



ANGERICHTET

Ein Stimmungsbericht von Deutschlands Esstischen

Vorwort

Als die Rügenwalder Mühle 2014 erstmals fleischlose Produkte in den Handel brachte, wurde das traditionelle Familienunternehmen von vielen belächelt. Immerhin gab es damals keinen wirklichen Markt, andere fleischverarbeitende Betriebe hatten diesen Schritt noch nicht gewagt. Heute, fast zehn Jahre später, sind Fleischersatzprodukte längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Das heißt aber nicht, dass die verschiedenen Ernährungsstile und Produkte gleichermaßen von allen akzeptiert werden. Wir von der Rügenwalder Mühle beobachten sogar eine Art Glaubenskrieg zwischen Fleischesser*innen und Vegetarier*innen oder Veganer*innen. Diskussionen zu Tierwohl, CO₂-Abdruck oder Zusatzstoffen sorgen an vielen deutschen Esstischen für Unmut – und einen bitteren Nachgeschmack.

Doch was denken Fleischesser*innen wirklich über Veganer*innen? Welche Rolle spielt unser Umfeld, wenn wir uns entscheiden, vegetarisch zu leben? Wie viel Fleisch und wie viele Fleischersatzprodukte landen im Einkaufskorb der Deutschen? Und wird es die Diskussionen am Esstisch bald gar nicht mehr geben – weil Fleisch überhaupt nicht auf dem Speiseplan der Zukunft steht?

Wir haben versucht, Antworten auf diese und viele weitere Fragen rund um Fleisch und seine Alternativen zu finden. Dafür haben wir eine repräsentative Studie durchgeführt, führende Expert*innen befragt und die Ergebnisse in diesem Report zusammengefasst.

Ohne zu viel vorwegzunehmen: Hier sehen wir, dass ein offener Austausch zwischen den Lagern viele Missverständnisse und Vorurteile ganz einfach ausräumen könnte. Mit diesem Report möchten wir deshalb auch dazu auffordern, aufeinander zuzugehen. Und vor allem aktiv zuzuhören. Besonders in einer Zeit, in der wir bei vielen Themen eine gesellschaftliche Spaltung wahrnehmen, sollten wir doch zumindest beim gemeinsamen Essen eine Pause davon haben. Das ist mit ein Grund, warum die Rügenwalder Mühle Produkte für jeden Geschmack und jede Ernährungsweise anbietet und womit wir alle an einen Tisch bringen möchten. Denn eines ist klar: Am besten schmeckt's, wenn's allen schmeckt.



Michael Hänel
Geschäftsführer Rügenwalder Mühle

Studiendesign

Methode: Online-Befragung im YouGov Panel
Feldzeit: 29.07.2022 – 05.08.2022

Stichprobe: 3.007 Befragte, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren nach Alter, Geschlecht und Region

Darunter: Fleischesser*innen: n=1.583 / Flexitarier*innen: n=1.167 / Vegetarier*innen: n=201 / Veganer*innen: n=56 *

Zielgruppe: Bevölkerungsrepräsentative Stichproben (deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren)

Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 18 Jahren.

* aufgrund der niedrigen Fallzahlen wurden in der folgenden Auswertung die Ernährungsstile Vegetarisch / Vegan als eine Kategorie ausgewertet.

Definitionen der Zielgruppen

Fleischesser*innen:
Menschen, die regelmäßig Fleisch konsumieren

Flexitarier*innen:
Menschen, die sich überwiegend pflanzlich ernähren, aber gelegentlich Fleisch essen

Vegetarier*innen:
Menschen, die kein Fleisch konsumieren

Veganer*innen:
Menschen, die sich ausschließlich pflanzlich und ohne tierische Produkte wie Käse, Milch, Eier etc. ernähren

Inhalt

03

Vorwort

Begrüßung durch Michael Hähnel, Geschäftsführer der Rügenwalder Mühle

06

Zu Tisch, Deutschland

Ein Statusbericht zum Konsum von Fleisch- und Fleischalternativen



10

Von Vorurteilen & Verurteilungen

Starke Emotionen im Kampf um die moralische Überlegenheit?

14

Alles eine Frage der Erziehung?

Ein Überblick darüber, wie kulturelle Einflüsse unsere Ernährung prägen



16

„Eine Welt ohne Fleisch halte ich nicht für realistisch“

Interview mit Ökotrophologin Eva-Maria Endres und Kulturanthropologe Gunther Hirschfelder

22

Für immer Fleisch?

Faktoren, die unsere Kaufentscheidungen und unseren Ernährungsstil beeinflussen

26

„Es entsteht Platz im Kühlregal“

Interview mit Birgit Schröder, Expertin für Category-Management- und Shopper-Experience

32

Was essen wir in Zukunft?

Trendbericht über unsere möglichen künftigen Ernährungsgewohnheiten



38

„Kultiviertes Fleisch ist ein großes Versprechen“

Interview mit Patrick Bühr, Leiter der Abteilung Forschung & Entwicklung bei der Rügenwalder Mühle

Zu Tisch, Deutschland

Fleischkonsum oder -verzicht: Das Thema ruft große Emotionen hervor. Mit Verve wird ein Veggie-Tag in der Kantine diskutiert oder ein Plädoyer für die Currywurst als Kraftriegel gehalten. Doch sind solche Diskussionen überflüssig, da sich viele ohnehin schon vegetarisch ernähren? Wie groß ist die Fleischeslust hierzulande wirklich? Wir von der Rügenwalder Mühle haben nachgefragt, was am liebsten aufgetischt wird.

Deutschland ist ein Fleischland. Das hat unsere Umfrage bewiesen. Demnach isst die Mehrheit hierzulande Fleisch- und Wurstprodukte (91 Prozent). Allerdings tut dies nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten regelmäßig (53 Prozent), mehr als ein Drittel dagegen nur gelegentlich (38 Prozent). Letztere zählen damit zu den sogenannten Flexitarier*innen. Kompletts fleischlos ernährt sich bisher die Minderheit (9 Prozent).



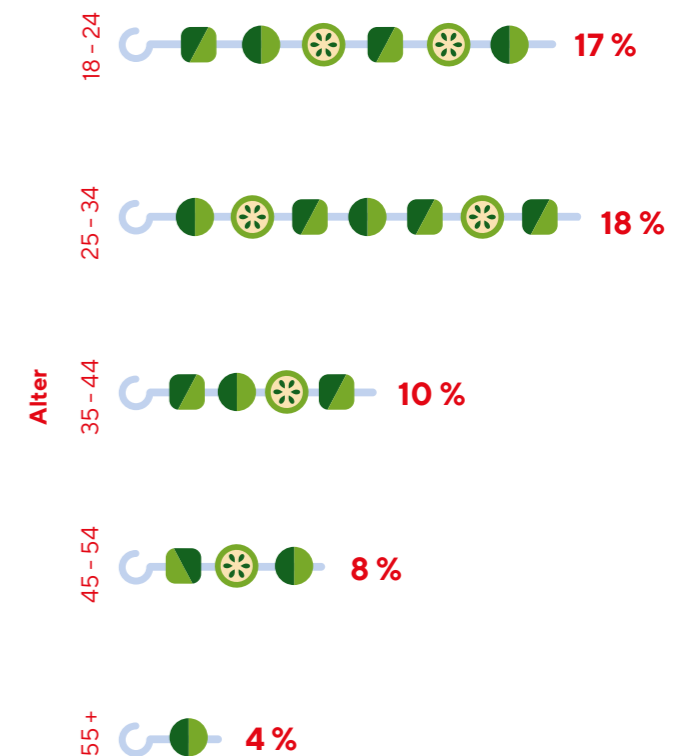
Alter, Einkommen und Bildung beeinflussen die Ernährung

Junge Menschen demonstrieren bei Fridays for Future, sind umweltbewusst und ernähren sich fleischlos? Diese Klischees lassen sich wie jedes andere natürlich nicht auf alle übertragen. Trotzdem scheint etwas Wahres dran zu sein. So ernähren sich laut Befragung mehr jüngere Menschen unter 35 Jahren vegetarisch oder vegan als ältere (siehe Infografik).

Außerdem scheinen ihnen die Konsequenzen des Fleischkonsums bewusster zu sein. Jedenfalls begründen sie ihre Ernährung häufiger mit einem Bewusstsein für Umwelt (30 Prozent) und Tierwohl (28 Prozent) als zum Beispiel die sogenannten Babyboomer (Jahrgänge 1946 bis 1964).

Darüber hinaus sind junge Menschen experimentierfreudiger: Mehr als sieben von zehn befragten Personen jungen und mittleren Alters haben schon Fleischalternativen probiert. Allerdings überraschen auch die Babyboomer mit Mut für Unbekanntes: Von ihnen hat ebenfalls jede*r Zweite schon Fleischalternativen probiert.

Verteilung von Veganer*innen und Vegetarier*innen nach Altersklasse



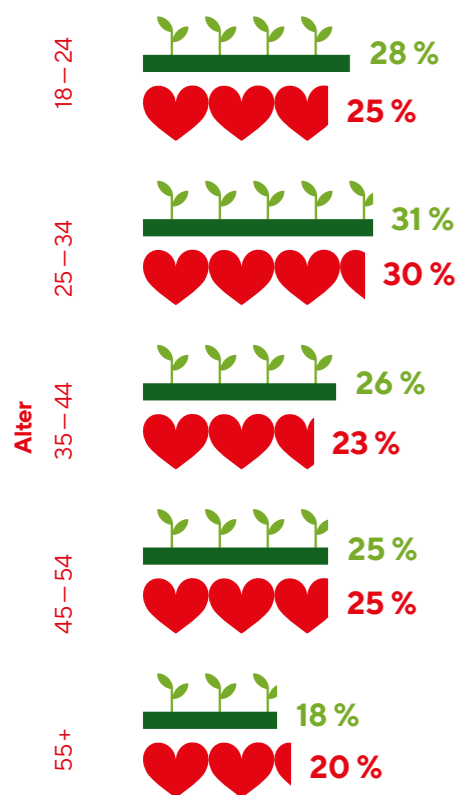
Die Frage der Ernährung ist jedoch auch eine Frage der Bildung und des Geldes: Wer einen hohen Bildungsabschluss besitzt, ernährt sich häufiger flexitarisch (42 Prozent gegenüber 28 Prozent mit niedrigerem Bildungsstand) und häufiger fleischlos (11 Prozent im Vergleich zu 7 Prozent mit mittlerer und 4 Prozent mit niedriger Bildung). Zudem steigt mit dem Haushaltseinkommen auch die Anzahl derer, die sich mit dem Thema Ernährung beschäftigen: So finden es 72 Prozent der Befragten mit einem Haushaltseinkommen von mehr als 4.500 Euro im Monat wichtig, sich mit dem Thema Ernährung zu befassen – während von denen, die ein Haushaltseinkommen von weniger als 2.500 Euro im Monat zur Verfügung haben, „nur“ 59 Prozent diese Meinung vertreten. Interessant in diesem Zusammenhang ist auch: Befragte mit einem Haushaltseinkommen von mehr als 4.500 Euro finden Fleisch häufiger unverzichtbar als Befragte mit einem Haushaltseinkommen von weniger als 2.500 Euro (57 Prozent versus 50 Prozent) und auch zu günstig (45 Prozent versus 36 Prozent). Fleisch wird von vielen als Luxusgut gesehen, auf das mehr als die Hälfte nicht verzichten möchte.

Ist die Fleischeslust typisch männlich?

Die Zahlen lassen es vermuten: Während **64 % der Männer** regelmäßig Fleisch essen, tun dies nur **43 % der Frauen**.



Pflanzlich essen für die Umwelt



Ökologische Gründe
 Tierethische Gründe

Fleischalternativen – wer kennt sie noch nicht?!

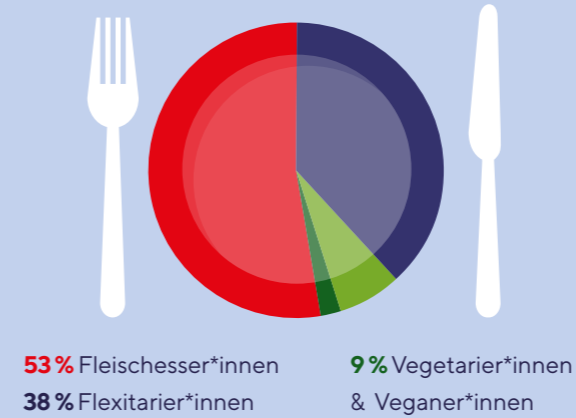
70 Prozent der befragten Personen gaben an, bereits Fleischalternativen gegessen zu haben. Dagegen sind die Befragten, die sich fleischhaltig ernähren, noch zögerlich: Jede*r Dritte (35 Prozent) von ihnen hat noch keine Alternative probiert. Trotzdem zeigt sich, dass die Alternativen ihren Weg auf die Teller finden: 40 Prozent der Deutschen essen sie gelegentlich. Und für Vegetarier*innen und Veganer*innen sind sie vom Speiseplan kaum wegzudenken: Fast jede*r Zweite von ihnen kauft sie regelmäßig ein (48 Prozent der Veganer*innen und Vegetarier*innen). Nahezu jede*r Dritte (29 Prozent) findet zudem, dass Fleischersatz ein guter Kompromiss zwischen Fleischgenuss und gutem Gewissen ist. Deshalb ist es vorstellbar, dass er bald auf jedem gedeckten Tisch seinen festen Platz findet.

Fleischprivileg?

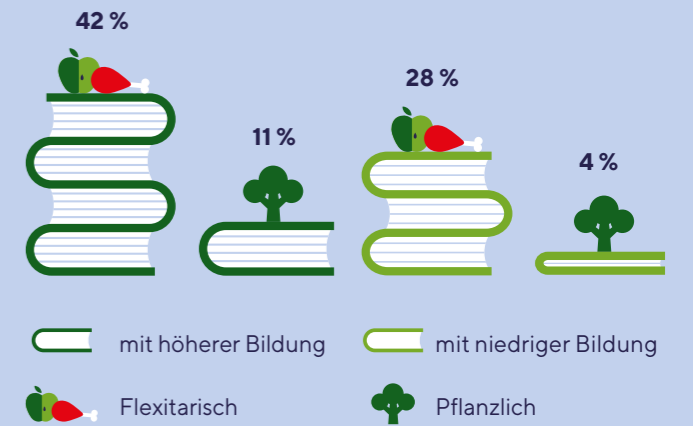
Wer mehr Geld hat, findet Fleisch eher unverzichtbar (**57 % versus 50 %**) und zu billig (**45 % versus 36 %**).

