

# Der Eiermarkt aus Sicht von Coop

**Sibyl Anwander Phan-huy**

Leiterin Wirtschaftspolitik/Nachhaltigkeit



Die Schweizer Geflügelwirtschaft im internationalen Umfeld,

Tagung Aviforum, LZSG

20. Juni 2008, Flawil

Für Bio ohne Kompromisse.

**naturaplan**



## Bis April 2007: Zwei Produktlinien unter der Dachmarke CoopNaturaplan (CNp)



## April 2007: Umstellung auf CoopNaturafarm (CNf)

Positionierung von Fleisch und Eiern aus tierfreundlicher Auslaufhaltung (nicht-bio) unter eigenem Label „Naturafarm“.

### CoopNaturafarm Richtlinien

- Herkunft ausschliesslich Schweiz
- Regelmässiger Auslauf ins Freie (RAUS)
- Mit Stroh eingestreute Liegeflächen (BTS)
- Mehr Platz pro Tier (BTS)
- Keine gentechnisch veränderten Futtermittel
- Kontrolle durch unabhängige Organisationen (Schweizer Tierschutz STS, beef.control, SGS AgroControl)



## CoopNaturafarm (CNf) vs. CoopNaturaplan (CNp)



Für Konsumenten, bei denen primär das **Tierwohl** im Vordergrund steht und welche **qualitativ hochwertiges** Schweizer Fleisch und Eier wollen.



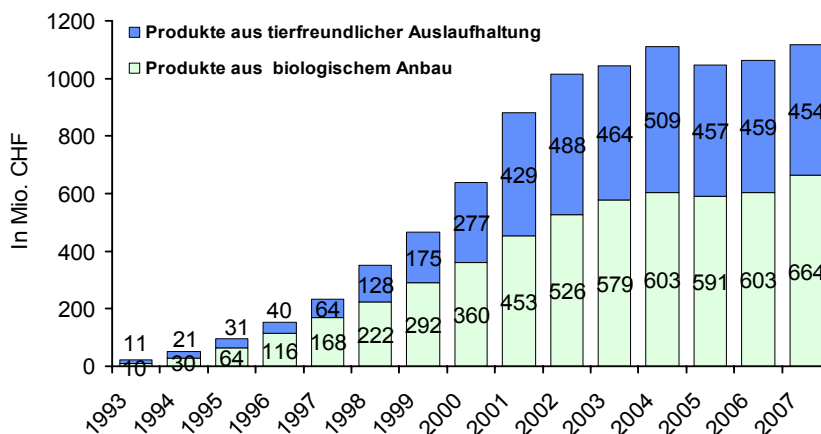
Für Konsumenten, denen **neben Tierwohl und Qualität auch die ökologische Produktion** mit geschlossenem Nährstoffkreislauf und dem Verzicht auf Pestizide und Kunstdünger ein wichtiges Anliegen ist.

## Folgen des Relaunchs der blauen Linie



- Das Label „Naturafarm“ positioniert sich klar als **Tierhaltungsprogramm**.
- Coop trägt damit einem starken **Kundenbedürfnis** nach Trennung der tierfreundlichen und biologischen Linie Rechnung.
- Die **Mehrwerte** werden klar auf der Verpackung ausgelobt - Tierfreundliche Haltung steht im Zentrum.
- An der **strategischen Bedeutung** dieser Produktlinie hat sich nichts geändert – Coop bleibt Marktführer im Bereich tierfreundlich produzierter Lebensmittel.
- **Für Produzenten** hat sich nichts geändert (Richtlinien, Mengenvereinbarungen, Preisgestaltung).

