



Pressemitteilung

Klima retten beim Grillen – Nachhaltige, Vegane Stadion-Bratwurst von Veganz ab August im Handel!

Berlin, 14.07.2022 – In der Grillsaison greifen fast 40 Prozent der Verbraucher:innen alle zwei Wochen zum Grill (1). Dabei erfreuen sich primär Steaks und Bratwürste (2) großer Beliebtheit. Rund 77 Prozent der Männer und 65 Prozent der Frauen gaben 2020 an, dass (Brat-) Würste auf dem Rost nicht fehlen dürften (3). Damit steht fest: Beim BBQ auf Fleisch zu verzichten, ist für die Mehrheit der Deutschen bisher keine Option. Dabei gibt es nur ein Problem: Mit unserem Konsum heizen wir dem Klima so richtig ein!

Laut Umweltbundesamt werden 95 Prozent der beim Grillen anfallenden klimarelevanten Emissionen durch Grillgut verursacht. Will man klimafreundlich grillen, sollte vor allem die Menge an Fleisch reduziert (4) oder im besten Falle pflanzliche Spezialitäten verwendet werden – zum Beispiel die nachhaltige, vegane Stadion-Bratwurst von Veganz.

Mit einem CO₂-Fußabdruck von 1.092 g je Packung (400 g) zeigt die Veganz Stadion-Bratwurst wie Klimaschutz aussehen kann. Das tierische Pendant weist bei gleicher Grammatatur einen Emissionswert von 4.682 g CO₂ auf – mehr als das Vierfache (5). Noch beachtlicher sind die Unterschiede beim Wasser-Fußabdruck: Mit 14 Liter Wasserverbrauch pro Packung werden 99 Prozent weniger Wasser für die Herstellung benötigt als bei herkömmlicher Kalbsbratwurst (1.303 Liter pro 400 g).

An den Kiosken der Red Bull Arena in Leipzig bereits etabliert, wird die beliebte Stadion-Bratwurst zudem ab August im Kühlregal des Lebensmitteleinzelhandels erhältlich sein. Im Handel kann sie im Hinblick auf Preis, Grammatatur und Geschmack ebenso bestehen wie im Nachhaltigkeitsvergleich.

Dank ihres authentischen Geschmacks und der knackigen Hülle, ist sie der ideale Einstieg für alle, die es auch mal vegan probieren wollen. Und durch

die Erbsenprotein- statt Weizen- und Sojabasis ist sie das perfekte Grillgut für Allergiker:innen.

Damit hebt sich die Veganz Stadion-Bratwurst bewusst von den gängigen Konkurrenzprodukten auf dem Markt ab und greift den Trend zur alternativen Proteinquelle Erbse auf. Passend dazu arbeitet das vegane Unternehmen aus Berlin gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Molekularbiologie und Angewandte Oekologie IME am Anbau von Erbsen im Vertical Farming – einer absoluten Revolution in der Agrarwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie!

Weitere Informationen über Veganz und zu den Produkten erhalten Sie [hier](#).

(1) Quelle: <https://de.statista.com/themen/4020/grillen-in-deutschland/>

(2) Quelle: Sandra Ahrens, Umfrage zum Lieblings-Grillgut in Deutschland 2021, 17.01.2022
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1284435/umfrage/food-trends-in-deutschland/>

(3) Quelle: Sandra Ahrens: Produkten, die auf dem Grill nicht fehlen dürfen, nach Geschlecht in Deutschland 2020, 14.06.2022

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1139123/umfrage/was-darf-auf-dem-grill-nicht-fehlen-in-deutschland-nach-geschlecht/>

(4) Quelle: https://www.oekotest.de/essen-trinken/Rindfleisch-nur-auf-Platz-2-Diese-Lebensmittel-sind-die-schlimmsten-Klimakiller-600836_1.html

(5) Quelle: <https://co2.eaternity.ch>

Über die Veganz Group AG

Veganz (vegan.de) – Gut für dich, besser für alle – ist die Marke für pflanzenbasierte Lebensmittel. Gegründet 2011 in Berlin, wurde Veganz als europäische vegane Supermarktkette bekannt. Mit einer bunten und lebensbejahenden Unternehmensphilosophie gelang es Veganz, die vegane Nische aufzubrechen und den pflanzlichen Ernährungstrend auf dem Markt zu etablieren. Das aktuelle Produktportfolio umfasst Produkte vom Frühstück bis zum Abendbrot und ist in mehr als der Hälfte aller europäischen Länder und über 22.000 Verkaufsstellen (Points of Sale, POS) weltweit erhältlich. Daneben wird das Veganz-Produktportfolio kontinuierlich durch hochwertige, innovative Artikel optimiert und die nachhaltige Wertschöpfungskette stetig verbessert. Für dieses Engagement wurde Veganz in einem exklusiven [Handelsblatt-Ranking 2021](#) zur innovativsten Lebensmittelmarke Deutschlands gewählt.

Medienkontakt: Moritz Möller | presse@vegan.de | +49 30 2936378 172