

# DEUTSCHE KONSUMENTEN ZWISCHEN MASSENWARE, BIO UND ENTSAGUNG

Für die meisten ist der Sonntagsbraten heute ein Alltagsbraten. Die großen Lebensmittelskandale haben den Ökosektor belebt. Viele Konsumenten sind träge, aber neue Angebote erleichtern den Umstieg.

Nicht nur in Deutschland, in ganz Europa ist der Sonntagsbraten zum Alltagsbraten geworden. Die Fleischtheken sind üppig gefüllt. Der EU-Report „Ernährungslage und Gesundheit“ spricht von einer „exzessiven Versorgung und Verfügbarkeit“. In Mittel- und Osteuropa ist

der Fleischverzehr am höchsten, die Süd- und Nordeuropäer ernähren sich etwas fleischärmer.

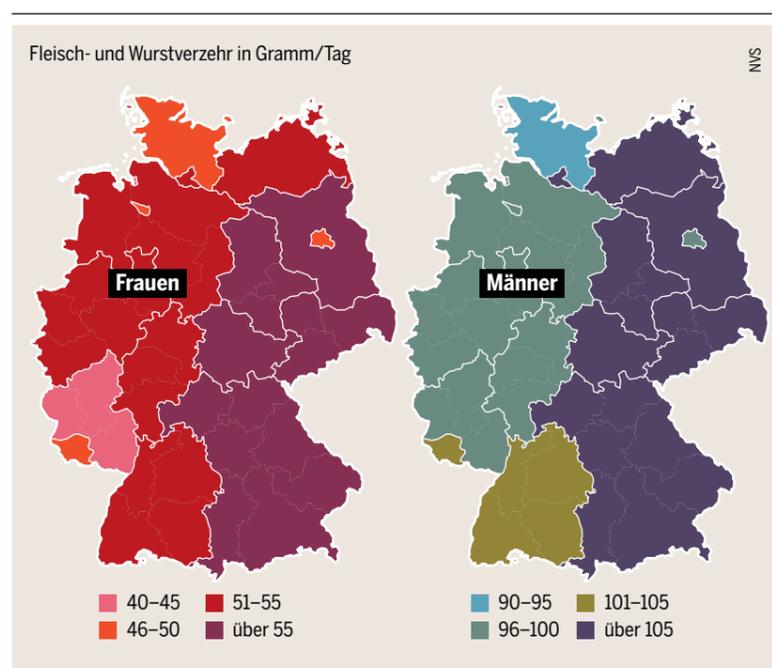
Die Essgewohnheiten unterscheiden sich von Land zu Land – im Süden wird mehr Lammfleisch verzehrt, in Mittel- und Nordeuropa mehr Schwein. Der durchschnittliche Fleischverbrauch des EU-Europäers übertrifft mit 93,1 Kilogramm sogar den Wert in Deutschland von 89 Kilogramm. 20 Prozent davon landen im Mülleimer – auf den Schlachthöfen, beim Transport, im Handel und am Esstisch wird Fleisch achtlos weggeworfen. Der Konsument lässt Teile seiner übergroßen Fleischportionen auf dem Teller liegen, schneidet undelikate Teile ab und entsorgt zu alt gewordene Einkäufe.

In Deutschland essen 85 Prozent der Bevölkerung täglich oder nahezu täglich Fleisch und Wurst. Auch in Restaurants wird in der Regel ein Fleischgericht bestellt. Die Deutschen essen heute viermal so viel Fleisch wie Mitte des 19. Jahrhunderts und doppelt so viel wie vor hundert Jahren. Männer essen deutlich mehr als Frauen. Auch die Alterspyramide zeigt auffällige Unterschiede. Bei den Männern sind die 19- bis 24-Jährigen die größten Fleisch- und Wurstvertilger, bei den Frauen führen die 25- bis 34-Jährigen die Rangliste an. Jung sind beide Altersgruppen.

