



**Convenient, tiefgekühlt
und gerne auch mal**

VEGETARISCH

Immer mehr Verbraucher ernähren sich fleischlos oder wollen zumindest weniger Fleisch essen. Der Markt für vegetarische und vegane Produkte wächst – auch im tiefgekühlten Highconvenience-Bereich.

„Körnerfresser“, Hippies, Randfiguren, Außenseiter. Höchstens kleine Unternehmen hatten hier bisher eine Chance in dieser (eher unbedeutenden) Marktnische. Die Zeiten, in denen Vegetarier und Veganer von der Lebensmittelindustrie vernachlässigt und gesellschaftlich diskreditiert wurden, sind vorbei. Ihre Zahl ist angestiegen und wächst weiter. Laut Deutschem Vegetarierbund (VEBU) hat sie sich in den letzten 20 Jahren verzehnfacht. Rund sieben Millionen Menschen leben demnach in Deutschland vegetarisch, 800.000 davon sogar vegan. Eine nennenswerte Käufergruppe und damit eine Zielgruppe, um die der Markt sich jetzt verstärkt bemüht.

Fleischlose Ernährung ist immer weiter auf dem Vormarsch. Gesetzlich verordneter „Veggie-Day“ hin oder her. Vegetarismus ist trendy und hip. Viele Menschen möchten sich vegetarisch oder vegan ernähren. Andere geben an, zumindest immer mal wieder verzichten und ihren Fleischkonsum reduzieren zu wollen. BSE-Krise, Gammelfleischskandal, Pferdefleischskandal, zum Teil fragwürdige Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen in den Zerlege- und Verarbeitungsbetrieben, Vogelgrippe und besonders Berichte über die Haltung, Fütterung, Transport und Behandlung von Nutztieren. Die Argumente, künftig wohl besser auf Fleisch zu verzichten, lieferte oft ausgerechnet die Fleischindustrie... Gesundheitliche Überlegungen in einer übergewichtigen Wohlstandsgesellschaft erledigen den Rest.

Ein Deutscher isst im Jahr gut 60 Kilogramm Fleisch. Das ist mehr als doppelt so viel wie er oder sie eigentlich sollte und gut wäre, meint die Deutsche Gesellschaft für Ernährung, die zum maßvollen Fleischgenuss von ein- bis zweimal in der Woche rät: „Mehr als 300 bis 600 Gramm Fleisch und Wurst pro Woche sollten es nicht sein.“ In einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Vegetarierbundes Deutschland



Die „Heute mal kein Fleisch“-Gemeinde wächst – und setzt beim Kochen gern auf Convenience.

(VEBU) und des Unternehmens Frosta ermittelte das Meinungsforschungsinstitut TNS Infratest Anfang 2012 Ergebnisse in Bezug auf die Ernährungsgewohnheiten der Verbraucher: 33 Prozent der Befragten gaben an, in Zukunft weniger Fleisch essen zu wollen, 68 Prozent sogar, dass sie in Zukunft mehr auf die Qualität und die Herkunft der Lebensmittel achten wollen. Denn wer heute von Essen redet, spricht auch von Nachhaltigkeit. Und Fleischkonsum lässt sich in den Augen vieler Menschen nur noch durch Massentierhaltung realisieren.

Keinerlei Versorgungsprobleme

Auch die – abwechslungsreiche – Versorgung mit entsprechenden Produkten wird immer einfacher. War die Versorgung früher nur in Ballungsräume und Großstädten ausreichend, ist es nun auch in ländlichen Regionen kein Problem, komplett auf Fleisch oder sogar

auf tierische Zusatzstoffe zu verzichten. Dazu kommen Restaurants, die rein vegetarische Speisekarten bieten. An der Freien Universität Berlin gibt es inzwischen gar die erste vegetarische Mensa Deutschlands. Auch rein vegetarisch-vegane Online-Lebensmittelhändler gibt es inzwischen, wenn auch noch ohne Tiefkühlkost – noch... Im Angebot sind mehr als 1.500 verschiedene Artikel für Endkunden und inzwischen auch mit besonderen Verpackungsgrößen und –angeboten für Großverbraucher. Ein bekannter Online-Bücherversand listet bei der Suchanfrage „vegetarisches Kochbuch“ nicht weniger als 2.348 Treffer. Dazu kommen Apps und Internetseiten, die mit Rezepten und Tipps bei der Ernährungsumstellung helfen und unterstützen.

Keine Sparte ohne Siegel

Mit wachsender Käuferzahl wächst auch das Angebot der vegetarischen

Formen des VEGETARISMUS

Nicht Jeder verzichtet auf gleiche Weise auf den Verzehr von Fleisch und von Produkten tierischen Ursprungs. Hier ein Überblick:



Das internationale V-Label für vegetarische Produkte.

Ovo-Lakto-Vegetarier:

Kein Fleisch, kein Fisch, aber sowohl Eier als auch Milchprodukte. Stellen die mit Abstand größte Gruppe innerhalb des Vegetarismus.

