

# Marktentwicklung

Alternative Proteine



## **Swiss Protein Association**

Schweizerischer Verband für alternative Proteinquellen

Association Suisse pour des sources alternatives des protéines

Associazione Svizzera per fonti alternative di proteina

# THEMEN - MARKTENTWICKLUNG

---

SPA.

- Absatz/Marktdurchdringung status quo und forecast
- Absatz Fleischersatzprodukte im Vergleich
- Umsatzanteil div. Ersatzprodukte im Vergleich
- Umsatz Fleischersatzprodukte im Vergleich
- Umsatz Milchersatzprodukte im Vergleich
- Preisentwicklung

# ABSATZ/MARKTDURCHDRINGUNG

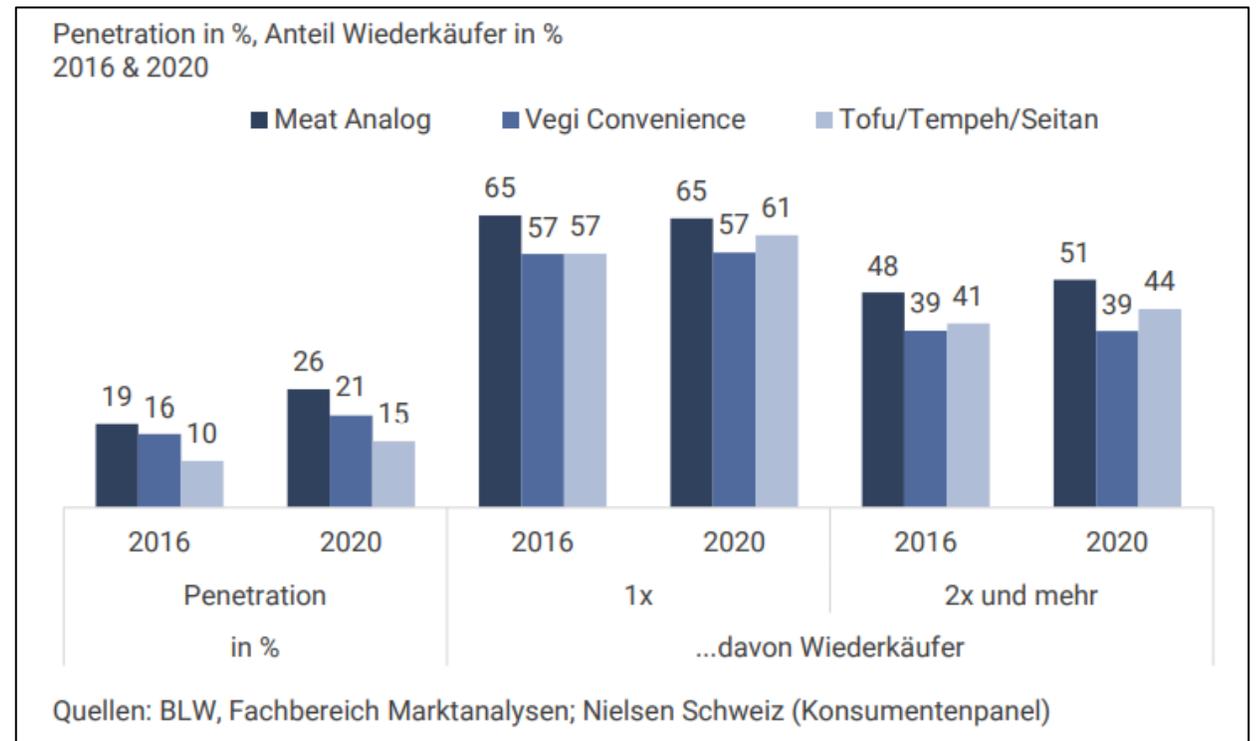
CH:

2016 kaufte jeder fünfte Haushalt mind. einmal im Jahr ein Fleischersatzprodukt.

2020 war es bereits mehr als jeder vierte Haushalt.

Erhöhung der Marktdurchdringung (Penetration) zwischen 2016 und 2020 von 19% auf 26%

Ein wachsender Anteil der Haushalte kauft wiederholt Fleischersatzprodukte.

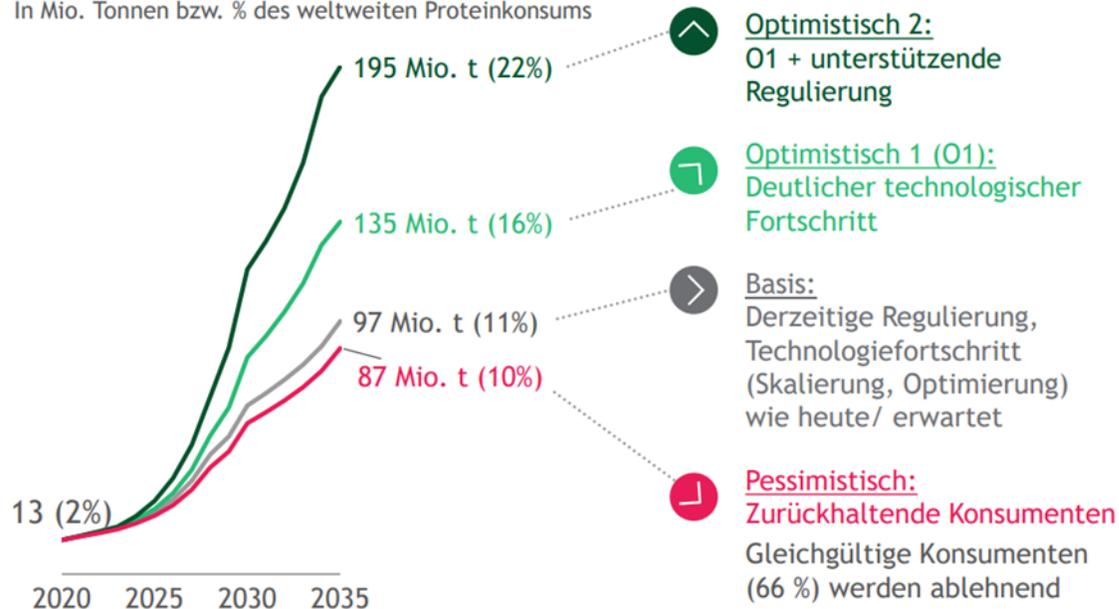


# ABSATZ/MARKTDURCHDRINGUNG

Durch neue Technologien und Regulierungen könnte die mittelfristige Marktdurchdringung bis auf 22% steigen

## Konsum alternativer Proteine in verschiedenen Szenarien

In Mio. Tonnen bzw. % des weltweiten Proteinkonsums



Quelle: Branchenberichte, Blue Horizon, Experteninterviews, BCG Analyse

## Anmerkungen

Man muss kein Optimist sein, um an eine Marktdurchdringung von 11% zu glauben

- Derzeitiger Nachhaltigkeitstrend sorgt für Nachfrage und Kapital
- Parität fördert die Akzeptanz

Durch deutliche technologische Fortschritte kann die Marktdurchdringung auf 16% steigen

- Schnellere Parität und höhere Qualität fördern die Akzeptanz

Regulierer können Marktdurchdringung auf 22% steigen lassen

- CO<sub>2</sub>-Bepreisung und Forcierung landwirtschaftlicher Veränderungen steigern das Preisgefälle, so dass sich die Konsumenten für preis-günstige Alternativen entscheiden

# ABSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE

2016-2020

Absatzanstieg jährlich um 18,1% im Durchschnitt

2019-2020

Wachstum von +49.4%.