Status Wurst

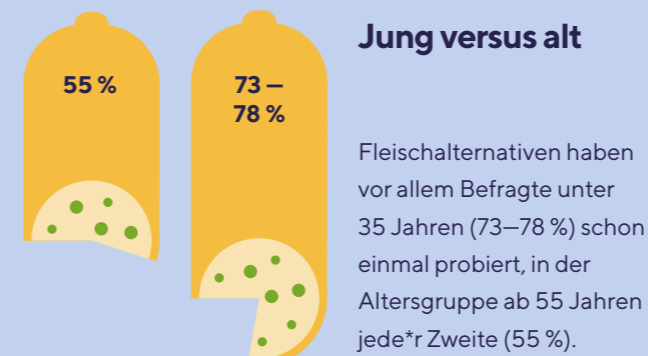
Unsere Ernährungsgewohnheiten



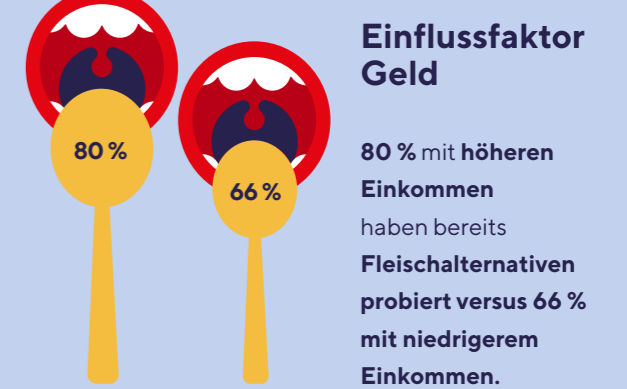
Eine Frage der Bildung



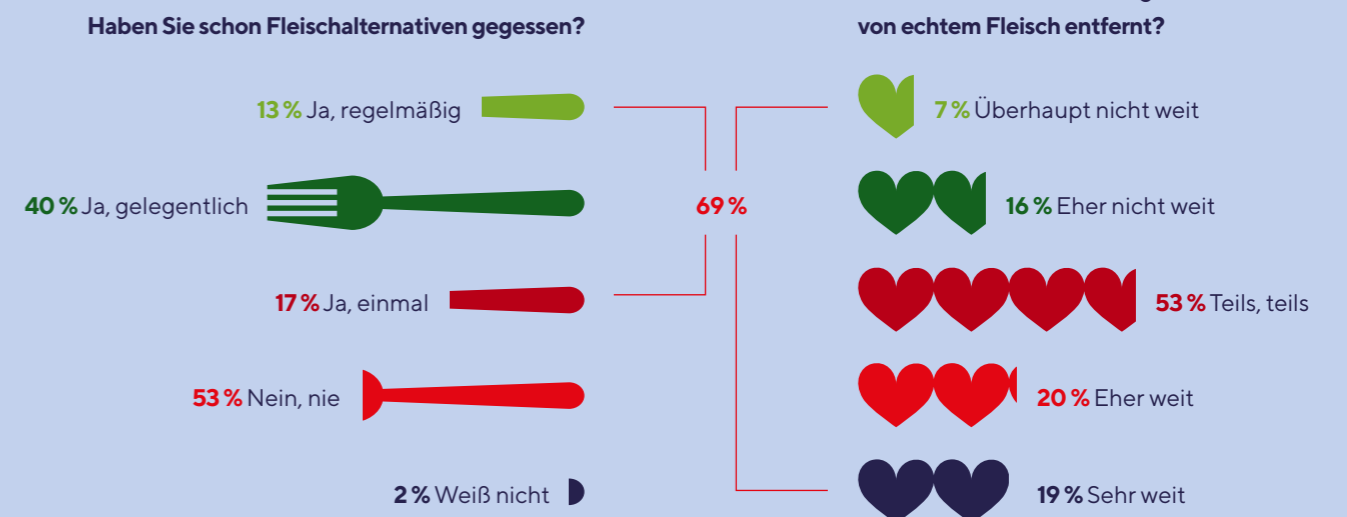
Jung versus alt

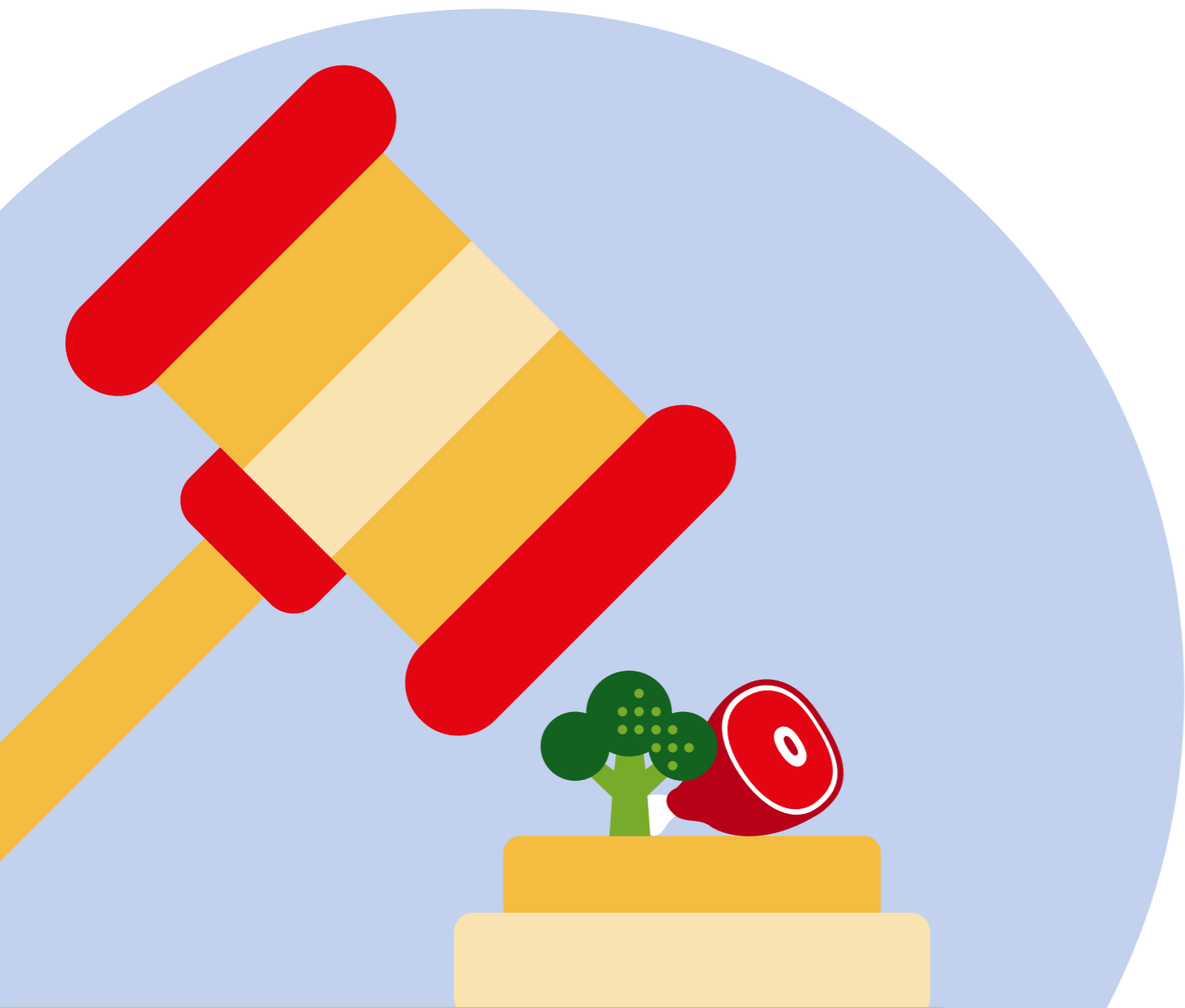


Einflussfaktor Geld

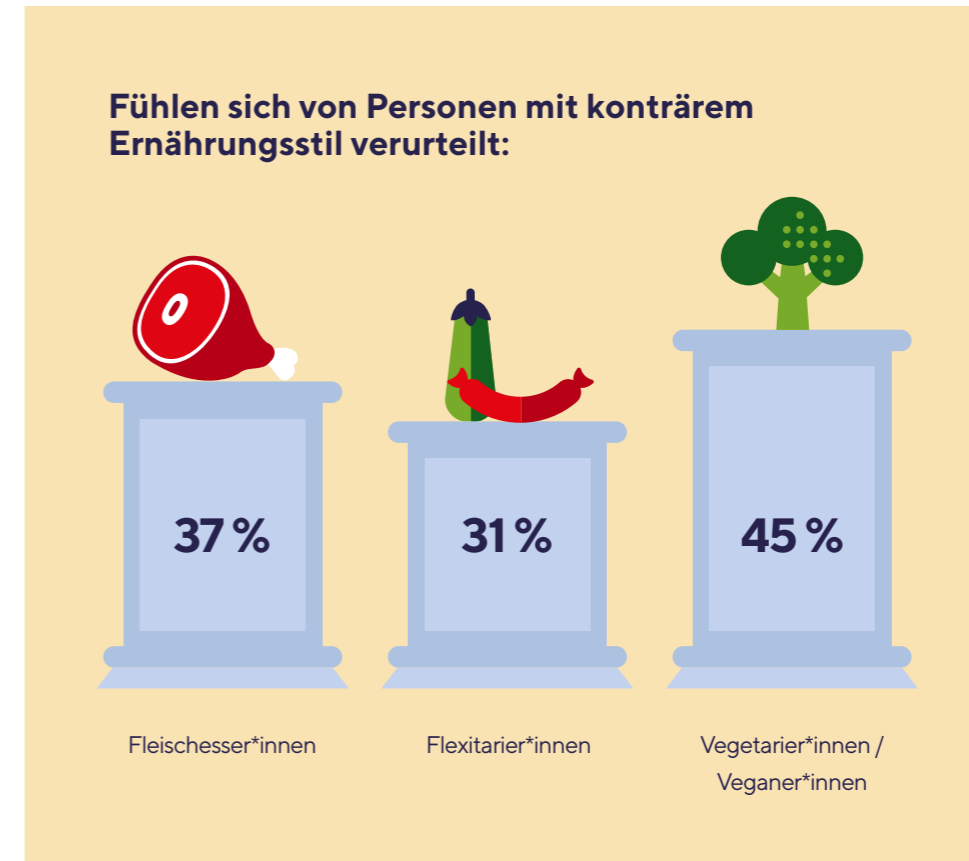


Fleischalternativen im Check





Von Vorurteilen & Verurteilungen



Vorurteile auf allen Seiten

Rund 11 % der Fleischesser*innen geben an, sich sogar „sehr oft“ verurteilt zu fühlen.

J. Miesen, B. Morin (2012), Do-Gooder Derogation: Disparaging Morally Motivated Minorities to Defuse Anticipated Reproach. Social Psychology and Personality Science, 3(2), S. 200-207

Kommt nach der Flugscham die Fleischscham? Im Zuge der öffentlichen Diskussion rund um den Klimawandel steht auch immer häufiger der Fleischgenuss im Fokus. Für vegetarisch und vegan lebende Menschen nichts Neues: 63 Prozent von ihnen ernähren sich pflanzlich, da es ihnen zufolge besser für die Umwelt sei. Lediglich das Wohl der Tiere wird noch häufiger als Grund angegeben (76 Prozent).

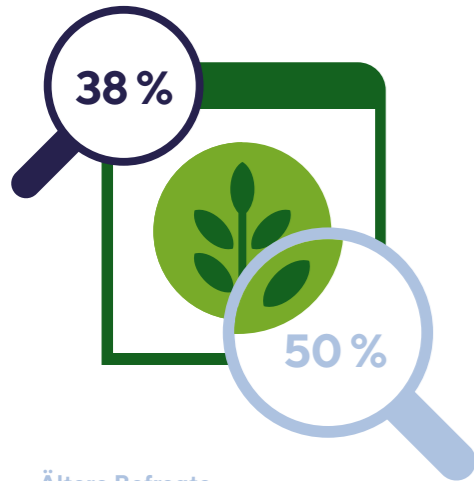
Da sind Diskussionen am Küchentisch doch eigentlich vorprogrammiert: Denn längst ist der Verzehr von Fleisch keine Frage des Geschmacks mehr – sondern der Moral. Tatsächlich fühlt sich allerdings knapp die Hälfte der Fleischesser*innen, die als Einzige*r in einer Gruppe Steak, Würstchen oder ähnliches isst, wohl dabei (48 Prozent). Ein halbwegs harmonisches Verhältnis also? Von wegen. Flexitarier*innen sehen das bereits anders – hier schrumpft der Anteil auf 25 Prozent. Sie verzichten deshalb auch selbst häufiger auf Fleisch, wenn andere Personen am Tisch kein Fleisch essen.

Das Klischee des arroganten Pflanzenfressers

„Vegetarier*innen essen meinem Essen das Essen weg“ – noch immer bereitet es manchen Menschen Freude, über Veganer*innen und Co. zu spotten. Und das, obwohl ihnen diese Gruppe zahlenmäßig unterlegen ist und ihr Verzicht auf Fleisch keine direkten Auswirkungen auf sie hat. Psycholog*innen haben dafür verschiedene Erklärungsansätze: Einer beruht darauf, dass es Fleischesser*innen schon reiche, sich moralisch degradiert zu *fühlen*.! Spott sei damit eine Abwehrreaktion – auf einen vermeintlichen (und stummen!) Angriff.

Und in der Tat: 43 Prozent der befragten Fleischesser*innen stimmen der Aussage „Vegan und vegetarisch lebende Menschen fühlen sich moralisch überlegen“ zu. Doch konkret gefragt, ob sie sich von ihnen auch missioniert fühlen, bejaht dies nur noch rund ein Viertel (26 Prozent). Alles also nur Kopfsache?

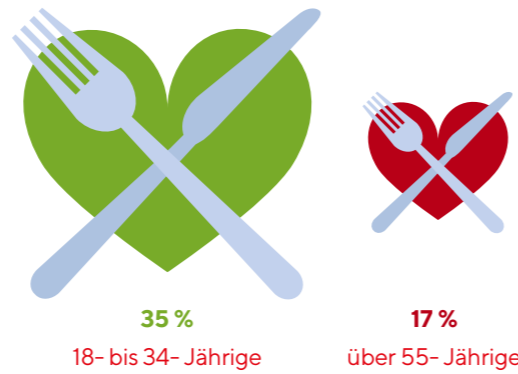
Sorgenvolle Versorgung



Ältere Befragte (50 %) sehen die Nährstoffversorgung bei fleischloser Ernährung deutlich kritischer als Jüngere (38 %).

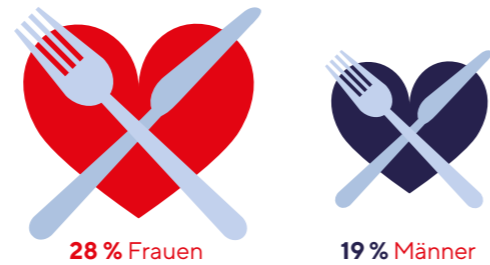
Fleischskepsis sinkt mit dem Alter

Für 35 % der 18- bis 34- Jährigen ist Fleischkonsum eigentlich nicht mit ihrem Gewissen vereinbar. Bei den über 55- Jährigen liegt diese Zahl bei nur 17 %.



Geschlecht entscheidet über Gewissen?

Frauen (28 %) geben häufiger als Männer (19 %) an, dass Fleischkonsum mit ihrem Gewissen eigentlich nicht vereinbar sei.



