LZ-Rheinland

Artikel vom 29.09.2026 · Ausgedruckt am 10.11.2026, 16:47 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/weniger-fleisch-mehr-offenheit-fuer-pflanzliche-alternativen

# Weniger Fleisch, mehr Offenheit für pflanzliche Alternativen



Foto: Engin_Akyurt/Pixabay

Der Fleischkonsum in Deutschland verändert sich: Immer mehr Verbraucher wollen ihren Konsum reduzieren, während pflanzliche Alternativen an Bedeutung gewinnen. Das zeigt eine aktuelle Studie von YouGov und dem SINUS-Institut zum Weltvegetariertag am 1. Oktober.

Von Januar bis Juli 2026 kauften 93 % der deutschen Haushalte Fleisch und Geflügel. Das waren zwei Prozentpunkte weniger als 2022. Gleichzeitig stieg die gekaufte Menge um 3 %, wie YouGov berichtet. Bei Wurstwaren gingen dagegen sowohl Käuferreichweite als auch Absatz zurück.

Vor allem der Flexitarismus gewinnt an Bedeutung. Laut der repräsentativen YouGov-Befragung wollen 27 % der Fleischesser ihren Konsum von Fleisch und Wurst in nächster Zeit reduzieren, nur 2 % planen eine Steigerung. Bereits 28 % der Deutschen bezeichnen sich selbst als Flexitarier.

Davon profitiert der Markt für pflanzliche Alternativen. Knapp 35 % der Haushalte kauften 2026 mindestens einmal Fleischersatzprodukte. Besonders dynamisch entwickelten sich

Produkte wie Tofu und Falafel: Ihr Umsatz legte nach Angaben von YouGov um 38 Prozent zu. Bei fleischanalogen Produkten wie vegetarischer oder veganer Wurst, Schnitzel und Hack betrug das Plus gut 6 %.

Insgesamt haben 58 % der Deutschen bereits Fleischersatz probiert. Weiterem Wachstum stehen allerdings Vorbehalte entgegen: 64 Prozent halten viele vegetarische und vegane Ersatzprodukte für zu reich an Zusatzstoffen, 61 % empfinden sie als zu teuer. YouGov und SINUS sehen deshalb unter anderem in günstigeren Preisen und Produkten mit weniger Zusatzstoffen Ansatzpunkte für weiteres Wachstum.

Ein Blick nach Österreich zeigt Unterschiede in der Entwicklung. Zwar kauft in beiden Ländern inzwischen rund ein Drittel der Haushalte Fleischersatz. Während in Deutschland jedoch die gekaufte Fleischmenge trotz sinkender Käuferzahlen leicht gestiegen ist, gehen in Österreich sowohl Käuferreichweite als auch Absatzmenge zurück. Nach Erkenntnissen des SINUS-Schwesterinstituts INTEGRAL wollen zudem 36 % der Fleischesser in Österreich ihren Konsum reduzieren, in Deutschland sind es 27 %. Damit schlägt sich der Wunsch nach weniger Fleisch in Österreich bislang stärker im tatsächlichen Einkaufsverhalten nieder.

Quelle: YouGov/SINUS-Institut