

Studie: Vier von zehn Menschen in Deutschland wollen sich künftig stärker pflanzenbetont ernähren

Eine neue repräsentative Studie zur Einstellung der Menschen in Deutschland zu pflanzlichen und tierischen Lebensmitteln zeigt, dass 38% der Erwachsenen in Deutschland beabsichtigen, ihre Ernährung umzustellen und künftig mehr pflanzliche Lebensmittel zu sich zu nehmen.

Vom 13. Mai 2025



Eine neue repräsentative Studie zur Einstellung der Menschen in Deutschland zu pflanzlichen und tierischen Lebensmitteln zeigt, dass 38% der Erwachsenen in Deutschland beabsichtigen, ihre Ernährung umzustellen und künftig mehr pflanzliche Lebensmittel zu sich zu nehmen.

Der gemeinnützige Think Tank The Good Food Institute Europe (GFI Europe) hat gemeinsam mit dem globalen Marktforschungsunternehmen HarrisX und dem Industriepartner Plant Futures 2.433 Menschen in Deutschland befragt, um Essgewohnheiten und Einstellungen zu tierischen und pflanzlichen Lebensmitteln im größten Plantbased-Markt Europas zu untersuchen.

Die Studie zeigt, dass es in Deutschland Potenzial für weiteres Wachstum gibt: Insgesamt 51% der Befragten in Deutschland geben an, dass sie ihre Ernährung umstellen wollen, indem sie entweder weniger tierische Lebensmittel konsumieren (13%), mehr pflanzenbasierte Alternativen verzehren (17%) oder beides tun (21%).

In der Studie werden idealtypische Gruppen von Verbraucherinnen und Verbrauchern identifiziert und darauf aufbauend Empfehlungen an die Branche für pflanzenbasierte Lebensmittel formuliert, um pflanzliche Optionen attraktiver für die breite Masse zu machen. Dabei wird deutlich, dass pflanzenbasierte Fleisch- und Milchalternativen in Bezug auf Faktoren wie Geschmack, Vertrautheit und Convenience derzeit noch nicht auf Augenhöhe mit ihren tierischen Pendanten sind.

Kernergebnisse des Reports:

- Gerade einmal 7% der Befragten in Deutschland bezeichnen sich als Veganer, Vegetarier oder Pescatarier, doch 39% in Deutschland geben an, Flexitarier zu sein, die nur wenig Fleisch essen und ihren Fleischkonsum aktiv reduzieren. Weitere 30% der Befragten bezeichnen sich zwar grundsätzlich als Fleischesser, haben jedoch im vergangenen Jahr mindestens einmal zu pflanzenbasierten Alternativen gegriffen.
- In den letzten 12 Monaten haben fast zwei Drittel der Menschen in Deutschland mindestens einmal eine pflanzenbasierte Alternative verzehrt. Dabei haben in jeder Kategorie pflanzlicher Optionen (Fleisch, Milch, Käse, Eier usw.) mehr Verbraucherinnen und Verbraucher ihren Verzehr erhöht als reduziert. Im letzten Monat haben 25% der Menschen in Deutschland pflanzliches Fleisch und 30% pflanzliche Milch verzehrt.
- In der jüngsten Generation der Befragten (18 bis 24 Jahre) beschreiben sich insgesamt weniger Menschen als Veganer/Vegetarier oder Flexitarier/Pescatarier als in der nächst älteren Generation der 25- bis 34-Jährigen. Allerdings ist dies bei Frauen und Männern höchst unterschiedlich ausgeprägt.

Im Hinblick auf die künftige Ernährung identifiziert die Studie drei Gruppen von Verbraucherinnen und Verbrauchern, die eine Umstellung ihrer Ernährung planen:

- **Mehr Pflanzen, weniger Fleisch und Milchprodukte (21%)** – Menschen, die sich pflanzenbetonter ernähren und den Konsum von tierischen Produkten wie Fleisch und Milchprodukten reduzieren möchten. Dazu gehören viele Menschen, die einen gesünderen Lebensstil anstreben und abnehmen möchten.
- **Mehr pflanzliche Lebensmittel (17%)** – Menschen, die sich pflanzenbetonter ernähren möchten, ohne den Konsum von tierischen Produkten wie Fleisch und Milchprodukten zu reduzieren. Dazu gehören jüngere Menschen mit höherem Einkommen, oft Männer, die auf der Suche nach Proteinen und Ballaststoffen sind und Fitnessziele wie Muskelaufbau verfolgen.
- **Weniger Fleisch und Milchprodukte (13%)** – Menschen, die weniger Fleisch und Milchprodukte essen möchten, ohne auf mehr pflanzenbasierte Alternativen zugreifen zu wollen. Dabei handelt es sich tendenziell um etwas ältere Menschen, häufig verbunden mit dem Ziel, Gewicht zu verlieren.

Die Studie zeigt, dass es noch Ausholbedarf bei den pflanzlichen Optionen gibt: Fast doppelt so viele Menschen geben an, dass ihnen tierische Fleisch- und Milchprodukte gut schmecken, als bei den pflanzlichen Optionen. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis wird bei pflanzlichen Lebensmitteln nach wie vor schlechter bewertet.

Zudem zeigt die Studie, dass weniger Menschen mit der Zubereitung von pflanzlichen Alternativen vertraut sind und dass es bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern Unsicherheit bezüglich des Nährwerts gibt. Dabei zeigen [Studien](#) zu pflanzlichen Fleischprodukten, dass diese in der Regel reich an Proteinen sind, wichtige Ballaststoffe liefern und wenig Zucker und gesättigte Fette enthalten.

Helen Breewood, Research and Resource Manager, Good Food Institute Europe:

„Pflanzenbasierte Lebensmittel können dazu beitragen, einige der drängendsten Gesundheitsprobleme Europas anzugehen, und unser Report zeigt, dass das Potenzial für diese Lebensmittel weit über die Gruppe der Veganer und Vegetarier hinausgeht. Damit die Menschen ihre Absichten jedoch in die Tat umsetzen und sich gesünder und nachhaltiger ernähren können, muss die

Industrie verstehen, was unterschiedliche Gruppen von Verbrauchern motiviert. Faktoren wie Geschmack, Vertrautheit und Convenience halten derzeit noch große Gruppen von Menschen davon ab, sich für pflanzliche Optionen zu entscheiden. Daher sollten Unternehmen schmackhaftere Produkte entwickeln, die ernährungsphysiologischen Vorteile klarer kommunizieren und den Verbrauchern mit einfachen Rezeptvorschlägen dabei helfen, mit diesen Lebensmitteln vertrauter zu werden.“

Indy Kaur, Gründerin von Plant Futures:

„Die Studie liefert konkrete Erkenntnisse dazu, was Menschen dazu bewegt, ihre Konsumgewohnheiten zu verändern, und schafft so Klarheit für die Plantbased-Branche. Die Ergebnisse zeigen, was Menschen gegenwärtig davon abhält, zu pflanzlichen Lebensmitteln zu greifen, und wie sich diese Barrieren überwinden lassen. Dieses tiefere, differenziertere Verständnis der Barrieren ist unerlässlich, wenn wir gesündere und nachhaltigere Konsumententscheidungen unterstützen wollen.“

Quelle:

The Good Food Institute Europe (Belgium) ASBL

<https://gfi-europe.org/de/blog/studie-vier-von-zehn-menschen-in-deutschland-wollen-sich-kuenftig-staerker-pflanzenbetont-ernaehren/>

abgerufen am: 24.07.2025, 14:35 Uhr