

Deutschland: Entwicklung des Marktes für pflanzliche Lebensmittel im Einzelhandel

2020-2022



Zusammenfassung

Einzelhandelsdaten von NielsenIQ für 13 europäische Länder zeigen, dass der Umsatz mit pflanzenbasierten Lebensmitteln in Europa im Jahr 2022 um 6% – und seit 2020 um 21% – auf 5,8 Milliarden Euro gestiegen ist.

Der globale Wandel hin zu einer stärker pflanzenbetonten Ernährungsweise hat ein Umdenken in der Lebensmittelindustrie ausgelöst, das auch etablierte Lebensmittelhersteller und Einzelhandelsunternehmen mitgestalten. In Europa ist der Umsatz mit pflanzenbasierten Lebensmitteln im Einzelhandel in den letzten Jahren sprunghaft gestiegen, da neue Produkte und Innovationen auf den Markt gekommen sind. Die pflanzlichen Fleisch-, Fisch-, Eier- und Milchprodukte der nächsten Generation sprechen eine steigende Zahl von Verbraucherinnen und Verbrauchern an und können im Hinblick auf Geschmack, Preis und Verfügbarkeit mit ihren tierischen Pendanten mithalten.

Der europäische Markt für pflanzenbasierte Lebensmittel ist 5,8 Milliarden Euro groß.

Das Good Food Institute Europe hat NielsenIQ-Daten zu pflanzenbasierten Lebensmitteln für 13 europäische Länder – Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Italien, die Niederlande, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Spanien und das Vereinigte Königreich – analysiert, um die Größe und das Wachstum des Einzelhandelsmarktes von 2020 bis 2022 zu berechnen.

5,8 Mrd. €

Der Einzelhandelsmarkt für pflanzliche Lebensmittel ist von 4,8 Mrd. Euro im Jahr 2020 auf 5,8 Mrd. Euro im Jahr 2022 gestiegen.

+6%

Der Umsatz in Europa mit pflanzlichen Lebensmitteln stieg zwischen 2021 und 2022 um 6%.

+4%

Die Zahl der verkauften pflanzenbasierten Produkte stieg zwischen 2021 und 2022 um 4%.

21%

Seit 2020 stiegen der Umsatz und die Zahl der verkauften pflanzlichen Produkte jeweils um 21%.

Um die Umsatzentwicklung im pflanzenbasierten Bereich im Jahr 2022 richtig einzuordnen, ist es notwendig, das historisch einmalige makroökonomische Umfeld zu berücksichtigen, das durch den anhaltenden Krieg in der Ukraine, durch weltweite Handelskonflikte und durch steigende Inflation geprägt war. Während sich das Wachstum des Einzelhandelsmarktes für pflanzliche Lebensmittel im Jahr 2022 im Vergleich zu 2021 verlangsamte, stiegen sowohl die Umsätze als auch die Zahl der verkauften Produkte weiter an, was die starke Nachfrage der Verbraucher nach pflanzlichen Optionen trotz dieser Herausforderungen belegt.

Überblick: Umsätze mit pflanzenbasierten Produkten in Europa, 2022

	Umsatz (2022)	Umsatz Wachstum (21-22)	Umsatz Wachstum (20-22)	Verkaufte Produkte (2022)	Verkäufe Wachstum (21-22)	Verkäufe Wachstum (20-22)
Milch	2,2 Mrd. €	7%	19%	1,3 Mrd.	6%	20%
Fleisch	2,0 Mrd. €	3%	19%	846 Mio.	1%	21%
Joghurt	515 Mio. €	-0.4%	8%	255 Mio.	-3%	10%
Aufstriche	247 Mio. €	13%	40%	140 Mio.	4%	26%
Fertiggerichte	181 Mio. €	20%	79%	72 Mio.	14%	71%
Eiscreme	174 Mio. €	8%	14%	57 Mio.	8%	15%
Käse	165 Mio. €	4%	56%	61 Mio.	4%	62%
Sahne/Cremes	139 Mio. €	7%	7%	109 Mio.	-0%	1%
Dessert	73 Mio. €	17%	51%	52 Mio.	11%	61%
Seafood	43 Mio. €	60%	326%	14 Mio.	67%	343%
Gesamt	5,8 Mrd. €	6%	21%	2,9 Mrd.	4%	21%

Der deutsche Markt für pflanzenbasierte Lebensmittel ist 1,91 Milliarden Euro groß.

Innerhalb Europas ist der deutsche Einzelhandelsmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel am größten und der Umsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln in Deutschland wächst weiter. Zwischen 2020 und 2022 ist der Umsatz um 42% auf 1,91 Milliarden Euro gestiegen.

Pflanzenbasiertes Fleisch ist die am weitesten entwickelte Kategorie und konnte zwischen 2020 und 2022 ein stetiges Wachstum verzeichnen. Der Umsatz mit pflanzlicher Milch nimmt weiter zu und ist zwischen 2020 und 2022 um 43% gestiegen. Fast alle anderen Kategorien sind 2022 ebenfalls gewachsen, wobei die pflanzenbasierten Kategorien mit den größten Wachstumsraten Seafood, Sahne, Fertiggerichte und Desserts sind.

In Deutschland war der pflanzenbasierte Bereich 2022 deutlich weniger von Inflation und steigenden Preisen betroffen: Die durchschnittlichen Preise für Fleisch, Milch und Käse auf pflanzlicher Basis sanken, während die durchschnittlichen Preise für die Pendanten aus der Tierhaltung jeweils stiegen.

Nachtrag: Im April 2023 sind wir auf einige Fehler auf Seiten unseres Datenpartners aufmerksam geworden, die die Kategorien pflanzlicher Käse, pflanzlicher Joghurt und pflanzliche Desserts in Großbritannien sowie pflanzlicher Käse in Polen betreffen. In dieser überarbeiteten Version wurden diese Zahlen in der Zusammenfassung sowie den vergleichenden Tabellen für pflanzenbasierte Lebensmittel insgesamt, für pflanzlichen Käse und für pflanzlichen Joghurt korrigiert.

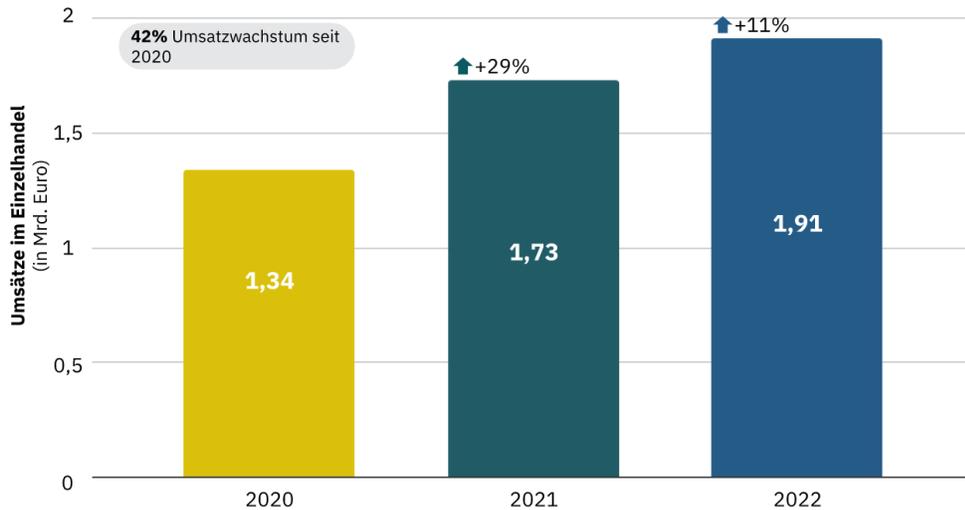
Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	2
Gesamtmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel	5
Kategorien	5
Vergleich mit anderen Ländern	7
Vergleich mit Lebensmitteln tierischer Herkunft	8
Pflanzliches Fleisch	9
Pflanzlicher Fisch und pflanzliche Meeresfrüchte	12
Pflanzliche Fertiggerichte	13
Pflanzliche Milch	14
Pflanzlicher Käse	16
Pflanzlicher Joghurt	18
Pflanzliche Aufstriche	20
Pflanzliche Sahne und Cremes	21
Pflanzliche Eiscreme	22
Pflanzliche Desserts	23
Schlussbemerkung	24
Methodische Anmerkung	25

Gesamtmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel

Der Umsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln im deutschen Einzelhandel ist 2022 um 11% auf 1,91 Milliarden Euro gestiegen.

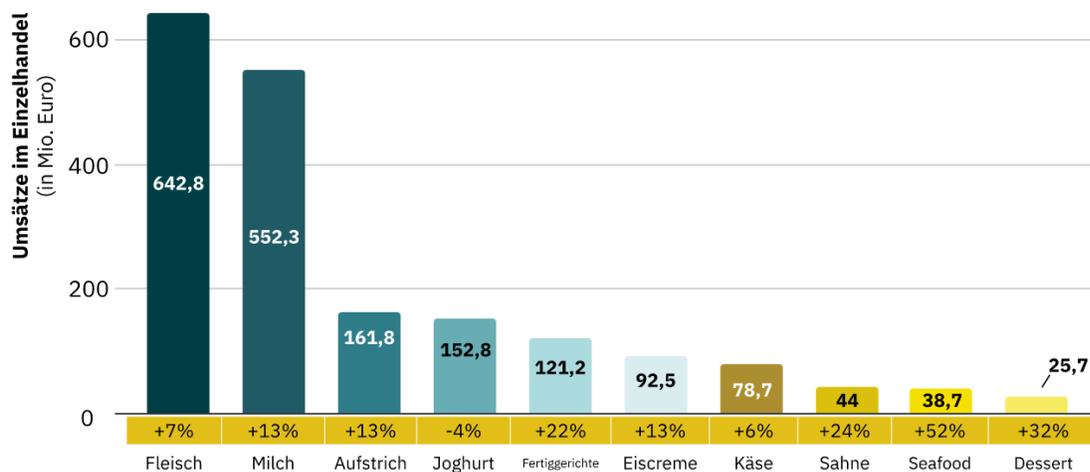
Gesamtumsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln in Mrd. Euro, 2020-2022



Kategorien

Die einzelnen Kategorien pflanzenbasierter Lebensmittel befinden sich in unterschiedlichen Entwicklungsstadien.

Umsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln nach Kategorien (in Mio. Euro), 2022



Key Insights:

- Fleisch auf pflanzlicher Basis ist die am weitesten entwickelte Kategorie im Plantbased-Bereich. Der Umsatz mit pflanzenbasiertem Fleisch betrug 2022 642 Millionen Euro, und die Kategorie verzeichnet weiterhin Wachstum.
- Der Umsatz mit pflanzlicher Milch nimmt weiter zu und belief sich im Jahr 2022 auf 552 Millionen Euro, was einem Wachstum von 43% zwischen 2020 und 2022 entspricht.
- Fast jede Kategorie im Plantbased-Bereich verzeichnete im Jahr 2022 ein Wachstum. Die am schnellsten wachsenden Kategorien waren pflanzlicher Fisch und Meeresfrüchte, pflanzliche Fertiggerichte, pflanzliche Sahne und Cremes und pflanzliche Desserts.

Umsätze und Verkäufe in den einzelnen Plantbased-Kategorie, 2022

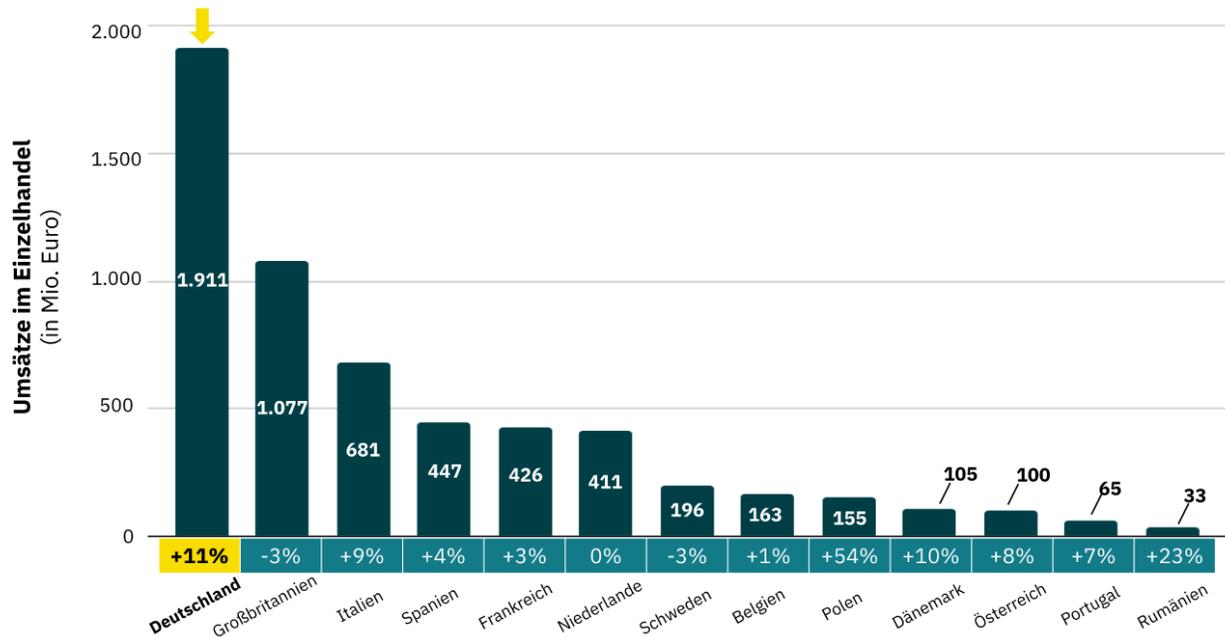
		Umsätze 2022	Umsatz Wachstum (21-22)	Umsatz Wachstum (20-22)	Verkaufte Produkte 2022	Verkäufe Wachstum (21-22)	Verkäufe Wachstum (20-22)
Fleisch		642,8 Mio. €	7%	40%	298,1 Mio.	6%	41%
Milch		552,3 Mio. €	13%	43%	356,9 Mio.	14%	48%
Aufstriche		161,8 Mio. €	13%	27%	101,4 Mio.	9%	25%
Joghurt		152,8 Mio. €	-4%	9%	94,8 Mio.	-5%	12%
Fertiggerichte		121,2 Mio. €	22%	91%	45,9 Mio.	14%	81%
Eiscreme		92,5 Mio. €	13%	15%	31,1 Mio.	17%	20%
Käse		78,7 Mio. €	6%	94%	30,8 Mio.	12%	108%
Sahne/Cremes		44,0 Mio. €	24%	72%	41,0 Mio.	13%	58%
Fisch/Meeresfrüchte		38,7 Mio. €	52%	310%	13,2 Mio.	61%	336%
Desserts		25,7 Mio. €	32%	154%	18,9 Mio.	31%	227%
Gesamt		1.91 Mrd. €	11%	42%	1.03 Mrd.	10%	43%

Icons: [Flaticon.com](https://flaticon.com)

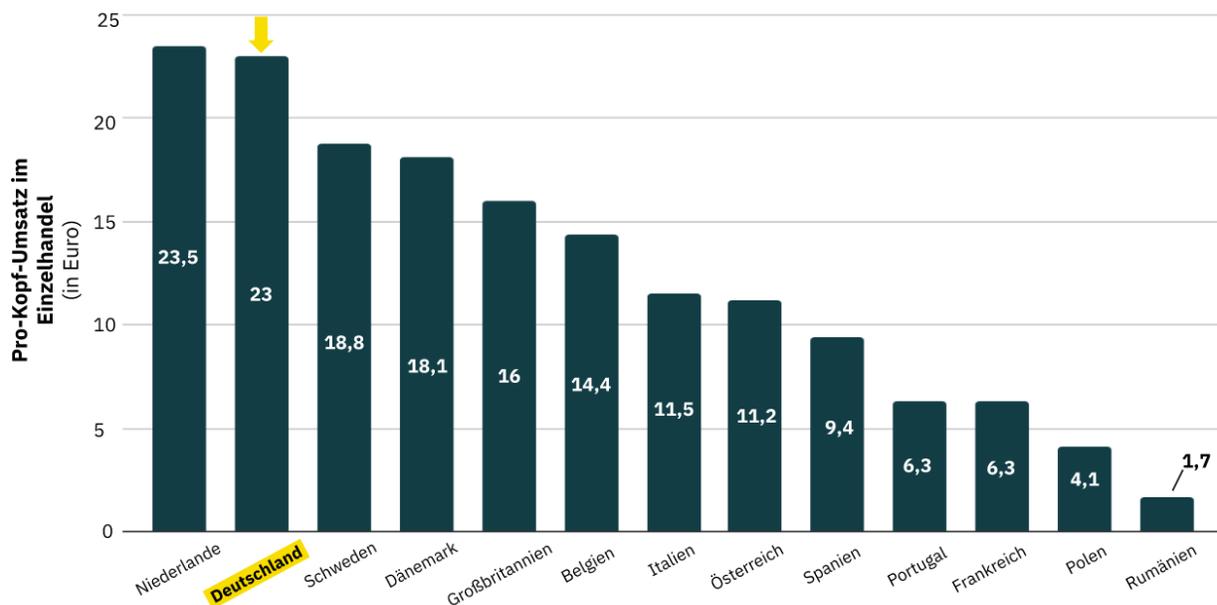
Vergleich mit anderen Ländern

Deutschland verzeichnet den höchsten Umsatz mit pflanzenbasierten Lebensmitteln in Europa und die zweithöchsten Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Lebensmittel.

Umsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln pro Land (in Mio. Euro), 2022



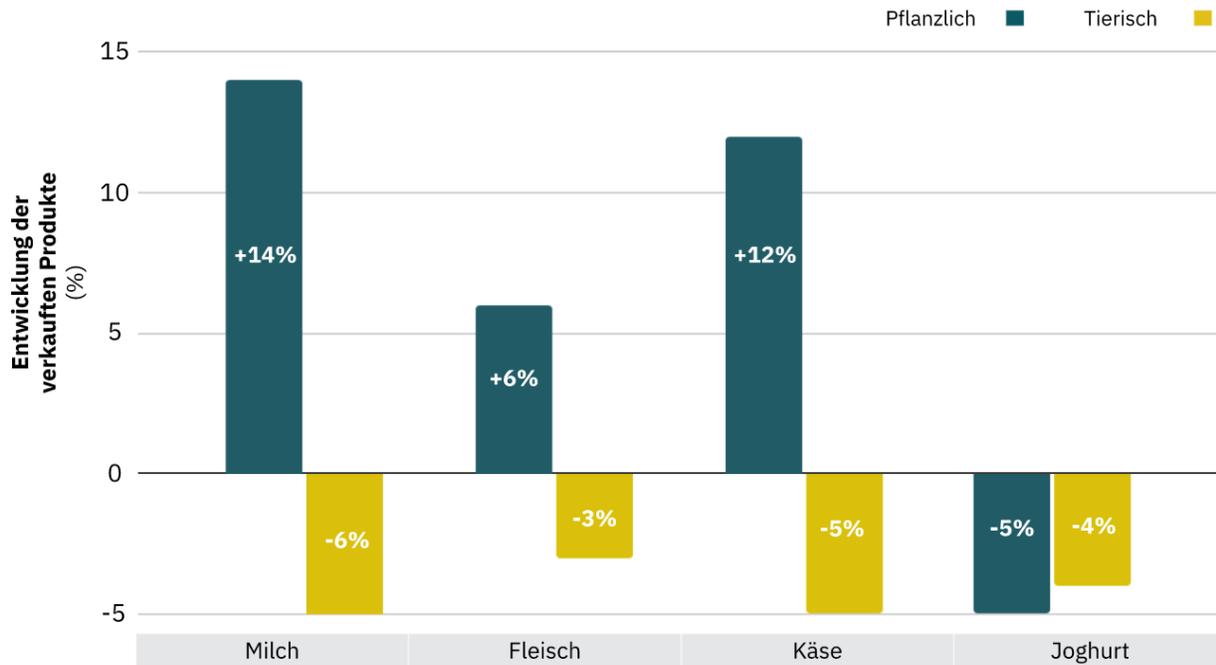
Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Lebensmittel (in Euro), 2022



