



## Dinkel liegt im Trend

**Konsumentinnen und Konsumenten haben im Betrachtungszeitraum September 2019 bis August 2020 für rund 69.3 Mio. CHF Mehl im Schweizer Detailhandel eingekauft. Dies entspricht gesamthaft einer Absatzmenge von rund 36'696 Tonnen Mehl. Wertmässig hat der Mehl-Markt im Schweizer Detailhandel zwischen September 2018 und August 2020 um 21.3 Mio. CHF respektive 44.4 Prozent zugelegt.**

In der Schweiz werden jährlich auf rund 83'000 Hektaren Brotgetreide (Durchschnitt über die letzten 10 Jahre) angebaut. Auf rund 90 % dieser Anbaufläche wird Brotweizen angebaut, was im Jahr 2019 einer Produktionsmenge von rund 388'444 Tonnen Brotweizen entsprach. Produziert wurde das Brotgetreide von 14'510 Betrieben, wobei deren Anzahl in den letzten 10 Jahren um 16.2% abnahm und die mittlere Fläche pro Betrieb anstieg. Im Jahr 2019 bewirtschafteten die grössten 3'000 Betriebe zusammen 38'234 Hektaren, was 46.6% der Gesamtfläche ausmachte. Dieser Anteil betrug im Jahr 2010 44.6% und stieg seither kontinuierlich an.

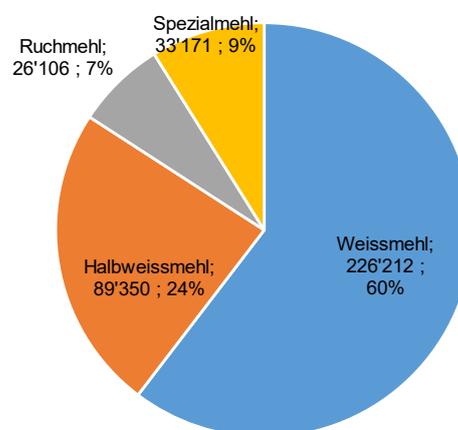
### Anbaufläche für Dinkel stark zunehmend

In den letzten sieben Jahren hat sich ausserdem die Anbauflächen für Dinkel quasi verdoppelt. So wurden im Erntejahr 2019 auf 5'706 Hektaren Dinkel angebaut, was eine Erntemenge von 21'355 Tonnen ergab. Sieben Jahre zuvor wurden 11'230 Tonnen Dinkel produziert. Damit hat in den letzten sieben Jahren die Produktionsmenge von Dinkel um 90% zugenommen.

### 3 Mühlen vermahlen 70 Prozent des Getreides

Im Erntejahr 2019/2020 wurden in der Schweiz rund 471'984 Tonnen Getreide – wovon 58'321 Tonnen (12.4%) importiert wurden – zu Mehl vermahlen. Der Anteil der drei grössten Mühlenunternehmen betrug 69.7%, was einer Gesamtmenge von 328'918 Tonnen vermahlenem Brotgetreide entspricht. Im Total produzierten alle Mühlen

### Mahlprodukte ab Mühle in Tonnen



Quelle: Dachverband Schweizerischer Müller (DSM)

zusammen 374'840 Tonnen Mahlprodukte. Bei 60.3% des produzierten Mehls handelt es sich um Weissmehl, 23.8% ist Halbweissmehl, 7.0% Ruchmehl und 8.8% sind Spezialmehle. Von den rund 375'000 Tonnen Mahlprodukten gehen rund 7-10% in den Schweizer Detailhandel.

