

## ZUR PERSON

## „Softer im Biss“

Matthias Moser, Chef des Ingredienzien-Produzenten Hydrosol, über den richtigen Geschmack pflanzlicher Hotdogs, Clean-Label bei Veggie und die Bedeutung alternativer Proteinquellen.



Matthias Moser (49) führt seit 2015 die Geschäfte von Hydrosol, einem Tochterunternehmen der Stern-Wywiol-Gruppe. Es ging 1993 an den Markt und sieht sich heute als einen der führenden Anbieter von Ingredients. Zum Portfolio von Hydrosol zählen Stabilisierungs- und Texturierungs-Systeme für unterschiedlichste Lebensmittelproduzenten, etwa Hersteller von Fleischersatzprodukten. Für Moser als promovierten Chemiker zählt die Lebensmitteltechnologie zu den Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts. Der gebürtige Würzburger stieg nach dem Studium bei Südzucker ein, wo er von 2006 bis 2013 die Forschung und Entwicklung leitete und ab 2013 als CEO der Beneo-Sparte arbeitete. Moser ist verheiratet und hat zwei Kinder.

**Herr Moser, wie muss ein Hotdog schmecken?**

Das kommt ganz darauf an, wo Sie sind: Hier, bei uns in Deutschland, kann das Würstchen schön knackig sein. In den USA dagegen, beim Original, sollte es softer im Biss sein. Entscheidend ist, dass sie die Erwartungen der Verbraucher erfüllen – und die sind international teils doch sehr verschieden.

**Beim Fleischersatz gelingt es nicht immer, die Erwartungen der Verbraucher zu treffen und die Kopie nah am Original zu halten, oder?**

Was die Vergangenheit angeht, haben Sie sicherlich Recht. Als das Veggie-Segment hier in Deutschland vor zwei, drei Jahren so richtig boomte, wollte jeder vom Marktwachstum profitieren und möglichst schnell auf den Zug aufspringen. Da sind dann Produkte in den Handel gelangt, bei deren Entwicklung offensichtlich mehr auf Tempo als auf Sorgfalt geachtet wurde...

**... und die im Ergebnis eher an Gummis als an Fleisch erinnert haben.**

Das stimmt. Aber der Markt ist inzwischen viel weiter. Natürlich gibt es immer noch Fleischprodukte, die sich nur schwerlich oder gar nicht nachbilden lassen. Beim Muskelfleisch etwa bin ich mir nicht sicher, ob das überhaupt jemals gelingen wird.

**Warum zweifeln Sie daran?**

Muskelfleisch schmeckt so, wie es schmeckt, weil das Teilstück vom Tier während des Lebens bewegt und belastet wurde und eine entsprechende Struktur aufgebaut hat. Das kann man im In-Vitro-Produktionsprozess nur schwer simulieren. Anders sieht es bei verarbeiteten Produkten aus. Bei Würstchen, Burger oder Chicken Nuggets kann der Otto-Normal-Verbraucher Fleisch-Original und pflanzliche Alternative eigentlich kaum noch unterscheiden. Dafür müsste man schon eine sehr feine Zunge haben. Wichtig ist, die passenden Stabilisierungs- und Texturierungssysteme sowie Aromen zu verwenden.

**Um so das richtige Mundgefühl und den richtigen Geschmack zu erzeugen?**

Ja, aber nicht nur. Wir können die alternativen pflanzlichen Rohstoffe inzwischen auch so auswählen und mit unseren Funktionssystemen optimieren, dass sie sich in der Produktion wie konventionelles Fleisch verhalten. Das heißt: Sie brauchen als klassischer Fleischwarenhersteller die Prozesse gar nicht großartig zu ändern, wenn Sie zusätzlich auch pflanzenbasierte Fleischalternativen produzieren möchten. Sie könnten sogar die gleichen Maschinen wie zur Fleischherstellung verwenden. Das ist ungemein praktisch, ökonomisch und kommt auch der Produkt-

qualität zugute: Denn nicht jeder, der Spitzenprodukte aus Fleisch herstellt, ist automatisch imstande, pflanzenbasierte Spitzenprodukte herzustellen. So aber ändert sich im Prinzip nur der Rohstoff, die Produktion bleibt gleich und die Erzeugnisse sind zumindest sehr ähnlich.

**Müssen Veggie-Produkte überhaupt zwingend wie Fleisch aussehen und schmecken?**

Wenn man bestimmte Zielgruppen bedienen möchte, dann schon. Es gibt eben immer mehr Menschen, die zwar aus ethischen Gründen auf Fleisch, aber nicht auf dessen Geschmack verzichten wollen.

