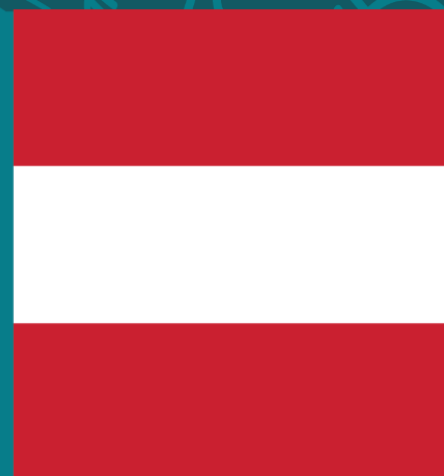


# Österreich: Entwicklung des Marktes für pflanzliche Lebensmittel im Einzelhandel

---

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%
<b>Gesamt</b>	<b>5,8 Mrd. €</b>	<b>6%</b>	<b>21%</b>	<b>2,9 Mrd.</b>	<b>4%</b>	<b>21%</b>

### Der österreichische Markt für pflanzliche Lebensmittel ist 99,6 Millionen Euro groß.

Innerhalb Europas gehört der österreichische Einzelhandelsmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel zu den kleineren Märkten. Dennoch zeigt die Marktentwicklung, dass die Nachfrage bei den Verbraucher:innen rapide wächst. Zwischen 2020 und 2022 ist der Umsatz um 22% auf 99,6 Millionen Euro gestiegen.

Pflanzliche Milch ist die in Österreich am weitesten entwickelte Kategorie und konnte zwischen 2020 und 2022 ein stetiges Wachstum verzeichnen. Der Umsatz mit Fleisch auf pflanzlicher Basis nimmt weiter zu und ist zwischen 2020 und 2022 um 27% gestiegen. Fisch und Meeresfrüchte auf pflanzlicher Basis gehören zu den am wenigsten entwickelten Bereichen, die Kategorie weist aber das höchste Wachstum auf.

**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

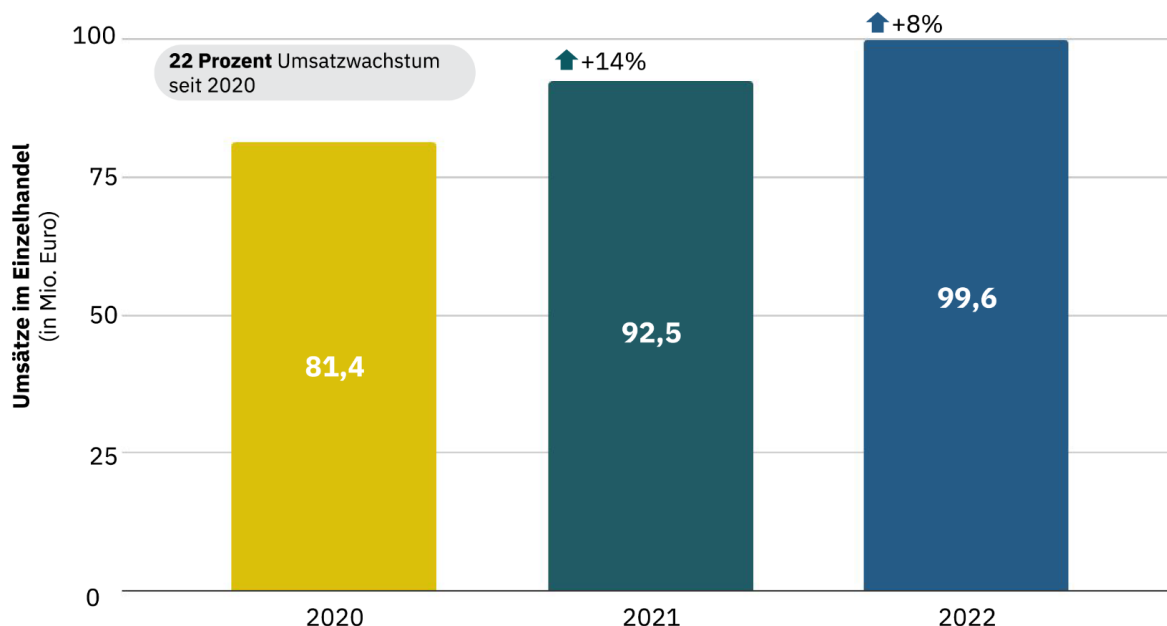
---

<b>Zusammenfassung</b>	<b>2</b>
<b>Gesamtmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel</b>	<b>5</b>
Kategorien	5
Vergleich mit anderen Ländern	7
Vergleich mit Lebensmitteln tierischer Herkunft	8
<b>Pflanzliches Fleisch</b>	<b>9</b>
<b>Pflanzlicher Fisch und pflanzenbasierte Meeresfrüchte</b>	<b>11</b>
<b>Pflanzliche Milch</b>	<b>12</b>
<b>Pflanzlicher Joghurt</b>	<b>14</b>
<b>Pflanzliche Sahne und Cremes</b>	<b>16</b>
<b>Pflanzliche Desserts</b>	<b>17</b>
<b>Schlussbemerkung</b>	<b>18</b>
<b>Methodische Anmerkung</b>	<b>19</b>

# Gesamtmarkt für pflanzenbasierte Lebensmittel

Der Umsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln ist 2022 in Österreich um 8% auf 99,6 Millionen Euro gestiegen.

## Gesamtumsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln in Mio. Euro, 2020-2022



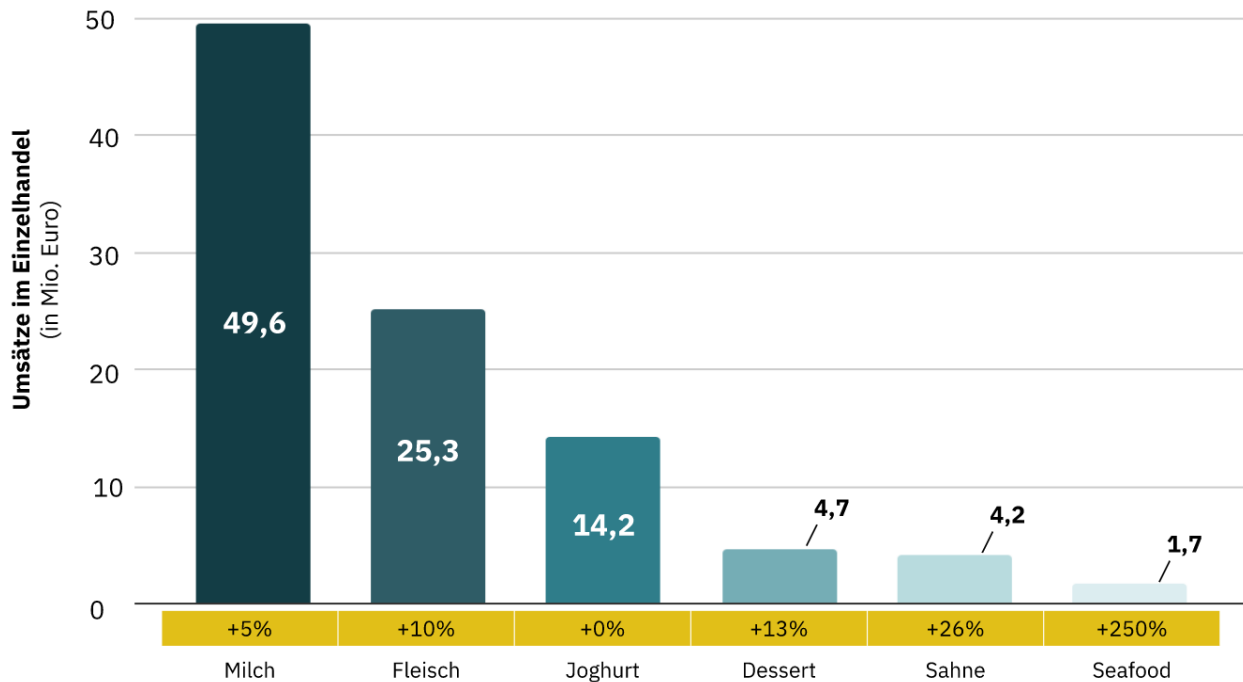
## Marktentwicklung im Bereich pflanzenbasierter Lebensmittel

	Umsätze 2022	Umsatz Wachstum (21-22)	Umsatz Wachstum (20-22)	Verkaufte Produkte 2022	Verkäufe Wachstum (21-22)	Verkäufe Wachstum (20-22)
Milch	49,6 Mio. €	5%	18%	25,0 Mio.	4%	21%
Fleisch	25,3 Mio. €	10%	27%	9,5 Mio.	9%	26%
Joghurt	14,2 Mio. €	0%	6%	7,7 Mio.	-2%	12%
Dessert	4,7 Mio. €	13%	28%	2,3 Mio.	4%	21%
Sahne	4,2 Mio. €	26%	79%	3,4 Mio.	12%	59%
Fisch/Meeresfrüchte	1,7 Mio. €	250%	1.327%	0,5 Mio.	241%	1.078%
<b>Gesamt</b>	<b>99,6 Mio. €</b>	<b>8%</b>	<b>22%</b>	<b>48,3 Mio.</b>	<b>5%</b>	<b>24%</b>

## Kategorien

Die einzelnen Kategorien pflanzenbasierter Lebensmittel befinden sich in unterschiedlichen Entwicklungsstadien.

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



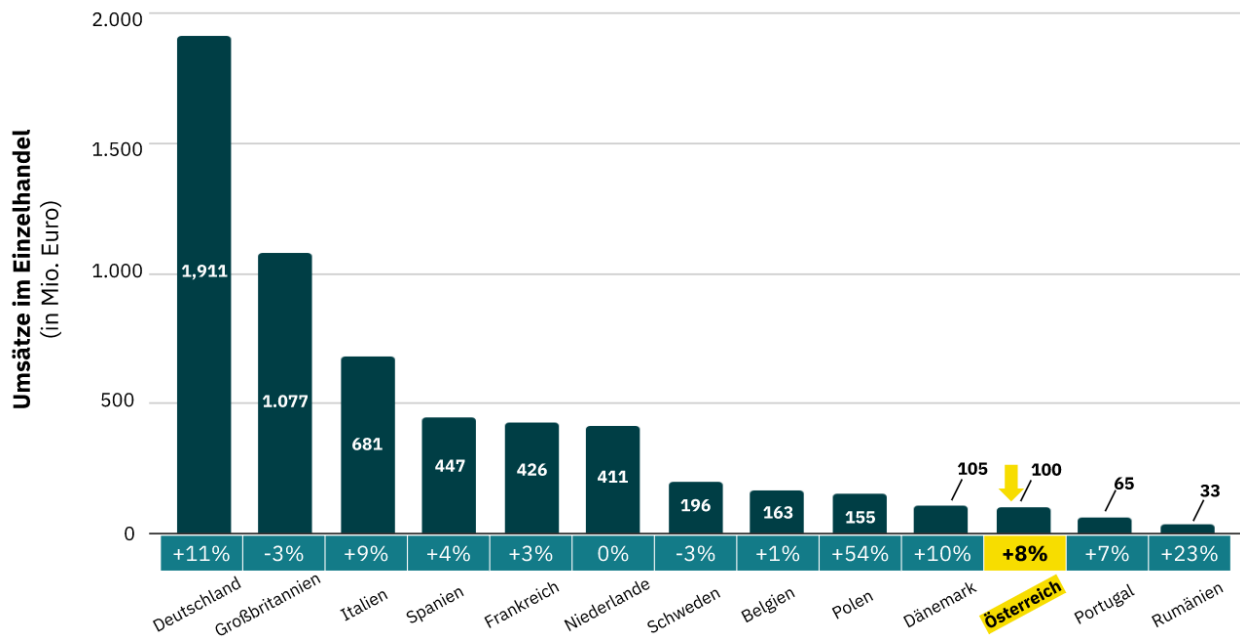
#### Key insights:

- Milch auf pflanzlicher Basis ist die am weitesten entwickelte Kategorie im Plantbased-Bereich. Der Umsatz mit pflanzlicher Milch betrug im Jahr 2022 49,6 Millionen Euro, und die Kategorie verzeichnet weiterhin Wachstum.
- Der Umsatz mit Fleisch auf pflanzlicher Basis nimmt in Österreich weiter zu und belief sich im Jahr 2022 auf 25,3 Millionen Euro, was einem Wachstum von 27% seit 2020 entspricht.
- Mit einem Umsatz von 1,7 Millionen Euro sind pflanzlicher Fisch und pflanzliche Meeresfrüchte eine der am wenigsten entwickelten Kategorien in Österreich, allerdings verzeichnet diese Kategorie auch das stärkste Wachstum und ist seit 2020 um mehr 1.327% gewachsen.

