

PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN

# MARKEN LEHR BR!EF

## Pflanzliche Käse-Alternativen

In Kooperation mit

SimplyV

Lebensmittel **direkt**  
Zeitung

LERNWELT



GO VEGAN  
GO VEGAN  
GO VEGAN

## **MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN.**

In der **LZ direkt Lernwelt** bündeln die LZ Medien ihre Weiterbildungsangebote (Digital, Print, Präsenz) für den Lebensmitteleinzelhandel. Praktisches Waren- und Verkaufswissen für Supermarktmitarbeiter – Kaufleute, Marktleiter und Warengruppenverantwortliche.

[lzdirekt-lernwelt.de](https://lzdirekt-lernwelt.de)

[training.lzdirekt.de](https://training.lzdirekt.de)



# EDITORIAL

## WILLKOMMEN IM MARKEN- LEHRBRIEF PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN!

Diese Broschüre bietet Dir praktisches Warenwissen zum Thema am Beispiel der Marke Simply V. Aktuelle Marktdaten, Hintergrundinfos und Praxis-Tipps machen sie zum idealen Begleiter im Berufsalltag – die beste Art und Weise, um Dein Grundlagenwissen zu vertiefen und mit Wissen zu punkten.

## WAS ERWARTET DICH?

Die Broschüre ist so aufgebaut, dass sie Dir auf kurzem Weg und mit viel Liebe zur Wissensvermittlung das Wichtigste zum Thema pflanzliche Käse-Alternativen, zu den entsprechenden Produkten im Handel sowie dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen präsentiert.



Jede der folgenden Doppelseiten enthält eine in sich abgeschlossene Information und zusätzlich eine Testfrage, mit der Du Dein Wissen noch einmal überprüfen kannst. Die dazugehörige Lösung findet sich auf der jeweils nächsten Seite. Der Testbogen am Schluss der Broschüre gibt Dir die Gelegenheit, das Gelernte unter Beweis zu stellen.

**Wichtig: Zu diesem Markenlehrbrief gibt es auch ein E-Training, das Dir Klick für Klick wertvolle Zusatzinfos zum Thema liefert.**

**Viel Spaß beim Entdecken und Lernen!**

Herzlich,  
Deine

Nicole Grohmann



NICOLE GROHMANN  
HEAD OF LZ DIREKT  
LERNWELT

# STEP-BY-STEP

# INHALT

## MARKTWISSEN

- 06 Wachstum auf Pause
- 09 Wer pflanzliche Käse-Alternativen kauft

## WARENWISSEN

- 10 Pflanzlicher Lifestyle
- 12 Pflanzliche Produkte erkennen
- 14 So vielfältig sind Käse-Alternativen
- 16 Komplexer Herstellungsprozess

## POS-WISSEN

- 18 Besser verkaufen mit Rezepten & Co.
- 20 Sortimentspflege ganz leicht
- 22 Pflanzlicher Käse im Markt
- 24 Platzierung im Regal
- 26 Kategorien nach Marktbedeutung

## WISSEN PLUS

- 28 Gut zu wissen
- 30 Don't call it Käse!
- 32 Genuss, der begeistert

## WISSEN TO GO

- 33 Alles klar? Wissens-Check 1
- 34 Wissens-Check 2 & Lösung
- 35 Noch mehr Brainfood & Impressum



06



## WUSSTEST DU SCHON ...

... dass sich rund die Hälfte der Deutschen heute anders ernährt als noch vor wenigen Jahren? Besonders der pflanzliche Ernährungsstil wird immer beliebter – aus Gesundheitsgründen oder wegen des Tier- und Klimaschutzes. Die Zahl der Bundesbürger, die sich komplett oder teilweise rein pflanzlich ernähren oder sich zumindest gelegentlich ganz bewusst für eine pflanzliche Mahlzeit entscheiden, hat sich seit 2014 verdreifacht und liegt heute bei 43 Prozent. Es sind moderne, aufgeschlossene Kunden, die gern Neues ausprobieren und mit ihrer Ernährung ein Statement abgeben wollen. Kein Wunder also, dass der Markt für pflanzliche Lebensmittel weiter wächst und Fleisch- und Milchalternativen heute für viele bereits selbstverständlich sind.

Auch beim Käse wünschen sich Verbraucher pflanzliche Alternativen, die gut schmecken und sich so verwenden lassen wie Käse. Simply V war die erste rein pflanzliche Käse-Alternative, die flächendeckend im klassischen LEH erhältlich war und damit die Tür für diese Kategorie geöffnet hat. Diese Verfügbarkeit ist – neben dem Geschmack – genauso wichtig für den Erfolg wie die Orientierung an Kundenwünschen. Heute ist Simply V mit rund 23 Prozent Umsatzanteil die mit Abstand stärkste Marke im Segment der Käse-Alternativen.

Auf den folgenden Seiten erfährst Du alles, was Du über Käse-Alternativen wissen solltest. Noch ein Tipp: Klick Dich auch ins **E-Training**. Es liefert ergänzende Informationen für nachhaltiges Lernen. Für Deine erfolgreiche Teilnahme kannst Du Dir **am Kursende ein Zertifikat als Bestätigung** ausstellen lassen.

**Viel Spaß beim Lesen!**

**Dein Simply V-Team**



22



28

# WACHSTUM AUF PAUSE

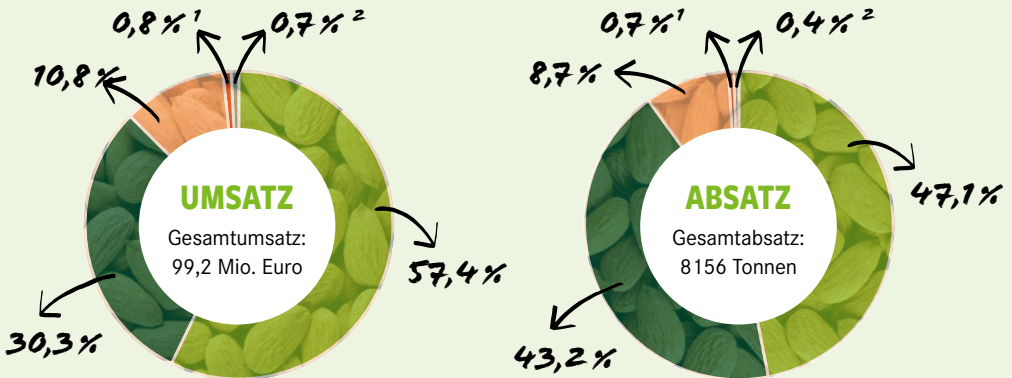
Milchalternativen stehen für knapp 10 Prozent des Gesamtabsatzmarktes für Milch, bei Käse für 1 Prozent. Das Segment der Käse-Alternativen ist damit noch recht klein und erfährt im Augenblick auch eine kleine Pause im Wachstum.

## DER MARKT VERÄNDERT SICH

Nach langen Wachstumsjahren erleben die Käse-Alternativen 2024 erstmals einen kleinen Einbruch. Viele Hersteller kämpfen um ihren Anteil. Die Dynamik geht verloren, die Akzeptanz aber bleibt. Nachdem der Markt für Käse-Alternativen 2023 noch um 20 Prozent im Absatz gewachsen ist, geht er 2024 erstmals um 6 Prozent zurück. Auch im pflanzlichen Markt spielt der Preis mitt-



## UMSATZ UND ABSATZ NACH VERTRIEBSSCHIENEN

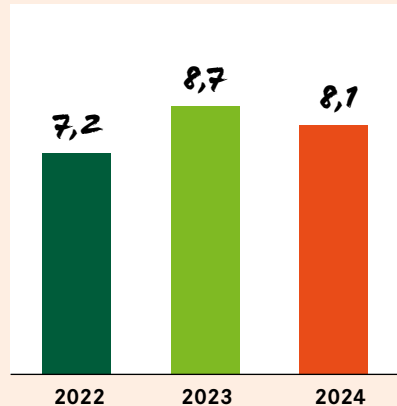


● Verbrauchermärkte insg. ● Discounter ● Supermärkte groß ● <sup>1</sup>Supermärkte klein ● <sup>2</sup>Drogeriemärkte



## LEICHT SINKENDER ABSATZ

Angaben in Mio. Kilogramm



Quelle: Nielsen, pfl. Datenbank, LEH + DM, Daten bis KW 52/2024

lerweile eine Rolle und lässt den ein oder anderen Verbraucher auch mal verzichten oder eher zur günstigen Marken-Alternative greifen. Viele Verbraucher verwenden heute gleichermaßen milchbasierten Käse und Käse-Alternativen. Dahinter stecken vor allem veränderte Ernährungsgewohnheiten. Dank innovativer Produkte blieb Simply V auch 2024 mit großem Vorsprung stärkste Marke. Es folgen Bresso pflanzlich und Bedda.

