

SCHWEIZER TIERSCHUTZ STS

## Wertschöpfungsanalyse bei Rind- und Schweinefleisch

**Konventionell, Label und Bio im Vergleich.**

Eine Recherche der Fachhochschule Nordwestschweiz im Auftrag des Schweizer Tierschutz STS



## Inhalt

1.	Ausgangslage	3
2.	Bisherige Studienergebnisse und Hypothesen	3
2.1	Wenig Transparenz in den Labelmärkten und unterschiedliche Mengenentwicklung	3
2.2	Verzernte Preissituation im Markt mit überhöhten Preisdifferenzen	4
2.3	Wertschöpfungsverteilung und ungenügende Kostendeckung in der Landwirtschaft	4
3.	Beurteilung der Hypothesen anhand der Ergebnisse der Studie der Fachhochschule Nordwestschweiz	5
<hr/>		
	Wertschöpfungsanalyse bei Rind- und Schweinefleisch	
	Recherche der Fachhochschule Nordwestschweiz im Auftrag des STS	6
	Ausgangslage	6
	Fleischprodukte und -kategorien	6
	Preise und Datenquellen	7
	Grossverteiler, Discounter	7
	Zeitraum	8
	Schweinezyklus	8
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Hackfleisch von Rindern bei Verkauf über Grossverteiler	9
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Hackfleisch von Rindern bei Verkauf über Discounter	10
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Rindsplätzli von Rindern bei Verkauf über Grossverteiler	11
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Schweinsnierstücke bei Verkauf über Grossverteiler	12
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Schweinsnierstücke bei Verkauf über Discounter	13
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Hinterschinken vom Schwein bei Verkauf über Grossverteiler	14
	Preise und Wertschöpfungsanteile für Hinterschinken vom Schwein bei Verkauf über Discounter	15
	Resultate	16
	Interpretation der Resultate	17
	Verwendete Preise	18

**Vision:** Der Tierschutz STS sieht die Nutztierhaltung als wesentliches Element einer zukunftsfähigen Land- und Ernährungswirtschaft. Solange tierische Produkte konsumiert werden, sehen wir es als unsere Aufgabe, dass in einer nachhaltigen Schweiz alle Nutztiere in tatsächlich tierfreundlichen Produktionssystemen gehalten und heutige Labels weiterentwickelt werden.

© November 2022 Schweizer Tierschutz STS

### Autor

Prof. Dr. Mathias Binswanger  
Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft  
Riggenbachstrasse 16  
4600 Olten

### Auftraggeber

Schweizer Tierschutz STS  
Dr. Stefan Flückiger, Geschäftsführer Agrarpolitik  
Dornacherstrasse 101, Postfach, 4018 Basel  
Tel. 061 365 99 99  
sts@tierschutz.com, www.tierschutz.com

# 1. Ausgangslage

Der Absatz von Tierwohlprodukten steht stark unter Druck, insbesondere beim Labelfleisch (inkl. Bio) zeigen sich stagnierende oder sogar rückläufige Absatzentwicklungen (vgl. STS-Labelstatistik 2022<sup>1</sup>). Aus diesem Grund hat der STS im Jahr 2020 die Kampagne «Absatzoffensive Labelprodukte» (Fleisch, Eier und Milchprodukte) ins Leben gerufen. Sie setzt sich zum Ziel, die Entwicklungen in den Labelmärkten transparent zu machen, die Anzahl tiergerecht gehaltener Tiere auszuweisen und die Widerstände in der «Labelbewegung» zu beleuchten bzw. abzubauen. Die Kampagne beinhaltet Marktstudien in den relevanten Labelmärkten<sup>2</sup>, Forschungsprojekte zur Untersuchung der Rahmenbedingungen<sup>3</sup> sowie Arbeiten im Bereich Gastronomie und dem nachhaltigen Konsum<sup>4</sup>.

«Tiergerecht produziert» gilt für Produkte, die gemäss der STS-Labelbewertung essenmitherz.ch<sup>5</sup> mit TOP und OK bewertet werden, also für Labels und Standards, die vom STS empfohlen werden und deren Anforderungen ausreichend Tierwohl garantieren, z. B. freie Bewegung, Beschäftigung, Auslauf oder Weide. Mit dem Begriff «Labeltiere» sind also Tiere gemeint, die in solchen tierfreundlichen Produktionssystemen gehalten und vermarktet werden wie Bio Suisse, IP-Suisse, Naturafarm, Swiss Premium Rindfleisch oder Weidebeef.

## 2. Bisherige Studienergebnisse und Hypothesen

### 2.1 Wenig Transparenz in den Labelmärkten und unterschiedliche Mengenentwicklung

Der STS hat politisch mehrere Male versucht, mehr Transparenz in die Märkte für Tierwohlprodukte zu bringen, was vom Bundesrat und Parlament jeweils abgelehnt wurde. Aus diesem Grund hat der STS im Jahr 2020 das Instrument der Labelstatistik entwickelt, um Aussagen zu Entwicklungen bei den Labeltieren und deren Absatzzahlen zu machen. In der Labelstatistik 2022<sup>6</sup> wird festgehalten, dass sich trotz Wachstumsimpulsen und guten Absatzzahlen in verschiedenen Nachhaltigkeitssegmenten wie bio, regional und fair der Label-Fleischmarkt die grosse Ausnahme ist – dies trotz der Förderprogramme des Bundes (BTS/RAUS). Der Anteil von tierfreundlich gehaltenen und als Labelprodukt abgesetzten Tieren ist bei rund 10 Mio. Tieren von 12.2 % (2020) auf 12.0 % (2021) gesunken – bei steigenden Zahlen von total 86.5 Mio. geschlachteten Tieren (ohne Importe). Diese Entwicklung kann nicht in erster Linie den Konsumentinnen und Konsumenten angelastet werden. Viel eher macht sich in der Branche und im Detailhandel eine gewisse «Labelmüdigkeit» breit, ebenso läuft die praktizierte Wertschöpfungspolitik in die falsche Richtung (siehe Hypothese 2). Bedenklich tief sind die Absatzzahlen in der Gastronomie. Etwas besser läuft es im Label-Milchmarkt mit erfreulichen Zunahmen, jedoch auf tiefem Niveau. Überzeugende Labelanteile existieren lediglich bei den Bio- und Freilandeiern.

**Hypothese 1:** In den Märkten für tiergerecht erzeugte Produkte, den sogenannten Labelmärkten, herrscht zu wenig Transparenz. Erheblicher Handlungsbedarf besteht beim Label-Fleischmarkt, dessen Absatzzahlen stagnieren bzw. in gewissen Segmenten sogar sinken. Gründe dafür sind mangelndes Interesse und falsche Preisanreize der Anbieter in Detailhandel und Gastronomie (vgl. Hypothese 2).

1 Schweizer Tierschutz STS, Recherche Labelstatistik 2022 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelstatistik.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelstatistik.html))

2 Schweizer Tierschutz STS, Recherche Marktanalyse Eier- und Geflügelfleisch, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_eier\\_gefluegel.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_eier_gefluegel.html)); Schweizer Tierschutz STS, Recherche Marktanalyse Labelfleisch, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelfleisch.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelfleisch.html)); Schweizer Tierschutz STS, Recherche Marktanalyse Milch und Milchprodukte, 2021 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_milch.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_milch.html))

3 Schweizer Tierschutz STS, Recherche Bericht zur Betriebszweiganalyse, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_betriebszweiganalyse.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_betriebszweiganalyse.html)); Schweizer Tierschutz STS, Recherche Handlungsoptionen bezüglich Tierwohl, 2020

4 Schweizer Tierschutz STS, Kampagne Tierwohlprodukte in der Gemeinschaftsgastronomie, 2021 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_gemeinschaftsgastro.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_gemeinschaftsgastro.html)); Schweizer Tierschutz STS, Recherche Tierschutz und nachhaltiger Konsum, 2022 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/nachhaltiger\\_konsum.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/nachhaltiger_konsum.html))

