

AUFPREIS FÜR PFLANZLICHE ALTERNATIVEN DEUTLICH GESUNKEN

Preise für Alternativprodukte nähern sich denen tierischer Pendanten

2022 verglich ProVeg stichprobenhaft die Preise pflanzlicher und tierischer Nahrungsmittel. Das Ergebnis: Für den pflanzlichen Warenkorb musste im Schnitt 53 % mehr gezahlt werden. Ein Jahr später schaut ProVeg erneut in die Supermärkte – was hat sich seitdem getan?

12 % der Menschen in Deutschland ernähren sich vegan oder vegetarisch, 41 % bezeichnen sich als Flexitarier:innen: Das geht aus einer aktuellen Umfrage des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH) hervor. **Mehr als die Hälfte der Bevölkerung hierzulande entscheidet sich also bewusst für eine Reduktion tierischer Produkte in der Ernährung.**¹ Diese Entwicklung hat auch der Lebensmitteleinzelhandel erkannt: In den letzten Jahren haben die Supermärkte ihr Angebot an pflanzlichen Produkten stetig ausgebaut, zum Beispiel im Bereich der Fleisch-, Fisch- und Milchalternativen.² **Deutschland verzeichnet den höchsten Umsatz mit pflanzlichen Nahrungsmitteln in Europa.**³

„Preisparität ist ein Hebel, um finanziell schlechter gestellten Personen nachhaltigere Lebensmittel leichter zugänglich zu machen.“

*Christian Zacherl,
Geschäftsfeldmanager
Lebensmittel am
Fraunhofer IVV*

Immer mehr Menschen entscheiden sich aus Umweltgründen für eine bewusste Reduktion tierischer Produkte. Denn: **Eine Ernährung mit überwiegend pflanzlichen Nahrungsmitteln kann entscheidend dazu beitragen, die Erderwärmung unter 1,5 Grad zu halten.**⁴ Pflanzliche Alternativprodukte können hilfreich sein, um eine Ernährungsumstellung zu erleichtern. Sie gelten jedoch gemeinhin als teurer im Vergleich zu ihren tierischen Pendanten. Mit dem Preis – neben Geschmack und Verfügbarkeit als eines der wichtigsten Kaufkriterien stellt das eine Hürde für den Konsum pflanzlicher Produkte dar – und hält Menschen davon ab, einen wesentlichen Beitrag zur dringend benötigten Transformation unseres Ernährungssystems zu leisten.⁵

In dieser Preisstudie von ProVeg wurden stichprobenhaft die Preise pflanzlicher und tierischer Produkte in deutschen Supermärkten verglichen. Die Preisstudie ist die Folgestudie zur Erhebung im September 2022.⁶

Methodik

Auswahl der Supermärkte:

Die Preisstudie hat 6 der umsatzstärksten Lebensmitteleinzelhändler Deutschlands in 9 Bundesländern untersucht (Anzahl Standorte⁷):

- Aldi Nord (4)
- Aldi Süd (9)
- Edeka (6)
- Kaufland (4)
- Lidl (10)
- Rewe (7)

Produkte:

Untersucht wurden die Preise von Produkten in 12 Kategorien:

- Aufschnitt
- Bratwurst / Würstchen
- Burger
- Fischstäbchen
- Hack
- Joghurt
- Käse
- Kochcreme
- Milch
- Pizza
- Schnitzel
- Streichcreme (Frischkäse)

Von jedem dieser Produkte wurde in jedem Supermarkt der Kilopreis erfasst für:

- das günstigste tierische Produkt
- das teuerste tierische Produkt
- die günstigste pflanzliche Alternative

Betrachtet wurden dabei Produkte in ähnlicher Verpackungsgröße.

Preisliche Einordnung:

Für jede Kategorie wurden die Preise für das günstigste und das teuerste tierische Produkt ähnlicher Verpackungsgröße identifiziert („Preisspanne“). Die Einordnung der pflanzlichen Alternativprodukte erfolgt relativ dazu (günstiger oder gleich günstig, innerhalb der Preisspanne, teurer oder gleich teuer).

Durchschnittspreis:

Bei Unterschieden im Preis eines Produkts zwischen den verschiedenen Märkten des gleichen Händlers wurde der Median der Produktpreise ermittelt und für die weiteren Berechnungen verwendet.

Zeitraum:

Alle Preise wurden in den Kalenderwochen 34–35 2023 erfasst.

