



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für  
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF  
**Bundesamt für Landwirtschaft BLW**

# SCHWEIZER KIRSCHEN- UND ZWETSCHGENSEMINAR

## Wer kauft Kirschen und Zwetschgen?



Conradin Bolliger, Leiter Fachbereich Marktanalysen  
26.11.2021



# INHALT

- Marktentwicklung
  - Mengen und Umsätze
  - Kanäle
- Analyse der Käufergruppen
  - Käuferhaushalte nach Haushaltsmerkmalen
  - Käufer- und Wiederkäufer
  - Anteil Promotionen an eingekaufter Menge



# MARKTENTWICKLUNG



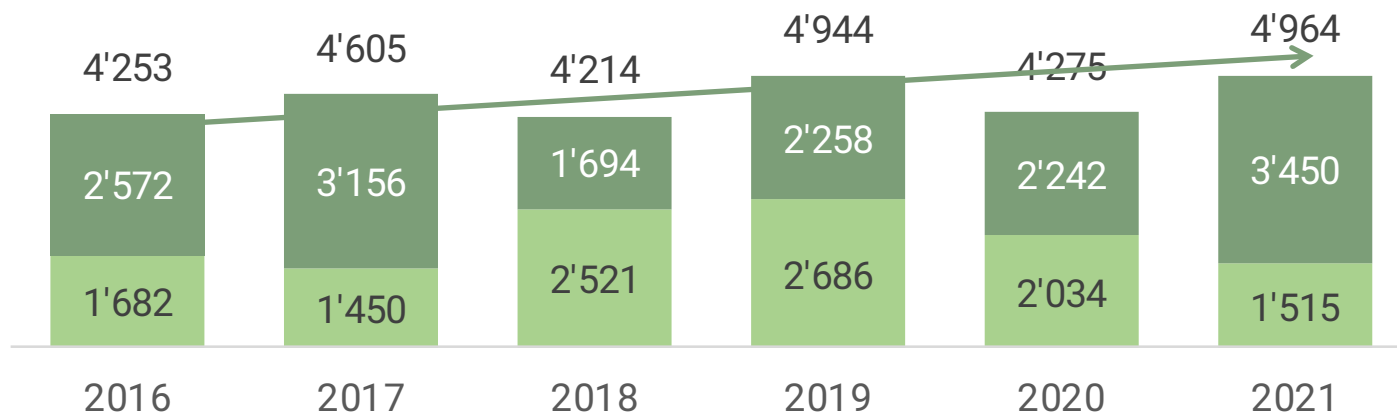
# Tafelkirschen und -zwetschgen

## Marktentwicklung der letzten fünf Jahre

in Tonnen  
2017..2021

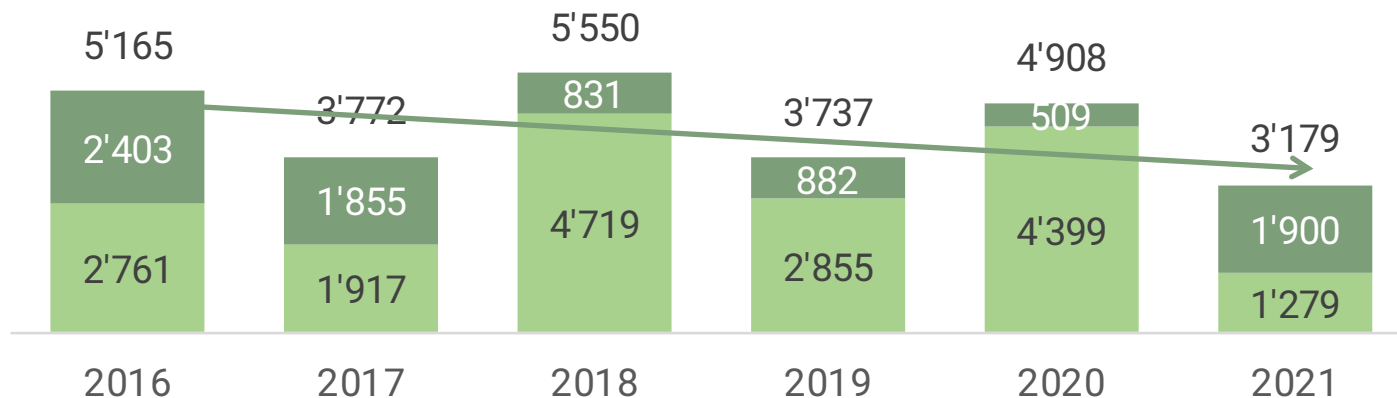
### Kirschen

■ CH-Kirschen ■ Import-Kirschen (Jan..Okt)



### Zwetschgen

■ CH-Zwetschgen ■ Import-Zwetschgen (Jan..Okt)



Quelle: Schweizer Obstverband, Eidgenössische Zollverwaltung KIC



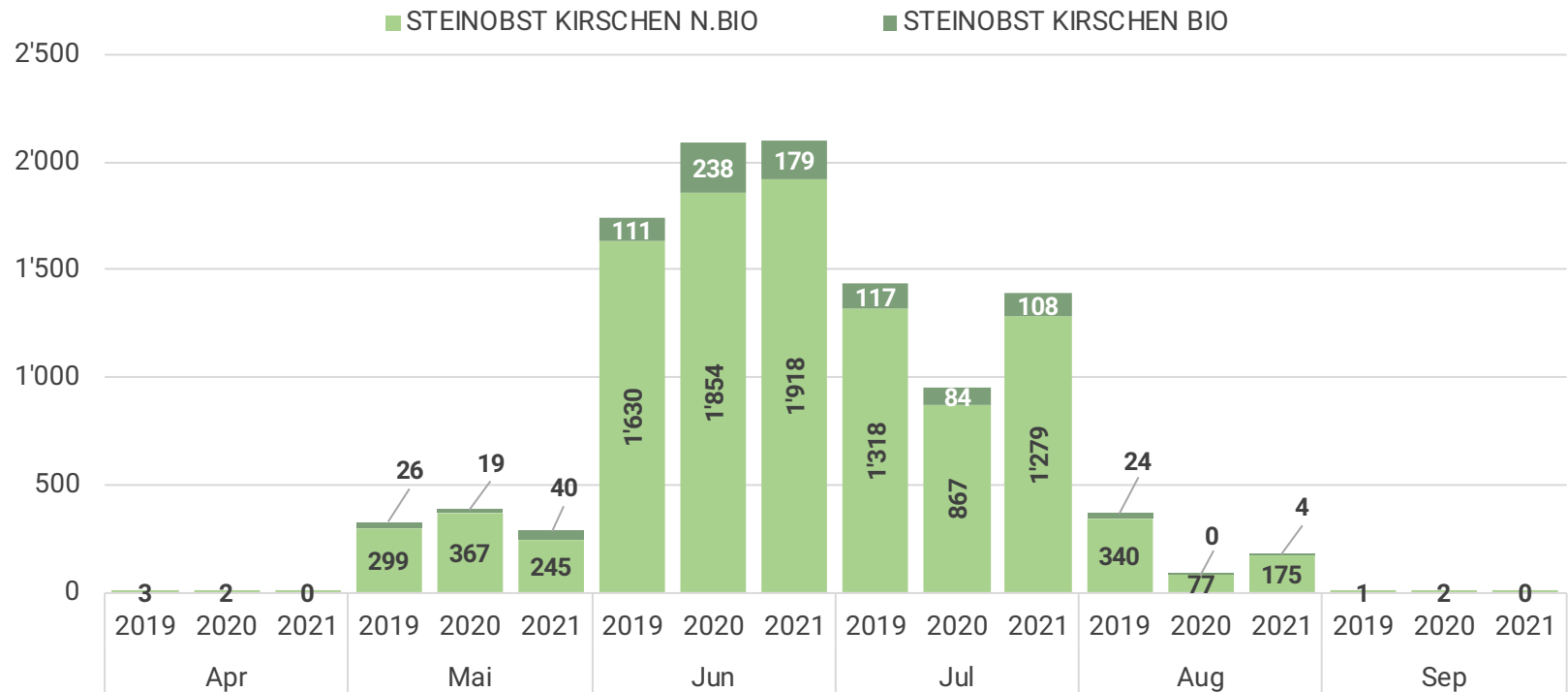
# DETAILHANDELSABSÄTZE VON KIRSCHEN

## KIRSCHEN

Absatzmengen im Schweizer Detailhandel

in Tonnen

	Bio	Nicht-Bio
2018, Jan-Sep	324	3'255
2019, Jan-Sep	278	3'593
2020, Jan-Sep	340	3'170
2021, Jan-Sep	331	3'618



