

## Marktinfos Veganer/Vegetarier

- 1. Konsumenten.** Fleischlose Gerichte und Produkte sprechen nicht nur Konsumenten an, die sich konsequent vegetarisch oder vegan ernähren, sondern in zunehmender Zahl auch Konsumenten, die nicht jeden Tag Fleisch essen wollen. Dazu zählen Flexitarier, die sich größtenteils, aber nicht immer fleischlos ernähren, außerdem Pescetarier, die auf Fleisch, aber nicht auf Fisch verzichten. Hinzu kommen Konsumenten, die bewusst auf Ernährung und Gesundheit achten, aber auch religiöse Gruppen, Allergiker und Konsumenten mit erhöhtem Cholesterinspiegel.
- 2. Anteile.** Laut „IFH-Branchenreport Vegetarisch & Vegan“, für den neben einer Marktanalyse 1.044 Konsumenten befragt wurden, liegt der Anteil der „echten“ Vegetarier oder Veganer bei rund vier Prozent der deutschen Bevölkerung. Die Gruppe der Flexitarier macht knapp 24 Prozent der Bundesbürger aus – mit steigender Tendenz, ebenso wie bei den Vegetariern und Veganern. Hauptabnehmer von Fleischalternativen in Deutschland sind aktuell Flexitarier. Der Vegetarierbund Deutschland (VEBU) geht (Stand Januar 2015) von rund 7,8 Millionen Vegetariern (rund 10 % der Bevölkerung) und 900.000 Veganern (1,1 %) in Deutschland aus. Das Institut für Demoskopie Allensbach (IfD) und das Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov bestätigen diese Entwicklung (siehe Grafik).



3. **Segmentierung.** Vegetarische und vegane Produkte sind vor allem ein „Frauenthema“. Veganer und Vegetarier sind nach Untersuchungen des IFH Köln zu 81 Prozent weiblich, überdurchschnittlich jung (bis 29 Jahre) und gut gebildet. Ethische, nachhaltige und biologische Themen sind Veganern und Vegetariern wichtig.
4. **Umsatzentwicklung.** Insbesondere die drei umsatzstärksten Warengruppen – vegetarische und vegane Fleisch- und Milchalternativen sowie der Bereich Frühstück mit pflanzlichen Brotaufstrichen, Müsli und Cornflakes – konnten in den vergangenen fünf Jahren ein deutliches Umsatzplus generieren. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate lag bei fast 17 Prozent.
5. **Marktvolumen.** Das Marktvolumen für die genannten drei Warengruppen lag im Jahr 2015 laut IFH bei rund 454 Millionen Euro.
6. **Vertriebskanäle.** Verbraucher wollen vegetarische und vegane Produkte tendenziell in den Geschäften kaufen, die sie auch für ihre übrigen Einkäufe aufsuchen (One-Stop-Shopping). Aus diesem Grund ist der Lebensmitteleinzelhandel bemüht, seine Sortimente stetig an die Verbraucherwünsche anzupassen. So hat sich das Angebot vegetarischer und veganer Produkte vor allem im LEH ausgeweitet. Dies spiegelt sich in dem wachsenden Marktanteil der LEH-Formate, allen voran der Supermärkte, wider.

## Anteile der Formate am Gesamtmarkt vegetarische/vegane Lebensmittel 2015

Angaben in %



Formate mit Werten unter 5 % werden unter „sonstige“ zusammengefasst

Quelle: IFH Köln, 2016