5 Schweizer Tierschutz STS, Labelbewertung essenmitherz.ch (<https://essenmitherz.ch/>)

## 2.2 Verzernte Preissituation im Markt mit überhöhten Preisdifferenzen

Mit der Marktanalyse Labelfleisch 2020<sup>6</sup> konnte aufgezeigt werden, dass die Preisrelationen bei den nachhaltig und tierfreundlich erzeugten Fleischsortimenten besonders verzerrt sind bzw. diese im Markt preislich besonders unattraktiv positioniert werden – Kampfpreise und Tiefpreis-Aktionen bei den konventionellen Sortimenten auf der einen Seite und nicht wettbewerbsfähige Preise bei den Labelprodukten auf der anderen Seite. Mit einer Agroscope-Studie<sup>7</sup> liess sich bestätigen, dass die Nachfrage von Tierwohlfleisch besonders preiselastisch reagiert und folglich die Preisschere zwischen konventionellen und Label- bzw. Bioprodukten eine besondere Relevanz hat. Effektive Fortschritte im Markt von tierfreundlich erzeugtem Fleisch lassen sich somit nur erzielen, wenn die Label- bzw. Bioprodukten konkurrenzfähiger bzw. die künstlich hohen Preisdifferenzen zu den konventionellen Produkten kräftig gesenkt werden. Obwohl es gewisse besondere Kostenelemente bei Labelprodukten zu berücksichtigen gibt (z.B. Abwertungen), sind die überhöhten Preisdifferenzen nicht nachvollziehbar. Die Tierwohlprodukte sind heute in der Gesellschaft breit anerkannt und stehen auch bei der Förderpolitik des Bundes weit oben (Strategie nachhaltige Entwicklung 2030). Immer mehr Fachpersonen stellen aber den Markt als Transformator hin zu nachhaltigen und tiergerechten Ernährungssystemen infrage. Es wird gefordert, dass der Bund oder die Wettbewerbsbehörden tätig werden müssen, damit die erwünschten Entwicklungen bei Label- und Biofleisch eintreten.

**Hypothese 2:** Die Nachfrage nach tierfreundlich erzeugten Fleischprodukten reagiert überdurchschnittlich preiselastisch. Die sich öffnende Preisschere zwischen konventionellen und Label- bzw. Bioprodukten ist somit ein zentrales Hindernis für Verbesserungen im Absatz von Tierwohlprodukten. Die Forderung nach mehr Transparenz in der Preisbildung entlang der Wertschöpfungskette ist somit berechtigt. Es herrscht umfangreicher staatlicher Regulierungsbedarf.

## 2.3 Wertschöpfungsverteilung und ungenügende Kostendeckung in der Landwirtschaft

Die enormen Differenzen zwischen den Verkaufspreisen von konventionellen und Labelprodukten widerspiegeln sich nicht in den Produzentenpreisen. Mit der heute praktizierten Wertschöpfungspolitik im Detailhandel kann die Labelproduktion kaum von den hohen Endverkaufspreisen profitieren. Ihre Anteile an der gesamten Wertschöpfung sind konsequent tiefer als bei den konventionellen Produkten. Eine Agroscope-Studie<sup>8</sup> hat deutlich gemacht, dass der Mehraufwand für Tierwohlleistungen den Produzentinnen und Produzenten durch die Labelzuschläge nicht vollständig abgegolten wird, dies trotz den Beiträgen aus den Tierwohlprogrammen BTS/RAUS. Die Labelproduktion kann in der Rindviehmast über einen Viertel der Aufwendungen für das Tierwohl nicht decken; bei der Schweinemast werden rund 10% der Tierwohlleistungen nicht abgegolten. Mittelfristig wird die Labelbewegung nur erfolgreich sein, wenn sich die Produzentinnen und Produzenten proportional am Markterfolg beteiligen können und ihre Kosten gedeckt sind.

**Hypothese 3:** Bei allen Fleischkategorien ist der Anteil der Tierhalterinnen und -halter an der Wertschöpfung bei Label und Bioprodukten geringer als bei Standardprodukten. Die Produzentinnen und Produzenten können sich also nicht proportional am Markterfolg von Label- und Bioprodukten beteiligen, obwohl sie es sind, die die Tierwohlmehrwerte erzeugen.

<sup>6</sup> Recherche Marktanalyse Labelfleisch, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelfleisch.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelfleisch.html)); Schweizer Tierschutz STS

<sup>7</sup> STS, Recherche Handlungsoptionen bezüglich Tierwohl, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_handlungsoptionen.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_handlungsoptionen.html))

<sup>8</sup> Schweizer Tierschutz STS, Recherche Bericht zur Betriebszweiganalyse, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_betriebszweiganalyse.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_betriebszweiganalyse.html))

### 3. Beurteilung der Hypothesen anhand der Ergebnisse der Studie der Fachhochschule Nordwestschweiz

Die Fachhochschule Nordwestschweiz hat den Auftrag erhalten, eine Aktualisierung der STS-Markanalyse Labelfleisch 2020 vorzunehmen und Transparenz zu schaffen hinsichtlich den Wertschöpfungsanteilen bei Fleischprodukten differenziert nach Produktion, Verarbeitung und Detailhandel. Ausserdem wurde untersucht, ob sich die Wertschöpfungsanteile bei konventionellen Produkten gegenüber Label- und Biofleisch unterscheiden. Die Studie soll Antworten liefern, ob und wie der Absatz im Label-Fleischmarkt beeinträchtigt wird.

Hinsichtlich der obigen drei Hypothesen lassen sich aus den Studienergebnissen folgende Ableitungen machen:

**Hypothese 1:** Die Mengenentwicklungen waren nicht Gegenstand der Studie. Dennoch liefern die Studienergebnisse wichtige Erkenntnisse zur Hypothese 1: Durch die Transparenz in der Preisbildung entlang der Wertschöpfungskette lassen sich die ökonomischen Ursachen bei der sich öffnenden Preisschere bestätigen, die zu den Absatzproblemen bei den tierfreundlich erzeugten Produkten führen und schliesslich die Labelbewegung in den Schweizer Ställen wesentlich beeinträchtigen.

**Hypothese 2:** Mit den Studienergebnissen lässt sich Hypothese 2 bestätigen: Die Preisunterschiede zwischen Standardprodukten und Label- bzw. Bioprodukten sind ausserordentlich hoch. Bei den Schweinefleischprodukten kosten beispielsweise Bioprodukte zum Teil mehr als das Doppelte eines entsprechenden konventionellen Produktes. Unter solchen Marktbedingungen haben Konsumentinnen und Konsumenten keinen Anreiz, den Konsum von Label- und Biofleisch zu erhöhen. Insbesondere im Vergleich zu den Tiefstpreisen bei den Standardprodukten sind die Label- und Bioprodukte wenig konkurrenzfähig. Deshalb werden gemäss Studie bei Label- und Bioprodukten nur eine kleinere Anzahl von anspruchsvolleren und/oder Tierschutz-affinen Kundinnen und Kunden mit einer höheren Zahlungsbereitschaft angesprochen, die den hohen Aufpreis bereit sind zu bezahlen. Damit lässt sich die Aussage bestätigen, dass bei der heutigen Preisschere zwischen Label- und Standardprodukten die «Tierwohlkrise» im Fleischabsatz nicht beseitigt werden kann.

**Hypothese 3:** Auch Hypothese 3 konnte mit der Studie bestätigt werden: Die an die Tierhalterinnen und -halter bezahlten Preise für Tiere, die nach Richtlinien von Tierwohl-Labels oder Biorichtlinien gehalten werden, sind nur wenig höher als die Preise für Tiere, die konventionell gehalten werden. Bei den Konsumentenpreisen bestehen hingegen deutlich grössere Preisunterschiede. Folglich ist der Wertschöpfungsanteil der Produzentinnen und Produzenten für Label- und Bioprodukte erheblich geringer, während jener des Detailhandels entsprechend höher ausfällt. Unschön sind die Erkenntnisse, dass sich die im Vergleich zu den Konsumentenpreisen relativ geringen Produzentenpreise mit der Marktmacht der Abnehmer erklären lassen, mit der die Produzentenpreise tendenziell nach unten gedrückt werden. Es ist somit offensichtlich, dass die Märkte für Bio- und Labelfleisch unterreguliert sind und die Marktkräfte nicht ausreichen, um den Tieren ein artgerechtes Leben zu ermöglichen. Es besteht dringender Handlungsbedarf beim Bund.

Recherche der Fachhochschule Nordwestschweiz im Auftrag des STS

# Wertschöpfungsanalyse bei Rind- und Schweinefleisch

**Konventionell, Label und Bio im Vergleich**

Prof. Dr. Mathias Binswanger

## Ausgangslage

In der vorliegenden Studie wird untersucht, wie sich die Wertschöpfung bei Fleischprodukten auf die Stufen Tierhaltung (Bäuerinnen und Bauern), Verarbeitung und Handel aufteilt. Dabei interessiert einerseits die Frage, welcher Anteil eines Frankens, den der Konsument oder die Konsumentin für ein Fleischprodukt ausgibt, tatsächlich beim Bauern oder bei der Bäuerin landet. Andererseits geht es darum herauszufinden, ob sich die Wertschöpfungsanteile bei konventionellen Fleischprodukten von Label- oder Biofleisch unterscheiden. Da Konsumentinnen und Konsumenten für Label- oder Biofleisch erheblich mehr bezahlen als für konventionelle Fleischprodukte, stellt sich die Frage, ob Bäuerinnen und Bauern von diesen höheren Preisen profitieren. Nur in diesem Fall haben sie auch einen Anreiz, die Tierhaltung entsprechend umzustellen.