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel

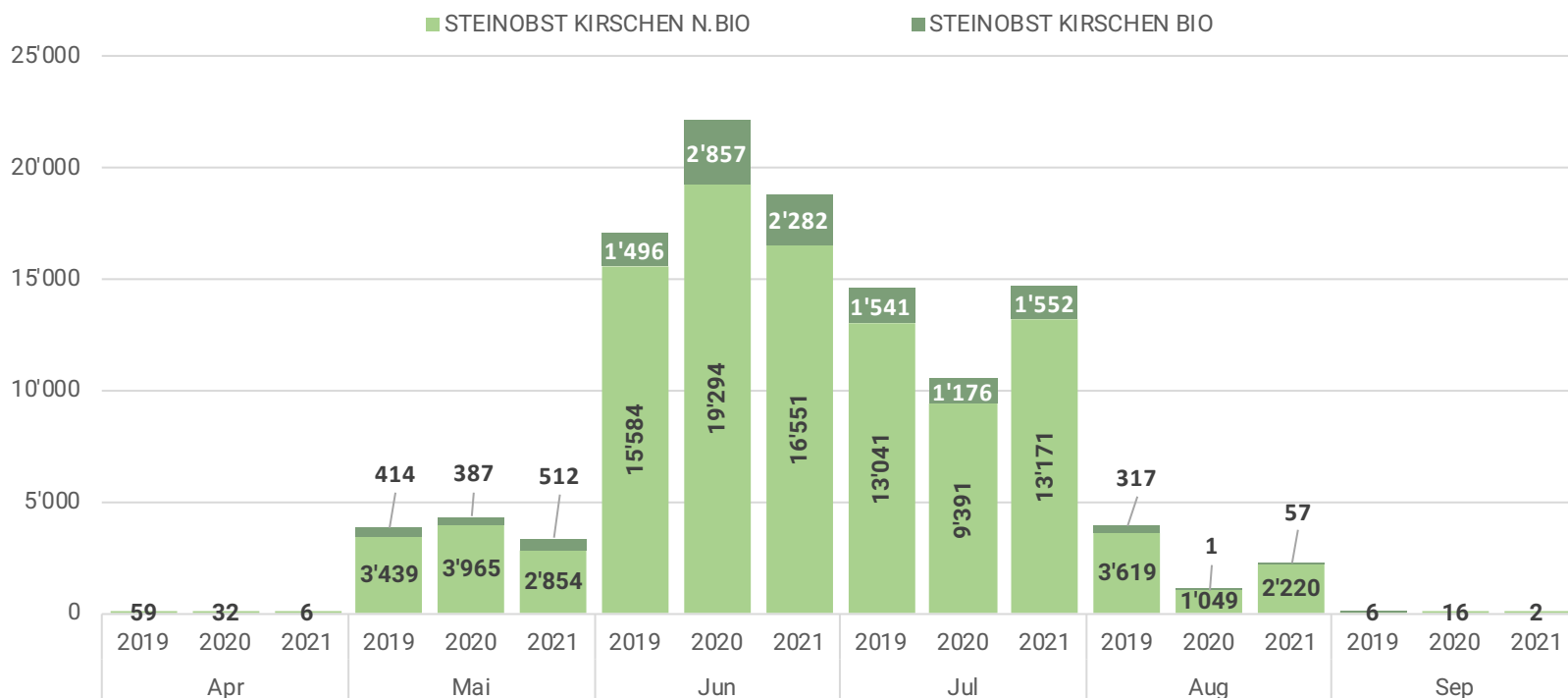


# DETAILHANDELSUMSÄTZE VON KIRSCHEN

## KIRSCHEN

Umsätze im Schweizer Detailhandel  
in 1000 CHF

	Bio	Nicht-Bio
2018, Jan-Sep	4'007	31'820
2019, Jan-Sep	3'767	35'759
2020, Jan-Sep	4'421	33'764
2021, Jan-Sep	4'402	34'815



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel



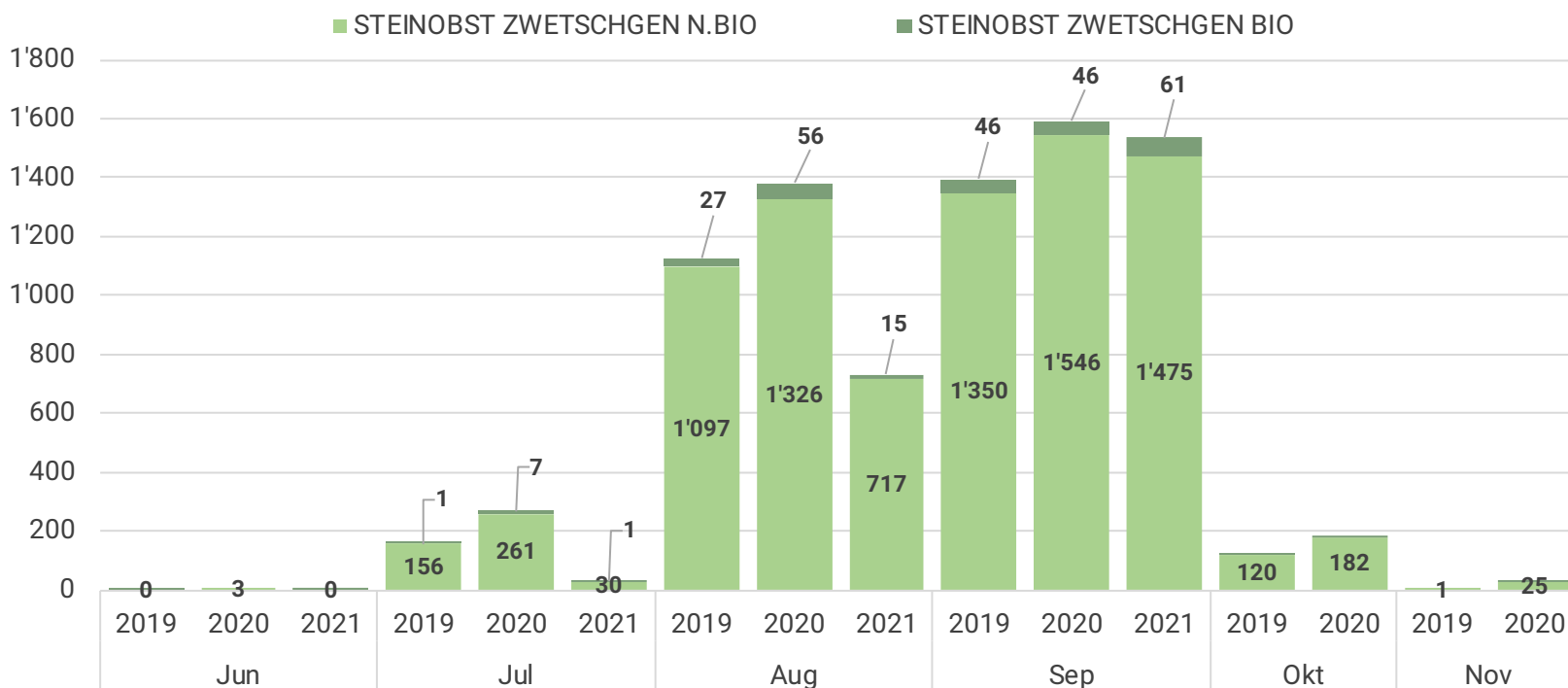
# DETAILHANDELSABSÄTZE VON ZWETSCHGEN

## ZWETSCHGEN

Absatzmengen im Schweizer Detailhandel

in Tonnen

	Bio	Nicht-Bio
2018, Jan-Sep	105	3'050
2019, Jan-Sep	75	2'605
2020, Jan-Sep	109	3'139
2021, Jan-Sep	77	2'223