Meat-analog-Produkte +74,5%

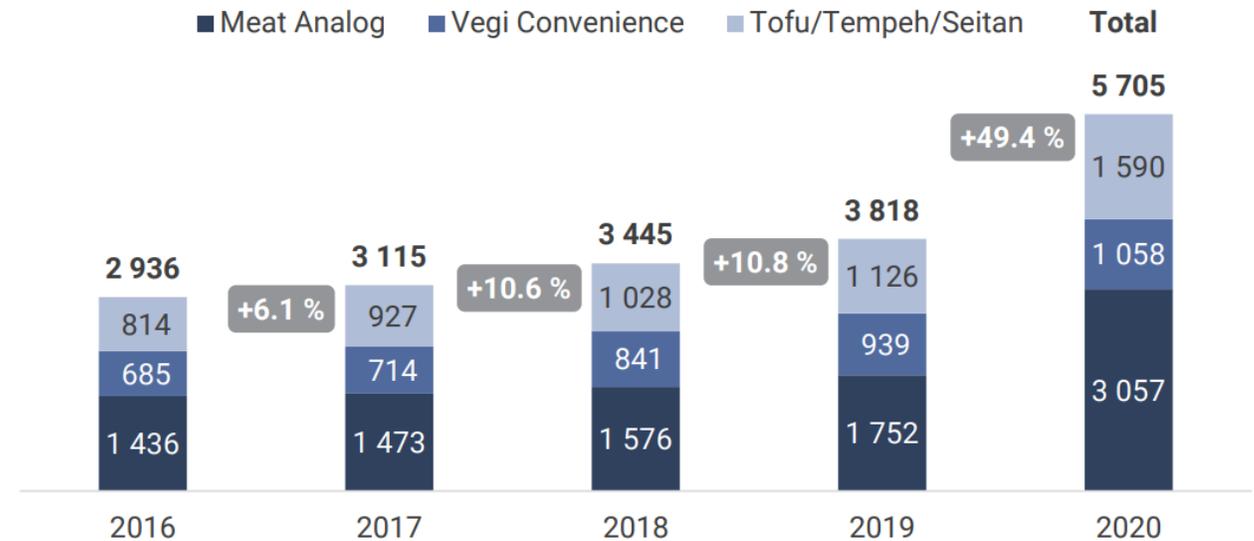
Tofu/Tempeh/Seiten +41,1%

Vegi Convenience +12.7%

## FLEISCHERSATZ IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Absatz mit Fleischersatzprodukten nach Subkategorie

Absatz in Tonnen, Entwicklung Total zum Vorjahr in %  
2016..2020



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE



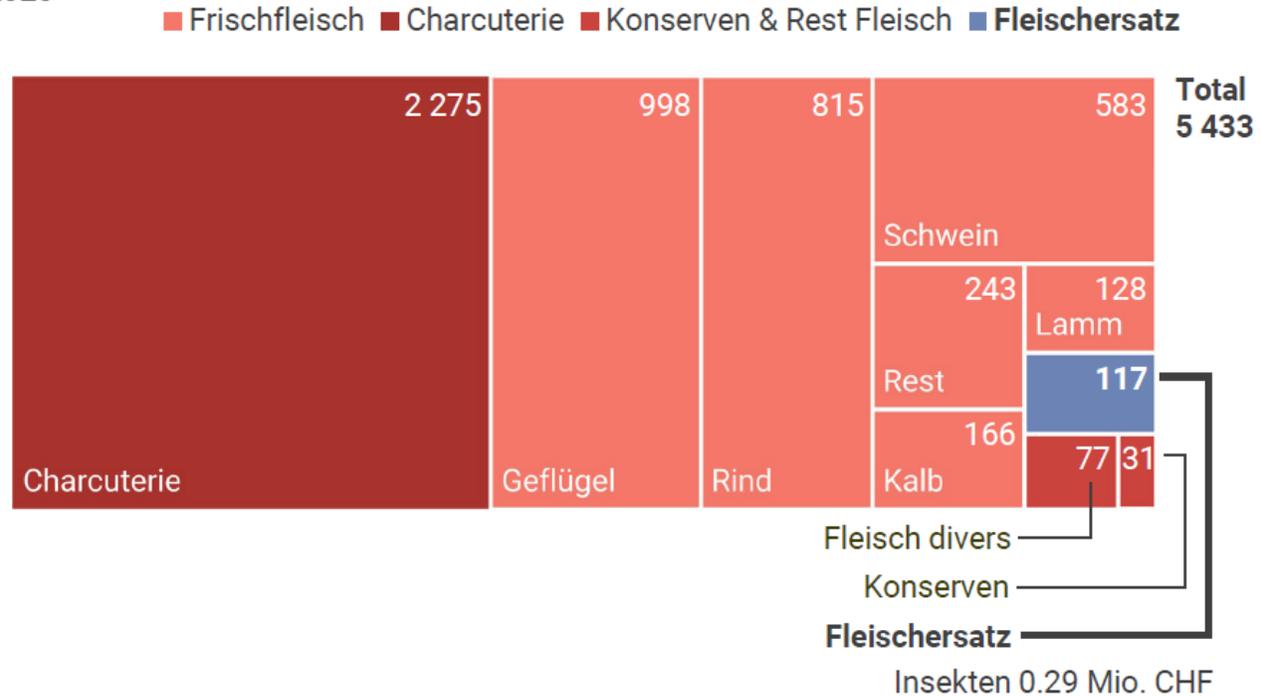
Detailhandel CH  
2016-2020

Anstieg von 60 Mio. CHF in 2016 auf 117 Mio. CHF Umsatz

Durchschnittliches Umsatzwachstum von 18.4% (vs. Fleischmarkt: 3.0%).

## FLEISCHERSATZ IM SCHWEIZER DETAILHANDEL Umsätze mit Fleisch- und Fleischersatzprodukten

Umsätze in Mio. CHF  
2020



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

# UMSATZANTEILE ERSATZPRODUKTE

SPA.