Ovo-Vegetarier:

Kein Fleisch, kein Fisch, keine Milchprodukte, aber Eier. Oft wird diese Form wegen einer Laktoseintoleranz praktiziert.

Lakto-Vegetarier:

Kein Fleisch, kein Fisch, keine Eier, dafür aber Joghurt, Sahne und andere Milchprodukte.

Veganer:

Kein Fleisch, kein Fisch, keine Eier, keine Milch. Eine rein pflanzliche Ernährung, also ein kompletter Verzicht auf alle Lebensmittel, die von Tieren stammen beziehungsweise die mit tierischen Inhaltsstoffen bearbeitet wurden. Daher auch kein Honig, dazu der Verzicht auf den Kauf von Lederartikeln oder Wollpullovern. Diese Gruppe stellt rund 11,5 Prozent innerhalb der Bewegung.

Flexitarier:

Flexitarier gelten als „Teilzeitvegetarier“. Essen Eier, Milchprodukte, Fisch und auch Fleisch, aber versuchen ganz gezielt ihren (Fleisch) Konsum einzuschränken und jede Woche einige fleischfreie Tage einzulegen. Flexitarier wollen weniger Fleisch, dafür aber besonders gutes. Sie wollen keine Verbote und starre Regeln, sondern die Hinwendung zu einem maßvollen Genuss.

Produkte auf dem Markt. Die meisten Hersteller nehmen vegetarische Gerichte in ihr Sortiment auf, oder vermarkten ihre Gemüseprodukte speziell unter diesem Gesichtspunkt und dem Schlagwort „vegetarisch“. Da wird aus „Omas traditionellen hausgemachten Bratkartoffeln“ ein „vegetarischer Fitness-Snack“. Und was wäre ein neuer Trend auf dem Ernährungsmarkt, wenn es nicht auch hierfür längst ein passendes Siegel gäbe: Das „V-Label“ ist ein international geschütztes Symbol zur Kennzeichnung von vegetarischen und veganen Lebensmitteln. Es wird als Orientierungshilfe für Vegetarier und Veganer auf Lebensmittelverpackungen und Speisekarten eingesetzt. Das Siegel unterscheidet auch zwischen den verschiedenen Varianten des Vegetarismus (siehe Kasten-Text). Genutzt wird das Label zurzeit von rund 90 Lizenznehmern, auch in der Tiefkühltruhe, die mehr als 600 Produkte mit dem V-Siegel auszeichnen – Tendenz steigend.

Und so etabliert sich auch für diesen Trend eine eigene Messe: Ende Oktober fand zum fünften Mal die „Veggie-World – Die Messe für nachhaltiges Genießen“ statt, die nach eigenen Angaben „größte und bedeutendste Messe für Vegetarier, Veganer und Rohkost-Liebhaber“. Im Vergleich zum Vorjahr war die Zahl der Aussteller ebenso gewachsen wie die Zahl der Besucher. Fast 10.000 Besucher fanden an zwei Tagen den Weg in die Messehallen. Im kommenden Jahr wird die Veranstaltung auf drei Tage ausgedehnt.

Alternative Fleischeslust

Beim „Veggie-Lifestyle“ geht es aber nicht in erster Linie um Verzicht auf Fleisch und um eine Steigerung des Gemüseverzehrs. Neben den verschiedensten Gemüseprodukten sind vor allem die vielfältigsten Fleisch-Ersatz-Produkte auf dem Vormarsch. Auch Unternehmen, die bisher ausschließlich als Fleischproduzenten aufgetreten sind, etablieren nun Schnitzel und Würstchen aus Soja, Burger-Pattys und Gyros aus Tofu, oder auch Filets aus Seitan auf dem Markt, die in Textur, Geschmack,

Aussehen und Konsistenz möglichst nah an das „Original“ heranreichen sollen.

Vielfältige „Imitate“ stehen inzwischen zur Verfügung und an weiteren Lösungen wird gearbeitet. Experten sehen in der Entwicklung solcher Fleischalternativen sogar eine enorme Bedeutung für unsere künftige Ernährung. Die steigende Weltbevölkerung und der steigende Wohlstand in Schwellen- und Entwicklungsländern führen zu einer immer stärkeren Nachfrage nach Fleisch auf dem Weltmarkt. Und somit steigt der Fleischpreis. Sicher ein weiteres Motiv für Verbraucher, künftig auf die Alternativen zu schauen. Die Anforderungen der Kunden an diese Produkte – neben Geschmack und Preis – unterscheiden sich nicht von denen der „Fleischesser“. Schnell, einfach, convenient. Also eigentlich ideale Voraussetzungen für die Tiefkühlindustrie, gerade im Bereich der Snacks und Fertiggerichte.

Eine Auswahl an möglichen Alternativen zum Fleisch:

Tofu ist ein Produkt aus Sojabohnen, das in Asien auf eine lange Geschichte zurückblickt.

