



IN DER GRILLSAISON HAT BILLIGFLEISCH HOCHKONJUNKTUR

Analyse der Werbeprospekte von
Supermärkten und Discountern

Herausgeber	WWF Deutschland
Stand	Juni 2021
Autorinnen	Silke Oppermann, Referentin Nachhaltige Ernährung/WWF Deutschland E-Mail: silke.oppermann@wwf.de Tanja Draeger de Teran, Senior-Referentin Nachhaltige Ernährung und Landnutzung/WWF Deutschland E-Mail: tanja.draeger@wwf.de
Koordination	Tanja Draeger de Teran/WWF Deutschland
Kontakt	tanja.draeger@wwf.de
Layout	Thomas Schlembach/WWF Deutschland
Grafiken	Claudia Pfeiffer/WWF Deutschland
Titelbild	© unsplash

Grillsaison – immer früher, immer beliebter

Grillen ist seit jeher beliebt, wurde aber in den letzten Jahren immer populärer und hat in Corona-Zeiten geradezu einen Boom erlebt. Dies zeigt auch die zunehmende Vielfalt der Grillgeräte von klein bis riesengroß. Die üblichen Grillgeräte werden übertroffen vom American Smoker, von Hybridmodellen mit Kohle und Gas, Feuertonnen, Kugelgrills oder vom japanischen Kamado-Modell. Gleiches betrifft auch das Grill-Equipment. Der hochpreisige Grill wird zum Statussymbol, einschlägige Fachzeitschriften zelebrieren die gehobene Grillkultur. Der Umsatz von Grill- und Bratgeräten liegt bei fast etwa 35 Millionen Euro und wird laut Prognose im Jahr 2025 ein Marktvolumen von 41,5 Millionen Euro erreichen. Dies entspricht einem jährlichen Umsatzwachstum von 4,7 Prozent.¹ Es ist unübersehbar: In Deutschland wird viel Geld in hochwertige Grillgeräte und entsprechendes Zubehör investiert. Aber gilt dies auch für das Fleisch, das auf den Grill kommt?

Wie viel ist den Deutschen ihr Grillfleisch wert?

Es lohnt sich, zunächst die europäische Brille aufzusetzen. Im Vergleich zu den anderen EU-Mitgliedsstaaten ist Fleisch in Deutschland besonders billig. Denn obwohl Deutschland in der EU das Land mit dem höchsten Haushaltseinkommen pro Kopf ist² sowie den zweithöchsten Kaufkraftstandard pro Einwohner aufweist³, liegen die Fleischpreise hierzulande nur ganz knapp über dem europaweiten Durchschnitt. In vielen EU-Ländern mit niedrigeren Einkommen ist Fleisch teurer als in Deutschland, z. B. in Belgien, Dänemark, Frankreich, Italien, den Niederlanden, Österreich und Schweden.⁴

Rabattanalyse für Grillprodukte

Wie sehen die Preise für Fleisch- und Wurstwaren in der beginnenden Grill-saison im Lebensmitteleinzelhandel konkret aus? Dieser Frage sind wir im Rahmen einer Grillprodukt-Rabattanalyse nachgegangen, für die wir vier Wochen lang die Werbeprospekte ausgewählter Supermärkte in ganz Deutschland unter die Lupe genommen haben. Analysiert haben wir Grillfleisch aller Sorten, grillbare Fleischersatzprodukte, Grillkäse und Feta. Zu den Fleischersatzprodukten zählen wir pflanzliche Produkte, die so aussehen und schmecken sollen wie Fleisch und die geeignet sind, auf dem Grill gebraten zu werden, z. B. Burger auf Erbsenproteinbasis oder Würstchen auf Tofu-/Weizen- oder Sojaweißbasis. Auch Baguette und Barbecuesoße haben wir in die Analyse eingeschlossen, um die vermeintlich preiswerten Nebendarsteller einer jeden Grillparty preislich in Relation zum Grillgut zu setzen.

Der Schwerpunkt unserer Auswertung lag auf folgenden Themen:

- **Rabattpreise von Fleisch- und Wurstwaren, die sich zum Grillen eignen**
- **Rabattpreise von vegetarischen und veganen Grillalternativen wie Grillkäse, Feta und Fleischersatzprodukten**
- **Höhe der Rabatte, die Kunden zum Kauf von Steak, Würstchen und Kotelett bzw. Seitanwürstchen und Erbsenproteinburger bewegen sollen**
- **Anzahl grillbarer Fleisch- und Wurstwaren im Vergleich zu vegetarischen/veganen Grillalternativen**
- **Rolle von Herkunft, Haltungsformen und Bioprodukten bei der beworbenen Grillware**

Die Rabattanalyse haben wir im Zeitraum vom 26.04. bis 22.05.2021 durchgeführt. Wir haben insgesamt 56 Werbeprospekte von Supermarktfilialen in mehreren Städten in ganz Deutschland untersucht. Dabei berücksichtigten wir die größten Lebensmitteleinzelhändler, sofern diese Rabattprozente in ihren Prospekten ausweisen, nämlich ALDI Nord, ALDI SÜD, EDEKA, Lidl, Netto, NORMA, Kaufland und REWE.

