

## Norbert Marcher: „Die Gruppe der Veganer:innen ist klein aber vehement“

Die Marcher Fleischwerke zeigen seit vielen Jahren, dass Fleischhersteller auch mit Fleischersatzprodukten sehr erfolgreich sein können. Doch wie ist der Markt wirklich? Die Zahl der Veganer:innen stagniert seit einigen Jahren – hat der vermeintliche Trend seinen Zenit erreicht? Wir haben bei Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher Fleischwerke, nachgefragt.



*Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher Fleischwerke, sprach mit uns über die Fleischwirtschaft, und über die Zukunft der veganen & vegetarischen Produkte. © Beigestellt*

**Fleisch & Co: Es gibt in Österreich derzeit rund 15 % Vegetarier und Veganer. Dennoch vergeht kein Tag, an**

**dem nicht vegane Fleischalternativen präsentiert werden. Wieso wirbelt eine Minderheit so viel „Staub“ auf?**

**Norbert Marcher:** „Die Gruppe der **Veganer:innen** ist eine kleine, aber sehr vehemente – sie ist stark in den Sozialen Medien vertreten, sie kämpft für ihre Anschauungen, ihre Anliegen werden in einem Atemzug mit dem **Klimawandel** und **Tierschutz** genannt. Alles Themen, die brandheiß und aktuell sind. Trotz Absatzsteigerungen hat dieses Segment nicht die Bedeutung, die man aufgrund der medialen und werblichen Präsenz annehmen könnte.“

**Fleisch & Co: Sie stellen seit Jahren erfolgreich die Produktlinie „Die OHNE“ her. Bitte erzählen Sie uns von den Erfahrungen?**

**Norbert Marcher:** „Wir haben mit der Übernahme der Firma Landhof im Jahre 2018 die fleischlose Linie übernommen, die als Pionierleistung in der Branche galt. Seit damals richten wir uns in unserer Produktentwicklung und Kommunikation an **Flexitarier**, also Konsumenten, die hin und wieder auf Fleisch verzichten wollen, aber nicht auf den Geschmack. Unsere Produkte kommen ihren ‚Vorbildern‘ im Geschmack sehr nahe und sind dementsprechend beliebt. Mittlerweile ist der Markt sehr kompetitiv geworden, viele Anbieter drängen in die Regale. Außerdem verstärkte sich der Wunsch sowohl von Konsument:innen als auch seitens des Handels nach rein veganen Artikeln und so wurde 2023 eine komplette Rezepturänderung aller Produkte unter der Marke die OHNE vorgenommen. Diese Änderung haben wir auch zum Anlass für ein Rebranding der Packungen genommen. Außerdem haben wir Convenience-Produkte entwickelt (sowohl frisch als auch TK) und das Sortiment um Käseersatzprodukte erweitert.“

**Fleisch & Co: Laut Hochrechnung der Statistik Austria wird der Umsatz der Fleischersatzprodukte 2023 etwa 52,88 Mio. betragen, laut Prognosen soll 2028 ein**

## **Marktvolumen von 94,72 Mio. erreicht werden. Wann ist der Zenit erreicht?**

**Norbert Marcher:** „Wir sehen momentan einen eher stagnierenden Markt, der uns auch in Deutschland bestätigt wird. Im Vergleich zur Fleisch- und Wurstproduktion ist der Prozentsatz immer noch sehr gering.“

## **Fleisch & Co: Wie werden die Produkte angenommen? Vom Handel und von den Konsumenten?**

**Norbert Marcher:** „Unsere Produkte sind die Klassiker in dieser Range – sowohl die Aufschnitte als auch die Almscheiben gelten als klassischer Brotbelag. Unsere **Convenience-Produkte**, die es jetzt neu auch als TK-Artikel gibt, sind eine gute Ergänzung für einen flexitarischen Lebensstil. Wir besetzen hier die Range der typischen Produkte des Alltags, aber eben vegan. Seitens des Handels wird unsere Innovationsleistung sehr geschätzt, die natürlich auch den Kund:innen zugutekommt.“

## **Fleisch & Co: Anfang des Jahres haben Sie die vegetarischen Rezepturen auf zu 100 % pflanzlich umgestellt – wie muss man das verstehen?**

**Norbert Marcher:** „Es war zunehmend der Wunsch des Handels und der Konsument:innen einheitlich vegane Produkte anzubieten bzw. zu kaufen – diese Umstellung war eine Herausforderung für unsere Produktentwicklung, die gelöst werden konnte und alle Produkte unter der Marke **„die OHNE“** sind mittlerweile vegan erhältlich. Auf Wunsch stellen wir selbstverständlich auch weiterhin vegetarische Produkte her.