## Fleischprodukte und -kategorien

Folgende Standardprodukte wurden bei der Erhebung analog zur «Marktanalyse Labelfleisch» (STS 2020) berücksichtigt:

### Rind:

- Hackfleisch
- Rindsplätzli

### Schwein:

- Schweinsnierstücke
- Hinterschinken

Bei diesen Produkten wurden folgende Kategorien unterschieden:

### Standard tief:

Billigangebote wie Prix Garantie (Coop) oder M-Budget (Migros).

### Standard hoch:

Angebote höherer Qualität wie Qualité&Prix (Coop) oder M-Classic (Migros).

### Label:

Angebote, welche das Tierwohl berücksichtigen und entsprechend zertifiziert sind wie Naturafarm oder IP-Suisse. Diese Label-Kategorien werden vom Schweizer Tierschutz STS gemäss der STS-Labelbewertung essenmitherz.ch empfohlen.

### Bio:

Angebote, welche nach Bio-Richtlinien produziert werden und entsprechend nach Biosuisse zertifiziert sind wie Naturplan Bio oder Bio-Weidefleisch. Auch hier handelt es sich um Kategorien, welche vom STS auf essenmitherz.ch bewertet und empfohlen werden.

Nicht bei allen Produkten und Anbietern lässt sich zwischen den Kategorien «Standard tief» und «Standard hoch» unterscheiden. In diesen Fällen wird eine Kategorie «Standard» angegeben. Bei Rindsplätzli waren die Daten für Discounter unvollständig, so dass für dieses Produkt nur Berechnungen für den Verkauf über Grossverteiler vorgenommen wurden.

### **Preise und Datenquellen**

Grundlage der Analyse bilden Preise, welche die Wertschöpfung auf den unterschiedlichen Verarbeitungsstufen erfassen. Diese Preise sind:

#### **Produzentenpreis**

Diesen Preis erhalten Tierhalterinnen und -halter für Tiere (Rinder, Schweine), welche auf dem Schlachthof abgeliefert werden (Preis franko Schlachthof). Der Preis umfasst die Wertschöpfung auf der Stufe Tierhaltung. Es handelt sich um einen Marktpreis, für welchen entsprechende Statistiken vorliegen. Diese Statistiken werden wöchentlich in der Schweizer Bauernzeitung publiziert. Bei Rindern wurden die Produzentenpreise für die Kategorie QM Muni MT T3 (entspricht auch dem Preis für die Kategorie QM Rinder RG T3) verwendet. Bei Schweinen handelt es sich um den Preis für QM Schlachtschweine. In der gleichen Statistik finden sich auch die Prämien, welche für Tiere bezahlt werden, die gemäss den in dieser Untersuchung verwendeten Labels gehalten werden. Diese Prämien unterscheiden sich bei Rindfleisch je nach Label. Da für die in dieser Studie verwendeten Labels unterschiedliche Prämien bezahlt werden, wurde ein Durchschnittspreis eingesetzt.

#### **Rohmaterialpreis**

Dieser Preis erfasst den Wert des Fleisches nach Schlachten und Zerlegen des Tieres. Er enthält die Wertschöpfung der Stufen Verarbeitung und Tierhaltung. Die Differenz zwischen Rohmaterialpreis und Produzentenpreis ergibt die Wertschöpfung auf der Stufe der Verarbeitung. Im Unterschied zum Produzentenpreis ist der Rohmaterialpreis kein Marktpreis, für welchen entsprechende Statistiken vorliegen. Die Berechnung erfolgt aufgrund von Preiskalkulationen durch die Metzger-Treuhand AG. Die Metzger-Treuhand AG hat die Kalkulation der Rohmaterialpreise mit ihrer standardisierten Kalkulationsmethode auf Basis des anerkannten Zerlegeschemas mit Schlachtviehpreisen der Woche 49/2019 durchgeführt. Diese Kalkulation konnte für die Erhebungszeiträume im Jahr 2022 nicht wiederholt werden. Wir gehen davon aus, dass sich die Kosten in der Verarbeitung seither nicht wesentlich verändert haben. Es wird deshalb derselbe absolute Betrag zu den Produzentenpreisen addiert, den die Metzger-Treuhand in ihrer Kalkulation für die Verarbeitung in der Woche 49/2019 ermittelt hat, um den Rohmaterialpreis zu berechnen.

#### **Konsumentenpreis**

Diesen Preis bezahlen die Konsumentinnen und Konsumenten beim Kauf von Fleischprodukten (z.B. Hackfleisch) bei den Grossverteilern oder den Discountern. Der Konsumentenpreis umfasst die Wertschöpfung auf allen Verarbeitungsstufen. Die Differenz zwischen Konsumentenpreis und Rohmaterialpreis ergibt die im Handel erzielte Wertschöpfung. Die entsprechenden Preise wurden zu den verschiedenen Erhebungszeitpunkten direkt bei den Grossverteilern und Discountern ermittelt.

#### **Grossverteiler, Discounter**

Beim Handel unterscheiden wir die beiden Kategorien Grossverteiler und Discounter. Grossverteiler sind die beiden Grossanbieter Migros und Coop. Bei den Discountern haben wir Aldi, Lidl und Denner berücksichtigt. Die Unterscheidung zwischen Grossverteilern und Discountern soll darüber Auskunft geben, ob sich die Wertschöpfungsanteile unterscheiden, wenn Fleisch über Discounter statt über Grossverteiler verkauft wird. Bei den angegebenen Preisen handelt es sich um Durchschnittspreise, welche von den Grossverteilern oder von den Discountern verlangt wurden. Bei den Discountern sind die Erhebungen zum Teil unvollständig, so dass nicht immer Preise von allen drei Discountern verwendet werden konnten.

### **Zeitraum**

Die Preise wurden zu drei unterschiedlichen Zeitpunkten ermittelt.

1. Erhebung: November 2019 (Woche 49)
2. Erhebung: Februar 2022 (Woche 8)
3. Erhebung: Juni 2022 (Woche 23)

Eine erste Erhebung erfolgte im November 2019 kurz vor der Corona-Pandemie. Die entsprechenden Daten wurden bereits in der «Markanalyse Labelfleisch» (STS, 2020) publiziert. Die 2. Erhebung erfolgte im Februar 2022 und damit kurz vor dem Anstieg einiger Lebensmittelpreise aufgrund des Einmarsches von Russland in die Ukraine. Um allfällig dadurch verursachte Veränderungen zu erfassen, wurde eine zweite Erhebung im Juni 2022 durchgeführt.

### **Schweinezyklus**

Die Preise für Schlachtschweine sind dem sogenannten Schweinezyklus unterworfen. Es kommt zu periodischer Über- und Unterproduktion. Wenn die Nachfrage nach Schweinefleisch höher ist als das Angebot, steigen die Preise. Für Schweinezüchter wird es lukrativ, die Produktion auszuweiten. Es dauert dann aber relativ lange bis diese Schweine auch auf den Markt kommen, denn von der Züchtung bis zur Schlachtung vergehen etwa 42 Wochen. Wenn zu viele Bäuerinnen und Bauern ihre Produktion ausweiten, entsteht deshalb aufgrund der Zeitverzögerung typischerweise drei bis vier Jahre später ein Überangebot. Die Bäuerinnen und Bauern können die Schweine nicht mehr zu den hohen Preisen verkaufen. Als Folge sinken die Preise wieder.

Auch die in der Erhebung betrachteten Preise sind vom Schweinezyklus betroffen. So erreichten die Schweinepreise zu Beginn des Jahres 2020 einen Höhepunkt, welche auch die erste Erhebung der Preise im November 2019 in Woche 49/2019 bei dieser Untersuchung betrifft. Bis ins Jahr 2022 war der Preis für Schweinefleisch hingegen stark rückläufig. Die durch den Schweinezyklus verursachten Preisschwankungen gilt es zu berücksichtigen, wenn wir die Preise für Schweine und Schweinefleisch von 2019 mit 2022 vergleichen.



