

Alternative Proteine – was es ist und was es werden könnte

Karola Krell Zbinden, Geschäftsführerin SPA

«Proteine» - Fachtagung der SGE, 15 Sep 2023, Bern



Swiss Protein Association

Schweizerischer Verband für alternative Proteinquellen

Association Suisse pour des sources alternatives des protéines

Assoziazione Svizzera per fonti alternative di proteina

AGENDA

- **DIE SWISS PROTEIN ASSOCIATION**
- **DER KONSUMENT**
- **DER MARKT**
- **ZUSAMMENFASSUNG/AUSBLICK**



DIE SPA





Swiss Protein Association

Deutsch ▼

English ▼

Français ▼

SPA.

Besser. Essen.

Seit über 100 Jahren kommen die grössten Foodinnovationen aus der Schweiz. Damit dies so bleibt, setzen wir uns für beste Rahmenbedingungen für Produzenten von alternativen Proteinen ein.

Mehr über unsere Positionen

VORSTAND UND GESCHÄFTSFÜHRUNG



SPA.

Judith Wemmer, Präsidentin,
planted foods AG

Ralph Langholz, Vizepräsident,
Migros Industrie

Marc Christen, Hilcona AG

Andreas Messerli, Hilcona AG

Sandro Kündig, W. Kündig & Cie AG

Dr. Karola Krell Zbinden,
Geschäftsführerin

Nora von Bergen, LL.M. in
Food Law

Food Lex AG, Bern

BESSER.GEMEINSAM

SPA.

20 Mitglieder



Assoziierte Mitglieder

- Swiss Insects, Carbagas, ATP architekten ingenieure, Bühler AG

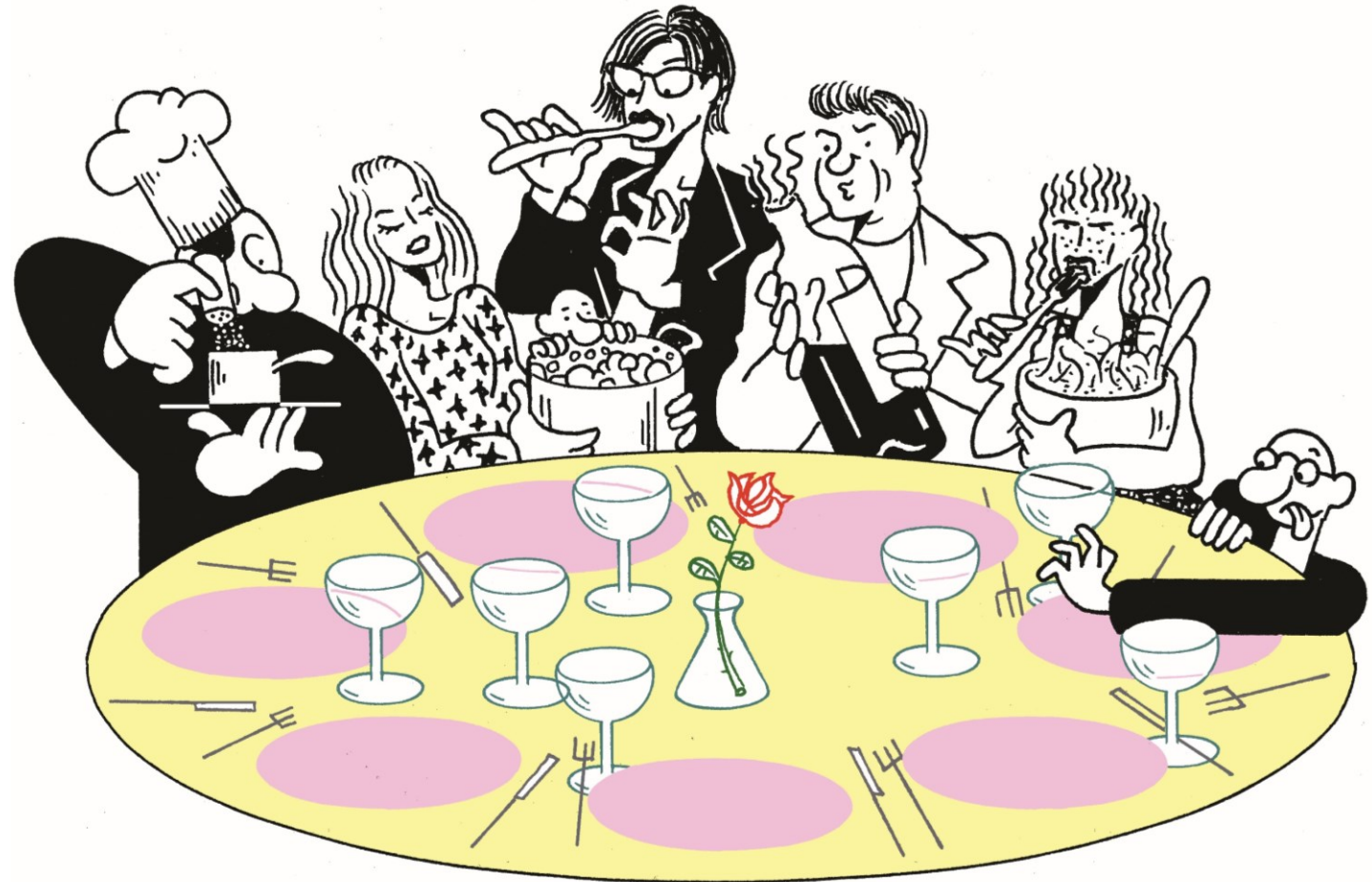
Iss mit, heute alternativ!