2022

126.7 Mio CHF Molkereiersatzprodukte

88.1 Mio CHF Fleischersatz

4.5 Mio CHF Fischersatz



**Umsatz der Ersatzprodukte im Bereich Fleisch, Milch, Joghurt, Käse und Glacé im Schweizer Markt**

(Quelle: NielsenIQ (Switzerland) – Gesamtmarkt gemäss Handels- und Haushaltspanel; rollierendes Jahr bis KW 34/2022)

# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

SPA.



## Umsatzaufteilung im Schweizer Fleischersatzmarkt

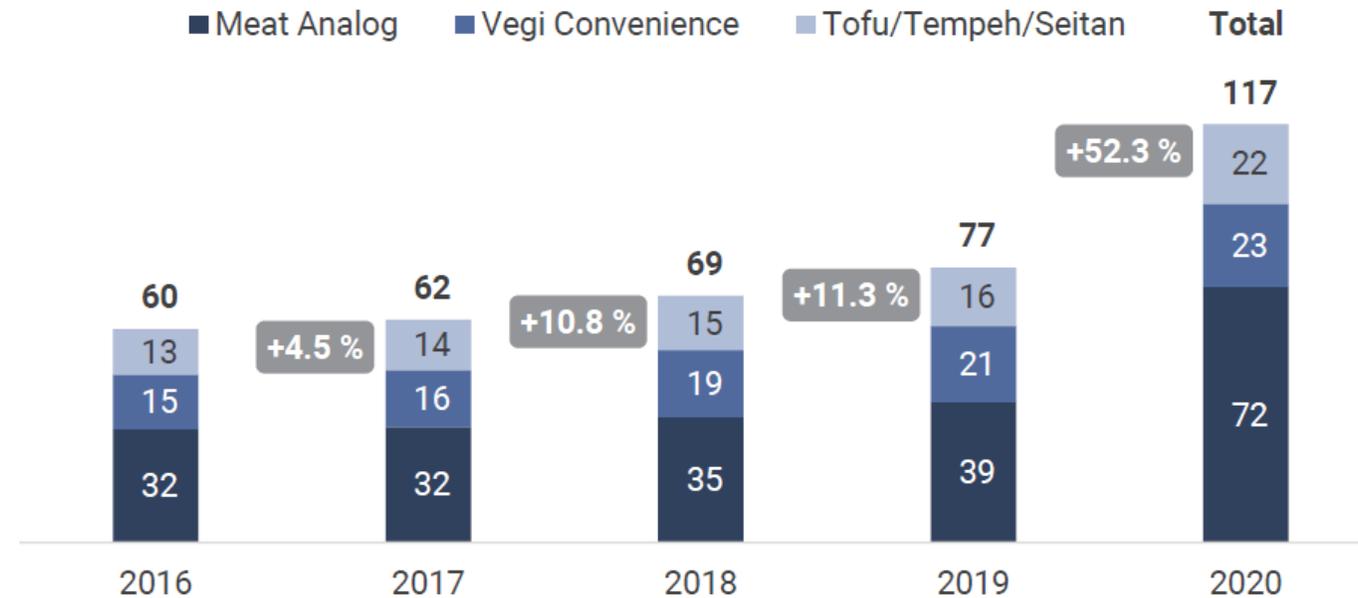
(Quelle: NielsenIQ (Switzerland) – Gesamtmarkt gemäss Handels- und Haushaltspanel; rollierendes Jahr bis KW 34/2022)

# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

## FLEISCHERSATZ IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

### Umsatz mit Fleischersatzprodukten nach Subkategorie

Umsatz in Mio. CHF, Entwicklung Total zum Vorjahr in %  
2016..2020

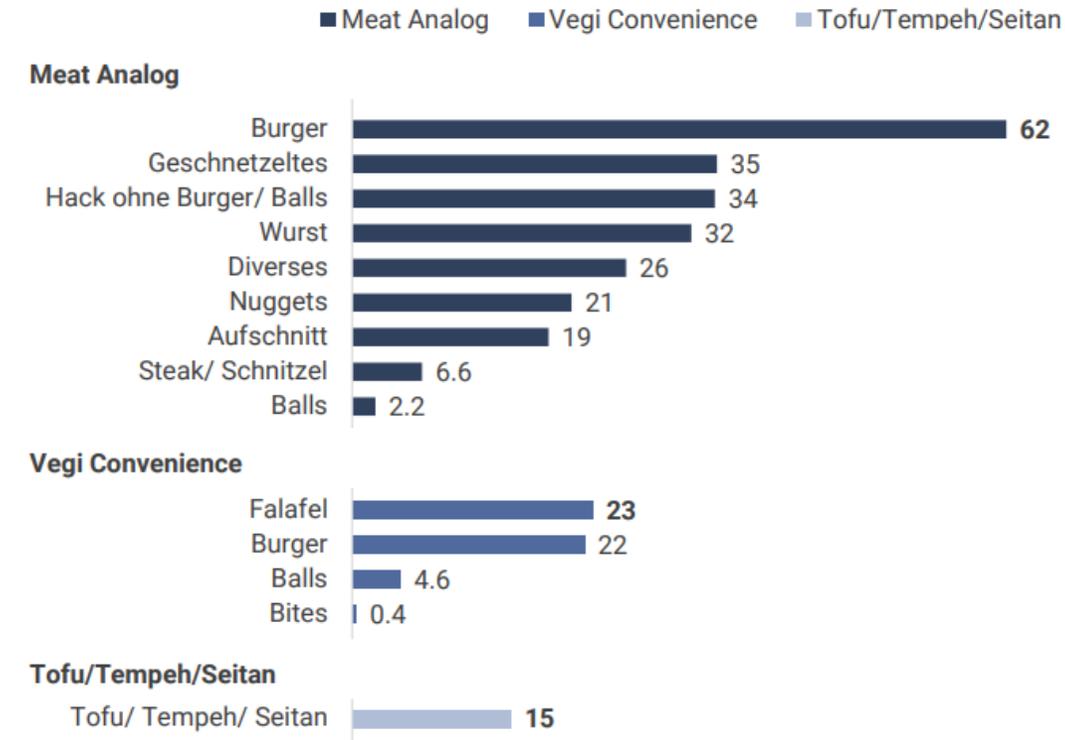


Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH



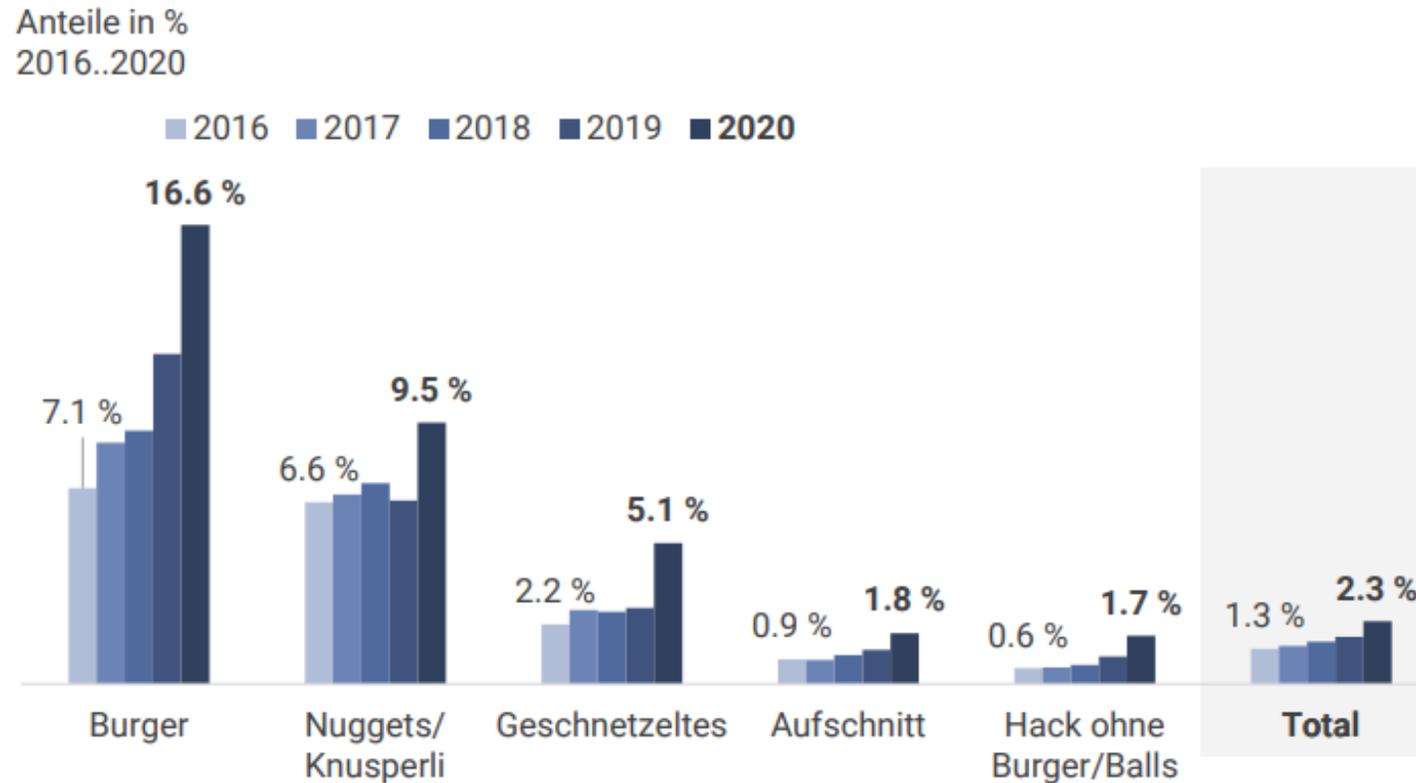
Durchschnittliche Wachstumsrate pro Jahr in %, **höchster Wert je Produktgruppe**  
2016..2020



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

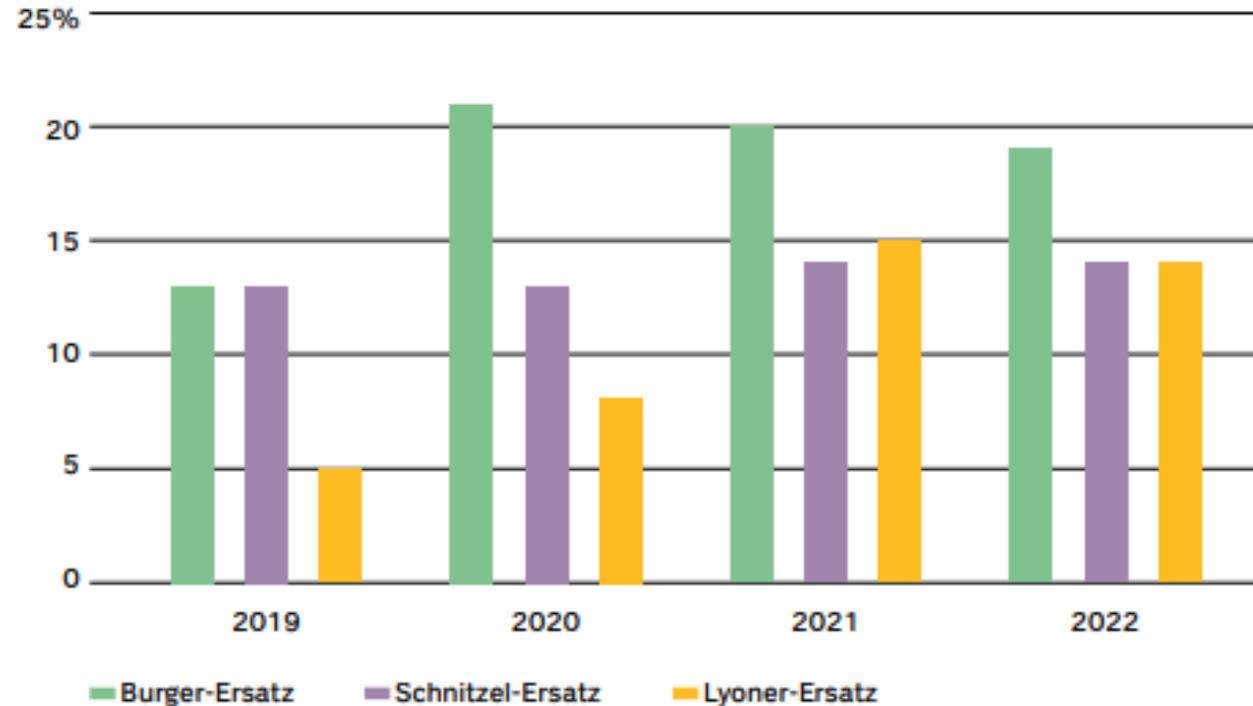
SPA.



