

Dr. Wolfgang Kühnl ist Lebensmittel-technologie und einer der geschäftsführenden Gesellschafter der InFamily Foods Holding GmbH & Co. KG.

Hans-Ewald Reinert, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter der InFamily Foods Holding GmbH & Co. KG, ist gelernter Fleischer.



Die Ideologie aus dem Thema

Konventionelle und neue Proteinquellen erforschen, herstellen und auf den Markt bringen. Das hat sich die Unternehmensgruppe InFamily Foods auf die Fahnen geschrieben und verfolgt dabei einen dreigleisigen Ansatz: Neben der Produktion von Fleisch- und Wurstwaren sowie pflanzlichen Fleischalternativen fokussiert sich das Unternehmen auch auf Technologien zur Herstellung von kultiviertem Fleisch. Die dbk spricht mit den zwei geschäftsführenden Gesellschaftern des Unternehmens, Hans-Ewald Reinert und Dr. Wolfgang Kühnl, über die integrierte Proteinstrategie des Unternehmens.

Sie verfolgen eine integrierte Proteinstrategie. Wie genau sieht das für Sie aus?

Hans-Ewald Reinert: Nach der Gründung von InFamily Foods haben wir uns sehr schnell mit der Zukunft beschäftigt und überlegt, welche weiteren Geschäftsfelder gut zu uns passen, wo wir mit innovativen Produkten nach vorn gehen können und was in der Gesellschaft eine Rolle spielt. Schnell haben wir dann entschieden, herkömmlich produzierte Fleischwaren um alternative, nachhaltige Proteine zu ergänzen und somit eine integrierte Proteinstrategie zu verfolgen. Hierbei ging es uns von Beginn an nicht nur um vegane Proteine, sondern auch um kultiviertes Fleisch.

Dr. Wolfgang Kühnl: Glücklicherweise sind wir zu einem Zeitpunkt eingestiegen, an dem sich nicht mehr zeigen musste, dass die Herstellung von kultiviertem Fleisch grundsätzlich möglich ist. Was bisher noch nicht gelöst ist, sind die Fragen der Skalierung und wie diese Produkte massenmarktfähig werden können. Dies war und ist letztendlich auch unser Fokus in dieser Sparte. Inzwischen haben wir uns entschieden, zudem selbst Bioreaktoren bauen lassen und sind bestrebt, auch über unser Haus kultiviertes Fleisch auf den Markt zu bringen. Hier sind wir bereits ein gutes Stück vorangekommen, immerhin befindet sich unser erstes kultiviertes Fleischerzeugnis – ein hybrider Hotdog – aktuell im Vorverfahren der EFSA-Zulassung.



Foto: InFamily Foods Holding GmbH & CO. KG

uns, dass wir insbesondere auf starke Marken und hochwertige Thekenware setzen müssen, wo Wertschätzung und Wertschöpfung noch ein Zuhause haben. Gleichzeitig ist es uns wichtig, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten zu können, sodass sich auch Verbrauchergruppen mit geringem Einkommen noch hochwertige Wurst- und Fleischwaren leisten können.

Schauen wir auf kultiviertes Fleisch. Gibt es dafür speziell in Deutschland überhaupt Marktchancen – angesichts unserer recht veränderungsaversen Gesellschaft, die vielem, was aus dem „Labor“ kommt, skeptisch gegenübersteht?

Dr. Kühnl: Es gibt eine ganze Reihe von Studien, die sich mit dieser Thematik auseinandergesetzt haben und sich spezifisch auf Deutschland beziehen. Hier ist festzustellen, dass über 50 Prozent der Bevölkerung kultiviertes Fleisch einmal probieren würden – bei den unter 30-Jährigen landen wir jenseits der 80-Prozent-Marke. Wenn wir auf andere Bereiche der Welt schauen, in denen kultiviertes Fleisch bereits zugelassen ist – also nach Singapur und in die USA –, sehen wir, dass in beiden Fällen die Hersteller die Nachfrage nicht bedienen können. Wir gehen stark davon aus, dass dies auch in Europa der Fall sein wird. Durchaus machen wir uns aber Gedanken darüber, ob Deutschland innerhalb der EU der geeignete Einstiegsmarkt ist. Möglicherweise sind die Niederlande oder Skandinavien hier anfänglich sinnvoll, da die Gesellschaft dort in der Tat offener für Neues ist.

Wie wichtig ist der Geschmack, um die Konsumenten zu überzeugen?

