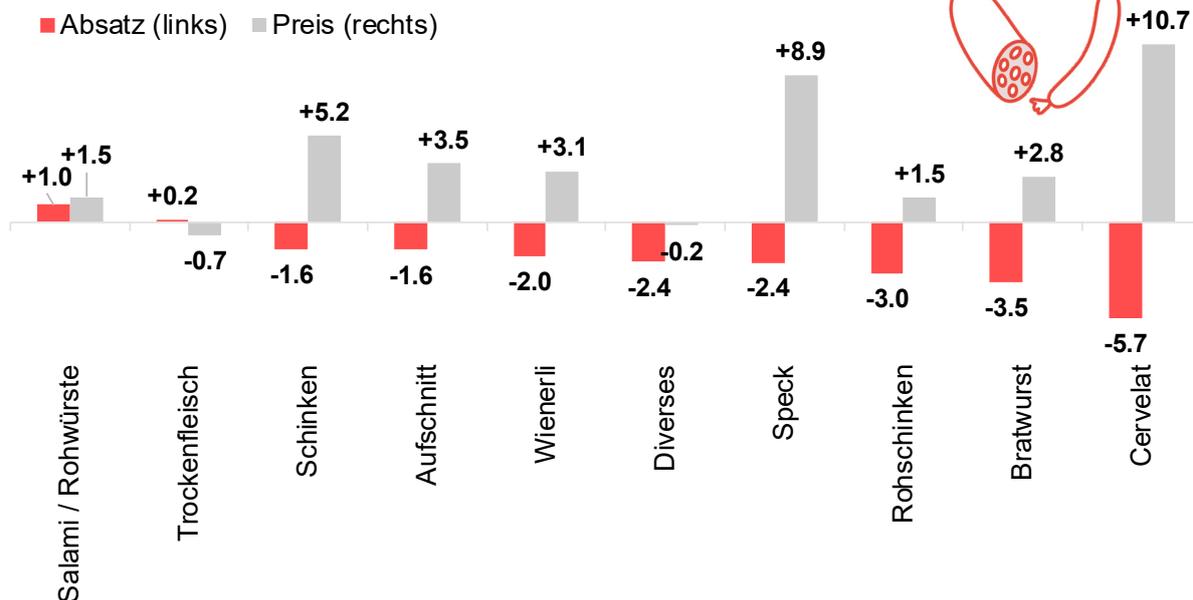
Poulet bleibt im Detailhandel ein Wachstumsmarkt

Pouletfleisch ist bei Konsumentinnen und Konsumenten sehr beliebt und verzeichnete auch im vergangenen Jahr eine weiter wachsende Nachfrage. Der Poulet-Frischfleischabsatz stieg im vergangenen Jahr um 1,9 % auf 50 890 Tonnen Verkaufsgewicht. Poulet ist das mit Abstand grösste Frischfleischsegment –Dennoch wurde

Marktentwicklung Charcuterie

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

2019/2018 *Die Produkte decken >90 % des Ab- und Umsatzes Charcuterie ab



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

beim Pro-Kopf-Verbrauch von Geflügel insgesamt erstmals seit Jahren eine Stagnation beobachtet (2019: -0,1 % auf 14,2 kg/Kopf; Quelle: Proviande). Das totale Angebot (Inlandproduktion und Importe) stieg insgesamt um +0.6% weiter an.

Die Detailhandels-Umsätze von Poulet erreichten 803 Mio. CHF, was einem Wachstum um 2,3 % entspricht. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich der durchschnittliche Verkaufspreis pro Kilogramm Verkaufsgewicht für Pouletfrischfleisch um 0.3% auf 15.80 CHF/kg. Eine verstärkte Nachfrage verzeichneten insbesondere Pouletflügeli (+8.8%) und Pouletbrust (+2.5%).

Charcuterie: nur Salami im Plus

Die Absatzmengen bei verarbeiteten Fleischwaren verzeichneten einen Rückgang. Dank höheren Preisen konnte der Umsatzrückgang etwas abgefedert werden (insbesondere bei Charcuterie mit Schweinefleisch). Cervelats verzeichneten ein Absatz-Minus von 5,7 %, bei weiteren Würsten wie Wienerli und Bratwürsten waren die Rückgänge etwas geringer.