Vergleich mit Lebensmitteln tierischer Herkunft

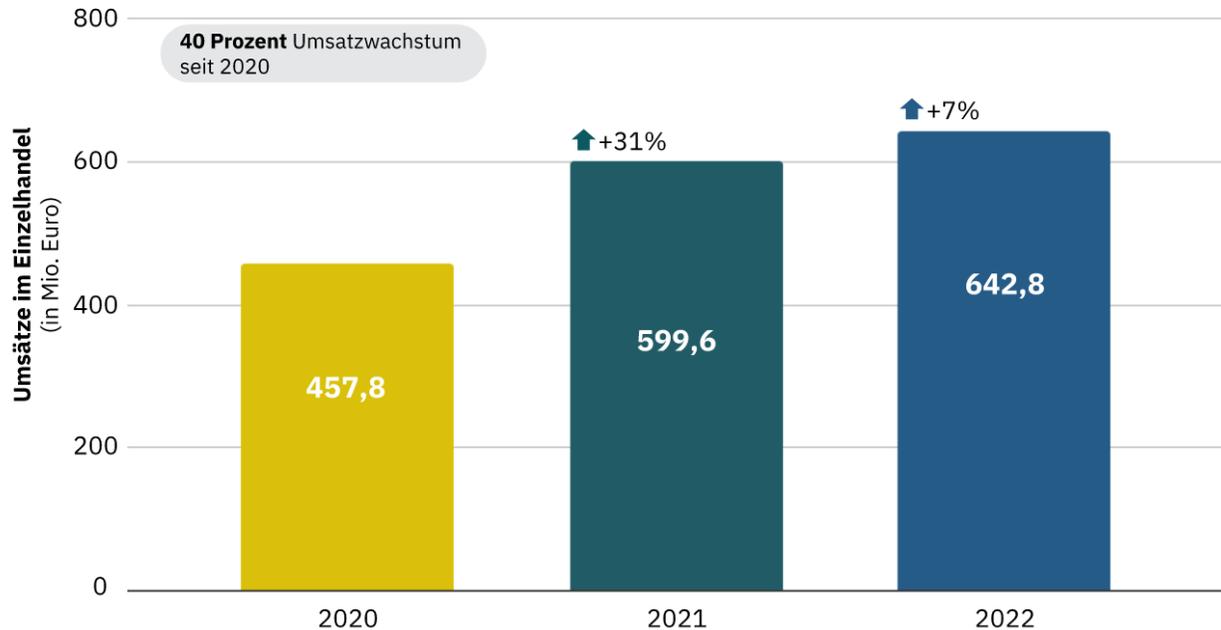
Um die Entwicklung des Marktes für pflanzenbasierte Produkte mit den tierischen Pendanten zu vergleichen, haben wir die Zahl der verkauften Produkte (statt Umsatz in Euro) herangezogen, da dies einen direkteren Vergleich ermöglicht. Im Jahr 2022 wuchs die Zahl der verkauften Produkte in fast allen pflanzenbasierten Kategorien, während die Verkäufe bei den tierischen Lebensmitteln zurückgingen.

Entwicklung der verkauften Produkte: pflanzlich vs. tierisch, 2021-2022



Pflanzliches Fleisch¹

Umsatz mit pflanzlichem Fleisch in Mio. Euro, 2020-2022



Key Insights:

- Der Umsatz mit Fleisch auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 40%, im selben Zeitraum nahm die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie um 41% zu.
- Im Vergleich dazu ging die Zahl der Verkäufe im Bereich vorverpacktes Fleisch aus der Tierhaltung zwischen 2020 und 2022 um 13% zurück.
- Was den durchschnittlichen Preis pro Produkt betrifft, war die Kategorie pflanzliches Fleisch weniger stark von Inflation und Preiserhöhungen betroffen: Der durchschnittliche Preis für pflanzenbasiertes Fleisch nahm um 1 Prozent zu, während der Preis für vorverpacktes konventionelles Fleisch um 15% stieg.

¹ Die Kategorie pflanzenbasiertes Fleisch umfasst sowohl Analoga (Produkte, die das Aussehen und den Geschmack von tierischem Fleisch imitieren) als auch Nicht-Analoga (zum Beispiel Patties auf pflanzlicher Basis). Tofu und Seitan sind nicht in dieser Kategorie enthalten.

Einblicke in die Unterkategorien:

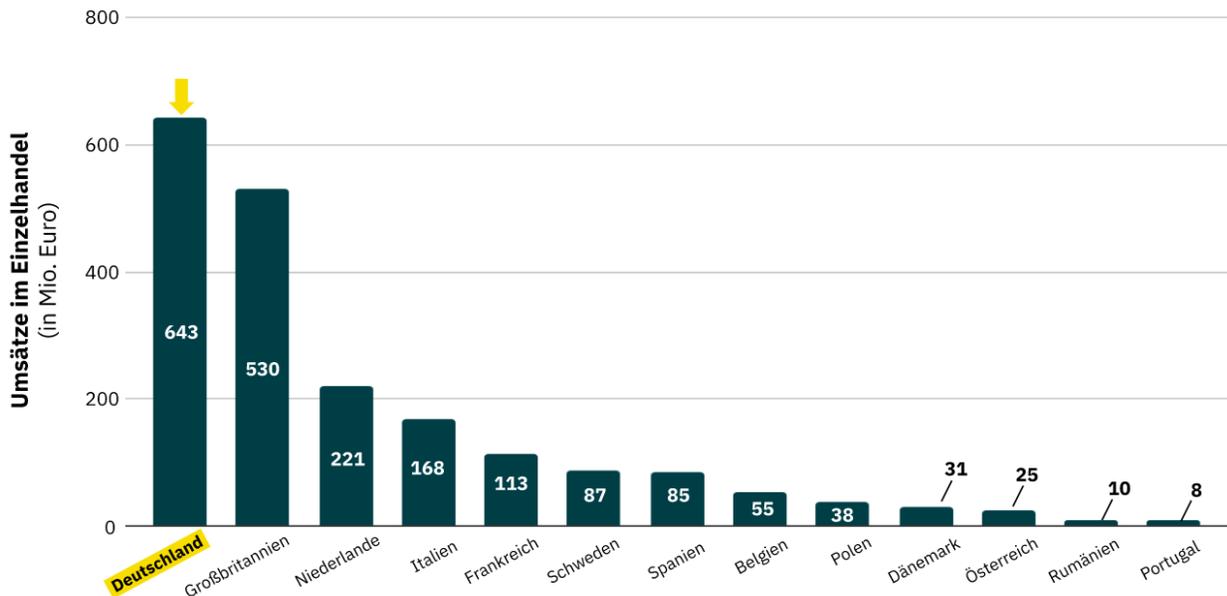
- Pflanzliches Fleisch im Kühlregal hat 2022 mit 95% den größten Teil der Kategorie pflanzliches Fleisch ausgemacht. Auf gefrorenes pflanzenbasiertes Fleisch entfielen die verbleibenden 5 Prozent.
- Fleischzubereitungen wie Burger, Hackfleisch und Nuggets haben zusammen 60% des Umsatzes ausgemacht, auf Aufschnitt entfielen 22%, auf Wurst 13%.

Vergleich mit anderen Ländern

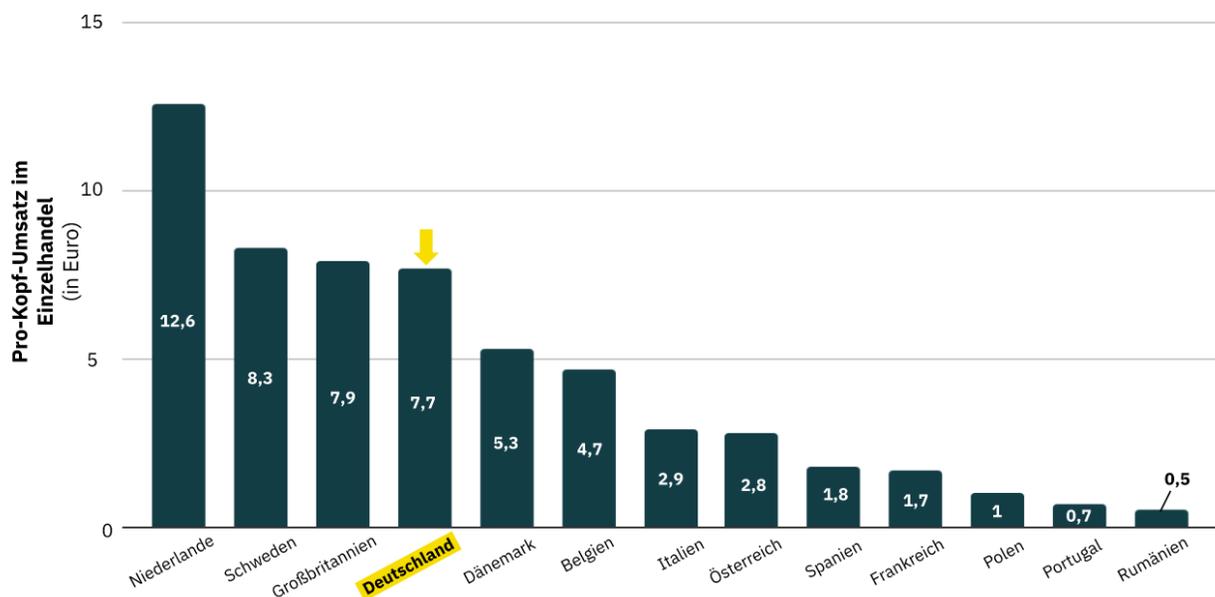
Deutschland hat den größten Markt für pflanzenbasiertes Fleisch in Europa.