## VIEL WETTBEWERB

Der Markt für Käse-Alternativen ist durch hohen Wettbewerb geprägt. Dieser Kampf um die Verbraucher geht in 2024 nicht auf: die Handelsmarken steigern zwar ihren Absatz um knapp 22 Prozent, verlieren dafür im Umsatz um -9 Prozent. Auch Line Extender konventioneller Käsemarken etablieren sich und kämpfen mit.

Bei den Sorten verzeichnet Nielsen zufolge vor allem der Verkauf von halbfester Schnittkäse-, Weichkäse- sowie Feta- und Frischkäse-Alternative im LEH und Drogeriemärkten beachtlichen Zuwachs. Bis 2030 sollen alle Käsesorten auf Pflanzenbasis erhältlich sein. Experten gehen davon aus, dass etwa 10 Prozent des Umsatzes dann mit Käse-Alternativen erwirtschaftet werden.



WELCHEN MARKANTEIL HABEN KÄSE-ALTERNATIVEN AM GESAMTKÄSEMARKT?

- 1 Prozent
- 3 Prozent
- 10 Prozent

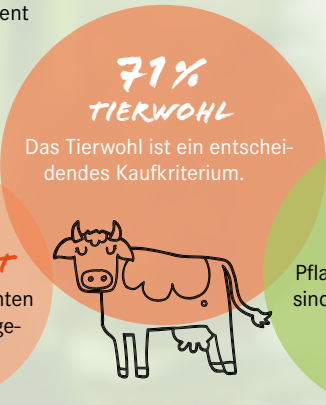
## MOTIVATION, PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN ZU KAUFEN

Angaben in Prozent



**57%  
GESUNDHEIT**

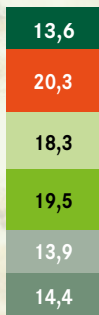
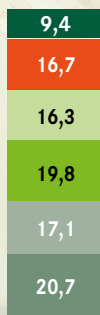
Viele Menschen achten auf eine ausgewogene Ernährung.



Quelle: Forsa im Auftrag der E.V.A. GmbH, 2022

## KÄUFER PFLANZLICHER KÄSE-ALTERNATIVEN

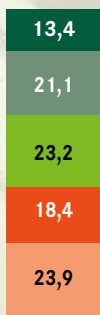
Angaben in Prozent



**KÄUFER  
NACH ALTER**

- bis 29 Jahre
- 30-39 Jahre
- 40-49 Jahre
- 50-59 Jahre
- 60-69 Jahre
- 70+ Jahre

**SB-KÄSE GESAMT**    **VEGANE KÄSE-ALTERNATIVEN**



**KÄUFER  
NACH NETTO-  
EINKOMMEN  
PRO KOPF**

- bis 749 Euro
- 750-1.249 Euro
- 1.249-1.999 Euro
- 2.000+ 2.499 Euro
- 2.500+ Euro

**SB-KÄSE GESAMT**    **VEGANE KÄSE-ALTERNATIVEN**

Quelle: YouGov, 2024



**WELCHEN MARKANTEIL HABEN KÄSE-ALTERNATIVEN AM GESAMTKÄSEMARKT?**

✓ 1 Prozent

# WER PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN KAUFT



Ob immer oder immer mal wieder: Etwa 43 Prozent der Bundesbürger sind heute an einem pflanzlichen Lebensstil interessiert. Pflanzliche Ernährung ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Damit erreicht die Kategorie eine große und kaufkräftige Käufergruppe: Hauptverwender\*innen von Käse-Alternativen sind Personen zwischen 25 und 35 Jahren, die über einen hohen Bildungsabschluss sowie ein höheres Haushaltseinkommen verfügen. Zwei Drittel der Zielgruppe leben in Städten. Frauen sind mit 57 Prozent Anteil überproportional stark vertreten.

## VERSCHIEDENE MOTIVE

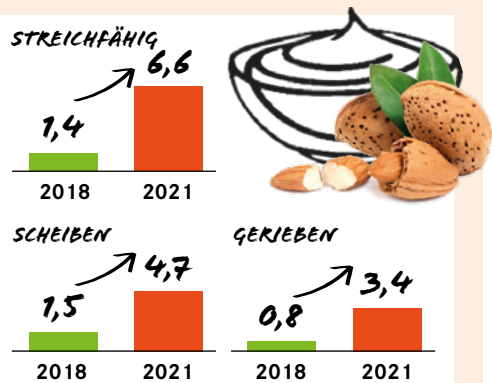
Vor allem jüngere Ein-Personen-Haushalte, aber auch die sogenannten „Dinks“ (Doppeltes Einkommen, keine Kinder) greifen besonders häufig zu Käse-Alternativen. Ihre Hauptkaufmotive sind Nachhaltigkeit und Tierwohl, aber auch Kulinarik und Fitness. Senioren kaufen dagegen seltener pflanzliche Käse-Alternativen. Wenn sie es tun, steht der Gesundheitsnutzen im Vordergrund. Die höchste Käuferreichweite erzielen Käse-Alternativen laut GfK in der Kategorie „Streichen“, gefolgt von „Scheiben“ und „Gerieben“. Im Schnitt gibt jeder Käuferhaushalt pro Jahr 25 Euro für Käse-Alternativen aus.

## KÄSE-ALTERNATIVEN IM TREND

- /// Pflanzliche Käse-Alternativen werden von jedem zehnten Bundesbürger (10,4%) verwendet, und viele greifen zu Alternativen für Schnittkäse (4,7%), Reibekäse (3,4%) oder Streichkäse (6,6%).
- /// Damit hat sich die Verwendung von Käse-Alternativen in Scheiben von 2018 bis 2021 verdreifacht.
- /// Die Verwendung von Reibekäse-Alternativen hat sich von 2018 bis 2021 sogar mehr als vervierfacht, ebenso die Verwendung von Frischkäse-Alternativen.
- /// Der Absatz im gesamten Segment „Pflanzliche Käse-Alternativen“ hat sich von 2020 bis 2023 mehr als verdoppelt, wie die Marktforscher von Nielsen berichten.

## KÄSE-ALTERNATIVEN VERWENDUNG

Angaben in Prozent



Quelle: GfK, Deutschland gesamt, 2022



### WER GEHÖRT ZUR HAUPTZIELGRUPPE FÜR PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN?

- 25- bis 35-Jährige
- 45- bis 55-Jährige
- 65-Jährige und älter

# PFLANZLICHER LIFESTYLE



Der pflanzliche Lifestyle ist heute nicht nur ein Trend, sondern eine Lebensphilosophie. Pflanzliche Alternativen gibt es bei Lebensmitteln, aber auch bei Kleidung oder Kosmetik, wo immer mehr Hersteller zum Beispiel auf Tierversuche bei der Herstellung verzichten. Die pflanzliche Lebens-



## WARUM PFLANZLICH?

Es gibt viele Motive für einen pflanzlichen Lebensstil. Manche möchten damit das eigene Wohlbefinden steigern. Andere sind ethisch motiviert. Viele sind auch nur neugierig auf unbekannte Geschmacksmomente.

### NACHHALTIGKEIT

Gut für mich und fürs Klima: Gerade die jüngere Generation möchte mit einem pflanzlichen Lebensstil einen Beitrag zum Schutz unseres Planeten leisten.

### TIERWOHL

Pflanzenkost ist aktiver Tierschutz. Auch die Verbreitung von antibiotikaresistenten Keimen verringert sich durch weniger Massentierhaltung.

### GESUNDHEIT & FITNESS

Der Verzicht auf tierische Fette kann das Risiko für Herzinfarkt und Schlaganfall senken. Auch Krebs und Diabetes wird entgegengewirkt.

### KULINARIK

Innovative Produkte ausprobieren und den Geschmackshorizont erweitern: Konsumenten sind neugierig auf neue Geschmackserlebnisse.

GO  
ONLINE



WER GEHÖRT ZUR HAUPTZIELGRUPPE FÜR PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN?