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel



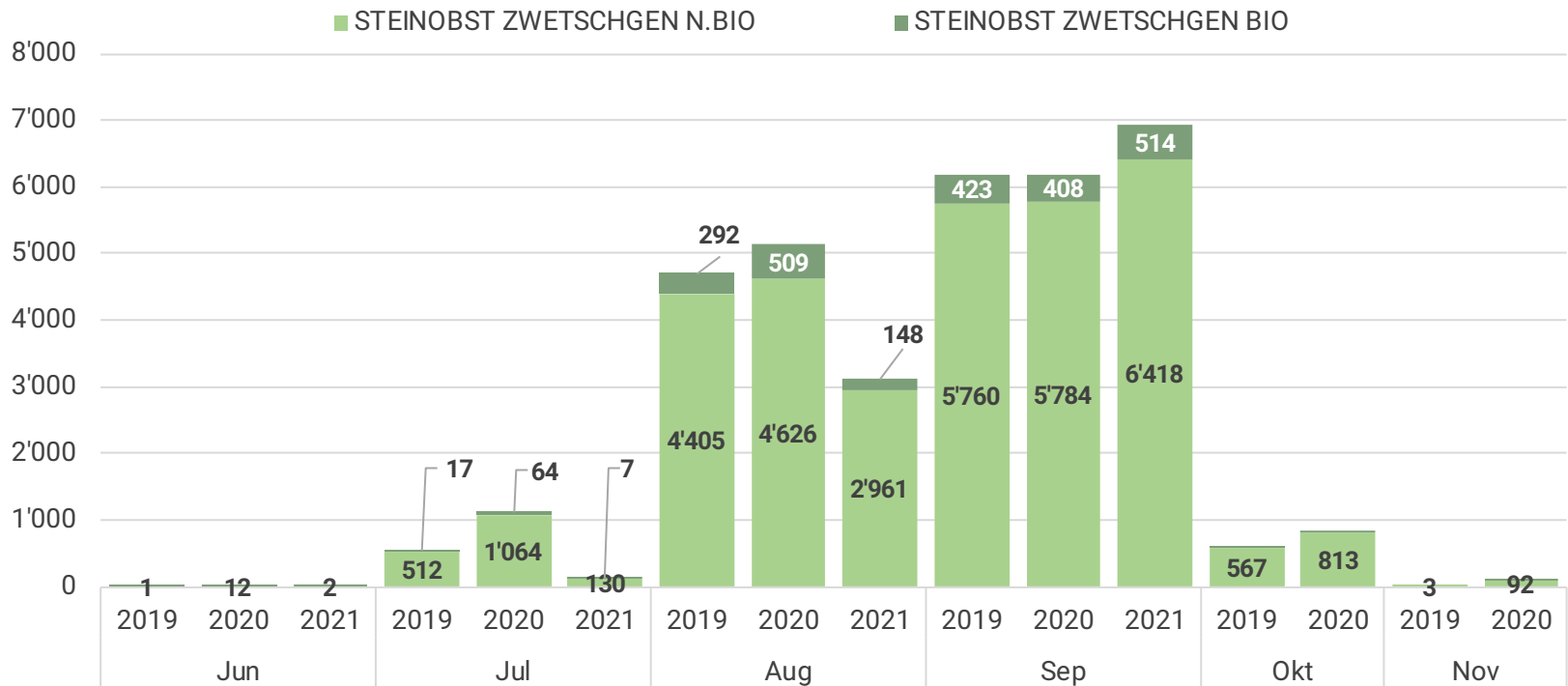
# DETAILHANDELSUMSÄTZE VON ZWETSCHGEN

## ZWETSCHGEN

### Umsätze im Schweizer Detailhandel

in 1000 CHF

	Bio	Nicht-Bio
2018, Jan-Sep	987	11'461
2019, Jan-Sep	732	10'680
2020, Jan-Sep	981	11'495
2021, Jan-Sep	669	9'516



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel





# MARKTANTEILE IM DETAILHANDEL

## Starke Nachfrage von Kirschen über Direktvermarktung

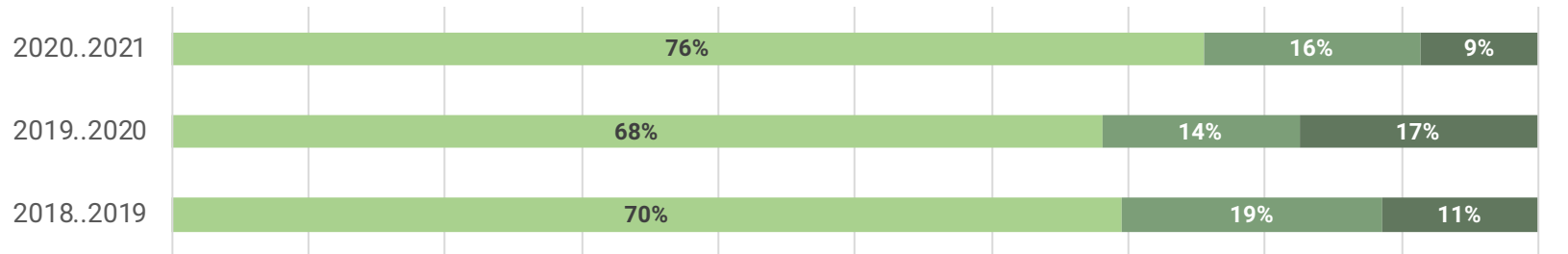
### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

#### Mengenmässige Marktanteile im Schweizer Detailhandel

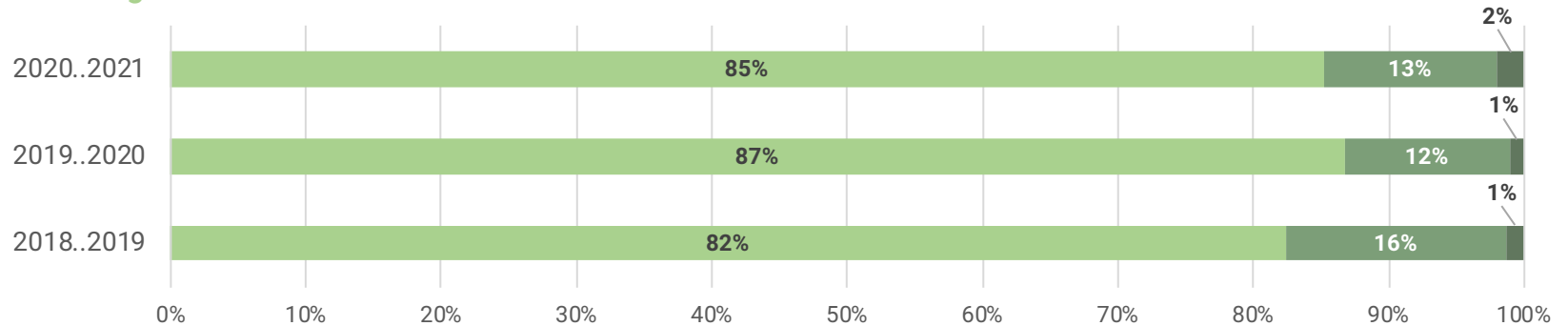
in Tonnen

■ Klassischer Detailhandel ■ Discounter ■ Fachhandel & Andere

#### Kirschen



#### Zwetschgen



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Total Market Consumer/Retail Panel



