



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

Der Schweizer Lammfleischmarkt: Marktanalyse und Wettbewerb

Bericht zuhanden des
Bundesamtes für Landwirtschaft BLW

M. Aepli und Dr. R. Jörin
Gruppe Agrarwirtschaft
Institut für Umweltentscheidungen, ETH Zürich

September 2011

Impressum

Auftraggeber:

Bundesamt für Landwirtschaft (BLW)

Mattenhofstrasse 5

3003 Bern

Auftragnehmer:

ETH Zürich

M. Aepli und Dr. R. Jörin

Gruppe Agrarwirtschaft

Institut für Umweltentscheidungen (IED)

Sonneggstrasse 33

CH-8092 Zürich

M. Aepli, Tel. +41 44 632 75 64, aepli@ethz.ch

R. Jörin, Tel. +41 44 632 53 99, joerin@ethz.ch

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1. Ausgangslage und Problemstellung | 1 |
| 2. Angebot, Nachfrage und Aussenhandel | 3 |
| 2.1 Inlandangebot..... | 3 |
| 2.1.1 Schafbestand in der Schweiz | 3 |
| 2.1.2 Fleischproduktion | 4 |
| 2.1.3 Saisonalität der Produktion..... | 6 |
| 2.2 Nachfrage nach Lammfleisch | 7 |
| 2.2.1 Entwicklung des Konsums..... | 7 |
| 2.2.2 Preis- und Einkommenselastizitäten der Nachfrage nach Lammfleisch | 9 |
| 2.2.3 Zusammensetzung der Nachfrage | 12 |
| 2.2.4 Saisonalität der Nachfrage | 13 |
| 2.3 Aussenhandel..... | 15 |
| 2.3.1 Importregelungen | 15 |
| 2.3.2 Entwicklung der Importe | 16 |
| 2.3.3 Zusammensetzung der Importe..... | 18 |
| 2.3.4 Saisonalität der Importe..... | 20 |
| 2.3.5 Exporte | 22 |
| 3. Preise und Margen | 24 |
| 3.1 Ökonomische Überlegungen zur Preisbildung unter Zollkontingenten | 24 |
| 3.1.1 Preisbildung unter vollkommenem Wettbewerb | 24 |
| 3.1.2 Preisbildung unter unvollkommenem Wettbewerb | 27 |
| 3.2 Entwicklung der Preise | 29 |
| 3.2.1 Produzentenpreise | 29 |
| 3.2.2 Konsumentenpreise..... | 30 |
| 3.2.3 Grosshandelspreise..... | 33 |
| 3.3 Entwicklung der Margen | 33 |
| 4. Marktstruktur und Wettbewerb | 37 |
| 4.1 Vorgehensweise und Systemgrenzen | 37 |
| 4.2 Marktvolumen | 38 |
| 4.3 Produzenten | 40 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 4.4 | Handel Lämmer | 42 |
| 4.4.1 | Sachlich und räumlich relevanter Markt | 43 |
| 4.4.2 | Strukturanalyse: nationale Betrachtung..... | 44 |
| 4.4.3 | Strukturanalyse: regionale Betrachtung | 45 |
| 4.4.4 | Wettbewerb auf den öffentlichen Märkten | 47 |
| 4.4.5 | Aktuelle Situation auf den öffentlichen Märkten | 49 |
| 4.5 | Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe | 52 |
| 4.6 | Importeure | 54 |
| 4.7 | Detailhandel und Gastronomie | 54 |
| 5. | Qualität..... | 57 |
| 5.1 | Entwicklung der Fleischigkeit und des Fettgewebes | 57 |
| 5.2 | Züchterische Aspekte | 61 |
| 5.2.1 | Zuchtwertschätzung | 61 |
| 5.2.2 | Gebrauchskreuzungen | 61 |
| 5.2.3 | Molekulargenetische Konzepte | 64 |
| 5.3 | Aspekte des Herdenmanagements | 64 |
| 5.4 | Informationslage der Produzenten | 65 |
| 6. | Zusammenfassung und Schlussfolgerungen | 67 |
| | Literaturverzeichnis | 72 |
| | Anhang..... | 74 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abbildung 1: Fleischproduktion inländisches Gross- und Kleinvieh (Schlachtgewicht), indexiert, 1995=100 | 5 |
| Abbildung 2: Anteile an der Fleischproduktion (inländisches Gross- und Kleinvieh), Tonnen Schlachtgewicht, absolute Werte für die Jahre 1995 und 2009 | 5 |
| Abbildung 3: Durchschnittsgewicht der geschlachteten Tiere..... | 6 |
| Abbildung 4: Fleischproduktion monatlich (Tonnen Schlachtgewicht, linker Teil) und prozentuale monatliche Abweichung der Fleischproduktion vom jeweiligen Jahresdurchschnitt 2007 bis 2010 | 7 |
| Abbildung 5: Gesamtverbrauch und Pro-Kopf-Verbrauch von Lammfleisch in der Schweiz | 8 |
| Abbildung 6: Saisonale Schwankungen der Nachfrage (Durchschnitt der Jahre 2008-2010) | 13 |
| Abbildung 7: Saisonaler Konsum einzelner Teilstücke beim Lamm | 14 |
| Abbildung 8: Importe Lammfleisch, Menge und durchschnittlicher Wert der importierten Ware | 16 |
| Abbildung 9: Verbrauch, Inlandproduktion und Importe, jährlich seit 2004..... | 17 |
| Abbildung 10: Entwicklung der Importe der einzelnen Tarifnummern (die fünf bedeutendsten Tarifnummern decken über 99% der Importe ab) | 18 |
| Abbildung 11: Entwicklung des Importpreises der einzelnen Tarifnummern beim Lamm (die fünf bedeutendsten Tarifnummern, decken über 99% der Importe ab) | 19 |
| Abbildung 12: Entwicklung des neuseeländischen Lammpreises (gefrorene Tierkörper) und des Wechselkurses NZ\$-CHF | 20 |
| Abbildung 13: Verbrauch von Lamm in der Schweiz und Produktion von Schweizer Lamm (verkaufsfertig), 2010..... | 21 |
| Abbildung 14: Exportmengen Lammfleisch | 23 |
| Abbildung 15: Wirkung der Importmenge auf die Produzentenpreise..... | 25 |
| Abbildung 16: Mittlerer Zuschlagspreis der versteigerten Quartalskontingente beim Lammfleisch..... | 26 |
| Abbildung 17: Unvollkommener Wettbewerb: Auswirkungen auf Produzenten und Konsumenten..... | 28 |
| Abbildung 18: Produzentenpreis Lamm QM, T3..... | 29 |
| Abbildung 19: Entwicklung der Produzentenpreise (QM) für Schlachtvieh..... | 30 |
| Abbildung 20: Landesindex der Konsumentenpreise, verschiedene Fleischkategorien | 31 |
| Abbildung 21: Detailhandelspreise wichtiger Teilstücke beim Lamm, 2010 | 32 |

| | | |
|---------------|--|----|
| Abbildung 22 | Konsumentenpreise Schweizer Lammfleisch, indexiert 1999=100..... | 32 |
| Abbildung 23: | Entwicklung der Produzenten- und Konsumentenpreise | 35 |
| Abbildung 24: | Bruttomargen im Vergleich (Nettoeinnahmen minus Einstandspreis)..... | 36 |
| Abbildung 25: | Wertschöpfungskette Lammfleisch | 37 |
| Abbildung 26: | Marktvolumen Lammfleisch Schweiz, Schätzung für 2010..... | 39 |
| Abbildung 27: | Empirische kumulative Verteilungsfunktion der Muttertiere verschiedener Tierkategorien nach Herdengrösse (in %), 2009 | 41 |
| Abbildung 28: | Empirische kumulative Verteilungsfunktion der Masttiere verschiedener Tierkategorien nach Herdengrösse (in%), 2009 | 42 |
| Abbildung 29: | Zusätzliche Zahlungsbereitschaft der Händler auf den öffentlichen Märkten aufgrund der Zuteilung von 10% des Importkontingents..... | 48 |
| Abbildung 30: | Verteilung der Überzahlung bei den Lämmern (LA), 2010 und 2011, Januar bis Mai | 50 |
| Abbildung 31: | Verteilung der Überzahlung bei den Schafen (SM), 2010 und 2011, Januar bis Mai | 50 |
| Abbildung 32: | Verteilung der Überzahlung bei den Weidelämmern (WP), 2010 und 2011, Januar bis Mai..... | 51 |
| Abbildung 33: | Ersteigerung der Zollkontingentsanteile (Teilzollkontingent Nr. 5.7, Fleisch von Tieren der Schafgattung, 90% des Importkontingents), Jahr 2010..... | 54 |
| Abbildung 34: | Entwicklung der Fleischigkeit bei Schweizer Lämmern | 58 |
| Abbildung 35: | Entwicklung des Fettgewebes bei Schweizer Lämmern | 59 |
| Abbildung 36: | Systematik der Gebrauchskreuzungen | 62 |
| Abbildung 37: | Dreirassenkreuzung beim Schaf..... | 63 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabelle 1: | Schafbestand der Schweiz, Tal- und Berggebiet..... | 3 |
| Tabelle 2: | Schafbestand nach Regionen..... | 4 |
| Tabelle 3: | Schaffleischproduktion, in Tonnen SG und in Tonnen verkaufsfertiges Fleisch .. | 4 |
| Tabelle 4: | Pro-Kopf-Verbrauch von Schaf, Rind, Kalb, Schwein, Geflügel und Wild in der Schweiz (in kg)..... | 8 |
| Tabelle 5: | Eigenpreis- und Einkommenselastizitäten für verschiedene Fleischkategorien | 10 |
| Tabelle 6: | Kreuzpreiselastizitäten von Schaffleisch und Substitution durch Fisch und anderes Fleisch..... | 11 |
| Tabelle 7: | Preiselastizitäten für Schweizer Fleisch und für Importe | 11 |
| Tabelle 8: | Substitutionselastizitäten zwischen Schweizerfleisch und Importen..... | 12 |
| Tabelle 9: | Anteile der einzelnen Teilstücke vom Lamm an der total verkauften Menge Lammfleisch im Detailhandel | 12 |
| Tabelle 10: | Verbrauch, Inlandproduktion und Importe, jährlich seit 2004..... | 17 |
| Tabelle 11: | Importe von Lammfleisch seit 2007 (Nr. 5.7 - 0204, 0206 in Tonnen) | 22 |
| Tabelle 12: | Importentscheidungen und Produzentenpreis 2009/10 | 24 |
| Tabelle 13: | Schafhalter in der Schweiz, Tal- und Berggebiet..... | 40 |
| Tabelle 14: | Ersteigerte und zugeteilte Tiere auf den öffentlichen Schafmärkten, 2010..... | 44 |
| Tabelle 15: | Marktanteile der grössten Händler an den öffentlichen Schafmärkten in % (2010) | 45 |
| Tabelle 16: | Öffentliche Märkte mit Marktanteil (in %) eines Händlers von mehr als 75% für LA, summiert über das ganze Jahr 2010 | 46 |
| Tabelle 17: | An den öffentlichen Märkten ersteigerte Tiere über dem Tabellenpreis (2010) . | 48 |
| Tabelle 18: | Vergleich der Anzahl überzahlter Tiere auf den öffentlichen Märkten 2010 und 2011, Januar bis Mai..... | 49 |
| Tabelle 19: | Marktanteile der grössten Fleischverarbeiter/Schlachtbetriebe (in%), LA und SM | 52 |
| Tabelle 20: | Schlachtende Betriebe nach Marktanteilen (LA und SM), 2010 | 53 |
| Tabelle 21: | Anteil der Kanäle Detailhandel und Gastronomie beim Lammfleisch, 2010 | 55 |
| Tabelle 22: | Anteile der einzelnen Detailhandelsunternehmen beim Lammfleisch, 2010..... | 55 |
| Tabelle 23: | Anteile der einzelnen Klassen zur Bewertung der Fleischigkeit im Quervergleich, Lämmer und Tiere der Rindergattung (Jahr 2010)..... | 60 |

Tabelle 24: Anteile der einzelnen Klassen zur Bewertung des Fettgewebes im Quervergleich, Lämmer und Tiere der Rindergattung (Jahr 2010) 60

Befragte Personen

Im Rahmen der Studie wurden folgende Personen befragt:

| | |
|-----------------------------|--|
| Produzenten | <ul style="list-style-type: none">• Herr X. Eberhard, Schafhalter aus Hombrechtikon• Verschiedene Produzenten der Kommission Lammfleisch des Schweizerischer Schafzuchtverbandes |
| Händler | <ul style="list-style-type: none">• Schneider Vieh&Fleisch, Herr W. Arnold |
| Verarbeiter und Metzgereien | <ul style="list-style-type: none">• Micarna, Herr A. Baumann und Herr P. Hinder• Bell AG, Geschäftsbereich Frischfleisch, Herr J. Dähler und Herr M. Reinhard• Traitafina, Herr M. Gähwiler• Reif Metzgerei Comestibles, Herr W. Reif |
| Organisationen und Verbände | <ul style="list-style-type: none">• Proviande, Herr H. Bucher und Herr P. Christen• Schweizerischer Schafzuchtverband |
| Forschung | <ul style="list-style-type: none">• ETH Zürich, Herr Dr. M. Schneeberger |

Vorbemerkungen zur Studie

- Es werden verschiedene Datenquellen verwendet. Kleinere Abweichungen zwischen den Datensätzen sind möglich.
- Schaffleisch und Lammfleisch werden als Synonym verwendet. Die Verwendung hängt vorwiegend von der Wortwahl im Datenmaterial ab.

1. Ausgangslage und Problemstellung

Der Schweizer Lammfleischmarkt ist ein Sonderfall im Schweizer Fleischmarkt und ähnlich wie der Geflügelmarkt. Hohe Importe stehen einer verhältnismässig eher geringen Inlandproduktion gegenüber. Die Importe lagen in den letzten Jahren knapp unter 6'000 Tonnen. 90% der Importkontingente werden versteigert und die restlichen 10% entsprechend der erbrachten Inlandleistung (ersteigerte Tieren auf den öffentlichen Märkten) zugeteilt. Auch der Anteil der Gastronomie ist beim Lammfleisch mit knapp 2/3 der gesamten verkauften Menge besonders gross. In den letzten Jahren war der Konsum rückläufig und konnte sich erst 2010 leicht erholen. In derselben Periode hat sich der Gesamtkonsum von Fleisch gesteigert.

Die vom Bundesamt für Landwirtschaft berechneten Bruttomargen beim Lammfleisch weisen schon seit längerem eine ansteigende Tendenz auf, wie sie sonst bei keiner Fleischkategorie vorzufinden ist. Die Versuchung besteht darin, mangelnden Wettbewerb für diese Entwicklung verantwortlich zu machen. Die besonders tiefen Produzentenpreise im Jahr 2010 vermochten dieser Vermutung nochmals neuen Schub zu verleihen. Abgeschottete kleine Märkte, wie der Schweizer Fleischmarkt und der Lammfleischmarkt im Besonderen, bieten geeignete Voraussetzungen für Marktkonzentrationen und mangelnden Wettbewerb.

Im Rahmen der Ausarbeitung der AP 2014-2017 stellt sich zudem die Frage, welche staatlichen Rahmenbedingungen, die den Schaf- und Lammfleischmarkt betreffen, angepasst werden sollen.

Aus diesen Gründen hat das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) die ETH beauftragt, den Schweizer Schaf- und Lammfleischmarkt genauer zu untersuchen.

Folgende Forschungsfragen wurden definiert:

- Marktanalyse: Wie haben sich die wichtigen Determinanten (Angebot, Nachfrage, Aussenhandel, Preise und Margen) des Lammfleischmarktes entwickelt?
- Marktstrukturen und Wettbewerb: Wie ist die aktuelle Marktstruktur auf dem Schweizer Lammfleischmarkt und welche Konsequenzen können für den Wettbewerb und die Preisbildung abgeleitet werden?
- Qualität Schweizer Lamm: Wie ist die Qualität von Schweizer Lamm und welche Möglichkeiten bestehen, um die Qualität langfristig verbessern zu können?

Die Studie gliedert sich in sechs Kapitel. Kapitel 2 behandelt die wichtigsten Entwicklungen beim Angebot von Schweizer und importiertem Lammfleisch und bei der Nachfrage. Dabei wird auch der Aussenhandel besprochen. Anschliessend werden in Kapitel 3 die Preise und Margen analysiert. Dabei liegt ein Fokus auf der Entwicklung der Bruttomarge Lammfleisch des BLW. Im 4. Kapitel wird die Marktstruktur auf den einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette aufgezeigt und die daraus entstehenden Konsequenzen für den Wettbewerb und die Preisbildung abgeleitet. Da der langfristige Erfolg von Schweizer Lammfleisch massgeblich von den qualitativen Fortschritten der Lammfleischproduktion abhängt, wird in Kapitel 5 die Qualität von Schwei-

zer Lammfleisch beurteilt und Empfehlungen zur weiteren Verbesserung abgegeben. Kapitel 6 fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und leitet den Handlungsbedarf ab.

2. Angebot, Nachfrage und Aussenhandel

2.1 Inlandangebot

2.1.1 Schafbestand in der Schweiz

Der Schafbestand in der Schweiz ist in den letzten 30 Jahren um über 150'000 Stück angestiegen (+57%) auf 431'889 im Jahr 2009. 60% der Tiere werden im Berggebiet gehalten (Tabelle 1). Das Wachstum lässt sich sowohl auf eine Zunahme im Berg- als auch im Talgebiet zurückführen. In den letzten Jahren konnte jedoch entgegen dem langfristigen Trend ein leichter Rückgang des Schafbestandes im Berggebiet festgestellt werden.

Tabelle 1: Schafbestand der Schweiz, Tal- und Berggebiet

| | Schweiz total | Talgebiet (Tal- und Hügelzone) (Anteil am Total in %) | Berggebiet (Bergzonen I bis IV) (Anteil am Total in %) |
|------|---------------|---|--|
| 1980 | 275'309 | 103'911 (37.7) | 171'398 (62.3) |
| 1985 | 271'780 | 108'690 (40.0) | 163'090 (60.0) |
| 1990 | 354'582 | 141'160 (39.8) | 213'422 (60.2) |
| 1996 | 418'576 | 164'290 (38.0) | 254'286 (60.8) |
| 2000 | 420'740 | 166'971 (39.7) | 253'769 (60.3) |
| 2005 | 446'350 | 184'696 (41.4) | 261'654 (58.6) |
| 2009 | 431'889 | 182'741 (42.3) | 249'148 (57.7) |

Quelle: BFS, 2010

Die Milchschafe sind zahlenmässig von untergeordneter Bedeutung. Ihr Anteil lag 2009 bei 2.6%.

Regional betrachtet ist die Schafhaltung vor allem in der Ostschweiz verhältnismässig stark vertreten. Auf kantonaler Ebene sind es vor allem die Kantone Wallis, Bern und Graubünden (Tabelle 2).

Tabelle 2: Schafbestand nach Regionen

| | Genfersee- region | Mittelland | Nordwest- schweiz | Zürich | Ost- schweiz | Zentral- schweiz | Tessin |
|------|----------------------|------------|----------------------|--------|-----------------|---------------------|--------|
| 1980 | 58'550 | 49'261 | 12'386 | 12'966 | 89'409 | 32'595 | 20'142 |
| 1985 | 59'685 | 50'734 | 13'994 | 15'427 | 83'927 | 33'326 | 14'687 |
| 1990 | 78'253 | 65'058 | 16'453 | 20'779 | 113'703 | 42'140 | 18'196 |
| 1996 | 89'611 | 78'402 | 21'273 | 22'201 | 133'082 | 54'224 | 19'783 |
| 2000 | 87'714 | 75'316 | 25'669 | 20'794 | 137'981 | 55'496 | 17'770 |
| 2005 | 87'825 | 91'978 | 28'762 | 20'306 | 138'176 | 60'822 | 18'481 |
| 2009 | 82'034 | 90'250 | 30'067 | 17'028 | 135'239 | 60'216 | 17'046 |

Legende:

Genferseeregion: Waadt, Wallis, Genf; Mittelland: Bern, Freiburg, Solothurn, Neuenburg, Jura; Nordwestschweiz: Basel-Stadt, Basel-Landschaft, Aargau; Ostschweiz: Glarus, Schaffhausen, Appenzell A. Rh. und Appenzell I. Rh., St. Gallen, Graubünden, Thurgau; Zentralschweiz: Luzern, Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden, Zug

Quelle: BFS, 2010

2.1.2 Fleischproduktion

Die Schaffleischproduktion war in den letzten Jahren stärkeren Schwankungen unterworfen. Bis 2004 stieg sie an und erreichte mit über 6'000 Tonnen SG einen Höchstwert. Anschliessend fiel die Produktion kontinuierlich auf unter 5'500 Tonnen SG (Tabelle 3 und Abbildung 1). Ähnlich schwankt auch die Anzahl der geschlachteten Tiere (Anhang 1).

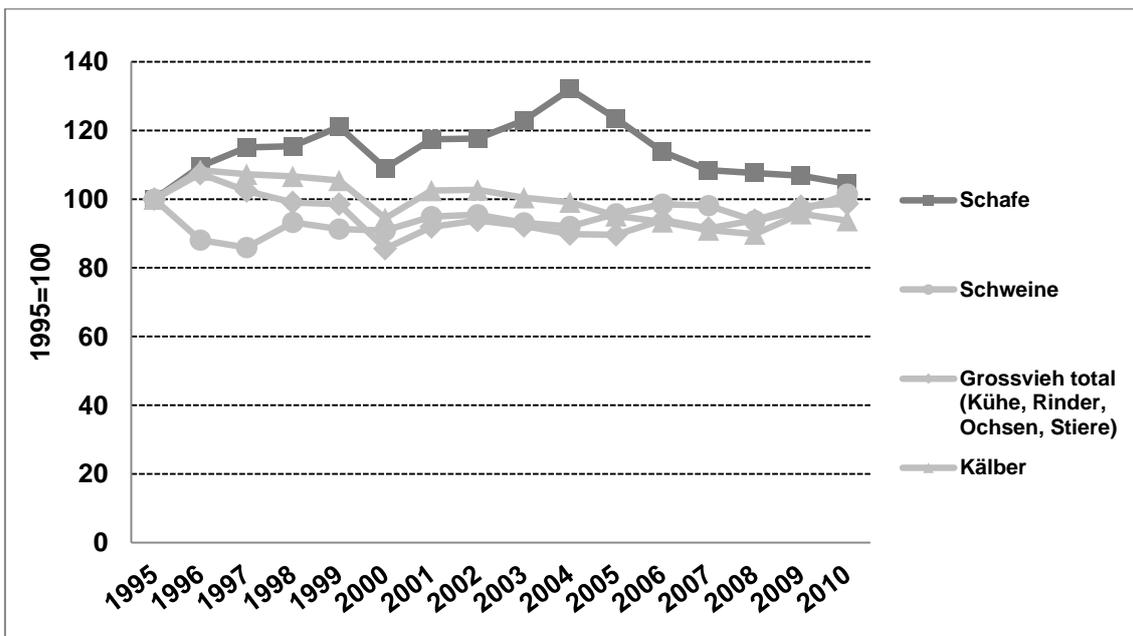
Tabelle 3: Schaffleischproduktion, in Tonnen SG und in Tonnen verkaufsfertiges Fleisch

| Fleischproduktion | 1995 | 2000 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Schlachtgewicht | 5'279 | 5'528 | 6'191 | 5'788 | 5'424 | 5'394 | 5'365 | 5'469 |
| Verkaufsfertig ¹ | 4.001 | 4.190 | 4'693 | 4'387 | 4'111 | 4'088 | 4'067 | 4'146 |

Quelle: SBV, div. Jahrgänge

¹ Das verkaufsfertige Fleisch wird aus dem Schlachtgewicht errechnet. Detailliertere Angaben finden sich in den landwirtschaftlichen Monatszahlen des SBV.

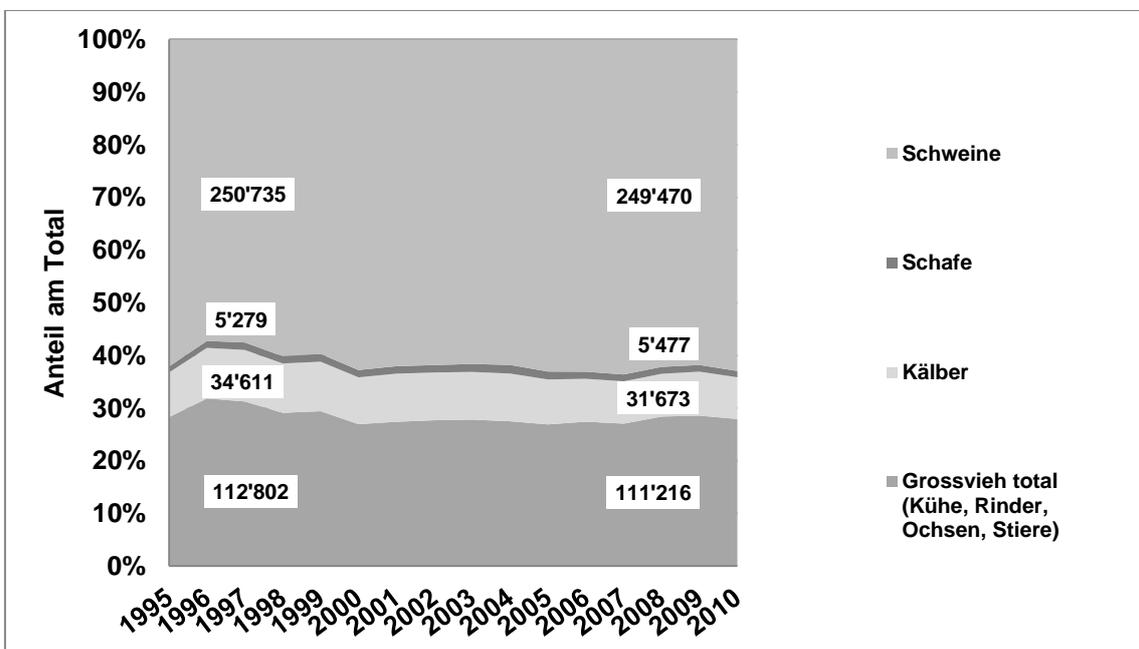
Abbildung 1: Fleischproduktion inländisches Gross- und Kleinvieh (Schlachtgewicht), indexiert, 1995=100



Quelle: SBV, div Jahrgänge

Anteilmässig hat sich in der Fleischproduktion während der letzten zehn Jahre wenig verändert. Die Schaffleischproduktion hat im Vergleich zur gesamten Fleischproduktion nur eine untergeordnete Bedeutung mit knapp 4'843 Tonnen SG bei einem Total Fleisch von 471'009 Tonnen SG.

Abbildung 2: Anteile an der Fleischproduktion (inländisches Gross- und Kleinvieh), Tonnen Schlachtgewicht, absolute Werte für die Jahre 1995 und 2009

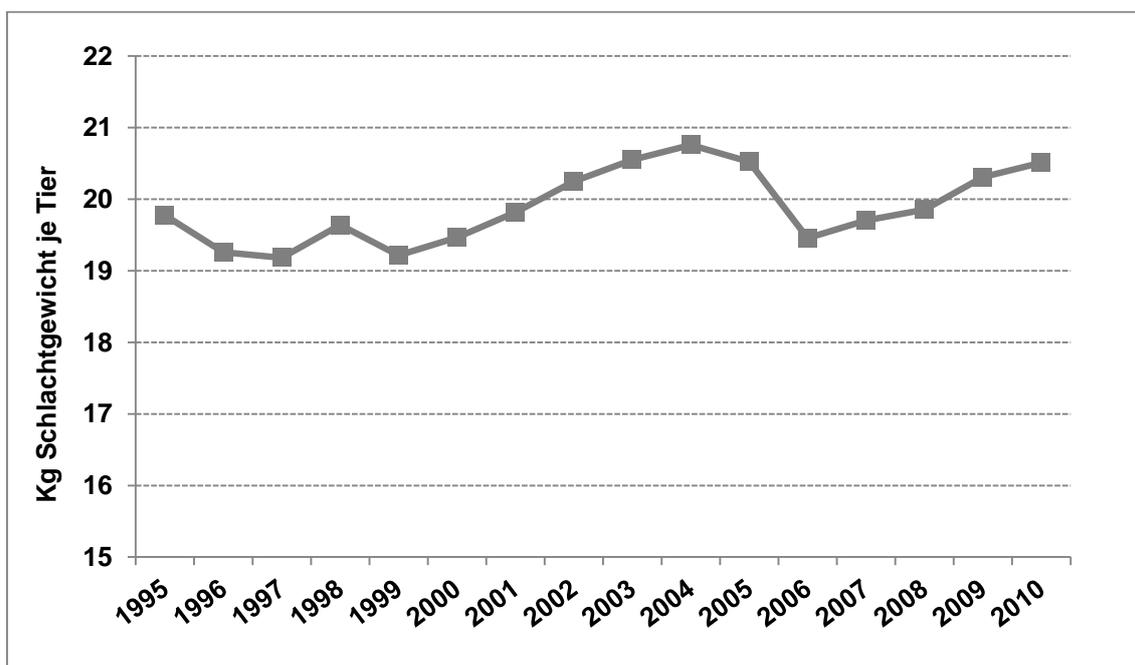


Quelle: Proviande, div. Jahrgänge

Die Schwankungen beim Schaffleisch (vorwiegend Lamm) orientieren sich stark an der Entwicklung der geschlachteten Tiere. Nach dem Aufwärtstrend in den Jahren 1997 bis 2004 ging die Produktion in den folgenden Jahren deutlich zurück. Zusätzlich zur tieferen Anzahl geschlachteter Tiere hat sich auch das Durchschnittsgewicht der Lämmer verändert. Zwischen 2004 und 2006 ist es um mehr als 1.3 kg gesunken (Abbildung 3). Seit 2007 ist wieder eine Entwicklung zu höheren Schlachtgewichten erkennbar.

Der Anstieg in den letzten Jahren widerspiegelt die Präferenz der Verarbeiter. Fleischrassen, die in den letzten Jahren vermehrt zum Einsatz kamen und zu vollfleischigeren Lämmern führen, weisen bei optimaler Qualität ein höheres Schlachtgewicht auf. Nicht zuletzt spielt beim Schlachtgewicht der Lämmer auch das Wetter eine Rolle, da dadurch die Futterqualität beeinflusst wird. Dies hat wiederum Auswirkungen auf die Schlachtkörperqualität resp. das Schlachtgewicht.

