

ERNÄHRUNGSREPORT 202 vorauszug deutschland, frankreich, Italien

## INHALT

4 Vorwort

Europa Report

## LÄNDER-REPORTS

12 Deutschland

16 Frankreich

20 Italien

### **ANHANG**

Fact-Sheet

25 Impressum



# VORWORT

Im Rahmen unserer Ernährungsstudie haben wir die Ernährung, insbesondere die Ernährungsformen sowie das Ess- und Einkaufsverhalten von Menschen aus sechs europäischen Ländern untersucht. Durch die Repräsentativität der Umfrage mit insgesamt 5.311 Personen aus den Ländern Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Österreich und Spanien, konnten wir bemerkenswerte Ergebnisse gewinnen. Nicht nur der Konsum von pflanzlichen Lebensmitteln steigt, sondern auch die Bereitschaft zur Umstellung hin zu einer flexitarischen und sogar vegan-vegetarischen Ernährung nimmt zu. Haupttreiber ist der Klimawandel, der leider nicht mehr vor der eigenen Haustür Halt macht und dementsprechend verstärkt von der Bevölkerung verhandelt wird. Die Lage scheint brisanter denn je: Menschen sind direkt von Umweltkatastrophen wie der Sturmflut in Deutschland betroffen und werden selbst aktiv – wie jüngst die Klimaklage mehrerer Organisationen in Frankreich belegt. Es scheint also eine neue Ära Richtung mehr Klimabewusstsein und klimagerechtem Handeln angebrochen zu sein.

Nach den zwei vorhergehenden Untersuchungen aus den Jahren 2019 und 2020, veröffentlichen wir nun – pünktlich zum Weltvegantag – unsere dritte Ernährungsstudie. Da es sich bei der vorliegenden Studie um ein anderes Studiendesign als 2020 handelt, war der Vergleich mit den Ergebnissen des Vorjahrs nur stellenweise möglich. Während wir 2019 den Fokus auf die Erfassung der Einstellungen zu den Themen Umweltschutz, Gesundheit, Kochverhalten und die Bedeutung von Siegeln gelegt haben, wurde sich im Jahr 2020 auf die Zukunft des Veganismus konzentriert.

In der diesjährigen Studie wurden vor allem aktuellere

Themen unter die Lupe genommen: Gibt es im Vergleich zum Vorjahr starke Veränderungen im Ernährungsverhalten? Haben vermehrte Klimakrisen zu einem Wandel des Konsumverhaltens beigetragen? Finden Food-Innovationen wie In-vitro-Fleisch, Laborkäse und Insekten überhaupt Anklang bei den Europäer:innen? Diese und viele weitere Fragen werden im folgenden Bericht beantwortet.

Neben den Veganer:innen wurde sich auch umfangreich mit den anderen Ernährungsgruppen, wie den Flexitarier:innen und Pescetarier:innen auseinandergesetzt. Außerdem haben wir uns detailliert damit beschäftigt, was wohl künftige Alternativen zu Käse, Fleisch und Co. sind, die auf den Tellern der Europäer:innen landen werden. Dabei konnten wir interessante Ergebnisse erfassen: Über alle Ernährungsgruppen hinweg können sich 33,5% der befragten Europäer:innen vorstellen, Fleisch zu konsumieren, welches im Labor gezüchtet wurde. Und fast 37% der Europäer:innen stehen dem Konsum von Laborkäse positiv gegenüber. Insekten kommen im Vergleich zu den anderen innovativen Ernährungsvisionen mit 28,7% noch nicht so gut an.

Die vorliegenden Ergebnisse ermöglichen es uns einiges über Konsument:innen in Erfahrung zu bringen und ihre Bedürfnisse besser zu verstehen. Daraus können wir uns hilfreiche Informationen ableiten, um unsere Vision – weltweit Menschen zu einer pflanzlichen Ernährung sowie einem verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt zu motivieren – zu erreichen. Damit wollen wir eine nachhaltige Zukunft für alle Lebewesen auf unserer Erde schaffen. Bereits jetzt arbeiten wir als veganer Vollsortimenter täglich daran, eine vielfältige Auswahl an geschmackvollen, pflanzlichen

Produkten und Innovationen zu bieten. Dabei ist es uns wichtig, transparent in unserem Handeln und Verhalten sowie respektvoll gegenüber allen Lebewesen und der Natur zu sein.

Viel Freude beim Lesen! Dein Veganz Team



# EUROPA-REPORT KEY-FACTS

### **ALLGEMEINES ZUR UMFRAGE**

Wir freuen uns, dass insgesamt 5.311 Menschen aus sechs verschiedenen europäischen Ländern an unserer Online-Umfrage teilgenommen haben. Dabei ist es natürlich interessant zu sehen, welche Ernährungsformen die Europäer:innen aktuell haben und wie die Verteilung im Ländervergleich ausfällt.

Bevor wir auf die aktuellen Ernährungstrends und ihre Hintergründe eingehen, möchten wir dir noch schnell den Unterschied zwischen vegan, vegetarisch, pescetarisch, flexitarisch und omnivor erläutern:

Vegan: Rein pflanzliche Ernährung, d.h. auf den Speiseplan gehören weder Fleisch oder Fisch noch Produkte aus tierischen Erzeugnissen wie Milch, Eier oder Honig

Vegetarisch: Kein Konsum von Fleisch oder Fisch, dennoch Konsum tierischer Produkte wie Milch, Eier und Honig

Pescetarisch: Auf Fleisch wird verzichtet, während Fisch und Meeresfrüchte gegessen werden.

Flexitarisch: Generell wird Fleisch konsumiert, allerdings ist der Konsum reduzierter und bewusster.

(Quelle: Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. 05.10.2021)

Zum Zeitpunkt unserer Erhebung gaben

2,3 % vegan, 3,9 % vegetarisch, 3.0 % pescetarisch. 18.3 % flexitarisch.

72,6 % omnivor

als ihre derzeitige Ernährungsform an.

### WO LEBEN EIGENTLICH DIE MEISTEN VEGANER:INNEN?

Als veganer Spitzenreiter geht im Länder-Vergleich Großbritannien hervor. 3,2% zwischen 16 und 64 Jahren leben laut unserer Studie in diesem Land rein pflanzlich. Auch die Zahl der Vegetarier:innen ist in Großbritannien am größten: 5,6% der Engländer:innen zwischen 16 und 64 Jahren ernähren sich vegetarisch. Das sind 1,75%-Punkte mehr als der Europa-Durchschnitt.

Auf Platz zwei unseres veganen Länder-Rankings liegt mit 2,3% Italien, dicht gefolgt von Deutschland (2,2%). Im Vergleich wohnen die wenigsten Veganer:innen in Österreich (1,9%).