✓ 25- bis 35-Jährige



weise gibt es seit mehr als 2.000 Jahren. Schon der griechische Philosoph und Mathematiker Pythagoras ernährte sich um 500 vor Christus vegetarisch. Im Buddhismus ist Veganismus seit jeher ein wichtiges Element. In der Neuzeit fand der Veganismus 1838 mit Gründung der „Vegetarian Society“ Verbreitung. Doch erst 1944 definierte der Engländer Donald Watson eine 100 Prozent tierfreie Ernährung als „vegan“. Die 1964 gegründete „Vegan Society“ informiert noch heute über Veganismus und vergibt das Label mit der kleinen Sonnenblume.

## KÄUFERGRUPPEN

Immer mehr Menschen leben flexitarisch: Sie verringern den Verzehr tierischer Lebensmittel, ohne Verzicht zu empfinden. Flexitarier bilden mit 40,7 Prozent die größte Käufergruppe von pflanzlichen Käse-Alternativen, gefolgt von Menschen, die sich omnivor – also sowohl von Fleisch als auch von Pflanzen – ernähren (33,0 Prozent). Vegetarier kommen auf knapp 20 Prozent und Veganer machen lediglich 6,6 Prozent der Käufergruppe aus.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Quelle: GfK, pflanzlicher Käse Käufertypen, Deutschland gesamt, 2023



## ERNÄHRUNGSFORMEN

Die Ernährung hat sich in den vergangenen Jahren verändert. Immer mehr Menschen wollen ihrem Körper, aber auch der Umwelt und anderen Lebewesen etwas Gutes tun und verzichten verstärkt auf tierische Produkte. Doch nicht jeder wird gleich zum Veganer ...



### FLEXITARIER

Flexitarier sind flexibel in ihrer Ernährungsweise: Sie schränken ihren Fleischkonsum bewusst ein, indem sie nur wenig, selten oder nur bestimmte Qualitäten von Fleisch verzehren. Auch andere Tierprodukte werden maßvoll verzehrt.



### PESCETARIER



Nicht alle tierischen Produkte sind tabu: Eine pescetarische Ernährung schließt zwar Fleisch, Wurst und Produkte aus Schlachttresten, etwa Gelatine, aus. Neben pflanzlichen Lebensmitteln verzehren Pescetarier aber Fische, Meeresfrüchte, Milch, Ei oder auch Honig.



### VEGETARIER

Die vegetarische Ernährung besteht größtenteils aus pflanzlichen Produkten. Zusätzlich verzehren Vegetarier aber auch Milch, Eier oder Honig sowie daraus hergestellte Lebensmittel. Produkte, die tierische Gelatine enthalten, sind grundsätzlich ausgeschlossen.



### VEGANER

Die vegane Ernährungsform besteht ausschließlich aus pflanzlichen Lebensmitteln. Dabei verzichten Veganer – anders als Vegetarier – auch auf Honig und Milchprodukte. Konsequenter Veganismus umfasst jedoch auch weitere Bereiche wie Kleidung, Körperpflege- oder Haushalts-Reinigungsprodukte oder Möbel: Stets gilt es, tierfreie Produkte zu wählen, die gut für Tiere, Menschen und Umwelt sind.



### WORAUF VERZICHTEN VEGANER?

- Nur auf Eier und Honig
- Nur auf Butter und Gelatine
- Auf alle tierischen Produkte



# PFLANZLICHE PRODUKTE ERKENNEN



## DIE 4 WICHTIGSTEN SIEGEL

Rein pflanzliche Produkte einzukaufen ist oft nicht einfach: Stehen weder Eier noch Milch auf der Zutatenliste eines Artikels, ist es pflanzlich - oder? Leider nicht immer. Diese Logos und Siegel helfen beim Einkauf.



### DIE VEGAN-BLUME

Artikel darf keine Tierbestandteile, tierischen Nebenprodukte oder aus Tieren gewonnene Rohstoffe im Endprodukt enthalten. Tierversuche sind ausgeschlossen.



### DAS V-LABEL

Das wohl bekannteste Siegel: Produkte sind frei von tierischen Bestandteilen und Erzeugnissen sowie frei von Genmanipulation und Tierversuchen.



### DAS ECOVEG LABEL

Symbol für vegane Bio-Lebensmittel. Diese müssen nur aus pflanzlichen Inhaltsstoffen bestehen und bereits mit einem gültigen EG Bio-Label zertifiziert sein.



### DAS VEGAN-LABEL

Label mit den strengsten Kriterien: Nicht nur das Produkt, auch die Verpackung muss frei von tierischen Inhaltsstoffen und Hilfsstoffen sein.



Um rein pflanzliche Produkte schnell zu erkennen, gibt es einige vertrauenswürdige Logos und Siegel. Sobald ein Artikel mit einem der im Kasten links vorgestellten Siegel gekennzeichnet ist, ist er frei von tierischen Bestandteilen und Zusätzen und wurde von einer unabhängigen Stelle unter strengen Kriterien geprüft. Daneben gibt es viele private Prüfzeichen.

## APP ALS GUIDE

Das Angebot an pflanzlichen Lebensmitteln wird immer vielfältiger, was die Suche nach dem richtigen Produkt oft erschwert. Hier können Apps helfen. Zu den beliebtesten gehört HappyCow: Mithilfe einer Suchmaschine findet man mehr als 100.000 vegan-vegetarische Restaurants und Imbisse sowie Bio- oder Reformläden. Die App „Veganstart“ der Tierschutzorganisation PETA enthält neben pflanzlichen Rezepten auch einen Einkaufsguide. Die App ist in Kategorien aufgeteilt und gibt rasch einen Überblick über das pflanzliche Sortiment von Supermärkten und anderen Läden.



Mehr Informationen findest Du unter [www.veganstart.de/app/](http://www.veganstart.de/app/)



### WORAUF VERZICHTEN VEGANER?

- ✓ Auf alle tierischen Produkte

check!

## ROHSTOFFE IN KÄSE-ALTERNATIVEN



## NÜSSE UND KERNE

Mandeln und Cashewkerne haben einen milden Eigengeschmack und erzeugen eine cremige Konsistenz. Walnüsse verleihen ein vollmundig-nussiges Aroma.



## HÜLSENFRÜCHTE

Soja, Kichererbsen, Lupine sind stark eiweißhaltig und eignen sich besonders für streichfähige Käse-Alternativen wie Frischkäse-Alternativen. Weitere Zutaten sind Wasser, Gewürze, Säure und Stärke.



## ÖLE UND FETTE

Kokosnussöl, Palm- oder Olivenöl bilden zusammen mit Wasser, Nüssen und Salz das Basisrezept für Käse-Alternativen. Ihr hoher Fettgehalt sorgt für Cremigkeit.



## STÄRKE

Stärke aus Kartoffeln, Getreide oder Tapioka (Mehl aus Maniokwurzeln) geben vor allem Produkten mit fester Konsistenz – wie geriebenen Varianten oder Scheiben – den richtigen Biss.



## AUS WELCHEN ROHSTOFFEN KANN STÄRKE GEWONNEN WERDEN?

- Kartoffeln
- Getreide
- Tapioka

# SO VIELFÄLTIG SIND KÄSE-ALTERNATIVEN



## ZUM STREICHEN

Frisch, cremig und sehr vielseitig. Er lässt sich wie herkömmlicher Frischkäse verwenden und schmeckt als Brotaufstrich, in Soßen oder Torten. Auch als Basis für Mayonnaisen geeignet. Würzige Sorten sind mit Kräutern oder Gemüse verfeinert.



## IN SCHEIBEN

In der Sorte Natur sind sie wahre Alleskönner und schmecken zum Frühstück ebenso wie zum Abendbrot – ob auf dem Sandwich oder als Zutat im Salat. Die Scheiben sind auch als würzige und cremige Varianten erhältlich.



## GERIEBEN

Zum Überbacken von Pizza, Lasagnen, Aufläufen & Co. Geriebene Varianten sind die ideale Alternative zu Streukäse und veredeln verschiedenste Ofengerichte. Man kann sie auch unter Nudeln heben oder Baguette damit überbacken.



## ALS BLOCK

Am Stück sind pflanzliche Käse-Alternativen besonders vielseitig: Sie lassen sich würfeln, in Scheiben oder Streifen schneiden, reiben oder können auch als ganzes Stück serviert werden.



