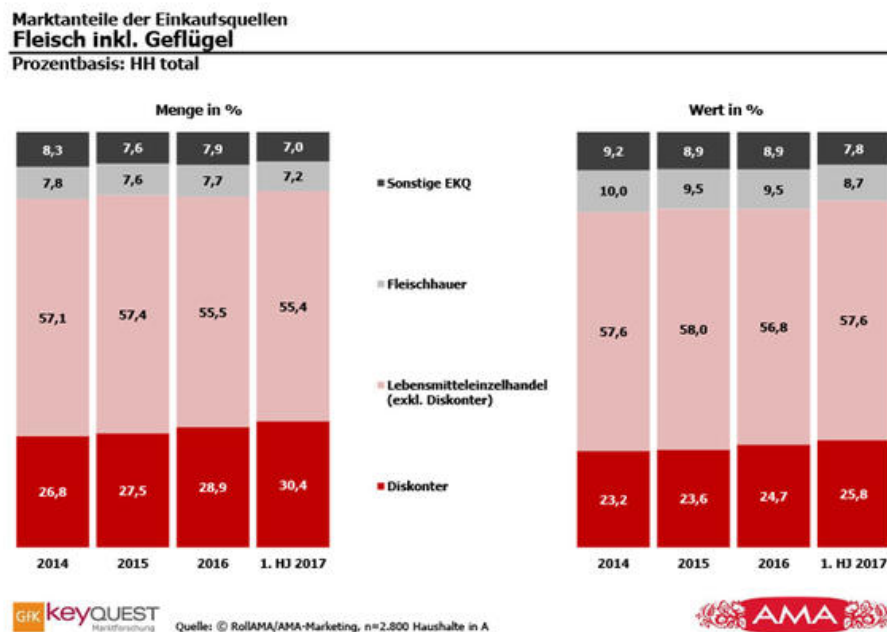


Preise steigen, Convenience boomt

RollAMA zeigt Trends im ersten Halbjahr 2017: Fleischer punkten mit Rindfleisch, Premiumqualität und Kundennähe, Diskont gewinnt Marktanteil.



Galerie öffnen

4

Alle anzeigen

Ingesamt sind die Umsätze an Fleisch inklusive Geflügel in den ersten sechs Monaten dieses Jahres im Vergleich zum ersten Halbjahr 2016 um 6,7% gestiegen, der Mengenabsatz, in Tonnen

gemessen, aber erhöhte sich nur um 2,1%.

Die Kilopreise im Verkauf sind also deutlich gestiegen. Vor allem beim Schweinefleisch, wo im Periodenvergleich der Umsatz um 7,0% stieg, während die verkaufte Tonnage um 2,5% sank. Auf den Schweinezyklus ist halt noch immer Verlass.

Während die Verkäufe von Rind- und Kalbfleisch in den ersten sechs Monaten dieses Jahres stagnierten (Wert: +1,8%, Menge: +0,8%), legten die Geflügelumsätze bei leicht steigenden Preisen um 6,9% also recht kräftig zu.

Anbieter, die das Fleisch so zubereiten, dass die Arbeit am häuslichen Kochherd und am Gartengrill erleichtert wird, schneiden besonders gut ab. Die Umsätze mit Faschiertem stiegen um 10,2% (Mengenplus: 3,7%), jene mit vorbereitetem Fleisch und Geflügel gar um 11,5%.

Der Grill-Boom ist auch an der Marktentwicklung einzelner Warengruppen ablesbar. Die Umsätze mit Brätwurst (die am Rost zur Bratwurst mutiert) erhöhten sich um 4,3%, das Mengenplus lag allerdings bei 4,5%. An Aktionen mit Knacker, Frankfurter und Grillbratwürsten herrschte bekanntlich kein Mangel.

Die Umsätze mit Kochschinken stagnierten bei stabilen Preisen auf hohem Niveau.

