Artikel vom 27.03.2024 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 02:53 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/schweinefleisch-direkt-mit-erfolg-vermarkten

Schweinefleisch direkt mit Erfolg vermarkten



Foto: Meike Siebel

Der Pro-Kopf-Verbrauch an Fleisch zeigt seit fünf Jahren eine Tendenz: Der Verzehr an Fleisch nimmt kontinuierlich ab. Wie man diesem Trend mit ausgetüftelten Vermarktungswegen die Stirn bieten kann, erläutert Leonie Sulk, Landwirtschaftskammer NRW, in ihrem Beitrag.

Der Pro-Kopf-Verzehr von Schweinefleisch lag 2019 bei rund 58 kg, 2021 bei 56,2 kg und 2022 bei 52 kg, was einen Rückgang innerhalb von zwei Jahren von 8,1 % bedeutet. Rund 30 Jahre zuvor, zwischen 1991 und 2018, lag der Pro-Kopf-Verzehr stabil zwischen 64 und 62,8 kg. Zwar befindet sich Schweinefleisch im Vergleich zu anderen Fleischarten mengenmäßig im Sinkflug, dennoch ist es mit einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 29 kg monetär gesehen nach wie vor an der Spitze, gefolgt von 12,7 kg Geflügelfleisch und 8,7 kg Rind- und Kalbfleisch.

Mit Blick auf den Markt wird ein weiterer Trend deutlich: Die Nachfrage nach Fleischalternativen stieg zuletzt und wird laut Prognosen weiter steigen. Neben Veganern und Vegetariern sollen die Flexitarier diesen weiteren Anstieg fördern. Die Zielgruppe der Flexitarier lässt sich wörtlich erklären mit „flexible Vegetarier“. Sie essen Fleisch,

Fleischprodukte und Fisch, aber nicht täglich oder regelmäßig. Sie legen Wert auf die Herkunft und die Qualität der Lebensmittel. Gründe sind in einem verstärkten Gesundheitsbewusstsein und in Umweltaspekten zu finden. Die Gruppe der Flexitarier ist in der Regel weniger preissensibel und weiß ein gutes Stück Fleisch mit Herkunftsgarantie zu honorieren. Eine repräsentative Studie des Meinungsforschungsinstituts YouGov in Kooperation mit dem Sinus-Institut aus dem Jahr 2023 zeigt, dass sich 38 % der deutschen Bevölkerung als Flexitarier bezeichnen.

Mehr in LZ 13-2024 ab S. 41