

Seite: 1
Rubrik: Titelseite

Nummer: 403
Auflage: 46.387 (gedruckt) ¹ 50.780 (verkauft) ¹
51.456 (verbreitet) ¹

Mediengattung: Sonntagszeitung
Jahrgang: 2020

Reichweite: 0,191 (in Mio.) ²

¹ IVW 3/2019

² AGMA ma 2019 Pressemedien II

Nur gesund oder auch gut?

Der Lecker-Report von der GRÜNEN WOCHE

Wurst vs. Vurst

Auf der Grünen Woche ging es immer ums Essen - das gilt auch heute noch. Aber es verändert sich was: Zum Genießen gehören immer häufiger Bewusstsein und Nachhaltigkeit

Grünen Appetit

SABINE KLIER

Charlottenburg - Zum 85. Mal schlemmen sich die Besucher über die Internationale Grüne Woche. 1800 Aussteller aus 72 Ländern präsentieren ihre Waren in den Messehallen unterm Funkturm. Doch die fetten Jahre sind vorbei. Zwar fließt Bier noch immer in Strömen aus dem Zapfhahn, auch gibt es aufgetürmte Schinken- und Käse-Spezialitäten für Liebhaber des deftigen Genusses, doch die Lebensmittelproduzenten setzen zunehmend auf Gesundes, Nachhaltiges. Vegane Würste - Vurst also - proteinhaltige Insektensnacks, vitaminreiche Getränke sind im Trend - gegessen wird bewusster.

Unter dem Motto vielfältig, kreativ und nachhaltig präsentieren sich auf der Grünen Woche Start-Ups der Berliner Food-Szene gemeinsam mit Berliner Traditionsunternehmen. Start-Ups zeigen unter anderem, wie Lebensmittelverschwendung vermieden werden kann. Außerdem werden fair gehandelte Kakao-Getränke aus biologischem Anbau und Küstenkräuter eines Berliner Meeresdachgartens präsentiert.

Waren es vor Jahren noch die kalorienreduzierten Produkte, lässt sich jetzt Nachhaltigkeit perfekt vermarkten. Strohhalme aus Avocadokernen, Blumenvasen aus Teebeutelresten, Tassen aus Kaffeesatz oder Handtaschen aus Apfelresten werden am Stand Bioökonomie des Bundesministeriums für Bildung und Forschung in Halle 27 gezeigt. Auch Bier aus Brotresten, Algenwraps und Smoothies aus Meeresspargel werden hier gezeigt. Klar, dass auch der

Info-Prospekt auf Wiesengrasfasern gedruckt ist.

Bei Verbrauchern hat ein Umdenken eingesetzt, das sich mittlerweile auch in Zahlen ablesen lässt: Der Umsatz mit vegetarischen und veganen Produkten wird für 2019 auf gut 1,2 Milliarden Euro geschätzt. 2018 gaben die Deutschen für "Veggie-Fleisch", das sich mittlerweile auch in der Discounter-Kühltruhe findet, 141 Millionen Euro aus. Tendenz steigend.

Christoph Minhoff (60) Hauptgeschäftsführer des Lebensmittelverbands Deutschland sowie des Dachverbands der deutschen Lebensmittelindustrie BVE zu B.Z. AM SONNTAG: "Wir haben 170 000 Produkte in den Lebensmittelläden. Jedes Jahr gibt es 40 000 Produktinnovationen. Die eine entscheidende Regel lautet: Der Käufer kauft alles einmal und danach entscheidet er, ob Daumen rauf oder runter."

Letztendlich ist der Preis entscheidend. Seit Jahren wächst die Anzahl der Konsumenten, die bewusst einkaufen und die bereit sind, auch etwas mehr für bessere Qualität zu bezahlen. Christoph Minhoff sagt: "Ich möchte keine Sozial-Veganer, ich möchte, dass sich Menschen, die nicht viel haben, eine ausgewogene Ernährung leisten können. Vegan und vegetarisch ist immer noch ein Nischenmarkt. Aber durch den Einstieg der großen Firmen wie zum Beispiel McDonalds, die einen Veggie-Burger anbieten, wird es gesellschaftsfähig, wird es normal."