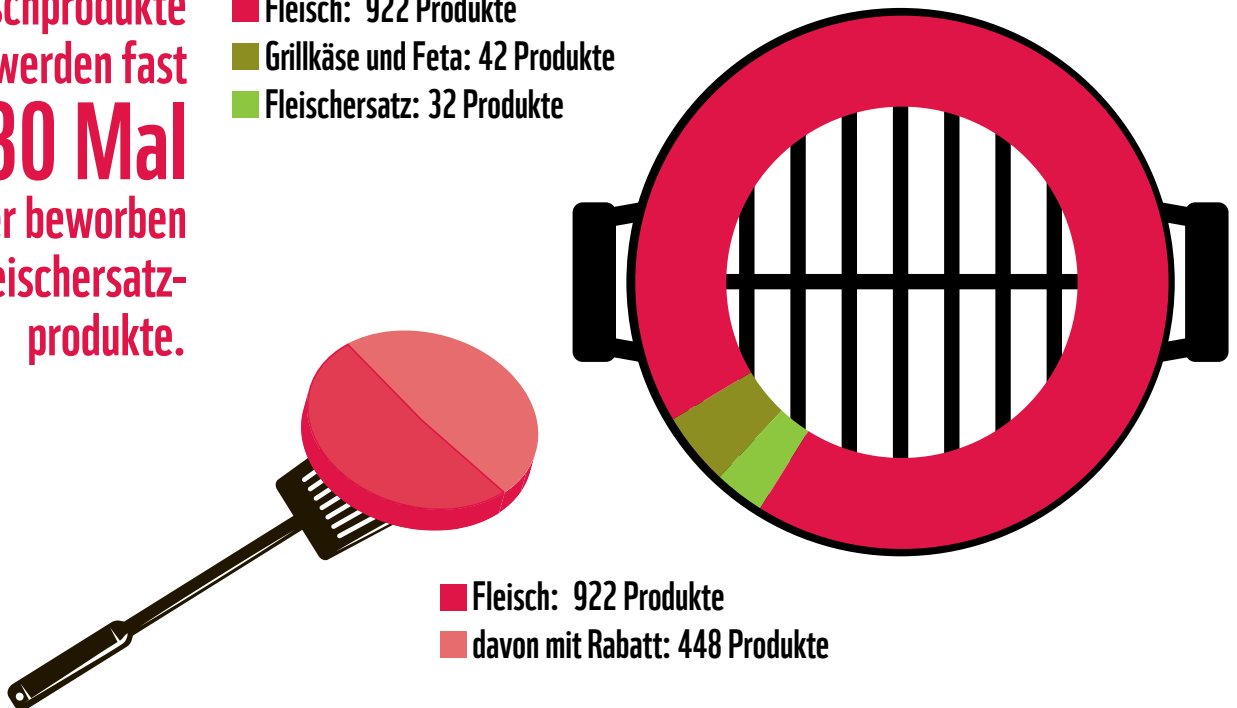
Angebotsprospekte des Einzelhandels: Fleischberge gegen vereinzelte Fleischersatzprodukte

Die Analyse der 56 Angebotsprospekte zeigt deutlich: Das klimabedingt notwendige Umdenken hin zu einer pflanzenbasierten Ernährung ist in den Prospekten des Lebensmitteleinzelhandels noch nicht angekommen. Die Prospekte sind zu Beginn der Grillsaison voll mit Angeboten für Steaks, Hähnchenschenkel, Bratwürste und Koteletts in allen Varianten und Packungsgrößen. Die wenigen vegetarischen und veganen Grillalternativen fallen dagegen kaum ins Auge. Insgesamt fanden sich in den 56 Prospekten 922 Angebote von Fleisch- und Wurstwaren zum Grillen. Dem standen 32 Fleischersatz- sowie 42 Käseprodukte (Feta und Grillkäse) gegenüber.

Anzahl von Grillfleisch-Produkten im Vergleich zu fleischlosen Grillalternativen

**Grillfleischprodukte
werden fast
30 Mal
häufiger beworben
als Fleischersatz-
produkte.**

- Fleisch: 922 Produkte
- Grillkäse und Feta: 42 Produkte
- Fleischersatz: 32 Produkte



Quelle: In der Grillsaison hat Billigfleisch Hochkonjunktur: WWF 2021, Analyse basiert auf 56 Werbeprospekten ausgewählter Supermärkte.

Die Grafik zeigt, dass Grillfleisch ungleich stärker beworben wird als die vegetarischen und veganen Alternativen. Damit setzt der Lebensmitteleinzelhandel einen hohen Anreiz zum Kauf von Wurst- und Fleischwaren, statt zukunftsweisend eine klima- und ressourcenfreundliche Ernährung aktiv zu unterstützen und zu bewerben.

Trotz der hohen Zahl von beworbenen Fleischprodukten bleibt die Höhe des Rabatts oft intransparent: Von den 922 Grillfleischprodukten wurden weniger als die Hälfte, nämlich 448, mit einem transparenten Rabatt ausgewiesen. Bei der Mehrzahl der Produkte fehlten sowohl Angaben zum Originalpreis als auch zu den Rabattprozenten, sodass wir die Rabatthöhe nicht ermitteln konnten. Die Verkaufspreise sind aber zumeist auf eher niedrigem Niveau und liegen deutlich unter denen fleischloser Grillprodukte.