Abbildung 3: Durchschnittsgewicht der geschlachteten Tiere



Quelle: SBV, div. Jahrgänge

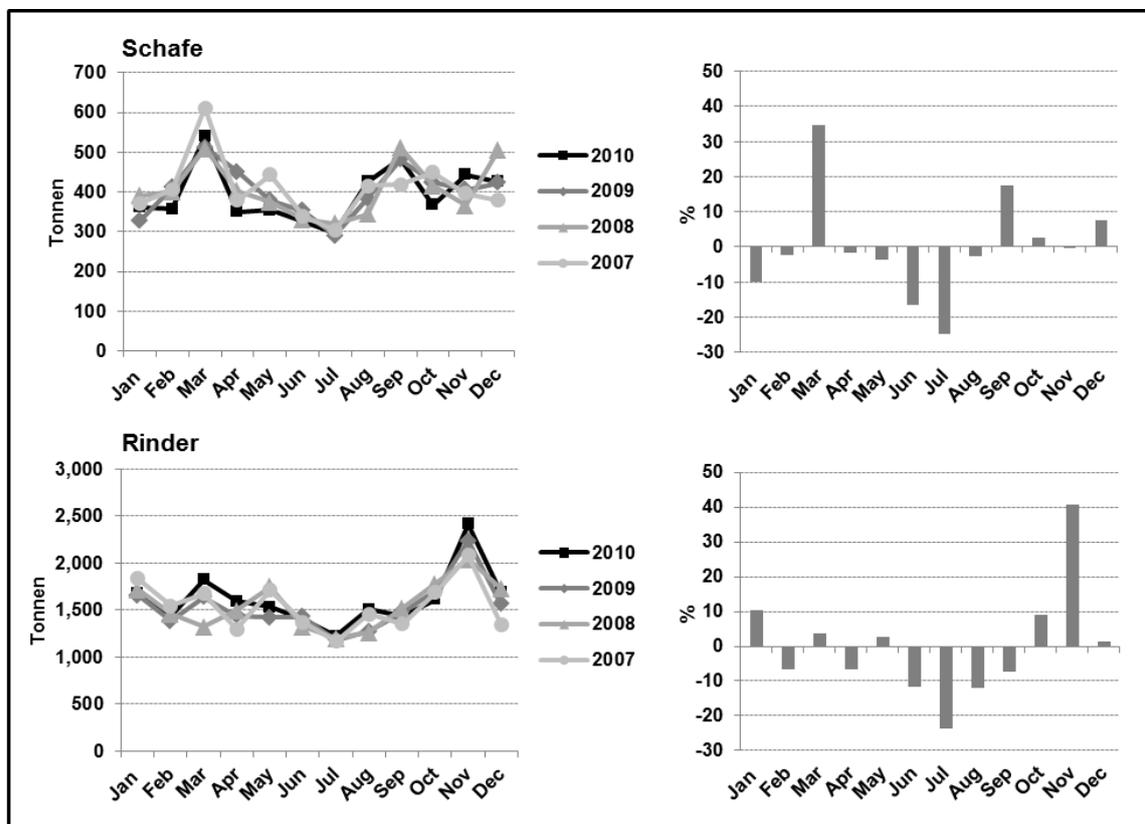
2.1.3 Saisonalität der Produktion

Die Schaffleischproduktion (hauptsächlich Lammfleisch) unterliegt stärkeren saisonalen Schwankungen. In der Produktion von Agrarrohstoffen ist das jedoch durchaus keine Seltenheit. Bei der gesamten Fleischproduktion lassen sich saisonale Muster erkennen.

Wie in Abbildung 4 ersichtlich ist, können die saisonalen Schwankungen bei der Schaffleischproduktion in 3 Phasen unterteilt werden. Eine starke Spitze ist im März, was vor allem mit der Auflösung von Wanderherden zusammenhängt. Auch während der Osterzeit sind die Schlachtungen hoch. Anschliessend folgt im Sommer eine Phase mit weniger Schlachtungen. Dies hängt zum einen mit dem saisonalen Ablammen (im Spätwinter/Frühjahr) zusammen, das von vielen Betrieben praktiziert wird. Die Lämmer sind im Frühjahr noch nicht schlachtreif. Im Som-

mer kommt dann zusätzlich die Alping dazu, die zu einem starken Rückgang der Schlachtungen führt. Anschliessend steigen diese wieder an, wenn die Alpingzeit zu Ende geht.

Abbildung 4: Fleischproduktion monatlich (Tonnen Schlachtgewicht, linker Teil) und prozentuale monatliche Abweichung der Fleischproduktion vom jeweiligen Jahresdurchschnitt 2007 bis 2010



Quelle: SBV, diverse Jahrgänge

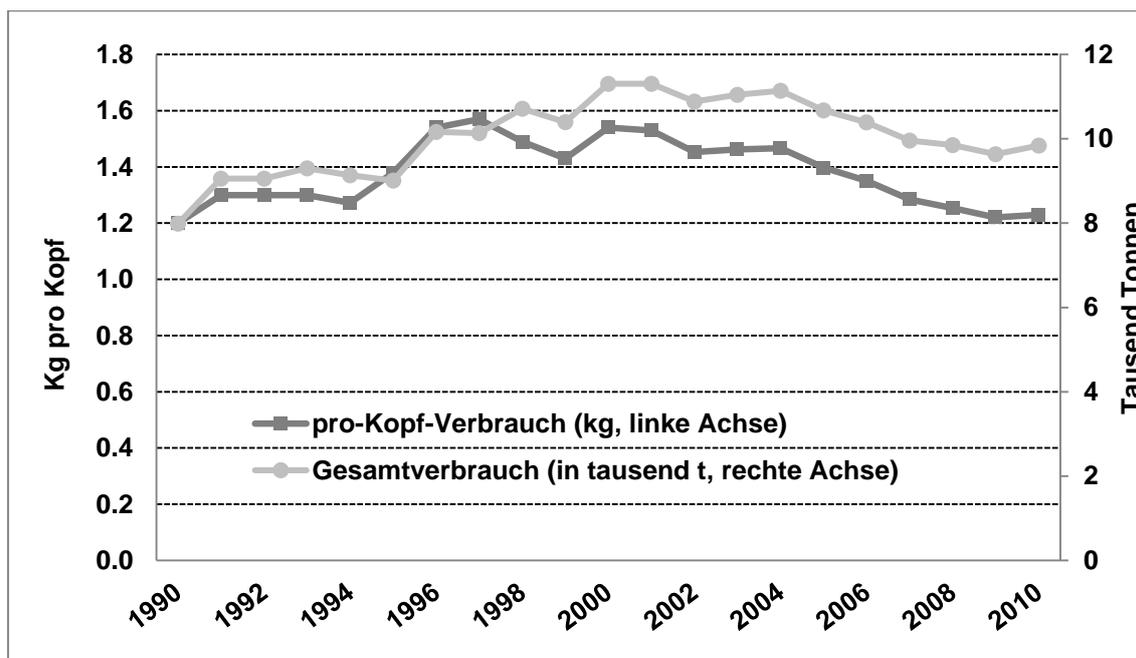
Die Winterweide kommt nur bei der Schafhaltung vor. Die Saisonalität weicht demzufolge von jener bei den Rindern ab, bei denen ein starker Anstieg der Schlachtungen im November beobachtet werden kann (vgl. Abbildung 4). Absolut bewegen sich die Schwankungen beim Schaf innerhalb weniger hundert Tonnen, zwischen den höchsten und tiefsten Werten sind es jedoch bis zu +/-100%. Die Saisonalität der Schafschlachtungen ist deshalb verhältnismässig stark ausgeprägt und kann bei einem starken Angebot in Spitzenzeiten zu Absatzproblemen und tiefen Preisen führen. Dies vor allem bei der Räumung der Alpen im Herbst.

2.2 Nachfrage nach Lammfleisch

2.2.1 Entwicklung des Konsums

Der Verbrauch von Lammfleisch in der Schweiz hat bis ins Jahr 2000 zugenommen (Abbildung 5) und überschritt die Marke von 12'000 Tonnen jährlich (entspricht einem Pro-Kopf-Verbrauch von 1.6 Kg). Dann hat der Verbrauch abgenommen. 2010 hat sich der Konsum jedoch wieder aufgefangen. Ob dies bereits eine Trendwende bedeutet, lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht sagen.

Abbildung 5: Gesamtverbrauch und Pro-Kopf-Verbrauch von Lammfleisch in der Schweiz



Quellen: BFS, 2011a und Proviande, diverse Jahrgänge

Tabelle 4 gibt einen Überblick über den Konsum verschiedener Fleischkategorien. Es fällt auf, dass die grossen Veränderungen des Konsums in den neunziger Jahren stattgefunden haben, gemeint ist der Rückgang des Gesamtkonsums und des Verbrauchs von Schweine- und Rindfleisch. Gegenläufig dazu entwickelte sich der Geflügelfleischkonsum, dessen Wachstum die starke Präferenz zu fettärmerem Fleisch und zu mehr Convenience widerspiegelt. In den letzten zehn Jahren haben sich anteilmässig keine grossen Verschiebungen mehr ergeben. Der Gesamtkonsum hat sich stabilisiert und in den letzten Jahren sogar wieder zugenommen, dies auch als Folge der Bevölkerungszunahme.

Tabelle 4: Pro-Kopf-Verbrauch von Schaf, Rind, Kalb, Schwein, Geflügel und Wild in der Schweiz (in kg)

| | Schaf | Rind | Kalb | Schwein | Geflügel | Wild | übriges Fleisch | Fleisch total | Fisch und Krustentiere |
|------|-------|-------|------|---------|----------|------|-----------------|---------------|------------------------|
| 1990 | 1.39 | 13.59 | 4.27 | 30.43 | 7.81 | 0.55 | 1.6 | 59.64 | 7.22 |
| 1995 | 1.38 | 11.72 | 3.9 | 27.34 | 8.39 | 0.54 | 1.35 | 54.62 | 7.24 |
| 2000 | 1.54 | 10.30 | 3.73 | 25.43 | 9.03 | 0.59 | 1.24 | 51.86 | 7.71 |
| 2005 | 1.40 | 10.39 | 3.43 | 25.20 | 8.95 | 0.56 | 1.08 | 51.01 | 7.64 |
| 2010 | 1.23 | 11.20 | 3.15 | 25.33 | 11.00 | 0.64 | 1.04 | 53.59 | 8.82 |

Quellen: BFS, 2011a und Proviande, diverse Jahrgänge

Der Rückgang des Lammfleischkonsums ist vorwiegend auf Substitutionseffekte zurückzuführen. Tabelle 4 zeigt, dass der Konsumrückgang beim Schaffleisch überdurchschnittlich stark ausgefallen ist, stärker als beim Kalbfleisch und anderem Fleisch (Fleisch von Ziegen, Pferden, Kaninchen und Wild). Ausgeprägt sind die Zunahmen bei Fisch und Geflügel, die massgebend zur Erhöhung des Gesamtkonsums beigetragen haben.

Auch der Zuwachs der ausländischen Wohnbevölkerung aus Osteuropa in der Schweiz (zwischen den Jahren 1990 und 2009 +600% (BFS, 2011b)) – welche traditionell eine eher starke Präferenz für Schaffleisch hat – konnte den rückläufigen Konsum nicht stoppen. Für den Konsum von Lammfleisch der Schweizer Wohnbevölkerung ist deshalb von einem noch stärkeren Rückgang auszugehen. Dies sind jedoch lediglich Vermutungen, da wir über keine vertieften Studien zur Charakterisierung der Konsumenten von Schaffleisch verfügen. Diese Lücke, welche nicht nur das Lammfleisch betrifft, gilt es zu schliessen mit entsprechenden Analysen, indem das bestehende Datenmaterial zur Marktforschung vertieft analysiert wird.

2.2.2 Preis- und Einkommenselastizitäten der Nachfrage nach Lammfleisch

Preis- und Einkommenselastizitäten sind ein Mass dafür, wie der Konsum eines Gutes auf Änderungen der Preise und des Einkommens reagiert. Diese Elastizitäten zeigen auch, wie die Preise der Konkurrenzprodukte den Konsum beeinflussen. Anhand dieser Elastizitäten sollen nun typische Eigenschaften des Lammfleischkonsums aufgezeigt werden. Die verfügbaren Studien für den Fleischmarkt beruhen allerdings auf der Datenbasis von Ende der neunziger Jahre, weshalb eine gewisse Vorsicht geboten ist. Dennoch lassen sich einige interessante Aussagen machen.

Tabelle 5 enthält die Elastizitäten für verschiedene Fleischsorten. Wie die meisten Nahrungsmittel sind auch alle Werte beim Fleisch dem Betrag nach unter 1, weshalb wir von einem preisunelastischem Verhalten sprechen. Dennoch zeigen sich Unterschiede: Die Werte für die Preiselastizität zeigen, dass der Konsum auf Preisänderungen beim Lammfleisch stärker reagiert als bei den andern Fleischsorten.

Auch die Einkommenselastizität ist höher als bei den andern Fleischsorten. Allgemein liegen die Einkommenselastizitäten beim Fleisch über den Werten anderer Nahrungsmittel. Was beim Fleisch dazu kommt, ist die starke Zahlungsbereitschaft für Edelstücke, während die andern Teile des Tierkörpers weniger begehrt sind.

Tabelle 5: Eigenpreis- und Einkommenselastizitäten für verschiedene Fleischkategorien

| Fleischkategorie | Eigenpreis- elastizität | Einkommens- elastizität |
|-------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Rindfleisch | -0.358 | 0.424 |
| Schweinefleisch | -0.401 | 0.431 |
| Geflügel | -0.374 | 0.399 |
| Fisch | -0.401 | 0.340 |
| Schafffleisch | -0.729 | 0.584 |

Quelle: Jaquet et al., 2000. Empirische Analyse des Nahrungsmittelverbrauchs in der Schweiz: Ein dreistufiges LA/AIDS Modell p. 30. Datenbasis 1998

Die stärkere Preisempfindlichkeit beim Lammfleisch bedeutet, dass die Konsumenten leicht auf andere Produkte ausweichen können. Ein Mass dafür sind die Kreuzpreiselastizitäten: Sie geben an, wie stark der Lammfleischkonsum auf Preisänderungen von Konkurrenzprodukten reagiert. Aufgrund der Werte in Tabelle 6 ist es offenbar der Fisch, der sich als engstes Substitut zum Lammfleisch zeigt. Dann folgen das Geflügel und die andern Fleischsorten. Man kann aus den Kreuzpreiselastizitäten auch ableiten, um wie viel der Konsum dieser Konkurrenzprodukte zunimmt, wenn der Preis für Lammfleisch steigt. Steigt der Preis zum Beispiel um 10 Prozent, sinkt der Konsum vom Lammfleisch bei einer Preiselastizität von -0.729 (Tabelle 5) um rund 100 Gramm/Kopf und Jahr. Die Werte in Tabelle 6 geben an, wie stark sich der Konsum auf die andern Produkte verlagert. Da der Konsum von Fisch und Geflügel in den letzten 10 Jahren deutlich zugenommen hat, wurde dadurch Lammfleisch verdrängt.

In dieser Studie wurde die Substitutionsbeziehung zwischen Lamm und Wild nicht untersucht. Gerade im Herbst, wenn viele Tiere von den Alpen kommen, herrscht eine Konkurrenzsituation, die den Absatz von Lammfleisch beeinträchtigen kann. In den letzten Jahren hat der Wildkonsum allerdings nicht zugenommen, sondern anteilmässig am Gesamtfleischkonsum sogar abgenommen.

Tabelle 6: Kreuzpreiselastizitäten von Schaffleisch und Substitution durch Fisch und anderes Fleisch

| Schaffleisch zu | Kreuzpreis- elastizitäten | Substitution Gramm pro Kopf* |
|-----------------|------------------------------|------------------------------------|
| Fisch | 0.319 | 41 |
| Geflügel | 0.188 | 24 |
| Rindfleisch | 0.118 | 15 |
| Schweinefleisch | 0.093 | 12 |

* Annahmen: Lammfleischpreis steigt um 10%. Pro Kopf-Konsum 1.3 kg

Quelle: Jaquet et al., op. cit. 2000, p. 29

Eine wichtige Eigenschaft des Lammfleischmarktes ist der hohe Importanteil. Von Interesse ist deshalb die Frage, welche Unterschiede bei der Preisempfindlichkeit von inländischem und importiertem Fleisch bestehen. Zu diesem Zweck wurden Elastizitäten auf Grosshandelsstufe geschätzt. Tabelle 7 enthält Preiselastizitäten für Schweizerfleisch und für Importfleisch. Die Werte zeigen, dass die Akteure im Importgeschäft auf Preisänderungen stärker reagieren als beim Inlandfleisch. Beim Lammfleisch fällt auch bei dieser Betrachtung auf der Grosshandelsstufe auf, dass die Preissensibilität sowohl für das Schweizer Lamm wie für die Importe im Vergleich zu den andern Fleischsorten ausgeprägt ist.

Tabelle 7: Preiselastizitäten für Schweizer Fleisch und für Importe

| | Preiselastizitäten* Schweizerfleisch | Preiselastizitäten* Importfleisch |
|-----------------------|---|--------------------------------------|
| Geflügel | -0.43 | -1.50 |
| Schweinefleisch | -0.61 | -1.70 |
| Rind- und Kalbfleisch | -0.61 | -1.44 |
| Lammfleisch | -1.19 | -2.59 |

Quelle: Schlupe Campo, 2004. Market Options in the WTO Doha Round. Impacts on the Swiss Meat Market. Diss. ETH Zurich, Vauk Kiel., p. 88. Datenbasis Januar 1996 bis Dezember 2002.

Die Erklärung dazu liefert die Analyse der Substitutionsbeziehungen: Die Substitutionselastizität ist ein Mass dafür, wie leicht ein Produkt durch ein anderes ersetzt werden kann, wenn sich die Preisverhältnisse zwischen diesen beiden Produkten verändern. Tabelle 8 enthält die Werte für die verschiedenen Fleischsorten bezüglich der Herkunft. Beim Lammfleisch ist nun diese Austauschbarkeit weit stärker als beim Geflügel. Je leichter zwei Produkte gegeneinander substituierbar sind, desto ähnlicher sind sie in den Augen der Nachfrager. Beim Lammfleisch achten die Akteure im Grosshandel somit weniger auf die Herkunft als beim Geflügel und den andern Fleischsorten. Dieses Verhalten leitet sich ab aus den Präferenzen der Endverbraucher: Die

Präferenz für Fleisch aus der Schweiz ist beim Geflügel weit stärker als beim Lammfleisch. Die Unterschiede in den Haltungsbedingungen zwischen dem Inland und dem Ausland spielen dabei eine wichtige Rolle. Mit andern Worten: Die schwache Stellung des Schweizer Lammfleischs hat massgeblich zum Verlust an Marktanteilen der letzten Jahre beigetragen.

Tabelle 8: Substitutionselastizitäten zwischen Schweizerfleisch und Importen

| | Substitutions- elastizitäten |
|------------------------------------|---|
| CH / Import bei Schaffleisch | 2.24 |
| CH / Import bei Schweinefleisch | 1.79 |
| CH / Import bei Rind-& Kalbfleisch | 1.54 |
| CH / Import beim Geflügel | 0.70 |

Quelle: Schluep Campo, op. cit. 2004, p. 91

Eine Folgerung aus den Überlegungen zur Nachfrageentwicklung besteht nun darin, dass das Schweizer Lammfleisch ein aktives Marketing braucht und die bisherigen Anstrengungen zur Positionierung als Spezialität verstärkt werden.

2.2.3 Zusammensetzung der Nachfrage

Die Nachfrage nach einzelnen Teilstücken vom Lamm ist sehr unterschiedlich. Mengenmässig am meisten nachgefragt wird Filet, gefolgt von Koteletts und Schlegel/Gigot. Zusammen machen sie 70% des Verkaufs von Lammfleisch aus (Tabelle 9). Die Daten von AC Nielsen beziehen sich nur auf den Detailhandel.

Tabelle 9: Anteile der einzelnen Teilstücke vom Lamm an der total verkauften Menge Lammfleisch im Detailhandel

| Teilstück | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Lammfilet | 32.22 | 33.74 | 34.57 |
| Lammkoteletts | 19.97 | 21.09 | 21.42 |
| Lammschlegel/Gigot | 15.63 | 14.33 | 13.79 |
| Lammbraten | 10.89 | 10.32 | 10.24 |
| Lammgulasch/-voressen | 6.57 | 7.71 | 6.62 |
| Lamm anderes | 11.91 | 10.51 | 11.64 |
| Total Verkauf Detailhandel (in t) | 3223.4 | 3376.6 | 3418.7 |

Quellen: Proviande/AC Nielsen

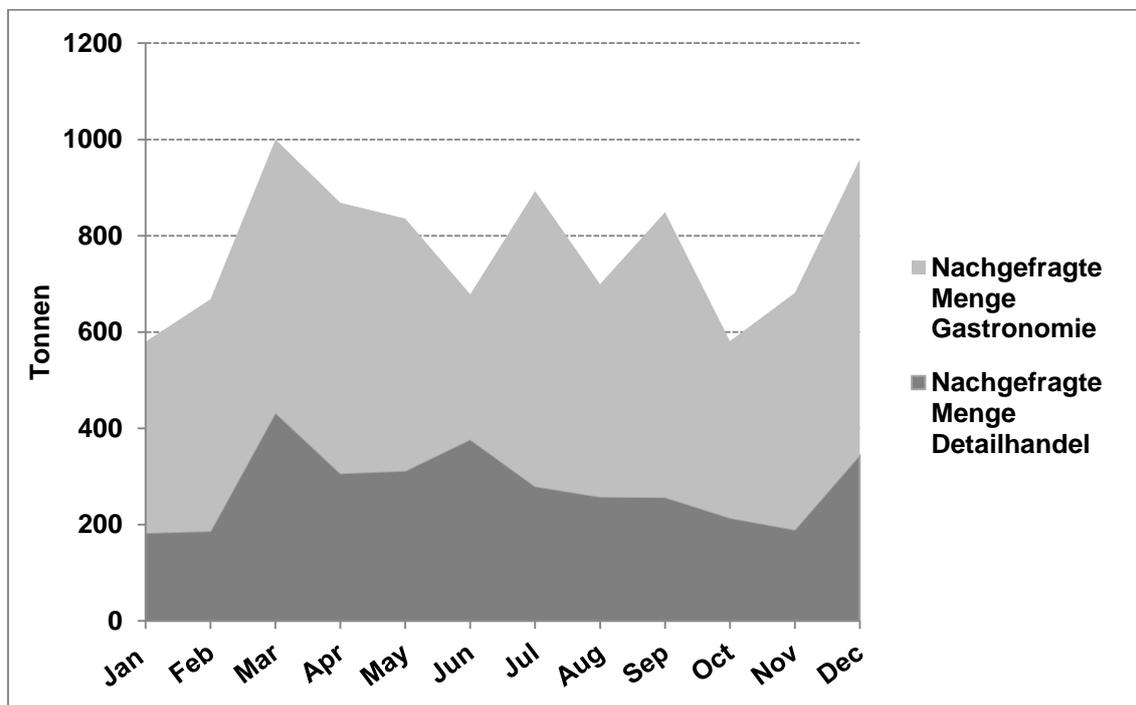
Der Gastrokanal (auch Horeka genannt, **H**otels, **R**estaurants und **K**antinen) ist in Tabelle 9 nicht berücksichtigt. Es ist aber anzunehmen, dass die Anteile auch im Gastrobereich ähnlich

sind. Einzig beim Gulasch und Hackfleisch (in Tabelle 9 unter ‚Lamm anderes‘) würden die Anteile vermutlich etwas höher ausfallen, da dieses eher preisgünstige Fleisch vor allem von Kantinen gekauft wird. Das einzige Datenmaterial, das für den Ausserhaus-Konsum beim Lamm zur Verfügung steht, sind Erhebungen im Auftrag der Proviande zur Anzahl der konsumierten Menüs, Tagesteller etc. Lamm macht ungefähr 3% aus, ähnlich wie Wild. Es muss jedoch beachtet werden, dass der Wildkonsum noch stärker saisonal geprägt ist als der Lammfleischkonsum.

2.2.4 Saisonalität der Nachfrage

Der Konsum von Lammfleisch ist saisonal sehr unterschiedlich. Vor allem in den Monaten März bis Juni und im Monat Dezember werden grössere Mengen nachgefragt, während der Konsum im Herbst und den restlichen Wintermonaten tiefer liegt. In Abbildung 6 sind die monatlichen Schwankungen der verkauften Menge für die Jahre 2008 bis 2010 zusammengestellt. Die Daten beziehen sich auf die Verkäufe des Detailhandels (wichtigste Detailhändler).

Abbildung 6: Saisonale Schwankungen der Nachfrage (Durchschnitt der Jahre 2008-2010)



Anmerkung: Die nachgefragte Menge Gastronomie wurde über das total verkaufsfertiges minus der nachgefragten Menge im Detailhandel errechnet.

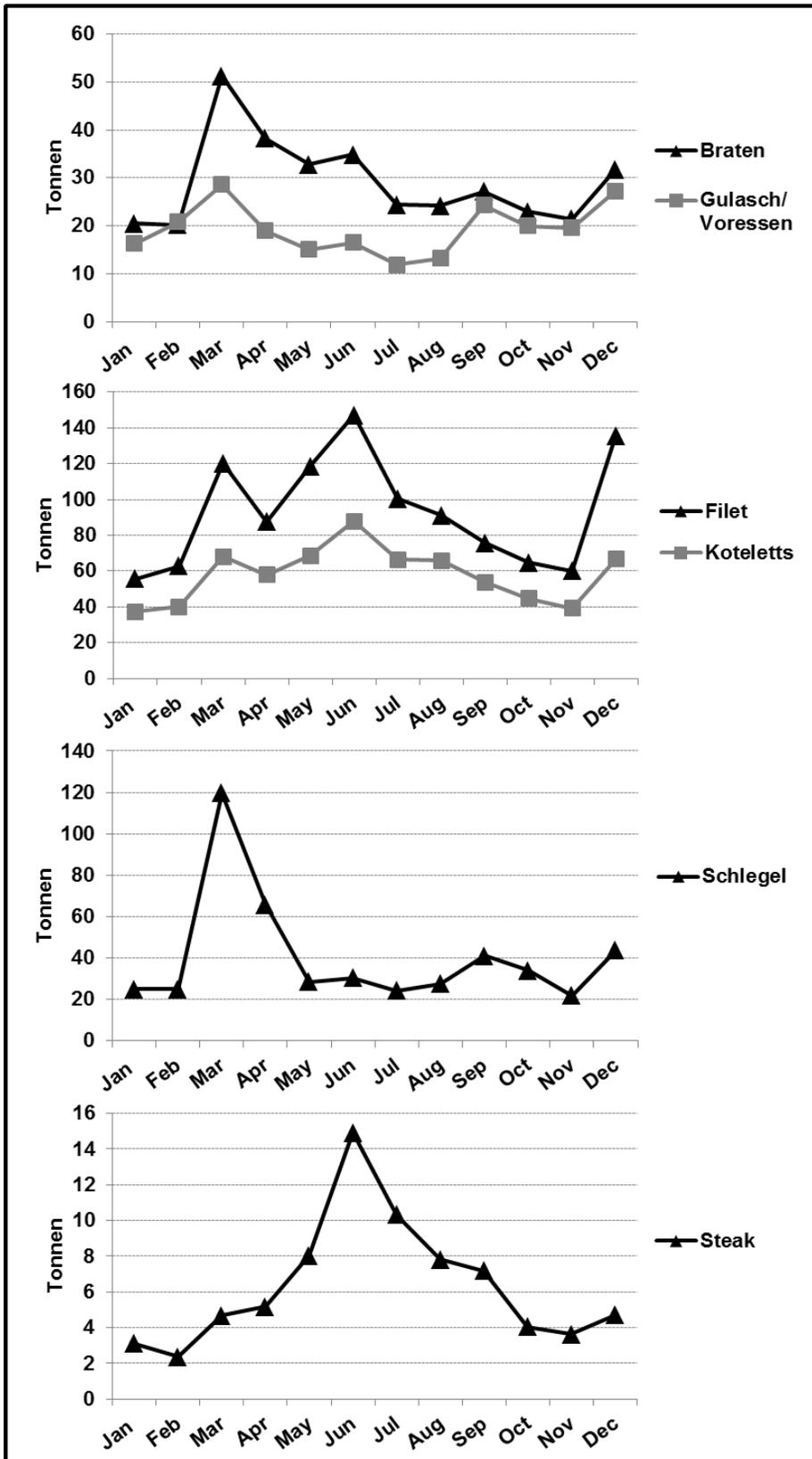
Quellen: Proviande/AC Nielsen

Der Konsumrückgang im Herbst ist vor allem auf die Substitution von Lammfleisch durch Wild zurückzuführen.

Zum starken Zuwachs bei den Verkäufen im März/April (Osterzeit) tragen vor allem Lammgigot und Lamnbraten bei. Die Zunahme im Juni während der Grillsaison erklärt sich durch höhere Verkäufe bei Filet und Koteletts. Dasselbe gilt für den Monat Dezember (Festtage). Wird der

Konsum einzelner Teilstücke betrachtet, lassen sich verschiedene Muster erkennen (Abbildung 7)

Abbildung 7: Saisonaler Konsum einzelner Teilstücke beim Lamm



Quellen: Proviande/AC Nielsen

Filets und Koteletts werden vor allem während der Grillsaison und der Weihnachtszeit konsumiert. Schlegel (Gigot) ist vor allem während der Osterzeit sehr gefragt. Ansonsten ist der Konsum nur gering. Ähnliches gilt auch für Braten und Gulasch/Voressen.

2.3 Aussenhandel

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick zu den Entwicklungen im Aussenhandel beim Lammfleisch. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Importen, die im Vergleich zur Inlandproduktion beträchtlich sind. Die Exporte sind marginal, werden aber trotzdem kurz besprochen.

Der Aussenhandel beim Lamm wird ausschliesslich für Tierkörper und Fleischstücke analysiert. Die Ein- und Ausfuhr von lebenden Tieren wird nicht berücksichtigt. In Anhang 1 sind die 8-stelligen Tarifnummern aufgelistet. Wird in den folgenden Kapiteln von Importen und Exporten gesprochen ohne weitere Spezifikationen, versteht sich darunter immer die Summe der aufgelisteten Tarifnummern.

2.3.1 Importregelungen

Die Schweiz hat sich im Rahmen der Uruguay-Runde der WTO zu zwei Zollkontingenten beim Fleisch verpflichtet: 22'500 Tonnen jährlich für Schlachttiere und Fleisch, das vorwiegend auf der Basis von Raufutter produziert wird (Zollkontingent Nr. 5), und 54'500 Tonnen jährlich für Fleisch und Schlachttiere vorwiegend auf der Basis von Krafffutter produziert (Zollkontingent Nr. 6). Im Zusammenhang mit der Analyse des Lammfleischmarktes ist vor allem Nr. 5 von Bedeutung. Darunter fallen die Tierkategorien Rind, Pferd, Schaf und Ziege. Auch bei den Teilzollkontingenten bestehen Mindestmengen, die zum Import freigegeben werden. Für Schaffleisch liegt diese bei 4'500 Tonnen (Teilzollkontingent Nr. 5.72). Zusätzlich existiert je ein Teilzollkontingent für Koscher- und Halalfleisch (Nr. 5.4 und 5.6).

Die Einfuhrmengen und die Perioden werden durch das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) festgelegt und geschehen auf Empfehlungen der Proviande, die als Branchenorganisation die betroffenen Kreise vertritt.

Im Rahmen der Agrarpolitik 2007 wurde beschlossen, die Zollkontingente zu versteigern. 2005 wurden vorerst 33%, 2006 66% und ab 2007 100% versteigert. In der Übergangsphase wurden die restlichen Mengen entsprechend dem bisherigen System der Inlandleistung verteilt (Art. 48 und 187b, LwG). Beim Schaf- und Rindfleisch (ohne zugeschnittene Binden) werden nur 90% versteigert und 10% des Zollkontingents nach der Inlandleistung den Importeuren zugeteilt. Die Inlandleistung wird dabei nach der Anzahl der an überwachten öffentlichen Märkten ersteigerten Tiere bemessen (vgl. Art. 48, LwG). Die Versteigerungserlöse beim Schaf lagen 2010 bei 13.2 Mio. CHF. Davon wurden 1.1 Mio. CHF an die Verarbeiter zurückbezahlt zur Entsorgung von Schlachtnebenprodukten der im Inland geschlachteten Schafe. Pro Schaf wird ein Beitrag von 4.5 CHF ausbezahlt.

Die Teilzollkontingente für Koscher- und Halalfleisch wurden ab 2005 zu 100% versteigert.

