



Rabobank

Bewusst wie!

## So grillt Deutschland: Würstchen in Thüringen, Tofu in Hamburg

**FRANKFURT — 20. Juli 2021. In deutschen Gärten liegen wieder vertraute Gerüche in der Luft: Die Grillsaison ist in vollem Gange. Doch was kommt in diesem Jahr auf den Rost? Wer bleibt Würstchen und Steak treu, wo punktet Gemüse und wie schneiden Veggie-Alternativen ab? Der „Rabobank Food Navigator“ zeigt: Ohne Fleisch geht bei den meisten Deutschen nichts. Und einige Bundesländer bleiben ihrem Ruf treu, doch einige fallen aus der Reihe.**

Was grillen die Deutschen? Jede Menge Fleisch – zumindest liegt dieser Schluss nahe, wenn man sich die Werbeprospekte von Supermärkten und Discountern anschaut. Sie sind voll mit günstigen Fleischangeboten, wie eine Analyse der Umweltorganisation WWF im Juni 2021 ergab. Vegetarisches Grillgut dagegen ist nur selten zu finden und zudem im Schnitt deutlich teurer. So ergab die Analyse, dass selbst reduzierte Tofuwurst und Sojaburger mehr als doppelt so teuer wie rabattierte Schweinefleisch- und Geflügelprodukte waren.

Dass die vegetarischen Alternativen entsprechend selten konsumiert werden, bestätigt auch der „Rabobank Food Navigator“: So legt nur eine verschwindend kleine Gruppe der Befragten vegetarische Alternativen wie Tofu (**1,4 Prozent**) auf den Grill. Zu Grillkäse greifen immerhin **6,6 Prozent** und **9,9 Prozent** entscheiden sich für Gemüse.

### Alles eine Frage des Preises?

Zwar hatte das Statistische Bundesamt jüngst vermeldet, dass Verbraucherinnen und Verbraucher seit 2018 mehr Geld für Obst, Gemüse und Kartoffeln ausgegeben haben als für Fleisch und Fisch. Allerdings: Ob diese Entwicklung an veränderten Einkaufsmengen lag oder daran, dass sich die Preise für Fleisch, Obst und Gemüse verändert haben, gaben die Statistiker aus Wiesbaden nicht an.

Der „Rabobank Food Navigator“ zeichnet hier auch ein anderes Bild: Demnach würde ein höherer Fleischpreis den Konsum kaum verringern, zumindest nicht beim Grillen. Eher im Gegenteil: Lediglich **3,0 Prozent** der Befragten gaben an, aus Kostengründen auf Fleisch zu verzichten. Knapp die Hälfte der Befragten (**43,2 Prozent**) will sich den Genuss von Grillfleisch nicht nehmen lassen. Wer doch lieber vegetarische Alternativen konsumiert, tut dies in erster Linie zugunsten des Tierwohls (**32,8 Prozent**), gefolgt von mehr Rücksichtnahme auf die eigene Gesundheit (**25,5 Prozent**).

### Ganz gleich, was die Hipster-Magazine sagen: Fleisch ist und bleibt die Nummer eins

Absoluter Spitzenreiter bei den Fleischprodukten ist mit **46,4 Prozent** das Steak, danach folgt mit großem Abstand (**19,6 Prozent**) die Wurst. Dabei entscheiden sich mit **50,1 Prozent** die meisten 40- bis 49-Jährigen für das Steak, während ein Drittel die Wurst wählt. Der Vergleich der Geschlechter zeigt:

---

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](http://www.fischerAppelt.de)



**Rabobank**

Männer (**73,5 Prozent**) wie Frauen (**58,4 Prozent**) geben dem Fleisch mit großem Abstand den Vorzug. Und auch wenn Gemüse insgesamt nicht sehr stark vertreten ist, greifen dennoch dreimal mehr Frauen (**14,3 Prozent**) als Männer (**5,6 Prozent**) zu dieser Alternative. Noch zurückhaltender ist man bei Grillkäse (Männer: **4,2 Prozent**, Frauen: **9,3 Prozent**) und Fisch (**5,9** und **7,0 Prozent**).

