

DLG-Insights 2026

Alternative Proteinquellen

Perspektiven entlang der Wertschöpfungskette:
Landwirtschaft, Markt und Konsum

Teil 1

Anbau und
Vermarktung von
Eiweißpflanzen in
landwirtschaftlichen
Betrieben



DLG-Insights 2026: Alternative Proteinquellen

Teil 1

Anbau und Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben: Status quo und Herausforderungen

Kontakt:

DLG-Fachzentrum Landwirtschaft und Lebensmittel

Simone Schiller | s.schiller@dlg.org

Carola Herbst | c.herbst@dlg.org

Studie Teil 1	Studie Teil 2	Studie Teil 3	Studie Teil 4
Anbau und Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben: Status quo und Herausforderungen	Alternative Proteinquellen aus Verbrauchersicht: Bekanntheit, Image und Verzehr	Konsum und Kaufverhalten von Fleischersatzprodukten im Fokus	Konsum und Kaufverhalten von Milchersatzprodukten im Fokus

Der Studienteil 1 analysiert die Attraktivität des Anbaus von Eiweißpflanzen als alternative Proteinquellen sowie deren aktuelle Verbreitung in landwirtschaftlichen Betrieben. Er beleuchtet Erfahrungen, Motive und Herausforderungen beim Anbau, bewertet die Markt- und Vertriebssituation und untersucht die wichtigsten Gründe, warum viele Betriebe bislang auf den Anbau verzichten.

Titelbild: zoyas2222 – stock.adobe.com

Alle Informationen und Hinweise ohne jede Gewähr und Haftung.

Herausgeber:

DLG e.V.
Fachzentrum Landwirtschaft und Lebensmittel
Eschborner Landstraße 122 · 60489 Frankfurt am Main

1. Auflage, Stand 6/2026

© 2026

Alle Informationen und Hinweise ohne jede Gewähr und Haftung.
Vervielfältigung und Übertragung einzelner Textabschnitte, Zeichnungen oder Bilder – auch für den Zweck der Unterrichtsgestaltung – nur nach vorheriger Genehmigung durch DLG e.V., Marketing, Eschborner Landstraße 122, 60489 Frankfurt am Main.

Über die Studie

In den letzten Jahren kann ein Trend zur stärkeren Nutzung von sogenannten alternativen Proteinquellen bei der Herstellung von Lebensmittelprodukten und -gerichten beobachtet werden, insbesondere bei Fleisch- und Milchersatzprodukten.

Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher essen nur gelegentlich Fleisch oder ernähren sich komplett vegetarisch oder vegan. Das führt zu einer steigenden Nachfrage nach Fleisch- und Milchersatzprodukten, die anstelle von tierischen Zutaten aus pflanzlichen Proteinquellen wie beispielsweise aus Sojabohnen oder Erbsen hergestellt werden. In vereinzelten Fällen werden auch Proteine verwendet, die aus Pilzen oder Insekten gewonnen werden.

Landwirtschaft	Verbraucher
Fleischersatzprodukte	Milchersatzprodukte

Neben gesundheitlichen Erwägungen wird ein zentraler Vorteil von pflanzlichen Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten in ihrer relativ vorteilhaften Umweltbilanz im Vergleich zu tierischen Zutaten gesehen. Die Produktion eiweißreicher Hülsenfrüchte (Leguminosen) wie Ackerbohnen, Erbsen und Lupinen hat einige positive Effekte für die Struktur und Nährstoffbilanz landwirtschaftlich genutzter Böden. Leguminosen können Stickstoff aus der Luft binden. Damit unterstützen sie einen geringeren Bedarf an synthetischen Stickstoffdüngern in der Pflanzenernährung und haben insgesamt einen positiven Einfluss auf die Erhaltung bzw. Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit.

Aus diesen Gründen unterstützt auch die Politik eine stärkere Nutzung solcher pflanzlicher Proteinquellen in der Ernährung und Lebensmittelherstellung. Entsprechend wird diskutiert, ob und welche neuen Markt- und Ertragschancen sich für Unternehmen der Land- und Lebensmittelwirtschaft aus einem verstärkten Anbau von Pflanzen zur Gewinnung von alternativen Proteinen und dem Angebot von daraus hergestellten Lebensmittelprodukten ergeben können.

Wie groß sind die Markt- und Ertragschancen? Um diese Frage richtig einschätzen zu können, benötigen landwirtschaftliche Unternehmen Informationen darüber, wie sich die aktuelle Anbau- und Vermarktungssituation für Eiweißpflanzen darstellt und welche Erfahrungen landwirtschaftliche Betriebe mit dem Anbau sammeln, die bereits diese Pflanzen anbauen. Für die erfolgreiche Entwicklung und Vermarktung von Fleisch- und Milchersatzprodukten aus alternativen Proteinquellen benötigen Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft Einblicke, wie sich das Kaufverhalten und der Konsum von Fleisch- und Milchersatzprodukten auf der Verbraucherseite aktuell entwickeln, wie bekannt die jeweiligen pflanzlichen Proteinquellen sind, welches Image sie bei Verbraucherinnen und Verbrauchern besitzen und welche Relevanz einzelne Eiweißpflanzen als Zutat für die Zubereitung selbst gekochter Gerichte haben.

Um diesen Informationsbedarf zu decken und die Diskussion um die Marktchancen zu befruchten, die sich aus einem verstärkten Anbau von Pflanzen zur Gewinnung von alternativen Proteinen und dem Angebot von daraus hergestellten Lebensmittelprodukten ergeben, hat die DLG in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Holger Buxel (Professor für Dienstleistungs- und Produktmarketing im Bereich Lebensmittelwirtschaft an der Fachhochschule Münster, Fachbereich Oecotrophologie) Ende 2025

- eine Befragung von landwirtschaftlichen Betrieben zum Status quo und den Herausforderungen beim Anbau und der Vermarktung von Eiweißpflanzen sowie
- zwei repräsentative Verbraucherbefragungen durchgeführt, in denen die Bekanntheit, das Image und der Verzehr von alternativen Proteinquellen/Eiweißpflanzen sowie der Status quo des Konsums von Fleisch- und Milchersatzprodukten untersucht wurden.

Die Ergebnisse der Befragungen sind in vier Teilen aufbereitet worden. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über diese vier Teile und welche Fragen dort jeweils betrachtet wurden.

DLG-Insights 2026: Alternative Proteinquellen				
Teile	Teil 1	Teil 2	Teil 3	Teil 4
Fokus	Anbau und Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben: Status quo und Herausforderungen	Alternative Proteinquellen aus Verbrauchersicht: Bekanntheit, Image und Verzehr	Konsum und Kaufverhalten von Fleischersatzprodukten im Fokus	Konsum und Kaufverhalten von Milchersatzprodukten im Fokus
Fragestellungen	• Wie wird die Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen als alternative Proteinquellen für Fleisch- und Milchersatzprodukte bewertet? • Wie sieht die aktuelle Anbausituation bei Eiweißpflanzen in den landwirtschaftlichen Betrieben aus? • Welche Erfahrungen machen landwirtschaftliche Betriebe mit dem Anbau der Eiweißpflanzen und was sind die Gründe für den Anbau? • Wie wird die Markt- und Vertriebssituation für Eiweißpflanzen eingeschätzt? • Was sind die Gründe dafür, warum diverse landwirtschaftliche Betriebe aktuell keine Eiweißpflanzen anbauen?	• Welche Bedeutung hat die Art der Proteinquelle für die Kaufentscheidung bei Fleisch- und Milchersatzprodukten? • Welche Bekanntheit und Akzeptanz haben alternative Proteinquellen aus Verbrauchersicht? • Wie gut kennen sich Verbraucherinnen und Verbraucher mit den Auswirkungen des Anbaus von Eiweißpflanzen auf die Umwelt und das Klima aus? • Welche Anforderungen werden von Verbraucherinnen und Verbrauchern an den Anbau der Pflanzen gestellt? • Welches Image haben die Pflanzen als Proteinquellen? • Welchen Stellenwert besitzen einzelne Eiweißpflanzen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern als Zutat für die Zubereitung selbst gemachter Gerichte?	• Welche Einstellungen haben Verbraucherinnen und Verbraucher zu Fleischersatzprodukten? • Wie sehen die Verzehrsgewohnheiten und die Verzehrbereitschaft bei Fleischersatzprodukten aus? • Welchen Informationsstand besitzen Verbraucherinnen und Verbraucher über Fleischersatzprodukte und wie informieren sie sich darüber? • Wie sieht das Kaufverhalten bei Fleischersatzprodukten aus?	• Welche Einstellungen haben Verbraucherinnen und Verbraucher zu Milchersatzprodukten? • Wie sehen die Verzehrsgewohnheiten und die Verzehrbereitschaft bei Milchersatzprodukten aus? • Welchen Informationsstand besitzen Verbraucherinnen und Verbraucher über Milchersatzprodukte und wie informieren sie sich darüber? • Wie sieht das Kaufverhalten bei Milchersatzprodukten aus?
Grundlage	Befragung von landwirtschaftlichen Betrieben (n = 689) im November 2025	Zwei repräsentative Verbraucherbefragungen (je n = 1.000) im November 2025	Repräsentative Verbraucherbefragung (n = 1.000) im November 2025	Repräsentative Verbraucherbefragung (n = 1.000) im November 2025

Abb. 1: DLG-Insights 2026: Alternative Proteinquellen

Die vorliegende Publikation befasst sich mit Teil 1 der Studie, der den Anbau und die Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben beleuchtet.

Einleitung

Die marktbezogenen Chancen und Entwicklungsperspektiven für landwirtschaftliche Betriebe aus einem verstärkten Anbau von Pflanzen, die als Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden können, hängen u. a. davon ab, wie sich die aktuelle Anbau- und Vermarktungssituation für die Pflanzen darstellt und welche Erfahrungen landwirtschaftliche Betriebe sammeln, die bereits solche Eiweißpflanzen anbauen.

In Teil 1 der Studie „Alternative Proteine 2026“ wurde daher der Status quo beim Anbau und der Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben untersucht (Abb. 2).

Studienteil 1: Anbau und Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben: Status quo und Herausforderungen

Untersucht wurde der Status quo beim Anbau und der Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben und welche Herausforderungen existieren. Dazu wurde im November 2025 eine Befragung von landwirtschaftlichen Betrieben in Deutschland durchgeführt, an der sich 689 Betriebe beteiligten.

Im Fokus der Befragung standen für Studienteil 1 die folgenden fünf Fragen:

1. Wie wird die Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen als alternative Proteinquellen für Fleisch- und Milchersatzprodukte bewertet?
2. Wie sieht die aktuelle Anbausituation bei Eiweißpflanzen in den landwirtschaftlichen Betrieben aus?
3. Welche Erfahrungen machen landwirtschaftliche Betriebe mit dem Anbau der Eiweißpflanzen und was sind die Gründe für den Anbau?
4. Wie wird die Markt- und Vertriebsituation für Eiweißpflanzen eingeschätzt?
5. Was sind die Gründe dafür, warum diverse landwirtschaftliche Betriebe aktuell keine Eiweißpflanzen anbauen?