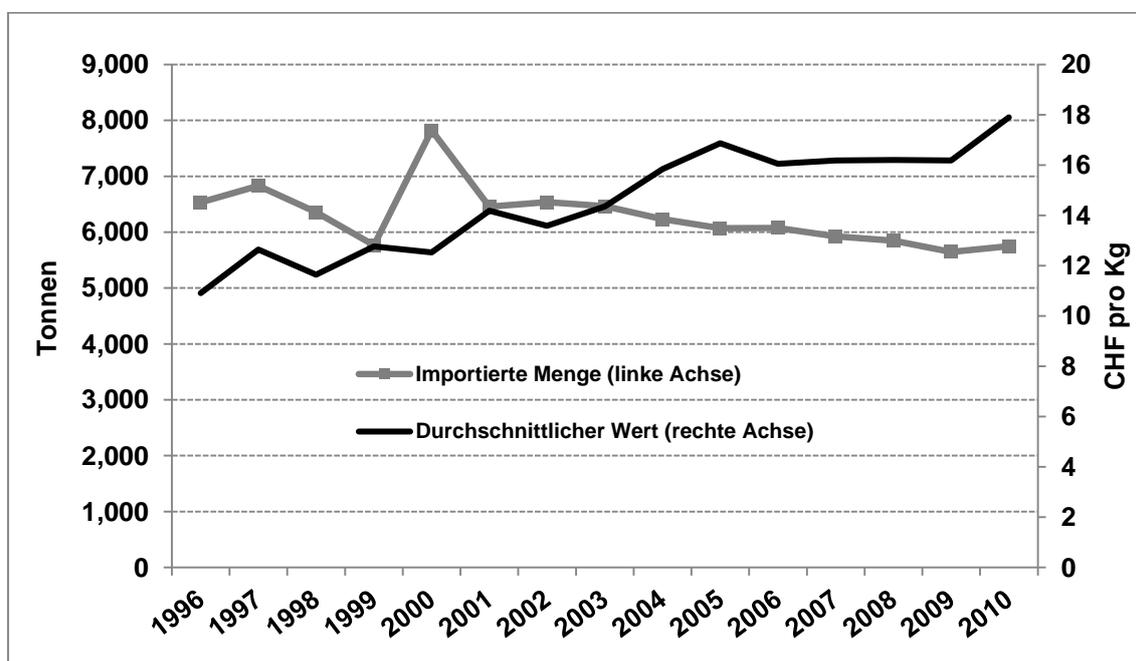
Die Beurteilung des Lammfleischmarktes und Antragstellung an das BLW für die periodische Freigabe von Fleischeinfuhrmengen ist Sache der Proviande im Rahmen des Leistungsauftrages durch den Bund.

2.3.2 Entwicklung der Importe

Die Importe von Lammfleisch haben in den letzten zehn Jahren abgenommen (Abbildung 8). Im Jahr 2000 fällt die aussergewöhnliche Zunahme auf, die auf den Übergang zum System der Inlandleistung zurückzuführen ist. Seitdem sind die Importe von 6'500 Tonnen pro Jahr auf unter 6'000 Tonnen zurückgegangen.

Wertmässig haben die Importe hingegen zugenommen: Der durchschnittliche Wert des importierten Lammfleischs ist im Zeitraum von 1996 bis 2010 von 11 CHF pro Kg auf 18 CHF pro Kg angestiegen ist. Dies hat bekanntlich damit zu tun, dass der Anteil Edelstücke zugenommen hat, während der Import in Hälften zurückgegangen ist (s. nächster Abschnitt Kap. 2.3.3).

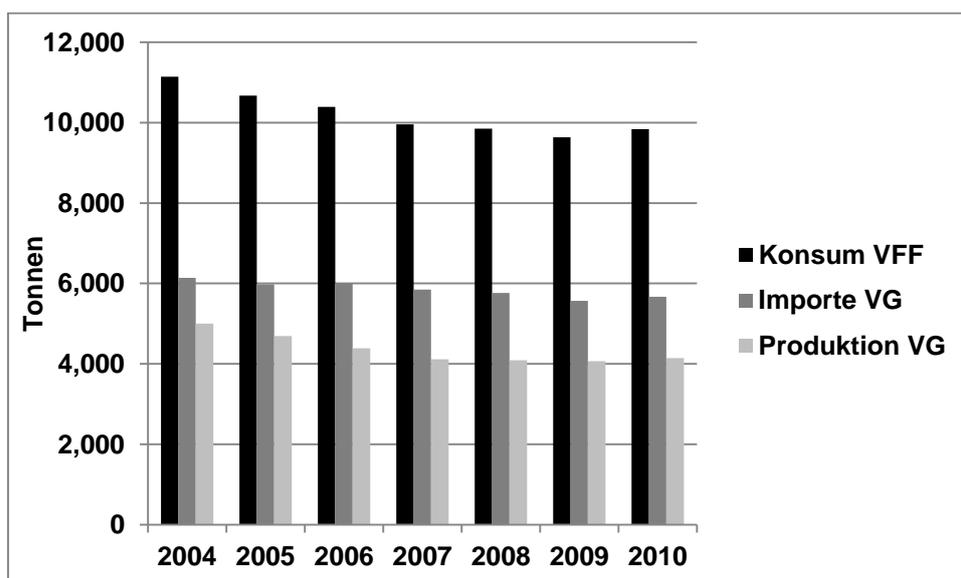
Abbildung 8: Importe Lammfleisch, Menge und durchschnittlicher Wert der importierten Ware



Quelle: swiss impex

Von Bedeutung ist nun die Frage, wie die Importe in der Zeit des rückläufigen Konsums vor allem seit 2004 festgelegt wurden. Abbildung 9 zeigt, dass die Importe nicht im gleichen Mass reduziert wurden wie dies der Rückgang des Konsums erfordert hätte. Dies hat den Produzentenpreis und die Inlandmenge unter Druck gesetzt.

Abbildung 9: Verbrauch, Inlandproduktion und Importe, jährlich seit 2004



Anmerkungen:

VG: Verkaufsgewicht (wird über Faktoren für die Inlandproduktion und die Importe bestimmt)

VFF: Verkaufsfertiges Fleisch, wird nach folgender Formel berechnet:

Inlandproduktion inkl. Hausschlachtungen VG Verkaufsgewicht

+Importe

-Exporte

-Einlagerungen

+Auslagerungen

=Konsum von verkaufsfertigem Fleisch VFF

Quelle: Proviande, Der Fleischmarkt in Zahlen 2010, p.52

Tabelle 10 zeigt, dass der Konsum seit 2004 um 1'300 t zurückgegangen ist, während die Importe nur um rund 500 t reduziert wurden. Entsprechend gross war deshalb der Rückgang der Produktion um über 800 t. Geht man vom Grundsatz aus, dass die Importmenge die Inlandproduktion ergänzen soll, hätten die Importe stärker reduziert werden sollen.

Tabelle 10: Verbrauch, Inlandproduktion und Importe, jährlich seit 2004

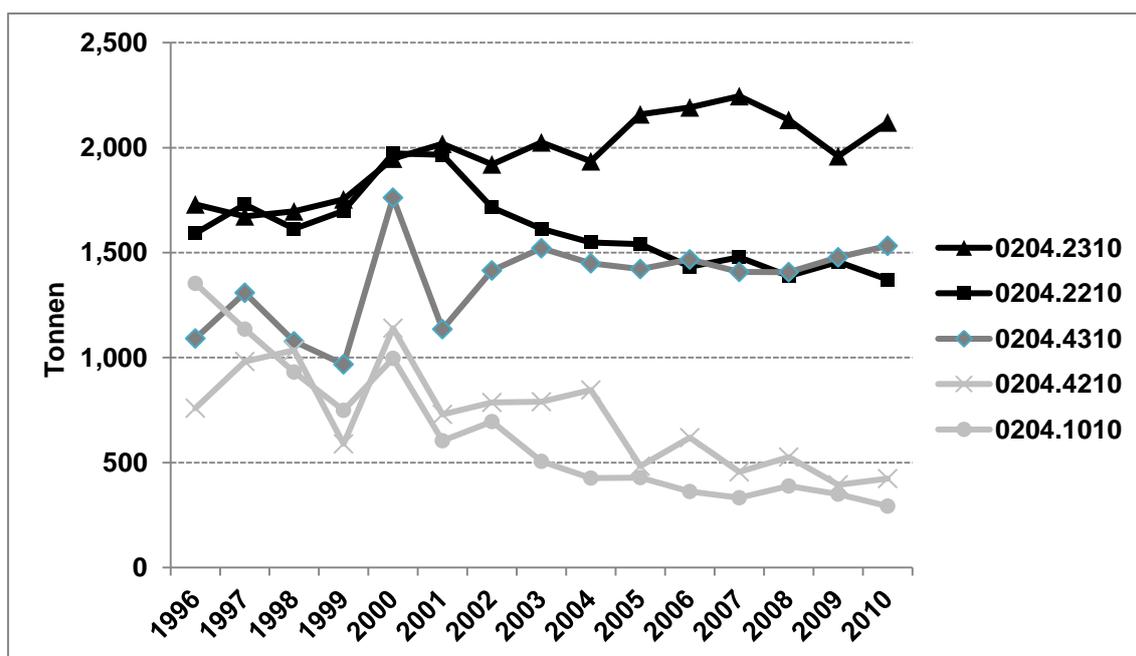
| Teilstück | 2004 | 2010 | Rückgang 2004-10 |
|---------------|--------|-------|---------------------|
| Konsum VFF | 11,142 | 9,840 | 1,302 |
| Importe VG | 6,142 | 5,668 | 474 |
| Produktion VG | 5,000 | 4,146 | 854 |

Quelle: Proviande, diverse Jahrgänge

2.3.3 Zusammensetzung der Importe

In den letzten 15 Jahren ist es zu beträchtlichen Verschiebungen gekommen, die im Zusammenhang mit der starken Zunahme der Nachfrage nach Edelstücken stehen. Abbildung 10 zeigt die mengenmässige Entwicklung und Abbildung 11 die Zunahme des Wertes an der Grenze. So ist der Import von ganzen oder halben Tierkörpern (frisch/gekühlt), die einen tiefen Wert pro Kg haben, stark zurückgegangen. Gleichzeitig ist der Anteil der Fleischstücke ohne Knochen (frisch/gekühlt oder gefroren, verhältnismässig teurere Ware) um 10% angestiegen. Dies erklärt den Anstieg des durchschnittlichen Werts der Importe als langfristigen Trend.

Abbildung 10: Entwicklung der Importe der einzelnen Tarifnummern (die fünf bedeutendsten Tarifnummern decken über 99% der Importe ab)



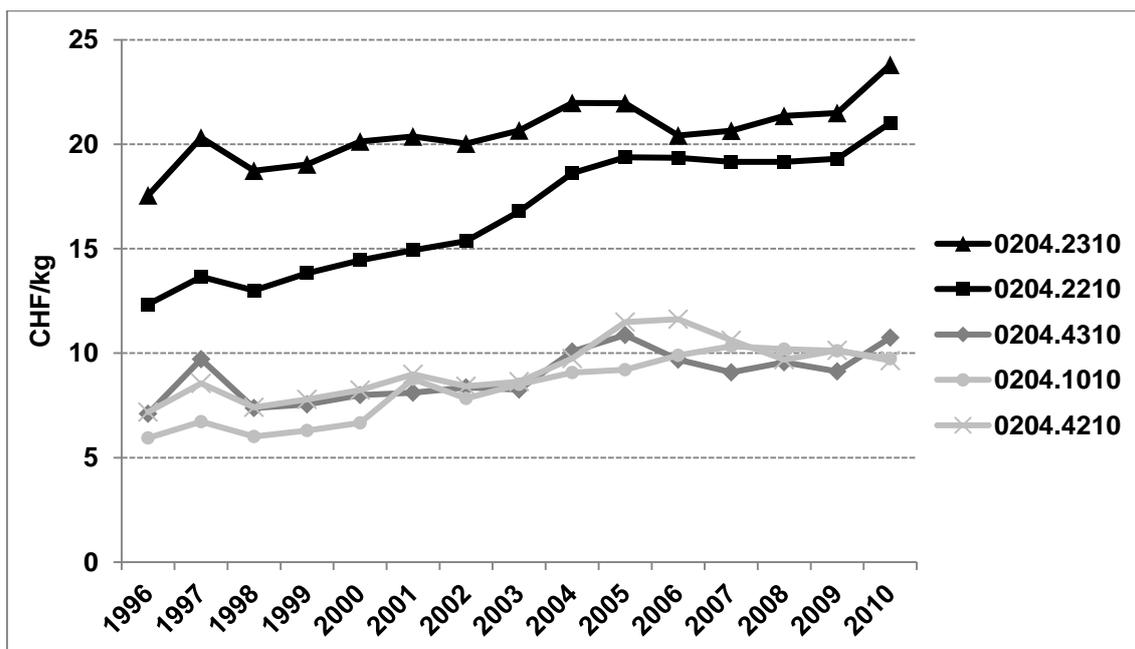
Anmerkung: Alle Tarifnummern verstehen sich innerhalb des Zollkontingents Nr. 5.

Legende

- 0204.1010: Ganze oder halbe Tierkörper von Lämmern, frisch oder gekühlt
- 0204.2210: Fleisch von Schafen, mit Knochen, frisch oder gekühlt (ausg. ganze oder halbe Tierkörper)
- 0204.2310: Fleisch von Schafen, ohne Knochen, frisch oder gekühlt
- 0204.4210: Fleisch von Schafen, mit Knochen, gefroren [ausg. ganze oder halbe Tierkörper]
- 0204.4310: Fleisch von Schafen, ohne Knochen, gefroren

Quelle: swiss impex

Abbildung 11: Entwicklung des Importpreises der einzelnen Tarifnummern beim Lamm (die fünf bedeutendsten Tarifnummern, decken über 99% der Importe ab)



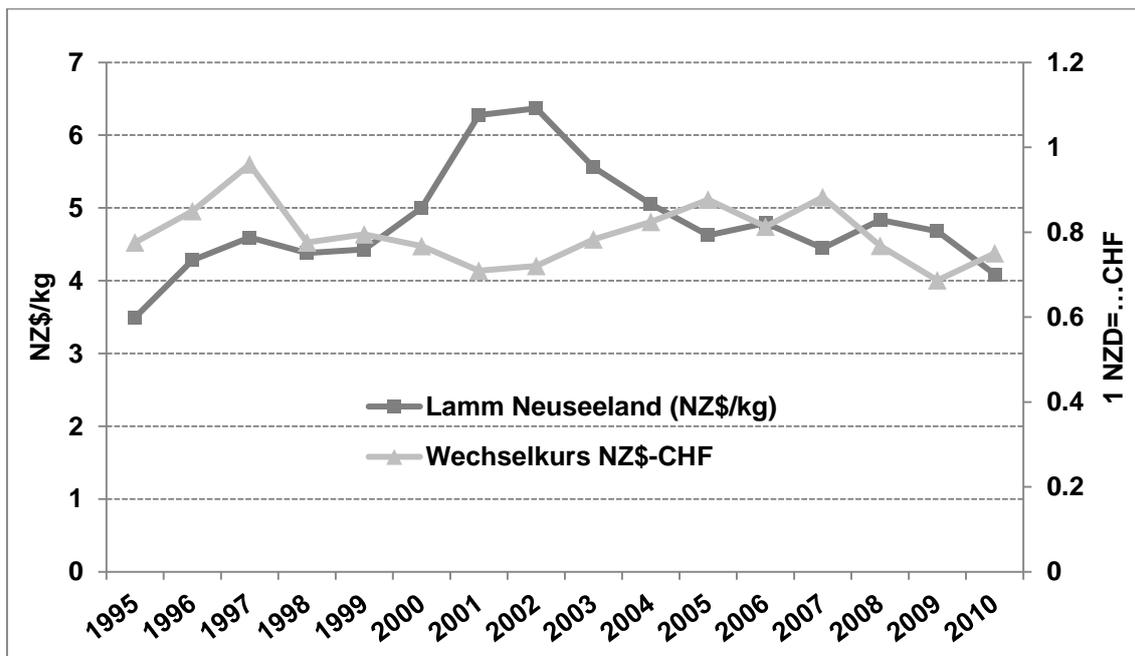
Legende

- 0204.1010: Ganze oder halbe Tierkörper von Lämmern, frisch oder gekühlt
- 0204.2210: Fleisch von Schafen, mit Knochen, frisch oder gekühlt (ausg. ganze oder halbe Tierkörper)
- 0204.2310: Fleisch von Schafen, ohne Knochen, frisch oder gekühlt
- 0204.4210: Fleisch von Schafen, mit Knochen, gefroren [ausg. ganze oder halbe Tierkörper]
- 0204.4310: Fleisch von Schafen, ohne Knochen, gefroren

Quelle: swiss impex

Die kurzfristigen Schwankungen haben damit zu tun, dass der Preis von importiertem Lamm massgeblich durch die Weltmarktpreise bestimmt wird. Zwischen 1980 und 2002 ist der neuseeländische Preis nominal ziemlich stark angestiegen (Abbildung 12) (real betrachtet ist der Preis gesunken). Dadurch dass sich der Schweizer Franken gegenüber dem neuseeländischen Dollar besonders bis 1990 stark aufgewertet hat, führte dies zweitweise sogar zu einer Verbilligung des neuseeländischen Lammfleisches. Für das australische Lammfleisch gilt dasselbe, da sowohl die Weltmarktpreise als auch die Wechselkurs mit jenen des neuseeländischen Dollars stark korreliert sind. Ab 1990 war der Wechselkurs ziemlich konstant. In jüngster Zeit sind nun aber die überseeischen Lammfleischpreise witterungsbedingt deutlich angestiegen. Die Konkurrenz zum Schweizer Fleisch ist deshalb schwächer geworden, und die Preise im Inland haben in der ersten Hälfte 2011 wieder angezogen.

Abbildung 12: Entwicklung des neuseeländischen Lammpreises (gefrorene Tierkörper) und des Wechselkurses NZ\$-CHF

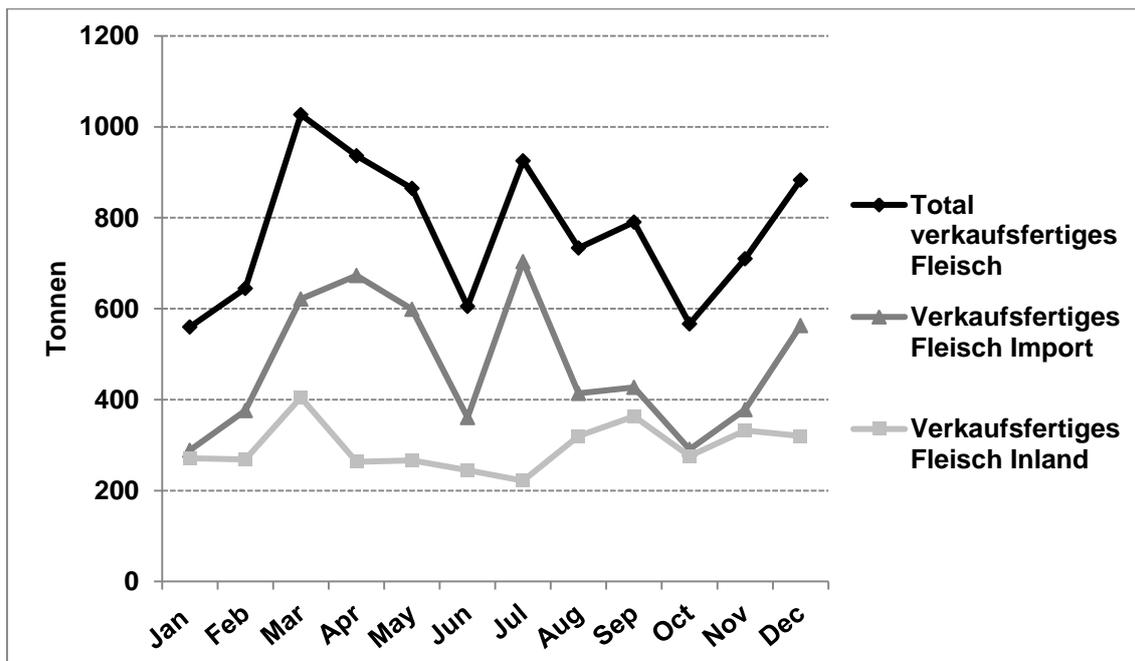


Quellen: IMF und UBS

2.3.4 Saisonalität der Importe

Bei einem Importanteil von über 50% sind die Voraussetzungen gegeben, dass eine richtig dosierte Importmenge zur Stabilisierung der Preise beitragen kann. Dies lässt sich in Abbildung 13 erkennen.

Abbildung 13: Verbrauch von Lamm in der Schweiz und Produktion von Schweizer Lamm (verkaufsfertig), 2010



Anmerkung: Das Total verkaufsfertiges Fleisch entspricht ungefähr der monatlich nachgefragten Menge.

Quelle: SBV, diverse Jahrgänge

Tabelle 11 zeigt die Importe von Lammfleisch seit dem Systemwechsel von 2007, wonach 90% des Zollkontingents versteigert und 10% den Importeuren nach Inlandleistung zugeteilt werden. Die Importfreigaben erfolgen zum grössten Teil quartalsweise, wobei kurzfristig Zusatzkontingente erteilt werden können. Dieses zeitliche Importmuster nimmt Rücksicht einerseits auf die Bedürfnisse der Importeure nach einer genügend langen Frist zur Disposition der Importtätigkeit und andererseits auf die kurzfristigen Änderungen der Marktlage.

Tabelle 11: Importe von Lammfleisch seit 2007 (Nr. 5.7 - 0204, 0206 in Tonnen)

| | | I. Quartal | II. Quartal | III. Quartal | IV. Quartal | Versteigerte Menge | Inlandleist. 10% des Totals | Total Importe |
|------|-------------------|------------|-------------|--------------|-------------|--------------------|-----------------------------|---------------|
| 2007 | Quartalskonting. | 900 | 1'170 | 1'305 | 1'080 | 4'455 | | |
| | Zusatzkonting. | 270 | 270 | 180 | 315 | 1'035 | | |
| | Total 2007 | | | | | 5'490 | 610 | 6'100 |
| 2008 | Quartalskonting. | 1'350 | 1'260 | 1'350 | 1'170 | 5'130 | | |
| | Zusatzkonting. | | 135 | 135 | | 270 | | |
| | Total 2008 | | | | | 5'400 | 600 | 6'000 |
| 2009 | Quartalskonting. | 1'080 | 1'170 | 1'440 | 1'260 | 4'950 | | |
| | Zusatzkonting. | | 270 | | | 270 | | |
| | Total 2009 | | | | | 5'220 | 580 | 5'800 |
| 2010 | Quartalskonting. | 1'080 | 1'170 | 1'440 | 1'170 | 4'860 | | |
| | Zusatzkonting. | 135 | 360 | | | 495 | | |
| | Total 2010 | | | | | 5'355 | 595 | 5'950 |

Quelle: Seco (Bericht über zolltarifarisches Massnahmen), diverse Jahrgänge

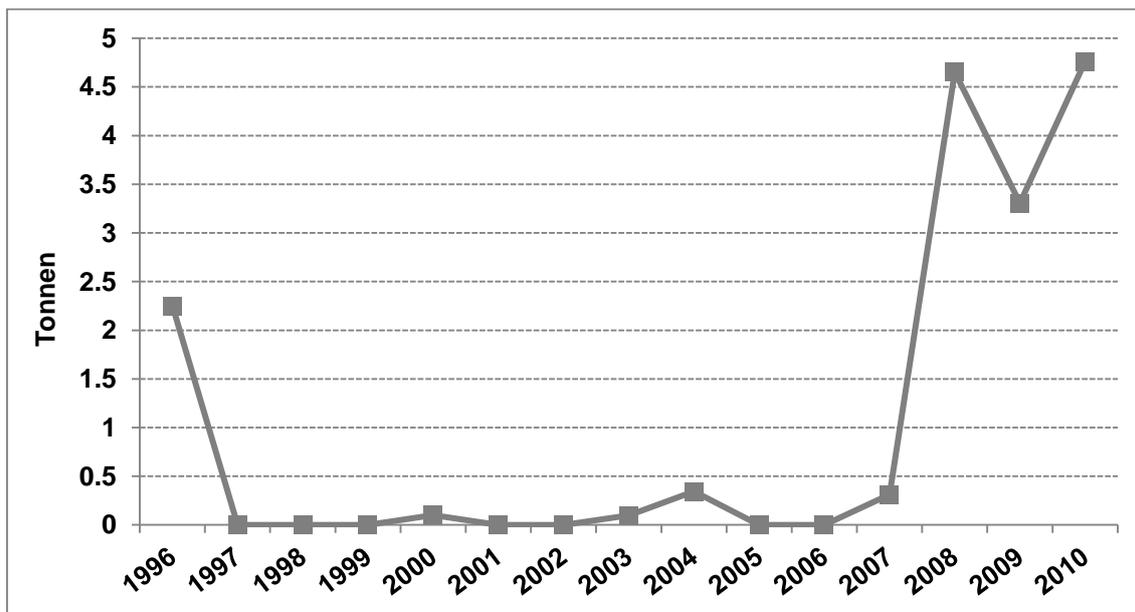
Aus der Sicht der Produzenten und im Interesse der Preisstabilisierung empfiehlt sich eine gewisse Zurückhaltung bei den Quartalsfreigaben, dafür mehr Flexibilität bei den Zusatzkontingenten. Dies gilt besonders für das III. Quartal, an dessen Ende die Alpen entladen werden und die Wildsaison beginnt.

Diese Überlegungen werden im Kapitel 3 über die Preisbildung wieder aufgenommen.

2.3.5 Exporte

Die Exporte von Schweizer Lammfleisch sind sehr gering. Nachdem sie längere Zeit vollständig zum Erliegen kamen, sind sie im Jahr 2008 angestiegen und bewegen sich im Bereich von 3.5 bis 4.5 Tonnen (Abbildung 14).

Abbildung 14: Exportmengen Lammfleisch



Quelle: swiss impex

In Anbetracht der durch das Bundesamt für Landwirtschaft angestrebten Qualitätsstrategie, die bei vielen Schweizer Unternehmen schon seit langem im Zentrum steht, werden sich auch die Schweizer Lammfleischproduzenten und die Verarbeiter überlegen müssen, wo mögliche Exportpotentiale für Schweizer Lammfleisch bestehen. Die gesamte Fleischbranche befindet sich in dieser Beziehung noch in den Anfängen. Die wertmässigen Exporte von Schweizer Fleisch und Fleischwaren bewegen sich im zweistelligen Millionenbereich (Aepli, 2011). Die Proviande unternimmt zur Förderung der Exporte einige Anstrengungen.

3. Preise und Margen

3.1 Ökonomische Überlegungen zur Preisbildung unter Zollkontingenten

Preise bilden sich bekanntlich aufgrund von Angebot und Nachfrage. Was auf den ersten Blick sehr einfach erscheint, kann in der Realität recht kompliziert sein. Das gilt vor allem für Märkte, bei denen der Import durch Zollkontingente bestimmt wird. Dieses Zollkontingent wird dann den einzelnen Importeuren zugeteilt, beim Fleisch durch die Versteigerung und nach der Inlandleistung. Dies ist der Unterschied zu einem Ein-Zollsystem, wie beispielsweise bei den Futtermittelimporten, wo der Staat nur die Höhe der Zölle festlegt und die Importeure die Einfuhrmengen selbst bestimmen.

Es geht in einem ersten Schritt darum, die Preisbildung unter Zollkontingenten zu erklären. Wir nehmen dabei an, dass der Wettbewerb funktioniert. In einem zweiten Schritt wird die Preisbildung unter unvollkommenem Wettbewerb analysiert. Von Interesse sind dabei die Auswirkungen eines unvollkommenen Wettbewerbs auf Produzenten und Konsumenten.

3.1.1 Preisbildung unter vollkommenem Wettbewerb

Wie bereits in Kap. 2.3.4 erwähnt, werden die Importmengen quartalsweise festgelegt, wobei Zusatzkontingente aufgrund der aktuellen Marktlage freigegeben werden können.

Am Beispiel der letzten zwei Jahre zeigt sich, dass die Quartalsfreigaben relativ hoch waren und im Jahr 2010 überdies auch noch die Zusatzkontingente in der ersten Jahreshälfte deutlich über dem Vorjahr lagen. 2010 wurde gegenüber 2009 mehr importiert, obwohl die Produktion zugenommen hatte. Tabelle 12 zeigt, dass das Mehrangebot von 2.1% (Produktion plus Importe) einen Preisdruck von 5.7 % bewirkte. Dieser für die Produzenten negative Effekt entspricht den Erwartungen aufgrund des Gesetzes von Angebot und Nachfrage. Es geht hier nicht darum, Entscheidungen im Nachhinein zu kritisieren, sondern vielmehr um die Problematik von Zollkontingenten.

Tabelle 12: Importentscheidungen und Produzentenpreis 2009/10

| | 2009 | 2010 | 2009/10 |
|--|-------|-------|---------|
| Produktion in t (VG) | 4'067 | 4'151 | 2.1% |
| Importe in t (VG) | 5'574 | 5'693 | 2.1% |
| <i>Produzentenpreis CHF/kg SG (QM, T3)</i> | 10.32 | 9.73 | -5.7% |

Quelle: Proviande, div. Jahrgänge

Das Beispiel zeigt die besondere Sensitivität, wie die Kontingentsmengen die Inlandpreise bestimmen. Um dies besser zu verstehen, soll die Preisbildung unter einem Zollkontingent in Abbildung 15 erklärt werden.

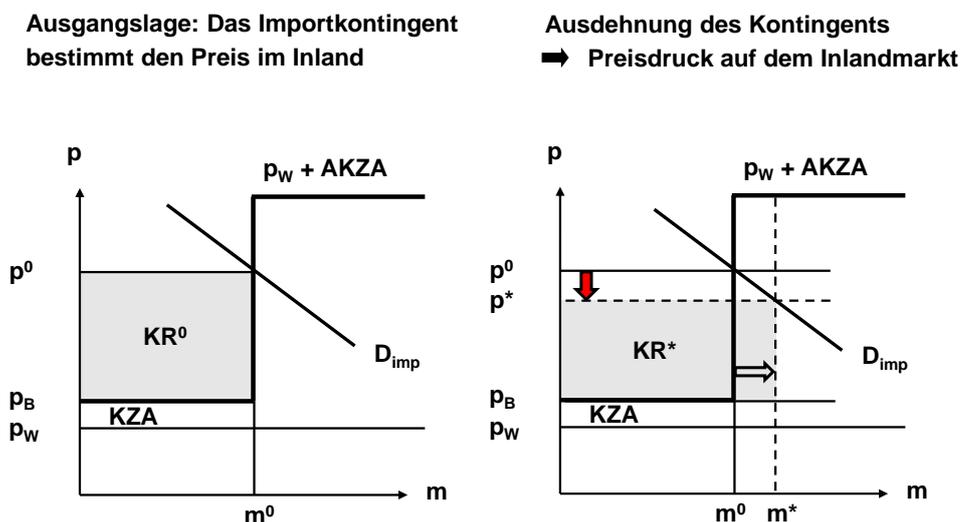
In der Grafik links ist die Ausgangslage dargestellt: Die Menge m^0 kann zum tiefen Kontingents-Zollansatz (KZA) importiert werden. Der Preis der Importe p_B ergibt sich aus dem Weltmarkt-

preis p_w plus dem KZA. Sobald diese Menge überschritten wird, muss der höhere Ausser-Kontingents-Zollansatz (AKZA) bezahlt werden. Die treppenartige Linie entspricht der Auslandangebotsfunktion. Sie zeigt, zu welchem Preis Importe im Inland angeboten werden. Analog dazu beschreibt die Importnachfragefunktion D_{imp} wie viel im Inland zu welchem Preis an Importen nachgefragt wird. Die Importnachfrage entspricht der Differenz zwischen der Nachfrage und dem Angebot im Inland. Im Schnittpunkt der Auslandangebotsfunktion und der Importnachfragefunktion bildet sich der Preis p^0 . Dieses höhere Preisniveau gilt nicht nur für die Produzenten, sondern auch für die Preise auf den nachgelagerten Stufen und insbesondere auch für die importierten Produkte.

Dehnt sich die Produktion aus, wie in unserem Beispiel, verschiebt sich die Importnachfragefunktion nach links und der Preis kommt unter Druck, falls die Importmenge nicht rechtzeitig reduziert wird. Umgekehrt verschiebt sich die Importnachfragefunktion nach rechts, wenn beispielsweise die Nachfrage wegen schönem Grillwetter zunimmt. Die Preise steigen, falls nicht zusätzliche Importe freigegeben werden.

Bei einem Zollkontingent können die Importeure zum tiefen Preis p_B Fleisch einführen und zum höheren Preisniveau im geschützten Inlandmarkt verkaufen. Die markierte Fläche in der Grafik entspricht der sog. „Kontingentsrente“ KR^0 .

