

Zeitschrift: Bulletin / Vereinigung der Schweizerischen Hochschuldozierenden =
Association Suisse des Enseignant-e-s d'Université

Herausgeber: Vereinigung der Schweizerischen Hochschuldozierenden

Band: 47 (2021)

Heft: 1

Artikel: Entwicklung von veganem Käse : Vielfalt der Rohstoffe und Geduld mit
den Prozessen

Autor: Bryner, Diego

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-966135>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Entwicklung von veganem Käse – Vielfalt der Rohstoffe und Geduld mit den Prozessen

Diego Bryner*

1. Einleitung

Die Mifa AG ist ein Industrieunternehmen der Migros, welches 1933 gegründet wurde. Der Hauptzweck des Unternehmens bestand damals darin, Migros mit Produkten des täglichen Bedarfs zu beliefern und damit die Unabhängigkeit von Migros gegenüber grossen Markenartiklern, die immer wieder versuchten, Migros zu boykottieren, zu sichern. Seit dieser Zeit wird die Migros als Hauptkunde, früher aus Basel und seit 1981 aus Frenkendorf BL, einerseits mit Wasch- und Reinigungsmitteln und andererseits mit Margarinen, Fetten und Butterprodukten beliefert. Seit 2011 ist die Mifa AG Teil der Mibelle Group, mit Schwesterunternehmen in Buchs AG, Sarreguemines (F), Seoul (SK) und Bradford/Bracknell (UK).

Während sich Margarinen bis in die späten 1980er Jahre einer grossen Beliebtheit erfreuten, sind deren Verkaufszahlen spätestens seit der Jahrtausendwende deutlich am Sinken (im Schnitt jährlich um rund 5%). Dieser Rückgang hat viele Gründe: sich ändernde Essgewohnheiten, demographische Veränderungen (z.B. mehr Singlehaushalte), Ausser-Haus-Verpflegung oder der Trend zu natürlicheren Produkten (Margarine als stark verarbeitetes Lebensmittel hat ein deutlich schlechteres Image als z.B. Butter). Zudem hat die Diskussion rund um Palmöl als Hauptbestandteil von Margarinen wegen der mit seiner Gewinnung verbundenen, teils gravierenden Auswirkungen auf die Umwelt ebenfalls zum sinkenden Trend beim Margarinekonsum beigetragen.

Diese Trends haben das Unternehmen schon früh gezwungen, mit Innovationen auf Produkte- und Geschäftsmodellebene die wegbrechenden Umsätze zu kompensieren. Zentral war dabei immer die hohe technische Grundkompetenz in der Fettverarbeitung, die es erlaubte, auch in angrenzenden Märkten

erfolgreich Fuss zu fassen. So gelang es, eine Reihe von interessanten Butterspezialitäten zu entwickeln, die auf spezifische Kundenbedürfnisse abgestimmt waren. Dazu gehören beispielsweise fettreduzierte Butter oder Butter, die sich auch kalt gut verstreichen lässt.

Der über Jahre anhaltende Rückgang des Grundgeschäftes, der durch Innovationen immer wieder kompensiert werden konnte, hat die Unternehmenskultur massgeblich geprägt. Auf der einen Seite bekam diese Geschäftseinheit die Freiheiten, die notwendig waren, um immer wieder neue Ideen zu finden und auszutesten. Auf der anderen Seite ging mit dieser Gestaltungsfreiheit eine grosse Verantwortung der betroffenen Mitarbeitenden einher, sich kontinuierlich für das geschäftliche Wohlergehen des Unternehmens zu engagieren.

Die Geschäftseinheit blieb über die Jahre mit rund 30 Mitarbeitenden relativ klein und übersichtlich und konnte sehr unabhängig operieren. Das Personal war es sich auf allen Stufen gewohnt, in kleinen, interdisziplinären Teams an Projekten zu arbeiten und flexibel auf die Bedürfnisse der Konsumenten zu reagieren.

Dank dieser Selbständigkeit und Unabhängigkeit war es möglich, Entscheidungen rasch und mit Sachkompetenz möglichst nahe am Markt zu treffen, ohne durch die Befindlichkeiten von Konzernstrukturen blockiert zu werden.

2. Vegane Käse – erste Schritte

Der Weg von der Margarine zum veganen Käse führte über verschiedene Etappen. Da Margarine (und Butter) oft als Brotaufstrich verwendet werden, lag es auf der Hand, das Thema Brotaufstrich weiter zu vertiefen, zumal hierfür eine grosse technische Kompetenz im Unternehmen vorhanden war.

