

## MEDIENMITTEILUNG

# SMART-PROTEIN-UMFRAGE: DEUTSCHLAND ISST WENIGER FLEISCH

## Über die Hälfte der Verbraucher hat den Fleischkonsum deutlich reduziert

Berlin, 10.11.2021 – Eine gemeinsame Umfrage von ProVeg, Innova Market Insights, der Universität Kopenhagen und der Universität Gent hat europaweit eine klare Verschiebung hin zu einer pflanzlichen Ernährung festgestellt. Die Umfrage im Rahmen des Smart-Protein-Projekts ergab, dass 46 % der europäischen Verbraucher ihren Fleischkonsum im letzten Jahr deutlich reduziert haben. Unter den deutschen Verbrauchern waren es mit 51 % sogar mehr als die Hälfte. Deutschland steht im europäischen Vergleich damit hinter Rumänien auf Platz 2.

Die Ergebnisse der Befragung zu Einstellungen gegenüber pflanzlichen Lebensmitteln, insbesondere von Flexitariern, kommen rechtzeitig zum Treffen der Staats- und Regierungschefs auf der UN-Klimakonferenz in Glasgow (COP 26). Derzeit entfallen 82 % der ernährungsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen in Europa auf tierische Erzeugnisse.<sup>1</sup> Untersuchungen zeigen jedoch, dass eine Umstellung auf eine pflanzliche Ernährung die persönlichen ernährungsbedingten Emissionen um bis zu 50 % reduzieren könnte.<sup>2,3</sup>

Unter den Befragten ernähren sich bereits 30 % flexitarisch. Sie reduzieren den Konsum tierischer Lebensmittel. Der Anteil Befragter mit einer veganen oder vegetarischen Ernährung lag in Deutschland mit 10 % am höchsten. An der Umfrage nahmen mehr als 7.500 Personen in 11 europäischen Ländern teil. Befragt wurden die Teilnehmer unter anderem zu ihren Einstellungen gegenüber pflanzlichen Lebensmitteln, zu ihrem Vertrauen in diese Produkte, zu ihren Konsumgewohnheiten und zu den wichtigsten Gründen für ihre Lebensmittelwahl. Die Ergebnisse stehen auch als länderspezifische Berichte zur Verfügung.

<sup>1</sup> Sandström, V., H. Valin, T. Krisztin, et al. (2018): The role of trade in the greenhouse gas footprints of EU diets. *Global Food Security* 19, S. 48–55. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2018.08.007>

<sup>2</sup> Wissenschaftlicher Beirat Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlicher Verbraucherschutz & Wissenschaftlicher Beirat Waldpolitik beim BMEL (2016): Klimaschutz in der Land- und Forstwirtschaft sowie den nachgelagerten Bereichen Ernährung und Holzverwendung, Berlin

<sup>3</sup> Hallström, E., A. Carlsson-Kanyama & P. Börjesson (2015): Environmental impact of dietary change: a systematic review, *Journal of Cleaner Production* 91, S. 1–11. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.008>

---

### ProVeg e.V.

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
[www.proveg.com](http://www.proveg.com)  
[proveg.com/de/kontakt](http://proveg.com/de/kontakt)

### Vorstand

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

### Vereinsregistereintrag

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

### Spenden- und Beitragskonto

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

## Zentrale Ergebnisse für Deutschland

- Über die Hälfte der Befragten (51 %) gab an, ihren Fleischkonsum bereits deutlich reduziert zu haben.
- 2 von 5 Teilnehmern (41 %) sehen sich in der Lage, ihren Fleischkonsum in naher Zukunft zu reduzieren.
- Rund jeder 3. (32 %) möchte auch den Konsum von Milchprodukten verringern.

## Verbraucherstimmen zu pflanzlichen Produkten

- Über die Hälfte der Befragten (55 %) nannte den **Preis** als größtes Hindernis für eine Umstellung auf pflanzliche Produkte. Dennoch erklärte sich jeder 4. (26 %) bereit, einen höheren Preis für pflanzenbasiertes als für tierisches Fleisch zu zahlen.
- 43 % der Befragten würden pflanzliche Alternativen mit dem **Geschmack und der Textur** von tierischem Fleisch probieren, 41 % würden sie regelmäßig kaufen.
- Die Befragten wünschten sich vor allem **Hackfleisch** und **Burger-Pattys** (je 32 %) sowie **Hühnerbrüste** und **Würstchen** (je 30 %) auf Pflanzenbasis in den Supermärkten.
- Auch **Fischstäbchen** (27 %) und **Räucherlachs** (22 %) auf Pflanzenbasis stehen oben auf der Wunschliste.
- An pflanzlichem Käse wünschten sich die Befragten insbesondere **Frischkäse** (32 %), **Schnittkäse in Scheiben** (32 %) und **Mozzarella** (31 %).
- Die meistverzehrteten Produkte auf Pflanzenbasis sind **Milch** (28 %), **Joghurt** (21 %), **Geflügel** und **Rindfleisch** (je 20 %, alle mindestens wöchentlich).
- **Kartoffeln, Reis und Linsen** sind die bevorzugten Hauptinhaltsstoffe für pflanzliche Lebensmittel.

