



Politikverdrossenheit: Prof. Dr. Dr. Markus Schick vom BMEL (von links) hatte beim Fleisch-Talk über den Umbau hin zu einer zukunftsfesten Tierhaltung mit Friedrich-Otto Ripke (ZDG), Tobias Metten (Metten Fleisch), Cornelia Habacher (Rebel Meat), Karl-Heinz Krämer (Block Foods) und Dr. Gereon Schulze Althoff (Tönnies) einen schweren Stand.

Initiative Tierwohl und dem QS-Prüfzeichen bereits erarbeitet haben“, sagte der Präsident des Zentralverbands der Deutschen Geflügelwirtschaft (ZDG). Als Mitglied der Borchert-Kommission wisse er, dass von dem Kompetenznetzwerk Nutztierhaltung einige gute Vorschläge auf dem Tisch liegen. Ripke verwies in diesem Zusammenhang beispielhaft auf die dringend notwendige Öffnung des Bau- und Emissionsrechts.

Angebotschock als Ursache für die aktuelle Krise

Im ersten Quartal 2023 wird Deutschland in die Rezession rutschen. Prof. Dr. Timo Wollmershäuser vom ifo-Institut erwartet für den Zeitraum Januar bis März gegenüber dem vierten Quartal 2022 einen Rückgang der Wirtschaftsleistung um 1,5%. Für das gesamte kommende Jahr seien die Aussichten etwas besser, sagte der Leiter der Konjunkturforschung

und -prognosen des ifo-Instituts. Dennoch werde das Bruttoinlandsprodukt gegenüber dem Jahr 2022 um 0,4% schrumpfen. Für 2023 rechnet Wollmershäuser mit einer Erholung und einem Anstieg des BIP um 1,9%.

Hauptursache für die aktuelle Krise sei ein Angebotschock gewesen. Lieferengpässe bei Rohstoffen und Vorprodukten hätten zu stei-

Anzeige

HYGIENE TECHNOLOGY
KOHLHOFF
www.kohlhoff-hygiene.de

genden Preisen und Einschränkungen der Produktion geführt. Hinzu käme der Arbeits- und Fachkräftemangel und Probleme in der Logistik. Viele Unternehmen hätten deshalb nicht in dem gewollten Umfang produzieren können. Das

knappe Angebot habe zu sprunghaft steigenden Preisen geführt. Dies gelte nicht nur für Erdgas, sondern auch für importierte Vorprodukte und den Containertransport. Davon waren die Wirtschaftszweige in unterschiedlichem Umfang betroffen. Unter den hohen Energiekosten habe vor besonders die chemische Industrie gelitten, die ihre Produktion deutlich drosselte. Andere Branchen wie der Maschinenbau und die Lebensmittelindustrie hätten ihre Produktion – wenn auch nur leicht – steigern können.

In den vergangenen Wochen zeichnete sich bei den Rohstoffkosten eine leichte Entspannung ab. „Der Hochpunkt liegt hinter uns“, zeigte sich der Wirtschaftsforscher zuversichtlich. Viele Preise würden dennoch weiter nahe an den Rekordständen liegen. Ein Großteil der gestiegenen Kosten werde an die Kunden weitergegeben. Doch auch bei den Erzeugerpreisen vor allem der energieintensiven Industrie zeichne sich eine Trendwende ab. Umfragen unter den Unternehmen zeigten, dass mehr als zwei Drittel der Unternehmen der Lebensmittelindustrie die Preise weiter anheben wollen.

Die höchste Inflationsrate seit 70 Jahren sorgt in Deutschland für Kaufkraftverluste. Bisher hätten die Verbraucher ihren Konsum aber kaum eingeschränkt. Eine Erklärung sei, dass viele Menschen in der Coronakrise Rücklagen gebildet hätten, auf die sie nun zurückgreifen. Konsumenten werden sich auch in den kommenden Wochen auf steigende Preise einrichten

müssen, denn die 2022 gestiegenen Kosten seien noch nicht im vollen Umfang im Einzelhandel angekommen. Die Inflationsrate werde deshalb erst im ersten Quartal 2023 ihren Höhepunkt erreichen.

Käufer orientiert sich wieder vermehrt am Preis

Krieg, Inflation, Pandemie und explodierende Energiepreise: „Die schlechten Nachrichten reißen nicht ab“, verdeutlichte Werner Lauß von der GfK die akute Verunsicherung beim Verbraucher. Das Konsumklima bewege sich auf einem historischen Tiefstand und zeige auch im November weiter ins Negative. Keine guten Rahmenbedingungen für die Anbieter von Fleisch und Wurst, denn in diesen unruhigen Zeiten orientiert sich der Käufer wieder vermehrt am Preis. Das unterstreichen die aktuellen Daten der Konsumforscher aus Nürnberg.

Innerhalb eines Jahres, von September 2021 bis September 2022, sind zwar die Preise kräftig gestiegen, Menge und Absatz aber sind merklich gesunken: Bei Fleisch und Wurst waren es mengenmäßig etwa 10% weniger, bei 8,5% höheren Preisen, was zu einem Umsatzverlust von immerhin noch 2% führe. Allein im Segment Frischgeflügel stieg der Umsatz – trotz rückläufigem Absatz – aufgrund der enormen Preissteigerung von satten 16%. Dabei zeigten sich Lauß zufolge kaum Käuferverluste, nur etwa 1%, doch die Leute kauften deutlich seltener und zudem deutlich weniger. Doch was essen sie stattdessen? Das Consumer Panel zeigt: Statt Rotfleisch und Geflügel kommen



Mahnung: Für BVWS-Präsidentin Sarah Dhem lässt die Politik die Wirtschaft und deren Erfahrung komplett außer Acht.



