



Rabobank

Food Trend

Fleisch zum Mittagessen? Am liebsten manchmal!

FRANKFURT — 8. November 2021. Das Mittagessen ist die wichtigste Mahlzeit des Tages für die Deutschen. Das berichten auch Reiseführer oder Info-Blogs für Menschen aus dem Ausland, die beruflich nach Deutschland kommen: Sie alle betonen die Fleischlastigkeit der deutschen Küche. Und wer das Thema „Mittagessen in Deutschland“ googelt, findet jede Menge Bilder von Wiener Schnitzeln, Würstchen, Rouladen oder Sauerbraten.



Doch essen die Deutschen mittags wirklich so fleischlastig? Der Rabobank Food Navigator zeigt: jein! Zwar gibt ein Drittel (**35,0 Prozent**) an, grundsätzlich nicht auf Fleisch verzichten zu wollen. Doch die Zahl derer, die täglich mittags Fleisch auf dem Teller haben, ist mit **4,1 Prozent** ziemlich klein. Stattdessen setzen die meisten Deutschen auf ein gemischtes Modell: So gibt ein Drittel der Befragten (**30,5 Prozent**) an, drei- bis viermal pro Woche mittags Fleisch zu essen, ein weiteres Drittel (**29,4 Prozent**) konsumiert ein- bis zweimal pro Woche Gerichte wie Schnitzel, Würstchen oder Geschnetzeltes. Und bei einem Viertel (**24,5 Prozent**) kommt Fleisch selten oder nie auf den Tisch.

Abbildung: 35 Prozent der Deutschen würden beim Mittagessen nicht auf Fleisch verzichten. (Rabobank Food Navigator, Stand 27.10.2021)

Ein Drittel derer, die verzichten, tut das aus gesundheitlichen Gründen (**36,8 Prozent**), gefolgt von Tierschutz (**28,2 Prozent**) und Rücksichtnahme auf das Klima (**22,0 Prozent**).

Junge Menschen essen weniger Fleisch

Was den mittäglichen Fleischkonsum angeht, sind die 18- bis 29-Jährigen am ehesten bereit, zu verzichten: **37,9 Prozent** geben an, selten oder nie mittags Fleisch zu essen. Bei den Studenten sind es sogar zwei Drittel (**62,8 Prozent**), die selten oder nie Fleisch auf dem Teller haben – damit sind sie die Gruppe mit der größten Bereitschaft zum Verzicht. Nur **0,6 Prozent** von ihnen essen täglich Fleisch. Die über 65-Jährigen stellen dagegen beim moderaten Fleischgenuss die größte Gruppe – ein Drittel (**33,1 Prozent**) der Großelterngeneration hat ein- bis zweimal pro Woche Fleisch auf dem Mittagstisch, während sich nur **2,8 Prozent** täglich dafür entscheiden.

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Familien mit Kindern kochen fleischlastig, genau wie Männer

Beim Blick auf die Familien zeigt sich, dass in Haushalten mit Kindern mittags tendenziell mehr Fleisch gegessen wird als in kinderlosen Haushalten. Während bei den Kinderlosen ein Viertel (**25,0 Prozent**) selten oder nie Fleisch konsumiert, leben bei den Familien nur **18,8 Prozent** fleischlos. Auf der anderen Seite wird in doppelt so vielen Familien (**7,1 Prozent**) täglich Fleisch zu Mittag gegessen wie in kinderlosen Haushalten (**3,3 Prozent**). Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Familienstand – während Ledige (**34,9 Prozent**) und Geschiedene (**29,2 Prozent**) zu je knapp einem Drittel fast immer oder immer auf Fleisch verzichten, sind es bei den Verheirateten nur **19,8 Prozent**.

Ledig oder nicht, Männer liegen beim Fleischkonsum vorne: **7,1 Prozent** der Männer essen täglich mittags Fleisch, bei den Frauen ist es **1,0 Prozent**. Dagegen verzichten mit **28,2 Prozent** mehr Frauen fast oder immer mittags auf Fleisch (Männer: **20,8 Prozent**). Bei drei- bis viermal pro Woche liegen beide Geschlechter fast gleichauf (Frauen: **30,2 Prozent**, Männer: **30,9 Prozent**).

Gesundheit vor Tier- und Klimaschutz

Im Bundesdurchschnitt geben die meisten Befragten (**36,8 Prozent**) gesundheitliche Gründe für den Verzicht auf Fleisch beim Mittagessen an. Tierschutz steht mit **28,2 Prozent** an zweiter Stelle, gefolgt von Klimaschutz (**22,0 Prozent**). Preis (**8,7 Prozent**), Geschmack (**9,9 Prozent**) oder bessere Alternativen (**14,7 Prozent**) spielen eine eher untergeordnete Rolle. **35,0 Prozent** würden hingegen gar nicht auf Fleisch verzichten.

Dabei sind die Gründe generationenabhängig: Je jünger die Befragten, desto wichtiger ist ihnen Tier- und Klimaschutz. **57,7 Prozent** der 18- bis 29-Jährigen und **56,5 Prozent** der Studierenden verzichten zugunsten des Tierwohls mittags auf Fleisch, aus Gründen des Klimaschutzes sind es **52,4 Prozent** bei den 18- bis 29-Jährigen und **48,6 Prozent** bei den Studierenden. Für die Älteren ist die Gesundheit wichtiger: So entscheiden sich die über **65-Jährigen** besonders oft aus gesundheitlichen Gründen (**34,8 Prozent**) gegen übermäßigen Fleischkonsum, bei den 50- bis 64-Jährigen sind es **35,8 Prozent**. Noch mehr wollen aber grundsätzlich nicht auf Fleisch verzichten (über 65-Jährige: **41,2 Prozent**, 50- bis 64-Jährige: **37,6 Prozent**).

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfragen sind repräsentativ und werden online durchgeführt. Dafür wurden am 27. und 28. Oktober mehr als 2.990 Teilnehmer*innen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 2.500 Personen.

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken „Banking for Food“ in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

Der Rabobank Food Navigator

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Per interaktiver Deutschlandkarte liefert die Rabobank Insights, wie deutsche Verbraucher aktuelle Themen rund um verantwortungsvolle Lebensmittelproduktion, effiziente und effektive Lieferketten und bewussten Konsum bewerten. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Rabobank Presseservice
Laura Maria Kämz
fischerAppelt, relations GmbH
rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de