Tag der alternativen Proteine
20. September 2023

Besser. Mitmachen.

Eine Initiative der
Swiss Protein Association (SPA)



BESSER.TREFFEN.



SPA.

- 09.02.2023 - 4. Stammtisch, Ernährung/Gesundheit
- 11.05.2023 - 5. Stammtisch, Cultured Meat, Challenges and Opportunities
- 05.10.2023 - 6. Stammtisch, Die Rolle des Detailhandels
- 20.09.2023 - Tag der alternativen Proteine

Informationen/Anmeldung wird aufgeschaltet unter:

[Events - Deutsch | Swiss Protein Association](#) und LinkedIn

<https://www.swissproteinassociation.ch/deutsch/positionen/>

Klare Information

- Lebensmittel aus und mit alternativen Proteinen müssen leicht erkennbar sein. Die Informationen sollen KonsumentInnen eine bewusste Produktwahl und zweckmässige Verwendung ermöglichen. Dazu gehören auch Informationen mit Bezugnahme auf tierische Erzeugnisse

Nachhaltigkeit

- Lebensmittelproduktion und Lebensmittelkonsum haben einen direkten Einfluss auf die Ressourcen der Erde. Der Übergang zu mehr pflanzenbasierter Ernährung erfordert tiefgreifende Veränderungen in unseren Produktions- und Konsummustern. Dies muss durch einen soliden Rechtsrahmen gestützt werden, der Bund, Politik, Industrie, Forschung und Konsumenten gemeinsam verpflichtet.

Zulassung von Alternativen

- Die Schweiz hat für Innovationen im Bereich der Lebensmitteltechnologie erhebliche Vorteile zu bieten. Lebensmittelproduzenten und Forschungseinrichtungen müssen hier für die Zukunft ein nachhaltiges Ernährungssystem entwickeln können. Dazu gehören die Erschliessung alternativer Proteinquellen und die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen.

Was sind alternative Proteine?



Pflanzenbasiert

Produkte auf Basis von Soja, Erbsen und anderen Pflanzen. Bereits weit verbreitet als Burger, Geflügelalternativen oder



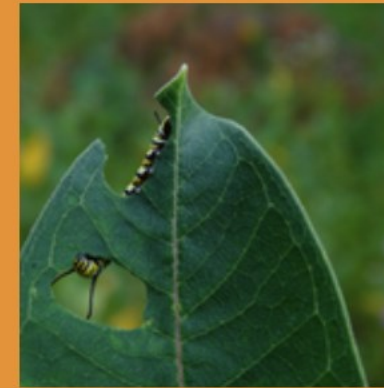
Fermentationsbasiert

Verfahren, welche mittels Einsatz von Bakterien, Pilzkulturen oder Einzellern schmackhafte Ersatzprodukte ergeben.



Zellbasiert

Echte Muskelzellen, gewachsen ausserhalb des Tierkörpers. Erste Produkte werden derzeit beispielsweise in



Insekten

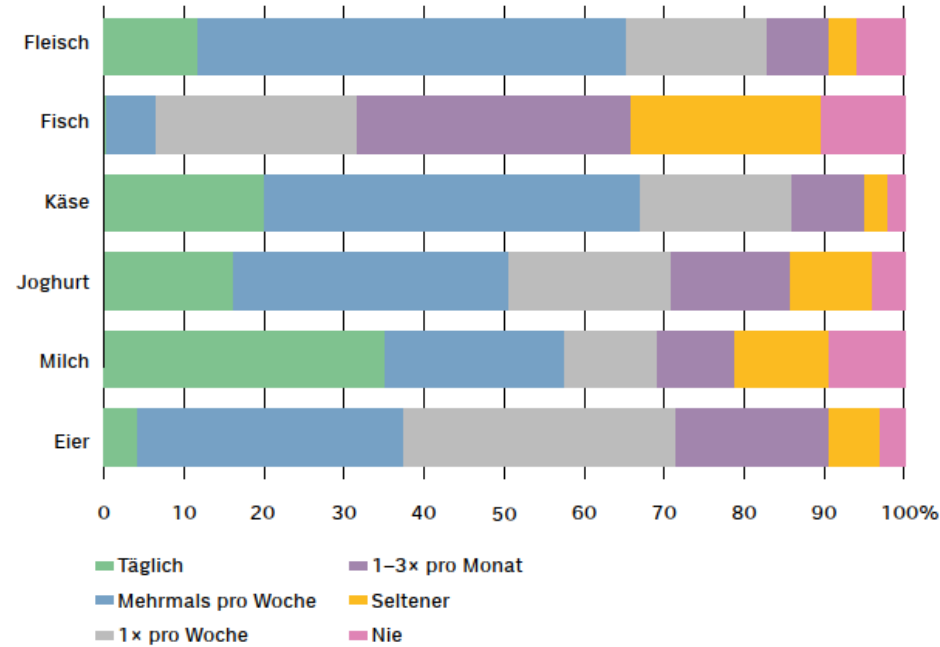
Spezifische und gezüchtete Insektenarten, welche zum Verzehr geeignet sind. Die Schweiz ist

DER KONSUMENT



DER KONSUMENT

Coop Plant Based Food Report 2023:



SPA.