Vorurteile gibt es auf beiden Seiten

Solche Empfindungen münden dabei keineswegs in eine Einbahnstraße. Denn auch nahezu die Hälfte der Vegetarier*innen und Veganer*innen fühlt sich von der Gegenseite verurteilt – und damit mehr als umgekehrt. Das mag unter anderem daran liegen, dass noch immer viele Vorurteile über ihre Ernährungsweise im Umlauf sind. So seien sie laut 52 Prozent der Fleischesser*innen zum Beispiel nicht mit allen wichtigen Nährstoffen versorgt. Drei von fünf der Fleischesser*innen meinen, dass Vegetarier*innen und Veganer*innen mehr Geld für ihre Ernährung ausgeben.

Auf der anderen Seite schreiben Befragte, die sich fleischlos ernähren, Fleischessenden häufig zu, dass diese sich weniger intensiv mit Ernährungsfragen auseinandersetzen (53 Prozent), ungesünder leben (49 Prozent) oder keinen nachhaltigen Lebensstil führen (47 Prozent). Rund ein Drittel (38 Prozent) empfindet Fleischesser*innen gar als unverantwortlich.

Am besten schmeckt's, wenn's allen schmeckt

Es zeigt sich: Der Graben zwischen Menschen, die sich mit beziehungsweise ohne Fleisch ernähren, ist noch immer vorhanden. Gleichzeitig ist es rund einem Drittel der Deutschen wichtig, dass andere ihre Ernährungsweise akzeptieren, insbesondere bei vegetarischer oder veganer Lebensweise. Was bekanntlich aber immer hilft, ist reden. Denn Akzeptanz braucht Austausch – und der kann zum Beispiel dann entstehen, wenn alle an einem Tisch sitzen.

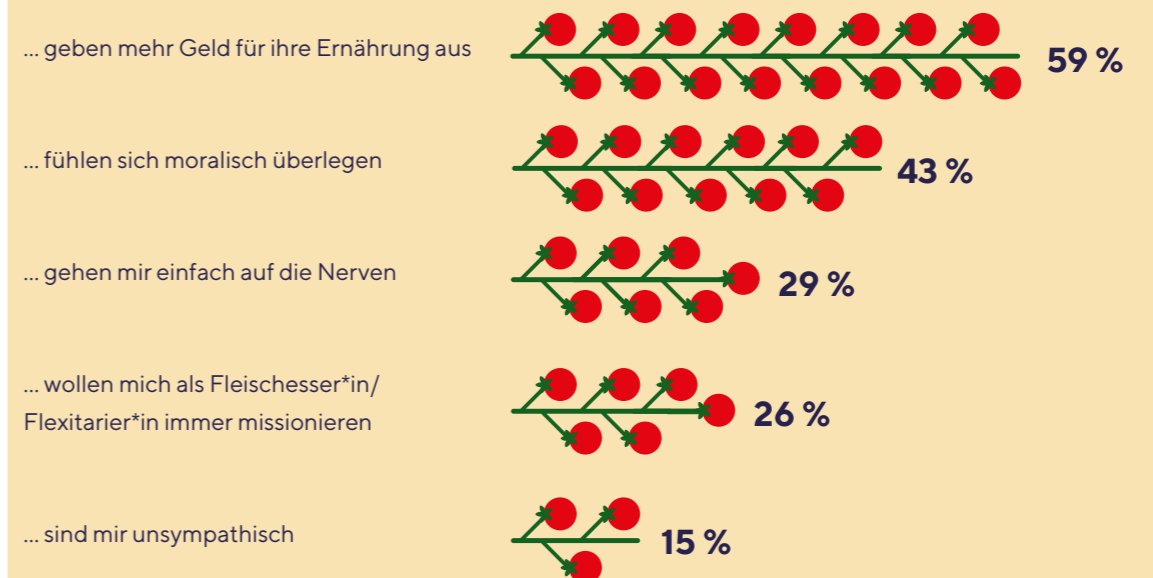
„Mir geht der Trotz, das Unverständnis, die Moralapostelei und das nicht vorhandene Bewusstsein der Relevanz gegenüber der Umwelt auf die Nerven.“

Antwort eines Teilnehmenden auf die Frage: „Aus welchen Gründen fühlen Sie sich unwohl, wenn Sie als einzige Person aus der Gruppe kein Fleisch essen?“

Genervte Fleischesser*innen, missionierende Veganer*innen?

So viele Fleischesser*innen stimmen folgenden Aussagen eher bis voll und ganz zu:

Menschen, die sich fleischlos ernähren ...





Alles eine Frage der Erziehung?

¹ T.P. Scott: „Taste: the neural basis of body wisdom“, World Rev. Nutr. Diet., Vol. 67, S. 1-39
² Caroline Braet (PhD), Stefani De Henauw (PhD, MD), Joanna Kłosowska (MSc), Nathalie Michels (PhD), Sandra Verbeke (PhD): „Emotion Regulation Moderates the Associations of Food Parenting and Adolescent Emotional Eating“, 28.10.2022

„Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr“ – gilt das auch für unseren Ernährungsstil? Für zwei von fünf Deutschen schon (39 Prozent). Sie geben an, sich aktuell auf eine bestimmte Art zu ernähren, da sie es schon immer so getan haben oder es so gewohnt sind.

Das heißt sich auch nicht mit dem meistgenannten Grund, den 56 Prozent für ihre Ernährungsweise benennen: „Weil es mir so am besten schmeckt“. Denn Ernährungswissenschaftlerin Eva-Maria Endres erklärt: Tradition und Geschmack sind eng miteinander verwoben. Bestimmte Geschmäcker lieben wir sogar weltweit:

Das, was wir in der Kindheit gelernt haben und auch genetisch antrainiert ist, das mögen wir einfach.

Pränatale Untersuchungen belegen, dass bereits Säuglinge im Bauch süß im Vergleich zu bitter bevorzugen.“¹

Wir kommen auf den Geschmack

Das bedeutet aber auch: Menschen, die am elterlichen Esstisch den Schweinebraten vorgesetzt bekamen, heute aber vegan leben, haben nicht zwangsläufig ihre kompletten Geschmacksvorlieben umgestellt.

„Entscheidend ist vielmehr ein bestimmter Gewürzkomplex, der in unseren ersten Lebensjahren grundgelegt wird und den wir für immer bevorzugen“, sagt Prof. Dr. Gunther Hirschfelder, Kulturanthropologe und Volkskundler.

„Menschen, die in Osteuropa aufgewachsen sind, haben zum Beispiel mehr Lust auf saure Gerichte, etwa Innereien.“ Diese Vorlieben für Säure ist damit aber nicht zwangsläufig an Fleisch geknüpft – sondern vielmehr an die Gewürze, die oft für diese traditionellen Gerichte eingesetzt werden.

Von Haus aus vegan? Wohl kaum

Eine fleischlose Ernährung ist keine Erfindung der Neuzeit.

Dennoch gehörte sie in der Geschichte der Menschheit nicht unbedingt zur Norm (mehr dazu lesen Sie im folgenden Interview). Und damals wie heute gilt: Was im Elternhaus auf den Tisch kam, prägt. Der Großteil der Befragten (64 Prozent) gibt an, heute einen zumindest eher ähnlichen Ernährungsstil zu haben wie die Eltern. Insbesondere Fleischesser*innen sagen, dass der eigene Ernährungsstil dem der Eltern ähnelt (81 Prozent) – bei Flexitarier*innen (50 Prozent) und Vegetarier*innen / Veganer*innen (16 Prozent) ist dies deutlich seltener der Fall. Wie das natürlich in der Zukunft aussieht, wenn immer mehr Kinder auch mit vegetarisch oder vegan lebenden Eltern aufwachsen, lässt sich noch nicht vorhersehen.

Kinder werden am Esstisch geprägt

„Solange du deine Füße unter meinen Tisch stellst ...“ – Ja, auch an diesem Sprichwort ist also etwas dran, zumindest in Bezug auf die Ernährung. Kinder werden frühzeitig geprägt, wenn auch eigentlich eher auf Geschmäcker als unbedingt auf eine Fleischvorliebe. Und nicht nur das: Eltern setzen Nahrung auch pädagogisch ein. Chips oder Schokolade als Belohnung oder zur Beruhigung – ob wir auch heute noch in bestimmten Situationen dazu greifen, ist offenbar von unseren Eltern antrainiert.²

Emotionen und Essen sind also stark miteinander verknüpft. Und gerade beim Thema Fleisch kochen Ersthörer häufig über – warum das so ist und welche Gefühle wir mit Vegetarismus verbinden, lesen Sie im Interview auf den folgenden Seiten.



„Eine Welt ohne Fleisch halte ich nicht für realistisch“

Der Mensch, von Natur aus ein Fleischfresser – stimmt dieses evolutionär gezeichnete Bild heute noch? Im Interview mit Ökotrophologin Eva-Maria Endres und Kulturanthropologe Gunther Hirschfelder beleuchten wir diese Frage.



Herr Hirschfelder, zu Beginn die simple Frage: Warum essen wir eigentlich Fleisch?

Hirschfelder: Weil Fleisch gleichbedeutend mit Überleben ist. Der Mensch konnte sich erst dann weiterentwickeln, als er über eine stabile Protein- und Fettzufuhr verfügte. Nur durch diese Kombination ist das menschliche Hirn gewachsen. Die Bildung von Gesellschaften und Hierarchien ist unmittelbar mit dem Zugriff auf tierisches Protein verknüpft. Fleischkonsum ist sozusagen kulturell eingraviert über die komplette Menschheitsgeschichte hinweg.

Und wie sieht das konkret in der deutschen Kultur aus, Frau Endres?

Endres: Fleisch war lange Zeit eher den wohlhabenderen Schichten vorbehalten, und stand in der deutschen beziehungsweise europäischen Esskultur für Wohlstand, Macht, Männlichkeit. Und das ist wichtig zu wissen, weil wir nur so nachvollziehen können, woher eigentlich die relativ neue Kritik am Fleisch herrührt: Die ist erst durch die Demokratisierung des Fleisches möglich. Das heißt, heute kann sich das jede*r leisten und es ist für jede*n verfügbar.

Hirschfelder: Wir können es uns auch jetzt erst leisten, den Fleischkonsum kritisch zu hinterfragen. Die Kritik an Fleisch ist Resultat einer Überversorgung und unserer Überflusgesellschaft. Fleisch ist von einem

Symbol für Fortschritt, Wohlstand, Gesundheit und ein gutes Leben zu einem Symbol für „Weltfraß“ und einen nachlässigen Umgang mit dem Körper geworden.

Das heißt, zuvor waren Vegetarismus oder Veganismus auch eine Art Abweichung von der Norm?

Hirschfelder: Wie so oft – es gibt keine Norm. Jede Kultur ist so gestrickt, dass sie maximale Überlebensstrategien entwirft. Und grundsätzlich alle Kulturen, von der Altsteinzeit bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts, waren Mangelgesellschaften. Diese hatten mit einer teilweise erheblichen Kalorien- und Proteinunterversorgung zu kämpfen. Und erst seitdem wir Massen-, Konsum- und Industriegesellschaft sind und wissen, dass all das auch zur Zerstörung unseres Planeten beiträgt – erst seitdem reflektieren wir anders über Tierleid. Der vormoderne Mensch wäre nicht auf die Idee gekommen, Fleisch in irgendeiner Form zu kritisieren.

Um das noch einmal zusammenzufassen: Fleisch bedeutete lange Zeit nur Überleben. Dann spielte der Geschmack also eher eine untergeordnete Rolle?

Endres: Ja, auch über die Frage des Geschmacks können wir erst seit ein paar Jahrzehnten diskutieren. Davor kam das auf den Tisch, was da war. Und dann haben die Leute teilweise auch monatelang Kartoffeln gegessen.

Hirschfelder: Allerdings sind wir dennoch von Urzeiten an auf den Fleischgeschmack konditioniert, genauer gesagt auf den Umami-Geschmack – und das ist, vereinfacht gesagt, der Geschmack von Eiweiß. Und der steckt natürlich in Fleisch. Aber umami lässt sich auch in vegetarischen oder veganen Gerichten erzeugen, etwa durch fermentiertes Gemüse oder getrocknete Pilze.

Endres: Grundsätzlich ist Geschmack aber auch eng mit Tradition verwoben. Und das, womit wir uns identifizieren, das schmeckt uns in der Regel auch.

Dann spielt doch sicher auch Sozialisation eine Rolle, sprich das Elternhaus gibt vor, was wir mögen und nicht, oder? Werden aus fleischliebenden Eltern auch fleischliebende Kinder?

Endres: Zunächst ist es natürlich erst mal so, dass die Kinder das essen, was die Eltern essen. Einfach deswegen, weil sie keine Lebensmittel einkaufen. Selbst wenn sich Kinder gerne abgrenzen möchten, weil sie das in ihrem weiteren Umfeld, in der Schule sehen, gibt es da erst mal relativ wenig Spielraum. Als Jugendliche findet dann meist die gute und wichtige Emanzipation vom Elternhaus statt und da kann es passieren, dass sie ganz bewusst den gegenteiligen Weg der Eltern einschlagen.

Hirschfelder: Aber wenn ich die jungen Leute bei mir auf dem Campus anschau, frage ich mich schon oft: Warum seid ihr nicht anders als wir? Die sind sehr angepasst und grenzen sich kaum von den Älteren ab. Meine These: Eine Gesellschaft, die wie wir gerade in den Krisenmodus schaltet, besitzt eher die Tendenz dazu, zu Hause gelernte kulturelle Muster beizubehalten.

Und dennoch: Emotionen spielen eine große Rolle beim Thema Fleisch versus Fleischverzicht. Warum bietet Fleisch – aber auch Verzicht – so viel Konfliktpotenzial?

Endres: Fleisch ist wohl das symbolträchtigste Lebensmittel, das wir überhaupt haben, weil damit so unglaublich viele Werte verbunden sind. Wie ich vorhin bereits erwähnte: Fleisch steht für Wohlstand, für Macht, für Männlichkeit und für Gewalt – denn man muss Tiere dafür töten. Alles Werte, die in unserer Gesellschaft anteilig infrage stehen. Beispiel Sonntagsbraten: Die Fleischzubereitung und die Esstradition stehen in ganz enger Verbindung mit der Frauenrolle im Haushalt. Doch welche Frauen erklären sich überhaupt noch



bereit, jeden Sonntag vier, fünf Stunden in der Küche zu stehen? Die Emanzipation der Frau hat auch damit zu tun, dass sich der Fleischkonsum verändert.

Hirschfelder: Fleisch steht auch für eine Komplexitätsreduktion. Wir fühlen ein Unwohlsein gegenüber allem, was passiert und können es gar nicht in Worte fassen. Und wir geben dem Ganzen dann den Namen Fleisch oder Milch oder Tierleid. Wobei Tierleid völlig abstrakt ist. Manche sprechen von Mord – das ist kulturhistorisch, theologisch, ethisch und juristisch nicht zutreffend. Tiere zu töten ist eine anthropologische Konstante, die wir in praktisch allen Kulturen haben.