Dr. Kühnl: Letztendlich muss das Produkt auf jeden Fall geschmacklich einen guten Job machen. Bei vegetarischen oder veganen Fleischalternativen sehen wir, dass diese bereits seit Jahren auf dem Markt sind, aber erst so richtig Fahrt aufgenommen haben, als der Geschmack wirklich gut wurde. Eine ähnliche Entwicklung erwarten wir auch im Bereich Cultivated Meat: Zunächst braucht es Personen, die neugierig sind und es probieren mögen, aber letztendlich muss das Produkt auch überzeugen. Der Vorteil von kultiviertem Fleisch ist, dass wir keinen Geschmack nachahmen müssen, sondern direkt tierische Zellen einsetzen. Dies ist natürlich nach wie vor eine Herausforderung und die ersten Produkte werden vermutlich hybride Produkte sein – also eine Mischung aus pflanzlichen Bestandteilen und kultivierten tierischen Eiweißen. Grundsätzlich sehen wir aber große Chancen, die Qualitäten, die der Konsument bisher gewohnt ist, zu erreichen.

Auch der Preis spielt eine wichtige Rolle. In anderen Ländern wurden die ersten Produkte zu exorbitanten Preisen verkauft. Wann wird der Punkt erreicht sein, an dem kultiviertes Fleisch einen vergleichbaren Preis zu herkömmlichem Fleisch hat? ➔

herausnehmen

Bevor wir auf die Thematik des kultivierten Fleisches schauen, zunächst ein Blick auf herkömmliches Fleisch. Worauf setzen Sie in dieser Sparte?

Reinert: Wir haben hier eine klare Meinung: Obwohl wir verbraucherseitig in der Vergangenheit die Erfahrung machen mussten, dass zwar stets Tierwohl gefordert wird, aber niemand die Preisaufschläge zahlen möchte, setzen wir in unserer „roten Sparte“ nach wie vor voll auf das Thema Tierwohl. Aktuell wird aber immer deutlicher, dass wir vor einem großen Dilemma stehen: Auf der einen Seite steht der politische und gesellschaftliche, mit vagen Absichtserklärungen untermauerte Wunsch, Tierhaltung komplett auf hohe Haltungsebenen umzustellen. Gleichzeitig stehen die Landwirte vor der Frage, ob die damit einhergehenden massiven Investitionen überhaupt wirtschaftlich lohnend sind. Hier braucht es Lösungen. Für uns als Fleischwarenhersteller sind zwei Aspekte wichtig: Einerseits glauben wir, dass der Fleischverzehr in Deutschland in den kommenden Jahren weiter sinken wird. Das bedeutet für

Dr. Kühnl: Im Laborbereich sind wir bereits sehr nah dran – insbesondere bei Rind-, aber auch bei Schweine- und Geflügelfleisch. Dass die ersten Produkte hybrid sein werden, hat natürlich einerseits einen technologischen Aspekt – aktuell brauchen wir noch gewisse Eigenschaften pflanzlicher Proteine, um ein gutes Produkt herzustellen –, zum anderen aber auch preisliche Hintergründe. Selbst wenn wir noch keine riesigen Mengen an kultiviertem Fleisch erzeugen können, ist es durch die Zugabe von Pflanzenproteinmasse möglich, größere Absatzmengen zu erreichen. Unser Anspruch ist aber grundsätzlich, nicht lediglich Sternrestauranten zu beliefern, sondern von Beginn an industrielle Mengen zu produzieren und diese einer großen Bandbreite an Konsumenten anbieten zu können. Dafür braucht es Preise, die massenmarktfähig sind. Sicher wird unser Produkt nicht direkt im Preiseinstiegsbereich landen, vielmehr wird es schon ein Premiumprodukt sein, aber eben kein Luxusprodukt.

Was ist darüber hinaus entscheidend für den Erfolg im Supermarktregal?

Reinert: Wir sehen gerade bei jüngeren Personen bereits jetzt ganz klar die Neugierde. Wichtig ist aus unserer Sicht zudem die Markenbildung in diesem Bereich und wie das, was das Produkt ausmacht, dann kommuniziert wird. Wir haben hier eine spannende Kombination aus Technologie und Natur – und bekanntlich kommt die beste Technologie immer aus der Natur. Hier wartet also nicht nur eine technologische, sondern auch eine großartige kommunikative Aufgabe auf uns. Aspekte wie Social Media und Eventmarketing können hier sicher eine große Rolle spielen.

Ist kultiviertes Fleisch denn letztendlich wirklich nachhaltig?

