



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



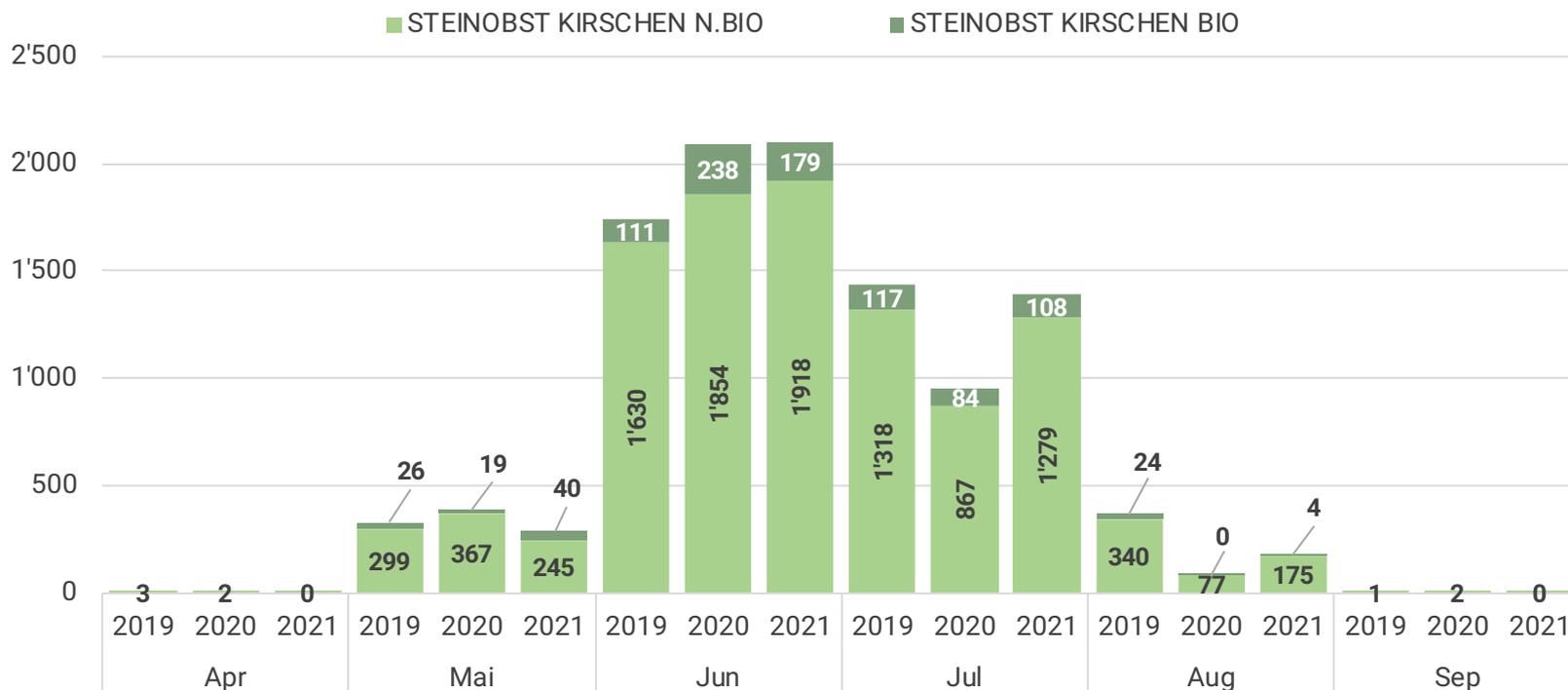
DETAILHANDELSABSÄTZE VON KIRSCHEN

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

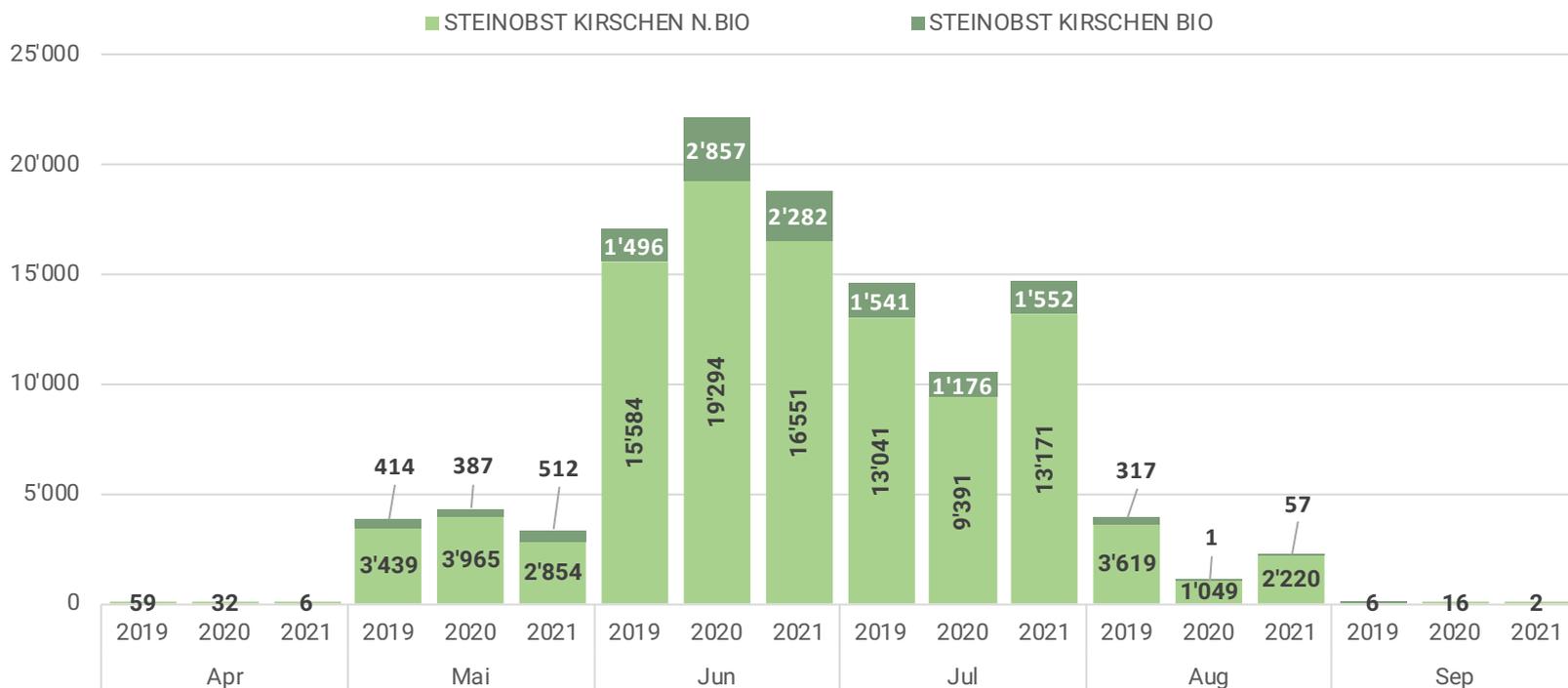


DETAILHANDELSUMSÄTZE VON KIRSCHEN

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



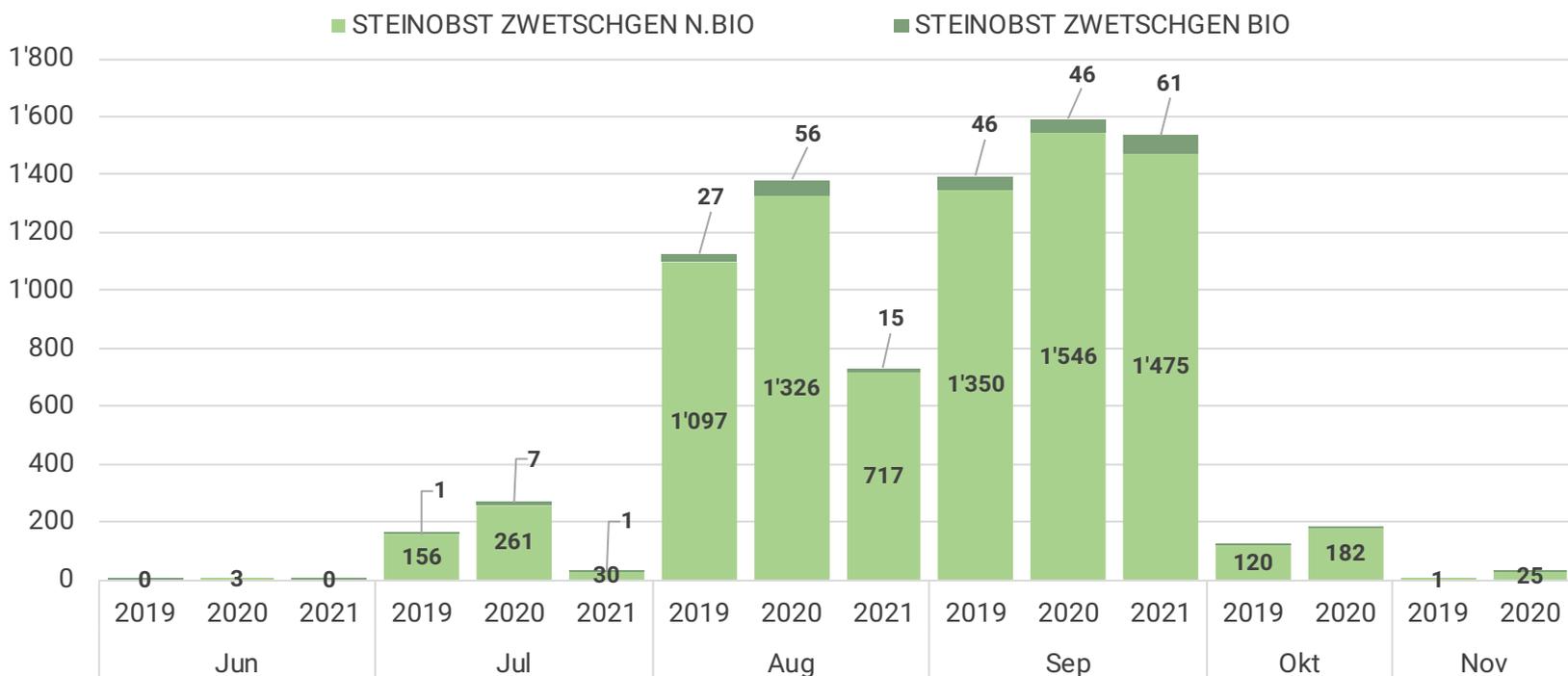
