







"Trittbrettfahrer" profitieren u.U. nicht vom "Vegan-Label" 20.07.2015

Nach Recherchen des Max-Rubner-Instituts aus dem Jahr 2012 sollen rd. 2 Prozent der deutschen Konsumenten auf „Fleisch“ verzichten. Ein kleiner Teil der Vegetarier verzichtet komplett auf tierische Produkte. Dank der Berichterstattung in den Medien, könnte man dagegen den Eindruck haben, dass sich viel mehr Menschen für diesen Ernährungsstil entschieden haben. Davon wollen auch Lebensmittelhersteller profitieren, die mit diversen Fleischersatzprodukten aus dem Labor auf den Markt drängen. Als Trittbrettfahrer bezeichnet man die Unternehmen, die plötzlich auch solche Produkte „labeln“, die bereits von Natur aus frei von „tierischen Bestandteilen“ sind.

Dieses Marketing könnte allerdings „nach hinten losgehen“, will eine aktuelle [Studie von "Targeted! Marketing Research & Consulting"](#), herausgefunden haben. Die Studie "vegan – vom Marketing vollkommen überbewertet!" kann bei [targeted!](#) direkt angefordert werden.

-  [Ernährung und Umwelt](#)
-  [Wie vegetarisch sind vegetarische Produkte?](#)
-  [Frei-von-Label sind irreführend](#)
-  [Aktuelles...](#)