Endres: Anthropologisch hat man nie infrage gestellt, dass Tiere getötet werden, weil wir nun mal überleben mussten. Aber heute dürfen wir schon fragen: Müssen wir Tiere töten, wenn wir uns auch anders ernähren könnten? Und auch mit Gewalt setzen wir uns heutzutage kaum noch auseinander. Wer von denjenigen, die jeden Tag Fleisch essen, hat denn das letzte Mal gesehen, wie ein Tier geschlachtet wurde? Fleisch ist so stark in der Diskussion, weil damit so viele Werte verbunden sind, die in unserer Gesellschaft derzeit infrage stehen. Und da clashen natürlich zwei Lager aufeinander, nicht nur was Fleischkonsum angeht, sondern auch was das Rollenbild oder die Wohlstandssituation angeht.

Wenn man sich die Zahlen der Studie anschaut, dann ist das Verhältnis dieser Lager in keinem Fall ausgewogen – was man aber durch den Diskurs in den Medien durchaus annehmen könnte ...

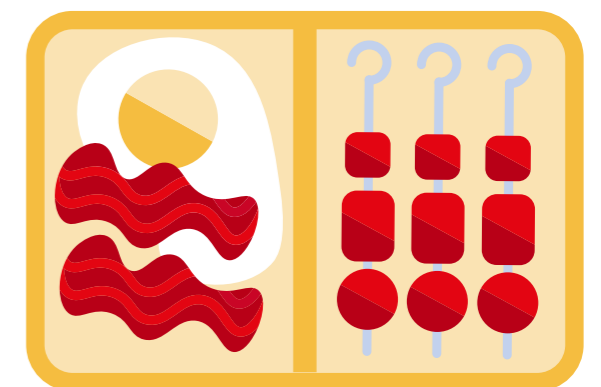
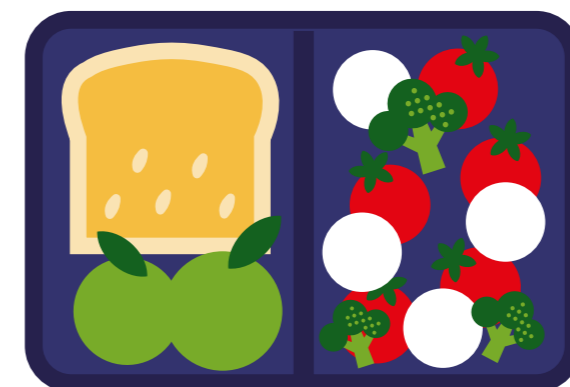
Hirschfelder: Wir sind natürlich in Bezug auf viele Dinge, die wir tun, dissonant. Aber als Historiker muss ich auch sagen: Wir begehen als Gesellschaft gerade zu großen Teilen den Denkfehler, als Individuum die Probleme der Welt lösen zu wollen – indem wir über uns selbst nachdenken und versuchen, das eigene Verhalten zu verändern. Es leben über 8 Milliarden Menschen auf der Welt und der Einfluss, den wir selbst als Multiplikator*innen haben, ist äußerst gering. Natürlich müssen wir aus ethischen, philosophischen und moralischen Gründen versuchen, uns und die Welt zu ändern.

Aber wenn wir später aufs frühe 21. Jahrhundert zurückblicken, werden wir erkennen, dass der große Fehler darin lag, das System nicht zu ändern. Wir brauchen eine grundlegende Transformation, wir müssen weg von Wachstum, weg von Konsumlogiken und vielleicht auch weg von Tiertötung.

Die Diskussion zwischen den beiden Lagern findet ja auch viel in den sozialen Medien statt. Erscheint sie uns deshalb so laut?

Endres: In den sozialen Medien gibt es keine Moderation mehr. Traditionelle Medien haben diese Funktion viel stärker übernommen und konnten so auch zwischen zwei Standpunkten vermitteln.

Hirschfelder: Wir reden über Filterblasen, die teilweise wenig Schnittmenge haben. Und wir sehen Diskurse über Fleisch oder Alternativen, die in der Alltagspraxis dann ganz anders aussehen. Ich erlebe junge männliche Studierende vom Dorf, die noch das Schnitzel der Mama in die Pausenbox gepackt bekommen, aber plötzlich unter der Woche an der Uni vegan leben. Und Samstag dann wieder den Braten der Mama essen.



„Wir brauchen eine grundlegende Transformation – weg von Konsumlogiken und vielleicht auch weg von Tiertötung.“

„Fleisch ist so stark in der Diskussion, weil damit so viele Werte verbunden sind, die in unserer Gesellschaft derzeit infrage stehen.“

Eva-Maria Endres

gibt es den Begriff der Moira, das bezeichnete den Anteil des Fleisches, den jedes Mitglied der Gesellschaft entsprechend seiner gesellschaftlichen Stellung zugeteilt bekam. Wer aber gar kein Fleisch wollte, verweigerte sich automatisch dem gesellschaftlichen System. Im Umkehrschluss wurde Vegetarismus deshalb auch immer kritisch beäugt – das hat sich aber stark geändert in den vergangenen Jahren, etwa durch die zunehmende Beschäftigung mit dem Klimawandel oder der Fridays-for-Future-Bewegung.

Fleischverzicht hat also vielschichtige Gründe ...

Endres: Da sind wir wieder beim Thema Überfluggesellschaft: Erst dann, wenn sich auch die ärmeren Schichten Fleisch leisten können, gibt es überhaupt diese Diskussion. Wenn es im Discounter das Kilo Hackfleisch für 1,89 Euro gibt, dann versuchen sich die wohlhabenden, gebildeteren Schichten wieder zu distanzieren und eine andere Form der Esskultur zu etablieren. Und dann wird auch in diesen Schichten weniger Fleisch verzehrt und nach Alternativen gesucht.

Hirschfelder: Es ist nie so, dass eine Bevölkerungsmehrheit aufgrund von Bildung oder Wissen überzeugt ist, kein Fleisch zu essen. Wir haben eine urbane mediale Elite, die über Fleischverzicht spricht, und wir haben Gruppen, die das schlicht nicht interessiert. Auf der anderen Seite gibt es zum Beispiel auch Geflüchtete aus dem

afrikanischen und arabischen Raum, die froh sind, wenn sie billig Geflügel essen können. Sie haben zu Hause gelernt, dass ihre Geschwister verhungert wären, wenn sie nicht genug Fett und Fleisch haben. Fleischverzicht ist somit auch immer noch ein Stück Luxus. Hinzu kommt: Wenn wir eine Hochkonjunktur haben, können wir über Vegetarismus sprechen. Wenn wir eine Inflation von 10 Prozent haben und langfristig in eine Rezession rutschen, werden Ideale wieder schnell über Bord geworfen.

Aber was heißt das dann: Wird es jemals eine Welt ohne Fleisch geben? Wird sich der Anteil der Vegetarier*innen und Veganer*innen erhöhen?

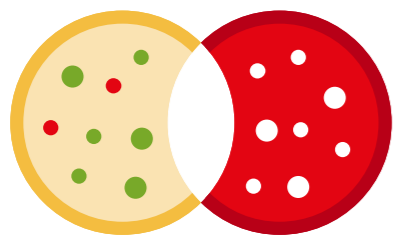
Endres: Wie sich das prognostisch entwickeln wird, das hängt von wahnsinnig vielen verschiedenen Faktoren ab, die wir nicht absehen können. Aber wir erwarten da manchmal auch ein bisschen zu viel. Ich vergleiche das gerne mit dem Thema Rauchen: In den 1970er-Jahren war der Zigarettenkonsum pro Kopf auf einem Rekordniveau. Aber bereits seit den 1950er-Jahren gab es den wissenschaftlichen Konsens, dass Rauchen schädlich ist. Und trotzdem hat es knapp 70 Jahre gedauert, bis tatsächlich ein merklicher gesellschaftlicher Wandel eingetreten ist. Und das bei so einem einfachen Thema wie Zigarettenkonsum! Ernährung und Fleischkonsum sind viel, viel komplizierter.

Hirschfelder: Wir müssen auch im Auge behalten, dass wir ein bestimmtes Quantum an Protein brauchen.

Und ich habe manchmal den Eindruck, dass viele Menschen in eine freiwillige Verzichtsspirale gehen – mit gesundheitlichen Folgen, die wir noch gar nicht kennen. Wir haben keine Langzeitstudien zu Veganismus. Aber natürlich gibt es auch belegte negative Folgen von Fleischkonsum. Dennoch: Es gibt ungefähr eine Milliarde hungernde Menschen auf der Welt mit stark steigender Tendenz. Wir reden immer darüber, dass die Leute irgendwie genug zu essen haben sollen. Wir reden aber viel zu wenig darüber, dass die Leute genug Protein bekommen müssen. Das dürfen wir nicht vergessen. Also nein, eine Welt ohne Fleisch halte ich für nicht realistisch.

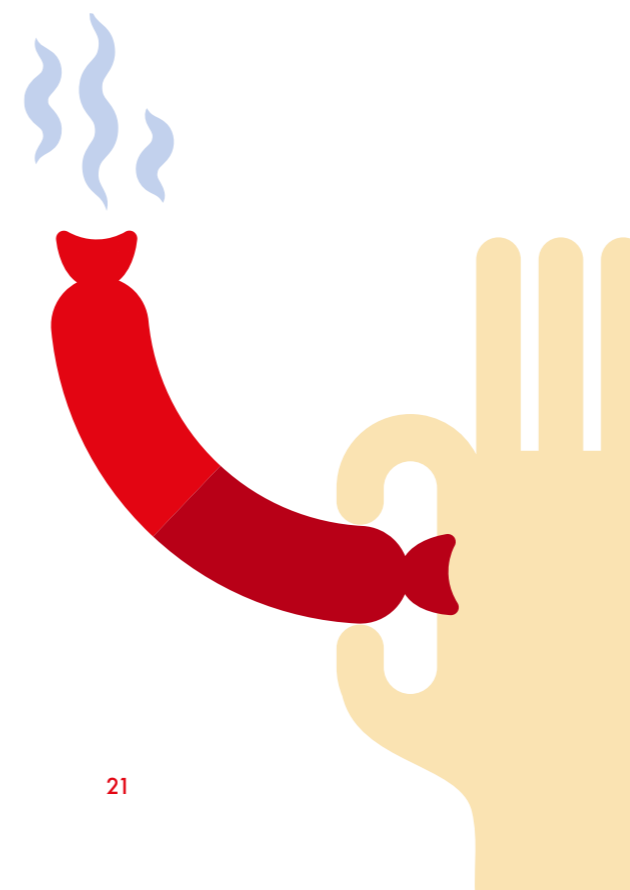
Endres: Ich im Übrigen auch nicht.

Endres: Ein weiterer Punkt: Wir reden immer so abfällig von unserem hohen Ross. Wir haben ein tolles festes Einkommen und können uns das leisten, über solche Ernährungsfragen nachzudenken. Viele Menschen können das nicht. Ich denke, es würde beiden Parteien guttun, mehr miteinander zu sprechen, sich zuzuhören und versuchen, auch die andere Position zu hören und nachzuvollziehen. Es gibt nicht nur eine richtige Moral, sondern es gibt viele verschiedene Lebensweisen, und es ist wichtig, diese zu akzeptieren.



Jetzt haben wir viel über Fleisch gesprochen und was wir damit verbinden – was verknüpfen wir denn mit Vegetarismus oder Veganismus?

Endres: Wenn man sich historisch anschaut, wer fleischlos lebte, können wir bei den Pythagoreern (Anm. d. Red.: lebten im 6. Jhd. v. Chr.) anfangen und uns die Lebensformbewegung um 1900 und die Generation der 68er anschauen. Sie alle haben eines gemeinsam: Rebellentum. Wer sich von der Gesellschaft abgrenzen wollte, ernährte sich vegetarisch. Im Altgriechischen



Gunther Hirschfelder ist Historiker und Kulturanthropologe. Seit 2010 ist er Professor für Vergleichende Kulturwissenschaft an der Universität Regensburg. Dort forscht er über die Strukturen der Ernährung in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Auch in seinem journalistischen und publizistischen Wirken geht es um die Ernährung.

Eva-Maria Endres hat Oecotrophologie (B. Sc.) und Public Health Nutrition (M. Sc.) studiert und forscht zu den Bereichen Esskultur, Ernährungsverhalten und Ernährungskommunikation. Aktuell promoviert sie zum Thema Ernährung in den sozialen Medien.

Für immer Fleisch?

68,50 €



Wurst-Diskurs an der Kühltheke

Fleisch oder kein Fleisch – das ist im Supermarkt heutzutage oftmals die Frage. Jede*r hat eine Meinung und demonstriert sie auf dem Kassensband. Dazu wird gern leidenschaftlich und emotional argumentiert. „Fleisch gehört einfach dazu“, verteidigt die Mehrheit der Fleischliebhaber*innen ihre Ernährungsweise (71 Prozent) und damit auch ein großer Teil der Konsument*innen. Schließlich essen

91 Prozent der Deutschen noch Fleisch. Doch obwohl es stark in unserer Esskultur verankert ist, sinkt der Konsum. 2021 verzehrte jede*r Deutsche circa 1 Kilogramm Fleisch in der Woche.¹ 1991 kamen wir noch auf 1,2 Kilogramm pro Kopf. Wir schauen deshalb genauer hin: Welche Faktoren beeinflussen Konsument*innen bei der Einkaufsfrage: Fleisch, Fleischalternativen oder gar kein Fleisch?

¹Statista: „Fleischverbrauch in Deutschland pro Kopf in den Jahren 1991 bis 2021“, 28.10.2022

Der Preis ist kaufentscheidend

Für zwei von fünf Befragten spielt der Preis von Fleischalternativen eine Rolle bei der Kaufentscheidung. 40 Prozent finden sie zu teuer, als dass sie (regelmäßig) bei ihnen im Einkaufswagen landen. Auch Fleisch in Bioqualität kostet zu viel – das sagt die Mehrheit der Fleischesser*innen (61 Prozent). Diese Preissensibilität zeigt sich auch bei der Experimentierfreude: Die Mehrheit derjenigen (80 Prozent) mit höherem Haushaltseinkommen (ab 4.500 Euro) hat bereits Fleischalternativen probiert – im Gegensatz zu zwei Dritteln mit niedrigerem Einkommen (68 Prozent).

Der Konsum von hochwertigem Fleisch und Fleischalternativen lässt sich also als ein Zeichen von Wohlstand interpretieren.

Wie bewerten Konsument*innen die Fleischalternativen?

Aktuell empfinden 52 Prozent aller Befragten sie nicht als angemessenen Ersatz. Dabei gibt es ein Gefälle zwischen Jung und Alt. Während über 50 Prozent der Konsument*innen ab 35 Jahren dieser Aussage zustimmen, sehen dies nur 33 Prozent der 18- bis 24-Jährigen genauso. Dazu zeigt die Befragung: **Wer sich aktuell bereits pflanzlich ernährt, bewertet die Alternativprodukte klar positiver. Zudem stellen Frauen den Alternativen ein besseres Zeugnis aus als Männer!**

Fleisch hat geschmacklich die Nase vorn

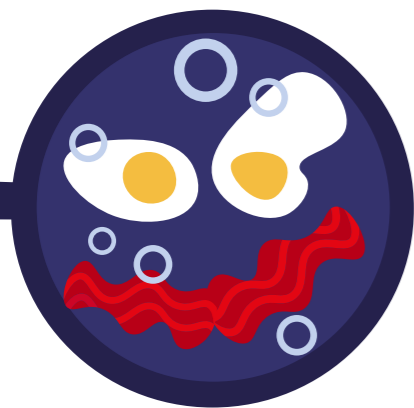
Über Geschmack lässt sich nicht streiten, oder doch? Aroma und Textur spielen eine wichtige Rolle bei der Akzeptanz von Fleisch und Fleischersatz. Und das „Original“ wird heiß geliebt: „Fleisch ist um Klassen leckerer als Fleischersatz“ – dieser Aussage stimmen drei von vier Fleischesser*innen (74 Prozent) und mehr als zwei von vier Flexitarier*innen (53 Prozent) zu. Dabei sind sich die Geschlechter nicht einig: Während 67 Prozent der Männer Fleisch geschmacklich



bevorzugen, sehen es „nur“ 55 Prozent der Frauen genauso. Eine hohe Messlatte für die Fleischalternativen: Sie kommen für mehr als jede*n Dritte*n (40 Prozent) nicht an den beliebten Geschmack des „Originals“ heran, während jede*r Fünfte sie als ähnlich empfindet.