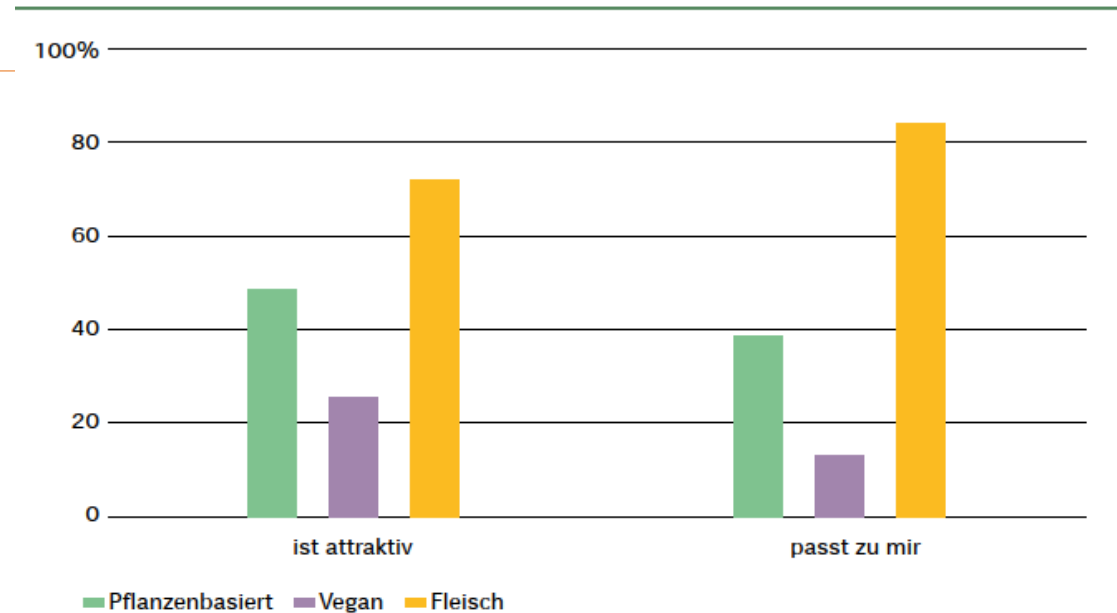
Konsumhäufigkeit von Lebensmitteln tierischen Ursprungs (Quelle LINK Institut)

Tierische Lebensmittel gehören fix zur Ernährung der Schweizerinnen und Schweizer: Rund zwei Drittel der Befragten essen mehrmals pro Woche Käse (67%) und Fleisch (65%). Der Anteil der häufigen Milch- und Joghurt-Konsumentinnen und -Konsumenten ist mit 58% respektive 50% merklich tiefer.

Die Schweizer Bevölkerung konsumiert im Vergleich zum Jahr 2021 jedoch generell signifikant weniger häufig Fleisch, Milch und Käse.

DER KONSUMENT

Coop Plant Based Food Report 2023:



SPA.

Spontane Einschätzung zu «Pflanzentasiert», «Vegan» und «Fleisch»
(Quelle LINK Institut)

«Fleisch» wird spontan am attraktivsten und am passendsten zu den eigenen Bedürfnissen eingestuft. «Pflanzentasiert» ist nach eigenen Angaben zu 48% für die Befragten attraktiv. Im Vergleich dazu punktet «Vegan» weniger stark.

DER KONSUMENT

SPA.