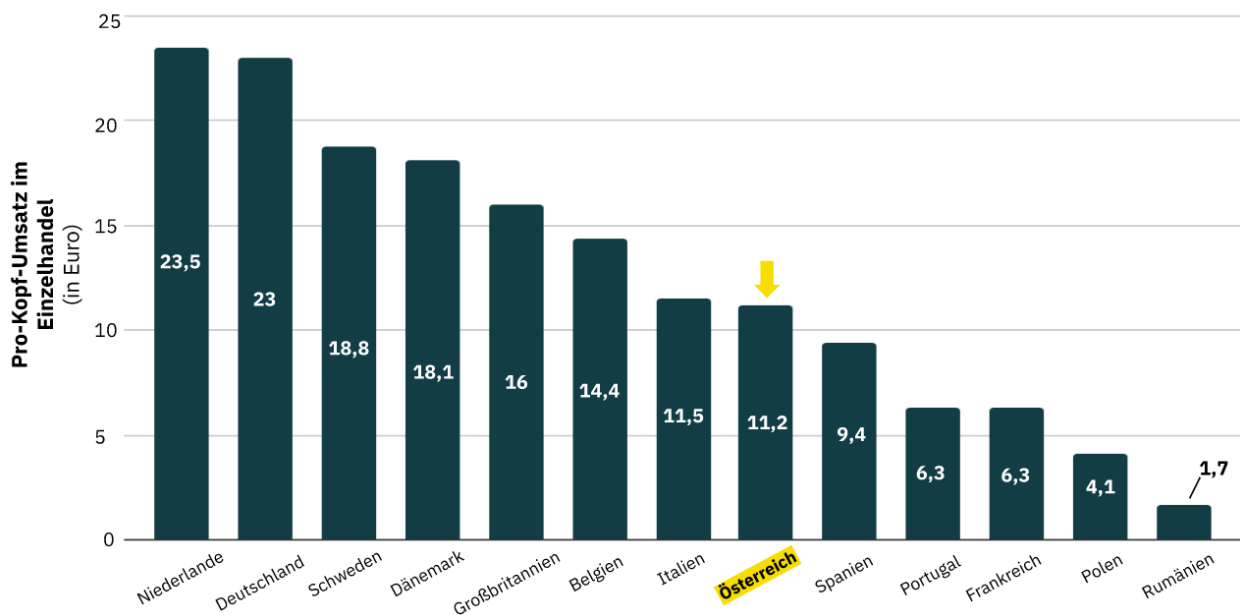
## Vergleich mit anderen Ländern

Österreich verzeichnet den elfthöchsten Umsatz mit pflanzenbasierten Lebensmitteln in Europa und die achthöchsten Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Lebensmittel.

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

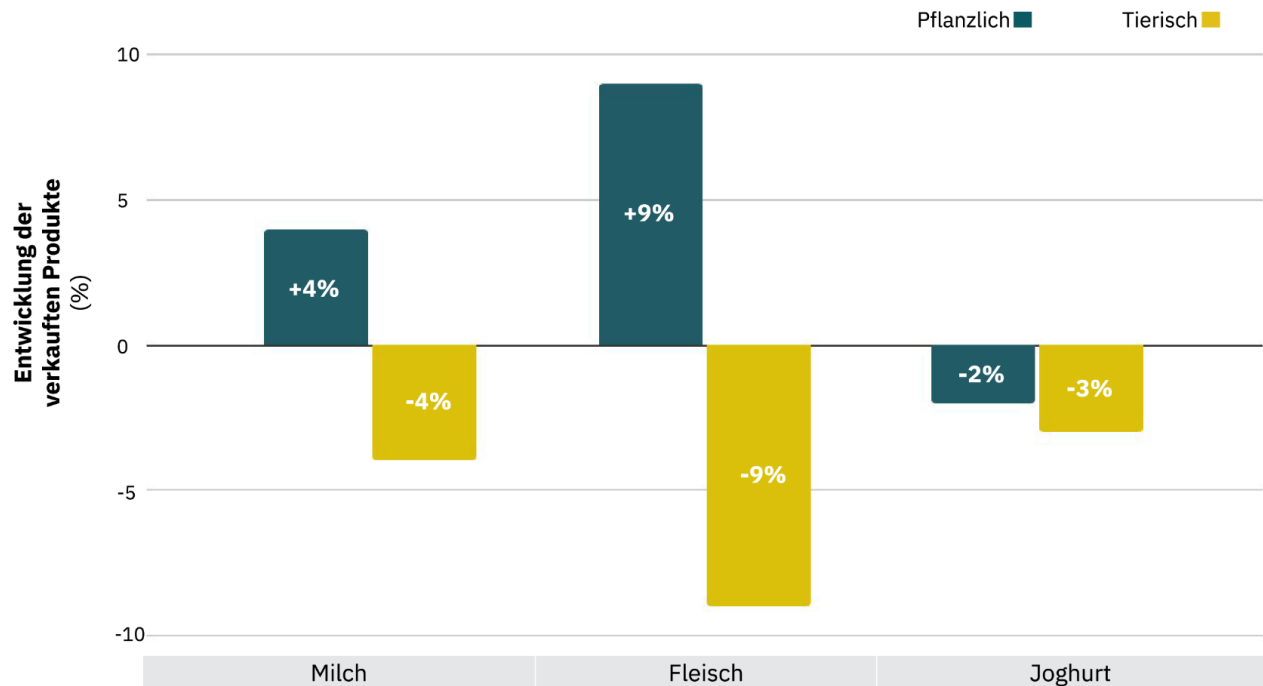


### Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Lebensmittel (in Euro), 2022



## Vergleich mit Lebensmitteln tierischer Herkunft

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

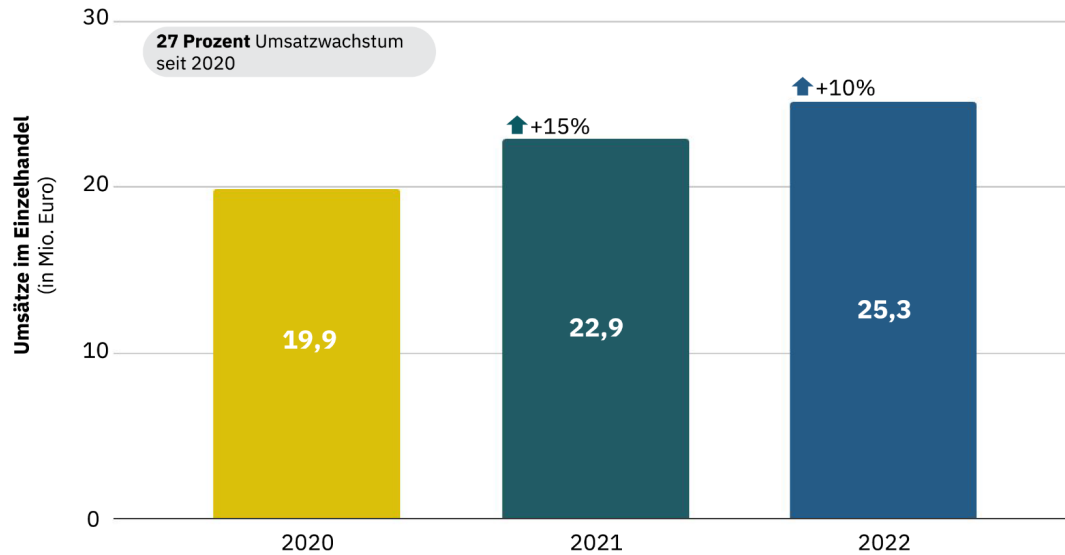


Um die Entwicklung des Marktes für pflanzenbasierte Produkte mit den tierischen Pendanten zu vergleichen, haben wir die Zahl der verkauften Produkte (statt Umsatz in Euro) herangezogen, da dies einen direkteren Vergleich ermöglicht. Im Jahr 2022 hat sich die Zahl der verkauften Produkte in den Kategorien Milch, Fleisch und Joghurt besser entwickelt als bei den entsprechenden tierischen Lebensmitteln.



