

**Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg**

**Fakultät Life Sciences**

**Studiengang Ökotrophologie**

---

**Vegane Ernährung,  
ein kurzzeitiger Trend oder eine  
langfristige Bewegung?**

**-Bachelorarbeit-**

<b>Tag der Abgabe:</b>	<b>26.7.2016</b>
<b>Vorgelegt von:</b>	<b>Leif Kindinger</b>
<b>Matrikelnummer:</b>	<b>2127289</b>
<b>Betreuender Prüfer:</b>	<b>Herr Prof. Dr. Christoph Wegmann</b>
<b>Zweitprüfer:</b>	<b>Herr Prof. Dr. Helmut Laberenz</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>I</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>II</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Thematischer Hintergrund .....	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.3 Aufbau der Arbeit.....	2
<b>2 Veganismus .....</b>	<b>2</b>
2.1 Begrifflichkeit und Definition.....	3
2.2 Aspekte, die für eine vegane Ernährung sprechen.....	4
2.2.1 Ethik .....	4
2.2.2 Industrielle Intensivtierhaltung (Massentierhaltung) .....	4
2.2.3 Umweltschutz .....	5
2.2.4 Gesundheit .....	7
2.2.5 Welthunger .....	9
2.2.6 Unverträglichkeiten .....	10
2.3 Potenzielle Mangelstoffe bei veganer Ernährung .....	10
2.3.1 Protein .....	11
2.3.2 Vitamin B12 (Cobalamin).....	11
2.3.3 Kalzium.....	12
2.4 Zusammenfassung .....	12
<b>3 Trend .....</b>	<b>12</b>
3.1 Trend-Arten .....	13
3.1.1 Der Hype .....	13
3.1.2 Zeitgeist- oder Konsum-Trend .....	13
3.1.3 Soziokultureller Trend.....	13

3.1.4	Megatrend .....	14
3.2	Anzeichen für einen Trend.....	15
3.2.1	Veganismus in der Presse .....	15
3.2.2	Angebot in der Lebensmittelindustrie .....	16
<b>4</b>	<b>Konsumenten-Studie.....</b>	<b>17</b>
4.1	Forschungsbedarf.....	17
4.2	Aufbau des Fragebogens.....	17
4.3	Durchführung der Befragung .....	20
4.4	Ergebnisse .....	20
4.4.1	Abschnitt: Soziodemographische Daten .....	21
4.4.2	Abschnitt: Ernährung .....	24
4.4.3	Abschnitt: Trend .....	31
4.5	Diskussion .....	37
4.6	Konsequenzen für das Lebensmittelmarketing .....	39
<b>5</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>39</b>
<b>6</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>42</b>
<b>7</b>	<b>Abstract.....</b>	<b>43</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>III</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>XII</b>
	<b>Eidesstattliche Erklärung.....</b>	<b>XVII</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Treibhauseffekt verschiedener Ernährungsweisen pro Kopf und Jahr .....	7
Abbildung 2: Model der Trends und ihrer Dimensionen.....	15
Abbildung 3: Ergebnisse der Frage PS02 .....	21
Abbildung 4: Ergebnisse der Frage PS01 .....	22
Abbildung 5: Ergebnisse der Frage PS04 .....	23
Abbildung 6: Ergebnisse der Frage PS03 .....	24
Abbildung 7: Ergebnisse der Frage ER04 .....	24
Abbildung 8: Ergebnisse der Frage ER07 .....	25
Abbildung 9: Ergebnisse der Frage ER07-2.....	26
Abbildung 10: Ergebnisse der Frage ER01 .....	26
Abbildung 11: Ergebnisse der Frage ER06 .....	27
Abbildung 12: Ergebnisse der Frage ZE01 .....	28
Abbildung 13: Ergebnisse der Frage ER08 .....	28
Abbildung 14: Ergebnisse der Frage ER09 .....	29
Abbildung 15: Ergebnisse der Frage ER09-1 .....	29
Abbildung 16: Ergebnisse der Frage ER09-2.....	29
Abbildung 17: Ergebnisse der Frage ER09-3.....	29
Abbildung 18: Ergebnisse der Frage ER09-4.....	29
Abbildung 19: Ergebnisse der Frage ER09-5.....	29
Abbildung 20: Ergebnisse der Frage ER09-6.....	30
Abbildung 21: Ergebnisse der Frage ER09-7 .....	30
Abbildung 22: Ergebnisse der Frage ER09-8.....	30
Abbildung 23: Ergebnisse der Frage TR04 .....	32
Abbildung 24: Ergebnisse der Frage TR01 Konsum .....	33
Abbildung 25: Ergebnisse der Frage TR01 Ökonomie/ Wirtschaft.....	34
Abbildung 26: Ergebnisse der Frage TR01 Politik.....	34
Abbildung 27: Ergebnisse der Frage TR01 Andere.....	35
Abbildung 28: Ergebnisse der Frage TR01 Keine .....	35
Abbildung 29: Ergänzung zu Frage TR01 Lebensbereiche Vegan/ Nicht-Vegan.....	36
Abbildung 30: Ergebnisse Frage TR02 .....	37

## **Abkürzungsverzeichnis**

DGE	Deutsche Gesellschaft für Ernährung
Veg.	Veganer
nVeg.	Nicht-Veganer
VEBU	Vegetarierbund Deutschland e.V.
KG	Körpergewicht
Bio	biologisch

# 1 Einleitung

## 1.1 Thematischer Hintergrund

Die vegane Ernährung ist eines der großen Modethemen unserer Zeit. Bei Google Trends lässt sich für das Wort „vegan“ ein zunehmendes Interesse zwischen den Jahren 2011 und 2016 feststellen (Google-Trends, o.J.). Dafür spricht auch die steigende Anzahl der Neuveröffentlichungen von Kochbüchern, die sich mit der veganen Ernährung beschäftigen. Im Jahre 2011 wurden zwölf Kochbücher in Deutschland veröffentlicht, 2014 waren es 77 und 2015 gab es 119 Publikationen (Vegatarier Bund, 2015).

In einer Studie des Instituts für Handelsforschung in Köln wurde der Markt für vegetarische und vegane Lebensmittel beobachtet. In den Kernwarengruppen konnte im Jahr 2015 ein Umsatz von 454 Millionen Euro festgestellt werden. Das ist ein Anstieg von 25,9% im Vergleich zum Vorjahr (Institut für Handelsforschung, 2016).

Angesichts des Klimawandels und Körperkults beschäftigen sich Menschen mit nachhaltiger und gesunder Lebensweise. Die Produktion von Fleisch erzeugt umweltschädliche Gase und verbraucht sehr viel Wasser (vgl. Kapitel 2.2). Außerdem ist der übermäßige Konsum von Fleisch ungesund (vgl. Kapitel 2.2.4). Eine Alternative dazu liegt deswegen für viele Menschen in einem vegetarischen oder im veganen Lebensstil. Dem Vegetarismus folgen zurzeit 9% der deutschen Bevölkerung und 1,1% leben vegan (Vegatarier Bund, 2015).

## 1.2 Zielsetzung der Arbeit

Die vegane Ernährung hat sich in den letzten Jahren in Deutschland weiterentwickelt und verbreitet. Somit stellt sich die Frage ob es sich bei den steigenden Umsatzzahlen lediglich um einen Modetrend handelt oder ob sich dieser Lebensstil auf lange Sicht etablieren kann.

Dazu wird als theoretischer Hintergrund herausgearbeitet, um welche Art von Trend es sich bei der veganen Ernährung handelt und ob in Zukunft mit einer steigenden Anzahl, an Veganern in Deutschland gerechnet werden kann. Dabei werden vier Trendarten untersucht. Der Hype und der Zeitgeist/Konsum-Trend sind die kurzzeitigen Trends, während es sich bei dem Soziokulturellen Trend und dem Megatrend um eher langfristige Trends handelt. Des Weiteren soll die Einstellung von der Gesellschaft durch Aussagen

über Veganer abgebildet werden. Abschließend soll ermittelt werden, welches die ausschlaggebenden Gründe sind, aus denen Veganer sich für diesen Lebensstil entschieden haben.

Die Grundlage dafür bildet eine Konsumentenstudie mit 355 Probanden.

### **1.3 Aufbau der Arbeit**

Diese Bachelorarbeit ist in drei Hauptkapitel eingeteilt. Kapitel 2 behandelt den Veganismus. Es werden die Herkunft sowie die Bedeutung des Begriffes „vegan“ erläutert und verschiedene Argumente für eine vegane Ernährung beleuchtet jedoch mögliche kritische Punkte herausgearbeitet, die bei einer veganen Ernährung beachtet werden sollten.

In Kapitel 3 werden die verschiedenen Trends vorgestellt, die auf die vegane Ernährung zutreffen können. Es werden mehrere Anzeichen für einen Trend analysiert und der aktuelle Stand dargestellt. Um schließlich die Vermarktung und Präsentation veganer Produkte beispielhaft darzustellen, wird die Supermarktkette EDEKA als Beispiel herangezogen.

Kapitel 4 dieser Arbeit befasst sich mit der Konsumentenstudie. Zunächst werden die Fragen dargestellt und erläutert. Darauf folgt die Auswertung der Umfrage, deren Antworten mit Hilfe von Diagrammen dargestellt werden. Den Abschluss bildet eine Diskussion der Ergebnisse.

## **2 Veganismus**

Gegenwärtig gibt es drei Haupternährungsarten die weltweit beobachtet werden können (Leitzmann & Keller, 2010, S. 74). Der Großteil der Menschen wird als Omnivore oder Allesfresser bezeichnet - dieser grenzt keine Lebensmittelgruppen aus seiner Ernährung aus (Leitzmann & Keller, 2010, S. 70). Der Ovo-Lacto-Vegetarier verzichtet auf den Konsum von Fisch und Fleisch. (Leitzmann & Keller, 2010, S. 70) Menschen die komplett auf Fisch, Fleisch, Eier, Milchprodukte und auch alle anderen Produkte tierischen Ursprungs verzichten, werden Veganer genannt (Leitzmann & Keller, 2010, S. 70).

Zusätzlich gibt es weitere moderne Zwischenunterteilungen wie den Pescetarier, der nur auf Fleisch verzichtet, jedoch Fisch konsumiert (Leitzmann & Keller, 2010, S. 70) sowie den Ovo-Lacto-Vegetarier der im Gegensatz zum Lacto-Vegetarier Eier konsumiert (Leitzmann & Keller, 2010, S. 70).

Zwischen der klassischen vegetarischen und der veganen Ernährungsform gibt es vielfältige Überschneidungen, was im allgemeinen Sprachgebrauch oft zu Verwechslung dieser Begriffe führt. Aus diesem Grund werden im Folgenden die Begrifflichkeiten erklärt und definiert (Kapitel 2.1). Anschließend werden die Gründe für eine vegane Ernährungsform erläutert (Kapitel 2.2).

## 2.1 Begrifflichkeit und Definition

Das Wort „vegan“ wurde erstmals durch den Engländer Donald Watson erwähnt. Dieser gründete 1944 die Vegan Society als Abspaltung der englischen Vegetarier-Gesellschaft (The-Vegan-Society, o.J.). Watson leitete den Begriff des Vegetariers nicht vom lateinischen vegetus (lebendig, frisch, kraftvoll), sondern vom englischen vegetable (Gemüse, pflanzlich) ab (The-Vegan-Society, o.J.).

Veganismus stellt nicht nur eine spezifische Ernährungsform dar, sondern auch eine besondere Lebensweise. Dies wird unter anderem im Memorandum and Articles of Association der Vegan Society erläutert, in dem der Begriff Vegan wie folgt definiert wird:

*„A philosophy and way of living which seeks to exclude - as far as is possible and practicable - all forms of exploitation of, and cruelty to, animals for food, clothing or any other purpose; and by extension, promotes the development and use of animal-free alternatives for the benefit of humans, animals and the environment. In dietary terms it denotes the practice of dispensing with all products derived wholly or partly from animals.“* (The-Vegan-Society, 2016)

Es geht also darum, nicht nur die Ernährung ohne tierische Produkte zu gestalten, sondern auch in allen anderen Bereichen des Lebens auf jene zu verzichten. Zwischen der in der Definition formulierten Vorgehensweise und der Realität bestehen große Unterschiede. Denn neben den ethischen Faktoren, gibt es viele verschiedene Gründe, sich vegan zu ernähren. (siehe Kapitel 2.2)

Hierzu muss ergänzt werden, dass der Begriff vegan lebensmittelrechtlich nicht definiert und somit nicht geschützt ist. „Daher ist es sehr wichtig, dass die Bezeichnung „vegan“ EU-weit einheitlich, rechtsverbindlich definiert und ein staatliches Siegel verbunden mit unabhängigen Kontrollen eingeführt werden“ (Verbraucherzentrale Hamburg, 2016).

## **2.2 Aspekte, die für eine vegane Ernährung sprechen**

Im Folgenden Abschnitt werden die Aspekte, die für eine vegane Ernährung sprechen erläutert.

### **2.2.1 Ethik**

Im Brockhaus wird Ethik wie folgt definiert: „Sittenlehre befasst sich mit den sittlichen Normen, Werten und Anschauung, insbesondere im Hinblick auf ihre Begründung“.

(Varnhorn, 2002, S. 289)

In Bezug auf Veganismus scheint der wesentliche Ethik-Gesichtspunkt die industrielle Intensivtierhaltung, welche im Volksmund als Massentierhaltung bezeichnet wird und die damit zusammenhängende Tötung der Tiere (vegane-bewegung.de, o. J.). Im folgenden Abschnitt wird auf die industrielle Intensivtierhaltung eingegangen und am Beispiel von drei Tierarten gezeigt.

### **2.2.2 Industrielle Intensivtierhaltung (Massentierhaltung)**

Der Begriff "Massentierhaltung" wurde in den 1970er-Jahren vom Frankfurter Zoodirektor Dr. med. vet. Bernhard Grzimek für die Käfighaltung von Hühnern geprägt und gilt seitdem als Synonym für eine schlechte Tierhaltung (Vegatarier Bund, 2016).

Für die Industrie ist ein Nutztier ein Tier, das nur zur Nahrungsmittelproduktion lebt. Kühe, Kälber, Hühner, Enten, Schweine und andere Tiere werden in kleinen Anlagen gehalten und geraten durch die Enge oft in Panik. Sie greifen sich gegenseitig an, wodurch es zu schweren Verletzungen und Todesfällen kommen kann. Die Enge zwischen den Tieren führt bei vielen Nutztieren zu Erkrankungen, die mit hohen Mengen an Antibiotika und Impfstoffen behandelt werden (Landesamt-für-Natur-Umwelt-und-Verbraucherschutz-Nordrhein-Wesfalen, 2012). Die Intensivtierhaltung hat zum Ziel, die Nahrungsenergie eines Tieres in Muskelfleisch umzuwandeln, sodass es in kurzer Zeit das Schlachtgewicht erreicht.

Jährlich werden in Deutschland 60 Millionen Schweine für die Fleischindustrie geschlachtet (Chemnitz, 2016). In freier Natur würde das Schwein sieben Stunden am Tag mit Nahrungssuche verbringen und dabei bis zu 30 Kilometer zurücklegen (Albert Schweitzer Stiftung). Dies ist in der Masthaltung nicht erwünscht und bei einer Anzahl von bis zu 5.000 Schweinen pro Hof auch nicht möglich. Zudem hat ein Schwein in der Intensivtierhaltung eine Lebensdauer von einem halben Jahr. In der Natur können Schweine bis zu 15 Jahre alt werden (Albert Schweitzer Stiftung, o. J.). Ins Verhältnis zu 90 Lebensjahren bei Menschen gesetzt, würde ein Schwein mit 3 Jahren geschlachtet (Heinz, 2015).

Ein Rind kann bis zu 30 Jahre alt werden, es dauert aber nur 400 Tage bis ein Maststier sein Schlachtgewicht von 680 bis 750 kg erreicht (Landwirtschaft, 2014). Für diese Ausmaße hat ein Rind in der konventionellen Haltung ca. 2,7 m<sup>2</sup> Platz zur Verfügung. Um in dieser Enge das Verletzungsrisiko zu reduzieren, werden den Rindern prophylaktisch die Hörner entfernt (Reinke, 2015).

Bei Legehennen hat sich in den letzten Jahren die Haltung weg von den Legebatterien hin zur Kleingruppenhaltung verändert. In der Kleingruppenhaltung hat eine Henne 800 cm<sup>2</sup> Platz, in den Legebatterien nur 500 cm<sup>2</sup> (Richtlinie, 1999). Die Zahl der in Käfigen gehaltenen Hennen ist seit 2005 von 73,2% auf 10,8% im Jahre 2014 zurückgegangen (Statistische-Bundesamt, 2015). Ein Hauptargument gegen die industrielle Intensivtierhaltung bei Legehennen ist, dass es keine Verwendung für die männlichen Küken gibt. Sie legen keine Eier, wachsen nicht so schnell wie die Masthennen und sind somit für den Betrieb wertlos. Die männlichen Küken werden am gleichen Tag, an dem sie auch geschlüpft sind, mit einem Homogenisator bei lebendigem Leibe zerstückelt oder mit Kohlendioxid vergast (Verordnung, 2009).

### **2.2.3 Umweltschutz**

In Zeiten des Klimawandels wird der Menschheit bewusst, wie wichtig es ist, die Umwelt zu schützen, um den Planeten für weitere Generationen zu erhalten.

#### **2.2.3.1 Frischwasserverbrauch**

In diesem Thema sind sich die Studien nicht einig. Dementsprechend werden die unterschiedlichen Ansätze vorgestellt. Der Environmental Impacts of Dietary Recommendations and Dietary Styles: Germany As an Example (Meier & Christen, 2012) zufolge, ist die vegane Ernährung die Ernährungsweise mit dem höchsten Frischwasserverbrauch (58.8 m<sup>3</sup>). Hierbei ist aber zu berücksichtigen, dass diese Angabe auf den Empfehlungen des Landwirtschaftsministeriums der Vereinigten Staaten von Amerika zur veganen Ernährung bezogen sind, die einen hohen Verzehr an Nüssen und Samen angeben (Meier & Christen, 2012).

Würden diese Lebensmittelgruppen abgezogen, würde der Frischwasserverbrauch niedriger ausfallen als bei der derzeit praktizierten Ernährungsweise mit 28.4 m<sup>3</sup> (Meier & Christen, 2012). Der Wasser-Fußabdruck spielt hierbei ebenso eine große Rolle. Dadurch können für jedes Lebensmittel spezifisch Wasserverbrauch und die Menge an Abwasser

ermittelt werden (Mesfin M. Mekonnen, 2012). Gemüse hat einen globalen durchschnittlichen Wasser-Fußabdruck von  $322 \text{ m}^3 \text{ Ton}^{-1}$ .

Wenn dieser Wert auf die Nährwerte bezogen wird, ergibt es den Wert von 1,34 Liter /kcal (Mesfin M. Mekonnen, 2012). Durch diese Berechnung lassen sich viele verschiedene Lebensmittelgruppen und einzelne Lebensmittel mit einander vergleichen. Schweinefleisch hat einen Wert von 2,15 Liter /kcal, Ziegenfleisch 4,25 Liter /kcal, Rindfleisch mit 10,19 Liter /kcal und Milch hat einen Wert von 1,82 Liter /kcal. Auf Fleisch basierende Ernährungsformen haben somit einen größeren Wasser Fußabdruck als vegetarisch/vegan Ernährung (Mesfin M. Mekonnen, 2012).

### **2.2.3.2 Treibhausgase**

Bei einer omnivoren Ernährung setzt ein Deutscher im Schnitt pro Tag 2.05 Tonnen Kohlenstoffdioxid ( $\text{CO}_2$ ) frei. Würde sich die deutsche Bevölkerung nach der Empfehlung der DGE ernähren, wären es 1.82 Tonnen und bei einer Umstellung auf vegane Ernährung, würde der Durchschnitt auf 0,96 Tonnen pro Jahr sinken. Dies stellt die Halbierung der jährlichen Kohlendioxidfreisetzung dar und diese unter Beibehaltung alle anderen Gewohnheiten des Lebens (Meier & Christen, 2012, S. 877–888).

