

PRESSEMITTEILUNG

Unglaublich: EM Bratwurstkonsum verursacht 80.587 Tonnen CO₂!

Berlin, 08.06.2021: Grillen gehört für die meisten deutschen Fußballfreund:innen zur Fußball-EM dazu, das zeigt eine Studie des Marktforschungsunternehmens POSPulse. Die gravierende Folge: Eine Mehrbelastung des Klimas um 80.587 Tonnen CO₂. Dabei ließen sich genussvoll über 60.393 Tonnen CO₂ einsparen. Das entspräche einem CO₂-Ausstoß von 256 Erdumrundungen mit einem Kleinwagen. Die leckeren Veganz Bratgriller auf pflanzlicher Basis verbrauchen viermal weniger Kohlenstoffdioxid als ihr tierisches Pendant und sorgen dafür, dass Tiere und Regenwald geschützt werden. Ganz transparent nachzulesen am Nachhaltigkeits-Score auf der Verpackung.

„Iss mal was fürs Klima!“ appelliert Veganz daher an alle Fußballfans. Für die Profis auf dem Platz ist dies inzwischen längst Alltag. Immer mehr Leistungssportler:innen orientieren sich an einer pflanzenbasierten und damit klimafreundlicheren Ernährung. Mit dabei: Nationalspieler wie Luca Waldschmidt oder Serge Gnabry. Sogar DFB-Chefkoch Holger Stromberg verwendete während der Weltmeisterschaft 2014 ausschließlich Pflanzendrinks und nur selten Fleisch. Viele Sportler:innen berichten über positive körperliche Effekte wie schnellere Regeneration, weniger Muskelkater und ausbleibendes Völlegefühl nach dem Essen.

Auch für den ehemaligen Profi-Fußballer Timo Hildebrand ist es einfach nur logisch auf tierische Produkte zu verzichten. *„Ich ernähre mich vegan, weil ich mich damit auseinandergesetzt habe, was das Beste für meine Gesundheit ist. Für mich sollte Essen aber auch Spaß machen, genussvoll sein und easy in den Alltag integriert werden können. Deshalb greife ich super gern zu den veganen Produkten von Veganz. Gerade die veganen Bratgriller von Veganz finde ich toll und authentisch im Geschmack. Sie entsprechen genau meiner nachhaltigen Auffassung von Ernährung und dem Umgang mit unserer Umwelt. Dass ich ganz nebenbei auch noch jede Menge CO₂ einsparen kann, ist für mich die ultimative Win-Win-Situation.“*

Mehr Informationen zum Veganz Nachhaltigkeits-Score und den Veganz Produkten sind auf vegan.de zu finden.

Über Veganz:

Veganz – Gut für dich, besser für alle – ist die Marke für pflanzliche Lebensmittel. 2011 in Berlin gegründet, wurde das Unternehmen als erste vegane Supermarktkette Europas bekannt. Mit einer bunten und lebensbejahenden Unternehmensphilosophie schaffte es Veganz, die vegane Nische aufzubrechen und den pflanzlichen Ernährungstrend am Markt zu etablieren. Inzwischen sind rund 400 Produkte der Marke Veganz entwickelt worden. Das aktuelle Produktportfolio ist weltweit in 28 Ländern und in über 22.000 Märkten des Lebensmitteleinzelhandels und in Drogeriemärkten erhältlich. Zudem wird das Veganz-Produktportfolio kontinuierlich um qualitativ hochwertige, innovative Artikel erweitert sowie die nachhaltige Wertschöpfungskette stetig verbessert. Für dieses Engagement wurde Veganz 2021 als einziges deutsches Unternehmen in einem exklusiven Handelsblatt-Ranking unter die Top-3-Innovationsbrands und zur innovativsten Food Brand Deutschlands gewählt.

Medienkontakt: Kim Julia Matthies | presse@veganz.de | +49 30 2936378 108

* Die Berechnung dieses Schätzwertes erfolgte auf Grundlage der durchschnittlichen Zuschauerzahlen der letzten drei Europameisterschaften (Vgl. Gerhard und Geese (2016)) und einer Studie zu Konsumpräferenzen an Fußballabenden des Marktforschungsunternehmens POSPulse (2021). Berechnung der CO₂ Einsparung nach Ergebnissen des Schweizer Instituts Eaternity.

Quellen:

Gerhard, Heinz / Geese, Stefan (2016): Die Fußball-Europameisterschaft 2016 im Fernsehen
POSPulse (2021): Der perfekte Fußballabend