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

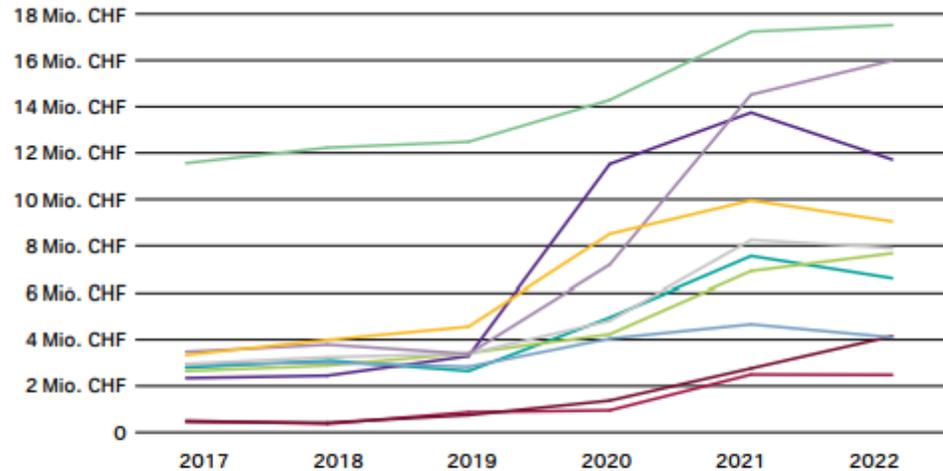
# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

SPA.



**Anteil vegane Burger, Schnitzel und Lyoner am Gesamtumsatz der jeweiligen Kategorie 2019 bis 2022**  
(Quelle Coop Supercard Daten)

# UMSATZ FLEISCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH



## Wachstum in % 2022 vs. 2019

Schnitzel-Ersatz	40%
Geschnetzeltes-Ersatz	367%
Fleischburger-Ersatz	252%
Wurst-Ersatz	97%
Nuggets-Ersatz	130%
Charcuterie-Ersatz	122%
Hackfleisch-Ersatz	147%
Steak-/Filet-Ersatz	44%
Fleisch-Ersatz divers	433%
Fleischbällchen-Ersatz	176%

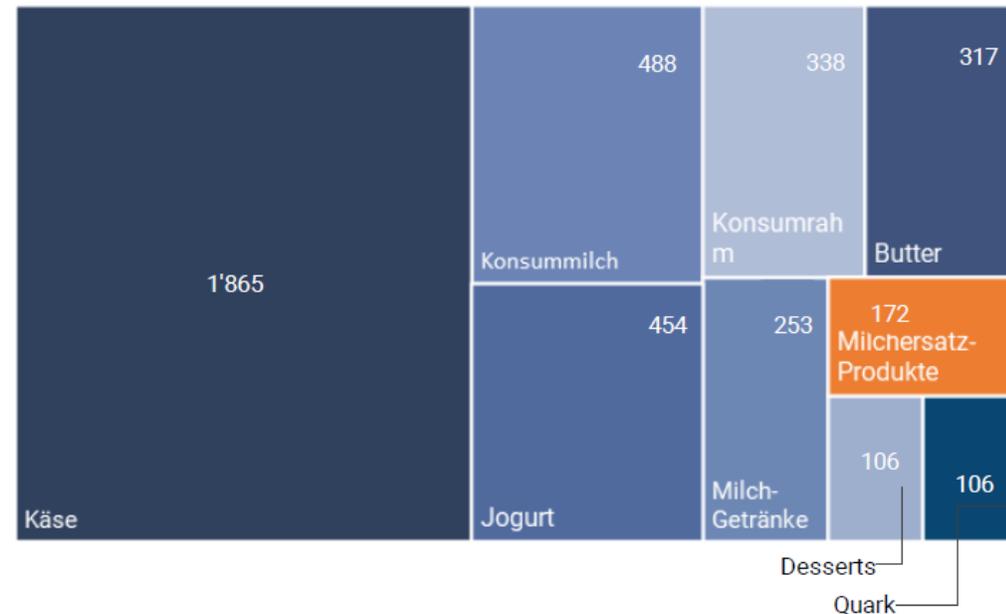
Umsatzentwicklung Fleischersatzprodukte 2017 bis 2022  
(Quelle Nielsen)

# UMSATZ MILCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

- **Umsatzanstieg** von Milchersatzprodukten **auf 172 Mio. CHF** vs. 2017 mit 96 Mio. CHF
  - **+ 79.3%** (2017-2021)
- Im Vergleich mit Milchprodukten immer noch **ein Nischenprodukt**

**MILCHERSATZPRODUKTE IM SCHWEIZER DETAILHANDEL**  
Umsatz der Milch- und Milchersatzprodukte

Umsatz in Mio. CHF  
2021



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

# UMSATZ MILCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

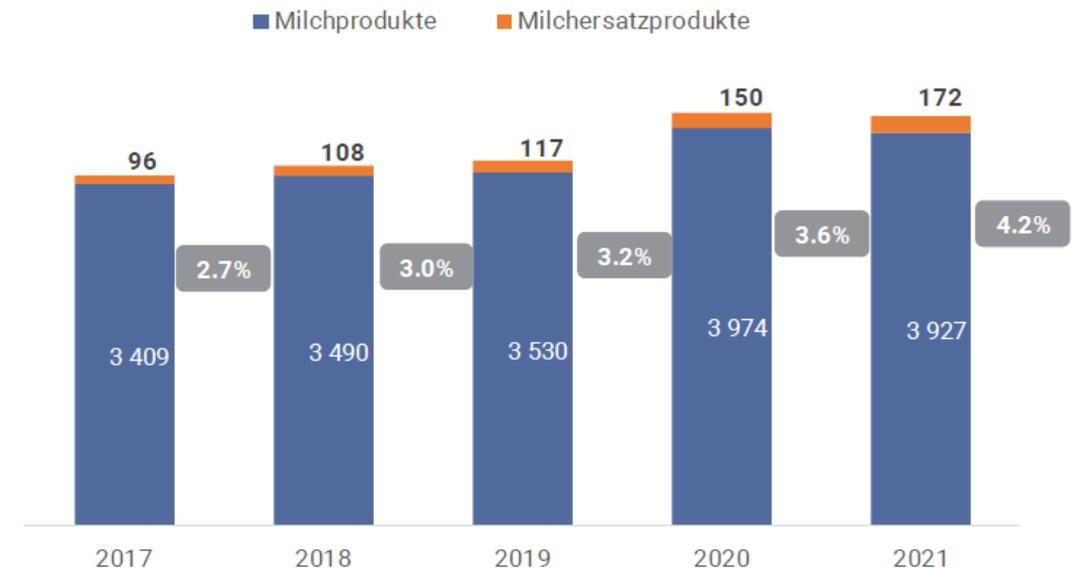
Schnell wachsende Marktnische (2017-21)

- Von 2.7% auf 4.2% Umsatzanteil des Gesamtumsatzes von Milch- & Milchersatzprodukten.
- Geringfügige Abnahme des Marktanteils der Milchprodukte (von 97.3% auf 95.8%).