## Preise und Wertschöpfungsanteile für Hackfleisch von Rindern bei Verkauf über Grossverteiler

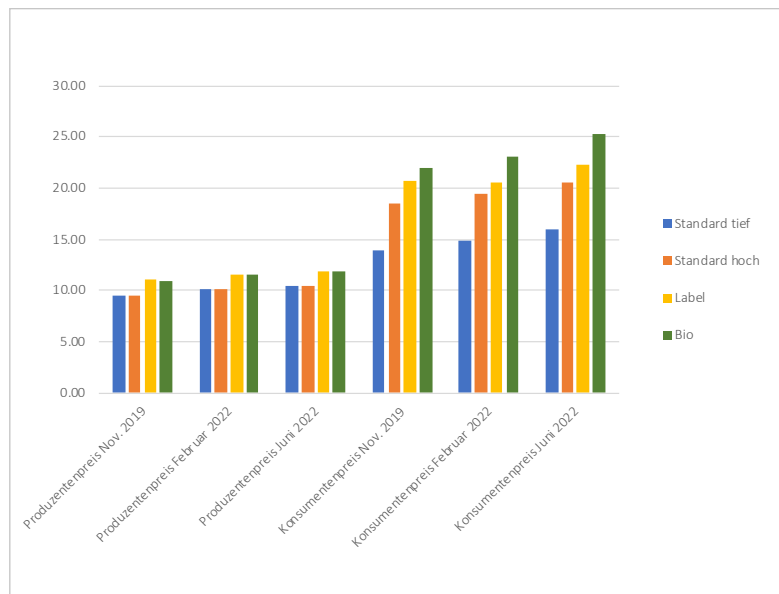


Abbildung 1: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

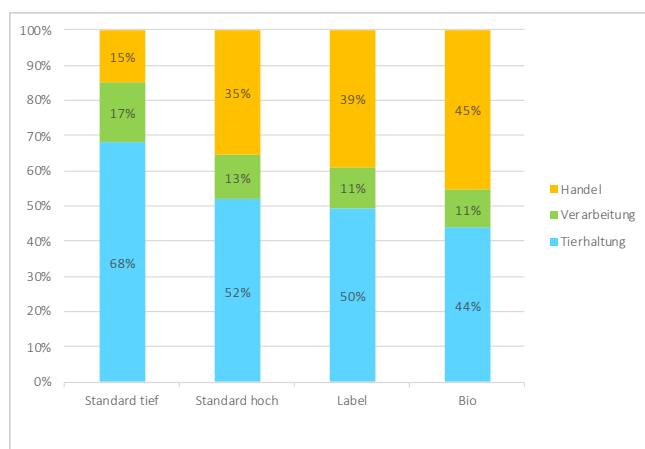


Abbildung 2: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

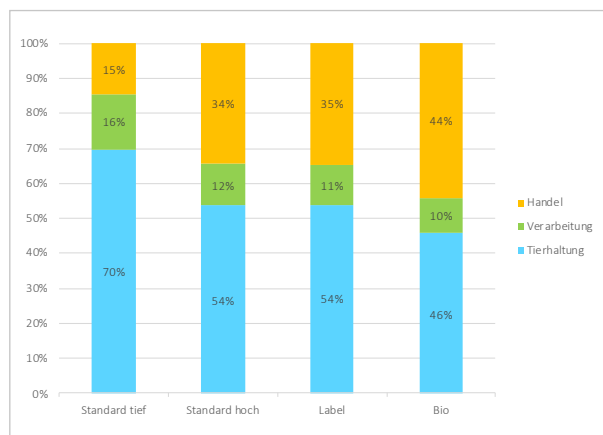


Abbildung 3: Anteile an der Wertschöpfung Februar 2022

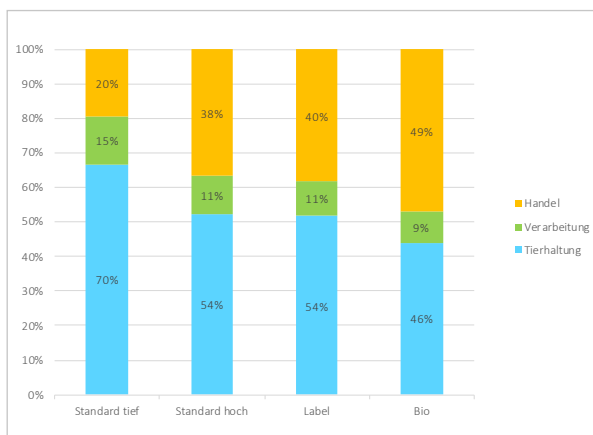


Abbildung 4: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Preise und Wertschöpfungsanteile für Hackfleisch von Rindern bei Verkauf über Discounter

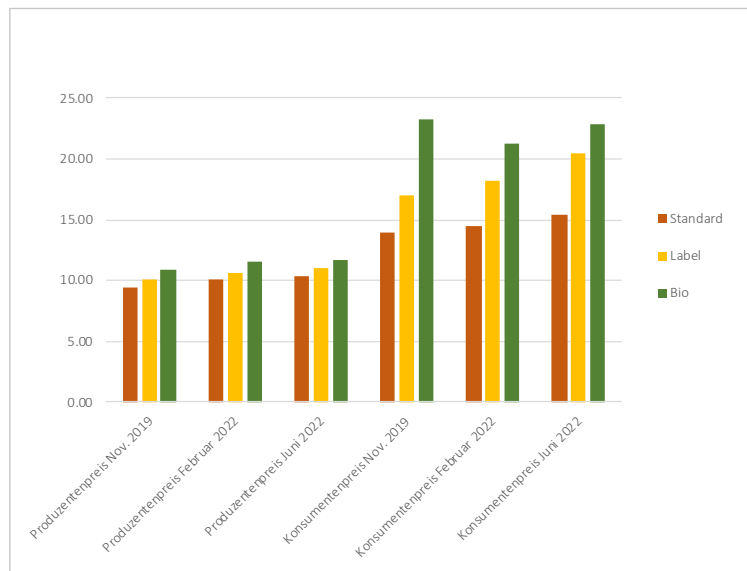


Abbildung 5: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

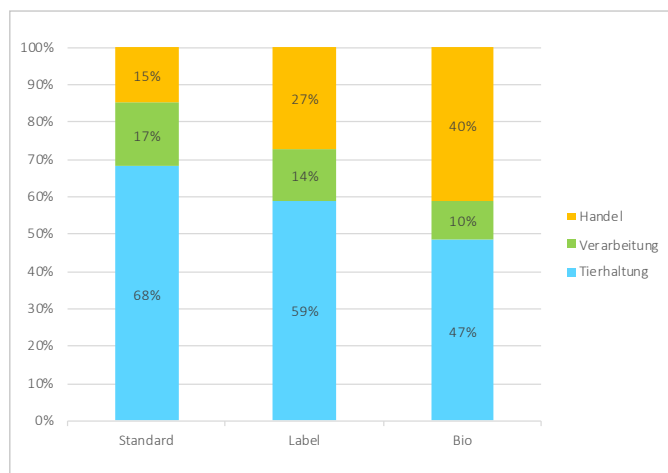


Abbildung 6: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

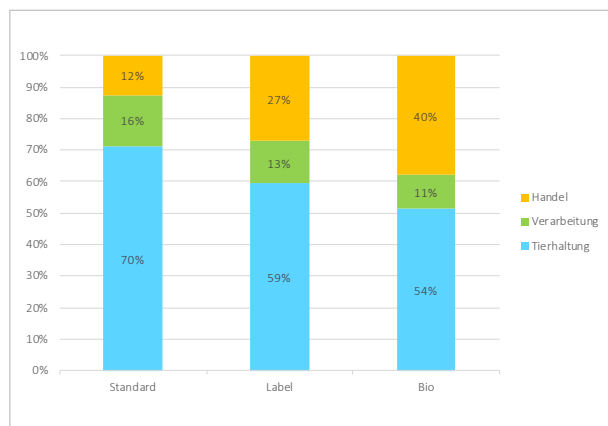


Abbildung 7: Anteile an der Wertschöpfung Februar 2022

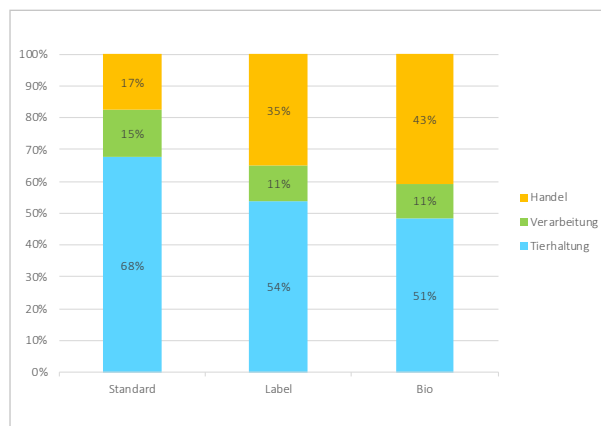


Abbildung 8: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Preise und Wertschöpfungsanteile für Rindsplätzli bei Verkauf über Grossverteiler

