



Sinkender Einkaufstourismus beim Fleisch

Schweizer Fleisch geniesst ein gutes Image in der Schweizer Wohnbevölkerung. Mit der Aufhebung der Anbindung des Frankens an den Euro im Jahr 2015 gewann allerdings der Einkaufstourismus im grenznahen Ausland an Bedeutung. Mittlerweile wird wieder ein rückläufiges Interesse an Auslandeinkäufen bei Fleisch beobachtet. Der sinkende Trend aus dem Vorjahr setzte sich auch im ersten Halbjahr 2019 fort.

Im vergangenen Jahr wurde erstmals das Verhältnis des Schweizer Einkaufstourismus an den gesamten Einkäufen anhand des Konsumentenpanels von Nielsen ausgewertet ([Marktbericht Fleisch August 2018](#)). Gemäss dieser Analyse wurde im Jahr 2017 mit 3,7% der Höchstwert der Anteile der Fleischeinkäufe erreicht, welcher ein durchschnittlicher Haushalt im Ausland getätigt hat. Seither kaufen Schweizerinnen und Schweizer wieder vergleichsweise häufiger Fleisch im Inland ein. Im ersten Halbjahr 2019 wurden 3,1% der Fleischeinkäufe im Ausland getätigt (vs. 3,4% ggü. Vorjahr). Gleichzeitig ist der Wechselkurs gesunken. Im ersten Halbjahr 2018 kostete ein Euro 1,17 CHF, ein Jahr später 1,13 CHF. Dies hat sich in Form von tieferen Preisen für Einkaufstouristen bemerkbar gemacht.

Nachfolgend werden die Entwicklungen im Detail betrachtet. Erläuterungen zur Analysemethodik

und zum Konsumentenpanel sind in der Box auf Seite 4 beschrieben.

Frischfleisch bleibt Leader

Sowohl bei Frischfleisch als auch bei verarbeiteten Fleischwaren sind die Auslandeinkäufe anteilmässig gesunken. Von 100 Kilogramm im Detailhandel gekauftem Frischfleisch haben Schweizer Haushalte 4 Kilogramm im Ausland nachgefragt. Bei Charcuterieprodukten sind es deutlich weniger. Bei 100 Kilogramm entfallen gerade rund 1,6 Kilogramm auf Auslandeinkäufe. Der Rückgang der Auslandeinkäufe ist mit -0,8 Prozentpunkte seit dem 1. Halbjahr 2017 auf aktuell 1,6% im ersten Halbjahr 2019 bei Charcuterie zudem stärker als bei Frischfleisch, wo der Anteil um 0,6 Prozentpunkte auf 4,0% sank (siehe untenstehende Grafik).

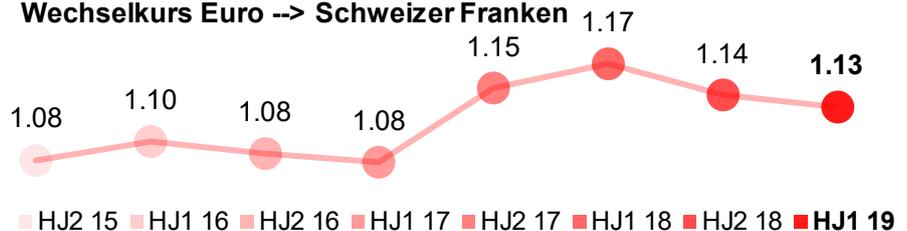
Einkaufstourismus bei Fleischprodukten

Entwicklung der Mengenanteile von Auslandeinkäufen an den Inland- bzw. Gesamteinkäufen von Schweizer Haushalten

