

Was isst die ZHAW?

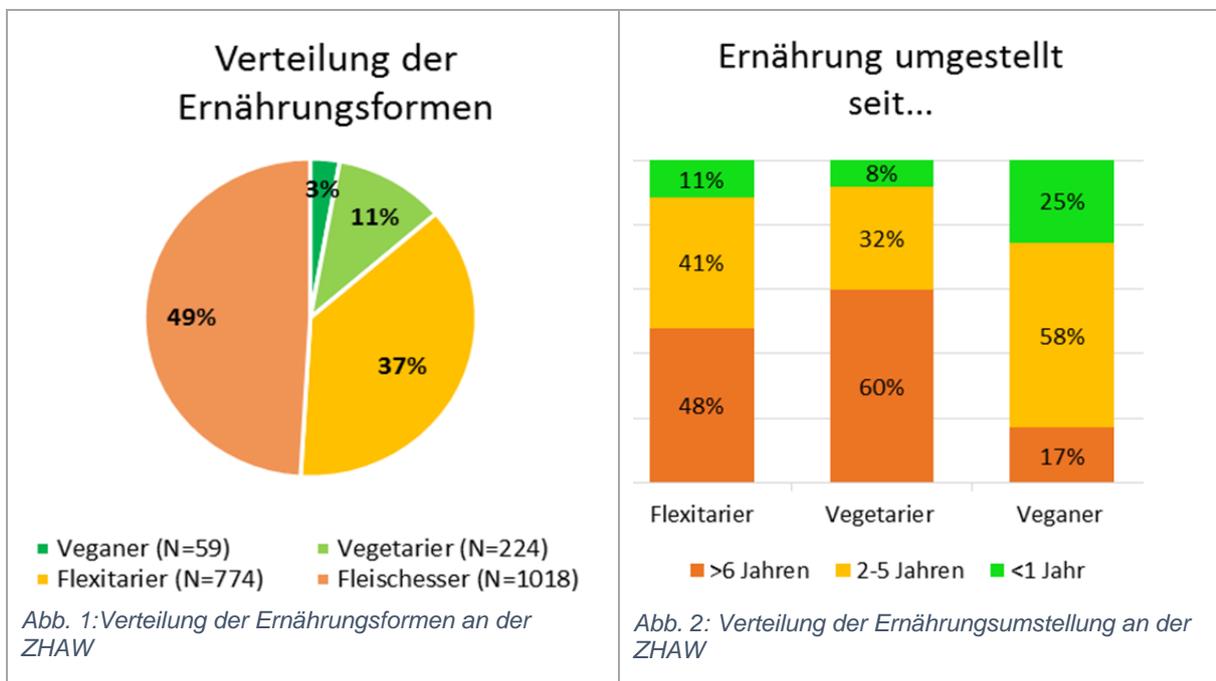
Vanessa Streng, Janice Sych, Christine Brombach

Hintergrund

Vegetarische Ernährungsformen sind in der westlich geprägten Welt in den letzten Jahren zum Trend geworden. Vor allem Veganismus wird bei jungen Erwachsenen nicht länger nur aus ethischen Aspekten praktiziert, sondern steht heutzutage viel mehr für Lifestyle, Image, Individualisierung und ökologischer Verantwortung. Im Rahmen einer Semesterarbeit wurde eine Umfrage zum Ernährungsverhalten von Mitarbeitenden und Studierenden an der ZHAW durchgeführt. Erste Ergebnisse dieser Befragung werden hier präsentiert.