### AUS WELCHEN ROHSTOFFEN KANN STÄRKE GEWONNEN WERDEN?

- ✓ Kartoffeln
- ✓ Getreide
- ✓ Tapioka



*tasty*

**FÜR GRILL & PFANNE**

Bringt Abwechslung auf den Grill oder in die Pfanne. Pflanzliche Alternativen für Grill- und Pfannenkäse sind vielseitig verwendbar. Ein purer Genuss, aber auch passend zu Grillkartoffeln, Gemüse oder als Burger.



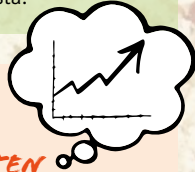
**HIRTE**

Eine pflanzliche Weißkäse-Alternative, die schmeckt und die mediterrane Küche nach Hause holt. Schmeckt kalt ebenso lecker wie warm. Als Zutat im Salat oder als würziges Extra im Trendgericht Baked Feta Pasta.



**CAPRESE**

Sieht aus wie Mozzarella, schmeckt wie Mozzarella und lässt sich auch so verwenden. Die pflanzliche Kugel in Salzlake steht dem entsprechenden Molkereiprodukt in nichts nach und schmeckt in Partysalaten, auf der Pizza oder einfach pur.



**WEITERE SORTEN**

Bestärkt durch die wachsende Nachfrage ergänzen immer wieder neue, innovative Sorten den Markt. Etwa pflanzliche Alternativen zu Camembert oder Ricotta. Wem das Angebot nicht reicht, kann pflanzliche Käse-Alternativen auch selber machen – neben einer Handvoll Zutaten wird lediglich ein Püriergerät benötigt.



**WELCHE KÄSE-ALTERNATIVE EIGNET SICH ZUM ÜBERBACKEN VON AUFLÄUFEN?**

- Gerieben
- Hirte
- Zum Streichen

# KOMPLEXER HERSTELLUNGSPROZESS

GO  
ONLINE



Die pflanzlichen Alternativprodukte sind erst seit einigen Jahren auf dem Markt. Der Herstellungsprozess steckt also gewissermaßen noch in der Pionierphase.

Für den Simply V Streichart wurde zum Beispiel ein völlig neues Herstellungsverfahren entwickelt, um das besondere Geschmackserlebnis zu garantieren. Ganz wichtig sind darüber hinaus die Rohstoffe, die zur Herstellung verwendet werden. Alle Zutaten werden daher mit großer Sorgfalt ausgewählt.

## VOM ROHSTOFF ZUM PFLANZLICHEN KÄSE: DIE HERSTELLUNG

Zuerst werden die eingesetzten Rohstoffe gereinigt, geschält, gemahlen oder gepresst.

Danach entsteht meist ein Wasser-Rohstoff-Gemisch in einem für die verschiedenen Sorten genau austarierten Verhältnis. Zusätzliche Stoffe wie Stärke, Stabilisatoren, Salz, Gewürze, Aromen oder Antioxidantien werden beigelegt.

Nach Weiterverarbeitung (etwa Fermentation) oder Haltbarmachung (etwa durch Wärmebehandlung) wird die Käse-Alternative auf Produktionslinien verpackt.

Anschließend wird das Produkt ins Kühlager transportiert und später an den Handel ausgeliefert.



**KONTROLLIEREN:**  
STANDARDISIERTE PRODUKTION FÜR SICHERE  
LEBENSMITTEL.

**PROBIEREN:** FÜR BESTE  
TEXTUR UND GESCHMACK.



**PRÜFEN:** MITARBEITER  
KONTROLLIEREN DAS FERTIG  
VERPACKTE PRODUKT.



**WELCHE KÄSE-ALTERNATIVE EIGNET SICH ZUM ÜBERBACKEN VON AUFLÄUFEN?**

Gerieben

## REZEPTIDEE: BAKED BEANS TOAST

Love Food

## ZUTATEN FÜR 3 PORTIONEN

- /// 1 Zwiebel
- /// 1 Zehe Knoblauch gepresst
- /// 1 Dose (400 g) Tomatensoße
- /// 1 EL Zucker
- /// 1,5 TL Paprikapulver
- /// 1 EL italienische Kräuter
- /// 1 Prise Chilliflakes nach Belieben
- /// 1 Prise Salz und Pfeffer
- /// 1 Dose (400 g) Cannellini Bohnen
- /// 3 Scheiben Weißbrot
- /// 1 TL vegane Butter
- /// 2 Handvoll Cherrytomaten
- /// 0,5 TL Öl
- /// 1 Messerspitze Koriander, frisch
- /// 6 × Simply V Scheiben  
Character

## ZUBEREITUNGSZEIT

90 Minuten

DAS REZEPT UND VIELE MEHR  
FINDEST DU UNTER  
[WWW.SIMPLY-V.DE/REZEPTE/](http://WWW.SIMPLY-V.DE/REZEPTE/)

WWW

## ZUBEREITUNG

1. Zwiebel schälen, in kleine Stücke schneiden und in der Pfanne goldbraun anbraten.
2. Den gepressten Knoblauch hinzufügen und kurz weiter dünsten. Tomatensoße und Gewürze hinzufügen und mindestens 30 Minuten köcheln lassen. Die Bohnen hinzufügen, weitere 20 Minuten köcheln lassen.
3. Das Weißbrot mit einem Teelöffel veganer Butter in der Pfanne toasten. Parallel die Cherrytomaten waschen, bei mittlerer Hitze in der Pfanne rösten.
4. Das Weißbrot auf ein Backblech legen und mit 1–2 Scheiben sowie den fertigen Baked Beans belegen. Im Backofen für ca. 3 Minuten den Käse schmelzen. Das Brot mit den gerösteten Cherrytomaten, Salz, Pfeffer und Kräutern dekorieren und genießen.



## WAS IST EIN WICHTIGER PRODUKTIONSSCHRITT BEI KÄSE-ALTERNATIVEN?

- Pressen oder Mahlen
- Trocknen
- Kochen

# BESSER VERKAUFEN MIT REZEPTEN & CO.

Die Hauptzielgruppe für Käse-Alternativen sind keineswegs ausschließlich Veganer. Vielmehr sind es jüngere, einkommensstarke, ernährungsbewusste Verbraucher. Sie wollen etwas für ihre Gesundheit und ihre Fitness tun, einen Beitrag zum Klima- und Tierschutz leisten oder einfach etwas Neues ausprobieren (mehr Infos auf Seite 9): eine lohnende und hochwertige Kundengruppe, die Märkte gezielt ansprechen sollten.

## ERFOLG IM VERBUND

Um diese Kunden zu gewinnen und sich als Einkaufsstätte zu profilieren, braucht es ein großes Angebot an Käse-Alternativen. Dieses sollte die größten Kategorien abdecken, schließlich ist die pflanzliche Gelbe Linie heute schon fast so vielfältig wie die konventionelle. Doch „was der Bauer nicht kennt, isst er nicht“: Das gilt auch bei pflanzlichen Käse-

Alternativen. Konsumenten müssen oft erst an die Verwendbarkeit von diesen Alternativen herangeführt werden. Etwa durch Verbundplatzierungen mit aufmerksamkeitsstarken Coolios. Diese bieten viel Cross-Selling-Potenzial und zeigen die Kompetenz des Händlers in dieser jungen Kategorie.

**VERBUNDPLATZIERUNGEN ZEIGEN KUNDEN DIE VIELFÄLTIGEN VERWENDUNGSMÖGLICHKEITEN.**



### WAS IST EIN WICHTIGER PRODUKTIONSSCHRITT BEI KÄSE-ALTERNATIVEN?

- ✓ Pressen oder Mahlen



REZEPTHEFTE MACHEN  
LUST AUF'S AUSPROBIEREN  
UND SELBERKOCHEN MIT  
PFLANZLICHEN ZUTATEN.



Auch Rezeptbroschüren und Flyer inspirieren Kunden, die pflanzliche Küche auszuprobieren. Den größten Mehrwert haben sie, wenn sie in unmittelbarer Nähe der Ware, etwa direkt am Regal oder einem speziellen Display verfügbar sind. Ein angenehmer Nebeneffekt: Da Kunden gleich auch die übrigen für die Rezepte benötigten Zutaten einkaufen, steigt der Durchschnittsbon. Positive Effekte bringt auch

die Strahlkraft starker Marken. Wer einmal probiert hat, wie gut pflanzliche Käse-Alternativen im Segment „Käsescheiben“ schmecken, probiert von der Marke auch die geriebene Alternative oder die Varianten zum Streichen: Das Vertrauen auf die Geschmackskompetenz der Marke lässt Kunden eventuell vorhandene Vorbehalte oder die Scheu, etwas Neues auszuprobieren, überwinden.