Ausschluss:

Aktionsangebote, Großverpackungen

Vergleich der Warenkörbe: Wer pflanzlich einkauft, zahlt 25 % mehr

Die anhaltende Inflation belastet die Haushalte. Zwischen August 2022 und August 2023 sind die Preise für Lebensmittel um 9 % gestiegen.⁸ Um ein besseres Verständnis zu bekommen, wie sich preisliche Unterschiede im Alltag bemerkbar machen, hat ProVeg den Preisunterschied zwischen einem pflanzlichen und einem tierischen Warenkorb ermittelt. Hierfür wurden nur die günstigsten Produkte je Produktgruppe berücksichtigt. Um die Warenkörbe vergleichen zu können, wurden die Kilopreise pro Produkt auf handelsübliche Verpackungsgrößen (siehe Seite 9) umgerechnet.

Das Ergebnis: **Ein Warenkorb mit 12 pflanzlichen Alternativprodukten ist im Schnitt 25 % teurer als einer mit tierischen Produkten – ein Preisunterschied von rund 5 Euro.** In der Explorationsstudie 2022 lag die Differenz noch bei 53 %⁹. Und: Mit dem Geld, das Verbraucher:innen 2022 für 10 pflanzliche Produkte ausgegeben haben, bekommen sie 2023 den vollständigen Warenkorb mit 12 Produkten.

Der günstigste pflanzliche Warenkorb lässt sich bei Kaufland finden (23,27 Euro), der teuerste bei Edeka (28,52 Euro). Während Verbraucher:innen bei Rewe nur einen Preisunterschied von 11 % spüren, bepreist Lidl die pflanzlichen Alternativen mit 35 % mehr. Diese hohe Differenz liegt vor allem an niedrigeren Preisen für tierische Produkte. Heißt: Pflanzliche Produkte sind bei Lidl nicht besonders teuer oder bei Rewe besonders günstig, sondern Lidl bietet günstigere tierische Produkte an als Rewe.

Was außerdem aufgefallen ist: Tierische Nahrungsmittel werden häufig auch in Großpackungen angeboten, die mit einem geringeren Kilopreis werben. Für pflanzliche Alternativprodukte hingegen finden sich bisher kaum derartige Verpackungsgrößen. Die Niedrigpreise dieser Großpackungen (in dieser Studie ausgeschlossen) verschärfen die Preisdifferenz zwischen pflanzlichen Alternativprodukten und ihren tierischen Pendanten.

Warenkorbvergleich

Warenkorb ■ Tierisch ■ Vegan ■ Differenz

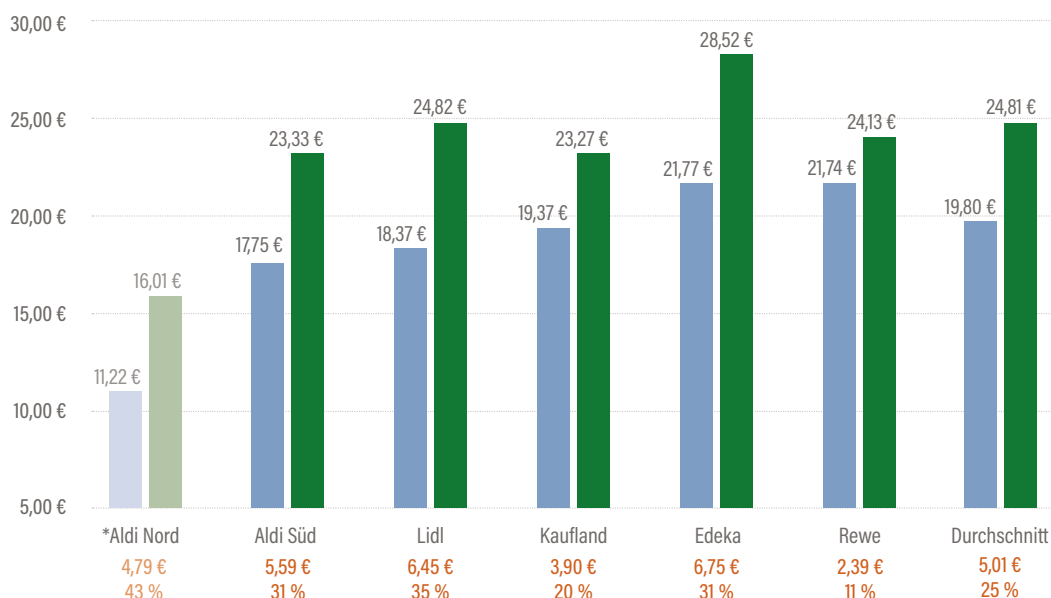


Abbildung 1: Preise der tierischen (blau) und pflanzlichen (grün) Warenkörbe und deren Differenz absolut und prozentual (rot) mit je 12 Produkten, sortiert nach Lebensmitteleinzelhändlern: Die Preise der Warenkörbe ergeben sich jeweils aus den Medianwerten für die günstigsten Produkte.