Hitze Debatte: Wie sollen Fleischalternativen heißen?

Egal, wie Fleischalternativen genannt werden – Hauptsache, es schmeckt? Neben Geschmack und Konsistenz ist auch der Name ein Faktor, der die Kaufentscheidung beeinflusst. Die meisten Porridge-Hersteller kämen wohl nie auf die Idee, ihr Produkt Haferschleim zu nennen. In Sachen Fleischalternativen findet die Mehrheit der Befragten, dass nur tierisches Fleisch auch als Fleisch bezeichnet werden darf



(73 Prozent). Die meisten Befragten stört es einfach, dass die Alternativen die Namen von Fleischprodukten imitieren (62 Prozent). Viele finden, dass die Bezeichnungen von Gulasch und Co. nicht zweckentfremdet werden sollen (59 Prozent). Fast ein Drittel sieht darin sogar Verbrauchertäuschung (28 Prozent). In den offenen Antworten zeigt sich, dass es den Fleischesser*innen vor allem um Konsequenz geht: „Es ist heuchlerisch, kein Fleisch essen zu wollen, aber künstlich ein Produkt zu erschaffen und diesem den Namen eines Fleischproduktes zu geben“, heißt es da. Es wird sogar Vorsatz vermutet: „Die Namen sind zumindest fahrlässig irreführend, um Verbraucher*innen zum versehentlichen Kauf zu bringen.“

Und die Vegetarier*innen und Veganer*innen, die Fleischbezeichnungen nicht ablehnen? Sie begrüßen die Namen, denn sie gäben Orientierung: „Leuten, denen Fleisch gut schmeckt und die aufgrund des Tierwohls darauf verzichten, können sich somit vielleicht eher mit dem Ersatzprodukt anfreunden, da es die Nähe zum eigentlichen Produkt suggeriert.“ Manch eine*r denkt, es geht darum, den Fleischmarkt zu unterstützen. „Fruchtfleisch gibt es schließlich auch. Das Brimborium um den Namen dient lediglich den Interessen der Fleischlobby.“ Es bleibt spannend.

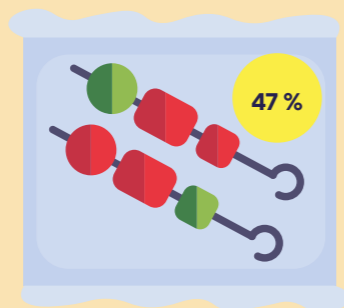
Skepsis gegenüber Zusatzstoffen

Die Inhaltsstoffe beeinflussen die Kaufentscheidung:

Besonders Konsument*innen, die gelegentlich bis regelmäßig Fleisch essen, blicken skeptisch auf Fleischalternativen und Zusatzstoffe.



Vegetarier*innen & Veganer*innen



Flexitarier*innen



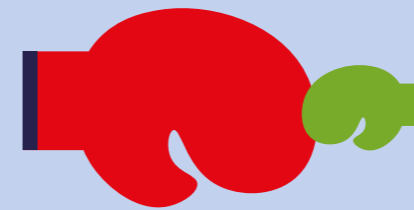
Fleischesser*innen

Theken-Check: Alles wurscht?

Namensnennung

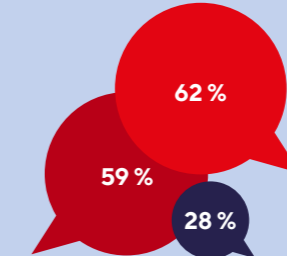


denken, nur richtiges Fleisch sollte Fleisch-bezeichnungen tragen dürfen.



Finden vor allem Fleischesser*innen (75,5%) versus Veggies und Veganer*innen (20,5%).

Was spricht gegen Veggie- „Fleisch“?



Imitation stört
Zweckentfremdung
Verbrauchertäuschung

Stimmung unter den Befragten

„Die Diskussion an sich ist bereits dämlich. Niemand wird in die Irre geführt, wenn ein veganes Schnitzel Veganes Schnitzel genannt wird.“

„Es ist heuchlerisch, kein Fleisch essen zu wollen, aber künstlich ein Produkt zu erschaffen und diesem den Namen eines Fleischproduktes zu geben.“

„Der Verbraucher kann sich so schnell orientieren, in welche Richtung das Produkt geht beziehungsweise gehen soll ...“

Geschmack

Fleisch

- ... ist um Klassen leckerer als Fleischersatz 61%
- ... ist geschmackvoll, sättigend und einfach unverzichtbar..... 51%
- ... gehört einfach dazu 56%
- ... ist schlecht für die Umwelt 36%
- ... ist mit meinem Gewissen eigentlich nicht vereinbar 23%

Fleischersatz

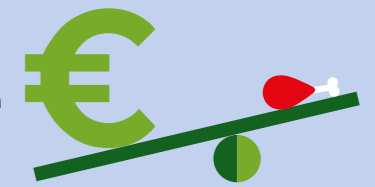
- ... schmeckt nicht so gut wie das Original 39%
- ... schmeckt fleischähnlich 23%
- ... ist kein angemessener Ersatz 52%
- ... ist ein guter Kompromiss zwischen Fleischgenuss & gutem Gewissen 28%

Preis

Der Preis beeinflusst bei **zwei von fünf** Konsument*innen die Kaufentscheidung bezüglich Fleischalternativen.



45% derjenigen mit niedrigerem Einkommen geben an, dass Fleischalternativen noch zu teuer seien, um sie (regelmäßiger) zu kaufen.





„Es entsteht Platz im Kühlregal“

Wir wissen nun, was wir zu essen behaupten (Kapitel „Zu Tisch, Deutschland“). Aber kaufen wir auch entsprechend unseres eigenen Selbstbildes ein? Category-Management- und Shopper-Experience-Expertin Birgit Schröder analysiert unsere Kaufentscheidungen und deren Einfluss auf das Angebot von Fleisch und Fleischalternativen.



Welche Faktoren sind Verbraucher*innen beim Kauf von Fleisch und Fleischalternativen besonders wichtig?

Schröder: Bei Fleisch stellen sich Konsument*innen zuerst die Frage: Von welchem Tier stammt es? Deutschland ist ein „Schweine-Land“. Es folgen die Kriterien Qualität, Frische, Preis, Regionalität, positive Erfahrung mit dem Produkt, Bioqualität und Tierwohl. Und in der jetzigen Situation mit Inflation und gestiegenen Preisen schauen die Verbraucher*innen mehr auf den Preis, aber trotzdem noch auf die Tierhaltungsform. Außerdem stellen sich Konsument*innen heute eine ganz neue Frage beim Einkaufen: Kaufe ich Fleisch, Fleischalternativen oder keines von beidem? Vor 2014 gab es keine Fleischalternativen. Da hat man sich nur gefragt: Kaufe ich Fleisch oder kein Fleisch?

Wie verändert das gestiegene Nachhaltigkeitsbewusstsein die Kaufentscheidung?

Schröder: Also zum einen hat dieses veränderte Verhalten dazu geführt, dass genau diese Vorstufe

kommt, die vorher nicht da war: Kaufen wir Fleisch oder Alternativen? Und was Fleisch und Wurst angeht, ist eben das Kriterium „Bio oder nicht Bio“ dazugekommen. Für manche ist Bio nun Standard.

Wenn die Leute sich Bio weiter leisten können, dann werden sie auch weiterhin nachhaltig einkaufen.

Denn niemand kommt mehr am Thema Nachhaltigkeit vorbei. Wir werden darauf täglich hingewiesen, und es wird damit geworben. Dazu könnte auch der soziale Druck steigen. Irgendwann wirst du an der Kasse vielleicht komisch angeguckt, wenn du Fleisch der Haltungsform 1 kaufst.

Das wachsende Nachhaltigkeitsbewusstsein spiegelt sich bereits im Angebot: Wenn wir uns die Wurst-Kategorie anschauen, ist es schon enorm, wie hoch der

Bio-Anteil gestiegen ist. Aber auch auf Regionalität legen Konsument*innen Wert. Dieses Kriterium sticht bei der Kaufentscheidung teilweise die Bioqualität. Aber das ist ganz klar auch eine monetäre Frage. Nicht jede*r hat das Einkommen, um nachhaltig einzukaufen.

Welche Unterschiede lassen sich dabei in den verschiedenen Altersgruppen erkennen?

Schröder: Also kann man sagen, die Jüngeren haben ursprünglich mal mehr Fleisch gegessen als die älteren Zielgruppen. Aber in der Entwicklung der letzten drei Jahre ist die jüngste Zielgruppe die, die jetzt am wenigsten Fleisch konsumiert – jedoch nur knapp unter den anderen. Das hätte ich so nicht erwartet. Und dann werden wir noch mal Unterschiede in den Einkommensklassen sehen, denn Produkte aus höheren Haltungsformen sind einfach teurer.

Wie wirkt sich die aktuelle politische und wirtschaftliche Situation auf das Kaufverhalten aus?

Schröder: Die aktuelle Situation ist ja durchaus herausfordernd. Inflation, ganz viele Unsicherheiten, noch immer durch Corona verursacht, dann der Ukraine-Krieg. Die Unsicherheiten spüren alle, auch die jungen Leute. **Bisher haben wir immer beobachtet, dass die junge Zielgruppe die sprunghafteste ist und am stärksten reagiert. Bemerkenswerterweise sehen wir jetzt, dass**

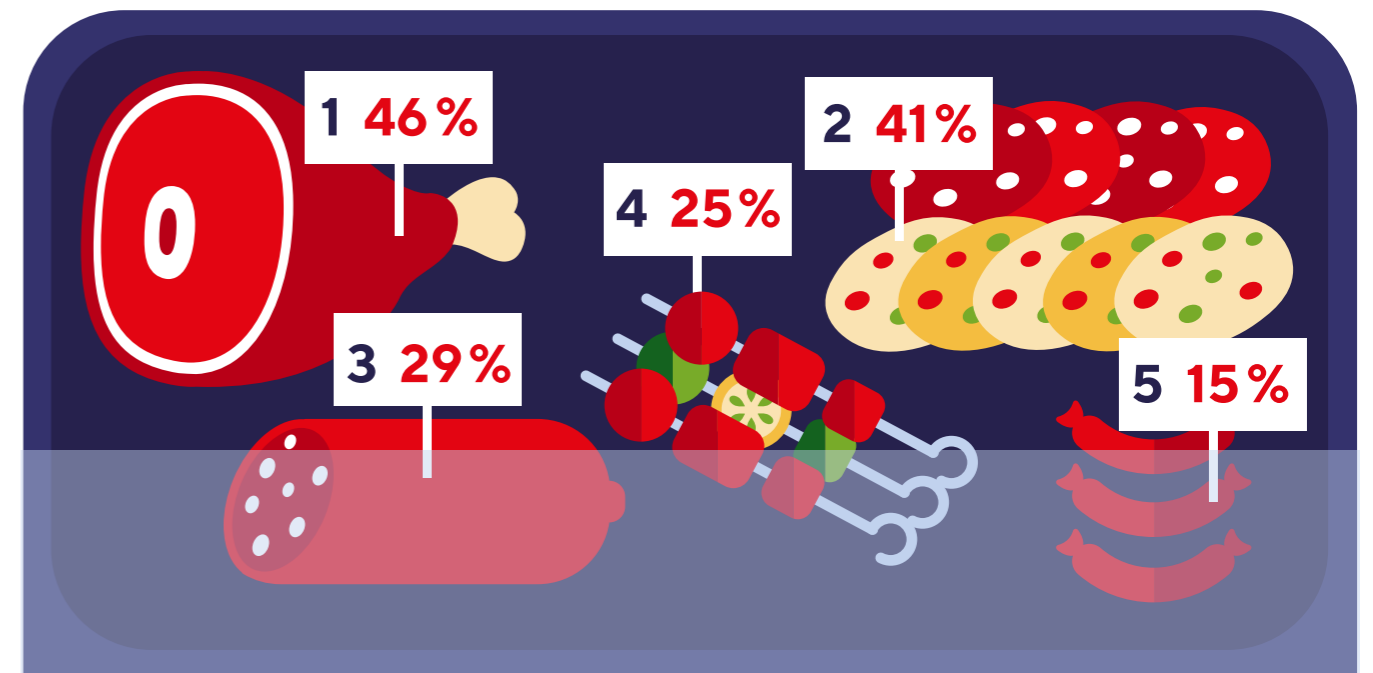
sich die Jüngeren sowohl beim Thema Bio als auch beim Thema der nachhaltigen Produkte kaum bewegen beziehungsweise sogar daran festhalten. Sie gehen vielleicht ins Downtrading, kaufen jetzt also günstigere Marken, beispielsweise Handelsmarken, oder verzichten zugunsten ihrer Überzeugung an anderer Stelle. Diejenigen, die aktuell aufgrund der Wirtschaftslage doch kein Bio mehr kaufen, sind eher die Älteren, aber dies betrifft auch in dieser Zielgruppe nur einen kleinen Anteil.

Wo kaufen die Konsument*innen in Zukunft Fleisch und Fleischalternativen?

Schröder: Der Fleischmarkt entwickelt sich immer konform zum FMCG*- oder Food-Markt. Aktuell sehen wir, dass Discounter wachsen und Supermärkte verlieren. Interessant ist vor allem die Veränderung des Kaufverhaltens am Point of Sale – genauer gesagt, an Bedienungs- und SB- Theke.

1990 wurden 61 % der Fleisch- und Wurstwaren lose verkauft, also an der Bedienungstheke. 2017 bis 2019 war dieser Anteil auf 25 % gesunken. 1990 wurde zudem nur 30,4 % vorverpacktes Fleisch verkauft, jetzt liegen wir bei 70 %!

