



Fleischalternativen

Wie Sie von der Disruption profitieren können - anstatt selbst ersetzt zu werden



OC&C
Strategy consultants

uncommon sense

Der rasante Aufstieg von Fleischersatzprodukten weist alle Merkmale einer klassischen Blase auf – viele neue Marktteilnehmer, die vom neuen „Goldrausch“ profitieren wollen, ein breites Spektrum konkurrierender (oft noch nicht erprobter) Technologien, die um Investitionen und Anerkennung kämpfen sowie schwindelerregende Unternehmensbewertungen sind Merkmale dieser Entwicklung.



Die Zukunft der Fleischindustrie

Dem Hype zugrunde liegen jedoch fundamentale Veränderungen des Verbraucherverhaltens, die das schnelle Wachstum antreiben und unserer Meinung nach die Fleischindustrie nachhaltig verändern werden.

Wir glauben, dass langfristig 10-20% der derzeitigen Fleischindustrie durch Substitutionsprodukte verdrängt werden könnte. Dieser Trend wird vermutlich weitaus tiefgreifendere Auswirkungen auf die Industrie und das Wettbewerbsfeld haben als bloße Mengenverluste.

Wir arbeiten gemeinsam mit vielen unserer Kunden an diesem Thema und beobachten die Entwicklungen sehr genau. Egal ob Sie dies als eine Zeit zum Handeln betrachten oder abwarten möchten wie sich dieser Hype entwickeln wird - der Trend zu Fleischalternativen kann nicht ignoriert werden. Während diese Entwicklung für viele eine Bedrohung darstellt, sehen wir darin auch signifikante Chancen.

Fleischalternativen im Aufwind

In den letzten Jahren verzeichneten pflanzen-basierte Optionen für Gerichte, die traditionell Fleisch enthalten ein rasantes Wachstum.

Pflanzliche Alternativen sind mittlerweile kein Nischenprodukt mehr – sondern gewinnen mehr und mehr an Bedeutung als Fleischalternativen mit breiter Akzeptanz in der Bevölkerung. Auch im Handel füllen Fleischalternativen immer mehr Regalflächen. Der Markt für Fleischersatz-Produkte in Europa belief sich im Jahr 2019 auf ca. €1,4 Mrd. und wies ein starkes, zweistelliges Wachstum auf – eine Entwicklung, die der sich voraussichtlich auch weiterhin fortsetzen wird.

Dieser Trend ist auch im Wandel der Verbraucherverhalten abzulesen und manifestiert sich in einem Anstieg der Zahl der „Fleischreduzierer“ und einer Zunahme unterschiedlicher fleischfreier Diäten.

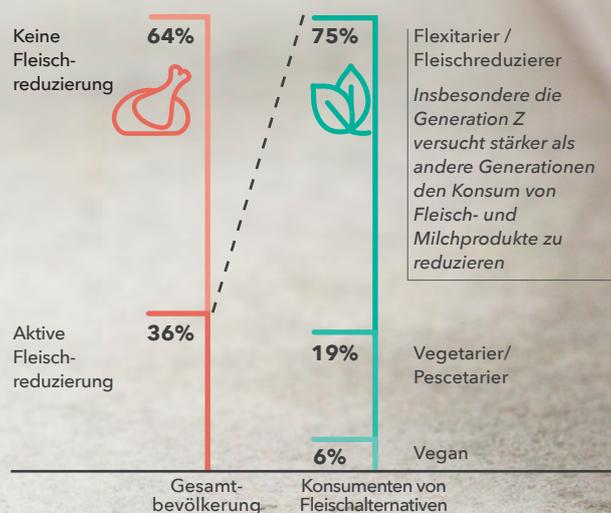
Die verschiedenen Kunden- und Zielgruppen zeigen dabei jedoch sehr unterschiedliche Motivationen ihr Konsumverhalten zu verändern – basierend auf einer Reihe unterschiedlicher Entscheidungsgrundlagen:

- 1. Gesundheitsaspekte** – Wachsendes Bewusstsein für die gesundheitlichen Vorteile einer pflanzlichen Ernährung im Vergleich zu einer Ernährung mit Fleisch und Milchprodukten
- 2. Umweltbewusstsein** – Verstärktes Bewusstsein für die Umweltauswirkungen der Landwirtschaft und des Konsums von Fleischprodukten
- 3. Tierschutzbedenken** – Für immer mehr Menschen ist Tierschutz ein wichtiges Kriterium für die Kaufentscheidung
- 4. Kosten für tierische Produkte** – Der Preis für traditionelle Fleischprodukte ist schneller gestiegen als der für Fleischalternativen

MARKTWACHSTUM FLEISCHALTERNATIVEN¹

	Marktgröße 2019	14-19 Wachstum p.a.	19-22F Wachstum p.a.
	€1,4 Mrd.	13%	10%

VERÄNDERTES KONSUMENTENVERHALTEN² (BEISPIEL DEUTSCHLAND)



1. Marktgröße bezogen auf geografisches Europa
2. Bevölkerung ab 18 Jahre
Quellen: Euromonitor, YouGov Studie





Auswirkungen auf die Fleischindustrie

Der Markt sieht gerade eine Vielzahl an neuen Markteinsteigern die von dieser stetig wachsenden Nachfrage profitieren möchte - auch durch Kapital welches in verschiedenste Technologien, Marken und Fähigkeiten investiert wird.

