

Kontakt:

IFH Köln
Juliane Mischer
Referentin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-23

Fax: +49 (0) 221 94 36 07-59

j.mischer@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Vegan-Boom: Kernmarkt der vegetarischen und veganen Lebensmittel wächst auf 454 Millionen Euro

Der Markt für vegetarische und vegane Lebensmittel steigert den Umsatz kontinuierlich. Prognosen gehen von weiterem Wachstum aus. In Kernwarengruppen werden 2015 454 Millionen Euro umgesetzt. Vegetarische und vegane Produkte für eine Vielzahl an Zielgruppen interessant. Der Lebensmitteleinzelhandel profitiert vom Boom des Marktes.

Köln, 22. Februar 2016 – Vegetarische und vegane Lebensmittel sprechen in Deutschland immer mehr Konsumenten an – der Markt boomt und ein Ende ist nicht in Sicht, wie die Ergebnisse des aktuellen „Branchenreport Vegetarisch & Vegan: Modeerscheinung oder nachhaltiger Wachstumsimpuls?“ des IFH Köln zeigen.

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. Damit lag das Marktvolumen für diese drei Warengruppen 2015 bei 454 Millionen Euro. Die größte Dynamik zeigten dabei Molkereialternativen, wenn auch auf kleinem Niveau, gefolgt von Fleischalternativen. Auch andere Warengruppen, die bis dato nur für wenige Konsumenten interessant waren, wie vegane Säfte und Weine, sind seit kurzer Zeit im Aufschwung. Dieses Wachstum wird sich laut IFH-Prognosen auch in den kommenden Jahren fortsetzen.

Alternativen nicht nur für Vegetarier und Veganer interessant

Fleischlose Gerichte und Produkte sprechen indes 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, Pescetarier, die auf Fleisch, aber nicht auf Fisch verzichten, und Konsumenten, die bewusst auf Ernährung und Gesundheit achten, aber auch religiöse Gruppen, Allergiker und Konsumenten mit erhöhtem Cholesterinspiegel.

Laut des „IFH-B Branchenreport Vegetarisch & Vegan“, für den zusätzlich zur 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.

Vegetarische und vegane Produkte sind vor allem ein „Frauenthema“. Veganer und Vegetarier sind zu 81 Prozent weiblich, überdurchschnittlich jung (bis 29 Jahre) und gut gebildet. Ethische, nachhaltige und biologische Themen sind Veganern und Vegetariern wichtig.

„Das zunehmende Bewusstsein insbesondere jüngerer Konsumenten für ihre Umwelt, begünstigt den Durchbruch der – zumindest temporären – fleischlosen und komplett tierfreien Ernährung und macht sie gesellschaftsfähig“, so Dr. Susanne Eichholz-Klein, Leiterin der IFH Retail Consultants.

Lebensmitteleinzelhandel mit wachsendem Marktanteil

Verbraucher wollen vegetarische und vegane Produkte tendenziell in den Geschäften kaufen, die sie auch für ihre übrigen Einkäufe aufsuchen (One-Stop-Shopping). Aus dem Grund ist der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) 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.

Wörter der Meldung: 469

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.608

Markt für vegetarische und vegane Lebensmittel

Umsatz Kernwarengruppen* gesamt, Angaben in Mio. EUR



* **Kernwarengruppen:** Vegetarische und vegane Fleisch- und Milchalternativen sowie der Bereich Frühstück mit pflanzlichen Brotaufstrichen, Müsli und Cornflakes

Quelle: IFH Köln, 2016

Über die Studie

Der „Branchenreport Vegetarisch & Vegan: Modeerscheinung oder nachhaltiger Wachstumsimpuls?“, Jahrgang 2016, des IFH Köln umfasst 152 Seiten mit 106 Übersichten:

- Befragung 2015 zur Einstellung zur veganen Ernährung:
 - Wer kauft, mit welcher Intention vegetarische/vegane Lebensmittel und wo werden diese eingekauft?
 - Wie urteilen Verbraucher über vegetarische/vegane Lebensmittel?
- Zielgruppenprofile nach Ernährungstypen
- Marktanteile und Umsatzentwicklung nach Warengruppen, 2010 – 2015
- Marktanteile und Umsatzentwicklung nach den Kernwarengruppen, 2010 - 2015
- Marktanteile und Umsatzentwicklung nach Formaten, 2010 – 2015
- Zusätzliche Aufschlüsselung der Warengruppen und Formate nach Ernährungstypen, 2015
- Prognose Umsatzentwicklung für den gesamten vegetarischen und veganen Markt 2016 – 2020
- Prognose Marktanteile nach Warengruppen und Formaten 2020

Die Studie kann über den [Online-Shop des IFH Köln](#) bestellt werden.

Über das IFH Köln

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de