Studienteilnehmende

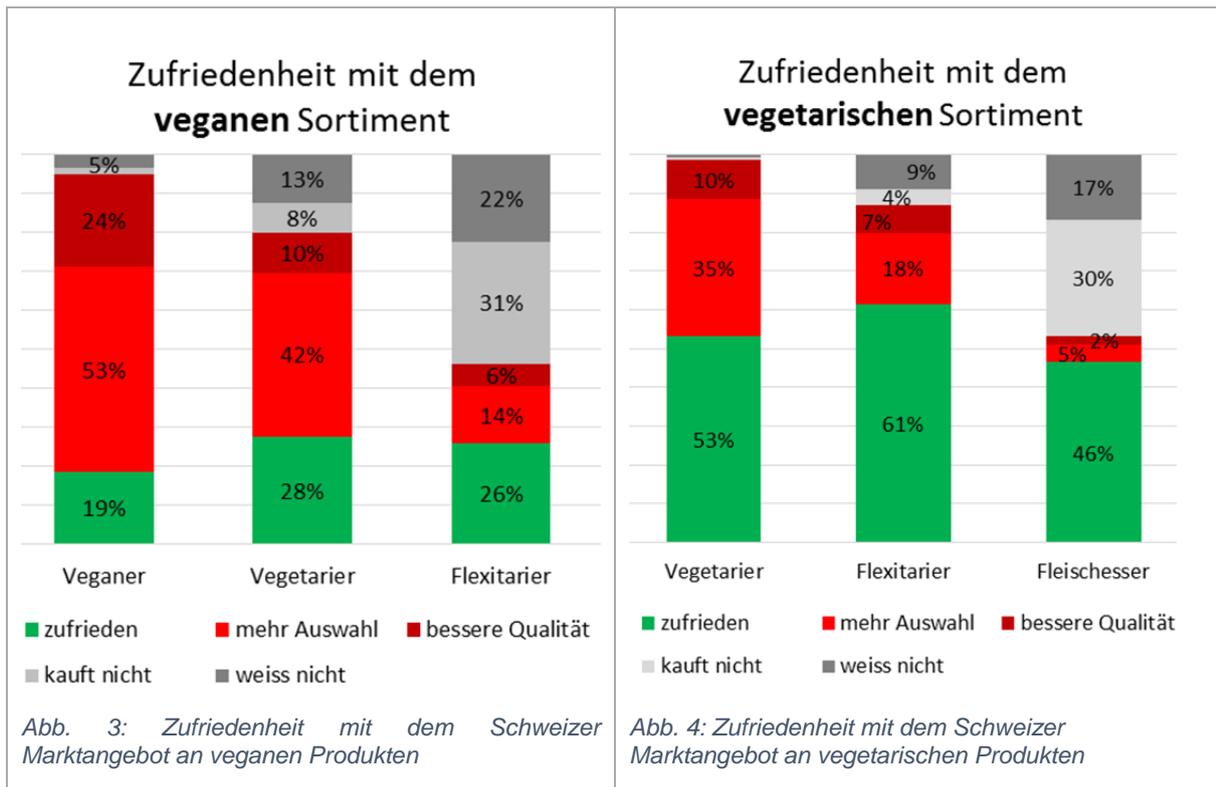
Von den insgesamt 2075 Teilnehmern der Umfrage gaben 49% an, sich omnivor (fleischessend) zu ernähren und 37% bezeichnen sich als Flexitarier. Der Anteil der Vegetarier (11%) wie auch der Veganer (3%) liegt über dem Schätzungen anderer Studien [Abb. 1]. Es zeigt sich, dass bei den Veganern die Anzahl an Personen, die ihre Ernährung erst kürzlich im letzten Jahr (25%) umgestellt haben, deutlich höher ist, als die der Flexitarier (11%) und Vegetarier (8%) [Abb. 2]. Die Unterschiede der ZHAW Ergebnisse im Vergleich zu anderen Studien können sich durch die höhere Versiertheit der Teilnehmenden in Bezug auf Ernährung erklären lassen. Eine vegetarische oder vegane Ernährung wird oft von jungen, gut gebildeten Erwachsenen (vorwiegend Frauen) praktiziert. Zudem beschäftigen sich Personen, welche in der Lebensmittel-, Ernährungs- oder Gesundheitsbranche tätig sind, vermehrt mit ihrer eigenen Ernährung. Bei der ZHAW Umfrage sind 72% der Befragten zwischen 19 und 34 Jahren alt, 68% sind Frauen, und 21% sind in der Lebensmittel-, Ernährungs- oder Gesundheitsbranche tätig. Die Anteile der Ernährungsformen sind somit nicht für die Schweizer Bevölkerung repräsentativ.



Zufriedenheit mit dem veganen und vegetarischen Marktangebot

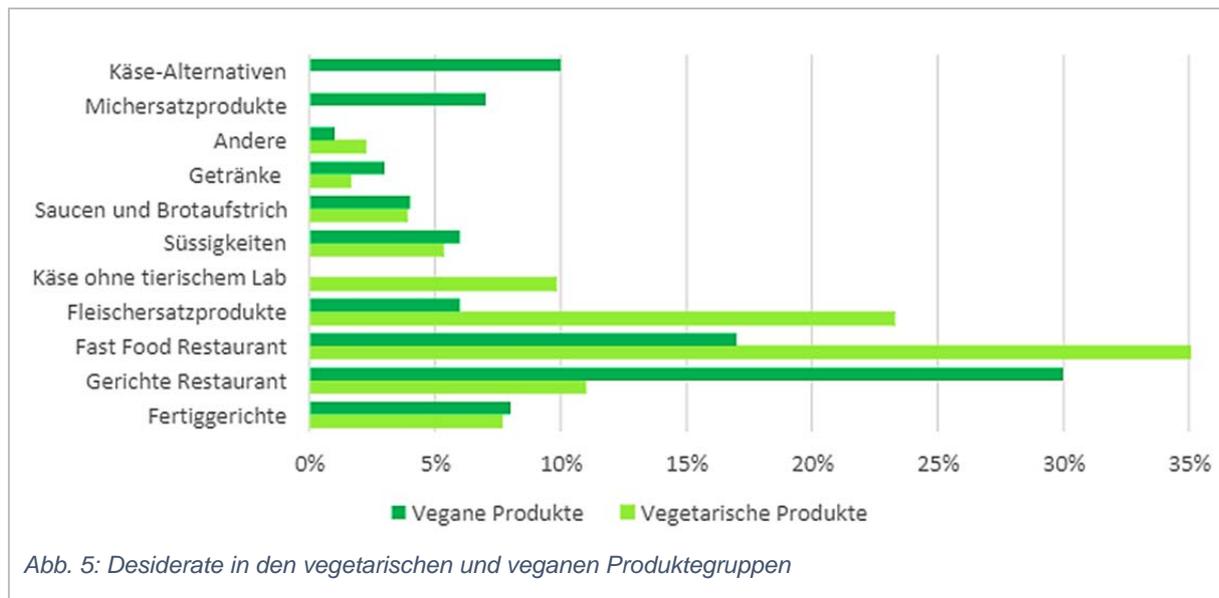
77% der Veganer sind mit dem veganen Sortiment, welches auf dem Schweizer Markt erhältlich ist nicht zufrieden. 53% wünschen sich mehr Auswahl, 24% bessere Qualität. Lediglich 19% sind mit dem Sortiment zufrieden. Da auch Vegetarier und Flexitarier potenzielle Kunden für vegane Produkte sind, wurden deren Werte

