

Noch viel mehr Ohne

Die Marcher Fleischwerke setzen nun verstärkt auf pflanzliche Fleischalternativen und präsentierten neue fleischlose Spezialitäten.



Weltweit wird die Zahl der Vegetarier und Veganer auf eine Milliarde geschätzt. In Europa ist Österreich mit rund neun Prozent Vegetariern und einem Prozent Veganern zwar ganz vorne mit dabei – die Anzahl der Vegetarier und Veganer stieg in den letzten Jahre zwar stetig, doch sehr langsam und ist in den letzten Jahren nie über den einstelligen Bereich gekommen.

Eine Gruppe, die aber stetig größer wird, sind die Flexitarier, das sind Personen, die selten und nur ausgewähltes qualitativ hochwertiges Fleisch essen und gerne auch auf

Fleischalternativen zurückgreifen. Rund 26 Prozent – das sind mittlerweile 2,3 Millionen Österreicher – bezeichnen sich als sogenannte Flexitarier. Damit zählt die erweiterte Zielgruppe der Vegetarier, Veganer und Flexitarier die beachtliche Größe von 41 Prozent oder, in absoluten Zahlen, 3,1 Millionen der österreichischen Bevölkerung ab 16 Jahren.

Interessante Zielgruppe

Aktuelle Umfragen zeigen, dass Veggies bereit sind, für ihre Bedürfnisse mehr zu zahlen. Die höchste Aufzahlungsbereitschaft beim Einkauf von passenden Produkten zeigen Veganer. Sie nehmen Aufschläge von 46 (!) Prozent für die passenden Produkte in Kauf. Bei Vegetariern ist die Aufzahlungsbereitschaft mit 28 Prozent schon geringer.

Bei Flexitariern liegt die Bereitschaft mit 25 Prozent nur noch knapp über den Allesessern (20 Prozent). Interessant dabei ist, dass die Bereitschaft für Veggie-Produkte mehr Geld auszugeben, nicht vom Haushaltseinkommen abhängt. Vegetarier, Veganer und Flexitarier sind somit eine äußerst lukrative Zielgruppe für Lebensmittelhandel und Gastronomie. Dass diese eine beachtliche Zielgruppe für Lebensmittelhandwerker sind, das haben mittlerweile viele erkannt und erweitern das Angebot in der Frischtheke und auch in der Convenience-Produktreihe.

Marcher Fleischwerke präsentiert

So wie auch die Marcher-Fleischwerke, die rechtzeitig zum alljährlichen „World Vegetarian Awareness Month“ Oktober, neue fleischlose Spezialitäten auf den Markt brachten. Im

Mittelpunkt steht hierbei eine neue „Die Ohne“-Convenience-Produktreihe mit veganen Nuggets, veganen Filets nach Art Hühnerfilet sowie nach Art Rindersteak BBQ und vegetarischem Bacon.

„In der Entwicklung von Fleischersatzprodukten ist es wichtig, dass die fleischlosen Varianten in Geschmack und Konsistenz den tierischen Produkten ähnlich sind. Daher ist die Herstellung sehr aufwendig und kann in einigen Prozessschritten doppelt so groß sein wie bei unseren herkömmlichen Produkten“, wie Josef Pucher und Christian Tichy, stellvertretend für das Produktentwicklungsteam von „die Ohne“, erklären. „Fleischlose Tage in den Alltag zu integrieren, liegt im Trend. Deshalb steigt die Nachfrage nach vegetarischen und veganen Ersatzprodukten im Handel. Wir entwickeln stetig neue Produktinnovationen, um den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden zu entsprechen“, so Tichy weiter.

Tendenz steigend

Norbert Marcher, Geschäftsführer der **Marcher Fleischwerke**, zum neuen Sortiment: „Das Geschäft mit Fleischersatzprodukten macht momentan ca. zwei Prozent des Unternehmensumsatzes aus, Tendenz steigend. Wir setzen von Anfang an auf Flexitarier, also Personen, die Fleischprodukten per se nicht negativ gegenüberstehen, sondern zwischendurch auf Fleisch verzichten möchten – aus welchen Gründen auch immer“, erläutert Marcher. „Als Fleischhersteller haben wir die Kompetenz und das notwendige Know-how – dieses Wissen fließt natürlich in die Produktion und Entwicklung unseres fleischlosen Sortiments ein. Die Entwicklung von fleischlosen Produkten funktioniert bei uns deshalb so gut, weil wir die Kernkompetenz, Fleisch zu veredeln, beherrschen“, so Marcher.

Das Familienunternehmen mit Weitblick

Die Marcher Fleischwerke sind ein österreichisches Familienunternehmen, mit 90-jähriger Firmengeschichte. 1929

gegründet, wird das Unternehmen heute in dritter Generation von Norbert, Gernot und Herfried Marcher geführt und ist in den letzten Jahren zu Österreichs größtem und modernstem Fleischunternehmen gewachsen.

Mit einem Umsatz von 530 Mio. Euro (2020) ist die Marcher Gruppe heute der achtgrößte österreichische Nahrungs- und Genussmittelhersteller. Ausgehend von der Firmenzentrale in Villach beschäftigt die gesamte Unternehmensgruppe an insgesamt neun Standorten österreichweit rund 1.800 Mitarbeiter. Verarbeitet werden jährlich 160.000 Rinder sowie 1.000.000 Schweine, exportiert wird in 40 Länder auf vier Kontinenten. Die Marcher Fleischwerke verfügen über zahlreiche Premiummarken: Im Fleischbereich sind dies „**Styria Beef**“, „**absolut steirisch**“ sowie www.fleischwerkstatt.at. „**Landhof**“, „**Loidl**“ und „**die OHNE**“ decken die Feinkostschiene ab. „**Blasko Convenience**“ rundet das Portfolio im Conveniencebereich ab.

Die-Ohne-Spezialitäten

„Die Ohne“ wurde 2012 von der Firma Landhof – 2018 von Marcher übernommen – als eine der ersten österreichischen Marken für pflanzliche Fleischalternativen auf den Markt gebracht.

Die fleischlosen Produkte werden in eigenen Produktionslinien erzeugt. Sie basieren auf Milch- und Pflanzeneiweiß sowie Hühnerei-Eiweiß. Die veganen auf Weizen- und Erbsenprotein und Sonnenblumenprotein. Die Rezepte werden mit typischen Gewürzen verfeinert und mit sortenspezifischen Zutaten veredelt. Das Produktportfolio umfasst Aufschnittprodukte wie Extra, Pikante Extra, Chili-Extra, Gurkerl-Extra, Extra Kranzel, Bratwürstel, Frankfurter Würstel – und jetzt ganz neu eben auch Steaks, Nuggets & Co.

Auch ernährungsphysiologisch orientiert man sich einerseits am „Original“ und andererseits an den aktuellen Trends der Zeit und

hat Salz-, Protein- und Fettgehalt entsprechend angepasst. Auf Palmöl und Soja wird selbstverständlich verzichtet. Die Zutaten stammen aktuell zu etwa 90 Prozent aus Österreich, innerhalb eines Jahres sollen es 100 Prozent sein.



Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at