* Aldi Nord hat im Untersuchungszeitraum nur in 8 der 12 untersuchten Kategorien pflanzliche Produkte angeboten und wurde deshalb aus der Bewertung ausgeschlossen.

In allen Supermärkten lassen sich preisgleiche Produkte finden

In 8 der 12 Kategorien konnte das pflanzliche Produkt in mindestens einem Supermarkt mit dem günstigsten tierischen Pendant mithalten (Tabelle 1). Wenngleich kein einzelner Supermarkt als Pionier hervorsteht, so gibt es doch in vielen Kategorien Benchmarks, die zeigen, wie niedrig der Preis für pflanzliche Alternativen sein kann.

Aldi Süd und Kaufland führen das Feld an: In beiden Supermärkten gibt es jeweils 5 pflanzliche Produkte, die mit ihren tierischen Pendants preislich gleichauf oder sogar günstiger sind – zumindest bei vergleichbaren Verpackungsgrößen. Mit Produkten in nur 8 der 12 Kategorien weist Aldi Nord die größten Lücken im Sortiment auf.

Anteil pflanzlicher Alternative im Verhältnis zur Preisspanne tierischen Pendants

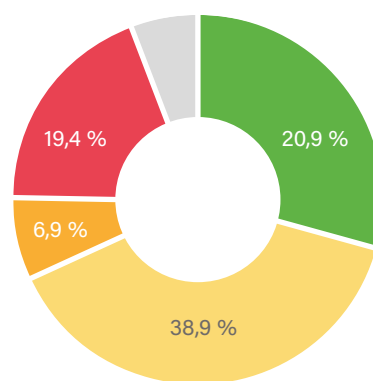


Abbildung 2: Anteil der untersuchten pflanzlichen günstigen Produkte, deren Preis gleich günstig oder günstiger (grün) ist als der des jeweiligen tierischen Pendants, gleich teuer oder teurer (rot) oder deren Preis in der oberen (orange) oder unteren Preisspanne (gelb) des tierischen Pendants liegt.

Preisvergleich nach Kategorien und Einzelhändlern

Tabelle 1: Preisliche Einordnung der günstigsten pflanzlichen Alternative vis á vis tierischen Produkte nach Supermärkten und Produktkategorien.

Preise in €/kg	Aldi Nord	Aldi Süd	Lidl	Kaufland	Edeka*	Rewe*
Aufschnitt	gelb	gelb	gelb	gelb	grün	grün
Bratwurst/ Würstchen	grau	grün	gelb	gelb	grün	orange
Burger	grau	rot	rot	grün	grün	grün
Fischstäbchen	gelb	grün	grün	grün	gelb	gelb
Hack	gelb	rot	gelb	rot	orange	gelb
Joghurt	rot	rot	rot	gelb	gelb	rot
Käse	orange	gelb	gelb	gelb	gelb	gelb
Kochcreme	grau	grün	orange	gelb	grün	gelb
Milch	grün	grün	grün	grün	grün	grün
Pizza	grau	rot	grün	grün	rot	grün
Schnitzel	rot	grün	rot	grün	gelb	grün
Streichcreme (Frischkäse)	gelb	orange	gelb	rot	rot	rot

*große Streuung zwischen den verschiedenen Standorten

Grün: Preis der günstigsten pflanzlichen Alternative \leq Preis des günstigsten tierischen Produkts.

Gelb und Orange: Preis des günstigsten tierischen Produkts \leq Preis der günstigsten pflanzlichen Alternative \leq Preis des teuersten tierischen Produkts.

Liegt der Preis näher am günstigen tierischen Produkt, ist es Gelb. Liegt es näher an den teuren tierischen Produkten, ist es Orange.

Rot: Preis des teuersten tierischen Produkts \leq Preis der günstigsten pflanzlichen Alternative.