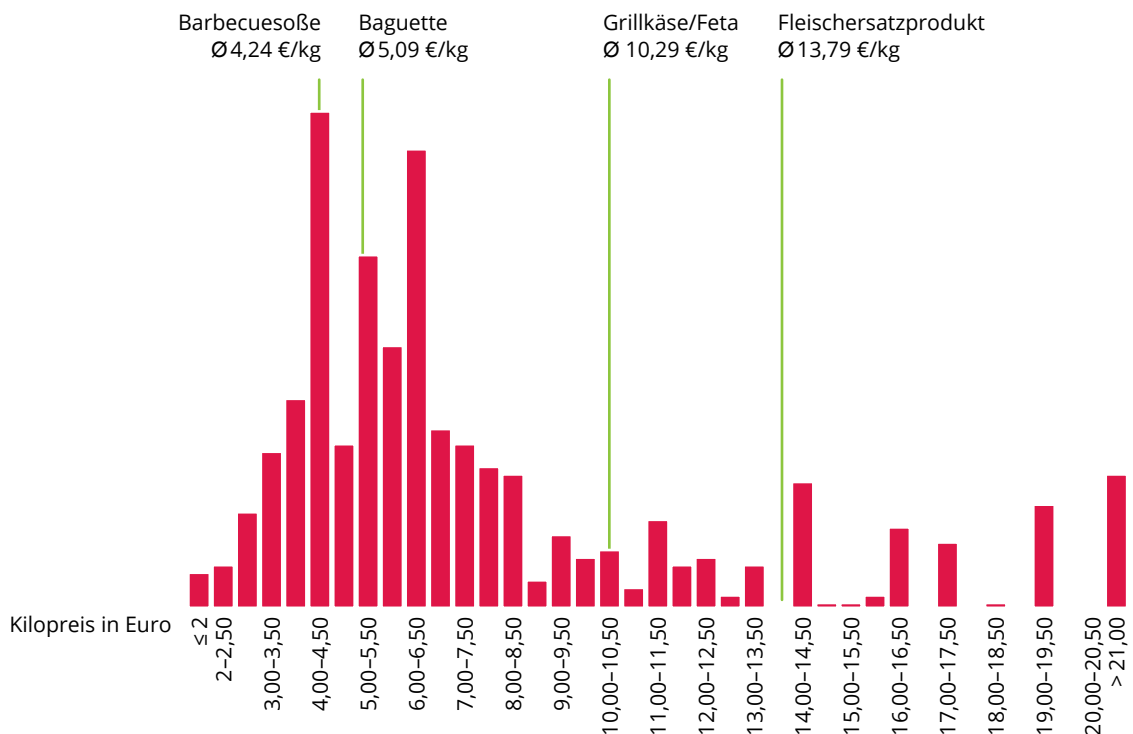
85 Prozent des Grillfleisches sind billiger als Fleischersatzprodukte

Ein weiteres deutliches Ergebnis der Analyse ist: 85 Prozent der Fleischprodukte sind billiger als pflanzenbasierte Würstchen oder Burger. Rabattierte Fleischersatzprodukte kosten durchschnittlich 13,79 Euro pro Kilo. Sie sind im Schnitt mehr als doppelt so teuer wie rabattiertes Schweinefleisch (6,36 Euro pro Kilo) oder wie rabattiertes Geflügelfleisch (5,67 Euro pro Kilo). Rabattierter Grillkäse und Feta kosten im Schnitt 10,29 Euro pro Kilo und damit ungefähr so viel wie rabattiertes Biofleisch (10,13 Euro pro Kilo). 363 Fleischprodukte (80 Prozent) waren billiger als der durchschnittliche rabattierte Grillkäse oder Feta.

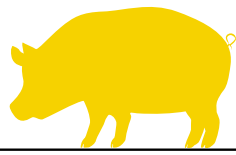
Ein Drittel des Grillfleisches ist billiger als Baguette

Viele Grillfleischprodukte sind aber nicht nur billiger als Fleischersatz und Grillkäse, sondern sogar billiger als Barbecuesoße und Brot. Rabattierte Barbecuesoße kostet im Schnitt 4,24 Euro pro Liter. In unserer Analyse wird die rabattierte Barbecuesoße von 64 Fleischprodukten (14 Prozent) preislich unterboten. Rabattiertes Baguette kostet im Schnitt 5,09 Euro pro Kilo. 151 Fleischprodukte (33 Prozent) sind billiger als das durchschnittliche rabattierte Baguette. Die unten stehende Grafik zeigt die Verteilung der Rabattpreise (pro Kilo) aller 448 Fleisch- und Wurstwaren. Dazu setzt die Grafik die durchschnittlichen Kilopreise für Barbecuesoße, Baguette, Grillkäse/Feta sowie Fleischersatzprodukte in Relation. So wird veranschaulicht, dass viele Fleischprodukte billiger als Baguette und Barbecuesoße und nur wenige Fleischprodukte teurer als Fleischersatzprodukte und Grillkäse/Feta sind.