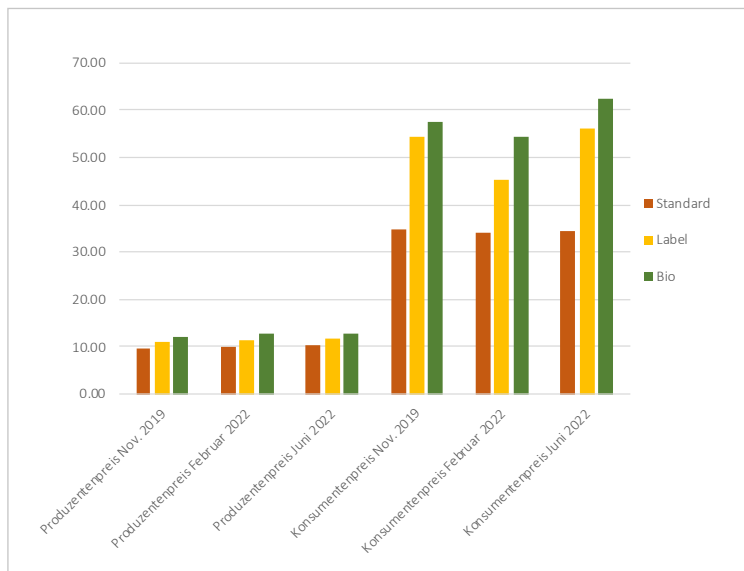


Abbildung 9: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

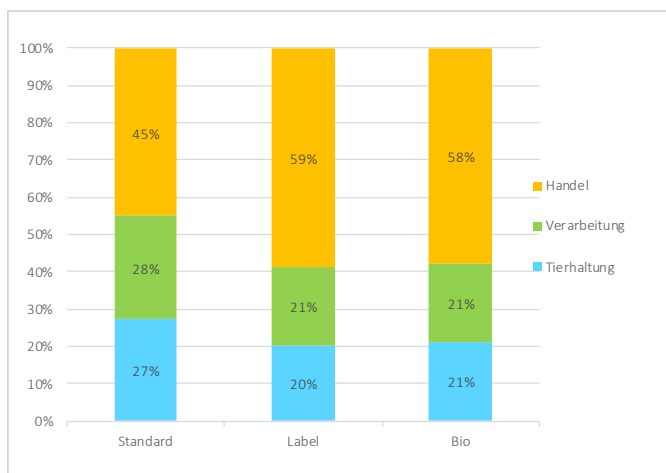


Abbildung 10: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

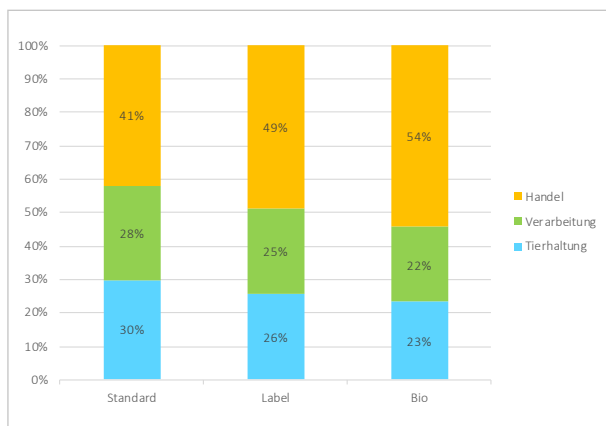


Abbildung 11: Anteile an der Wertschöpfung Februar 2022

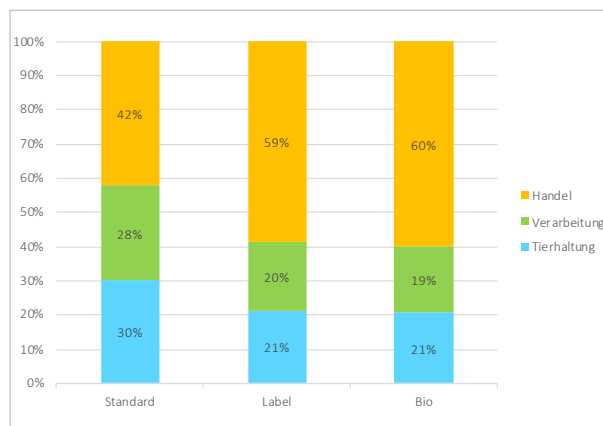


Abbildung 12: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Preise und Wertschöpfungsanteile für Schweinsnierstücke bei Verkauf über Grossverteiler

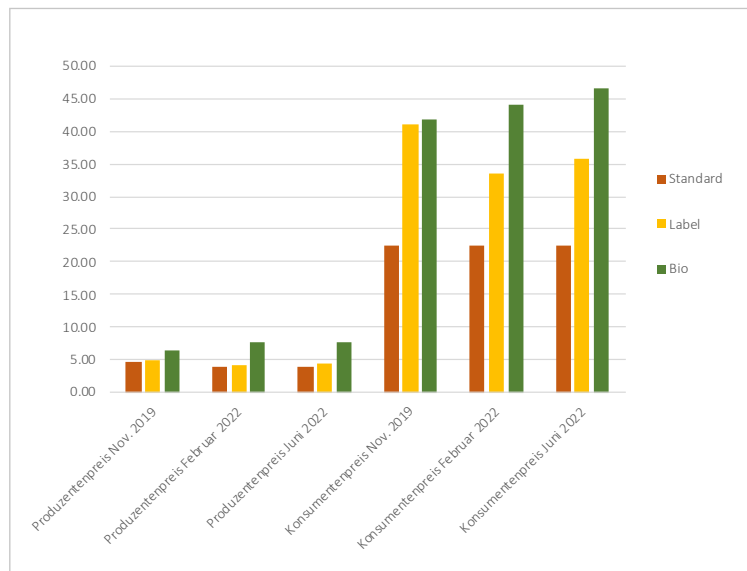


Abbildung 13: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

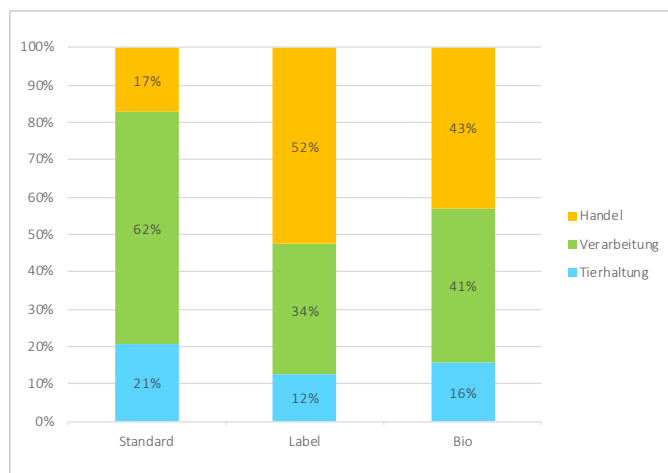


Abbildung 14: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

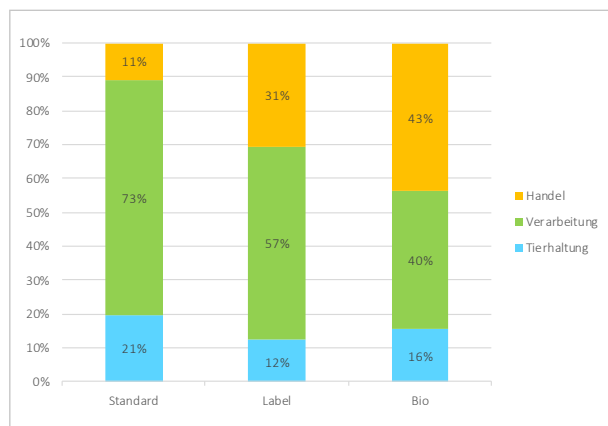


Abbildung 15: Anteile an der Wertschöpfung Februar 2022

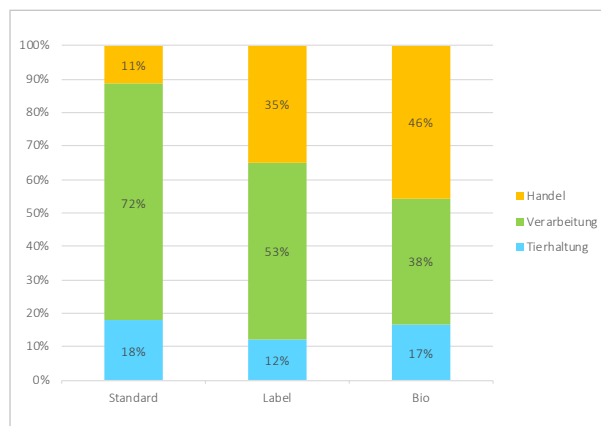


Abbildung 16: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Preise und Wertschöpfungsanteile für Schweinsnierstücke bei Verkauf über Discounter