Abb. 2: Studienteil 1 im Überblick

Viele der in der Studie betrachteten Pflanzenarten werden nicht nur als Proteinquelle für Fleisch- bzw. Milchersatzprodukte angebaut, sondern auch als Futtermittel, Rohware für die Produktion anderer Lebensmittelprodukte oder für den direkten Verzehr. Auch wenn bei einigen Pflanzen der Anbau als Proteinquelle für Fleisch- bzw. Milchersatzprodukte derzeit nicht immer primär im Fokus steht, sollen sie in diesem Berichtsband trotzdem als „Eiweißpflanzen“ bezeichnet werden, um den Lesefluss zu vereinfachen. Aus Gründen der Lesbarkeit werden die Begrifflichkeiten Fleisch- und Milchersatzprodukte gelegentlich mit FES (= Fleischersatzprodukte) bzw. MES (= Milchersatzprodukte) abgekürzt.

Im Folgenden werden die Befragungsergebnisse entlang der fünf genannten Fragestellungen dargestellt.

Wie wird die Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen als alternative Proteinquellen für Fleisch- und Milchersatzprodukte bewertet?

In der Befragung der landwirtschaftlichen Betriebe wurde in einem ersten Schritt betrachtet, wie groß der Anteil der Betriebe ist, für die der Anbau von Pflanzen, die (auch) als Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden können, grundsätzlich attraktiv ist. Dazu wurden den Befragten einige Aussagen vorgelegt mit der Bitte anzugeben, inwieweit sie diesen zustimmen.

Es zeigt sich folgendes Bild (Abb. 3):

- 40 % der Befragten stimmen der Aussage zu, dass der Anbau von Pflanzen eigentlich attraktiv ist, die als Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden können.
- 36 % der Befragten sind auch der Meinung, dass der Anbau solcher Pflanzen Ackerbaubetrieben eine gute Entwicklungschance für die Zukunft bietet.
- Dass der Anbau solcher Pflanzen auch ein gutes Einkommen ermöglicht, sehen allerdings nur 19 % der Befragten so.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Frage: Der Anbau von Pflanzen, die als Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden können, ist für Ackerbaubetriebe ...

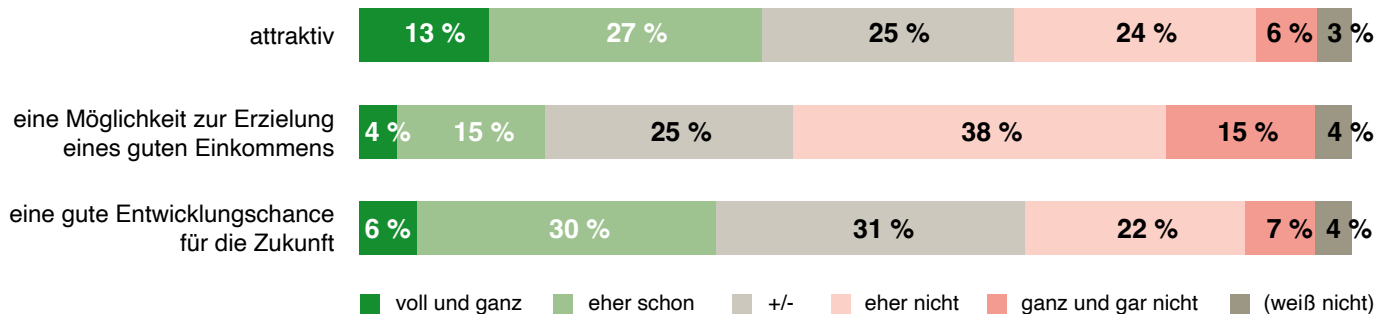


Abb. 3: Generelle Attraktivität des Anbaus von Pflanzen als Proteinquellen für FES und MES

Die landwirtschaftlichen Betriebe wurden auch gefragt, wie sie die zukünftige Entwicklung der Endverbraachernachfrage bei Fleisch- und Milchersatzprodukten einstufen. Hier zeigt sich:

- Jeder dritte Betrieb (34 %) geht davon aus, dass die Nachfrage nach Fleisch- und Milchersatzprodukten in Deutschland in den kommenden Jahren bei Endverbraucherinnen und -verbrauchern stark zunehmen wird.
- Auch geht jeder dritte Betrieb (33 %) davon aus, dass Endverbraucherinnen und -verbraucher Fleisch- und Milchersatzprodukte bevorzugen, deren Zutaten aus Deutschland kommen.

Im Hinblick auf die konkrete Nachfrageentwicklung, die die landwirtschaftlichen Betriebe bei einzelnen Pflanzenarten als Proteinquelle für Fleischersatzprodukte für die Zukunft erwarten, wurden sechs Pflanzenarten näher betrachtet: Sojabohnen, Erbsen, Kichererbsen, Ackerbohnen, Linsen und Lupinen. Es zeigt sich (Abb. 4):

- Über die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass die Nachfrage für Sojabohnen (56 %) und Erbsen (52 %) in Deutschland auf Erzeugerebene zukünftig steigen wird.
- Jeder dritte Befragte erwartet, dass auch die Nachfrage nach Kichererbsen (35 %), Lupinen (33 %) und Ackerbohnen (33 %) steigen wird.
- Auch bei Linsen wird eine steigende Nachfrage erwartet. Hier erwarten hingegen „nur“ 26 % der Befragten einen Anstieg der Nachfrage auf Erzeugerebene.

Hier sind einige Pflanzen aufgelistet, die als Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden.

Frage: Sind darunter welche, bei denen Sie erwarten, dass für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten die Nachfrage in Deutschland auf Erzeugerebene steigen wird? Wenn ja, wählen Sie diese bitte aus.

[Mehrfachauswahl-Frage]

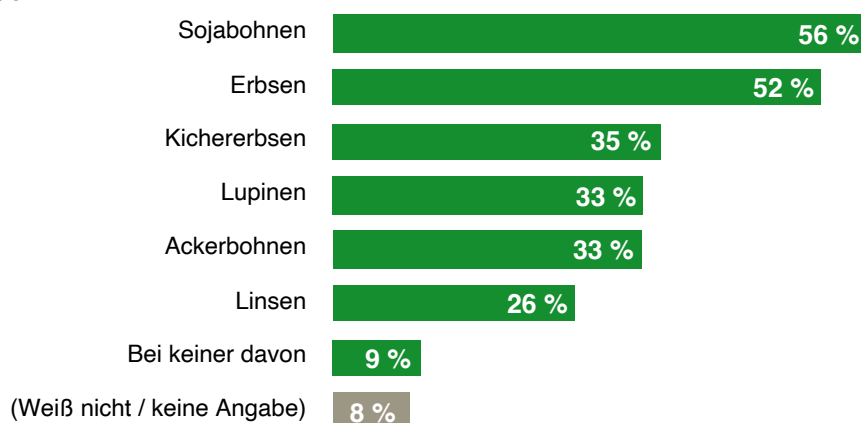


Abb. 4: Erwartete Nachfrageentwicklung bei einzelnen Pflanzenarten

Frage: Bei welchen dieser Pflanzen ist für Ihren Betrieb ein Anbau grundsätzlich interessant aus ...

[Mehrfachauswahl-Frage]

	Pflanzenbauliche Perspektive (zur Erhaltung bzw. Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit)	Produktionstechnische Perspektive (zur Entlastung bei der Arbeitsbelastung / Brechen von Arbeitsspitzen)	Wirtschaftliche Perspektive (zur Erzielung eines attraktiven Einkommens)
Alle Befragte			
Erbsen	65 %	30 %	17 %
Ackerbohnen	55 %	35 %	17 %
Sojabohnen	23 %	20 %	18 %
Lupinen	33 %	19 %	8 %
Kichererbsen	7 %	4 %	4 %
Linsen	8 %	5 %	4 %
Bei keiner davon	4 %	27 %	43 %
Nur Befragte, die die Pflanze grundsätzlich anbauen könnten			
Erbsen	80 %	37 %	21 %
Ackerbohnen	79 %	50 %	24 %
Sojabohnen	58 %	50 %	46 %
Lupinen	63 %	37 %	15 %
Kichererbsen	36 %	21 %	21 %
Linsen	37 %	24 %	20 %
Bei keiner davon	5 %	29 %	47 %

Abb. 5: Anbauattraktivität einzelner Pflanzenarten im eigenen Betrieb

Ein Anbau von Eiweißpflanzen kann für landwirtschaftliche Betriebe aus verschiedenen Gründen interessant sein, zum einen aus wirtschaftlicher Perspektive, aber auch aus pflanzenbaulicher Sicht (zur Erhaltung bzw. Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit) oder aus produktionstechnischer Sicht (zum Brechen von Arbeitsspitzen). Befragt danach, wie interessant ein Anbau der sechs genannten Pflanzenarten aus wirtschaftlicher, pflanzenbaulicher und produktionstechnischer Sicht für ihren Betrieb ist, zeigt sich (Abb. 5):

- Bei allen sechs Pflanzenarten ist ein Anbau aus wirtschaftlicher Sicht für die klare Mehrheit der Betriebe uninteressant. Als betriebswirtschaftlich am interessantesten wird von den meisten Betrieben noch der Anbau von Sojabohnen, Ackerbohnen und Erbsen eingestuft.
- Ein Anbau von Erbsen und Ackerbohnen ist für mehr als jeden zweiten Betrieb aus pflanzenbaulicher Sicht interessant; der Anbau dieser beiden Pflanzenarten ist auch für jeden dritten Betrieb zum Brechen von Arbeitsspitzen interessant.
- Ein Anbau von Kichererbsen und Linsen ist hingegen für über 90 % der Betriebe aus pflanzenbaulicher und produktionstechnischer Sicht uninteressant.

Insgesamt zeigt sich hinsichtlich der grundsätzlichen Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen als alternative Proteinquellen für Fleisch- und Milchersatzprodukte für landwirtschaftliche Betriebe ein sehr gemischtes Bild:

- Auf der einen Seite ist ein Anbau von Eiweißpflanzen aus pflanzenbaulicher Sicht für viele Betriebe durchaus interessant. Zu nennen sind hier insbesondere der Anbau von Erbsen und Ackerbohnen, für einige Betriebe auch der Anbau von Sojabohnen und Lupinen. Gleichzeitig erwarten viele der Befragten, dass die Nachfrage nach Fleisch- und Milchersatzprodukten auf der Verbraucherseite zukünftig steigen wird und damit auch die Nachfrage nach Eiweißpflanzen auf der Erzeugerebene in Deutschland.
- Allerdings zeigt sich auf der anderen Seite auch, dass die generelle Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen für den genannten Zweck in vielen Betrieben trotzdem aktuell nicht sonderlich hoch ist. Ursächlich dafür dürfte insbesondere die nicht sehr positiv bewertete Wirtschaftlichkeit eines Anbaus sein.

Wie sieht die aktuelle Anbausituation bei Eiweißpflanzen in den landwirtschaftlichen Betrieben aus?

Neben der Betrachtung der grundsätzlichen Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten wurde auch untersucht, wie sich die aktuelle Anbausituation in den landwirtschaftlichen Betrieben aktuell darstellt. Dazu wurde exemplarisch die Anbausituation für die genannten sechs Pflanzenarten betrachtet, also für Sojabohnen, Erbsen, Ackerbohnen, Lupinen, Kichererbsen und Linsen. Gefragt wurde danach:

- Welche dieser Eiweißpflanzen die Betriebe mit ihren vorhandenen Gegebenheiten (Bodenqualität, klimatische Bedingungen, Maschinenausstattung etc.) grundsätzlich anbauen könnten.
- Welche Pflanzenarten aktuell angebaut werden oder bereits angebaut wurden.
- Bei welchen Eiweißpflanzen aktuell geplant ist, diese zukünftig im Betrieb (erstmalig oder erneut) anzubauen.