Verteilung rabattierter Kilopreise für Fleisch- und Wurstwaren

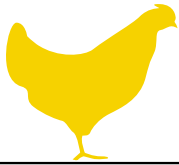


Spitzenrabatte auf Grillprodukte (pro Produktkategorie)

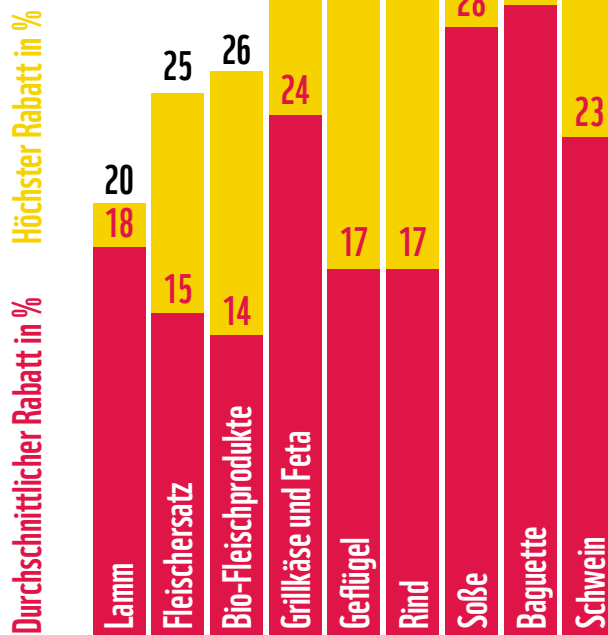


**56 %
Rabatt**

Die höchsten Fleisch-Rabatte haben wir in den Produktkategorien gefunden, die auch im Kilopreis billiger sind, nämlich Schweine- und Geflügelfleisch.



Den höchsten Rabatt mit 56 % fanden wir bei einem Schweinefleischprodukt: einem Holzfällersteak ohne Angabe von Haltungsklasse und Herkunft.



**Höchster Rabatt: 56 Prozent,
Billigstes Fleisch: 1,96 Euro pro Kilo**

Der höchste ausgewiesene Rabatt betrug 56 Prozent für ein Holzfällersteak vom Schwein, ohne Angabe von Herkunft und Haltungsform. Insgesamt wird in der

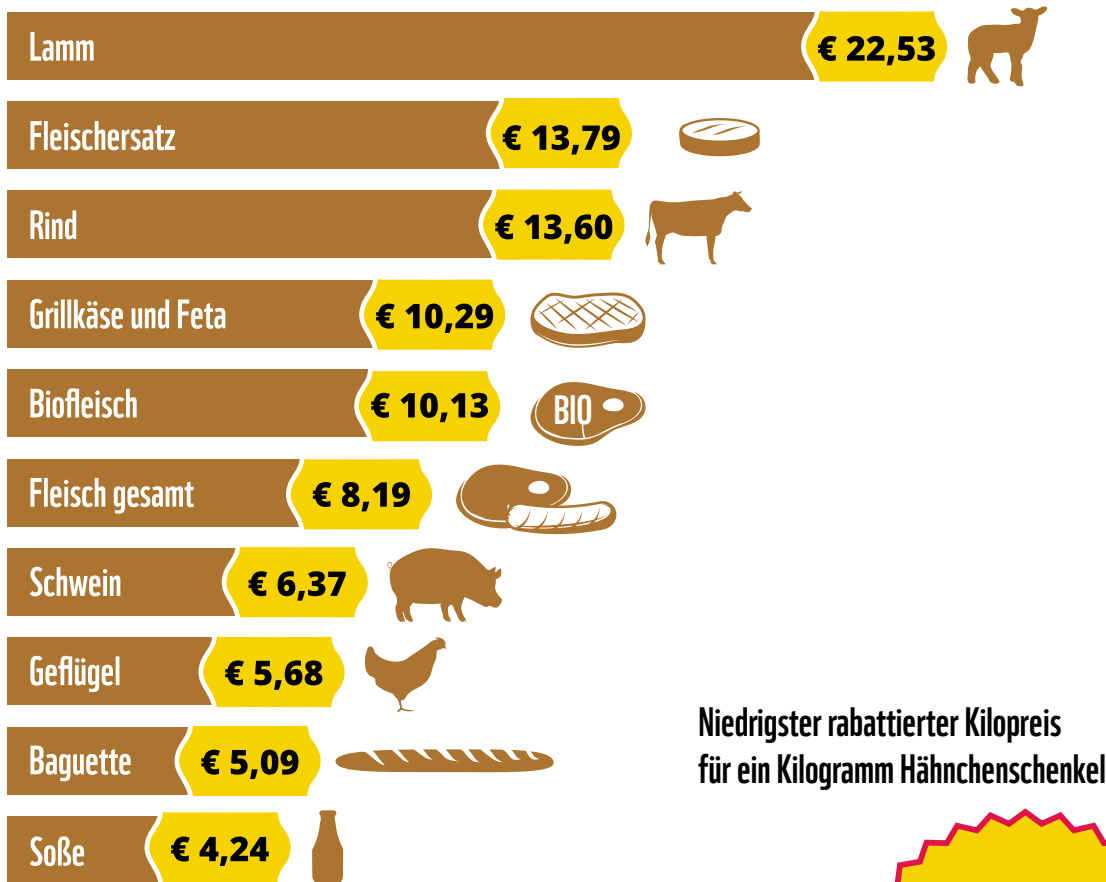
Analyse deutlich, dass Schweinefleisch – die mit Abstand beliebteste Fleischsorte in Deutschland – durchschnittlich am meisten rabattiert wird.