Das einzige bedeutende Absatzwachstum konnte bei Salami und Rohwürsten beobachtet werden. Bei leicht steigenden Preisen (+1,5 %) stieg der Absatz im vergangenen Jahr um 66 auf 6404 Tonnen, was einem relativen Wachstum von plus 1,0 % entspricht. Der Umsatz betrug rund 180 Mio. CHF. Konsumenten bezahlten damit für ein Kilogramm Salami oder Rohwürste durchschnittlich 28 CHF.

Schweizer kaufen überproportional viele Edelstücke

Trotz Rückgängen beim Absatz von Frischfleisch bleiben frische Edelstücke die wichtigsten Absatz- und Umsatztreiber. Pouletbrust sowie Produkte auf Pouletbrust basierend machen 38,8 % der gesamten Poulet-Absätze im Frischfleischbereich aus. Beim Lammfleisch sind es 68,4 % des gesamten Frischfleischabsatzes. Dies hat zwei Gründe:

1. Edelstücke lassen sich ideal unverarbeitet zu guten Preisen absetzen, da diese Produkte in der Schweiz überproportional gekauft werden (siehe auch [Marktbericht Fleisch April 2019](#)).
2. Die hohe Nachfrage nach Edelstücken führt zu gezielten Importen dieser Produkte aus dem Ausland, da die Inlandproduktion den Bedarf an Edelstücken nicht abdecken kann, ohne gleichzeitig deutliche Überschüsse der übrigen, weniger edlen Teile zu produzieren.

So entfallen beim typischen Detail-Zerlegungsschnitt eines Schweineschlachtkörpers rund 11,4 % auf Edelstücke (Quelle: Metzger Treuhand und eigene Schätzung). Hingegen konnten im Schweizer Detailhandel mit 33.1% knapp das Dreifache an Edelstücken abgesetzt werden. Im Gegensatz dazu werden für die Produktion von Charcuterie-Produkten dafür überproportional viele Reststücke verarbeitet.

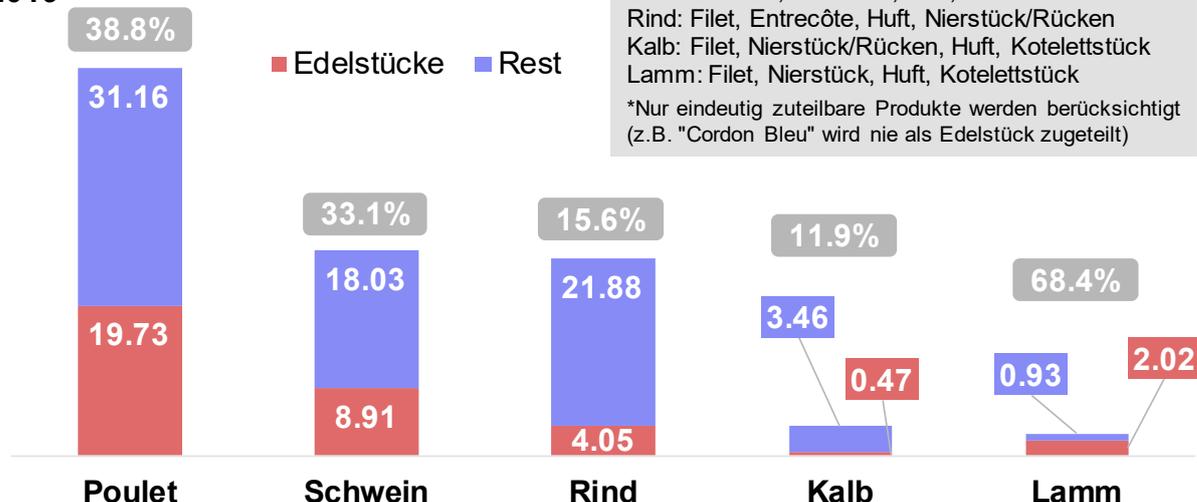
Beim Rind und beim Kalb sind die Edelstück-Anteile im Vergleich zu anderen Tierkategorien

Bedeutung von Edelstücken

Absätze und Absatzanteile von Edelstücken am Frischfleischttotal nach Tiergattung im Schweizer Detailhandel

