

Bedeutung der Rohstoffherkunft bei Ersatzprodukten für Vegetarier:innen und Veganer:innen

Patricia Münstermann, Harald Laser, Marcus Mergenthaler

Einleitung

Vegetarismus und Veganismus gewinnen in der Gesellschaft an Bedeutung. In Deutschland beträgt die geschätzte Zahl der Veganer:innen 1,13 Mio und die der Vegetarier:innen rund 6,5 Mio (IFD ALLENSBACH 2020). Pflanzliche Alternativen zu Fleisch, Milch sowie anderen tierischen Produkten sind durch steigende Absatzpotenziale und Wachstumserwartungen charakterisiert (NIELSEN 2019). Im Marktsegment der pflanzlichen Ersatzprodukte steht ein heimischer Rohstoffanbau ohne lange und energieaufwändige Transportwege in Zukunft auf der Agenda deutscher Hersteller veganer Produkte (FLEISCHWIRTSCHAFT 2020). Nach MERGENTHALER et al. (2019) ergeben sich dadurch neue Anbaupotenziale für den Leguminosenanbau in Deutschland. Ziel der vorliegenden Studie ist es zu analysieren, welche Rolle die Produkteigenschaften Rohstoffherkunft, Inhaltsstoffe und Transportwege für Vegetarier:innen und Veganer:innen einnehmen.

Daten & Methoden

Im Rahmen eines qualitativen Forschungsparadigmas mit explorativer Primärforschung wurden semi-strukturierte leitfadengestützte Interviews zum Thema Einstellungen und Motive von Veganer:innen und Vegetarier:innen durchgeführt. Durch eine heterogene, gezielte Fallauswahl im Umfang von 20 Personen, wurde ein möglichst breites Spektrum an verschiedenen Konsument:innen abgedeckt, mit dem Ziel bei der Beantwortung der Forschungsfrage eine große Variabilität zu ermöglichen. Mit Hilfe eines Quotenverfahrens mit den Merkmalen Ernährungsstil, Geschlecht, Alter und Wohnort erfolgte die Rekrutierung der Proband:innen über Soziale Netzwerke, im direkten Umfeld der Erstautorin und in zwei herkömmlichen und zwei Bio-Supermärkten. Die Interviews wurden vom 28.10. bis zum 17.11.2019 in den Supermärkten, in einem Bio-Café oder im privaten Umfeld der Proband:innen durchgeführt und in Audiodateien gespeichert. Anschließend wurden die Daten transkribiert und in einer qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYERING (2008) ausgewertet (Details bei MÜNSTERMANN 2020).

Ergebnisse

Die Menge des Konsums und das Spektrum der verschiedenen, natürlichen oder industriell hergestellten Ersatzprodukte variiert unter den Teilnehmer:innen der Studie stark. Teilweise werden regelmäßig oder sogar täglich viele industriell hergestellte Lebensmittel dieses Segmentes verzehrt. In anderen Fällen wird auf industriell hergestellte Ersatzprodukte verzichtet und damit auf eigene Zubereitung pflanzlicher Eiweißquellen ausgewichen. Umfang und Auswahl der veganen Alternativen richten sich vor allem nach dem persönlichen Geschmack und dem Angebot, welches die Proband:innen in ihrem Umfeld vorfinden. Kaum mehr als die Hälfte der Interviewteilnehmer:innen achtet dabei auf die

Verarbeitung oder die Inhaltsstoffe industriell hergestellter Ersatzprodukte.

„Wenn vorne vegan drauf steht, schau ich nicht unbedingt was drin ist.“

Auch werden Bedenken wegen Inhaltsstoffen geäußert:

„Fleisch ist oft wenig verarbeitet, aber Ersatzprodukte sind mit so vielen Zusatzstoffen versehen, das stört mich“

In einigen Fällen werden aus gesundheitlichen Motiven Produkte bevorzugt, welche so unverarbeitet wie möglich, wenige deklarationspflichtige Zusatzstoffe wie Zucker und künstliche Aromen enthalten oder palmölfrei sind. Ergebnisse von Produkttests werden nicht unbedingt beachtet:

„Der Beyond-Burger ist zwar nicht gut durch den Ökotest gekommen, aber wer weiß wer diese Tests bezahlt. Selbst wenn der eine minimale Belastung aufweist, ist das immer noch nichts im Vergleich zu jemandem der jeden Tag seine Discountersalami für 90 Cent auf dem Brot isst und Literweise Antibiotikamilch schluckt.“