## Umsatzentwicklung Naturaplan & Naturafarm (1)



## Der CNf - Umsatz von 454 Mio Franken blieb 2007 fast auf Vorjahresniveau, weshalb? (1)



- 2005 wurde die **Preislagenstrategie** bei Fleisch **eingeführt**. Es wurde neu wieder Fleisch in jedem Preissegment angeboten (z.B. Prix Garantie Fleisch).
- 2006 wurde dann der **konsequente Preislagenaufbau** mit der Coop Eigenmarke **abgeschlossen**. Zuvor gab es praktisch nur noch CNf- oder Bio-Fleisch.
- Infolgedessen musste die Angebotsmenge insbesondere bei CNf-Schweinefleisch deutlich reduziert werden. Der **Mengenabbau** wurde Mitte 2007 abgeschlossen. Dieser Prozess nahm diese Zeit in Anspruch, da der Tierbestand nicht von heute auf morgen reduziert werden kann und weil man mit den Produzenten einvernehmliche Lösungen suchte.

## Der CNf - Umsatz von 454 Mio Franken blieb 2007 fast auf Vorjahresniveau, weshalb? (2)



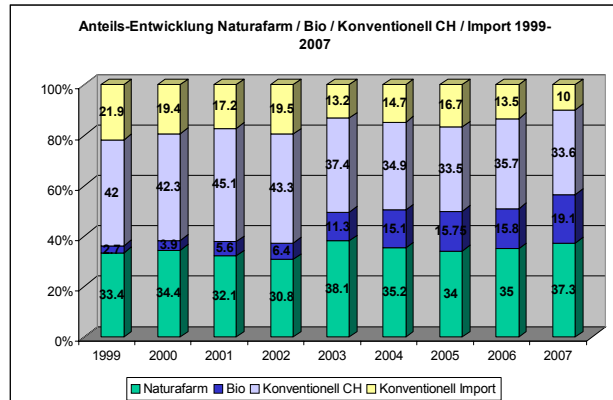
- Zudem kommt es auch immer wieder vor, **dass weniger CNf-Ware im Angebot ist, als nachgefragt wird**. So liegt die Nachfrage bei den CNf-Pouletbrüsten gewöhnlich über dem Angebot – gerade umgekehrt als bei den Schenkeln.
- Natura-Beef war im Jahr 2007 sehr beliebt und dessen **Nachfrage überstieg teilweise das Angebot**.

**Die CNf-Eier hingegen verzeichneten weiterhin steigende Umsätze!**

# Entwicklung Verkäufe CNp-, CNf- und Importeier

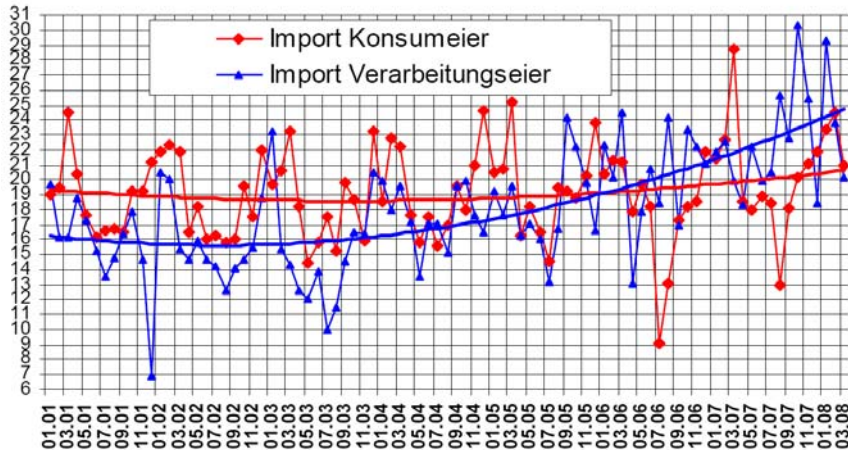
Der Anteil der **Importeier** ist zw. 1999 und 2007 von 21.9% auf 10% zurückgegangen.

Im gleichen Zeitraum ist der Anteil von **CNp und CNf** von 36.1% auf 56.4% gestiegen.