Sehr erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass wir bei den Aufschnitten die Primärzutaten, in diesem Fall das Sonnenblumenprotein, aus Österreich beziehen.“

**Fleisch & Co: Zudem bringen Sie auch vegane Convenience-Produkte auf den Markt. Wie sind hier Ihre Erfahrungen?**

**Norbert Marcher:** „**Convenience** boomt, unabhängig von pflanzlich oder mit Fleisch. Gerade **Snackprodukte** wie Nuggets sind gefragt – hier immer wieder einmal zu rein pflanzlichen Produkten zu greifen, liegt im Trend. Die jahrzehntelange Erfahrung in Convenience (Firma **Blasko**) kommt uns hier z. B. bei den Panaden besonders zugute.“

**Fleisch & Co: Haben Sie schon wieder neue Produkte in Planung?**

**Norbert Marcher:** „Unsere Produktentwicklung probiert ständig neue Produkte aus – demnächst werden wir ein Snackprodukt, vergleichbar mit Cabanossi, auf den Markt bringen.“

**Fleisch & Co: Die Produktion braucht nicht nur mehr Inhaltsstoffe, sondern auch mehr Produktionsschritte – somit ist der Energieaufwand immens groß. Ist Fleischersatz schädlich für das Klima?**

**Norbert Marcher:** „Es stimmt, **Fleischersatz** ist energieintensiv, vor allem die Extraktion der Proteine ist aufwendig. Aber wir haben hier noch keine Berechnungen angestellt, vor allem nicht im Vergleich zur konventionellen Ware. Und ohne Fakten wäre es unseriös, hier eine Einschätzung

abzugeben.“

**Fleisch & Co: Dennoch gilt landläufig das Rind als Klimasünder - was vor allem in Österreichs Kreislaufwirtschaft ja nicht zutrifft. Was tun gegen diese Fake News?**

**Norbert Marcher:** „Die Landwirtschaft generell und die Viehwirtschaft im Besonderen hat durch jahrelange, sehr einseitige Berichterstattung einen Imageschaden abbekommen. Alle Maßnahmen, hier gegenzusteuern, haben bis jetzt keine gravierenden Ergebnisse gebracht. Mittlerweile steht in der öffentlichen Diskussion nicht das wertvolle Lebensmittel Fleisch im Fokus, sondern ein aus unserer Sicht einseitiger Blick auf Tierwohl und Klima. Es wird die Aufgabe der Branche sein, transparent zu zeigen, wie Lebensmittel produziert werden. Wir teilen Ihre Ansicht, dass speziell das österreichische Rind bei Weitem nicht der Klimasünder ist, als dass es dargestellt wird. Hier ist umfassende gezielte Kommunikation angesagt. Ein sehr guter Ansatz in die richtige Richtung ist die neue Recherche von ‚**Land schafft Leben**‘ zu Landwirtschaft und Klima.“

**Fleisch & Co: Fleisch-Hersteller haben das notwendige Know-how, auch fleischlose Produkte herzustellen. Gehören fleischlose Produkte in die Theke jeder Fleischerei oder soll man als Fleischermeister die Finger davon lassen?**

**Norbert Marcher:** „Ich denke, die Fleischermeister unseres Landes benötigen hier keinen Rat - vegane Lebensmittel sind in jedem Supermarkt und beim Diskont erhältlich, ob sie tatsächlich auch in einer Fleischerei gesucht oder vermisst

werden, kann ich nicht beurteilen.“

**Fleisch & Co: In den USA wurde jetzt - nach Singapur - Labor-Fleisch erlaubt. Ist das ein Thema für Marcher?**

**Norbert Marcher:** „Aktuell hat z. B. Italien eine gegenläufige Initiative beim Thema Laborfleisch in einen Gesetzesentwurf eingebracht. Wir verschließen uns generell keinem Thema, wir informieren uns über alle Trends, aber aktiv im Sinne von Investitionen sind Laborfleisch und Drucker-Fleisch nicht in Planung.“

**Fleisch & Co: Was würden Sie sich wünschen? Wie soll die Zukunft der Fleisch-/ Fleischlos-Branche aussehen?**

**Norbert Marcher:** „Für die **Fleischbranche** würde ich mir wünschen, dass ein Umdenken stattfindet und Fleisch als das wertvolle Lebensmittel gesehen wird und die Arbeit unserer Bauern mehr geschätzt wird. Natürlich muss dazu jeder in der Lieferkette seinen Beitrag leisten, aber momentan findet der Beitrag der Fleischbranche als wichtiger Lebensmittelproduzent wenig Gehör. Alternative Produkte werden ihren fixen Platz im Regal finden – als Ersatz für Fleischprodukte im maßgeblichen Umfang sehe ich es auch langfristig nicht.“

*Autorin: Tanja Braune*

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](http://fleischundco.at)**