Bei den durchschnittlichen Ausgaben für pflanzliches Fleisch pro Kopf liegt Deutschland in Europa an vierter Stelle.

Umsatz mit pflanzlichem Fleisch pro Land (in Mio. Euro), 2022

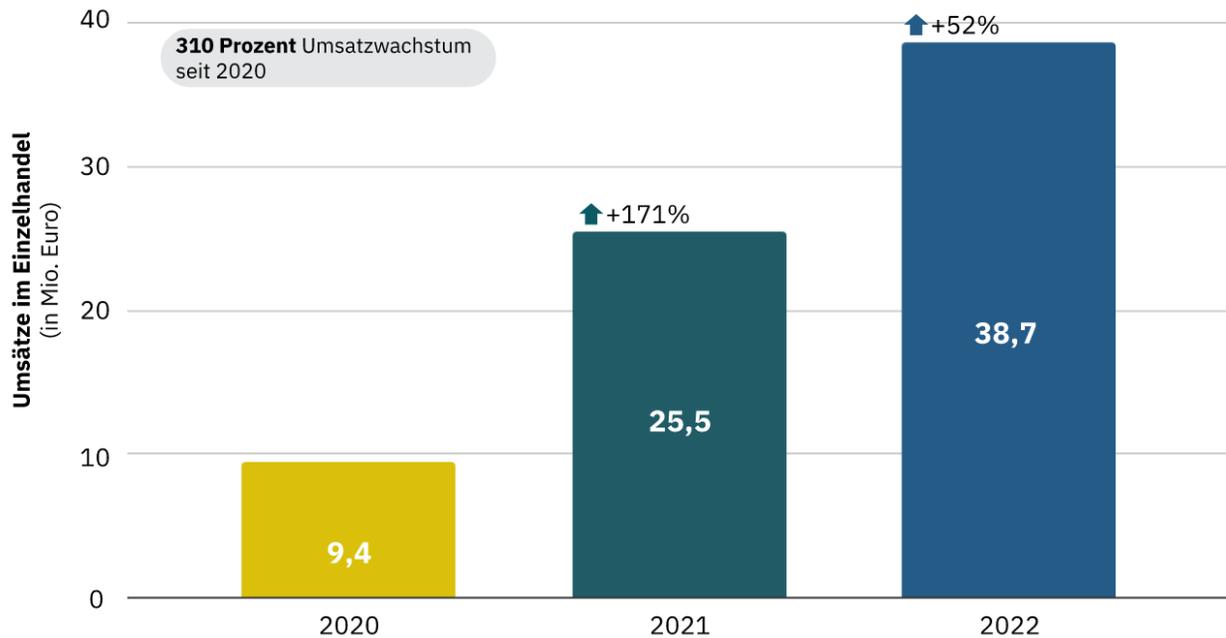


Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasiertes Fleisch (in Euro), 2022



Pflanzlicher Fisch und pflanzliche Meeresfrüchte

Umsatz mit pflanzlichem Seafood in Mio. Euro, 2020-2022

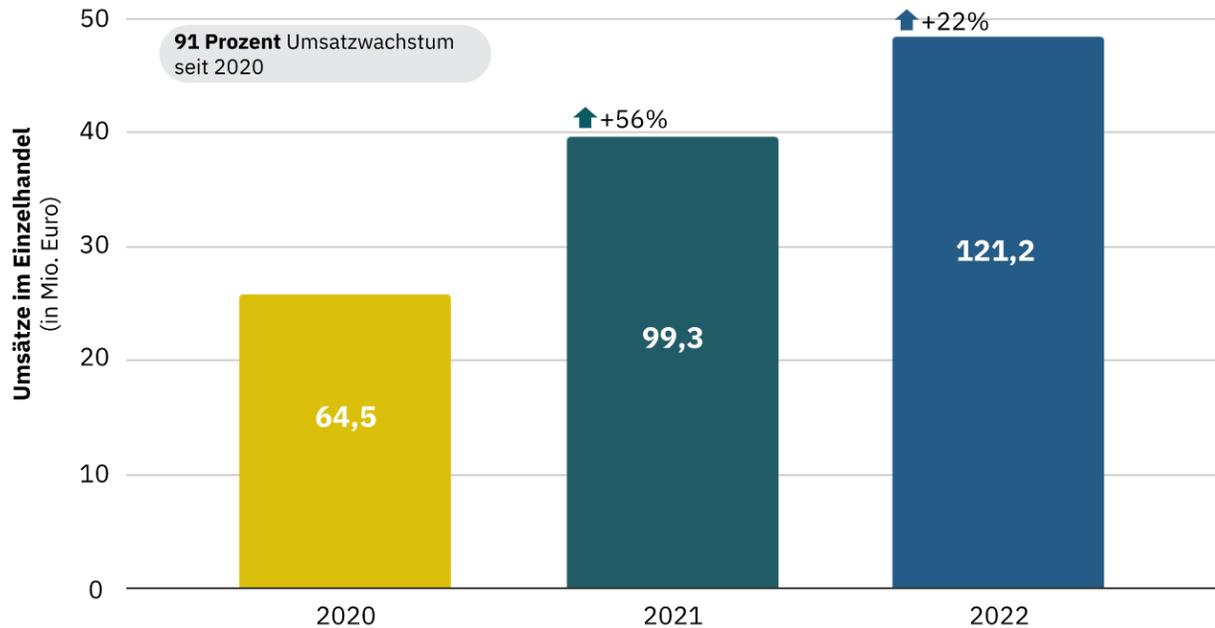


Key insights:

- Der Umsatz mit Fisch und Meeresfrüchten auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 310%.
- Die Zahl der verkauften Produkte in der Kategorie Fisch und Meeresfrüchte auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 336%.
- Der Durchschnittspreis für Produkte in der Kategorie Fisch und Meeresfrüchte auf pflanzlicher Basis ging 2022 in Deutschland um 6% zurück.

Pflanzliche Fertiggerichte²

Umsatz mit pflanzlichen Fertiggerichten in Mio. Euro, 2020-2022



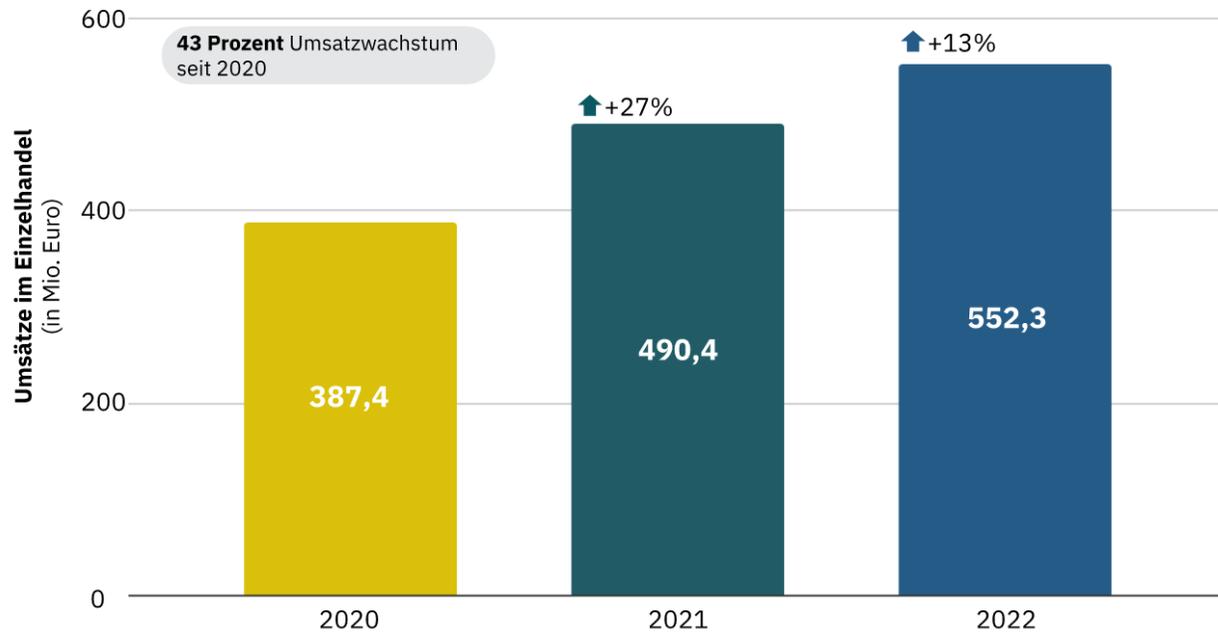
Key insights:

- Der Umsatz mit pflanzlichen Fertigmahlzeiten in Deutschland stieg zwischen 2020 und 2022 um 91%.
- Die Zahl der verkauften pflanzenbasierten Fertiggerichte stieg zwischen 2020 und 2022 um 81%.
- Der durchschnittliche Preis für ein pflanzenbasiertes Fertiggericht in Deutschland stieg 2022 um 7%.

