

Seite: 4 bis 4
Ressort: Wirtschaft
Rubrik: Mannheimer Morgen
Ausgabe: Hauptausgabe

Mediengattung: Tageszeitung
Auflage: 40.879 (gedruckt) ¹ 43.164 (verkauft) ¹
43.392 (verbreitet) ¹
Reichweite: 0,150 (in Mio.) ²

¹ von PMG gewichtet 07/2021

² von PMG gewichtet 07/2021

Lebensmittel: Fleischersatz ist ein Megatrend – doch auch in der Region wollen nicht alle Fleischverarbeiter auf den Zug aufspringen

„Vegan ist nicht Kerngeschäft“

Von Sabine Rößing

Mannheim/Hockenheim. Der Hockenhheimer Wursthersteller Cornelius verabschiedet sich vom veganen Sortiment. „Wir sind ein traditioneller Hersteller“, sagt Peter Cornelius, Geschäftsführer des Familienbetriebes, welcher bekannt ist für gut gewürzte Wurstspezialitäten: „Vegane Ersatzstoffe sind nicht unser Kerngeschäft.“

Fünf Jahre lang hatte er es versucht mit einem selbst entwickelten veganen Brotaufstrich aus Tofu und Kidneybohnen – mit überschaubarem Erfolg: „Die Absätze waren sehr gering“, bilanziert Cornelius. Gar nicht erst angefangen mit der Produktion von Fleischalternativen hat der Wurstproduzent Werner Schulte aus Lastrup (Niedersachsen): „Bei uns gibt es das nicht“, sagt die Geschäftsführende Gesellschafterin Sarah Dhem. „Wir sind Fleischer, damit kennen wir uns aus“.

Verzicht als politisches Statement

Offenbar furchtlos stemmen sich die beiden Traditionsbetriebe gegen einen Megatrend. Nach Angaben der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) stieg die Produktion von Fleischersatz im vergangenen Jahr hierzulande um nicht weniger als 39 Prozent. Studien zufolge verzehren bereits 27 Prozent der Deutschen nur noch gelegentlich Fleisch. Die fleischlose Ernährung sei in der Mitte der Gesellschaft angekommen, urteilt eine Sprecherin der Rügenwalder Mühle aus Bad Zwischenahn (Niedersachsen). Für viele junge Erwachsene sei der Verzicht auf Fleisch inzwischen ein politisches Statement. Wirtschaftlich seien vegane Produkte noch nicht bedeutsam, relativiert dagegen Thomas Vogelsang, Geschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Fleischwarenindustrie:

Trotz Wachstum liege der Umsatz mit pflanzlichen Alternativen aktuell bei etwa 300 Mio. Euro – und damit nur bei einem Prozent des Gesamtmarktes für Fleischerzeugnisse.

„Wirtschaftlich merken wir den Verzicht auf diese Produkte nicht“, betont auch Dhem. „Wir wachsen in unserem Kernsegment“. Dagegen erwartet Konkurrent Rügenwalder, dass der Umsatz mit Fleischalternativen den der Fleischprodukte bald überholen dürfte. Um 73 Prozent sei der Erlös mit vegetarischen oder veganen Produkten gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

Auch Deutschlands zweitgrößter Wurstproduzent The Family Butchers (TFB) will im Frühjahr 2022 vegetarische und vegane Fleischalternativen auf den Markt bringen. Unter dem Namen Billi Green sollen diese künftig vermarktet werden. Allerdings stellt der Fleischlos-Trend die Fleischverarbeiter auch vor Probleme: Sie müssen neue Rezepturen entwickeln. Mit Rücksicht auf die grünen Überzeugungen ihrer Kunden haben einzelne Hersteller begonnen, Soja oder Erbsen nicht mehr aus Übersee zu beziehen. Viele versuchen, die Menge der eingesetzten Zusatzstoffe in ihren Produkten zu reduzieren.

Die Herstellung fleischloser Produkte verlange völlig andere Vorbereitungs-schritte, sagt Peter Cornelius, der Einkauf sei komplizierter: „Man bewegt sich auf einem neuen Markt mit anderen Strukturen“.

Erbsen-Nachfrage explodiert

Die größte Herausforderung sieht Marktprimus Rügenwalder aber in der Rohstoffsituation. Die Nachfrage werde sich weltweit zuspitzen: „Die Lage ist für fast alle pflanzlichen Proteine angespannt“. Bei Erbsen seien die Produktionskapazitäten am Limit. „Die Nach-

frage ist in den letzten zwei Jahren nahezu explodiert“. Durch die lange Trockenheit wurde darüber hinaus weniger geerntet, der Proteingehalt ist geringer. Dadurch ist nur ein Teil der Ernte zur Verarbeitung für Fleischalternativen geeignet. Rügenwalder will in Zukunft selbst Soja anbauen.

„Nachhaltigkeit ist uns extrem wichtig“, sagt Cornelius. „Wir besinnen uns dabei auf unsere Ursprünge“. Wochenenden im Schrebergarten, Marmelade einkochen, fermentieren: Moderne Großstädter entdecken dieser Tage alte Fähigkeiten neu. „Ich möchte die jungen Käufer mit Themen ansprechen wie Lebensart und Authentizität“, sagt Cornelius. „Wir garantieren maximale Transparenz“, sagt Schulte-Chefin Dhem. Das Tierwohl-Konzept „glücksatt“ verspricht gute Haltungsbedingungen. „Wenn wir Antworten geben, dringen wir auch bei kritischen Kunden durch“, ist sie überzeugt.

Bestrebungen nach mehr Regionalität vor der eigenen Haustür hätten durch die Schließung des Mannheimer Schlachthofs einen Rückschlag erlitten, ärgert sich Cornelius. Der nächste Schlachthof ist bei Mosbach im Odenwald. Das bedeutet längere Transportzeiten und Beladungsintervalle. „Wir waren kurz vor Abschluss der Verträge mit Landwirten in unserer direkten Nachbarschaft“, sagt er. Jetzt müsse er neue Verträge abschließen mit anderen Bauern.

An einem neuen Nachhaltigkeitsprojekt tüftelt er selbst: er wolle tierische Fette in der Leberwurst so weit wie möglich durch pflanzliches Fett ersetzen, ohne Geschmack einzubüßen, sagt Cornelius. Vor wenigen Wochen erst gab er den Startschuss. Anfang November sollen die ersten Muster fertig sein.

Abbildung:

Verschiedene vegane und vegetarische Fleischersatzprodukte liegen auf einem Teller. Das Angebot ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Bild: dpa

Wörter:

642