# **KÄUFERGRUPPEN-ANALYSE**



# SOZIODEMOGRAFIE

## Sprachregionen

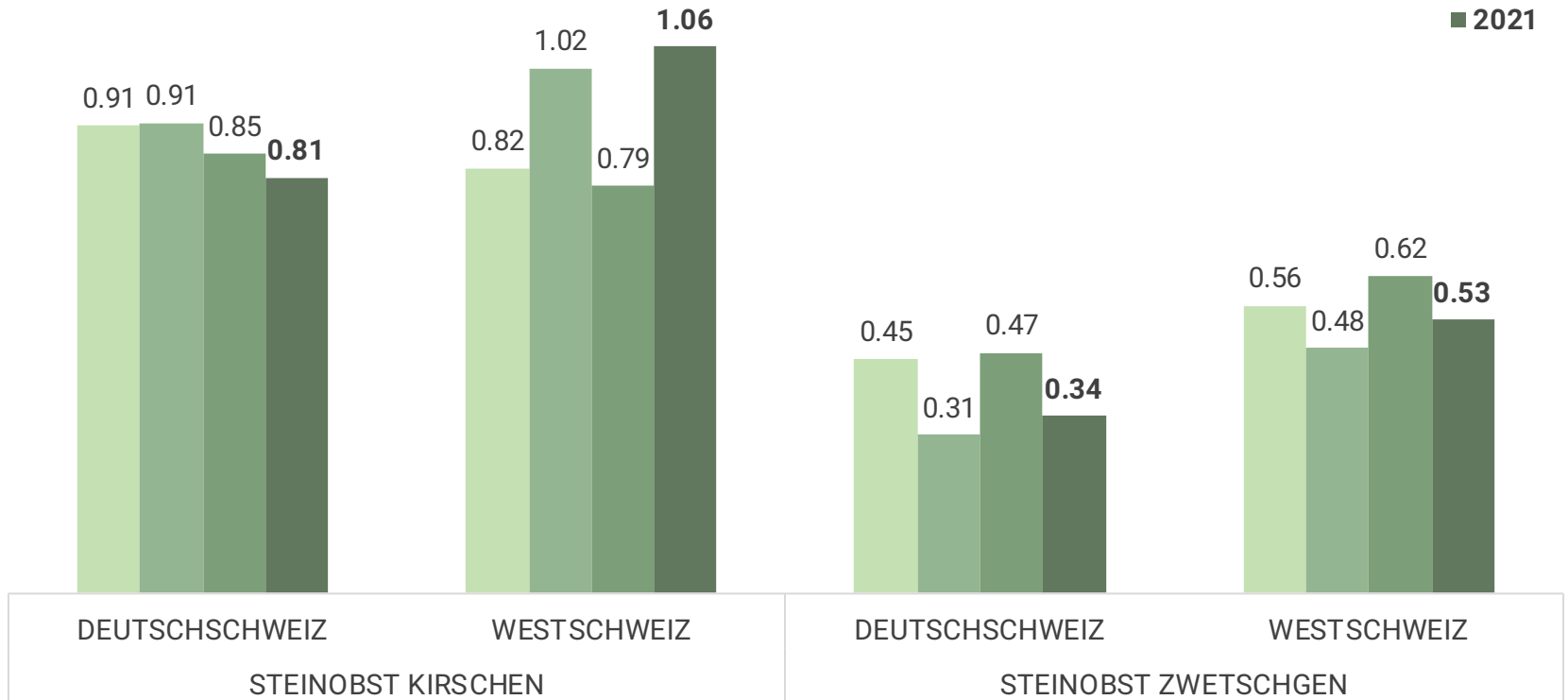
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Sprachregion

in Kilogramm

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# SOZIODEMOGRAFIE

## Sprachregionen

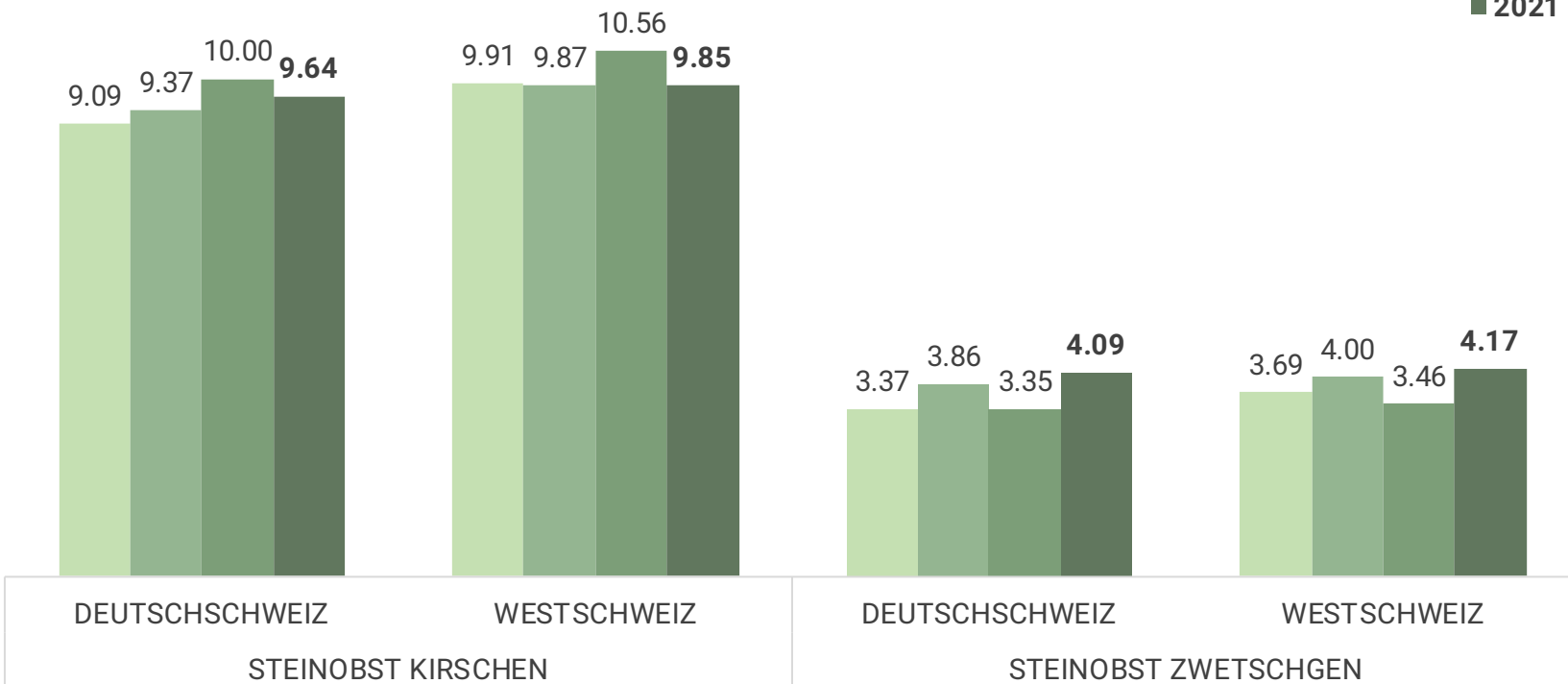
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Gezahlter Durchschnittspreis, nach Sprachregion

in CHF/kg

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# SOZIODEMOGRAFIE

## Stadt / Land

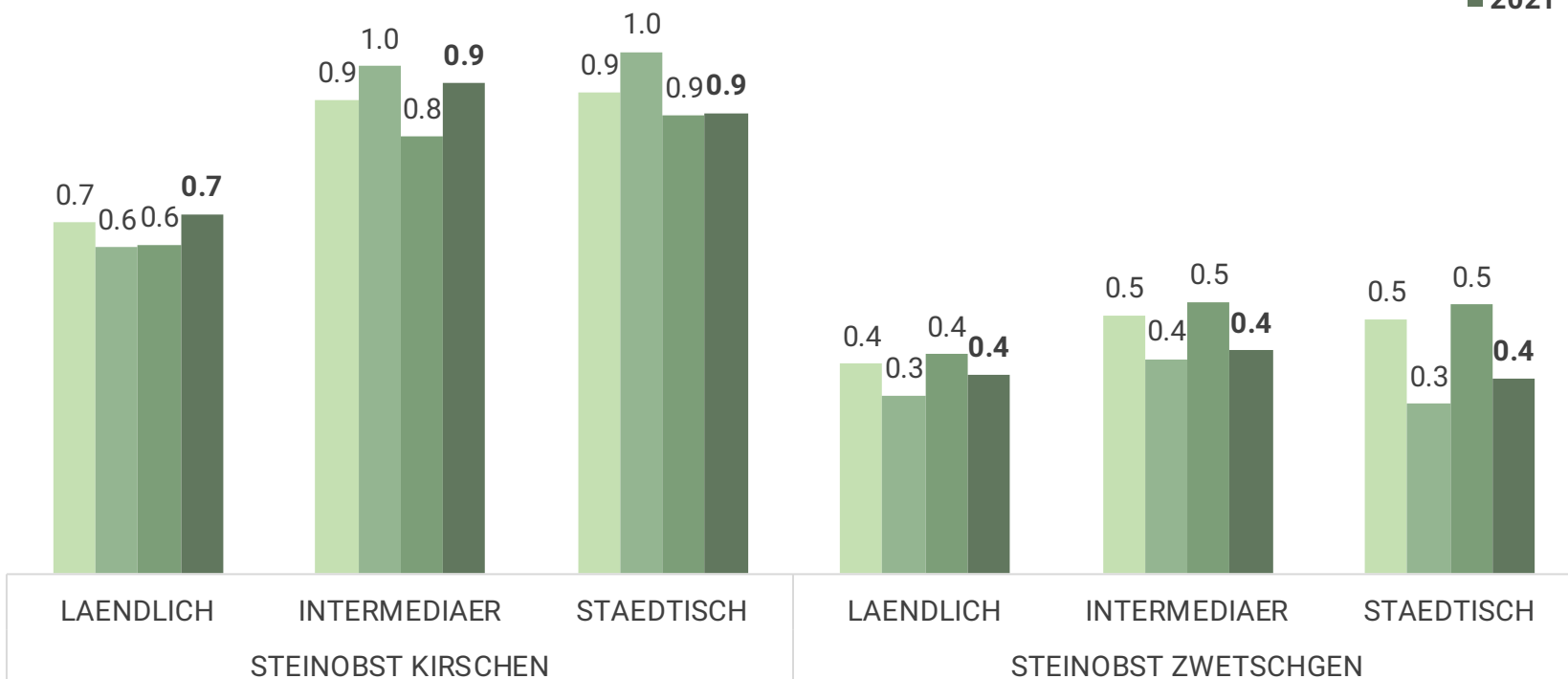
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Stadt/Land

