

# Milch(-) und Fleischalternativen sind bei Bio groß

Pflanzliche Alternativen zu Fleisch und Milch werden immer beliebter. Was fast ausschließlich mit Bio-Produkten begann, entdecken auch konventionelle Produzenten für sich. Verarbeiteten die Hersteller vor einigen Jahren vorrangig Sojabohnen, nutzen die Bio-Verarbeiter mit Hafer, Mandeln, Reis, Hanf oder Erbsen inzwischen eine größere Rohstoffvielfalt, was von den Kunden gern angenommen wird.

Ein Großteil der Milchimitate, den die Kunden 2019 einkauften, stammt aus Bio-Herstellung. Der Bio-Anteil an allen verkauften Milchimitaten lag 2019 bei 68 % – und sank von 86 % im Jahr 2012, da mehr konventionelle Produzenten in den Markt einstiegen. Rechnet man Bio-Kuhmilch und -Milchgetränke zusammen, hält der Anteil der Bio-Milchimitate daran einen relativ konstanten Anteil von gut 20 %. Beide Produktgruppen, Bio-Milch und -Milchalternativen, sind bei Kunden gefragt. Die Nachfrage nach Bio-Milchimitaten entwickelte sich 2019 zwar stärker als die Verkäufe von Bio-Trinkmilch, aber auf niedrigem Niveau. Inzwischen gibt es in fast allen Einkaufsstätten Bio-Hafer-, -Soja- oder -Mandelmilch. Durch diese bessere Verfügbarkeit kauften die Kunden allein in den ersten drei Quartalen 2019 ein gutes Drittel mehr pflanzliche Drinks als im Vorjahreszeitraum.

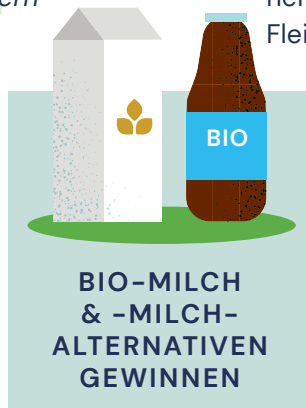
Der Kundenstamm für Milchimitate verändert sich: Griffen zunächst Kunden mit Nahrungsmittelunverträglichkeiten zu den pflanzlichen Alternativen, entscheiden sich jetzt immer mehr Menschen aus Umwelt- oder ethischen Gründen für Hafermilch und Co.

Umwelt- oder ethische Gründe stehen häufig auch hinter den Kaufentscheidungen für Fleischersatzprodukte. Der Bio-Anteil bei Fleischersatzprodukten lag 2018 bei gut 40 %. Zwar war das geringer als bei den Milchimitaten, dafür hatte

Fleischersatz einen etwas höheren Anteil von einem Viertel, – wenn man Bio-Fleisch- und Fleischersatz zusammenzählt. Der Fleischersatzmarkt entwickelte sich in letzter Zeit vor allem im konventionellen Bereich dynamischer, während die Nachfrage bei Bio sogar leicht zurückging. Zuletzt verlieh ein Burger aus Erbsenprotein dem Fleischersatz wieder Auftrieb. Andere konventionelle Hersteller und auch Bio-Hersteller zogen mit ihren Alternativ-Produkten nach. Besonders hoch in der Gunst der Kunden standen heimische Rohstoffe.

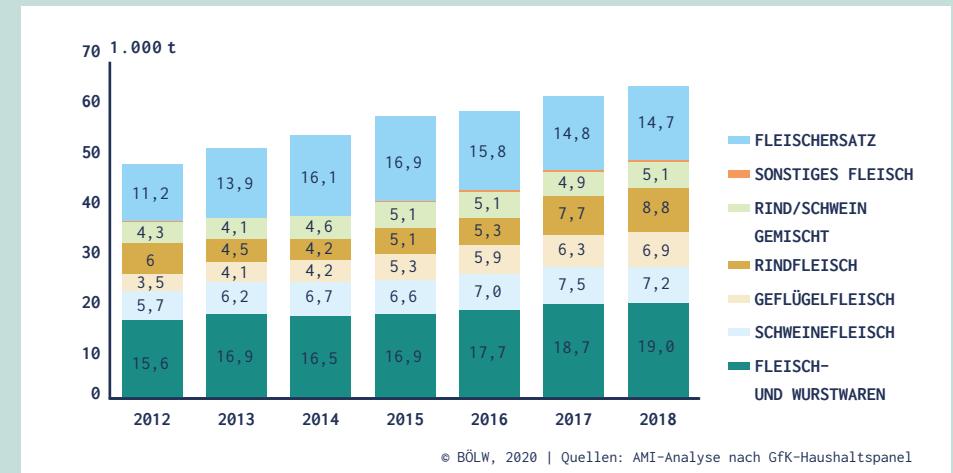
Sowohl Fleisch- als auch Milchersatzprodukte greifen den Wunsch der Kunden nach nachhaltiger, klimaschonender und tierschützender Ernährung auf. Mit heimischen Rohstoffen wie Hafer und Erbsen kann die Nachfrage nach regionalen Produkten bedient werden, die bei den avisierten Käufergruppen besonders hoch war. Trotzdem dürften Bio-Milch und -Fleisch auch in den kommenden Jahren weiterhin als artgerecht erzeugte, natürliche, wenig verarbeitete Produkte stark gefragt sein.

FAST  
**24%**  
DES BIO-FLEISCHMARKTES  
= FLEISCH-ALTERNATIVEN



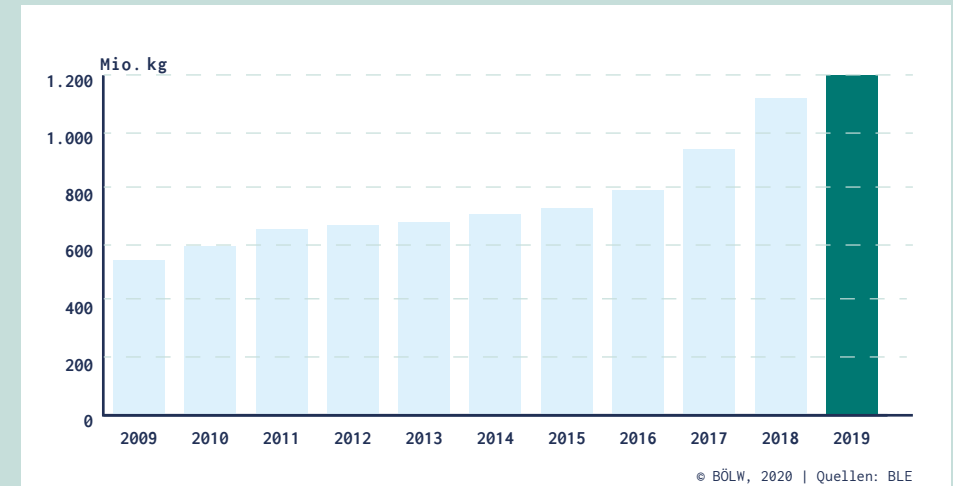
## HAUSHALTSKÄUFE

von Bio-Fleisch, Bio-Wurst und Bio-Fleischersatzprodukten in Deutschland (in 1.000t)



## ANLIEFERUNGSMENGEN VON BIO-MILCH

in Deutschland nach Jahren (in Mio. kg)



## HAUSHALTSKÄUFE VON BIO-MILCH UND -MILCHALTERNATIVEN

nach Produktgruppen in Deutschland (in 1.000t)