## MILCHERSATZPRODUKTE IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Umsatz der Milch- und Milchersatzprodukte

Umsatz in Mio. Franken, Anteil der Milchersatzprodukte in %  
2017..2021



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

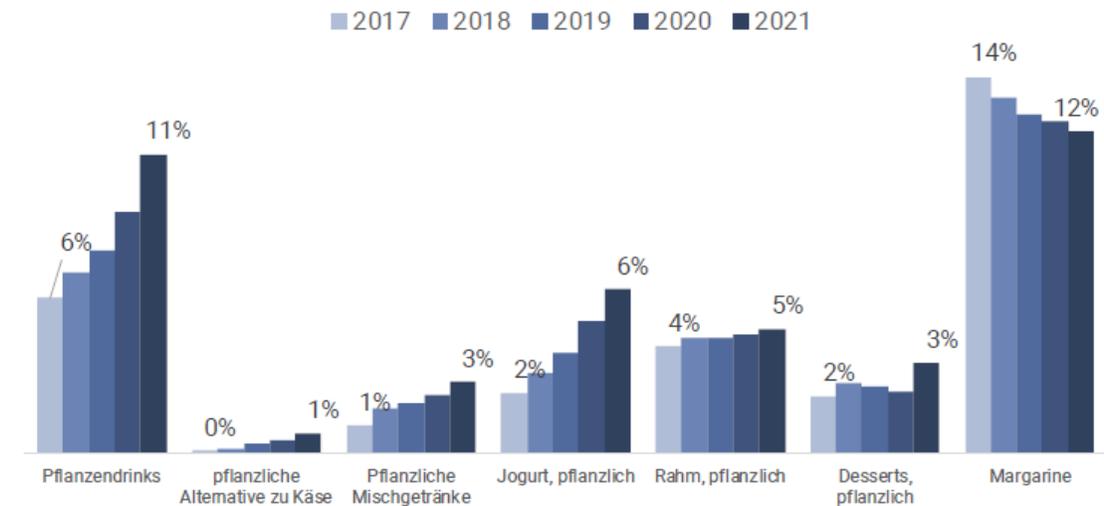
# UMSATZ MILCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

- Deutliches Wachstum des Umsatzanteil von Pflanzendrinks und Joghurt-Ersatzprodukten.
- Abnahme Umsatzanteil von veg. Margarine.

## MILCHERSATZPRODUKTE IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Umsatzanteil der Milchersatzprodukte an der jeweiligen Gesamtproduktgruppe

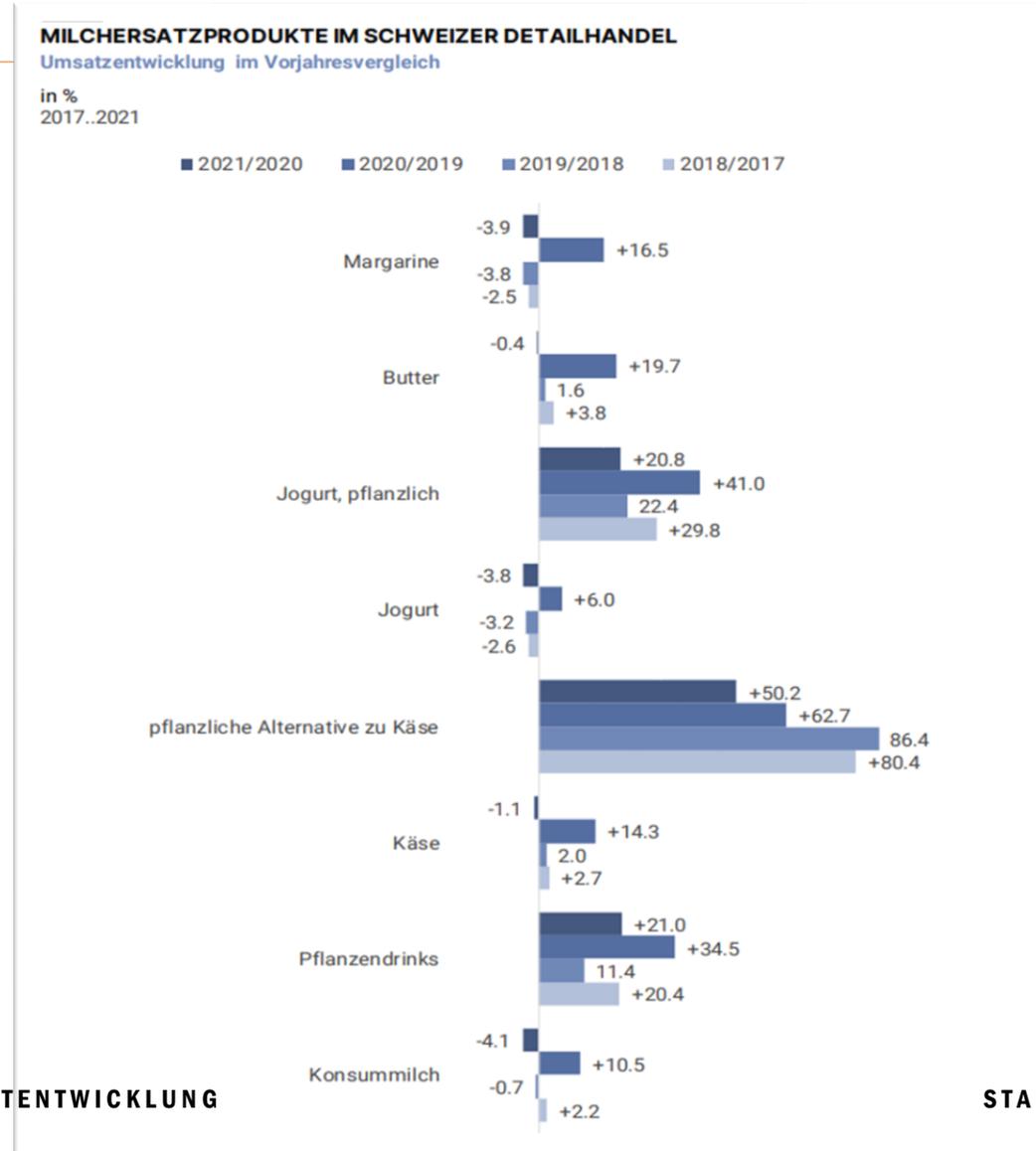
Anteil in %  
2017..2021



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

# UMSATZ MILCHERSATZPRODUKTE IM VERGLEICH

- Milchersatzprodukte gewinnen Marktanteile auf Kosten der Milchprodukte
- Starke Umsatzentwicklung bei pflanzlichen Alternativen zu Käse