$\text{CO}_2$  absorbiert einen Teil der Wärmestrahlung, welche von der Erde zurückkommt, wodurch die Durchschnittstemperatur der Erde steigt.

Hierzu folgt eine niedrigere Ammoniak ( $\text{NH}_3$ ) Emission, 5 Kg bei einer omnivoren Ernährungsweise zu 0,7 kg/ Jahr bei einer veganen. (Meier & Christen, 2012a, S. 877-888). Ammoniak wird hauptsächlich in der Landwirtschaft freigesetzt durch die Vergärung der Exkremete. Ammoniak gilt als indirektes Treibhausgas, welches die Bildung und Lebensdauer direkter Treibhausgase fördert (De-Klein & et-al, 2006, S. 11.2).

In der folgenden Abbildung wird dies durch gefahrenen Autokilometer visualisiert. Im ersten Abschnitt wird dargestellt, wie viele Kilometer bei einer veganen Ernährung zurückgelegt werden können, und dies wird nochmal in Bio und konventionell unterteilt. Im Vergleich dazu werden zudem die vegetarische Ernährung und omnivore Ernährungsweise dargestellt. Welche pro Jahr und Kopf so viel Treibhausgase freisetzt wie ein Auto, das 4.377 bzw. 4.758 km zurückgelegt hat.



Abbildung 1: Treibhauseffekt verschiedener Ernährungsweisen pro Kopf und Jahr (Peta2, o.J.)

#### 2.2.4 Gesundheit

Durch die industrielle Intensivtierhaltung wurde es möglich die Produktionskosten für Fleisch und Milchprodukte zu senken. Dadurch wird Fleisch nicht mehr am Sonn- oder Feiertagegen gegessen, sondern auch unter der Woche (Fefac, 2015).

Mit sinkenden Fleischpreisen und steigendem Fleischkonsum stiegen die Anzahlen der Zivilisationskrankheiten in der deutschen Bevölkerung an. In der heutigen Gesellschaft treten Krankheiten wie Krebs (Wolk & Larsson, 2012, S. 603-607), Diabetes, Übergewicht (Wang & Beyoin, 2009, S. 621-628), Herzerkrankungen, Bluthochdruck, Osteoporose und ein hoher Cholesterinspiegel, vor allem bei Menschen mit einem hohen Konsum von tierischem Protein, auf (Campbell & Campbell, 2011).

Die China Study wird durchaus kritische gesehen. Im Rahmen der China-Cornell-Oxford-Projekt wurden Daten von 6500 Menschen in 24 Provinzen in China erhoben. Die Auswertungen zeigen Zusammenhänge zwischen dem Verzehr von tierischem Eiweiß und Zivilisationskrankheiten und empfiehlt daher auf den Konsum von tierischem Eiweiß zu verzichten. Die Schlussfolgerung wird von Epidemiologen kritisiert. Nach deren Ansicht lassen die ermittelten Korrelationen nur begrenzte Rückschlüsse zu und sind nicht kausal zu betrachten. Ebenfalls werden Fehler bei der statistischen Auswertung von wissenschaftlicher Seite bemängelt, wodurch sich einige Schlussfolgerungen der Autoren relativieren (Leitzmann, 2012).

#### **2.2.4.1 Krebs**

Die Wahrscheinlichkeit in Deutschland im Laufe des Lebens an Krebs zu erkranken liegt für Männer bei 47% während Frauen mit einer Wahrscheinlichkeit von 38% erkranken (Husmann, Kaatsch, & Alexander, 2010, S. 19).

Diese Zahlen können durch eine Ernährungsumstellung beeinflusst werden. Zum Beispiel durch eine erhöhte Ballaststoffzufuhr: *„Die China Study liefert Belege, dass es eine Verbindung zu bestimmten Krebstypen gibt. Die Ergebnisse zeigen, dass eine ballaststoffreiche Ernährung durchwegs konstant mit einem niedrigen Vorkommen von Dickdarm- und Enddarmkrebs assoziiert war. Ballaststoffreiche Nahrung stand auch in direktem Zusammenhang mit niedrigen Blutcholesterin.“* (Campbell & Campbell, 2011, S. 13)

Ein hoher Anteil an Antioxidantien, die fast ausschließlich in Pflanzen enthalten sind, beeinflusst die Krebsentstehung ebenfalls. Diese schützen die Zelle vor freien Radikalen, welche wiederum zu Krebs führen können. Dieser außerordentliche Nutzen für die Gesundheit des Menschen ist häufig beschrieben worden. (Gröber, 2011, S. 58)

#### **2.2.4.2 Diabetes Typ 2**

Diabetes Typ 2 ist eine typische Wohlstandserkrankung. Dies wird in der China Study dargestellt. Die armen Gebiete Chinas weisen eine geringe Zahl an Diabetes-Patienten auf. Im Gegensatz dazu weisen die wohlhabenden Regionen Chinas eine hohe Zahl an Diabetikern auf (Campbell & Campbell, 2011, S. 155-157). Ihre Folgen sind Gefäßverengung, welche einer Atherosklerose entsprechen. Die Atherosklerose ist ein Faktor bei Herz-Kreislauf-erkrankungen (vgl. Herz-Kreislauf-Erkrankungen).

Laut einer Studie, die im American Journal of Epidemiology veröffentlicht wurde, erhöht tierisches Eiweiß das Risiko an Typ-2-Diabetes zu erkranken. Die Probanden, die am meisten tierisches Protein zu sich genommen haben, erhöhten ihr Risiko um 13%. Die Teilnehmer, die ihr Protein zufuhr durch 5% pflanzlichem Protein ersetzten, verringerten ihr Risiko an Diabetes-Typ-2 zu erkranken um 23% (Malik, Li, Tobias, Pan, & Hu, 2016).

Diese Aussage wird durch eine weitere Studie bestätigt. Diese besagt, dass sich das Diabetesrisiko durch den Verzehr von Fleisch erhöht (Rajaram & Wien, 2001).

Eine weitere Studie besagt, dass durch eine Umstellung auf eine vegane Ernährungsweise mit geringem Fettanteil 43% der Probanden die Dosis ihrer Diabetes-Medikamente

senken konnten, und gleichzeitig verloren sie im Schnitt 6.5 kg Körpergewicht in 22 Wochen (Neal D. Barnard, Seidl, Green, & Talpers, 2006).

Eine vollwertige und ballaststoffreiche, auf pflanzliche Nahrungsmittel basierende Ernährung kann das Diabetesrisiko senken, während fett- und proteinreiche Nahrung tierischen Ursprungs das Diabetesrisiko erhöht (Campbell & Campbell, 2011).

#### **2.2.4.3 Herz-Kreislauf-Erkrankungen**

Die häufigste Todesursache in Deutschland sind die Herz-Kreislauf-Erkrankungen mit 40% pro Jahr (Statistisches-Bundesamt, 2010). Es gibt viele verschiedenen Herz-Kreislauf-Erkrankungen, aber wegen der Schwere der koronaren Herzerkrankung wird im folgenden nur Bezug auf diese genommen. Der Auslöser für diese Erkrankung ist die Verengung eines oder mehrere Herzkranzgefäße. Somit ist die Ursache die Atherosklerose oder Gefäßverengung. Deren Entstehung bzw. Vermeidung ist größtenteils abhängig von der Ernährungsweise des Menschen (Key TJ, 2001). Der Auslöser für die Verkalkung ist das LDL-Cholesterin, welches durch mehrere Vorgänge oxidiert, sich in die Zelle einlagert und somit die Adern verengt (McGill, 1996). Bei einer pflanzenbasierten Ernährung wird zum einen weniger Cholesterin aufgenommen und zum anderen, enthalten pflanzliche Proteine mehr Arginin, welches zu einer Stimulierung der körpereigenen Cholesterinsynthese führt und dessen Cholesterinproduktion senkt (Kugler, 2007). Des Weiteren enthalten Pflanzen einen hohen Anteil an Antioxidantien, welche die Oxydation des LDL-Cholesterins verhindern.

#### **2.2.5 Welthunger**

Es leben derzeit ca. 7,35 Milliarden Menschen auf der Erde, davon leiden 850 Millionen unter Hunger. Das ist fast jeder achte Mensch und das, obwohl genug Lebensmittel für die gesamte Weltbevölkerung vorhanden wären (FAO, 2015). Würde das Getreide, das zur Fütterung von Rindern verwendet wird, in die Schweine- und Hühnerproduktion geschoben werden, könnten davon 375 Millionen Menschen mehr ernährt werden. Bei einer Umverteilung des gesamten Getreides, das für die Fleischproduktion verwendet wird, hin zur Produktion von Milch und Eiern, also einer ovo-lacto-vegetarischen Ernährung, wären es 815 Millionen Menschen. Wenn der durch Getreide ernährte Nutztierbestand halbiert werden würde und somit 50% des Getreides für den Menschen zur Verfügung stehen würde, könnten damit zwei Milliarden weitere Menschen ernährt werden. Bei einem durchschnittlichen Tagesbedarf von 2700 kcal (Cassidy, West, Gerber, & Foley, 2013).

Dies kann auch an der Menge Futtermittel (in dieser Studie Mais) im Verhältnis mit dem daraus resultierenden Fleisch bestätigt werden. Um 1 kg Rinderfleisch zu erhalten, muss das Rind 12 kg Mais fressen. Bei Hühnern sind es 5 kg Mais (Cassidy, West, Gerber, & Foley, 2013).

Beim Übergang von einer Trophieebene zur nächsthöheren, hier vom Getreide zum Tier, gehen Nährstoffe und Nahrungsenergie verloren. Für den Konsum bietet der Mais, der auf einem Feld angepflanzt wurde mehr Nährstoffe und Energie als das Fleisch der Tiere, die diesen Fressen. (Eckert, 2002)

Um das Maß der verlorenen Energie darzustellen, folgt eine Beispielrechnung:

1 kg Rindfleisch (Filet), hat einen Brennwert von 1210 kcal (Fröleke, 2004) und 1 kg Mais hat einen Brennwert von 800 kcal. Es ergibt einen Brennwert von 9600 kcal bei 12 kg. Dies ergibt einen Verlust von 8390 kcal. Mit diesen 8390 kcal könnten drei erwachsene Menschen einen ganzen Tag ernährt werden (United States Department of, 2002).

### **2.2.6 Unverträglichkeiten**

Eine der bekanntesten Unverträglichkeiten ist die Laktoseintoleranz. Hierbei stellt der Körper die Produktion von Laktat ein. Laktase ist das Enzym, welches Laktose (Milchzucker) abbauen kann. Laktose ist ein Zweifachzucker, der aus Glukose und Galaktose besteht. Der Darm kann nur Einfachzucker aufnehmen, und somit muss der Zweifachzucker durch Laktase gespalten werden. Ist keine Laktase vorhanden kann, der Körper diesen Zucker nicht verdauen. Wird die Laktose nicht abgebaut, wird sie von Bakterien im Dickdarm vergoren, wodurch bei dem Betroffenen Beschwerden im Bauch auftreten. (sge Schweizerische Gesellschaft, 2013) Da Laktose nur in Milchprodukten enthalten ist, eignet sich eine vegane Ernährung für laktoseintolerante Menschen.

## **2.3 Potenzielle Mangelstoffe bei veganer Ernährung**

In der veganen Ernährungsweise gibt es mehrere potenziell kritische Nährstoffe. Dazu zählen Proteine, langkettige Omega-3-Fettsäuren, Vitamin B<sub>12</sub> und Kalzium. Die DGE nennt in ihrem Position Paper auch Vitamin D, dies ist jedoch umstritten, da Deutschland ohnehin ein Vitamin D Mangelgebiet ist, da in Deutschland nicht ausreichend viel Sonne scheint (Bundesinstitut-für-Risikobewertung, 2013). Im folgenden Abschnitt werden die drei bekanntesten kritischen Nährstoffe behandelt.

### 2.3.1 Protein

Die empfohlene Proteinzufuhr pro Tag liegt bei Erwachsenen (19 - über 65) bei 0,8 g/kg KG (DGE, Protein, 2008c). Dies entspricht 9 - 11% des gesamten Energiebedarfs in einer Mischkosternährung. Bei vegan lebenden Menschen beträgt der Proteinanteil 11%, was rechnerisch ebenfalls bedarfsdeckend ist (Appleby, Thorogood, Mann, & Key, 1999). Jedoch besteht bei einer veganen Lebensweise die Gefahr einer Proteinunterversorgung, da die Nahrungsenergieaufnahme geringer ist als bei der deutschen Durchschnittsernährung (Waldmann, Koschizke, Leitzmann, & Hahn, 2013).

Viele Lebensmittel tierischen Ursprungs sind besonders proteinreich. Bei den pflanzlichen Lebensmitteln sind es vor allem unterschiedliche Getreidearten und Hülsenfrüchte, die als Eiweißquellen von Bedeutung sind. Dazu kommen außerdem Pseudogetreide wie Amaranth und Buchweizen, die ebenfalls einen hohen Eiweißgehalt haben. Durch diese Vielzahl an Eiweißquellen, die sich in jedes Gericht integrieren lassen, können Veganer ihren Bedarf an Eiweiß decken.

Um dies darzustellen folgt ein rechen Beispiel: 100 g Hühnerfleisch (Brust), hat einen Proteingehalt von 27 g (Fröleke, 2004) und 100 g Kidneybohnen hat 24 g. Somit haben müssen 112,5 g Kidneybohnen konsumiert werden um den gleichen Proteingehalt zu erhalten (Fröleke, 2004).

### 2.3.2 Vitamin B12 (Cobalamin)

Ein Erwachsener hat einen Bedarf an Cobalamin von 3,0 µg/Tag. Bei Schwangeren und stillenden Frauen steigt der Bedarf auf 3,5 oder 4,0 µg/Tag an (DGE, Vitamin B12, 2008a).

Vitamin B<sub>12</sub> wird von Mikroorganismen synthetisiert, die im Erdboden leben, und kommt fast ausschließlich in tierischen Lebensmitteln vor. Tiere, die auf der Wiese grasen, nehmen die Mikroorganismen durch die Erdreste, die am Gras hängen, auf, und somit gelangt es ins Muskelfleisch und in die Milch. Als pflanzliche Quelle kann die Meeresalge Nori genannt werden. Sie ist sehr reich an bioverfügbarem Cobalamin (Croft, Lawrence, Raux-Deery, Warren, & Smith, 2005). Aus diesen Gründen gilt Vitamin B<sub>12</sub> als einer der kritischen Nährstoffe in der veganen Ernährung. Die Vit.-B12-Zahnpasta-Studie als auch die Deutsche Vegan-Studie zeigen, dass viele Veganer nicht ausreichend mit Cobalamin versorgt sind (Waldmann, Koschizke, Leitzmann, & Hahn, 2004). Diese Aussage wird auch von vielen anderen Studien bestätigt (Majchrzak, et al., 2006); (Krajcovicová-

Kudlácková, Blazíček, Kopcová, Béderová, & Babinská, 2000). Vitamin B<sub>12</sub> wird für die Bildung von roten Blutkörperchen und für das Nervensystem benötigt. Bei einem Mangel kann es zu irreversiblen Nervenschäden kommen.

Zwar können pflanzliche vergorene Lebensmittel wie Tempeh und Sauerkraut Cobalamin enthalten, eine ausreichende Versorgung ist dadurch aber nicht möglich (Suter, 2008). Veganer sollten deswegen ihre Versorgung durch angereicherte Zahnpasten, angereicherte Lebensmittel oder durch Nahrungsergänzungsmittel sicherstellen.

### **2.3.3 Kalzium**

Der Kalziumbedarf eines erwachsenen Menschen liegt bei 1000 mg/ Tag (DGE, Kalzium, 2008b). Dieser Wert wird in der Regel von Veganern nicht erreicht, die eine durchschnittliche Kalziumzufuhr von 594,5 mg/Tag haben (Appleby, Roddam, Allen, & Key, 2007). Eine Folge von Kalziummangel ist z.B. die Minderung der Knochendichte, die Osteoporose begünstigt. Trotz dieser anscheinenden Mangelversorgung weisen Veganer laut der Studie von Kohlenberg-Mueller & Raschka eine positive Kalziumbilanz auf (Kohlenberg-Mueller & Raschka, 2003).

Veganer sollten sicherstellen, dass sie ausreichend Kalzium aus geeigneten Quellen wie Mandeln, Sesam, mit Kalzium angereicherten Tofu oder Hafermilch und aus grünem Gemüse wie Kohl konsumieren (Dietitians-of-Canada & American-Dietetic-Association, 2003).

## **2.4 Zusammenfassung**

Veganismus ist gegenwärtig ein aktuelles Thema, über dieses sich immer mehr Menschen informieren. Das Kapitel Veganismus befasst sich mit den Aspekten, die für dieses Sprechen und den potenziellen Mangelstoffen. Einer der schwerwiegendsten Punkte aus globaler Sicht ist der Energieverlust zwischen den Trophieebenen, durch eine rein pflanzliche Ernährung stünde mehr Nahrungsenergie zur Verfügung und somit könnten mehr Menschen versorgt werden. Die Versorgung mit zwei der drei potenziellen Mangelstoffe kann durch eine ausgewogene Ernährung geleistet werden. Der dritte Stoff ist, das Vitamin B<sub>12</sub> dieses muss in einer veganen Ernährung supplementiert werden.

## **3 Trend**

Ein Trend ist eine Veränderungsbewegung oder auch ein Wandlungsprozess. Es ist die Bezeichnung für die Komponente einer Zeitreihe, die meist längerfristig und nachhaltig

wirkt. Trends sind in Bereichen, wie Ökonomie, Politik, Konsumwelt zu beobachten (Horx-Zukunftsinstitut-GmbH, 2010).

### **3.1 Trend-Arten**

Trends bilden eine gesellschaftliche Veränderung ab, die sich über die Zeit hinweg beobachten lässt. Sie lassen sich zudem, abhängig von Tiefe und Dauer, in viele verschiedene Arten einteilen (Horx-Zukunftsinstitut-GmbH, 2010). Im folgendem Abschnitt werden die vier Trend-Arten erläutert, die für die Entwicklung der veganen Ernährungsweise in Frage kommen.

#### **3.1.1 Der Hype**

Hierbei handelt es sich um einen kurzlebigen Trend. Der Hype erscheint schnell und verschwindet ebenso schnell wieder. Es geht darum, ein großes Konsuminteresse auf ein Feld zu lenken, welches sonst kaum wahrgenommen würde (Horx-Zukunftsinstitut-GmbH, 2010).

Merkmale: Sehr kurz, sehr hohe Aufmerksamkeit. Somit handelt es sich um einen sehr kurzzeitigen Trend.

#### **3.1.2 Zeitgeist- oder Konsum-Trend**

Diese Trends werden durch mediale Einflüsse verstärkt und weisen einen modischen Charakter auf. Sie können somit soziokulturelle oder Wertewandel-Prozesse zeigen (Horx-Zukunftsinstitut-GmbH, 2010).

Merkmale: Dauer von 3-5 Jahren. Somit handelt es sich um einen kurzzeitigen Trend.

#### **3.1.3 Soziokultureller Trend**

Der soziokulturelle Trend stellt mittelfristiger Veränderungsprozess dar, diese werden durch Lebensgefühle der Menschen im sozialen und technischen Wandel geformt. Sie machen sich ebenfalls in der Konsum- und Produktwelten stark bemerkbar. (Horx-Zukunftsinstitut-GmbH, 2010).

Merkmal: Dauer von maximal 10 Jahren. Dieser Trend kann eher als langfristig angesehen werden.

### 3.1.4 Megatrend

Der Begriff geht auf den Zukunftsforscher, John Naisbitt, zurück. Er hat folgende drei Kriterien erarbeitet, die erfüllt sein müssen damit ein Trend als ein Megatrend diagnostiziert werden kann:

- Der Trend muss eine Halbwertszeit von mindestens 50 Jahren haben.
- Er muss in allen Lebensbereichen eine Rolle spielen und Auswirkungen zeigen (Ökonomie, Konsum, Politik und Alltagsleben).
- Megatrends haben prinzipiell einen globalen Charakter, auch wenn sie nicht überall gleichzeitig stark ausgeprägt sind.