Vergleich zum Vorjahr (2022)

Ein Bericht vom Good Food Institute zeigt, dass pflanzliche Produkte 2022 in Deutschland deutlich weniger von Inflation und steigenden Preisen betroffen waren als tierische: Die durchschnittlichen Preise für pflanzliche Milch- und Käsealternativen sanken, während sie für tierische Produkte stiegen¹⁰. Das zeigt sich auch in unserer Studie: Im Vergleich zu 2022 fällt besonders auf, dass – trotz allgemeiner Preissteigerungen – die Preise für pflanzliche Milch und Aufschnitt gesunken sind. Bei pflanzlichem Käse haben sich die Preise angeglichen. Gleiches ist bei veganer Streichcreme zu beobachten. Teurer wurde hingegen fast überall das vegane Hack. Der niedrigste Preis für Joghurtalternativen ist seit letztem Jahr ebenfalls gestiegen.

Preisgleichheit bei Milch, Fischstäbchen und Schnitzel

Die Untersuchung zeigt: **Milch, Fischstäbchen und Schnitzel auf pflanzlicher Basis kosten teils genauso viel wie ihre tierischen Pendanten.** Mit 7,63 €/kg liegt der Preis für pflanzliche Fischstäbchen in 3 Supermärkten sogar unter dem für tierische. Bei Schnitzel spielt die Wahl des Supermarktes eine entscheidende Rolle: Während es bei Aldi Süd, Kaufland und Rewe bereits pflanzliche Alternativen für 7,58 €/kg gibt, zahlen Kund:innen in anderen Läden bis zu 14,95 €/kg.

Pflanzenmilch: steuerlich benachteiligt

Pflanzenmilch kann sich seit diesem Jahr erstmals preislich mit Kuhmilch messen. Und das, obwohl Pflanzenmilch gegenüber Kuhmilch steuerlich benachteiligt wird: Bei Pflanzenmilch fällt 19 % Mehrwertsteuer an, bei Kuhmilch hingegen nur 7 %. Die Preisgleichheit ist auch nicht wegen gestiegener Preise für Kuhmilch entstanden, sondern tatsächlich **aufgrund einer Preissenkung für die günstigste Milchalternative – durchweg in allen Supermärkten und trotz Inflation.** In allen untersuchten Märkten ließ sich Pflanzenmilch für 0,95 €/L finden. 2022 lag der Preis für die günstigste Pflanzenmilch bei 0,99 €/L, bei den meisten Supermärkten bei 1,19 €/L.

Allerdings kann die günstigste Pflanzenmilch nicht zwangsläufig mit der Funktionalität und Nährstoffdichte von Kuhmilch mithalten. Die Preise für Milchalternativen in Barista-Qualität oder mit Anreicherung (zum Beispiel mit Calcium, Vitamin D oder B₁₂) liegen teils deutlich über denen für Kuhmilch. Eine steuerliche Gleichstellung von Pflanzen- und Kuhmilch würde es mehr Menschen ermöglichen, auf eine adäquate pflanzliche Alternative zurückzugreifen und so einen wertvollen ökologischen Beitrag zu leisten.

Preisannäherung bei Burger, Pizza und Kochcreme

Burgerpattys waren bis vor wenigen Jahren noch das Produkt, an dem sich die Entwicklungen des Markts für pflanzliche Fleischalternativen gemessen haben. Auch wenn tierische Burgerpattys ihre pflanzlichen Alternativen preislich noch immer unterbieten: Viel fehlt in dieser Kategorie nicht mehr bis zur Preisgleichheit. Mit 8,95 €/kg für den günstigsten pflanzlichen Burger liegt der Preis bei Rewe nur knapp über dem des günstigsten tierischen Produkts (8,23 €/kg).

Ebenfalls auf einem guten Weg zur Preisgleichheit ist **Pizza**. Mit 5,69 €/kg ist die pflanzliche Pizza bei Kaufland und Lidl nah dran an der günstigsten tierischen Pizza in gleicher Verpackungsgröße (4,69 €/kg bei Aldi Süd). Auch hier gilt: Augen auf bei der Wahl des Supermarkts. Während die Discounter mit niedrigen Preisen punkten, wird bei Edeka für die günstigste pflanzliche Pizza mit 11,74 €/kg mehr als das Doppelte an der Kasse fällig.