### SO ERNÄHRT SICH EUROPA IM VERGLEICH

## Flexitarisch Vegetarisch 27,3% 5,6% **4,3**%

4,1% 25,5% 2,4% 13,1% 2,1%

Pescetarisch 12,9% 4,6% 18,8% **12,1% 2,3%** 4,8% 2,1%

### HIER LEBEN DIE MEISTEN VEGANER:INNEN



3,2% 2,3% 2,2% 2,1%

2,0%

### ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT

Seit Jahren wird bereits an Fleisch, welches im Labor gezüchtet wird, dem sogenannten In-vitro Fleisch sowie an im Labor entwickelten Käse gearbeitet. Das Endprodukt soll das Gleiche sein, nur der Entstehungsprozess ist ein anderer. Laut Umfrage kann sich mit 33,5% mehr als ein Drittel der befragten Europäer:innen vorstellen In-vitro Fleisch zu essen.

Der im Labor gezüchtete Käse erhielt mit 36,9% europaweit noch mehr Zuspruch. In Deutschland sind sogar 42,8% – also mehr als der Europa-Durchschnitt – bereit, künstlichen Käse zu probieren. Besonders aufschlussreich ist hier, dass der größte Zuspruch von Veganer:innen und Vegetarier:innen kommt: Mit 57,8% kann sich über die Hälfte der europäischen Veganer:innen vorstellen Laborkäse zu essen und das, obwohl Käse normalerweise nicht auf dem eigenen Teller landen würde. Unter den Vegetarier:innen würden sogar sage und

schreibe 72,2% den Käse der Zukunft essen. Auch unter den europäischen Pescetarier:innen ist mehr als die Hälfte (54,3%) nicht abgeneigt.

Tatsächlich wird in den letzten Monaten immer wieder über das Thema Insekten als Lebensmittel gesprochen. Einige Insektenarten sind bereits zum Verzehr in Form von Burgern oder Riegeln erhältlich, finden aber nur langsam ihren Platz in den Regalen. Denn obwohl das Angebot da ist, ist die Akzeptanz für Krabbeltiere auf dem Teller mit 28,7% noch immer relativ gering: Mit einer Ablehnung von 71,3% gehören Insekten beim Großteil der Europäer:innen nicht in die Küche. Im Vergleich zur Akzeptanz des Laborkäses, sind die essbaren Insekten für die europäischen Veganer:innen keine Option: Bloß 7% der Veganer:innen in Europa wären bereit, Insekten in ihren Speiseplan zu integrieren.



SO VIEL PROZENT DER BEFRAGTEN KÖNNEN SICH NICHT VORSTELLEN INSEKTEN ZU ESSEN

Veganer:innen 93,1%

Vegetarier:innen 84,8%

Pescetarier:innen 71,7%

Flexitarier:innen 68,6%

Omnivore **70,6**%

### SO VIEL PROZENT DER BEFRAGTEN KÖNNEN SICH VORSTELLEN IN-VITRO-FLEISCH ZU ESSEN



Veganer:innen 33,0%

Vegetarier:innen 39,0%

32,9% **Omnivore** 

### SO VIEL PROZENT DER BEFRAGTEN KÖNNEN SICH VORSTELLEN IM LABOR ENTSTANDENEN KÄSE ZU **ESSEN?**



Veganer:innen 57,8%

Vegetarier:innen 72,2%

Omnivore **34,2**%

### FLEXITARIER: INNEN

Auch wenn die Zahl der Veganer:innen und Vegetarier:innen gestiegen ist, konsumiert der Großteil der Bevölkerung immer noch Fleisch und andere tierische Produkte: 18,3% der Europäer:innen ordnet sich der Gruppe der Flexitarier:innen zu. Laut DGE lassen sich Flexitarier:innen auch als flexible Vegetarier: innen bezeichnen. Sie konsumieren zwar Fleisch und Fisch, allerdings seltener als bei einer omnivoren Ernährung.

Bereits vor einem Jahr zeichnete sich ein spürbarer Trend in Richtung des reduzierten und bewussteren Fleischkonsums ab. Da die Flexitarier:innen nach den Omnivoren die größte Ernährungsgruppe abbilden, haben die Flexitarier:innen einen enormen Hebel, den Fleischkonsum sowie den Konsum tierischer Lebensmittel wirkungsvoll zu reduzieren und so dem Klimawandel die Stirn zu bieten.

FLEXITARIER:INNEN IN EUROPA

25

20

15

10

5

3

Und sind wir mal ehrlich: Die Gleichung des effektvollen Konsums zum Klimaerhalt ist so einfach! Bei der Herstellung veganer Kost wird wesentlich weniger Agrarland beansprucht als bei tierischen Lebensmitteln. Je mehr Land für die Viehzucht beansprucht wird, desto weniger Land bleibt für die Natur. Dabei sind Pflanzen und vor allem Bäume essenziell: Sie speichern das in der Luft vorhandene CO2 ab und senken somit die CO2 Konzentration in der Luft. Da für die Viehzucht Platz geschaffen werden muss, werden jedoch immer mehr Wälder gerodet. Durch das Verbrennen der Wälder kommen noch mehr Treibhausgase in die Luft, was zur Erwärmung des Klimas führt. Somit ist eine vegane sehr viel klimafreundlicher als eine omnivore Ernährungsweise. Aber auch Flexitarier:innen können die CO2-Emission verbessern: Die bloße Reduzierung des Konsums tierischer Produkte wirkt sich positiv auf

25,5%

3,1

8

0

2.1%

die Umwelt aus. Jeder Schritt hin zu einer pflanzenbasierten Kost ist wertvoll und immens wichtig, um das Ziel - nämlich die Erderwärmung möglichst bei 1,5 Grad zu halten – bis zum Jahr 2100 erfolgreich zu verfolgen. Doch nicht nur das. Flexitarische Verbraucher:innen setzen für den Handel interessante Impulse und haben bereits jetzt dafür gesorgt, veganen Produkten den Weg aus der Nische zu ebnen.

### DIESE VEGANEN ALTERNATIVEN WÜNSCHT SICH EUROPA



Eis & Dessert



**Wurst & Fleisch** 



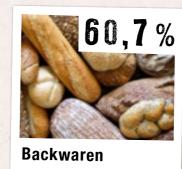
Käse & herzhafte **Aufstriche** 



Fertiggerichte



Getränke



Gerichte für unterwegs und die Mittagspause



Milch- & Milchprodukte





# LANDER-REPORTS



2,2% der befragten Personen in Deutschland zwischen 16 und 64 Jahren gaben an, sich **vegan** zu ernähren. Bezogen auf die deutsche Bevölkerung wären das schätzungsweise 1,18 Millionen Menschen im Alter zwischen 16 und 64 Jahren, die sich rein pflanzlich ernähren.