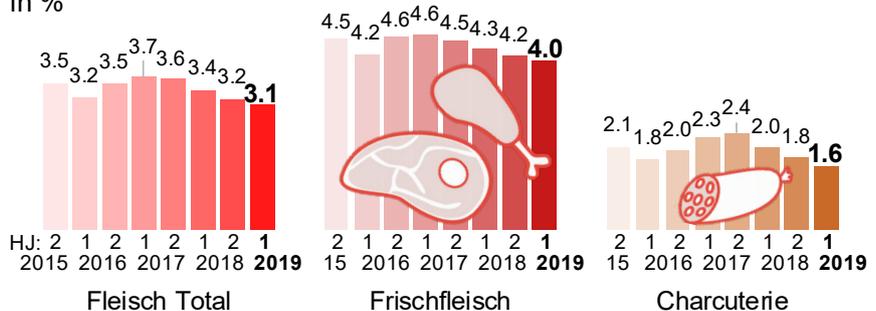
Anteile in %, Wechselkurs in CHF/Euro

2015 2. Halbjahr (7-12)..2019 1. Halbjahr (1-6) (Halbjahreswerte HJ)

Wechselkurs Euro --> Schweizer Franken



Mengenmässiger Anteil Auslandeinkäufe an Gesamteinkäufen in %



Quelle: Nielsen Schweiz, Konsumentenpanel gemäss Definition BLW; SNB

Im ersten Halbjahr 2019 bezahlten die Haushalte um einen Drittel tiefere Preise für im Ausland eingekaufte Fleischprodukte im Vergleich zu den Preisen für im Inland eingekaufte Fleischprodukte. Die durchschnittlichen Kosten bei Auslandeinkäufen im Verhältnis zu den Inlandpreisen sind bei Frischfleisch leicht rückläufig seit 2018, liegen allerdings über dem Niveau vom ersten Halbjahr 2017 (siehe nebenstehende Grafik).

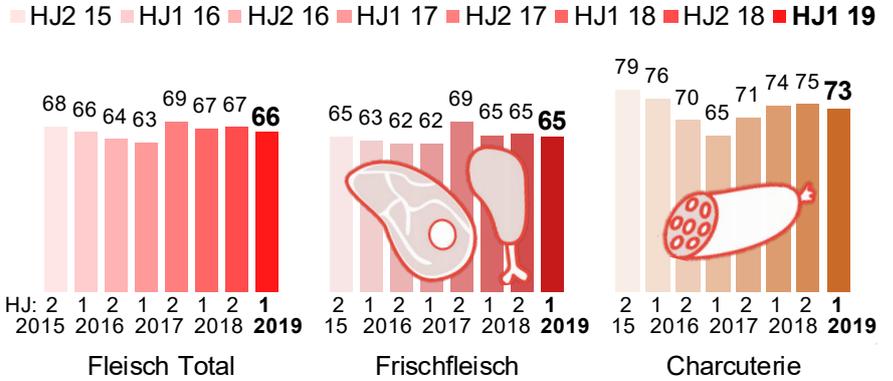
Stetiger Rückgang bei frischem Schweinefleisch

Innerhalb der Produktkategorie Frischfleisch weist Kalbfleisch mit einem Anteil von 7.5 % den höchsten Anteil Auslandeinkäufe auf (Nischentiergattungen wie Ente oder Kaninchen nicht mitberücksichtigt). Mengenmässig ist Kalbfleisch jedoch vergleichsweise unbedeutend. Im Ausland werden vorwiegend Schweine- und Rindfleisch nachgefragt. Der Anteil der Auslandeinkäufe bei frischem Schweinefleisch ist in den vergangenen drei Jahren jedoch stetig auf aktuell 5,0 % zurückgegangen was auf kontinuierliche Rückgänge bei den Einkäufen der beliebten Stücke Filet, Plätzli und Braten zurückzuführen

Preisniveau bei Auslandeinkäufen im Vergleich zum inländischen Preisniveau

Entwicklung der Preisanteile von Auslandeinkäufen an den Inland- bzw. Gesamteinkäufen von Schweizer Haushalten in % (100% ≙ Schweizer Preisniveau)

2015 2. Halbjahr (7-12)..2019 1. Halbjahr (1-6) (Halbjahreswerte HJ)



