MIT ERSATZPRODUKTEN ZUM GLÜCK

Im Gespräch mit Katrin Kasper über Fluch und Segen von Fleischalternativen

Katrin Kasper ist seit 25 Jahren in der PR tätig – die letzten zehn Jahre überwiegend für vegane Marken, wie Oatly, Biovegan, iChoc und SoFine. Ihre Karriere begann die studierte Politikwissenschaftlerin bei Ericsson in Düsseldorf, anschließend ging sie als Projektmanagerin für Kellogg zur Webagentur Artundweise in Bremen. 2001 gründete sie ihre Agentur KASPER Kommunikation in Hamburg, die Unternehmen mit Pressearbeit, Content Marketing und Influencer Relations unterstützt.

Text & Interview: Markus Megyeri

WVM: Müssten Fleisch, Fisch, Milch und Käse aus Pflanzen nicht billiger sein als Tierprodukte, damit noch mehr Leute zugreifen?

Katrin Kasper: Vegane Grundnahrungsmittel sind nicht teuer. Ein Kilo Kartoffeln kostet einen Euro, ein Kilo Linsen oder Bohnen drei bis vier Euro. Daraus lassen sich mit wenigen Handgriffen auch tolle Frikadellen machen. Meine Kinder lieben die Black Bean Burger, die mein Mann für sie brät! Wer allerdings im Supermarkt zu veganer Bratwurst, Käse und Schnitzel greift, muss oft tief in die Tasche greifen. Das sind industriell verarbeitete Fertigprodukte – nur, dass hier Pflanzen verarbeitet werden und keine lebenden, fühlenden Wesen. Aber solche Convenience-Produkte sind natürlich bequem – und das senkt die Barrieren, auch mal was auszuprobieren.

WVM: Und warum sind Veggie-Produkte oft teurer als tierische?

Katrin Kasper: In der Tierindustrie gibt es riesige Kostenvorteile durch die durchrationalisierte Massenproduktion. Tiere werden degradiert zu Maschinen – Schweine etwa werden zu niedrigsten Kosten im Kastenstand fixiert, gemästet und im Akkord getötet. Der Gemüseanbau hingegen braucht oft mehr Handarbeit und Zeit. Zum Vergleich: Ein Grillhähnchen wird in 30 Tagen turbo-gemästet, ein Brokkoli braucht von der Aussaat bis zur Ernte 90 Tage. Hinzu kommt, dass viele Hersteller bevorzugt regionale Zutaten einsetzen, oft aus Bio-Anbau. Bei Sojabohnen beispielsweise geht es gar nicht anders, um auszuschließen, dass sie gentechnisch verändert wurden. Und natürlich werden noch längst nicht so viele vegane Alternativen hergestellt, wie es Tierprodukte auf dem Mark gibt. Es kommt eben auch auf die Masse an.

WVM: Inwiefern profitiert die Tierindustrie von ihren etablierten Strukturen?

Katrin Kasper: Die Wettbewerbsvorteile sind riesig. Der Newcomer Plantbased hat immense Investitionskosten – von der Produkt- und Prozessentwicklung, über die Maschinen, bis zu Vertrieb und, nicht zuletzt, dem Marketing. Die Tierwirtschaft hat eine starke Lobby und riesige Werbebudgets, sie kann sich Listungen im Supermarkt kaufen. Die Newcomer müssen viel investieren, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Zumal die Produkte erklärungsbedürftig sind: Vielen Menschen leuchtet es nicht ein, warum sie, statt des Billigschnitzels aus dem Supermarkt, einen womöglich dreimal so teuren „Ersatz" aus Soja kaufen sollten – der womöglich auch noch anders schmeckt, als das Gewohnte.

WVM: Ist also Fleisch einfach nur zu billig?

Katrin Kasper: Aus meiner Sicht müsste Fleisch unbezahlbar sein – allein, weil jedes Leben schützenswert ist. Aber natürlich ist es auch sonst viel zu billig: Umweltschäden finden in die Supermarktpreise keinen Eingang, sie fallen der Allgemeinheit und künftigen Generationen zur Last. Dazu gehören die bei der Produktion entstehenden Treibhausgase, die Verseuchung des Bodens und des Grundwassers mit Nitrat und Medikamentenrückständen aus der Gülle, der hohe Energie- und Wasserverbrauch und die Rodung des Regenwalds für Futtermittel. Würde man all das berücksichtigen, würden 500g gemischtes Hackfleisch im Supermarkt nicht 2,80 Euro kosten, sondern 7,60 Euro – fast dreimal soviel. Das haben Forscher der Uni Augsburg kürzlich ausgerechnet.

WVM: Was müsste passieren, damit wir an der Kasse die wahren Preise von Lebensmitteln zahlen?

Katrin Kasper: Es fehlt eine staatliche Lenkungssteuer, die diese sogenannten externalisierten Kosten abdeckt. Stattdessen unterstützt der Staat die Tierwirtschaft sogar noch mit mehr als 13 Milliarden Euro jährlich. Zu den Subventionen gehören Steuererleichterungen, wie der ermäßigte Mehrwertsteuersatz auf tierische Produkte, also 7, statt 19 Prozent, staatliche Dienst-, Beratungs- und Sozialleistungen, aber auch Förderungen für vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche, wie die Schlachtung, den Transport und die Vermarktung von Tierprodukten.

WVM: Was ist sonst noch nicht eingerechnet in die Fleischpreise?