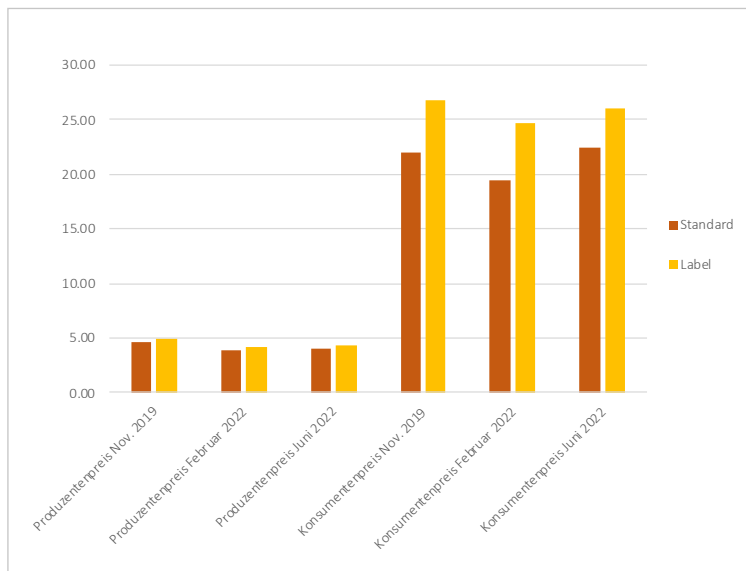


Abbildung 17: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

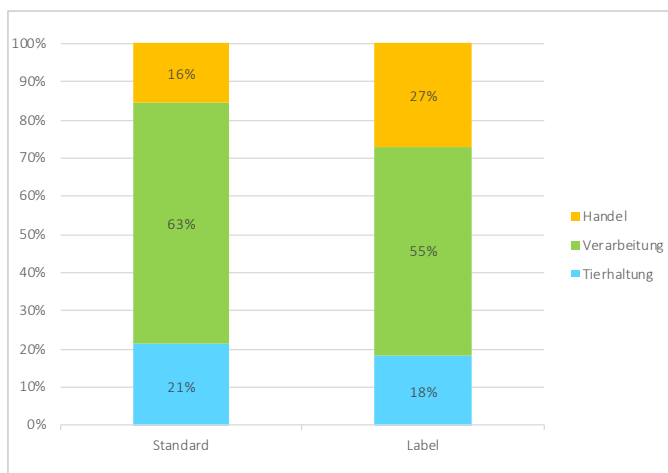


Abbildung 18: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

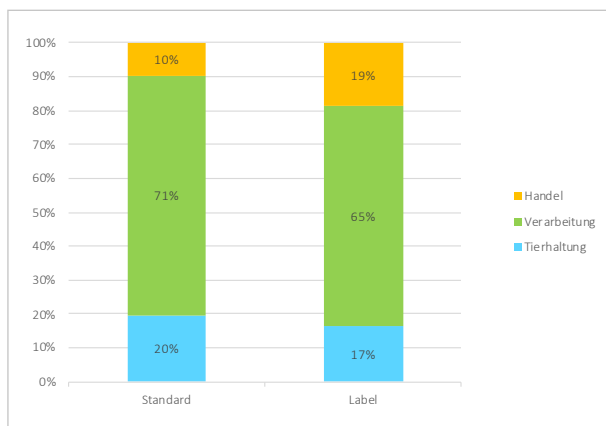


Abbildung 19: Anteile an der Wertschöpfung Februar 2022

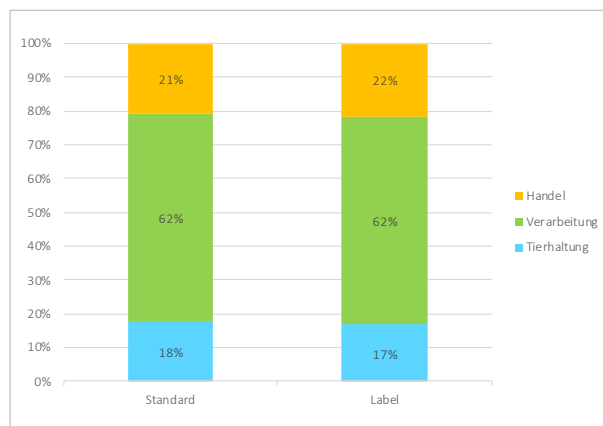


Abbildung 20: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Preise und Wertschöpfungsanteile für Hinterschinken vom Schwein bei Verkauf über Grossverteiler

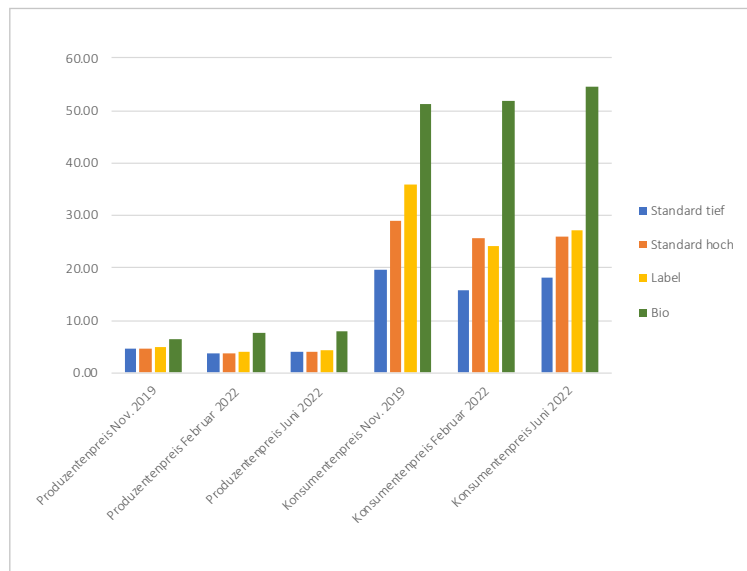


Abbildung 21: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

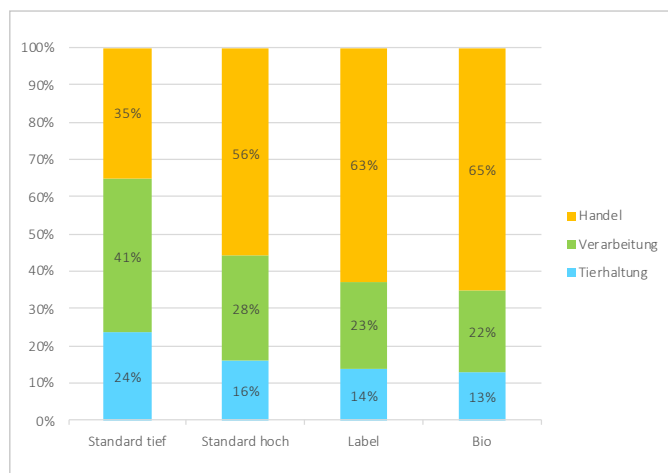


Abbildung 22: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

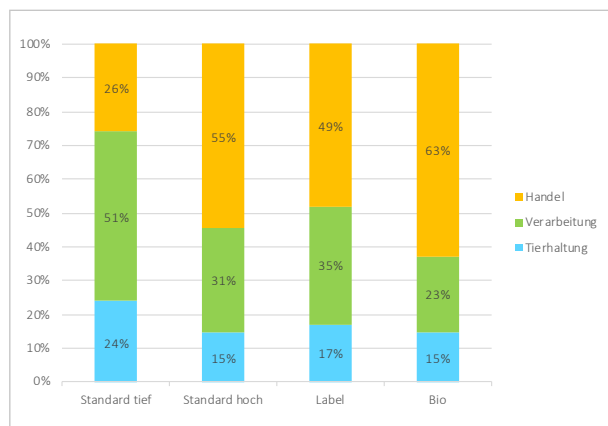


Abbildung 23: Anteile an der Wertschöpfung, Februar 2022

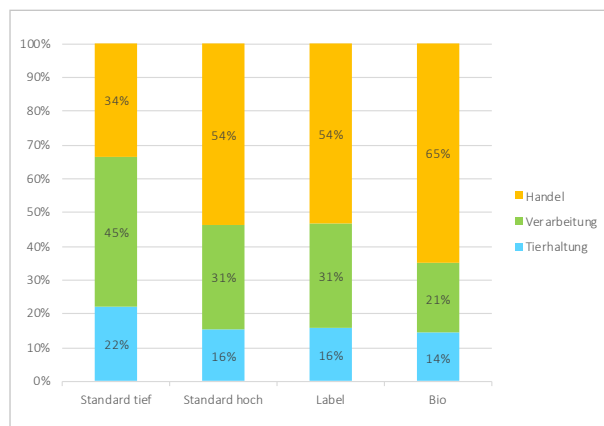


Abbildung 24: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Preise und Wertschöpfungsanteile für Hinterschinken vom Schwein bei Verkauf über Discounter