Quelle: Nielsen Schweiz, Konsumentenpanel gemäss Definition BLW

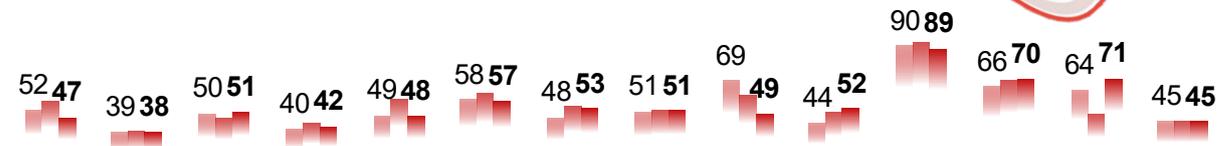
ist (siehe untenstehende Grafik). Beim Rind wurden ebenfalls weniger Edelstücke im Ausland eingekauft im Verhältnis zu den Inlandeinkäufen. Leicht gestiegen auf aktuell 2,8 % sind die Auslandeinkäufe beim Pouletfleisch, massgeblich durch die gestiegenen Einkäufe von Brust und Nuggets. Interessanterweise kosten Nuggets im Ausland allerdings fast gleich viel wie in der Schweiz. Das erklärt sich damit, dass in der Schweiz angebotene Nuggets meistens aus Importfleisch bestehen und gefroren abgesetzt werden.

Einkaufstourismus bei Frischfleisch-Produkten

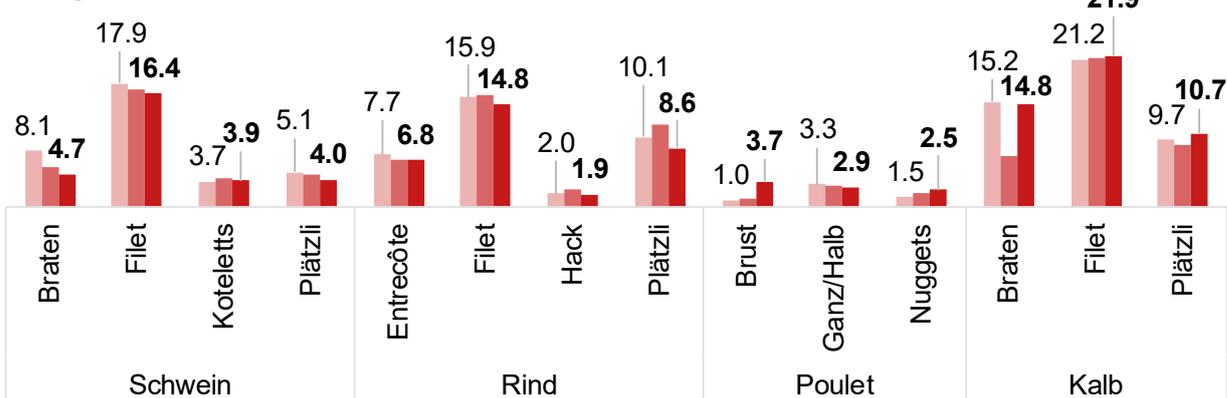
Preis- bzw. Mengenanteile von Auslandeinkäufen beliebter Frischfleisch-Produkte an den Inland- bzw. Gesamteinkäufen von Schweizer Haushalten. Anteile in % (unterstrichene Perioden mit Datenbeschriftung) Juni 2017..Juni 2019 (rollierendes 12-Monatsmittel Jahr Juli-Juni)

■ 2017 06 ■ 2018 06 ■ 2019 06

Preisanteile



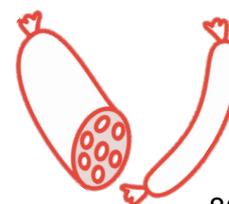
Mengenanteile



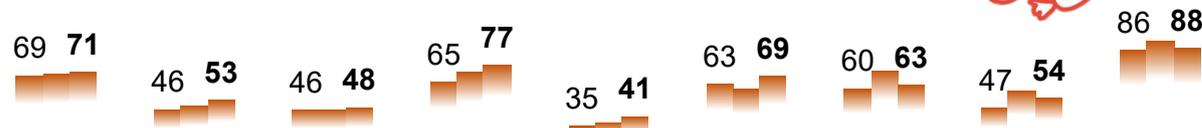
Einkaufstourismus bei Charcuterie

Preis- bzw. Mengenanteile von Auslandeinkäufen ausgewählter Charcuterie-Produkte an den Inland- bzw. Gesamteinkäufen von Schweizer Haushalten
Anteile in % (unterstrichene Perioden mit Datenbeschriftung)
Juni 2017..Juni 2019 (rollierendes 12-Monatsmittel Jahr Juli-Juni)