# PREISENTWICKLUNG

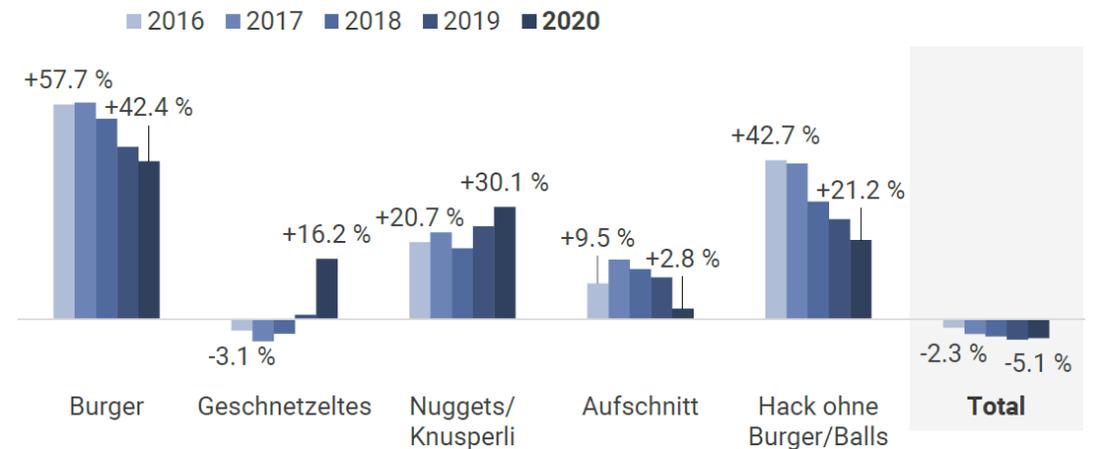
## Fleischersatz

- Durchschnittspreis von 20.53 CHF / kg
- 5.1 % unter dem Niveau aller Fleischprodukte.
- Im direkten Produktvergleich einzelner Produktgruppen sind Fleischersatzprodukte hingegen deutlich teurer als Fleischprodukte.
- Seit 2016 preisliche Annäherung von Fleisch und Fleischersatzprodukten. Fleischersatzprodukte wurden insgesamt günstiger.

### FLEISCHERSATZ IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Preisdifferenz von Fleischersatzprodukten im Vergleich zu Fleischprodukten

Anteile in %  
2016..2020



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

# PREISENTWICKLUNG

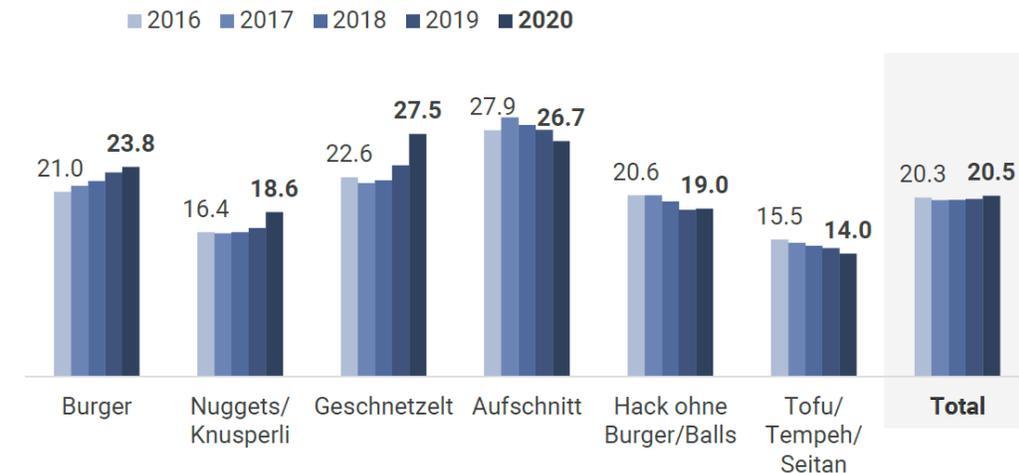
## Preistreibende Faktoren

- Produktteuerungen bzw. Preisnachlässe bei bereits etablierten Produkten
- Aber: die grossen Preissprünge bei Knusperli bzw. Geschnetzeltem lassen sich primär mit der Lancierung von neuen höherpreisigen Produkten erklären.
- Bei einzelnen Produktgruppen bilden sich klare Preistrends ab:
  - Pflanzliche Burger + 13.5%
  - Nuggets/Knusperli + 13.8%
  - Geschnetzeltes + 21,7%
  - Hackprodukte und Seitan- / Tofu- / Tempeh-Produkte wurden laufend günstiger (bei ca. 13.97 CHF/kg)

## FLEISCHERSATZ IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

### Preise für Fleischersatzprodukte nach Produktgruppe

Preise in CHF / kg  
2016..2020



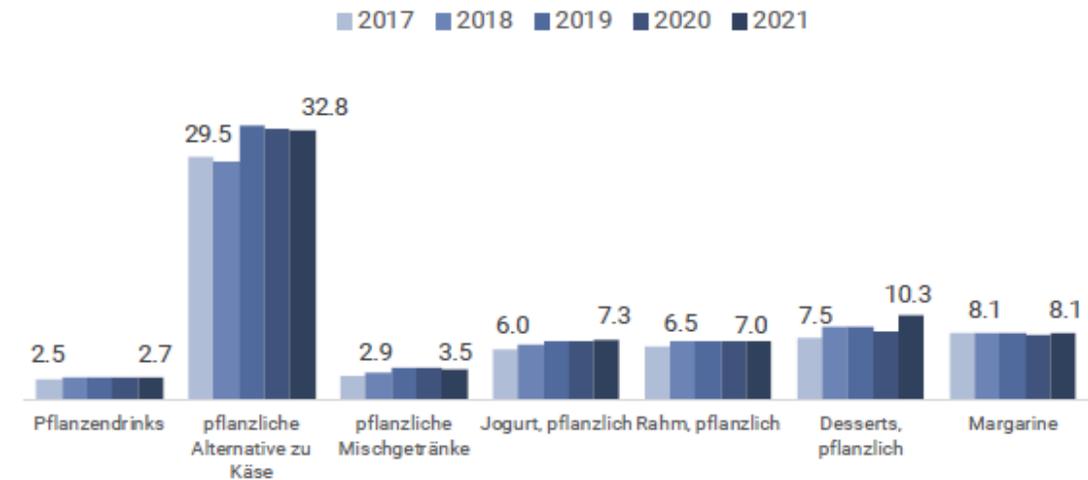
Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

# PREISENTWICKLUNG

## Milchersatz

- Durchschnittspreis von 2.70 CHF/l für Konsummilch Ersatz, seit 2015 plus 5%
- Seit 2016 leichte Preissteigerung. Deutlich insbesondere bei Käse-, Joghurt- und Dessert Alternativen.

