

Alternative Proteine

Das Erwachen nach dem Hype



Unser Autor: Tilman Reiser, Manager bei Dr. Wieselhuber & Partner

Beim Thema der alternativen Proteine sollte beim Thema Fleisch begonnen werden, bevor es zur Milch geht. Anfang April veröffentlichte die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) in Zusammenarbeit mit dem Bundesinformationszentrum für Landwirtschaft (BZL) die jährlichen Versorgungsbilanzen der deutschen Fleischproduktion des Vorjahres. Die Bilanz für 2022 stieß dieses Mal auf ein besonders großes Medienecho: Die Deutschen aßen nicht nur durchschnittlich 2,8kg weniger Fleisch als im Vorjahr, sondern mit einer Gesamtmenge von 52kg/Kopf so wenig Fleisch wie noch nie zuvor (Höchststand im Jahr 1993 mit 64,4kg auf dem niedrigsten Wert seit 1991). Als ein möglicher Grund für diese Entwicklung wird von der BLE der Trend zur pflanzlichen Ernährung aufgeführt. Eine ähnliche Entwicklung lässt sich bei den Milchprodukten beobachten: Der Pro-Kopf-Verbrauch von Kuhmilch lag im Jahr 2022 mit 46,1kg auf dem niedrigsten Wert seit 1991. Auch hier die Vermutung der BLE: Die gestiegene Beliebtheit der pflanzlichen Milchalternativen sind ein Hauptgrund für den Rückgang des Milchkonsums.

Die aktuellen Zahlen des IfD-Allensbach jedoch machen deutlich, dass sich laut eigenen Angaben 2022 lediglich ca. 2,2% der deutschen Bevölkerung vegan und ca. 11,2%

vegetarisch ernährten. Diese Zahlen legen nahe, dass die rückläufigen Absätze von Fleisch- und Milchprodukten vorrangig nicht durch den vollständigen Verzicht – 85% der deutschen Bevölkerung ernährt sich immer noch omnivor – sondern durch gezielte Reduktion von tierischen Produkten in dieser Bevölkerungsgruppe entstehen.

Wenn heutzutage von im Markt erhältlichen nicht-tierischen Milchersatzprodukten gesprochen wird, dann sind damit Produkte auf Basis von Pflanzen bzw. pflanzlichen Proteinen gemeint.

Verarbeitung von pflanzlichen Proteinen: Wissen steckt noch in den Kinderschuhen

Ersatzprodukte – Marken und Eigenmarken – auf pflanzlicher Basis sind im Markt angekommen und beanspruchen zunehmend mehr Regalplatz im LEH. Circa. 10% der Konsummilch in Deutschland ist nicht mehr tierischen Ursprungs.

Die Erfolgsgeschichten von Marken wie Oatly, Danone's Alpro oder Simply V sind überwiegend bekannt. Letzgenanntes konnte seine Schnittkäsealternativen auf Nussbasis erfolgreich im LEH platzieren und somit einen

Marktanteil von über 40% in den vergangenen Jahren erreichen. Jedoch ist dieser 2023 kontinuierlich auf unter 30% gesunken, während viele neue Marken und vor allem Handelsmarken in das Nischensegment eingestiegen sind. Derzeit gibt es 139 Käsealternativen auf dem deutschen Markt und nach Monaten des Nullwachstums vermeldet die Branche nun ein leichtes Wachstum – ein Zeichen, dass der Markt gesättigt zu sein scheint. Eine Konsolidierung im Markt für Käsealternativen ist daher wahrscheinlich und vermutlich auch notwendig. Und dies, obwohl weniger als ein Prozent des gesamten Käsemarktes bisher auf pflanzlicher Basis produziert wird.

Mit ein Grund für den geringen Anteil der pflanzlichen Produkte sind die technischen Herausforderungen. Der stellvertretende Leiter des Instituts für Verfahrenstechnik der Fraunhofer-Gesellschaft, Prof. Dr. Peter Eisner fasst die aktuelle Situation aus seiner Sicht, als Experte