## SAISONHÖHEPUNKT VEGANUARY

Veganuary ist eine gemeinnützige Organisation, die jeden motivieren möchte, eine pflanzliche Ernährung auszuprobieren. Gibt es dafür einen besseren Zeitpunkt als den Januar, zum Start ins neue Jahr? Mehr als 1,8 Millionen Menschen weltweit nutzten 2024 aktiv die Unterstützung der Organisation. Tatsächlich nehmen viel mehr teil, darunter Promis wie Beyoncé oder Jay-Z. Zusätzlich erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit großen Unternehmen, Restaurants und Supermärkten, um die Entwicklung und Verbreitung pflanzlicher Produkte zu unterstützen. Für den Handel ist das eine starke Gelegenheit, pflanzliche Produkte zu promoten, etwa durch Verkostungen, Themenplatzierungen, Rezeptflyer oder besondere Kennzeichnungen am Regal. Deine Kunden – und sicher auch Du – werden überrascht sein, wie lecker es ist, sich pflanzlich zu ernähren.



IN WELCHEM MONAT FINDET DER VEGANUARY STATT?

- Januar
- Februar
- März

# SORTIMENTSPFLEGE

## GANZ LEICHT

Regalpflege ist die Basis für erfolgreichen Verkauf. Bei Käse-Alternativen besonders wichtig: lückenlose Kühlung sowie die durchgängige Verfügbarkeit der Produkte.



### IST EIN LANGES MINDESTHALTBARKEITSDATUM BESSER?

Nein. Anders als „richtiger“ Käse haben pflanzliche Alternativen meist keinen klassischen Reifeprozess. Vielmehr nimmt die Qualität des Produkts ab, je näher der Artikel am MHD ist. Es empfiehlt sich daher, die Produkte frisch zu kaufen und bald zu verbrauchen.

### ZU GUT ZUM WEGWERFEN

MHD heißt: Der Artikel ist ungeöffnet bis zum aufgedruckten Datum verzehrfähig. Aber auch danach sind viele Produkte noch gut und viel zu schade für die Tonne. Über „schauen, riechen, schmecken“ lässt sich das leicht feststellen.



✓ Käse-Alternativen sind kühlpflichtige Frischeprodukte. Im Markt müssen sie im Kühlregal stehen. Auch beim Lagern und Transportieren ist die Kühlkette lückenlos einzuhalten. Wichtig auch für Kunden: Jede Unterbrechung (etwa Transport im warmen Kofferraum) verkürzt die Haltbarkeit.

✓ Verfügbarkeit macht Kasse. Vermeide daher Out-of-Stock-Situationen. Der englische Begriff meint Regalplätze, die nicht mehr durch den vorgesehenen Artikel gefüllt sind. Im besten Fall greifen die Kunden dann zu einem Alternativprodukt des gleichen Herstellers. Oft weichen sie aber auf eine andere Marke aus oder wechseln sogar das Geschäft.

✓ Befülle das Kühlregal nach dem First-in-First-out-Prinzip. Dabei stehen Artikel mit der geringsten MHD-Restlaufzeit ganz vorne. So erreichst Du, dass die Ware vor Ablauf des MHD abverkauft ist und nicht preisreduziert abgegeben oder sogar vernichtet werden muss. Neben einem besseren Ertrag vermeidest Du damit auch Lebensmittelverschwendung und trägst zum Klimaschutz bei.


### IN WELCHEM MONAT FINDET DER VEGANUARY STATT?


✓ Januar






**EIN ÜBERSICHTLICHES ANGEBOT IST DIE BASIS FÜR GUTE VERKÄUFE: JE SCHNELLER KUNDEN ETWAS FINDEN, UMSO MEHR KAUFEN SIE!**

- 

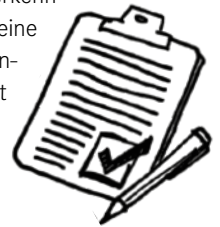
Regaltrenner schaffen Überblick und lenken die Blicke der Kunden aufs Angebot. Gerade bei Neuprodukten oder Verpackungsänderungen kannst Du auch am Kühlregal POS-Materialien wie Regalstopper oder Wobbler befestigen. Das sorgt neben der Platzierung auf Augenhöhe für erhöhte Aufmerksamkeit.
- 

Pass das Sortiment an saisonale Verwendungsschwerpunkte an. Mit den ersten warmen Tagen steigt etwa die Nachfrage nach Grillkäse. Im Winter sind Aufläufe aus dem Ofen oder Raclette und

Fondue zu den Festtagen der Renner. Auch bei Aktionen, etwa im Veganuary (siehe Seite 21), kann die Nachfrage sprunghaft steigen. Bestelle Ware rechtzeitig vor, um leere Regale zu vermeiden.

- 

Räume die Packungen so ins Regal, dass die einzelnen Sorten gut erkennbar sind. Kunden wollen keine Zeit mit Suchen verschwenden. Mit guter Sichtbarkeit erleichterst Du ihnen die Orientierung und steigert den Absatz.



**WELCHE KÄSE-ALTERNATIVEN SIND BESONDERS IM SOMMER GEFRAGT?**

- Käse-Alternativen für Grill & Pfanne
- Käse-Alternativen zum Streichen
- Käse-Alternativen Gerieben

# PFLANZLICHER KÄSE IM MARKT



Pflanzlicher Käse ist eine enorm wachsende und umsatzstarke Kategorie. Vor allem bei den Flexitariern liegt ein großes Umsatzpotenzial. Dabei ist die richtige Platzierung ausschlaggebend für den Verkaufserfolg: Pflanzlicher Käse sollte nah bei SB-Käse und im Block nach Verwendungsanlässen platziert werden – unter anderem mit dem Ziel, Probierkäufe von Flexitariern zu generieren.



## TOP-KATEGORIEN DER EINKAUFSLISTE

Warengruppen, die häufig und überwiegend geplant gekauft werden wie Obst & Gemüse, Fleisch, Molkereiprodukte, wirken wie Magnete und lenken die Kundenströme in bestimmte Bereiche des Stores. Vermeide es, diese Plankaufkategorien an einem Ort zu konzentrieren.

Stattdessen solltest Du sie bewusst über den Markt verteilen. Beispielsweise kannst Du Obst und Gemüse am Eingang platzieren, die Frischetheke gegenüber an der Stirnseite, und Molkereiprodukte sowie Backwaren an den Seiten des Stores.

Im Gegensatz zu Plankaufkategorien werden Artikel mit hoher Impulskaufquote selten aktiv gesucht, sondern eher „zufällig“ entdeckt und spontan gekauft.

## KÄUFER AKTIVIEREN

Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in der Kategorie liegt bei 37,4 Prozent, Simply V zum Beispiel wächst jährlich im Schnitt um 14,9 Prozent.<sup>1</sup> Aus der Marktforschung ist bekannt, dass der Einstieg in den veganen Konsum über tierische Produkte erfolgt, deshalb sollte pflanzlicher Käse unmittelbar am SB-Käseregal platziert werden.<sup>2</sup>

## VEGANES SORTIMENT

Nach wie vor gilt: Am besten ist pflanzlicher Käse in einem veganen Produktumfeld aufgehoben. Das kann natürlich nah bei konventionellem Käse sein, sollte aber separat und entsprechend gekennzeichnet platziert sein. Eine zusätzliche Platzierung im tierischen Produktumfeld kann relevante Zusatzabsätze bringen. Damit werden insbesondere die Flexitariere angesprochen. Noch ist es aber für pflanzlichen Käse zu früh, um in diesem Umfeld dauerhaft und ausschließlich platziert zu sein.