Dagegen liegt der niedrigste rabattierte Kilopreis bei 1,96 Euro für 1 Kilo Hähnchenschenkel, ohne Angabe von Herkunft und Haltungsform. Der höchste Kilopreis beträgt 34,90 Euro für frisches Lammfilet aus Neuseeland und Irish Tomahawk Steak aus Irland.

Quelle: In der Grillsaison hat Billigfleisch Hochkonjunktur: WWF 2021, Analyse basiert auf 56 Werbeprospekten ausgewählter Supermärkte.

Geflügelfleisch Durchschnittliche Kilopreise von rabattierten Grillprodukten

Analyse von Werbeprospekten der Supermärkte zur Grillsaison



Niedrigster rabattierter Kilopreis für ein Kilogramm Hähnchenschenkel



* Fleischersatzprodukte: Zu den Fleischersatzprodukten wurden pflanzliche Produkte gezählt, die so aussehen und schmecken sollen wie Fleisch, z. B. Würstchen auf Tofu-/Weizen- oder Sojaweißbasis, und die geeignet sind, auf dem Grill gebraten zu werden.

Quelle: In der Grillsaison hat Billigfleisch Hochkonjunktur: WWF 2021, Analyse basiert auf 56 Werbeprospekten ausgewählter Supermärkte.

Bio, Haltungsformen, Herkunft – für das Grillen nicht von Bedeutung

Bei knapp zwei Dritteln der beworbenen rabattierten Fleischprodukte ist die Haltungsform, die Auskunft über die Qualität der Haltungsbedingungen für Tiere gibt, nicht ausgewiesen. Gut ein Drittel wird in Haltungsform 1 oder 2, also mit niedrigem Tierwohlstandard, angeboten. Haltungsform 3 wird gar nicht angeboten, und nur neun der 448 beworbenen rabattierten Fleischprodukte weisen Haltungsform 4 (Bioqualität) aus. Da davon auszugehen ist, dass höhere Haltungsformen explizit in den Prospekten ausgewiesen werden, ist anzunehmen, dass insgesamt 98 Prozent der rabattierten Grillfleischprodukte der Haltungsform 1 oder 2 zuzuordnen sind. Das bedeutet im Ergebnis: Haltungsformen spielen trotz der beständigen Diskussion rund um eine bessere Tierhaltung in Deutschland in der Bewerbung von Grillprodukten keine Rolle.

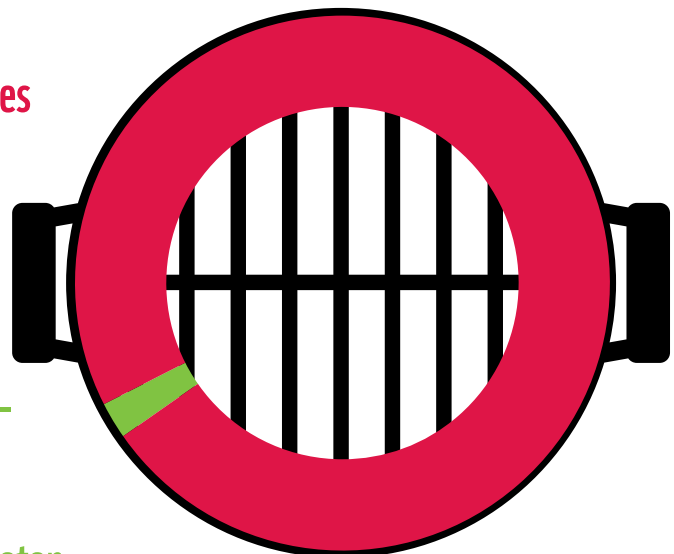
Nur 2 Prozent der rabattierten Grillfleischprodukte weisen Bioqualität auf. Käse, Brot, Sauce und Fleischersatzprodukte haben wir im Analysezeitraum in keinem der Prospekte in Bioqualität mit ausgewiesenen Rabatten gefunden.

Nur knapp die Hälfte der Fleischprodukte stammt aus Deutschland. Bei 47 Prozent ist die Herkunft nicht ausgewiesen. Da Supermärkte aber in Werbesprospekten oft Deutschlandflaggen oder schwarz-rot-goldene Herzen neben deutschen Produkten platzieren, gehen wir davon aus, dass diese Produkte importiert wurden – wahrscheinlich aus Ländern, die in Bezug auf Fleisch weniger verführerisch wirken als Irland, Argentinien oder Neuseeland. Dies ist besonders vor dem Hintergrund brisant, als hierzulande mehr Fleisch produziert als verzehrt wird. Der Selbstversorgungsgrad mit Fleisch im Gesamten liegt bei 114 Prozent, bei Schweinefleisch sogar bei 120 Prozent.⁵ Fleisch und Fleischprodukte stellen im Lebensmittelbereich die Nummer eins der Exportgüter dar.⁶

Tierwohl spielt beim Bewerben von Grillfleisch keine Rolle

98 % des rabattierten Fleisches stammen nicht aus hochwertigen Haltungsformen.