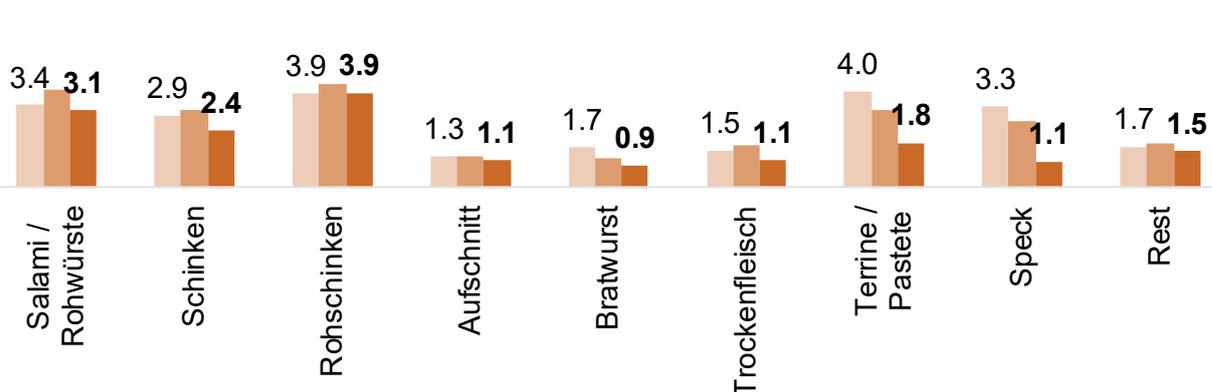
■ 2017 06 ■ 2018 06 ■ 2019 06



Preisanteile



Mengenanteile



Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Konsumentenpanel gemäss Definition BLW

Preisdifferenz CH-Ausland ist bei beliebten Fleischwaren gesunken

Im Gegensatz zu Frischfleisch liegt der Mengenanteil der Auslandeinkäufe bei verarbeiteten Fleischwaren auf deutlich tieferem Niveau (siehe obenstehende Grafik). Dies lässt sich damit erklären, dass verarbeitete Fleischwaren inländischer Herkunft in der Schweiz kulturell und regional oft eine höhere Bedeutung als Frischfleisch haben (z.B. Terrinen und Saucisson in der Westschweiz und der Cervelat in der Deutschschweiz). Solche Spezialitäten sind zudem im Ausland kaum verfügbar (z.B. Cervelat). Am liebsten werden im Ausland Salami, (Roh-)Schinken und Aufschnitt eingekauft. Hier wurden in den vergangenen zwei Jahren steigende Preisanteile festgestellt. Dies bedeutet, dass die im Ausland bezahlten Preise für diese Produkte (umgerechnet mit dem Wechselkurs) im Vergleich zu den Schweizer Produkten teurer geworden sind.

Verschiedene Faktoren beeinflussen den Einkaufstourismus

Es gibt diverse Gründe, warum die Schweizer Wohnbevölkerung im grenznahen Ausland einkauft: Das Preisniveau ist im Ausland im Vergleich zu Schweizer Produkten vielfach tiefer. Die ausländische Mehrwertsteuer lässt sich

rückerstatten, wodurch die Einkäufe weiter verbilligt werden. Das Einkaufsangebot unterscheidet sich teilweise vom Sortiment in der Schweiz. Zudem sind die Fahrtwege zu ausländischen Einkaufsstätten für Bewohner in grenznahen Regionen vergleichsweise kurz. Die Medienpräsenz des Einkaufstourismus sowie die Wechselkursentwicklung beeinflussen das Einkaufsverhalten Schweizer Haushalte zusätzlich (siehe auch [Bericht des Bundesrates über die Auswirkungen der Frankenüberbewertung auf die Mehrwertsteuer vom 29. Mai 2019](#)).

