

Rudolf Stückler über das Fleisch-Jahr 2022

Kommentar von Dr. Rudolf Stückler, Marketingmanager Fleisch,
Geflügel, Ei – Agrarmarkt Austria



Das vergangene Jahr wurde einmal mehr von der Corona Krise und dem Ukraine-Krieg geprägt. Während Corona zur lästigen Routine wurde, kam es zu einer empfindlichen Teuerungswelle, die sich auf das Konsumverhalten der merklich auswirkte.

Entwicklungen am Absatzmarkt für Fleisch und Fleischwaren

Obwohl der Lebensmitteleinkauf nur etwa 10% der Haushaltsausgaben beträgt, versuchen viele Konsumenten hier den Sparstift anzusetzen. Nach zwei Jahren Corona mit diversen Lockdowns gingen die Einkaufsmengen im LEH und beim Fleischer wieder zurück, denn es wurde wieder mehr außer Haus konsumiert.

Bei den Haushaltseinkäufen führten die steigenden Lebensmittelpreise zu Verschiebungen der Marktanteile Richtung Diskont. So verringerten sich die Marktanteile der Fleischfachgeschäfte abermals und liegen auf einem historischen Tief von rund 6 Prozent. Dafür musste aber auch der klassische Lebensmittelhandel, der mit gut 50 Prozent nach wie vor die wichtigste Einkaufsquelle darstellt, Einbußen hinnehmen. Dafür finden bereits mehr als ein Drittel sämtlicher Fleisch- und Wursteinkäufe bei Discountern statt.

Beim Sortiment geht der Trend deutlich Richtung Hühnerfleisch und Faschiertes. Beim Fleischhauer wird überwiegend Schweine-, Rind- und Kalbfleisch verkauft, das erschwert die Lage für die Fachhändler zusätzlich. Auch der Bio-Boom verzeichnete aufgrund des Sparverhaltens der Konsumenten eine signifikante Abflachung.

Fleischkonsum: Qualität vor Quantität

Dennoch wird sich ein Megatrend durchsetzen: „Qualität vor Quantität“ . Die Konsumenten werden künftig noch weniger Fleisch und Fleischwaren konsumieren. Ein Indiz dafür ist die steigende Zahl der „Flexitarier“, zu denen bereits rund ein Drittel aller Konsumenten zählen. Sie werden ihren Fleischkonsum künftig noch bewusster und kritischer ausrichten. Themen wie Tierwohl, Tierhaltung, Nachhaltigkeit, Herkunft, Regionalität werden nach wie vor an Bedeutung gewinnen. Darauf müssen wir uns – und insbesondere der Fachhandel – einstellen. Sehen wir es als Chance, die es zu nützen gilt!

In diesem Sinne wünsche ich uns, dass wir mit Mut und Zuversicht den kommenden Jahren entgegenblicken und die anstehenden Herausforderungen gemeinsam bestmöglich meistern.

Dr. Rudolf Stückler

Marketingmanager Fleisch, Geflügel, Ei Agrarmarkt Austria

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at