Megatrends sind in ihrem Wesen komplexe und kontextualisierte Trends. Deshalb eignen sie sich in besonderem Maße für die kognitiven, kommunikativen und operativen Zwecke der Prognostik (Naisbitt, 1982).

In der folgenden Abbildung sind die verschiedenen Trend-Arten in Form von Kreisen zu erkennen. Auf der linken Seite sind die Bereiche, in denen Trends auftreten können, und die geschwungenen Linien stellen die Stärke der Veränderung dar. Ein Megatrend z.B. wäre der Klimawandel, der eine sehr lange Laufzeit hat und sich nur sehr langsam verändert, daher sind die Linien nur sehr leicht geschwungen. Dieser hat Auswirkungen auf die Natur, die Zivilisation und die Technologie. Der Gegensatz dazu ist der Produkttrend, der nur im Bereich der Mode/Produkte zu finden ist und sich sehr schnell ändert. Dies ist durch die verschnörkelte Line zu erkennen. In dieser Grafik sind drei der vier zuvor genannten Trends zu finden. Der Hype ist zu kurz, um ihn darzustellen. Er wäre in den Bereichen Mode/Produkte und Zeitgeist/Märkte anzufinden wäre.

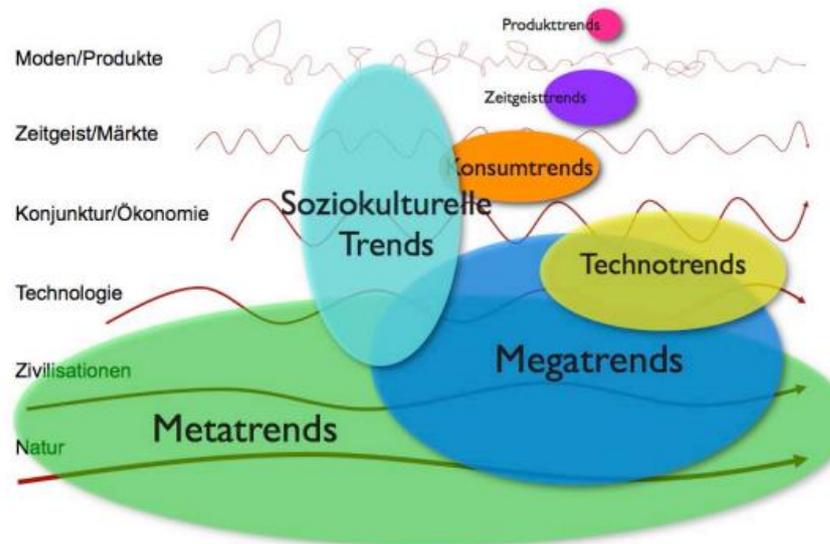


Abbildung 2: Model der Trends und ihrer Dimensionen (Horx-Zukunftsinstitut-GmbH, 2010)

## 3.2 Anzeichen für einen Trend

Im folgenden Abschnitt werden Anzeichen, die für einen Trend sprechen, erläutert.

### 3.2.1 Veganismus in der Presse

Vor zwei Jahren hat eine der größten Zeitungen in Deutschland, das „Zeit / Zeit Online“, eine Themenwoche zum Veganismus rausgebracht. In dieser Themenwoche waren verschiedenste Artikel zum Thema Ethik und Ernährung enthalten. Zum Beispiel der Artikel *Ethik, Dogma oder Lifestyle?* In dem sich die Autorin Maria Exner mit dem Thema Veganismus auseinandersetzt und Aspekte des veganen Lebens darstellt (Exner, 2013). Seit dieser Themenwoche veröffentlicht die Zeit immer wieder Artikel zum Thema Veganismus. Zum Beispiel *Wo ein Wille ist, da ist kein Käse mehr* in dem sich die Autorin mit dem Thema *Verzicht auf Käse* auseinandersetzt (Zeit-Online, 2016).

Zu den Artikeln der großen Zeitungen kommen junge Magazine, wie das „Welt-Vegan-Magazin“ (Welt-Vegan, 2016) hinzu, welche sich ausschließlich mit veganen Produkten und Themen befasst.

In vielen Fachzeitschriften spielt das Thema Veganismus eine immer größere Rolle. Die Zahl der veröffentlichten Studien, Leitfäden und Ratgeber zu dem Thema steigen stetig.

### **3.2.2 Angebot in der Lebensmittelindustrie**

Im folgenden Abschnitt wird die Werbung, Produkte und deren Präsentationen am Beispiel der Supermarktkette EDEKA dargestellt.

#### **3.2.2.1 Werbung**

EDEKA wurde als Beispiel gewählt, da ein klares Marketing in Richtung Vegan und Bio betrieben wird. Es wird nicht nur mit veganen Produkten geworben, sondern es werden auch vegane Rezepte gezeigt oder Rezepte, die mit dem „EDEKA Veganizer“ (EDEKA, Edeka- Wir lieben Lebensmittel, 2016b) „veganisiert“, also in vegane Gerichte umgewandelt werden können. EDEKA wirbt mit Attila Hildmann, der einfache vegane Rezepte vorstellt. Die Supermarktkette geht nicht nur den Wünschen der Verbraucher nach, sondern wirbt auch aktiv für eine vegane Ernährungsweise (EDEKA, Edeka- Wir lieben Lebensmittel, 2016a).

EDEKA verfolgt ebenfalls die Strategie „Vegane Lebensmittel aus der Region“, wobei hier Rezepte vorgestellt werden. „Auf diese Dauerbrenner können Sie das ganze Jahr über im heimischen Anbau zählen: Feldsalat, Kohlrabi, Möhren, Porree, Weiß- und Rotkohl, Rote Beete, Kartoffeln, Zwiebeln, Äpfel.“ (EDEKA, Edeka- Wir lieben Lebensmittel, 2016d).

Bei diesem Beispiel ist zu beachten, dass EDEKA eine Supermarktkette ist bei der jede Filiale auswählen kann welche Produkte es vertreibt. Wodurch sich dieses Beispiel auf die EDEKA Märkte in Großstädten bezieht.

#### **3.2.2.2 Produkte**

Die Lebensmittelindustrie hat das Potenzial der veganen Produkte entdeckt und verbreitert und vertieft ihr Sortiment dorthin ständig. Supermärkte wie Edeka und Rewe bringen vegane Produkte von ihrer Haus- und Premiummarke auf den Markt. Edeka bietet mit EDEKA Bio+ Vegan eine neue Hausmarke raus, die über das „Vegan-Siegel“ der Europäischen Vegetarier Union (VEBU) verifiziert, ist. Das „Vegan Siegel“ des VEBU ist eines der zwei wichtigsten veganen Siegel. Dazu kommt noch das Vegan Siegel der Vegan Society England (Verbraucherzentrale Hamburg, 2016). Wenn eines dieser beiden Siegel auf dem Produkt ist, ist gewährleistet, dass das Produkt vom Inhalt, über den Verarbeitungsprozessen bis zur Verpackung vegan ist. Die Siegel unterliegen allerdings keiner transparenten oder staatlichen Kontrolle.

### **3.2.2.3 Präsentationen**

Die Präsentation von veganen Produkte ist ganz unterschiedlich. Einige Produkte werden nicht merklich beworben und stehen wie die anderen Produkte im Regal. Andere werden mit kleinen Schildern ausgestellt, die an den Preisleisten hängen. Zudem gibt es Produkte, die einzeln präsentiert und somit auffällig beworben werden (EDEKA, Edeka- Wir lieben Lebensmittel, 2016c).

## **4 Konsumenten-Studie**

### **4.1 Forschungsbedarf**

In den Medien wird von einem „veganen Trend“ gesprochen (Pauls & Müller, 2014). Es wurde aber bislang nicht erforscht, ob es sich tatsächlich um einen Trend handelt und wenn ja, um welche Art. Durch die Befragung soll dies beantwortet bzw. festgestellt werden, ob die vegane Ernährungsweise ein kurzfristiger Trend oder eine langfristige Bewegung ist.

### **4.2 Aufbau des Fragebogens**

Die Forschungsthematik dieser Studie wurde mithilfe einer Online-Befragung untersucht. Die 14 Fragen des elf seitigen Fragebogens werden im folgenden Kapitel eingehend behandelt.

Vor der offiziellen Datenerhebung wurde der Fragebogen mit Hilfe des Pre-Tests auf seine Formulierungen und die erschöpfenden Antwortmöglichkeiten getestet (Kuckartz, Ebert, Rädiker, & Stefer, 2009, S. 49). Bei diesem wird der Fragebogen von Teilnehmern der Zielgruppe unter den Bedingungen der eigentlichen Datenerhebung durchgeführt (Weichbold, 2014, S. 299ff). Mit dieser Methode, die wenig zeitintensiv und dafür kostengünstig ist, können nur technische Probleme systematisch aufgedeckt werden (Häder, 2015, S. 397). Die Überprüfung des Verständnisses der Fragen erweist sich bei dem Standard Pre-Test hingegen als schwierig. In der Literatur wird dieses Verfahren außerdem als unscharf bezeichnet, da nur die Meinungen weniger Teilnehmer abgefragt werden (Prüfer & Rexroth, 1996). Das Herausfiltern von Verständnisschwierigkeiten oder eine falsche Interpretation von Fragen ist in einem kognitiven Pre-Test leichter. Aus ökonomischen Gründen wurde in diesem Fall jedoch darauf verzichtet.

Der Fragebogen ist in vier Abschnitte unterteilt. Im ersten Teil wird abgefragt, ob den Befragten die Thematik bekannt ist und ob sie sich für das Thema interessieren. Im zweiten Abschnitt geht es darum, wie sich die Befragten ernähren. Die Befragten, die sich vegan ernähren, bekommen daraufhin noch drei Folgefragen über vegane Ernährung gestellt. Darauf folgen drei Fragen, die die Trend-Art einstufen. Im letzten Teil werden die soziodemographischen Daten abgefragt.

Der Fragebogen wurde mit forced-choice Fragen konzipiert. Bei dieser Methode sind die Teilnehmer dazu verpflichtet, eine Antwort zu geben, da sie sonst nicht zur nächsten Seite des Fragebogens gelangen (Gerich, 2010). Dieses Fragebogendesign wurde gewählt, um ein Durchklicken durch den Fragebogen zum Gewinnspiel zu verhindern.

Im Fragebogen werden ausschließlich geschlossene Fragen gestellt. Geschlossene Fragen zeichnen sich dadurch aus, dass eine Auswahl an Antworten bereits vorgegeben wird (Kirchhoff, Kuhnt, Lipp, & Schlavin, 2010). Zwar kann kritisiert werden, dass die vorgegebenen Antworten nicht auf alle Umfrageteilnehmer zutreffen und dies zu einer willkürlichen Beantwortung einer Frage führen kann (Porst, 2014). Dem kann jedoch entgegengestellt werden, dass die Bearbeitung des Fragebogens für die Teilnehmer einfacher ist, da diese sich keine Antwort überlegen müssen (Porst, 2014). Bestimmte Fragen bieten zusätzlich die *Sonstiges*-Auswahl, welche ein Textfeld enthält und eine Ergänzung ermöglicht.

Die Frage ER01 wurde als Filterfrage konstruiert. Filterfragen „(...) *werden eingesetzt, wenn verschiedene Personengruppen mit einem Fragebogen untersucht werden und je nach Gruppe nur bestimmte Fragen sinnvoll sind.*“ (Klößner, 2014)

Im ersten Teil des Fragebogens werden die Vorkenntnisse zum Veganismus abgefragt. Dafür sollten die Teilnehmer folgende Fragen beantworten:

*ER04: „Wie oft hören Sie in Ihrem privaten Umfeld von der veganen Ernährung?“*

*ER07: „Sind Sie an veganer Ernährung interessiert?“*

Die oben genannte Filterfrage ER01 unterteilt die Befragten in Veganer und Nicht-Veganer. Den Nicht-Veganern werden die Fragen ZE01, ER08 und ER06 (siehe unten) nicht angezeigt, da diese darauf ausgelegt sind herauszufinden, warum die Veganer auf den Konsum von Tierprodukten verzichten und wie sie die Entwicklung einschätzen.

*ER01: „Wie sieht Ihr Konsum von tierischen Produkten aus?“*

*ZE01: „Aus welchem Grund ernähren Sie sich vegan?“*

*ER08: „Denken Sie, dass die Bedeutung dieser Aspekte in Zukunft zunehmen wird?“*

*ER06: „Wie lange ernähren Sie sich schon vegan?“*

Mit ER06 soll über die primäre Frage hinaus eine Unterteilung innerhalb der Veganer vorgenommen werden, da die die Antwort Hinweise darauf liefert, ob die Teilnehmer einem aktuellen Trend folgen oder schon vorher ohne tierische Produkte lebten.

Der nachfolgende Teil des Fragebogens ist wieder für alle Teilnehmer sichtbar. Die nächste Frage ist mit einer großen Zeitspanne gestellt, um herauszufinden, ob die Befragten glauben, dass die Anzahl an Veganern auf lange Sicht zunimmt. Durch die Beantwortung der Frage lassen sich erste Schlüsse auf einen Megatrend ziehen. Eine Voraussetzung für den Megatrend ist eine Laufzeit von mindestens 50 Jahren.

*TR04: „Wie viel Prozent der deutschen Bevölkerung ernähren sich Ihrer Meinung nach 2070 vegan?“*

Die Fragen TR01 und TR02 spiegeln die zwei weiteren Voraussetzungen für einen Megatrend wider: Die Ausbreitung des Trends in Deutschland bzw. ob dieser global sein könnte.

*TR01: „In welchen Lebensbereichen wird der vegane Trend ebenfalls thematisiert?“*

*TR02: „Denken Sie, dass der vegane Trend weltweit zu beobachten ist?“*

Im Anschluss wurden die Teilnehmer gebeten, Aussagen über Veganer zuzustimmen oder diese abzulehnen. Durch diese Frage wurden die Stimmung und somit die Akzeptanz, der veganen Ernährung, in der Bevölkerung ermittelt. Die Aussagen sind daher pauschal und allgemein formuliert, damit sich die Teilnehmer, ob vegan oder nicht, damit identifizieren können.

*ER09: „Bewerten Sie die folgenden Aussagen.“*

Die Beurteilung der Aussagen erfolgte an einer Vier-Punkte-Skala von *Stimme zu*, über *Stimme eher zu*, *Stimme eher nicht zu* bis *Stimme nicht zu* und beruht auf der Likert-Skala: Durch die gerade Anzahl an Antwortmöglichkeiten wird der Befragte gefordert, sich für eine Seite zu entscheiden. Und somit ist es bei jeder Aussage ersichtlich, ob er ihr gegenüber positiv oder negativ eingestellt ist (Franzen, 2014).

Auf der Letzten Seite des Fragenteils werden die soziodemografischen Daten abgefragt.

*PS02: „Geschlecht.“*

*PS01: „Bitte geben Sie Ihr Alter an“*

*PS04: „Welcher Tätigkeit gehen Sie nach?“*

*PS03: „Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen?“*

Den Abschluss des Fragebogens bildet die freiwillige Angabe der E-Mail-Adresse für die Teilnahme am Gewinnspiel.

### **4.3 Durchführung der Befragung**

Die Datenerhebung im Internet bedarf zunächst der Wahl eines Erhebungsprogramms. Für diese Studie fiel die Entscheidung auf das Programm SoSci Survey. Der ausschlaggebende Punkt war die umfassende Beschreibung auf der Homepage. Zusätzlich zur Zurverfügungstellung ihrer Server erhält der Benutzer eine Bedienungsanleitung, in der von der Fragebogengestaltung, über die Vorbereitung und den Start der Befragung, die erhobenen Daten und Dokumentation bis hin zu allgemeinen technischen Informationen eine umfangreiche Übersicht über die Verwendung des Programms enthalten ist. Darüber hinaus steht jedem Nutzer ein Forum zur Verfügung, in das ungeklärte Fragen gestellt und schnell beantwortet werden können.

Die Zusammenstellung der Stichprobe erfolgt ebenfalls über das Internet und dort in den sozialen Netzwerken. Speziell in der `Hamburg Vegan` Facebook Gruppe, welche 4400 Mitglieder hat. Dies ermöglicht, eine große Anzahl an veganen Probanden zu generieren. Um eine ausgeglichene Verteilung von den Ernährungsweisen zu erhalten wurde die Befragung ebenfalls in den Studentengruppen der HAW Hamburg auf Facebook veröffentlicht. Diesbezüglich muss beachtet werden, dass diese Studie nicht die Verteilung in der Gesamtgesellschaft widerspiegelt, da durch diese Fragebogenverteilung ein überdurchschnittlicher Anteil an Veganern enthalten ist.

### **4.4 Ergebnisse**

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung ausgewertet und interpretiert. Zunächst werden die ermittelten Daten erläutert, untersucht und anhand graphischer Darstellungen visualisiert.

#### 4.4.1 Abschnitt: Soziodemographische Daten

##### Ergebnisse der Frage PS02

*„Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an:“*

Insgesamt haben 381 Personen an der Umfrage teilgenommen. 355 davon haben die Umfrage bis zum Ende beantwortet. Um mögliche falsche oder nicht ernstgemeinte Antworten zu minimieren, werden nur die Daten derer ausgewertet, die die Umfrage abgeschlossen haben. Von diesen 355 Teilnehmern waren 69,9% (248 Personen) weiblich und 30,1% (107 Personen) männlich.

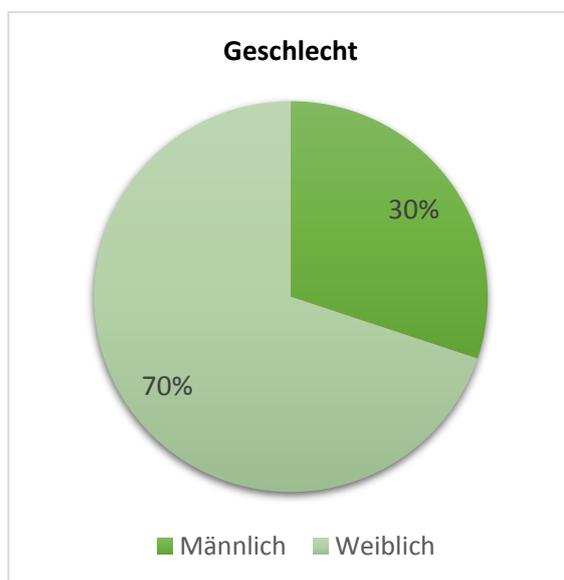


Abbildung 3: Ergebnisse der Frage PS02

## Ergebnisse der Frage PS01

„Bitte geben Sie Ihr Alter an:“

70,7% der Befragten sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Die nächst größere Gruppe sind die 30-39-Jährigen mit 16,6% und die am geringsten vertretene Altersklasse sind die über 50-Jährigen mit 2,8%.

Auch hier spiegelt dieses aufgrund der gewählten Veröffentlichungsplattform nicht die Gesamtgesellschaft wider. In dieser sind 44% über 50 Jahre alt und die Gruppe der 20-29-Jährigen stellen 12% dar (Statistische-Bundesamt, 2015).

