

Wo boomt Bio?

# Auch 2014 boomen vegetarische und vegane Produkte

Rund 0,9 bis 1,2 Mio. Menschen in Deutschland ernähren sich nach Angaben der Veganen Gesellschaft und des Vegetarierbundes vegan; das sind 1,1 bis 1,5 % der Bevölkerung. Dieser Anteil scheint unbedeutend, doch legt ein Großteil dieser ernährungsbewussten Verbraucher Wert auf Bio. Außerdem bietet der Handel vegane und vegetarische Produkte häufig ausschließlich in Bio-Qualität an. So entfallen gut zwei Drittel des Umsatzes mit Fleisch- und Milchersatzprodukten auf Bio-Produkte.

Am Bio-Fleischmarkt (Summe Rotfleisch, Geflügel, Wurst, Fleischersatz) erzielten die Fleischersatzprodukte 2013 einen Umsatzanteil von knapp 16 %; 2012 waren es noch 13 %. Bei Milchgetränken erreichten die Imitate einen Anteil von 79 %, rechnet man die Milch hinzu, ergibt sich ein Umsatz-Anteil der Imitate von 19 %. Vegane Bio-Joghurts und -Desserts zusammen schafften 15 %. Am konventionellen Markt dagegen waren die Anteile der alternativen Produkte verschwindend gering und lagen um 1 %.

Zu den insgesamt erfolgreichsten Produkten im Bio-Fachhandel gehörten im ersten Halbjahr 2014 nach Angaben von BioVista Soja-, Reis- und Hafermilch, pflanzliche Brotaufstriche, Nussmus sowie Tofu. Insgesamt erzielten alle vegan gekennzeichneten Produkte ein Plus von 9 %. Über alle Geschäftstypen betrachtet waren insbesondere die Milchersatzprodukte erfolgreich: Laut AMI-Analysen des GfK-Haushaltspanels kauften die Haushalte in 2014 insgesamt 13 % mehr Sojagetränke. Die Haushaltskäufe von Milchrahmerzeugnissen aus Soja und Sojajoghurt waren sogar eininhalb mal so hoch wie im Jahr zuvor.

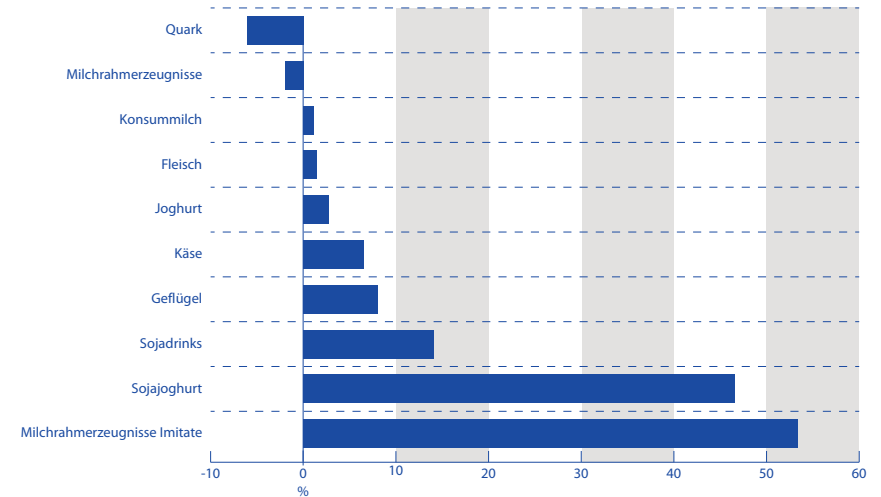
Milch- und Fleischersatzprodukte werden vorrangig aus Sojabohnen und zu kleinerem Anteilen aus Lupinen, Reis oder Hafer hergestellt. Mit dem rasanten Marktwachstum wird auch die

Rohstoffbeschaffung immer größeres Thema. Nach AMI-Schätzungen wurden 2013 allein für die Produktion der Fleisch- und Milchersatzprodukte rund 10.000 t Bio-Sojabohnen benötigt. 2014 dürften es schon 11.000 bis 12.000 t gewesen sein. Obwohl der Bio-Sojabohnenanbau auch in Deutschland ausgeweitet wurde, reichen die 2.000 ha Anbaufläche bei weitem nicht aus. Die Sojabohnen werden daher importiert – aus Osteuropa, China oder Indien. Da Verbraucher und auch die Hersteller heimische Produkte bevorzugen, müssten nicht nur für die Versorgung der Bio-Tiere sondern genauso für vegane und vegetarische Produkte mehr Eiweißpflanzen auf den Bio-Äckern in Deutschland und in den südöstlichen Nachbarländern angebaut werden.

Der Trend zu vegetarischen und veganen Produkten ist ein Bio-Trend und bindet eher zusätzliche Kunden an Bio-Produkte, als dass er tierische Bio-Produkte vom Markt verdrängt. Das zeigt sich auch daran, dass die Verkaufsmengen der meisten tierischen Produkte auch 2014 weiter gewachsen sind. So kauften die Haushalte mehr Bio-Milch, -Joghurt und -Käse ein als zuvor, und das bei deutlichen Preissteigerungen. Auch bei Bio-Fleisch und besonders bei Bio-Geflügel zeigt sich weiterhin ein positiver Trend, wobei die knappe Verfügbarkeit bei Rindern und Schweinen im zweiten Halbjahr das Wachstum gebremst hatte (s. S. 14-15).

## Haushaltskäufe in Deutschland – Wachstumsraten Jan-Nov 2014 (in %)

Quelle: AMI Analyse des GfK-Haushaltspanels



## Bio-Sojabohnen: Produktion in den wichtigsten Lieferländern 2012 und 2013 (in 1.000 t)

Quelle: FIBL, AMI

