



Pressemitteilung

Veganz-Studie: 3/4 der Deutschen um Wasserknappheit besorgt

Berlin, 21. März 2023 – Die Veganz Studie „Klimawandel und Optimismus in Deutschland“ untersucht erstmalig die Stimmungs- und Wissenslage der Deutschen in Bezug auf den Klimawandel, seine Folgen, das 1,5°-Ziel und die Chancen, etwas dagegen zu tun. Die größte Sorge der Deutschen: Wasserknappheit. Deswegen zeigt Veganz online zum Welttag des Wassers am 22. März 2023, wie Wasser gespart werden kann und startet mit seinem neuen Partner CleanHub Wasserschutzaktionen für das Leben auf Land und im Wasser.

Fast 90 Prozent der Deutschen glauben an den Klimawandel und über 70 Prozent geben an, dass sie seine Folgen überwiegend oder vollständig beunruhigend finden. Vor allem Wasserknappheit und Naturkatastrophen sehen die Deutschen als besorgniserregendste Folge des Klimawandels.

Nur eine Mehrheit von 62,5 Prozent an, sich ausreichend über den Klimawandel informiert zu fühlen, und nur knapp ein Drittel haben Vertrauen, dass sie überwiegend oder vollständig in der Lage sind, etwas gegen den Klimawandel zu tun. Dass das 1,5°-Grad Ziel zu halten sei, glauben nur noch 9,5 Prozent der Befragten. Die Bevölkerung sieht den Klimawandel also wenig optimistisch und steht ihm etwas überfordernd gegenüber.

Diesen Sorgen setzt Veganz nun klimapositive Beispiele entgegen: In der Studie und online auf veganz.de finden die Leser:innen eine Menge inspirierende Links, um sich besser über den Klimawandel zu informieren und positive Beispiele von Aktivismus kennenzulernen. Dabei wird Veganz auch selbst aktiv: Zusammen mit CleanHub unterstützt Veganz den

Aufbau von Müllentsorgung in Tansania und vermeidet so über 7 Tonnen Ozeanplastik. Das entspricht der Jahresmenge der recyclefähigen Verpackungen des Veganz Choc Bar Coconut. Gleichzeitig lässt Veganz für jeden bei Rewe am Welttag des Wassers verkauften Veganz Choc Bar Coconut ein zusätzliches Kilogramm Plastik einsammeln.

Wasserknappheit ist nur eines der vielen Themen, das die Deutschen zum Klimawandel bewegt. Mit Engagement und Gemeinschaft ist Veganz 180° fürs Klima aktiv und zeigt, wie nachhaltige Lebensmittelindustrie funktioniert.

Über die Veganz Group AG

Veganz ([vegan.de](https://www.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 28.000 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