11% der Veganer:innen haben sich erst innerhalb der letzten zwölf Monaten für die vegane Ernährungsform entschieden. Die Gründe für den Verzicht tierischer Produkte sind vielfältig. allerdings lässt sich Tierschutz als Hauptmotivator nennen: sage und schreibe 96% der Veganer:innen möchten sich mit ihrem Lebensstil für das Tierwohl einsetzen. Zu den weiteren Hauptgründen zählen Umwelt und Nachhaltigkeit (83,3%) sowie die eigene Gesundheit (58,2%). Beim Großteil der Veganer:innen spielt Veganismus nicht nur innerhalb des eigenen Speiseplans eine Rolle: Für 84,6% der deutschen Veganer:innen sind tierische Bestandteile auch beim Kauf von Kleidung und Kosmetik ein absolutes Tabu.

4,6% der Teilnehmer:innen in Deutschland gaben an, sich vegetarisch zu ernähren, was im Rückschluss auf die untersuchte Zielgruppe etwa 2,47 Millionen Menschen entsprechen würde. Insgesamt ernähren sich also 6,8% der deutschen Bevölkerung zwischen 16 und 64 Jahren vegan oder vegetarisch, was etwa 3,65 Millionen Menschen abbildet. Allein im letzten Jahr haben 10% der befragten Vegetarier:innen beschlossen, sich von nun an vegetarisch zu ernähren. Die Beweggründe für den Fleischverzicht der Vegetarier:innen ist ebenso vielfältig, wie die der Veganer:innen. Auch hier stehen Tierschutz (88,8%), Umwelt und Nachhaltigkeit (80,3%) sowie gesundheitliche Gründe (46,4%) an oberster Stelle.

Interessant ist, dass sich bei den Vegetarier:innen eine Tendenz in Richtung Veganismus erkennen lässt: Mit 67,3% haben sich weit über die Hälfte der Veganer:innen vorher vegetarisch ernährt. Außerdem können sich 83% der Vegetarier:innen durchaus vorstellen, in Zukunft nur noch zu rein

pflanzlichen Produkten zu greifen. Somit ist zu erwarten, dass ein Teil der befragten Vegetarier:innen künftig nicht nur auf Fleisch und Fisch, sondern auf alle tierischen Produkte ver-

27,3% der Umfrageteilnehmer:innen ernährt sich derzeit flexitarisch. Dementsprechend achten schätzungsweise knapp 15 Millionen Menschen in Deutschland zwischen 16 und 64 Jahren auf einen reduzierten Fleischkonsum. Anders als bei den Veganer:innen und Vegetarier:innen kann man bei den Flexitarier:innen Umwelt und Nachhaltigkeit (72,1%) als Hauptgründe für einen reduzierten Fleischkonsum festmachen. Aber auch der Tierschutz (71,3%) und gesundheitliche Gründe (53,2%) sind Motivatoren für den Ernährungsstil der flexiblen Vegetarier:innen.

3,4% der Teilnehmer:innen gaben an sich **pescetarisch** und 62,6% sich omnivor zu ernähren. 90,6% der Pescetarier:innen achtet beim Kauf von Fisch(-produkten) auf einen nachhaltigen Fischfang und die Hälfte der Pescetarier:innen hat bereits ein Fisch-Ersatzprodukt probiert.

Gerade bei den Flexitarier:innen und Omnivoren war es von Interesse herauszufinden, ob diese in Zukunft bereit wären, sich ausschließlich vegetarisch oder vegan zu ernähren. 4,2% der Omnivoren sind nicht abgeneigt, sich in Zukunft vegan zu ernähren. Den vegetarischen Lebensstil konnten sich aber immerhin 25,6% und somit ein Viertel aller Omnivore vorstellen. Die Bereitschaft der Flexitarier:innen ist hier weitaus höher: Für 15,3% der Flexitarier:innen kommt es infrage, ihre Ernährung auf vegan und für 54,8% auf vegetarisch umzustellen.

In Folge des Klimawandels ist es unter anderem im Juli 2021 in einigen Teilen Deutschlands zu einer Flutkatastrophe enormen Ausmaßes gekommen, welche immense Schäden anrichtete und betroffene Menschen bis heute beschäftigt. Die Umfrageteilnehmer:innen wurden deshalb gefragt,

ob vermehrte Klimakrisen eine Änderung in ihrem Konsumverhalten bewirkt haben.

Und tatsächlich: 22,3% aller befragten Personen in Deutschland gaben an, ihren Konsum von tierischen Lebensmitteln aufgrund vermehrter Klimakatastrophen reduziert zu haben und weitere 17,2% haben zumindest vor, ihn zukünftig zu senken. Zusätzlich gaben 19,8% an, dass sie ohnehin schon seit Längerem auf den Konsum tierischer Produkte verzichten bzw. ihn reduzieren. 12,3% haben den Konsum aus sonstigen Gründen reduziert. Bei 28,4% der Umfrageteilnehmer:innen ist das Ernährungsverhalten trotz Klimakrisen gleichbleibend.

Mit einer Zustimmung von 54,1% möchte mehr als die Hälfte der Nicht-Veganer:innen künftig weniger tierische Produkte verzehren. 93% der Flexitarier:innen und 70% der Omnivoren haben bereits vegetarische und vegane Ersatzprodukte probiert. Damit sind Pendants zu tierischen Produkten längst kein Nischen-Thema mehr, sondern in die Lebenswelt vieler Deutscher gerückt. Für vegetarische bzw. vegane (Ersatz-) Produkte greifen sogar 60,9% der Vegetarier:innen, Veganer:innen, Pescetarier:innen sowie Flexitarier:innen gerne tiefer in die Tasche und sind dementsprechend bereit, für pflanzliche Lebensmittel mehr Geld auszugeben.

Erfreulich ist außerdem, dass mit 55,2% über die Hälfte der Umfrageteilnehmer:innen darauf achtet, ihre Lebensmittel regional einzukaufen. Noch mehr (66,8%) achten bei ihrem Obst- und Gemüse-Einkauf auf Saisonalität. 41,8% kaufen, wenn möglich, Bio-zertifizierte Produkte.

### BILDUNG UND BESCHÄFTIGUNG

Im Vergleich zu allen anderen Ernährungsgruppen, ist bei den Veganer:innen ein signifikant höherer Anteil bei ihren drei häufigsten Abschlüssen zu erkennen:

Mit 28.5% hat der Großteil der Vegan-Lebenden Abitur bzw. Fachabitur, was signifikant höher ist als der Anteil unter den Nicht-Vegan-Lebenden (23,5%). Der zweithäufigste Abschluss der Veganer:innen ist der Bachelor mit 20,8% gefolgt vom Master mit 18%. Auch damit liegen die Veganer:innen im Vergleich zu den anderen Ernährungsformen vorne: Unter ihnen machen nur 15,1% und 15,8% Bachelor- und Masterabsolventen aus. Bei den Promovierenden fielen die Anteile jedoch bei beiden Gruppen gleich hoch aus (ca. 1,3%). Daraus lässt sich schließen, dass Veganer:innen ein höheres Bildungsniveau haben als der Rest der Bevölkerung.