Nur **2 %** der rabattierten Fleischprodukte werden in Haltungsform 4 (Bioqualität) angeboten.



Quelle: In der Grillsaison hat Billigfleisch Hochkonjunktur: WWF 2021, Analyse basiert auf 56 Werbeprospekten ausgewählter Supermärkte.

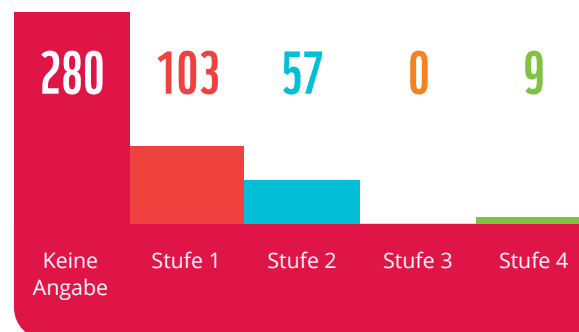
Fazit

Unsere Analyse der Werbeprospekte von Supermärkten zur Grillsaison zeigt eindeutig: Billigfleisch wurde im genannten Zeitraum in großem Ausmaß und mit hohen Rabatten von bis zu über 50 Prozent angeboten. Auch wenn ein Teil des Lebensmitteleinzelhandels die Rabatte nicht mehr eindeutig auszeichnet, wurde doch massiv mit günstigen Preisen geworben. Im Gegensatz zum großen Angebot an Schweinenacken, Würstchen und Kotelett waren vegane und vegetarische Alternativen nur sporadisch zu finden. Auch wurde hier weitaus weniger Anreiz über Rabatte gegeben. Zudem waren 85 Prozent der Fleischprodukte billiger als pflanzenbasierte Würstchen oder Burger. Der niedrigste rabattierte Kilopreis lag bei 1,96 Euro für ein Kilogramm Hähnchenschenkel, ohne Angabe von Herkunft und Haltungsform.

Insgesamt spielten Haltungsformen trotz der beständigen Diskussion rund um eine bessere Tierhaltung in Deutschland in der Bewerbung von Grillprodukten keine Rolle, denn 98 Prozent der rabattierten Grillfleischprodukte waren den Haltungsformen 1 oder 2 zuzuordnen, 2 Prozent entsprechen Bioqualität. Ein klimabedingt notwendiges Umdenken hin zu einer pflanzenbasierten Ernährung haben wir in den Werbeprospekten des Lebensmitteleinzelhandels nicht im Ansatz erkennen können. Zukünftig sollten pflanzenbasierte Grillprodukte im Vordergrund stehen und beworben werden. Zudem sollte der Lebensmittel-einzelhandel keine Rabatte und Lockangebote mehr für tierische Produkte einsetzen.

bei knapp
2/3
fehlt die Angabe
der Haltungsformen

Angabe von Haltungsformen bei den Angeboten von Fleisch- und Wurstwaren



Stufe 1: Stallhaltung
Stufe 2: Stallhaltung Plus
Stufe 3: Außenklima
Stufe 4: Premium

Forderungen an die Politik⁷

Zukünftig sollte die einfache Wahl auch die gesunde und nachhaltige Wahl sein! Dies gilt auch für die Grillsaison. Die Politik kann mit dem richtigen ernährungspolitischen Gesamtkonzept die Weichen hierfür stellen.

- **Übergreifende Ernährungsstrategie:** Die Bundesregierung muss bis 2022 eine ressortübergreifende Ernährungsstrategie mit dem Ziel verabschieden, dass die Ernährungsgewohnheiten in Deutschland nicht weiterhin die planetaren Belastungsgrenzen überschreiten. Dazu gehören z. B. Zielvorgaben zum Konsum tierischer Produkte, insbesondere von Fleisch.
- **Klimaschutz:** Zukünftig sollten konkrete Klimaziele und -maßnahmen für das Ernährungssystem festgelegt werden. Lachgasemissionen (N₂O) aus der Düngung, die Umsetzung von Stickstoff- und Methanemissionen (CH₄) aus der Tierhaltung sowie Emissionen aus dem Anbau von Futtermitteln verursachen den größten Teil der Treibhausgasemissionen der deutschen Landwirtschaft. Ziele müssen eine Reduzierung des Stickstoffeinsatzes sowie ein Umbau der Nutztierhaltung sein. Dazu gehören eine deutliche Abstockung der Tierbestände und eine konsequente flächengebundene Tierhaltung. Gleichmaßen müssen sowohl der inländische Konsum als auch der Export tierischer Lebensmittel erheblich reduziert werden.⁸
- **Nachhaltigkeitslabel für Lebensmittel:** Die Bundesregierung soll sich auf nationaler und europäischer Ebene für die Entwicklung und verbindliche Umsetzung eines Nachhaltigkeitslabels für Lebensmittel bis 2022 einsetzen, das ausdrücklich über den Klimafußabdruck hinausgeht und beispielsweise die Kriterien Wasserrisiken (wie Übernutzung, Verschmutzung und Wasserkonflikte) und Biodiversitätsverlust sowie Sozial- und Gesundheitsaspekte beinhaltet.
- **Umsteuerung durch marktwirtschaftliche Instrumente:** Der WWF fordert die Bundesregierung auf, bis 2022 die Machbarkeit einer Lenkungssteuer, wie z. B. eine Sonderabgabe auf tierische Lebensmittel, zu prüfen und 2023 umzusetzen. Produkte aus der ökologischen Landwirtschaft sollten davon ausgenommen werden. Aufbauend auf der Einführung eines verbindlichen Nachhaltigkeitslabels sollte mittelfristig die Sonderabgabe in eine differenzierte Nachhaltigkeitssteuer auf Lebensmittel überführt werden. Die Umsteuerung sollte sozialverträglich gestaltet werden.