*„Die Verbraucher zeigen den Weg: Sie wünschen sich noch mehr und noch bessere Lebensmittel auf Pflanzenbasis. Die Nachfrage ist da, nun sollte auch das Angebot wachsen. Das ist eine große Chance für alle Akteure.“*

**Dr. Kai-Brit Bechtold, Senior Consumer Research Scientist ProVeg**

*„Unsere Ernährung wandelt sich mit großer Geschwindigkeit, die Nachfrage nach innovativen Proteinalternativen steigt. Mit Blick auf die Klimaziele macht dieser Trend Hoffnung. Damit die Entwicklung aber auch anhalten kann, sollte die nächste Regierung Forschung und Entwicklung rund um nachhaltige Proteine dringend schärfer in den Blick nehmen. Deutschland hat das Potenzial zum Innovationsstandort, das gilt es, zu nutzen.“*

**Matthias Rohra, Geschäftsführer ProVeg**

---

### ProVeg e.V.

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
www.proveg.com  
proveg.com/de/kontakt

### Vorstand

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

### Vereinsregistereintrag

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

### Spenden- und Beitragskonto

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

## **Gesamtbericht + länderspezifische Einblicke**

[smartproteinproject.eu/consumer-attitudes-plant-based-food-report/](http://smartproteinproject.eu/consumer-attitudes-plant-based-food-report/)

---

### **Kontakt**

Lena Renz

PR-Managerin ProVeg Germany

[presse@proveg.com](mailto:presse@proveg.com)

+49 176 177 858 52

### **Über Smart Protein**

Smart Protein ist ein von der EU mit 10 Millionen Euro gefördertes Projekt, das die Entwicklung einer nächsten Generation von Lebensmitteln zum Ziel hat, die kostengünstig, ressourceneffizient und nährstoffreich sind. Aus alternativen Proteinquellen wie Hülsenfrüchten und Beiprodukten der Bier- und Nudelproduktion werden unter anderem Fleisch, Fisch, Milchprodukte und Backwaren auf pflanzlicher Basis entwickelt.

[www.smartproteinproject.eu](http://www.smartproteinproject.eu)

### **Über ProVeg**

ProVeg ist eine internationale Ernährungsorganisation, die sich für eine Transformation des globalen Nahrungsmittelsystems einsetzt, indem tierische Lebensmittel durch pflanzliche und zellkultivierte Alternativen ersetzt werden. ProVeg arbeitet zusammen mit internationalen Entscheidungsgremien, Unternehmen, Investorengruppen, den Medien und der breiten Öffentlichkeit am Übergang zu einer Gesellschaft und Wirtschaft, die weniger von der Tierhaltung abhängen und nachhaltiger für Menschen, Tiere und den Planeten sind. ProVeg hat den Status eines Ständigen Beobachters der UN-Klimarahmenkonvention (UNFCCC) sowie beratenden Status beim Wirtschafts- und Sozialrat der Vereinten Nationen (ECOSOC), ist bei der UN-Umweltversammlung (UNEA) akkreditiert und hat den „Momentum for Change“-Preis der Vereinten Nationen erhalten.

[www.proveg.com/de](http://www.proveg.com/de)

---

#### **ProVeg e.V.**

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
[www.proveg.com](http://www.proveg.com)  
[proveg.com/de/kontakt](http://proveg.com/de/kontakt)

#### **Vorstand**

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

#### **Vereinsregistereintrag**

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

#### **Spenden- und Beitragskonto**

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

# Was wollen Europas Verbraucher?

Eine Umfrage zu pflanzlichen Lebensmitteln

Mit länderspezifischen Einblicken



## ZENTRALE ERKENNTNISSE

---

### Gesamtbericht + länderspezifische Einblicke

[smartproteinproject.eu/consumer-attitudes-plant-based-food-report/](http://smartproteinproject.eu/consumer-attitudes-plant-based-food-report/)