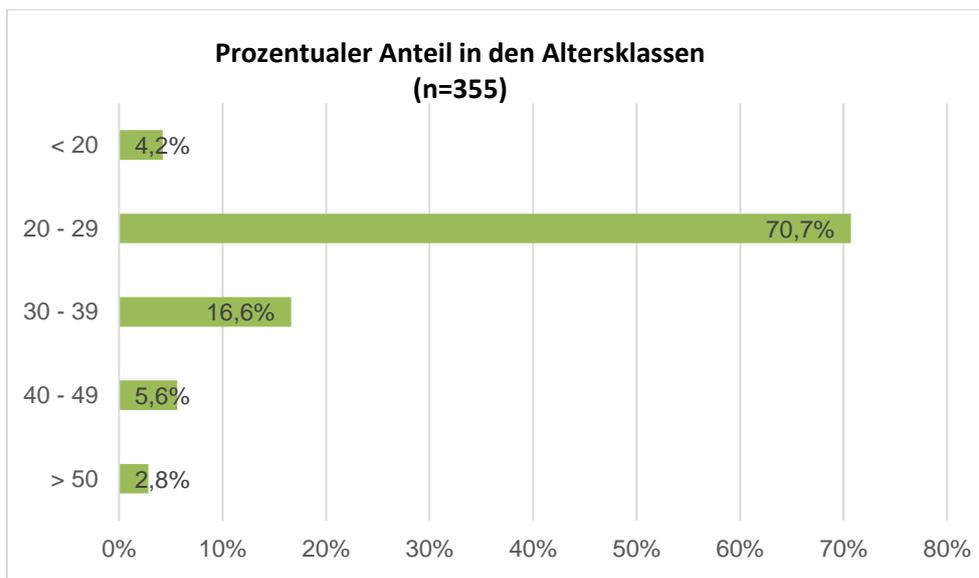
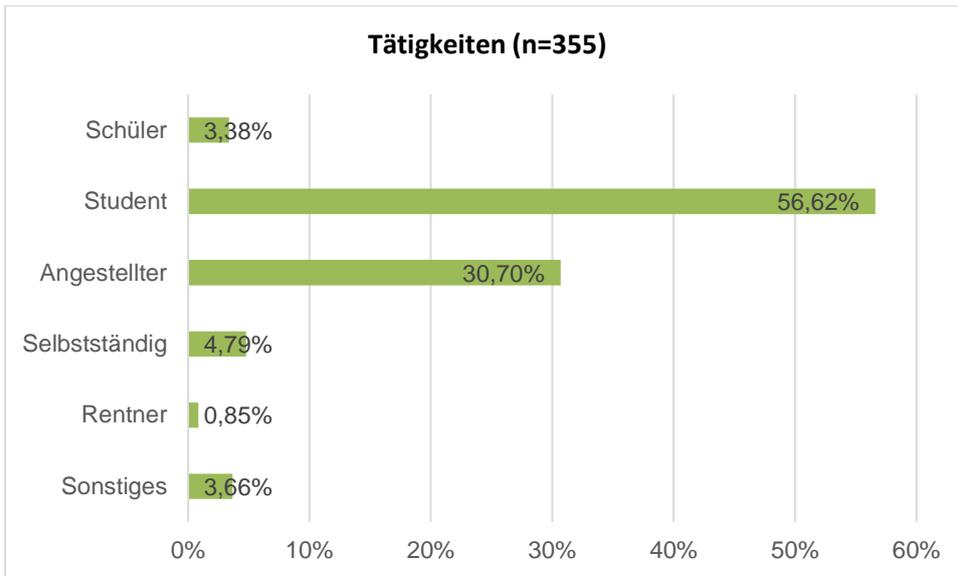


Abbildung 4: Ergebnisse der Frage PS01

## Ergebnisse der Frage PS04

„Welcher Tätigkeit gehen Sie nach?“

In Abbildung 5 wird ersichtlich, dass die Gruppe der *Studenten* mit 56,6% über die Hälfte der Befragten darstellt. Darauf folgt die Kategorie *Angestellter* mit 30,7% und in absteigender Reihenfolge *Selbständig* (4,79%), *Sonstiges* (3,66%), *Schüler* (3,38%) und zum Schluss die *Rentner* (0,85%).



**Abbildung 5: Ergebnisse der Frage PS04**

### **Ergebnisse der Frage PS03**

*„Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen?“*

Das Diagramm liefert Informationen über das Einkommen der Befragten. Die Angaben stellen zusammen 100% dar und davon hat mit 49,30% fast die Hälfte ein Nettoeinkommen von unter 1.000 Euro. Darauf folgt die Gruppe 1.000-2.000 Euro mit 24,51%. Die kleinste Gruppe mit 4,51% hat das höchste Nettoeinkommen von > 3.000 Euro pro Monat. 10,70% der Befragten haben keine Angaben gemacht.

Somit lässt sich sagen, dass der durchschnittliche Befragte in dieser Umfrage eine Studentin, zwischen 20 und 29 Jahren alt ist und ein Nettoeinkommen von unter 1000 Euro pro Monat hat.

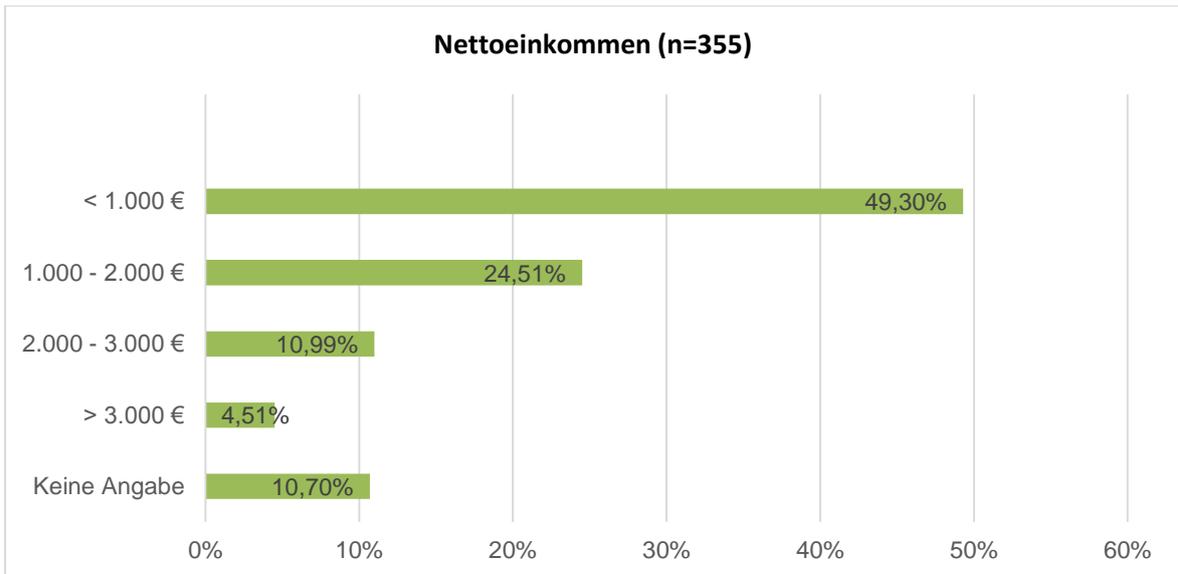


Abbildung 6: Ergebnisse der Frage PS03

#### 4.4.2 Abschnitt: Ernährung

##### Ergebnisse der Frage ER04

„Wie oft hören Sie in Ihrem privaten Umfeld von der veganen Ernährung?“

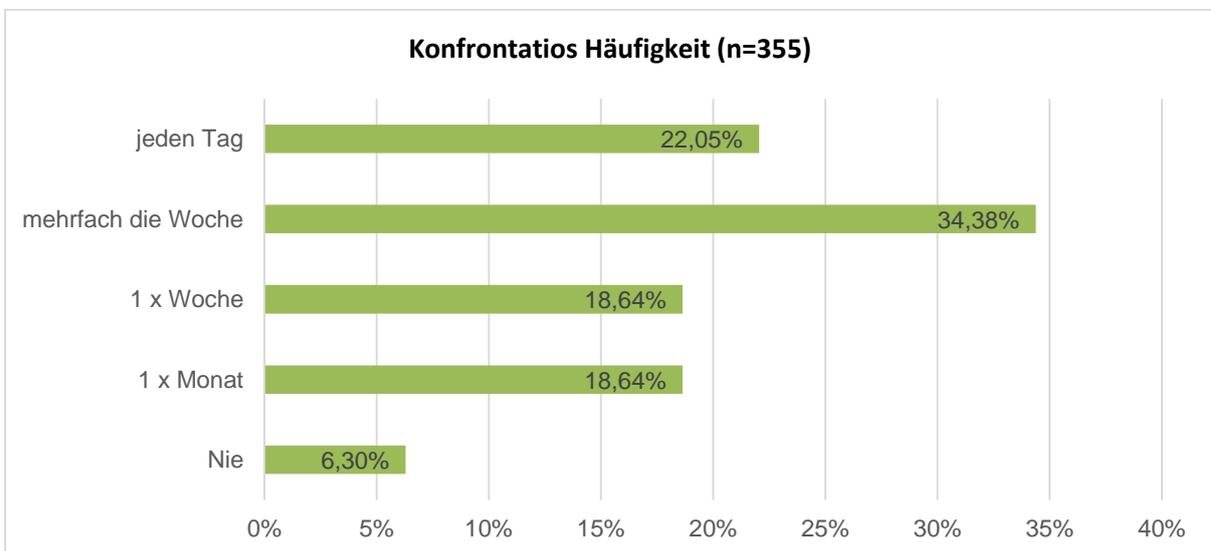


Abbildung 7: Ergebnisse der Frage ER04

Aus den Ergebnissen der Frage nach der Häufigkeit der Konfrontation geht hervor, dass der größte Teil mit 34,38% der Befragten *mehrfach pro Woche* etwas über das Thema Veganismus hört. Mit 22,05%, folgen darauf *jeden Tag*, mit je 18,64% *Ein Mal Woche* und

Ein Mal Monat. Den geringsten Anteil mit 6,3% weist die Gruppe der Befragten auf, die nie mit der veganen Ernährung in Berührung gekommen ist.

### Ergebnisse der Frage ER07

„Sind Sie an veganer Ernährung interessiert?“

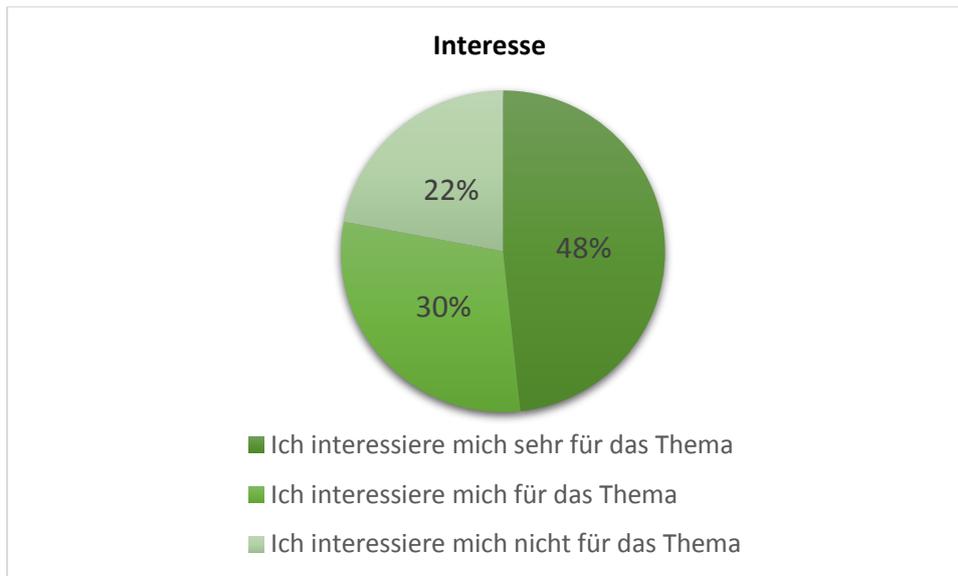


Abbildung 8: Ergebnisse der Frage ER07

Aus den Ergebnissen der Frage nach dem Interesse an veganer Ernährung (vgl. Abbildung 8) geht hervor, dass sich 48,3% sehr für das Thema interessieren. Somit bildet diese Gruppe eine deutliche Mehrheit gegenüber den Gruppen *Ich interessiere mich für das Thema*, welche ein knappes Drittel (29,7%) hat und *Ich interessiere mich nicht für das Thema* mit 22,1%. Insgesamt 78% haben die Frage positiv beantwortet, fast die Hälfte gibt sogar ein *sehr großes* Interesse an. In der folgenden Grafik wurden die Ergebnissen in Veganer und Nicht-Veganer eingeteilt. Wodurch ersichtlich wird, dass die Veganer ein sehr hohes Interesse an dem Thema haben und bei den Nicht-Veganer ist es ebenfalls die Mehrheit (64,79%), die sich dafür interessieren.

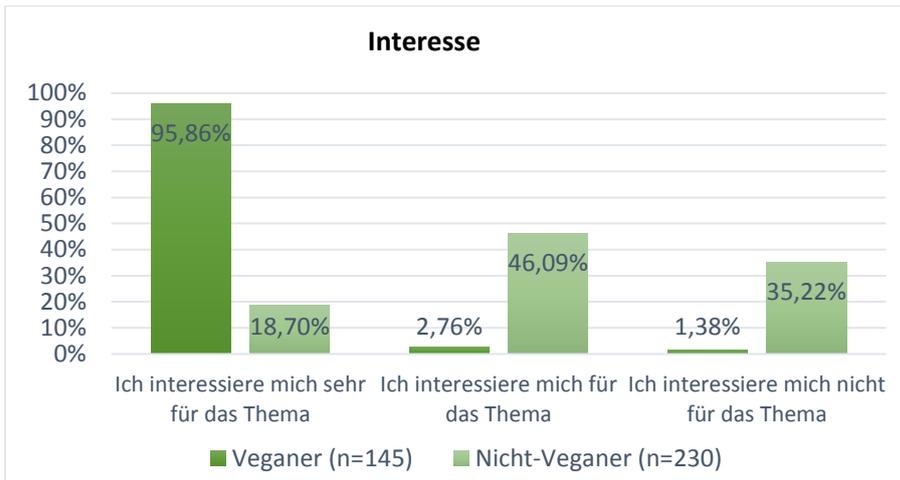


Abbildung 9: Ergebnisse der Frage ER07-2

Korreliert mit der Altersstruktur der Befragten ergibt sich eine hoch signifikante ( $p=0,01$ ) negative Korrelation. Es lässt sich also festhalten, dass je jünger die Befragten sind, umso höher ist ihr Interesse an veganer Ernährung. (vgl. Anhang 1).

### Ergebnisse der Frage ER01

„Wie sieht Ihr Konsum von tierischen Produkten aus?“

Frage ER01 beschäftigte sich mit der selbst eingeschätzten Ernährungsweise. Deutlich wird, dass insgesamt trotz der hohen Menge an vegan lebenden Menschen unter den Befragten, eine omnivore Ernährung bevorzugt wird: 46,1% der Befragten konsumieren sowohl, pflanzliche als auch tierische Produkte. Die restlichen 54% entfallen auf vegane und vegetarische Ernährungsweisen, wobei der Anteil der Befragten, die auf jeglichen tierischen Erzeugnissen verzichten mit 38,7% hier am höchsten ist. Darauf folgt die ovo-lacto-vegetarische Ernährungsweise mit 7,2%.

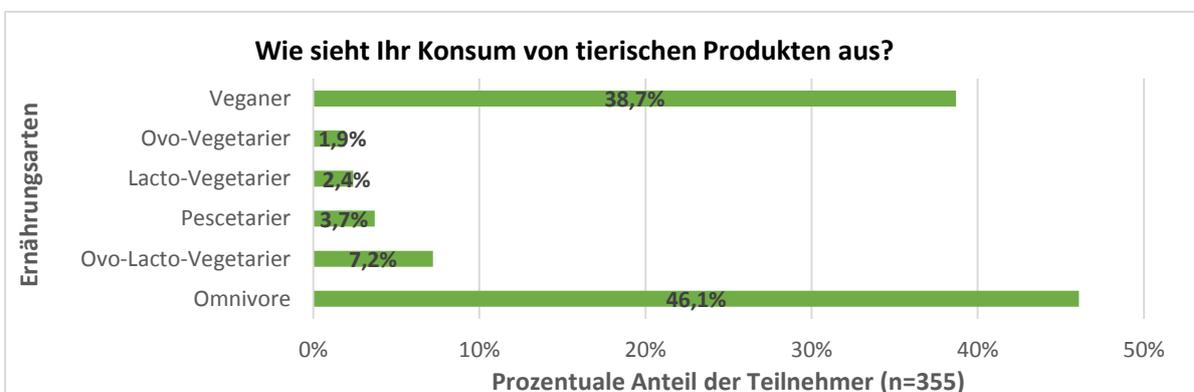


Abbildung 10: Ergebnisse der Frage ER01

## Ergebnisse der Frage ER06

„Wie lange ernähren Sie sich schon vegan?“

Die Fragen ZE01, ER06 und ER08 sind ausschließlich an die Menschen gestellt worden, welche bei der Frage ER01 *Ich nehme keine tierischen Produkte zu mir (Veganer)* angekreuzt haben.

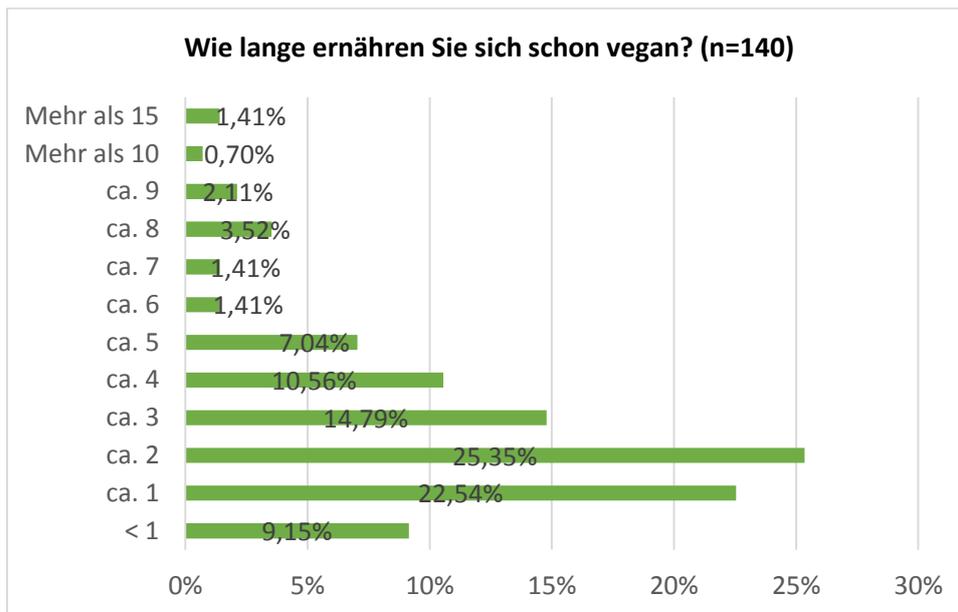


Abbildung 11: Ergebnisse der Frage ER06

Das Balkendiagramm zeigt die Verteilung der Veganer, differenziert nach Dauer ihrer veganen Ernährung. Der größte Teil der befragten Veganer, 25,35% ernährt sich seit ca. 2 Jahren vegan. An zweiter Stelle mit 22,54% steht ca. 1 Jahr. Darauf folgt in absteigender Reihenfolge ca. 3 mit 14,79% und ca. 4 mit 10,56%. Die darauffolgende Angabe ist <1 Jahre mit 9,15%. Danach kommen noch zwei etwas höhere Werte bei den Gruppen ca. 8 Jahre mit 3,52% und bei ca. 9 Jahre mit 2,11%. Der kleinste Teil ernährt sich seit ca. 6, ca. 7 mit 1,41% und ca. 10 Jahren mit 0,7%.

## Ergebnisse der Frage ZE01

„Aus welchem Grund ernähren Sie sich vegan?“

In der Abbildung 12 sind die Gründe für eine vegane Ernährungsweise zu erkennen. Ein Balken stellt 100% da und dieser Balken wird in fünf Abschnitte unterteilt. In jedem Abschnitt steht der Prozentsatz, der Befragten, die dieses ausgewählt haben.

Der wichtigste Aspekt für eine vegane Ernährung ist laut dieser Befragung die Ethik mit 85,7% bei *sehr wichtig*. Darauf folgt der Umweltschutz mit 49,6%, Gesundheit mit 35,3%,

Welthunger mit 33,8 % und die Unverträglichkeiten mit 5,8% diese sind auch gleich die mit dem höchsten Prozentsatz für *unwichtig* mit 68,6%.