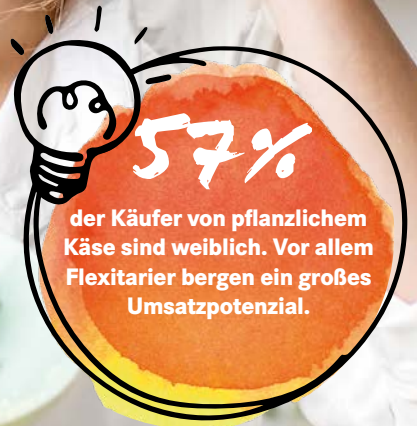
<sup>1</sup> Quelle: GfK, pflanzlicher Käse, Käufertypen, Deutschland gesamt, 2019-2023

<sup>2</sup> Quelle: GfK CP + 2.0 FMCG, PAM Studie pflanzlicher Käse, 2023



### WELCHE KÄSE-ALTERNATIVEN SIND BESONDERS IM SOMMER GEFRAGT?

- ✓ Käse-Alternativen für Grill & Pfanne

**WO SOLLTEN PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN PLATZIERT WERDEN?**

- Nah zum SB-Käse
- Nicht in der Nähe zum SB-Käse
- Am Store-Ausgang

# PLATZIERUNG IM REGAL



## PLATZIERUNG GEMÄSS BEDÜRFNISSEN



GRUPPIERUNG DER PRODUKTE ENTSPRECHEND  
DER BEDÜRFNISSE DER KUNDEN.

✓ Gruppier die Produkte im Regal entsprechend der Verwendungsmöglichkeiten und Bedürfnisse der Kunden. In der Mitte stehen „Scheiben aufs Brot“, oben Produkte zum „Kochen und Schmelzen“ und im unteren Bereich Käse-Alternativen zum „Streichen“ aufs Brot (siehe Grafik links).

✓ Erstelle sichtbare Markenblöcke. Das erleichtert den Einkauf und kann die Bonussumme spürbar erhöhen. Kunden empfinden Suchen allgemein als negativ. Durch die Präsentation im Markenblock sparen Kunden Zeit. Je schneller sie Produkte finden, umso mehr kaufen sie.

✓ Richte die Markenblöcke vertikal aus. Käufer schauen nach Auffinden der Kategorie eher nach oben und unten als nach rechts oder links. Präsentiere das Angebot daher vertikal statt horizontal. Das erhöht zudem die Übersichtlichkeit und unterstreicht die Warenkompetenz des Marktes.





✓ Vermeide Regalpositionen, die höher als 1,80 Meter sind. An diese Streckware kommen viele Kunden nicht ohne fremde Hilfe heran. Das verärgert Konsumenten und führt zu geringerem Umsatz in der Kategorie.



### WO SOLLTEN PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN PLATZIERT WERDEN?

- ✓ Nah zum SB-Käse



- 
 Platziere die Ankermarke Simply V auf Sichthöhe. Das erleichtert Kunden die Orientierung, was gerade in wachsenden Segmenten mit vielen Neuprodukten wichtig ist. Eine starke Marke dient in diesem wechselnden Umfeld als Leuchtturm.
- 
 Käse-Alternativen sind eine junge Kategorie. Das heißt: Was heute noch überzeugt, kann morgen veraltet sein. Es gilt, wendig zu bleiben!
- 
 Zeige das Produkt von seiner Schokoladenseite, also mit der schönsten Ansicht. Käse-Alternativen sind für viele kein Plankaufartikel: Kunden lassen sich erst im Geschäft durch „Eyecatcher“ zum Kauf inspirieren.
- 
 Platziere die Kategorie und Marken gemäß ihrer Marktbedeutung. Das heißt: mehr Regalfläche für den Marktführer (Simply V generiert rund 30 Prozent Anteil am Gesamtabsatz der Kategorie) sowie die Spitzensorte pflanzliche Hart- und Schnittkäse-Alternativen (siehe folgende Seite).



#### WELCHE SORTE SOLLTE DIE MEISTE REGALFLÄCHE BEKOMMEN?

- Pflanzliche Weichkäse-Alternative
- Pflanzliche Käse-Alternative Gerieben
- Pflanzliche Hart- und Schnittkäse-Alternative

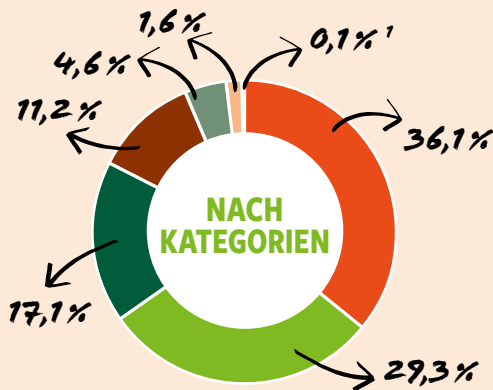
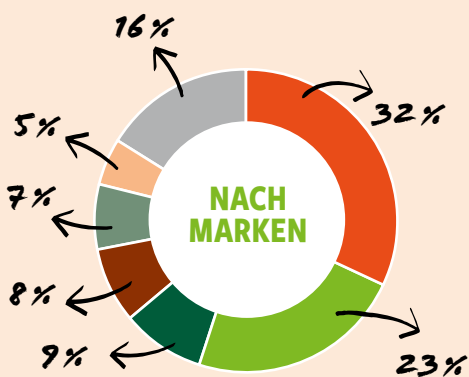
# KATEGORIEN NACH MARKTBEDEUTUNG



Was Kunden gerne kaufen, sollte entsprechend prominent im Regal platziert sein. Für Käse-Alternativen bedeutet das: Mehr als die Hälfte des Umsatzes (55 Prozent) werden von Marktführer Simply V sowie Eigenmarken des Handels erwirtschaftet. Dieser große Anteil muss beim Aufteilen der Regalfläche berücksichtigt werden, wobei die Marke aufgrund der höheren Wertschöpfung besonders herausgestellt werden sollte. Gemäß ihrem Anteil

folgen danach die Marken Bresso, Bedda und Violife. Ähnliches gilt für die Sorten. Mehr als ein Drittel des Umsatzes (36 Prozent) in der pflanzlichen Gelben Linie werden mit Frischkäse erwirtschaftet. Danach folgen Hart- und Schnittkäse (29 Prozent), geriebener Käse (17 Prozent) sowie Feta (11 Prozent). Weichkäse und Mozzarella bleiben unter 5 Prozent. Hier müssen also nicht alle Anbieter und Produkte berücksichtigt werden.

## PLATZIERUNG GEMÄSS MARKTBEDEUTUNG



● Eigenmarke    ● Simply V    ● Bresso    ● Bedda  
● Violife    ● Oatly    ● Restliche

● Frischkäse    ● Hart-/Schnittkäse SB    ● Geriebener Käse SB  
● Feta    ● Weichkäse    ● Mozzarella    ● Blauschimmelkäse

Quelle: Nielsen, pflanzliche Datenbank, LEH + DM, Umsatz in %, Daten bis KW 52/2024



### WELCHE SORTE SOLLTE DIE MEISTE REGALFLÄCHE BEKOMMEN?

- Pflanzliche Hart- und Schnittkäse-Alternative



## REGALPLATZIERUNG EMPFEHLUNG

In welches Regal gehören Käse-Alternativen denn nun eigentlich? Aktuell wird eine Platzierung im Veggie-Block mit Wurst-, Fleisch- und Käse-Alternativen empfohlen. Dieser kann an verschiedenen Stellen eingegliedert sein – mit Ausnahme des „No-Gos“ Fleisch SB. Durch die große Dynamik der Kategorie müssen Empfehlungen jedoch regelmäßig überprüft und angepasst werden.



KUNDENLAUF →



### WO WERDEN KÄSE-ALTERNATIVEN PLATZIERT?

- Mit SB-Fleisch- und Wurstwaren
- Im Veggie-Block
- Zugeordnet zur entsprechenden konventionellen Käsesorte

# GUT ZU WISSEN!

VERBRAUCHERFRAGEN  
BEANTWORTET

MEHR ZUM THEMA  
PFLANZLICH GENIESSEN  
FINDEST DU AUF  
[WWW.SIMPLY-V.DE/DE/  
JOURNAL](http://WWW.SIMPLY-V.DE/DE/JOURNAL)

WWW

**WO WERDEN KÄSE-ALTERNATIVEN PLATZIERT?**

Im Veggie-Block



## KANN ICH KÄSE-ALTERNATIVEN AUCH ESSEN, WENN ICH KEIN VEGANER BIN?

Käse-Alternativen kann jeder genießen, dafür muss man kein Veganer sein oder werden. Pflanzliche Käse-Alternativen sind für alle gemacht, die aus den verschiedensten Gründen gern mehr pflanzliche Produkte essen möchten, ohne auf Käse verzichten zu wollen.

### Woraus werden die Produkte gemacht?

Das ist von Hersteller zu Hersteller unterschiedlich. Siehe dazu auch S.15. Simply V-Produkte zum Beispiel werden mit wenigen sorgfältig ausgesuchten Zutaten hergestellt. Immer mit dabei: Kokosnussöl und Mandeln bzw. Cashews.

