

Veganuary: iglo-Trendstudie zeigt geringeren Fleischkonsum

Die neue iglo-Trendstudie zeigt geringeren Fleischkonsum und weniger Skepsis bei Fleischalternativen. Zwei Drittel der Österreicher essen mehrmals pro Woche Fleisch oder Wurstwaren, verglichen mit 2021 ist aber ein Abwärtstrend erkennbar. Gleichzeitig steigt der Konsum von Fleischalternativen und die Skeptiker werden weniger. Alternativen gibt es auch in der Tiefkühlung. Der Umsatz in diesem Segment ist im Vergleich zum Vorjahr um 11 Prozent gewachsen.



*Die neue iglo-Trendstudie: Weniger Skepsis gegenüber Fleischalternativen
(©iglo)*

Nach der Weihnachtszeit und dem Jahreswechsel stehen gute Vorsätze bei vielen Personen auf der Agenda. Nicht selten zählt dazu der Konsum von weniger Fleisch und / oder Alkohol. Der „vegane Jänner“ hat mit Veganuary sogar einen Namen und eine dahinterstehende internationale Organisation, die

Interessierte ein Monat lang virtuell begleitet.

Doch wie sieht es eigentlich mit dem Fleischkonsum und dem Interesse an Fleischalternativen in Österreich aus? Dieser Frage ist die iglo-Trendstudie unter 1.000 Befragten nachgegangen.

Österreich ist ein Land des Fleischkonsums

Ob der „klassischen Hausmannskost“ geschuldet oder nicht: Hierzulande machen Fleisch und Wurstwaren einen gewichtigen Teil bei der Nahrungsaufnahme aus. Zwei Drittel der Österreicher geben an, mehrmals pro Woche Fleisch oder Wurstwaren zu sich zu nehmen, mehr als jeder Zehnte (12 Prozent) tut dies sogar fast täglich.

Überdurchschnittlich viel Fleisch wird in größeren Haushalten bzw. in Haushalten mit Kindern konsumiert. Hier essen 74 Prozent zumindest mehrmals pro Woche Fleisch. Unter dem Durchschnitt liegt die Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen, hier sind es 56 Prozent.

Fleischkonsum sinkt langsam

Insgesamt ist der Fleischkonsum hierzulande jedoch rückläufig, wie etwa Daten Statistik Austria und anderer Quellen belegen. Das zeigt sich auch in der iglo-Trendstudie: Waren es 2021 noch 17 Prozent, die fast täglich Fleisch gegessen haben, sind es 2022 nur noch 12 Prozent.

Der Anteil derer, die mehrmals pro Woche Fleisch zu sich nehmen, ist hingegen weitgehend stabil geblieben (2022: 54 Prozent / 2021 53 Prozent). Und befragt nach dem zukünftigen Fleischkonsum, geben 27 Prozent an, in Zukunft weniger Fleisch essen zu wollen, 3 Prozent gehen sogar so weit, zukünftig ganz darauf verzichten zu wollen.

6 von 10 haben bereits Fleischalternativen

ausprobiert

Strategien, weniger Fleisch zu essen, gibt es mehrere. Eine Möglichkeit ist es, Fleisch durch alternative Produkte zu ersetzen. Fleischalternativen ausprobiert haben bereits 6 von 10 Österreichern (62 Prozent). 27 Prozent der Befragten konsumieren Produkte aus diesem Sortiment regelmäßig, also zumindest ein paar Mal pro Monat.

Im Vergleich zu 2021 (24 Prozent) ist hier ein Aufwärtstrend erkennbar. Besonders häufig greifen die 18- bis 29-Jährigen (48 Prozent) und auch höher Gebildete (34 Prozent) zu Fleischalternativen.

Weniger Skepsis gegenüber Fleischalternativen

Nicht nur der Anteil derer, die regelmäßig zu Produkten greifen, die statt Fleisch auf den Teller kommen, wächst, sondern auch der Anteil der Skeptiker sinkt. Waren es 2021 noch 61 Prozent, die ausgeschlossen haben, in den kommenden Monaten Fleischalternativen zu konsumieren, sind es 2022 nur mehr 51 Prozent, die diese Meinung vertreten.

Fleischalternativen in Form von Zutaten

Wer Fleischalternativen verwendet, greift meist auf Zutaten zurück, die dann verkocht werden. Darunter fallen etwa vegetarische Alternativen für Faschiertes oder andere Komponenten. Zu einem vollwertigen Ersatz für ein Fleischprodukt – etwa eine vegetarische Wurst oder ein pflanzliches Burger-Laibchen – greifen 23 Prozent. Fertiggerichte mit Fleischalternativen werden am wenigsten häufig konsumiert (17 Prozent).

Kategorie Fleischalternativen in der

Tiefkühlung wächst

Neben Fleischalternativen in der Kühlung weist mittlerweile auch die Tiefkühlung ein breites Sortiment auf. Mit iglo Green Cuisine ist der Tiefkühlmarktführer seit 2020 im Tiefkühlregal vertreten. Als Proteinquellen werden unter anderem Erbsen- und Weizenprotein genutzt. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Umsatz mit tiefgekühlten Fleischalternativen um 11 Prozent gewachsen.

Im Umsatzranking (Marktanteil) der Woche 44 2022 befinden sich drei Green Cuisine-Produkte unter den Top 5: Green Cuisine vegetarische Nuggets belegen Platz 1, Green Cuisine Veganes Faschiertes belegt Platz 3 und Green Cuisine Vegane Burger Laibchen belegen Platz 5.

Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://www.fleischundco.at)