DETAILHANDELSABSÄTZE VON ZWETSCHGEN

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



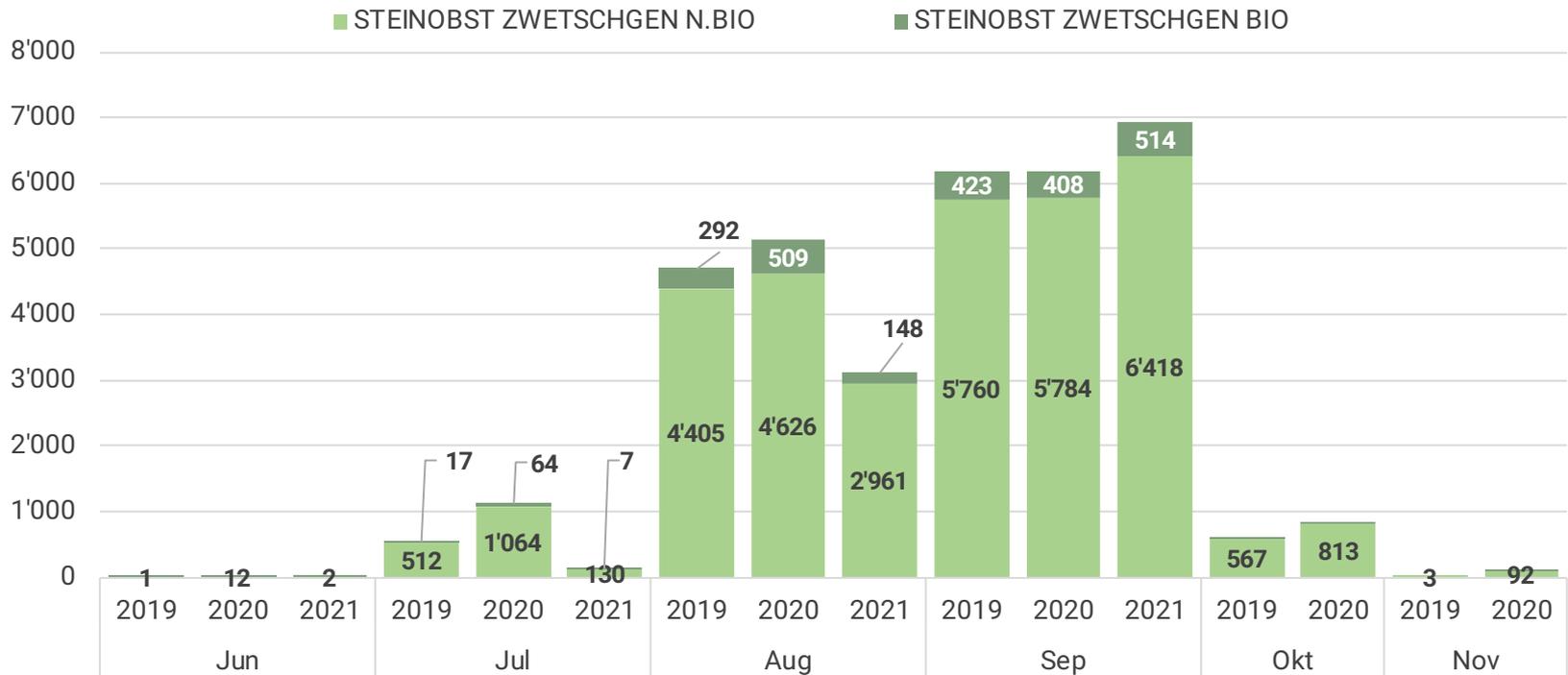
DETAILHANDELSUMSÄTZE VON ZWETSCHGEN

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

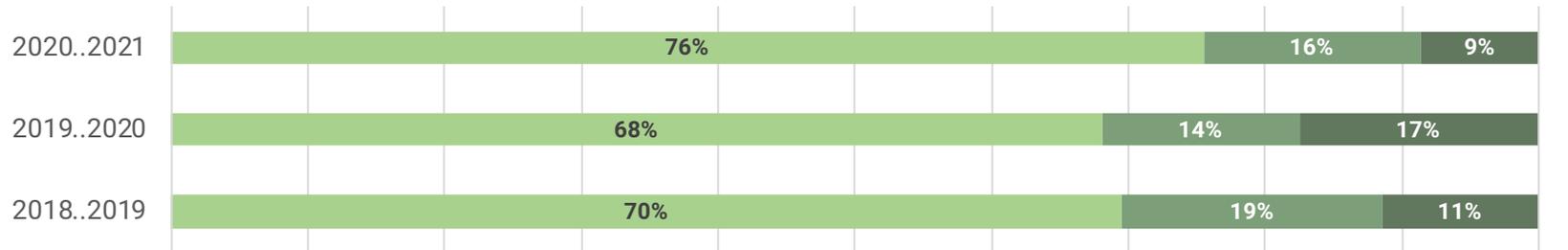
KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Mengenmässige Marktanteile im Schweizer Detailhandel