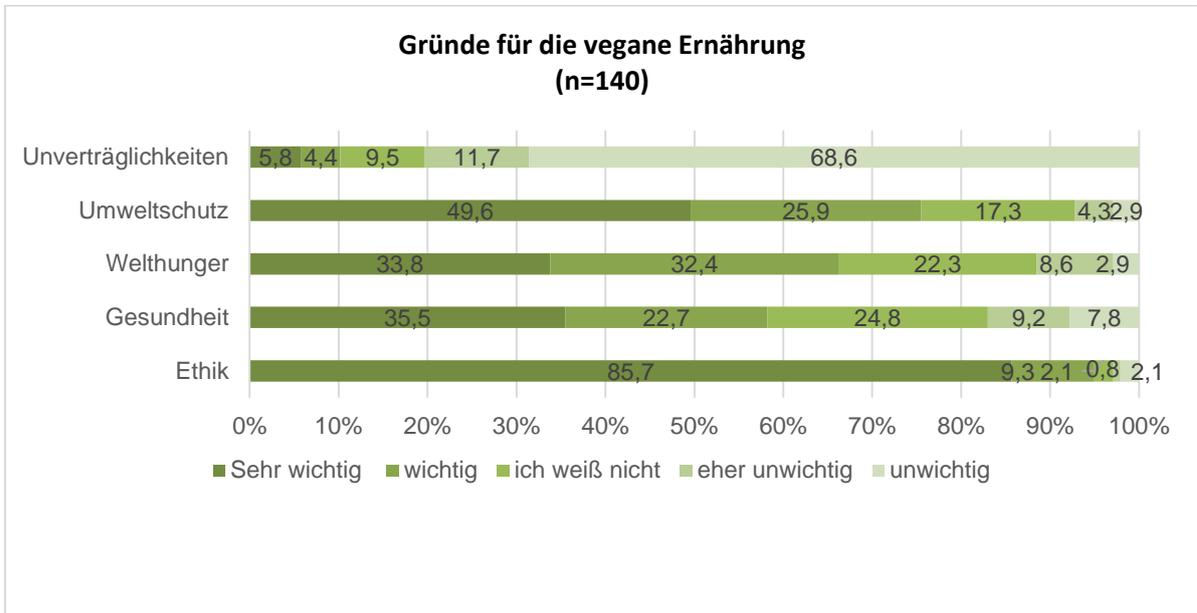


Abbildung 12: Ergebnisse der Frage ZE01

### Ergebnisse der Frage ER08

*„Glauben Sie, dass die Bedeutung dieser Aspekte in Zukunft zunehmen wird?“*

Das Kreisdiagramm zeigt, dass 98% der Befragten glaubt, dass die Aspekte aus der vorherigen Frage in der Zukunft zunehmen werden.

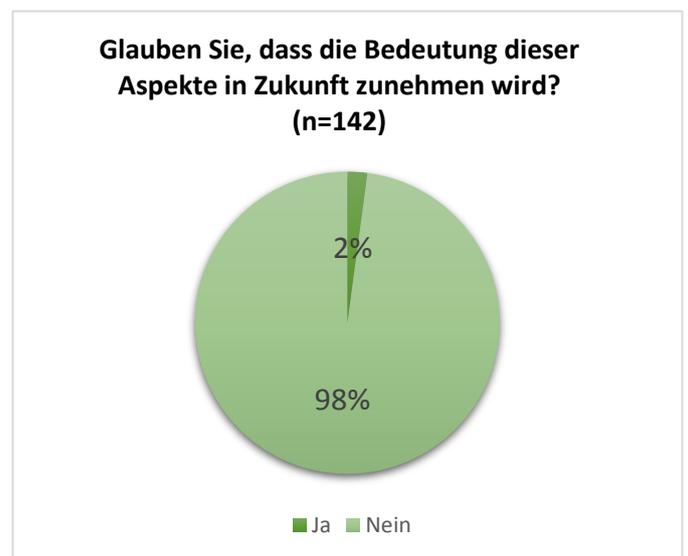


Abbildung 13: Ergebnisse der Frage ER08

## Ergebnisse der Frage ER09

„Bewerten Sie die folgenden Aussagen.“

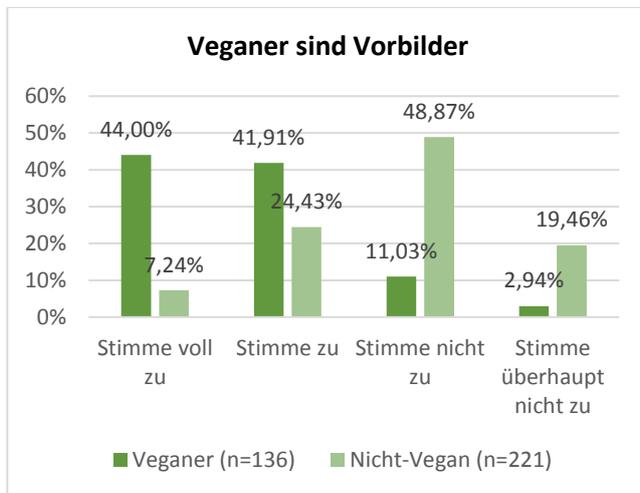


Abbildung 14: Ergebnisse der Frage ER09

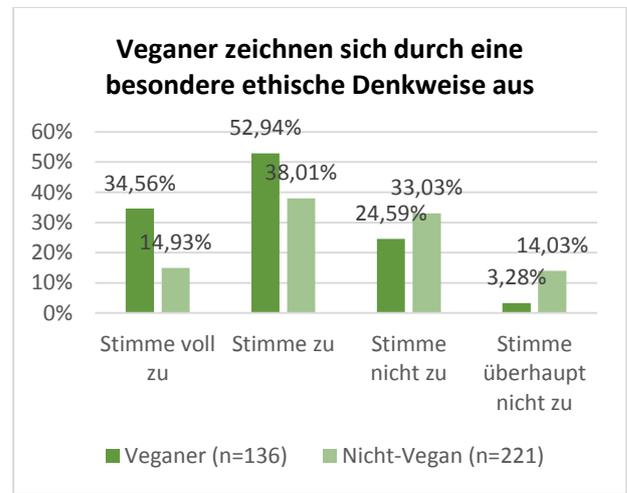


Abbildung 15: Ergebnisse der Frage ER09-1

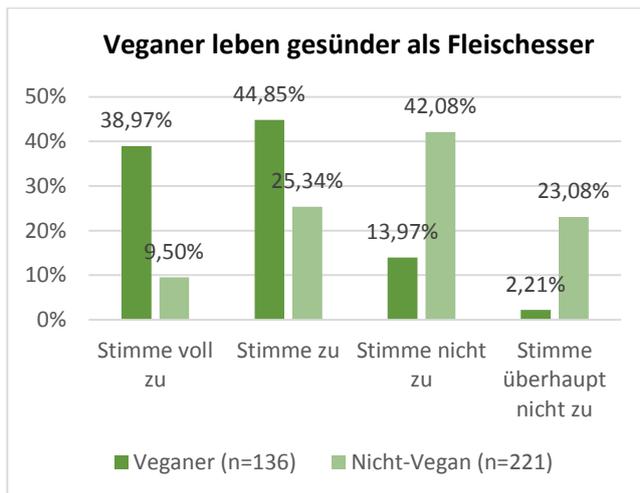


Abbildung 16: Ergebnisse der Frage ER09-2

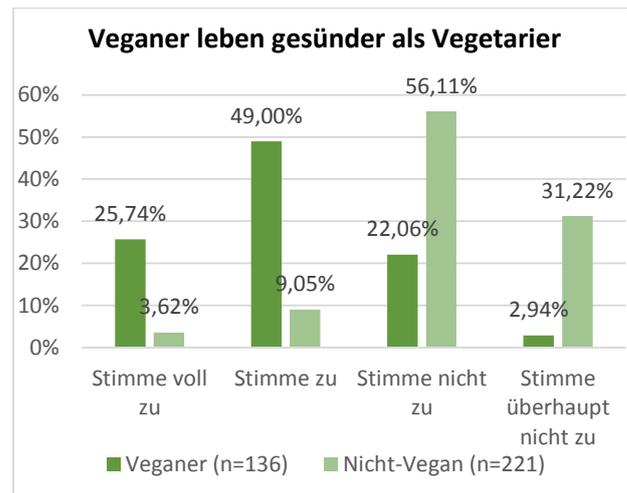


Abbildung 17: Ergebnisse der Frage ER09-3

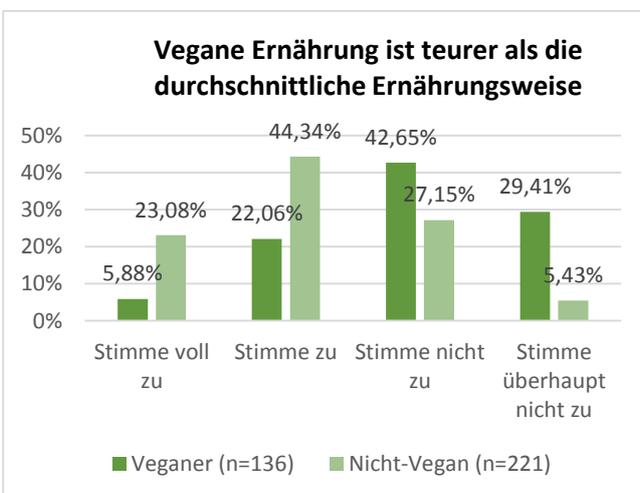


Abbildung 18: Ergebnisse der Frage ER09-4

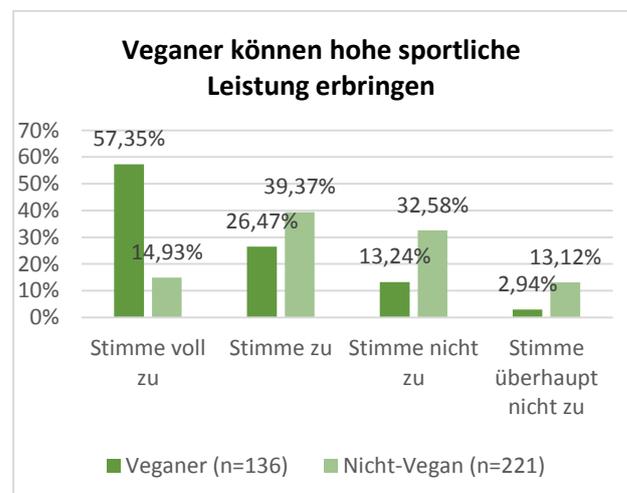


Abbildung 19: Ergebnisse der Frage ER09-5

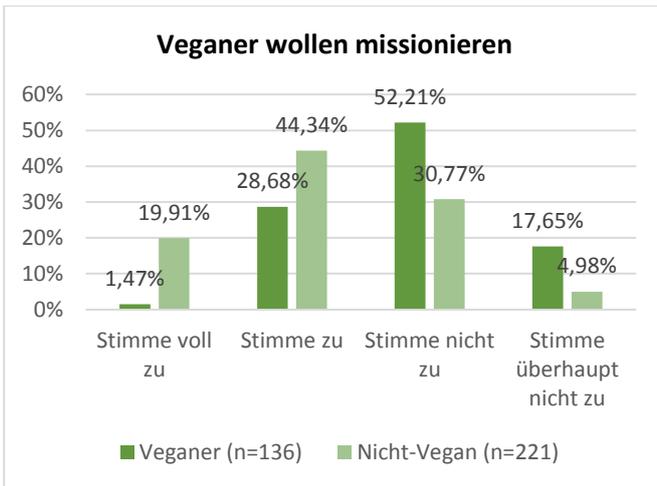


Abbildung 20: Ergebnisse der Frage ER09-6

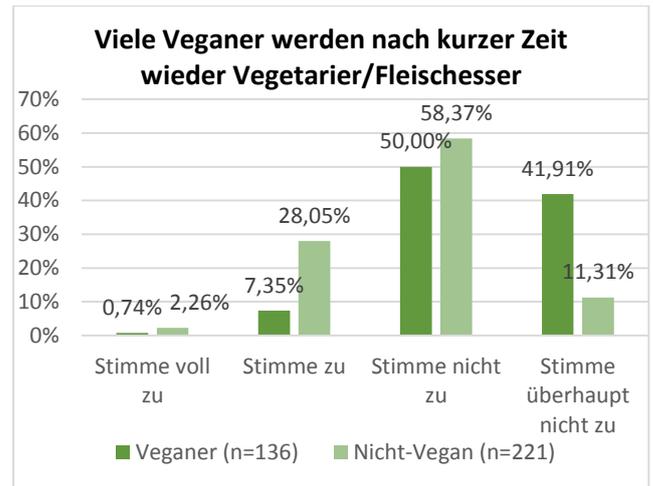


Abbildung 21: Ergebnisse der Frage ER09-7

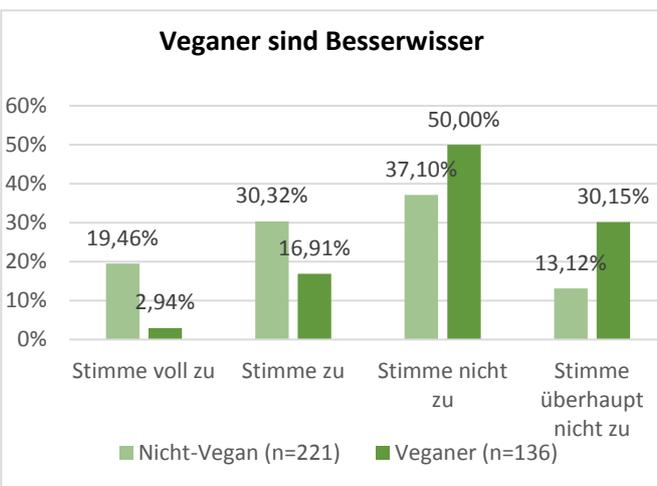


Abbildung 22: Ergebnisse der Frage ER09-8

Die Diagramme zeigen, wie Veganer und Nicht-Veganer bestimmte Aussagen über Veganer einschätzen. Sie konnten zwischen *Stimme voll zu*, *Stimme zu*, *Stimme nicht zu* und *Stimme überhaupt nicht zu* wählen. In jedem Balkendiagramm ergeben die jeweiligen Gruppen zusammen 100%. Dies ermöglicht einen guten Überblick, für welches Feld sich die meisten Befragten entschieden haben und ob sie der Aussage positiv oder negativ gegenüberstehen.

Dadurch ergibt sich, bei der ersten Aussage *Veganer sind Besserwisser* eine Gruppe von 37,1% bei Nicht-Veganern und die Hälfte (50%) bei Veganern, die dieser nicht zustimmen. Bei der nächsten Aussage *Viele Veganer werden nach kurzer Zeit wieder nicht vegan essen* hat sich mehr als die Hälfte (58.37%) für das Feld der *Stimme nicht zu* entschieden, bei den Veganern waren es genau die Hälfte (50%) und 41.91% *Stimmen überhaupt nicht zu*.

Die darauffolgende Aussage darüber, dass Veganer missionieren wollen, weist keine Richtung auf, es sind knapp 50% auf der *Stimme zu* und 50% auf der *Stimme nicht zu* (Siehe Anhang 3). Wenn dies in die Gruppen der Veganer und Nicht-Veganer aufgeteilt wurde, ergibt sich, dass 30,15% der Veganer und 64,25% der Nicht-Veganer dieser Aussage zustimmen und dementsprechend 69,85% Veganer und 35,75% Nicht-Veganer dies nicht tun. Somit kann gesagt werden, dass ein Großteil der Nicht-Veganer denken, dass Veganer missionieren möchten und fast genauso viele Veganer sagen, dass sie dies nicht denken.

Dieses 50/50 Verhältnis (Siehe Anhang 3) würden ebenfalls die drei folgenden Aussagen, *vegane Ernährung ist teurer als die durchschnittliche Ernährungsweise*, *Veganer leben gesünder als Fleischesser* und *Veganer sind Vorbilder*, aufweisen, wenn sie nicht in Veganer und Nicht-Veganer aufgeteilt werden würden. Aufgeteilt zeigen diese Grafen ein anderes Ergebnis. Bei der Aussage *vegane Ernährung ist teurer, als die durchschnittliche Ernährungsweise zeigt sich, dass 27,94% der Veganer dieser Aussage zustimmen. Im Gegensatz dazu stimmen 67,42% der Nicht-Veganer dieser zu. Somit schätzen Nicht-Veganer die vegane Ernährung deutlich teurer ein als die Veganer. Die Aussage Veganer leben gesünder, als Fleischesser zeigt ein ähnliches Bild, es stimmen 83,82% der Veganer und 32,84% der Nicht-Veganer diese Aussage zu. Veganer sind Vorbilder, diese Aussage zeigt ebenfalls eine Abweichung zwischen den beiden Gruppen. Mit 85,91% Stimmen die Veganer zu und bei den Nicht-Veganern sind es 31,67%.*

#### 4.4.3 Abschnitt: Trend

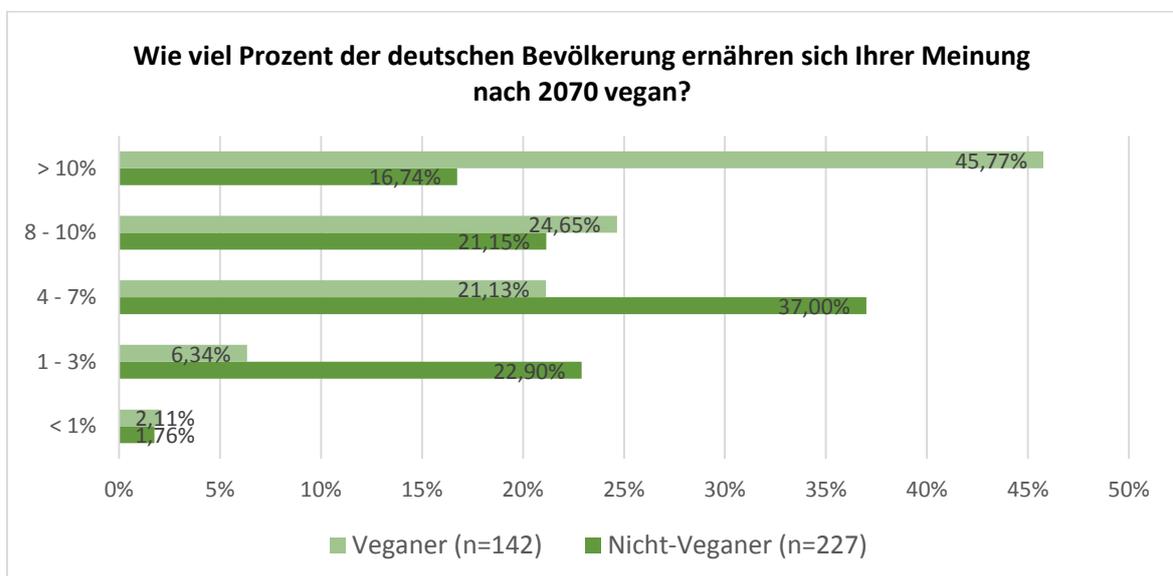
##### Ergebnisse der Frage TR04

*„Wie viel Prozent der deutschen Bevölkerung ernähren sich Ihrer Meinung nach 2070 vegan?“*

Die folgende Grafik zeigt, wie die Befragten den veganen Trend einschätzen, ob sich mehr Menschen in 50 Jahren vegan ernähren und wenn ja deren prozentualen Anteil einschätzen. Diese Einschätzung wurde in zwei Gruppen eingeteilt. Die Gruppe der Veganer, welche sich aus den Antworten der Befragten zusammensetzt, die angaben, sich vegan zu ernähren, und die zweite Gruppe der Nicht-Veganer. Diese Gruppe enthält alle anderen Ernährungsweisen. Den Befragten wurde mitgeteilt, dass der momentane Prozentsatz der vegan lebenden Menschen in Deutschland bei 1,1% liegt (Vegatarier Bund, 2015).