Soja wird am häufigsten in Form von industriell hergestellten Ersatzprodukten konsumiert. Es handelt sich dabei um Fleischersatz in Form von Tofu, Sojagranulaten, Sojawurstchen und Sojaschnitzel oder Brotbeläge der Eigenmarke von Kaufland und dm bzw. der Herstellermarken Like Meat und Rügenwalder oder den veganen Herstellern Taifun und Wheaty. Gleichzeitig berichten einige Teilnehmer:innen von zunehmender Abneigung gegenüber Sojaprodukten auf Grund gesundheitlicher Bedenken durch gentechnisch verändertes Saatgut und dem in Sojabohnen enthaltenen Phytoöstrogen. Beim Ersatz tierischer Milch durch pflanzliche Milchalternativen beziehen sich die Befragten weniger auf Sojabasis, sondern vermehrt auf Mandeln und Hafer. Pflanzenbasierte Joghurts, Quarks, Puddings und Sahne werden durch die Studienteilnehmer:innen vorwiegend in Form von Sojaprodukten auf Grund des vielfältigen Angebots der Firmen Alpro und Provamel konsumiert.

Teilweise wird bewusst auf vegane Produkte von Fleischkonzernen und großen internationalen Firmen wie BeyondMeat zurückgegriffen. Damit sollen diese Produktionsrichtungen der Konzerne unterstützt werden. Andere Teilnehmer:innen der Studie meiden solche Unternehmen aus ethischen Gründen strikt. Sie greifen stattdessen ausschließlich zu pflanzlichen Alternativen rein veganer Marken. Diese werben häufig mit ökologischer Erzeugung und besonderer Umweltfreundlichkeit. Ein Veganer der Studie bezieht zur Eigenherstellung von Tofuprodukten und pflanzlichen Drinks Sojabohnen eines deutschen Landwirtes durch eine Direktvermarktung. Vor allem Teilnehmer:innen mit bereits länger anhaltender vegetarischen/veganen Ernährung greifen aus gesundheitlichen Motiven neben Soja auch zu heimischen Leguminosen. Dabei nennen sie Lupinen, Erbsen, verschiedene Bohnen

oder Linsen. Der Konsum erfolgt vorwiegend in Form von industriell hergestellten Ersatzprodukten des biologischen Produzenten Alberts oder als Rohprodukte zur Eigenverwertung. Die befragten Personen geben an, dass die Herkunft der genannten Ersatzprodukte oder bevorzugten Proteinquellen den Konsum häufig nicht beeinflusst:

„Ich gucke tatsächlich nicht extra wo die Rohstoffe aus den Ersatzprodukten herkommen – da ist noch Verbesserungsbedarf, das sollte man wahrscheinlich machen“

So werden nur in drei Fällen von gesundheitlich motivierten Vegetarier:innen und Veganer:innen ausschließlich Produkte konsumiert, deren Soja- oder Lupinenbasis aus Deutschland stammt. Unkenntnis über unterschiedliche Herkünfte wird daran deutlich, dass eine Probandin noch nie Ersatzprodukte auf Basis heimischer Leguminosen probiert hat aber grundsätzliches Interesse daran bezeugt. Sieben Teilnehmer:innen erläutern, dass die Herkunft der Rohstoffe ihrer bevorzugten Ersatzprodukte kein entscheidendes Kriterium für ihren Konsum ist. Stattdessen fällt die Wahl für ein Produkt vorrangig auf Grund des vorhandenen Sortiments ihrer Lebensmittelbezugsstelle und der geschmacklichen Präferenzen. Ein Proband erläutert dazu:

„Bei den verarbeiteten Produkten greife ich natürlich erstmal zu dem was mir auch schmeckt, weil ich da nicht die Auswahl habe“

Etwas mehr als der Hälfte der befragten Vegetarier:innen und Veganer:innen schreibt dem Transportweg eines Produktes grundsätzlich keinen Einfluss auf ihre Kaufentscheidung zu. Sechs Proband:innen legen allgemein keinen Wert auf das Herkunftsland eines Lebensmittels.

Diskussion

Die Ergebnisse dieser qualitativen Studie zeigen, dass die Produktherkünfte inklusive ihrer Rohstoffe von Vegetarier:innen und Veganer:innen in dieser Stichprobe wenig Beachtung erhalten. Auch in Bezug auf die Verarbeitung und Inhaltsstoffe der präferierten, pflanzlichen Alternativen sind die Proband:innen überwiegend unaufmerksam. Teilweise sind die Rohstoffe der konsumierten Ersatzprodukte nicht bekannt, sodass das Merkmal der Rohstoffherkunft nur sehr selten als Auswahlkriterium innerhalb der Kaufentscheidungen wirkt. Auch lange Transportwege oder negative umweltökologische Auswirkungen werden nicht mit der Herkunft eines Produktes in Verbindung gebracht. Somit vollzieht sich die Wahl veganer Produkte auch kaum gezielt auf Grund heimischer Rohstoffe.

