

„Fake Meat & Schimmelkäse – Realität auf dem Teller?“

Montag, 15. Juli 2019, Landwirtschaftskammer Österreich, Festsaal

Abstract: Johannes Mayr, Keyquest Marktforschung GmbH

Marktbedeutung (RollAMA):

- Marktbedeutung der Imitate laut RollAMA (wertmäßig):
 - Anteil Imitate an Gesamtmarkt (Molkereiprodukte zzgl. Imitate): 2,5%
 - Anteil Imitate an Gesamtmarkt (Fleisch und Fleischprodukte zzgl. Imitate): 0,9%
- Wachstumstrend seit 2014:
 - Mopro-Imitate ca. 6% Mengenwachstum pro Jahr
 - Fleisch-Imitate ca. 5% Mengenwachstum pro Jahr
- Preisstellung: Imitate sind deutlich teurer als die Originalprodukte (Preisindex):

Mopro

Imitate Weiße Palette: 153

Imitate Bunte Palette: 127

Imitate Gelbe Palette Käse: 207

Fleisch & Wurst

Imitate Fleisch: 108

Imitate Wurst: 156

Imitate Fertiggerichte: 181

Konsumenten / Soziodemographie (RollAMA):

- Mopro - Imitate: jung, weiblich gebildet
- Fleisch - Imitate: überraschend wenig Besonderheiten im Vergleich
- Gernerell gilt: Junge sind dogmatisch, Ältere pragmatisch

Motive für den Fleischverzicht:

- Gesundheit
- Umwelt (inkl. Klimawandel)
- Tierwohl
- Geschmack

Wichtig:

- Der Anteil der Vegetarier und Veganer wächst – allerdings viel langsamer als man das aufgrund der Präsenz in den Medien vermuten würde. Die mediale Aufmerksamkeit ist wesentlich größer als die aktuelle Marktbedeutung.
- Selbsteinstufung laut KeyQUEST Mahlzeitmonitor (n=1000 Interviews pro Jahr; 2012-2018)
 - Veganer / Vegetarier: 6% (Veränderung seit 2012: +3% Punkte)
 - Flexitarier 16% (+/- 0% Punkte)
 - Fleischesser 78% (-3% Punkte)

Was treibt den Imitat-Trend:

- Wir bewegen uns auf gesättigten Märkten – von der Angebotsseite wird daher ständig nach Differenzierungsmöglichkeiten gesucht.

- Auf der Nachfrageseite ist es die Suche nach Neuem (Neugier) und der Wunsch sich von anderen abzugrenzen.

Gegentrends:

- Beobachteter Trend aus der RollAMA: Trend zu hochwertigem, teurem Fleisch
- Trend zu wenig verarbeiteten, natürlichen Lebensmitteln

Was uns in Zukunft erwartet:

- Der Anteil der Veganer und Vegetarier wird wachsen. Geschwindigkeit und Ausmaß des Wachstums ist allerdings nur schwer einzuschätzen. Eine seriöse Prognose über den Veganeranteil 2030 ist derzeit nicht möglich.
- Weitergehende Differenzierung und Segmentierung des Marktes – viele parallele Trends. Auch viele selbstgebastelte Ernährungsphilosophien.

Was man der Landwirtschaft empfehlen kann:

Nicht gegen den Trend arbeiten (Bekämpfung von vegan & Co), sondern sich mit dem Konsumenten und den latenten und offenen Bedürfnissen beschäftigen und Trends unterstützen, die auf den eigenen Stärken aufbauen (Vita des Rindes das ich gerade