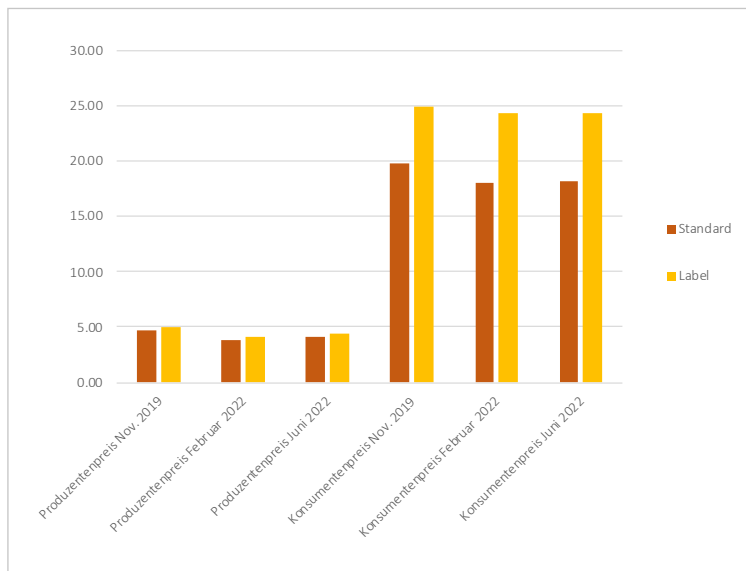


Abbildung 25: Produzentenpreise und Konsumentenpreise

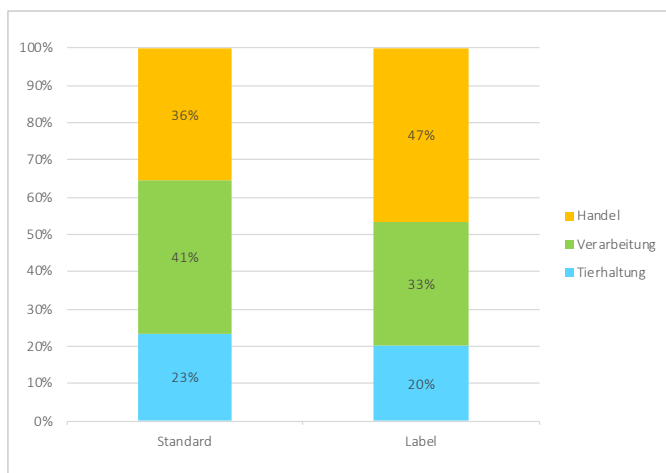


Abbildung 26: Anteile an der Wertschöpfung, November 2019

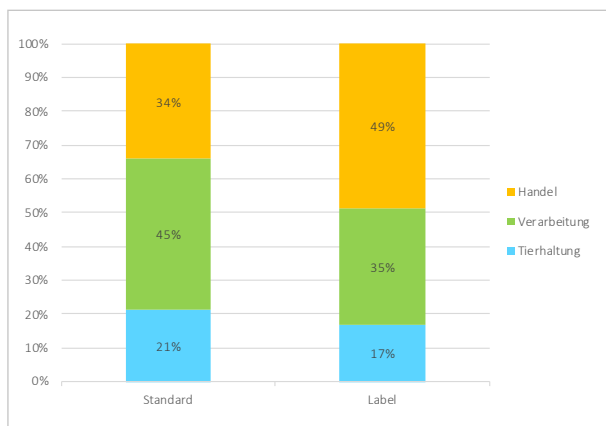


Abbildung 27: Anteile an der Wertschöpfung, Februar 2022

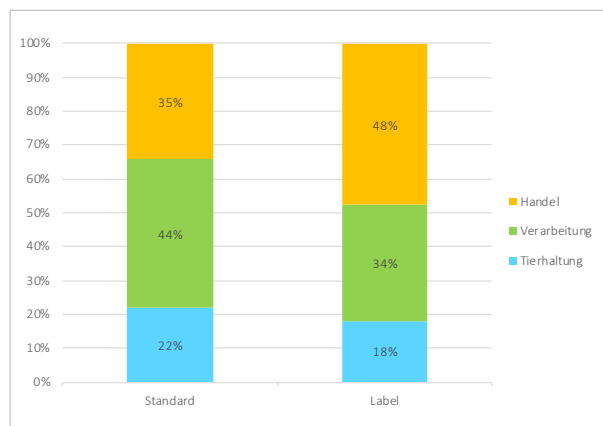


Abbildung 28: Anteile an der Wertschöpfung Juni 2022

## Resultate

### **Tierhalterinnen und -halter erhalten nur einen geringen Aufpreis für die Einhaltung von Tierwohl- und Biorichtlinien**

Die an die Tierhalterinnen und -halter bezahlten Preise für Tiere, die nach Richtlinien von Tierwohl-Labels oder Biorichtlinien gehalten werden, sind nur wenig höher als die Preise für Tiere, die konventionell gehalten werden. Beispielsweise erhielten Tierhalterinnen und -halter im Juni 2022 pro Kilogramm Schlachtgewicht für zu Hackfleisch weiterverarbeitete Rinder einen Preis von CHF 10.40, wenn diese konventionell gehalten wurden. Wurden die Tiere nach Biorichtlinien gehalten, erhielten sie je nach Label einen Zuschlag von 20 Rappen (Muni MT) bis CHF 2.50 (Mutterkuh Schweiz, Natura Beef, Bio)

### **Konsumentinnen und Konsumenten zahlen einen hohen Aufpreis für Label- und Bioprodukte**

Bei den Konsumentenpreisen bestehen erhebliche Preisunterschiede. Label- und Bioprodukte sind wesentlich teurer als konventionelle Fleischprodukte und Bioprodukte nochmals teurer als Labelprodukte. Beispielsweise zahlten Konsumentinnen und Konsumenten bei Grossverteilern für Hinterschinken vom Schwein im Juni 2022 für Billigangebote wie Prix Garantie (Coop) oder M-Budget (Migros) im Durchschnitt CHF 18.03 pro Kilogramm. Für Bioangebote wurde zum gleichen Zeitpunkt im Durchschnitt CHF 54.55 pro Kilogramm bezahlt. Das ist mehr als das Dreifache!

### **Der Anteil der Tierhalterinnen und -halter an der Wertschöpfung ist für Label- und Bioprodukte deutlich geringer als bei Standardprodukten, während der Anteil des Handels entsprechend höher ausfällt.**

Bei allen Fleischkategorien ist der Anteil der Tierhalterinnen und -halter an der Wertschöpfung bei Label und Bioprodukten geringer als bei Standardprodukten. Dafür ist bei Label- und Bioprodukten der Anteil des Handels (Handelsmarge) wesentlich höher als bei Standardprodukten. Bei den Grossverteilern ist diese Ungleichheit tendenziell noch stärker ausgeprägt als bei den Discountern.

### **Nur ein geringer Anteil eines Frankens, den Konsumentinnen und Konsumenten für Fleisch ausgeben, landet bei den Tierhaltern.**

Unsere Analyse gibt auch Auskunft darüber, welcher Anteil eines Frankens, den Konsumentinnen und Konsumenten für Fleischprodukte ausgeben, tatsächlich bei den Tierhalterinnen und -haltern landet. Dieser Anteil entspricht dem Anteil der Tierhalterinnen und -halter an der gesamten Wertschöpfung.