Dort, wo pflanzliche **Kochcreme** erhältlich ist, kann sie preislich in 2 von 6 Supermärkten mit ihrem tierischen Pendant mithalten. Mit 3,56 €/kg bei Aldi Süd kam sie nah dran an den günstigsten Preis für tierische Kochcreme (3,25 €/kg). Hier fiel vor allem die uneinheitliche Platzierung auf: Manchmal ist pflanzliche Kochcreme im Kühlregal zu finden, manchmal im Trockensortiment.

Durchwachsen: Aufschnitt, Würstchen und Hack

Fleischprodukte gibt es standardmäßig in größeren Verpackungen als ihre pflanzlichen Pendants, was ihnen einen großen Preisvorteil verschafft. Bei vergleichbaren Verpackungsgrößen können aber zumindest pflanzliche **Würstchen** und **Aufschnitte** mit den günstigsten tierischen Pendants mithalten. Bei **Hack** hingegen sind in der Hälfte der Supermärkte die günstigsten pflanzlichen Alternativen genauso teuer oder sogar teurer als die teuersten tierischen Produkte. Warum pflanzliches Hack so viel höher bepreist wird als beispielsweise pflanzliche Burgerpattys, erschließt sich nicht.

Aufholbedarf bei pflanzlichen Milchprodukten

Die größte preisliche Diskrepanz wird bei **Joghurt** sichtbar: Der Preis für den günstigsten pflanzlichen Joghurt liegt bei allen Supermärkten einheitlich bei 2,78 €/kg. Damit kostet er in 4 von 6 Supermärkten mehr als der teuerste Kuhmilchjoghurt.

Bei **pflanzlicher Streichcreme**, der Alternative zu tierischem Frischkäse, hat sich der Preis in vielen Supermärkten auf 11,27 €/kg eingependelt. Tierischer Frischkäse beginnt preislich jedoch vielerorts bereits bei 5 €/kg. Hier ist es für die pflanzliche Alternative noch ein weiter Weg bis zur Preisgleichheit.

Ähnlich sieht es bei pflanzlichen Alternativen zu **Käse** aus. Hier bieten die meisten Supermärkte die günstigste Option für 13,27 €/kg an. Demgegenüber stehen Preise von Kuhmilchkäse ab 9,27 €/kg, in größeren Verpackungen sogar schon ab 7,48 €/kg.

Preis-Benchmarks: gute Orientierung für den Wettbewerb

Wie die Preisgestaltung für pflanzliche Alternativen aussehen kann, zeigen folgende Benchmarks. Tabelle 2 präsentiert die niedrigsten gefundenen Preise in der jeweiligen Produktkategorie und bei welchem Lebensmitteleinzelhändler sie zu finden sind.

Tabelle 2: Preis-Benchmarks: die niedrigsten Preise in der jeweiligen Produktkategorie mit Angabe der Einzelhändler

Produktkategorie	Preis (€/kg oder €/L)	Gefunden bei
Aufschnitt	11,88 €	Lidl
Bratwurst/ Würstchen	10,95 €	Aldi Süd
Burger	8,95 €	Rewe
Schnitzel	7,58 €	Rewe
Hack	10,87 €	Rewe
Fischstäbchen	7,63 €	alle
Pizza	5,69 €	Kaufland, Lidl
Streichcreme (Frischkäse)	11,27 €	Aldi Nord, Lidl, Kaufland
Milch	0,95 €	alle
Kochcreme	3,56 €	Aldi Süd
Joghurt	2,78 €	überall gleich, aber immer teurer als Kuhmilchjoghurt
Käse	13,27 €	alle

„Lebensmitteleinzelhändler haben bei tierischen Produkten deutlich niedrigere Gewinnspannen als bei pflanzlichen.“