<https://www.kulinaria.org/index-kulinaria.html/presse/rheingold-studie-2022>

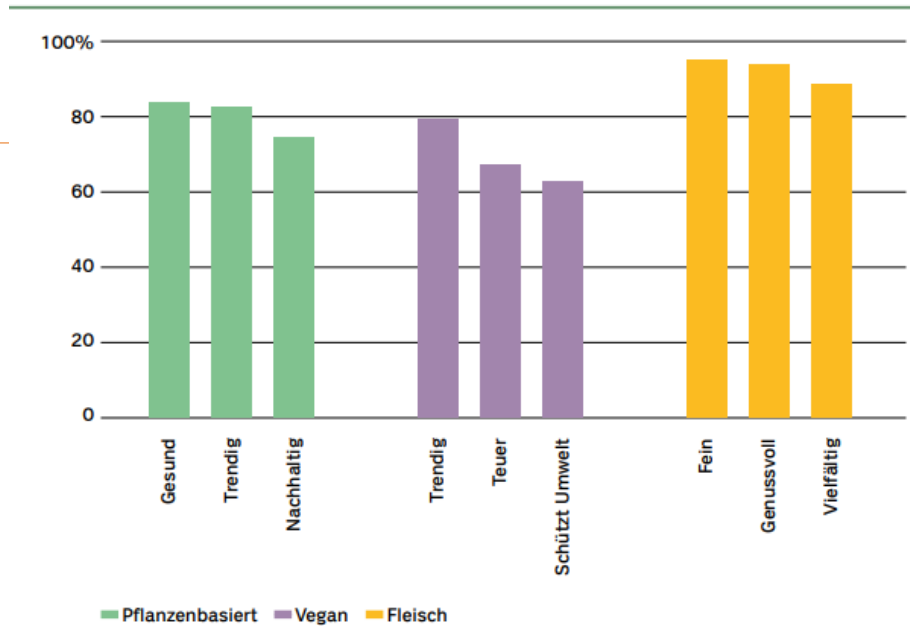


- Zum „**Einstieg**“ werden oft fleischnahe Produkte gesucht, die sich an den bisherigen Ernährungsgewohnheiten orientieren (z.B. vegetarische Bolognese).
- Im zweiten Schritt findet eine Öffnung gegenüber Produkt-Neuentdeckungen statt. „**Erste Entdeckungen**“ werden über Vorbilder in Rezepten und in sozialen Medien gesucht.
- „**Fordernde Komplexität**“ zwischen den alten und neuen Essgewohnheiten zeigt sich im dritten Entwicklungsschritt. Konsumenten lavieren hier zwischen Suche, Orientierungslosigkeit und Ambivalenz hin und her. Erst nach und nach werden Fleisch-Ersatzprodukte unwichtiger.
- Der letzte Entwicklungsschritt ist die „**Neue Entschiedenheit**“. Es entwickeln sich neue Gewohnheiten, Lieblingsgerichte und -produkte. Bei vielen entschiedenen Veganern/Vegetariern stellt sich nach längerer Zeit ein Fleisch-Ekel ein. Kein langes Suchen, keine Ambivalenzen mehr.

DER KONSUMENT

Coop Plant based food report 2023:

- „Pflanzenbasiert“ wird spontan mit gesund, trendig und nachhaltig assoziiert



Generalistische Assoziationen zu «Pflanzenbasiert», «Vegan» und «Fleisch»
(Quelle LINK Institut)

«Vegan» wird anders als «Pflanzenbasiert» wahrgenommen, obwohl beide Begriffe für rein pflanzliche Produkte stehen. «Pflanzenbasiert» wird stärker mit gesund und nachhaltig assoziiert, «Vegan» mehr mit teuer und Umweltschutz.

«Fleisch» wird im Gegensatz dazu mit emotionalen Merkmalen rund um Genuss in Verbindung gebracht: fein, genussvoll und vielfältig. Auf Rang 5 folgt mit teuer die erste rationale Assoziation zu «Fleisch». Diese Ergebnisse sind vergleichbar mit den beiden Vorjahren.

SPA.



Alle Produkte

- Spezifische Ernährung
- Früchte & Gemüse
- Fleisch & Fisch
- Milchprodukte, Eier & frische Fertiggerichte**
- Brot, Backwaren & Frühstück
- Pasta, Würzmittel & Konserven
- Snacks & Süssigkeiten
- Tiefkühlprodukte
- Getränke, Kaffee & Tee
- Wein, Bier & Spirituosen
- Drogerie & Kosmetik
- Waschen & Putzen
- Baby & Kinder
- Tierbedarf
- Haushalt & Wohnen
- Bekleidung & Accessoires

Milch, Butter & Eier

Milch & Milchgetränke
Rahm & Schlagrahm
Butter & Margarinen
Eier

Käse

Hartkäse & Halbhartkäse
Weichkäse & Blauschimmelk...
Ziegenkäse & Schafskäse
Raclette, Fondue & Grillkäse
Mozzarella, Feta & Hüttenkäse
Frischkäse & Streichkäse
Reibkäse & Käsescheiben
Snacks, Apéros & Käse für K...

Joghurt & Desserts

Joghurts
Trinkjoghurts
Quark & Fromage Blanc
Joghurts & Desserts für Kind...
Cremes & Desserts
Kompotte

Frische Fertigge- richte

Pizzas & Flammkuchen
Frischteigwaren & Lasagne
Fertiggerichte
Antipasti & Saucen
Suppen & Gazpacho

Vegane Alternativen zu Milchprodukten

Alternativen zu Milch & Rahm
Alternativen zu Joghurts & D...
Alternativen zu Käse



Bezeichnung von veganen Fleischalternativen vor Bundesgericht

Aus 10 vor 10 vom 18.01.2023.

News >

Schweiz >

Alternativen zu Fleisch

Veggie-Burger oder Planted Chicken: Welche Namen gehen noch?

Dürfen Lebensmittel «Güggeli» heissen, wenn kein Fleisch drin ist? Der Bund sagt Nein und zieht vor Bundesgericht.

Nico Schwab

Mittwoch, 18.01.2023, 22:09 Uhr

14.07.2023



Angebot & Beratung Aktuell Unterstützen

Medien Shop N

Fragen zu Konsum oder Recht? Hier finden Sie über 400 Antworten

[Home](#) / [Online-Ratgeber](#) / [Fleischersatzprodukte: Genau hinschauen lohnt sich](#)

Online-Ratgeber

Fleischersatzprodukte: Genau hinschauen lohnt sich

DER KONSUMENT

SPA.