Forderungen an den Handel

Zukünftig wird es für Unternehmen notwendig sein, dass sie ihre Strategien nicht nur entlang der Sustainable Development Goals (SDGs),⁹ sondern auch an den planetaren Belastungsgrenzen und gesetzlich beschlossenen Klimazielen zur Reduktion von Treibhausgasen ausrichten. Dies gilt auch für den Lebensmitteleinzelhandel. Das bedeutet eine grundlegende und nachweisbare Neuausrichtung unternehmerischen Handelns an wissenschaftlich definierten planetaren Grenzen. Ziel ist es, zur Erreichung sozialer Standards und zum Erhalt unserer Lebensgrundlage beizutragen.

- **Keine Rabatte auf Fleisch- und Wurstwaren:** Der Lebensmitteleinzelhandel weist keine Rabatte und Lockangebote für Fleisch- und Wurstwaren mehr aus. Ausnahme sind Angebotspreise kurz vor Ablauf des Verbrauchsdatums.
- **Vorrang pflanzenbasierter Produkte in der Vermarktung:** Verglichen mit der Gesamtbevölkerung ernähren sich doppelt so viele 15- bis 29-Jährige vegetarisch oder vegan – mit zunehmendem Trend. Dieser Trend sollte stärker aufgegriffen werden. Dazu gehört, dass pflanzenbasierte Produkte Priorität in der Vermarktung erhalten, ob in den Angebotsprospekten oder am Point of Sale.
- **Keine Werbung für „Wurst für Kinder“:** Der Lebensmitteleinzelhandel suggeriert nicht mehr, dass bestimmte Wurst- und Fleischwaren explizit auf die Bedürfnisse der Kleinsten zugeschnitten seien, insbesondere dann nicht, wenn die Salz-, Zucker- und Fettgehalte nicht gesundheitsfördernd sind.
- **Verbindliche Nachhaltigkeitskriterien für alle Rohstoffe und entlang der gesamten Wertschöpfungskette:** Unternehmen müssen verbindliche Nachhaltigkeitskriterien für die Produktion aller Rohstoffe umsetzen, unabhängig vom Nutzungspfad (stoffliche, energetische Nutzung, Lebensmittel und Futtermittel). Dies bedeutet neben der Achtung sozialer und ökologischer Standards auch, dass die Ernährungssituation in den Produktionsländern zu keiner Zeit durch Unternehmensaktivitäten gefährdet oder eingeschränkt werden darf. Durch eine Kennzeichnung wird den Verbraucher:innen eine informierte Kaufentscheidung ermöglicht.
- **Einsatz von 100 Prozent zertifiziertem Soja:** Um die negativen Auswirkungen der Sojaproduktion zu senken, ist die Umstellung auf gentechnik- und entwaldungsfreies Soja am wichtigsten. Aber auch die Reduktion von eingesetzten Pflanzenschutzmitteln ist hierfür relevant. Erreicht werden kann dies durch Zertifizierungen (z. B. EG-Bio, RTRS Non-GM, ProTerra, Donau Soja) oder sektorweite Ansätze bzw. Landschaftsansätze.

Empfehlungen an die Verbraucher:innen zur Grillsaison

Mehr Vielfalt auf den Grill – dies gilt nicht nur hinsichtlich der zunehmenden Vielfalt von Tofuwürstchen, Pilzбургern und Co., sondern auch in Bezug auf kreative Gemüse-Grillrezepte von Karotten-Hotdogs über gefüllte Pilze bis zum Seitanspieß. Ebenfalls wünschenswert: Grillfleisch öfter mit pflanzlichen Produkten kombinieren, z. B. Spieße mit Fleisch und Gemüse oder Burger mit Fleisch und Getreide/Soja oder Ähnlichem mischen.

[wwf.de/proteinfrage](https://www.wwf.de/proteinfrage)



- **Grill frei für Fleischersatzprodukte:** Pflanzliche Proteinquellen haben oft höhere und gesündere Proteingehalte als Fleischprodukte, und das ohne Fett und Cholesterin. Gemeint sind z. B. Tofu- und Seitanspieße oder selbstgemachte Burger aus Kidneybohnen oder Riesenchampignons. Gleichzeitig sollte beim Kauf darauf geachtet werden, dass die Produkte nicht hochverarbeitet sind.