---

## Konsumverhalten

- Insgesamt bezeichnen sich **30 %** der Teilnehmer als **Flexitarier**. In den Niederlanden (42 %) und Rumänien (40 %) war der Anteil der Flexitarier am höchsten. **7 %** der Gesamtstichprobe **ernähren sich pflanzlich** (Veganer und Vegetarier).
- Was tierische Produkte betrifft, so **konsumieren** europäische Verbraucher **am häufigsten Milch** (38 % täglich), **Käse** (25 % täglich) und **Joghurt** (25 % täglich). Beim Fleisch ist **Geflügel** die am häufigsten konsumierte Kategorie (55 % mindestens einmal pro Woche). Unter den pflanzlichen Produkten werden **pflanzliche Milch** (28 % mindestens einmal pro Woche), **pflanzlicher Joghurt** (23 % mindestens einmal pro Woche) und **pflanzliches Rindfleisch** (22 % mindestens einmal pro Woche) am häufigsten konsumiert.

---

#### ProVeg e.V.

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
[www.proveg.com](http://www.proveg.com)  
[proveg.com/de/kontakt](http://proveg.com/de/kontakt)

#### Vorstand

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

#### Vereinsregistereintrag

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

#### Spenden- und Beitragskonto

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

- Europäische Verbraucher gehen für den Lebensmitteleinkauf am ehesten in **Supermärkte** (65 %) und in **Discounter** (43 %).
- Um sich über pflanzliche Produkte zu informieren, nutzen europäische Verbraucher am ehesten **Suchmaschinen** (58 %), **Webseiten von Gesundheits- und Ernährungsgesellschaften** (46 %) und **Online-Videos** (41 %).<sup>1</sup>
- Die europäischen Verbraucher vertrauen den **Webseiten von Gesundheits- und Ernährungsgesellschaften** (52 %) und **Suchmaschinen** (50 %) am meisten.<sup>2</sup>

## Fleisch und Fisch auf pflanzlicher Basis

- **46 %** der europäischen Verbraucher **essen heute weniger Fleisch** als noch vor einem Jahr.<sup>3</sup> **39 %** beabsichtigen, ihren **Fleischkonsum** (z. B. Rind, Schwein, Huhn) in den nächsten sechs Monaten zu **reduzieren**.<sup>4</sup>
- **25 %** der Europäer beabsichtigen, in den nächsten sechs Monaten **ihren Verbrauch an pflanzlichen Fleischprodukten** (z. B. pflanzliche Burger/Würstchen) **zu erhöhen**. In den Niederlanden und Spanien ist die Absicht, den Konsum von pflanzlichem Fleisch zu erhöhen, am größten: 28 % der Niederländer und Spanier geben an, dass sie dies tun werden.<sup>5</sup>
- Verbraucher in **Italien, Dänemark** und **Deutschland** essen am ehesten pflanzliche Fleischprodukte statt herkömmlicher Fleischprodukte.
- Insgesamt sind **38 %** der Befragten **geneigt, pflanzliches Fleisch zu probieren**, wenn es allgemein verfügbar, schmackhaft und erschwinglich ist.<sup>6</sup>
- **36 %** der europäischen Verbraucher würden eher **pflanzliches Fleisch** als tierisches Fleisch **essen**, **35 %** würden es regelmäßig **kaufen** und **22 %** wären bereit, einen **höheren Preis** dafür zu **zahlen** (wenn es den gleichen Geschmack und die gleiche Konsistenz wie tierisches Fleisch hat).<sup>7</sup>
- Europäische Verbraucher zeigen eine hohe Nachfrage nach **pflanzlichem Geflügel** (43 %) und pflanzlichem **Rindfleisch** (41 %). Insbesondere wünschen sie sich, dass sie im Supermarkt **pflanzliche Burger-Pattys** (34 %), **Hähnchenbrust** und **Hackfleisch** (31 %) kaufen können.