² Die Kategorie pflanzenbasierter Fertiggerichte umfasst gekühlte, tiefgekühlte und haltbar gemachte Fertiggerichte wie Sandwiches, Lasagne und Gemüsegerichte.

Pflanzliche Milch

Umsatz mit pflanzlicher Milch in Mio. Euro, 2020-2022



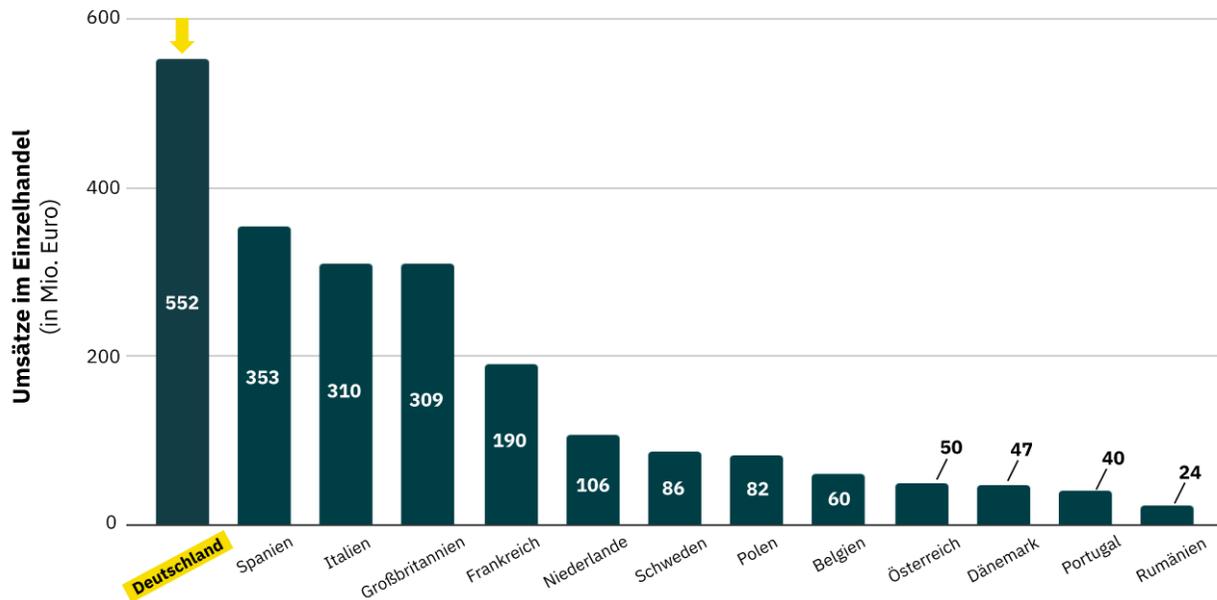
Key insights:

- Der Umsatz mit pflanzlicher Milch in Deutschland stieg zwischen 2020 und 2022 um 43%, während die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie im selben Zeitraum um 48% zunahm.
- Im Vergleich dazu ging die Zahl der verkauften Produkte im Bereich Kuhmilch zwischen 2020 und 2022 um 12% zurück.
- Was den durchschnittlichen Preis pro Einheit betrifft, so war die Kategorie Pflanzenmilch im Jahr 2022 weniger stark von Inflation und Preiserhöhungen betroffen: Der Durchschnittspreis für pflanzliche Milch sank um 1,5%, während die Preise für konventionelle Milch um 19% stiegen.
- Im Jahr 2022 hatte pflanzliche Milch in Deutschland einen Anteil von 13% am gesamten deutschen Milchmarkt, gegenüber 10% im Jahr 2020.

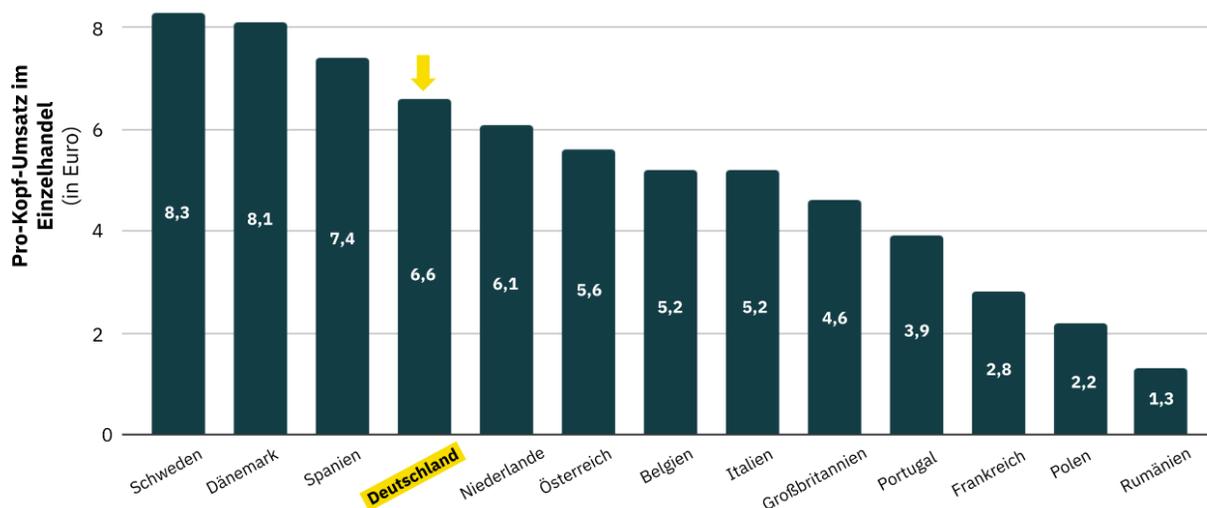
Vergleich mit anderen Ländern

Deutschland verzeichnet den höchsten Umsatz mit pflanzlicher Milch in Europa. In Bezug auf die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzliche Milch liegt Deutschland an vierter Stelle.

Umsatz mit pflanzlicher Milch pro Land (in Mio. Euro), 2022

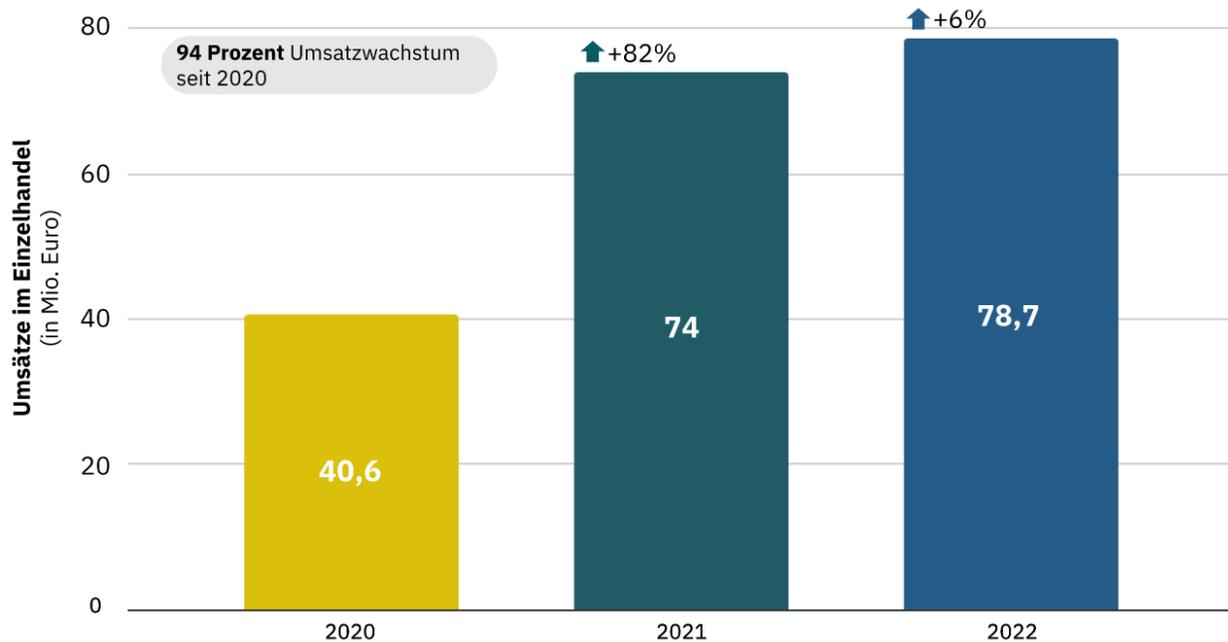


Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Milch (in Euro), 2022



Pflanzlicher Käse

Umsatz mit pflanzlichem Käse in Mio. Euro, 2020-2022



Key insights:

- Der Umsatz mit Käse auf pflanzlicher Basis in Deutschland stieg zwischen 2020 und 2022 um 94%, die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie stieg im selben Zeitraum um 108%.
- Im Vergleich dazu sank die Zahl der verkauften Produkte in der Kategorie Käse aus Kuhmilch zwischen 2020 und 2022 um 7%.
- Was den durchschnittlichen Preis eines Produktes angeht, so war die Kategorie pflanzlicher Käse im Jahr 2022 weniger stark von Inflation und Preiserhöhungen betroffen: Der durchschnittliche Preis für pflanzlichen Käse sank um 5%, während die Preise für Käse aus Kuhmilch um 15% stiegen.
- Im Jahr 2022 hatte Käse auf pflanzlicher Basis in Deutschland einen Anteil von gerade einmal 1% am gesamten Käsemarkt.