Ein großer Teil des verarbeiteten Fleisches wird als Wurstware konsumiert. Das meiste wird zu Niedrigstpreisen im Supermarkt abgesetzt. Das Schlachterhandwerk verliert an die 500 Fachgeschäfte pro Jahr. Zwei Drittel der Fleischeinkäufe sind vorgepackt und in Plastik eingeschweißt, nur noch ein Drittel ist echte Frischware.

Obwohl das Schnitzel seinen Spitzenplatz behauptet, verzeichnen die Verkaufsstatistiken immer wieder spektakuläre Einbrüche. Ob Rinderwahnsinn oder Schweinepest, ob Maul- und Klauenseuche oder Vogelgrippe: Sobald ein Skandal hochkocht, reagiert der Verbraucher mit Ekel und Verweigerung. Das Statistische Bundesamt schreibt in seinem Report „Fleischversorgung in Deutschland“: „Das Verbraucherverhalten hat sich nachhaltig verändert: Das liegt vor allem daran, dass Fleisch früher als gesund und lebenswichtig galt, während heute für viele Menschen der Verzehr von Fleisch mit negativen Assoziationen wie ‚Gammelfleisch‘ verknüpft ist. Das Vertrauen [...] ist erschüttert.“ Im Jahr 2005 aufgekomen, hat eine Jury die Bezeichnung „Gammelfleisch“ in