Laut neuesten Angaben der IfD Allensbach liegt die Zahl 2015 bei 1,2% der Bevölkerung, die sich selbst als vegan einordnen (Allensbach, 2015).

Bei der geringsten Einschätzung von < 1% liegen die beiden Gruppen sehr eng zusammen mit 1,76% Nicht-Veganer (nVeg.) und 2,11% Veganer (Veg.). Bei der folgenden Gruppe 1-3% liegt das Ergebnis bei nVeg. 22,9% und 6,34% der Veg. Darauf folgt die Verteilung von 37% nVeg. und 21,13% der Veg., die den Anstieg in den nächsten 50 Jahren auf 4-7% geschätzt haben. Die Gruppe der 8-10% kommt bei den nVeg. auf 21,15% und bei den Veg. auf 24,65%. Besonders groß ist der Unterschied zwischen den beiden Gruppen innerhalb der Befragten, die einen Anstieg auf >10% erwarten. Dies waren 16,74% der nVeg. und mit 45,77% fast die Hälfte der Veganer.



**Abbildung 23: Ergebnisse der Frage TR04**

Die beiden Balkendiagramme sollen die Verteilung klarer darstellen und zu diesem Zweck werden die beiden Gruppen in je einer eigenen Tabelle angezeigt. Dadurch lässt sich erkennen, dass die Verteilung bei den nVeg. einer Normalverteilung ähnelt, wobei 85 der 227 Befragten 4-7% gewählt haben, also schätzen, dass der Trend zur veganen Ernährung anhält und in den nächsten 50 Jahren um 2,9-5,9% ansteigt. Bei der Gruppe der Veganer haben sich die meisten Personen (65) für eine Entwicklungseinschätzung von >10% entschieden und schätzen somit einen deutlich größeren Anstieg.

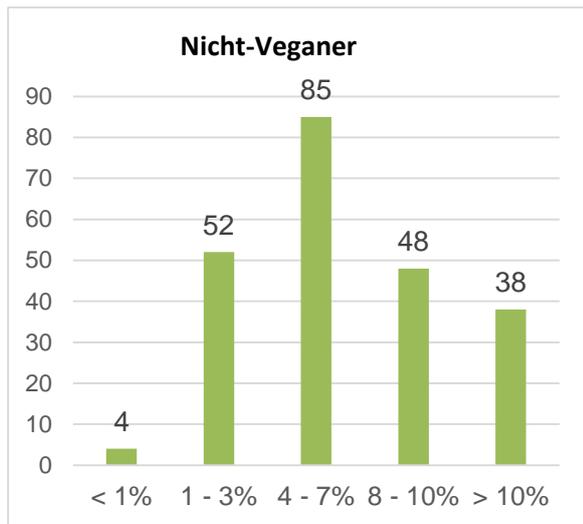


Abbildung 15: Ergänzung zur Frage TR04

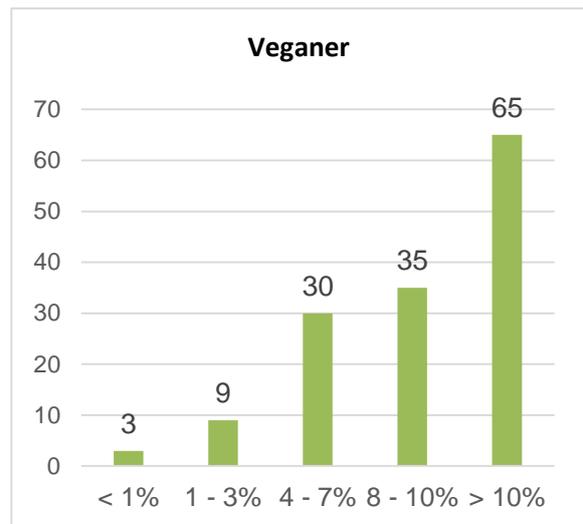


Abbildung 16: Ergänzung zur Frage TR04 -2

## Ergebnisse der Frage TR01

„In welchen Lebensbereichen wird der vegane Trend ebenfalls thematisiert?“

Diese Frage hatte mehrere Unterkategorien und um diese klarer trennen zu können, wurde zu jeder ein eigenes Kreis-Diagramm erstellt. Zuerst wird der Bereich des Konsums thematisiert. Hier gab es die Möglichkeit, das Feld anzuklicken und somit den Bereich auszuwählen oder diese nicht auszuwählen. Den Bereich des Konsums haben 86% der Befragten angeklickt. Die 86% zeigen, dass der Trend zur veganen Ernährung im Konsum erkennbar ist.

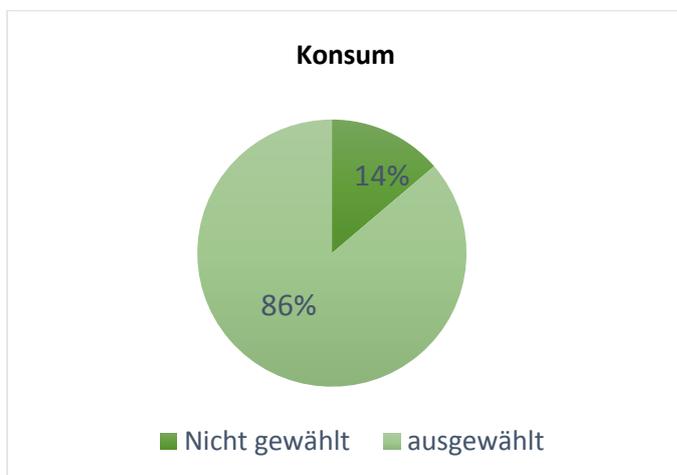


Abbildung 24: Ergebnisse der Frage TR01 Konsum

Der nächste Aspekt war die Ökonomie / Wirtschaft. Hierbei haben 72% das Feld angeklickt. Somit sehen die Befragten in der Wirtschaft einen Trend zur veganen Ernährung.



Abbildung 25: Ergebnisse der Frage TR01 Ökonomie/ Wirtschaft

Der dritte Punkt ist die Politik. In diesem Bereich haben 64% dieses Feld im Fragebogen nicht ausgewählt und 36% haben es ausgewählt. Dadurch wird gezeigt, dass laut Einschätzung der Befragten der Veganismus noch nicht in der Politik angekommen ist bzw. auf dieser Ebene nicht behandelt wird.

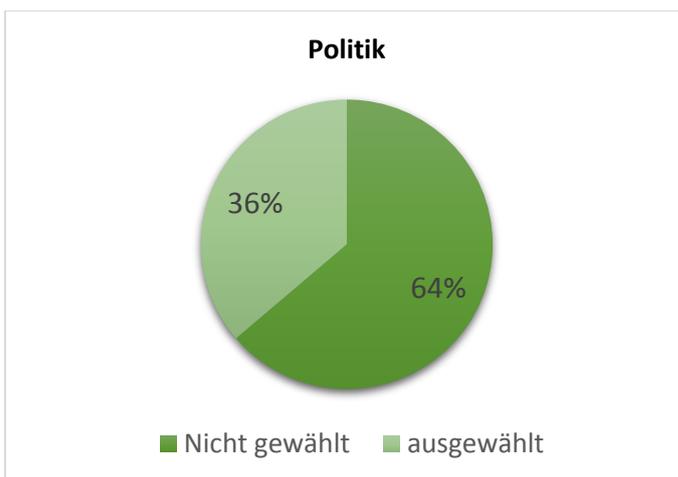


Abbildung 26: Ergebnisse der Frage TR01 Politik

Die letzten beiden Wahlmöglichkeiten waren *Andere* und *Keine*, wobei sich 77% der Befragten dafür entschlossen haben, *Andere* nicht anzuklicken, und bei *Keine* waren es sogar 97%.

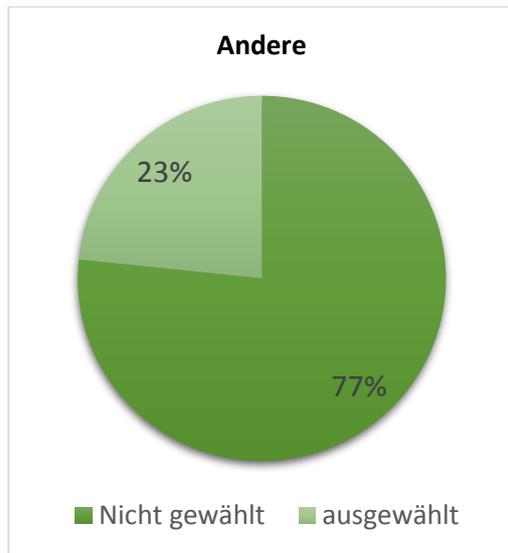
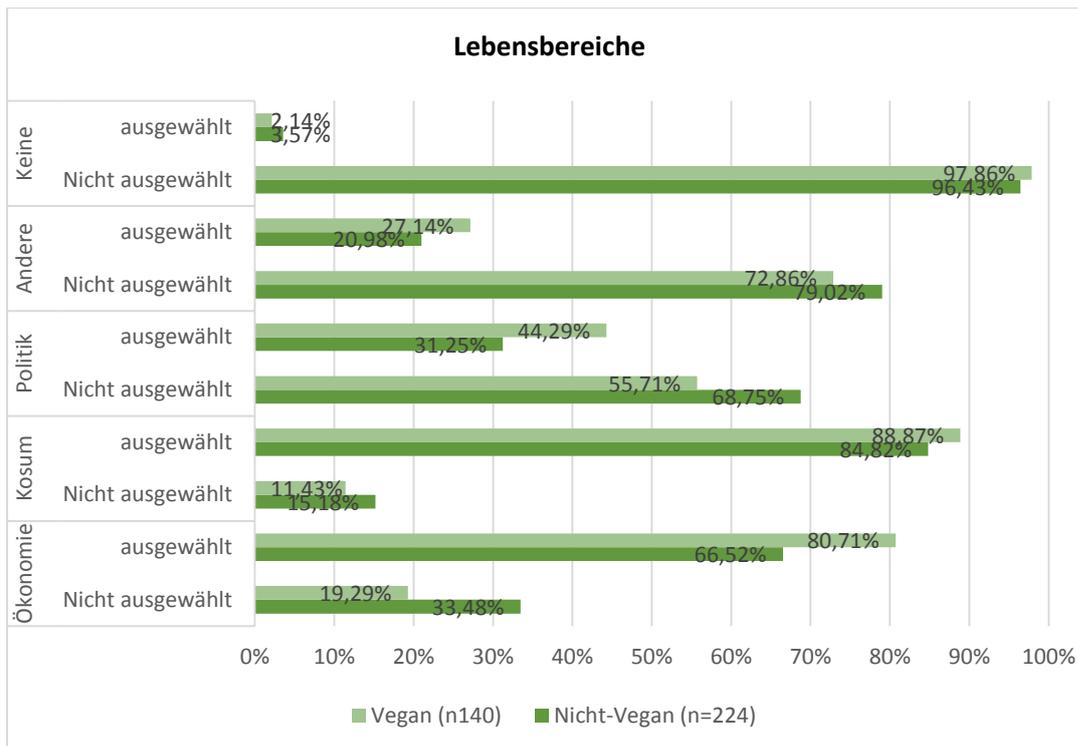


Abbildung 27: Ergebnisse der Frage TR01 Andere



Abbildung 28: Ergebnisse der Frage TR01 Keine

Die Kreisdiagramme wurden in dem folgenden Balkendiagramm in Veg. und nVeg. aufgeteilt. Die Angaben innerhalb einer Kategorie ergeben für jede Gruppe 100% somit ist erkennbar, wie viel Prozent der jeweiligen Gruppe sich für welches Merkmal entschieden haben. Es ist deutlich, dass es zwei große Abweichungen mit mehr als 10% Unterschied gibt. Dies sind die Kategorien Politik und Ökonomie/Wirtschaft. In der Kategorie Politik weichen die Angaben um 13,04% ab, somit sehen mehr Veganer das Thema in der Politik als nicht Veganer. In der Ökonomie weichen die Angaben um 14,19% voneinander ab, somit sehen auch in dieser Kategorie mehr Veganer den veganen Trend in der Ökonomie.



**Abbildung 29: Ergänzung zu Frage TR01 Lebensbereiche Vegan/ Nicht Vegan**

## Ergebnisse der Frage TR02

*„Denken Sie, dass der vegane Trend weltweit zu beobachten ist?“*

In dieser Tabelle wird dargestellt, wie viele Veganer und Nicht-Veganer den Trend zur veganen Ernährung weltweit beobachten. Die Gruppe der Befragten, welche sich für das Feld nein entschieden haben, sind 36,9% der gesamten Befragten (n=355) und teilt sich in 26,92% Nicht-Veganer und 9,98% Veganer auf. Die Gruppe der Befragten, welche sich für das Feld ja entschieden haben, sind 63,19%. Diese teilt sich in 34,62% Nicht-Veganer und 28,57% Veganer. Durch diese Darstellung ist ersichtlich, dass 1,5-mal mehr Befragte den Trend zur veganen Ernährung für weltweit ersichtlich halten.

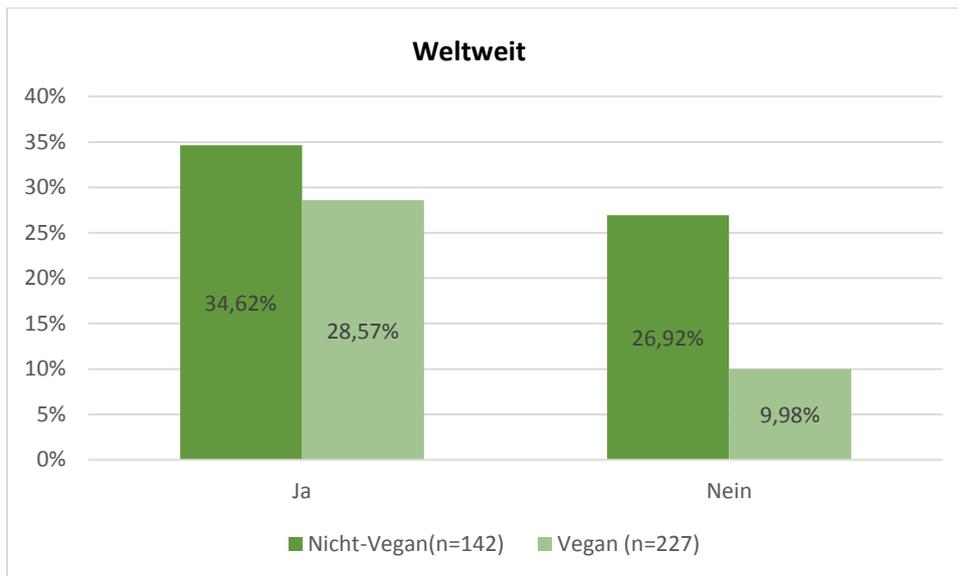


Abbildung 30: Ergebnisse Frage TR02

## 4.5 Diskussion

Für den statistischen Teil der Arbeit konnte eine große Variationsbreite innerhalb der Kategorien aufgezeigt werden. So wurden alle Altersgruppen und Ernährungsarten im Rahmen der Erhebung befragt. Im zweiten Themenkomplex wurden die Teilnehmer nach ihrem Interesse und ihrem Kontakt mit dem Trend befragt, die sie von *Nie* bis *jeden Tag* bzw. *Ich interessiere mich sehr für das Thema* bis *Ich interessiere mich nicht für das Thema* einordnen konnten. Hierbei kann ein großes Interesse und häufigen Kontakt mit dem Thema aufgezeigt werden.

Die Ernährungsarten wurden mit Hilfe von Lebensmitteln/Lebensmittelgruppen erläutert, wodurch es den Befragten möglich war ohne spezielles Vorwissen, ihre Ernährungsart zu wählen. Die am häufigsten vertretene Ernährungsweise war die omnivore und kurz danach die vegane Ernährung. Um die nachfolgenden Auswertungen zu verdeutlichen, wurden alle Ernährungsweisen bis auf die vegane zusammengefasst und somit sind die Gruppen *Veganer* und *Nicht-Veganer* entstanden.

Zuerst wird die Frage danach behandelt, wie lange die Person schon vegan lebt. Mit ihrer Hilfe kann aufgrund stetig steigender Zahlen an Veganern gesagt werden, dass der Trend vor 5 Jahren begonnen hat.

Durch die darauffolgende Frage nach dem Grund für ihre vegane Ernährung wird gezeigt, dass die meisten Befragten aus ethischen Gründen vegan leben. Dieses Ergebnis wird

durch die Arbeit von Kober (Kober, 2014) ebenfalls bestätigt. Auch dort befindet sich die ethische Komponente an erster Stelle.

Zuletzt wurden die Teilnehmer in diesem Abschnitt gebeten, sich darüber zu äußern, ob sie denken, dass der Grund in Zukunft noch stärker werde, und dies wurde fast einstimmig (98%) mit *ja* beantwortet. Hierdurch kann eine Rückkehr zu einer nicht veganen Ernährungsweise als sehr gering eingeschätzt werden.

Auf die Frage nach den prozentualen Anteilen an Veganern 2070 antworteten 45,77% der Veganer, dass mehr als 10% der Bevölkerung vegan leben werden und bei den Nicht-Veganern schätzt die größte Gruppe mit 37% den Anteil auf 4-7%. Beide Gruppen schätzen ein deutliches Wachstum an Veganern in der deutschen Bevölkerung. Das Ergebnis dieser Frage stellt einen ersten Hinweis für einen Megatrend dar, weil ein Megatrend eine Dauer von 50 Jahren aufweisen muss.

In dem darauffolgenden Abschnitt wurden die Befragten gebeten, bestimmte Aussagen zu bewerten. Die Befragten wurden in die Gruppen Veganer und Nicht-veganer eingeteilt. Der Aussage *Veganer sind Besserwisser Stimmen* bei beiden Gruppen die meisten nicht zu, ebenfalls bei den Aussagen *Viele Veganer werden nach kurzer Zeit wieder Vegetarier/Fleischesser* und *Veganer zeichnen sich durch eine besondere ethische Denkweise aus*, dieser Aussage stimmen sie zu, dies sind die einzigen Aussagen, in denen sie sich einig sind. Dies zeigt ein gemischtes Bild gegenüber Veganern. Einer der Größen Abweichungen gibt es bei der Aussage *Veganer sind Vorbilder*. Dieser Aussage stimmen 85,91% der Veganer und 31,67% der Nicht-veganer zu. Es kann gesagt werden, dass es kein klares positives oder negatives Bild über Veganer gibt. Es werden negative auszuliegende Aussagen, wie *Veganer sind Besserwisser nicht zugestimmt* im Gegenzug dazu wird der Aussage *Veganer wollen missionieren* zugestimmt. Das gleiche Verhältnis gibt es bei den positiv einzuordnenden Aussagen *Veganer sind Vorbilder* wird nicht zu gestimmt und der Aussage *Veganer zeichnen sich durch eine besondere ethische Denkweise aus* wird zugestimmt.

In dieser Arbeit wurde nicht speziell nach dem Bildungsabschluss der Teilnehmer gefragt, sondern nur welcher Tätigkeit sie derzeit nachgehen. Dies hat ergeben, dass der Großteil der Befragten zu der Gruppe der Studierenden (56%) gehört. Es ist jedoch nicht ersichtlich, welchen Bildungsabschluss die weiteren Befragten haben.

Diese wurden nach ihrem Arbeitsverhältnis gefragt, woraus kein Bildungsabschluss ersichtlich ist. Im Vergleich mit der Vegetarier-Studie der Universität Jena fällt auf, dass auch dort mehr als 50% die allgemeine Hochschulreife haben (Friedrich, 2007). Dies ist

darauf zurückzuführen, dass die beiden Befragungen an Hochschulen durchgeführt wurden.