Speck und Rohschinken liegen weiterhin im Aufwärtstrend (Wert: +5,2%, Menge: +3,6%), Ähnliches gilt in abgeschwächter Form auch für Salami und Dauerwurst (Wert: +4,7%, Menge: +3,6%).

Der Marktanteil der Vollsortimenter im Lebensmitteleinzelhandel im Wurst- und Schinkengeschäft lag 2015 bei einem Rekordwert von 65,1%, sank 2016 auf 64,2% und ging im ersten Halbjahr 2017 erneut leicht zurück und liegt aktuell bei einem Wert von 64,2% .

Geschuldet ist dieser Rückgang den Marktanteilsgewinnen der Discounter (Hofer, Lidl, Penny). Lag deren Anteil im Jahr 2015 noch bei 23,6%, so überschritt er in den ersten sechs Monaten dieses Jahres die 25%-Marke. Dass die Discounter ihren Kunden einen massiven Preisvorteil bieten, ist daran ersichtlich, dass ihr Marktanteil nach Menge bei Wurst und Schinken deutlich über dem Wert-Anteil, nämlich bei 31,2% (1. HJ 2017) liegt.

Auf niedrigem Niveau aber recht stabil ist der Anteil der Fleischer beim Verkauf von Wurst und Schinken. Er lag im Jahr 2016 und im 1. HJ 2017 jeweils bei 6,2%. Der Mengenanteil des Fleischerhandwerks in diesen Warengruppen liegt seit 2015 konstant bei 5,7%. Einmal mehr bestätigt sich hier: Schleuderpreise sind für den Fleischer kein taugliches Mittel zur Umsatzsteigerung, aber ein todsicheres Mittel der Ertragszertrimmerung.

Deutlich höher als bei Wurst und Schinken ist der Marktanteil der Fleischhauer im Kerngeschäft, dem Verkauf von Frischfleisch, einschließlich Geflügel. Die schlechte Nachricht: Im Jahr 2016 lag der wertmäßige Anteil bei 9,5%, im ersten Halbjahr 2017 sank er auf 8,7%. Bleibt zu hoffen, dass nach der Halbzeit ein starkes Weihnachtsgeschäft den Anteil wieder in die Höhe treibt. Jetzt aber die gute Nachricht: Der Wertanteil der Fleischergeschäfte liegt deutlich über ihrem Mengenanteil. Dieser betrug 2016 7,7% und lag im 1. HJ 2017 bei 7,2%.

Im Klartext: Die Konsumenten sind bereit, beim Metzger für Fleisch einen Kilopreis zu bezahlen, der deutlich über dem Durchschnitt liegt.

Während ein Discounter pro Kilo verkauftes Fleisch (inkl. Geflügel) einen Durchschnittspreis von 6,53 Euro erzielt, beträgt dieser Wert beim nicht-diskontierenden Lebensmitteleinzelhandel 7,98 €, beim Fleischer jedoch 9,30 (Stand: 1.HJ 2017).

Einerseits sind diese Preisunterschiede wohl darauf

zurückzuführen, dass bei Billa, Spar und Hofer der Umsatzanteil des Geflügels und der Schweinefleisch-Aktionsangebote deutlich höher ist als beim Fleischer. Denn die Preisspreizung nach Sorten ist beachtlich. Wer ein Kilo Rindfleisch verkauft, lukriert dafür im Schnitt 11,57 €, beim Schweinefleisch sind es 7,12 €, beim Huhn nur 6,90 €, beim Faschierten gar nur 6,01 €.

Entscheidend aber ist, dass das Fleisch vom Fleischer in den Augen der Kunden eine Reihe von Qualitätsvorteilen aufzuweisen hat, die einen höheren Preis rechtfertigt. Typische Mehrwerttreiber sind die artgerechte Tierhaltung und die regionale Herkunft des Fleisches, die handwerkliche Zerlegung und die individuellen Zuschnitte, die sich in großer Sortenvielfalt niederschlagen, die bedarfsgerechte Portionierung, die ready-to cook-Zubereitung samt dazu gehöriger Beratung im Bedienungsvorverkauf.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at