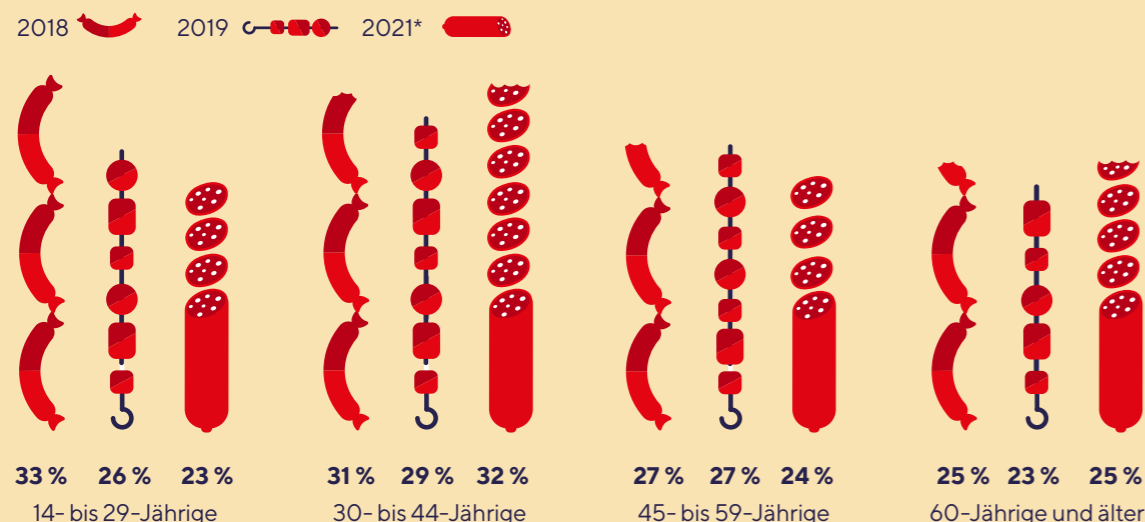
Warum kaufst du (einige) Fleischprodukte nicht an der Bedienungstheke?*



*POS Pulse (2021): „SB vs. Bedientheke 2021“, S. 6, 04.11.2022

- 1 Zu teuer
- 2 Langes Warten
- 3 In dem besuchten Markt gibt es keine Theke
- 4 Gewünschtes Produkt ist nicht vorhanden
- 5 Kaum Informationen über die Produkte

Anteil der befragten Personen in Deutschland, die täglich Fleisch oder Wurstwaren konsumieren, nach Alter in den Jahren 2018 bis 2021*



*Fast Moving Consumer Goods
 *Quelle: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2021) über Statista, „Täglicher Verzehr von Fleisch oder Wurstwaren in Deutschland nach Alter in den Jahren 2018-2021“, 03.11.22

„Ich gehe davon aus, dass der Eigenmarkenanteil im Bereich Fleischalternativen zeitnah signifikant wachsen wird. Und auch einige Fleisch- und Wursthersteller, die jetzt rückläufige Umsätze verzeichnen, werden versuchen, damit einen Ausgleich zu schaffen.“

Viele Supermärkte haben für Fleischalternativen inzwischen einen eigenen Bereich im Kühlregal eingerichtet. Wie wird sich die erhöhte Nachfrage perspektivisch auf die Auswahl an Fleisch und Fleischalternativen auswirken?

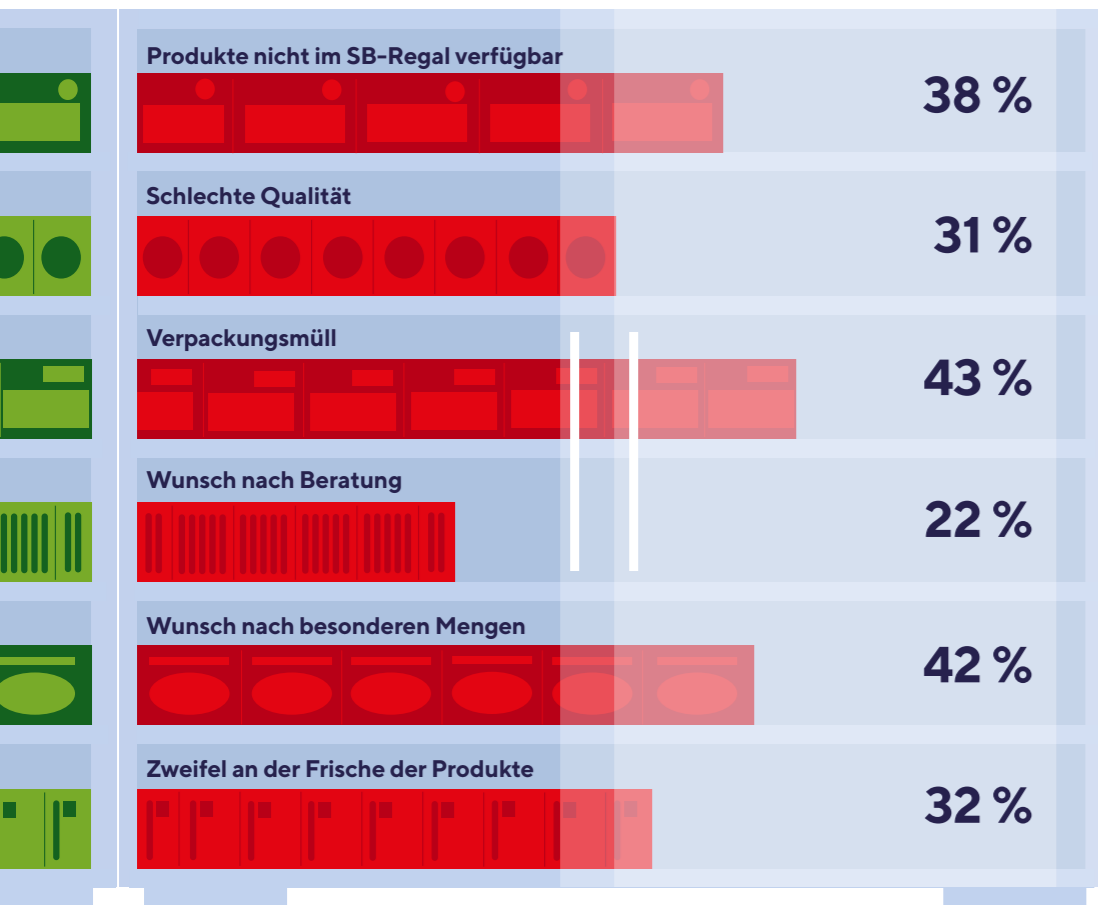
Schröder: Der alternative Fleischmarkt erreicht eine große Zielgruppe von Vegetarier*innen, Veganer*innen sowie Flexitarier*innen und wird weiter wachsen. Gleichzeitig sehen wir, dass die Wurst- und Fleischumsätze seit circa 2014 rückläufig sind. Damit entsteht Platz im Kühlregal – hier könnte es zu einer Verschiebung kommen. Auch das Sortiment, also die Auswahl an Fleischalternativen, wird sich vergrößern. Aber ob sie noch mehr Platz im Regal erhalten, bleibt abzuwarten. Aktuell gibt es im Markt ein paar große Player wie zum Beispiel die Rügenwalder Mühle und einige Start-ups. Ich gehe davon aus, dass der Eigenmarkenanteil im Bereich Fleischalternativen zeitnah signifikant wachsen wird. Und auch einige Fleisch- und Wursthersteller, die jetzt rückläufige Umsätze verzeichnen, werden versuchen, damit einen Ausgleich zu schaffen.

Wenn Fleischalternativen günstiger wären ...

... hätte es Einfluss auf ihre Ernährung – sagen 30 % derjenigen mit niedrigerem Einkommen.



Warum kaufst du (einige) Fleischprodukte nicht aus der Selbstbedienungsabteilung?*



Wird es in Zukunft noch Fleisch der Haltungsstufen 1 oder 2 geben?

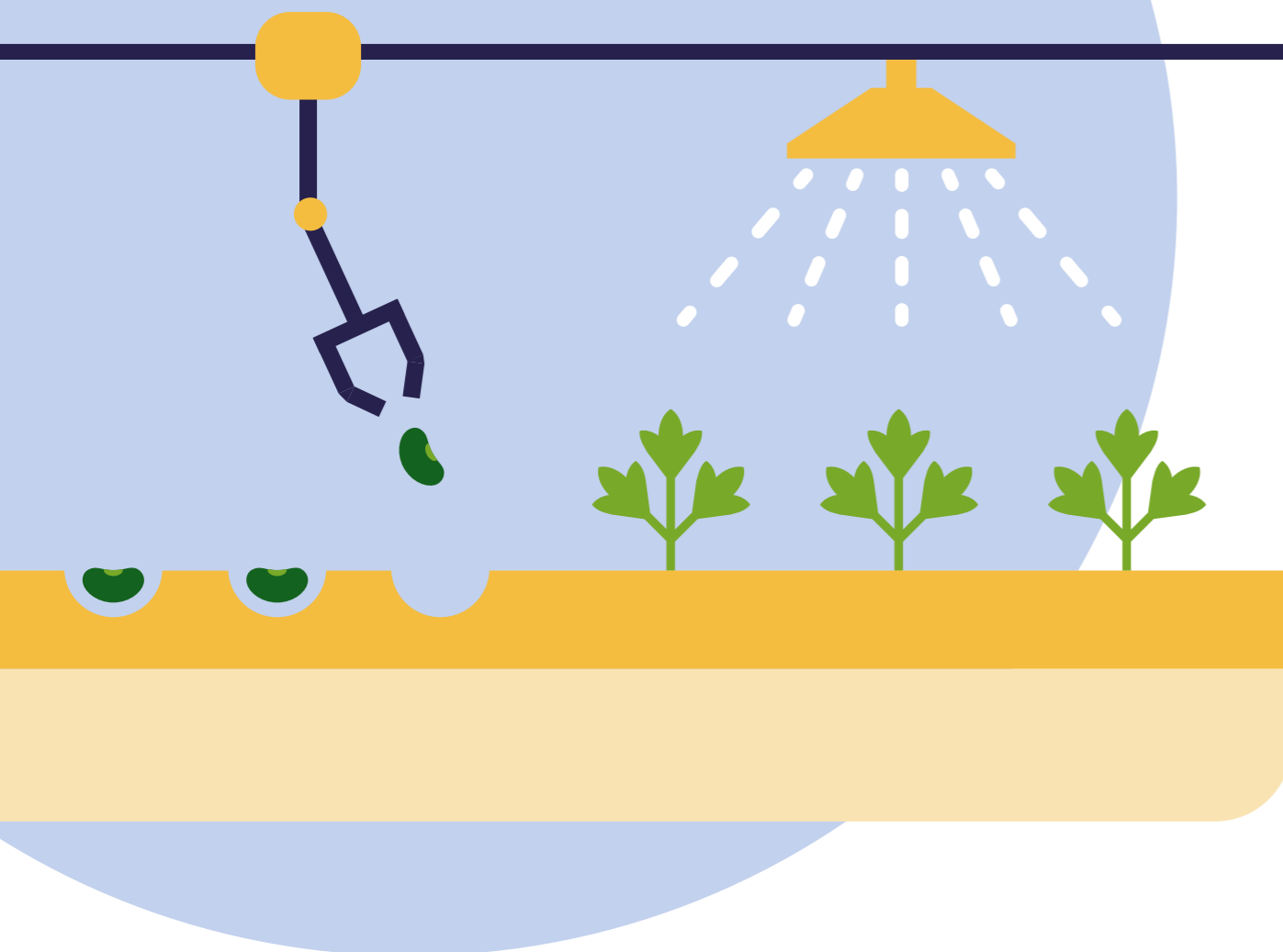
Schröder: Es kann sein, dass irgendwann die Zielgruppe, die heute noch Wurst und Fleisch einkauft, es nur noch isst, wenn sie genau weiß, wo das Tier herkommt und wie es gehalten wurde. Das heißt, Transparenz wird ein riesiges Thema sein, wie in allen anderen Frischekategorien auch, zum Beispiel bei Milch. Die Discounter und Vollsortimenter reagieren: ALDI zum Beispiel will bis 2030 nur noch Frischeprodukte aus den Haltungsstufen 3 und 4 verkaufen. Die REWE Group und Lidl möchten im gleichen Zeitraum das Frischfleisch nicht mehr aus Haltungsstufe 1 beziehen.

Kaufland bietet jetzt schon kein frisches Schweinefleisch oder Geflügelfleisch der Haltungsform 1 mehr an. Diese Regelungen gelten allerdings nicht für Fertig- und TK-Produkte. Hierfür kann weiterhin Fleisch der Haltungsstufen 1 oder 2 verarbeitet werden. Trotzdem ist die aktuelle Veränderung ein Indiz dafür, dass langfristig diese Haltungsformen ganz verschwinden könnten. Aber das wird Zeit brauchen. Aktuell kann das die Landwirtschaft nicht leisten.

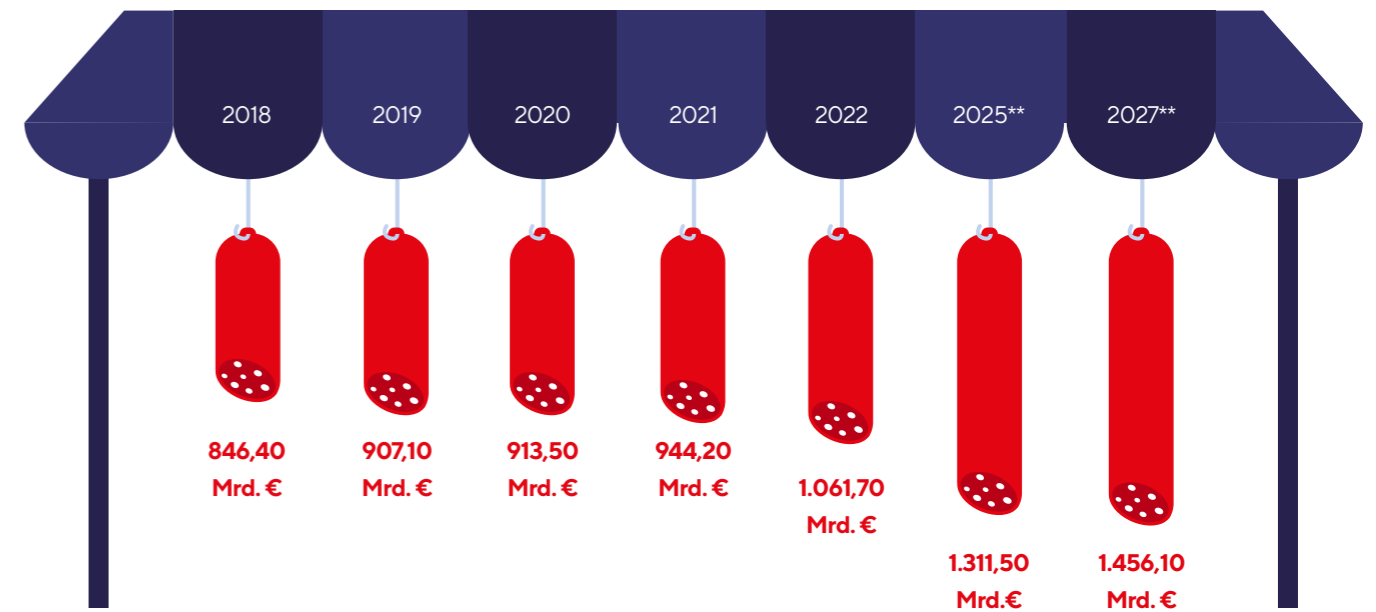
Birgit Schröder beschäftigt sich seit fast 15 Jahren im Schwerpunkt mit den Themen Category Management und Shopper Experience sowie sonstigen Demand-Side-Prozessen. Sie berät und coacht in diesem Umfeld Händler, Hersteller und Dienstleister. In zahlreichen Praxisprojekten hat sie tiefe Einblicke in die Herausforderungen des Handels erhalten und Antworten darauf gefunden, wie man den immer stärker steigenden Kundenerwartungen (etwa hinsichtlich Nachhaltigkeit) erfolgreich begegnen sowie dauerhaft erfolgreich im Markt bestehen und wachsen kann.