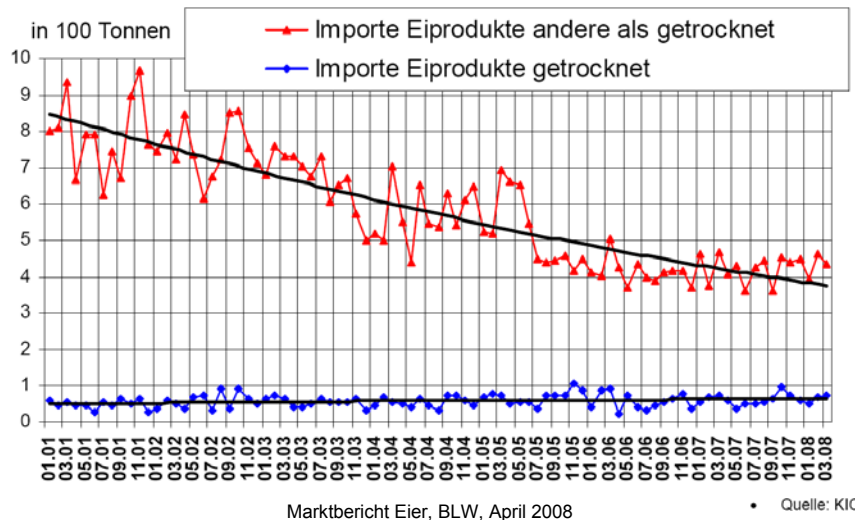


# Mengenmäßige Entwicklung der importierten Konsum- und Verarbeitungseier (in Schale)

Eier in Mio. Stück



## Mengen der importierten Eiprodukte



## Produktionsverträge und Liefervereinbarungen mit der EiAG



- Coop hat **Rahmenverträge** mit ihren Produzenten.
- Die EiAG hat **Produktionsverträge/ Liefervereinbarungen** mit den Produzenten.
- Alle Verträge werden vom Inhalt her **durch Coop bestimmt und erstellt**.
- Zudem finden alle zwei Jahre **CNf-Tagungen** statt sowie jährlich im Herbst **Preisverhandlungen** zwischen Coop und dem Vorstand der EGN (Erzeugergemeinschaft CoopNaturafarm Produzenten).



## Tierwohl vs. Umweltschutz?

- Obwohl der primäre Mehrwert von CNf die besonders tierfreundliche Haltung und Produktion von Fleisch und Eiern ist, werden dabei alle gesetzlichen Grundlagen und IP-Prinzipien eingehalten.
- Tierfreundlichkeit und Umweltverträglichkeit können und sollten nicht unabhängig voneinander gesehen werden.
- Flächenvorgaben pro Grossvieheinheit sind in den CNf-Richtlinien festgehalten.



### Problem: Ammoniak-Emissionen bei Tierhaltung

Coop engagiert sich, einvernehmliche Lösungen zwischen Tierwohl und Umweltschutz zu finden.



## Biogasanlagen für CNf und CNp Eier- und Fleischbetriebe (1)

Coop unterstützt den Bau von 50 Gemeinschafts-Biogasanlagen mit einem Investitionsbeitrag von jeweils max. 50'000 CHF pro Anlage.

Der Bauherr der Anlage muss jeweils ein CNf- oder CNp-Produzent sein und mind. 65 % des landwirtschaftlichen Gärsubstrats muss von CNf- oder CNp-Betrieben stammen.



Coop fördert den Bau von 50 Biogasanlagen auf Schweizer Bauernhöfen, auch diese von Landwirt Armin Müller-Fürber in Emmensee LU.



Für Bio ohne Kompromisse.



# Biogasanlagen für CNf und CNp Eier- und Fleischbetriebe (2)

Coopzeitung  
WIRTSCHAFTSZEITUNG **9**

## Ziele:

- Der Stromproduktion durch Biomasse in der Schweizer Landwirtschaft wird zum Durchbruch verholfen.
- Die CNf- und CNp-Fleisch und -Eierprogramme werden ökologisch verbessert.

## Energie – ganz frisch vom Bauernhof

Der Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt den Bau von Biogas-Anlagen.

