

Leguminosen-Anbaufläche bis 2030 verdoppeln – auch mit Mischanbau!

DAFA-Workshop, 29.+30. März 2022

Impulse aus der Wertschöpfungskette

Sören Rossmann, Rügenwalder Mühle, Head of Strategic Research & Development

Teewurst und Leberwurst aus Fleisch war lange Zeit das Hauptsortiment der Rügenwalder Mühle und ist weiterhin ein wichtiges Standbein. Seit 2014 produziert jedoch das Unternehmen auch vegetarische und vegane Fleischalternativen. Seit 2020 übertrifft das Veggie-Sortiment den Fleischbereich hinsichtlich Umsatz und Tonnage. In den meisten Produkten stecken Leguminosen. Sie leisten einen wertvollen Beitrag zur Qualität der Produkte. Es werden genutzt: Erbsen, Ackerbohnen, Soja. Soja steckt in sehr vielen Produkten. Neben der Verpackung erachten Verbraucher Regionalität als wichtiges Nachhaltigkeitskriterium (kürzere Transportwege, bessere CO₂-Bilanz, nachhaltigere Produkte, Stärkung der heimischen Landwirtschaft). Deshalb baut Rügenwalder seit 2020 selbst Soja in Deutschland an. Das „Vegane Mühlen-Hack“ besteht inzwischen zu 100 % aus deutschem Soja. Viel Entwicklungsarbeit war notwendig entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Agrarunternehmen, Veredelungsbetriebe, Lohnfertiger. 600 t Sojaproteinkonzentrat sind zurzeit auf Lager, können texturiert und für veganes Hack verwendet werden.

In Zukunft soll die Wertschöpfungskette noch regionaler werden und Prozesse noch schonender und noch nachhaltiger. Auch andere Leguminosen sollen eingesetzt werden. Deshalb sind wir sehr dankbar, dass sich die DAFA und Sie alle mit den Leguminosen und deren Verwertung beschäftigen.

Liz Augustat, Biovegio, Geschäftsleiterin

Biovegio wurde 2017 mit dem Ziel gegründet, regionale Wertschöpfungsketten für Nüsse, Saaten und Hülsenfrüchte aufzubauen in Kooperation und im Auftrag von Verarbeitern und Markenherstellern.

Inzwischen produzieren über 200 Landwirte vertraglich abgesichert Speise-Sojabohnen in Deutschland. Der verbandsübergreifende Vertragsanbau bietet Vorteile für Produzenten und Abnehmer. Biovegio bietet den Landwirten und Kunden ein Rundum-Sorglos-Paket mit organisatorischer Betreuung, intensiver Beratung der Landwirte, regionaler Versorgungssicherheit, Preisstabilität, Just-in-Time-Lieferung, Finanzierung der Ware und mehr.

Die Wertschöpfungskette umfasst die Organisation von ausreichend Saatgut (inzwischen mehrjährige Lieferverträge und eigene Vermehrung), kontinuierliche Sortentests, Analytik auf GVO, Tropanalkaloide und andere Inhaltsstoffe und Erntemengenerfassung. Die Partnerschaft mit den Reinigern ist ein Kernstück der Wertschöpfungskette, die ausgerichtet ist auf eine homogene, steinfreie Qualität. Die Wertschöpfungskette ist fast vollständig in der Hand der Erzeuger. Dies erzeugt Vertrauen, Verbindlichkeit und Mut für Investitionen.

Lagerung und Lieferfähigkeit war ein großes Thema, weil die Kunden ganzjährig bedarfsgerecht beliefert werden wollen (Menge, Verpackungsart, Stückelung). Die Suche nach geeigneten Lagern, die die Ware in gutem Zustand halten, war nicht ganz einfach.

Die größten Herausforderungen waren und sind Steinfreiheit, die Vermeidung von Tropenalkaloiden (z.B. durch Stechapfel als Beikraut), gute Reiniger, bezahlbare Läger, Spezialwünsche von Kunden (Schälen, Hacken, Rösten).