Abbildung 15: Wirkung der Importmenge auf die Produzentenpreise



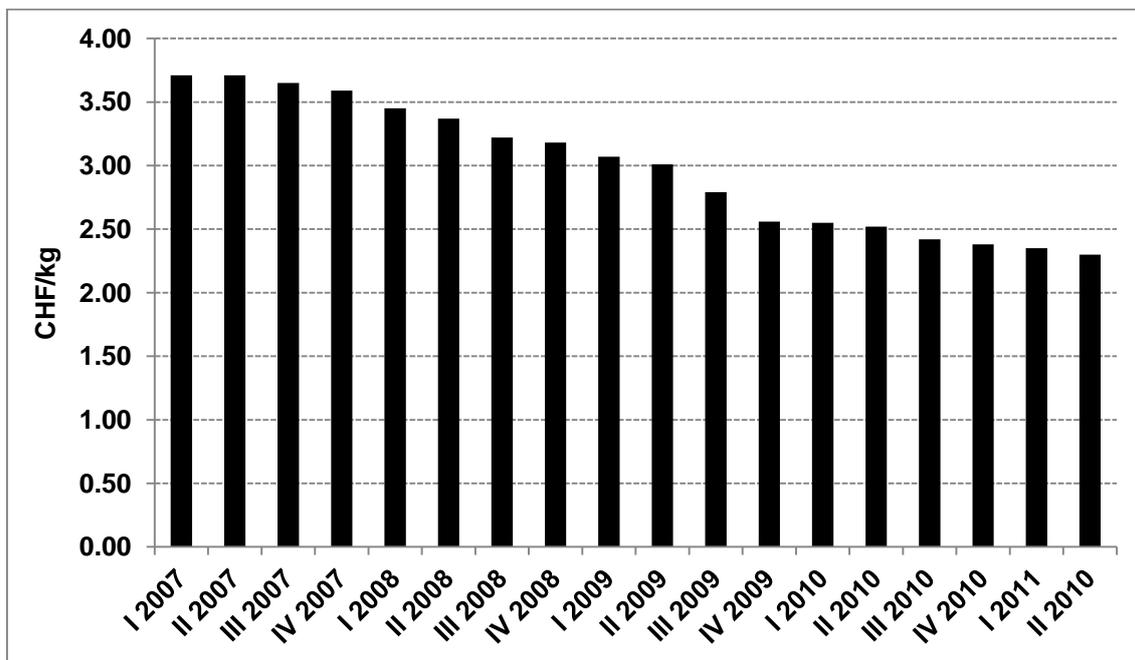
Die Importnachfrage D_{imp} entspricht der Differenz zwischen der Nachfrage und dem Angebot im Inland.

Die Grafik rechts zeigt nun, wie sich eine Ausdehnung der Kontingentsmenge bei gegebener Importnachfrage auf den Inlandpreis auswirkt. Das Ausmass der Preissenkung hängt davon ab, wie steil die Importnachfragefunktion verläuft. Je preis-unelastischer die Importnachfrage ist, desto stärker wird der Preisdruck. Da sich die Importnachfrage aus der Differenz zwischen Angebot und Nachfrage im Inland ergibt, hängt ihre Preiselastizität nicht nur von der Nachfrageelastizität ab, sondern auch von der Preiselastizität des Angebots. Die Erfahrung zeigt, dass

Produktionszweige, die stark vom Rhythmus der Natur abhängig sind, eine geringe Preiselastizität aufweisen. Das trifft ganz besonders auf die Schafhaltung zu, wo die Produzenten nur wenige Ausweichmöglichkeiten haben. So müssen sie beispielsweise ihre Tiere im Herbst auf den Markt bringen, auch wenn die Preise tief sind. Je preisunelastischer die Importnachfrage ist, desto sensibler reagieren die Preise auf Änderungen der Importmenge und desto gravierender sind die Konsequenzen von Fehlentscheidungen bei der Importmenge.

Die Grafik bringt den bekannten Gegensatz der Interessen auf dem Markt zum Ausdruck: Auf der einen Seite die Produzenten und auf der andern Seite die Importeure und Verarbeiter. Importentscheidungen sind Gegenstand der Verhandlungen der verschiedenen Marktpartner in der Proviande. Die Produzenten möchten möglichst „gute“ Preise, während die andern Marktpartner an möglichst „guten“ Importmöglichkeiten interessiert sind. Setzen sich die Produzenten durch, wird die Importpolitik restriktiver; setzt sich hingegen die andere Marktseite durch, werden mehr Importe freigegeben. Seitdem die Kontingente versteigert werden, gibt die Höhe der Gebote einen guten Hinweis darauf, wie restriktiv die Kontingente bemessen werden, um die Preise im Inland zu stützen. Abbildung 16 zeigt, dass die mittleren Zuschlagspreise kontinuierlich abgenommen haben. Dies zeigt, dass die Importpolitik beim Lammfleisch weniger restriktiv wurde. Das Ausmass der Preisstützung durch die Zollkontingente hat somit abgenommen.

Abbildung 16: Mittlerer Zuschlagspreis der versteigerten Quartalskontingente beim Lammfleisch



Quelle: BLW (Bericht über zolltarifarisches Massnahmen), diverse Jahrgänge

In der Realität hängt nun alles davon ab, wie gut die Marktentwicklung prognostiziert werden kann. Die Erfahrung zeigt, dass diejenigen Akteure mit dem besseren Marktüberblick einen Vorteil haben gegenüber denjenigen, die weniger gut organisiert und informiert sind. Auf Agrarmärkten ist dieses Problem der asymmetrischen Informationslage weit verbreitet. Dies ist ein

Grund dafür, dass aus wissenschaftlicher Sicht ein Ein-Zollsystem einem Kontingentsregime vorzuziehen ist.

Ein weiterer Grund liegt bei den Kontingentsrenten: Im Fall eines Ein-Zollsystems geht dieser Betrag als Zolleinnahme an den Staat. Erfahrungsgemäss lässt sich bei einem Zollkontingent kaum empirisch überprüfen, wie viel von dieser Kontingentsrente den Konsumenten weitergegeben wird. Im Interesse einer besseren Transparenz hat sich das Parlament bei der AP 2007 für den Systemwechsel von der Inlandleistung zur Versteigerung entschieden.

3.1.2 Preisbildung unter unvollkommenem Wettbewerb

Typisches Merkmal von Agrarmärkten ist ihre Struktur: Viele Produzenten und viele Konsumenten stehen wenigen Unternehmen in Verarbeitung und Handel gegenüber. Die Verhältnisse auf dem Lammfleischmarkt werden in Kapitel 4: Marktstruktur und Wettbewerb eingehend untersucht. Hier geht es darum, die Auswirkungen von unvollkommenem Wettbewerb auf Produzenten und Konsumenten darzustellen. Gemeint sind die Effekte, wie wir sie von der ökonomischen Theorie her erwarten. Zur Vereinfachung nehmen wir an, dass die Produzenten nur einem Abnehmer (Monopsonist) gegenüber stehen, und dass die Konsumenten nur bei einem Detaillisten (Monopolist) einkaufen können. Diese Extremsituation von unvollkommenem Wettbewerb eignet sich dazu, die Effekte einfach darzustellen. In der Realität gibt es Zwischenformen, bei denen nicht nur ein Unternehmen, sondern mehrere Akteure im Markt tätig sind. Wir sprechen dann von Oligopsonen und Oligopolen, bei denen mehr Wettbewerb herrscht und die Effekte weniger extrem ausfallen.

Abbildung 17 zeigt links das Monopson, dem die Produzenten gegenüberstehen und rechts das Monopol, das als einziger Anbieter die Konsumenten beliefert. Beide Akteure, der Monopsonist und der Monopolist, machen eigentlich dasselbe: Sie suchen diejenige Preis-Mengenkombination, die ihnen den grössten Gewinn bringt. Für den Monopsonisten ist dies die optimale Beschaffungsstrategie und für den Monopolisten die optimale Absatzstrategie. Nach dieser Logik überlegt sich der Monopsonist, wie viel er bezahlen muss, wenn er eine zusätzliche Einheit des Agrargutes zukaufte. Das Optimum liegt nun im Punkt G_x , wo die Grenzkosten der Beschaffung gerade seiner Zahlungsbereitschaft entsprechen. Von diesem Gleichgewicht sucht er nun auf der Angebotskurve der Produzenten die optimale Preis-Mengenkombination w^* und x^* . Diese Preis-Mengenkombination weicht vom Gleichgewicht E bei vollkommenem Wettbewerb (w^0 und x^0) ab und bringt für die Produzenten Nachteile: Sie erhalten tiefere Preise und können weniger liefern.

Preissteigerungen auf Importfleisch und andere Fleischsorten ausweichen. Die Preiselastizität der Nachfrage ist beim Lammfleisch bedeutend stärker als bei andern Fleischsorten.

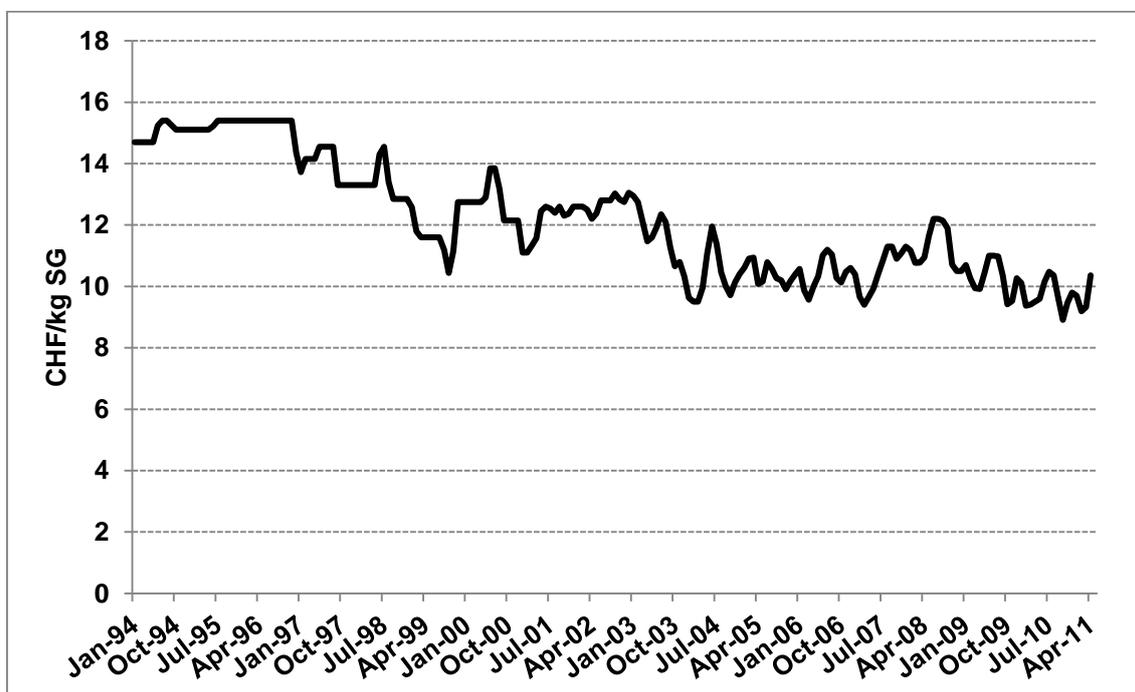
Diese Überlegungen führen zu folgendem Schluss: Im Fall von unvollkommenem Wettbewerb auf dem Lammfleischmarkt wären somit die Schafhalter stärker betroffen als die Konsumenten. Dies bedeutet, dass Margen, die aufgrund von unvollkommenem Wettbewerb entstehen, quasi rückwärts auf die Produzenten überwältigt werden.

3.2 Entwicklung der Preise

3.2.1 Produzentenpreise

Der Schweizer Produzentenpreis für Lamm ist seit Mitte der neunziger Jahre ständig gesunken. Ein Teil des Rückgangs wurde über den Ausbau des Direktzahlungssystems kompensiert. Ab 2004 hat sich der Preis auf dem Niveau von etwas über 10 CHF/kg SG gehalten. Der Anstieg im Jahr 2008 ist auf den weltweiten Preisanstieg auf den Agrarmärkten zurückzuführen. Anschliessend ist der Produzentenpreis wieder auf das Niveau von vor der Preishausse gesunken. (Abbildung 18).

Abbildung 18: Produzentenpreis Lamm QM, T3

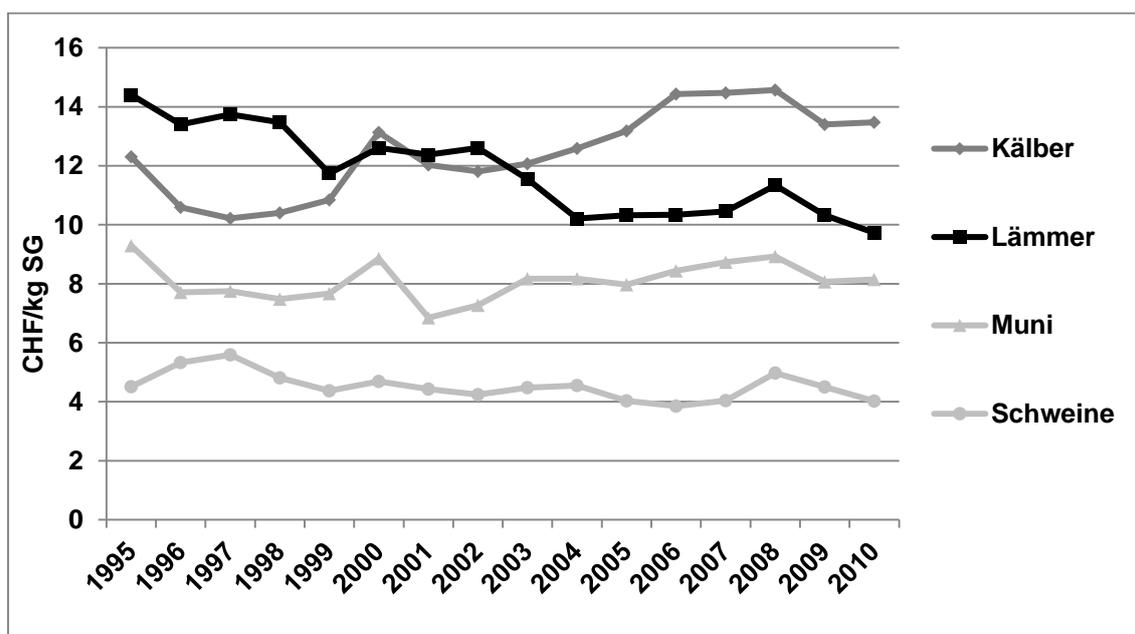


Quelle: SBV, diverse Jahrgänge

Auffallend sind die verhältnismässig starken Schwankungen zwischen 1997 und 2004. Ab 2005 haben sich diese abgeschwächt, was eine Folge der Entkoppelung von Inlandleistung und Importen ist.

Die Entwicklung des Produzentenpreises für Lamm weicht von der Entwicklung jener für Grossvieh ab (Abbildung 19). Die Preise für Kälber, Muni und Kühe sind in den letzten Jahren im Gegensatz zu den Preisen von Lämmern angestiegen.

Abbildung 19: Entwicklung der Produzentenpreise (QM) für Schlachtvieh



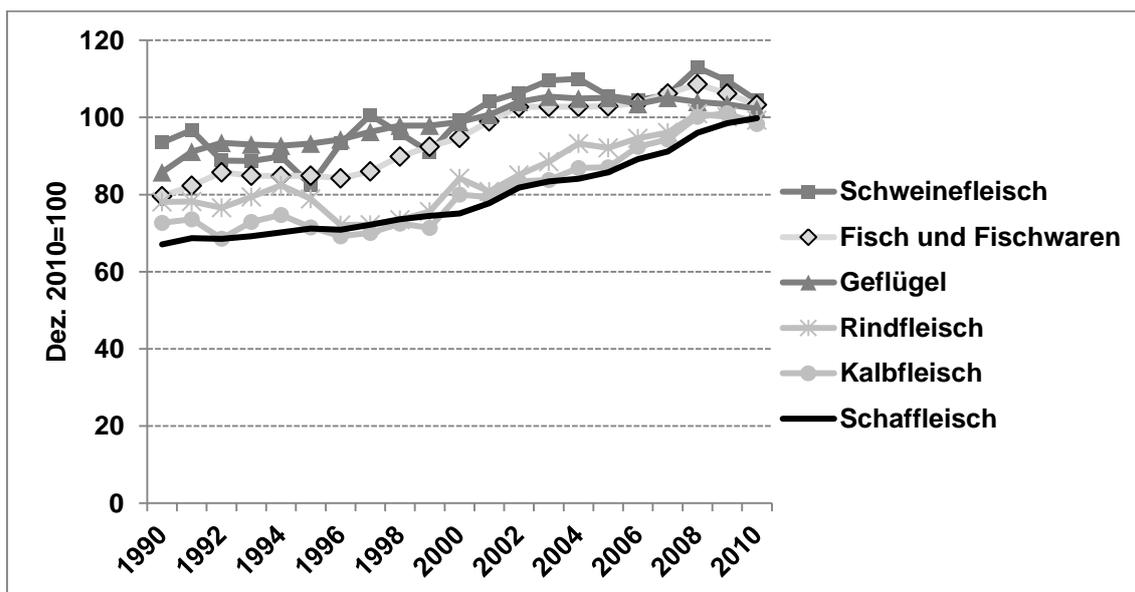
Quelle: SBV, diverse Jahrgänge

Zwischen den Preisen für QM und anderen Labels (Bio Lamm oder SwissPrimLamb) besteht eine enge Korrelation. Über die letzten Jahre betrachtet konnten über das SwissPrimLamb die besten Preise gelöst werden. Diese lagen oft bis zu 2.5 CHF/kg SG über dem Preis für QM-Lamm und auch über dem Preis für Bio-Lamm. Besitzer des Labels SwissPrimGourmet (darunter fällt auch SwissPrimLamb) ist die Vereinigung Mutterkuh Schweiz. Traitafina ist Exklusivvertreiber.

3.2.2 Konsumentenpreise

Die Konsumentenpreise für Lammfleisch sind in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. In dieser Hinsicht folgt das Lamm der Entwicklung beim Rind- und Kalbfleisch (Abbildung 20). Auch dort sind die Preise in ähnlichem Mass angestiegen. Der einzige Unterschied besteht in den jährlichen Schwankungen, die beim Lamm im Gegensatz zum Rind und Kalb nur ganz gering sind. Der Preis für Schweine- und Geflügelfleisch ist zwar lange Zeit auch angestiegen, hat sich aber ab 2000 stabilisiert.

Abbildung 20: Landesindex der Konsumentenpreise, verschiedene Fleischkategorien

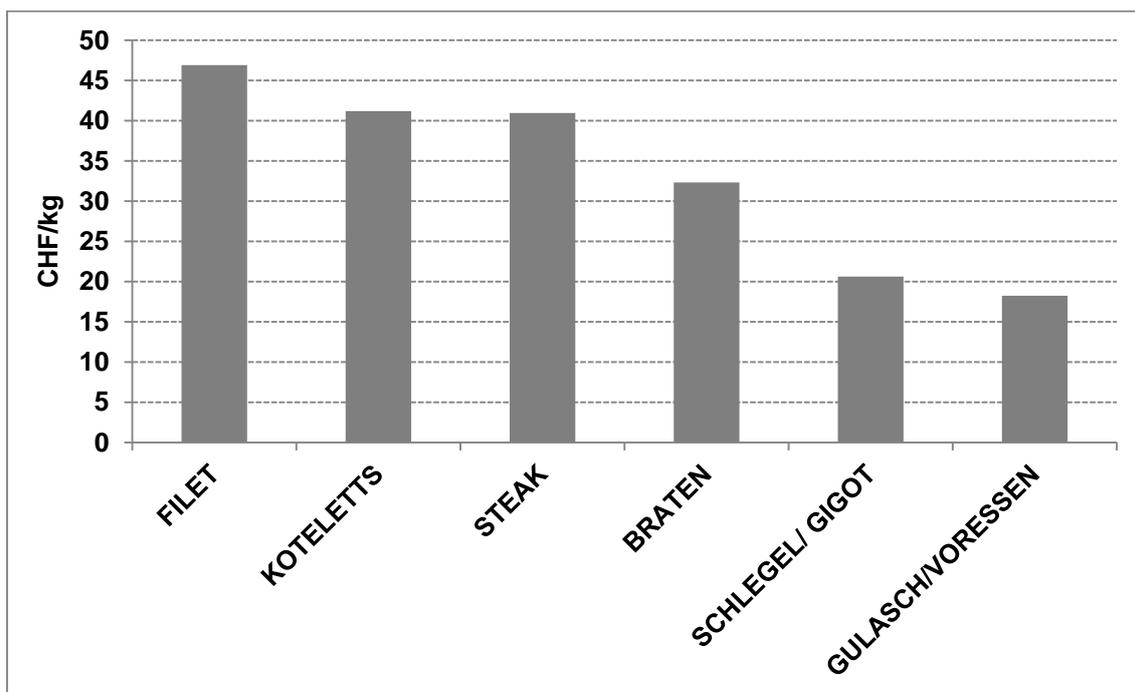


Quelle: BFS, 2011b

Die Schwankungen besonders beim Schweinefleisch, aber auch beim Rind- und Kalbfleisch sind vermutlich auf die Aktionstätigkeiten im Detailhandel zurückzuführen, die wiederum eine Reaktion auf ein grosses Inlandangebot sind. Da beim Lamm mehr als die Hälfte Import ist und die Bedeutung der Inlandproduktion geringer ist als beim Rind oder Schwein, kann es kaum zu einer vergleichbaren Überproduktion kommen. Einzig bei einzelnen Teilstücken des Vorderviertels können Absatzschwierigkeiten auftreten, die zu Aktionen führen können.

Die Edelstücke beim Lamm sind wie beim Grossvieh jene des Hinterviertels. Dazu gehören die Rückenpartie und das Gigot/Schlegel. Die Preise im Detailhandel liegen zwischen 20 und 50 CHF/kg. Gulasch/Voressen, das hauptsächlich Vorderviertel (Schulter und Brust) ist, gilt als eher preisgünstig (Abbildung 21).

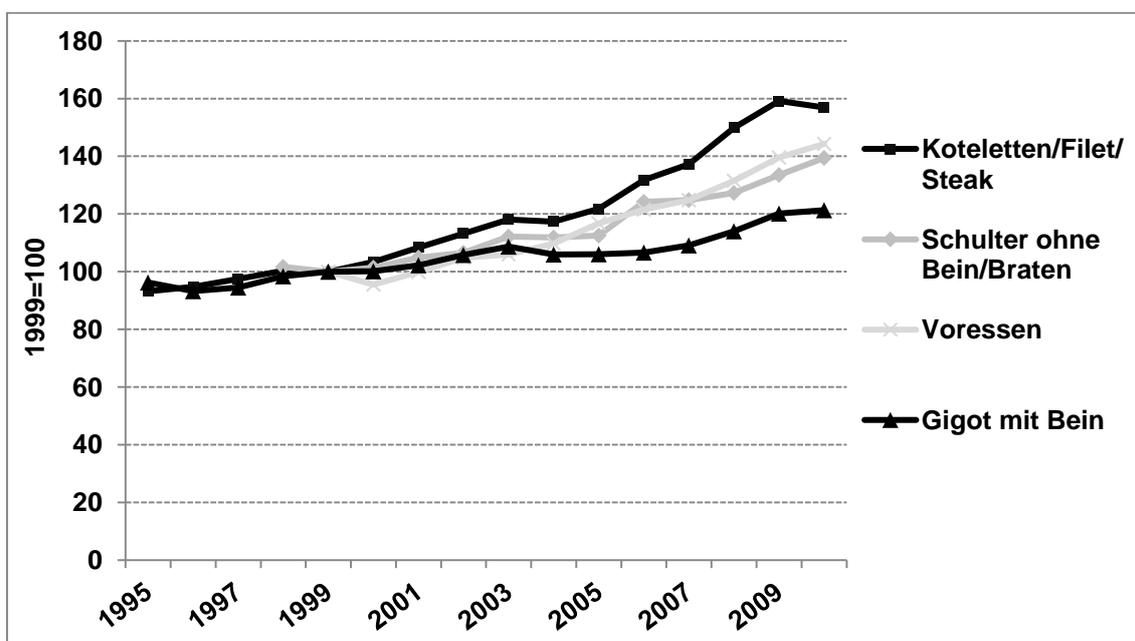
Abbildung 21: Detailhandelspreise wichtiger Teilstücke beim Lamm, 2010



Quellen: Proviande/AC Nielsen

Die Detailhandelspreise in Abbildung 21 sind ein Gemisch aus Schweizer Lamm QM, aus Schweizer Label-Lamm und aus Importlamm. Für das Schweizer Lamm werden Konsumentenpreise vom BLW erhoben. Diese sind eine Mischung aus den Preisen der Grossverteiler, der Warenhäuser und den gewerblichen Metzgereien.

Abbildung 22 Konsumentenpreise Schweizer Lammfleisch, indexiert 1999=100



Quelle: BLW (Marktbericht Fleisch), diverse Jahrgänge

Abbildung 22 zeigt den Anstieg der Zahlungsbereitschaft für Edelstücke wie Koteletts aber auch für Braten und Voressen.

3.2.3 Grosshandelspreise

Eine Zeitreihe für Grosshandelspreise für Schweizer Lammfleisch ist nicht verfügbar. Die Unternehmen geben an, dass die sogenannten Metzgerpreislisten, die zu diesem Zweck benötigt würden, nicht mehr verfügbar seien. Es konnten nur einzelne kurze Preisreihen erstellt werden, die aber eine systematische Analyse der Preisbildung auf den verschiedenen Stufen des Marktes nicht ermöglichen. Dies hat zur Folge, dass auch eine Margenberechnung auf Gross- und Detailhandelsstufe nicht möglich ist.

Preise auf Grosshandelsstufe sind deshalb wichtig, weil der Schritt vom Produzentenpreis direkt zum Konsumentenpreis eine sehr grobe Information über die Marge ist. Alles was dazwischen ist, bleibt verborgen. Ohne Grosshandelspreise lässt sich nicht nachvollziehen, wie sich Veränderungen beim Produzentenpreis auf die Preise der nachgelagerten Stufen übertragen. Gerade dies ist für die Beurteilung des Wettbewerbs von zentraler Bedeutung. Geht es doch um die Frage, wie beispielsweise Preissenkungen bei den Produzenten den Konsumenten weitergegeben werden.

Studien am Beispiel des Schweizer Schweinemarktes zeigen, dass auf Märkten oft eine asymmetrische Preistransmission vorliegt (Abdulai 2002): Steigende Produzentenpreise werden rasch auf die Konsumenten überwältigt, während Preissenkungen auf Stufe der Produzenten nur teilweise und mit zeitlicher Verzögerung den Konsumenten weitergegeben werden. Problematisch an dieser zeitlichen Verzögerung ist ihre destabilisierende Wirkung auf den Schlachtviehmarkt: Solange die Preise im Laden nicht sinken, kommen von der Nachfrageseite her keine stimulierenden Impulse. Dementsprechend vergeht eine gewisse Zeit bis der Markt ein neues Gleichgewicht findet. Volkswirtschaftlich gesehen verursacht jede Abweichung vom Gleichgewicht bei Produzenten und Konsumenten Wohlfahrtsverluste. Asymmetrische Preistransmission ist somit ein Hinweis auf unvollkommenen Wettbewerb. Die empirische Analyse erfordert, wie bereits erwähnt, zuverlässige Daten auf Grosshandelsstufe.

In diese Richtung geht auch eine Forderung des Postulates Bourgeois vom 3. Juni 2010, wonach die Markttransparenz, die Preisweitergabe und die Margenverteilung im Agrarmarkt verbessert werden sollen. Gemeint ist die Verstärkung der Marktbeobachtung auch gegen den Widerstand einzelner Unternehmen.²

3.3 Entwicklung der Margen

Beim Begriff „Marge“ muss folgende Unterscheidung gemacht werden: Margen entstehen auf den verschiedenen Stufen des Marktes, weil Unternehmen beispielsweise Rohstoffe zukaufen, sie dann verarbeiten und weiterverkaufen an Firmen auf der nachgelagerten Stufe. Die Unternehmen generieren einen Mehrwert, der Kosten verursacht. Hinter dieser Marge steht somit

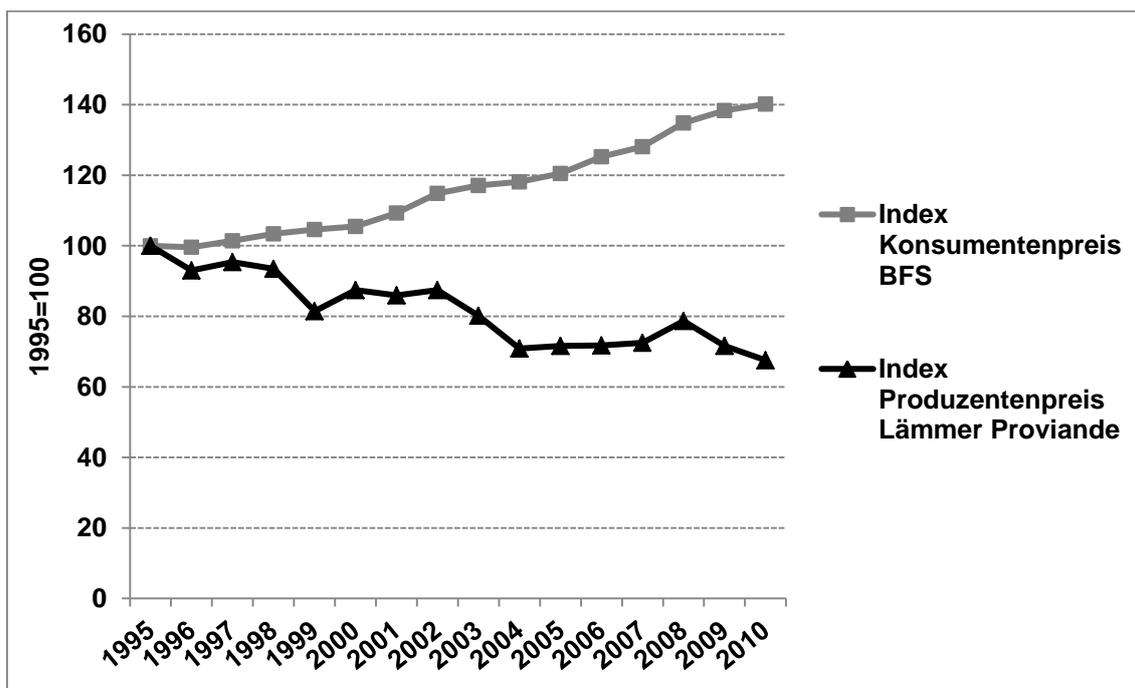
² Massnahmen zur Verstärkung der Instrumente des Agrarmarktes. Bericht des Bundesrates vom 23. März 2011. p. 26.

eine Leistung, die von den Unternehmen im Wettbewerb untereinander erbracht wird. Sobald der Wettbewerb nicht mehr richtig funktioniert, können Margen aufgrund von Marktmacht entstehen. Hinter diesen Margen steht jedoch keine Leistung im volkswirtschaftlichen Sinne. Es ist Aufgabe der Wettbewerbspolitik, Margen dieser Art zu verhindern.

Beim Lammfleischmarkt fällt auf, dass die Produzentenpreise in den letzten 15 Jahren deutlich gesunken sind (Kapitel 3.2.1). Die Konsumentenpreise haben sich ungefähr gleich bewegt, wie bei Rind- und Kalbfleisch (Kapitel 3.2.2). Abbildung 23 zeigt diese Entwicklung der Produzenten- und Konsumentenpreise. Immer dann, wenn die Produzentenpreise stärker sanken, stiegen die Margen an. So in den Jahren 2004-06 oder auch 2009-10. Die Entwicklung zeigt überdies, dass die Konsumentenpreise kaum beeinflusst werden von den Produzentenpreisen. Wie bereits erwähnt, hat dies damit zu tun, dass die Spanne zwischen Produzenten- und Konsumentenpreis äusserst weit ist. Besser wäre ein stufenweises Vorgehen, indem zumindest zwischen der Grosshandels- und Detailhandelsmargen unterschieden werden könnte. Da keine längeren Zeitreihen für Grosshandelspreise zur Verfügung stehen, fehlt dazu aber die erforderliche Information.