### **Hamburg grillt lieber Tofu als Fisch**

Die meisten Berührungängste gibt es bei Fleisch-Alternativen wie Tofu, das im Bundesdurchschnitt gerade mal **1,4 Prozent** der Befragten auf den Grill legen würden. Bei dieser Frage sind sich fast alle Bundesländer einig, nur die Hanseaten scheren aus: Hier grillen zumindest **6,2 Prozent** der Hamburger gerne Tofuprodukte und stehen damit an erster Stelle vor Berlin (**2,5 Prozent**) und Baden-Württemberg (**1,5 Prozent**). Alle weiteren Bundesländer liegen noch darunter. Bei Fisch dagegen haben andere Nordlichter die Nase vorn: In Bremen entscheiden sich **11,0 Prozent** dafür. Hamburg liegt bei Fisch nur auf **Platz 6**, noch hinter dem Saarland (**9,8 Prozent**), Sachsen (**9,3 Prozent**) oder Bayern (**7,8 Prozent**).

Trotzdem wollen die Saarländer auch nicht auf ihr Steak verzichten: Gemäß ihrem Motto „Hauptsach‘ gudd gess“ führen sie im Bundeslandvergleich mit **61,4 Prozent**, danach kommen Baden-Württemberg (**55,4 Prozent**) und Rheinland-Pfalz (**54,0 Prozent**). Ganz im Gegensatz zu Berlin (**38,5 Prozent**) und Hamburg (**35,9 Prozent**), die beim Steak das Schlusslicht bilden. Bei denjenigen, die auf Fleisch verzichten, legen die Saarländer am ehesten Wert auf Gaumenfreuden: Für **10,7 Prozent** der Befragten spielen geschmackliche Gründe die wichtigste Rolle, mehr als doppelt so viele wie in jedem anderen Bundesland. Die Thüringer dagegen schwören auf ihre Würstchen, die hier mit **28,5 Prozent** an der Spitze der Bundesländer liegen. Dennoch wird auch in der Heimat der Rostbratwurst fast doppelt so viel Steak (**44,4 Prozent**) konsumiert wie Wurst (**28,5 Prozent**).

### **Fleischverzicht zugunsten des Tierwohls**

Bei den Befragten, die beim Grillen auf Fleisch verzichten, steht das Tierwohl (**32,8 Prozent**) als Grund an erster Stelle, gefolgt von dem Wunsch, etwas für die eigene Gesundheit zu tun (**25,5 Prozent**). Interessant auch der Stadt-Land-Vergleich: Während nur **5,3 Prozent** der ländlichen Bevölkerung ethische Bedenken haben, sind es bei den Städtern sechsmal so viele (**30,4 Prozent**). Auch das Tierwohl spielt für fast doppelt so viele Stadtbewohner (**47,9 Prozent**) eine Rolle. Zudem hat mit **45,2 Prozent** fast die Hälfte der Azubis grundsätzlich ethische Bedenken, weit vor jeder anderen Beschäftigungsgruppe.

### **So fühlen sich die Verbraucher im Supermarkt informiert**

Auf Platz drei der Gründe für Verzicht auf Grillfleisch stehen intransparente Produktionsbedingungen (**17,4 Prozent**). Vor allem die Berliner (**28,2 Prozent**) entscheiden sich aus diesem Grund lieber gegen Fleisch. Die Befragten vergeben generell keine Bestnoten bezüglich der Informationsqualität in den Supermärkten: Zwei Drittel der Befragten (**61,1 Prozent**) fühlen sich dort nicht gut oder überhaupt nicht gut über die Produktionsbedingungen von Lebensmitteln informiert. Ob das wiederum zu mehr Fleischverzicht führt? Bisher sieht es nicht danach aus.

---

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](http://www.fischerAppelt.de)



**Rabobank**

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit Civey, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfrage zum Thema Grillen ist repräsentativ und wird online durchgeführt. Dafür wurden am 11. Juni 2021 mehr als 2.800 Teilnehmer:Innen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 2.500 Personen.

*Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an [rabobank@fischerappelt.de](mailto: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. 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](mailto: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](http://www.fischerAppelt.de)