Es zeigt sich, dass insgesamt 61 % der befragten Betriebe schon einmal mindestens eine der sechs Pflanzenarten angebaut haben.

Der Grund für den hohen Anteil der anbauenden Betriebe dürfte vielleicht sein, dass der Anbau bei vielen der Pflanzenarten zwar oft nicht wirtschaftlich, aber aus pflanzenbaulicher und produktionstechnischer Sicht interessant für viele Betriebe ist. Gefragt nach den Zukunftsplänen zeigt sich, dass knapp die Hälfte der Betriebe (49 %) plant, auch zukünftig mindestens eine der Pflanzenarten anzubauen.

Schaut man auf die konkrete Anbausituation, welche Pflanzenarten die Betriebe anbauen könnten und welche sie tatsächlich anbauen, zeigen sich dabei deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Arten (Abb. 6):

- Erbsen können von der überwiegenden Mehrheit der Betriebe mit ihren vorhandenen Gegebenheiten (Bodenqualität, klimatische Bedingungen, Maschinenausstattung etc.) grundsätzlich angebaut werden (81 %), das Gleiche gilt für Ackerbohnen (71 %). Linsen und Kichererbsen können hingegen nur von jedem fünften Betrieb angebaut werden.
- Circa jeder dritte Betrieb hat bereits einmal Erbsen (35 %) und Ackerbohnen (28 %) angebaut, bei Sojabohnen sind es 17 %, bei Lupinen 14 % der Betriebe. Demgegenüber haben nur sehr wenige der befragten Betriebe bislang Kichererbsen (2 %) und Linsen (3 %) angebaut.
- Unter den Betrieben, die eine der Pflanzenarten bislang noch nicht angebaut haben, aber grundsätzlich anbauen könnten, wurde am häufigsten konkret über den Anbau von Erbsen und Ackerbohnen nachgedacht.

IST-Anbausituation einzelner Pflanzentypen im Betrieb

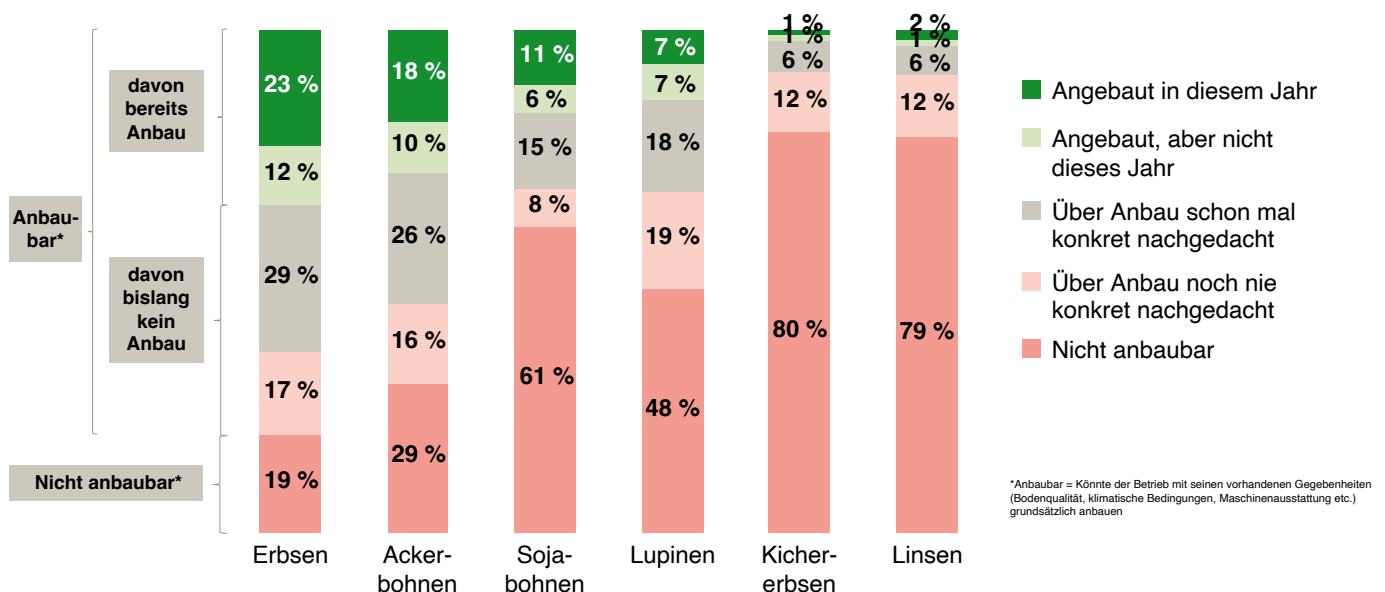


Abb. 6: Anbausituation einzelner Pflanzenarten im Betrieb

Welche Erfahrungen machen landwirtschaftliche Betriebe mit dem Anbau der Eiweißpflanzen und was sind die Gründe für den Anbau?

Eiweißpflanzen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten unterscheiden sich in ihren Anbau- und Vermarktungsbedingungen.

Um die Erfahrungen mit dem Anbau und die Bewertung der Markt- und Vertriebssituation für diese Pflanzenarten quantifizieren zu können, wurde im weiteren Befragungsverlauf exemplarisch der Status quo bei vier Arten näher betrachtet. Diese waren:

- Sojabohnen
- Erbsen
- Lupinen
- Ackerbohnen

Fragen bezüglich der Einschätzung der Markt- und Vertriebssituation bei diesen vier Pflanzenarten wurden nur denjenigen Betrieben vorgelegt, die die jeweilige betrachtete Pflanze entweder bereits anbauen oder grundsätzlich anbauen könnten und auch schon einmal darüber nachgedacht haben, sie anzubauen. Fragen zu den Anbau- und Vertriebserfahrungen wurden nur den Betrieben gestellt, die die jeweilige betrachtete Pflanzenart bereits angebaut und vermarktet haben.

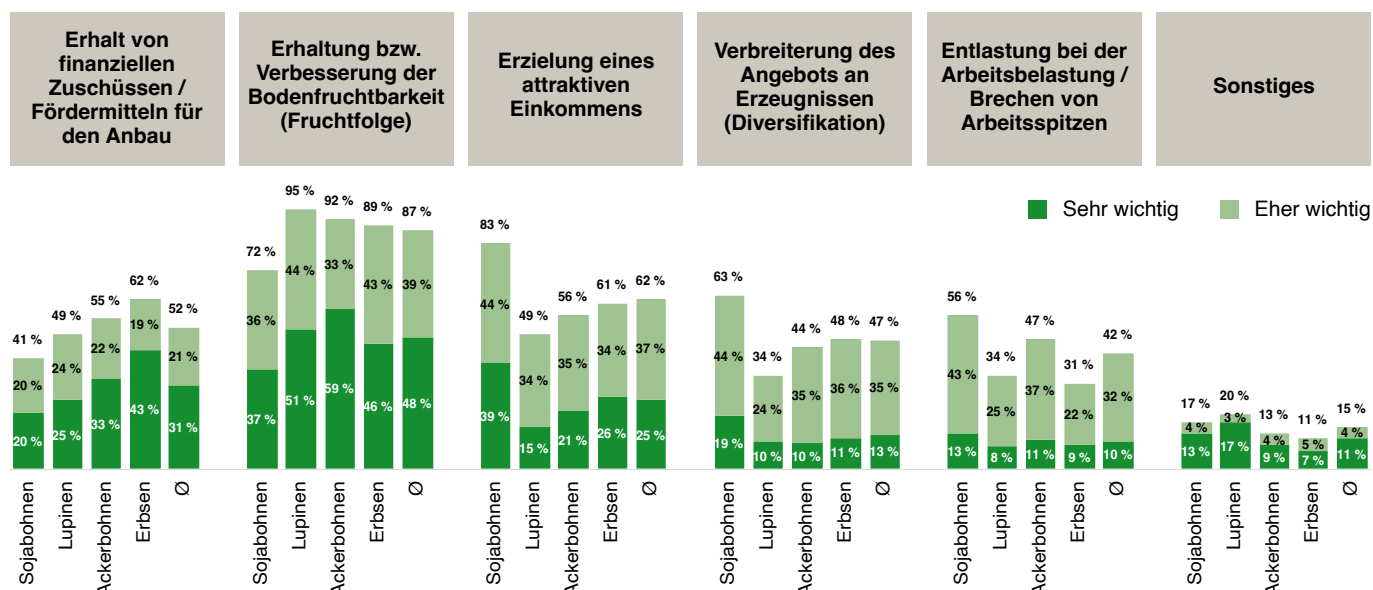
Um Ermüdungs- und Verzerrungseffekte bei den Antworten durch die Vorlage von Fragen über zu viele Pflanzenarten zu vermeiden, wurden jeder befragten Person maximal Fragen zu zwei Arten vorgelegt (Auswahl per Rangordnungsverfahren). Die Befragungs-Fallzahlen, die sich für die vier betrachteten Pflanzenarten ergeben haben, sind in Abb. 7 dargestellt.

	Befragte gesamt	Davon	
		Anbauer (heute oder in Vergangenheit)	Anbaufähige, aber bislang kein Anbau
Sojabohnen	183	98	85
Lupinen	150	59	91
Ackerbohnen	283	133	149
Erbsen	285	122	163

Abb. 7: Interview-Fallzahlen je Pflanzenart

In einem ersten Schritt wurden die anbauenden Betriebe nach den Gründen befragt, warum sie die Pflanzenarten jeweils anbauen. Es zeigt sich (Abb. 8):

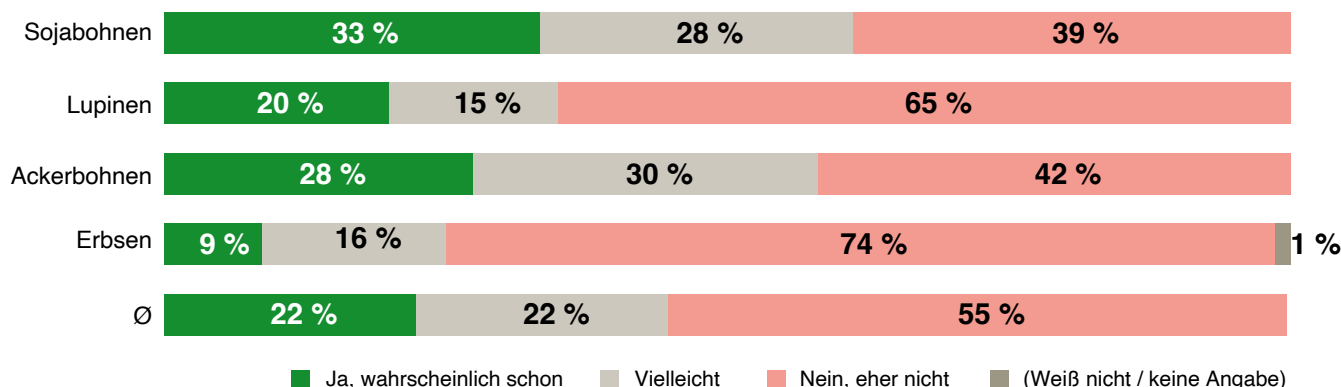
- Der wichtigste Grund für den Anbau von Erbsen, Lupinen und Ackerbohnen im Betrieb ist die Erhaltung bzw. Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit. Dies ist deutlich wichtiger als finanzielle Erwägungen wie etwa der Erhalt von finanziellen Zuschüssen oder die Erzielung eines attraktiven Einkommens.
- Bei Sojabohnen ist hingegen die Erzielung eines attraktiven Einkommens der wichtigste Grund für den Anbau. Hier spielt zudem der Erhalt von finanziellen Zuschüssen als Anbaugrund eine vergleichsweise geringe Rolle.
- Es zeigt sich darüber hinaus bei allen vier Pflanzenarten, dass als Anbaugründe auch Überlegungen zur Verbreiterung des Angebots an Erzeugnissen (Diversifikation) sowie eine Entlastung bei der Arbeitsbelastung/Brechen von Arbeitsspitzen eine Rolle spielen. Diese Aspekte haben jedoch eine nachrangige Bedeutung im Vergleich zu den pflanzenbaulichen Beweggründen.

