

07/22/2013

<http://idw-online.de/en/news544520>

Research results
Nutrition / healthcare / nursing, Social studies
transregional, national



Fleischkonsum in Deutschland: Zahl der Vegetarier verdoppelt sich/genereller Trend zu weniger Flei

Von unbekümmerten Fleischessern, Flexitariern und (Lebensabschnitts-) Vegetariern: Universitäten Göttingen und Hohenheim veröffentlichen Studie zum Fleischkonsum in Deutschland.

Mit 3,7 % hat sich der Anteil der Vegetarier in Deutschland innerhalb von 7 Jahren verdoppelt. 13,5 % der Deutschen würden dagegen mehr Fleisch essen, wenn es billiger wäre, so das Ergebnis einer repräsentativen Befragung der Universitäten Göttingen und Hohenheim. Dazwischen gibt es eine große Bandbreite von Menschen, die bewusst wenig Fleisch essen (Flexitariern, 11,6%) oder ihren Fleischkonsum reduzieren wollen (9,5%). Insgesamt lässt sich bei 60 % der Deutschen eine generelle Bereitschaft für einen geringeren Fleischkonsum feststellen. Die deutsche Agrar- und Fleischwirtschaft solle daher verstärkt auf geringere Mengen und dafür höhere Qualität setzen, so der Rat der Autoren.

Veggie-Days, Tierschutz, Fleischskandale: in den letzten Jahren wird verstärkt über Fleischkonsum diskutiert. Allerdings liegen bisher wenig verlässliche Zahlen vor. In einer in der Fachzeitschrift *FleischWirtschaft* veröffentlichten Repräsentativbefragung haben Agrarwissenschaftler der Universitäten Hohenheim und Göttingen deshalb untersucht, wie hoch der Anteil der Vegetarier und der Wenig-Fleischesser (Flexitariern) in Deutschland heute ist und welche Motive sie antreiben.

Der Anteil der Vegetarier an der deutschen Bevölkerung (alle Personen über 18 Jahre) liegt bei gut 3,5 %. Nur eine sehr kleine Gruppe von unter einem halben Prozent lebt vegan. Im Vergleich zur letzten repräsentativen Erhebung, der Nationalen Verzehrsstudie II aus dem Jahr 2006, hat sich der Vegetarieranteil damit ungefähr verdoppelt.

Insgesamt zeigen 60% der Deutschen Bereitschaft für weniger Fleisch

Erstmals erhoben wurde der Anteil der Flexitariern, d. h. derjenigen Menschen, die bewusst möglichst wenig, nur ganz selten oder nur bestimmte Qualitäten von Fleisch essen. Er liegt bei 11,6 %. Weitere 9,5 % der Befragten geben an, ihren Fleischkonsum in Zukunft verringern zu wollen. Drei Viertel der Deutschen sehen ihren Fleischkonsum bisher als eher unproblematisch an.

Allerdings spielen bei vielen Personen dieser Gruppe Nachhaltigkeitsmotive eine wichtige Rolle bei Konsumententscheidungen. „Durch entsprechende Maßnahmen wie zum Beispiel Informationskampagnen ließe sich der Anteil der Deutschen, die bereit wären, Ihren Fleischkonsum einzuschränken, auf 60 Prozent steigern“, so Prof. Achim Spiller, der an der Universität Göttingen Lebensmittelmarketing lehrt. Rund 13,4 % der Verbraucher würden wahrscheinlich mehr Fleisch essen, wenn Fleisch billiger würde. Die kleinste Gruppe von 2 % beabsichtigt, zukünftig in jedem Fall mehr Fleisch auf den Teller zu legen.

„Der Trend zum weniger Fleisch essen wird wahrscheinlich auch in Zukunft anhalten, da dahinter meinungsprägende Trendgruppen unter den Verbrauchern stehen. Die deutsche Agrar- und Fleischwirtschaft sollte daher verstärkt auf *less but better* setzen“, so Prof. Achim Spiller.

Fleischkonsum sinkt mit höherem Einkommen

Rund 2/3 der Vegetarier sind Frauen. Zusammenhänge zum Alter lassen sich nicht feststellen. Vegetarier sind in allen Altersgruppen anzutreffen. „Der Fleischkonsum nimmt mit steigendem Bildungsgrad und höherem Einkommen ab“, so Prof. Harald Grethe, Professor für Agrarpolitik an der Universität Hohenheim.

„Die Häufigkeit des Fleischkonsums wird maßgeblich von Gesundheitsmotiven bestimmt“, so Anette Cordts, die an der Universität Göttingen die Befragung koordiniert hat. „Tierwohl spielt insbesondere für die Vegetarier und bedingt auch für Flexitarier und reduktionswillige Fleischesser eine Rolle, relativ wenig dagegen für die große Gruppe der unbekümmerten Fleischesser. Auch Umweltschutzbedenken führen zu einem geringeren Fleischkonsum, allerdings ist in weiten Teilen der Bevölkerung bisher kaum ein Bewusstsein für die Umweltproblematiken der Produktion tierischer Lebensmittel vorhanden.“

Klebs

Kontakt für Medien:

M. Sc. agr. Anette Cordts, Universität Göttingen, Mitarbeiterin am Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte, Tel.: 0551/ 39-10846, E-Mail: anette.cordts@agr.uni-goettingen.de

Prof. Dr. Harald Grethe, Universität Hohenheim, Fachgebiet Agrar- und Ernährungspolitik
Tel.: 0711/459 22631, E-Mail: grethe@uni-hohenheim.de