Im Hinblick auf die Beschäftigung der Veganer:innen lässt sich auch ein klares Bild erkennen: Sie weisen einen deutlich höheren Anteil an Studierenden (15,7%) als der Durchschnitt der anderen Ernährungsgruppen auf (7,3%). Außerdem befinden sich in der veganen Gruppe signifikant weniger Rentner:innen sowie Erwerbslose (2,4% und 9,7%), verglichen mit den restlichen Ernährungsgruppen (5,4% und 14,6%). Dieser Unterschied lässt sich zum einen durch den höheren Bildungsstand der Veganer:innen (s.o.) und zum anderen durch deren jüngeres Alter erklären: Veganer:innen sind im Durchschnitt 36 Jahre alt, Nicht-Veganer:innen dagegen 40 Jahre alt.

### ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT

Und was kommt nun demnächst auf die deutschen Teller? Insgesamt stehen 39,5% der Teilnehmenden dem In-vitro-Fleisch, welches im Labor gezüchtet wurde, offen gegenüber und können sich vorstellen, es zu konsumieren. Dies ist eine deutliche Steigerung der Bereitschaft im Vergleich zum letzten Jahr, in welchem nur ein Viertel Laborfleisch hätte verzehren wollen.

Schaut man sich die Zahlen des Jahres 2020 an, fällt auf, dass die Deutschen nicht nur im Hinblick auf In-vitro-Fleisch offener geworden sind: Im letzten Jahr lehnten es noch 72%



der Befragten kategorisch ab, Krabbeltiere in ihren Speiseplan zu integrieren. Innerhalb eines Jahres ist die Bereitschaft **Insekten** zu essen, jedoch leicht gestiegen (von 28%
auf 32,1%). Im Jahr 2021 ist fast ein Drittel der Deutschen
dem Konsum von Insekten aufgeschlossen. Gründe für die
gesteigerte Akzeptanz gibt es sicherlich einige – wie u.a. das
Wissen darum, dass Insekten dem Klima weniger Schaden, da
diese nicht so viel Wasser und Platz benötigen wie herkömmliches Fleisch und auch der CO2-Ausstoß sehr viel geringer
ausfällt als bei der Fleischproduktion.

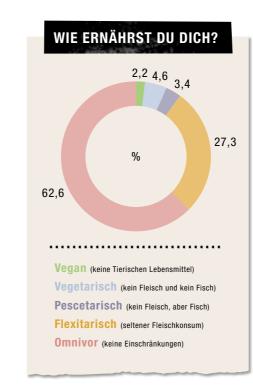
Spitzenreiter der neuen Ernährungstrends ist jedoch der im Labor entstandene Käse: 42,8% der Deutschen können sich vorstellen, einen im **Labor entstandenen Käse** zu essen. Nicht nur das In-vitro-Fleisch und die Insekten, auch der Laborkäse hat an Akzeptanz gewinnen können: Im letzten Jahr hätten sich nur 27,9% vorstellen können, den künstlichen Käse zu konsumieren.

Auf die Frage, auf welche veganen Alternativen Veganer:innen in Deutschland zurückgreifen, gaben sie an, vor allem vegane Alternativen zu Milch (98,2%), Jogurt bzw. Quark (92,6%), Fleisch (88,4%), Sahne (78%) oder Aufschnitt (77,9%) in den Einkaufskorb zu legen. Auch rein pflanzliche Fischalternativen (52,9%), Alternativen zu nicht-veganen Getränken (42,6%) und veganem Honig (40,9%) sind durchaus beliebt. Bei 31,4% steht auch Ei-Ersatz auf dem Speiseplan.

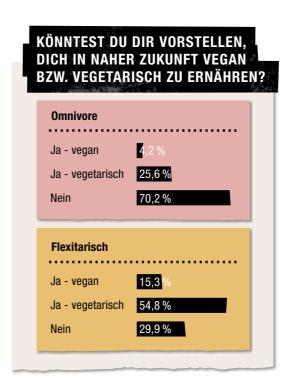
Mit einem Anteil von 18% verspürt ein nur vergleichsweise geringer Anteil der deutschen Veganer:innen den Wunsch nach mehr Auswahl im Bereich der veganen Milchalternativen. Mehr Wurst- und Fleischalternativen wünschen sich nur 16,2% der Veganer:innen. Vielmehr ist eine größere Variation in der Backwaren-Kategorie (61,8%), bei Gerichten für unterwegs oder für die Mittagspause (59,5%) sowie bei den veganen Alternativen zu Käse und herzhaften Aufstrichen (54,7%) gewünscht.

Natürlich sollte mittels der erhobenen Daten zusätzlich herausgefunden werden, auf was die Konsument:innen im Jahr 2021 bei Lebensmitteln am meisten achten und ob es bei ihnen - möglicherweise durch Krisen wie die Corona-Virus-Pandemie – zu Unterschieden in der Prioritätssetzung gekommen ist. Die Untersuchung verschiedener Kriterien konnte folgendes belegen: 53,8% der befragten Personen achten beim Essen auf das Thema Nachhaltigkeit! Der Geschmack des Essens ist den Konsument:innen im Jahr 2021 sogar 91,5% wichtig. 60,6% davon ist er sogar sehr wichtig, was im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 4,8% ausmacht. Im Jahr 2021 ist das Thema Kalorien (35,8%) unwichtiger geworden als im Vorjahr (41,1%). Im Jahr 2020 war es 74,8% wichtig, dass ihr Essen sättigt, im Jahr 2021 nur noch 73,1%. Wichtiger sind die Kriterien Frische und Gesundheit: 85,6% gab an, dass für sie Frische und 77,2% Gesundheit relevant ist. Die Abwechslung ist 73% wichtig. Mit 49,2% achtet knapp die Hälfte auf den Preis ihres Lebensmitteleinkaufs.

Somit scheinen frische, geschmackvolle Gerichte, die für Abwechslung auf dem Teller sorgen und nicht zu ungesund sind, den Zahn der Zeit und die Einkaufspräferenz der deutschen Teilnehmenden zu treffen.