**S**trom- und Ölknappheit, Klimaerwärmung – die Energiefrage ist eines der grossen Probleme, das uns beschäftigt und zunehmend beschäftigen wird. Coop bezieht darum auch Elektrizität aus regenerativen Quellen und findet gleichzeitig alternative Energieerzeugungsformen.

Aus dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit liessen bereits 5 x 50 000 Franken in Biogasanlagen auf Schweizer Mätrernfarm- und Bio-Bauernhöfen, erklärt Karin Oswald, Koordinatorin dieses Fonds.

Bei solchen Anlagen werden Gülle und Mist, Pflanzabfälle und Mühlensaub- oder zum Teil auch Schotter aus Milchverarbeitungsbetrieben vergoren. Mit dem dabei entstehenden Methangas wird



**Mist ist nicht einfach nur Mist, sondern wertvolle Energie.**

ein Generator angetrieben, der Strom erzeugt. Und das Schönste daran: Coop sucht weitere Bio- und Naturfarm Betriebe, welche auf ihren Höfen gemeinsam einheimische Energie frisch vom Bauernhof erzeugen wollen. Bis 2010 soll der Bau von insgesamt 50 Biogasanlagen unterstützt werden.



Der Eiermarkt aus Sicht von Coop / Sibyl Anwander

20. Juni 2008

15

## Einstieg von Discountern in den Bio-Markt



- Wegen des Einstiegs von Discountern in den Bio-Markt kommt Coop zunehmend unter **Preisdruck**, was sich schlussendlich auf den Produktionspreis auswirken wird.
- **Coop setzt jedoch weiterhin auf qualitativ hochwertige BIO Knospeneier.**

Für Bio ohne Kompromisse.

naturplan



Der Eiermarkt aus Sicht von Coop / Sibyl Anwander

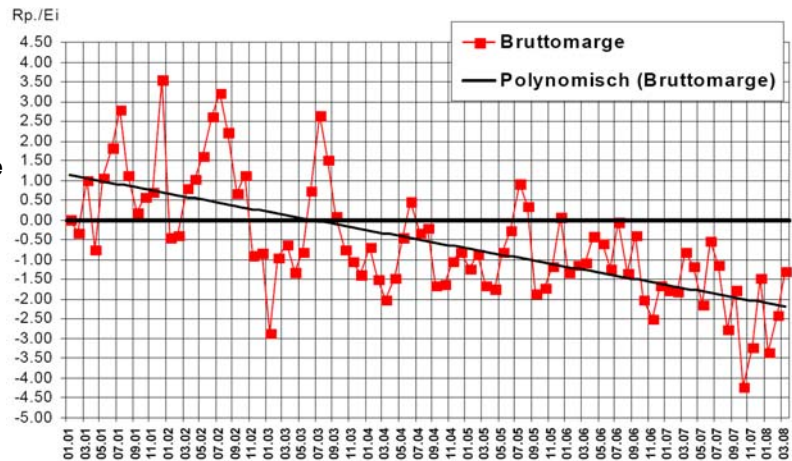
20. Juni 2008

16

## Lineare Entwicklung der Gesamtbruttomarge

Gründe für Abwärtstrend der Bruttomarge im Vergleich zum Vorjahr:

- höherer Einstandspreis (1.3%)
- tiefere Nettoeinnahmen (-1.9%)



- Der Wert versteht sich ohne MwSt. zum Festpreis (01.2001).
- Quelle: BLW

Marktbericht Eier, BLW, April 2008



Der Eiermarkt aus Sicht von Coop / Sibyl Anwander

20. Juni 2008

17

## Schweizer Eiermarkt im Hinblick auf die Grenzöffnungen (1)

- **Differenzierung** dank hoher Qualitätsstandards („Qualitätsstrategie Landwirtschaft Schweiz“; vgl. Uhrenindustrie/Tourismusbranche)
- **Marktchance** im Premium-Bereich im In- und Ausland.
- Stärkung des Agrarstandortes Schweiz: Die Schweiz ist ein zu kleiner Markt, um Produktion, Verarbeitung und Handel eine **Zukunftsperspektive** zu bieten.
- Durch eine Öffnung erhält die Schweizer Landwirtschaft einen riesigen **Absatzmarkt** mit einer halben Milliarde Konsumentinnen und Konsumenten.