Mit steigender Anzahl von Schweizerinnen und Schweizern, die im Ausland ihre Einkäufe tätigen, verstärken sich diverse Probleme: mehr Stau und Wartezeit an der Grenze und bei der Zollabfertigung (für die Mehrwertsteuerrückerstattung), weniger freie Parkplätze und längere Warteschlangen in den Geschäften. Es ist anzunehmen, dass diese Entwicklungen auch die Attraktivität des Einkaufs im Ausland insbesondere für Haushalte mit längeren Anfahrtswegen beeinflussen.

Wie sich der Einkaufstourismus mit dem seit Mai 2019 sinkenden Wechselkurs Euro → Schweizer Franken entwickeln wird, kann zu diesem Zeitpunkt noch nicht abgeschätzt werden.

Einfuhrbestimmungen bei Privateinfuhr klar geregelt

Der Einkaufstourismus unterliegt gesetzlichen Bestimmungen ([Information Eidgenössische Zollverwaltung](#)). Pro Person und Tag dürfen zollfrei maximal ein Kilogramm Fleisch (frisch oder verarbeitet) eingeführt werden. Höhere Mengen werden entsprechend verzollt und besteuert.

Waren mit einem Gesamtwert von über CHF 300.- pro Person und Tag müssen zwingend Mehrwertbesteuert werden. Damit sollen Anreize für den Einkauf im grenznahen Ausland verringert werden.

Den «Markt aktuell» und die Anmerkungen zur Analyse finden Sie auf den nächsten Seiten.

Anmerkungen zur Analyse

Das Konsumentenpanel

Am Konsumentenpanel von Nielsen Schweiz nehmen rund 4'000 Haushalte in der Deutsch- und der Westschweiz teil (ohne Tessin). Dabei werden über das gesamte Jahr die Einkaufsdaten jedes Haushaltsmitglieds erfasst. Konkret sind die Mengen und Ausgaben aller eingekauften Produkte von den Haushalten anzugeben.

Bei diesen Angaben wird auch der Einkaufsort (Schweiz oder Ausland) erfasst. Dies ermöglicht eine Unterscheidung zwischen Ausland- und Inlandeinkäufen. Einkäufe in Euroländern werden vom Haushalt in Euro angegeben und in der Datenbank von Nielsen in Schweizer Franken umgerechnet.

Verwendete Indikatoren

Die berechneten Indikatoren wurden auf Halbjahreswerte gemittelt, um eine generell repräsentative Stichprobe der Einkäufe auszuwerten.

Mengenanteil: Der Mengenanteil der Auslandeinkäufe zeigt den mengenmässigen Anteil der im Ausland eingekauften Produkte(-gruppen) an den gesamthaft (im Inland und Ausland) eingekauften Mengen derselben Produkte(-gruppen). Je höher der Wert, desto mehr wurden die entsprechenden Produkte(-gruppen) im Ausland eingekauft (100 $\hat{=}$ das Produkt wurde ausschliesslich im Ausland eingekauft).

Preisanteil: Der Preisanteil der Auslandeinkäufe zeigt den Anteil des durchschnittlichen Auslandseinkaufspreises für ausgewählte Produkte(gruppen) am durchschnittlichen Inlandeinkaufspreis derselben Produkte(-gruppen). Je tiefer der Wert, desto weniger bezahlte die im Ausland einkaufende Bevölkerung für die Produkte(-gruppen) im Vergleich zu den in der Schweiz eingekauften Produkte(-gruppen) (100 $\hat{=}$ Preisparität). Es ist zu beachten, dass die Mehrwertsteuer im Panel nicht abgezogen wird. Effektiv sind die Kosten für Fleischprodukte beim Auslandeinkauf tiefer, falls die ausländische Mehrwertsteuer rückerstattet und keine Schweizer Mehrwertsteuer fällig wird.