Die befragten Personen aus Verarbeitung und Handel betonten, dass die Schlachtung von Lämmern äusserst arbeitsintensiv sei und sich nicht so stark rationalisieren lasse wie beispielsweise beim Geflügel. Entsprechend stärker sei deshalb die Kostenentwicklung beim Lamm. Auch im Detailhandel wird das Lammfleisch als finanziell wenig „attraktiv“ eingestuft, weil die Menge klein ist, auf die die Fixkosten umgelegt werden können. Entsprechend höher liegen deshalb beim Lammfleisch auch die Margen im Detailhandel. Bestimmt sind diese Kostenargumente wichtig für die Erklärung der sich laufend öffnenden Schere. Es scheint, dass höhere Kosten auf den nachgelagerten Stufen zu einem beträchtlichen Teil rückwärts auf die Produzenten abgewälzt werden. Wir haben diesen Druck auf die Produzentenpreise bereits in Kapitel 3.1 dargelegt und damit begründet, dass das Angebot der Schafhalter aufgrund der Natur wenig preiselastisch ist.

Abbildung 23: Entwicklung der Produzenten- und Konsumentenpreise



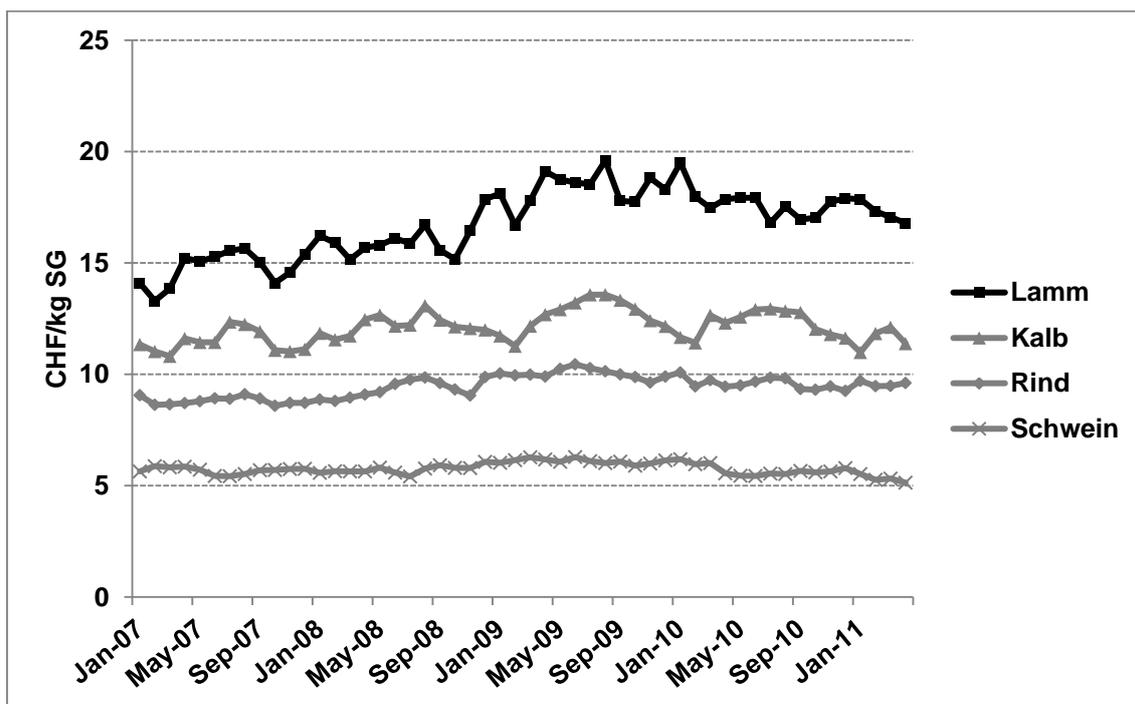
Quelle: BFS, 2011b und Proviande, div. Jahrgänge

Als weiteres Argument wurde stets die Versteigerung vorgebracht, die zu einer Margenerweiterung geführt habe. Da aber der Systemwechsel erst ab 2007 vollständig umgesetzt wurde, erklärt dies die Margenentwicklung in der ganzen Zeit zuvor in keiner Weise. Dementsprechend würde sich bei einer Rückkehr zur Inlandleistung an dieser Entwicklung der Margen auch nichts ändern.

Seit 2007 wird die Marge für Lammfleisch von der Marktbeobachtung des BLW so bestimmt, dass die Kosten für die Versteigerung zum Einstandspreis hinzuaddiert werden. Das Schema dazu ist in Anhang 2 dargestellt. Bei der Marge, die nach diesem Konzept ermittelt wird, sind daher die Kosten der Versteigerung bereits berücksichtigt.

Abbildung 24 zeigt nun die Margen der verschiedenen Fleischsorten. Wie erwartet, liegt die Marge beim Lammfleisch pro kg Schlachtgewicht am höchsten. Gefolgt von Kalb, Rind und Schwein. Diese Margenstruktur entspricht der Logik, die bereits bei den Kostenargumenten erwähnt wurde. Die unterschiedlichen Margen haben einen Zusammenhang mit dem Umsatz, den sie generieren und entsprechen ungefähr den Grössenverhältnissen des Pro-Kopf-Konsums.

Abbildung 24: Bruttomargen im Vergleich (Nettoeinnahmen minus Einstandspreis)



Quelle: BLW

Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass die Bruttomargen mit Ausnahme des Schweinefleisches bei allen Fleischsorten bis 2009 angestiegen sind, dann aber wieder abgenommen haben. Obwohl diese Bewegung beim Lammfleisch ausgeprägt ist, kann daraus noch nichts über den Wettbewerb ausgesagt werden. Dieser Frage widmet sich das nächste Kapitel.

4. Marktstruktur und Wettbewerb

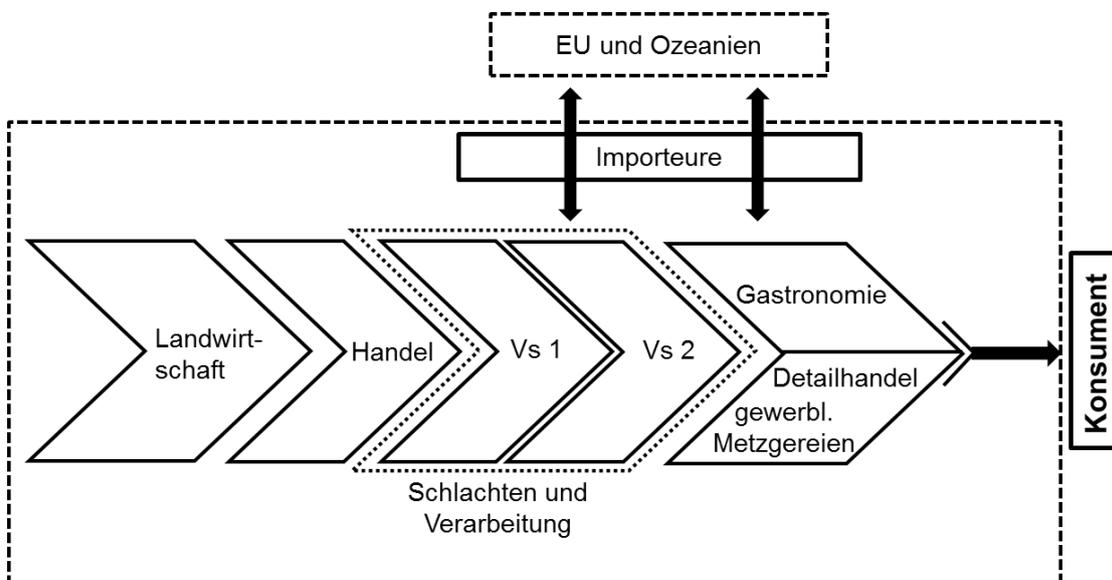
Im folgenden Kapitel werden die Strukturen auf dem Schweizer Lammfleischmarkt analysiert und Folgerungen für den Wettbewerb abgeleitet. Im Fokus stehen die Produzenten (Landwirtschaft), der Schafhandel, die Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe, der Detailhandel und die Gastronomie.

4.1 Vorgehensweise und Systemgrenzen

In der Industrieökonomik werden zur Beurteilung des Wettbewerbs verschiedene Konzepte verwendet (eine Übersicht bietet Pfaff 2000). Bekannt und oft verwendet wurde das SCP-Schema (structure-conduct-performance). Das Konzept basiert auf dem Zusammenspiel von Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis. Die Marktstruktur beinhaltet organisatorische Merkmale eines Marktes, die einen Einfluss auf die Preispolitik und den Wettbewerb haben können, z.B. das Ausmass der Konzentration auf Seiten der Anbieter- oder Nachfrager oder Markteintrittsbedingungen (Pfaff 2000). Unter dem Marktverhalten versteht sich das Verhaltensmuster, das die Anbieter und Nachfrager an den Tag legen und was sich z.B. über das Preisbildungsverhalten oder über Werbeaktivitäten erfassen lässt. Aus der Marktstruktur und dem Marktverhalten resultiert das Marktergebnis, das oft mithilfe von Merkmalen wie z.B. Preishöhe und Preisentwicklung erfasst wird.

Die vorliegende Studie fokussiert sich auf die Marktstruktur. Weitere Analysen im Bereich des Marktergebnisses konnten aufgrund mangelnden Datenmaterials nicht durchgeführt werden. Wie bereits erwähnt, fehlen Grosshandelspreisreihen für Lamm. Im Fokus stehen deshalb die strukturellen Merkmale der einzelnen Wertschöpfungsstufen (Abbildung 25).

Abbildung 25: Wertschöpfungskette Lammfleisch



Anmerkung: Vs1: erste Verarbeitungsstufe, Vs2: zweite Verarbeitungsstufe

Quelle: in Anlehnung an Weber, 2002

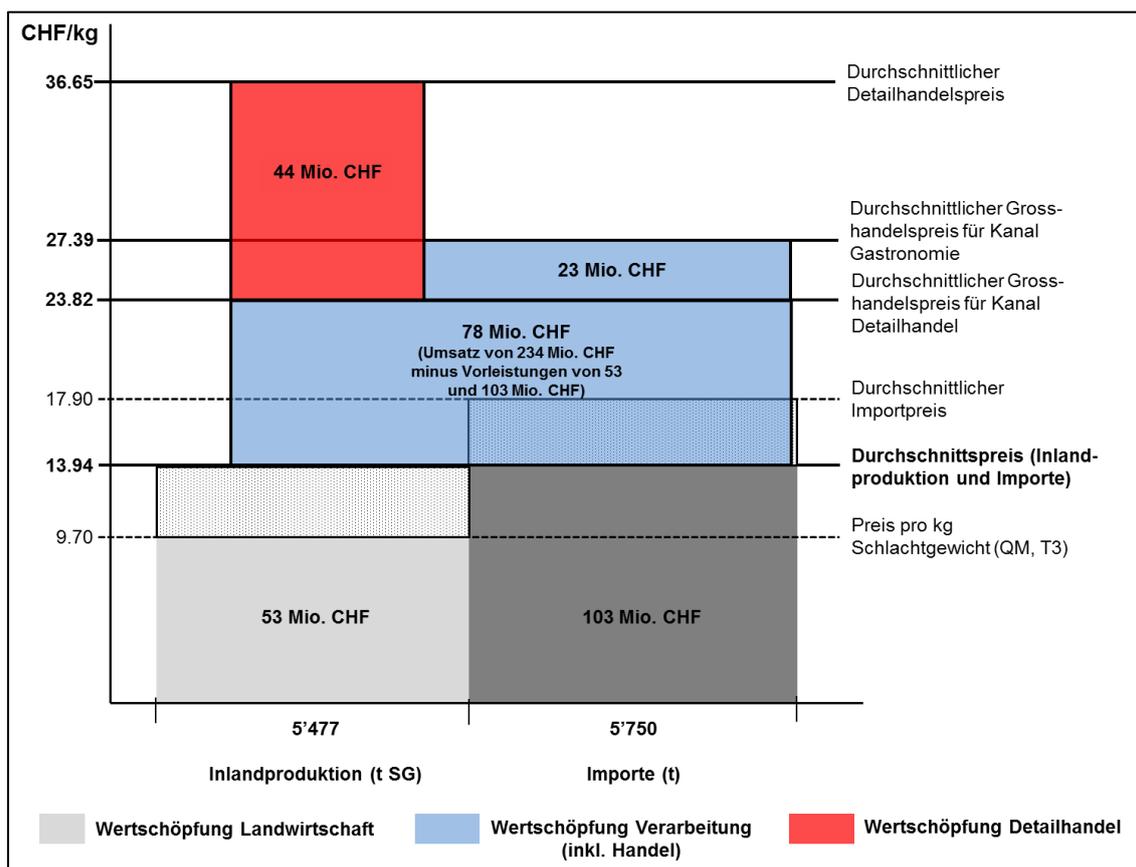
Auf die Produktion (erstes Element) folgt der Schaf- und Lammhandel, der das Bindeglied zur Schlachtung und Verarbeitung ist. Ein Teil der Lämmer wird von den Produzenten direkt an die Schlachtbetriebe geliefert. Es ist sinnvoll, von einer ersten und einer zweiten Verarbeitungsstufe zu sprechen. Schlachtung und Verarbeitung (inkl. Verpackung) sind vom Prozess sehr gut trennbar und werden beim Lamm teilweise in unterschiedlichen Produktionsstätten durchgeführt. Ein Beispiel dafür ist die Micarna, deren Lämmer in Hinwil oder Clarens zur Schlachtung in Auftrag gegeben werden. Die Zerlegung und die Verpackung werden anschliessend in den Micarna-Produktionsstätten selbst durchgeführt. Da beim Lamm wenig verarbeitete Produkte hergestellt werden, ist die zweite Verarbeitungsstufe im Vergleich zu den anderen Fleischkategorien von geringerer Bedeutung. Über die beiden Kanäle Detailhandel (inkl. gewerbliche Metzgereien) oder Gastronomie gelangt das Lammfleisch zum Konsumenten.

Ergänzend und für die Beurteilung des Wettbewerbs auch wichtig wäre eine Analyse zum Ausmass der vertikalen Integration. Diese kann den Wettbewerb massgeblich beeinflussen. Prominentestes Beispiel im Schweizer Fleischmarkt ist die Rückwärtsintegration von Migros und Coop mit Micarna bzw. Bell. Weniger auffällig ist die enge Zusammenarbeit der beiden grossen Verarbeiter mit einzelnen grossen Händlern, die die Beschaffung der Schlachttiere übernehmen. Dies ist zwar nur ein Grenzfall vertikaler Integration, kann aber durchaus eine einschränkende Wirkung auf den Wettbewerb haben. Zu diesem Aspekt lassen sich im Rahmen dieser Studie nur wenige Aussagen machen, da das benötigte Datenmaterial nicht zur Verfügung steht.

4.2 Marktvolumen

In der Landwirtschaft wird mit der Lämmermast ein Umsatz zwischen 50 und 55 Mio. CHF erwirtschaftet. Im Jahr 2010 wurde Lammfleisch im Wert von über 100 Mio. CHF importiert. Auf Stufe Verarbeitung liegt der Umsatz bei über 250 Mio. CHF. Im Detailhandel werden mit dem Lammfleisch mehr als 120 Mio. CHF erwirtschaftet. Abbildung 26 gibt einen Überblick zu den generierten Wertschöpfungen im Lammfleischmarkt.

Abbildung 26: Marktvolumen Lammfleisch Schweiz, Schätzung für 2010



Anmerkung: Für die Inlandproduktion wurde der Preis für QM Lämmer (Jahr 2010) verwendet. Für den Detailhandel wird von einer Marge von 35% ausgegangen. Dies entspricht den durchschnittlichen Margen im Detailhandel. Liefern die Verarbeiter Lammfleisch in die Gastronomie, wird für die Verarbeiter eine zusätzliche Marge von 15% eingesetzt.

Quellen: Proviande, AC Nielsen, swiss impex, SBV, diverse Jahrgänge, mündliche Mitteilung Micarna

Der generierte Umsatz auf Stufe Landwirtschaft fällt mit 53 Mio. CHF eher gering aus. Da im Jahr 2010 tiefe Lammpreise vorherrschten, dürfte sich diese Zahl für 2011 leicht nach oben korrigieren. Weitere Labels wie z.B. SwissPrimLamb wurden in den Schätzungen nicht berücksichtigt, da zu den Schlachtungen keine genauen Angaben vorliegen. Zudem wird bei den Schlachtungen keine Unterscheidung nach Lämmern und Altschafen vorgenommen. Die dadurch entstehenden Verzerrungen werden als gering eingeschätzt.

Auffallend ist der hohe Gastroanteil mit knapp 2/3 der totalen Menge. Dies ist eine Besonderheit im Schweizer Fleischmarkt.

Die Verarbeitung generiert eine Wertschöpfung von knapp 80 Mio. CHF und zusätzlich 23 Mio. CHF für jenen Anteil Lammfleisch, der in den Gastrokanal geliefert wird. Die Wertschöpfung des Detailhandels liegt bei 44 Mio. CHF.

4.3 Produzenten

Die Anzahl der Schafhalter hat sich zwischen 1980 und 2009 um knapp 30% auf 10'000 verringert (Tabelle 13). Die Abnahme sowohl im Tal- als auch im Berggebiet verlief in gleichem Ausmass. Das Verhältnis von Tal- zu Berggebiet bei den Schafhaltern ist jenem des Schafbestandes sehr ähnlich: Die Herden im Tal- und Berggebiet sind im Durchschnitt etwa gleich gross.

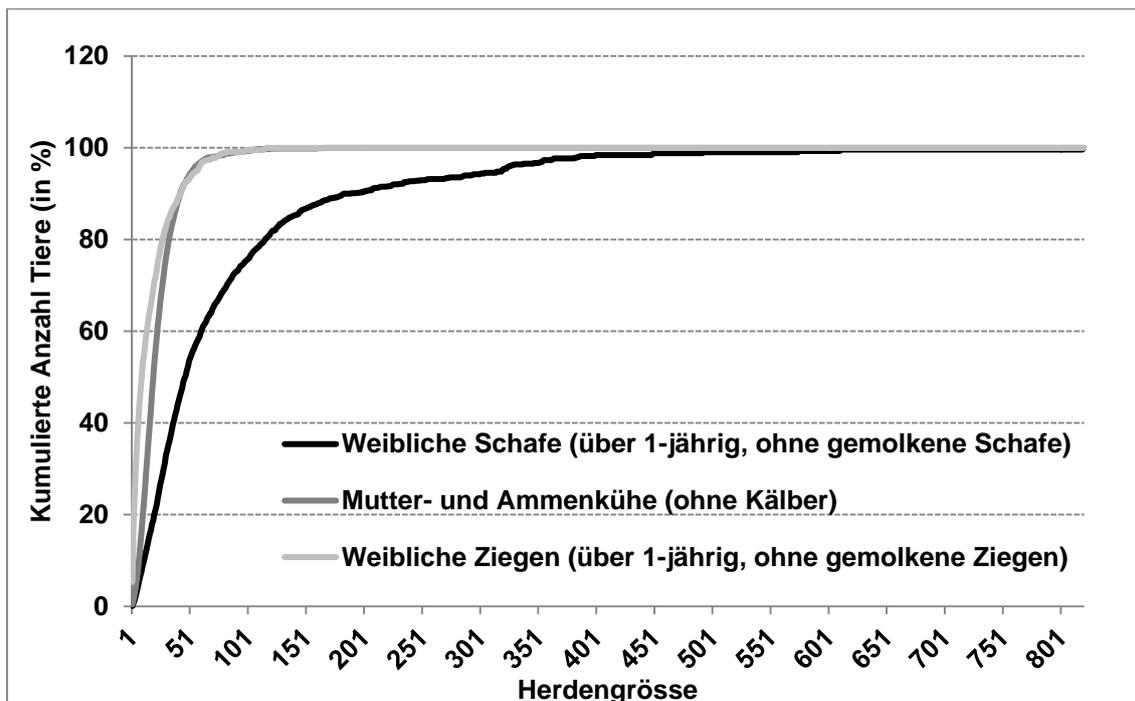
Tabelle 13: Schafhalter in der Schweiz, Tal- und Berggebiet

| | Schweiz total | Talgebiet (Tal- und Hügelizeone) (Anteil am Total in %) | Berggebiet (Bergzonen I bis IV) (Anteil am Total in %) |
|------|---------------|---|--|
| 1980 | 14'299 | 6'218 (43.5) | 8'081 (56.5) |
| 1985 | 14'048 | 6'572 (46.8) | 7'476 (53.2) |
| 1990 | 14'593 | 6'679 (45.8) | 7'914 (54.2) |
| 1996 | 13'866 | 6'084 (43.9) | 7'782 (56.1) |
| 2000 | 12'565 | 5'464 (43.5) | 7'101 (56.5) |
| 2005 | 11'225 | 4'793 (42.7) | 6'432 (57.3) |
| 2009 | 10'035 | 4'338 (43.2) | 5'697 (56.8) |

Quelle: BFS, 2010

Vergleicht man die Entwicklung bei den Schafen mit derjenigen beim Rindvieh, bei den Schweinen, den Pferden und den Ziegen, lässt sich feststellen, dass bei den Schafen der Rückgang bei den Tierhaltern in den letzten 30 Jahren am geringsten ausfiel (ähnlich gering wie bei den Ziegen). Sowohl bei den Schweinen als auch beim Rindvieh lag dieser viel höher bei -79.2% resp. -46.9%. Der verhältnismässig schwache Strukturwandel in der Schafhaltung ist zum einen darauf zurückzuführen, dass diese oft auf kleineren Betrieben und teilweise im Nebenerwerb betrieben wird. Zum anderen spielt auch die Hobbytierhaltung eine bedeutende Rolle (ähnlich bei den Ziegen). Solche Betriebe sind womöglich dem Strukturwandel der letzten Jahrzehnte weniger stark ausgesetzt gewesen als es beispielsweise Vollerwerbsbetriebe in der Schweinehaltung waren. Trotzdem ist die Struktur der Produzenten bei den Schafen weniger atomistisch als bei anderen Tierkategorien (Abbildung 27 und Abbildung 28). 10% der Mutterschafhalter besitzen über 43% aller Mutterschafe (20% halten über 60% aller Tiere).

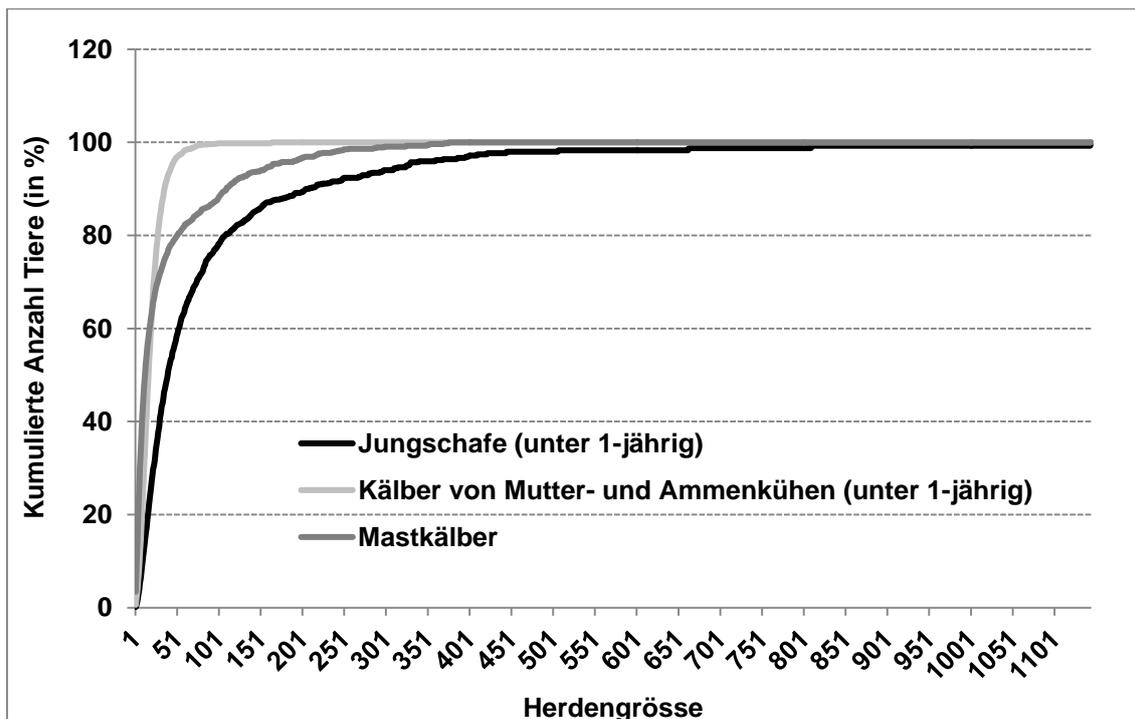
Abbildung 27: Empirische kumulative Verteilungsfunktion der Muttertiere verschiedener Tierkategorien nach Herdengrösse (in %), 2009



Quelle: BLW (AGIS)

Der Anteil der Tiere, die in grossen Herden gehalten werden, ist bei den Mutterschafen einiges grösser als bei den Mutter- und Ammenkühen oder bei den Ziegen. Dies lässt sich am weniger steilen Anstieg der Kurve für die Mutterschafe im Vergleich zu jener der Mutter- und Ammenkühe und den Ziegen erkennen. Bei den Mutterschafen ist die Verteilung gleichmässiger. Ähnliches gilt für die Masttiere (Abbildung 28)

Abbildung 28: Empirische kumulative Verteilungsfunktion der Masttiere verschiedener Tierkategorien nach Herdengrösse (in%), 2009



Quelle: BLW (AGIS)

Die Verteilungsfunktion der Jungschafe (vorwiegend Mastlämmer) ist ähnlich jener der Mastkälber mit dem einzigen Unterschied, dass die Herden bei den Jungschafen im Durchschnitt grösser sind als bei den Mastkälbern. Bei den Kälbern von Ammen- und Mutterkühen überwiegt der Anteil der kleinen Betriebe deutlich (vgl. Abbildung 27). Bei den Jungschafen und Mastkälbern sind nicht nur die Herden im Durchschnitt grösser, sondern auch das Verhältnis zwischen kleinen zu grossen Herden ist ausgeglichener.

Wie sich in Abbildung 27 und Abbildung 28 auch erkennen lässt, ist die Struktur der Lammfleischproduzenten heterogener als bei den anderen Tierkategorien. Eine einheitliche Interessensvertretung für alle Produzenten gestaltet sich demzufolge schwierig, sollte aber trotzdem weiterhin angestrebt werden.

4.4 Handel Lämmer

Die Händler stellen das Bindeglied zwischen den Produzenten und den Schlachtbetrieben dar. Der Fokus der folgenden Analysen liegt auf den öffentlichen Märkten (ein Teil des Beschaffungsmarktes für Lämmer) und dabei insbesondere bei der Marktmacht der Händler gegenüber den Produzenten.

Im Voraus wurde von einigen Seiten Bedenken geäussert, dass im Lammhandel wenige grosse Unternehmen dominieren und der Wettbewerb womöglich eingeschränkt ist. Zu den Marktanteilen der einzelnen Händler des gesamten Lammmarktes sind keine detaillierten Daten vorhanden. Es ist davon auszugehen, dass die Ausprägung der Strukturmerkmale (Anzahl Marktakteu-

re und Marktanteile) auf den öffentlichen Märkten ungefähr jener des gesamten Marktes entspricht.

Knapp ein Viertel der in der Schweiz geschlachteten Lämmer wird auf den öffentlichen Märkten gehandelt. Die Proviande hat im Rahmen ihres Leistungsauftrages vom Bund die Aufgabe, die Organisation und Durchführung der Märkte zu übernehmen. Als öffentliche Märkte gelten grundsätzlich nur jene, auf denen zwischen dem 1. Juli und dem 30. Juni vor dem entsprechenden Kalenderjahr durchschnittlich mindestens 50 Tiere pro Markt aufgeführt und versteigert wurden (Art. 6, Verordnung über den Schlachtvieh- und Fleischmarkt, SR 916.341). Eine Ausnahme existiert für Märkte, die in der gleichen Region und am gleichen Halbttag stattfinden. Erreichen beide zusammen die erwähnte Mindestgrösse, gelten beide als öffentliche Märkte. Versteigert werden sowohl Lämmer (LA), als auch Weidelämmer (WP) und geschaufelte Schafe (SM). Als festgesetzter Mindestpreis gelten die Tabellenpreise der Proviande. Werden nicht alle Tiere versteigert, kommt eine Marktabräumung zum Tragen. Dabei werden die Tiere durch die Proviande den Händlern zugeteilt. Dem Produzenten wird dadurch garantiert, dass seine Tiere einen Käufer finden.

4.4.1 Sachlich und räumlich relevanter Markt

Im Vorfeld einer Strukturanalyse muss der sachlich und räumlich relevante Markt abgegrenzt werden. Der sachlich relevante Markt ist der Markt für die Beschaffung von Schafen. Bei den Schafen wird unterschieden nach Lämmern (LA), die schlachtreif sind, Weidelämmern (WP), die entweder im Sommer gealpt werden resp. im Winter auf der Winterweide oder im Stall ausgemästet werden und geschauelten Schafen (SM), die geschlachtet werden. Ob allenfalls eine weitere Unterteilung des sachlich relevanten Marktes nach diesen Unterkategorien notwendig ist, hängt entscheidend davon ab, wie gut die Händler zwischen den drei Unterkategorien substituieren können. Insgesamt sind die Substitutionsmöglichkeiten schwach. Da Weidelämmer nicht schlachtreif sind, besteht für die Händler kaum die Möglichkeit einer Substitution von Lämmern (LA) mit Weidelämmern (WP). Die einzige Ausnahme besteht in der Nachfrage nach leichten mageren Lämmern z.B. vor muslimischen Feiertagen. Da ist es denkbar, dass teilweise auch Weidelämmer geschlachtet werden. Dieser Aspekt ist aber nur von untergeordneter Bedeutung. Auch die Substitution zwischen Mutterschafen (SM) und Lämmern (LA) ist als gering einzuschätzen, da das Fleisch meistens von unterschiedlicher Qualität ist und unterschiedlicher Verwendungszweck hat. Da kaum eine Substitution zwischen Schafen (SM) und Lämmern (LA) möglich ist, wird der sachlich relevante Markt nach den drei Tierunterkategorie unterteilt und einzeln analysiert.

Der räumlich relevante Beschaffungsmarkt für Schafe ist aufgrund des Importregimes höchstens national abzugrenzen ist. Der Import von lebenden Schafen beschränkt sich auf Zuchttiere. Schweizer Händler decken sich ausschliesslich im Inland mit Tieren ein. Da die öffentlichen Märkte regional unterschiedlich verteilt sind und an vielen Märkten nur ein kleiner Teil der Händler vor Ort ist, wird sowohl eine nationale als auch eine regionale Analyse durchgeführt.

4.4.2 Strukturanalyse: nationale Betrachtung

Folgende Kriterien sind Gegenstand der Untersuchung: Anzahl Marktteilnehmer, Marktanteile und Markteintrittsbedingungen. Bei der Anzahl Marktteilnehmer und den Marktanteilen steht die Frage der kollektiven Marktbeherrschung im Zentrum, während es bei den Markteintrittsbedingungen in erster Linie um die Beurteilung der Anreize für kollusives Verhalten geht.

Tabelle 14 gibt einen Überblick über die im Jahr 2010 versteigerten und zugeteilten Tiere auf den öffentlichen Märkten. Ungefähr ein Drittel aller in der Schweiz geschlachteten Lämmer wird über diese Plattform gehandelt.