in Kilogramm

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# SOZIODEMOGRAFIE

## Einkommen

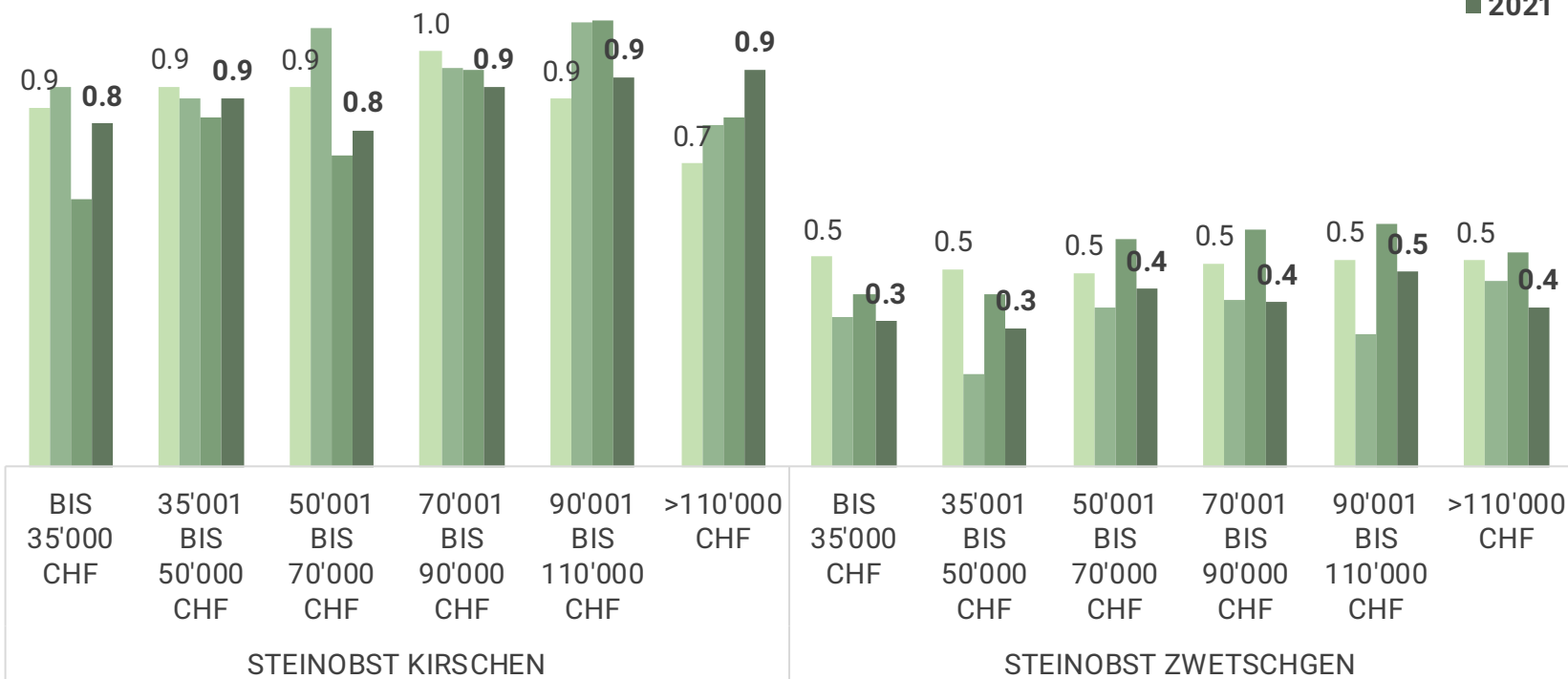
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Einkommensgruppe

in Kilogramm

2018  
2019  
2020  
2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# SOZIODEMOGRAFIE

## Einkommen

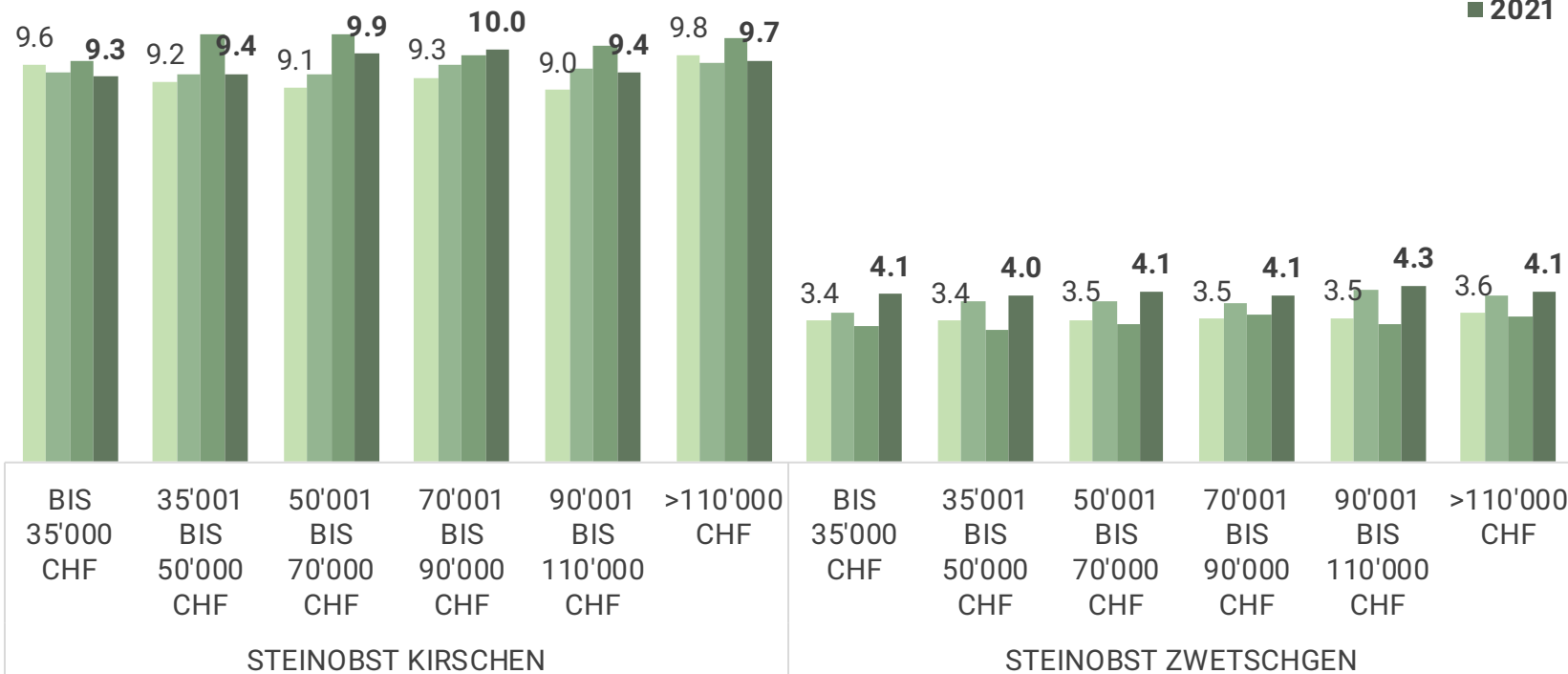
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Gezahlter Durchschnittspreis, nach Einkommensgruppe

in CHF/kg

2018  
2019  
2020  
2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# SOZIODEMOGRAFIE