### WIE LANGE SIND DIE PRODUKTE NACH DEM ÖFFNEN HALTBAR?

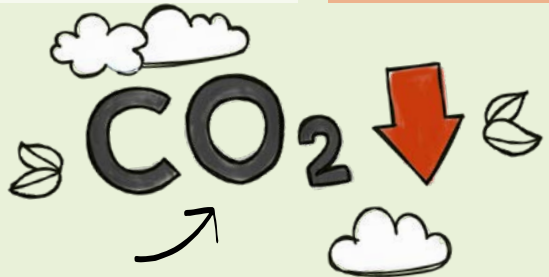
Wie lange ein offenes Produkt noch haltbar ist, lässt sich so pauschal nicht beantworten. Das hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab. Es ist sicherlich ratsam, offene Produkte nicht länger als ein paar Tage (im Kühlschrank) aufzubewahren.

## Kann man Käse-Alternativen wie „richtigen“ Käse verwenden?

Produkte von Simply V können genauso verwendet werden wie ihre tierischen Gegenstücke. Wichtig ist, auf die passende Sorte zu achten: Geriebene Alternativen eignen sich etwa zum Überbacken oder Käsefondue. Pflanzliche Grillkäse-Alternativen sind optimal für die Zubereitung auf dem Grill oder in der Pfanne.

### WARUM WERDEN PRODUKTE IN KUNSTSTOFF-VERPACKUNGEN ANGEBOten?

Weil Lebensmittelhersteller bestimmte Anforderungen erfüllen müssen. Die Verpackung selbst muss verschiedene Funktionen erfüllen: Sie muss ein Lebensmittel schützen, etwa vor Mikroorganismen, sie muss das Produkt lagerfähig machen und soll auch gut zu transportieren sein – um hier nur einige Funktionen zu nennen. Aber es versteht sich von selbst, dass die Verpackungen so umweltverträglich gemacht werden wie irgend möglich.



## Haben Käse-Alternativen einen ökologischen Vorteil verglichen mit „richtigem“ Käse?

Grundsätzlich profitieren Klima und Umwelt, wenn der Anteil pflanzlicher Nahrungsmittel auf unserem Speiseplan steigt. Das zeigen verschiedene Studien, die davon ausgehen, dass ein erheblicher Teil aller Treibhausgasemissionen durch die Erzeugung tierischer Lebensmittel verursacht wird. Dazu zählt auch der Anbau von Futtermitteln für Rinder & Co. Es ist daher sicherlich ökologisch von Vorteil, rein pflanzliche Käse-Alternativen in den Speiseplan zu integrieren.



### WER KANN PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN ESSEN?

- Nur Veganer
- Veganer und Vegetarier
- Alle

# DON'T CALL IT KÄSE!



Pflanzlicher Käse-Ersatz darf offiziell, also als Produktbezeichnung, nicht veganer Käse heißen. Käse ist laut deutscher Käseverordnung ein festes Erzeugnis aus Milch. Das bestätigte auch der Europäische Gerichtshof (Urteil von 2017).



## CLEAN EATING

Viele Verbraucher achten auf kurze Zutatenlisten, weil sie möglichst natürliche Lebensmittel essen wollen. Das gilt auch für Käse-Alternativen. Qualität zeigt sich durch „wenige, aber gute Zutaten“.

## INDUSTRIELL UNVERARBEITET

Pflanzliche Käse-Alternativen, die hauptsächlich aus Nüssen, Samen oder Gemüse bestehen, enthalten häufig auch Ballaststoffe, gesunde Fette und Mikronährstoffe: Sie unterstützen eine gesunde Ernährung.

## OHNE ZUSÄTZE

Auf künstliche Farbstoffe sollte verzichtet werden.

Wo eine käseähnliche Färbung erwünscht ist, lässt sich diese auch durch Pflanzenextrakte, etwa aus Äpfeln oder Karotten, erzielen.

## MÖGLICHSST FRISCH

Auch Konservierungsstoffe gehören nicht in Käse-Alternativen. Zum Schutz vor Verfärbung wird oft ein Antioxidationsmittel (Natriumascorbat, das Natriumsalz der Ascorbinsäure) verwendet.

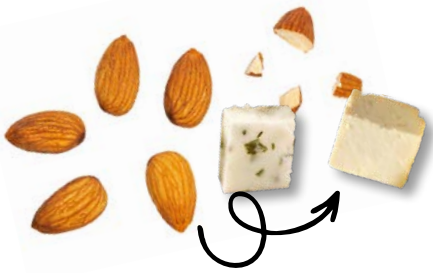


**40%**  
weniger CO<sub>2</sub> bis zum Jahr 2030  
ist das Klimaziel Europas.  
Das sind 3,36 Mrd. Tonnen.  
1990 waren es noch  
5,6 Mrd. Tonnen.



## WER KANN PFLANZLICHE KÄSE-ALTERNATIVEN ESSEN?

 Alle



Danach dürfen pflanzliche Lebensmittel, die Milchprodukte nachahmen, keine Namen tragen, die an die Kuh erinnern. Bezeichnungen wie „Pflanzenkäse“ oder „Tofubutter“ sind tabu. Die höchsten Richter der EU bezogen sich unter anderem auf Regelungen im europäischen Recht. Die Bezeichnung „Milch“ ist hier Produkten vorbehalten, die aus der „normalen Eutersekretion“ von Tieren gewonnen werden.

## KÄSE NUR VOM TIER

Auch Begriffe wie Rahm, Sahne, Butter, Käse oder Joghurt dürfen nur für Produkte tierischen Ursprungs verwendet werden. Hintergrund des EuGH-Urteils war eine Klage gegen ein Unternehmen, das vegane und vegetarische Produkte herstellt und sie unter Namen wie „VeggieCheese“ vertrieb, dabei aber auf den pflanzlichen Ursprung hinwies. Dennoch hielten die Richter eine Verwechslungsgefahr seitens der Verbraucher für möglich. Die Regelung gilt aber nicht für alle pflanzlichen Produkte. Erdnussbutter oder Kokosmilch, die ja auch nicht aus Milch sind, dürfen nämlich so heißen: Sie gelten als „Erzeugnisse, deren Art aufgrund ihrer traditionellen Verwendung genau bekannt ist“.



### NACHHALTIGKEIT WIRD ESSBAR

Nachhaltigkeit wird für uns alle immer wichtiger. Nur darüber zu reden, bringt uns allerdings nicht weiter: Wir müssen auch etwas dafür tun!

Wir alle können unseren Teil dazu beitragen, zum Beispiel mit einer pflanzlichen Ernährung. Damit können wir unseren Alltag nachhaltiger gestalten.

Das ist durch die vielen pflanzlichen Alternativprodukte ganz einfach umzusetzen und schmeckt dazu auch noch richtig gut.

## ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK

Um die Produkte noch nachhaltiger zu machen, will Simply V bis 2025 die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Produkte um 30 Prozent senken. Die Kunststoffmenge pro Verpackung soll um ein Viertel reduziert und mehr recycelter oder biobasierter Kunststoff verwendet werden. Das trifft den Nerv der Verbraucher – die Sorge um Plastikmüll steht laut Nielsen bei Konsumenten ganz oben.



### WARUM DÜRFEN KÄSE-ALTERNATIVEN NICHT VEGANER KÄSE HEISSEN?

- Weil Veganer kein als Käse bezeichnetes Produkt kaufen würden
- Weil sie nicht so gut wie Käse schmecken
- Um die Verwechslungsgefahr mit „echtem“ Käse auszuschließen

# GENUSS, DER BEGEISTERT



**SIMPLY  
FÜR  
ALLE!**

**100%  
PFLANZLICH**



**VERSCHIEDENSTE  
SORTEN SORGEN FÜR  
HOHE WIEDERKAUF-  
RATEN: SIMPLY V IST  
MARKTFÜHRER IN  
DER KATEGORIE.**

Das frühere Start-up Unternehmen E.V.A. GmbH aus Oberreute ist heute fester Bestandteil der Hochland Deutschland GmbH in Heimenkirch. Im schönen Allgäu werden seit 2015 unter der Marke Simply V rein pflanzliche hergestellt, die wie Käse verwendet werden können und viele Konsumenten mit ihrem Geschmack überzeugen. Heute ist das Unternehmen die Nummer eins im wachsenden Segment der Käse-Alternativen. Der Marktanteil am Gesamtabsatz betrug 2024 19 Prozent.