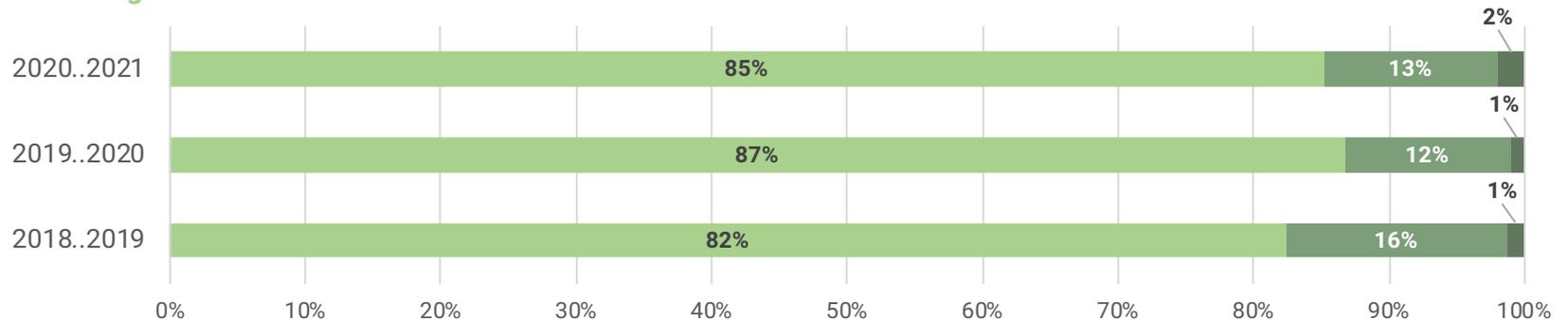
in Tonnen

■ Klassischer Detailhandel ■ Discounter ■ Fachhandel & Andere

Kirschen



Zwetschgen



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



KÄUFERGRUPPEN-ANALYSE



SOZIODEMOGRAFIE

Sprachregionen

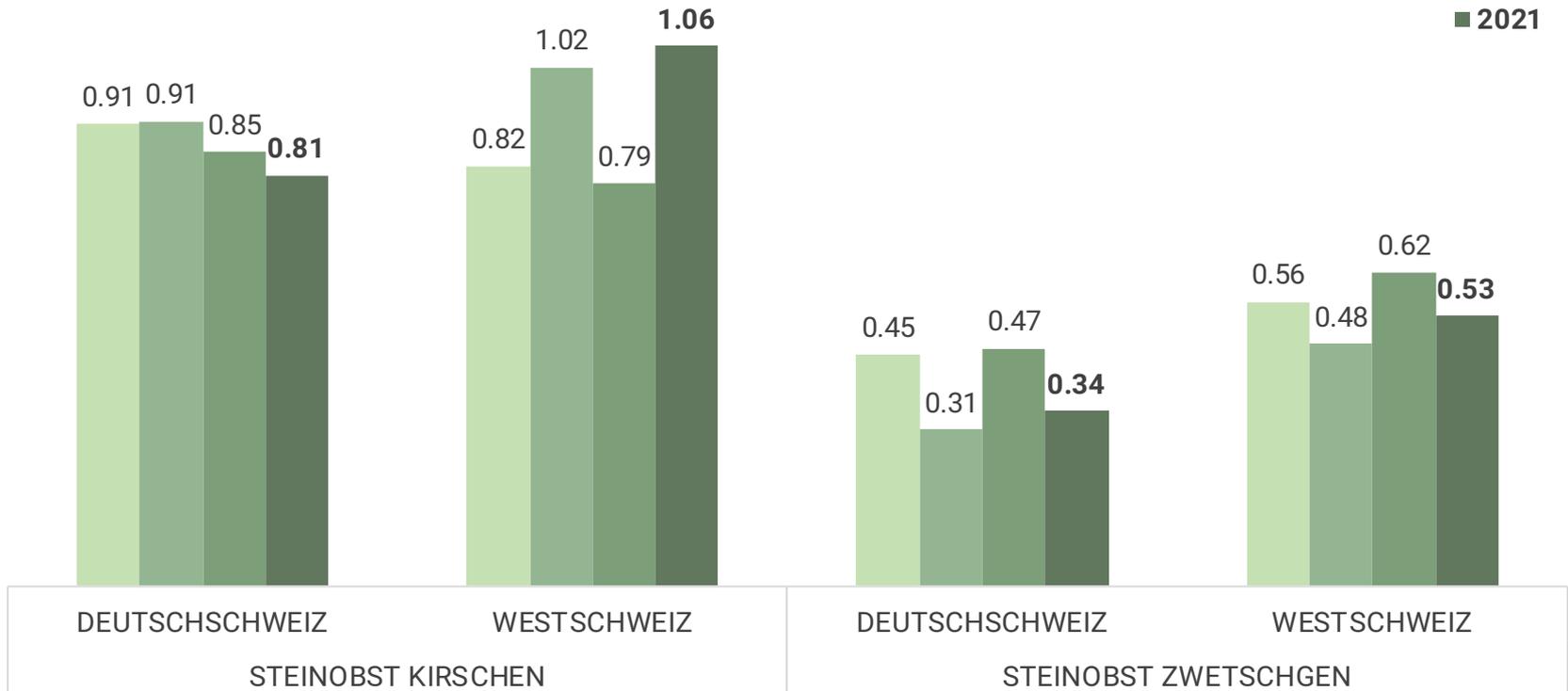
Angaben für die Periode
Oktober bis September

KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Sprachregion

in Kilogramm

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



SOZIODEMOGRAFIE

Sprachregionen

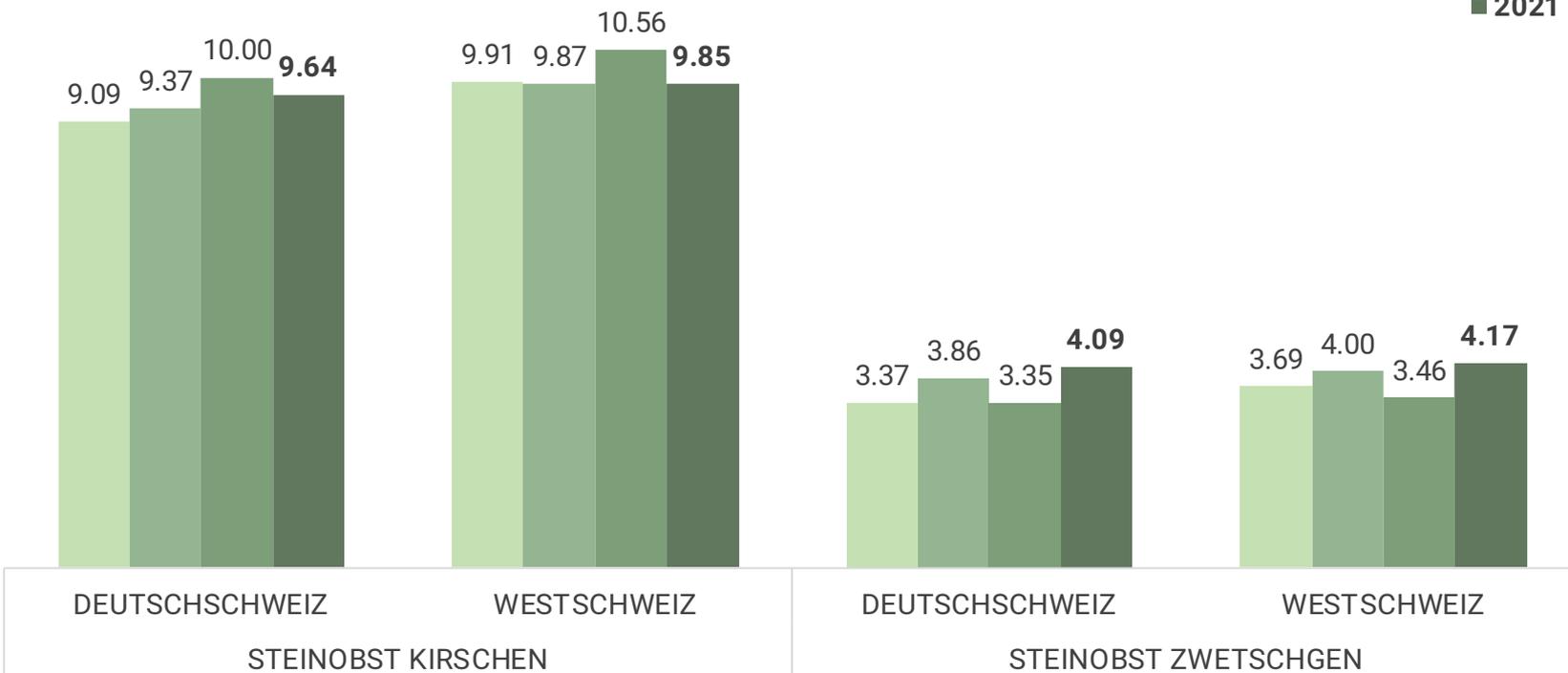
Angaben für die Periode
Oktober bis September

KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Gezahlter Durchschnittspreis, nach Sprachregion