## Haushalte mit Kindern

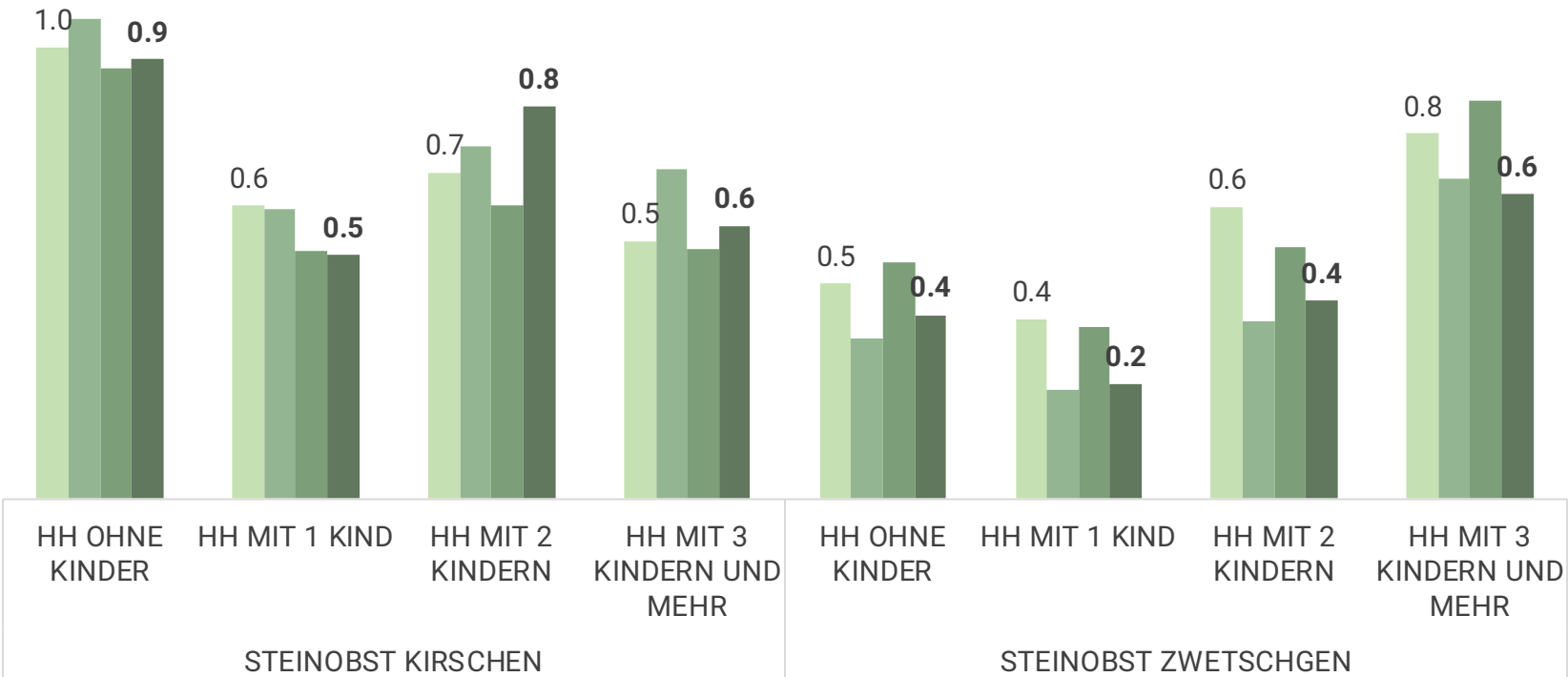
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Anzahl Kindern im Haushalt

in Kilogramm

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel





# SOZIODEMOGRAFIE

## Alter

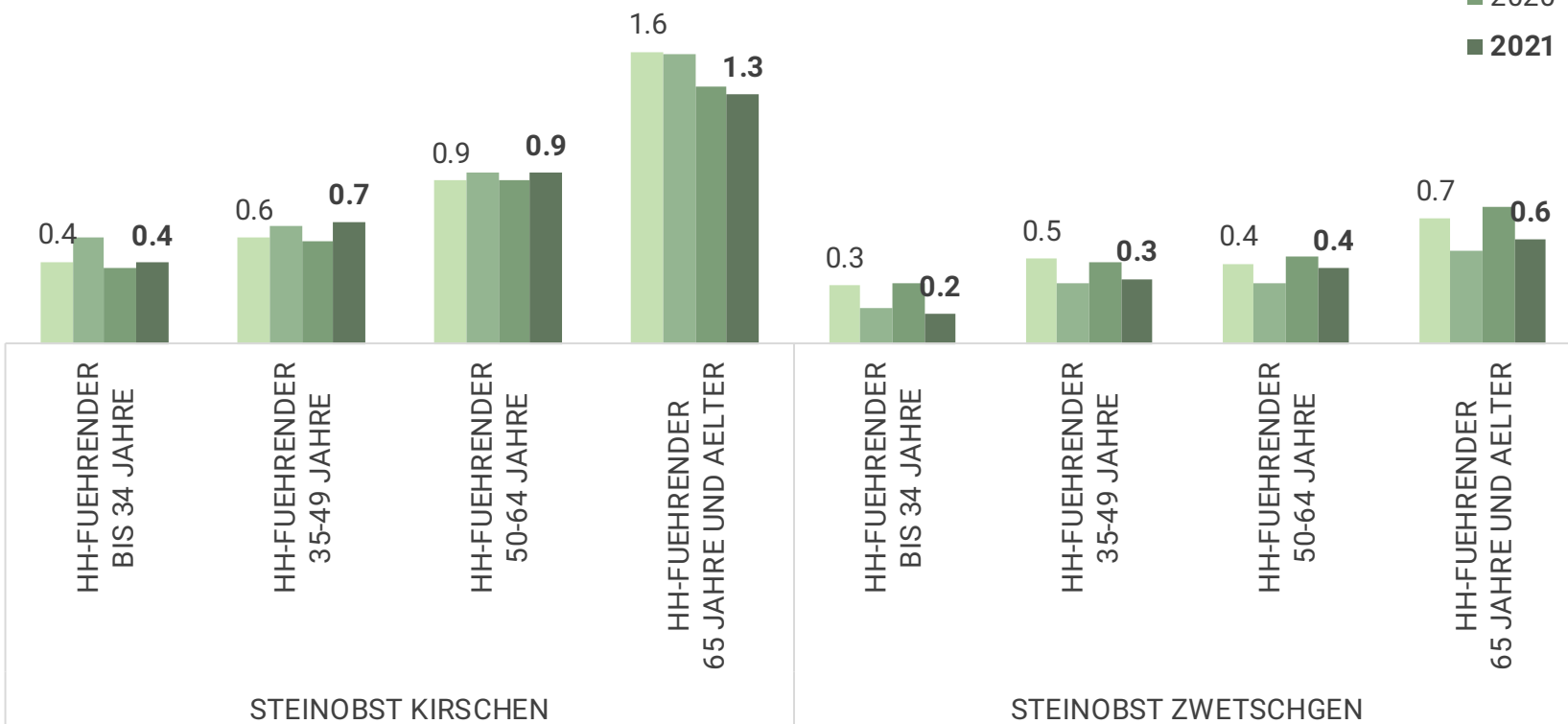
Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Alter der haushaltsführenden Person

in Kilogramm

2018  
2019  
2020  
2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# DEFINITION «FAMILIEN-LEBENSZYKLUS»

## Gemäss NielsenIQ

### VOR FAMILIEN

Haushalt ohne Kinder\*. Haushaltsführende Person unter 35 Jahre alt.

### NEUE FAMILIE

Haushalt mit Kindern. Alle Kinder unter 6 Jahre alt.

### REIFE FAMILIE

Haushalt mit Kindern. Haushalt, der weder Neuen noch Etablierten Familien zugeordnet werden kann.

Können Kinder in verschiedenen Altersgruppen haben; z.B. eines 4 Jahre alt und eines 12 Jahre alt oder haben Kinder nur in der Altersgruppe ab 6 bis unter 11 Jahre.

### ETABLIERTE FAMILIE

Haushalt mit Kindern. Alle Kinder sind ab 11 bis unter 18 Jahre alt (keine Kinder unter 11 Jahren).

### EHEMALIGE FAMILIEN

Haushalt ohne Kinder. Haushaltsführende Person ab 35 bis unter 55 Jahre alt.

### ÄLTERE PAARE

Haushalt ohne Kinder. Mindestens 2-Personen Haushalt. Haushaltsführende Person mindestens 55 Jahre alt.

### ÄLTERE ALLEINSTEHENDE

Haushalt ohne Kinder. Single-Haushalt. Haushaltsführende Person mindestens 55 Jahre alt.