In einem ersten Schritt wurde so das Konzept eines würzigen Brotaufstriches entwickelt. Erste Hinweise der Konsumenten liessen dafür ein echtes Bedürfnis erwarten. Zwei Produkte wurden so bis im Frühjahr 2014 entwickelt: Ein Fleischersatz-Aufstrich, um für die bestehenden Cornatur¹-Käufer ein neues Angebot zu bieten, sowie einen «100% pflanzlichen

¹ Marke eines seit Jahren etablierten vegetarisch/veganen Produktsortiments in der Migros.

* Mibelle Group Mifa AG, Rheinstrasse 99, 4402 Frenkendorf.

E-mail: diego.bryner@mibellegroup.com
<https://www.mibellegroup.com>



Diego Bryner, Dipl. Lm Ing. FH, Executive MBA HSG, seit 2010 Managing Director der Mibelle Group Nutrition. Nach einer Lehre als Koch Studium an der ZHAW zum Lebensmittelingenieur FH 1997. Anstellung als Projektleiter Innovationen in der Midor AG (1997), Betriebsleiter der Chocolat Heidi SA Bukarest Rumänien (2003), Betriebsleiter der Lächerli Huus AG (2006).



Abbildung 1. Soja-Mousse.

(Soja-) Brotaufstrich» als Ergänzung zum bestehenden Frischkäse-Sortiment.

Dabei mussten sowohl technisch wie auch marketingmässig grosse Herausforderungen gemeistert werden. Zum einen war für eine gewisse Zeit eine Zusammenarbeit mit einer Metzgerei notwendig, die über spezielle Apparate verfügte. Zusätzlich traten noch mikrobiologische Probleme in Form von erhöhten Konzentrationen von *Bacillus Cereus*² auf, welche durch eine ungenügende Reinigung von Anlagenteilen verursacht wurde. Zum anderen war dem Grundsatz «one in, one out» von Migros Rechnung zu tragen, wonach das Sortiment durch Neuigkeiten nicht ausgedehnt werden darf. Absätze mit neuen Produkten mussten demnach schnell grösser werden als die ersetzten Sortimentsteile.

Eine interessante Erkenntnis aus dem Projekt war unter anderem auch, dass Veganer und Vegetarier primär nicht auf der Suche nach der genauen Kopie eines bestehenden nicht-veganes Produktes sind, also keine Fleisch- oder Frischkäsekopie suchen, sondern sich etwas Neues und Kreatives wünschen, als Ergänzung zum Bestehenden.

Beide Produkte wurden bis zur Marktreife fertigentwickelt. Die Soja-Mousse schaffte es zwei Jahre später schliesslich in den Laden als eine Art Frischkäse-Ersatz und lieferte tatsächlich zusätzlichen Umsatz. Die Lernkurve verlief sehr steil, waren doch bis am Schluss verschiedenste technische Hürden zu überwinden. Die Mousse ist ein luftiges und gleichzeitig im Geschmack relativ neutrales, leicht salziges Produkt, welches einerseits direkt als Brotaufstrich zu gebrauchen ist, aber auch als Basis für eine Vielzahl von Gerichten in der süssen und salzigen Küche eingesetzt werden kann.

Der Fleischersatz-Aufstrich auf Basis von roten Bohnen und geräuchertem Tofu schaffte es hingegen

² *Bacillus (B.) cereus* ist ein Sporenbildendes Bakterium, das weltweit verbreitet ist. Durch die Verschmutzung mit sporenhaltigen Erdbodenpartikeln oder Staub kann *B. cereus* leicht auf Lebensmittel übertragen werden.

nicht in den Laden. Obwohl das Produkt ansprechend war und in Testpanels gut abschnitt, gelang es nicht, die Kategorie-Verantwortlichen dafür zu begeistern. So geschah mit ihm, was in der Innovation immer wieder vorkommt: Das Projekt wurde archiviert. Es dürfte vielleicht in 10 bis 20 Jahren von einem Forscher wiederentdeckt werden, und dann wird man staunen, wie weit man eigentlich schon einmal war.