In Zukunft werden weitere Eiweißfrüchte ohne tierische Vorratsschädlinge benötigt, z.B. Ackerbohnen. Kunden sollten Rohstoff-Knowhow besitzen und die Eigenschaften spezifizieren können, damit die Züchter passende Sorten mit gutem Ertrag bereitstellen können. Neue Ideen für die Verwendung von Haupt- und Nebenprodukten der Leguminosen in der Eiweißversorgung würden den Anbau weiter unterstützen. Vertragsanbau bietet viele Vorteile für Liefersicherheit und Preisstabilität.

Ulf Jansen, ProLupin, Director Supply Chain & Operations

ProLupin wurde vom Fraunhofer-IVV im Jahr 2010 nach 21 Jahren Forschung an Lupinen ausgegründet. Die Marke „Made with Luve“ wurde 2015 gegründet. Wir verkaufen viele unterschiedliche Produkte: Molkereialternativen für Milch, Joghurt, Eis, Frischkäse/Aufstrich, Drinks, Pudding, Nudeln. ProLupin wird an 5000 Points of Sale verkauft in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Werk in Grimmen wurde vor Kurzem erweitert. Wir verkaufen auch Lupinenaufbereitungen (Lupinenisolat) an andere Verarbeiter. In den nächsten Jahren ist eine Ausweitung in angrenzende europäische Länder geplant.

ProLupin ist unterwegs ausschließlich im Bereich Lupine, weil bei Molkereialternativen die Süßlupine in Geschmack, Mundgefühl, Gesundheit und Nachhaltigkeit im Vergleich mit anderen Leguminosen sowie Hafer und Kokosmilch weit vorn liegt. Bei der Funktionalität ist die Lupine auch weit vorn im Vergleich mit anderen Proteinpflanzen.

Aus der Marktperspektive waren und sind die wichtigsten Treiber die Konsumenten. Anfangs war dies insbesondere die Nachfrage von Vegetariern und Veganern, später kamen die Flexitarier hinzu und neu sind diejenigen, die sich um gesunde und nachhaltige Ernährung bemühen („LOHAS - life style of health and sustainability“). Auch die Nachfrage nach „ohne“-Lebensmitteln, also ohne Gluten, ohne Soja, ohne etc. ist wichtig. Ein dritter Treiber ist die Nachfrage nach alternativen Proteinquellen. Wir erwarten deshalb ein jährliches Wachstum des europäischen Marktes von 20 Prozent.

Karl-Adolf Kremer, Rheinische Ackerbohne, Vorsitzender des Vorstands

Die Rheinische Ackerbohne war vor dem zweiten Weltkrieg ein beliebtes Nahrungsmittel. Sie wurde nach dem Krieg von der Sojabohne abgelöst. Ein Agrarförderprogramm der EU machte die Ackerbohne wieder interessant. Ohne die Förderung war der Anbau unwirtschaftlich. Der Verein Rheinische Ackerbohne hat sich zum Ziel gesetzt, die Ackerbohne wieder bekannt zu machen und als sinnvolle Alternative zu etablieren. Gentechnikfreiheit, lange Blühzeit und Regionalität sind wichtige Merkmale der heimischen Ackerbohne und hinterlassen einen grünen Fußabdruck. Neue Produkte aus oder mit Ackerbohne steigern das Verbraucherinteresse. Daraus entstand die Idee, Mehl der Ackerbohne im Brot zu verbäcken und regional zu vermarkten. Die Rheinische Ackerbohne wird zunehmend für die Vegan- und allgemeine Humanernährung interessant und ist bereits wichtiger Bestandteil in vielen Lebensmitteln. Sie wird darüber hinaus in der Tierfütterung beim Schwein, Geflügel, Milchvieh und Fischzucht eingesetzt. Markenzeichen und Logo weisen die Verbraucher auf den regionalen Bestandteil hin und erfahren große Akzeptanz.