in CHF/kg

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



SOZIODEMOGRAFIE

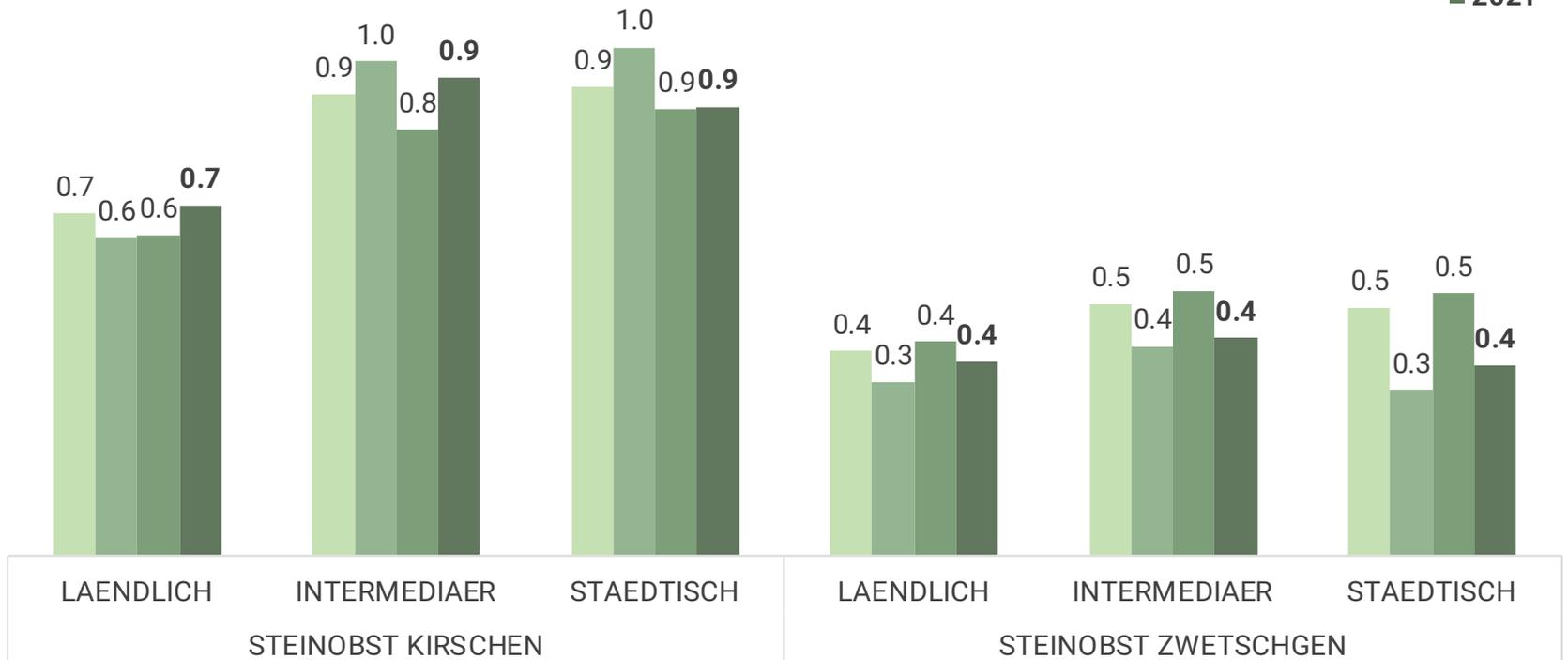
Stadt / Land

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

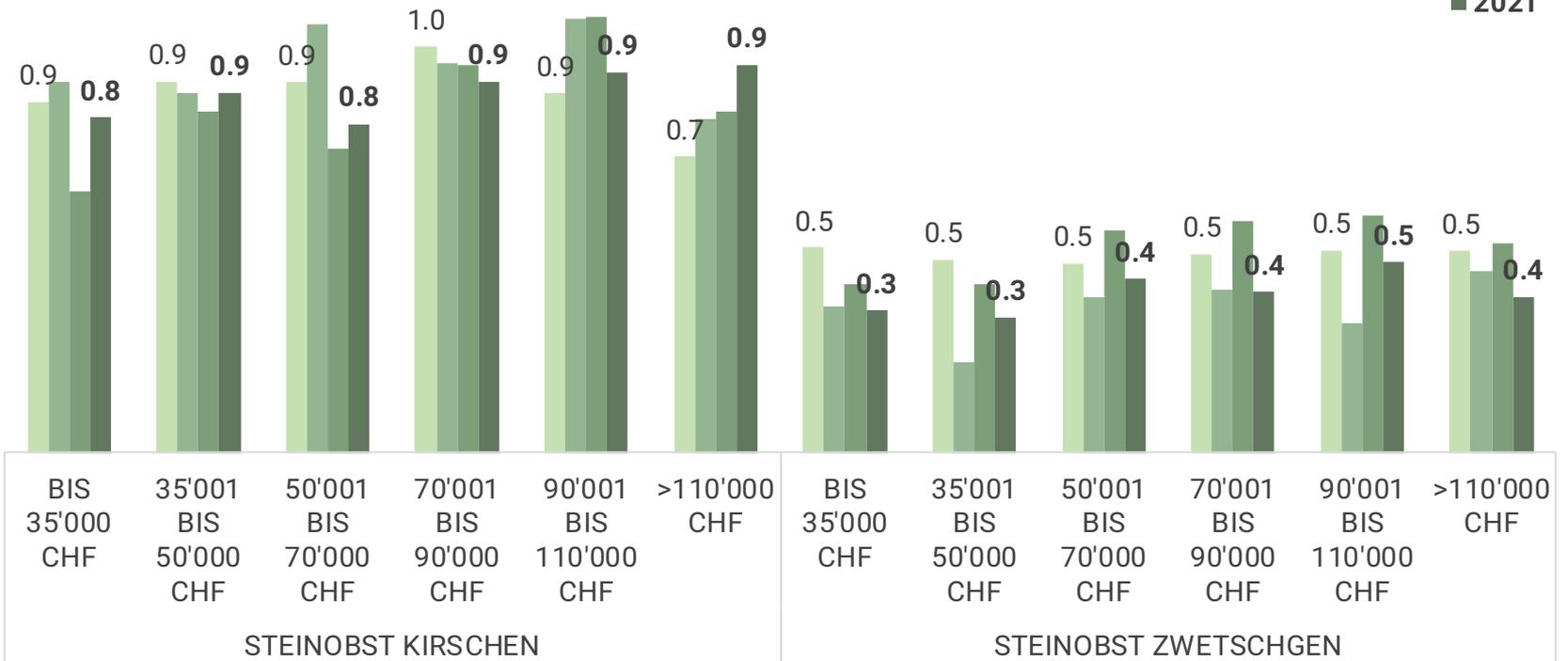
Angaben für die Periode
Oktober bis September

KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

Einkaufsmengen pro Haushalt, nach Einkommensgruppe

in Kilogramm

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021



Quelle: BLW Fachbereich Marktanalysen, NielsenIQ Switzerland, Consumer Panel



SOZIODEMOGRAFIE

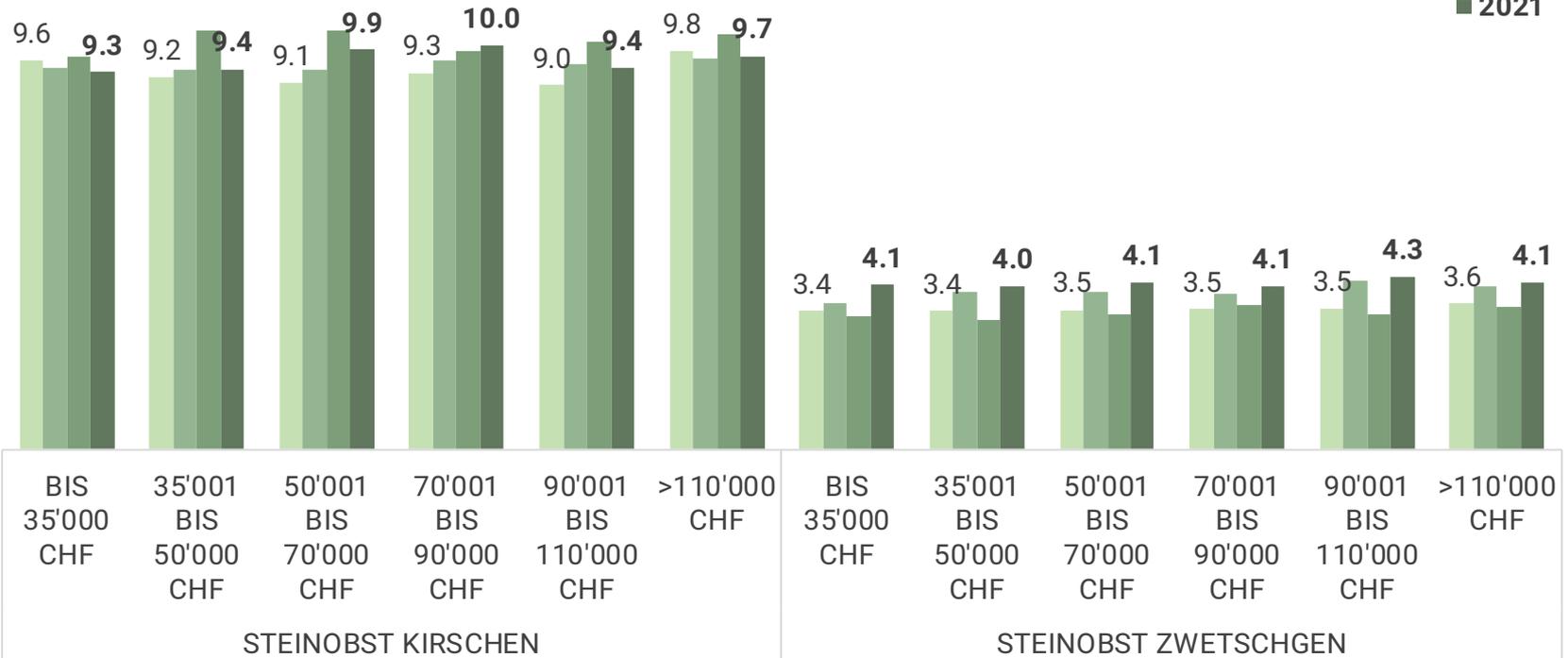
Einkommen

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

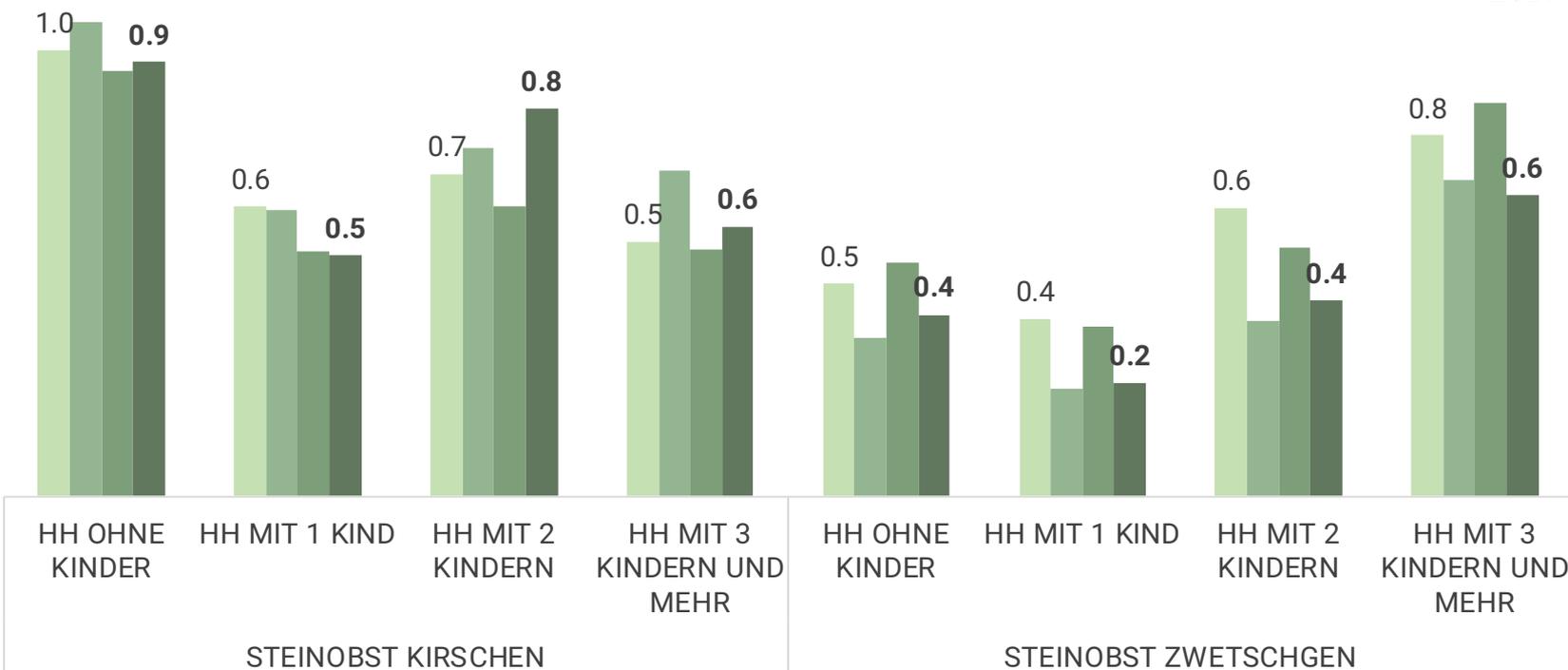
Angaben für die Periode
Oktober bis September

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

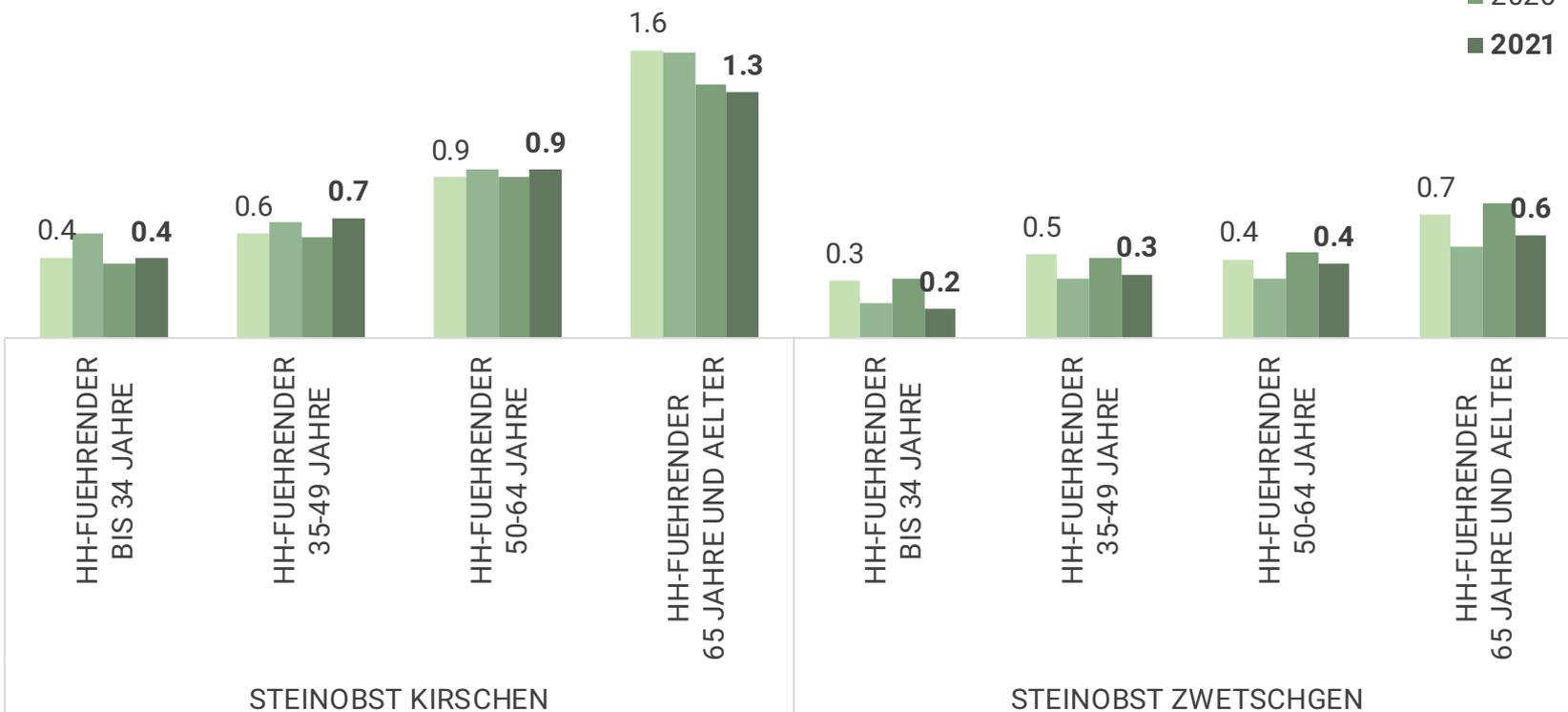
Angaben für die Periode
Oktober bis September

