

30.10.2023

Welt-Vegan-Tag: Pflanzliche Alternativprodukte im Alltag angekommen

Über ein Viertel der Konsument:innen setzt laut Umfrage regelmäßig darauf

Autor:in
Frauke Weber
PR-Managerin



Pflanzliche Alternativprodukte stoßen bei Konsument:innen auf Interesse.

Vegane Alternativprodukte scheinen in Deutschland ihren Weg in den Alltag der Menschen gefunden zu haben: In einer aktuellen GfK-Umfrage im Auftrag von REWE zum Welt-Vegan-Tag am 1. November gaben 57,5 Prozent an, diese Produkte bereits gekauft zu haben. Und noch wichtiger: Knapp 27 Prozent sagten, dass sie mindestens mehrmals in der Woche tierische durch pflanzliche Alternativprodukte ersetzen.

Wer im Übrigen noch mehr Verbraucher:innen von den Vorteilen pflanzlicher Alternativprodukte überzeugen will, sollte vor allem auf den Geschmack setzen: In der Umfrage haben 48,6 Prozent der

Befragten angegeben, dass für sie der Geschmack das ausschlaggebende Kriterium sei. Erst danach folgen mit Abstand der Preis (24,3 Prozent) und die Bio-Qualität der Produkte (13,8 Prozent).

Auf die Frage, warum sie solche Produkte letztlich gekauft hätten, antworteten mehr als die Hälfte (54,8 Prozent), weil sie es einfach mal ausprobieren wollten. Erst danach folgen als Gründe der Tierschutz (38,8 Prozent) und die Gesundheit (28,3 Prozent). Knapp auf Platz vier folgt der Klimaschutz (27,2 Prozent).

Diejenigen, die bereits pflanzliche Alternativen gekauft haben, haben auch eine Top Five ihrer pflanzlichen Lieblingsalternativen. Sie ersetzen am liebsten:

Fleisch (68 Prozent)

Milch (51 Prozent)

Milchprodukte (39,9 Prozent)

Brotaufstriche (39,6 Prozent)

Schokoladen / Süßigkeiten (17,7 Prozent)

Interessant: Bei jungen Menschen (18 bis 29 Jahren) stehen auch die pflanzlichen Alternativen zu Honig, Eiern und Fisch hoch im Kurs.

„Wir merken immer mehr, dass die Menschen offen sind für vegane Alternativen und diese auch einfach gern ausprobieren. Bei REWE zum Beispiel gibt es mittlerweile ein so breites Sortiment, das für viel Abwechslung in der Küche sorgen kann. Außerdem lassen sich viele klassische Gerichte auch vegan zubereiten – völlig ohne Abstriche beim Genuss“, sagt Anja Corvin, Diplom-Ökotrophologin bei REWE.

Die repräsentative Umfrage erstellte das Daten- und Analytikunternehmen GfK im Auftrag von REWE. Für die Umfrage wurden im GfK eBUS® 1005 Bundesbürger im Alter von 18 bis 74 Jahren befragt. Der Erhebungszeitraum war Oktober 2023.

Wie sehr vegane Produkte nicht nur dem Tierschutz helfen, sondern auch dem Klima dienen, zeigt REWE auch auf andere Weise: den “Klima-Preisen”. Bei dieser Art von Berechnung geht es nicht um Euro und Cent, sondern um die Klimabilanz einzelner Produkte. Dafür hat REWE exemplarisch den “Preis” der Lebensmittel auf Basis ihrer Auswirkungen auf das Klima berechnen lassen, also ihre Emissionen und Belastungen. Anhand von drei Beispielen lässt sich so das Einsparpotential für das Klima aufzeigen:

72 Prozent Reduktion: REWE Beste Wahl vegan Soja natur, die nur 0,51 CO₂e/kg hat (im Vergleich zu 1,85 CO₂e/kg REWE ja! Naturjoghurt 3,5 %)

84 Prozent Reduktion: REWE Beste Wahl Genießer Scheiben, die nur 3,62 CO₂e/kg haben (im Vergleich zu 21,46 CO₂e/kg bei REWE ja! Gouda mittelalt in Scheiben)

66 Prozent Reduktion: REWE Beste Wahl vegane Fleischwurst, die nur 2,61 CO₂e/kg hat (im Vergleich zu 7,78 CO₂e/kg bei REWE ja! Fleischwurst)

Angabe für alle Produkte: jeweils auf 1 kg gerechnet, PCF-Berechnung in Anlehnung an das GHG Protocol durch Climate Partner, weitere Infos unter rewe.de/veganeprodukte.

Der Welt-Vegan-Tag steht jedes Jahr am 1. November an. Der Aktionstag kommt aus England und geht auf die dortige Vegan Society zurück. 1994 wurde er dort zum ersten Mal ausgerufen. An dem Tag geht

es den Initiator:innen darum, sich des eigenen Konsumverhaltens bewusst zu werden und so einen Beitrag zum Tier- und Umweltschutz zu leisten.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 28,4 Mrd. Euro (2022), bundesweit mehr als 160.000 Mitarbeitenden und 3.800 Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben. Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2022 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von 84,8 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 384.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de