Danielle Mol, Gründerin bei The Green Up Company

Zusammenfassung der Ergebnisse

- **Ein Warenkorb mit 12 pflanzlichen Alternativen ist im Schnitt 25 % teurer (5,01 Euro) als einer mit tierischen Pendants.** 2022 waren es noch 53 %, ein Warenkorb mit 10 pflanzlichen Alternativen hat 8,07 Euro mehr gekostet.
- Bei Kaufland gab es den günstigsten pflanzlichen Warenkorb (23,27 Euro), bei Edeka den teuersten (28,52 Euro).
- **In 8 der 12 Produktkategorien** war das günstigste pflanzliche Produkt **in mindestens einem Supermarkt preislich gleichauf** mit dem günstigsten tierischen Pendant.
- **Pflanzenmilch ist günstiger geworden:** Trotz höherem Mehrwertsteuersatz gibt es in allen sechs Supermärkten eine Pflanzenmilch, die genauso günstig ist wie die günstigste Kuhmilch.
- **Pflanzliche Fischstäbchen und Schnitzel** sind auch preislich gleichauf mit ihren tierischen Pendants.
- Den größten Aufschlag zahlen Verbraucher:innen für **pflanzlichen Joghurt und Streichcreme.**
- **Tierische Nahrungsmittel** werden häufig auch in **Großpackungen** angeboten, wodurch ihr Kilopreis sinkt. Für pflanzliche Alternativen fehlen große Verpackungsgrößen.

Fazit und Handlungsempfehlungen

Preise haben einen großen Einfluss auf das Konsumverhalten der Bevölkerung. Mit Blick auf die Umweltkrisen unserer Zeit sollten jene Menschen finanziell entlastet werden, die einem nachhaltigen Lebensstil nachgehen. Es braucht Maßnahmen, um die Attraktivität pflanzlicher Alternativprodukte zu steigern und so die Transformation hin zu einem umweltverträglichen Ernährungssystem zu fördern. Die Preise für Nahrungsmittel sollten sich an realen Kosten orientieren und dementsprechend auch die Kosten für die ökologischen und sozialen Auswirkungen eines Produkts inkludieren.

Handlungsempfehlungen für den Handel

ProVeg empfiehlt, finanzielle Anreize für pflanzliche Produkte zu schaffen, um nachhaltigen Konsum zu fördern:

- Rabatt- und Treueaktionen
 - Reinvestition von Gewinnen in die pflanzliche Wertschöpfungskette
 - Anpassung pflanzlicher Alternativen an das Preisniveau ihrer tierischen Pendanten – nicht nur temporär, sondern dauerhaft strategisch verankert wie zuerst bei Lidl in Deutschland
 - Verkauf von absatzstarken pflanzlichen Alternativen in Großverpackungen

Handlungsempfehlungen für die Politik

- ProVeg fordert die Bundesregierung auf, alle pflanzlichen Nahrungsmittel einschließlich pflanzlicher Alternativprodukte dauerhaft von der Mehrwertsteuer zu befreien. Eine Angleichung der Besteuerung tierischer und pflanzlicher Produkte wäre ein erster Schritt.
- Die Benennung von Alternativprodukten sollte vertraute Beschreibungen erlauben, um Verbraucher:innen über die Produktart und Verwendung zu informieren.
- ProVeg empfiehlt, pflanzliche Lebensmittel, deren Wertschöpfungsketten in der Regel nachhaltiger sind, stärker zu subventionieren.
- ProVeg empfiehlt, Lebensmittel, die das Klima besonders belasten, höher zu besteuern und bestehende Subventionen zu reduzieren bzw. abzuschaffen.

„Wenn die Preise fair gestaltet werden, dann wird das tierische Produkt absolut gesehen teurer werden als das pflanzliche. Weil die Produktionskette länger ist und weil die höhere Belastung von Klima, Boden und Co. mit eingepreist wird.“

Prof. Dr. Alois Heißenhuber

Best Practice: Preisangleichung bei Lidl

Am 11.10.2023 hat Lidl eine neue Preisgestaltung für pflanzliche Alternativprodukte der Lidl-Eigenmarke „Vemondo“ in Deutschland eingeführt. Die pflanzlichen Alternativen kosten seither genauso viel wie oder weniger als ihre tierischen Pendanten. Die Preisgarantie gilt dauerhaft – für Produkte mit ähnlichen Verpackungsgrößen und bezogen auf den Kilopreis. Kaufland hat bereits am Folgetag reagiert und eine entsprechende Preisangleichung für die Produkte der pflanzlichen Eigenmarke „K-take it veggie“ verkündet.¹¹

„Die Ineffizienz der Milch- und Fleischproduktion wird staatlich subventioniert. Im direkten Vergleich werden pflanzliche Kalorien zu niedrig und tierische Kalorien viel zu hoch subventioniert. Diese Subventionen sind fast unsichtbar für Konsumenten.“

Prof. Dr. Jan Wirsam, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Einschränkungen

- Obwohl die Preis-Erfassung vor Ort nach bestem Wissen und Gewissen durchgeführt wurde, können Produkte übersehen worden sein, zum Beispiel aufgrund ungewöhnlicher Platzierung.
- Die untersuchten Sortimente sind nicht repräsentativ für alle Standorte eines Händlers. Vor allem Supermärkte wie Edeka und Rewe, die inhabergeführt sind, können enorme Unterschiede in Preis- und Sortimentsgestaltung zwischen Standorten aufweisen.
- Vergleiche zum Vorjahr sind nicht repräsentativ – 2022 wurde jeweils nur ein Standort pro Supermarkt betrachtet.
- Die Ergebnisse stellen eine Momentaufnahme dar und können sich durch die Preisgestaltung der Händler rasch verändern.