Pro: Tofu hat viel Eiweiß, ist kalorienarm, hat einen milden Geschmack, nimmt aber gut die Aromen aus Marinaden und Gewürzen auf, was einen vielseitigen Einsatz ermöglicht.

Contra: Sojaprodukte sind gerade bei LOHAS nicht unumstritten.

Tempheh ist ein Fermentationsprodukt aus Indonesien, das durch die Impfung gekochter Sojabohnen mit Schimmelpilzen entsteht. Die Reifung ähnelt der von Käse und es entsteht ein leicht nussiger Geschmack. Tempheh wird meist in Scheiben geschnitten und angebraten.

Pro: Enthält viel Eiweiß.

Contra: Der stark pilzige Eigengeschmack ist für viele Konsumenten gewöhnungsbedürftig. Außerdem ist auch Tempheh ein Sojaprodukt.

Sojafleisch, das auch Textured Soy genannt wird, ist ein Fleischersatz, der aus

entfettetem Sojamehl hergestellt werden kann.

Pro: Viel Eiweiß, wenig Fett. Es lässt sich schnell zubereiten und kommt in vielen Aspekten echtem Fleisch recht nahe.

Contra: Soja hat einen vergleichsweise geringen Eigengeschmack.

Seitan besteht aus purem Weizeneiweiß.

Pro: Mit viel Eiweiß und kaum Kohlenhydraten hat es eine fleischähnliche Konsistenz und kommt daher dem Original recht nahe.

Contra: Seitan ist für Menschen mit einer Glutenunverträglichkeit nicht geeignet.

Erbsexturrate werden zu 100 Prozent aus gelben Erbsen gewonnen und durch einen rein physikalischen Prozess der Extrusion ohne weitere Zusätze hergestellt. (Alternativ sind auch Linsen, Bohnen, Soja und andere Hülsenfrüchte denkbar.)

Pro: Die Erbse hat ein positives Image. Erbsen und andere Hülsenfrüchte gelten als gesund und nährstoffreich, sind gluten- und laktosefrei.

Contra: Erbsen enthalten – wie alle Hülsenfrüchte – einen, wenn auch geringen, Anteil an Nitrat. Dass ein langfristiger stärkerer Konsum zu gesundheitlichen Schäden führen könnte, gilt zwar als unwahrscheinlich, ist aber noch umstritten.



Valess „Zigeuner-Schnitzel“ auf Milchbasis: Ohne Fleisch, aber nicht vegan oder laktosefrei.

Milch ist Basis für fleischähnliche Produkte, die zum Beispiel von Friesland Campina hergestellt werden. Von frischer Milch ausgehend zunächst ähnlich der Käseproduktion. Im zweiten Schritt werden für eine fleischartige Struktur Pflanzenfasern hinzugefügt, zum Abschluss dann Gewürze.

Pro: Viel Calcium, viel Eiweiß, pflanzliche Ballaststoffe.

Contra: Ungeeignet für die steigende Zahl laktoseintoleranter Konsumenten.

In-Vitro-Fleisch ist Fleisch aus Stammzellen, auch kultiviertes Fleisch oder La-

borfleisch genannt. Tieren wird per Biopsie Muskelgewebe entnommen, aus dem Stammzellen gewonnen werden können. Aus diesen Stammzellen wächst dann im Labor durch Zellteilung Fleisch.

Pro: Kommt dem natürlichen Fleisch am nächsten, ohne dass dabei Tiere sterben oder das Klima belastet würde.

Contra: Die Forschung steht erst am Anfang. Ein bezahlbares Produkt gibt es noch längst nicht. Zudem wächst das Fleisch nicht wie gewünscht. Einfache Strukturen wie etwa Hackfleisch sind machbar. Schwierig wird es beim „Züchten“ von Steaks, hier fehlt dem Laborfleisch die natürliche Bewegung des Tieres. Von der Marktreife ist dieses Projekt noch entfernt.

Insekten sind die am weitesten verbreiteten Tiere auf der Erde. Forscher gehen davon aus, dass Insektenproteine – zumindest in verarbeiteter Form – früher oder später den Weg in unser Essen finden werden.

Pro: Insekten liefern viele Proteine, lassen sich einfach und ressourcenschonend züchten und sollen zudem – richtig zubereitet – durchaus schmackhaft sein. In vielen Teilen der Welt werden Insekten gegessen.

Contra: In Europa und Nordamerika wird es schwer, den kulturellen Ekel beim Verzehr von Insekten zu überwinden. Außerdem sind sie für Vegetarier ungeeignet. mb

Entdecken Sie **die Welt** von LeRo Food – **NEU** Sauce Bolognese vegetarisch!

LeRo Food International

Lernen Sie den **Topseller der ANUGA 2013** kennen

LeRo Food GmbH & Co. KG
Berndorf 42 · D-04539 Groitzsch
Tel. +49 (0) 34492/257-0