Katrin Kasper: Die Kosten, die unser Gesundheitssystem belasten. In Deutschland verzehren wir 60 Kilogramm Fleisch pro Kopf und Jahr – doppelt so viel, wie die Deutsche Gesellschaft für Ernährung als Höchstmenge empfiehlt. Unsere Ernährung ist für mehr als 70 Prozent der Krankheiten verantwortlich. Weltweit gibt es mehr als zwei Milliarden Übergewichtige – während 811 Millionen Menschen hungern. Da stellt sich auch die Frage, ob man die Kalorien nicht gerechter verteilen kann. Erst recht angesichts der wachsenden Weltbevölkerung: Die können wir nicht mit tierischen Proteinen satt machen, in die wir fünf- bis zehnmal soviel Energie reinstecken, wie rauskommt. Hinzu kommt, dass die Antibiotika, die in der Tierwirtschaft im großen Stil eingesetzt werden, in die Umwelt geraten und für Resistenzen sorgen. Von den Pandemierisiken durch die Massentierhaltung, vor denen Wissenschaftler seit Jahren warnen, ganz zu schweigen.

WVM: Die Unternehmensberater von Kearney schätzen, dass 2040 weltweit 60 Prozent des Fleischkonsums aus alternativen Proteinquellen stammen. Erleben wir gerade eine grundlegende Ernährungswende?

Katrin Kasper: Die Tatsache, dass der Fleischkonsum sinken muss, wenn wir den Klimawandel stoppen wollen, sickert immer mehr ins kollektive Bewusstsein. Das wird in den Medien immer häufiger thematisiert und Politiker

AUS MEINER SICHT MÜSSTE FLEISCH UNBEZAHLBAR SEIN. ALLEIN, WEIL JEDES LEBEN SCHÜTZENSWERT IST.

„WER WENIGER FLEISCH ISST, VERZICHTET – AUF INFARKT UND SCHLAGANFALL."

sprechen darüber – nicht zuletzt Agrarminister Cem Özdemir, der ja selbst Vegetarier ist. Influencer in den sozialen Medien machen Druck, von Greta Thunberg, über Luisa Neubauer bis Rezo. Und auch immer mehr Ärzte weisen auf die Vorteile pflanzlicher Ernährung hin. Prominentes Beispiel ist TV-Doc Eckhart von Hirschhausen, der jüngst im Focus schrieb: „Wer weniger Fleisch isst, verzichtet – auf Infarkt und Schlaganfall."

WVM: Welche Rolle spielt die Industrie?

Katrin Kasper: Immer mehr Hersteller von Tierprodukten erkennen, dass sie schon zur eigenen Existenzsicherung diversifizieren müssen. Sie bauen eigene Veggie-Sparten auf oder kaufen innovative Marken hinzu. Nicht selten, weil sie Kinder haben, die ihnen zeigen, wohin der Trend geht: In der Generation Z isst laut Fleischatlas 2021 schon jeder Fünfte der 15- bis 19-Jährigen vegetarisch oder vegan. Auch Investoren schichten ihre Portfolios um in Richtung Plantbased – zum Beispiel in vegane Food-Startups, die derzeit überall wie Pilze aus dem Boden schießen. Neue vegane Produkte drängen im Wochentakt auf den Markt und konkurrieren um Platz im Supermarktregal. Und der Handel kommt mit Eigenmarken daher, von Edeka mit Vehappy, über Rewe mit Bio + Vegan, bis zu Lidl mit Food for Future.

WVM: Und für wen sind diese Produkte?

Katrin Kasper: Die Zahl der Vegetarier und Veganer wächst konstant und über die Hälfte der Deutschen bezeichnet sich als Flexitarier, so der Ernährungsreport des BMEL. Ihnen helfen vegane Ersatzprodukte bei der Umstellung. Denn damit können sie Vertrautes in die neue Welt hinüberretten – aber ohne die schädlichen Nebenwirkungen. Warum das so wichtig ist, liegt an unserer Biologie: Bei vertrautem Essen haben wir ein positives Gefühl. Unser Gehirn produziert bei schönen Erinnerungen das Glückshormon Dopamin – und das motiviert uns zur Wiederholung.

WVM: Sind vegane Fleischalternativen also die Lösung?

Katrin Kasper: Noch reden wir beim Fleischersatz von einer Nische, auch wenn diese stetig wächst. Doch wenn immer mehr Menschen zugreifen, werden dank der Massenproduktion auch hier die Preise sinken. Dabei liegt die Verantwortung übrigens auch bei den Händlern: Sie verscherbeln Fleisch oft als künstlich billige Lockangebote, erwarten bei Veggie-Produkten aber Gewinnspannen von mindestens 35 Prozent. Ziel kann es aber nicht sein, Schnitzel für Alle bis zum Abwinken zu produzieren und zu konsumieren, sondern möglichst viele Menschen zu einer pflanzlichen und nachhaltigen Ernährung zu motivieren. Dann darf's am Sonntag auch mal ein Schnitzel sein – wenn es denn vegan ist.

WVM: Wie wird sich der Markt weiter entwickeln?

Katrin Kasper: Im Moment befinden wir uns noch beim Nachbau herkömmlicher Geschmäcker. Die Produkte werden immer besser, was Geschmack, Textur und Mundgefühl angeht. Damit erreicht die Industrie auch Menschen, die einfach mal etwas Neues ausprobieren wollen und dann erkennen, dass ihnen das Ersatzprodukt eigentlich genauso gut schmeckt, wie die herkömmliche Salami. Zudem verfallen die Preise für Laborfleisch gerade. Die ersten Produkte könnten schon nächstes Jahr auf den Markt kommen. Auch Milch und Fisch aus Zellkulturen oder Präzisionsfermentation dürften nicht mehr lange auf sich warten lassen. Ich rechne damit, dass es in nicht allzu weiter Ferne zehn verschiedene Salamis im Supermarkt gibt und höchstens eine oder zwei davon sind noch aus Fleisch.