Verpackungsgrößen

Warenkorb aus	Verpackungsgröße
Aufschnitt	80 g
Bratwurst/ Würstchen	200 g
Burger	250 g
Fischstäbchen	450 g
Hack	250 g
Joghurt	500 g

Warenkorb aus	Verpackungsgröße
Käse	150 g
Kochcreme	200 g
Milch	1 l
Pizza	300 g
Schnitzel	200 g
Streichcreme (Frischkäse)	150 g

Endnoten

1 BVLH (19.09.2023): Raus aus der Nische. Online unter:

<https://www.bvlh.net/presse/bvlh-foodnews/meldung/raus-aus-der-nische> [27.09.2023]

2 Albert Schweitzer Stiftung (27.04.2023): Lebensmittelhändler im Vegan-Check. Online unter:

<https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/supermaerkte-vegan-ranking> [27.09.2023]

3 Good Food Institute (2023): Deutschland: Entwicklung des Marktes für pflanzliche Lebensmittel im Einzelhandel. Online unter: https://gfieurope.org/wp-content/uploads/2023/04/Marktentwicklung-Plantbased-in-Deutschland-2020-2020-DE_updated.pdf [27.09.2023]

4 Clark, M. A., N. G. G. Domingo, K. Colgan, et al. (2020): Global food system emissions could preclude achieving the 1.5° and 2°C climate change targets. Science 370(6517), 705–708. doi:10.1126/science.aba7357

5 Lebensmittelverband Deutschland (2022): Lebensmittelpreise: Deutsche sorgen sich und achten mehr auf Preis als auf Geschmack, Pressemitteilung vom 18.07.2022. Online unter:

<https://www.lebensmittelverband.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20220718-lebensmittelpreise-deutsche-sorgen-sich-und-achten-mehr-auf-preis-als-auf-geschmack> [28.09.2023].

- 6 ProVeg (2022): Explorationsstudie Preisparität: Sind pflanzliche Alternativen teurer als tierische Produkte – Mythos oder Realität? Online unter: https://proveg.com/de/wp-content/uploads/sites/5/2022/11/ProVeg_Explorationsstudie-Preisparitaet_11_2022-1.pdf [28.09.2023]
- 7 Lebensmittelpraxis (2023): Konzentration und Bewegung – Exklusiv: Das Ranking der Top-30-LEH-Unternehmen in Deutschland. Online unter <https://lebensmittelpraxis.de/top-30-unternehmen-im-leh.html> [25.09.2023]
- 8 Statistisches Bundesamt (2023): Inflationsrate im August 2023 bei +6,1 %. Online unter: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/09/PD23_355_611.html [09.10.2023]
- 9 ProVeg (2022): Explorationsstudie Preisparität: Sind pflanzliche Alternativen teurer als tierische Produkte – Mythos oder Realität? Online unter: https://proveg.com/de/wp-content/uploads/sites/5/2022/11/ProVeg_Explorationsstudie-Preisparitaet_11_2022-1.pdf [28.09.2023]
- 10 Good Food Institute (2023): Deutschland: Entwicklung des Marktes für pflanzliche Lebensmittel im Einzelhandel. Online unter: https://gfieurope.org/wp-content/uploads/2023/04/Marktentwicklung-Plantbased-in-Deutschland-2020-2020-DE_updated.pdf [27.09.2023]
- 11 Kaufland (12.10.2023): Preissenkung erleichtert Kunden weiter den Zugang zu Veggie-Produkten. Online unter <https://unternehmen.kaufland.de/presse/newsroom/2023/oktober/preissenkung-erleichtert-kunden-weiter-den-zugang-zu-veggie-produkten> [16.10.2023]

Verantwortlich: Dirk Liebenberg

Projektleitung: Virginia Cecchini Kuskow

Stand: Oktober 2023