Konsumentengründe gegen den Konsum alternativer Proteinquellen gemäss PBM-Forschung UBS BCG Analyse:

Geschmack

Starke Verarbeitung

Preis

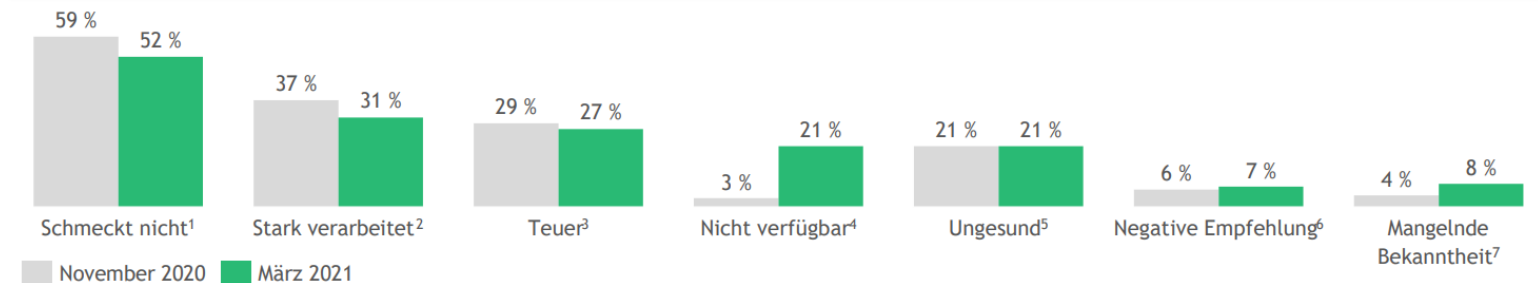
Verfügbarkeit

Gesundheitsbedenken

Negative Empfehlung

Mangelnde Bekanntheit

Gründe, warum Konsumenten, derzeit NICHT bereit sind, alternative Proteine^A zu testen, und mögliche Lösungsansätze



Parität bei Geschmack, Textur und Preis

Go-to-Market

Konsumentenorientiertes Marketing



You'll buy it once based on novelty, you'll come back if the taste was good [...], and you'll buy it in the long run if the value is right.

Nick Halla, Senior Vice President International @ Impossible Foods



1. Ich glaube nicht, dass das gut schmeckt; 2. Ich mag die starke Verarbeitung nicht; 3. Diese Produkte sind im Vergleich zu tierischem Fleisch zu teuer; 4. Diese Produkte sind nur schwer zu bekommen; 5. Ich glaube nicht, dass das gesund ist; 6. Meine Familie/ Freunde halten nichts davon; 7. Ich habe noch nie davon gehört; A. Basierend auf PBM-Forschung
Quelle: UBS, BCG Analyse

8



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Lebensmittelsicherheit
und Veterinärwesen



Insekten als Lebensmittel

In manchen Kulturen sind Insekten als Lebensmittel zugelassen. In der Schweiz werden Insekten als neuartige Lebensmittel betrachtet. Einige Arten werden seit 2017 vermarktet, aber ihr Inverkehrbringen muss spezifische Anforderungen erfüllen.

Aktuell



Inverkehrbringen von teilweise entfettetem Pulver aus Hausgrillen

27.01.2023: Am 3. Januar 2023 hat die Europäische Union das Inverkehrbringen von teilweise entfettetem Pulver aus *Acheta domesticus* (Hausgrille) als neuartiges Lebensmittel (Novel Food) genehmigt. Dies bedeutet, dass dieses Insektenpulver für die Herstellung gewisser Lebensmittel verwendet werden darf, die in der Schweiz verkauft werden.

Hier einige zusätzliche Informationen im Zusammenhang mit dieser Genehmigung:

- Das teilweise entfettete Pulver aus *Acheta domesticus* wurde zugelassen, weil die Bewertung zeigte, dass es kein Risiko für die menschliche Gesundheit darstellt.
- Das zugelassene Insektenpulver darf nur in den festgelegten Lebensmittelkategorien und nur in begrenzter Menge verwendet werden.

Insekten ökologisch, gesundheitlich und kulinarisch betrachtet

Nach den «Superfoods» stehen Insekten in den Startlöchern. Obwohl ökologisch vorteilhaft werden sie hierzulande Fleisch von Wirbeltieren nicht so rasch verdrängen.



Kreieren Gourmetrestaurants künftig solche Gerichte?

DER MARKT



DER MARKT

SPA.