Auch die Geschlechterverteilung spiegelt die Ergebnisse einer Vegetarier-Studie der Universität Jena wieder. In dieser waren 70% der Personen weiblich und 30% männlich (Friedrich , 2007). Dieses Schema weisen ebenfalls viele weitere Studien auf. (Clarys & et.al, 2014, S. 1318ff)

Zwischen der Altersverteilung der vorliegenden Arbeit und der Verteilung von Kober lässt sich ein ähnliches Verhältnis feststellen. In beiden Studien ist die Altersgruppe zwischen 20 und 29 Jahren die am meisten vertretene. (Kober, 2014)

#### **4.6 Konsequenzen für das Lebensmittelmarketing**

Unter der Annahme, dass die Stichprobe repräsentativ für die vegane und nicht vegane Bevölkerung ist, kann aus den Ergebnissen der Befragung, geschlossen werden, dass die Nachfrage nach veganen Lebensmitteln in der Zukunft weiter steigen wird. Dies ist aus der Frage, nach dem wie lange sich die Befragten schon vegan ernähren, ersichtlich. Die Zahl der veganer steigt seit fünf Jahren an. Wie Frage ZE01 zeigte, sind die meisten Veganer aus ethischen Gründen vegan. Diesen Verzicht werden sie laut der Erhebung nicht aufgeben, denn 91% (vgl. Anhang 1) der befragten Veganer gaben in der Frage ER09 an, dass sie der Aussage *Viele Veganer werden nach kurzer Zeit wieder Vegetarier / Fleischessen nicht bis überhaupt nicht* zugestimmt.

Die Veganer schätzen den prozentualen Anteil an Veganern 2070 auf <10%, die Nicht-Veganer schätzen den Anstieg mit 4-7% kleiner ein. Dies zeigt ebenfalls eine Steigerung der Konsumenten für vegane Produkte.

### **5 Fazit**

Die in dieser Ausarbeitung vorgestellte Studie, stellt erste Eindrücke über den Trend zur veganen Ernährung dar. Mit ihrer Hilfe konnte festgestellt werden, dass ein großes Interesse an der veganen Ernährung besteht, welches ein erstes Indiz für einen Trend darstellt.

Im Folgenden werden die drei Voraussetzungen für einen Megatrend gezeigt und mit Hilfe der Studie beantwortet.

**Vorraussetzung 1:** Der Trend muss eine Halbwertszeit von mindestens 50 Jahren haben.

Dies wurde in der Frage TR04 abgefragt, indem die Befragten einschätzen mussten, wie viel Prozent der Bevölkerung sich 2070 vegan ernähren. 91,55% der Befragten schätzten den Anstieg zwischen 4% und <10% ein. Durch dieses Ergebnis kann angenommen werden, dass der Trend mindestens 50 Jahre anhalten wird. Aus der Frage ER06 ist ersichtlich, dass der Trend zur veganen Ernährung seit 5 Jahren stetig zunimmt und somit schon begonnen hat.

**Vorraussetzung 2:** Er muss in allen Lebensbereichen eine Rolle spielen und Auswirkungen zeigen (Ökonomie, Konsum, Politik, Alltagsleben).

Um diese Voraussetzung untersuchen zu können, wurden die Probanden in Frage TR01 gebeten, Angaben darüber zu machen, in welchen Lebensbereichen sie den Trend zur veganen Ernährung sehen. Daraus wurde ersichtlich, dass in den Bereichen Konsum und Ökonomie/Wirtschaft 86% bzw. 72% der Befragten das Thema verorten. Der Bereich des Alltages wurde mit der Frage ER04 abgedeckt. In dieser hören 56,43% der Befragten *mehrfach die Woche bis Jeden Tag* von der veganen Ernährung. Im Bereich der Politik sehen das Thema 36% repräsentiert. Somit kann nicht davon gesprochen werden, dass die vegane Ernährung in der Politik eine Rolle spielt.

Die vegane Ernährung spielt in drei der vier Bereiche eine Rolle und somit kann die zweite Voraussetzung nicht erfüllt werden, da in dieser steht, dass das Thema in allen Bereichen eine Rolle spielen muss.

**Vorraussetzung 3:** Megatrends haben prinzipiell einen globalen Charakter, auch wenn sie nicht überall gleichzeitig stark ausgeprägt sind.

Diese Voraussetzung wurde in der Frage TR02 abgefragt. Diese ergab, dass 63,1% der Befragten den veganen Trend weltweit beobachten können und 36,9% diese Frage mit *Nein* beantworteten. Somit kann die dritte Voraussetzung für einen Megatrend im Zusammenhang mit veganer Ernährung erfüllt werden.

Die Erkenntnisse aus Frage TR01, TR02 und TR04 zeigen, dass zwei der drei Voraussetzungen für einen Megatrend erfüllt werden und somit auf eine langfristige Bewegung hindeuten. (vgl. Kapitel 3.1.4) Die vegane Ernährung ist noch ein sehr junger Trend, ist aber in immer mehr Bereichen des Lebens anzutreffen. Daher wird es wahrscheinlich nur noch eine Frage der Zeit, bis dieser auch in der Politik ersichtlich wird.

**Fragestellung:** „Vegane Ernährung, ein kurzzeitiger Trend oder eine langfristige Bewegung?“

Der Megatrend konnte nicht bestätigt werden, aber ein Hype ausgeschlossen, da seit fünf Jahren die Anzahl an Veganern zunimmt. Aus dem gleichen Grund kann auch der Zeitgeist- oder Konsum-Trend ausgeschlossen werden. Der Soziokulturelle Trend ist ein mittelfristiger Veränderungsprozess, welcher sich auch im Konsum und in der Produktwelt zeigt. Er hat somit die gleichen Grundbedingungen wie ein Megatrend. Diese Voraussetzung macht die Unterscheidung mit dem jetzigen Forschungsstand sehr schwierig. Das größte Unterscheidungsmerkmal ist die Zeit. Der Megatrend dauert mindestens 50 Jahre und der Soziokulturelle Trend maximal 10 Jahre, der Trend zur veganen Ernährung besteht seit 5 Jahren wodurch er dem soziokulturellen Trend zugeordnet werden kann.

## 6 Zusammenfassung

Diese Bachelorarbeit mit dem Titel „Vegane Ernährung, ein kurzzeitiger Trend oder eine langfristige Bewegung?“, zeigt, wie die vegane Ernährungsweise eingeordnet werden kann und wie sie sich entwickelt.

Veganismus ist ein sehr aktuelles Thema, für welches sich immer mehr Menschen interessieren. In den letzten Jahren gab es viele Lebensmittelskandale mit Produkten tierischen Ursprunges und es wurde immer mehr bekannt, dass der Fleischkonsum schwere Auswirkungen auf das Klima, die Umwelt, den Welthunger und auf die eigene Gesundheit hat.

Diese Arbeit widmet sich der Erforschung des Trends zur veganen Ernährung. Mit Hilfe einer qualitativen Datenerhebung wurde der aktuelle Stand gegenüber der veganen Ernährung ermittelt. Hierfür wurde ein Fragebogen erstellt, der online von 355 Personen ausgefüllt wurde. Es hat sich herausgestellt, dass das Interesse für diese Ernährungsweise mit 78% der Befragten sehr hoch ist. Aber das Hauptaugenmerk galt den Voraussetzungen für einen Megatrend um den Trend zur veganen Ernährung als langfristige Bewegung identifizieren zu können. Es wurden aber nur zwei der drei Voraussetzungen erfüllt, da die vegane Ernährung nicht in der Politik zu erkennen ist. Somit konnte der Megatrend nicht bestätigt werden. Es konnte aber ein Hype und der Zeitgeist- oder Konsum-Trend ausgeschlossen werden, da seit fünf Jahren die Anzahl an Veganern zunimmt. Somit kann die vegane Ernährung als soziokultureller Trend eingeordnet werden, welche auch für eine langfristige Bewegung spricht.

## 7 Abstract

This bachelor thesis with the title “Vegan diets – a momentary trend or a long-term movement?” shows how the vegan diet can be classified and how it is evolving.

Veganism is a very up-to-date topic in which more and more people are interested in. In recent years there have been many food scandals with products of animal origin and it became well known that the consumption of meat has a very heavy impact on the climate, the environment, world hunger and on our own health.

This thesis is dedicated to researching the trend toward a vegan diet. The current status of a vegan diet was determined by help of a qualitative data collection. A questionnaire was developed for this purpose, which was completed online by 355 persons. It turned out that the interest for this type of diet is very high with 78% of responding participants.

The main attention was paid to the conditions for a mega-trend though, in order to be able to identify the trend towards a vegan diet as a long-term movement. There were only two of the three pre-requisites fulfilled since the vegan diet is not visible in politics. Therefore, a mega-trend could not be confirmed. However, a hype and a zeitgeist or consumption trend could be excluded as the number of vegans has increased within the last five years. Thus, the vegan diet may be considered as a form of a socio-cultural trend, which speaks also for a long-term movement.

## Literaturverzeichnis

- Albert Schweitzer Stiftung, f. u.** (Hrsg.). (o. J.). *Albert-Schweitzer-Stiftung.de*. Abgerufen am 3. 7. 2016 von <https://www.albert-schweitzer-stiftung.de/massentierhaltung/schweine/2>
- Allensbach, I.** (2. 6. 2015). *Statista*. Abgerufen am 23. 6. 2016 von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/445155/umfrage/umfrage-in-deutschland-zur-anzahl-der-veganer/>
- Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft.** (19.7.1999). Richtlinie 199/74/EG. In *Festlegung von Mindestanforderungen zum Schutz von Legehennen*.
- Appleby, P. N., Thorogood, M., Mann, J. I., & Key, T. J.** (9. 1999). *The Oxford Vegetarian Study: an overview*(70), 525-531. (A. S. Nutrition, Hrsg.) Von <http://ajcn.nutrition.org/content/70/3/525s.full.pdf+html> abgerufen
- Appleby, P., Roddam, A., Allen, N., & Key, T.** (7. 2 2007). Comparative fracture risk in vegetarians and nonvegetarians. *Nutr., Eur J Clin*(61), S. 1400-1406. Abgerufen am 20. 5. 2016 von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17299475>
- Bundesinstitut für Risikobewertung.** (3. 12. 2013). *Bundesinstitut für Risikobewertung*. Abgerufen am 20. 5. 2016 von [http://www.bfr.bund.de/de/ausgewaehlte\\_fragen\\_und\\_antworten\\_zu\\_vitamin\\_d-131898.html#topic\\_192280](http://www.bfr.bund.de/de/ausgewaehlte_fragen_und_antworten_zu_vitamin_d-131898.html#topic_192280)
- Campbell, T. C., & Campbell, T. M.** (2011). *China Study Die wissenschaftliche Begründung für eine vegane Ernährungsweise* (Bd. 2). Bad Kötzing/ München: Systemische Medizin.
- Cassidy, E. S., West, P. C., Gerber, J. S., & Foley, J. A.** (2013). Redefining agricultural yields: from tonnes to people nourished per hectare. (U. o. Institute on the Environment (IonE), Hrsg.) *Environ. Res. Lett.* Von <http://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/8/3/034015/pdf> abgerufen
- Chemnitz, C.** (2016). *Fleischatlas 2016- Deutschland Regional*. (Heinrich-Böll-Stiftung, Hrsg.) Würzburg: Phoenix Print GmbH. Von [https://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/landwirtschaft/160113\\_bund\\_landwirtschaft\\_fleischatlas\\_regional\\_2016.pdf](https://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/landwirtschaft/160113_bund_landwirtschaft_fleischatlas_regional_2016.pdf) abgerufen

- Clarys, P., & et.al.** (2014). *Comparison of Nutritional Quality of the Vegan, Vegetarian, Semi-Vegetarian, Pesco-Vegetarian and Omnivorous Diet*, 6, 1318-1332.  
(Nutrients, Hrsg.)
- Croft, M. T., Lawrence, A. D., Raux-Deery, E., Warren, M. J., & Smith, A. G.**  
(November 2005). *Algae acquire vitamin B12 through a symbiotic relationship with bacteria*, 7064(3), 438, S. 90-93. Nature.
- De-Klein, C., & et-al.** (2006). N2O Emissions from managed soils, and CO2 Emissions from lime and urea application. (IPCC-Guidelines-for-National-Greenhouse-GasInventories, Hrsg.) *Agriculture, Forestry and Other Land Use*. Abgerufen am 5. 7. 2016 von [http://www.ipcc-nggip.iges.or.jp/public/2006gl/pdf/4\\_Volume4/V4\\_11\\_Ch11\\_N2O&CO2.pdf](http://www.ipcc-nggip.iges.or.jp/public/2006gl/pdf/4_Volume4/V4_11_Ch11_N2O&CO2.pdf)
- DGE.** (2008a). *Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.* Abgerufen am 20. 5. 2016 von <https://www.dge.de/wissenschaft/referenzwerte/vitamin-b12/>
- DGE.** (2008b). *Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.* Abgerufen am 20. 5. 2016 von <https://www.dge.de/wissenschaft/referenzwerte/calcium/>
- DGE.** (2008c). *Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.* Abgerufen am 20. 5 2016 von <https://www.dge.de/wissenschaft/referenzwerte/protein/>
- Dietitians of Canada, & American Dietetic Association.** (Juni 2003). *Position of the American Dietetic Association and Dietitians of Canada: Vegetarian diets.*(103), 6, 748-765. (J. A. Assoc., Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12778049> abgerufen
- Eckert, R.** (2002). *Tierphysiologie* (4 Ausg.). Stuttgart/NewYork: Georg Thieme Verlag.
- EDEKA.** (2016a). *Edeka- Wir lieben Lebensmittel*. Abgerufen am 23. 5. 2016 von <https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/die-kooperation/vegan-2.jsp>
- EDEKA.** (2016b). *Edeka- Wir lieben Lebensmittel*. Abgerufen am 23. 5. 2016 von [https://www.edeka.de/rezepte-ernaehrung/rezepte/vegan/vegan-kochen.jsp?ns\\_campaign=qr\\_vegan](https://www.edeka.de/rezepte-ernaehrung/rezepte/vegan/vegan-kochen.jsp?ns_campaign=qr_vegan)
- EDEKA.** (2016c). *Edeka- Wir lieben Lebensmittel*. Abgerufen am 23. 5. 2016 von [https://www.edeka.de/unsere-marken/eigenmarken-lebensmittel/edeka-bio-vegan/internetstruktur\\_edeka\\_bio\\_\\_\\_vegan.jsp](https://www.edeka.de/unsere-marken/eigenmarken-lebensmittel/edeka-bio-vegan/internetstruktur_edeka_bio___vegan.jsp)

- EDEKA.** (2016d). *Edeka- Wir lieben Lebensmittel*. Abgerufen am 24. 5. 2016 von [https://www.edeka.de/minden\\_hannover/rezepte-ernaehrung/ernaehrungsmagazin/archiv-der-ernaehrungsspecials/content\\_\\_3\\_2\\_spalten\\_16.jsp](https://www.edeka.de/minden_hannover/rezepte-ernaehrung/ernaehrungsmagazin/archiv-der-ernaehrungsspecials/content__3_2_spalten_16.jsp)
- Exner, M.** (28. 10 2013). *Zeit Online- Ethik, Dogma oder Lifestyle?* Abgerufen am 28. 5. 2016 von <http://www.zeit.de/lebensart/2013-10/thema-vegan-leben-ethik-dogma-lifestyle>
- FAO.** (2015). *The FAO Hunger Map 2015*. Abgerufen am 30. 5. 2016 von <http://www.fao.org/hunger/en/>
- Fefac.** (2015). *Feed and food: Statistical yearbook 2014*. Brussels: Fefac. Von <http://www.fefac.eu/files/65464.pdf> abgerufen
- Franzen, A.** (2014). Antwortskalen in standardisierten Befragungen 51. In N. Baur, *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 706). Wiesbaden : Springer VS .
- Friedrich , S.-U.** (Hrsg.). (2007). *Ergebnisse der Vegetarierstudie*. Abgerufen am 16. 1. 2016 von [vegetarierstudie.uni-jena.de](http://www.vegetarierstudie.uni-jena.de)
- Fröhlich, G.** (2006). *Nachdenken über das Gute : ethische Positionen bei Aristoteles, Cicero, Kant, Mill und Scheler*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Fröleke, P. D.** (2004). *Kleine Nährwertabelle* (43 Ausg.). (d. D. e.V., Hrsg.) Umschau. Von <http://brotschrift.de/pdf/naehrwertabelle.pdf> abgerufen
- Gerich, J.** (2010). Thurstone- und Likertskalierung (Kapitel 12). In C. B. Wolf, *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse* (S. 259-281). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; Springer Fachmedien GmbH.
- Google-Trends.** (o.J.). Abgerufen am 13. 7. 2016 von <https://www.google.de/trends/explore#q=vegan>
- Gröber, U.** (2011). *Mikronährstoffe metabolic Tuning - Prävention - Therapie* (3 Ausg.). Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft.
- Häder, M.** (2015). *Empirische Sozialforschung* (3 Ausg.). Wiesbaden: Springer VS.

- Heinz, J.** (2015). *Vebu.de*. Abgerufen am 31. 5 2016 von <https://vebu.de/tiere-umwelt/massentierhaltung-ausbeutung-von-tieren/schweinemast-schweine-in-schweinehaltung/>
- Horx Zukunftsinstitut GmbH.** (2010). Abgerufen am 16. 6. 2016 von Trend Definition: <http://www.horx.com/zukunftsforschung/Docs/02-M-03-Trend-Definitionen.pdf>
- Husmann, G., Kaatsch, D. P., & Alexander, P. D.** (2010). *Krebs in Deutschland 2005/2006 Häufigkeiten und Trends* (7. Aufl.). (R. K.-I. e.V., Hrsg.) Lübeck. Von <http://www.gbe-bund.de/pdf/KID2010.pdf> abgerufen
- Institut für Handelsforschung.** (22. 2. 2016). Abgerufen am 13. 7. 2016 von <http://www.ifhkoeln.de/pressemitteilungen/details/vegan-boom-kernmarkt-der-vegetarischen-und-veganen-lebensmittel-waechst-auf-454-millionen-euro/>
- Key TJ, A. P.** (2001). Vegetarianism, coronary risk factors and coronary heart disease. In S. J. *Vegetarian nutrition* (S. 35-37). Boca Raton: CRC Press.
- Kirchhoff, S., Kuhnt, S., Lipp, P., & Schlawin, D.** (2010). *Der Fragebogen: Datenbasis, Kon- struktion und Auswertung* (5. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften ; Springer Fachmedien GmbH.
- Klößner, J. F.** (2014). Gesamtgestaltung des Fragebogens (Kapitel 49). In N. B. Baur, *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 679). Wiesbaden: Springer VS; Springer Fachmedien.
- Kober, N.** (2014). *Reduzierung des Fleischkonsums- Motivationen, Hindernisse und Aussichten* -. Greifswald. Abgerufen am 2. 7. 2016 von [http://www.mnf.uni-greifswald.de/fileadmin/Geowissenschaften/geographie/angew\\_geo/Bachelorarbeiten/BSc.Arbeit\\_Nanette\\_Kober.pdf](http://www.mnf.uni-greifswald.de/fileadmin/Geowissenschaften/geographie/angew_geo/Bachelorarbeiten/BSc.Arbeit_Nanette_Kober.pdf)
- Kohlenberg-Mueller, K., & Raschka, L.** (2003). *Calcium balance in young adults on a vegan and lactovegetarian diet.*(21), 1, 28-33. (J. B. Metab., Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12491091> abgerufen
- Krajcovicová-Kudlácková, M., Blazíček, P., Kopcová, J., Béderová, A., & Babinská, K.** (2000). *Homocysteine levels in vegetarians versus omnivores.*(44), 135-138. (A. N. Metab., Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11053901> abgerufen