Anteile in % Absätze in 1 000 Tonnen

2019



Berücksichtigte Edelstücke*

Poulet: Brust

Schwein: Filet, Nierstück, Huft, Kotelettstück

Rind: Filet, Entrecôte, Huft, Nierstück/Rücken

Kalb: Filet, Nierstück/Rücken, Huft, Kotelettstück

Lamm: Filet, Nierstück, Huft, Kotelettstück

*Nur eindeutig zuteilbare Produkte werden berücksichtigt (z.B. "Cordon Bleu" wird nie als Edelstück zugeteilt)

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

kleiner. Einerseits gehört beim Rind der Verkaufsschlager Hackfleisch ebenfalls zum Frischfleisch, was damit den Edelstückanteil drückt. Andererseits sind gerade beim Rind Edelstücke deutlich kostspieliger als beim Schwein und beim Poulet. Zudem ist beim Kalb der Selbstversorgungsgrad sehr hoch, weshalb nur saisonal

Kontingente für Importe gewährt werden. Dies führt dazu, dass beim Kalb der Anteil verkaufter frischer Edelstücke näher im Verhältnis zur Ausbeute beim Schlachtkörper steht.

Den «Markt aktuell» sowie Anmerkungen zur Analyse finden Sie auf den nächsten Seiten.

Markt aktuell

Höhere Pouletproduktion im Januar

Die Produktion von Pouletfleisch (+5,9 %) und Truthahnfleisch (+8,8 %) nahm im Januar 2020 deutlich zu. Im Februar wurde bei Schweinefleisch eine leichte Zunahme um 0,4 % beobachtet. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass der Februar in diesem Jahr einen Tag mehr hat. (Quelle: Agristat)

Deutlicher Preisanstieg bei Schlachtkühen

Im Februar 2020 wurden Kühe T3 für 8.61 CHF/kg SG gehandelt, ein neuer Rekord für den Februar (Label/QM/Bio gemischt). Der Preis lag 16,7 % über dem Vorjahresniveau.

Tiefere Bruttowertschöpfung bei Rindfleisch im Detailhandel

Die Bruttowertschöpfung bei der Vermarktung von frischem Rindfleisch im Schweizer Detailhandel lag im Februar 2020 3,7 % unter dem Vorjahreswert. Dies einerseits wegen den höheren Produzentenpreisen; andererseits wegen den tieferen Preisen an der Verkaufsfond im Detailhandel (-1,5 %).

Schlachtkühe werden auch in Deutschland teurer verkauft

Im Januar 2020 lagen die Preise für Schlachtkühe R3 (vergleichbar mit T3) 2,8 % höher als im Dezember (+0,7 % ggü. Februar 2019).

Anmerkungen zur Analyse

Die Analyse stützt sich auf die Datenbasis von Nielsen Schweiz. Nachfolgend wird die Datengrundlage kurz erläutert.

Das Konsumentenpanel

Am Konsumentenpanel von Nielsen Schweiz nehmen rund 4'000 Haushalte in der Deutsch- und der Westschweiz teil (ohne Tessin). Dabei werden über das gesamte Jahr die Einkaufsdaten jedes Haushaltmitglieds erfasst. Konkret sind die Mengen und Ausgaben aller eingekauften Produkte von den Haushalten anzugeben.

Das Retailpanel

Am Retail- bzw. Scanningpanel von Nielsen Schweiz werden alle auf dem Ladenband gescannten Produkte derjenigen Detailhändler erfasst, die im Panel mitmachen. Das Panel umfasst die meisten nationalen Akteure im stationären Detailhandel ausgenommen der beiden deutschen Discounter. Lokale Anbieter (Metzger, Direktvermarktung, etc.) werden ebenfalls nicht im Retailpanel abgebildet.

Das kombinierte Retail-/Konsumentenpanel

In einem kombinierten Panel (Konsumenten- und Retailpanel) können jene Kanäle, die nicht im Retailpanel enthalten sind, über das Konsumentenpanel geschätzt und gemeinsam mit dem Retailpanel zu einem globalen Panel über den stationären Detailhandel zusammengesetzt werden. Das kombinierte Retail-/Konsumentenpanel zeigt die genauesten Absatz- und Umsatzzahlen zum Schweizer Detailhandel und ist die Basis für die vorliegende Marktanalyse.

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 6. Dezember 2019)