# Pflanzliches Fleisch<sup>1</sup>

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



### Key insights:

- Der Umsatz mit Fleisch auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 27%, im selben Zeitraum nahm die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie um 26% zu.
- Im Vergleich dazu ging die Zahl der Verkäufe im Bereich vorverpacktes Fleisch aus der Tierhaltung zwischen 2020 und 2022 um 15% 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 stieg um 1%, während der Preis für vorverpacktes konventionelles Fleisch um 13% stieg.

### Einblicke in die Unterkategorien:

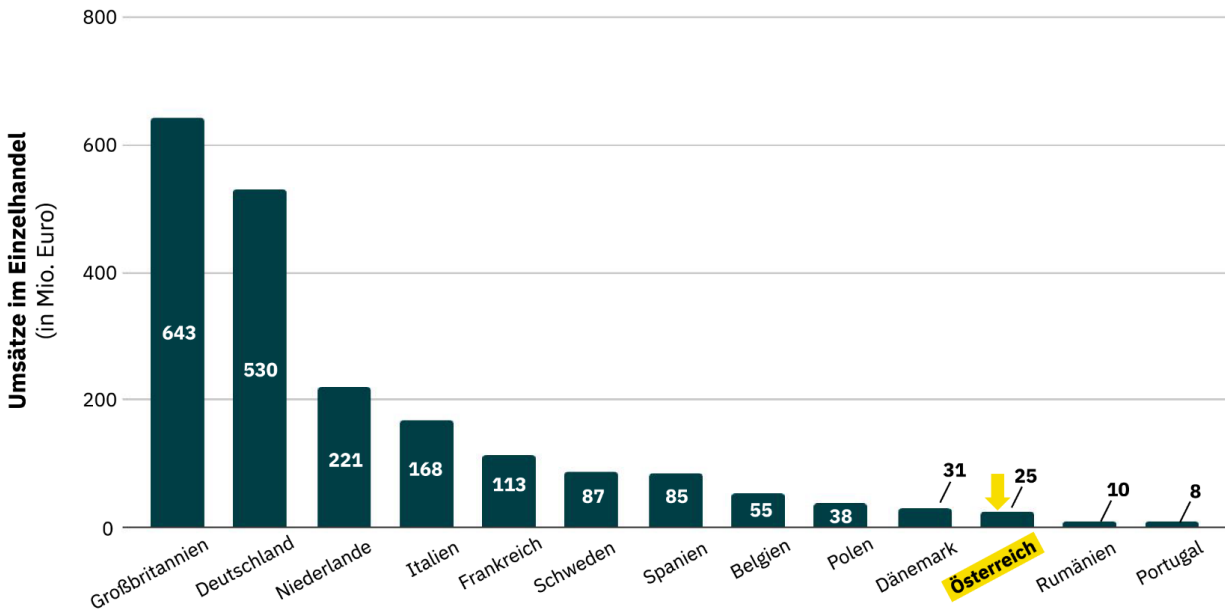
- Fleischzubereitungen wie Schnitzel und Nuggets haben zusammen 43% des Umsatzes ausgemacht. Darauf folgten Aufschnitt (19%), Burger (18%) und Würste (13%). Während der Umsatz in den meisten Segmenten der Kategorie pflanzliches Fleisch gestiegen ist, ist der Umsatz mit pflanzlichen Würsten seit 2020 zurückgegangen.

<sup>1</sup> 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.

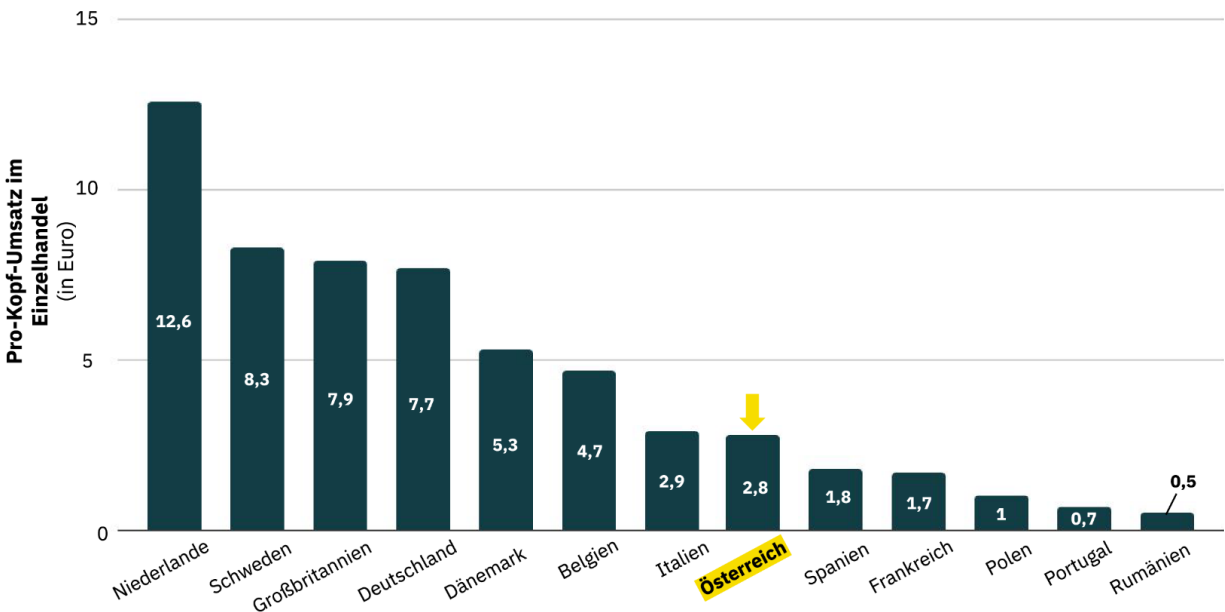
## Vergleich mit anderen Ländern

Österreich hat den elftgrößten Markt für pflanzliches Fleisch in Europa. Bei den durchschnittlichen Ausgaben für pflanzliches Fleisch pro Kopf liegt Österreich in Europa an achter Stelle.