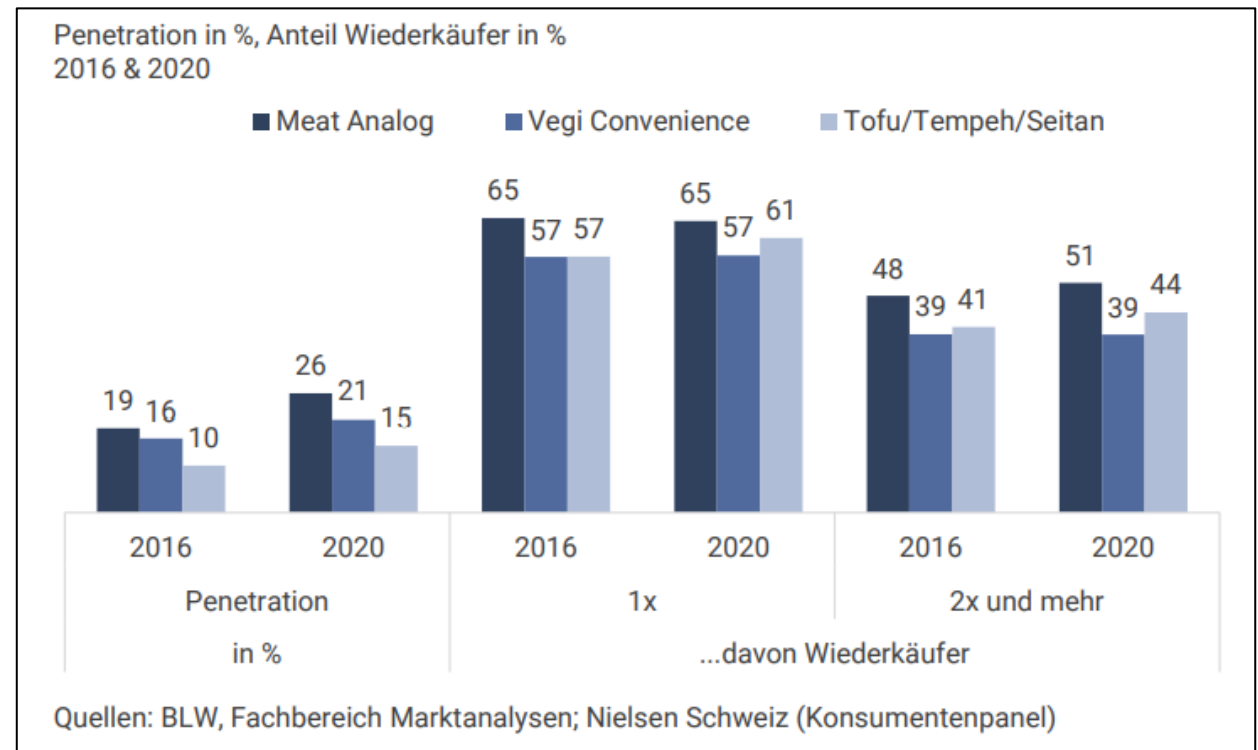
CH:

2016 kaufte jeder fünfte Haushalt mind. einmal im Jahr ein Fleischersatzprodukt.

2020 war es bereits mehr als jeder vierte Haushalt.

Erhöhung der Marktdurchdringung (Penetration) zwischen 2016 und 2020 von 19% auf 26%

Ein wachsender Anteil der Haushalte kauft wiederholt Fleischersatzprodukte.



MARKT FLEISCHERSATZPRODUKTE

SPA.

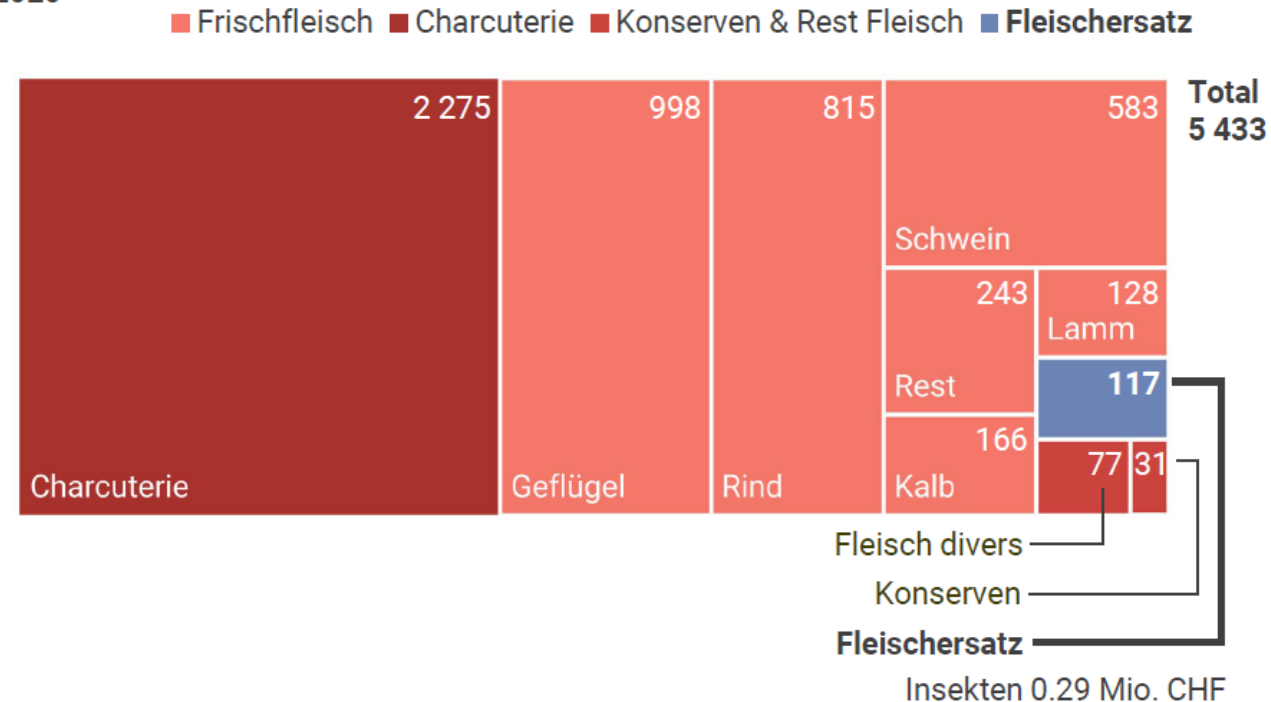
Detailhandel CH
2016-2020

Durchschnittliches
Umsatzwachstum von
18.4% (vs.
Fleischmarkt: 3.0%).

FLEISCHERSATZ IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Umsätze mit Fleisch- und Fleischersatzprodukten

Umsätze in Mio. CHF
2020



Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz

MARKT MILCHERSATZPRODUKTE

SPA.