ebenfalls berücksichtigt. Bei den Vegetariern liegt die Zufriedenheit bei 28%, 52% wünschen sich Optimierungen (42% mehr Auswahl, 10% bessere Qualität). Bei den Flexitariern sind 26% mit dem Sortiment zufrieden, 20% unzufrieden. Dies zeigt, dass der Trend der veganen Ernährung der Lebensmittelindustrie einen Schritt voraus ist und daher mehr gewünscht ist, als die Industrie aktuell anbieten kann. Die Teilnehmer der Umfrage waren mit dem vegetarischen Sortiment in der Schweiz generell zufriedener als mit dem veganen Sortiment. Vegetarier sind zu 53% mit dem auf sie zugeschnittenen Sortiment zufrieden. 61% der Flexitariern und 46% der Omnivoren sind mit der Auswahl an vegetarischen Produkten ebenfalls zufrieden. Beim vegetarischen Sortiment ist bereits eine Palette kulinarisch guter, vegetarischer Produkte auf dem Markt zu finden. Nichtsdestotrotz sind die 45% der Veganer, 25% der Flexitariern und 7% der Fleischesser, welche sich Optimierung in diesem Sortiment erhoffen, nicht zu vernachlässigen. Auch im vegetarischen Sortiment sind Weiterentwicklungen gewünscht [Abb. 4].



Vegetarische und vegane Angebote in der Gemeinschaftsverpflegung

Die Teilnehmenden, welche mit dem vegetarischen und veganen Sortiment nicht zufrieden waren, wurden zudem befragt, in welchen Produktgruppen sie sich Innovationen oder Anpassungen wünschen [Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.]. Beim veganen Sortiment zeigt sich vor allem eine Angebotslücke bei Gerichten im Restaurant. 30% der mit dem Sortiment unzufriedenen Befragten wünschen sich Weiterentwicklungen bei Gerichten im Restaurants, gefolgt von Gerichten in Fastfood Restaurants (17%) und qualitativ hochwertigen Käsealternativen (10%). Im vegetarischen Sortiment werden die Auswahl und Qualität von Gerichten in Fastfood Restaurants (35%), vegetarische Fleischersatzprodukte (23%), Gerichte im Restaurant (11%) und Käse ohne tierischem Lab (10%) als nicht zufriedenstellend empfunden.



Fazit:

Anhand dieser Studie kann nicht auf die gesamte Schweizer Bevölkerung geschlossen werden, da die Studienpopulation hinsichtlich Alter, Geschlecht und Berufsbereich nicht der Verteilung der gesamten Schweizer Bevölkerung entspricht. Jedoch kann durch den überdurchschnittlichen Anteil vegetarischer Ernährungsformen (3% Veganer, 11% Vegetarier, 37% Flexitarier) an der ZHAW eine Aussage über das vegetarische und vegane Sortiment auf dem Schweizer Markt getroffen werden. Beim veganen Angebot sind aufgrund der hohen Unzufriedenheit der Befragten Mängel festzustellen. Vor allem bei Gerichten in Restaurants sowie Fastfood-Ketten und der Entwicklung von Käsealternativen sollte auf die immer grösser werdende Zielgruppe der Veganer eingegangen werden. Nichtsdestotrotz sollten auch die vegetarischen Produktgruppen nicht vernachlässigt werden. Die noch immer wachsende Anzahl an Vegetariern wünscht ebenfalls Anpassungen bei Gerichten in Restaurants und Fastfood-Ketten sowie in den Bereichen vegetarische Fleischersatzprodukte und Käse ohne tierischem Lab.