AUS WELCHEN	S WELCHEN GRÜNDEN ERNÄHRST DU DICH?		
	Vegan	Vegetarisch	Flexitarisch
Gesundheit	58,2 %	46,4%	53,2%
Nachhaltigkeit	83,3 %	80,3 %	72,1 %
Tierschutz	96 %	88,8 %	71,3%
Geschmack	16,6%	24,9 %	27,7 %
Interesse am Trend	1,8%	2,5 %	6 %
Religiöse Gründe	1,2%	1,1 %	0 %
Sonstiges	3,9 %	9,9 %	5,4 %





Veganz Group AG I Ernährungsreport 2021

## FRANKREICH

2,0% der befragten Personen in Frankreich zwischen 16 und 64 Jahren gaben an, sich **vegan** zu ernähren. Bezogen auf die französische Bevölkerung wären das schätzungsweise 0.83 Millionen Menschen im Alter zwischen 16 und 64 Jahren, die sich rein pflanzlich ernähren. Mehr als Dreiviertel (77,8%) der Veganer:innen ist weiblich, der Rest zu gleichen Teilen männlich und divers (11,1%).

14% der Veganer:innen haben sich erst innerhalb der letzten zwölf Monaten für die vegane Ernährungsform entschieden. 582.510 Personen ernähren sich bereits mehr als fünf Jahre rein pflanzlich. Die Gründe für den Verzicht tierischer Produkte sind vielfältig, allerdings lässt sich Umweltschutz/ Nachhaltigkeit als Hauptmotiv nennen: 50% aller befragten Veganer:innen möchten mit ihrem Lebensstil dem Klimawandel entgegenwirken und haben als Grund den Umwelt- und Nachhaltigkeits-Aspekt genannt. Zu den weiteren primären Gründen zählen Tierschutz (41%) und Gesundheit (23,6%). Beim Großteil der Veganer:innen spielt Veganismus aber nur innerhalb des eigenen Speiseplans eine Rolle: 75,6% der französischen Veganer:innen leben im Hinblick auf z.B. Kleidung und Kosmetik nicht vegan. Das bedeutet jedoch im Umkehrschluss, dass bei fast einem Viertel (24,4%) tierische Bestandteile auch beim Kauf von Kleidung und Kosmetik ein absolutes Tabu darstellen.

4,3% der Teilnehmer:innen in Frankreich gaben an, sich vegetarisch zu ernähren, was im Rückschluss auf die untersuchte Zielgruppe etwa 1,79 Millionen Menschen entspricht. Insgesamt ernähren sich also 6,3% der französischen Bevölkerung zwischen 16 und 64 Jahren vegan oder vegetarisch. Das sind in etwa 2,63 Millionen Menschen. Allein im letzten Jahr haben 7% (172.501 Personen) der befragten Vegetarier:innen für sich beschlossen, von nun an nur noch vegetarische Kost zu verzehren. Die Beweggründe für den Fleischverzicht der Vegetarier:innen ist ebenso vielfältig, wie die der Veganer:innen. Hier steht jedoch Tierschutz (78,1%) an oberster Stelle,

Umwelt und Nachhaltigkeit (55,9%) sowie gesundheitliche Gründe (38,4%) folgen.

Spannend ist, dass sich bei den Vegetarier:innen ein Trend in Richtung Veganismus erkennen lässt: So können sich 83,3% in naher Zukunft vorstellen, demnächst nur noch auf vegane Produkte zurückzugreifen. Damit kann spekuliert werden, dass ein Teil der befragten Vegetarier:innen künftig nicht nur auf Fleisch und Fisch, sondern auf alle tierischen Produkte verzichten wird.

18,8% der Umfrageteilnehmer:innen ernährt sich derzeit flexitarisch. Dementsprechend achten schätzungsweise 7,81 Millionen Menschen in Frankreich zwischen 16 und 64 Jahren auf einen verminderten Fleisch- und Fischkonsum. Tierschutz ist mit einem Prozentanteil von 57,2% das Hauptmotiv für einen reduzierten Fleischkonsum. Aber auch die Themen Umwelt- und Nachhaltigkeit sind bei mehr als der Hälfte der Befragten (51,7%) Motivator für den Ernährungsstil der flexiblen Vegetarier:innen. Das Interesse am Trend spielt mit 7,1% eine untergeordnete Rolle.

0,7% der Teilnehmenden gaben an sich **pescetarisch** und 74,2% sich **omnivor** zu ernähren. 65,4% der Pescetarier:innen achtet beim Kauf von Fisch(-produkten) auf einen nachhaltigen Fischfang und fast ein Drittel (29,6%) der Pescetarier:innen hat bereits ein Fisch-Ersatzprodukt probiert.

Gerade bei den Flexitarier:innen und Omnivoren war es von Interesse herauszufinden, ob diese in Zukunft bereit wären, sich ausschließlich vegetarisch oder vegan zu ernähren. 12,1% der Omnivoren sind einer veganen Ernährung nicht abgeneigt. Die vegetarische Ernährungsform konnten sich 28,2% aller Omnivore vorstellen. Die Bereitschaft der Flexitarier:innen ist hier um ein Vielfaches höher: Für 13,4% der Flexitarier:innen kommt es infrage, ihre Ernährung auf vegan und für 62,5% auf vegetarisch umzustellen.

In den letzten Jahren verursachten in Frankreich übermäßige Treibhausgasemissionen kontinuierliche und anwachsende ökologische Schäden. Von 2015 bis 2018 wurde die selbst gesetzte Obergrenze in diesem Zeitraum um Millionen von Tonnen Treibhaus überschritten. Deshalb haben sogar in einem Verfahren vier Umweltorganisationen das Land wegen Untätigkeit verklagt. Und sie bekamen Recht: Das Pariser Verwaltungsgericht entschied jüngst, dass der französische Staat bis Ende 2022 zu viel ausgestoßene Treibhausgase kompensieren muss.

Die Umfrageteilnehmer:innen wurden deshalb gefragt, ob vermehrte Klimakrisen eine Änderung in ihrem Konsumverhalten bewirkt haben.

Und tatsächlich: 26,3% aller befragten Franzosen gaben an, ihren Konsum von tierischen Lebensmitteln aufgrund vermehrter Klimakatastrophen reduziert zu haben und weitere 21,4% haben zumindest vor, ihn zukünftig zu senken. Das sind zusammengenommen fast die Hälfte der Befragten (47,7%). Zusätzlich gaben 13,1% an, dass sie ohnehin schon seit Längerem auf den Konsum tierischer Produkte verzichten bzw. ihn reduzieren. 12,3% haben den Konsum aus sonstigen Gründen reduziert. Bei 27% der Umfrageteilnehmer:innen ist das Ernährungsverhalten trotz Klimakrisen gleichbleibend.

Mit einer Zustimmung von 48,2% möchte fast die Hälfte der Nicht-Veganer:innen in Zukunft weniger tierische Produkte verzehren. 67,8% der Flexitarier:innen und 48,3% der Omnivoren haben bereits vegetarische und vegane Ersatzprodukte probiert. Damit haben Pendants zu tierischen Produkten nicht nur Einzug in die französischen Regale, sondern auch in die Haushalte der Franzosen gehalten.