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

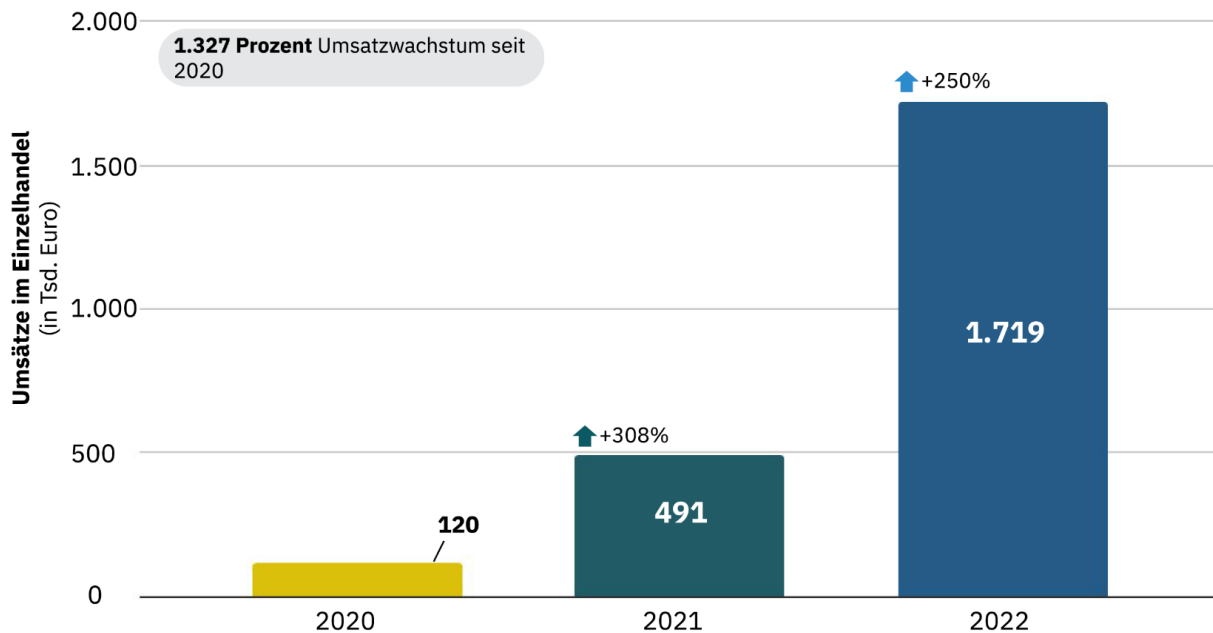


### Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasiertes Fleisch (in Euro), 2022



# Pflanzlicher Fisch und pflanzenbasierte Meeresfrüchte

## Umsatz mit pflanzlichem Seafood in Tsd. Euro, 2020-2022

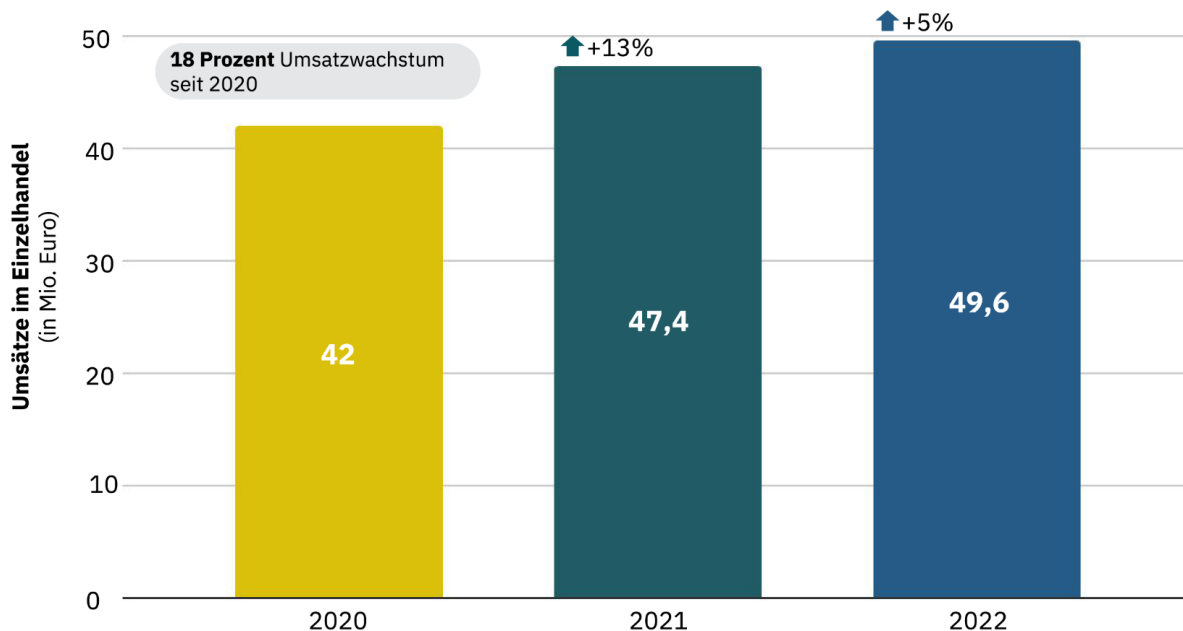


### Key insights:

- Der Umsatz mit Fisch und Meeresfrüchten auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 1.327%.
- Die Zahl der verkauften Produkte in der Kategorie Fisch und Meeresfrüchte auf pflanzlicher Basis stieg zwischen 2020 und 2022 um 1.078%.
- Der Durchschnittspreis für Produkte in der Kategorie Fisch und Meeresfrüchte auf pflanzlicher Basis stieg 2022 in Österreich um 3%.

# Pflanzliche Milch

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



### Key insights:

- Der Umsatz mit pflanzlicher Milch in Österreich stieg zwischen 2020 und 2022 um 18%, während die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie im selben Zeitraum um 21% zunahm.
- Im Vergleich dazu ging die Zahl der verkauften Produkte im Bereich Kuhmilch zwischen 2020 und 2022 um 10% zurück.
- Der durchschnittliche Preis für pflanzliche Milch stieg 2022 um 1%, während der durchschnittliche Preis für konventionelle Milch um 4% stieg.
- Im Jahr 2022 hatte pflanzliche Milch in Österreich einen Anteil von 10% am gesamten österreichischen Milchmarkt.