3. Von Soja zur Lupine

Kurz nach Einführung der Soja Mousse wurde bei der Entwicklung von neuen veganen Käsen der Schwerpunkt auf einen neuen Rohstoff gelegt. Die Lupine gilt als beliebte Alternative zu Soja und weist mit 36–48% der Trockenmasse auch einen ähnlich hohen Proteingehalt auf. Seit der Züchtung von Sorten mit geringeren Anteilen an Bitter- und Giftstoffen ist die sogenannte Süsslupine auch für die menschliche Ernährung bestens geeignet. Allerdings weist die Lupine eine relativ hohe Allergenität auf, so dass dieser Rohstoff in der Lebensmittelindustrie relativ selten eingesetzt wird. Die technologischen Eigenschaften des Lupinenmehls sind jedoch vielfältig. Dazu zählen unter anderem eine gute ölbindende Eigenschaft sowie ein relativ neutraler Geschmack. Dies sind wichtige Faktoren bei der Entwicklung von pflanzenbasierten Käsealternativen.

Zu Beginn wurde versucht, mit den Rohstoffen Lupine und Sojamilch das Frischkäse-Konzept weiter zu verfolgen. Während die Soja-Mousse als eigenständiges Produkt ohne den Anspruch, dem Original eines Frischkäses zu entsprechen, positioniert wurde, war das Ziel der neuen Lupinen-Entwicklung klar, eben eine solche Frischkäse-Qualität zu erreichen. Die ersten Versuche galten vorwiegend dem Ziel, die Konsistenz und den leicht säuerlichen Geschmack des Originals zu erreichen. Dazu wurden analog dem Vorbild die Zutaten zu einer wässrigen Lösung vermischt, um diese anschliessend mit Hilfe von Säure auszufällen und so einen veganen Frischkäse zu erhalten.

Die ersten Versuche waren vielversprechend. Besonders die Varianten mit Kräutern konnten geschmacklich sehr überzeugen. Allerdings wurde rasch klar, dass eine industrielle Umsetzung nur mit hohen Investitionen in neue Anlagen und Maschinen möglich sein würde. Der neue Prozess hatte nichts mit den herkömmlichen Abläufen und Gerätschaften einer Margarineproduktion gemein, und diese konnten auch nicht für den neuen Prozess umfunktioniert werden. Deshalb wurde diese Entwicklung nicht mehr weiterverfolgt.

Es zeigte sich aber, dass weder die eingesetzte Zeit noch der getriebene Aufwand vergebens waren. Es

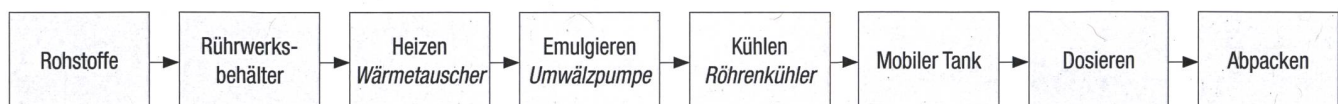


Abbildung 2. Prozess Choco-Lupinen Aufstrich

wurde bis zu diesem Zeitpunkt eine Reihe von Experimenten durchgeführt mit dem Ziel, die Konsistenz eines Frischkäses durch den Einsatz von Lupinenmehl ohne den aufwändigen Ausfällprozess zu erreichen. Eines der dabei hergestellten Muster wurde bei den internen Degustationen als besonders interessant empfunden. Obwohl geschmacklich noch nicht befriedigend, überzeugte die cremige und feine Konsistenz, welche stark an einen bekannten schokoladehaltigen Brotaufstrich erinnerte. Damit war schnell die Idee geboren, einen Lupinenaufstrich mit Schokolade herzustellen und diesen als vegane Alternative zu anderen Aufstrichen zu positionieren. Durch die Zugabe von Kakaopulver und Haselnussmark, sowie einer weiteren Optimierung der Basisrezeptur wurde eine Qualität erreicht, welche auch die Kunden zu überzeugen wusste.

Eine Herausforderung war die prognostizierte jährliche Absatzmenge von nur 9'000 kg. Da auf den bestehenden Produktionsanlagen die kleinstmögliche Charge 1'500 – 2'000 kg gross war, musste in der Folge ein Prozess entwickelt werden, der unabhängig von den bestehenden Anlagen funktionieren musste. Zudem wäre eine «Kontamination» der bestehenden Anlagen mit Kakaopulver, Lupinenmehl und Haselnuss in Bezug auf die Allergenthematik und Reinigung eine fast unlösbare Aufgabe gewesen.