<sup>1</sup> Anteil der Personen, die „wahrscheinlich“ + „sehr wahrscheinlich“ bei der jeweiligen Aussage gewählt haben

<sup>2</sup> Anteil der Personen, die „Ziemlich vertrauensvoll“ + „Sehr vertrauensvoll“ bei der jeweiligen Aussage gewählt haben

<sup>3</sup> Anteil der Personen, die „viel weniger“ + „etwas weniger“ bei der jeweiligen Aussage gewählt haben

<sup>4</sup> Anteil der Personen, die „Ich werde weniger konsumieren“ + „Ich werde etwas weniger konsumieren“ bei der jeweiligen Aussage angegeben haben

<sup>5</sup> Anteil der Personen, die „Ich werde ein wenig mehr konsumieren“ + „Viel mehr“ bei der jeweiligen Aussage gewählt haben

<sup>6</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „sehr wahrscheinlich“ + „extrem wahrscheinlich“ zustimmen

<sup>7</sup> Anteil der Personen, die die jeweilige Aussage „sehr wahrscheinlich“ + „extrem wahrscheinlich“ treffen

### ProVeg e.V.

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
www.proveg.com  
proveg.com/de/kontakt

### Vorstand

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

### Vereinsregistereintrag

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

### Spenden- und Beitragskonto

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

- Insgesamt zeigen die europäischen Verbraucher eine große Nachfrage nach **pflanzlichem Lachs** (31 %) und **Thunfisch** (29 %). Insbesondere wünschen sie sich, **pflanzliche Fischstäbchen, Räucherlachs** (24 %) und **Fischburger** (22 %) kaufen zu können.

## Milchprodukte auf pflanzlicher Basis

- **28 %** der europäischen Verbraucher beabsichtigen, ihren **Konsum von Milchprodukten** (z. B. Milch, Joghurt, Käse) in den nächsten sechs Monaten zu **reduzieren**.<sup>8</sup>
- Insgesamt beabsichtigen **26 %** der europäischen Verbraucher, in den nächsten sechs Monaten ihren **Verbrauch an pflanzlichen Milchprodukten** (z. B. Soja-/Hafermilch, Kokosnuss, Joghurt) zu **erhöhen**.<sup>9</sup>
- Verbraucher in **Italien, Dänemark** und **Spanien** sind am ehesten bereit, **herkömmliche Käseprodukte** durch pflanzliche Käseprodukte zu **ersetzen**.
- **26 %** der europäischen Verbraucher sind bereit, **pflanzliche Käseprodukte** anstelle von konventionellen Käseprodukten zu **essen**, wenn sie in Bezug auf Geschmack und Konsistenz identisch sind.<sup>10</sup>
- **28 %** der europäischen Verbraucher würden höchstwahrscheinlich **regelmäßig pflanzlichen Käse kaufen**, wenn Geschmack und Konsistenz identisch mit herkömmlichem Käse wären.<sup>11</sup>
- **20 %** der europäischen Verbraucher sind bereit, **für pflanzlichen Käse einen höheren Preis zu zahlen** als für konventionelle Käseprodukte.<sup>12</sup>

## Einstellungen, Überzeugungen und Kauffaktoren

- Der **Preis** (52 %) ist das Haupthindernis für einen vermehrten Verzehr pflanzlicher Produkte, gefolgt von **mangelnder Information** (45 %) und **mangelnder Auswahl beim Essen im Restaurant** (41 %).<sup>13</sup>
- **58 %** der europäischen Verbraucher glauben, dass ein hoher **Fleischkonsum ernsthafte Gesundheitsprobleme verursachen kann**, und **51 %** der Menschen würden ihren **Fleischkonsum reduzieren, wenn ihr Arzt dies empfehlen würde**. **45 %** wählen Lebensmittel, bei denen die **Tierquälerei auf ein Minimum reduziert** wird, und **43 %**

<sup>8</sup> Anteil der Personen, die „Ich werde etwas weniger konsumieren“ + „Ich werde weniger konsumieren“ bei der jeweiligen Aussage gewählt haben

<sup>9</sup> Anteil der Personen, die „Ich werde ein wenig mehr konsumieren“ + „Ich werde mehr konsumieren“ bei der jeweiligen Aussage gewählt haben

<sup>10</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „sehr wahrscheinlich“ + „extrem wahrscheinlich“ zustimmen

<sup>11</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „sehr wahrscheinlich“ + „extrem wahrscheinlich“ zustimmen

<sup>12</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „sehr wahrscheinlich“ + „extrem wahrscheinlich“ zustimmen

<sup>13</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „zustimmen“ + „voll und ganz zustimmen“

### ProVeg e.V.

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
www.proveg.com  
proveg.com/de/kontakt

### Vorstand

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

### Vereinsregistereintrag

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

### Spenden- und Beitragskonto

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

sehen sich in der Lage, ihren **Fleischkonsum** in den kommenden Monaten zu **verringern**. **47 %** der Verbraucher glauben, dass der Verzehr von **Fleisch** zu jeder Mahlzeit **teuer** ist, sind aber auch der Meinung, dass pflanzliches Fleisch zu teuer ist.<sup>14</sup>