Tabelle 14: Ersteigerte und zugeteilte Tiere auf den öffentlichen Schafmärkten, 2010

| | Ersteigerte Tiere | Zugeteilte Tiere | Total (versteigert und zugeteilt) |
|------------------|-------------------|------------------|-----------------------------------|
| LA | 50'630 | 3'912 | 54'542 |
| SM | 9'603 | 1'216 | 10'819 |
| WP | 15'203 | 592 | 15'795 |
| Total alle Tiere | 75'436 | 5'720 | 81'156 |

LA: Lämmer ungeschaufelt, SM: Schafe geschaufelt, WP: Weidelämmer

Quelle: Proviande

Bei den Lämmern (LA) waren es im Jahr 2010 23 Akteure, die auf den öffentlichen Märkten Tiere ersteigerten. Bei den Schafen (SM) und bei den Weidelämmern (WL) waren es 24 resp. 29. Insgesamt ist die Anzahl der Händler recht gross. In den letzten Jahren konnten diesbezüglich keine grossen Veränderungen festgestellt werden. Die alleinige Betrachtung der Anzahl Händler auf den öffentlichen Märkten ist jedoch nicht ausreichend, um Aussagen zur Marktbeherrschung machen zu können. Eine Betrachtung der Marktanteile je Händler gibt dazu mehr Aufschluss.

Die Konzentration der Händler auf den öffentlichen Märkten ist sehr gross. Wenige Händler kaufen den grössten Teil der Lämmer auf. In Tabelle 15 sind die Marktanteile der grössten Händler je Tierkategorie zusammengefasst.

Tabelle 15: Marktanteile der grössten Händler an den öffentlichen Schafmärkten in % (2010)

| | LA | SM | WP |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| Händler 1 | 31.59 | 25.51 | 18.23 |
| Händler 2 | 27.08 | 16.04 | 17.50 |
| Händler 3 | 18.34 | 8.46 | 15.16 |
| Grössten 3 | 77.1 | 50.01 | 51.33 |
| Händler 4 | 4.78 | 7.49 | 8.79 |
| Händler 5 | 3.66 | 7.02 | 7.38 |
| Grössten 5 | 85.54 | 64.52 | 67.50 |

Anmerkung: Die anonymisierten Händler in den Spalten für LA, SM und WP können sich unterscheiden. Z.B. ist der grösste Händler bei den Lämmern (LA) nicht zwingend auch der grösste Händler bei den Schafen (SM).

Quelle: BLW

Die drei grössten Händler bei den Lämmern (LA) haben gemeinsam einen Marktanteil von über 77%. Der Rest verteilt sich auf die anderen 20 Händler, wobei vier davon einen Marktanteil von mehr als 2% besitzen. Bei den Schafen (SM) und den Weidelämmern (WP) ist der Anteil der grössten Händler geringer.

Die Markteintrittsbedingungen hängen vor allem davon ab, in welcher Phase sich der Markt befindet. Die Entwicklung des Konsums in den letzten Jahren (dazu auch Kapitel 2.2.1) zeigt deutlich, dass es sich beim Lammfleischmarkt um einen gesättigten bis leicht schrumpfenden Markt handelt (der Konsum in den letzten Jahren war rückläufig). Die Attraktivität ist klein. Die Wahrscheinlichkeit, dass neue Händler in den Markt eintreten ist deshalb gering. Unter diesen Bedingungen ist nicht davon auszugehen, dass sich der Wettbewerb intensivieren wird.

4.4.3 Strukturanalyse: regionale Betrachtung

Die regionale Betrachtung beschränkt sich auf die Anzahl Marktteilnehmer und die Marktanteile. Für die Markteintrittsbedingungen gilt dasselbe wie für die nationale Betrachtung (siehe oben).

Oft sind auf einem öffentlichen Markt nur wenige Händler anwesend. Die Anteile einzelner Händler sind sehr gross. Tabelle 16 gibt einen Überblick über jene öffentlichen Märkte, auf denen ein einziger Händler mehr als 75% der Lämmer (LA) kauft. 32% aller auf den öffentlichen Märkten versteigerten Lämmer fallen in diese Kategorie.

Insgesamt wurden im Jahr 2010 an 85 Plätzen öffentliche Märkte durchgeführt. An vielen Plätzen finden diese mehrmals jährlich statt.

Tabelle 16: Öffentliche Märkte mit Marktanteil (in %) eines Händlers von mehr als 75% für LA, summiert über das ganze Jahr 2010

| Markt | Anz. LA | Händler 1 | Händler 2 | Händler 3 | Händler 4 | Händler 5 |
|-------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Andermatt | 93 | 100.0 | | | | |
| Aurigeno | 38 | 100.0 | | | | |
| Egolzwil | 30 | 100.0 | | | | |
| Frauenfeld | 1'156 | 100.0 | | | | |
| Gadmen | 52 | 100.0 | | | | |
| Isenthal | 49 | 100.0 | | | | |
| Laverte | 55 | 100.0 | | | | |
| Mouret | 27 | 100.0 | | | | |
| Stalden | 64 | 100.0 | | | | |
| Vorderthal | 92 | 100.0 | | | | |
| Castione | 1'981 | 99.7 | 0.3 | | | |
| Frauenfeld | 4'567 | 97.2 | 2.8 | | | |
| Châteauneuf | 68 | 95.6 | 4.4 | | | |
| Schalunen | 4'591 | 95.7 | 2.4 | 1.00 | 0.5 | 0.5 |
| Inwil | 1'303 | 91.7 | 4.5 | 3.3 | 0.5 | |
| Glovelier | 75 | 89.3 | 10.7 | | | |
| Zernez | 877 | 85.29 | 5.8 | 4.1 | 2.4 | 1.6 |
| Biasca | 408 | 82.8 | 5.9 | 5.4 | 3.2 | 2.7 |
| Poschiavo | 157 | 82.2 | 8.9 | 6.4 | 2.5 | |
| Cevio | 99 | 81.8 | 17.2 | 1.0 | | |
| Meiringen | 179 | 81.6 | 5.0 | 13.4 | | |
| Jaun | 15 | 80.0 | 20.0 | | | |
| Sargans | 70 | 80.0 | 20.0 | | | |
| Andwil | 172 | 79.1 | 21.0 | | | |
| Britnau | 117 | 76.9 | 23.1 | | | |

Anmerkung: Auf einem Marktplatz finden während eines Jahres mehrere Märkte statt. Die Daten sind aufsummiert für alle auf demselben Marktplatz stattgefundenen Märkte im Jahr 2010. Für einen Marktplatz ist Händler 1 derselbe über das ganze Jahr (analog Händler 2 etc.).

Quelle: Proviande

Bei zehn Marktplätzen ist über das ganze Jahr 2010 (alle öffentlichen Märkte) nur ein Händler anwesend. Auf sieben weiteren Marktplätzen hatte ein Händler mehr als 85% Marktanteil. Die Zusammenstellung zeigt deutlich, wie extrem hoch die Konzentrationen auf einzelnen öffentlichen Marktplätzen sind.

Die Vermutung, dass vor allem an peripheren Lagen die Händler besonders konzentriert sind, weil sich für viele der Anfahrtsweg nicht lohnt, lässt sich anhand des Datenmaterials nicht bestätigen. Hohe Konzentrationen auf Seiten der Händler lassen sich sowohl bei Märkten in zentralerer Lage als auch bei solchen in peripherer Lage beobachten. Ebenso wenig trifft die Vermutung zu, dass bei grösseren Märkten die Konzentration tendenziell tiefer sei und dieses Problem vor allem auf den kleineren Märkten bestehe. Hohe Konzentrationen können für alle Grössenordnungen der öffentlichen Märkte beobachtet werden.

4.4.4 Wettbewerb auf den öffentlichen Märkten

Die Analyse der Marktanteile auf den öffentlichen Märkten zeigt eine hohe Konzentration weniger grosser Händler sowohl bei der nationalen als auch bei der regionalen Betrachtung. Aufgrund der Marktstruktur lässt sich nicht abschliessend beurteilen, ob und wie stark der Wettbewerb dadurch beeinträchtigt wird. Es ist aber eindeutig ersichtlich, dass bei einigen Märkten enge Oligopsone, teilweise sogar Monopsone herrschen (vgl. Tabelle 16). Aus Sicht des Wettbewerbs ist dies kritisch zu beurteilen.

Ausgehend von der Strukturanalyse stellt sich weiter die Frage, ob Indizien für kollusives Verhalten vorliegen. Sowohl von Seiten der Konzentration als auch von Seiten der Marktstabilität wären die Voraussetzungen für stabile Vereinbarungen unter den Händlern gegeben. Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden mit einzelnen Vertretern der Produzenten, des Handels und der Schlachtung und Verarbeitung Gespräche geführt. Dabei wurden in Bezug auf die öffentlichen Märkte einige Erkenntnisse gewonnen. So wurde uns mitgeteilt, dass die Händler (sofern mehr als einer anwesend ist) sich oft untereinander die Tiere aufteilen. Dies geschehe direkt am Markt. Öffentliche Märkte bieten diesbezüglich gute Voraussetzungen, da die Händler miteinander einfach ins Gespräch kommen können. Der Anreiz zum Steigern ist durch diese Mengenabsprachen nur noch sehr gering. Oft werde gewartet bis zum Ende und anschliessend würden die Tiere zum Tabellenpreis (Mindestpreis) und entsprechend der Abmachung unter den Händlern gekauft. Im Fall, dass nur ein Händler auftritt, besteht ohnehin kein Anreiz, die Tiere über dem Tabellenpreis zu ersteigern. Diese Vermutung bestätigte sich. Nur ein geringer Teil der Tiere wurde in den letzten Jahren über dem Tabellenpreis ersteigert. Der Rest wurde zum Tabellenpreis gekauft (Tabelle 17). Die genaue Anzahl der über dem Tabellenpreis ersteigerten Tiere ist nicht bekannt. Hingegen sind Angaben zur Überzahlung für jeden öffentlichen Markt vorhanden. Aus den Daten lässt sich die Anzahl der über dem Tabellenpreis ersteigerten Tiere approximativ ermitteln.

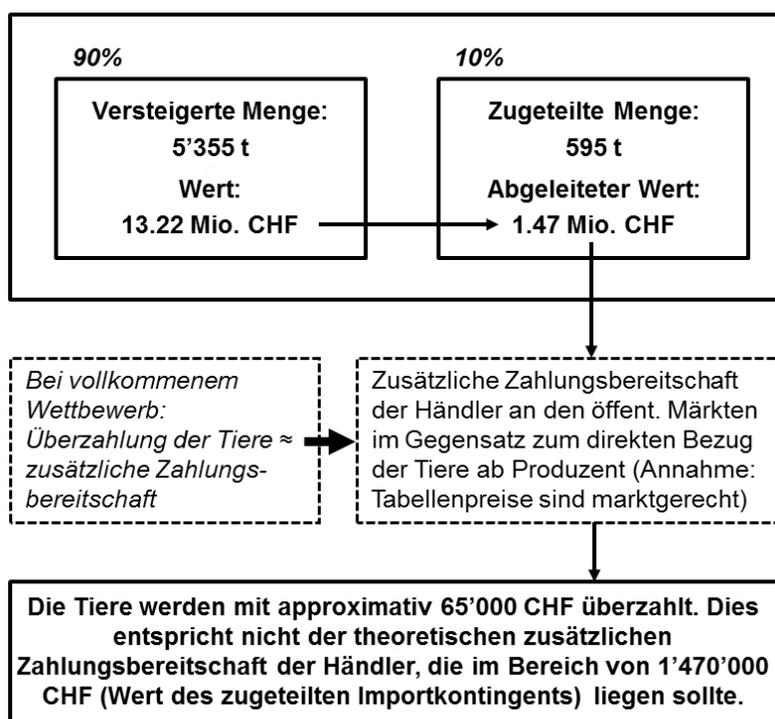
Tabelle 17: An den öffentlichen Märkten ersteigerte Tiere über dem Tabellenpreis (2010)

| | Ersteigerte Tiere | Gekauft zum Tabellenpreis | Ersteigert über dem Tabellenpreis |
|------------------|-------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| LA | 50'630 (100%) | 46'349 (91.5%) | 4'281 (8.5%) |
| SM | 9'603 (100%) | 9'149 (95.3%) | 454 (4.7%) |
| WP | 15'203 (100%) | 13'631 (89.7%) | 1'572 (10.3%) |
| Total alle Tiere | 75'436 (100%) | 69'129 (91.6%) | 6'307 (8.4%) |

Quelle: Proviande

10% der Zollkontingente werden über die Inlandleistung (an den öffentlichen Märkten gekaufte Tiere) verteilt. Diese haben einen Wert, der aus dem mittleren Zuschlagspreis für das versteigerte Kontingent abgeleitet werden kann. Bei vollkommenem Wettbewerb würde die zusätzliche Zahlungsbereitschaft an den öffentlichen Märkten ungefähr dem Wert der zugeteilten Importkontingente entsprechen. Dies ist eine indirekte Methode zur Analyse des Wettbewerbs auf Stufe der Händler (Abbildung 29).

Abbildung 29: Zusätzliche Zahlungsbereitschaft der Händler auf den öffentlichen Märkten aufgrund der Zuteilung von 10% des Importkontingents



Quellen: Proviande, BLW

Geht man davon aus, dass die Tabellenpreise marktgerecht sind, kann aufgrund der schwachen Überzahlung abgeleitet werden, dass der Wettbewerb nur eingeschränkt spielt. Der Erlös

aus den zugeteilten Importkontingenten bleibt mehrheitlich bei den Händlern. Aufgrund der vorliegenden Auswertungen und deren Deutlichkeit wäre eine weitere Prüfung empfehlenswert.

4.4.5 Aktuelle Situation auf den öffentlichen Märkten

In der ersten Hälfte 2011 hat sich aufgrund der international angestiegenen Preise für Lammfleisch, die sich auch beim Schweizer Produzentenpreis bemerkbar machten, die Situation auf den öffentlichen Märkten verändert. Akteure berichten, dass sich Überzahlungen häufen und die Händler vermehrt steigern würden. Beim Vergleich der Daten zu den Überzahlungen auf den öffentlichen Märkten für das Jahr 2010 und 2011 (je von Januar bis Mai) bestätigt sich diese Vermutung (Tabelle 18).

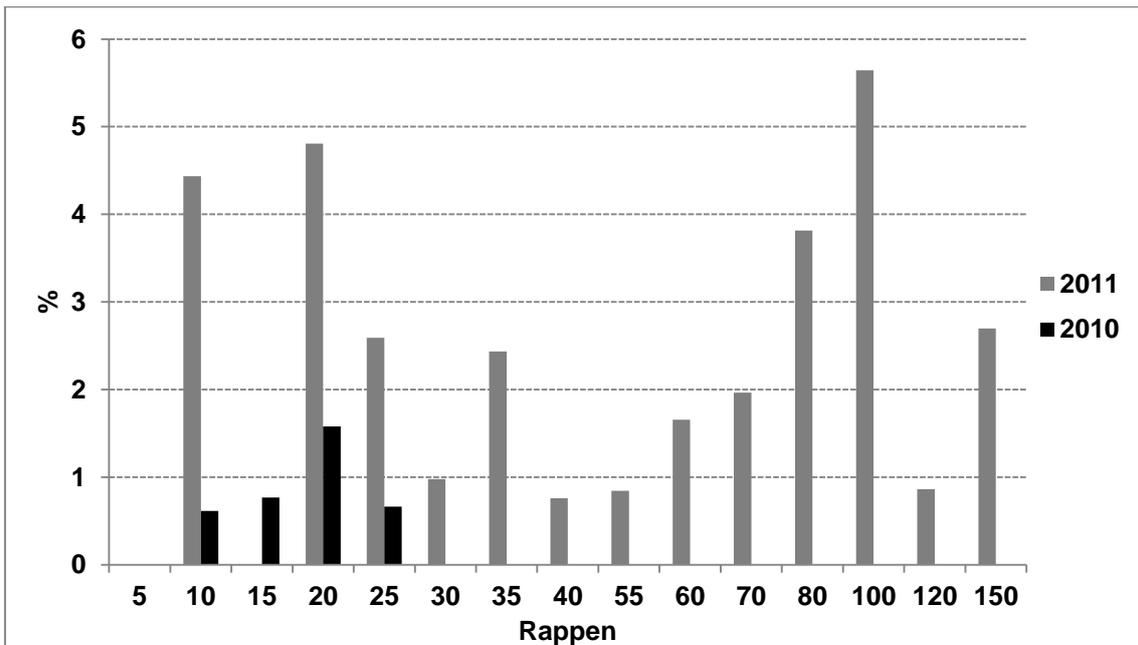
Tabelle 18: Vergleich der Anzahl überzahlter Tiere auf den öffentlichen Märkten 2010 und 2011, Januar bis Mai

| | Überzahlte Tiere 2010 | Überzahlte Tiere 2011 |
|------------------|--------------------------|--------------------------|
| LA | 968 (3.62%) | 6'917 (33.49%) |
| SM | 342 (7.82%) | 541 (20.46%) |
| WP | 208 (5.06%) | 975 (40.85%) |
| Total alle Tiere | 1'518 (4.31%) | 8'433 (32.83%) |

Quelle: Proviande

Nicht nur der Anteil der überzahlten Tiere hat stark zugenommen, sondern auch das Mass der Überzahlung. Wurden im Jahr 2010 (Januar bis Mai) bei den Lämmern nicht mehr als 25 Rappen/kg Lebendgewicht überzahlt (SM: bis 60 Rappen, WP: bis 30 Rappen), waren es im Jahr 2011 (gleiche Periode) bis 150 Rappen (SM: bis 80 Rappen, WP: bis 100 Rappen). In Abbildung 30 bis Abbildung 32 sind die Verteilungen der Überzahlung für Lämmer, Schafe und Weidelämmer aufgetragen für die Periode Januar bis Mai der Jahre 2010 und 2011.

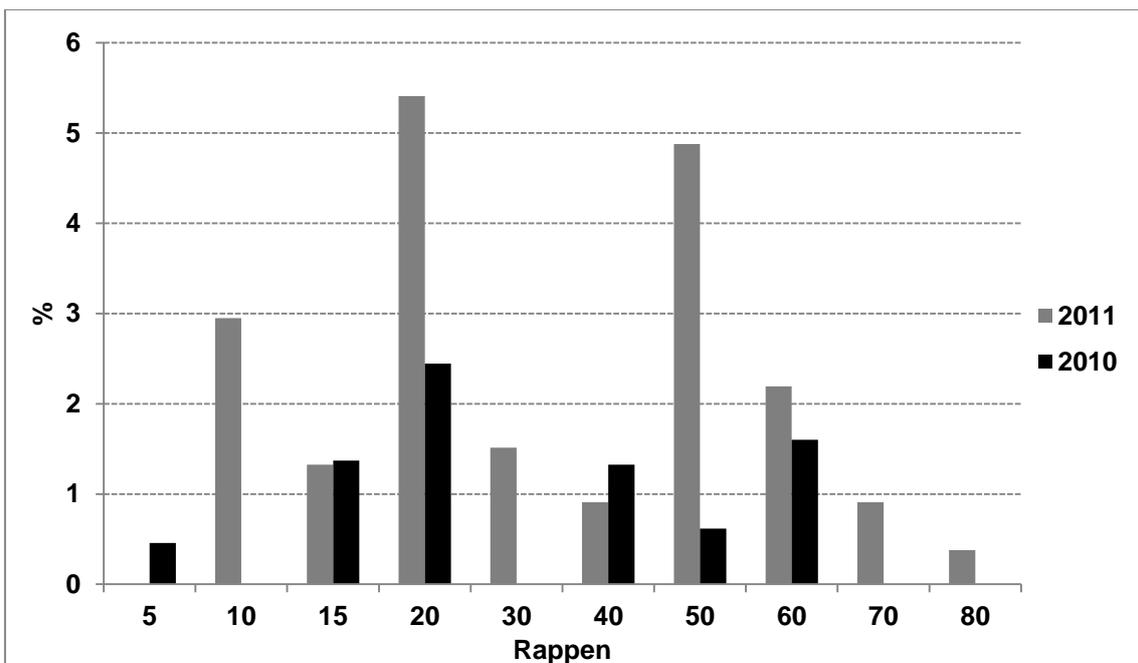
Abbildung 30: Verteilung der Überzahlung bei den Lämmern (LA), 2010 und 2011, Januar bis Mai



Anmerkung: 100% entspricht dem Total aller aufgeführten Tiere.

Quelle: Proviande

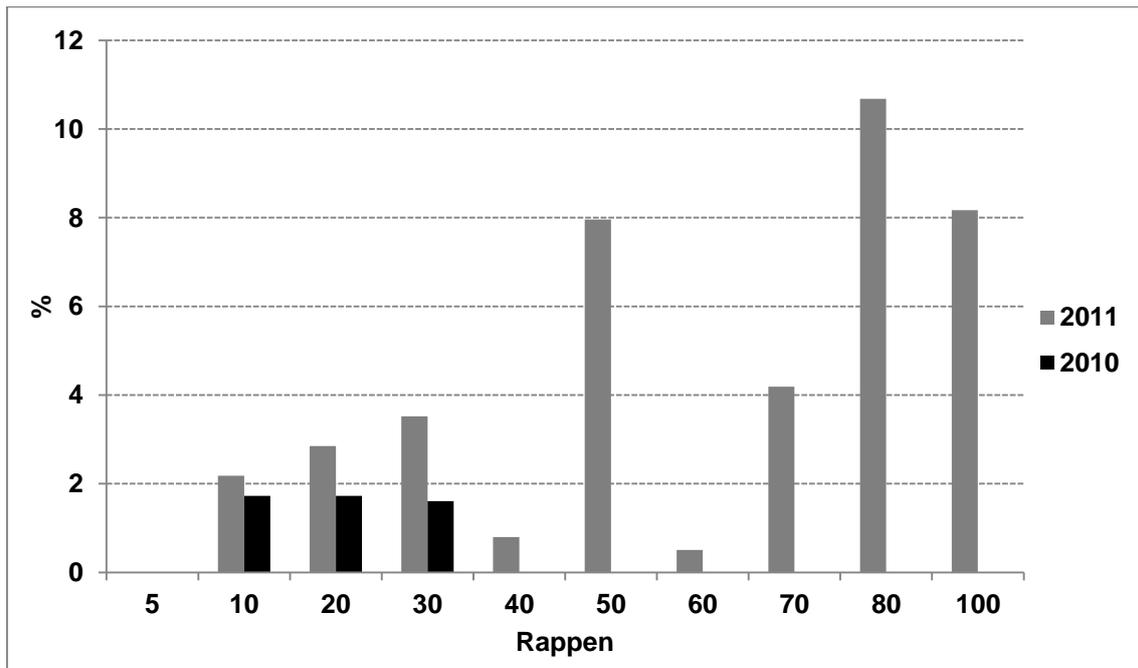
Abbildung 31: Verteilung der Überzahlung bei den Schafen (SM), 2010 und 2011, Januar bis Mai



Anmerkung: 100% entspricht dem Total aller aufgeführten Tiere.

Quelle: Proviande

Abbildung 32: Verteilung der Überzahlung bei den Weidelämmern (WP), 2010 und 2011, Januar bis Mai



Anmerkung: 100% entspricht dem Total aller aufgeführten Tiere.

Quelle: Proviande

Die aktuellen Erfahrungen auf den öffentlichen Märkten zeigen, dass bei Knappheit eine Versteigerung funktionieren kann und die zusätzliche Zahlungsbereitschaft der Händler abgeschöpft wird. Wie schon in Kapitel 2.2.1 erwähnt wurde, ist der Lammfleischmarkt in den letzten Jahren geschrumpft. Es herrschte keine Knappheit, da die Importe in der gleichen Zeit nur leicht rückläufig waren. Deshalb ist es möglich, dass die Steigerungsintensität bei nachlassender Knappheit wieder sinkt und die Überzahlungen zurückgehen.

Aufgrund der geringen Steigerungsintensität konnte über die öffentlichen Märkte in den letzten Jahren (abgesehen von 2011) kaum ein Zusatzerlös in Form von Überzahlung generiert werden. Die meisten Tiere wurden zum Tabellenpreis gekauft. Die Gründe liegen zum einen bei der Marktstruktur (starke Konzentration der Händler schränkt den Wettbewerb ein) und bei den hohen Importen, während der Konsum rückläufig war (es herrschte keine Knappheit). Um der Marktmacht der Händler zu entgegnen, braucht es teilweise individuelle Lösungen. Beispielsweise könnten zwei oder mehrere kleinere Marktplätze einer Region zusammengelegt werden. Ein weiterer Schwachpunkt, der nur mit einer Änderung am System behoben werden könnte, ist das Potential zum Missbrauch. Produzenten teilten mit, dass die Händler teilweise die Tiere gruppenweise bei den Produzenten zu einem mittleren Preis (z.B. T3) einkaufen, die besseren Tiere auf die öffentlichen Märkte bringen und aufgrund der dortigen Lebendbeurteilung einen Zusatzerlös generieren. Wie oft dieser Mechanismus praktiziert wird, liess sich nicht in Erfahrung bringen. Weitere Missbrauchsgefahr besteht auch bei der Auslösung des Importkontingents. Bei den Kälbern wird dies schon praktiziert: Die Händler kaufen die Tiere bei den Produzenten, schleusen sie durch die öffentlichen Märkte und erhalten dadurch Importkontingente

zugeteilt, ohne dass eine Handänderung stattfindet. Bei den Lämmern bestehen zurzeit keine Anzeichen dafür. Bei einer Einschränkung der Importe würde dieser Mechanismus aber auch bei den Lämmern an Attraktivität gewinnen.

Die Funktionen der öffentlichen Märkte sind die Absatzgarantie für die Produzenten und die Verteilung der 10% des Importkontingents. Zusätzlich kommt ihnen aber auch eine wichtige Informationsfunktion zu (z.B. Informationen zur Marktlage oder zur Qualität der Tiere). Durch die neutrale Qualitätseinstufung der lebenden Tiere durch Experten der Proviande wird das Problem der asymmetrischen Information überwunden. Sowohl den Produzenten als auch den Händlern ist spätestens nach der Klassifizierung bekannt, welche Qualität die aufgeführten Tiere haben. Nicht zuletzt haben die öffentlichen Märkte auch eine touristische und kulturelle Funktion und können einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Randregion leisten.

4.5 Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe

Die Schlachtung und Verarbeitung können als zwei getrennte Produktionsschritte betrachtet werden. Am Beispiel Micarna lässt sich das gut erkennen. Die Lämmer werden zur Schlachtung in Auftrag gegeben (in Hinwil und Clarens). Anschliessend werden die Tierkörper in den Betrieben von Micarna weiterverarbeitet. Im Gegensatz zu Micarna schlachtet und verarbeitet der zweite grosse Verarbeiter Bell die Tiere in den eigenen Betrieben (Basel und Cheseaux-sur-Lausanne).

Die Verarbeitungsbetriebe sind oft nicht direkte Abnehmer der Produzenten. Sowohl Bell als auch Micarna arbeiten eng mit einem oder zwei der grossen Händler zusammen. Der direkte Beschaffungsmarkt der Verarbeiter sind die Tiere der Händler. Indirekt hat die Struktur der Verarbeiter aufgrund der engen Geschäftsbeziehung zu den Händlern auch einen Einfluss auf den Beschaffungsmarkt der Händler.

Die folgende Analyse beschränkt sich vorwiegend auf die schlachtenden Betriebe und jene, die sowohl schlachten oder schlachten lassen als auch verarbeiten.

Der Marktanteil der beiden grossen Fleischverarbeiter bei den Schafen (LA und SM) auf Stufe Schlachten betrug in den letzten Jahren zwischen 20 und 24% (Tabelle 19).

Tabelle 19: Marktanteile der grössten Fleischverarbeiter/Schlachtbetriebe (in%), LA und SM

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Fleischverarbeiter 1 | 11.85 | 13.36 | 15.98 | 15.13 | 15.50 |
| Fleischverarbeiter 2 | 11.67 | 7.12 | 7.48 | 8.69 | 7.14 |
| Total | 23.52 | 20.48 | 23.46 | 23.82 | 22.64 |

Anmerkung: Die Marktanteile verstehen sich als Anzahl Schlachtungen am Total der geschlachteten Schafe (LA und SM) im Jahr 2010. Die Marktanteile der Fleischverarbeiter (Bell und Micarna) verstehen sich inkl. jener Tiere, die zum Schlachten in Auftrag gegeben werden.

Quelle: BVET (Fleischkontrollstatistik)

Die Marktanteile für Lämmer (LA) unterscheiden sich kaum von jenen in Tabelle 19, da der grösste Teil der geschlachteten Tiere in der Kategorie Schaf Lämmer sind.

Die Marktanteile der beiden grossen Player im Schweizer Lammfleischmarkt sind eher gering. Neben weiteren grösseren und mittelgrossen Schlacht-/und Verarbeitungsbetrieben existiert auch eine Menge an kleineren gewerblichen Schlachtbetrieben und Metzgereien mit eigener Schlachtung. Es bestehen somit für die vorgelagerten Stufen (Händler und Produzenten) einige Möglichkeiten, in alternative Kanäle zu jenen der beiden grossen Verarbeiter zu liefern. Tabelle 20 gibt einen Überblick zur Verteilung der Marktanteile.

Tabelle 20: Schlachtende Betriebe nach Marktanteilen (LA und SM), 2010

| Marktanteil | Anzahl schlachtende Betriebe | Marktanteil total (%) |
|--------------|------------------------------|-----------------------|
| <=0.2% | 559 | 18.67 |
| >0.2%,<=0.5% | 26 | 7.72 |
| >0.5%,<=1% | 5 | 3.01 |
| >1%,<=2% | 7 | 9.23 |
| >2%,<=3% | 0 | 0.00 |
| >3%,<=4% | 2 | 7.15 |
| >4%,<=5% | 0 | 0.00 |
| >5%,<=10% | 4 | 25.96 |
| >10%,<=15% | 1 | 12.76 |
| >15% | 1 | 15.50 |

Anmerkung: Da Micarna bei den Lämmern keine eigenen Schlachtbetriebe führt, wurde der Marktanteil wie in Tabelle 19 berechnet (über die Anzahl der zur Schlachtung in Auftrag gegebenen Tiere).

Quelle: BVET (Fleischkontrollstatistik)

Auch an den totalen Marktanteilen für jede Kategorie (rechte Spalte Tabelle 20) lässt sich erkennen, dass die Konzentration bei den Schafschlachtungen nicht gross ist. Es bestehen neben den grossen Verarbeitern einige mittlere Betriebe, die den Wettbewerb beleben können. Besonders auffallend ist die grosse Anzahl der kleinsten schlachtenden Betriebe, die zusammen einen Marktanteil von knapp 20% erreichen.

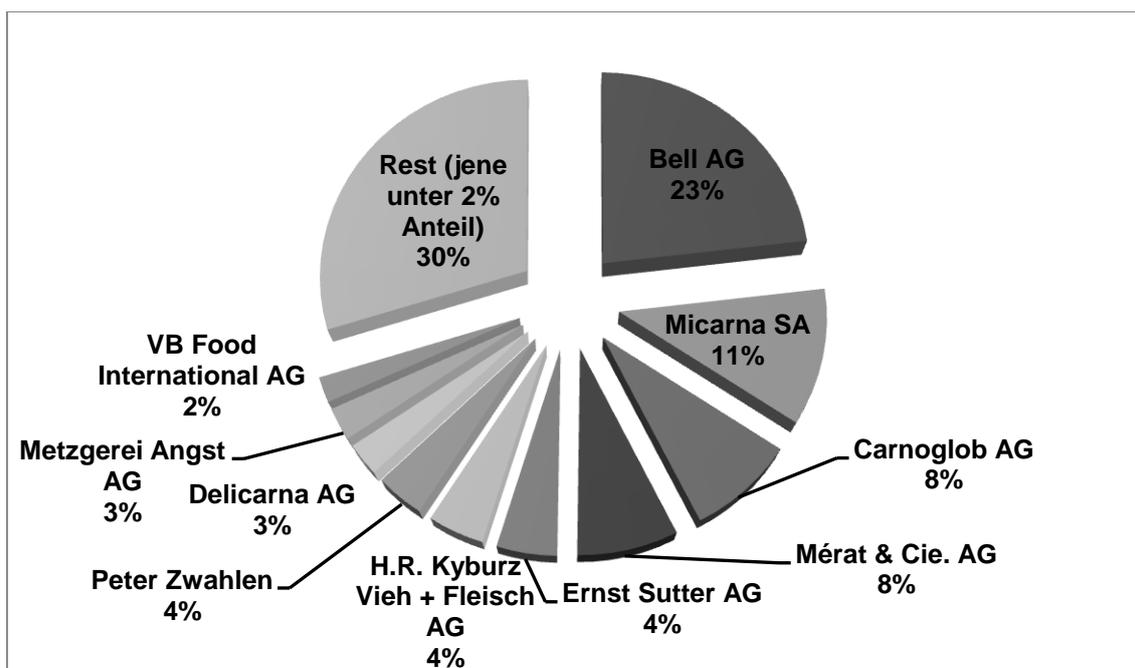
Werden jedoch die einzelnen Labels betrachtet, steigt der Marktanteil der Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe stark an. Ein Beispiel ist Bell bei den Biolämmern. Aufgrund der Bio-Strategie von Coop hat sich Bell entsprechend ausgerichtet und ist heute mit Abstand der bedeutendste Abnehmer von Biolamm. Den Bioproduzenten bleiben nur wenige Ausweichmöglichkeiten für den Absatz ihrer Tiere. Ein weiterer kritischer Aspekt mit Auswirkungen auf den Wettbewerb ist die Vertikalisierung zwischen Bell und Coop resp. Micarna und Migros und die enge Zusammenarbeit zwischen den beiden grossen Verarbeitern und den grossen Händlern. So wird Mi-

carna hauptsächlich durch die Gebrüder Benzoni und Bell hauptsächlich durch Schneider Vieh&Fleisch mit Schafen und Lämmern beliefert. Der Wettbewerb wird durch diese engen Geschäftsbeziehungen entlang der Wertschöpfungskette eingeschränkt.

