

### **Tränkerpreise. Marktsignale akzeptieren**

***Der Tränkerhandel hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Ein Grund ist sicherlich der vermehrte Einsatz von gesextem Sperma in der Milchviehzucht sowie der schleppende Abverkauf von Kalbfleisch. Es sind klare Marktsignale zu erkennen, die es zu akzeptieren gilt. Zeit für eine Standortbestimmung.***

### **Phänotypische Erscheinung des Tränkers besser berücksichtigen**

Ein Blick auf die Tierstatistik bei der Identitas zeigt, dass im Jahre 2018 der Anteil an weiblichen Geburten bei 51,69 Prozent lag, aktuell liegt dieser bei 54,22 Prozent, was dem vermehrten Einsatz von gesextem Sperma geschuldet ist. Wirft man einen Blick auf die Entwicklung der Fleischrassen- geburten fällt auf, dass die Angus Geburten von 2018 zu 2023 um 73 Prozent zugenommen haben, Geburten der Rasse Limousin um 4.8 Prozent. Diese Entwicklung führt unweigerlich dazu, dass Tränker der frühreifen Rassen, insbesondere der weiblichen Tiere, immer schwieriger im Markt platzierbar sind. Es bestehen jedoch je nach Handelsunternehmen und Absatzmöglichkeiten grosse Unterschiede.

Im Markt ist weiter zu beobachten, dass der Abverkauf von Kalbfleisch mehr als schleppend ist und sehr wenig verkaufsfördernde Massnahmen für das Kalbfleisch stattfinden, was – verbunden mit dem diesjährigen regnerischen Wetter -zu einer problematischen Zweiteilung des Tränkermarktes geführt hat.

In der Praxis kann festgestellt werden, dass die Handelsklassen der Tränker weitgehend aufgrund der Abstammung eines Tränkers festgelegt wird und dabei dessen Erscheinung und Qualität wenig oder gar nicht beurteilt wird und der Zeitpunkt der Vermarktung einen grossen Einfluss auf die Handelsklasse des Tränkers hat. So richtet sich zum Beispiel der Preis eines AB-Tränkers nach Mitte August für sechs Monate nach dem A-Preis und für die übrigen sechs Monate nach dem AA-Preis. Diese Entwicklung führt dazu, dass neu für jede Handelsklasse der Wochenpreis bestimmt wird und keine starre und im Voraus festgelegte Koppelungen unter den Handelsklassen mehr bestehen. Erschwerend ist im Weiteren, dass es gerade bei den Tränkern sehr schwierig ist, Patentrezepte anzuwenden, denn der Einkauf und der Abverkauf der Tränker gestaltet sich individuell und es gibt zahlreiche Geschäftsmodelle.

Um den beschriebenen Veränderungen des Marktes gerecht zu werden, wurden die Handelsusancen und die Wochenpreistabelle der Tränker überarbeitet. Die Fleischrassentypen sollen dabei differenzierter betrachtet werden, was bedeutet, dass vor allem die mittel fleischbetonten Tränker (z.B. weiblichen Tiere der frühreifen Rassen) nicht generell als AA-Tränker gehandelt werden. Die Handelsklasse AB wurde daher aufgewertet. Mit der Klasse A+ und der neuen Klasse Spez sollen die Bestrebungen, dass ein Tränker vermehrt aufgrund seiner Erscheinung einer Handelsklasse zugeteilt wird, unterstrichen werden. Aufgrund der volatilen Marktentwicklung wurde die Kategorisierung Grossvieh- und Kalbermast auf der Tabelle sowie die Handelsklasse C gestrichen. Die Tabelle ist neu einfacher und übersichtlicher gestaltet. Geburtsbetriebe, Handel und Mäster sind überzeugt, dass mit dieser Ueberarbeitung der Handelsusancen die zukünftige Qualitätsproduktion optimiert werden kann. Gerade in der laufenden Besamungssaison gilt es diese Marktsignale zu erkennen und bei der Besamung mit einem Fleischrassentier die richtige Rasse auszuwählen. Die Einführung der neuen Tränkertabelle erfolgt per 19. September 2024.

Weiterhin werden Geburtsbetriebe einerseits und Handel/Mäster andererseits eine eigene Preispublikation machen. Bevor konkrete Gespräche über eine gemeinsame Preisbildung geführt werden, soll die neue Preistabelle im Markt etabliert werden.

Rückfragen sind zu richten an:

- Jörg Oberle, Präsident IG Kalbfleisch, [joerg.oberle@gefu-oberle.ch](mailto:joerg.oberle@gefu-oberle.ch)
- Franz Hagenbuch, Präsident Swiss Beef, [hagenbuch@swissbeef.ch](mailto:hagenbuch@swissbeef.ch)
- Peter Bosshard, Geschäftsführer SVV, [pebo@zs-ag.ch](mailto:pebo@zs-ag.ch)
- Hugo Abt, Vorstand ASR, [abt.hugo@abtop.ch](mailto:abt.hugo@abtop.ch)
- Heinz Minder, Mitarbeiter SMP, [heinz.minder@swissmilk.ch](mailto:heinz.minder@swissmilk.ch)