Detailhandel 2017-2021

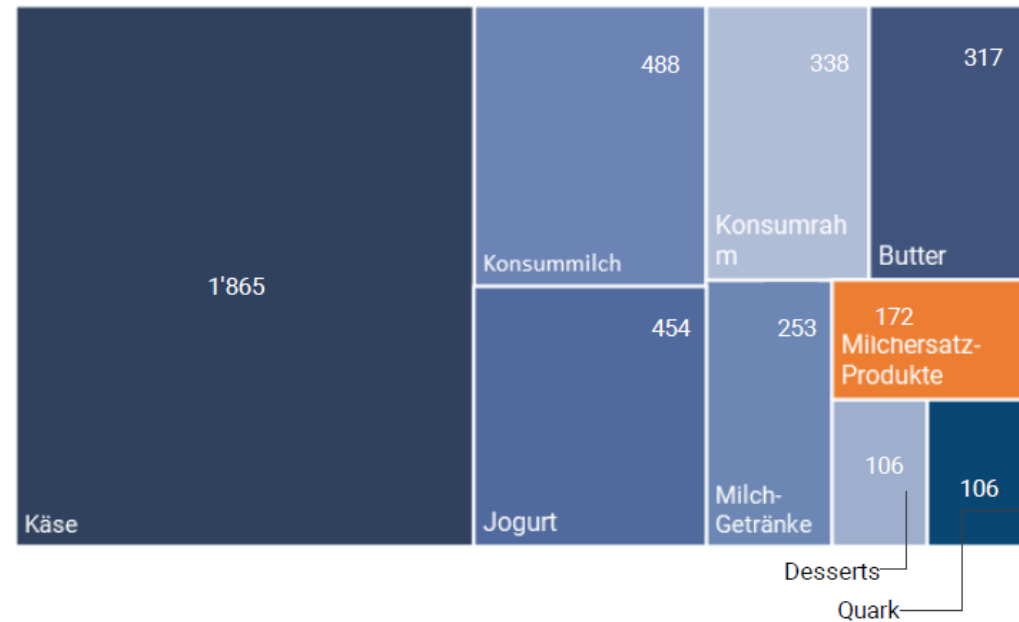
+ 79.3% (2017-2021)

Im Vergleich mit Milchprodukten immer noch ein Nischenprodukt
Nach Coop Report 18%

MILCHERSATZPRODUKTE IM SCHWEIZER DETAILHANDEL

Umsatz der Milch- und Milchersatzprodukte

Umsatz in Mio. CHF
2021

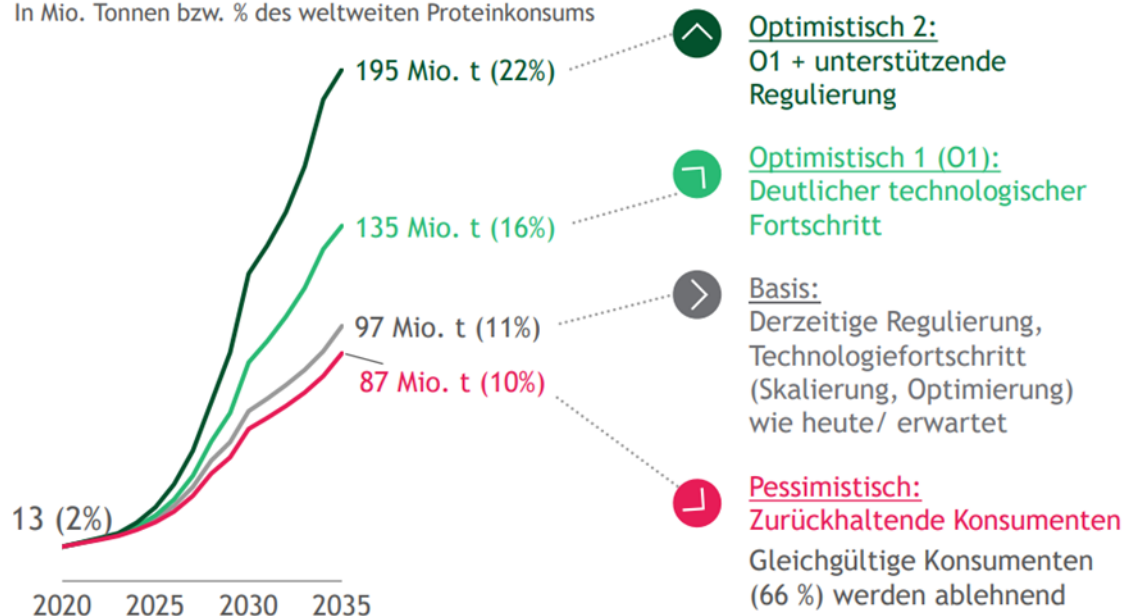


Quellen: BLW, Fachbereich Marktanalysen; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

Durch neue Technologien und Regulierungen könnte die mittelfristige Marktdurchdringung bis auf 22% steigen

Konsum alternativer Proteine in verschiedenen Szenarien

In Mio. Tonnen bzw. % des weltweiten Proteinkonsums



Quelle: Branchenberichte, Blue Horizon, Experteninterviews, BCG Analyse

Anmerkungen

Man muss kein Optimist sein, um an eine Marktdurchdringung von 11% zu glauben

- Derzeitiger Nachhaltigkeitstrend sorgt für Nachfrage und Kapital
- Parität fördert die Akzeptanz