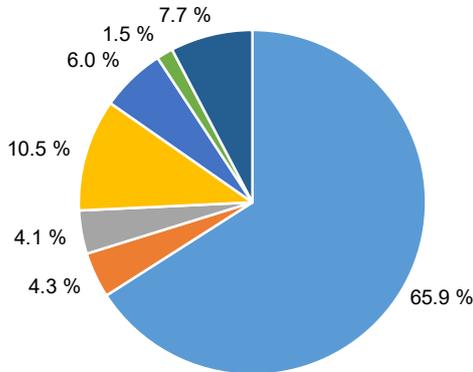
### Zunehmender Mehlkonsum

Konsumentinnen und Konsumenten haben zwischen September 2019 und August 2020 wertmässig 37.3% mehr Mehl im Schweizer Detailhandel eingekauft. Mengenmässig nahm der Absatz um 34.7% zu. Die Analyse der Mengen- und Umsatzentwicklung von Mehl im Schweizer Detailhandel der letzten drei Jahre basieren auf Daten des Marktforschungsunternehmens Nielsen. Als Jahr wird dabei der 12-Monatszeitraum von September 2019 bis August 2020 im Folgejahr betrachtet, was als Moving Annual Total (MAT) bezeichnet wird. Unter MAT August 20 ist damit der Zeitraum September 2019 bis August 2020 zu verstehen. Im MAT August 2020 konnten 36'696 Tonnen Mehl im Schweizer Detailhandel abgesetzt werden. Dieser Absatzzuwachs ist mehr oder weniger stark in allen Hauptkategorien zu beobachten. Insgesamt

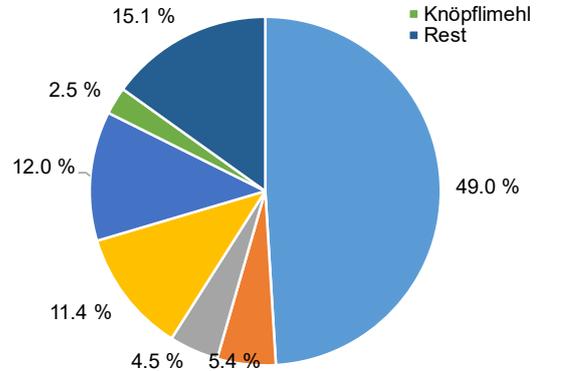
### Mehl im Detailhandel

Marktanteile Umsatz und Absatz Brot/Backwaren im Schweizer Detailhandel  
Entwicklung in %  
MAT Augst 20 (rollierendes Jahr "Moving Annual Total" MAT)

Nach Absatz pro Kategorie



Nach Umsatz pro Kategorie



Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

stieg der Absatz um rund 9'453 Tonnen. Das überproportional starke Wachstum beim Absatz von Mehl im MAT August 20 gegenüber der selben Vorjahresperiode lässt sich im Wesentlichen auf den COVID-19 bedingten Lockdown zurückführen, welcher zu einer zusätzlichen Nachfrage nach Mehl im Schweizer Detailhandel in den Monaten März bis Juli 2020 führte (vgl. [BLW-Sonderbericht von August 2020](#)). Auch ohne diese Pandemie bedingte Zusatznachfrage ist ein leichter Wachstumstrend beim Absatz von Mehl zu beobachten.

September 2018 und August 2020). Im MAT August  $\Delta 20/19$  hat die Kategorie Ruchmehl relativ mit 61% am meisten Umsatz dazu gewonnen. Absolut konnte die absatzstärkste Kategorie Weissmehl mit +7.87 Mio. CHF im MAT August  $\Delta 20/19$  Verkaufswerts in den letzten drei Jahren; im MAT August  $\Delta 20/19$  +2.0% und im MAT August  $\Delta 19/18$  +3.9%. Im MAT August  $\Delta 20/19$  zeigt sich dies deutlich bei Ruchmehl mit einem Plus von 4.3% und bei Knöpflimehl mit 3.6%. Beim mit Abstand am häufigsten gekauften Weissmehl verhielt sich der durchschnittliche Verkaufswert mit einer minimalen Veränderung von +0.3% relativ stabil.

### Steigende Umsätze

In den letzten drei Jahren hat der Mehl-Markt verteilt über alle Mehl-Kategorien wertmässig um 21.3 Mio. CHF respektive 44.4% zugelegt (zwischen

### Starke saisonale Schwankung von Weissmehl

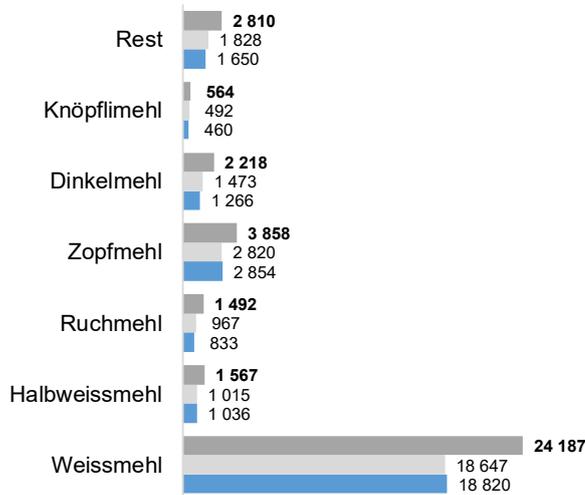
Weissmehl ist im MAT August 20 mit einem Anteil von 66% das am häufigsten gekaufte Mehl im