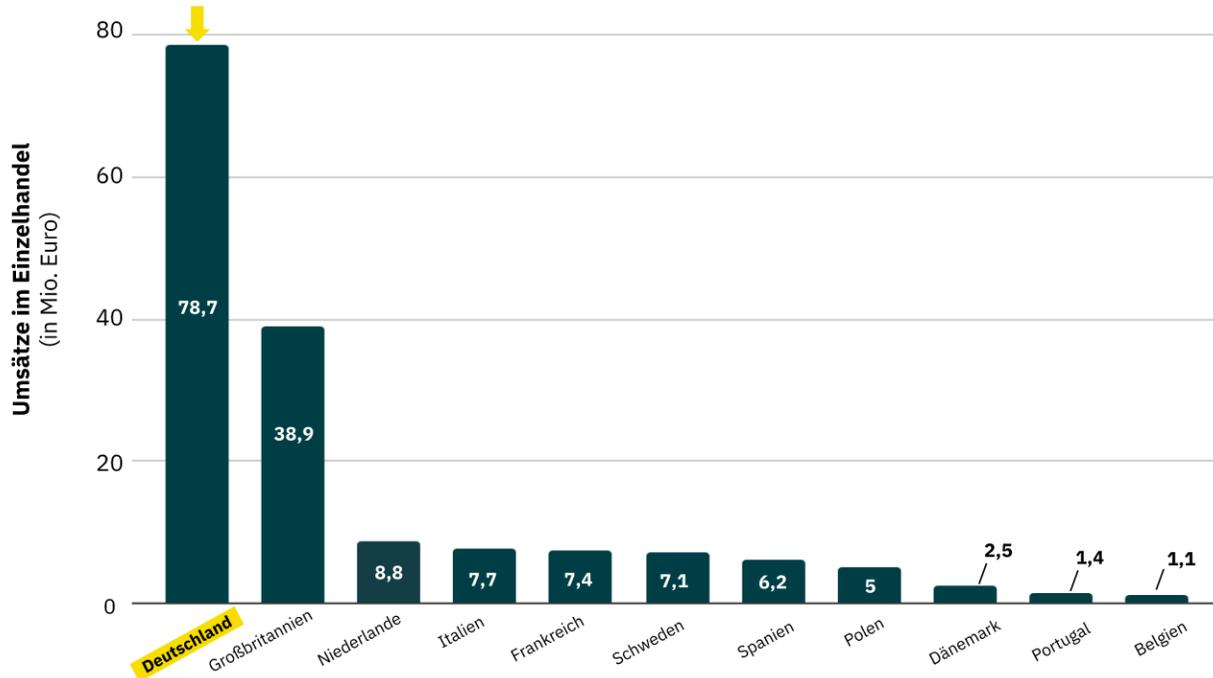
Einblicke in die Unterkategorien:

- Die meistverkauften pflanzlichen Käseformate sind fester Käse, der 55% des Umsatzes ausmacht, gefolgt von geriebenem Käse (23%) und Feta (13%).

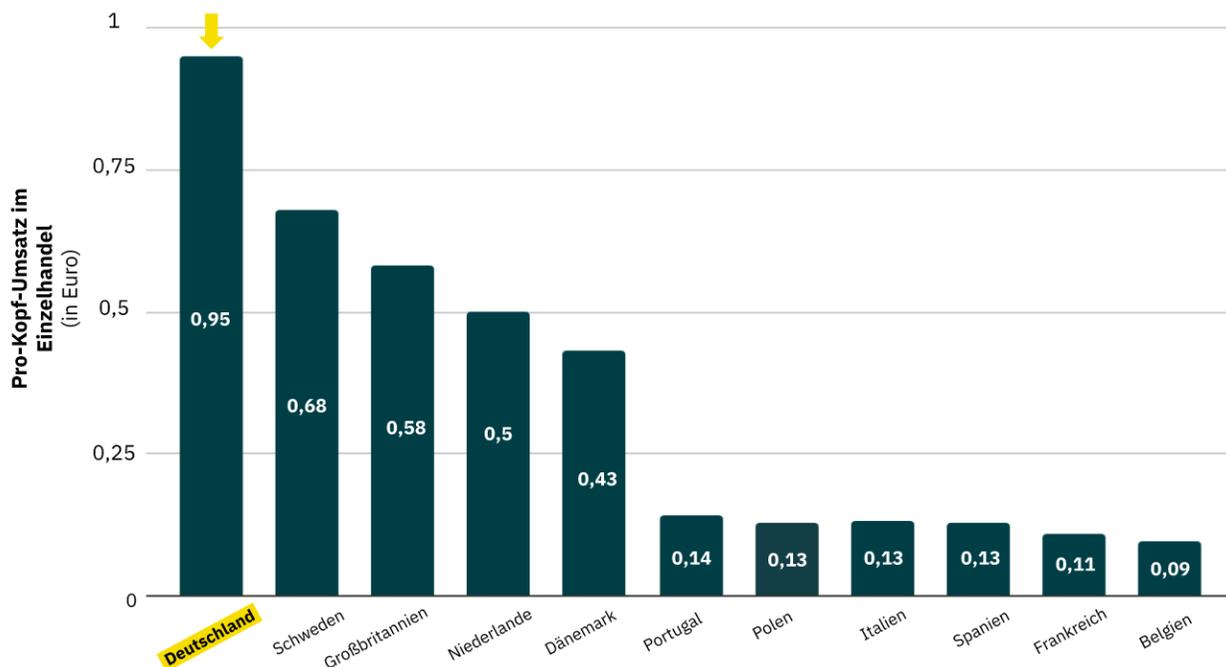
Vergleich mit anderen Ländern

Deutschland verzeichnet den mit Abstand höchsten Umsatz mit pflanzlichem Käse in Europa und die höchsten Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzlichen Käse.

Umsatz mit pflanzlichem Käse pro Land (in Mio. Euro), 2022

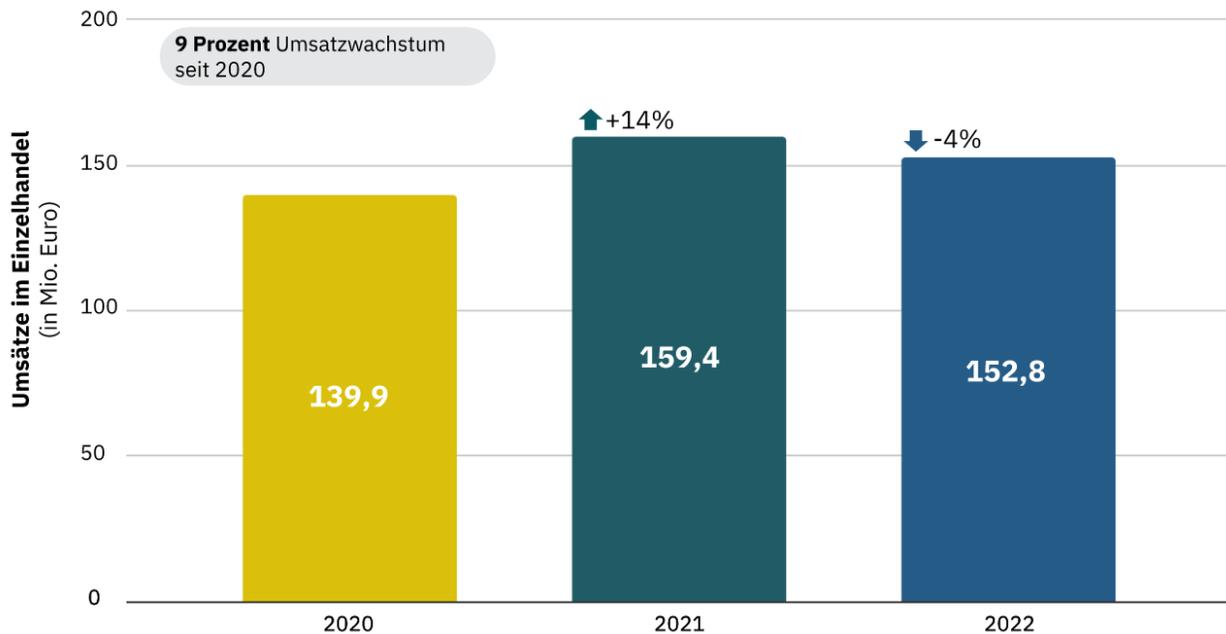


Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierten Käse (in Euro), 2022



Pflanzlicher Joghurt

Umsatz mit pflanzlichem Joghurt in Mio. Euro, 2020-2022



Key insights:

- Der Umsatz mit Joghurt auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 9%, die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie um 12%.
- Im Vergleich dazu ging die Zahl der verkauften Produkte im Bereich Joghurt aus Kuhmilch seit 2020 um 7% zurück.
- Der durchschnittliche Preis für pflanzlichen Joghurt stieg 2022 in Deutschland um 1%, der von Joghurt aus Kuhmilch um 11%.
- Im Jahr 2022 hatte pflanzlicher Joghurt in Deutschland einen Anteil von 5% am Gesamtmarkt für Joghurt.

