



PFLANZLICHE MILCHALTERNATIVEN SIND MAINSTREAM: VERBRAUCHER*INNEN WOLLEN NÄHRSTOFFE UND FAIRE STEUERN NEUE REPRÄSENTATIVE UMFRAGE VON DANONE ZEIGT TRENDS UND CHANCEN

08.01.2026, Frankfurt am Main – Pflanzliche Milchalternativen sind längst kein Nischentrend mehr, Nährstoffanreicherung wird zum Kaufargument und die Steuerlogik bei Pflanzendrinks sorgt für Unverständnis: Das sind zentrale Ergebnisse einer aktuellen repräsentativen Online-Umfrage von Danone Deutschland in Kooperation mit INNOFACT. Die Studie beleuchtet Konsumgewohnheiten, Kaufmotive und Barrieren sowie die Rolle von Nährstoffen und Mehrwertsteuerregelungen.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- **Pflanzliche Milchalternativen sind im Alltag angekommen:** Fast die Hälfte (47 %) konsumieren sie, 18 Prozent davon regelmäßig. Bei jungen Erwachsenen und Haushalten mit Kindern sind es sogar über die Hälfte (56 %).
- **Nährstoffe sind kaufentscheidend:** Calcium, Vitamin D und Vitamin B12 sind besonders wichtig. Drei Viertel der Befragten (75 %) wären bereit, für angereicherte Produkte mehr zu zahlen.
- **Das Spurenelement Jod bleibt unterschätzt:** Trotz Jodmangel in Deutschland achten nur 22 Prozent der Befragten bewusst auf ihre Jodzufuhr.
- **Abschaffung des Luxussteuersatzes auf Pflanzendrinks gefordert:** 61 Prozent sprechen sich für einen reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Pflanzendrinks aus; für 17 Prozent der bisherigen Nicht-Verwender*innen wäre dies ein konkreter Kaufanreiz.

Von der Nische zum Mainstream: Pflanzliche Milchalternativen im Alltag

Während die Politik noch diskutiert, wie sie heißen dürfen, sind pflanzliche Milchalternativen längst im Mainstream angekommen. Der aktuelle Ernährungsreport 2025 des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat zeigt: Rund 37 Prozent der Deutschen bezeichnen sich als Flexitarier*innen – also mehr als ein Drittel der Bevölkerung. Laut Ernährungsreport liegt der Anteil an Personen, die öfters vegetarische oder vegane Alternativen kaufen bei 34 Prozent.

Bei der aktuellen Danone Umfrage zu pflanzlichen Milchalternativen zeigt sich eine noch stärkere Tendenz: Knapp die Hälfte der Befragten (47 %) konsumiert pflanzliche Milchalternativen. 18 Prozent davon regelmäßig. Besonders häufig greifen junge Erwachsene zwischen 18 und 29 Jahren (56 %), Haushalte mit Kindern (56 %) sowie Personen im Alter von 30 bis 49 Jahren (52 %) zu diesen Produkten. Auch Flexitarier*innen und Frauen gehören überdurchschnittlich oft zu den Nutzer*innen.

Unter den Pflanzendrinks ist die Sorte Hafer mit Abstand die beliebteste: 48 Prozent konsumieren sie häufig oder sehr häufig. Mandeldrinks folgen mit 34 Prozent. Für Vegetarier*innen spielt der Sojadrink eine größere Rolle als für den Rest (30 %). Insgesamt konsumieren 95 Prozent der Nutzer*innen pflanzliche Drinks mindestens einmal pro Quartal – besonders häufig in Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg.

Warum pflanzlich? Gesundheit und Tierschutz dominieren

Die wichtigsten Gründe für den Konsum pflanzlicher Milchalternativen sind gesundheitliche Aspekte (49 %) sowie der Tierwohl (46 %). Für gesundheitsorientierte Verbraucher*innen stehen vor allem gesündere Fette, Bio-Qualität und zugesetzte Vitamine im Fokus. Beim tatsächlichen Kauf zählen vorrangig der Geschmack (84 %), die Konsistenz (74 %) und das Preis-Leistungs-Verhältnis (72 %).

Die größten Barrieren für Nicht-Verwender pflanzlicher Milchalternativen sind der Geschmack (54 %) und der Preis (44 %).

Nährstoffanreicherung: Calcium und Vitamin D im Fokus

44 Prozent der Befragten bevorzugen pflanzliche Milchalternativen, die mit Vitaminen und Mineralstoffen angereichert sind. Davon wären drei Viertel (75 %) grundsätzlich bereit, für entsprechende Milchalternativen mehr zu bezahlen. Rund 30 Prozent akzeptieren dabei einen Aufpreis von bis zu 10 Prozent, während vor allem Frauen sogar Preissteigerungen von bis zu 20 Prozent in Kauf nehmen würden.