Dr. Kühnl: Die Cultivated Meat-Industrie ist aktuell noch in den Kinderschuhen – wenn überhaupt. Heute ist die Herstellung von kultiviertem Fleisch im Labormaßstab sicherlich noch nicht ansatzweise nachhaltig. Da es sich aber um Prozesse handelt, die industriell skaliert werden können, hat die Branche die Chance, enorme Effizienzen zu generieren, sich optimiert zu entwickeln und Nachhaltigkeitskriterien auch in Gänze zu erfüllen. Der zweite Punkt ist, dass der Produktionsprozess von kultiviertem Fleisch durchaus energieintensiv ist. Hier kommt es in höchstem Maße darauf an, aus welcher Quelle der eingesetzte Strom kommt. Wenn dieser aus Kohleverstromung kommen sollte, wird dieses Verfahren nicht nachhaltiger sein als die konventionelle Tierproduktion. Wenn wir aber CO₂-neutralen Strom einsetzen, zeigen jetzige Berechnungen, dass die CO₂-Bilanz durchaus konkurrenzfähig sein kann. Zudem ist dies bei kultiviertem Fleisch grundsätzlich unabhängig von der Tierart. Sprich: Die Geflügelzelle ist hier energetisch nicht anders zu bewerten als die Rinderzelle.

Wie schätzen Sie die Konkurrenz zwischen kultiviertem und herkömmlich produziertem Fleisch ein?

Dr. Kühnl: Insbesondere global betrachtet sehen wir die herkömmliche Tierhaltung nicht in der Konkurrenz zu kultiviertem Fleisch. Warum? Studien besagen, dass mit steigendem Wohlstand und global zunehmendem Fleischverzehr die Proteinerzeugung bis 2050 in etwa verdoppelt werden muss. Um dies zu bewerkstelligen, wird es aus unserer Sicht alle drei Quellen brauchen: pflanzliche Proteine, herkömmliches Fleisch und kultiviertes Fleisch. Dass es nach 2050 möglicherweise zu einer Konkurrenzsituation zwischen kultiviertem und herkömmlichem Fleisch kommen kann, ist natürlich immer mit einem Blick in die Glaskugel verbunden. Zunächst einmal sehen wir aber kein disruptives Potenzial, dass Landwirte sich kurzfristig Sorgen machen müssten, aus Gründen der Cultivated Meat-Produktion ihre Tierhaltung herunterfahren zu müssen. Grundsätzlich wünschen wir uns, dass alle drei Säulen der Proteinversorgung eine Zukunft haben, dass die drei Quellen sich möglicherweise auch durchmischen und unsere Gesellschaft irgendwann in der Lage ist, die Ideologie aus diesem Thema herauszunehmen.

Wo liegen aktuell Ihre größten Herausforderungen?

Dr. Kühnl: Gerade im Bereich der Skalierung sind technisch noch nicht alle Herausforderungen gelöst. Darüber hinaus muss zunächst einmal die Infrastruktur geschaffen werden: Bioreaktoren müssen gebaut werden und es braucht eine stabile Erzeugung der Inhaltsstoffe der Nährmedien, z. B. Aminosäuren. Allein die Inhaltsstoffe werden aktuell nicht ansatzweise in der Masse produziert, die es bräuchte, um signifikante Mengen zu produzieren – insbesondere nicht in Europa. Diese Infrastruktur zu schaffen, ist mit nicht unerheblichen Investitionen verbunden, die zunächst einmal getätigt werden müssen. Dies wird ein langer, kontinuierlicher Prozess.

Welche politischen Rahmenbedingungen braucht es aus Ihrer Sicht?

Dr. Kühnl: Auf EU-Ebene ist wichtig, dass das Labeling der Produkte nicht diskriminierend ist – und das gilt für alle drei Sparten. Kultiviertes Fleisch bspw. sollte aus unserer Sicht nicht Laborfleisch genannt werden, da dies für den Verbraucher irreführend ist. Auf der anderen Seite sollte aber auch das herkömmliche Fleisch in keiner Weise diskriminiert werden, um den Verbraucher in eine andere Richtung zu lenken. Abgesehen von der Zulassung durch die EFSA muss die EU nun ein Regelwerk erarbeiten, nach dem sie diese Produkte zulässt. Für Europa halten wir dieses Thema darüber hinaus für eine große Chance, ehrgeizige Lebensmittelsicherheitsstandards in diesem Bereich zu etablieren. Nur so bekommen wir auch die entsprechende Verbraucherakzeptanz. Entscheidend dabei ist, dass dieser Prozess kooperativ mit den Unternehmen geschehen muss und weniger bürokratisch.

Interview: Sofie Sponbiel