Im Übrigen greifen für vegetarische bzw. vegane (Ersatz-) Produkte sogar 43% der Vegetarier:innen, Veganer:innen, Pescetarier:innen sowie Flexitarier:innen gerne tiefer in die Tasche und sind damit bereit, für pflanzliche Lebensmittel mehr Geld als für tierliche Artikel auszugeben.

Beim Lebensmitteleinkauf ist den französischen Umfrageteilnehmer:innen insbesondere der Geschmack (41,1%) und die Frische (39,7%) der Lebensmittel sehr wichtig. Der Nachhaltigkeits- und Umweltaspekt ist bei den Franzosen mit 17,5% (sehr wichtig) weniger im Fokus als die der Preis (26,8% sehr wichtig) oder die Sättigung (20,2% sehr wichtig).

### ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT

Und was kommt nun demnächst auf die französischen Teller? Insgesamt stehen nur 20,4% der Teilnehmenden dem In-vitro-Fleisch, welches im Labor gezüchtet wurde, offen gegenüber und können sich vorstellen, es zu konsumieren. Dementsprechend lehnt mit 79,6% ein Großteil der Franzosen kultiviertes Fleisch kategorisch ab. Im Vergleich zum Vorjahr (12,1% waren pro Laborfleisch) hat sich die Bereitschaft signifikant erhöht.

Innerhalb eines Jahres lässt sich bezüglich der Bereitschaft Insekten zu essen, kein signifikanter Unterschied erkennen. Generell ist die Akzeptanz der Franzosen relativ gering (28,7%), aber immerhin höher als die Akzeptanz von In-vitro-Fleisch (20.4%).

Mit 27,9% sind in diesem Jahr signifikant mehr Franzosen bereit im Labor entstandene Käse zu probieren als noch 2020 (15,5%): Das bedeutet aber auch, dass 72,1% der Franzosen sich nicht vorstellen können, einen im Labor entstandenen Käse zu essen.

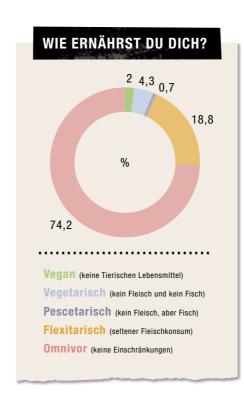
Auf die Frage, auf welche veganen Alternativen Veganer:innen in Frankreich zurückgreifen, gaben sie an, vor allem pflanzliche Ersatzprodukte zu Joghurt bzw. Quark (72,4%), Sahne (50%), Milch (41%) oder Fleisch (26,4%) in den Einkaufskorb

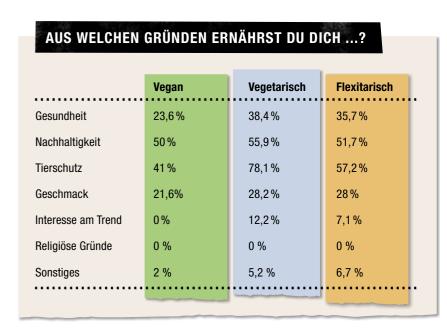


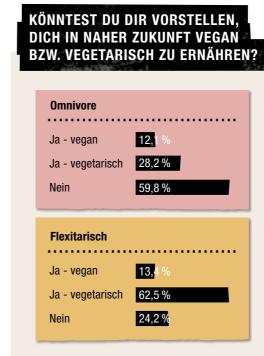
zu legen. Auch rein pflanzliche Fischalternativen (26,4%), Alternativen Aufschnitt (25,4%) und nicht-veganen Süßigkeiten und Snacks (16,6%) sind durchaus beliebt. 9,8% konsumieren rein pflanzliche Alternativen zu Honig.

Vegane Pendants zu Eiern und nicht-veganen Getränken scheinen die Franzosen nicht zu konsumieren.

Und welche veganen Alternativen sollten nach Ansicht der veganen Franzosen demnächst in den Regalen stehen? Ganz oben auf der Wunschliste stehen Eis & Desserts (52,8%), Backwaren (52,8%) sowie pflanzliche Käsealternativen und Aufstriche (40,2%). Auch die Sektion der Fertigprodukte könnte anscheinend mit veganen Produkten aufgestockt werden. Immerhin sehnen sich 36,2% der befragten Veganer:innen danach. Vegane Alternativen zu Fisch und Gerichte für unterwegs sowie für die Mittagspause sind mit 14,6% (noch) nicht so sehr bei den Franzosen gefragt.









1



2,3% der befragten Personen in Italien zwischen 16 und 64 Jahren gab an, sich **vegan** zu ernähren. Bezogen auf die italienische Bevölkerung wären das schätzungsweise 0,88 Millionen Menschen im Alter zwischen 16 und 64 Jahren, die sich rein pflanzlich ernähren.

15% der Veganer:innen hat sich erst innerhalb der letzten zwölf Monaten für die vegane Ernährungsform entschieden. Die Gründe für den Verzicht tierischer Produkte sind vielfältig, allerdings steht auch bei den italienischen Veganer:innen der Tierschutz an erster Stelle: Sage und schreibe 93,9% der Veganer:innen möchte sich mit ihrem Lebensstil für das Tierwohl einsetzen. Zu den weiteren Hauptgründen zählen die eigene Gesundheit (85%) sowie Umwelt und Nachhaltigkeit (71,2%). Italien ist nicht nur das Land von Chianti, Pizza und Pasta, sondern gehört weltweit zu den wichtigsten Modeländern: Zahlreiche international erfolgreiche Modemarken haben hier ihren Ursprung und arbeiten nicht selten mit Materialien tierischen Ursprungs. Trotz dessen achten 89,5% der Veganer:innen darauf, dass tierische Bestandteile ebenfalls beim Kauf ihrer Kleidung und Kosmetik keinen Platz finden, was durchaus einen positiven Einfluss auf die weltweite Modeindustrie haben kann.

4,1% der italienischen Teilnehmer:innen gab an, sich vegetarisch zu ernähren, was im Rückschluss auf die untersuchte Zielgruppe etwa 1,56 Millionen Menschen entsprechen würde. Insgesamt ernährt sich also 6,4% der italienischen Bevölkerung zwischen 16 und 64 Jahren vegan oder vegetarisch, was etwa 2,44 Millionen Menschen abbildet. 69% isst bereits seit mehr als 5 Jahren vegetarisch und 4% der befragten Vegetarier:innen haben im letzten Jahr beschlossen, sich von nun an vegetarisch zu ernähren. Die Beweggründe für den Fleischverzicht der Vegetarier:innen ist ebenso vielfältig, wie die der Veganer:innen. Alle befragten italienischen Vegetarier:innen gaben an, dass Tierschutz (100%) der Hauptgrund für ihre Ernährungsform ist. Umwelt und Nachhaltigkeit (71,4%) sowie

gesundheitliche Gründe (22,3%) sind ebenfalls Motivatoren für den Fleischverzicht.