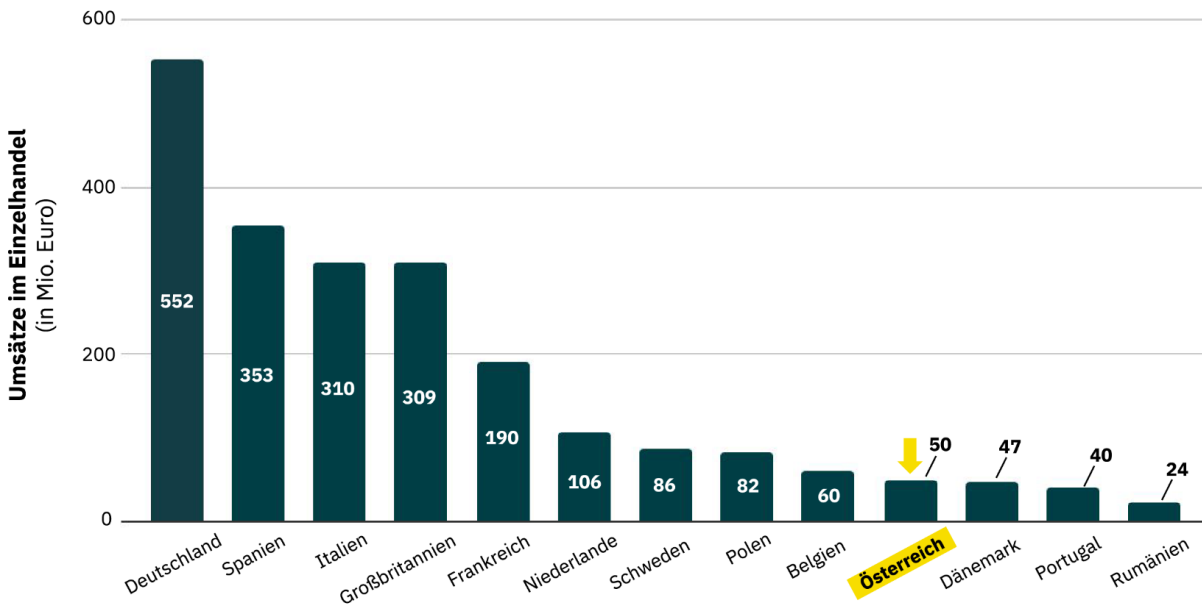
### Einblicke in die Unterkategorien:

- Innerhalb der Kategorie pflanzliche Milch entfiel 2022 der höchste Umsatz auf Hafermilch (55%), gefolgt von Sojamilch (17%) und Mandelmilch (16%).
- Hafermilch ist auch die einzige Unterkategorie, die seit 2020 steigende Umsätze verbuchen konnte (106%), während Sojamilch (-6%) und Mandelmilch (-22%) jeweils Umsatzeinbußen hinnehmen mussten.
- Auf einfache pflanzliche Milch entfielen innerhalb der Milchkategorie 88% des Umsatzes. Die übrigen 12% enthalten mit Geschmack versetzte Milch und weitere milchbasierte Getränke.

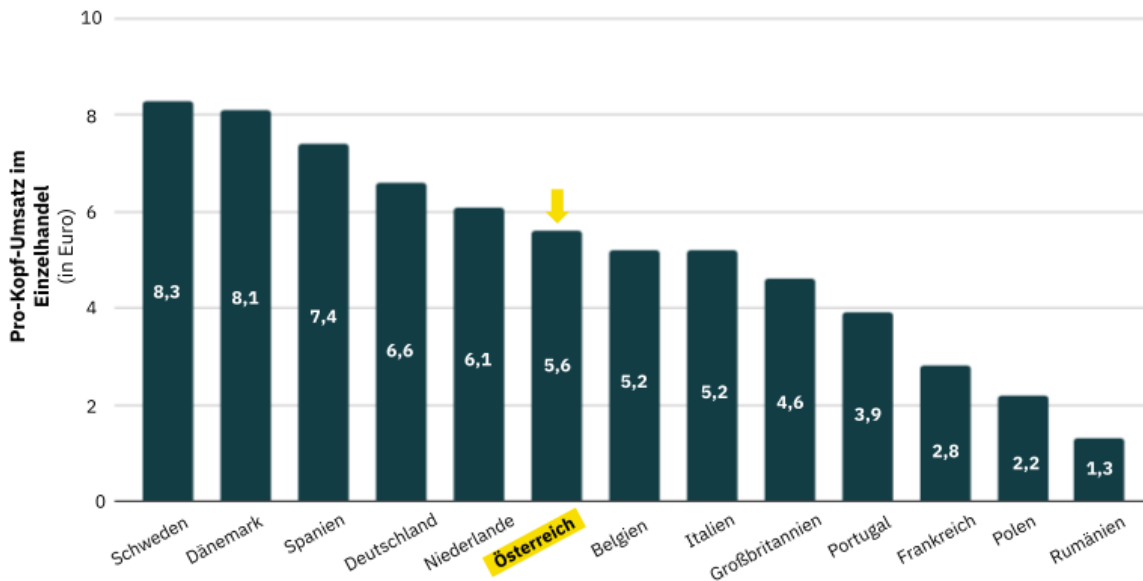
## Vergleich mit anderen Ländern

Österreich verzeichnet den zehnthöchsten Umsatz mit pflanzlicher Milch in Europa. In Bezug auf die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzliche Milch liegt Österreich an sechster Stelle.