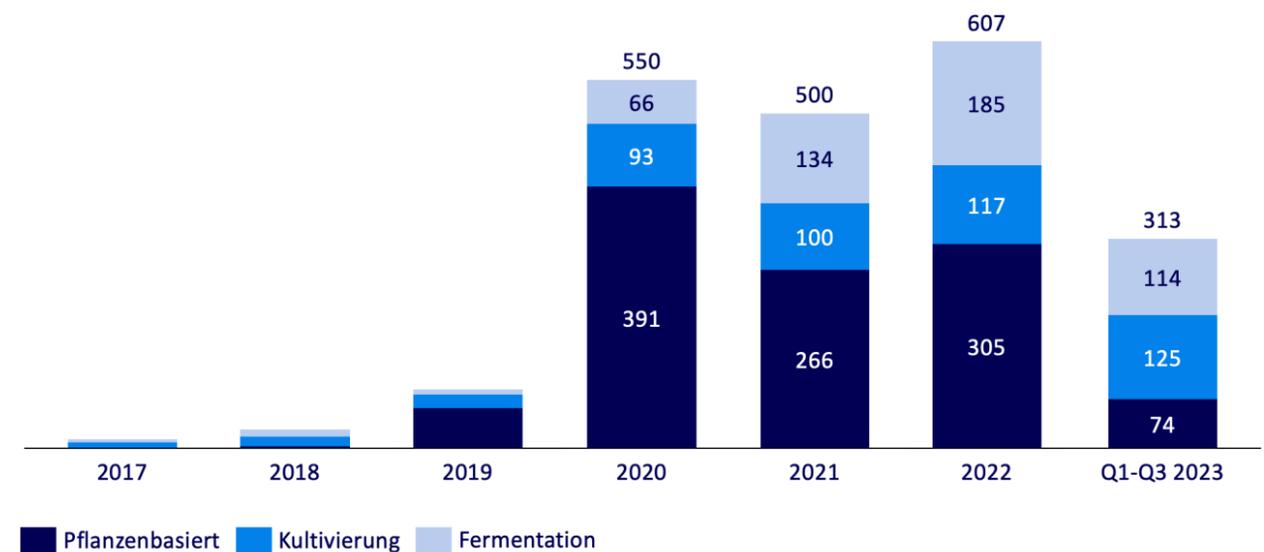
für Verfahren zur Verarbeitung von Proteinpflanzen, wie folgt zusammen: „Die Entwicklung der Produktions- und Verarbeitungsverfahren von pflanzlichen Proteinen steckt im Vergleich zu der klassischen MoPro- und Fleischindustrie noch in den Kinderschuhen und hält viel Potenzial für spannende, neue Produkte in den kommenden Jahren bereit.“

Dass diese Aussage nicht von Ungefähr kommt, bestätigt auch ein Blick auf die Zahlen.

Neben viel Wirbel um die neuen Produkte und der Frage, ob diese eine Gefahr für die deutsche Molkereibranche darstellen, lohnt sich ein Blick auf die Wagniskapital-Investitionen in dem Segment aus den letzten Jahren. Hier bestätigt sich, dass Investoren desillusioniert sind und nun Realpolitik betrieben wird.

Wagniskapital-Investitionen in Europa

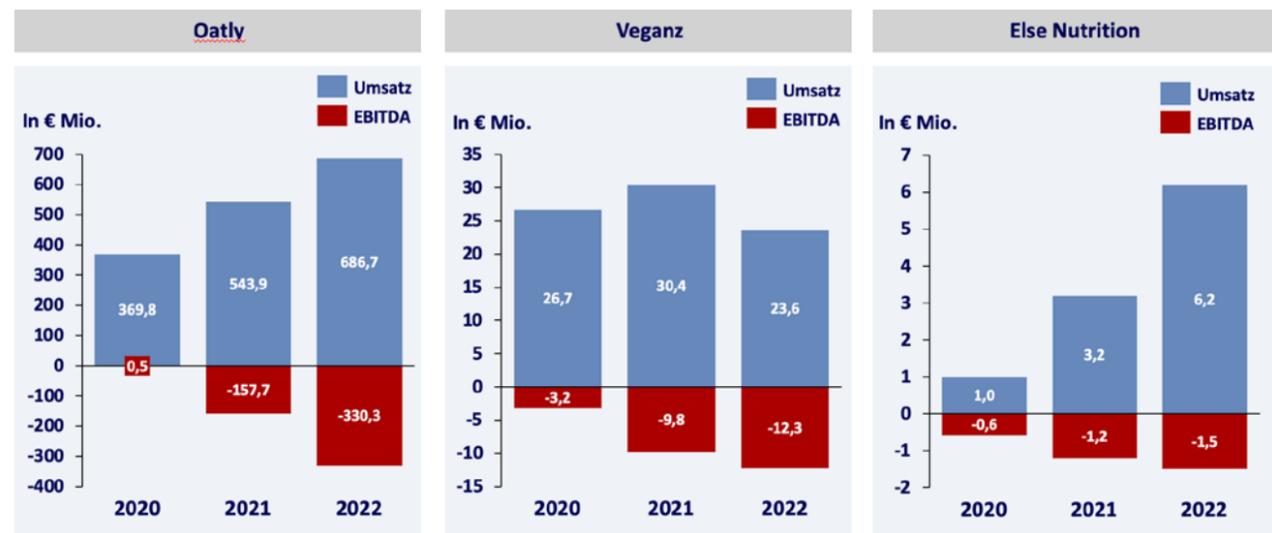
Investitionstätigkeit im Bereich alternativer Proteinquellen in Europa (Mio. US-\$)