Durch deutliche technologische Fortschritte kann die Marktdurchdringung auf 16% steigen

- Schnellere Parität und höhere Qualität fördern die Akzeptanz

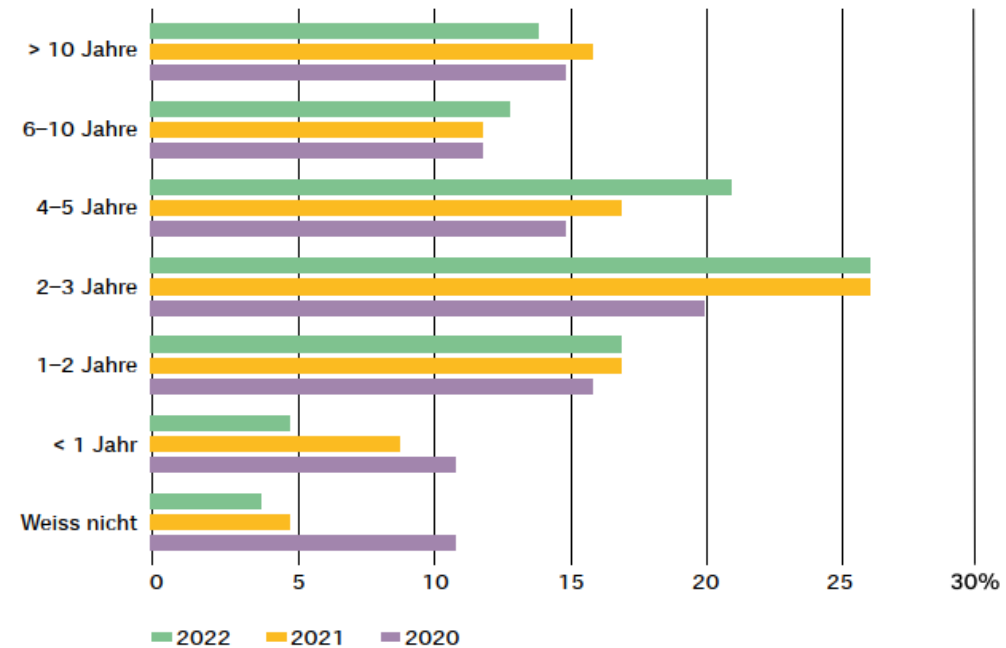
Regulierer können Marktdurchdringung auf 22% steigen lassen

- CO2-Bepreisung und Forcierung landwirtschaftlicher Veränderungen steigern das Preisgefälle, so dass sich die Konsumenten für preis-günstige Alternativen entscheiden

13

MARKT

Coop Plant Based Food Report 2023:



Dauer des Konsums von veganen Ersatzprodukten 2020 bis 2022
(Quelle LINK Institut)

48% der Befragten gehören seit mindestens 4 Jahren zur Gruppe der Substitarinnen und Substitarier. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr einer Zunahme von 3 Prozentpunkten.

ZUSAMMENFASSUNG/AUSBLICK



ZUSAMMENFASSUNG/AUSBLICK



SPA.

- Wie für die Schweizer Ernährungswirtschaft bietet sich auch für die Schweizer Landwirtschaft durch den wachsenden Markt für Fleisch- und Milchersatzprodukte grosses Potenzial (insb. in Bezug auf die Produktion pflanzlicher Rohstoffe).
- Bisher aber werden diese Potentiale kaum genutzt; nahezu alle pflanzlichen Proteine für die inländische Ersatzproduktion werden importiert (Fleischersatzreport, S. 4)
- Die Gründe für diesen Import sind vielfältig und müssen genau untersucht werden.
- Der Markt ist noch ein Nischenmarkt, die Entwicklung wird von der Nachfrage des Konsumenten abhängen.
- Die SPA Mitglieder engagieren sich in der AG Nischenkulturen
- Siehe auch Antwort BR auf [Interpellation Nr. 23.3410, Schneider Meret: Potenzial pflanzlicher Alternativprodukte für den Wirtschaftsstandort Schweiz, Stellungnahme Bundesrat vom 10.05.2023:](#)

ZUSAMMENFASSUNG/AUSBLICK

SPA.

23.3939 MOTION

Pflanzliche Proteinquellen. Potenzial der Schweiz nutzen!

23.3941 MOTION

Kultiviertes Fleisch. Innovation fördern, statt überregulieren!

Blick

DE |

🏠 | Politik | Antrag für künstliches Fleisch bei den Behörden gestellt

Antrag für kultiviertes Fleisch in der Schweiz

Verkauft die Migros bald Laborfleisch von DiCaprio?

In der Schweiz wurde das erste Zulassungsgesuch für Laborfleisch gestellt. Investor ist unter anderem Leonardo DiCaprio. Zuerst soll das Laborfleisch in gehobenen Restaurants auf die Teller kommen, später in die Supermarkt-Regale.

Publiziert: 26.07.2023 um 13:33 Uhr | Aktualisiert: 26.07.2023 um 16:03 Uhr

Vielen Dank

Swiss Protein Association
c/o Food Lex AG
Effingerstrasse 6a
3011 Bern
+41 31 352 11 88
info@foodlex.ch