- Bei der Auswahl von **Lebensmitteln** sind für europäische Verbraucher **Geschmack** (83 %) und **Frische** (80 %) die wichtigsten Faktoren.<sup>15</sup>
- Bei der Wahl **pflanzlicher Produkte** sind für europäische Verbraucher **Geschmack** (40 %), **Gesundheit** (34 %) und **Frische** (29 %) die wichtigsten Faktoren.<sup>16</sup>
- Europäische Verbraucher vertrauen darauf, dass **Produkte auf Basis pflanzlicher Proteine sicher** (51 %) und **korrekt gekennzeichnet** sind (50 %).<sup>17</sup>
- Bei der Frage nach pflanzlichem Protein, Insektenprotein, zellkultiviertem Protein, Algenprotein und Pilzen **vertrauen** europäische Verbraucher **pflanzlichem Protein am meisten** (39 %) und Insektenprotein am wenigsten (35 %).<sup>18</sup>

## Vegane Backwaren

- Verbraucher in **Dänemark, Spanien und Italien essen am ehesten vegane Backwaren** statt konventioneller Backwaren.
- **26 %** der europäischen Verbraucher halten es für **wichtig, dass Backwaren keine tierischen Zutaten enthalten**.<sup>19</sup>
- **29 %** der europäischen Verbraucher **würden wahrscheinlich eher vegane als konventionelle Backwaren essen**, 30 % würden wahrscheinlich regelmäßig vegane Backwaren kaufen und 19 % würden wahrscheinlich einen höheren Preis für vegane als für konventionelle Backwaren bezahlen, wenn sie den gleichen Geschmack und die gleiche Konsistenz haben.<sup>20</sup>

## Weitere Ergebnisse

- **49 %** der europäischen Verbraucher halten ein **Bio-Siegel auf pflanzlichen Produkten für wichtig**. Von allen europäischen Ländern messen **Italien und Rumänien** dem Bio-Siegel die größte Bedeutung bei. 61 % der italienischen und rumänischen Verbraucher halten ein Bio-Siegel auf pflanzlichen Produkten für wichtig.<sup>21</sup>

<sup>14</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „zustimmen“ + „voll und ganz zustimmen“

<sup>15</sup> Anteil der Personen, die die jeweilige Aussage für „etwas wichtig“ + „sehr wichtig“ halten

<sup>16</sup> Von den 22 Antwortmöglichkeiten durften maximal fünf gewählt werden

<sup>17</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „zustimmen“ und „voll und ganz zustimmen“

<sup>18</sup> Von 1 (am meisten Vertrauen) bis 5 (am wenigsten Vertrauen)

<sup>19</sup> Anteil der Personen, die die jeweilige Aussage für „etwas wichtig“ + „sehr wichtig“ halten

<sup>20</sup> Anteil der Personen, die der jeweiligen Aussage „sehr wahrscheinlich“ + „extrem wahrscheinlich“ zustimmen

<sup>21</sup> Anteil der Personen, die die jeweilige Aussage für „etwas wichtig“ + „sehr wichtig“ halten

### ProVeg e.V.

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
www.proveg.com  
proveg.com/de/kontakt

### Vorstand

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

### Vereinsregistereintrag

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

### Spenden- und Beitragskonto

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN

- **Kartoffeln** und **Reis** sind die Lieblingszutaten der Europäer in pflanzlichen Produkten: 43 % befürworten pflanzliche Produkte, die Kartoffeln als Hauptzutat enthalten, während 41 % Reis wählen.

---

**ProVeg e.V.**

Genthiner Straße 48 · 10785 Berlin  
Tel: +49 30 29028253-0 Fax: -26  
[www.proveg.com](http://www.proveg.com)  
[proveg.com/de/kontakt](http://proveg.com/de/kontakt)

**Vorstand**

Sebastian Joy (Bundesvorsitzender)  
Thomas Schönberger (stellv. Vorsitzender)  
**Geschäftsführung**  
Matthias Rohra

**Vereinsregistereintrag**

Amtsgericht Berlin (Charlottenburg)  
VR 32501  
**USt-IdNr.**  
DE115669781

**Spenden- und Beitragskonto**

Bank für Sozialwirtschaft  
IBAN DE25 2512 0510 0008 4612 01  
BIC BFSWDE33HAN