Frage: Wie wichtig sind die folgenden Gründe dafür, dass Sie in Ihrem Betrieb [...] anbauen?

Abb. 8: Gründe für den Anbau bei einzelnen Pflanzenarten

Die landwirtschaftlichen Betriebe wurden auch danach gefragt, welche Rolle finanzielle Zuschüsse/Fördermittel für den Anbau der einzelnen Pflanzen konkret in ihren Betrieben spielen:

- In den Betrieben, die Erbsen oder Ackerbohnen anbauen, erhält über die Hälfte der Betriebe finanzielle Zuschüsse bzw. Fördermittel für den Anbau (bei Erbsen 56 %, Ackerbohnen 52 % der Betriebe).
- Von den Betrieben, die Sojabohnen anbauen, erhalten 37 % finanzielle Zuschüsse für den Anbau, bei Betrieben, die Lupinen anbauen, sind es 34 %.
- Die Betriebe, die Zuschüsse bzw. Fördermittel für den Anbau erhalten, wurden des Weiteren danach gefragt, ob sie die jeweiligen Pflanzenarten zukünftig auch wieder im gleichen Umfang anbauen würden, wenn sie keine finanziellen Zuschüsse/Fördermittel für den Anbau erhalten würden. Bei Sojabohnen und Ackerbohnen zeigt sich ein gemischtes Bild. Eine klare Mehrheit der Betriebe, die bisher Erbsen und Lupinen anbauen, würden diese ohne finanzielle Förderung nicht wieder im gleichen Umfang anbauen (Abb. 9).

Es zeigt sich, dass finanzielle Zuschüsse bzw. Fördermittel bei vielen Betrieben und Pflanzenarten sehr stark über den Anbau entscheiden. Vor dem Hintergrund, dass der Anbau bei vielen Eiweißpflanzen oft nicht als wirtschaftlich interessant eingestuft wird, überraschen diese Ergebnisse nicht.

Frage: Würden Sie [...] auch zukünftig wieder im gleichen Umfang anbauen, wenn Sie keine finanziellen Zuschüsse/Fördermittel für den Anbau erhalten würden?

Abb. 9: Bedeutung von finanziellen Zuschüssen/Fördermitteln für den Anbau

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Anbau von [...] ...

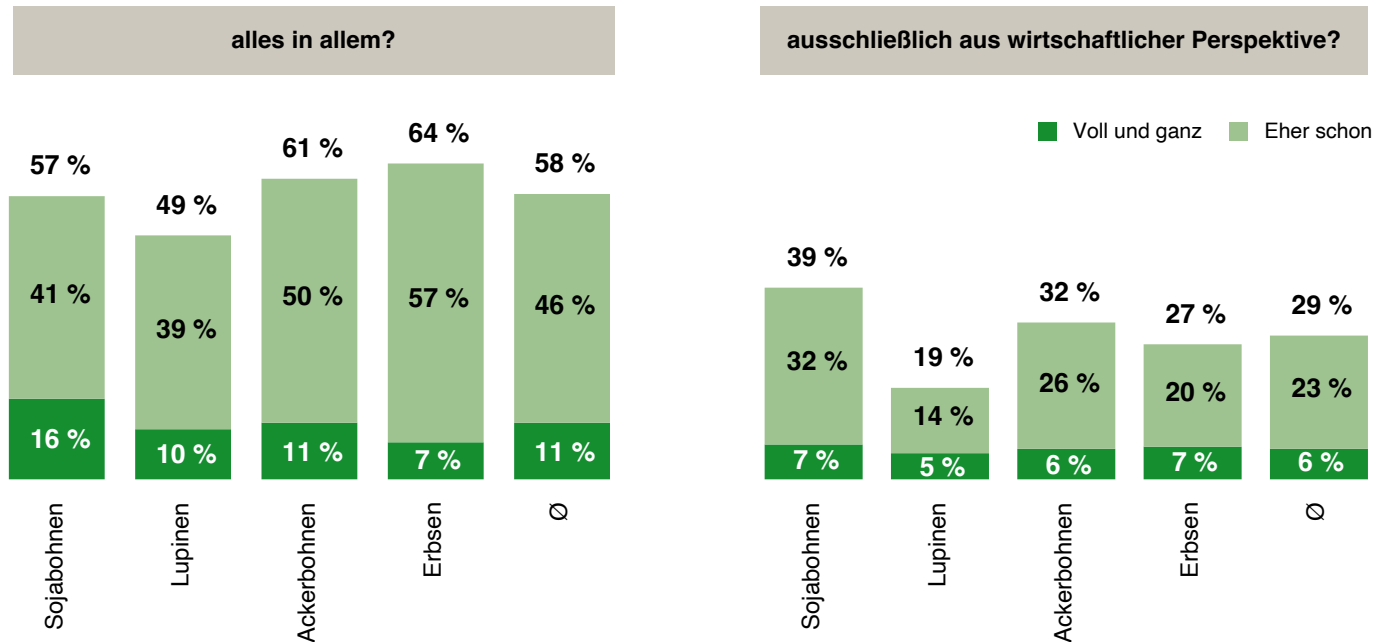


Abb. 10: Bisherige Erfahrungen mit dem Anbau einzelner Pflanzenarten I

Frage: Und hatten Sie beim Verkauf Ihrer Ernte an [...] schon einmal die folgenden Probleme?

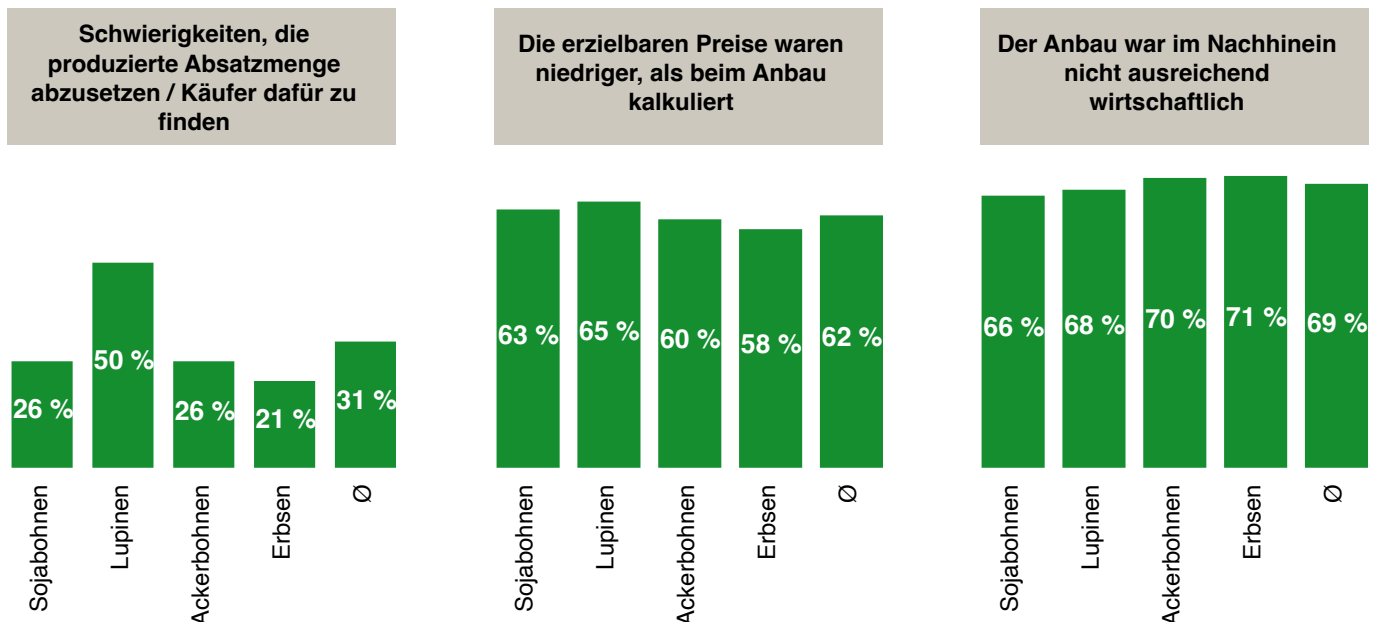


Abb. 11: Bisherige Erfahrungen mit dem Anbau einzelner Pflanzenarten II

Die Betriebe, die die Pflanzenarten bereits anbauen und auch schon einmal eine Ernte davon verkauft haben, wurden darüber hinaus zu ihren bisherigen positiven oder negativen Anbauerfahrungen gefragt.

Es zeigt sich insgesamt ein recht gemischtes Bild (Abb. 10 und Abb. 11):

- Während die (zum Teil knappe) Mehrheit der Betriebe mit dem Anbau von Sojabohnen, Ackerbohnen und Erbsen noch alles in allem zufrieden oder eher zufrieden ist, ist die Zufriedenheit mit der Wirtschaftlichkeit des Anbaus bei allen Pflanzenarten durchweg niedrig, insbesondere beim Anbau von Lupinen.
- Ursächlich dürfte dafür vor allem sein, dass die erzielbaren Preise beim Verkauf der Ernte sehr häufig niedriger ausgefallen sind, als sie beim Anbau kalkuliert waren. Speziell bei Lupinen hatte jeder zweite anbauende Betrieb zudem Schwierigkeiten, die produzierte Absatzmenge abzusetzen bzw. Käufer dafür zu finden.

Wie wird die Markt- und Vertriebssituation für Eiweißpflanzen eingeschätzt?

Wie die Befragungsergebnisse nahelegen, sind die bisherigen eher gemischten Erfahrungen mit dem Anbau vieler Eiweißpflanzen zu einem signifikanten Anteil auf die geringen Preise zurückzuführen, die am Markt erzielt werden können, also letztlich auf die Markt- und Vertriebssituation für die Pflanzen.

In der Befragung wurde auch betrachtet, wie die landwirtschaftlichen Betriebe die Markt- und Vertriebssituation für die einzelnen Pflanzenarten einschätzen und welche Herausforderungen die Betriebe für eine erfolgreiche Vermarktung der Produkte sehen. Befragt wurden dazu die Betriebe, die die jeweilige betrachtete Pflanze bereits anbauen oder grundsätzlich anbauen könnten und auch schon den Anbau erwogen haben.

Bewertung der Absatz- und Vermarktungssituation

Befragt nach der Bewertung der Absatz- und Vermarktungssituation bei einzelnen Pflanzenarten zeigt sich insgesamt, dass die Befragten alle Pflanzenarten als nicht besonders positiv einstufen (Abb. 12):

Frage: Bitte denken Sie einmal an die Absatz- und Vermarktungssituation für [...]. Wie bewerten Sie ...