Zu berücksichtigende Aspekte

In der Analyse wurde bewusst auf eine Hochrechnung der Auslandeinkäufe je Haushalt auf die absoluten Gesamteinkäufe der Schweiz verzichtet. Eine Addition der Einkäufe zum Pro-Kopf-Konsum der Proviande ([Publikationen Proviande](#)) würde zu unvollständigen Ergebnissen führen. Folgende Aspekte zum Konsumentenpanel sind zu berücksichtigen:

- Das Konsumentenpanel enthält kaum Angaben zum Ausser-Haus-Konsum. Fleischkonsum etwa in Bedienrestaurants (im In- und Ausland) wird nicht erfasst.
- Das Panel enthält die Einkaufsdaten, welche auch entsprechend vom Haushalt erfasst wurden. Es ist möglich, dass einzelne Einkäufe (z.B. Sandwich für unterwegs) nicht durchgehend erfasst werden. Mittlerweile können Einkäufe auch via Smartphone erfasst werden, was die Zuverlässigkeit des Panels erhöht.
- Einkäufe von Haushalten in der italienischsprachigen Schweiz werden nicht erfasst, ebenso wenig deren Einkaufstourismus.
- Die im Bericht publizierten Daten beziehen sich auf Einkäufe im Frischfleisch- und Charcuterie-Bereich. Fleisch als Bestandteil verarbeiteter Fertigprodukte wie Sandwiches, Lasagne, Pizza etc. sind in der Statistik nicht erfasst.
- Unternehmen, welche nicht deklarierte Fleischwaren einführen und im Inland zum Verzehr anbieten, sind kein Bestandteil des Konsumentenpanels von Nielsen.

Detaillierte Marktzahlen Fleisch finden Sie unter: [Marktbericht Fleisch in Zahlen](#)

Bestellformular für Abonnemente: [Bestellformular online](#)

Zu Haftung, Datenschutz, Copyright und Weiterem siehe: www.disclaimer.admin.ch

Quelle Themenbilder: www.pixabay.com (Zugriff am 29. Juni 2019)

Markt aktuell

Klar tiefere Schweineproduktion im ersten Halbjahr 2019

Die Halbjahresbilanz 2019 in der Tierproduktion zeigt beim Schweinefleisch eine deutliche tiefere Produktion als noch im Vorjahressemester (-7,2 %). Kalb- (-3,1 %) und Rindfleisch (-0,9 %) wurden ebenfalls weniger produziert. Gestiegen hingegen ist die Produktion von Schaf- bzw. Lammfleisch (+7,7 %).

Die Pouletproduktion nahm im Mai 2019 gegenüber der Vorjahresperiode um 0,9 % ab.

Stabile Preise bei Rind und Schwein

Im Juni 2019 blieben die durchschnittliche Produzentenpreise (QM/Label/Bio) für grosses Bankvieh und Schlachtschweine stabil auf dem Niveau des Vormonats. Gegenüber dem Vorjahr wurden steigende Preise festgestellt. Umgekehrt sieht es im Schlachtkälbermarkt aus, wo die Produzentenpreise im Vergleich des Vorjahresmonats um über 10 % gesunken sind.

Preissenkungen im Detailhandel führen zu tieferer Bruttowertschöpfung beim Schwein

Die Bruttowertschöpfung bei der Vermarktung von frischem Schweinefleisch im Schweizer Detailhandel ist im Juni 2019 wieder auf das Aprilniveau gesunken, lag aber immer noch über dem Vorjahreswert. Einer der Gründe für den Rückgang sind Preissenkungen im Detailhandel.

Ausland: steigende Erzeugerpreise im Mai

Im Mai 2019 wurden mit Ausnahme von Bankkälbern steigende Erzeugerpreise für Schlachttiere gegenüber April beobachtet. Im Schweinebereich lag das Preisniveau teilweise 30 % (Dänemark) über dem Vorjahresmonat.