Besonders relevante Nährstoffe sind Calcium (55 %), Vitamin D (50 %) und Vitamin B12 (49 %).

Flexitarier*innen heben zusätzlich pflanzliche Proteine, Ballaststoffe und Eisen hervor.

Gleichzeitig zeigt sich ein erhebliches Marktpotenzial: Ein Viertel der bisherigen Nicht-Nutzer*innen würde pflanzliche Varianten bevorzugen, sofern diese ein vergleichbares Nährwertprofil wie Kuhmilch hätten.

Jod: der unterschätzte Nährstoff

Obwohl Jod als wichtiger Bestandteil der Schilddrüsenhormone an vielen Stoffwechselprozessen beteiligt ist, achten nur 22 Prozent bewusst auf ihre Jodzufuhr. Die Mehrheit nutzt jodiertes Speisesalz (71 %). Prozent greifen zu Supplementen und 21 Prozent kaufen jodangereicherte Lebensmittel, um ihren Jodbedarf zu decken. Haushalte mit Kindern achten eher auf eine jodhaltige Ernährung. Knapp 40 Prozent wissen nicht, dass die Deutschen zu wenig Jod zu sich nehmen; zwei Drittel haben ihre Jodwerte noch nie überprüfen lassen. Veganer*innen, Vegetarier*innen, Flexitarier*innen und jüngere Befragte haben ihre Jodwerte jedoch deutlich häufiger mehrfach bestimmen lassen.

Mehrwertsteuer auf Pflanzendrinks: Ein klarer Auftrag

Nur 34 Prozent wissen, dass Kuhmilch derzeit mit 7, Pflanzendrinks hingegen mit 19 Prozent besteuert werden. 61 Prozent sprechen sich für eine Reduktion der Mehrwertsteuer auf 7 Prozent für Pflanzendrinks aus. Für 17 Prozent der aktuellen Nicht-Verwender*innen wäre eine Senkung der Mehrwertsteuer ein Anlass, künftig Pflanzendrinks in Betracht zu ziehen.

Statement von Danone

„Unsere Mission ist es, gesunde Ernährung für alle zugänglich zu machen. Die Ergebnisse zeigen deutlich: Pflanzliche Milchalternativen sind längst keine Nischenprodukte mehr und haben sich als fester Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung etabliert. Dabei wünschen Verbraucher*innen sich Produkte, die nicht nur pflanzlich, sondern auch nährstoffreich sind. Das bestärkt uns, die Vorteile von zugesetzten Vitaminen und Mineralstoffen noch klarer zu kommunizieren – und Spurenelemente wie Jod stärker in den Fokus zu rücken. Gleichzeitig setzen wir uns für faire Rahmenbedingungen ein, wie die Mehrwertsteuersenkung für Pflanzendrinks auf 7 Prozent.“

Über die Danone Studie zu pflanzlichen Milchalternativen

Die Befragung wurde im Oktober 2025 von Danone Deutschland und INNOFACT durchgeführt. Sie basiert auf einer repräsentativen Stichprobe von 1.532 Personen und liefert aktuelle Daten zu Konsumverhalten und Einstellungen gegenüber pflanzlichen Milchalternativen.

Bildmaterial



Dateiname:

Pressefoto_Danone_Studie_pflanzliche_Milchalternativen_2026-01-08

Quellenangabe Foto: © Danone

Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zu den Produkten und dem Unternehmen Danone zu verwenden.

Über Danone

Danone ist einer der führenden Hersteller von Lebensmitteln und medizinischer Ernährung in der DACH-Region, der in vier Geschäftsbereichen tätig ist: Milchfrische, pflanzenbasierte Produkte, natürliches Mineralwasser und Erfrischungsgetränke sowie frühkindliche und medizinische Nahrung. Das Portfolio umfasst bekannte internationale und lokale Marken wie Actimel, Activia, Alpro, Aptamil, Volvic, evian, Fruchtzwerge, Nutrini, Fortimel und Neocate. Danone DACH ist ein B Corp zertifiziertes Unternehmen und schließt sich damit einer internationalen Bewegung von über 7.200 Unternehmen in über 89 Ländern an, die hohe Standards für ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit erfüllen.

Kontakt:

kommunikation.pur GmbH | Candy Sierks | Sendlinger Straße 31 | 80331 München |
Tel.: 089 23 23 63 48 | danone@kommunikationpur.com