Das Produkt wurde schlussendlich in einem freien Rührwerkstank unter Zuhilfenahme eines Wärmetauschers und einer Umwälzpumpe mit anschließender Kühlung hergestellt. Für den weiteren Schritt wurde das Produkt in einen mobilen Container gepumpt und zur Abfüllanlage transportiert.

Der neue Artikel wurde schliesslich im Herbst 2017 in der Migros unter dem Namen «Lupinen Choco Aufstrich» eingeführt, rund 1,5 Jahre nach der Soja Mousse und ebenfalls im Frischkäse Sortiment positioniert.

Der wirtschaftliche Erfolg der Soja Mousse und des Lupinen Choco Aufstrichs ist der Beweis, dass die Mibelle Group mit ihrer Geschäftseinheit Nutrition sich die notwendige Kompetenz im Bereich der veganen Käse erarbeitet hatte und damit weiterwachsen konnte. Zudem verstärkte sich in den letzten Jahren der Trend zu veganer, pflanzenbasierter Ernährung immer mehr, so dass man sich in einer aus-

gezeichneten Position befand, sich im Bereich der pflanzlichen Käsealternativen weiter profilieren zu können.

4. Mozzarella aus Cashewnüssen

Während die ersten beiden Produkte, die in den Verkauf gelangten, zwar im entsprechenden Sortiment angeboten wurden, aber als solche nur wenig erkennbare Verbindung zum eigentlichen Frischkäse aufwiesen, entschied man sich, für die weiteren Entwicklungen die Produkte näher an das Käseoriginal zu positionieren. Dadurch konnten vom Konsumenten schon «gelernte» Verwendungen als Kommunikationsbasis verwendet werden. Damit begann eine neue Entwicklungsphase mit dem Ziel, pflanzliche Käsealternativen auf den Markt zu bringen, die mit den Originalprodukten verglichen werden konnten. Ein folgendes Projekt befasste sich mit der Aufgabe, einen veganen Mozzarella zu entwickeln. Mozzarella erfreut sich bereits seit langer Zeit grosser Beliebtheit und wird neben der Verwendung als klassischer Pizzabelag vor allem auch in der sommerlichen kalten Küche eingesetzt. Die Neuentwicklung beruhte auf Cashewnüssen als Hauptbestandteil, welche zusammen mit Wasser sowie Flohsamenschalenpulver³ und Agar⁴ zu einer feinen Masse zerkleinert wurden. Um diese Masse herzustellen, konnte glücklicherweise auf einen gebrauchten Metzgerei-Cutter zurückgegriffen werden, welcher seinerzeit in der Schlussphase der Fleischersatz-Entwicklung angeschafft wurde.

Anders als bei den vorherigen Projekten war der Prozess mit der Masseherstellung noch nicht abgeschlossen. Um dem Produkt eine feste Struktur zu geben, musste noch zusätzlich ein Brühprozess durchgeführt werden. Dazu musste die Masse vorgängig mittels Kolbenfüller in einen Wurststern abgefüllt werden, welcher mit Clips verschlossen wurde. Damit glich der Prozess, bis auf die abweichenden rein pflanzlichen Zutaten, ziemlich genau der Brühwurstherstellung.

Neben dem Metzgerei-Cutter mussten also noch ein Füller inklusive Dosierung und eine halbautomati-

³ Flohsamenschalen sind die Samenschalen der Wegericharten *Plantago indica* und *Plantago afra*, welche unter anderem als pflanzliches Quellmittel eingesetzt werden.

⁴ Agar ist ein Galactose-Polymer welches ein sehr gutes und thermisch relativ stabiles Geliemittel ist.

sche Clippmaschine beschafft werden. Das Brühen konnte dank Improvisationsgabe und Kreativität in einem Fettschmelzer durchgeführt werden. Anstelle von Fett wurde Wasser eingefüllt und auf nahezu 100°C erhitzt. Der Brühprozess selber wurde so gesteuert, dass die Kerntemperatur der Produkte sicher über 80°C erreichte. Nach dem Auskühlen erfolgte die manuelle Verpackung in eine Kartonbanderole. Nach einer relativ kurzen Entwicklungszeit erfolgte die Einführung des Produktes unter dem Namen Cashewella im Mai 2018.