### Mehl im Detailhandel

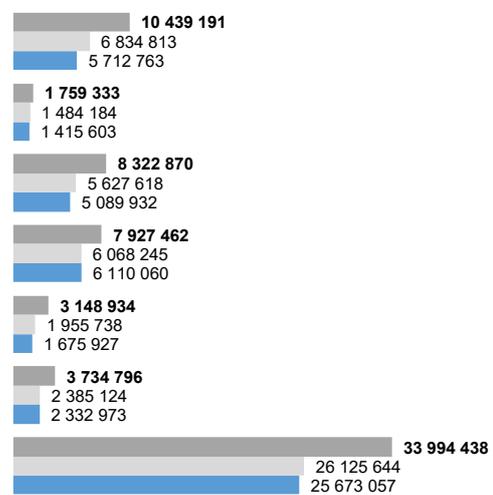
Absatz- und Umsatzbilanz Mehl im Schweizer Detailhandel  
Umsatz in Mio. CHF, Absatz in Tonnen

■ 2020 ■ 2019 ■ 2018

Absatz in Tonnen



Umsatz in CHF



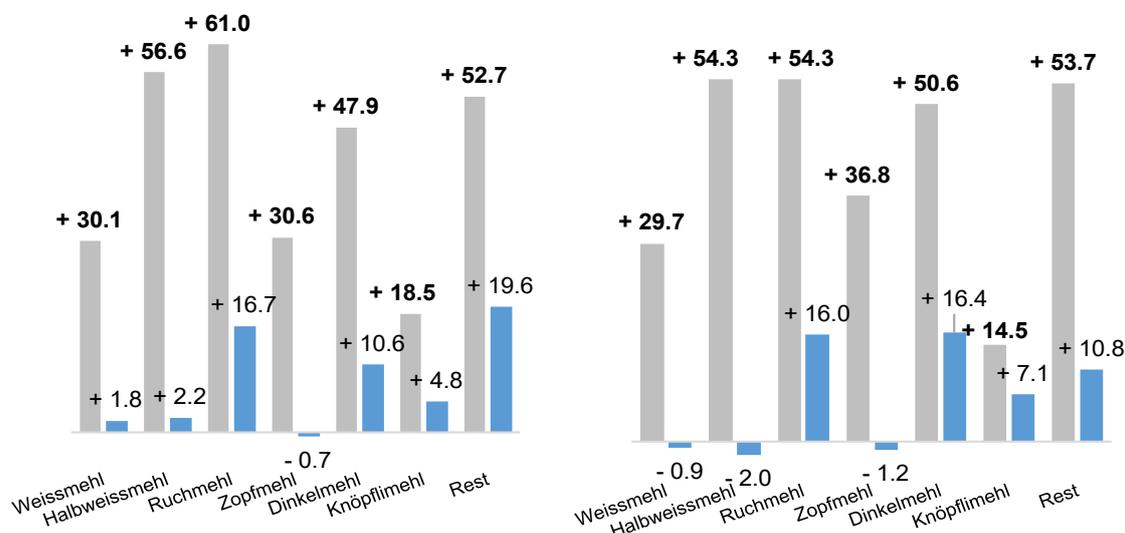
Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

### Mehl im Detailhandel

Marktentwicklung Umsatz und Absatz Mehl 2018-2020

Entwicklung in %

■ Δ20/19    ■ Δ19/18



Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

Schweizer Detailhandel. Umsatzmässig erzielt es einen deutlich geringeren Marktanteil von 49%, da es mit 1.41 CHF/kg mit Abstand den tiefsten durchschnittlichen Verkaufswert verzeichnet. Der Absatz von Weissmehl unterliegt klaren saisonalen Schwankungen – im Monat Dezember wird gegenüber dem absatzschwächsten Monat Juli jeweils fast die dreifache Menge verkauft. Ein durchschnittlicher Monatsabsatz betrug im MAT 2018 1'623 Tonnen, im MAT 2019 1'606 Tonnen. Im MAT 2020 lag der durchschnittliche Monatsabsatz mit 2'092 Tonnen Lockdown-bedingt deutlich höher. Wegen Hamstereinkäufen vor und zu Beginn des Lockdowns hat sich im März 2020 der Absatz von Weissmehl mehr als verdreifacht. Auch in den Folgemonaten April 2020 bis und mit Juli 2020 lag er noch deutlich über dem des entsprechenden Vorjahresmonats. Im August 2020 war der Absatz von Weissmehl erstmals unter dem Vorjahr (99.1% gegenüber August 2019).