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

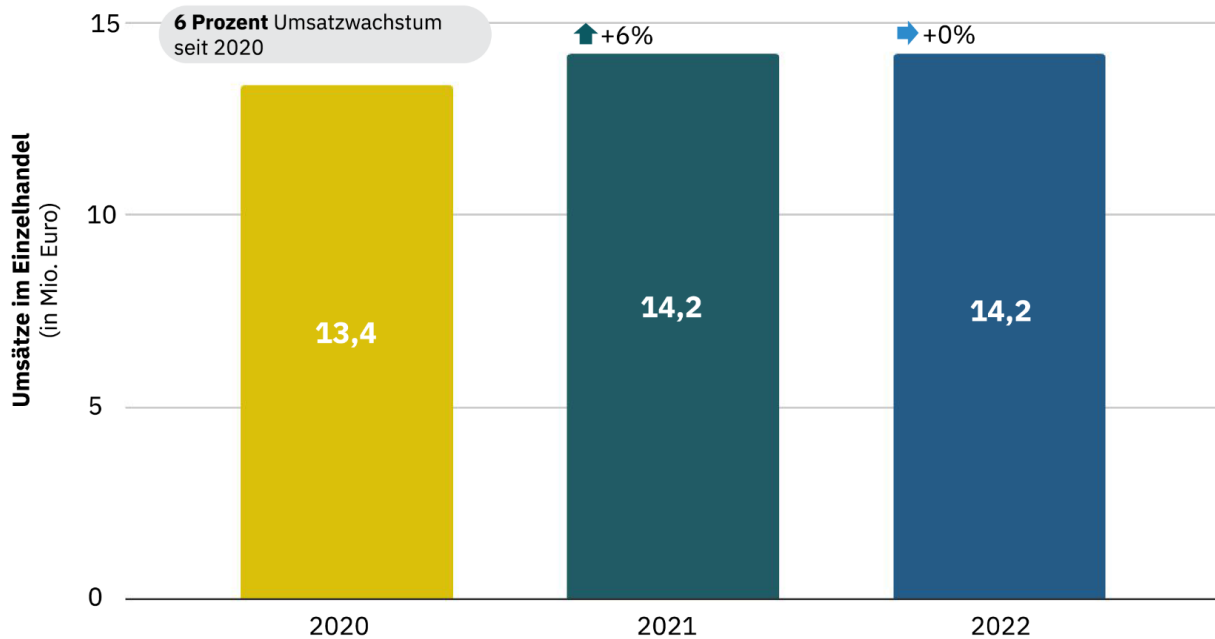


### Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Milch (in Euro), 2022



# Pflanzlicher Joghurt

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



### Key insights:

- Der Umsatz mit Joghurt auf pflanzlicher Basis stieg seit 2020 um 6%, die Zahl der verkauften Produkte in der Kategorie pflanzlicher Joghurt stieg um 12%.
- Im Vergleich dazu ging die Zahl der verkauften Produkte im Bereich Joghurt aus Kuhmilch zwischen 2020 und 2022 um 7% zurück.
- Der durchschnittliche Preis für pflanzlichen Joghurt stieg 2022 in Österreich um 2%, der von Joghurt aus Kuhmilch um 10%.
- Im Jahr 2022 hatte pflanzlicher Joghurt in Österreich einen Anteil von 4% am Gesamtmarkt für Joghurt.

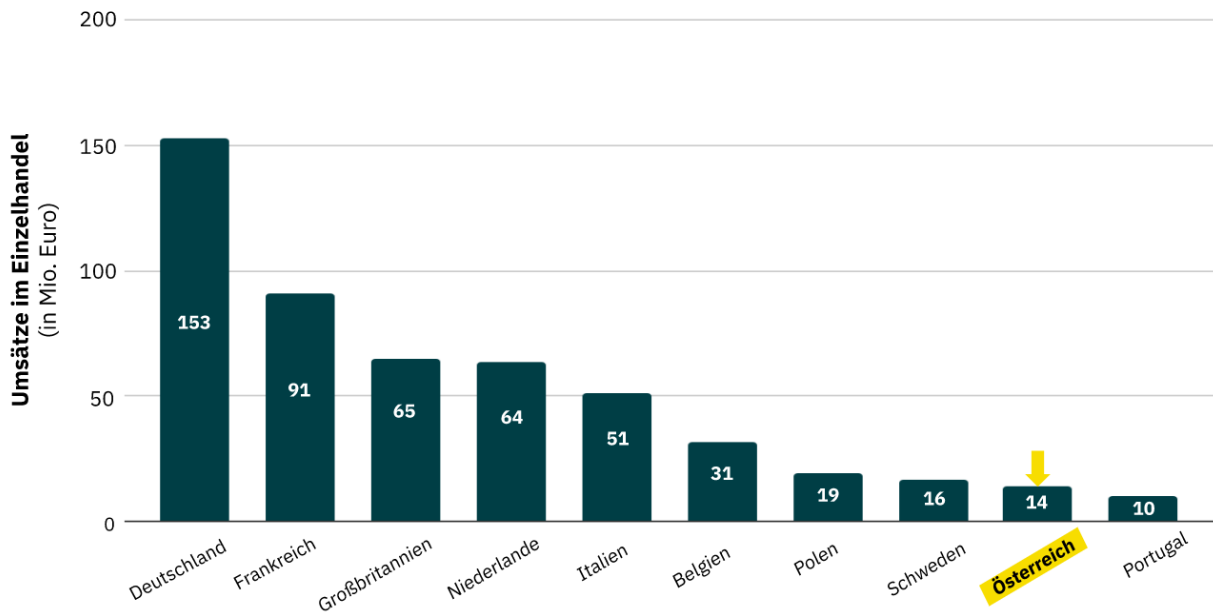
### Einblicke in die Unterkategorien:

- Im Hinblick auf die verwendete pflanzliche Basis entfielen 60 Prozent des Umsatzes im Jahr 2022 auf Sojajoghurt, gefolgt von Joghurt auf Basis von Kokosnuss (21%) und Hafer (12%).
- Während der Umsatz mit Sojajoghurt und Haferjoghurt seit 2020 gestiegen ist (10% und 629%), ist der Umsatz mit Joghurt auf Kokosnussbasis im selben Zeitraum um 16 Prozent zurückgegangen.

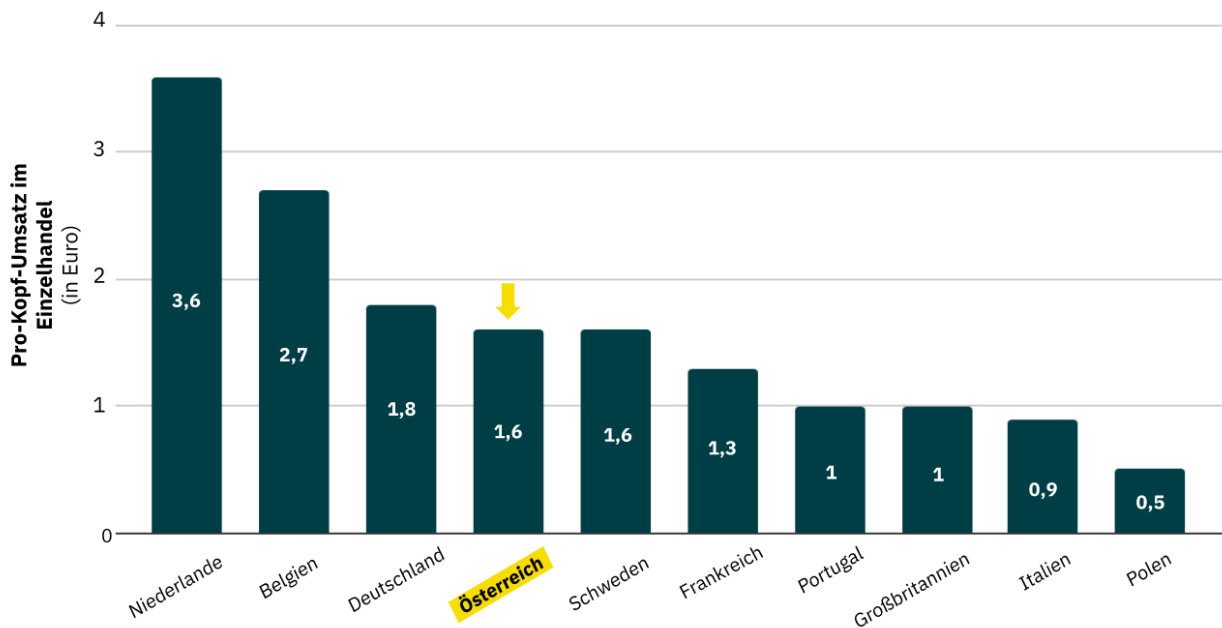
## Vergleich mit anderen Ländern

Österreich verzeichnet den neunthöchsten Umsatz mit pflanzlichem Joghurt in Europa. Bei den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzlichen Joghurt liegt Österreich an vierter Stelle.