Kostenexplosion: DFV-Präsident Herbert Dohrmann (von links), Victoria Blüm und Michael Moser diskutieren mit den Moderatoren Dirk Lenders und Renate Kühcke über die Situation des Fleischerhandwerks.



Branchentreff: Bei der abendlichen Party in der Rheingoldhalle mit den Metzger-Wettmeistern vom Team Butcher Wolfpack gab es reichlich Gelegenheit zum Networking in lockerer Atmosphäre.

vor allem vermehrt Gemüse, Kartoffeln, Brot und Teigwaren auf den Tisch.

Einen Switch beobachtet die GfK zudem bei den Einkaufsstätten. Inzwischen werden wieder verstärkt Discounter angesteuert (+5,3%), vor allem der Fachhandel verliert (-10,5%), die Fleischer noch deutlicher. Und obwohl die Preisaufschläge bei Thekenware deutlich geringer ausfielen als bei SB-Produkten, verlor die Bedientheke bei Umsatz und Absatz noch massiver. Innerhalb der Tierarten wechselt der Verbraucher vor allem von höherpreisigen Tierarten (Rindfleisch, Lamm, Wild) zu günstigeren Alternativen: vom Rind-

fleisch vor allem zu Schwein, Hähnchen und Rind/Schwein gemischt, aber auch vom Schwein zum Hähnchen.

Wie insgesamt bei den FMCG beobachtet man bei der SB-Wurst ebenfalls einen Switch von der Hersteller- zur Handelsmarke, und das vor allem bei den höheren Einkommensklassen. Haushalte mit weniger Geld in der Tasche kaufen insgesamt weniger. Derweil wächst der Markt für vegane und vegetarische Alternativen weiter, allerdings mehr über neue Käufer als über die Kaufintensität: Die durchschnittlichen Einkaufsmengen je Haushalt stagnieren ebenso wie die Einkaufshäufigkeit. Bei allen konsumfeindli-

chen Nachrichten empfahl der Konsumforscher, die aktuellen Trends nicht aus den Augen zu verlieren: Insbesondere die Nachhaltigkeit bleibe ein wichtiges Kriterium bei der Kaufentscheidung. Werner Lauß: „Wer hier einspart, riskiert Verluste.“

Einstellungen zum Fleischkonsum

Der Verbraucher und seine Einstellungen zum Fleischkonsum standen am zweiten Kongresstag in Mainz im Fokus: Für mehr gesunden Menschenverstand bei der Interpretation von Umfrageergebnissen warb Dr. Johannes Simons von der Universität Bonn. Um-

fragen könnten kein Kaufverhalten vorhersagen, aber Spannungsverhältnisse im Alltag aufzeigen. Das gelte auch für die Selbsteinschätzung der Verbraucher, deutlich mehr für höhere Tierwohlstandards bezahlen zu wollen. „Ergebnis ohne Marktbezug“ nennt Simons das.

Eine Initiative, die Fleisch wieder mehr Wertschätzung verschaffen will, stellten der ehemalige Vion-Manager Bernd Stark und Torsten Olderog (Akad Univerity) vor. Sie wollen dazu beitragen, Fleisch wieder als wertvolles Lebensmittel zu positionieren. ■ ABE/DL/ROE/SB/SI

//www.fleischwirtschaft.de/bilder

Anzeige

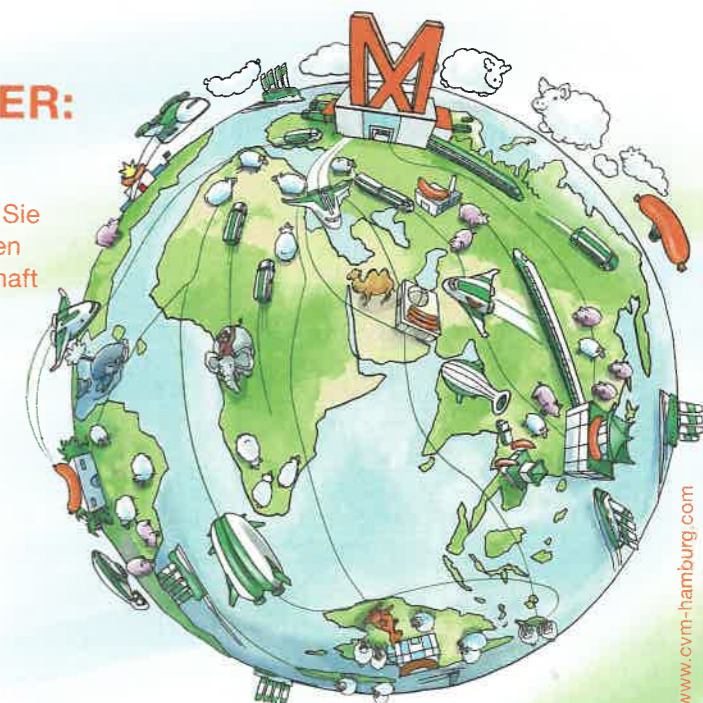
UNSERE WELT DREHT SICH WEITER: ZUVERLÄSSIG UND SICHER!

Dank unserer reibungslos funktionierenden Lieferketten können Sie sich auch jetzt auf uns verlassen. Denn wir sind weiterhin in den verschiedensten Ländern der Welt unterwegs, um mit Leidenschaft und Know-How erstklassige Naturdärme zu produzieren. Jetzt und auch in Zukunft: Sie bestellen, wir liefern – immer!

CARL VON MICHALKOWSKI – ERLEBEN SIE DEN UNTERSCHIED



CARL VON MICHALKOWSKI
NATURDÄRME | NATURAL CASINGS



www.cvm-hamburg.com