**MILCHERSATZPRODUKTE IM SCHWEIZER DETAILHANDEL**  
Preise der Milchersatzprodukte im Schweizer Detailhandel  
in CHF/kg oder CHF/Liter (Milchgetränke, Konsummilch und -rahm)  
2017..2021



# PREISENTWICKLUNG



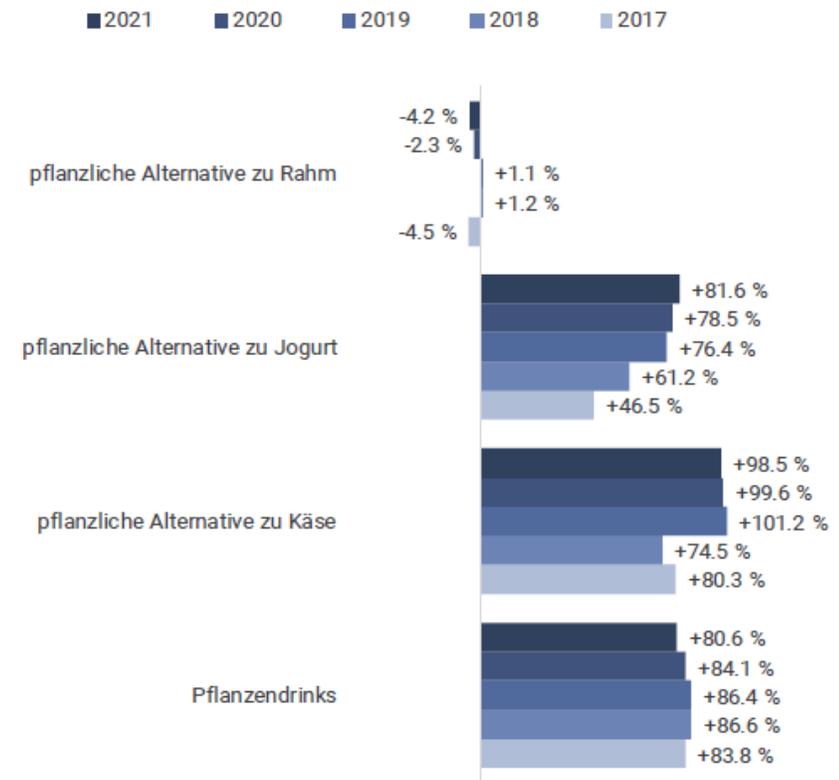
## Milchersatz

- Die Preisdifferenz zwischen Milchersatzprodukten und den Milchprodukten ist je nach Produktgruppe unterschiedlich gross.
- 2021: die grössten Unterschiede
  - Käseersatz (+16,30 Fr./kg resp. +98,5 %)
  - Joghurtersatz (+3.30 Fr./kg resp. +81,6 %) und
  - Konsummilchersatz (+1.20 Fr./kg oder +80,6 %)

### MILCHERSATZPRODUKTE IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Preisunterschied zwischen Milchersatzprodukten und Milchprodukten tierischen Ursprungs

in %  
2017..2021



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

# SPA MESSAGE - PREISENTWICKLUNG

---

SPA.

Vegane Alternativen zu beliebten Fleisch-, Fisch- und anderen nicht-veganen Gerichten sind im Durchschnitt mit geringeren Kosten pro Portion verbunden.

Insbesondere vegane Alternativen, die einen getrockneten Fleischersatz auf Sojabasis verwenden, sind meist preisgünstiger als fleischhaltige Originalgerichte.

Hauptkostenfaktor der Gerichte sind mehrheitlich die Fleischkomponente bzw. der Anteil veganer Fleischersatzprodukte. Besonders Bleisch in Bio-Qualität bestimmt massgeblich den Portionenpreis.

Die Preisspanne veganer Fertigprodukte ist geringer als jene von fleischhaltigen Fertigprodukten. Die Sortimentsbreite ist aber auch deutlich geringer.

# SPA MESSAGE - MARKTENTWICKLUNG

---



SPA.

Die Nachfrage nach Fleischersatzprodukten ist in den vergangenen fünf Jahren stark gestiegen.

Verschiedene Studien prognostizieren in den nächsten Jahren einen weiter anhaltenden Wachstumstrend für Fleischersatzprodukte

Für die Schweizer Landwirtschaft bietet der Markt für Fleischersatzprodukte grosses Potenzial (insb. in Bezug auf die Produktion pflanzlicher Rohstoffe). Bisher aber werden diese Potentiale kaum genutzt; nahezu alle pflanzlichen Proteine für die inländische Fleischersatzproduktion werden importiert (Fleischersatzreport, S. 4)

Auch wenn die Milchersatzprodukte im Vergleich zu den Milchprodukten eine Nischenposition besetzen, so hat deren Nachfrage in den letzten fünf Jahren stark zugenommen. Sie gewinnen an Marktanteilen.

# SPA MESSAGE - MARKTENTWICKLUNG

---



SPA.

Bevölkerung zeigt sich offen für alternative Proteinprodukte: Marktentwicklung im Inland und Ausland positiv.

Offenheit basiert vermutlich auf den wichtigen Gründen, die für den Kaufentscheid ausschlaggebend sind. Daher sind Überlegungen wichtig, wie Produkte für die Konsument/innen überzeugend zusammengesetzt und gestaltet werden können.

Es gilt zu beachten: Die Preiswahrnehmung der KonsumentInnen zeigt sich im Konsum (Hauptkonsumenten sind junge, gutverdienende Familien). Tiefere Preise für Fleischersatzprodukte im Vergleich zu Fleisch ist insgesamt ein wichtiger Faktor als Anreiz für Konsument/innen, um überhaupt oder verstärkt Fleischersatzprodukte nachzufragen, insb. bei preissensitiven Käufergruppen (Fleischersatzreport, S. 19).

Studien liefern jedoch Hinweise, dass die Befürchtung, eine vegane Ernährung sei im Vergleich zu einer omnivoren teurer, nicht bestätigt werden kann.

# QUELLENVERZEICHNIS

---

[Bundesamt für Landwirtschaft, Fachbereich Marktanalysen \(2021\): Report zum Schweizer Fleischersatzmarkt.](#)

[BCG and Blue Horizon \(2021\): Food for Thought, The Protein Transformation.](#)

[Coop \(2023\): Studie zum pflanzenbasierten Genuss in der Schweiz, Plant Based Food Report 2023.](#)

[Bundesamt für Landwirtschaft, Fachbereich Marktanalysen \(2022\): Bericht über Milchersatzprodukte in der Schweiz.](#)

[Hammer K, Weder S, Keller M \(2022\): Kostenstudie vegan. Vergleich der Lebensmittelkosten omnivorer Gerichte mit veganen Alternativen. Bibertal.](#)