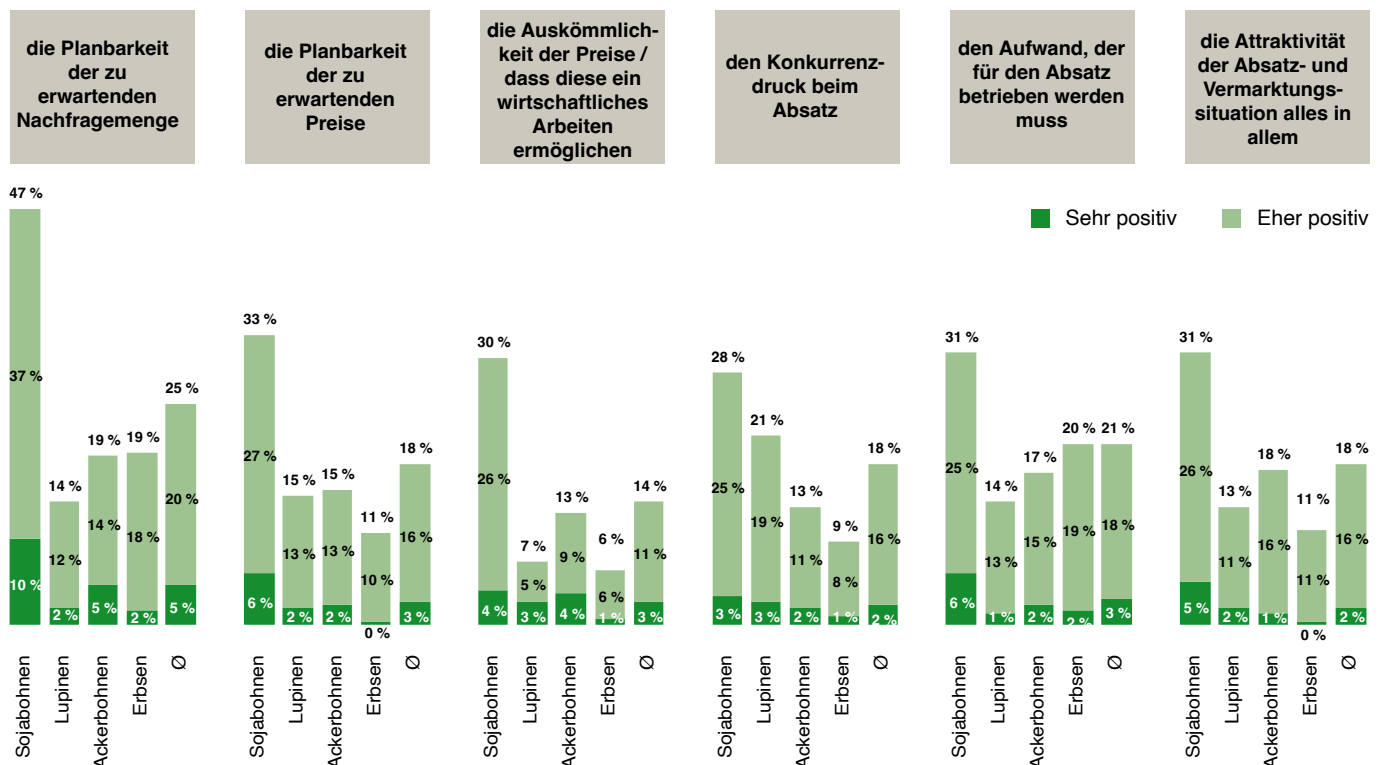


Abb. 12: Bewertung der Absatz- und Vermarktungssituation bei einzelnen Pflanzenarten

- Bei keiner der vier betrachteten Pflanzenarten wird die Planbarkeit der zu erwartenden Nachfragemenge von den Betrieben als sonderlich positiv eingestuft. Während 47 % der Befragten die Planbarkeit bei Sojabohnen noch als sehr oder eher positiv einschätzen, sind es bei Erbsen und Ackerbohnen nur je 19 %, bei Lupinen sogar nur 14 %.
- Auch die Planbarkeit der Preise und deren Auskömmlichkeit (dass diese ein wirtschaftliches Arbeiten ermöglichen) schätzt die klare Mehrheit der Befragten bei allen Pflanzenarten nicht positiv ein.
- Gleiches gilt für den Konkurrenzdruck beim Absatz und den Aufwand, der für den Absatz betrieben werden muss.

Am positivsten wird insgesamt noch die Absatz- und Vermarktungssituation bei Sojabohnen eingeschätzt. Hier bewertet knapp jeder dritte Befragte (31 %) die Situation alles in allem als positiv oder eher positiv. Am schlechtesten wird demgegenüber die Absatz- und Vermarktungssituation bei Erbsen und Lupinen eingestuft, hier sind es nur 11 % bzw. 13 % der Befragten.

Lösungsansätze zur Verbesserung der Absatz- und Vermarktungssituation

Die Betriebe wurden auch danach gefragt, welche Lösungsansätze sie zur Verbesserung der Absatz- und Vermarktungssituation sehen und was aus ihrer Sicht die wichtigsten Maßnahmen wären, um die Attraktivität der Absatz- und Vermarktungssituation für die einzelnen Pflanzen zu erhöhen (offene Fragestellung). Von den Befragten wurden hier insbesondere folgende Punkte genannt (Abb. 13):

- Bessere Preise/stabilere Preise
- Zuverlässige Abnehmer
- Mehr Erfassung bei regionalen Landhändlern
- Förderung intensivieren
- Mehr Vertragsanbau/Anbauverträge
- Mehr lokale Aufbereitungsmöglichkeiten
- Mehr Öffentlichkeitsarbeit (Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher über positive Eigenschaften des Anbaus und für die Ernährung)

Frage: Warum ist der Anbau aus pflanzenbaulicher Sicht grundsätzlich interessant für Ihren Betrieb?

[Mehrfachauswahl-Frage]

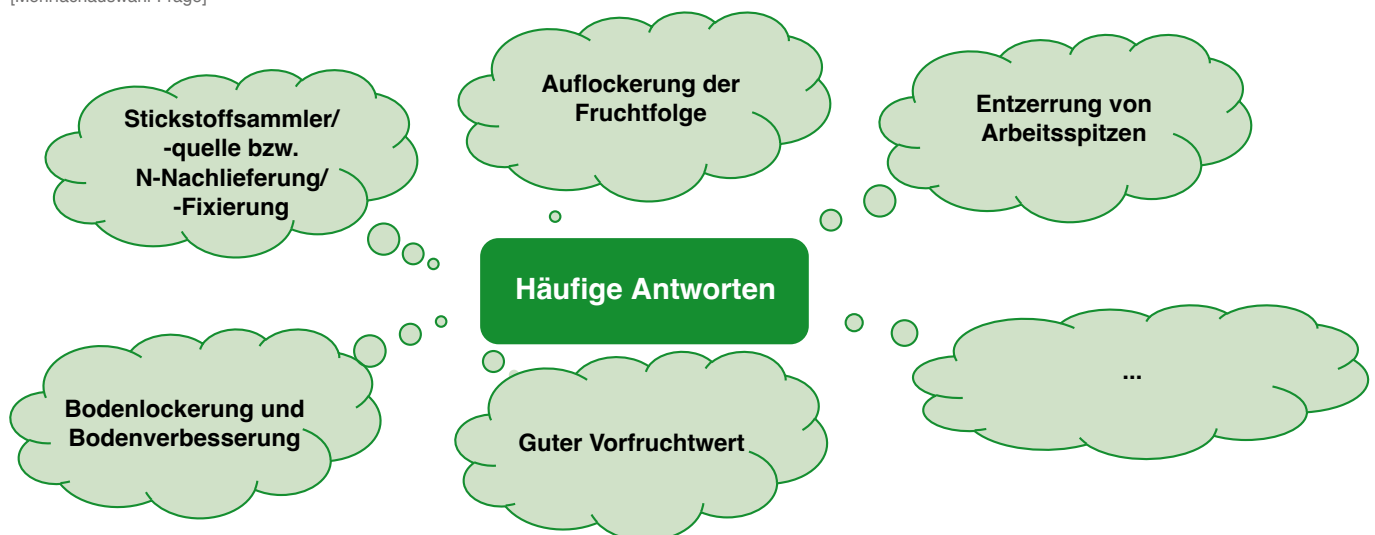


Abb. 13: Lösungsansätze zur Verbesserung der Absatz- und Vermarktungssituation

Frage: Hier sehen Sie einige Möglichkeiten für den Vertrieb einer [...] -Ernte. Wie attraktiv sind diese grundsätzlich für Ihren Betrieb?

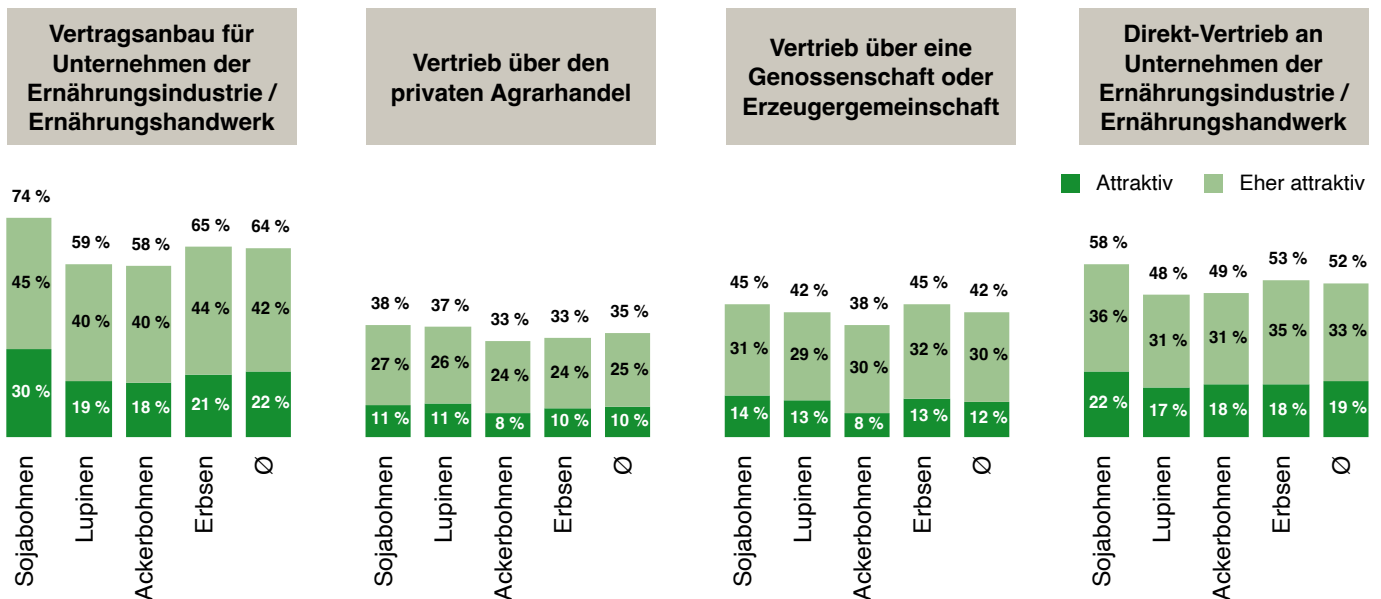


Abb. 14: Attraktivität von Vermarktungswegen

Attraktivität von Vermarktungswegen

Eiweißpflanzen können über unterschiedliche Vermarktungswege abgesetzt werden. Die landwirtschaftlichen Betriebe wurden hierzu befragt, wie attraktiv unterschiedliche Vertriebswege grundsätzlich für ihren Betrieb sind und welche der Wege sie derzeit nutzen.