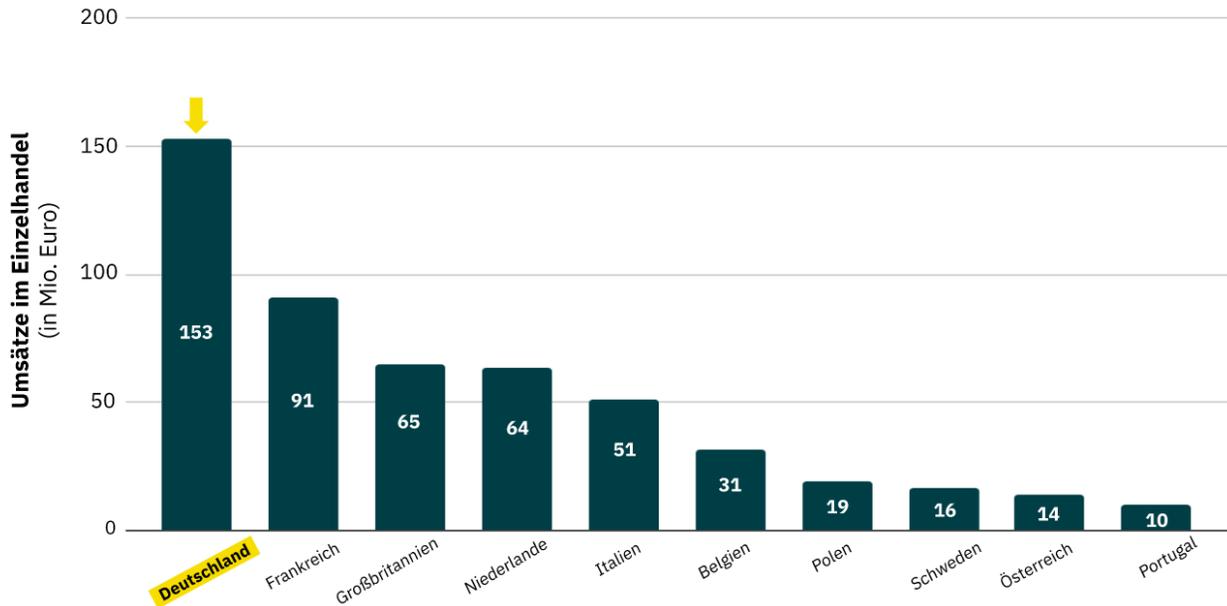
Einblicke in die Unterkategorien:

- Auf Naturjoghurt sind 2022 rund 55% des Umsatzes in der Kategorie entfallen, gefolgt von Fruchtjoghurt (44%) und Trinkjoghurt (1%).

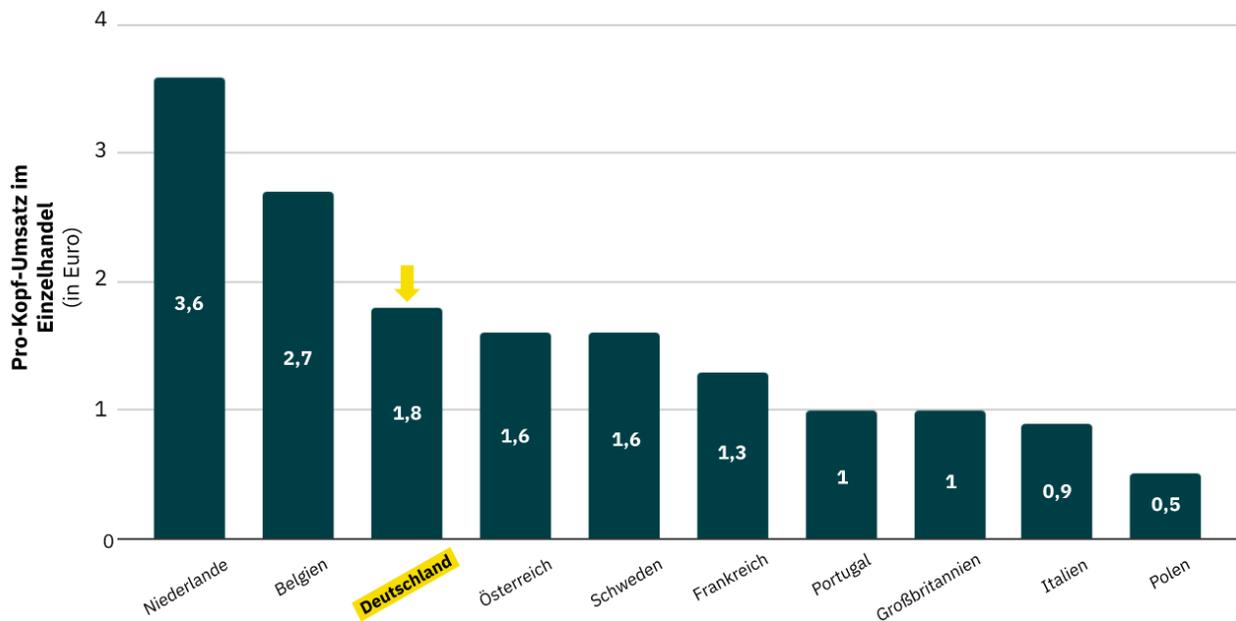
Vergleich mit anderen Ländern

Deutschland verzeichnet den höchsten Umsatz mit pflanzlichem Joghurt in Europa. Bei den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzlichen Joghurt liegt Deutschland an dritter Stelle.

Umsatz mit pflanzlichem Joghurt pro Land (in Mio. Euro), 2022

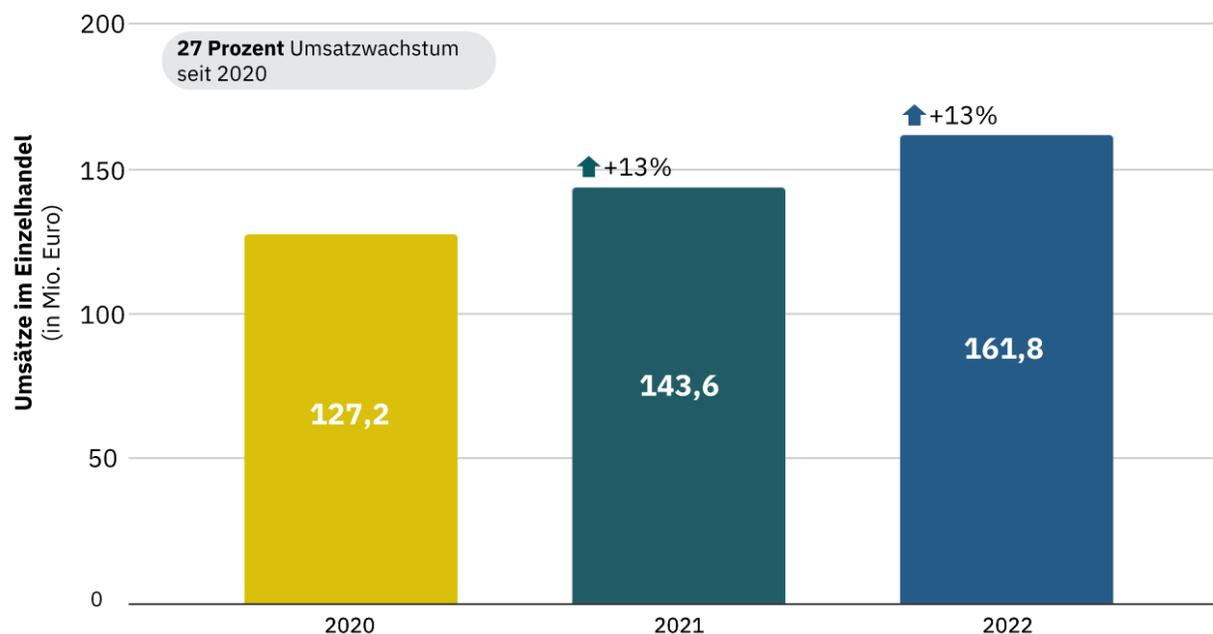


Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierten Joghurt (in Euro), 2022



Pflanzliche Aufstriche³

Umsatz mit pflanzlichen Aufstrichen in Mio. Euro, 2020-2022



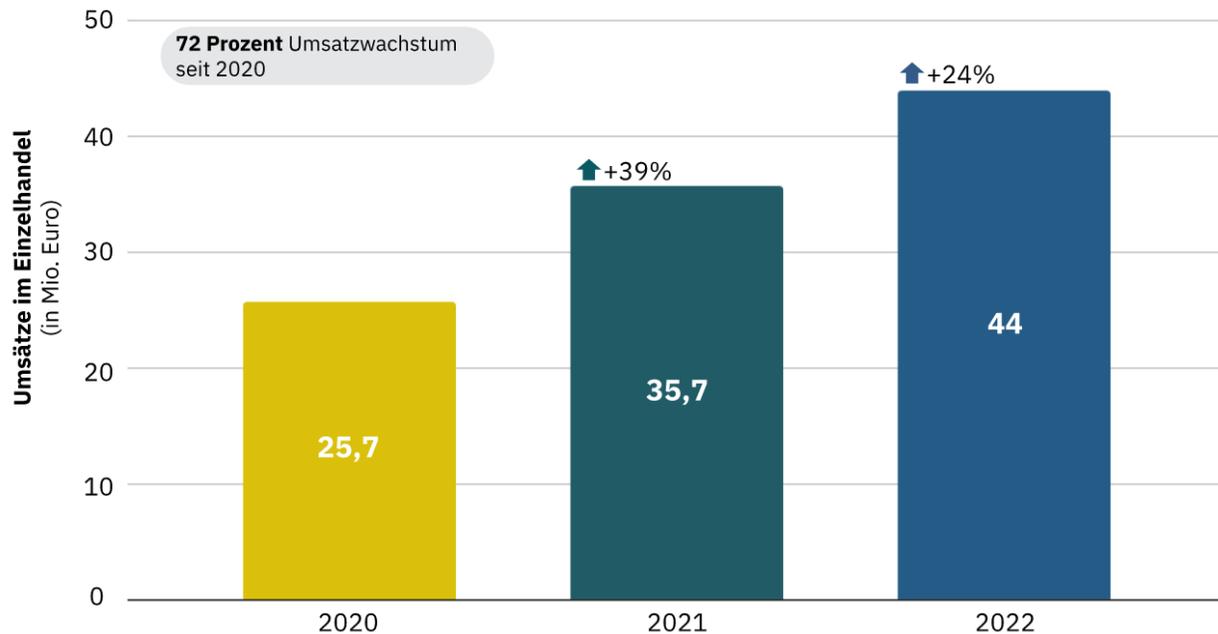
Key insights:

- Der Umsatz mit pflanzlichen Aufstrichen in Deutschland stieg zwischen 2020 und 2022 um 27%.
- Die Zahl der verkauften Produkte im Bereich Aufstriche stieg zwischen 2020 und 2022 um 25%.
- Der durchschnittliche Preis für pflanzliche Aufstriche in Deutschland stieg 2022 um 3%.