- **Grillsaison mit weniger und besserem Fleisch:** Nach den Empfehlungen von Ernährungswissenschaftler:innen sollten die Deutschen allein aus gesundheitlichen Gründen ihren Fleischkonsum auf etwa die Hälfte reduzieren. Jeder Schritt hin zu einer fleischärmeren Ernährung zählt – für unsere Gesundheit und die unseres Planeten.

- **Regionales Weidefleisch auf den Grill:** Extensiv genutzte Wiesen und Weiden gelten als die artenreichsten Lebensräume Europas. Ihr Anteil hat in den letzten Jahren jedoch dramatisch abgenommen. Dabei ist der extensiven Weidehaltung auch aus Tierwohlgründen der Vorzug zu geben, denn die Tiere stehen ganzjährig im Freien, und die Kälber werden nicht, wie sonst üblich, früh von der Mutterkuh getrennt. Je mehr diese Art der Haltung nachgefragt wird, desto besser für die Biodiversität und das Tierwohl. Leider gibt es hierfür noch kein einheitliches Zertifizierungssystem oder ein Siegel. Im Zweifelsfall nachfragen oder den Betrieb einfach selber einmal besuchen.

[wwf.de/fleischratgeber](https://www.wwf.de/fleischratgeber)



- **Regionales Wild auf den Grill:** Die Bestände wilder Tiere wie Wildschweine, Rehe und Co. müssen in regelmäßigen Abständen reduziert werden, damit Wälder eine Chance haben, gut zu wachsen. Ihr Klimafußabdruck ist sehr gering, weil sie sich von dem ernähren, was sie im Wald finden. Für Wildtiere wird kein Soja auf ehemaligen Urwaldflächen als Futtermittel angebaut.
- **Biofleisch den Vorzug geben:** Der ökologische Landbau ist nach wie vor das einzige Landnutzungssystem mit gesetzlich klar definierten Richtlinien für die gesamte Pflanzenproduktion, Tierhaltung und Verarbeitung der Produkte, und er stellt eine der nachhaltigsten Formen der Landwirtschaft dar. Biofleisch ist nicht nur mit Blick auf die Umwelt zu bevorzugen, sondern auch mit Blick auf das Tierwohl.

Engagement gewünscht

- **Druck auf die Wirtschaft ausüben:** über Nachfragen, z. B. beim eigenen Supermarkt, nach der Herkunft und Produktionsweise der Lebensmittel.
- **Initiativen für eine nachhaltigere Landwirtschaft:** Wer sich heutzutage für eine nachhaltigere Landwirtschaft und mehr Lebensmittel aus der Region einsetzen möchte, findet zahlreiche Initiativen. Einige ausgewählte möchten wir empfehlen:



solidarische-landwirtschaft.org



marktschwaermer.de



ackercrowd.de

Tipps: Welttreden mit Mohrrüben



[wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/
WWF-Tipps-und-Tricks-fuer-eine-umweltfreundliche-Ernaehrung.pdf](http://wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Tipps-und-Tricks-fuer-eine-umweltfreundliche-Ernaehrung.pdf)

Weitere Informationen:



Das Projekt „Besseresser:innen – planetarisch kulinarisch“ zeigt, wie die Zukunft unserer Ernährung aussehen kann. Es ist ein kulinarischer Kompass für eine gesunde Erde.

wwf.de/besseresserinnen

Fußnoten

- 1 „Grill- & Bratgeräte – Deutschland“ | Statista Marktprognose
- 2 https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_10_20/default/table?lang=de
- 3 „EU-Kaufkraftindex für verfügbares pro Kopf Einkommen“ | Statista
- 4 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/500881/umfrage/preisniveauindex-fuer-fleisch-in-europa-nach-laendern/>
<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9832365/2-20062019-AP-DE.pdf/8dc2386d-def7-4c60-aa7c-f0647a0660fa>
- 5 https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/BZL/Daten-Berichte/Fleisch/2020BerichtFleisch.pdf?__blob=publicationFile&v=2
- 6 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/209488/umfrage/wichtigste-exportbranchen-der-deutschen-ernaehrungsindustrie/>
- 7 ausgewählte Forderungen aus dem Positionspapier „Gesunde Ernährung für eine gesunde Erde“
- 8 https://www.klima-allianz.de/fileadmin/user_upload/Dateien/Daten/Publikationen/Positionen/Klimaschutz_Jetzt_Erst_Recht.pdf
- 9 <https://www.bmu.de/themen/europa-internationales-nachhaltigkeit-digitalisierung/nachhaltige-entwicklung/2030-agenda/>



Mehr WWF-Wissen
in unserer App.
Jetzt herunterladen!



iOS



Android



Auch über einen Browser
erreichbar

Unterstützen Sie den WWF

IBAN: DE06 5502 0500 0222 2222 22



best brands

2020 das deutsche markenranking

WWF ist die beste Nachhaltigkeitsorganisation 2020

Best Brands Awards 02/2020
wwf.de/bestbrands



Unser Ziel

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

WWF Deutschland
Reinhardtstraße 18 | 10117 Berlin
Tel.: +49 30 311777-700
info@wwf.de | wwf.de