- Kuckartz, U., Ebert, T., Rädiker, S., & Stefer, C.** (2009). *Evaluation Online Internetgestützte Befragung in der Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; GWV Fachmedien GmbH.
- Kugler, D. m.** (Hrsg.). (2007). *Vegetarische essen - Fleisch vergessen* (1. Ausg.). Marktheidenfeld: DAS WORT GmbH.
- Landesamt-für-Natur-Umwelt-und-Verbraucherschutz-Nordrhein-Wesfalen** (Hrsg.). (3. 4. 2012). Überarbeiteter Abschlussbericht Evaluierung des Antibiotikaeinsatzes in der Hähnchenhaltung. Recklinghausen. Von [http://www.lanuv.nrw.de/fileadmin/lanuv/agrar/tiergesundheit/arzneimittel/antibiotika/120403\\_Masthaehnenstudie\\_ueberarbeitung\\_Evaluation\\_Endfassung.pdf](http://www.lanuv.nrw.de/fileadmin/lanuv/agrar/tiergesundheit/arzneimittel/antibiotika/120403_Masthaehnenstudie_ueberarbeitung_Evaluation_Endfassung.pdf) abgerufen
- Bayrische Landesanstalt für Landwirtschaft**, (Hrsg.). (2014). Gruber Tabelle zur Fütterung in der Rindermast. 19, 5. Freising-Weihenstephan.
- Langley, D. G.** (1999). *Vegane Ernährung*. Göttingen: Echo.
- Leitzmann, C.** (2012). *Gesundheitsberatung unabhängig-kompetent-nachhaltig*. (V. f. e.V., Herausgeber) Abgerufen am 16. 7. 2016 von <https://www.ugb.de/exklusiv/fragen-service/china-study/>
- Leitzmann, C., & Keller, M.** (2010). *Vegetarische Ernährung* (2. Ausg.). Stuttgart: Eugen Ulmer KG.
- Majchrzak, D., Singer, I., Männer, M., Rust, P., Genser, D., Wagner, K., & Elmadfa, I.** (19. 9. 2006). *B-vitamin status and concentrations of homocysteine in Austrian omnivores, vegetarians and vegans*.(50), 485-491. (A. N. Metab, Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16988496> abgerufen
- Malik, V., Li, Y., Tobias, D., Pan, A., & Hu, F.** (28. 3. 2016). *Dietary protein intake and risk of type 2 diabetes in US men and women*. (A. J. Epidemiology, Hrsg.)
- McGill, H.** (1996). Overview. In R. R. Fuster V, *Atherosclerosis and coronary artery disease* (S. 151-161). Philadelphia: Lippincott-Raven Publishers.
- Meier, T., & Christen, O.** (21. 12. 2012). *Environmental Impacts of Dietary Recommendations and Dietary Styles: Germany As an Example*, 47, 2, 877–888. (E. S. Technol., Hrsg.) Saale. Von <http://pubs.acs.org/doi/abs/10.1021/es302152v> abgerufen

- Meier, T., & Christen, O.** (2012a). Environmental Impacts of Dietary Recommendations and Dietary Styles: Germany As an Example. 877-888. (E. S. Technology, Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=Environmental+Impacts+of+Dietary+Recommendations+and+Dietary+Styles%3A+Germany+As+an+Example> abgerufen
- Mesfin M. Mekonnen, A. Y.** (2012). *A Global Assessment of the Water Ecosystems*. Von <http://waterfootprint.org/media/downloads/Mekonnen-Hoekstra-2012-WaterFootprintFarmAnimalProducts.pdf> abgerufen
- Naisbitt, J.** (1982). *Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives*. Heyne Verlag.
- Neal D. Barnard, M. J.-M., Seidl, K., Green, A. A., & Talpers, S.** (8. 2006). A Low-Fat Vegan Diet Improves Glycemic Control and Cardiovascular Risk Factors in a Randomized Clinical Trial in Individuals With Type 2 Diabetes. (A. D. Association, Hrsg.) *Diabetis Care*, 29, S. 1777-1783. Von <http://care.diabetesjournals.org/content/29/8/1777.long> abgerufen
- Pauls, S., & Müller, M.** (16. 3. 2014). *MOPO*. Von <http://www.mopo.de/hamburg/leben-ohne-tier-produkte-das-ist-dran-am-vegan-trend-4371082-seite2> abgerufen
- Peta2.** (o.J.). *peta2.de*. Abgerufen am 16. 5. 2016 von <http://www.peta2.de/web/meatsnotgreen.1108.html>
- Porst, R.** (2014). *Fragebogen – Ein Arbeitsbuch* (4 Ausg.). Wiesbaden: Springer VS ; Springer Fachmedien.
- Prüfer, P., & Rexroth, M.** (Mai 1996). Verfahren zur Evaluation von Survey - Fragen.: *ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 96/05*, 8. Mannheim. Von [http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis\\_reihen/zuma\\_arbeitsberichte/96\\_05.pdf](http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/zuma_arbeitsberichte/96_05.pdf) abgerufen
- Rajaram, S., & Wien, M.** (2001). Vegetarian diets in the prevention of osteoporosis, diabetes and neurological disorders. In J. Sabaté (Hrsg.), *Vegetarian Nutrition* (S. 109-134). Boca Raton: CRC Press.
- Reinke, M. P.** (26. 06 2015). Mastrinder. *Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt*. Von <https://www.albert-schweitzer-stiftung.de/wp-content/uploads/Mastrinder-Albert-Schweitzer-Stiftung-f%C3%BCr-unsere-Mitwelt-26.-Juni-2015.pdf> abgerufen

**Richtlinie, 1.** (19. Juli 1999). RICHTLINIE 1999/74/EG DES RATES zur Festlegung von Mindestanforderungen zum Schutz von Legehennen. Von [http://www.lanuv.nrw.de/fileadmin/lanuv/agrar/dok/l\\_20319990803de00530057.pdf](http://www.lanuv.nrw.de/fileadmin/lanuv/agrar/dok/l_20319990803de00530057.pdf) abgerufen

**Schwartz, R. H.** (July/August 2004). Meat-Now, It`s Not Personal. *WORLD WATCH magazine*, S. 14. Von <http://www.worldwatch.org/system/files/EP174A.pdf> abgerufen

**sgs Schweizerische Gesellschaft, f. E.** (Hrsg.). (Februar 2013). Ernährung bei einer Laktoseintoleranz (Milchzuckerunverträglichkeit). 3.

**Statistische Bundesamt** (Hrsg.). (2015). *Bevölkerungsentwicklung Deutschlands bis 2060*. Abgerufen am 16. 7. 2016 von Destatis: <https://www.destatis.de/bevoelkerungspyramide/#!y=2016&a=30,40&o=2016v1&g>

**Statistische Bundesamt** (Hrsg.). (2015). *Destatis Statistische Bundesamt*. Abgerufen am 15. 5. 2016 von <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/LandForstwirtschaftFischerei/TiereundtierischeErzeugung/Tabellen/Legehennenhaltung.html>

**Statistisches Bundesamt** (Hrsg.). (2010). *Todesursachen in Deutschland 2008*. Wiesbaden: Destatis wissen.nutzen.

**Suter, P. M.** (2008). *Checkliste Ernährung* (3. Aufl.). Stuttgart: Thieme.

**The-Vegan-Society.** (19. 5. 2016). *Memorandum and Articles of Association of the Vegan Society*. Abgerufen am 20. 5. 2016 von The vegan Society One world. Many Lives. Our choice: <https://www.vegansociety.com/about-us/history>

**The-Vegan-Society** (Hrsg.). (o.J.). *The Vegan Society One world. Many lives. Our choice*. Abgerufen am 2. 7. 2016 von <https://www.vegansociety.com/about-us/history>

**United States Department of Agriculture.** (Hrsg.). (2002). Statistics of grain and feed Agricultural Statistics. 1-47.

**Varnhorn, B.** (2002). *Das neue Bertelsmann Lexikon* (Bd. 6). Güterloh/München: Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH.

**vegane bewegung.de.** (o. J.). Abgerufen am 5. 7. 2016 von <http://vegane-bewegung.de/warum-vegan/ethische-gruende-fuer-die-vegane-lebensweise.html>

- Vegatarier Bund e.V.** (Hrsg.). (2015). *Anzahl der Veganer und Vegetarier in Deutschland*. Abgerufen am 23. 6. 2016 von <https://vebu.de/themen/lifestyle/anzahl-der-vegetarierinnen>
- Vegatarier Bund e.V.** (Hrsg.). (2015). *Jung, weiblich, vegan: Rund 1 Million Menschen in Deutschland leben vegan*. Abgerufen am 1. 1 2016 von <https://vebu.de/presse/pressemitteilungen/2244-jung-weiblich-vegan-rund-1-million-menschen-in-deutschland-leben-vegan>
- Vegatarier Bund e.V.** (Hrsg.). (30. 5 2016). *vebu.de*. Von <https://vebu.de/tiere-umwelt/massentierhaltung-ausbeutung-von-tieren/> abgerufen
- Vegatarier Bund e.V.** (Hrsg.). (kein Datum). *Vebu.de*. Abgerufen am 12. März 2016 von <https://vebu.de/themen/tiere-a-ethik/tiere-und-tierhaltung/schweine>
- Verbraucherzentrale Hamburg e.V** (19. 5. 2016). *Siegel für vegane Lebensmittel*. Von [http://www.vzhh.de/ernaehrung/334673/Vegan\\_Siegel\\_vzhh.pdf](http://www.vzhh.de/ernaehrung/334673/Vegan_Siegel_vzhh.pdf) abgerufen
- Verordnung.** (24. September 2009). VERORDNUNG (EG) Nr. 1099/2009 DES RATES über den Schutz von Tieren zum Zeitpunkt der Tötung. Von <http://paktev.de/artikel/433d.pdf> abgerufen
- Waldmann, A., Koschizke, J., Leitzmann, C., & Hahn, A.** (5. 2004). *Homocysteine and cobalamin status in German vegans*.(7), 467-72. (P. H. Nutr., Hrsg.)
- Waldmann, A., Koschizke, J., Leitzmann, C., & Hahn, A.** (8. 2013). *Dietary intakes and lifestyle factors of a vegan population in Germany: results from the German Vegan Study*.(57), 947-955. (E. J. Nutrition, Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12879089> abgerufen
- Wang, Y., & Beyoin, M.** (24. 3. 2009). *Meat consumption is associated with obesity and central obesity among US adults*(33), 621-628. (I. J. Obesity, Hrsg.) London. Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2697260/> abgerufen
- Weichbold, M.** (2014). Pretest (Kapitel 19). In J. B. N. Baur, *Hanbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 299 ff). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Welt-Vegan.** (2016). *Welt vegan Magazien*. Abgerufen am 5. 6. 2016 von <http://www.welt-vegan-magazin.de/ernaehrung/sport-wellness/>

**Wolk, A., & Larsson, S.** (31. 1. 2012). *Red and processed meat consumption and risk of pancreatic cancer: meta-analysis of prospective studies.*, 106, 603-607. (B. J. Cancer, Hrsg.) Von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22240790> abgerufen

**Zeit-Online.** (24. 4. 2016). *Zeit Online.* Abgerufen am 19. 5. 2016 von <http://www.zeit.de/zeit-magazin/essen-trinken/2016-04/glutenfrei-kochen-vegane-blumenkohlsuppe-kohlsalat-suesskartoffeln-sonntagsessen> zugriff: 16.05.2016

# Anhang

## Anhang 1

### Korrelationen

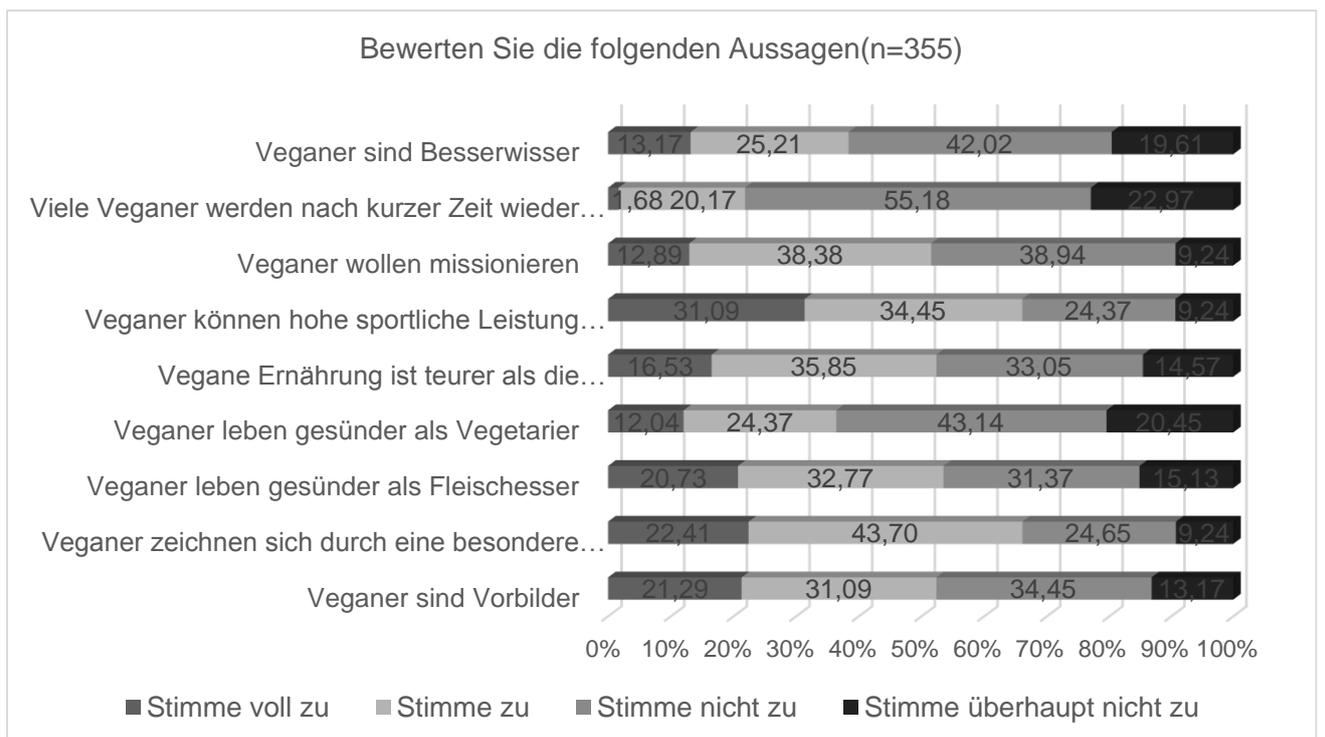
		Bitte geben Sie	
		Ihr Alter an:	Interesse
Spearman-Rho	Bitte geben Sie Ihr Alter an:	Korrelationskoeffizient	1,000
		Sig. (2-seitig)	.
		N	355
	Interesse	Korrelationskoeffizient	-,175**
		Sig. (2-seitig)	,001
		N	381

\*\* . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

## Anhang 2

	Stimme voll zu		Stimme zu		Stimme nicht zu		Stimme überhaupt nicht zu	
	Veganer	Nicht Vegan	Veganer	Nicht Vegan	Veganer	Nicht Vegan	Veganer	Nicht Vegan
Veganer sind Vorbilder	60	16	57	54	15	108	4	43
Veganer zeichnen sich durch eine besondere etische Denkweise aus	47	33	72	84	15	73	2	31
Veganer leben gesünder als Fleischesser	53	21	61	56	19	93	3	51
Veganer leben gesünder als Vegetarier	35	8	67	20	30	124	4	69
Vegane Ernährung ist teurer als die durchschnittliche Ernährungsweise	8	51	30	98	58	60	40	12
Veganer können hohe sportliche Leistung erbringen	78	33	36	87	15	72	4	29
Veganer wollen missionieren	2	44	39	98	71	68	24	9
Viele Veganer werden nach kurzer Zeit wieder Vegetarier/Fleischesser	1	5	10	62	68	129	57	25
Veganer sind Besserwisser	4	43	23	67	68	82	41	29

## Anhang 3



## Anhang 4

### Fragebogen

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen meiner Bachelorarbeit an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg erforsche ich, wie sich Menschen ernähren und welche Einstellung sie zur veganen Ernährung haben.

Deshalb bitte ich Sie, sich kurz Zeit zu nehmen, den vorliegenden Fragebogen auszufüllen. Die Befragung ist anonym, die Daten werden vertraulich behandelt und nur für wissenschaftliche Zwecke benutzt.

Die Bearbeitung des Fragebogens wird ca. 5 Minuten in Anspruch nehmen.

Sie haben im Anschluss an die Umfrage die Möglichkeit, sich für die Teilnahme an einem Gewinnspiel zu registrieren. Nach Abschluss der Umfrage, wird ein Amazon-Gutschein im Wert von 20 € unter allen Teilnehmern verlost.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

#### 1. Wie oft hören Sie in Ihrem privaten Umfeld von der veganen Ernährung?



Nie       1 x Monat       1 x Woche       mehrfach die Woche       jeden Tag

#### 2. Sind Sie an veganer Ernährung interessiert?

Wählen Sie bitte die passende Aussage aus.

- Ich interessiere mich sehr für das Thema
- Ich interessiere mich für das Thema
- Ich interessiere mich nicht für das Thema

#### 3. Wie sieht Ihr Konsum von tierischen Produkten aus?

- Ich konsumiere Fisch, Fleisch und andere tierische Lebensmittel, wie Eier und Milchprodukte. (Omnivore)
- Ich verzichte auf den Konsum von Fleisch und Fisch. (Ovo-Lacto-Vegetarier)
- Ich konsumiere Fisch aber kein Fleisch (je nach Ausprägung auch Weichtiere, Milch und/oder Eier). (Pescetarier)

- Ich nehme keine Eier, Fleisch und Fisch zu mir, aber konsumiert Milchprodukte. (Lacto-Vegetarier)
- Ich verzichte auf den Konsum von Milchprodukten, nehme aber Eier zu mir. (Ovo-Vegetarier)
- Ich nehme keine tierischen Produkte zu mir. (Veganer)

**4. Aus welchem Grund ernähren Sie sich vegan?**

Bewerten sie die Gründe nach Ihrer Priorität.

	Sehr wichtig	Wichtig	Ich weiß nicht	Eher unwichtig	unwichtig
Ethik	<input type="radio"/>				
Gesundheit	<input type="radio"/>				
Welthunger	<input type="radio"/>				
Umweltschutz	<input type="radio"/>				
Unverträglichkeiten (z.B. Laktoseintoleranz)	<input type="radio"/>				
Sonstiges: <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>	<input type="radio"/>				

**5. Denken Sie, dass die Bedeutung dieser Aspekte in Zukunft zunehmen wird?**

- Ja
- Nein

**6. Wie lange ernähren Sie sich schon vegan?**

Angabe in Jahren.

[Bitte auswählen]

**7. Wie viel Prozent der deutschen Bevölkerung ernähren sich Ihrer Meinung nach 2070 vegan?**

Schätzungen zufolge ernähren sich zurzeit 1,1% der deutschen Bevölkerung vegan. (Vegetarier Bund Deutschland Januar 2015)

- <1%
- 1-3%
- 4-7%
- 8-10%
- >10%

**8. In welchen Lebensbereichen wird der vegane Trend ebenfalls thematisiert?**

Mehrfachantworten sind möglich.

- Ökonomie/Wirtschaft
- Konsum
- Politik
- Andere
- Keine

**9. Glauben Sie, dass der vegane Trend weltweit zu beobachten ist?**

- Ja
- Nein

**10. Bewerten Sie die folgenden Aussagen.**

	Stimme voll zu	Stimme zu	Stimme nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu
Veganer sind Vorbilder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer zeichnen sich durch eine besondere ethische Denkweise aus.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer leben gesünder als Fleischesser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer leben gesünder als Vegetarier.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer leben gesünder als Vegetarier.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegane Ernährung ist teurer als die durchschnittliche Ernährungsweise.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer können hohe sportliche Leistung erbringen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer wollen missionieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viele Veganer werden nach kurzer Zeit wieder Vegetarier/Fleischesser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veganer sind Bessermesser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an:**

- Männlich
- Weiblich

**12. Bitte geben Sie Ihr Alter an:**

- < 20
- 20 – 29
- 30 – 39
- 40 – 49
- > 50

**13. Welcher Tätigkeit gehen Sie nach?**

- Schüler
- Student
- Angestellter
- Selbstständig

- Rentner
- Sonstiges

**14. Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen?**

- < 1.000 €
- 1.000 – 2.000 €
- 2.000 – 3.000 €
- > 3.000 €
- keine Angabe

## **Eidesstattliche Erklärung:**

Ich versichere, dass ich vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und nur die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Hamburg, den 24. Juni 2016

---

(Leif Kindinger)