³ Die Kategorie umfasst streichbare Brotaufstriche aus Gemüse und Hummus sowie Milchalternativen wie pflanzlichen Frischkäse.

Pflanzliche Sahne und Cremes

Umsatz mit pflanzlicher Sahne und pflanzlichen Cremes in Mio. Euro, 2020-2022

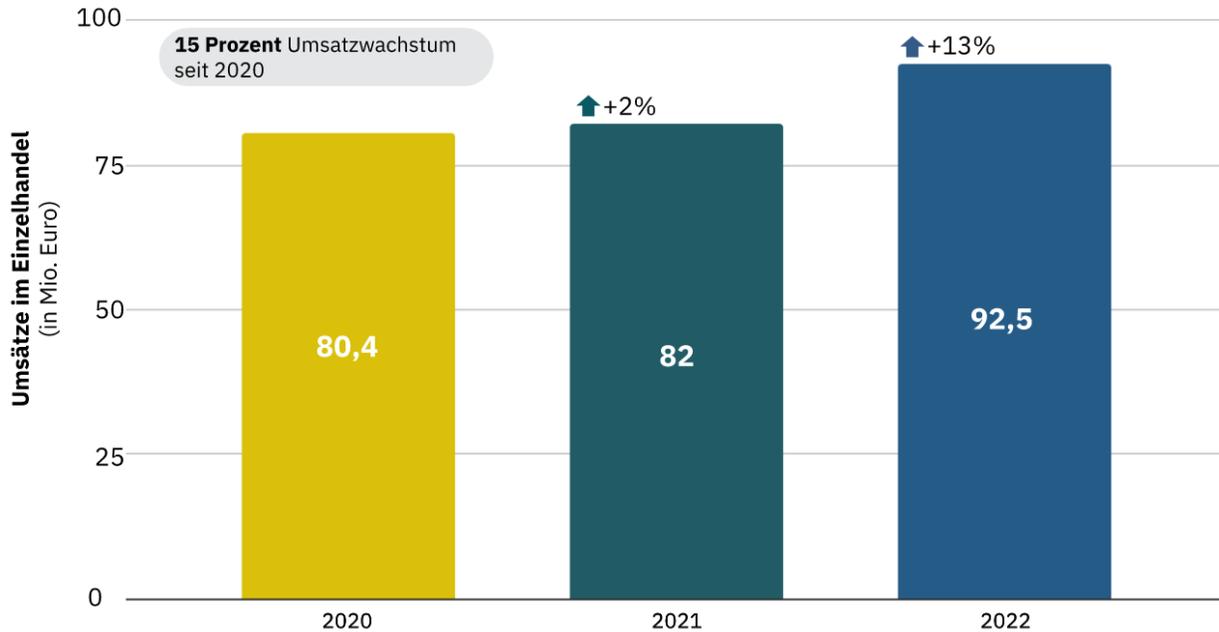


Key insights:

- Der Umsatz mit Sahne und Cremes auf pflanzlicher Basis stieg in Deutschland zwischen 2020 und 2022 um 72%.
- Im Hinblick auf die verkauften Produkte in dieser Kategorie wuchs der Markt zwischen 2020 und 2022 um 58%.
- Der durchschnittliche Preis für pflanzliche Sahne und Cremes stieg im Jahr 2022 um 9%.

Pflanzliche Eiscreme

Umsatz mit pflanzlicher Eiscreme in Mio. Euro, 2020-2022

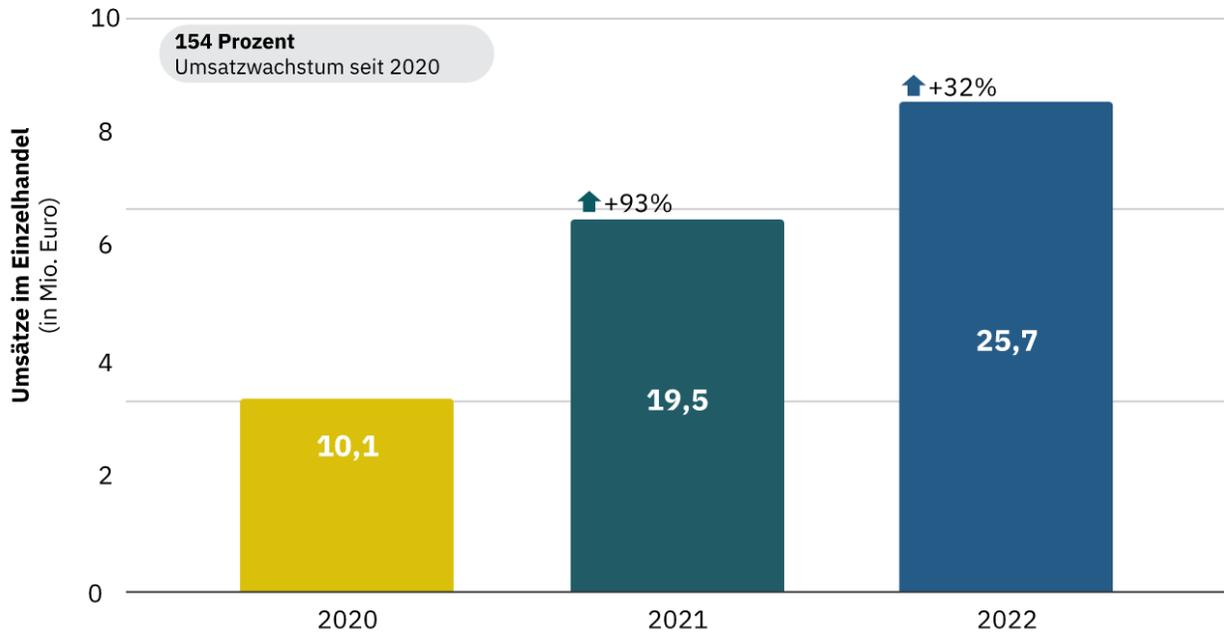


Key insights:

- Der Umsatz mit Speiseeis auf pflanzlicher Basis stieg in Deutschland zwischen 2020 und 2022 um 15%.
- Die Zahl der verkauften Speiseeis-Produkte auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 20%.
- Der durchschnittliche Preis für Speiseeis auf pflanzlicher Basis ging im Jahr 2022 in Deutschland um 4% zurück.

Pflanzliche Desserts⁴

Umsatz mit pflanzlichen Desserts in Mio. Euro, 2020-2022



Key insights:

- Der Umsatz mit pflanzlichen Desserts in Deutschland stieg zwischen 2020 und 2022 um 154%.
- Die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie wuchs zwischen 2020 und 2022 um 227%.
- Der durchschnittliche Preis in der Kategorie pflanzliche Desserts stieg im Jahr 2022 leicht um 0,4%.

⁴ Die Kategorie pflanzliche Desserts umfasst im Wesentlichen Puddings auf pflanzlicher Basis.

Schlussbemerkung

„Der europäische Einzelhandelsmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Das liegt vor allem daran, dass Unternehmen bessere pflanzenbasierte Produkte entwickelt und auf den Markt gebracht haben. Dies ist ein guter Schritt auf dem Weg zur Lösung der Probleme, die durch die industrielle Tierhaltung verursacht werden. Um dieses Wachstum aufrechtzuerhalten, braucht es aber weitere Innovationen, um pflanzliche Produkte zu entwickeln, die den Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf Geschmack, Preis und Verfügbarkeit entsprechen. Die GFI-Datenbank [Advancing Solutions for Alternative Proteins](#) verschafft einen Überblick über die Innovationsprioritäten im Plantbased-Bereich.“

*Carlotte Lucas, Senior Corporate
Engagement Manager
The Good Food Institute Europe*



Methodische Anmerkung

Um den deutschen Einzelhandelsmarkt für pflanzliche Lebensmittel zu vermessen, hat GFI Europe Daten zur Marktentwicklung beim Marktforschungsunternehmen NielsenIQ erworben. Die Analyse in diesem Bericht basiert auf den NielsenIQ-Daten für die Kategorien Total Plantbased, Total Plantbased Dairy und Total Pre-packaged Plantbased Meat für die Zeiträume von 52 Wochen, 104 Wochen und 156 Wochen bis zum 31. Dezember 2022 für den deutschen Markt. Die Produktkategorien wurden von GFI Europe gebildet, daher kann es sein, dass die in diesem Bericht dargestellten Daten nicht überall mit den Standardkategorien von NielsenIQ übereinstimmen. Copyright © 2022, Nielsen Consumer, LLC.

Über das Good Food Institute

Das Good Food Institute Europe ist eine internationale Nichtregierungsorganisation, die alternative Proteinquellen vorantreibt, um das globale Ernährungssystem nachhaltiger, sicherer und gerechter zu machen. Das Good Food Institute arbeitet mit Wissenschaft, Unternehmen und Politik daran, pflanzenbasierte und kultivierte Fleisch-, Fisch-, Eier-, Milchprodukte zu fördern, so dass diese schmackhaft, günstig und überall in Europa erhältlich sind. Indem wir Fleisch aus Pflanzen herstellen und aus Zellen züchten, können wir die Umweltauswirkungen unseres Ernährungssystems verringern und mehr Menschen mit weniger Ressourcen ernähren. Die Arbeit des Good Food Institute wird vollständig aus Spenden finanziert.

Kontakt

Carlotte Lucas

Senior Corporate Engagement Manager, GFI Europe

carlottel@gfi.org