Quelle: Auswertung von PitchBook-Investmentdaten

Abbildung 1: Wagniskapital-Investitionen in Alternative Proteine, in Europa, 2017-2023, basierend auf PitchBook Investment-Daten

Ein weiterer Reality-Check bietet der Blick auf Jahresabschlüsse – höhere Umsätze, höhere Verluste



Quelle: Kennzahlen aus den jeweiligen Jahresabschlüssen; Oatly Kennzahlen sind im Jahresbericht in USD angegeben, Umrechnung in Euro ist durch die Multiplikation des Wechselkurses für die Jahre 2020, 2021 und 2022 erfolgt, das gleiche gilt für Else Nutrition, ist im Jahresbericht in CAD angegeben

Abbildung 2: Gewinn- und Verlustrechnung vom schwedischen Unternehmen Oatly AB, der Deutschen Veganz Group AG sowie der Israelisch-Amerikanischen Firma Else Nutrition USA Inc. Ergebnisse auf Euro-Basis umgerechnet.

Wirft man einen Blick auf die aktuelle Ertragssituation bei einigen Unternehmen in dem Segment, wird klar, dass „nicht alles Gold ist, was glänzt“.

Ein Lichtblick ist hier eine jüngste Mitgliederumfrage des MIV bei der 62% aller befragten Managerangaben, dass ihre Produkte auf pflanzlicher Basis profitabel sind. Damit beweisen deutsche Molkereien einmal mehr ihre Stärke im Bereich Produktion und Vermarktung.

Mit den neuesten Entscheidungen von Lidl und teilweise nun auch von Aldi, die veganen Alternativen den tierischen Produkten preislich anzugleichen und diese nebeneinander im Regal zu platzieren, ist jedoch eine Steigerung des Drucks für die Branche zu erwarten. In den vergangenen zwei Jahren haben Handelsmarken das Segment für sich entdeckt und so den Margendruck erhöht. Der nun jüngste Schritt, eine Preisparität zwischen den tierischen und veganen Produkten herzustellen, baut weiteren Druck auf die Branche auf. Um das Segment weiter profitabel ausbauen zu können, und sich vom Wettbewerb abzusetzen, sind zwei Komponenten entscheidend:

1. Produktinnovation durch Kooperation: sowohl auf Verbandsebene als auch in der Privatwirtschaft oder im universitätsnahen Bereich gibt es interessante Ansprechpartner, die Produktinnovation unterstützen und ein Netzwerk an Fachleuten für verschiedene Fragestellungen in diesem Bereich haben, welches mit Erfahrungen und Analysen unterstützt; hier gibt es sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige Anbieter und ein Blick in beide Richtungen lohnt sich. Ziel sollte es sein – anstatt von Nachahmerprodukten und jenen mit geringen Differenzierungsfaktoren – Produkte zu entwickeln, die ein besseres Geschmacks- und Texturprofil bieten und die Frage nach der Kuppelproduktvalorisierung zufriedenstellend zu beantworten. Um diesen multiplen und sehr heterogenen Anforderungen zu entsprechen, sollte auf vorwettbewerblichem Niveau miteinander innoviert werden, da die Aufgaben für Einzelunternehmen häufig zu mannigfaltig und komplex sind.

2. Möglichkeiten der Kuppelproduktvalorisierung: noch vor – spätestens jedoch während – der Produktentwicklung sollte die Frage nach den Verwertungsmöglichkeiten der entstehenden Kuppelprodukte gestellt werden. Um einen nachhaltig überzeugenden Business Case zu erstellen, müssen hier Sekundärprodukte geschaffen werden, die die Primärproduktion betriebswirtschaftlich unterstützen. Es reicht nicht mehr aus, die Kuppelprodukte in Biogasanlagen oder als Tierfutter zu verwenden, sondern diese als Basis für die Entwicklung von Ballaststoff- sowie Proteinpräparaten für die Lebensmittelindustrie zu nutzen bzw. zu valorisieren. Um dies zu forcieren, gibt es inzwischen umfassende Datenbanken, die sich mit den Eigenschaften von Proteinpflanzen (z.B. Geschmack, Textur, Verfügbarkeit etc.) auseinandersetzen und so ein gutes Instrument für die Produktentwicklung liefern. Ziel sollte es sein, Proteinpflanzen in Kopplung mit den jeweiligen Produktionsverfahren zu identifizieren, welche in Europa angebaut werden können, langfristig kostengünstig und verfügbar sind und die Möglichkeit bieten, die Kuppelprodukte wertschöpfend für die Lebensmittel- oder Pharmaindustrie weiterzuverarbeiten.