5. Vom Prototyp zum Grundrezept

Parallel zur veganen Mozzarella-Entwicklung wurde der Einsatz des Lupinenmehls zur Herstellung von Käsealternativen weiter vorangetrieben. Aufgrund der Saisonalität von Cashewella und der Absicht des Kunden Migros, das Produkt nur über den Sommer in den Verkaufsregalen zu belassen, wurde als erstes an einer Alternative für die Wintermonate gearbeitet. Dabei handelte es sich naheliegenderweise um ein veganes Raclette mit dem Ziel, die gleichen Schmelzeigenschaften wie das Original zu erreichen. Dies erwies sich als die grösste Herausforderung in der folgenden Entwicklungsphase. Anders als bei einem Käse auf Milchbasis, dessen Textur aufgrund des ausgefallenen Kaseins entsteht, muss bei einer pflanzenbasierten Version die Textur durch die Kombination verschiedener Inhaltsstoffe erreicht werden. In vielen Versuchen und nach dem Testen unterschiedlichster Rohstoffe, konnte schliesslich eine Grundrezeptur entwickelt werden, die sich in der Folge als sehr universell einsetzbar herausstellen sollte.

Diese Grundrezeptur besteht einerseits aus einem Anteil an diversen Stärken, wie zum Beispiel Lupinenmehl und Tapiokastärke, sowie andererseits aus Kokosöl, welches vor allem im kalten Zustand mit Hilft, in Kombination mit den Stärken eine angenehme Konsistenz und gutes Mundgefühl beim Essen zu erzielen. Ergänzt mit natürlichen Aromen sowie etwas Zitronensäure, ergibt sich ein geschmacklich einwandfreies Produkt. Damit die eingesetzten Stärken ihre Eigenschaften überhaupt entfalten können, braucht es neben Wasser und Hitze auch eine entsprechende Scherwirkung. Dies kann im bereits vorhandenen Cutter erreicht werden. Da der Produktraum des Gerätes aber nicht mittels Doppelmantel oder Direktampf erhitzt werden kann, bleibt nur der Umweg über zuvor auf rund 100°C erhitztes Wasser, welches den übrigen Zutaten zudosiert wird. Die so hergestellte ca. 70°C heisse Masse wird, analog zum Cashewella, mittels Kolbenfüller in einen Wurstdarm gefüllt und anschliessend für 2–3 Tage bei 5°C gekühlt. Damit erhält der vegane Käse seine endgültige Konsistenz und Endqualität.



Abbildung 3. Cashewella

Da der Herstellprozess in der Entwicklungsphase nur ungenau zu steuern war, musste über längere Zeit ein robuster Herstellablauf gesucht und entwickelt werden, um die gewünschte Produktqualität zuverlässig und konstant gewährleisten zu können.

Zu Beginn der Entwicklung und auch noch nach der Produkteinführung der Raclette-Alternative unter dem Namen Lupinenschmelz kam es des Öfteren zu einer inhomogenen Verteilung des Kokosöles in der Masse. Dies machte sich nach dem Auskühlen als kleine, aber bisweilen auch recht grosse Fettpartikel bemerkbar, welche in dieser Form eine zu grosse Qualitätsabweichung darstellten. Entsprechend kam es zu Beginn der Produkteinführung im Herbst 2018 zu einigen internen Produktsperren, bis der Prozess genügend stabil und zuverlässig funktionierte.

Mit dem Wissen und der Erfahrung, welche mit der Rezeptur und Herstellung der veganen Raclette-Alternative gemacht wurde, konnten in der Folge weitere ähnliche Produkte entwickelt werden. Dabei wurde die Rezeptur je nach Anwendung lediglich leicht in der Zusammensetzung angepasst, wobei die Zutaten im Grossen und Ganzen übernommen wurden. So erfolgte im Juni 2019 die Einführung des «Genuss am Stück», einer Alternative zu einem Halbhartkäse, vergleichbar mit einem milden Tilsiter. Eine Herausforderung bei diesem Produkt war die Formgebung und die Verpackung. Im Gegensatz zu den beiden vorangegangenen Produkten mussten diese beiden Eigenschaften dem Original entsprechen.

Dazu wurde die Masse in Gebinde abgefüllt, welche anschliessend für ca. 3 Tage bei 5°C gelagert wurden. Die feste Masse wurde anschliessend manuell in keilförmige Stück geschnitten, manuell in Beutel abgefüllt und zum Schluss vakuumiert. Die Kundenrückmeldungen auf das Produkt waren durchwegs positiv und zeigten, dass man auf dem richtigen Weg war.