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

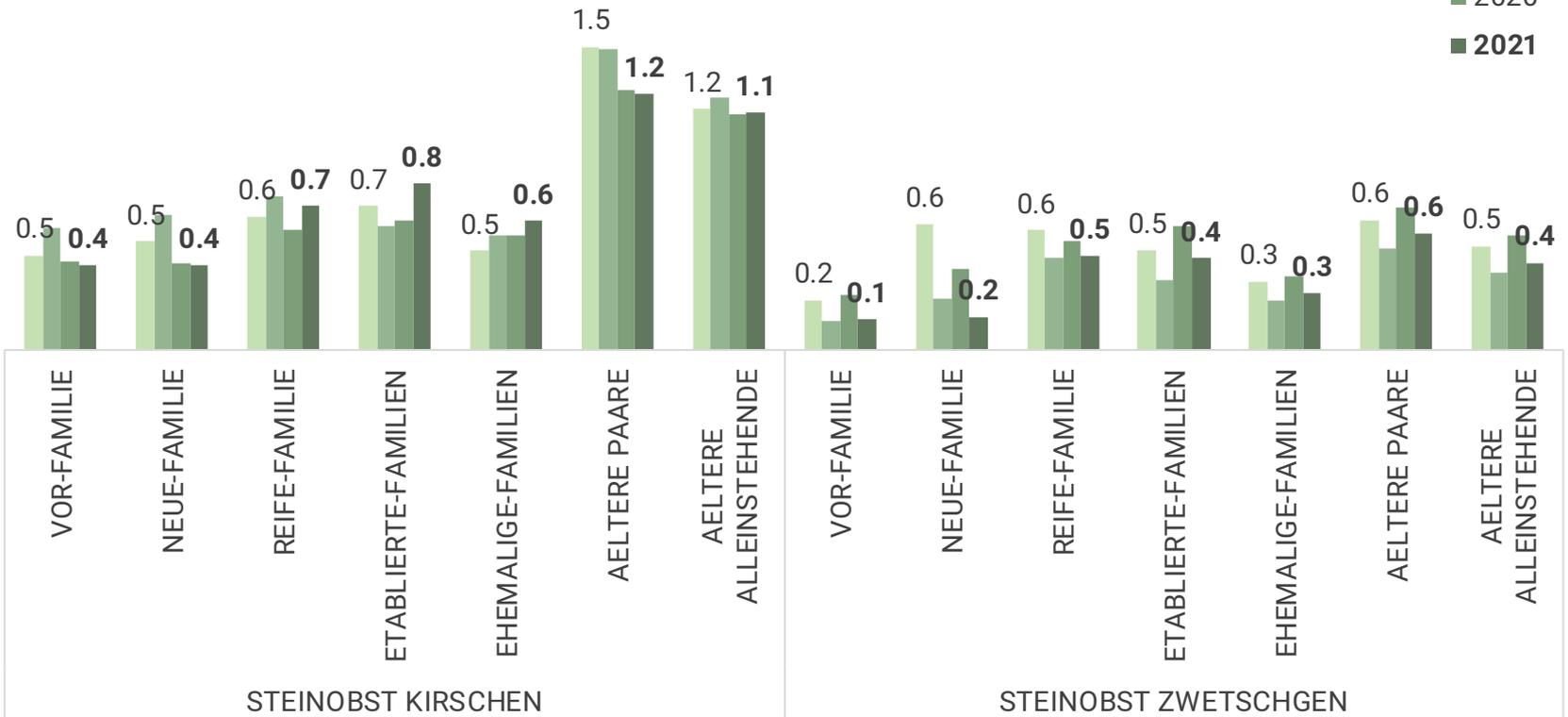
Angaben für die Periode
Oktober bis September

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

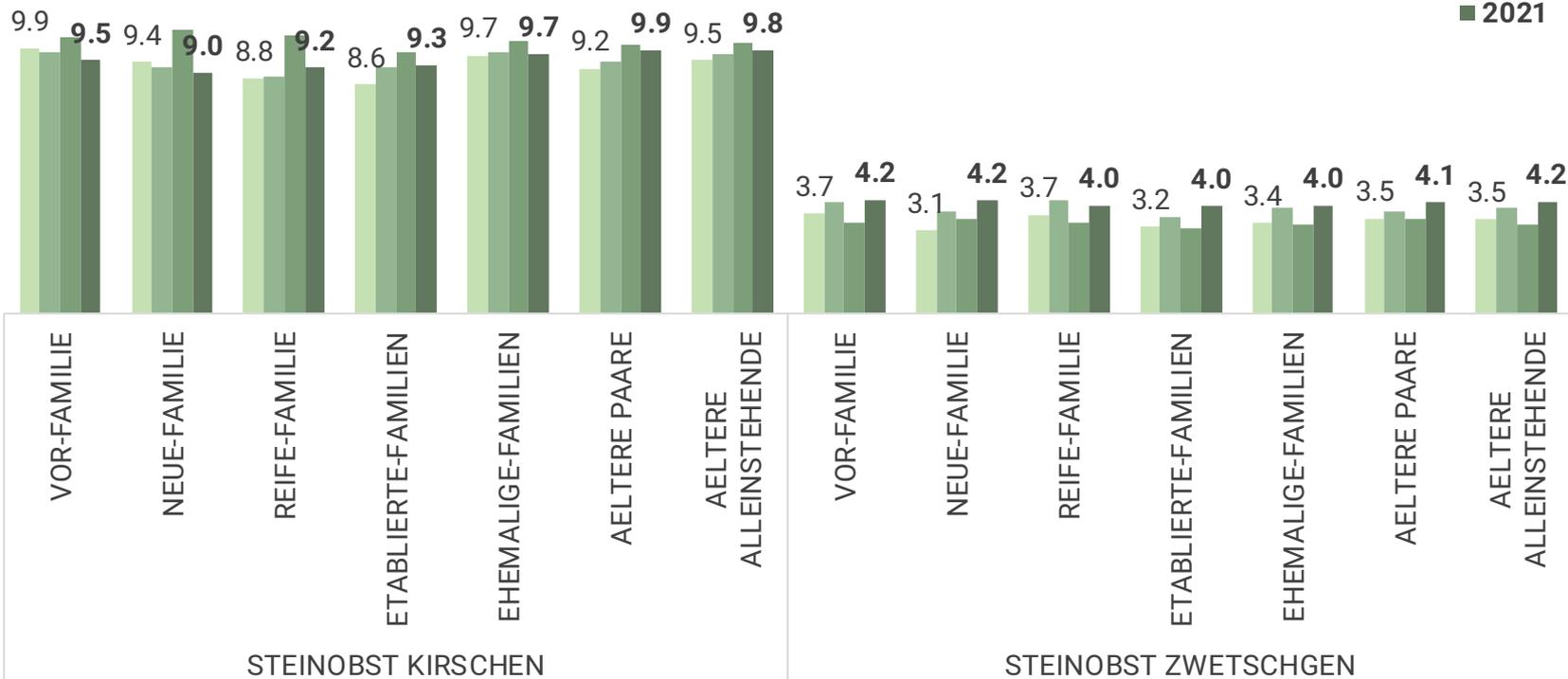
Angaben für die Periode
Oktober bis September