*\*Als Kinder gelten Haushaltmitglieder unter 18 Jahren.*



# SOZIODEMOGRAFIE

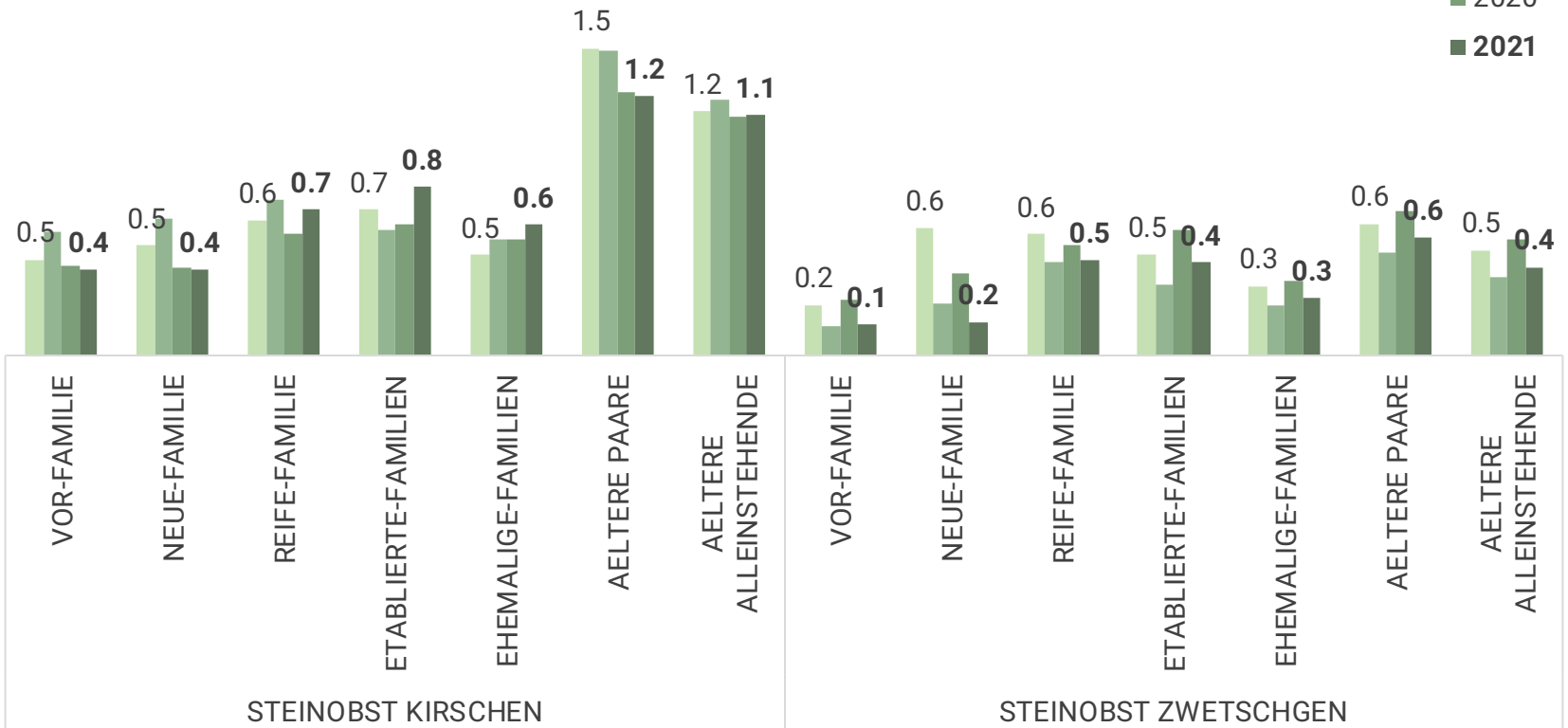
## Familien-Lebenszyklus

Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Familien-Lebenszyklus  
in Kilogramm

2018  
2019  
2020  
2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# SOZIODEMOGRAFIE

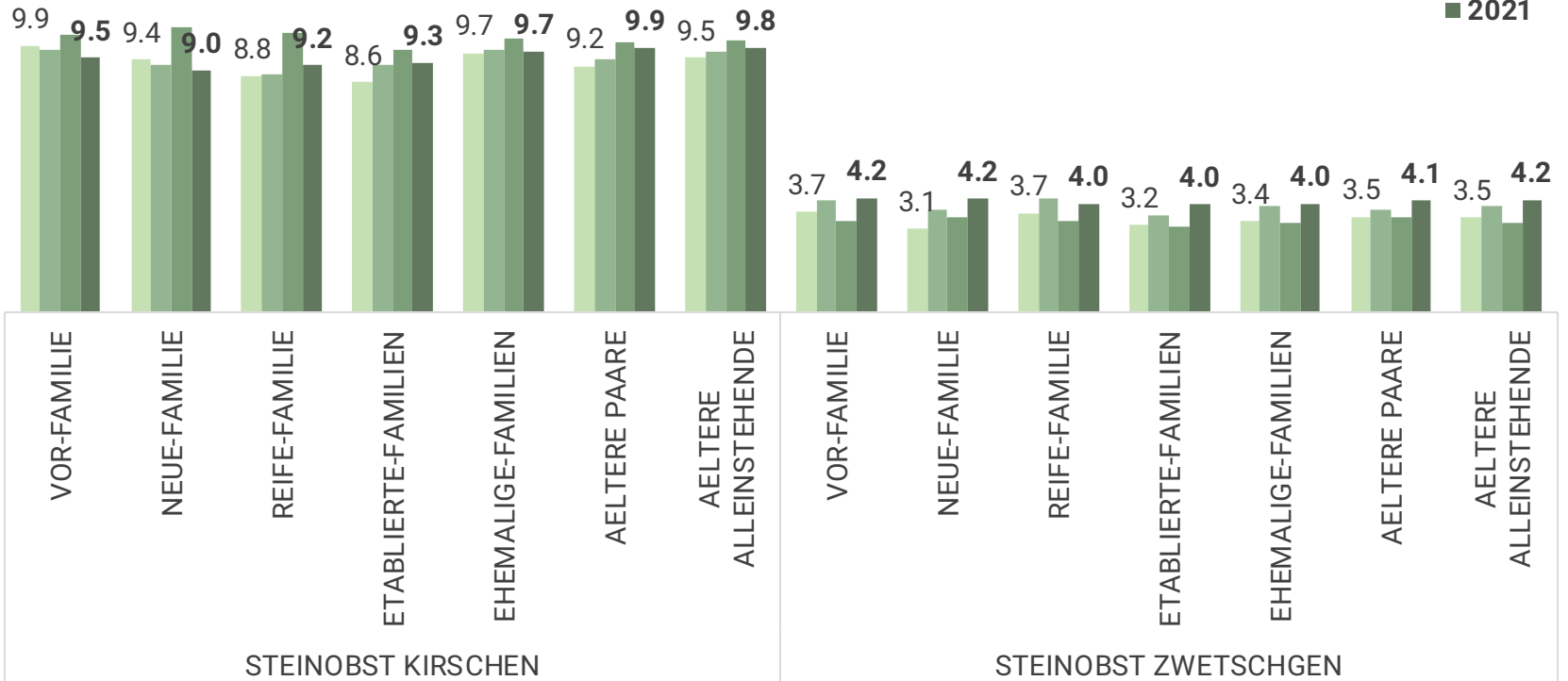
## Familien-Lebenszyklus

Angaben für die Periode  
Oktober bis September

### KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Gezahlter Durchschnittspreis, nach Familien-Lebenszyklus  
in CHF/kg

2018  
2019  
2020  
2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# KÄUFER- UND WIEDERKÄUFERHAUSHALTE

