

6. Hochschulforum „Ökonomie und Innovation in der Agrar- und Ernährungswirtschaft“ virtuell am 06. Mai 2021

Thema: Analyse des Marktpotentials von veganen Fleischersatzprodukten am Fallbeispiel ME-AT

Autor*innen: Raphaela Kießler, Teresa Knott, Jasmin Leib, Antonia Wolf

Abstract

Durch das sich verändernde Ernährungsbewusstsein der Gesellschaft gewinnen vegane Fleischersatzprodukte zunehmend an Bedeutung auf dem deutschen Nahrungsmittelmarkt. In Sensorik und Ernährungsphysiologie sind die veganen Fleischersatzprodukte an die entsprechenden Fleischprodukte angelehnt. In diesem jungen Marktsegment ist auch das Start-Up ME-AT aktiv. Hinsichtlich der Treibhausgasemissionen sind die Emissionen einer veganen Ernährung niedriger als die der mischköstlichen Ernährung. Diesen Effekt bei Ersatzprodukten gegenüber Fleisch zeigt eine Ökobilanz von Beyond Burger.

Insgesamt geht der Verzehr von Fleisch in Deutschland zurück, wohingegen der Absatz von Fleischersatzprodukten steigt. Unter Personen, die ihren Fleischkonsum reduzieren, sind junge, weibliche Personengruppen mit hohem Bildungsabschluss überdurchschnittlich vertreten. Die Gründe, warum sich Personen für vegane Fleischersatzprodukte entscheiden, liegen vorwiegend in den Bereichen Umwelt, Ethik und Gesundheit. Die auf dem Markt verfügbaren Produkte werden durch Marktakteure aus verschiedenen Bereichen produziert. Die Produkte aus diesem Angebot integriert der LEH unter Herstellermarken als auch Handelsmarken in das Sortiment.

Ergänzend zu den ermittelten Daten für den Stand und die Entwicklung des Marktes dient eine quantitative Online-Befragung innerhalb des Forschungsprojektes dazu, die Akzeptanz und den Verzehr veganer Fleischalternativen zu ermitteln. Die Befragung mit einer Stichprobe von 1.147 Teilnehmenden zeigt, dass ein Großteil der Personen vegane Fleischersatzprodukte bereits konsumiert hat, überwiegend um diese zu testen. Eine Darstellung der Entscheidungsgründe für vegane Alternative führt Umwelt, Tierschutz, Ethik und Gesundheit als relevanteste Kriterien auf. Gewünschte Produktattribute sind allem voran guter Geschmack und natürliche Inhaltsstoffe. An Stelle von Soja werden als Rohstoff Gemüse und Hülsenfrüchte favorisiert. Die Ergebnisse führen zu der Annahme, dass das Marktsegment der veganen Fleischersatzprodukte zukünftig eine relevante Rolle einnimmt. Zielgruppe sind dabei sich flexitarisch ernährende Personen. Da das Marktsegment im LEH gegenwärtig gesättigt ist, sollten Unternehmen weitere Absatzkanäle nutzen.