#### Dinkelmehl liegt im Trend

Im MAT August 20 wurden 2'080 Tonnen Dinkelmehl im Schweizer Detailhandel abgesetzt, was einem Anteil von 6% entspricht. Der Absatz von Dinkelmehl hat gegenüber MAT August 2019 um 745 Tonnen zugenommen, was einem Plus von 50% entspricht. Auch im Jahr zuvor (MAT Aug. Δ19/18) war der Absatz bereits um 16.4% gestiegen. Der durchschnittliche Verkaufswert von Dinkelmehl ist mit 3.75 CHF/kg mehr als 2.5-mal so hoch wie beim Weissmehl. Dies wiederum erklärt den deutlich höheren wertmässigen Marktanteil von 12% beim Dinkelmehl. Der Abverkauf von Dinkelmehl war im März 2020 mehr als dreimal so hoch im Jahr davor, was mit dem Lockdown im März 2020 erklärt werden kann. Der Fokus der Mühlen und des Detailhandels lagen während der Zeit des Lockdowns auf der Bereitstellung von Weissmehl und anderen Standardmehlen, was zu Kapazitätsengpässen in der Produktion von Spezialmehlen

#### durchschnittlicher Verkaufswert verschiedener Mehltypen

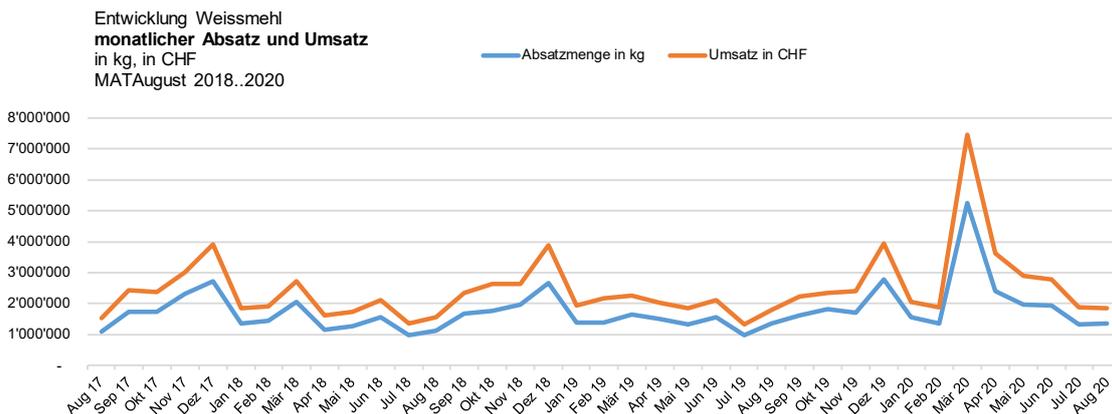
Preise in CHF / kg 2018..2020 Juni MAT	2018	2019	2020	Entwicklung in %	
				Δ19/18	Δ20/19
Weissmehl	1.36	1.40	1.41	+ 2.7	+ 0.3
Halbweissmehl	2.25	2.35	2.38	+ 4.3	+ 1.5
Ruchmehl	2.01	2.02	2.11	+ 0.6	+ 4.3
Zopfmehl	2.14	2.15	2.05	+ 0.5	- 4.5
Dinkelmehl	4.02	3.82	3.75	- 5.0	- 1.8
Knöpflimehl	3.08	3.01	3.12	- 2.1	+ 3.6
Rest	3.46	3.74	3.71	+ 8.0	- 0.6
<b>TOTAL</b>	<b>1.78</b>	<b>1.85</b>	<b>1.89</b>	<b>3.90</b>	<b>1.95</b>

Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

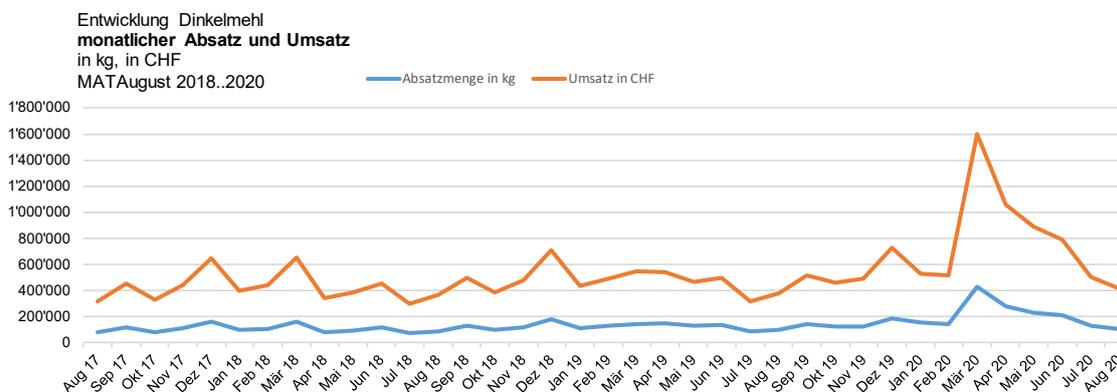
führte. Deshalb war beispielsweise Bio-Dinkelmehl nicht immer verfügbar. Zudem waren die Bio-Dinkelvorräte im Frühjahr weltweit nahezu aufgebraucht, weshalb bis zur neuen Ernte keine Beschaffung mehr möglich war. Trotz Knappheit auf dem Beschaffungsmarkt konnten die Abverkäufe von Dinkelmehl im April und Mai 2020 gegenüber den selben Vorjahresmonaten um 189% respektive 180% gesteigert werden. Diese Entwicklung hielt – wenn auch in leicht abgeschwächter Form – in den Monaten Juni, Juli weiter an. Auch im August lagen die Abverkäufe 12% über dem Vorjahr.

Da bereits im MAT Δ19/18 der Absatz von Dinkelmehl um 16.4% höher lag als im MAT Δ18/17, kann von einem allgemeinen Konsumbedürfnis für Dinkelmehl und damit einem Wachstumstrend ausgegangen werden.

Hält der Trend einer erhöhten Nachfrage nach Dinkel an, wird es auch in Zukunft einen steigenden Flächenbedarf bei dieser Kultur in der Schweiz geben. Die zukünftige Entwicklung beim Anbau von Brotgetreide in der Schweiz wird stark von der weiteren Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten abhängen.



Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen, Nielsen Schweiz, Retail- und Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW



Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen, Nielsen Schweiz, Retail- und Konsumentenpanel, Warenkorb gemäss Def. BLW

## **Anmerkungen zur Methodik**

Erntejahr = Juli des Erntejahres bis Juni des Folgejahres

### Fläche

Die Agis-Daten beinhalten alle Bewirtschafter oder Bewirtschafterinnen, die einen Betrieb mit mindestens 1 ha LN oder 30 Aren Spezialkulturen bewirtschaften oder 8 Mutterschweine oder 80 Mastschweinen oder 80 Mastschweineplätze oder 300 Stück Geflügel halten oder Direktzahlungen oder Einzelkulturbeiträge beanspruchen und alle Betriebe, die gemäss der Verordnung über die Primärproduktion registrierungspflichtig sind. Hat der Kanton tiefere Erhebungslimiten festgesetzt (kantonale Weisungen), sind diese massgebend.

## **Nachfrage im Schweizer Detailhandel**

Die Analyse des Schweizer Detailhandels stützt sich auf die Datenbasis von Nielsen Schweiz. Nachfolgend wird die Datengrundlage kurz erläutert.

### Das Konsumentenpanel

Am Konsumentenpanel von Nielsen Schweiz nehmen rund 4'000 Haushalte in der Deutsch- und der Westschweiz teil (ohne Tessin). Dabei werden über das gesamte Jahr die Einkaufsdaten jedes Haushaltmitglieds erfasst. Konkret sind die Mengen und Ausgaben aller eingekauften Produkte von den Haushalten anzugeben.

### Das Retailpanel

Am Retail- bzw. Scanningpanel von Nielsen Schweiz werden alle auf dem Ladenband gescannten Produkte derjenigen Detailhändler erfasst, die im Panel mitmachen. Das Panel umfasst die meisten nationalen Akteure im stationären Detailhandel ausgenommen der beiden deutschen Discounter. Lokale Anbieter (Metzger, Direktvermarktung, etc.) werden ebenfalls nicht im Retailpanel abgebildet.

Auf Wunsch können Sie sich den Bericht per E-Mail zustellen lassen. Bestellung unter [www.blw.admin.ch](http://www.blw.admin.ch)

**Zu Haftung, Datenschutz, Copyright und Weiterem siehe:** [www.disclaimer.admin.ch](http://www.disclaimer.admin.ch)