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

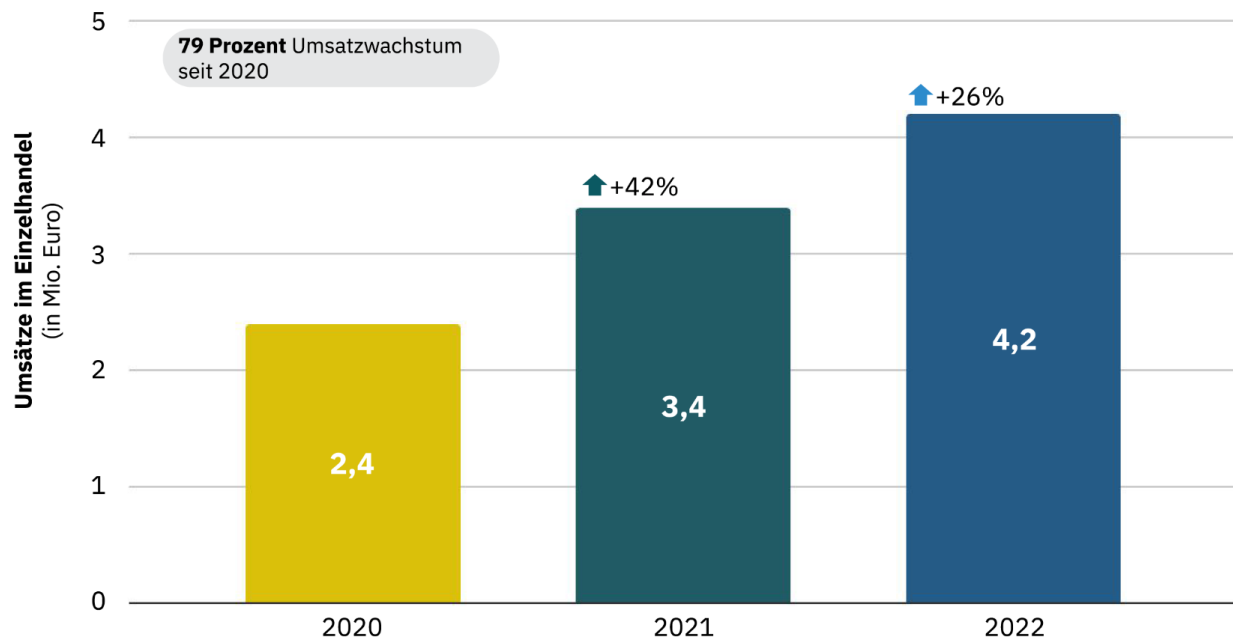


### Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierten Joghurt (in Euro), 2022



# Pflanzliche Sahne und Cremes

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



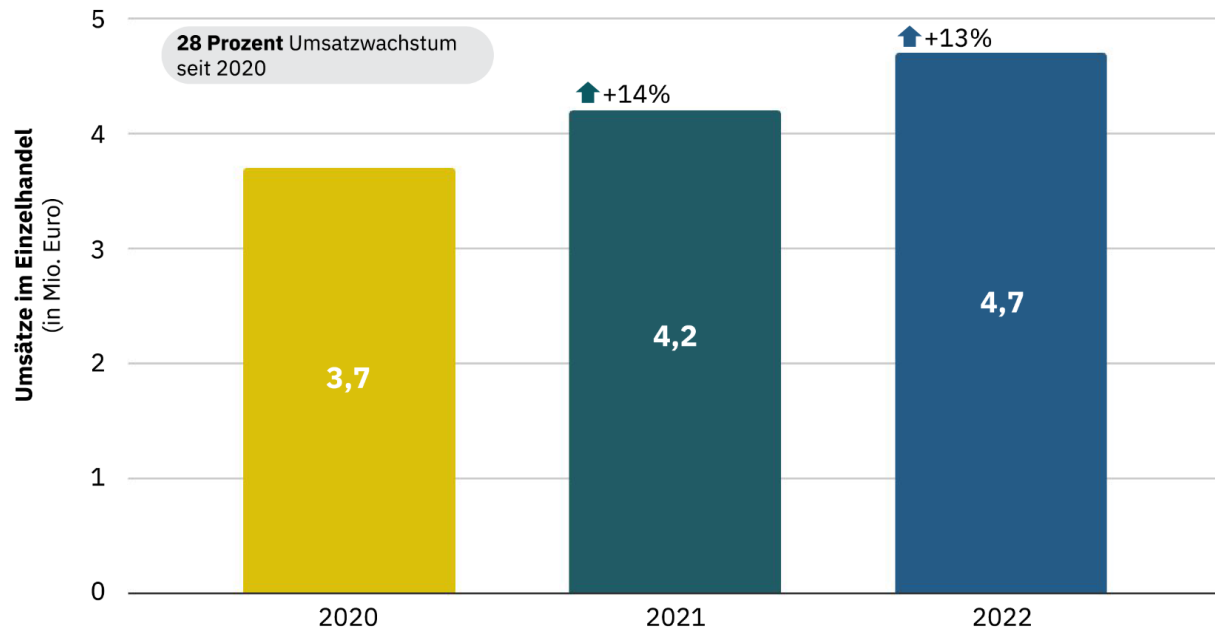
### Key insights:

- Der Umsatz mit Sahne und Cremes auf pflanzlicher Basis stieg in Österreich zwischen 2020 und 2022 um 79%.
- Im Hinblick auf die verkauften Produkte in dieser Kategorie wuchs der Markt zwischen 2020 und 2022 um 59%.
- Der durchschnittliche Preis für pflanzliche Sahne und Cremes stieg in Österreich im Jahr 2022 um 13%.



# Pflanzliche Desserts<sup>2</sup>

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



### Key insights:

- Der Umsatz mit pflanzlichen Desserts in Österreich stieg zwischen 2020 und 2022 um 28%.
- Die Zahl der verkauften Produkte in dieser Kategorie wuchs zwischen 2020 und 2022 um 21%.
- Der durchschnittliche Preis in der Kategorie pflanzliche Desserts stieg im Jahr 2022 um 9%.

<sup>2</sup> 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 at  
the Good Food Institute Europe*



## Methodische Anmerkung

Um den österreichischen 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 österreichischen 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](mailto:carlottel@gfi.org)