



«Schweizer Bauer»
3001 Bern
031/ 330 95 33
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 30'540
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 540.003
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 31
Fläche: 53'006 mm²

DEUTSCHER SCHWEINEMARKT: Steigende Angebote, sinkende Nachfrage, zentralere Strukturen, sinkende Preise

«Schlüsselaufgabe Eigenvermarktung»

RAPHAEL BÜHLMANN

Ein guter Unternehmer muss seinen Markt kennen. Gesa Lampe aus Niedersachsen (D) kennt ihr Metier. Für die Schweineproduzentin müssen Landwirte Verarbeitung und Vermarktung selber in die Hände nehmen.

Landwirt Rolf Krieger stellte am zürcherischen Strickhof eine grundlegende Frage. Was ist eigentlich ein Unter-



nehmer? Unter dem Motto «Ist mein Betrieb trendy?» lancierte Krieger zusammen mit Claude Gerwig die diesjährige DLG- (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft-) Unternehmertagung am Mittwoch.

40 Franken pro Ferkel

Um gute unternehmerische Entscheide fällen zu können, muss man sich auch vergegenwärtigen, was auf den für den Betrieb relevanten Märkten passiert. Als Kennerin des Schweinemarktes war an die DLG-Tagung die Referentin Gesa Lampe (vgl. Bild) eingeladen. Die junge Deutsche ist selbst Schweinehalterin und im Leitungsteam Junge DLG.

«Vor allem die Ferkelerzeuger haben es derzeit schwer in Deutschland. Ihr durchschnittlicher Unternehmerngewinn

wird in diesem Jahr voraussichtlich um 44 Prozent sinken», erklärte Lampe und fügte an, dass sie pro Ferkel heute noch 37,50 Euro (40,65 Franken) lösten. «Das sind 10 Euro weniger als 2014.» Und so sei es derzeit möglich, dass in den deutschen Supermärkten Schweinehack-

fleisch für 1,99 Euro das Kilo zu haben sei. Für Lampe und ihren Betrieb ist dies aber nur bedingt relevant, um daraus unternehmerische Schlussfolgerungen zu ziehen. Denn die Junglandwirtin zeigte auch auf, dass sich die Baisse mehr oder weniger im Rahmen des ordentlichen Marktzyklus bewegt. Für ihren Betrieb viel wichtiger sei die Feststellung, dass sich die Phasen mit tiefen Preisen verlängert hätten, was mitunter auch damit zu tun habe, dass Verarbeitungsbetriebe ihre Lagerkapazitäten erhöht hätten. Zudem habe sich die Schweineproduktion innerhalb der Europäischen Union generell erhöht. «Vor allem Deutschland, Spanien und Polen haben die Produktion ausgedehnt», so Lampe. Gleichzeitig würde die Nachfrage nach Schweinefleisch schwächeln. «Ernährungstrends haben dazu geführt, dass in Deutschland in diesem Jahr pro Kopf 2,6 Kilogramm weniger Schwein gegessen werden wird als 2014.»

Auf der anderen Seite gebe es aber auch Hoffnung. So seien beispielsweise die Ausfuhren an Schweinefleisch nach China in den ersten sechs Monaten 2015

um über 80 Prozent, im Vergleich zur Vorjahresperiode, gesteigert worden. «Dies ist allerdings mit Vorsicht zu geniessen, weil es sehr schwierig ist, mit Nahrungsmitteln auf dem chinesischen Markt Fuss zu fassen», so Lampe.

+ 50 % Ferkel abgesetzt

Ein Resultat all dieser Entwicklungen sei, dass sich die Strukturen in Deutschland drastisch verändert hätten. Laut Lampe gab es 1995 noch über 214 000 Schweinebetriebe. «Im Jahr 2015 zählen wir noch 27 800 Schweinehalter in Deutschland. Und, vor 20 Jahren hielt jeder dieser im Schnitt 111 Tiere, heute sind es über 1000.» Dazu nahm auch die Produktivität stark zu. So sei die durchschnittliche Tageszunahme aller Betriebe 1995 bei 663 Gramm gewesen. Heute legten die Tiere im Schnitt 805 Gramm zu. Bei den Züchtern habe sich die Zahl der abgesetzten Ferkel pro Sau von 18,6 auf 27,9 gesteigert.

Für Lampe in dem Zusammenhang ebenfalls wichtig zu erkennen ist, dass sich nicht nur die Landwirtschaft verändere, sondern auch Verarbeiter und Vermarkter. «Heute sind es noch drei Verarbeiter in Deutschland, die über die Hälfte der Schweine schlachten.»

Angesichts dieser Entwicklungen sieht Lampe in der Eigenverarbeitung und -vermarktung eine Schlüsselaufgabe für die Branche. Der Aufbau eige-



«Schweizer Bauer»
3001 Bern
031/ 330 95 33
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 30'540
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 540.003
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 31
Fläche: 53'006 mm²

ner Verarbeitungs- und Vermarktungsbetriebe auch durch Kooperationen sei eine Möglichkeit. «Regionalität ist das neue Bio, dies sollten wir selber auch wieder aufleben lassen», so Lampe. Aber auch der An-

schluss an einen bestehenden Produktionsvertrag könne eine Möglichkeit sein, wobei man sich in dem Fall genau bewusst sein müsse, worauf man sich gerade als Unternehmer einlasse.



Deutsche Ferkelerzeuger werden dieses Jahr 44 % weniger verdienen als 2015. (Bild: Coop)