Nach Einführung der Frischkäse-Alternative Simply V Streichart 2015 folgten schon

bald die Simply V Scheiben sowie die geriebenen Varianten. Mit dem Simply V Hirte bietet die Marke seit 2021 auch eine Feta-Alternative und der 2022 eingeführte Grill & Pfanne bringt in drei Sorten fleischlose Abwechslung auf den Rost. Der Simply V Caprese überzeugt als Mozzarella-Alternative in Salzlake und der Simply V Block begeistert mit seiner Vielseitigkeit.

Alle Simply V-Produkte werden ohne Soja und Palmöl hergestellt. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit: So wird die Recyclingfähigkeit der Verpackung ständig optimiert.



## WARUM DÜRFEN KÄSE-ALTERNATIVEN NICHT VEGANER KÄSE HEISSEN?

✓ Um die Verwechslungsgefahr mit „echtem“ Käse auszuschließen

HIER  
UMKNICKEN!  
LÖSUNG AUF  
DER NÄCHSTEN  
SEITE.



## ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 1



Mehrfachantworten sind möglich!

### WARUM GREIFEN VERBRAUCHER ZU PFLANZLICHEN ALTERNATIVEN?

- Gesundheit und Fitness
- Kulinarik
- Klimaschutz und Tierwohl

### WIE SOLLTEN KÄSE-ALTERNATIVEN PLATZIERT WERDEN?

- Im vertikalen Markenblock
- Nach Marktbedeutung
- Nach Verwendungsanlässen

### WELCHER PRODUKTNAME DARF NICHT ZUR OFFIZIELLEN WARENBEZEICHNUNG GEBRAUCHT WERDEN?

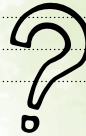
- Tofubutter
- Erdnussbutter
- Pflanzenkäse

### WIE VIELE BUNDESBÜRGER ESSEN ZUMINDEST ZEITWEISE VEGAN?

- 10 Prozent
- 35 Prozent
- 43 Prozent

### WAS KENNZEICHNET DIE ZIELGRUPPE FÜR KÄSE-ALTERNATIVEN?

- Hohe Kaufkraft
- Wohnort auf dem Land
- Hoher Anteil an Männern



### WELCHE LEBENSMITTEL SIND BEI GESUNDER ERNÄHRUNG NUR IN MASSEN ERLAUBT?

- Hülsenfrüchte
- Chips und Pommes
- Nüsse und Samen



HIER  
UMKNICKEN!  
LÖSUNG AUF  
DER NÄCHSTEN  
SEITE.



## ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 2

Mehrfachantworten sind möglich!

### WAS BEDEUTET CLEAN EATING?

- Kurze Zutatenliste
- Möglichst wenig verarbeitetes Produkt
- Rohstoffe wurden vor der Verarbeitung gereinigt

### WELCHE AUSSAGE IST FALSCH?

- Nur Veganer kaufen Käse-Alternativen
- Käse-Alternativen lassen sich nicht zum Kochen verwenden
- Basis für pflanzliche Käse-Alternativen sind oft Cashewkerne

### WER IST MARKTFÜHRER IN DER KATEGORIE KÄSE-ALTERNATIVEN?

- Es gibt keinen eindeutigen Marktführer, da das Segment hart umkämpft und der Anteil von Handelsmarken hoch ist
- Violife
- Simply V

### WOMIT LASSEN SICH KONSUMENTEN ZUM KAUF VON KÄSE-ALTERNATIVEN INSPIRIEREN?

- Verbundplatzierungen
- Verkostungen
- Rezeptvorschläge

### WELCHES SEGMENT SOLLTE IN SICHTHÖHE PLATZIERT WERDEN?

- Scheiben aufs Brot
- Kochen und Schmelzen
- Streichen

### WELCHE AUSSAGE IST RICHTIG?

- Käse-Alternative reift in der Packung noch nach
- Je frischer, desto besser schmeckt pflanzliche Käse-Alternative
- Pflanzliche Käse-Alternative ist ungefähr so lange haltbar wie konventioneller Käse

# NOCH MEHR BRAINFOOD!

... GIBT ES IN DER  
LZ DIREKT LERNWELT

In unserem Shop [Izdirekt-lernwelt.de](http://Izdirekt-lernwelt.de) findest Du noch viel mehr Wissen in gedruckter Form:

- /// Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen mit allen aktuellen Markenlehrbriefen
- /// Nützliche Basis- und Prüfungstrainer
- /// Eine Auswahl an interessanten Fachbüchern und Nachschlagewerken

Das E-Learning-Portal [training.Izdirekt.de](http://training.Izdirekt.de) für Mitarbeitende im Lebensmitteleinzelhandel ist mit kompakten E-Trainings inklusive Abschlusszertifikaten die perfekte, flexible und interaktive Ergänzung zu den Markenlehrbriefen. Hier kannst Du jederzeit **kostenlos und ohne Registrierung** Dein Wissen auffrischen: egal ob am PC, Tablet oder Smartphone.



[Izdirekt-lernwelt.de](http://Izdirekt-lernwelt.de)  
[training.Izdirekt.de](http://training.Izdirekt.de)

## IMPRESSUM

3. AUFLAGE  
2025

**Ein Markenlehrbrief der**  
LZ direkt Lernwelt  
Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main

**Head of LZ direkt Lernwelt:** Nicole Grohmann

**Creative Direction LZ direkt Lernwelt:**  
Anke Couturier

**Grafische Gestaltung:** Anke Couturier,  
Nathalie Ganteführ

**Text:** Fabienne Leonard

**In Zusammenarbeit mit**  
Simply V (E.V.A. GmbH)  
Irsengunder Straße 13, 88179 Oberreute  
[www.simply-v.de](http://www.simply-v.de), [info@simply-v.de](mailto:info@simply-v.de)

## Bestellservice und Auslieferung

Herold Fulfillment GmbH, Daimlerstraße 14,  
85748 Garching b. München  
Tel. +49 (0)89 613871-0  
[lernwelt@herold-fulfillment.de](mailto:lernwelt@herold-fulfillment.de), [www.Izdirekt-lernwelt.de](http://www.Izdirekt-lernwelt.de)

## BILDNACHWEIS

**AdobeStock** (S. 2: Jacob Lund Photography; 3, 16, 34: divirector; 3, 4, 8, 10, 16, 22, 25, 34, 35: lesichkadesign; 4: Emi Tse; Nika\_Art; 5, 28, 29: Tierney; 5: vikakurylo81; 6: Serghei Starus; 7, 13, 27: Akiko Maki; 7, 15, 31: Oleksandr Prokopenko; 8: Hajia Koaans; Matthew; Sabavector; tulpahn; 10: bsd studio; kucherav; puhimec; Ruribayaku; tricoean; 11: Natalia; ttwelve.std; Oleksandr Pokusai; 12, 14: jenny on the moon; 13: baibaz; calyso77; Ildi Papp; Markus Mainka; Natika; Patryk Michalski; photocrew; supamas; 14: freeject.net; hanabiyori; 15: jane55; 17, 21, 26, 27, 29: Pugun & Photo Studio; 17: tettygreen; 20: Alina Mosinyan; 22: devitaayu; 23: RossandHelen photographers; 24: robu\_s; 25: littewolf1989; 25, 28: veekic; 28: Artnizu; 28, 29: tierney; 31: Muhammad; stockpics; suriya); **iStockphoto** (S. 2, 19, 35, 36: Frank Ramspott; 3, 7, 23, 30: Ollustrator; 4: Dmitry Fisher; kate\_sun; LEOcrafts; 7, 9, 20, 30, 33: DragonTiger; 9: kolesnikovsrg; primiaou; 13, 15, 19, 25, 32, 33, 35: ulimi; **Shutterstock** (S. 12, 19, 35: bqmeng; 35: Intellson); **SimplyV** (S. 6, 14, 15, 30: Andreas Thumm; 1, 5, 6, 7, 10, 14, 15, 17, 18, 19, 21, 23, 25, 28, 30, 32)

## **MARKENLEHRBRIEF**

EIN PRODUKT DER LZ DIREKT LERNWELT

# **MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN!**

**LZ direkt Lernwelt**

Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main

[lzdirekt-lernwelt.de](http://lzdirekt-lernwelt.de)

[training.lzdirekt.de](http://training.lzdirekt.de)



160294