Interessant ist, dass Personen, welche besonderen Wert auf das ‚ohne Gentechnik‘ Label legen oder Verwendung von Gentechnik in der Landwirtschaft grundsätzlich ablehnen, die Herkunft der Rohstoffe ihrer konsumierten Ersatzprodukte nicht beachten. Durch die Befragten wird deutlich, dass ihr Konsum an Ersatzprodukten von anderen Produktmerkmalen als der Herkunft, des damit verbundenen Transportweges oder den Inhaltsstoffen beeinflusst wird. Genannt werden stattdessen die Kriterien des Produktherstellers sowie eines persönlichen Erfahrungswertes über dessen Geschmack.

Hinzu kommt die Produktverfügbarkeit, bedingt durch das vorliegende Sortiment ihres bevorzugten Lebensmitteleinzelhandels, welche während einer Kaufentscheidung als relevant empfunden werden.

Positive Natur-, Umwelt- und Klimaaspekte einer heimischen Rohstoffherzeugung sind unter den Studienteilnehmer:innen kaum bekannt. Allerdings wird innerhalb der Interviews auch deutlich, dass durch die Motive der Ernährungsumstellung und einer grundsätzlichen Empfänglichkeit für ökologische Themen, Produktmerkmale wie Regionalität, Saisonalität, Transportweg und Verpackung prinzipiell an Bedeutung gewinnen. Eine Selektion auf Grund umweltethischer Aspekte findet aber nur in wenigen Fällen auch über frische Ware hinaus statt. Teilweise spielen sie trotz eines bestehenden Bewusstseins gegenüber anderen Kriterien während der Kaufentscheidung von Ersatzprodukten noch keine oder nur eine untergeordnete Rolle.

Auf Grundlage dieser Erkenntnisse lassen sich folgende Hypothesen zu Überprüfung in zukünftigen quantitativen Studien ableiten:

- Unter Vegetarier:innen und Veganer:innen besteht bisher wenig Bewusstsein über Rohstoffherkünfte von industriell hergestellten Ersatzprodukten.
- Das Merkmal einer einheimischen Herkunft der Rohstoffe von Ersatzprodukten bietet derzeit wenig Werbepotenzial für die Konsumentengruppe der Vegetarier:innen und Veganer:innen.

Es gilt dann zu prüfen, ob sich ein Interesse an Sojaalternativen oder pflanzlichen Alternativen aus deutschem Anbau ableiten lässt. Produktneueinführungen auf Erbsen- und Weizenbasis deutscher Hersteller haben mediale Aufmerksamkeit und steigende Umsätze generiert (Destatis 2020). Es bleibt damit offen, ob ein heimischer Rohstoffanbau für die Substitution tierischer Lebensmittel eine Marktnische für deutsche Landwirt:innen sein kann.

Quellen

- FLEISCHWIRTSCHAFT (2020): Der Absatz pflanzlicher Produkte boomt beim niedersächsischen Wurstfabrikanten - Landwirte aus Deutschland sollen in Zukunft die Rohstoffe liefern. Veröffentlicht 26.06.2020 www.fleischwirtschaft.de/wirtschaft/nachrichten/Ruegenwalder-Muehle-Veggie-Linie-bringt-Rekordumsatz-42264
- IDF ALLENSBACH (2020): Umfrage zur Anzahl der Vegetarier in Deutschland bis 2020. Umfrage zur Anzahl der Veganer in Deutschland bis 2020. Vegetarismus und Veganismus in Deutschland, Statista Dossier 2020
- MAYERING, P., GLÄSER-ZIRKUDA, M. (2008): Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse. Beltz Verlag, 2.Auflage, Weinheim und Basel 2008
- MERGENTHALER, M., KEZEYA SEPANGANG, B., STAUSS W. (2019): Erbsenanbaupotentiale für erbsenbasierte Fleischalternativen in Deutschland. Notizen aus der Forschung Nr. 28/2019, Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest.
- MÜNSTERMANN, P. (2020): Einstellungen und Motive von Veganern und Vegetariern auf Basis leitfadengestützter Interviews. Bachelorarbeit am Fachbereich Agrarwirtschaft, Soest.
- NIELSEN (2019): Umsatz mit vegetarischen und veganen Produkten im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland bis 2019. Vegetarismus und Veganismus in Deutschland, Statista Dossier 2019.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2020): Vegetarische und vegane Lebensmittel: Produktion steigt im 1. Quartal 2020 um 37%. Nr.30, 21.07.2020 www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2020/PD20_30_p002.html