### **Anteil eines von Konsumentinnen und Konsumenten ausgegebenen Frankens (in %), der an die Tierhalterinnen und -halter geht (ungefähre Durchschnittswerte)**

Fleischkategorie	Bei Verkauf über Grossverteiler		Bei Verkauf über Discounter	
	Standard	Label, Bio	Standard	Label, Bio
Hackfleisch vom Rind	60%*	50%	70%*	53%
Rindsplätzli	30%	23%	–	–
Schweinsnierstücke	20%	14%	20%	17%
Hinterschinken vom Schwein	18%*	15%	22%*	18%

*\*Die Prozentsätze für Standardprodukte bei den Kategorien Hackfleisch und Hinterschinken sind bei Grossverteilern und Discountern nicht identisch, da bei Grossverteilern ein Durchschnittspreis der Kategorien «Standard tief» und «Standard hoch» genommen wurde, während bei Discountern nur ein Standardprodukt berücksichtigt wurde.*



Bei allen Kategorien ist der Anteil der Tierhalterinnen und -halter an der Wertschöpfung bei Label- und Bioprodukten geringer als bei Standardprodukten. Zusätzlich beobachten wir, dass der Anteil bei Rindfleischprodukten deutlich höher ist als bei Schweinefleisch, was hauptsächlich am höheren Anteil der Verarbeitung an der Wertschöpfung bei Schweinefleischprodukten liegt

### **Bei Schweinen zeigt sich ein rückläufiger Anteil der Tierhaltung an der Wertschöpfung aufgrund des Schweinezyklus.**

Der Schweinezyklus hat beim Schweinefleisch einen starken Einfluss auf die Preise (mit Ausnahme der Bioprodukte). Vor allem die Produzentenpreise lagen 2022 einiges tiefer als 2019. Dies führte dazu, dass die Anteile an der Wertschöpfung der Tierhalterinnen und -halter beim Schweinefleisch von 2019 bis 2022 rückläufig waren. Daraus lässt sich aber kein langfristiger Trend ableiten. Bei Rindfleischprodukten lässt sich von 2019 bis 2022 kein bestimmter Trend beobachten.

### **Interpretation der Resultate**

Die im Vergleich zu den Konsumentenpreisen relativ geringen Produzentenpreise, welche an die Tierhalter bezahlt werden, lassen sich mit der Marktmacht auf der Nachfrageseite erklären. Viele kleine Anbieter (die einzelnen Tierhalterinnen und -halter) treffen dort auf wenige grosse Nachfrager (vor allem Grossverteiler). Unter solchen Marktbedingungen wird der Produzentenpreis tendenziell nach unten gedrückt, da die Nachfrager den Preis bestimmen können. Die Anbieter haben keine Chance, an andere Abnehmer zu verkaufen. Diese Marktkonstellation sorgt dafür, dass auch die Produzentenpreise für Schlachttiere, welche zu Label- und Bioprodukten verarbeitet werden, nur wenig höher sind als die Preise für die übrigen Schlachttiere.

Im Unterschied dazu, gibt es grosse Unterschiede bei den Konsumentenpreisen, wenn man Standardprodukte mit Label- und Bioprodukten vergleicht. Diese dürften damit zusammenhängen, dass der Wettbewerb bei Standardprodukten intensiver ist. Dort spielen Marken eine geringere Rolle und Standard-Hackfleisch von der Migros unterscheidet sich kaum von Standard-Hackfleisch von Coop oder von Aldi oder Lidl. Konsumentinnen und Konsumenten in diesem Preissegment kaufen tendenziell dort, wo das Produkt am billigsten ist. Dieses Verhalten sorgt für Wettbewerb und drückt den Preis nach unten. Bei Label- und Bioprodukten ist dies weniger der Fall. Dort wird eine kleinere Anzahl von anspruchsvolleren und/oder Tierschutz-affinen Kundinnen und Kunden angesprochen, die meist auch eine höhere Zahlungsbereitschaft haben. Entsprechend lassen sich bei diesen Produkten deutlich höhere Preise durchsetzen als bei Standardprodukten. Dies liegt auch daran, dass die Produkte über unterschiedliche Labels differenziert sind, so dass sich die Preise zwischen den Anbietern oft nicht mehr direkt vergleichen lassen.

Die vorliegende Studie liefert eine ökonomische Erklärung für die Feststellung, dass der Absatz von Label- und Bioprodukten bei Fleisch in den letzten Jahren bei einem Anteil von 12 Prozent der geschlachteten Tiere stagniert. Tierhalterinnen und -halter haben keinen Anreiz, vermehrt auf tiergerechte Haltung umzusteigen, denn die damit verbundenen Mehrkosten werden kaum abgedeckt. Konsumentinnen und Konsumenten hingegen müssen hohe Aufpreise für Label- und Biofleischprodukte bezahlen, welche nur ein kleineres Segment von zahlungskräftigen Kundinnen und Kunden zu zahlen bereit ist.

Will man Tierwohl und Tierhaltung nach biologischen und Label-Richtlinien weiter fördern, dann ist es erstens notwendig, den Bäuerinnen und Bauern einen fairen Mehrpreis dafür zu bezahlen. Und zweitens muss sich die Preisdifferenz zwischen konventionellen Produkten und Label- und Bioprodukten für Konsumentinnen und Konsumenten verringern. Bei Schweinsnierstücken und Hinterschinken vom Schwein kosten Bioprodukte zum Teil das Doppelte bis Dreifache eines entsprechenden konventionellen Produktes. Weder Produzentinnen und Produzenten noch Konsumentinnen und Konsumenten haben unter gegebenen Marktbedingungen einen Anreiz, die Produktion bzw. den Konsum von Label- und Bioprodukten zu erhöhen.

## Verwendete Preise (CHF pro kg)

	Produzen- tenpreis Nov. 2019	Produzen- tenpreis Feb. 2022	Produzen- tenpreis Juni 2022	Konsumen- tenpreis Nov. 2019	Konsumen- tenpreis Feb. 2022	Konsumen- tenpreis Juni 2022	Rohmaterial- preis für den Handel nach Schlachten und Zerlegen Nov. 2019	Rohmaterial- preis für den Handel nach Schlachten und Zerlegen Feb. 2022	Rohmaterial- preis für den Handel nach Schlachten und Zerlegen Juni 2022
--	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	---	---	---

### Hackfleisch Grossverteiler

Standard tief	9.50	10.10	10.40	13.90	14.90	15.90	11.83	12.73	12.73
Standard hoch	9.50	10.10	10.40	18.50	19.50	20.50	11.83	12.73	12.73
Label	11.10	11.55	11.85	20.75	20.50	22.25	12.44	13.34	13.34
Bio	10.85	11.55	11.90	22.00	23.00	25.25	11.83	12.83	12.93

### Hackfleisch Discounter

Standard	9.50	10.10	10.40	13.90	14.50	15.40	11.83	12.73	12.73
Label	10.05	10.65	11.00	17.07	18.20	20.50	12.44	13.34	13.34
Bio	10.95	11.50	11.75	23.30	21.30	22.85	14.03	12.83	12.93

### Rindsplätzi Grossverteiler

Standard	9.50	10.10	10.40	34.70	34.05	34.45	19.02	19.92	19.92
Label	11.10	11.55	11.85	54.25	45.20	56.25	22.49	23.24	23.24
Bio	12.15	12.65	12.85	57.50	54.50	62.25	24.38	25.18	25.13

### Grossverteiler Schweinsnierstück

Standard	4.65	3.85	4.05	22.50	22.50	22.50	18.59	19.92	19.92
Label	5.05	4.15	4.40	41.00	33.45	35.85	19.82	23.24	23.24
Bio	6.50	7.60	7.80	41.75	44.00	46.50	23.95	25.18	25.13

### Schweinsnierstück Discounter

Standard	4.65	3.85	4.05	22.03	19.40	22.50	18.59	17.54	17.74
Label	4.95	4.15	4.40	26.84	24.75	26.00	19.50	20.10	20.35

### Hinterschinken Grossverteiler

Standard tief	4.65	3.85	4.05	19.68	15.88	18.03	12.77	11.72	11.92
Standard hoch	4.65	3.85	4.05	28.90	25.80	26.10	12.77	11.72	11.92
Label	5.05	4.15	4.40	36.05	24.05	27.15	13.47	12.32	12.57
Bio	6.50	7.60	7.80	51.25	51.88	54.55	18.07	18.97	19.17

### Hinterschinken Discounter

Standard	4.65	3.85	4.05	19.8	18.00	18.2	12.77	11.87	11.92
Label	5.05	4.15	4.35	25	24.30	24.35	13.37	12.32	12.77