Gefragt, wie attraktiv die einzelnen Vermarktungswege grundsätzlich für ihren Betrieb sind, zeigt sich (Abb. 14):

- Knapp zwei Drittel der Befragten betrachten über alle Pflanzenarten hinweg einen Vertragsanbau für Unternehmen der Ernährungsindustrie bzw. des Ernährungshandwerks als attraktivsten Vermarktungsweg.
- Für knapp die Hälfte der Befragten ist der Direktvertrieb der Ernte an Unternehmen der Ernährungsindustrie/des Ernährungshandwerks attraktiv.
- Als weniger attraktiv werden hingegen der Vertrieb über eine Genossenschaft oder Erzeugergemeinschaft (circa 40 %) und der Vertrieb über den privaten Agrarhandel (35 %) angesehen.

Neben der Attraktivität der Vermarktungswege wurde auch abgefragt, welche Vermarktungswege von den anbauenden Betrieben aktuell genutzt werden, um ihre Produkte zu vertreiben. Stellt man die Attraktivität der Vertriebskanäle dem Anteil der Unternehmen gegenüber, die die Vertriebskanäle für den Absatz ihrer Produkte nutzen, zeigt sich eine große Diskrepanz (Abb. 15):

- Während insbesondere der Vertragsanbau und der Direktvertrieb an Unternehmen der Ernährungsindustrie/des Ernährungshandwerks als überdurchschnittlich attraktive Vertriebswege eingestuft werden, spielen diese bei allen betrachteten Pflanzenarten aktuell nur eine untergeordnete Rolle im Vertrieb.
- Der Vertrieb über den privaten Agrarhandel, der als weniger attraktiv eingestuft wird, ist hingegen der häufigste Vertriebsweg.

Somit kann festgehalten werden, dass für die Betriebe vertriebsseitig derzeit eine deutliche Lücke zwischen der Attraktivität der Vermarktungswege und der Möglichkeit ihrer tatsächlichen Nutzung besteht.

Attraktivität vs. Nutzung: Vertriebswege

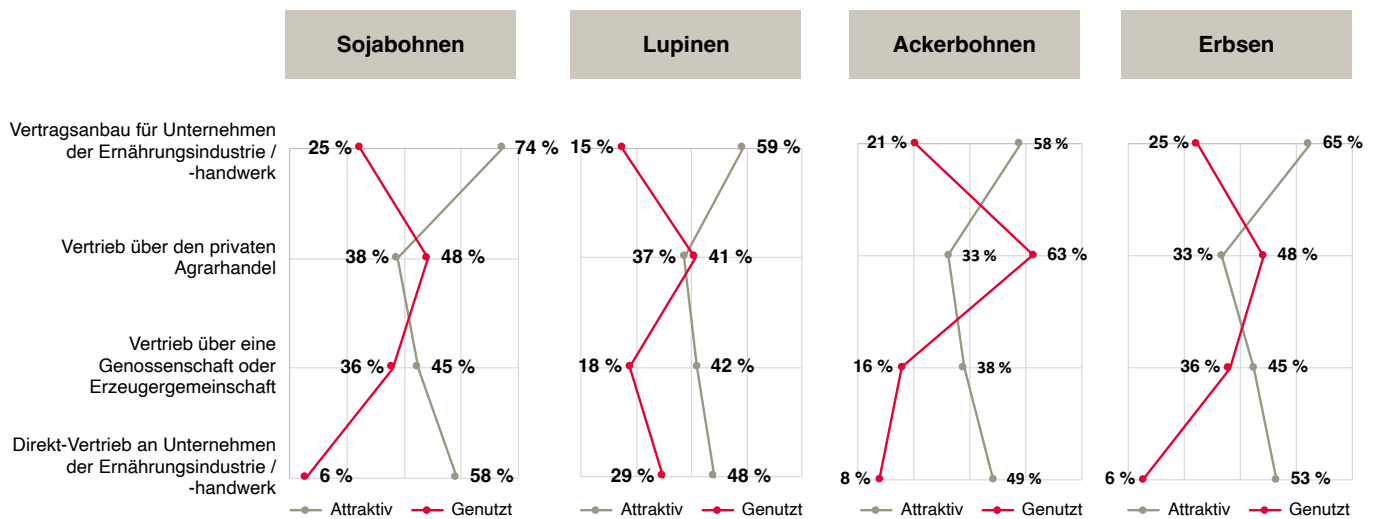


Abb. 15: Attraktivität vs. Nutzung von Vertriebswegen

Vertragsanbau

Schaut man speziell auf den Vertriebsweg Vertragsanbau, kann sich diesen eine klare Mehrheit der Betriebe grundsätzlich gut für die einzelnen Pflanzenarten vorstellen (Abb. 16).

Frage: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, dass Ihr Betrieb [...] im Vertragsanbau produziert?

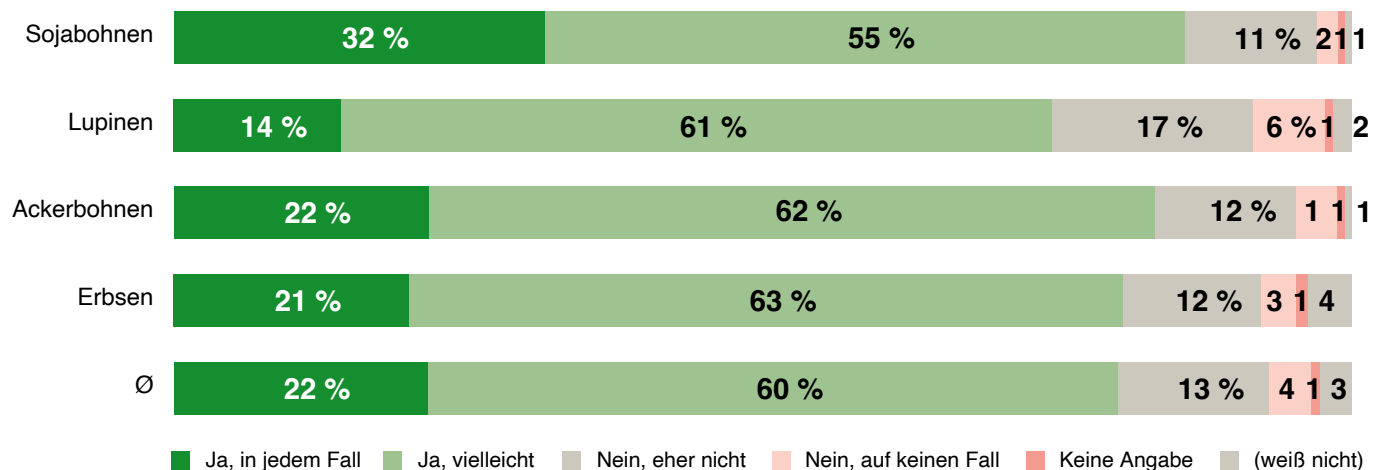


Abb. 16: Akzeptanz von Vertragsanbau

Weshalb Vertragsanbaumodelle – trotz ihrer Attraktivität und der Teilnahmebereitschaft der Betriebe – bislang nur relativ selten als Vertriebsweg genutzt werden, dürfte sehr stark damit zusammenhängen, dass aus Sicht der meisten landwirtschaftlichen Betriebe keine ausreichende Anzahl an Angeboten für den Vertragsanbau der einzelnen Pflanzenarten existiert (Abb. 17):

- So geben beispielsweise nur 20 % der Befragten an, dass eine ausreichende Anzahl an Angeboten für einen Vertragsanbau von Sojabohnen existiert, bei Erbsen sind es sogar nur 7 %.
- Die deutliche Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass mehr landwirtschaftliche Betriebe Pflanzen wie Soja, Lupinen, Ackerbohnen und Erbsen anbauen würden, wenn es mehr Angebote für Vertragsanbau gäbe.

Frage: Und hatten Sie beim Verkauf Ihrer Ernte an [...] schon einmal die folgenden Probleme?

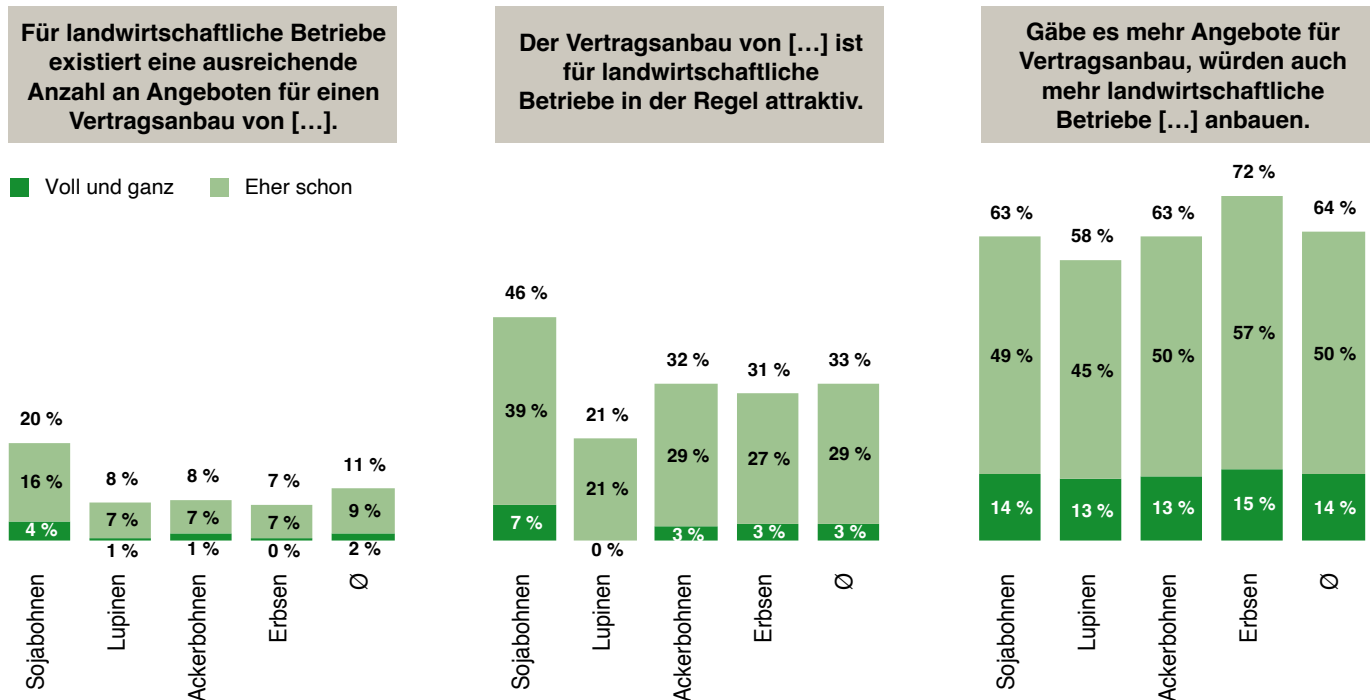


Abb. 17: Allgemeine Attraktivität von Vertragsanbau

Die Befragten, die sich grundsätzlich einen Vertragsanbau vorstellen können, wurden auch danach gefragt, was ihnen bei der Ausgestaltung eines Anbauvertrages mit einem Abnehmer besonders wichtig wäre (Abb. 18):

- Am wichtigsten sind den Befragten vor allem gute Abnahmepreise (93 %).
- Ebenfalls wichtig ist vielen Befragten eine garantierte Abnahme der gesamten erzeugten Menge auf der vereinbarten Anbaufläche im Anbauzeitraum (78 %).
- Dass ein Pflanzenschutzmitteleinsatz während des Anbaus nicht ausgeschlossen ist, ist ebenfalls vielen Befragten wichtig (72 %).
- Deutlich weniger wichtig sind den Befragten hingegen eindeutige Regelungen zu Qualitätsanforderungen an die Absatzmenge (58 %) sowie mehrjährige Vertragslaufzeiten, angepasst an Fruchtfolgeanforderungen beim Anbau (40 %).