4.6 Importeure

Seit der Einführung der Versteigerung von 90% der Zollkontingente beim Schaf steht es jedem zu, unabhängig von der erbrachten Inlandleistung zu importieren. Fast die Hälfte des versteigerten Kontingents fällt auf Bell oder Micarna (inkl. Mérat & Cie. AG). Daneben gibt es einige mittelgrosse und viele kleine Unternehmen, die Kontingente ersteigern (Abbildung 33).

Abbildung 33: Ersteigerung der Zollkontingentsanteile (Teilzollkontingent Nr. 5.7, Fleisch von Tieren der Schafgattung, 90% des Importkontingents), Jahr 2010



Quelle: BLW

In den letzten Jahren haben sich die Anteile von Micarna und Bell kaum verändert. Ein verhältnismässig hoher Anteil hat auch die Schneider-Gruppe (Carnoglob AG und Schneider Vieh&Fleisch). Deren Anteil betrug im Jahr 2010 8.3%, während im Jahr 2005 noch 5.2% ersteigert wurden. Die Schneider-Gruppe stellt somit neben einem der grössten Händler (Schneider Vieh&Fleisch) auch einen grossen Importeur.

4.7 Detailhandel und Gastronomie

Von der Verarbeitung gelangt das Lammfleisch in den Detailhandel (inkl. Metzgereien) und die Gastronomie. Der Anteil der Gastronomie ist beim Lammfleisch mit 65% besonders gross (Tabelle 21).

Tabelle 21: Anteil der Kanäle Detailhandel und Gastronomie beim Lammfleisch, 2010

| | Tonnen | Anteil |
|----------------------------------|---------------|---------------|
| Total | 9'840 | 100.0% |
| Detailhandel (inkl. Metzgereien) | 3'418 | 34.7% |
| Gastronomie | 6'422 | 65.3% |

Anmerkung: Der Anteil des Detailhandels ist vermutlich etwas unterschätzt, da der Kanton Tessin und Produkte aus Schafffleisch (Charcuterie/Würste) in den Detailhandelszahlen nicht berücksichtigt sind.

Quelle: Proviande (Schätzungen und Berechnungen auf Datenbasis von AC Nielsen)

Im Detailhandel dominieren Migros und Coop. Beim Lammfleisch haben sie einen Anteil von 35.7% resp. 29.0% (vgl. Tabelle 22). Die grössten drei Unternehmen vereinen einen Marktanteil von über 75%. Beim Rind und Schwein ist besonders der Marktanteil von Migros einiges grösser als beim Lamm.

Tabelle 22: Anteile der einzelnen Detailhandelsunternehmen beim Lammfleisch, 2010

| | Lamm | Rind | Schwein | Anteil Lamm | Anteil Rind | Anteil Schwein |
|--------------------------------------|-------------|-------------|----------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Total | 3'418 | 22'989 | 34'248 | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| Migros exkl. Tessin | 1'221 | 10'025 | 15'246 | 35.7% | 43.6% | 44.5% |
| Coop exkl. Tessin | 991 | 6'569 | 9'378 | 29.0% | 28.6% | 27.4% |
| Manor exkl. Tessin | 366 | 652 | 334 | 10.7% | 2.8% | 1.0% |
| Metzgereien | 294 | 1'568 | 2'075 | 8.6% | 6.8% | 6.1% |
| Übriger Off Scanning | 277 | 1'318 | 1'689 | 8.1% | 5.7% | 4.9% |
| Denner inkl. Satelliten exkl. Tessin | 87 | 709 | 2'071 | 2.5% | 3.1% | 6.0% |
| Cash & Carry (private Haushalte) | 64 | 471 | 740 | 1.9% | 2.0% | 2.2% |
| Spar | 49 | 479 | 714 | 1.4% | 2.1% | 2.1% |
| Aldi | 36 | 506 | 884 | 1.1% | 2.2% | 2.6% |
| Lidl | 12 | 270 | 666 | 0.3% | 1.2% | 1.9% |
| Casino | 9 | 79 | 75 | 0.3% | 0.3% | 0.2% |
| Volg | 9 | 317 | 256 | 0.3% | 1.4% | 0.7% |
| Rest | 2 | 26 | 120 | 0.1% | 0.1% | 0.4% |

Quelle: Proviande (Berechnungen auf Datenbasis von AC Nielsen)

Die Konzentrationen beim Lamm, Rind und Schwein sind ähnlich hoch. Migros und Coop dominieren den Detailhandelskanal. Die Situation des Wettbewerbs weicht beim Lamm deshalb nicht von den anderen wichtigen Fleischkategorien ab.

Zum Gastronomiebereich sind keine detaillierteren Auswertungen möglich aufgrund mangelnden Datenmaterials. Die Heterogenität ist zudem sehr gross. Einkäufer sind neben einzelnen Gastrobetrieben und Hotels auch grössere Einkaufsgesellschaften wie z.B. die SV-Group.

5. Qualität

Das folgende Kapitel beurteilt die Qualität von Schweizer Lammfleisch und zeigt Ansätze auf, wie diese in den nächsten Jahren weiter verbessert werden kann. Qualitativ wird dabei im Sinne der Fleischigkeit und des Fettgewebes der Lämmer verstanden. Weitere Qualitätsmerkmale stehen zurzeit nicht zur Diskussion. Es ist aber durchaus denkbar, dass in Zukunft z.B. auch die Zartheit eine Rolle spielen wird.

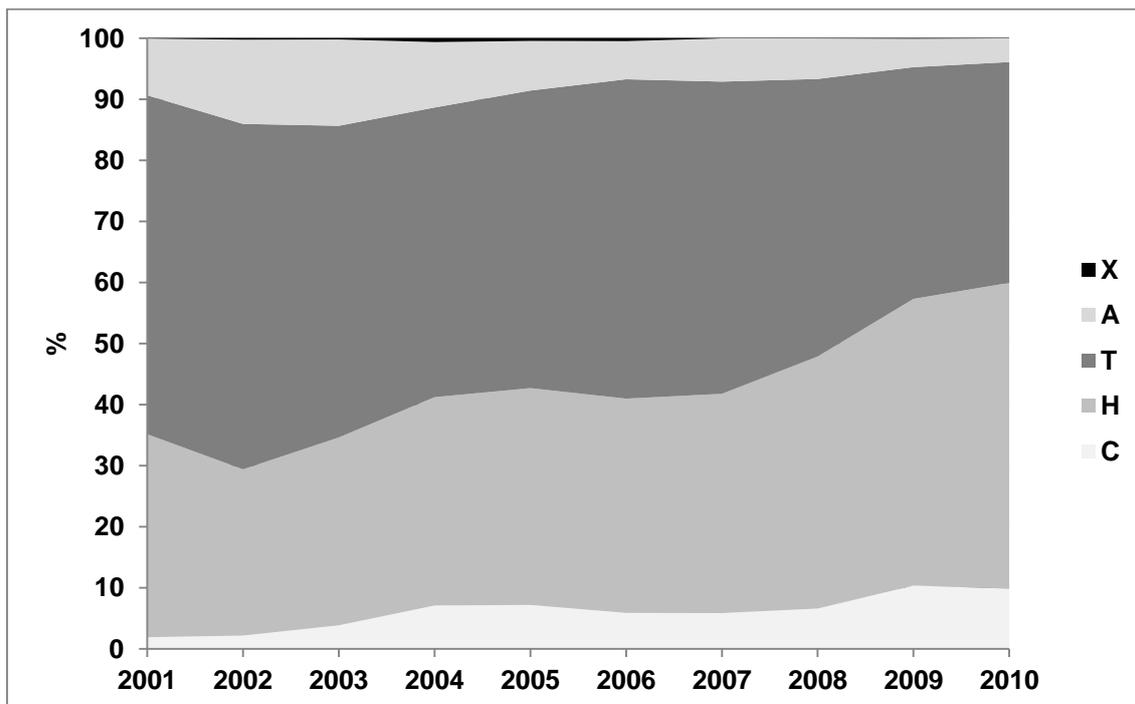
5.1 Entwicklung der Fleischigkeit und des Fettgewebes

Die Qualitätsbeurteilung bei den Schlachttieren erfolgt sowohl am lebenden Tier als auch am Schlachtkörper. Die Proviande ist im Rahmen des Leistungsauftrages verpflichtet, als neutrale Stelle die Qualitätsbeurteilung von Tieren der Rinder-, Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Pferdegattung vorzunehmen. Dazu dienen Schlachtkörper in den 40 grössten Schlachtbetrieben der Schweiz und die Tiere, die über die öffentlichen Märkte verkauft werden. Die Beurteilung der Fleischigkeit wird anhand der CHTAX vorgenommen. Die Handelsklasse C bedeutet sehr vollfleischig, während die Handelsklasse X für sehr leerfleischige Tiere verwendet wird. Beim Rindvieh bestehen zusätzlich ein Klasse T⁻ und ein Klasse T⁺. Zudem wird die Klasse X abgestuft in 1X, 2X, 3X (abnehmende Fleischigkeit). Das Fettgewebe (auch Fettabdeckung genannt) wird mit einer Skala von 1 bis 5 bewertet, wobei die Fettklasse 1 für ungedeckt steht, 3 für gleichmässig gedeckt und 5 für überfett. Die besten Preise werden für Tiere der Handelsklasse C bezahlt. Für Fettgewebe ausserhalb der Klasse 3 werden Abzüge gemacht zwischen 0.55 CHF pro kg SG und 1.5 CHF pro kg SG.

Bei den Schafen liegt der Anteil der klassifizierten Schlachtkörper durch die Proviande bei ca. 60%. Gut 30% der Tiere werden zudem lebend beurteilt (öffentliche Märkte). Etwa die Hälfte der Beurteilungen der Schlachtkörper durch die Proviande wurde im Jahr 2010 von den Schlachtbetrieben an die TVD gemeldet und steht für Auswertungen zur Verfügung. Der Anteil ist in den letzten Jahren angestiegen. Vor 2004 müssen die Daten mit einer gewissen Vorsicht interpretiert werden, da dieser unter 10% lag.

Die Qualität von Schweizer Lämmern hat sich in den letzten Jahren verbessert. Der Anteil der mit H und C klassifizierten Tiere hat zugenommen auf Kosten der T-Lämmer. Auch der Anteil an A-Lämmern hat sich verringert. Jener der Handelsklasse X ist verschwindend klein (Abbildung 34)

Abbildung 34: Entwicklung der Fleischigkeit bei Schweizer Lämmern

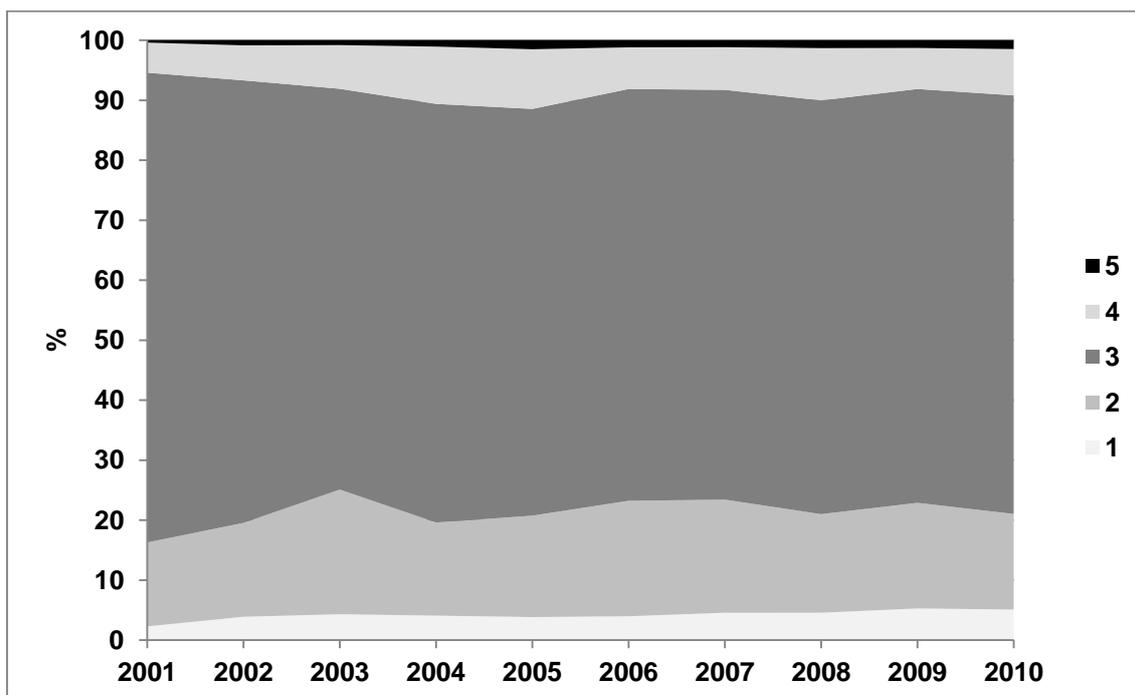


Quelle: Proviande

Ein Grund für die Qualitätssteigerung liegt in der Einkreuzung anderer Fleischrassen (insbesondere Charolais). Zudem ist mit der Einführung der CHTAX bei den Schafen auch die Möglichkeit der Produzenten gestiegen, die Qualität der eigenen Tiere zu überprüfen.

Beim Fettgewebe hat sich in den letzten Jahren kaum etwas geändert. 70% der Tiere erreichen den optimalen Ausmastgrad. 20% der Tiere sind zu wenig abgedeckt, während nur 10% zu fett sind (Abbildung 35).

Abbildung 35: Entwicklung des Fettgewebes bei Schweizer Lämmern



Quelle: Proviande

Werden die Daten zur Fleischigkeit und zum Fettgewebe von Lämmern mit jenen der Rindviehgattung verglichen, fällt auf, dass bei den Muni, Ochsen und Rinder ein höherer Anteil der Tiere in der Handelsklasse C liegen (Tabelle 23 und Tabelle 24). Der Unterschied erklärt sich durch die intensive Fütterung besonders bei den Muni und Ochsen (hoher Kraffutteranteil in der Ration), während die Rationen bei den Lämmern vorwiegend raufutterbasiert sind (abgesehen von der Muttermilch). Die hohen Anteile an A und X bei den Kühen im Vergleich zu den Lämmern (aber auch im Vergleich zu den restlichen Kategorien der Rindergattung) lassen sich dadurch erklären, dass bei jenen Kühen, die zur Milchproduktion verwendet werden, weder auf Fleischigkeit gezüchtet, noch ein hoher Ausmastgrad angestrebt wird.

Tabelle 23: Anteile der einzelnen Klassen zur Bewertung der Fleischigkeit im Quervergleich, Lämmer und Tiere der Rindergattung (Jahr 2010)

| | Lamm | Muni (ungeschaufelt) | Ochsen (bis max. 4 Schau- feln) | Rinder (bis max. 4 Schau- feln) | Kälber | Kühe |
|----------------|--------------|--------------------------------|--|--|---------------|-------------|
| C | 9.87 | 26.18 | 28.79 | 16.54 | 8.44 | 1.67 |
| H | 50.08 | 28.93 | 31.41 | 26.71 | 13.46 | 3.69 |
| T ⁺ | | 18.36 | 20.97 | 23.01 | 14.56 | 7.14 |
| T | 36.16 | 16.15 | 12.67 | 17.93 | 27.62 | 19.17 |
| T ⁻ | | 7.40 | 4.25 | 10.05 | 22.33 | 23.56 |
| A | 3.88 | 2.40 | 1.60 | 4.47 | 9.47 | 21.36 |
| X | 0.01 | 0.58 | 0.31 | 1.29 | 4.12 | 25.85 |

Quelle: Proviande

Tabelle 24: Anteile der einzelnen Klassen zur Bewertung des Fettgewebes im Quervergleich, Lämmer und Tiere der Rindergattung (Jahr 2010)

| | Lamm | Muni (ungeschaufelt) | Ochsen (bis max. 4 Schau- feln) | Rinder (bis max. 4 Schaufeln) | Kälber | Kühe |
|---|--------------|--------------------------------|--|--|---------------|-------------|
| 1 | 5.10 | 2.85 | 2.99 | 1.49 | 6.46 | 32.67 |
| 2 | 15.94 | 13.94 | 17.11 | 7.73 | 18.58 | 18.05 |
| 3 | 69.78 | 81.73 | 69.42 | 67.60 | 68.14 | 36.65 |
| 4 | 7.72 | 1.46 | 10.12 | 21.65 | 6.79 | 10.57 |
| 5 | 1.47 | 0.02 | 0.35 | 1.53 | 0.03 | 2.07 |

Quelle: Proviande

Insgesamt lässt sich aus der Verteilung der Anzahl Tiere nach Handels- und Fettklassen festhalten, dass die Lämmer eine ähnliche Verteilung wie jene der Kälber aufweisen. Auch gegenüber den Ochsen und Rindern bestehen nur in geringem Mass Unterschiede. Markant ist einzig der hohe Anteil in der Handelsklasse H.

Da die Substitution von Schweizer Lammfleisch an erster Stelle über Importlamm erfolgt, ist auch das Verhältnis der Qualität von inländischem und ausländischem Lamm für den Erfolg von Schweizer Lamm massgebend. Der grösste Teil des Imports von Lamm sind Edelstücke bester Qualität vorwiegend aus Australien und Neuseeland. Auch einige europäische Länder (z.B. Frankreich und Irland) konnten beim Lamm qualitative Fortschritte verzeichnen und werden für Schweizer Importeure immer interessanter. Schweizer Lamm ist von starker Konkurrenz umgeben und wird sich deshalb qualitativ in den nächsten Jahren weiter verbessern müssen. Dazu stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Sie betreffen sowohl züchterische Aspekte als auch solche des Herdenmanagements.

5.2 Züchterische Aspekte

5.2.1 Zuchtwertschätzung

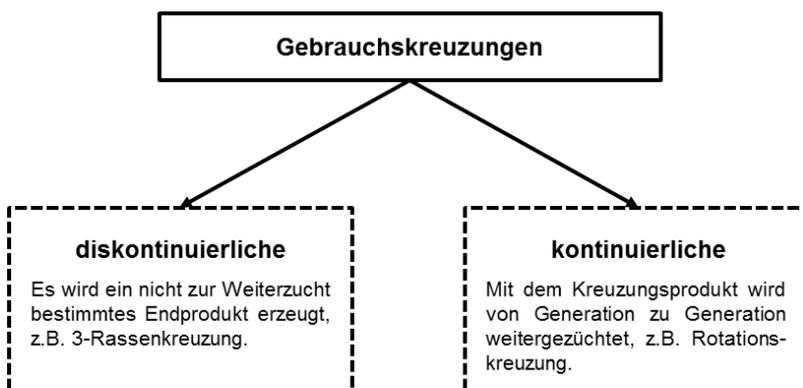
Züchterische Fortschritte fokussieren sich vor allem auf die Mastleistung, den Schlachtkörperwert, die Vitalität, die Langlebigkeit und eine hohe Zuchtleistung (Fruchtbarkeit und Aufzucht) (Zupp 2005). Basis für züchterische Fortschritte sind Zuchtwertschätzungen. Während dies bei den Rindern und Schweinen nicht mehr wegzudenken ist und eine verhältnismässig grosse Anzahl von Merkmalen berücksichtigt wird, ist man bei den Schafen erst in der Aufbauphase. Auf Druck des Bundes beauftragte der Schweizerische Schafzuchtverband die SHL unter der Leitung von Dr. Stefan Rieder, Zuchtwertschätzungen zu erarbeiten. Für ein erstes Merkmal (Tageszuwachs bis zum 45. Tag) wurde diese für die vier grossen Populationen (Weisses Alpenschaf, Braunköpfiges Fleischschaf, Schwarzbraunes Bergschaf, Walliser Schwarznasenschaf) schon erstellt. In diesem Jahr sollen in einer zweiten Phase Merkmale der Fruchtbarkeit ausgewertet werden. In der dritten Phase kommen die Merkmale der Schlachtkörper- und Fleischqualität zum Zug. Nur mit einer guten Zuchtwertschätzung können die optimalen Anpaarungen bestimmt werden. Das Erarbeiten einer Zuchtwertschätzung ist ein Schritt in die richtige Richtung und ermöglicht die weitere Professionalisierung der Schweizer Schafzucht resp. der Lammfleischproduktion.

5.2.2 Gebrauchskreuzungen

Ergänzend zur Zuchtwertschätzung gibt es auch andere Ansätze, die zu einer Verbesserung der Ausprägung verschiedener (Leistungs-)Merkmale führen können. Im Vordergrund stehen Gebrauchskreuzungen. Während besonders in der Schweinehaltung grosse Anstrengungen unternommen wurden, um mithilfe von Kreuzungen sowohl Muttersauen als auch Ferkel mit optimalen Eigenschaften zu erhalten, ist man diesbezüglich bei den Schafen noch nicht so weit.

Das Ziel von Gebrauchskreuzungen besteht darin, durch geschickte Ausnutzung der differenzierten Veranlagung beider Rassen eine Verbesserung des Produkts zu erreichen (Schüler et al. 2001). Durch Einkreuzen von ausländischen Fleischrassen (z.B. Charolais oder Dorper) konnte die Qualität von Schweizer Lamm gesteigert werden. Da besonders der Anteil der klasiierten Tiere mit einem C eher tief ist und Schweizer Lamm mit qualitativ hochstehendem ausländischem Lamm in Konkurrenz steht, braucht es auf züchterischer Ebene neue Ansätze. Bei den Kreuzungsverfahren wird unterschieden zwischen diskontinuierlichen und kontinuierlichen Gebrauchskreuzungen (Abbildung 36).

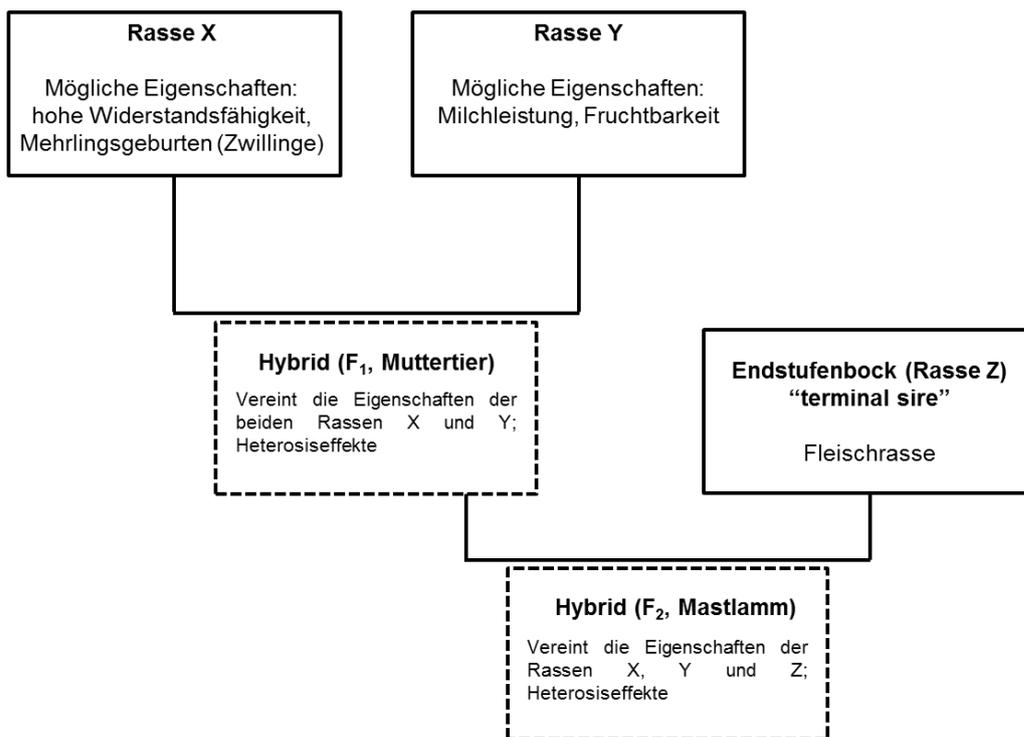
Abbildung 36: Systematik der Gebrauchskreuzungen



Quelle: Schüler et al. 2001

Für die Schafproduzenten sind vor allem diskontinuierliche Gebrauchskreuzungen von Interesse. Sie verlangen aber ein hohes Mass an Professionalität. Bis jetzt schon praktiziert wird die Einfachkreuzung. Ein bekanntes Beispiel ist die Anpaarung eines Mutterschafes der Rasse Schwarzbraunes Bergschaf mit einem Bock der Rasse Charolais. Das Schwarzbraune Bergschaf weist eine besonders gute Fruchtbarkeit auf. Der Charolais sorgt im Gegenzug für die optimalen genetischen Voraussetzungen für eine gute Schlachtkörperqualität. Der Vorteil der Einfachkreuzung liegt in der einfachen Handhabung. Betriebe haben entweder die Möglichkeit, dass sie die Tiere (besonders die Muttertiere) selbst remontieren oder dass sie sowohl Böcke als auch Muttertiere zukaufen und sich ausschliesslich auf die Produktion der Mastlämmer fokussieren. Neben der Einfachkreuzung gibt es auch andere Gebrauchskreuzungen. In England ist die Dreifachkreuzung stark verankert. In der Schweiz ist diese Art der Gebrauchskreuzungen vor allem in der Schweinezucht weit verbreitet. Die SUISAG hat in diesem Zusammenhang wichtige Arbeit geleistet und ein professionelles Zuchtprogramm für die Schweiz entwickelt. Beim Schaf wäre ein ähnliches Zuchtprogramm denkbar. Es wäre jedoch mit einigen Kosten verbunden. In Abbildung 37 ist das Schema einer Dreirassenkreuzung dargestellt.

Abbildung 37: Dreirassenkreuzung beim Schaf



Quelle: In Anlehnung an Schüler et al. 2001

Ausgehend von zwei Rassentieren wird ein Muttertier erzeugt (F_1 -Generation), welches z.B. optimale Eigenschaften bezüglich der Fruchtbarkeit mit solchen der Widerstandsfähigkeit vereint. Dabei treten additiv genetische Effekte und oft aber auch nichtadditiv genetische Effekte (Heterosis) auf. Von individueller Heterosis wird dann gesprochen, wenn bei einem Merkmal das Muttertier der F_1 -Generation einen höheren Wert als der Durchschnitt der beiden Eltern aufweist. Eine starke Heterosis liegt dann vor, wenn die Ausprägung des Merkmals stärker ist als beim besseren der beiden Elterntiere. Das Kreuzungstier wird mit einem Bock einer Fleischrasse angepaart (terminal sire). Daraus entsteht ein Mastlamm (F_2 -Generation), welches die optimalen Eigenschaften dreier Rassen vereint.

Es braucht bei der Dreirassenkreuzung grosse Professionalität und Konsequenz. Es darf weder mit der F_1 - noch mit der F_2 -Generation remontiert werden. Die Muttertiere (F_1 -Generation) sollten über zwei reinrassige Tiere erzeugt werden, um das Maximum an Heterosiseffekten zu erreichen. Für die eingesetzten Rassen (X, Y, Z) muss weiterhin eine Kernzucht betrieben werden, die den Zuchtfortschritt garantiert. Zu diesem Zweck braucht es separate Herden, aus denen die Remonten hervorgehen. Für die Schafmäster würde das bedeuten, dass sie Tiere der F_1 -Generation zukaufen und keine eigene Remontierung mehr vornehmen. Nur für sehr grosse Betriebe wäre es allenfalls denkbar, dass sie eigene reinrassige Herden besitzen und so die Remontierung selbst vornehmen würden. Wie sich aber in der Schweinehaltung zeigt, ist der Zukauf von Remonten betriebswirtschaftlich sinnvoller. Vermutlich gilt dies auch bei der Schafhaltung. Eine Spezialisierung der Betriebe auf Mast oder Remontierung wäre die Folge davon. Zusätzlich bräuchte es eine Zuchtorganisation, die für die Planung zuständig ist und allenfalls auch einen Teil der Produktion der F_1 -Generation übernehmen würde.

Analog zum Mechanismus zur Dreirassenkreuzung würde auch eine Vierrassenkreuzung ablaufen. Es bräuchte in diesem Fall sowohl ein Muttertier als auch ein Vatertier der F₁-Generation. Der Aufwand und die Komplexität würden dadurch ansteigen.

Ein Nachteil der diskontinuierlichen Gebrauchskreuzungen (besonders jener der Drei- oder Vierrassenkreuzungen) besteht darin, dass der Zukauf der Tiere mit einem gewissen Gesundheitsrisiko für die ganze Herde verbunden ist. Im Fokus steht die Moderhinke (vgl. dazu auch Kapitel 5.3). Weiter sind die Heterosiseffekte für Wachstum und Schlachtkörperqualität grundsätzlich klein. Hingegen sind die nichtadditiven Effekte bei den Fitnessmerkmalen wie z.B. weibliche Fruchtbarkeit oder Überlebensrate der Jungtiere einiges besser (Schüler et al. 2001). Dies würde sich dann bei der Dreirassen- wie auch bei der Vierrassenkreuzung sowohl in der F₁-Generation als auch in der F₂-Generation positiv bemerkbar machen. Auch nur mit geringer Heterosis für Wachstum und Schlachtkörperqualität könnten aber aufgrund der additiv genetischen Effekte gute Ergebnisse erzielt werden.

Auf die kontinuierlichen Gebrauchskreuzungen (vgl. Abbildung 36) wird nicht weiter eingegangen. Es bestehen dazu einige Konzepte (z.B. Dreirassenrotation), welche sich aber in der Schafhaltung kaum durchgesetzt haben. Ein Problem besteht in der grossen Heterogenität in der Herde, welche durch kontinuierliche Gebrauchskreuzungen entsteht.

5.2.3 Molekulargenetische Konzepte

Die Molekulargenetik untersucht die Vererbungsmechanismen auf molekularer Basis. Beim Schaf wurden dazu einige Untersuchungen gemacht. Im Fokus stand dabei oft der Callipyge-Locus (CLPG resp. clpg), der zu einer Muskelhypertrophie am Hinterviertel (Vergrösserung des Querschnitts der quergestreiften Skelettmuskulatur) führt. Die Hypertrophie tritt nur bei Heterozygoten mit paternal vererbtem CLPG-Allel auf (Richard 2003). Es sei in diesem Zusammenhang besonders auf die Forschungsarbeit des Teams um Prof. Stranzinger hingewiesen. Um diesen Aspekt in einem Zuchtprogramm berücksichtigen zu können, bräuchte es trotzdem noch weitere Forschungsarbeiten. Gleiches gilt für den Booroola-Locus, der zu einer erhöhten Fruchtbarkeit führen kann (erhöhte Ovulationsrate und Wurfgrösse).