Als weitere «Abwandlung» der Lupinen-Grundrezeptur wurde ein paar Monate später noch im selben Jahr ein veganer Reibkäse eingeführt. Dieses Produkt entwickelte sich dank der guten Qualität und der

breiten Einsatzmöglichkeit in den Küchen der Konsumenten schnell zum Verkaufsschlager im veganen Käse-Sortiment.

6. Veganer Weisschimmelkäse

Mit dem Projektstart zur Entwicklung eines veganen Weisschimmelkäses Anfang 2019 wagte sich die Business Unit Nutrition der Mibelle Group an die nächste grosse Herausforderung des veganen Käsesortimentes. Um ein Produkt zu erhalten, das den Qualitätsansprüchen genügte, musste von Grund auf ein neuer Herstell- und Reifeprozess entwickelt werden.

Dabei war das Herstellen der eigentlichen Grundrezeptur relativ einfach, da es schon etliche Vergleichsprodukte auf dem Markt gab und im Internet entsprechende Anleitungen zur Herstellung zu finden waren. So wurde als Basis wiederum auf Cashewnüsse zurückgegriffen, die schon beim veganen Mozzarella eingesetzt wurden. Die Nüsse mussten vorgängig in Wasser eingeweicht und anschliessend im Cutter zu einer feinen Masse zerkleinert werden. Nach der Zugabe von veganen Weisschimmel-Starterkulturen und etwas Milchsäure wurden ca. 100g schwere Patties geformt. Diese mussten nun einem Reifeprozess in kontrollierter Luftfeuchtigkeit und Temperatur über eine bestimmte Zeitdauer unterzogen werden. Die Herausforderung dabei war, sowohl den Feinheitsgrad der Masse, vor allem aber die richtigen Reifeparameter und -dauer für ein gutes Produkt zu finden. Ebenfalls massgebend war auch die Auswahl der richtigen Starterkulturen, da diese einen entscheidenden Einfluss auf den Geschmack und die Qualität des Produktes haben. In dieser Phase erwiesen sich die Erkenntnisse, die eine Lebensmittelingenieurstudentin der ETH Zürich bei ihrer Masterarbeit in unserem Labor erarbeitete, als äusserst wertvoll. Diese Erkenntnisse flossen in die Weiterentwicklung des Produktes ein, so dass nach rund 2-jähriger Entwicklungszeit im Frühling 2021 der erste vegane Camembert aus unserem Haus in den Verkauf gelangen wird.

7. Stand heute und Weiterentwicklung

Was vor fünf Jahren mit der Lancierung der Soja-Mousse seinen Anfang nahm, hat sich in der Zwischenzeit zu einem neuen Geschäftsfeld für die Geschäftseinheit Nutrition der Mibelle Group entwickelt, das stetig ausgebaut und erweitert wird. Der zunehmende Trend nach veganer Ernährung, die Sensibilisierung betreffend Auswirkungen der (tierischen) Lebensmittelproduktion auf die Umwelt oder die Sorge um das Tierwohl selbst werden die Weiterentwicklung dieses neuen Geschäftsfeldes antreiben. Gleichzeitig nimmt aber auch der Konkurrenzdruck zu, da natürlich auch andere Unternehmungen diesen Trend schon längst erkannt haben und mit entsprechenden Produkten auf den Markt kommen. Es ist absehbar, dass, ähnlich wie vor einigen Jahren bei den Bio-Produkten, sich auch die veganen Produkte etablieren und schon bald zum Standardsortiment jedes Händlers gehören werden. Damit einhergehend beginnen die Verkaufspreise zu sinken und der Druck auf die Lieferanten nach preisgünstigen veganen Alternativen wird zunehmen.

Somit sind nun die Herstell- und Verpackungsprozesse, die bisher sehr stark manuell erfolgten, laufend zu optimieren und effizienter zu gestalten. Meistens gelingt dies nur mit Investitionen in neue Anlagen und Maschinen, welche die manuellen Arbeitsschritte zu eliminieren vermögen. Wichtig dabei ist aber, dass der vorhandene Pioniergeist und die Innovationskultur bestehen bleiben, damit auch zukünftig neue Produkte in unserem Unternehmen entwickelt werden können, die ein wichtiges Kundenbedürfnis befriedigen. Dabei gilt es zunehmend zu beachten, dass die vegane Alternative nicht nur im Geschmack und in der Anmutung die Erwartungen erfüllt, sondern zunehmend auch die physiologischen Anforderungen für eine gesunde und ausgewogene Ernährung. ■