Auch bei den italienischen Vegetarier:innen lässt sich eine Tendenz in Richtung Veganismus erkennen: Mit 69,9% hat sich weit über die Hälfte der Veganer:innen vorher vegetarisch ernährt. Außerdem kann sich 77,3% der Vegetarier:innen durchaus vorstellen, in Zukunft nur noch zu rein pflanzlichen Produkten zu greifen. Somit ist zu erwarten, dass ein Teil der italienischen Vegetarier:innen künftig nicht nur auf Fleisch und Fisch, sondern auf alle tierischen Produkte verzichten wird.

12,1% der italienischen Umfrageteilnehmer:innen ernährt sich derzeit **flexitarisch**. Dementsprechend achten schätzungsweise knapp 4,6 Millionen Menschen in Italien zwischen 16 und 64 Jahren auf einen reduzierten Fleisch- und Fischkonsum. Bei den Flexitarier:innen steht – anders als bei den Veganer:innen und Vegetarier:innen – nicht der Tierschutz an erster Stelle. Weniger als die Hälfte von ihnen (46,9%) gab an, dass Tierschutz Grund für ihre Ernährungsweise ist. Umwelt und Nachhaltigkeit zählt bei den flexitarischen Italiener:innen mit 54,4% zu den Hauptgründen für den reduzierten Fleischkonsum. 40,6% der flexiblen Vegetarier:innen gab an, dass gesundheitliche Gründe Motivator für ihren Ernährungsstil sind.

2,3% der Teilnehmer:innen beschreibt die eigene Ernährungsweise als **pescetarisch** und 79,2% als **omnivor.** 80,1% der Pescetarier:innen achtet beim Kauf von Fisch(-produkten) auf einen nachhaltigen Fischfang und 26,3% der Pescetarier:innen hat bereits ein Fisch-Ersatzprodukt probiert. Damit haben fast Dreiviertel der italienischen Pescetarier:innen noch keine veganen Alternativen zu Fisch konsumiert.

Auch bei den italienischen Flexitarier:innen und Omnivoren war es von Interesse herauszufinden, ob diese in Zukunft bereit wären, sich ausschließlich vegetarisch oder vegan zu ernähren. 4,9% der Omnivoren ist nicht abgeneigt, sich in

Zukunft vegan zu ernähren. Den vegetarischen Lebensstil konnten sich sogar 22,4% vorstellen. Die Bereitschaft der Flexitarier:innen ist sogar noch etwas höher: Für 11,3% der Flexitarier:innen käme es infrage, die eigene Ernährung auf vegan und für 52,6% auf vegetarisch umzustellen.

Der Klimawandel macht auch in Italien nicht halt. So war 2020 eines der wärmsten Jahre der jüngeren italienischen Geschichte. Überschwemmungen, Erdrutsche und starke Unwetter haben bereits auf Sizilien zu immensen Schäden geführt. Heftige Wirbelstürme drohen. Solche Katastrophen, die durch die Veränderungen des Klimas herbeigeführt werden, gefährden nicht nur Menschenleben, sondern auch die hiesige Landwirtschaft. Viele Spezialitäten des Landes, wie zum Beispiel Olivenöl und auch der Weinbau sind solchen Klimaschwankungen schonungslos ausgesetzt. Missernten folgen, die Existenz vieler steht auf dem Spiel. Das lässt die Italiener:innen selbstverständlich nicht kalt. Deshalb wurden die Umfrageteilnehmer:innen gefragt, ob vermehrte Klimakrisen eine Änderung in ihrem Konsumverhalten bewirkt haben.

Und tatsächlich: 22,6% aller befragten Personen in Italien gab an, ihren Konsum von tierischen Lebensmitteln aufgrund vermehrter Klimakatastrophen reduziert zu haben und weitere 23,1% hat zumindest vor, ihn zukünftig zu senken. 12% der Italiener:innen hat ohnehin bereits seit Längerem auf den Konsum tierischer Produkte verzichtet bzw. ihn reduziert. 12,2% hat den Konsum aus sonstigen Gründen gesenkt. Bei 30,1% der Umfrageteilnehmer:innen ist das Ernährungsverhalten trotz Klimakrisen gleichbleibend.

Mit einer Zustimmung von 56,2% möchte mehr als die Hälfte der Nicht-Veganer:innen künftig weniger tierische Produkte verzehren. Mit 51,1% hat etwa die Hälfte der Omnivoren bereits vegetarische und vegane Ersatzprodukte probiert. Bei den Flexitarier:innen liegt der Anteil sogar bei 64,4%. Für vegetarische bzw. vegane (Ersatz-) Produkte greifen sogar

61,5% der Vegetarier:innen, Veganer:innen, Pescetarier:innen sowie Flexitarier:innen gerne tiefer in die Tasche und sind dementsprechend bereit, für pflanzliche Lebensmittel mehr Geld auszugeben. Und diese veganen Alternativen vermutlich auch fleißig verkocht. Über die Hälfte (55,9%) der italienischen Umfrage-Teilnehmenden steht nämlich jeden Tag hinterm Herd.

58,4% der befragten Italiener:innen ist der Geschmack des Essens sehr wichtig und damit Nummer- Eins-Kriterium bei der Lebensmittelauswahl. Auch der Gesundheitsaspekt des Essens (56%) und die Frische der Produkte (57,5) spielen beim Lebensmitteleinkauf eine sehr wichtige Rolle. Für nur 12,2% der Teilnehmenden ist es sehr wichtig regional einzukaufen. Auch die Biozertifizierung ist für lediglich 8,9% der Italiener:innen sehr relevant. Gekauft werden Lebensmittel im Übrigen vorrangig im Supermarkt (96,5%). Bioläden und Health Stores (20,6%) sowie Onlineshops (14,5%) werden in Italien für den Einkauf eher weniger genutzt.

### **ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT**

Auch war von Interesse, welche innovativen Ernährungstrends in der italienischen Küche Anklang finden. Insgesamt steht ein Viertel (25%) der Teilnehmenden dem In-vitro-Fleisch, welches im Labor gezüchtet wurde, offen gegenüber und kann sich vorstellen, es zu konsumieren. Das bedeutet im Umkehrschluss jedoch, dass 75% der Italiener:innen noch nicht bereit für diesen Ernährungstrend sind. Ein Vorjahresvergleich kann nicht hinzugezogen werden, da Italien erst in der diesjährigen Veganz Erhebung berücksichtigt wurde.