Nicht zuletzt müssen langfristig auch die Entwicklungen in der genomischen Selektion im Auge behalten werden. Mit dem international aufgelegten Schafgenom-Projekt (Entschlüsselung des gesamten Genoms) wird eine wichtige Grundlage für Zuchtprogramme gelegt. In Frankreich wird die genomische Selektion schon praktiziert. Ob dies auch in der Schweiz praktikabel ist, kann zurzeit nicht abgeschätzt werden. Eine Umstellung von der klassischen Zuchtwertschätzung auf die Schätzung von Zuchtwerten basierend auf der genetischen Ausstattung wäre aber mit einem grossen finanziellen Aufwand verbunden.

5.3 Aspekte des Herdenmanagements

Beim Herdenmanagement geht es in Rahmen dieser Studie um zwei Aspekte: Die Optimierung der Schlachtgewichte und die Bekämpfung der Moderhinke (Klauenkrankheit). Letztere erhält besonders im Rahmen der vorgeschlagenen Züchtungsmassnahmen (Gebrauchskreuzungen, siehe Kapitel 5.2) einen zunehmenden Stellenwert.

Die Optimierung der Schlachtgewichte wirkt sich direkt auf die Erlöse der Schafhalter aus. Ziel ist es, die Lämmer zum richtigen Zeitpunkt auf die Schlachtbank zu bringen. Grössere Betriebe praktizieren dies meist professionell. Dazu braucht es das entsprechende Know-how (z.B. Griffe am Tier), welches nicht von allen Schafhaltern beherrscht wird. Dasselbe Konzept gilt auch bei der Alpung der Tiere. Im Laufe des Sommers sollten regelmässig, sofern eine Zufahrt zur Alp dies ermöglicht, die schlachtreifen Lämmer geholt und in die Schlachthöfe gebracht werden. Dadurch können zu schwere Tiere vermieden werden. Grössere Schafhalter gaben an, dass sie auf diese Weise bis zu 40% ihrer Lämmer vorzeitig auf die Schlachtbank bringen. Der geringe Mehraufwand, der dadurch entsteht, lohnt sich. Zudem muss beachtet werden, dass auf diese Weise das hohe Angebot im Herbst, das den Produzentenpreis negativ beeinflusst, reduziert werden könnte. Dasselbe Konzept kann auch auf die Wanderherden während den Wintermonaten übertragen werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der die Leistung sowohl der Mutterschafe als auch der Lämmer beeinflusst, ist die Tiergesundheit. Die grösste Herausforderung in der Schafhaltung ist die Moderhinke. Sie ist eine Infektionskrankheit, verursacht durch ein Bakterium. Die Krankheit ist hoch ansteckend (z.B. von Schaf zu Schaf oder über ungereinigte Klauenwerkzeuge und Transportfahrzeuge) und führt zu Entzündungen der Zwischenklauenhaut (Lüchinger Wüest und Giezendanner 2011). Die Tiere fallen auf durch Lahmheit und fressen oft auf den Karpalgelenken. Die Leistungseinbussen entstehen in erster Linie durch eine schlechtere Säuge- und Mastleistung der Lämmer, durch eine reduzierte Fruchtbarkeit und durch vorzeitige Abgänge (BGK, Merkblatt 6). Die Konsequenzen sind tiefere Verkaufserlöse und hohe Behandlungskosten. Zu den damit verbundenen finanziellen Konsequenzen, die durch diese Krankheit in der Schweiz entstehen, gibt es zwar keine genauen Angaben. Berechnungen anderer Länder kommen aber zum Schluss, dass es sich um beträchtliche Beträge handelt. Zurzeit laufen verschiedene Moderhinke-Projekte mit Beteiligung wichtiger Forschungsanstalten, die im Bereich Impfung, Diagnostik und Zucht zu neuen Erkenntnissen führen sollen und so eine wirksamere Bekämpfung ermöglichen. Schliesslich ist jeder Produzent selbst verantwortlich, die notwendigen Schritte einzuleiten, um das Erkrankungsrisiko seiner Tiere zu minimieren und so die Leistung zu verbessern, den Erlös zu steigern, sowie Kosten zu senken. Dazu gehören sowohl ein regelmässiges Klauenbad als auch weitere Massnahmen wie die Quarantäne zugekaufter Tiere (zwischen 2 und 4 Wochen, entspricht der Inkubationszeit). Dies wird besonders unter den in Kapitel 5.2 vorgeschlagenen züchterischen Massnahmen bedeutungsvoll. Werden mehr Tiere zugekauft, steigt auch das Risiko eines Moderhinkebefalls.

5.4 Informationslage der Produzenten

Es gelingt erst dann, die Qualität zu verbessern, wenn genügend Informationen vorliegen und diese von den Produzenten auch genutzt werden. Bei den Lämmern ist es im Gegensatz zu den Rindern so, dass von den Ohrmarken nur auf den Betrieb, nicht aber auch das einzelne Tier geschlossen werden kann. Dadurch sind auch die Tiergeschichten in der TVD nicht erfasst. Dies würde es den Produzenten auf einfache Art und Weise erlauben, Informationen über die Qualität jedes einzelnen Tieres zu erhalten und entsprechend Massnahmen z.B. in der Zucht, Haltung oder Fütterung zu ergreifen. Zurzeit besteht zwar die Möglichkeit, dass der Produzent

Informationen zur Klassifizierung der geschlachteten Tiere erhält, jedoch nur dann, wenn der Händler gegenüber den Produzenten mit dem offiziellen Dokument (Waagdokument) der Proviande abgerechnet. Dabei wird dem Produzenten mitgeteilt, wie viele Tiere von welcher Handels- und Fettklasse er geliefert hat. Ausgenommen sind Tiere, die nicht in den grossen Schlachthöfen geschlachtet wurden (ca. 30-40% der Lämmer) und bei denen die Proviande keine Erhebungen macht. Nur wenn die bestehenden Informationen auch genutzt werden, kann die Qualität in Zukunft wirksam gesteigert werden. Die Beurteilung am lebenden Tier ändert daran nur wenig und ersetzt die Beurteilung des Schlachtkörpers nicht. Erschwerend wirkt dabei, dass gemäss Auskunft verschiedener Produzenten die Händler oft eine Gruppe von Tieren zu einer bestimmten Handels- und Fettklasse übernehmen und am lebenden Tier keine individuelle Beurteilung vorgenommen wird. Eine Ausnahme sind die öffentlichen Märkte. Durch die neutrale Qualitätseinstufung durch Experten der Proviande sind die Informationen zur Qualität der Tiere sowohl den Produzenten wie auch den Händlern bekannt.

Weiter würde eine Erfassung der Tiergeschichten Zuchtwertschätzungen für die Schlachtkörperqualität ermöglichen. Auch aus der Sicht der Forschung wäre deshalb der Ausbau der Informationen zum Schaf in der TVD sehr zu begrüssen.

Der zukünftige Erfolg von Schweizer Lammfleisch wird wesentlich davon abhängen, wie sich die Qualität entwickelt. Nur mit bester Qualität wird sich Schweizer Lamm gegenüber den oft qualitativ guten Importstücken behaupten können. Die Qualität ist eine wichtige Grundlage für eine erfolgreiche Vermarktung von Schweizer Lammfleisch.

6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Rückläufige Nachfrage bei hohen Importen führt zu sinkenden Produzentenpreisen

Der Schweizer Schafmarkt entwickelte sich unterschiedlich im Vergleich zu andern Fleischsorten. Während die Produzentenpreise beim Schwein und Geflügel abgesehen von saisonalen Schwankungen stabil waren und beim Rind sogar anstiegen, sanken die Preise für Lämmer deutlich. Ein Grund für diese Entwicklung ist der rückläufige Konsum von Lammfleisch, dies im Gegensatz zur Nachfrage nach Fleisch, die in den letzten Jahren leicht angestiegen ist. Ein zweiter Grund für die sinkenden Produzentenpreise beim Lamm sind die Importe. Trotz des Konsumrückgangs wurden die Importe verhältnismässig wenig reduziert. Der Produzentenpreis ist besonders in den Jahren 2009 und 2010 stark unter Druck geraten, als mehr importiert wurde, obwohl auch das Inlandangebot zugenommen hatte. Die Tabellenpreise lagen teilweise unter 9.50 CHF (QM, T3). Die oft geäusserte Vermutung, wonach dieser Preisdruck eine Folge der Versteigerung sei, trifft deshalb nicht zu. In jüngster Zeit haben sich die Produzentenpreise wieder erholt. Im ersten Halbjahr 2011 konnte zeitweise über 11.- CHF/kg SG (QM, T3) gelöst werden.

Beim Aussenhandel weist der Lammfleischmarkt Ähnlichkeiten zum Geflügelmarkt auf. Ein grosser Teil des Gesamtkonsums (über 60%) der Schweiz wird importiert. Eingeführt werden vorwiegend ausgebeinte Edelstücke (frisch oder gefroren) aus Australien oder Neuseeland. Der Anteil nicht ausgebeinter Teilstücke und der Schlachthälften hat in den letzten Jahren abgenommen. Ausgebeinte Teilstücke sind attraktiv, da für die Schweizer Importeure oder Verarbeitungsbetriebe keine kostenintensiven Verarbeitungsschritte anfallen. Gleichzeitig ist der Preis für importiertes Lamm angestiegen, was sich mehrheitlich durch den zunehmenden Anteil ausgebeinter Teilstücke erklären lässt. Seit 2007 werden 90% des Importkontingents versteigert. Die restlichen 10% werden gemessen an der Inlandleistung (Anzahl ersteigerte Tiere auf den öffentlichen Märkten) den Händlern zugeteilt.

Eingeschränkter Wettbewerb auf Stufe der Händler

In der Landwirtschaft wird mit der Lämmermast ein Umsatz zwischen 50 und 55 Mio. CHF erwirtschaftet. Im Jahr 2010 wurde Lammfleisch im Wert von über 100 Mio. CHF importiert. Auf Stufe Verarbeitung liegt der Umsatz bei über 250 Mio. CHF und im Detailhandel werden mit dem Lammfleisch mehr als 120 Mio. CHF Umsatz generiert.

Die Analyse der Marktstruktur auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette hat ergeben, dass vor allem bei den Händlern eine hohe Konzentration besteht. Als Untersuchungsgegenstand wurden die öffentlichen Märkte gewählt, deren Durchführung und Planung Aufgabe der Proviande im Rahmen des Leistungsauftrages durch den Bund ist. Die aufgeführten Tiere (Lämmer, Schafe und Weidelämmer) werden auf den Marktplätzen gewogen, durch einen Proviande-Experten eingeschätzt und versteigert, wobei der Mindestpreis dem Tabellenpreis entspricht. Wenn aufgeführte Tiere nicht verkauft werden können, werden sie von der Proviande zum Tabellenpreis übernommen und den Händlern zugeteilt. Knapp ein Viertel der in der Schweiz geschlachteten Lämmer wird auf öffentlichen Märkten gehandelt. Der Marktanteil der

drei grössten Händler beträgt dabei über 75%. An 10 Marktplätzen – auf vielen Marktplätzen finden mehrere Märkte pro Jahr statt – war im Jahr 2010 nur ein Händler anwesend. An 25 von total 85 Marktplätzen lag der Marktanteil eines Händlers bei mehr als 75%. Betroffen von dieser Marktkonzentration waren 32% aller auf den öffentlichen Märkten versteigerten Lämmer. Es liegen meistens enge Oligopsonie und teilweise sogar Monopsonie vor. Zusätzlich konnte kollusives Verhalten unter den Händlern festgestellt werden. Das System der öffentlichen Märkte bietet diesbezüglich geeignete Voraussetzungen. Es gibt einerseits Anzeichen, dass sich die Händler die Märkte untereinander aufteilen, andererseits werden direkt auf den Marktplätzen Mengenabsprachen getätigt. Das Vorliegen von kollusivem Verhalten bestätigt sich auch bei der Betrachtung der Überzahlung. Überzahlung liegt dann vor, wenn die Tiere über dem Mindestpreis (Tabellenpreis) ersteigert werden. Dies war im Jahr 2010 kaum der Fall, obwohl den Händlern Kontingente im Wert von mehr als 1 Mio. CHF übertragen wurden. Unter vollkommenem Wettbewerb hätte sich dieser Zusatzerlös in einer gesteigerten Zahlungsbereitschaft an den öffentlichen Märkten bemerkbar machen müssen. Dies konnte jedoch nicht beobachtet werden.

In den Jahren vor 2011 hat die Versteigerung auf öffentlichen Märkten nicht richtig funktioniert, was eine optimale Preisbildung behinderte. Erst 2011 wurde aufgrund der angespannten Marktlage wieder kräftig gesteigert. Es ist davon auszugehen, dass bei einer Ausdehnung des Angebots die Steigerungsintensität wieder nachlassen wird und in das alte Muster zurückkehrt. Trotz der aufgezeigten Problematik kommen den öffentlichen Märkten auch wichtige Funktionen zu. Einerseits werden mithilfe der neutralen Einschätzung durch Experten der Proviande wichtige Informationen zur Marktlage gewonnen, andererseits garantiert das System den Produzenten den Absatz ihrer Tiere.

Auf Stufen der Schlachtung und Verarbeitung ist der Wettbewerb weniger kritisch zu beurteilen als auf Stufe der Händler. Micarna und Bell vereinen rund 25% der geschlachteten Lämmer auf sich. Die engen Beziehungen der Verarbeiter zum Detailhandel (vertikale Integration) einerseits, aber auch zu den Händlern andererseits haben jedoch auch einen negativen Einfluss auf die Wettbewerbsintensität.

Die letzte Wertschöpfungsstufe ist beim Lammfleischmarkt insofern speziell, als knapp 2/3 der totalen Menge in die Gastronomie fliesst und nur 1/3 in den Detailhandel. Im Detailhandel vereinen Migros und Coop einen Marktanteil von über 60%. Da der Anteil des Detailhandels aber eher gering ist, ist diese Marktmacht aus Sicht des Wettbewerbs nicht als kritisch zu beurteilen. Es bestehen für die vorgelagerten Stufen einige Ausweichmöglichkeiten in die Gastronomie. Trotzdem ist auch hier wie bei den Schlacht- und Verarbeitungsbetrieben anzumerken, dass über die vertikale Rückwärtsintegration von Migros und Coop der Wettbewerb eingeschränkt wird.

Weitere qualitative Fortschritte sind notwendig zur Positionierung von Schweizer Lammfleisch

Da Schweizer Lammfleisch in Konkurrenz zu qualitativ gutem ozeanischem aber auch französischem und irischem steht, ist eine gute Qualität in Kombination mit preislicher Konkurrenzfähigkeit der einzige Weg, um sich erfolgreich positionieren zu können.

Über die Erhebungen der Proviande in den grossen Schlachtbetrieben lässt sich erkennen, dass Schweizer Lamm bezüglich der Schlachtkörperqualität (Fleischigkeit und Fettgewebe) in den letzten Jahren Fortschritte erzielen konnte. Über die Hälfte der Lämmer weist bei der Fleischigkeit ein H oder C auf. Der Anteil der Tiere mit T und A war in den letzten Jahren rückläufig. Beim Fettgewebe hat sich kaum etwas verändert. 70% der Tiere sind optimal gedeckt, 20% sind zu mager (Klassierung unter 3), während 10% zu fett sind (Klassierung über 3). Trotz den erreichten Qualitätsfortschritten besteht weiterhin Potential für Verbesserungen. Einerseits sollte der Anteil der C-Lämmer vergrössert werden, andererseits ist der Anteil der zu mageren als auch zu fetten Tiere zu reduzieren.

Zu diesem Zweck braucht es züchterische Fortschritte und eine weitere Professionalisierung des Herdenmanagements. Züchterisch ist mit der Erarbeitung einer Zuchtwertschätzung für die wichtigsten Merkmale ein erster Schritt in die richtige Richtung gemacht worden. Auch der Einsatz von Gebrauchskreuzungen (z.B. Einfach- oder Dreirassenkreuzungen) sollte forciert werden. Nicht zuletzt ist langfristig zusätzlich die genomische Selektion zu berücksichtigen. Obwohl diese momentan bei den Schafen nicht zur Diskussion steht und bei den Rindern in Europa erst in einigen Ländern eingesetzt wird, birgt diese ein grosses Potential für einen schnelleren Zuchtfortschritt. Beim Herdenmanagement geht es einerseits um den optimalen Schlachtzeitpunkt (optimale Fleischigkeit und optimaler Fettansatz) und andererseits um die Tiergesundheit mit Fokus auf der Prävention und Bekämpfung der Moderhinke. Eine zusätzliche Schwierigkeit ist, dass einige Produzenten nur wenig wissen über die Qualität ihrer Tiere und oft nicht genügend gut abschätzen können, wann der richtige Zeitpunkt erreicht ist, um die Tiere zur Schlachtbank zu führen.

Schlussfolgerungen

- **Regulierung der Importe**

Aufgrund der bestehenden Marktsituation ist zwischen einer mittel- und einer langfristigen Betrachtung zu unterscheiden. Mittelfristig gilt es, das Importsystem so zu verfeinern, dass bei saisonal hoher Inlandproduktion (besonders im Herbst) die Importe zurückhaltend freigegeben werden. Damit kann der Druck auf die Produzentenpreise reduziert werden. Aufgabe der Importregelungen ist die Preisstabilisierung. Langfristig werden sich die Märkte jedoch weiter öffnen. Vor diesem Hintergrund müssen sich die Akteure im Schweizer Lammfleischmarkt überlegen, mit welcher Strategie dieser Herausforderung begegnet werden soll. Der Inlandmarkt wird bei einer Liberalisierung des Handels weiter unter Druck kommen. Der Export von Schweizer Lammfleisch scheint zwar aus der heutigen Perspektive schwierig, ist aber dennoch eine Option, die es zu

verfolgen gilt, wenn auch nur für kleinere Mengen. Es sollten möglichst früh erste Erfahrungen gesammelt werden.

- **Verstärktes Marketing erforderlich**

Die Analyse der Nachfrage hat gezeigt, dass Schweizer Lammfleisch eine schwache Position auf dem Markt aufweist. Die Konsumenten weichen beim Lammfleisch viel leichter auf Importe aus als beispielsweise beim Geflügel, wo die Präferenz für die schweizerische Herkunft deutlich stärker ist. Konkurrenz erhält das Lammfleisch besonders während der Wildsaison.

Nach dem Konsumrückgang in den letzten Jahren gilt es den Markt besser zu bearbeiten. Marketing und Kommunikation spielen dabei eine entscheidende Rolle. Beim Lammfleisch besteht diesbezüglich noch Nachholbedarf. Im Vorfeld der Entwicklung einer Marketingstrategie bräuchte es zuerst eine Marktsegmentierung. Dabei werden die Konsumenten nach verschiedenen Kriterien in kohärente Segmente eingeteilt. Anschliessend muss entschieden werden, welche Segmente bedient werden sollen und welche Marketingstrategie (Marketingmix) dazu geeignet ist. Beim Lammfleisch hat der Gastrobereich eine besondere Bedeutung. Neben der Proviande sind die einzelnen Akteure im Handel gefordert, sich vermehrt im Lammfleischabsatz zu engagieren. Auch der Schafzuchtverband kann zur besseren Positionierung des Produkts beitragen, indem die Bedeutung regionaler Produkte für die Nutzung des Graslandes ganz besonders im Berggebiet und den Alpen hervorgehoben wird. Das Potential ist durchaus vorhanden: Die Märkte für regionale Produkte wachsen und die Kaufkraft in städtischen Regionen ist hoch. Dies sind gute Voraussetzungen für eine Trendumkehr in der Zukunft.

- **Förderung des Wettbewerbs auf Stufe Händler**

Die Konzentration der Händler besonders auf den öffentlichen Märkten führte in den letzten Jahren teilweise zu unbefriedigenden Ergebnissen. Die Tiere wurden mit Ausnahme von 2011 kaum über dem Tabellenpreis ersteigert. Dadurch wird das System in dieser Form teilweise in Frage gestellt. Andererseits ist vor allem die Informationsfunktion der öffentlichen Märkte von grosser Bedeutung für den gesamten Schafmarkt. Die Experten der Proviande leisten dazu einen wichtigen Beitrag. Diese Funktion sollte so bestehen bleiben. Gleichzeitig sind wenn möglich Verbesserungen anzubringen, die den Absprachen zwischen den Händlern entgegenwirken und den Wettbewerb fördern, sodass die Erlöse der Händler aus der Zuteilung der Importkontingente zumindest zu einem Teil an die Produzenten weiter gegeben werden. Bei einzelnen Marktplätzen mit besonders hoher Konzentration sind gebietsspezifische Konzepte nötig. Naheliegend ist eine Verringerung der Anzahl Märkte oder eine Zusammenlegung mehrerer Marktplätze.

- **Marktbeobachtung ausbauen**

Zur Beurteilung des Wettbewerbs reicht die Spanne zwischen Konsumenten- und Produzentenpreisen nicht aus. Viel wichtiger sind auch die Zwischenstufen in Verarbeitung und Grosshandel. Ohne Preise auf diesen Zwischenstufen lässt sich nicht nachvollziehen, wie sich Veränderungen beim Produzentenpreis auf die nachgelagerten Stufen übertragen. Dabei interessiert die Frage, wie und in welchem Mass Preissenkungen bei den Produzenten den Konsumenten weitergegeben werden. Die bisherige Margenerhebung ist daher eine zu grobe Information und eignet sich nicht zur Beurteilung des Wettbewerbs. Die Erhebung von Preisen auf Verarbeitungs- und Grosshandelsstufe (inkl. Gastrobereich) ist deshalb besonders wichtig. Je länger die Zeitreihen sind, desto aussagekräftiger sind die Ergebnisse der Analysen. Es muss sich dabei um beobachtete Markt-Preise handeln und nicht nur um Kalkulationen.

In diese Richtung geht auch eine Forderung des Postulates Bourgeois vom 3. Juni 2010, wonach die Markttransparenz, die Preisweitergabe und die Margenverteilung im Agrarmarkt verbessert werden sollen. Gemeint ist die Verstärkung der Marktbeobachtung auch gegen den Widerstand einzelner Unternehmen.

- **Verbesserung der Informationslage der Produzenten**

Trotz der Beurteilung der lebenden Tiere auf den öffentlichen Märkten kann die asymmetrische Informationslage zwischen den Produzenten und den Händlern resp. den Verarbeitern nicht vollständig behoben werden. Für einige Produzenten ist es nicht einfach, ihre Tiere richtig einzuschätzen. Erschwerend wirkt dabei, dass in der TVD für Schafe wie auch für Ziegen vorwiegend aus Kostengründen keine Tiergeschichten erhoben werden. Jene Produzenten, die ihre Tiere nicht über die öffentlichen Märkte verkaufen, können Einblick in die Klassifizierung der Schlachtkörper erhalten, wenn die Abrechnung mit den Händlern über das offizielle Waagformular erfolgt. Da die Proviande die Klassifizierung der Tiere nur in den grossen Schlachtbetrieben vornimmt (60% aller Tiere), stehen diese Informationen zur Qualität auch nicht allen Produzenten zur Verfügung. Es ist deshalb ein System zu entwerfen, das es den Produzenten erlaubt, vollständige Informationen zur Qualität ihrer Schlachttiere zu erhalten. Eine Erfassung der Tiergeschichten ist dafür nicht zwingend nötig. Der Produzent muss zumindest wissen, wie die verkauften Tiere klassifiziert wurden (z.B. Anzahl C, H etc.). Der Zusatznutzen der Tiergeschichten würde aber darin bestehen, dass eine Zuchtwertschätzung für die Schlachtkörper- und Fleischqualität möglich würde. Mit welchen Massnahmen die Transparenz bei der Qualität weiter verbessert werden soll, hängt schliesslich davon ab, wie die Kosten und Nutzen jeder Variante abgeschätzt werden. Ziel ist es, langfristig das Qualitätsdenken auf Seiten der Produzenten zu verbessern und sie zu animieren, über geeignete Massnahmen in der Zucht, Haltung und Fütterung ein optimales Schlachttier zu produzieren.

Literaturverzeichnis

- Abdulai, A., 2002. Using Threshold Cointegration to Estimate Asymmetric Price Transmission in the Swiss Pork Market. *Applied Economics* 34, 679-687.
- AC Nielsen, 2010. Detailhandelserhebungen, Root. *(Daten wurden durch die Proviande zur Verfügung gestellt)*
- Aeppli, M., 2011. Volkswirtschaftliche Bedeutung und Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Nahrungsmittelindustrie, Masterarbeit, ETH Zürich.
- BFS, 2010. Landwirtschaft – Detaillierte Daten Nutztiere, Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abrufbar unter:
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/07/03/blank/data/01/03.html>
- BFS, 2011b. [LIK-Boutique](#), Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abrufbar unter:
http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/05/02/blank/ml_data.html
- BFS, 2011a. Landwirtschaft – Detaillierte Daten Produktion und Konsum, Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abrufbar unter:
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/07/03/blank/data/01/04.html>
- BGK, Merkblatt 6, Moderhinke (Klauenfäule), Beratungs- und Gesundheitsdienst für Kleinwiederkäuer, Herzogenbuchsee.
- BLW, div. Jahrgänge. Marktbericht Fleisch, Bundesamt für Landwirtschaft, Bern.
- BLW, Agrarinformationssystem AGIS, Bundesamt für Landwirtschaft, Bern.
- BVET, 2011. Fleischkontrollstatistik (Fleko), Bundesamt für Veterinärwesen, Bern.
- IMF, 2011. IMF Primary Commodity Prices, Washington D.C. Abrufbar unter:
<http://www.imf.org/external/np/res/commod/index.asp>
- Jaquet, Ph., Abdulai A. und P. Rieder: Empirische Analyse des Nahrungsmittelverbrauchs in der Schweiz: Ein drei-stufiges LA/AIDS Modell, Studie im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft, ETH Zürich, Oktober 2000.
- Lüchinger Wüest, R. und R. Giezendanner, 2011. Moderhinke, deren Behandlung und Sanierung. Präsentation zum Kurs im Rahmen der Moderhinke-Projekte.
- Pfaff, K., 2000. Wettbewerbsanalyse im Rahmen der Industrieökonomik: Theorie und empirische Anwendung auf den hessischen Fleischmarkt, Agrarwirtschaft, Sonderheft 170.
- Proviande, div. Jahrgänge. Der Fleischmarkt im Überblick, Bern.
- Richard, H.R. 2003. Haplotypensegregation bei einer Kreuzungsherde – theoretische und experimentelle Ansätze, Diplomarbeit ETH Zürich.
- SBV, div. Jahrgänge. Landwirtschaftliche Monatszahlen, Schweizerischer Bauernverband, Brugg.
- Schluop Campo, I., 2004. Market Options in the WTO Doha Round. Impacts on the Swiss Meat Market. Diss. ETH Zurich, Vauk Kiel.

Schüler, L., Swalve, H., Götz, K.-U., 2001. Grundlagen der Quantitativen Genetik. Ulmer UTB, Stuttgart.

Seco, div. Jahrgänge. Bericht über zolltarifarisches Massnahmen. Staatssekretariat für Wirtschaft. Bern.

swiss impex, Aussenhandelsstatistik, Eidgenössische Zollverwaltung, Bern.

Weber, M., 2002. Strategisches Management in kleinen und mittleren Unternehmen im schweizerischen Agribusiness. Dissertation, ETH Zürich.

Zupp, W. 2005., Leistungen von Fleischschaf-Vaterrassen in der Gebrauchskreuzung, Landesforschungsanstalt Mecklenburg-Vorpommern, Dummerstorf.

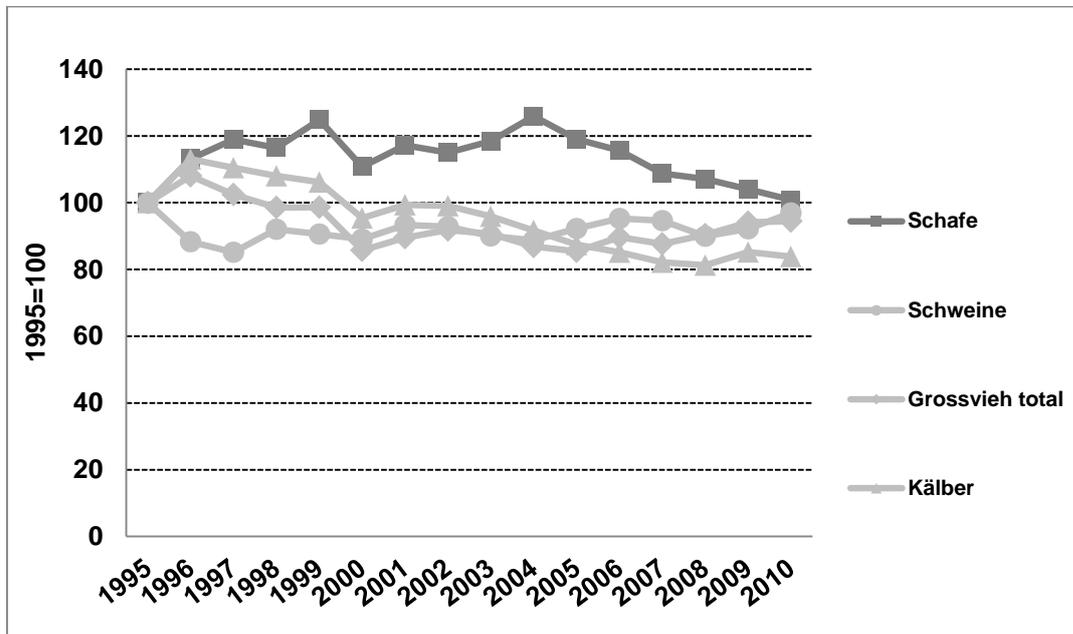
Zusätzliches Datenmaterial wurde uns freundlicherweise von folgenden Stellen zur Verfügung gestellt:

- Bundesamt für Landwirtschaft
- Proviande
- UBS AG

Anhang

Anhang 1

Abbildung A1: Kontrollierte Schlachtungen von inländischem Gross- und Kleinvieh



Quelle: SBV, div. Jahrgänge³

³ SBV, Landwirtschaftliche Monatszahlen

Abbildung A2: Tarifnummern beim Lammfleisch (ohne lebende Tiere)

| Tarifnummern (8-stellig) | Beschreibung |
|-------------------------------------|--|
| 0204.1010 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Lämmern, frisch oder gekühlt, innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.1090 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Lämmern, frisch oder gekühlt, ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.2110 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Schafen, frisch oder gekühlt (ausg. solche von Lämmern), innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.2190 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Schafen, frisch oder gekühlt (ausg. solche von Lämmern), ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.2210 | Fleisch von Schafen, mit Knochen, frisch oder gekühlt (ausg. ganze oder halbe Tierkörper), innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.2290 | Fleisch von Schafen, mit Knochen, frisch oder gekühlt (ausg. ganze oder halbe Tierkörper), ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.2310 | Fleisch von Schafen, ohne Knochen, frisch oder gekühlt, innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.2390 | Fleisch von Schafen, ohne Knochen, frisch oder gekühlt, ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.3010 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Lämmern, gefroren, innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.3090 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Lämmern, gefroren, ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.4110 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Schafen, gefroren (ausg. solche von Lämmern), innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.4190 | Tierkörper oder halbe Tierkörper von Schafen, gefroren (ausg. solche von Lämmern), ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.4210 | Fleisch von Schafen, mit Knochen, gefroren (ausg. ganze oder halbe Tierkörper), innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.4290 | Fleisch von Schafen, mit Knochen, gefroren (ausg. ganze oder halbe Tierkörper), ausserhalb des Zollkontingents |
| 0204.4310 | Fleisch von Schafen, ohne Knochen, gefroren, innerhalb des Zollkontingents Nr. 5 eingeführt |
| 0204.4390 | Fleisch von Schafen, ohne Knochen, gefroren, ausserhalb des Zollkontingents |

Quelle: swiss impex

Anhang 2

Abbildung A3: Berechnungsschema Bruttomargen Lamm BLW



Quelle: BLW (Marktbericht Fleisch), Januar 2007, S.13