Im Jahr 2019 ging mit Beyond Meat nicht nur eine der weltweit größten Marken für fleischlose Alternativen mit einer Bewertung von €1,35 Mrd. an die Börse, sondern auch große internationale Konsumgüterhersteller steigen neben einer Vielzahl von Start-ups in den Markt ein. Zudem unterstützt wird das Wachstum auch durch führende Einzelhandels- und Foodservice-Ketten, die ihr Angebot an Fleischalternativen stetig weiter ausbauen.

Wir glauben, dass dieser 'fleisch-freie' Trend ein Weckruf und auch Disruptor für die globale Fleischindustrie ist und gehen davon aus, dass ca. 10-20% der derzeitigen Fleischprodukte durch Substitute verdrängt werden. Tatsächliche hatten vergleichbare Trends in anderen Industrien ähnliche oder sogar stärkere Auswirkungen - so zum Beispiel im Bereich der Milchproduktion und mittlerweile verfügbarer Alternativprodukte.

Wir erwarten jedoch, dass der Anstieg der Fleischersatzprodukte weitaus tiefgreifende Auswirkungen auf die Fleischindustrie haben wird als ein bloßer Volumenverlust.

Angesichts unterschiedlicher Einstellungen sowie Motivationen der verschiedenen Kundengruppen erwarten wir sehr unterschiedliche Penetrations-Level und damit einhergehende Wachstums-Profile von Fleischersatzprodukten abhängig von Mahlzeittypen, Produktkategorien und Fleischprodukten. So variiert das Wachstum zum Beispiel signifikant zwischen den jeweiligen Kategorien sowie zwischen gekühlten und tiefgefrorenen Produkten.

Entsprechend sehen wir je Produktgruppe sehr unterschiedliche Wettbewerbsszenarien und entsprechende Erfolgsrezepte - jeweils auf die spezifischen Konsumpräferenzen und Trends abgestimmt. Dies wiederum bedeutet auch, dass jeder Produzent bzw. Lieferant auf ganz unterschiedliche Art und Weise von der Transformation der Fleischindustrie betroffen sein wird.



»»» Wie sollten Sie handeln?

Ein klares Verständnis wie sich das Konsumentenverhalten weiter verändern wird – und welche Auswirkungen dies auf Ihr Unternehmen sowie Ihre relative Wettbewerbsposition haben kann – bilden die Grundlage einer effektiven Strategie, um nachhaltig auf die Trends für Fleischalternativen zu reagieren.

Unternehmen mit einer klaren Vorstellung der wahrscheinlichen Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit der Fleischproduktion und Schlachtkörper-Kapazitäten werden einen Schritt voraus sein, um diese abzufedern und von den kommerziellen Folgen der Disruption zu profitieren.

Die Entwicklung sowie Kommerzialisierung neuer Proteinquellen und -technologien schreitet in schwindelerregendem Tempo voran. Parallel dazu verbessert sich die Wirtschaftlichkeit dieser Produkte signifikant. Diejenigen Akteure, die sich die Zeit nehmen, um zu überdenken ob, wo und wie sie sich beteiligen sollten, werden einen Vorteil haben. Tatsächlich haben einige Unternehmen der Fleischindustrie bereits begonnen, entschlossen zu handeln.

Wie können Sie sicherstellen, dass Ihr Unternehmen im neuen Branchenumfeld nicht nur überlebt, sondern als einer der Gewinner herauskommt?

Falls Sie Sich die gleichen Fragen stellen und mehr zu diesem Thema erfahren möchten - nehmen sie gerne Kontakt mit uns auf!

MARKTWACHSTUM VON FLEISCHERSATZPRODUKTEN NACH KATEGORIE (BEISPIEL UK)

Gekühlt	
	Wertsteigerung 2017-18
Snacks	19%
Feinkost	16%
Zutaten	30%
Wurst	11%
Fertiggerichte	27%
Grillwaren	23%
Burger	45%
Mahlzeithauptkomponente	32%

↑ Zunehmendes Kategorienvolumen

Tiefgefroren	
	Wertsteigerung 2017-18
Zutaten	9%
Wurst	15%
Mahlzeithauptkomponente	26%
Burger	19%
Grillwaren	9%
Fertiggerichte	-9%
Snacks	150%

↑ Zunehmendes Kategorienvolumen

Quellen: IRI, Kantar

STANDORTE

Belo Horizonte

Boston

Hong Kong

Istanbul

London

Mailand

München

New York

Paris

São Paulo

Shanghai

Warschau

Ihre Ansprechpartner

Jim McDonnell, Partner
james.mcdonnell@occstrategy.com

Christoph Treiber, Partner
christoph.treiber@occstrategy.com

Madlien Lorenz, Manager
madlien.lorenz@occstrategy.com



OC&C
Strategy consultants