Die Bereitschaft **Insekten** zu essen ist mit 18,1% bei den Italiener:innen sogar noch etwas geringer. Für 81,9% kommen die Krabbeltierchen überhaupt nicht als Nahrungsmittel infrage.



Eher noch als Labor-Fleisch oder Insekten würde ein im Labor entstandener Käse auf den italienischen Tellern landen: 30,8% der Italiener:innen kann sich vorstellen Labor-Käse zu essen. Für 69,2% findet jedoch auch dieser Ernährungstrend keinen Platz in der Küche.

Auf die Frage, auf welche veganen Ersatz-Produkte Veganer:innen in Italien zurückgreifen, gaben sie an, vor allem vegane Alternativen zu Milch (83,4%), Jogurt bzw. Quark (83,4%), Fleisch (78,8%), Aufschnitt (65,6%) oder nichtvegane Süßigkeiten und Snacks (59,3%) in den Einkaufskorb zu legen. Auch rein pflanzliche Alternativen zu Sahne (53,2%), Fisch (44,2%) und nicht-veganen Getränken (35,3%) sind durchaus beliebt. Bei 19,4% steht Ei-Ersatz auf dem Speiseplan. Niemand der befragten Italiener:innen gab an, vegane Alternativen zu Honig zu essen.

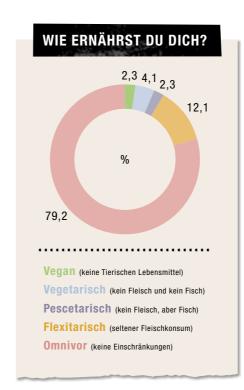
Vor allem in den Bereichen Fertiggerichte (58,5%), Gerichte für unterwegs und die Mittagspause (45,5%) sowie Käse und herzhafte Aufstriche (42,9%) wünschen sich italienische Veganer:innen mehr Alternativen. Aber auch pflanzlicher Ersatz zu Wurst und Fleisch (36%), Süßigkeiten und Snacks (31%), Fisch (29,2%), Backwaren (24,1%), Eis und Desserts (17,8%) sowie Milch bzw. Milchprodukte (15%) sind bei den Veganer:innen gefragt. Niemand der italienischen Veganer:innen verspürt den Wunsch nach mehr veganen Getränken auf dem Markt.

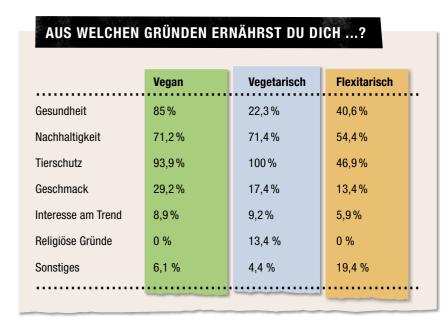
Natürlich sollte mittels der erhobenen Daten zusätzlich herausgefunden werden, auf was die Konsument:innen im Jahr 2021 bei Lebensmitteln am meisten achten und ob es bei ihnen – möglicherweise durch Krisen wie die Corona-Virus-Pandemie – zu Unterschieden in der Prioritätensetzung gekommen ist. Denn gerade zu Beginn im Jahr 2020 galt Italien als Brennpunkt. Die Bilder überfüllter Krankenhäuser, das Wissen um die zahlreichen Todesopfer und ein völlig überlastetes Gesundheitssystem haben sich in die Köpfe aller gebrannt.

Passend dazu konnte unsere Untersuchung verschiedener Kriterien belegen: 64,5% der befragten Personen sieht das Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz beim Lebensmitteleinkauf als wichtig bzw. sehr wichtig an!

53,4% der Umfrageteilnehmer:innen gab an, dass das Thema Kalorien beim Essen wichtig/sehr wichtig ist. Noch essentieller ist den Italiener:innen mit 90,6% allerdings das Kriterium Frische. Passend dazu konnte unsere Untersuchung verschiedener Kriterien belegen: 64,5% der befragten Personen sieht das Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz beim Lebensmitteleinkauf als wichtig bzw. sehr wichtig an!

53,4% der Umfrageteilnehmer:innen gab an, dass das Thema Kalorien beim Essen wichtig/sehr wichtig ist. Noch essentieller ist den Italiener:innen mit 90,6% allerdings das Kriterium Frische.









# FACT SHEET

## VEGANZ — UMFRAGE ZUM VEGANISMUS IN EUROPA 2021

Konzeption und Fragebogenerstellung: Veganz Group AG

Teilnahme-Zeitraum: 12.9.2021 - 14.9.2021

**Geplante Veröffentlichung:** 01.11.2021 (Weltvegantag)

Anzahl der Gesamtteilnahmen: 5311

Fehlermarge e: 0,05 Konfidenzniveau: 95 % Standardabweichung p: 0,5

**Z-Score:** 1,96

**Demographie:** Entsprechend Eurostat Altersprozenten 15 - 64. Jahre je befragtes Land, Eurostat Geschlechterverteilung je befragtes Land und Ernährungsverteilung aus unserer repräsentativen Facebook Stichprobe.

Länder (insgesamt): Deutschland, Spanien, Italien, Frankreich,

Österreich, Großbritannien

Methodik: ausschließlich Online-Befragung

Verbreitung: Die Teilnehmer wurden teilweise anonym online befragt, und zum anderen über direkte Werbung von Veganz gewonnen. Die Nutzung der Kanäle von Veganz erbrachte besonders für Deutschland und Österreich deutlich mehr vegane und vegetarische Teilnehmer im Vergleich zum letzten Jahr. Durch die größere Stichprobe dieser Subgruppen ergaben sich somit genauere Schätzungen für die Antworten der Veganer und Vegetarier dieser beiden Länder. Um die gesamte Stichprobe dennoch repräsentativ zu gestalten, wurden die Individuen nach der Ernährungsverteilung aus der repräsentativen Facebook Stichprobe gewichtet.

Auswertung: Veganz Group AG

Kontakt bei Fragen: Moritz Möller / presse@veganz.de

### Welche Länder und wie viele Teilnehmer insgesamt?

Deutschland, Spanien, Italien, Frankreich, Österreich, Großbritannien

### Teilnehmer insgesamt

5311

### **Pro Land**

Deutschland: 3094 Spanien: 425 Großbritannien: 412 Frankreich: 401 Italien: 391



## IMPRESSUM

### Veganz Group AG, Warschauer Straße 32, 10243 Berlin

Geschäftsführer: Jan Bredack

Vorstand: Jan Bredack (Vors.), Alexandra Vázquez Bea, Anja

Brachmüller, Moritz Möller

Amtsgericht Charlottenburg HRB 219813 B

Text

Susanne Borgmann, Clara Holzmann

**Fotos & Bildmaterial** 

Elisabeth Florstedt

Layout

Marcus Beyer