Kurzausblick in die Zukunft: Präzisionsfermentation – Technologie von Übermorgen

Molke und Kasein sind einmalige Proteine mit den besten ernährungsphysiologischen Eigenschaften. Pflanzliche Proteine bieten eine Alternative, jedoch keine gleichwertige. Einen wirklichen Quantensprung könnte hier die viel besprochene Präzisionsfermentation bringen, welche jedoch noch vor technischen und regulatorischen Hürden steht und daher eine Marktreife innerhalb der kommenden Jahre unwahrscheinlich erscheint.

Das zukünftige tierische Protein wird aus Bioreaktoren stammen, in denen Mikroorganismen genetisch modifiziert werden, um tieridentische Proteine wie Kasein zu produzieren. Dieses Verfahren eröffnet die Möglichkeit, nahezu beliebige Proteine zu erzeugen, von Milch- über Fleisch- bis hin zu Eiweißen – diese Technik findet schon seit Jahrzehnten in der Pharmaindustrie Anwendung. Die Technologie der präzisen Fermentation hat das Potenzial, den Verbrauchern eine nahezu identische Sensorik zu bieten, während gleichzeitig die Nachteile der traditionellen Tierhaltung vermieden werden können. Dies könnte die Zukunft des Proteinmarktes maßgeblich beeinflussen – wenn es gelingt – wettbewerbsfähige Produkte herzustellen.

Die Herausforderungen sind jedoch erheblich. Ob Skalierbarkeit, Kostengerüst, Emissionen, Konsumentenakzeptanz oder Regulatorik: die Pioniere in dem Segment müssen noch einige Hürden überwinden, bis Proteine aus Präzisionsfermentation auf dem kommerziellen Markt für Handelsgüter zur Verfügung stehen werden.

Dennoch liegen die ersten Novel Food Anträge bei der EFSA vor und deutsche Molkereien, die auch heute schon anspruchsvolle Kundensegmente wie die Babymilch- oder Pharmabranche beliefern oder planen dies zukünftig zu tun, sollten sich mit dem Thema proaktiv auseinandersetzen, um nicht von den großen Ingredientherstellern abgehängt zu werden.

FAZIT

Ein aktuell realistisches Szenario sieht so aus, dass in den kommenden Jahren pflanzenbasierte Produkte stetig besser werden (Geschmack, Textur, Inhaltsstoffe), welches ein höheres einstelliges Wachstum generieren könnte und somit die Sparte weiterwachsen lassen würde. Damit würde die Transformation – im Zusammenspiel der verschiedenen Technologien und Proteinquellen in Hybridprodukten – weiter vorangetrieben werden und die Marktdominanz der Fleisch- und Milchindustrie damit allmählich und langfristig in Frage gestellt werden. Ersetzt werden diese Branchen, wie von vielen prognostiziert, damit jedoch nicht.

Denn trotz dieser Veränderungen, hin zu pflanzlicher und alternativer Proteinquellen, bleibt die Mehrheit der deutschen Bevölkerung omnivor bzw. milchproduktliebend und die Herausforderung für Deutsche Molkereien bleibt bestehen, Produkte anzubieten, die die Erwartungen an den Geschmack und die Ernährungsbedürfnisse dieser Verbraucher erfüllen. Die Technologien der pflanzlichen und präzisionsfermentierten Proteinherstellung bieten hier vielversprechende Möglichkeiten und sollten daher als interessantes Ergänzungsgeschäft betrachtet werden.

Die Zukunft wird dementsprechend aus einem Dreiklang zwischen tierischen-, pflanzlichen und fermentierten Produkten bestehen. Über die zukünftigen Marktanteile lässt sich, nach heutigem Stand, nur mutmaßen. Jedes der drei Segmente wird eine Daseinsberechtigung haben und der Großteil der Konsumenten wird in Zukunft vermutlich Produkte aller drei Kategorien in Anspruch nehmen.