Frage: Beim Vertragsanbau von [...] muss ein Vertrag mit einem Abnehmer geschlossen werden. Was wäre Ihnen bei der Ausgestaltung eines solchen Vertrages besonders wichtig?

[Mehrfachauswahl-Frage]

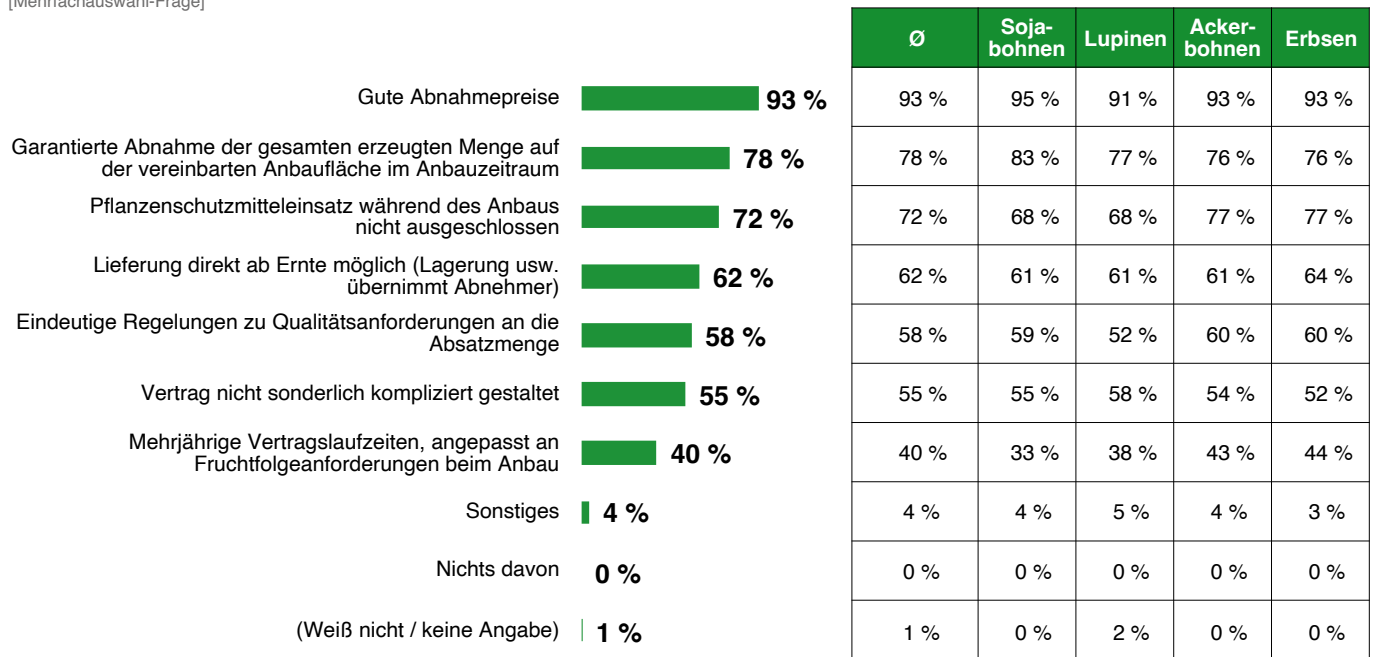


Abb. 18: Ausgestaltung von Anbauverträgen

Erzeugergemeinschaften

Neben dem Vertragsanbau wurde auch abgefragt, wie viele der Betriebe sich grundsätzlich vorstellen könnten, sich mit anderen Betrieben zu einer Erzeugergemeinschaft für einzelne Eiweißpflanzen zusammenzuschließen. Dies kann sich jeweils eine klare Mehrheit der Betriebe grundsätzlich gut vorstellen (Abb. 19).

Vergleicht man die Akzeptanz einer Beteiligung an Erzeugergemeinschaften mit der Akzeptanz von Vertragsanbaumodellen, ist allerdings festzustellen, dass die Akzeptanz von Vertragsanbaumodellen noch einmal spürbar höher ist.

Frage: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, dass Ihr Betrieb sich mit anderen Betrieben zu einer Erzeugergemeinschaft für [...] zusammenschließt?

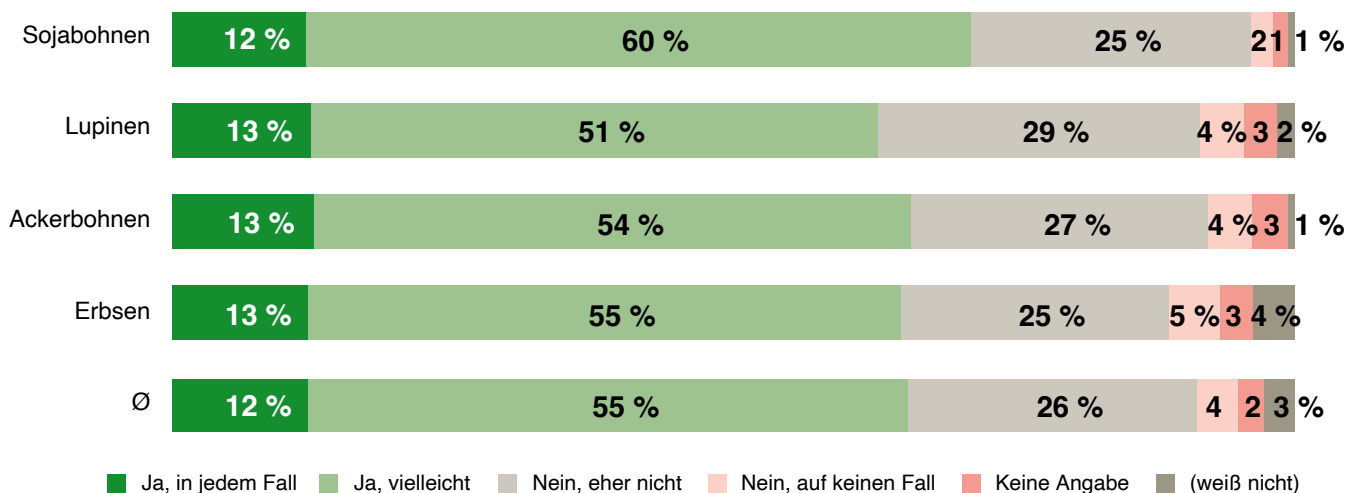


Abb. 19: Akzeptanz von Beteiligung an Erzeugergemeinschaften

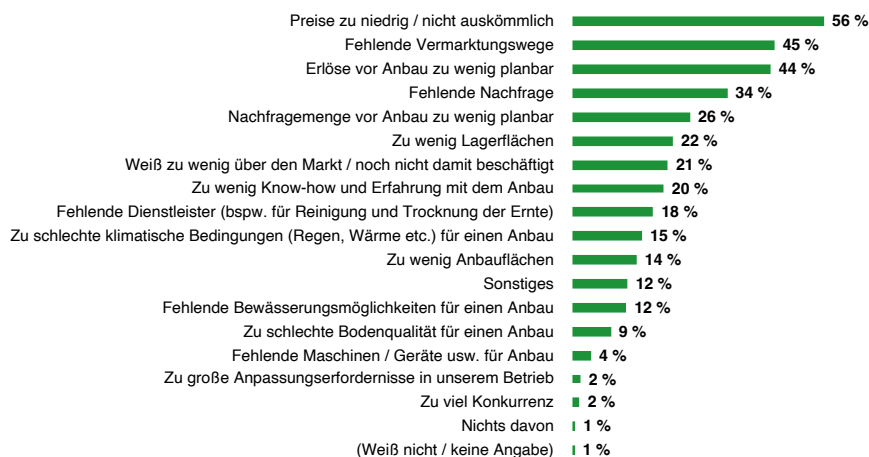
Was sind die Gründe dafür, warum diverse landwirtschaftliche Betriebe aktuell keine Eiweißpflanzen anbauen?

Die Betriebe, die grundsätzlich die einzelnen Pflanzenarten anbauen könnten, diese aber bislang nicht anbauen, wurden auch nach den Gründen danach gefragt. Hier zeigt sich folgendes Bild (Abb. 20):

- Als wichtigste Gründe gegen den Anbau werden vor allem wirtschaftliche Erwägungen genannt, insbesondere zu niedrige Preise (56 %) und eine zu geringe Planbarkeit der Erlöse vor dem Anbau (44 %).
- Auch fehlende Vermarktungswege (45 %) werden als wichtiger Grund genannt.
- Ackerbauliche Erwägungen spielen eine deutlich geringere Rolle bei der Entscheidung gegen den Anbau: So werden beispielsweise zu schlechte klimatische Anbaubedingungen nur von 15 % der Betriebe als Anbaubarriere angeführt, 12 % der Betriebe nennen fehlende Bewässerungsmöglichkeiten und 9 % eine zu schlechte Bodenqualität. Ackerbauliche Hemmnisse spielen dabei je nach Art der Eiweißpflanze jedoch eine unterschiedlich starke Rolle.

Frage: Hier sehen Sie einige Gründe, die gegen einen Anbau von [...] sprechen können. Sind darunter welche, die auch in Ihrem Betrieb ursächlich dafür sind, warum Sie keine [...] anbauen? Wenn ja, wählen Sie diese bitte aus.

[Mehrfachauswahl-Frage]



Ø	Sojabohnen	Lupinen	Ackerbohnen	Erbsen
56 %	49 %	45 %	63 %	65 %
45 %	31 %	53 %	47 %	48 %
44 %	35 %	43 %	53 %	44 %
34 %	12 %	44 %	42 %	40 %
26 %	13 %	29 %	31 %	32 %
22 %	21 %	26 %	21 %	20 %
21 %	18 %	27 %	25 %	15 %
20 %	26 %	27 %	15 %	12 %
18 %	15 %	24 %	12 %	20 %
15 %	24 %	11 %	19 %	9 %
14 %	14 %	13 %	13 %	17 %
12 %	19 %	10 %	9 %	12 %
12 %	12 %	11 %	15 %	10 %
9 %	7 %	9 %	14 %	4 %
4 %	7 %	3 %	5 %	2 %
2 %	4 %	1 %	1 %	2 %
2 %	1 %	1 %	2 %	2 %
1 %	1 %	1 %	0 %	1 %
1 %	0 %	1 %	1 %	0 %

Abb. 20: Gründe gegen den Anbau bei einzelnen Eiweißpflanzen (Barrieren)

Fazit

Im Fokus des ersten Teils der Studie stand die Frage, wie der Status quo beim Anbau und der Vermarktung von Eiweißpflanzen in landwirtschaftlichen Betrieben bewertet wird und welche Herausforderungen in den Betrieben existieren. Die Untersuchungsergebnisse lassen sich zu den folgenden zehn Kernaussagen verdichten:

1. Viele landwirtschaftliche Betriebe stufen die Attraktivität eines Anbaus von Eiweißpflanzen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten als nicht sonderlich hoch ein.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass für landwirtschaftliche Betriebe ein Anbau diverser Pflanzenarten, die als alternative Proteinquellen für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden können, aus pflanzenbaulicher Sicht durchaus interessant ist, insbesondere ein Anbau von Erbsen und Ackerbohnen, für einige Betriebe auch der Anbau von Sojabohnen und Lupinen. Allerdings stimmen nur 19 % der Befragten zu, dass sich damit auch ein gutes Einkommen erzielen lässt. Vor diesem Hintergrund stufen viele Betriebe die Attraktivität eines Anbaus als insgesamt nicht sonderlich hoch ein.

