



Pressemitteilung

Bestnote für Nachhaltigkeit: Veganz bringt vegane Thunfisch-Alternative auf den Markt

Berlin, 09.09.2021. Saffig in der Konsistenz, authentisch im Geschmack: Mit dem [Veganz Tunno](#) lanciert Deutschlands innovativste Food Marke 2021 eine geschmackvolle und rein pflanzliche Alternative zu herkömmlichem Thunfisch. Damit bereichert das Unternehmen den Markt veganer Fischalternativen nach dem [Räucherlaxs](#) um ein weiteres innovatives und klimafreundliches Premiumprodukt.

Schmeckt wie Thunfisch, ist aber keiner

Mit dem Tunno bringt das konzernunabhängige Berliner Unternehmen Veganz einen leckeren, rein pflanzlichen Fang in den Handel. Die hochwertige Rezeptur auf Basis von Erbsenprotein macht diese Thunfisch-Alternative zu einer hervorragenden Proteinquelle – ganz ohne Tierleid. Seinen authentischen Geschmack verdankt der Tunno der Zutat Knotentang - einer in europäischen Gewässern heimischen Algenart - der für das nötige Meeresaroma sorgt.

Gut für dich, besser für die Meere

Auch in Sachen Nachhaltigkeit ist der Tunno ein wahrer Leckerbissen: Mit 332 Gramm CO₂-Emission pro 100 Gramm hat die Thunfisch-Alternative eindeutig die Flosse vorn in puncto Klima- und Umweltschutz. Zum Vergleich: 100 Gramm herkömmlicher Thunfisch verursachen ganze 434 Gramm CO₂-Emission. Pro Portion lassen sich also spielerisch 102 Gramm CO₂ einsparen.

Darüber hinaus kommt der Tunno gänzlich ohne Massentierzucht in Aquakulturen und Überfischung aus, denn beides gefährdet die Biodiversität in unseren Ozeanen.

Laut britischem [FoodNavigator](#) wird der Gelbflossenthunfisch binnen fünf Jahren ausgestorben sein. Kommerzielle Fischzucht in Aquakulturen

verursacht enormes Tierleid durch zu beengte Haltung. Das begünstigt die rasche Ausbreitung von Krankheitserregern unter Fischen, die auch freilebende Tiere befallen und die Artenvielfalt in unseren Meeren zusätzlich dezimieren. Indem der Veganz Tunno komplett auf tierische Zutaten verzichtet, trägt er aktiv zur Erhaltung der Artenvielfalt und zum Schutz der Tierwelt in unseren Meeren bei.

Ebenfalls mit an Bord: der Veganz Nachhaltigkeits-Score

Der Tunno ist nicht nur lecker, er ist auch gut für unser Klima. Wie gut, zeigt Veganz ganz transparent bereits auf der Verpackung mit dem [Nachhaltigkeits-Score Eaternity](#). Anhand von vier Kategorien ist so für die Kund:innen direkt sichtbar, wie es um die Ökobilanz des Produktes steht.

Dem aktuellen [Bericht zum globalen Stand von Fischerei und Aquakultur der FAO](#) (Food and Agriculture Organization of the United Nations) zufolge gehört Thunfisch zu den Top 3 der am häufigsten gefangenen Fischarten. Um der zunehmenden Überfischung und dem damit zusammenhängenden Rückgang der Artenvielfalt in unseren Meeren entgegenzutreten, setzt Veganz mit dem Tunno deshalb ein klares Zeichen für mehr Nachhaltigkeit auf dem Speiseplan.

Warum Tunno aus der Dose?

Auch seine Verpackungen möchte der vegane Vollsortimenter möglichst nachhaltig und umweltfreundlich gestalten. Für den Tunno bietet die Konservendose einige Vorteile gegenüber Glas- oder gar Plastikverpackungen. Im Vergleich zur Herstellung eines Schraubglases verbraucht die Produktion der Dose ein Vielfaches weniger an Energie. Zudem ist sie zu 75 Prozent aus recyceltem Material hergestellt und lässt sich problemlos wieder recyceln. Für Verbraucher:innen hat sie den Vorteil, dass die Qualität dieser Thunfisch-Alternative gewährleistet bleibt und sie darüber hinaus lange frisch und geschmackvoll hält.

Zu guter Letzt kommt der Veganz Tunno völlig ohne Soja und Palmöl aus. Das schützt den Regenwald und freut auch Allergiker:innen. Er kann kalt oder warm genossen werden und ist genauso vielseitig einsetzbar, wie sein tierisches Pendant. Ob vegane Alternativen zu Thunfischsalat, Thunfisch-Pizza, als Brotaufstrich oder im Nudelaufguss – mit ihm gelingt alles.

Über Veganz Group AG

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 unter der Marke Veganz entwickelt worden. Das aktuelle Produktportfolio umfasst 120 Produkte über viele Kategorien und 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**