Der Eiermarkt aus Sicht von Coop / Sibyl Anwander

20. Juni 2008

18

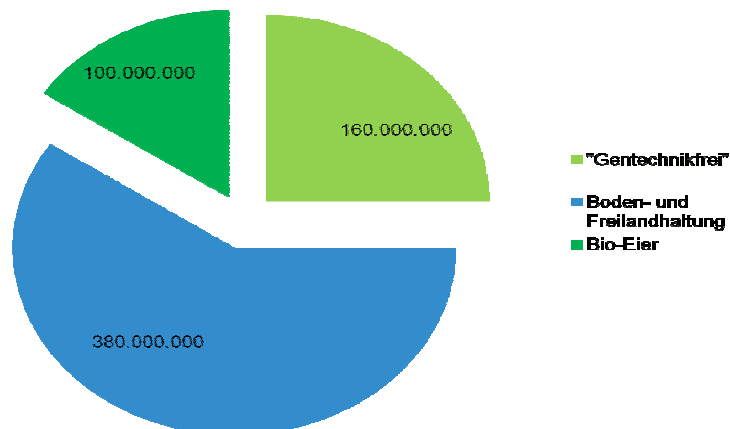
## Schweizer Eiermarkt im Hinblick auf die Grenzöffnungen (2)

- **Zollkontingent** wurde bis heute nie voll ausgenutzt. Alle Importeier werden zu 3.4 Rp. Zoll belastet. Sollte das Zollkontingent aufgehoben werden resp. der Zoll wegfallen würde eine 10er Schachtel rund 35Rp. günstiger.
- Bei der heutigen **Preisdifferenz** würden diese 35 Rp. nicht ins Gewicht fallen und die Mengen würden nicht massiv steigen. Coop Konsumenten sind treue CH Eierkäufer.



## Ein Blick über die Grenzen nach Österreich

Produktion von Eiern für den Lebensmittelhandel



## Ein Blick über die Grenzen nach Österreich (2)

### „Gentechnikfrei“ bei Eiern

- Nahezu 40 % der Eier im Lebensmittelhandel sind „gentechnikfrei“
- Einerseits durch die biologische Landwirtschaft
- Andererseits durch die einzelnen Projekte des Lebensmittelhandel und der „Markeneier“
- Kleinere Projekte im Masthendlbereich

### Zusätzliche Kriterien bei Soja

- Basler Kriterien
- Soziale Kompetenz
- Nachhaltige Umweltkriterien
- Schutz des Regenwaldes



## Coop Umweltpartnerschaft mit dem WWF

Diese Partnerschaft umfasst 5 Hauptteile:

- **Mitgliedschaft bei der WWF Wood Group.** Förderung des Absatzes von Holz und Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft
- Mitgliedschaft bei der **WWF Climate Group.** Beitrag zum Klimaschutz durch Förderung energieeffizienter Produkte, Senkung der eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen und Bezug von Ökostrom.
- **Initiierung und Begleitung der Bildung eines internationalen Roundtable for Responsible Soy = Einsatz für verantwortungsvoll produzierte Soja gemäss Basler Kriterien.**
- **WWF Seafood Group:** Förderung von MSC-zertifizierte Fischerei sowie Bio-Zuchtfische und -Crevetten.
- Mitglied des **Roundtable on Sustainable Palmoil:** Verwendung von nachhaltig produziertem Palmöl.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt:

Sibyl Anwander Phan-Huy  
Wirtschaftspolitik/Nachhaltigkeit  
+41 61 336 70 88  
sibyl.anwander@coop.ch