## Essverhalten nach Bundesländern

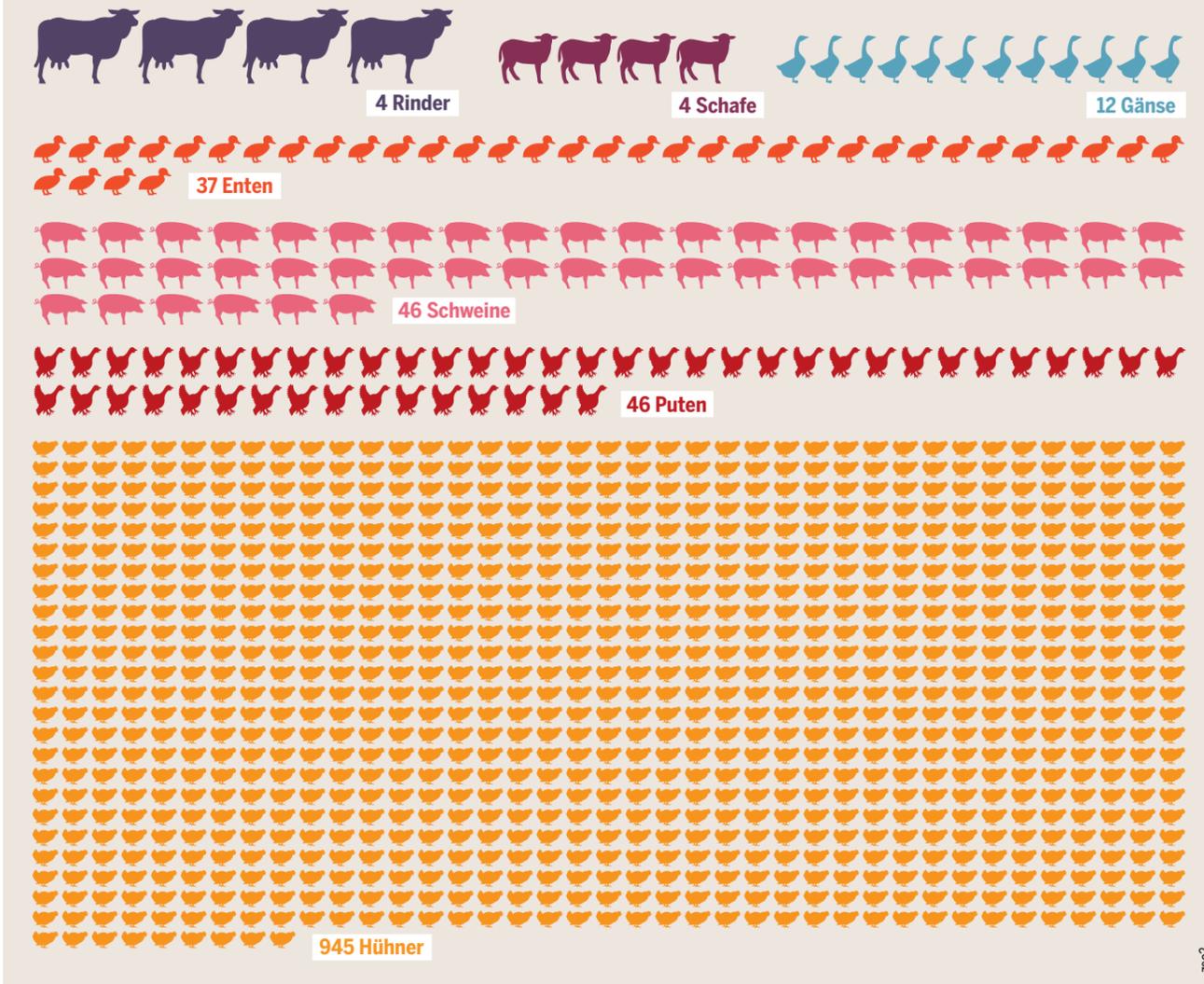


## Die zehn größten deutschen Fleischkonzerne



## 1.094 Tiere auf dem Teller

Deutscher Durchschnittsverzehr im Laufe des Lebens



jenem Jahr sogar auf Platz 5 der „Wörter des Jahres“ gesetzt.

Vor allem Jüngere verzichten deshalb öfter auf Fleisch und Wurst. Vegetarisch zu leben oder zumindest den Fleischanteil zu reduzieren sei „hipp und trendy“, sagt der Vegetarierbund, dessen Mitgliederzahlen sich seit 2008 verdreifacht haben. Auch große Unternehmen wie Siemens, Ikea, Puma oder die bayerische Versicherungskammer führen vegetarische Tage in der Kantine ein, verordnen Schweinebacke und Ochsenbrust eine Auszeit. Und 52 Prozent aller Deutschen versuchen, so zumindest die Selbstauskunft beim Meinungsforschungsinstitut Forsa, ihren Fleischhunger zu zähmen. Allerdings: Besonders erfolgreich sind sie dabei noch nicht.

Inzwischen werden Ausstiegswillige aber gut unterstützt. Die Vegetarierrgruppen haben den Agitprop früherer Zeiten durch intelligente Angebote ersetzt. Dazu gehört ein 30-Tage-Schnupperkurs: Einen Monat lang können Interessierte auf

Probe dem Fleische entsagen. Sie bekommen tägliche Motivationshilfen, Rezepte und Informationen per Mail. Und es gibt die Halbzeitvegetarier: Zwei Personen bilden ein Tandem und halbieren ihren Fleisch- und Wurstkonsum. Motto: „Zwei halbe Vegetarier ergeben einen ganzen!“ Zudem kann man sich einen Veggie-Buddie ordern: eine Hilfsperson, die Tipps gibt, motiviert und tröstet.

Viele Verbraucher wollen der Massentierhaltung entkommen und kaufen Biofleisch. Mit den Biosupermärkten hat sich das Angebot deutlich verbessert. Doch im Vergleich zur konventionellen Fleischwirtschaft bleiben die Verkaufszahlen für Bio noch in der Nische. Bio-rindfleisch hatte 2010 einen wertmäßigen Marktanteil von 4 Prozent, Schweinefleisch 1, Geflügel 2, Milch 2,5 Prozent, Eier schon 9 Prozent. Wachstumsbremsen sind der Niedrigpreis und die irreführende Werbung für konventionelles Fleisch – und die manchmal aufwändigere Suche nach den Alternativen dazu. ●

Das Wort „Gammelfleisch“ schaffte es auf die Liste der „Wörter des Jahres“