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

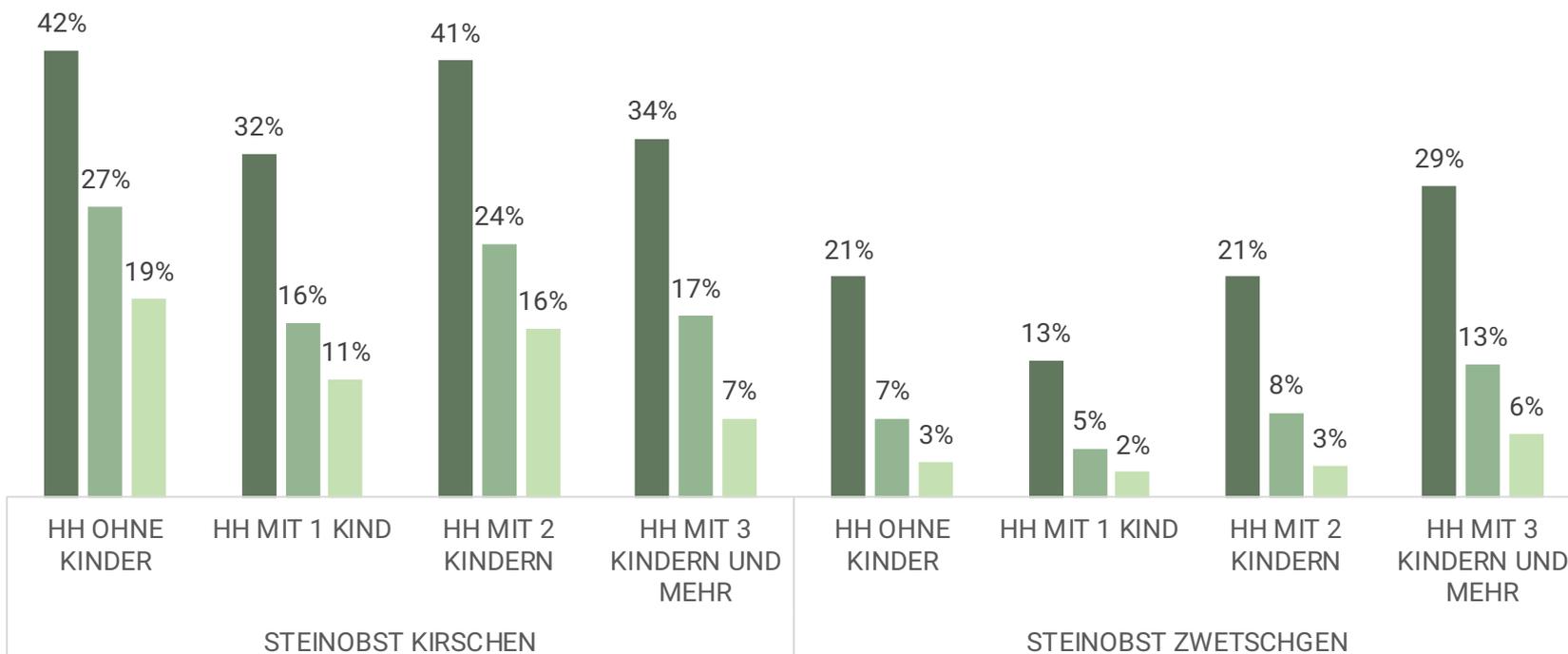
KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

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

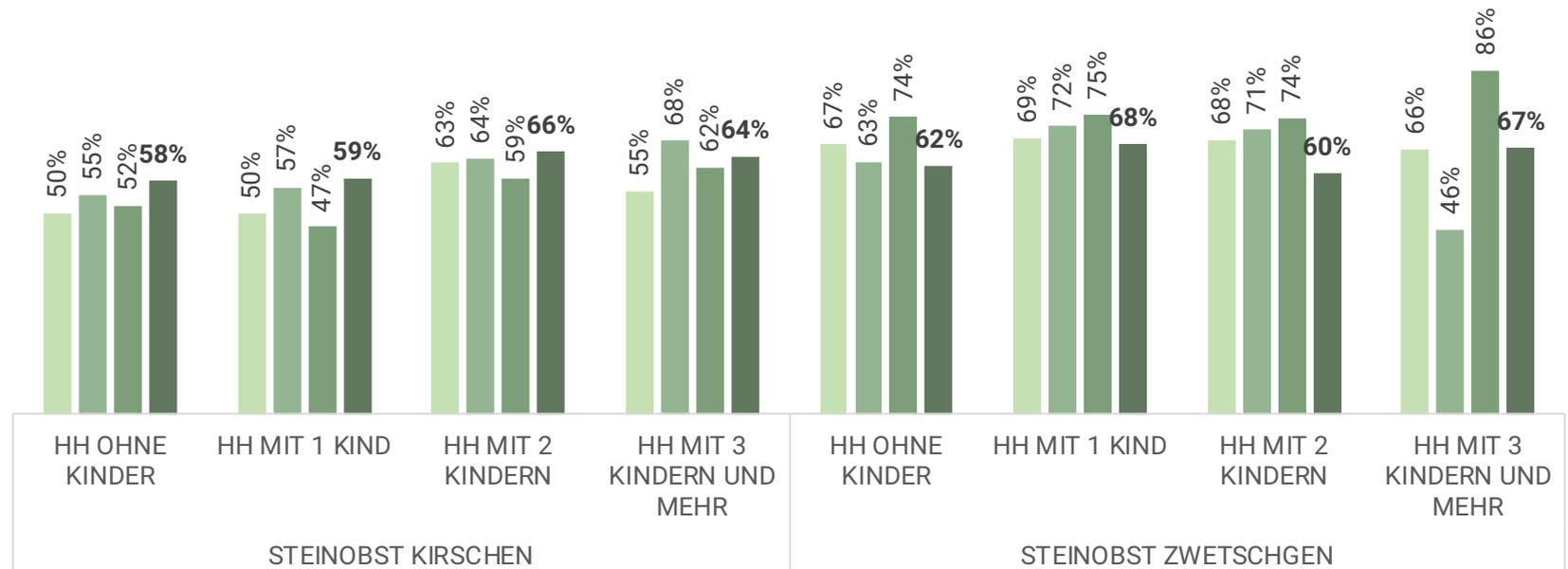
KIRSCHEN UND ZWETSCHGEN

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>