Was essen wir in Zukunft?

Gemüse oder Fleisch – was in Zukunft auf unseren Tellern landen wird, lässt sich nicht mit Gewissheit vorhersagen. Doch es zeichnen sich bereits Trends ab.



Entwicklung des weltweiten Marktvolumens für Fleischprodukte*



* Statista (2022), „Weltweiter Umsatz von Fleisch inklusive verarbeiteten Fleisch“, 01.11.2022
 ** Prognose ab 2022

Burger King bietet alle Burger mit veganen Pattys an, ALDI plant, Fleisch der Haltungsstufen 1 und 2 bis 2030 aus der Kühltheke zu verbannen und auf dem Oktoberfest gibt es vegane Weißwurst. Klingt fast so, als stehe eine landwirtschaftliche und ernährungstechnische Revolution kurz bevor, oder? Ganz so schnell geht es dann noch nicht.

Im Vergleich zum „Original“ sind Fleischalternativen noch ein Nischenprodukt: Im Jahr 2021 betrug der Warenwert von in Deutschland produziertem Fleisch und Fleischerzeugnissen rund 35,6 Milliarden Euro – und damit **das 80-fache des Wertes der Ersatzprodukte**, wie das Statistische Bundesamt mitteilte.¹ Zwar reduzierte sich der Wert nun zweimal in Folge – 2020 um 11,3 Prozent, 2021 um 7,8 Prozent² – doch das scheint ein nationales Phänomen zu sein. Weltweit wächst der Fleischmarkt und soll bis 1.456 Milliarden Euro bis 2027 Milliarden Euro erzielen.³

Allerdings deutet sich ein zweiter Trend an: Die Produktion von Fleischersatzprodukten stieg in Deutschland von knapp 83.700 Tonnen im Jahr 2020 um 17 Prozent auf rund 97.900 Tonnen in 2021.⁴ Der Boom spiegelt sich auch im Erlös wider: Die Rügenwalder Mühle erzielte 2021 erstmals mehr Umsatz mit Fleischalternativen als mit ihren Fleischprodukten.

^{1,2,4} Statistisches Bundesamt (2022), „Pressemittteilung Nr. N 025 vom 9. Mai 2022“, 01.11.2022
³ Statista (2022), „Weltweiter Umsatz von Fleisch inklusive verarbeiteten Fleisch“, 01.11.2022

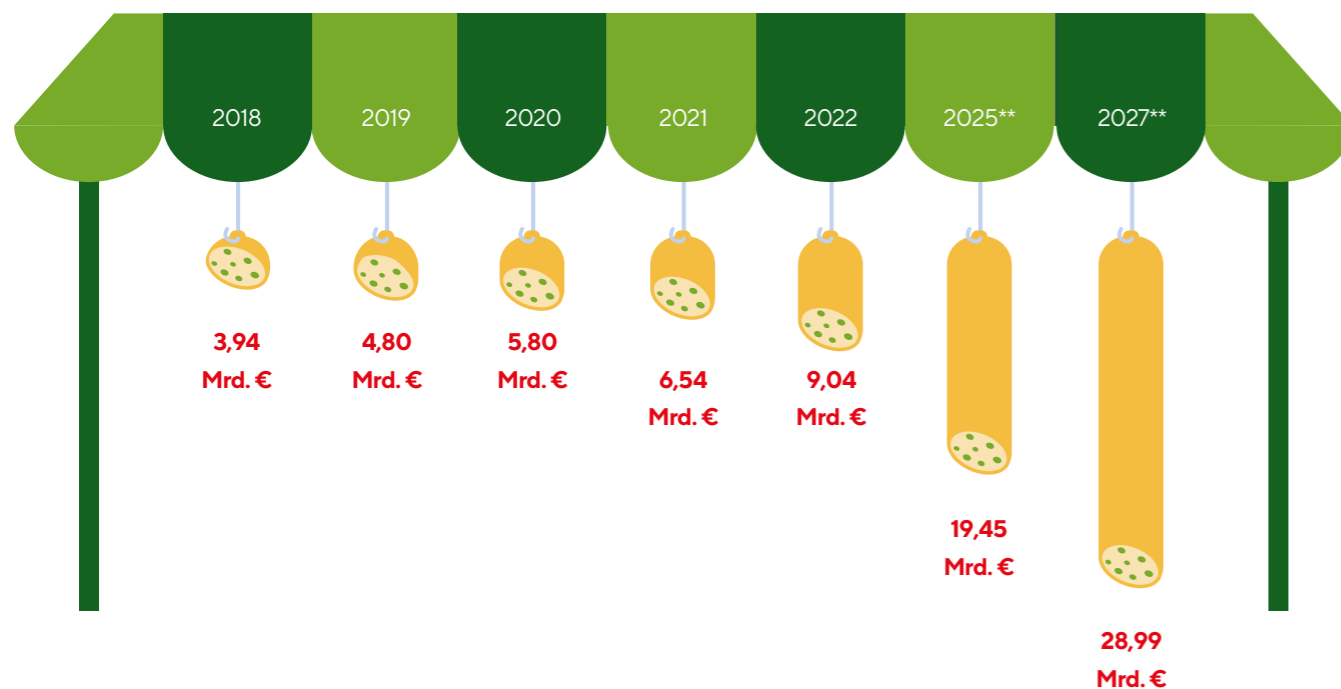
Auch weltweit feiern die Alternativen Erfolge: Für Fleischersatzprodukte wird in 2027 ein Umsatzvolumen von 28,99 Milliarden Euro prognostiziert.⁵ Zum Vergleich: 2017 betrug der gesamte Umsatz noch 3,61 Milliarden Euro. Doch trotz der positiven Zahlen sieht es nicht danach aus, als würden die Fleischalternativen das „Original“ so schnell aus dem Kühlregal verdrängen.

Trend: Sinkender Fleischkonsum

Obwohl immer noch die Mehrheit zu Wurst und Co. greift, beobachten wir, dass die Konsument*innen hierzulande seltener zulegen: 2021 lag der Verzehr pro Kopf bei 55,0 Kilogramm – der niedrigste Wert seit 1989, dem Beginn der Statistik der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung.⁶ 2011 lag der Konsum noch bei 62,8 Kilogramm.

Außerdem wächst das Bewusstsein für die Nachhaltigkeit von Biofleisch: Laut dem Branchenreport vom Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft stieg 2021 die Nachfrage nach Ökofleisch um 20 Prozent.⁷ Diese Trends dürften anhalten und sich verstärken.

Globale Umsatzentwicklung und -prognose für Fleischalternativen**



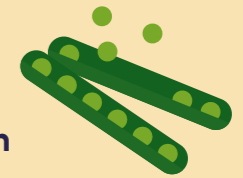
⁵ Statista (2022). „Weltweiter Umsatz von Fleisch inklusive verarbeitetem Fleisch“, 01.11.2022
⁶ Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2022). „Versorgungsbilanz Fleisch 2021: Pro-Kopf-Verzehr sinkt auf 55 Kilogramm“, 01.11.2022
⁷ Bund für Ökologische Lebensmittelwirtschaft (2022). „Branchen Report 2022 Ökologische Lebensmittelwirtschaft“, 01.11.2022

⁵ Statista (2022). „Weltweiter Umsatz von Fleisch inklusive verarbeitetem Fleisch“, 01.11.2022
^{**} Prognose ab 2022

Fleischersatz von heute und der Zukunft

So|ja und Wei|zen

Produkte aus **Soja und Weizen** (Seitan) gibt es schon länger auf dem Markt. Seit einiger Zeit werden auch Süßlupinen als Rohstoff genutzt. Es ist ein einheimisches Gewächs, das Stickstoff bindet, den Boden düngt und somit eine gute Ökobilanz bietet.

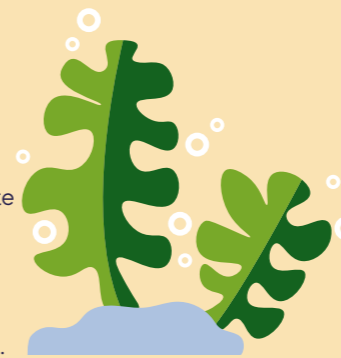


Erb|sen|pro|te|in

Erbseprotein ist sehr eiweißreich und wird vermehrt für Fleischersatz genutzt. Die Hülsenfrucht düngt den Boden und kann auch hierzulande angebaut werden.

Ma|kro|al|ge

Die nährstoffreiche **Makroalge** kennen wir vom Sushi. Eine bestimmte Sorte, die Rotalge, schmeckt nach Fleisch und kann zum Beispiel als Schinkenersatz fungieren.



In-|vi|tro-Fleisch

In-vitro-Fleisch, auch **Cultivated meat** genannt, wird aus tierischen Stammzellen gezüchtet. Damit ist es ein künstlich erzeugtes Fleischprodukt aus dem Labor.

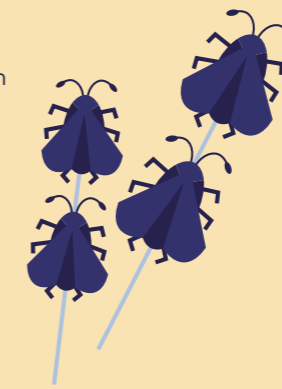
Pil|ze

Pilze bieten sich aufgrund ihrer festen Konsistenz ebenfalls als Fleischersatz: vom Steinpilz über die Krause Glucke bis hin zum Parasol.

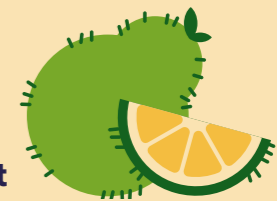


In|sek|ten

In einigen Kulturen stehen **Insekten** heute schon auf dem Speiseplan, in Deutschland eher selten. Die Tiere sind sehr eiweißreich, aber nicht für eine vegetarische oder vegane Ernährung geeignet. Es gibt sie gebraten oder frittiert, aber auch verarbeitet, beispielsweise als Riegel.



Jack|frucht



Mit ihrer feinen faserigen Struktur eignet sich die tropische **Jackfruit** oder **Jackfrucht** als Ersatz für Pulled Pork. Aber auch Schweine- und Hähnchengerichte werden damit gerne nachgekocht. Da sie im unreifen Zustand nahezu geschmacklos ist, sorgen Marinaden für „Fleischgeschmack“.

Fer|men|tier|te Le|bens|mit|tel

Fermentation ist schon seit Jahrhunderten bekannt und wird auch für Fleischersatz genutzt. Dabei gären Lebensmittel mithilfe von Mikroorganismen. Tempeh und Nattō bestehen beispielsweise aus fermentierten Sojabohnen. Aktuell wird auch mit fermentierten Pilzen oder Algen experimentiert.



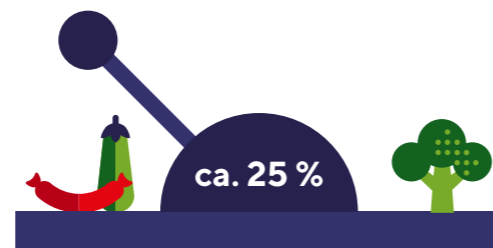
Ist eine fleischlose Ernährung überhaupt vorstellbar?

72 % der Befragten unserer Studie glaubt nicht an eine fleischlose Welt – Vegetarier*innen und Veganer*innen inklusive.

Allerdings kann sich bereits rund jede*r zehnte Fleischesser*in vorstellen, in Zukunft die Ernährung auf vegetarisch oder vegan umzustellen (12 Prozent); bei den Flexitarier*innen sogar jede*r Vierte. Der Großteil der Fleischesser*innen hält es jedoch für unwahrscheinlich, dass sich die eigene Ernährungsweise in Zukunft ändern wird (71 Prozent). Je weniger Fleisch die Konsument*innen jetzt schon im Alltag essen, desto eher glauben sie, es komplett vom Speiseplan streichen zu können.

Und, was essen wir denn jetzt in Zukunft?

Letzten Endes wird sich Flexitarismus durchsetzen – das denkt mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Befragten unserer Studie. Sie sind der Ansicht, dass Menschen in Zukunft nur noch gelegentlich Fleisch- und Wurstprodukte essen werden. 27 Prozent gehen davon aus, dass weiterhin regelmäßig Fleisch auf den Tellern landen wird. Damit ist eins klar: Würstchen, Frikadellen und Co. sind auch in Zukunft nicht wegzudenken!



Einmal Steak, immer Steak

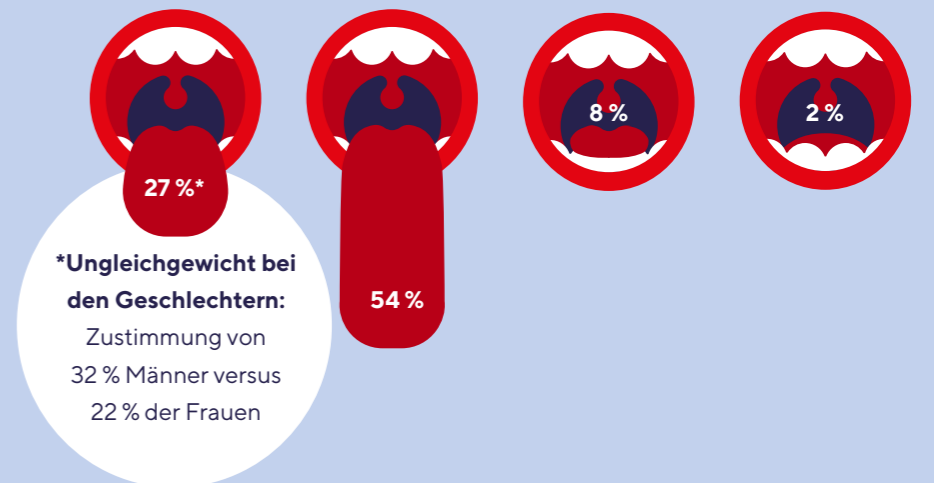
Rund eine*r von vier Flexitarier*innen und nur rund jede*r zehnte Fleischesser*in kann sich vorstellen, auf vegetarische oder vegane Ernährung umzustellen.

Deutschlands Wurst-Prognose



Wie ernähren wir uns in Zukunft?

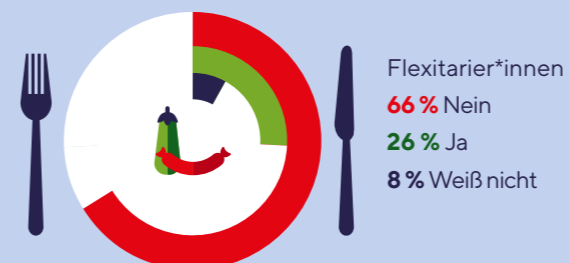
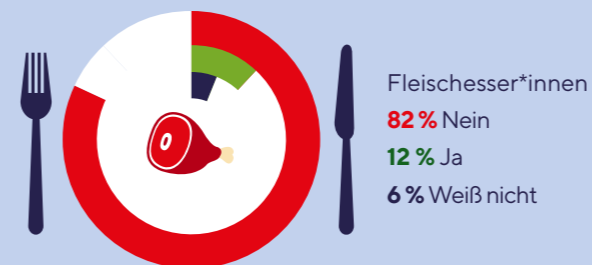
Regelmäßiger Fleischkonsum Gelegentlicher Fleischkonsum Vegetarische Ernährung Vegane Ernährung



Zukunft ohne Fleisch?