**Den Fleischkonsum einzuschränken, ist ein Teil des Trends zur bewussteren Ernährung. Ein anderer ist, sich natürlicher ernähren und auf Zusatzstoffe verzichten zu wollen. Widerspricht das nicht dem Konsum von Fleischersatzprodukten, für deren Herstellung Zusatzstoffe benötigt werden?**

Wir haben für manche Bereiche auch Clean- und Lean-Label-Lösungen entwickelt – also Rezepturen, die komplett ohne oder mit möglichst wenigen E-Nummern auskommen. Aber ich möchte eines betonen: Bei den E-Nummern handelt es sich um Stoffe, die für die Lebensmittelproduktion in der EU zugelassen sind. Wer alternative Proteinquellen haben will, wird um das Thema nicht komplett herumkommen. Und wer mehr Nachhaltigkeit möchte, wird um die alternativen Rohstoffe nicht herumkommen.

**Kritiker bezweifeln, ob beispielsweise riesige Sojafelder, die im Zuge einer industriellen Fertigung von Fleischersatzprodukten nötig werden könnten, tatsächlich nachhaltig sind.**

Es gibt ja verschiedene pflanzliche Rohstoffe zur Herstellung von Fleischalternativen, nicht nur Soja. Aber völlig losgelöst davon: Etwa 90 Prozent des angebauten Sojas wird heute für die Tierfütterung verwendet. Und es ist in jedem Fall effizienter, die Proteine direkt aus den Pflanzen zu gewinnen, als diese erst einmal als Futter mit entsprechend schlechten Proteinausbeuten durch das Tier zu „prozessieren“.

Durch eine Umstellung auf pflanzenbasierte Fleischersatzprodukte würde der Druck bezüglich immer weiterer Anbauflächen weltweit wohl eher zurückgehen.

**Was halten Sie von Laborfleisch und Insekten?**

Das sind beides interessante Bereiche. In-vitro-Fleisch ist aber noch nicht wirklich marktreif. Bei Insekten als Proteinquelle wiederum gibt es viele ungeklärte Fragen. So wie das manchmal dargestellt wird – dass man Insekten mit Lebensmittelabfällen füttern und dann für die Foodproduktion verwen-

den kann – das ist zumindest mit heutigen Standards nicht vereinbar.

**Marktforscher beziffern den jährlichen Veggie-Umsatz im deutschen Handel derzeit mit bescheidenen 230 Millionen Euro. Der Markt für Fleisch und Wurst ist dagegen über 20 Milliarden Euro schwer. Kann Fleischersatz tatsächlich mehr sein als nur eine Nische? Davon bin ich überzeugt. In Großbritannien zum Beispiel bezeichnet sich inzwischen jeder vierte Mensch unter 25 Jahren als Vegetarier.**

**Deutschland ist nicht Großbritannien, und was die Menschen sagen und wie sie handeln, ist nicht immer deckungsgleich.**

Richtig. Aber auch in Deutschland liegt der Pro-Kopf-Verbrauch beim Fleisch in jüngeren Zielgruppen signifikant unter dem der älteren. Natürlich könnte es sein, dass die Jüngeren mehr Fleisch essen werden, wenn sie älter werden. Die eklatante Lücke wird sich aber mit Sicherheit nicht komplett schließen.

**Ihr Unternehmen ist international tätig. Hand aufs Herz: Ist die ganze Veggie- und Fleischersatzdiskussion, die wir hier führen, nicht ein Industriestaaten-Thema?**

Im Kern ja. Wir stellen aber fest, dass sich die Verbraucher in Schwellenländern mit einer wachsenden Mittelschicht, ab einem gewissen Wohlstandsniveau, auch sehr schnell die Frage nach möglichen alternativen Proteinquellen stellen.

**Ein Faktor wird wahrscheinlich der Preis sein. Zumindest in Deutschland liegt der Kilopreis für Fleischersatzprodukte fast doppelt so hoch wie der für Fleisch.**

Die Kategorie ist jung, die Preispositionierung für den Verbraucher noch ungelernt. Da ist es nur legitim, dass Industrie und Handel versuchen, ein wenig Marge herauszuschlagen. Zumal die Margen im Fleischbereich bekanntermaßen eng sind. Natürlich ist der Preis immer auch abhängig vom Rohstoff, der dem Produkt zugrunde liegt. Es gibt aber sachlich keinen vernünftigen Grund, wieso pflanzliche Alternativen grundsätzlich teurer sein müssten als konventionelles Fleisch. lz 04-19

Das Gespräch führte Werner Tewes.

