

De la salchicha al ‘todo vegetal’: una gran cadena ensaya en Berlín un supermercado vegano

Por: Lourdes Velasco (Berlín). 02/07/2025

La segunda cadena de supermercados más grande de Alemania, REWE, abrió el año pasado su primera tienda con productos 100% de origen vegetal.

El 2% de la población de Alemania es **vegana** y el 8% **vegetariana**, según el [último informe](#) de nutrición que el Ministerio de Agricultura de Alemania publicó en 2024. Otro 41% es flexitariana, es decir, consume carne aunque la reduce conscientemente de la dieta. En el país de las salchichas, cada vez es más común que en verano te inviten a una barbacoa vegana. Si en 2015 el 34% de los alemanes comía carne o embutidos todos los días, ahora la cifra ha caído al 23%.

En este contexto, incluso las grandes **cadena de supermercados** están adaptando su oferta a sus nuevos hábitos de consumo. Y un 2% de la población no es una cantidad desdeñable, siendo Alemania un país con 84 millones de habitantes.

De hecho, hay grandes grupos empresariales que ya se han lanzado a por ese fragmento del consumidor. La segunda cadena de supermercados más grande del país, **REWE**, que tiene alrededor de 3.800 tiendas en Alemania, ha abierto en Berlín su **primer supermercado para veganos**, en el que solo pueden encontrarse productos 100% de origen vegetal.

Al inaugurar la tienda en abril de 2024 en Berlín, Rewe entró a **un mercado que hasta ahora copaban cooperativas y tiendas locales**. Abrió su supermercado en el último local que cerró Veganz, una empresa que nació en 2011 como una cadena de supermercados veganos y que terminó cerrando. Ahora se dedica a la producción de alimentos veganos que vende a otras cadenas, y también íntegramente *online*.

A Rewe, este experimento no le ha salido mal. Los clientes realizan alrededor de **5.500 compras cada semana** en la tienda “100 % vegetal» que abrieron en Berlín-Friedrichshain, explica a *Climática* una portavoz de la empresa, Stephanie Behrens. “La idea era abrir un supermercado de servicio completo, pero exclusivamente de

origen vegetal, en el que se pudiesen encontrar desde verduras, productos de panadería y bebidas vegetales hasta dulces y artículos de droguería”, dice Behrens. Es decir, aporta una solución al hartazgo de tener que revisar todos los ingredientes y buscar laboriosamente por los pasillos qué se puede meter en la cesta, ya que aquí sus 2.700 productos –1.400 de ellos frescos– son aptos para veganos.

Pero, además, ubicó el supermercado justo al lado de una estación de metro y tren muy concurrida, en un punto (Warschauer Strasse) por el que pasan cada día más de 90.000 personas. Eso es lo que explica en parte el éxito, porque en realidad el producto estrella del supermercado no es el tofu, sino el “**bretzel**”, es decir, el recurrente panecillo salado que mucha gente compra como tentempié antes de subirse al metro.

“Elegimos deliberadamente una zona muy urbana de Alemania. Además, el barrio de Friedrichshain ofrece una gran variedad de opciones gastronómicas centradas específicamente en la alimentación basada en plantas. Creímos que un supermercado vegano en este barrio complementaba esta oferta”, explica la portavoz de la cadena. “Según nuestra experiencia, las ubicaciones potenciales para supermercados de este tipo deben cumplir requisitos clave: tanto el lugar como la base de clientes deben ser muy urbanos”, añade. **Los clientes potenciales son los jóvenes.**

La encuesta del Ministerio de Agricultura alemán confirma esta **tendencia**. La proporción de quienes comen alternativas vegetarianas o veganas todos los días está aumentando: un total del 10% las consume todos los días, el doble que en 2020. En el grupo de edad de 14 a 29 años, la proporción es más alta, con un 18%. Además, el 96% de los encuestados está familiarizado con los productos alternativos de origen vegetal, especialmente los basados en soja, cereales o legumbres. Dos tercios también han probado productos elaborados con frutos secos o algas.

Pero aunque el público aumenta, por el momento Rewe no tiene entre sus planes abrir un segundo supermercado vegano en otra ciudad alemana. La tienda de Berlín seguirá siendo una **tienda piloto única**, una especie de prueba en la que la segunda cadena de supermercados alemana aprende sobre lo que funciona entre el público. “Recopilamos información valiosa sobre factores de ubicación, desarrollo y diseño del surtido de productos, comportamiento de la demanda, y factores influyentes en el consumo. También probamos allí cambios, con el objetivo de

ampliar constantemente nuestra experiencia en el ámbito vegano”, explica la portavoz de la empresa, que asegura que lo que tiene éxito, se lleva a otras tiendas tradicionales de la cadena.

En realidad, Veganz cerró a finales de 2023 su última tienda en ese mismo local tras un proceso de decadencia debido a la mayor disponibilidad de productos veganos en supermercados convencionales, a los que ahora distribuye sus productos. **Edeka**, la líder de supermercados en Alemania, no tiene tampoco una sucursal vegana, pero sí ofrece variados productos en sus tiendas, y ha lanzado marcas propias.

Así, a base de ensayo y error, en Alemania las grandes cadenas van adaptándose y dando distintas respuestas a las necesidades de los consumidores, a las que en cierta forma también responden las instituciones. El Ministerio de Agricultura aprobó una estrategia para una alimentación más saludable y sostenible que reduzca el consumo de carne, que incluyó por primera vez una **partida de 38 millones de euros** para el fomento de las fuentes de proteínas alternativas a la carne.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Climatica. Supermercado exclusivamente de origen vegetal. Foto: REWE.

Fecha de creación

2025/07/02