Wahrscheinlichkeit, den Fleischkonsum zu reduzieren*



Mögliche Gründe, Fleischkonsum zu reduzieren

30 % Fleischalternativen müssten besser schmecken

26 % Fleischalternativen müssten günstiger werden

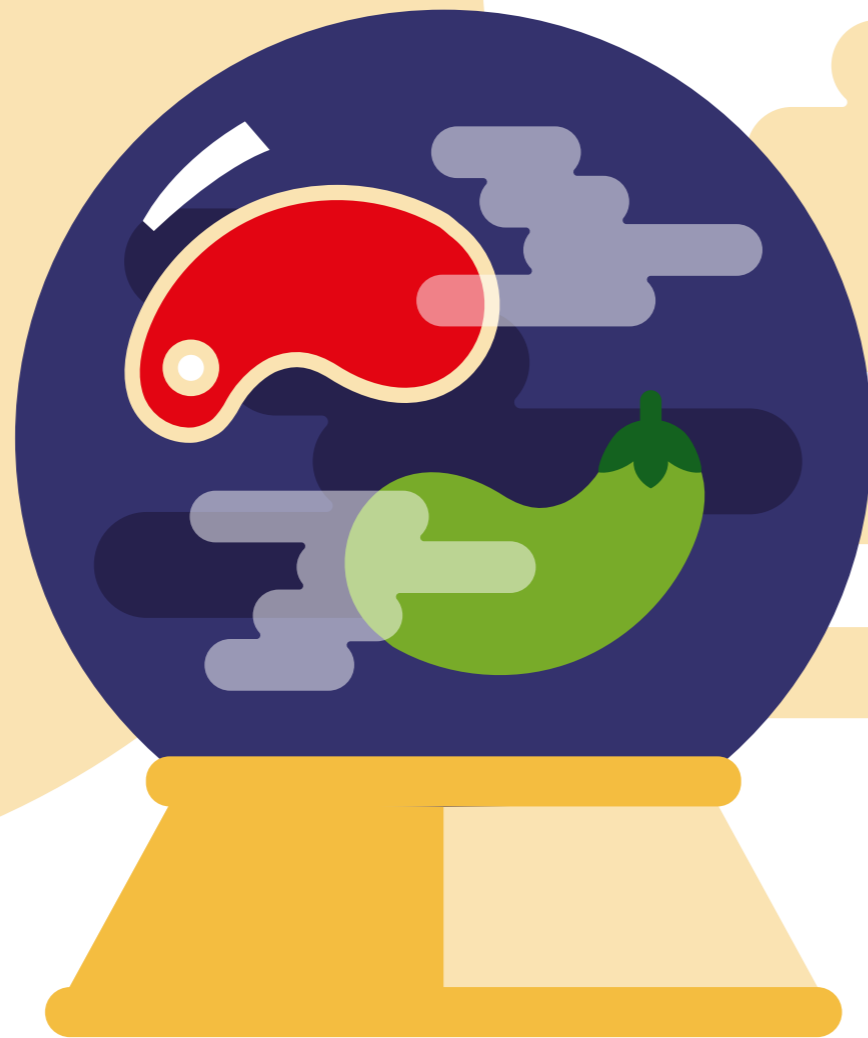
20 % Es müsste eine größere Auswahl an Fleischalternativen geben

Die Ernährung in Zukunft ändern?
41 % sehen keinen Grund, der sie beeinflussen könnte

*Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich Fleisch essen 2. (2750)

„Kultiviertes Fleisch ist ein großes Versprechen“

Echtes Fleisch, Fleischersatz, kultiviertes Fleisch oder gar kein Fleisch – was wird in Zukunft auf unseren Tellern landen? Wir lassen Patrick Bühr, Leiter der Abteilung Forschung & Entwicklung bei der Rügenwalder Mühle, einen Blick in die Glaskugel werfen. Welche Prognosen gibt es bezüglich der Entwicklung der Fleischalternativen und des Fleisches? Wird es überhaupt noch Fleisch zu kaufen geben?



Herr Bühr, was glauben Sie: Welche Ernährungsweise (fleischhaltig, flexitarisch, vegetarisch, vegan) wird in Zukunft am meisten verbreitet sein?

Bühr: Ich denke, das wird die flexitarische Ernährungsform sein, weil sie tierische und pflanzliche Produkte kombiniert. Für mich ist sie damit die wertvollste Form der Ernährung. Wir müssen als Gesellschaft weiter daran arbeiten, dass unsere Ernährungsform verträglich für alle ist – für Verbraucher*innen, Landwirt*innen und Tiere. Letztere müssen so gehalten werden, dass Fleisch mit gutem Gewissen konsumierbar ist.

Könnte es irgendwann gar kein Fleisch mehr in den Supermarktregalen geben? Oder ist eine Welt ohne Fleisch – zumindest in den westlichen Ländern – undenkbar?

Bühr: Hoffentlich werden wir immer die Wahl haben, ob wir Fleisch essen möchten oder nicht. Eine Welt, die restriktiv ist und den Menschen vorschreibt, was sie essen sollen, ist für mich keine erstrebenswerte. Ich halte eine gesunde Mischung aus tierischen und pflanzlichen Proteinen für optimal – sofern wir verantwortungsvoll mit den Ressourcen umgehen.

Und wohin geht die Reise bei Fleisch und Fleischalternativen?

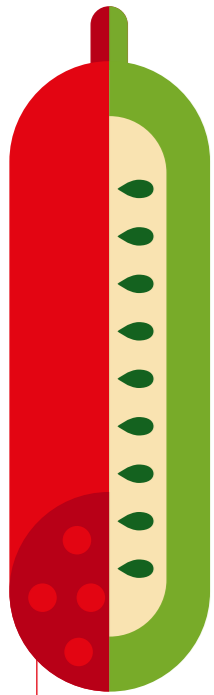
Bühr: Die Verbraucher*innen fordern nach wie vor mehr Transparenz, was die Lebensmittelproduktion betrifft. Sie wollen Klarheit darüber, wo die Lebensmittel herkommen. Das zeigt sich auch in einer starken Nachfrage nach regionalen Produkten. Dieser Bereich wird in Zukunft immer wichtiger werden. Auch das Thema Tierwohl wird heiß diskutiert. Verbraucher*innen positionieren sich immer klarer. Hier gilt es, ihre Interessen, die des Handels, der Politik und der Landwirtschaft miteinander zu vereinen. Wir müssen uns fragen: Was ist am besten umsetzbar und hat den nachhaltigsten Effekt?

Was ist den Konsument*innen speziell beim Konsum von Fleischalternativen wichtig?

Bühr: Geschmack ist nach wie vor eine der wichtigsten oder sogar die wichtigste Komponente für die Akzeptanz von Fleischalternativen. Wer sich vegane Schinkenspicker statt der Fleischvariante aufs Brot legt, hat eine Erwartungshaltung, die erfüllt werden muss. Aber auch die Soft Facts werden immer wichtiger. Hier spielt das Thema Regionalität eine wichtige Rolle: Wo kommt das Protein her, das zur Herstellung der veganen Fleischalternativen verwendet wird? Wie hoch ist der Grad der Verarbeitung der Produkte? Auch die Verwendung von Zusatzstoffen rückt in den Fokus. Zudem fragen Produzent*innen uns: Wie können wir mit weniger Zutaten das gleiche leckere Ergebnis erzielen?

Werden die fleischähnliche Textur und der Geschmack nur ein Zwischenschritt in der Entwicklung der Fleischalternativen sein?

Bühr: Wir führen heute immer noch Verbraucher*innen an Fleischalternativen heran. Deshalb ist aktuell entscheidend, dass wir sie mit den Produkten dort abholen, wo sie gerade stehen. Wenn wir beim Aussehen, der Textur, dem Geschmack oder auch bei der Produktbezeichnung zu stark vom Gelernten abweichen, fällt es Verbraucher*innen schwer, eine Vorstellung vom Produkt zu bekommen – die Abstraktionsleistung wäre zu groß. Sie müssen direkt verstehen: Was erwartet sie, wenn sie das Produkt probieren? Doch unser Geschmack und unsere Ernährungsweise werden sich weiterentwickeln, wie sie es über Jahrhunderte hinweg getan haben. Es gibt bereits jetzt Produkte, die von der ursprünglichen Textur des Lebensmittels, zu dem sie eine Alternative sein sollen, abweichen. Allerdings brauchen Veränderungen in den Ernährungsgewohnheiten



Zeit. So ist beispielsweise die Einführung von Hybridprodukten heute nach wie vor schwierig, denn der Konsument nimmt sie nicht wirklich an.

Was macht die Hybridprodukte aus?

Bühr: Sie bestehen sowohl aus Fleisch als auch aus einer pflanzlichen Komponente.

Im Falle des Burgers zum Beispiel aus Fleisch und Gemüse. Das Produkt enthält gerade so viel Fleisch, wie die Konsument*innen brauchen, um den erwarteten Geschmack und die Konsistenz und Bissfestigkeit zu bekommen, die sie erwarten. Das Gemüse bringt eine andere Note rein, wertet den Nährwert auf und spricht ebenfalls die Sensorik an.

Gibt es noch andere Trends außer Hybridfleisch?

Bühr: Kultiviertes Fleisch ist ein großes Versprechen. Dafür werden Tieren kleine Mengen an Zellen entnommen und diese dann in einer temperierten Umgebung mit Nährstoffen versorgt, die sie zum Wachsen und Vermehren brauchen. So wächst quasi das Teilstück außerhalb des Körpers des Tieres heran, und wir erhalten Fleisch zur Herstellung von Lebensmitteln, ohne dass dafür ein Tier sterben muss. Diese Methode spart Ressourcen, zum Beispiel durch den Wegfall des Futteranbaus und der Flächen für die Viehhaltung. Die frei werdenden Flächen könnten dann gut zum Anbau von proteinreichen Pflanzen für die Ernährung der Menschen genutzt werden. Außerdem soll die Tierhaltung ja verträglicher werden. Und das funktioniert nur, wenn wir weniger Tiere in den Ställen halten. Gleichzeitig reduzieren wir damit den CO₂-Ausstoß: Der Anteil der Lebensmittelproduktion an den globalen Treibhausgasemissionen liegt bei 23 Prozent und wird größtenteils in der Rohstoffherstellung, also Tier- und Pflanzenzucht, erzeugt. Deshalb sollten wir kultiviertem Fleisch offen gegenüberstehen und es als sinnvolle Ergänzung zu unserer Ernährung sehen.

„Kultiviertes Fleisch ist ein großes Versprechen (...) Diese Methode spart Ressourcen, zum Beispiel durch den Wegfall des Futteranbaus und der Flächen für die Viehhaltung.“

Zusätzlich bietet sich eine Technologie an, die schon viele, viele Tausend Jahre alt ist und die wir für viele Lebensmittel auch schon anwenden: die Fermentation. Durch Fermentation können wir aus Lebensmitteln oder pflanzlichen Rohstoffen durch mikrobiologische Prozesse neue Proteine gewinnen und neue Lebensmittel herstellen. So kann etwa aus Pilzen ein Fleischersatz hergestellt werden.

Wann könnten diese neuen Techniken für die Massenproduktion eingesetzt werden?

Bühr: Aus Sicht der Technologie ist die industrielle Produktion von beispielsweise kultiviertem Fleisch vorstellbar. Aber wie lange es noch dauert, bis in Deutschland wirklich kultiviertes Fleisch auf den Tellern der Verbraucher*innen landet, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht einschätzen. Denn das wird unter anderem auch von der Technik beeinflusst: Kleine Mengen lassen sich aktuell schon gut produzieren. Ein Start-up im Bereich Cultivated meat kann heute durchaus einen Burger entwickeln. Auch in der Gastronomie geht das, weil hier eher kleinere Mengen gebraucht werden. Denkt man aber in größeren Maßstäben, sind bezüglich der Skalierung vom Labor hin zur industriellen Produktion sehr viele Fragen offen.

Also Skalierbarkeit beeinflusst die Marktreife und -einführung. Welche Herausforderungen gibt es noch bei der Entwicklung des Fleischersatzes in der Zukunft?

Bühr: Die zweite Herausforderung neben der Technologie ist die Gesetzgebung. Gerade im Hinblick auf kultiviertes Fleisch braucht die Einführung in Europa die Freigabe der Europäischen Kommission. Diese Prozesse sind sehr kompliziert und langwierig, da es sich bei der EU nicht wie im Falle von zum Beispiel Singapur oder Israel um ein einzelnes Land handelt, das seine eigenen Gesetze erlässt. Hier ist kultiviertes Fleisch bereits erhältlich beziehungsweise die Freigabe in der nächsten Zeit zu erwarten. Doch auch innerhalb Europas gibt es Staaten, die dieser Technologie durchaus offener gegenüberstehen als Deutschland. So wurde beispielsweise in den Niederlanden kürzlich ein Budget von 60 Millionen Euro zur Erforschung von kultiviertem Fleisch genehmigt. Davon sind wir in Deutschland weit entfernt.

Es scheint spannend zu bleiben ...

Bühr: Ja, es gibt so viele tolle Gründer*innen, die mit großartigen Ideen mutig losgehen und Start-ups gründen. Als kleine Unternehmen müssen sie die Bedürfnisse der Konsument*innen schnell und flexibel bedienen, um erfolgreich zu sein. Ihren Gedanken müssen wir Gehör schenken. Wir als Marktteilnehmer auf der Industrieseite sind teilweise etwas unflexibel geworden. Deshalb müssen wir offen für alternative Ansätze sein und sollten uns mit ihnen zusammenschließen. Ich glaube, Innovation funktioniert in der Zukunft nur in einer Community – durch Partnerschaften und Kollaborationen. Das ist meiner Meinung nach der ganz große Paradigmenwechsel in der Welt der Lebensmittelherstellung.

„Ich glaube, Innovation funktioniert in der Zukunft nur in einer Community – durch Partnerschaften und Kollaborationen.“

Patrick Bühr ist als Leiter der Abteilung Forschung & Entwicklung bei der Rügenwalder Mühle seit über 20 Jahren im Bereich Lebensmittel unterwegs und eigentlich gelernter Koch. Sein Team hat die Aufgabe, mit den gegebenen Mitteln die beste Qualität für die Verbraucher*innen sicherzustellen. Die strategische Produktentwicklung richtet dabei vor allem den Blick in die Zukunft.



Impressum

Rügenwalder Mühle

Carl Müller GmbH & Co. KG

Industriestraße 5

26160 Bad Zwischenahn

www.ruegenwalder.de

Verantwortlich: Claudia Hauschild

Redaktion: fischerAppelt, relations GmbH