Auf der Grünen Woche jedenfalls gibt es derzeit die Möglichkeit, viel zu probieren, was es so eventuell nie im Laden

um die Ecke geben wird. Ei, das kein Ei ist, Wurst ohne Fleisch, Wein ohne Alkohol. Darauf: grünen Appetit.

Party Bugs: Der Party-Snack besteht aus gerösteten und gewürzten Grillen. Es gibt sie in drei Sorten: Salzige Lakritz, Asien Fusion und Mexican Barbecue. Sie erinnern im Geschmack an sehr würzige Chips, enthalten 60 Prozent Eiweiß, viel Omega 3 und 4 sowie fünf Mal mehr Antioxidantien als Orangen. (Halle 8.2)

Halo Smoothie ist ein Püree aus Apfel, Mango, Spinat, Salat, Ingwer und Meeresspargel. Der Prototyp wurde im Institut für Gemüse- und Zierpflanzenanbau entwickelt. Halo Smoothie schmeckt salzig und süß mit einer pfeffrigen Note. Christian (29), Maximilian (23), Patrick (239) und Valentin (30) probierten. (Stand der Bioökonomie, Halle 27)

Weltpremiere der "Incredible Wurst": Die vegane Wurst von Garden Gourmet besteht aus Soja, Karotten, Paprika, Roter Bete sowie Kokosnussöl und soll bereits im April 2020 im Einzelhandel verfügbar sein. Gegenüber einer Schweinebratwurst hat sie eine gute Umweltbilanz - 80 Prozent weniger Landnutzung, 90 Prozent weniger Wasser und 90 Prozent weniger Kohlendioxid entfallen auf die Herstellung der veganen Wurst. Manager Miguel Serrano (55): "Seit der Einführung des veganen Burgers im letzten Jahr wurden zehn Millionen verkauft. Das ist kein Trend mehr, sondern eine Entwicklung der Ernährung und des Bewusstseins. Wir wollen Geschäfte machen, aber in einer gesunden und nachhaltigen Weise." Zwei Würste à 180 Gramm

kosten 3,49 Euro (Halle 3.2)
Ei-Ersatz Bobei (steht für "Backen ohne Butter und Ei"): Der Kuchen gelingt trotz dem! Bobei ist das erste vegane Ersatzprodukt auf Algenbasis, wird auf der Grünen Woche geworben. Ein Esslöffel Bobei in Wasser aufgelöst ersetzt ein Ei. Die 200-Gramm-Dose kostet 9,95 Euro. (Halle 3.2, Stand: So schmeckt die Zukunft)
Simply ist eine vegane Käsealternative auf Mandelbasis und interessant für Menschen mit Laktose-Intoleranz und

Milcheiweißallergie. Es schmeckt wie Frischkäse, Quark oder Butterkäse. Weiles nicht Käse genannt werden darf, wird Simply als Genießerscheiben vertrieben. "Es hat die gleiche Kalorienmenge wie Käse, wird aber komplett anders hergestellt - übrigens im Allgäu an der bayerischen Käsestraße", sagt Molkerei-Ingenieurin Caroline Zimmer. (Halle 1.2, Stand 142)
Alkoholfreier Wein aus Neukölln von Kolonne Null: " Er enthält gerade so viel Alkohol wie Apfelsaft. Dazu wird

Wein im Vakuum erhitzt, der Alkohol verfliegt. Anschließend wird wenig Zucker zugesetzt", sagt Jeremias Looock (37), Head of Sales. "Die Leute werden gesundheitsbewusster, sodass wir jedes Jahr einen Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich verzeichnen." Eine Flasche kostet im Handel 9,90 Euro (Halle 3.2, Stand: So schmeckt die Zukunft)

Abbildung: Von allem viel: Die Fleischerfachverkäuferin Steffi Kracht von der Landfleischerei Turnow präsentierte 2005 mehrere Kilogramm Wurst und Schinken in der Brandenburghalle
Abbildung: 1972 waren Eier noch Eier - und diese hier stammten aus Niedersachsen
Abbildung: 1997 biss dieses Mädchen in ein großes Stück Bergkäse - mit dabei: das bayerische Original "Käse-Sepp"
Abbildung: Fotos: O. SELCHOW, INTERFOTO, PICTURE-ALLIANCE
Wörter: 889
Urheberinformation: (c) Ullstein GmbH