2. Die Anbaufähigkeit einzelner Pflanzenarten ist in den Betrieben stark unterschiedlich ausgeprägt.

Viele Betriebe können grundsätzlich Pflanzenarten anbauen, die als Proteinquellen für Fleisch- und Milchersatzprodukte genutzt werden können. So haben 61 % der befragten Betriebe auch schon einmal mindestens eine der sechs in der Studie erfassten Eiweißpflanzen angebaut.

Die konkrete Anbausituation bei den einzelnen Pflanzenarten stellt sich dabei jedoch unterschiedlich dar. Erbsen können von der überwiegenden Mehrheit der Betriebe mit ihren vorhandenen Gegebenheiten (Bodenqualität, klimatische Bedingungen, Maschinenausstattung etc.) grundsätzlich angebaut werden (81 %), das Gleiche gilt für Ackerbohnen (71 %). Linsen und Kichererbsen können hingegen nur von jedem fünften Betrieb angebaut werden.

3. Erbsen und Ackerbohnen sind die beiden Pflanzenarten, die am häufigsten angebaut werden und bei denen auch am häufigsten über einen zukünftigen Anbau nachgedacht wird.

Circa jeder dritte Betrieb hat schon einmal Erbsen (35 %) und Ackerbohnen (28 %) angebaut, bei Sojabohnen sind es 17 %, bei Lupinen 14 % der Betriebe. Demgegenüber haben nur sehr wenige der befragten Betriebe bislang Erfahrungen mit dem Anbau von Kichererbsen (2 %) und Linsen (3 %). Unter den Betrieben, die eine der Pflanzenarten bislang noch nicht angebaut haben, aber grundsätzlich anbauen könnten, wurde am häufigsten konkret über den Anbau von Erbsen und Ackerbohnen nachgedacht.

4. Der häufigste Anbaugrund für Eiweißpflanzen, die für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten genutzt werden können, ist die Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit.

Bei Erbsen, Lupinen und Ackerbohnen ist die Erhaltung bzw. Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit der wichtigste Grund für ihren Anbau, deutlich vor finanziellen Erwägungen wie dem Erhalt von finanziellen Zuschüssen oder der Erzielung eines attraktiven Einkommens. Eine Ausnahme bilden Sojabohnen: Hier ist die Erzielung eines attraktiven Einkommens der wichtigste Grund für den Anbau. Bei Sojabohnen spielen auch finanzielle Zuschüsse eine vergleichsweise geringe Rolle als Anbaugrund.

5. Der Erhalt von Fördermitteln hat einen großen Einfluss auf die Anbauentscheidung.

In den Betrieben, die Erbsen oder Ackerbohnen anbauen, erhalten über die Hälfte finanzielle Zuschüsse/Fördermittel für den Anbau (Erbsen 56 %, Ackerbohnen 52 %). Bei Betrieben, die Sojabohnen anbauen, sind es 37 %. Von den Betrieben, die Lupinen anbauen, erhalten 34 % finanzielle Zuschüsse/Fördermittel.

Sehr viele dieser Betriebe würden die Pflanzen zukünftig nicht wieder im gleichen Umfang anbauen, wenn sie keine finanziellen Zuschüsse/Fördermittel für den Anbau erhalten würden.

6. Die Erfahrungen mit dem Anbau sind bei den meisten Betrieben gemischt.

Die bisherige Zufriedenheit mit dem Anbau der betrachteten Pflanzenarten ist nicht sonderlich hoch. Zwar ist die (zum Teil knappe) Mehrheit der Anbaubetriebe mit dem Anbau von Sojabohnen, Ackerbohnen und Erbsen noch alles in allem zufrieden, aber nur wenige Betriebe sind damit sehr zufrieden.

Bei allen Pflanzenarten ist die Zufriedenheit mit der Wirtschaftlichkeit des Anbaus durchweg niedrig, insbesondere beim Anbau von Lupinen, weil wahrscheinlich die erzielbaren Preise beim Verkauf sehr häufig niedriger sind, als sie beim Anbau kalkuliert waren. Speziell bei Lupinen hatte jeder zweite anbauende Betrieb zudem Schwierigkeiten, die produzierte Absatzmenge abzusetzen bzw. Käufer dafür zu finden.

7. Die Absatz- und Vermarktungssituation wird als schwierig eingestuft.

Befragt nach der Bewertung der Absatz- und Vermarktungssituation zeigt sich, dass diese bei allen betrachteten Pflanzenarten nicht besonders positiv eingestuft wird.

Bei keiner der vier betrachteten Eiweißpflanzen wird die Planbarkeit der zu erwartenden Nachfragemenge positiv eingestuft. Eine klare Mehrheit schätzt auch die Planbarkeit der Preise und deren wirtschaftliche Auskömmlichkeit bei allen Pflanzenarten als nicht positiv ein. Gleiches gilt für den Konkurrenzdruck beim Absatz und für den Aufwand, der für den Absatz betrieben werden muss.

Heraus sticht etwas die Bewertung der Absatz- und Vermarktungssituation bei Sojabohnen. Hier bewertet knapp jeder Dritte (31 %) die Situation alles in allem als positiv oder eher positiv. Am schlechtesten wird die Absatz- und Vermarktungssituation bei Erbsen und Lupinen eingestuft, hier sind es nur 11 % bzw. 13 % der Befragten.

8. Vertragsanbaumodelle werden als attraktiver Vermarktungsweg und „Enabler“ für mehr Anbau angesehen.

Knapp zwei Drittel der Befragten sehen über alle Pflanzenarten hinweg den Vertragsanbau für Unternehmen der Ernährungsindustrie/des Ernährungshandwerks als attraktivsten Vermarktungsweg an. Eine klare Mehrheit der Betriebe kann sich grundsätzlich gut vorstellen, im Vertragsanbau zu produzieren.

Der Grund dafür, warum Vertragsanbaumodelle – trotz ihrer Attraktivität und der Teilnahmebereitschaft der Betriebe – bislang nur relativ selten als Vertriebsweg genutzt werden, dürfte sehr stark damit zusammenhängen, dass aus Sicht der meisten Betriebe keine ausreichende Anzahl an Angeboten für einen Vertragsanbau der einzelnen Pflanzenarten existiert. Die deutliche Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass mehr landwirtschaftliche Betriebe Pflanzenarten wie Soja, Lupinen, Ackerbohnen und Erbsen anbauen würden, wenn es seitens der abnehmenden Hand mehr Angebote für den Vertragsanbau gäbe.

9. Es besteht eine Bereitschaft zur Beteiligung an Erzeugergemeinschaften.

Neben dem Vertragsanbau wurde abgefragt, wie viele der Betriebe sich grundsätzlich vorstellen können, sich mit anderen Betrieben zu einer Erzeugergemeinschaft für einzelne Eiweißpflanzen zusammenzuschließen. Dies kann sich jeweils eine klare Mehrheit der Betriebe grundsätzlich gut vorstellen, wobei die Akzeptanz einer Beteiligung an Erzeugergemeinschaften geringer ist als die Akzeptanz von Vertragsanbaumodellen.

10. Wirtschaftliche Erwägungen und Vertriebsprobleme sind die wichtigsten Gründe für einen Nicht-Anbau.

Die Betriebe, die grundsätzlich die betrachteten Pflanzenarten anbauen könnten, dies aber bislang nicht tun, wurden nach den Gründen dafür gefragt.

Als wichtigste Gründe gegen den Anbau werden vor allem wirtschaftliche Erwägungen und Vertriebsprobleme genannt, insbesondere zu niedrige Preise (56 %), gefolgt von fehlenden Vermarktungswegen (45 %) und einer zu geringen Planbarkeit der Erlöse vor dem Anbau (44 %).

Ausblick

Die Studienergebnisse zeigen insgesamt, dass der Anbau von Eiweißpflanzen als Proteinquelle für die Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten für viele landwirtschaftliche Betriebe aktuell nur bedingt attraktiv ist.

Viele Betriebe erwarten eine steigende Nachfrage nach Fleisch- und Milchersatzprodukten und erwarten in diesem Kontext auch, dass die Nachfrage nach Eiweißpflanzen in Deutschland steigen wird. Auch ist der Anbau von den in dieser Studie betrachteten Eiweißpflanzen aus pflanzenbaulicher Sicht zur Erhaltung bzw. Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit interessant. Dies gilt insbesondere für den Anbau von Erbsen und Ackerbohnen. Nichtsdestotrotz ist der Eiweißpflanzenanbau nur für wenige Betriebe wirtschaftlich interessant. Ursächlich dafür dürfte vor allem die Vermarktungssituation sein, bei der die Planbarkeit der Preise und der zu erwartenden Nachfragemenge als zu niedrig eingestuft wird.

Die Unternehmen der Land- und Lebensmittelwirtschaft befinden sich im Spannungsfeld zwischen Verbraucherinteresse und Marktchancen eines verstärkten Anbaus und Angebots von Produkten aus alternativen Proteinquellen einerseits sowie wirtschaftlicher Umsetzbarkeit andererseits. Für sie dürfte eine zentrale Herausforderung darin bestehen, mehr Lösungsansätze für eine bessere Vertriebssituation zu entwickeln, die den Anforderungen an die Planbarkeit der Preise und Absatzmengen aus Sicht der landwirtschaftlichen Betriebe Rechnung tragen. Hier dürften insbesondere der Ausbau von Vertragsanbaumodellen sowie die Gründung von Erzeugergemeinschaften Optionen sein, um einen stärkeren Anbau von vielen der betrachteten Eiweißpflanzen in Deutschland zu fördern.

Eine weitere Herausforderung dürfte darin bestehen, die umweltbezogenen Eigenschaften und Vorteile der Nutzung von pflanzlichen Proteinen bei der Herstellung von Fleisch- und Milchersatzprodukten zielgerichtet zu kommunizieren und bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern „erlebbar“ zu machen, um die Zahlungsbereitschaft für die Produkte zu erhöhen und damit „bessere“ Preise erzielen zu können, die den Anbau attraktiver machen. Dies erfordert letztlich die Entwicklung geeigneter Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeitskonzepte.

Um für die Gestaltung solcher Kommunikationskonzepte eine Orientierungsgrundlage zu geben, wird in Teil zwei der Studie betrachtet, wie derzeit die Bekanntheit und das Image diverser Eiweißpflanzen als alternative Proteinquellen für Fleisch- und Milchersatzprodukte aus Verbrauchersicht sind und welche Verzehrvorlieben und -bereitschaften für Produkte aus diesen Pflanzen existieren.



Die gesamte Studie mit allen 4 Teilen finden Sie hier