Angaben für die Periode  
Oktober bis September

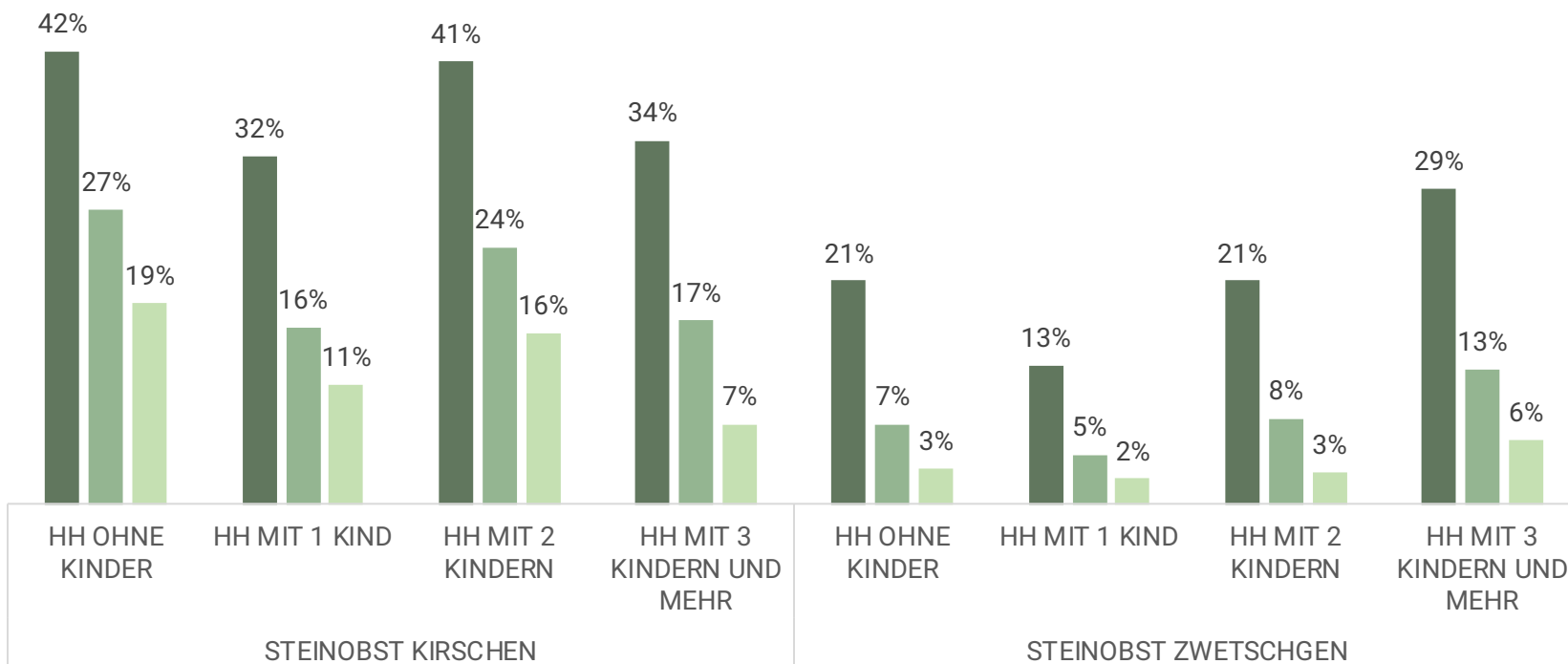
## KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Anteil Käufer- und Wiederkäuferhaushalte, nach Anzahl Kindern im Haushalt

in %

Ø2017/18..2020/21

- Anteil kaufender Haushalte
- Anteil Wiederkäufer (1+)
- Anteil Wiederkäufer (2+)



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# PROMOTIONSANTEIL

Angaben für die Periode  
Oktober bis September

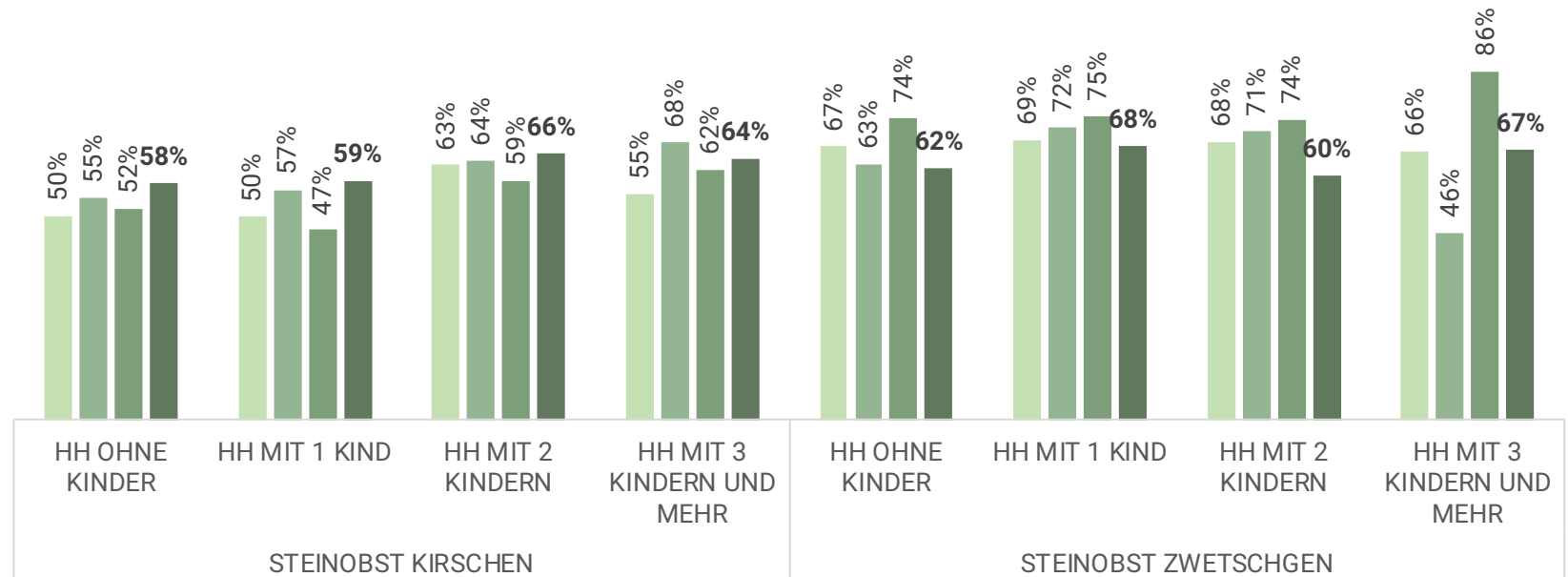
## KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Anteil Promotionsware an der gekauften Menge, nach Anzahl Kindern im Haushalt

in %

Ø2017/18..2020/21

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



# **FAZIT**



# FAZIT (I)

## Marktentwicklung

- In der Tendenz nimmt die Nachfrage nach Tafelkirschen leicht zu und jene nach Tafelzwetschgen ab
- Der Bio-Anteil bei Kirschen liegt bei rund 10%, bei Zwetschgen bei rund 3% (bezogen auf die Mengen)
- Kirschen werden stark über die Direktvermarktung nachgefragt

## Käufergruppen: Soziodemographische Faktoren | Menge

- Die Nachfrage ist in der Westschweiz pro Haushalt höher
- Die Nachfrage ist bei älteren Paaren & Haushalten mit älteren Personen höher
- Die Nachfrage nach Kirschen ist in städtischen Gebieten höher. Bei Zwetschgen gibt es keinen Unterschied zwischen Stadt und Land.
- Das Einkommen hat wenig Einfluss auf die Nachfragemengen, bei Kirschen gibt es einen kleinen Effekt auf den bezahlten Durchschnittspreis
- Haushalt ohne Kinder haben eine deutlich höhere Nachfrage nach Kirschen, bei Zwetschgen sind es grössere Haushalte





## **FAZIT (II)**

### **Käufergruppen: Soziodemographische Faktoren | Preis**

- Die soziodemographischen Aspekte haben wenig Einfluss auf die bezahlten Durchschnittspreis
  - Wesentliche Unterschiede bezüglich den bezahlten Preise sind zwischen Deutschschweiz / Westschweiz sowie bei den Familien-Lebenszyklen zu beobachten. Westschweizer und älter Haushalte haben eine höhere Zahlungsbereitschaft, insbesondere bei Kirschen.

### **Käufergruppen: Promotionen**

- Zwetschen werden von rund 20% der Haushalte überhaupt gekauft, die Wiederkaufsrate liegt unter 10%
- Kirschen werden von 30-40% der Haushalte (je nach Anzahl Kinder im Haushalt) nachgefragt, die Wiederkaufsrate sinkt auf rund 20% (1+) resp. rund 10-15% (2+)
- Haushalte mit Kindern achten verstärkt auf Aktionen



## **FRAGERUNDE**

**Ich stehe zur Verfügung!**



## **ABSCHLUSS**

**Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!**

Besucht den FB Marktanalysen:

<https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt/marktbeobachtung.html>