Verarbeitung von pflanzenbasierten Proteinen aus der Schweiz – Marktchancen und Erwartungen an einheimische Produkte

Hilcona AG, FL-9494 Schaan

3.11.2023

Leguminosen gehörten zur DNA der Hilcona AG. Was als Verarbeiter von Erbsen und Bohnen zu Konserven begann, ist heute ein breit diversifizierter Lebensmittelhersteller. Der Trend hin zu mehr pflanzenbasierter Ernährung wird aktiv mitgestaltet indem den Konsumenten eine breite Palette an pflanzlichen Produkten angeboten werden.

Genuss bleibt der wichtigste Treiber für den Kaufentscheid auch bei innovativen Produkten. Daneben spielen Gesundheits- und Lifestyle-Aspekte, sowie die Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Letztendliche muss auch das Peis-Leistungs-Verhältnis überzeugen.

Hilcona ist einer der wichtigsten Abnehmer von Schweizer Bio Sojabohnen, welche u.a. zu verschiedenen Tofu-Variationen verarbeitet wird. Dank langjährigen Lieferantenbeziehungen können die Qualitätsparameter stets weiter entwickelt werden. Aufgrund von Hitze und Trockenheit zeigt die diesjährige Ernte eine erhöhtes Auftreten von verfärbten Sojabohnen. Die Verarbeitungseignung muss noch geprüft werden. Ein Zusammenhang mit den angebauten Sorten wird vermutet. Welche Massnahmen müssen wir für die Zukunft treffen? Dank der Schweizer Sojazüchtung ist Know-How vorhanden und vielleicht geben Sortenversuche Antworten auf die offenen Fragen.

Hülsenfrüchte in Konserven-Dosen erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Die verwendeten Rohwaren sind meist importiert. Eigene Anbau- und Verarbeitungsversuche haben gezeigt, dass viele Herausforderungen entlang der Wertschöpfungskette bestehen. Bezüglich Sorteneignung, schonender Erntetechnik, sowie schonendes Trocknen und Reinigen von Kleinmengen sind neue Lösungen gefragt. Die Qualität muss stimmen, auch wenn die Rohware aus der Schweiz stammt.

Den Beweis, dass mit Schweizer Eiweisserbsen schmackhafte Fleischalternativen hergestellt werden können, wurde mit der Markteinführung der Chicken Chunks unter der Marke The Green Mountain erbracht. Der Aufwand für die Entwicklung auf allen Stufen der Wertschöpfungskette war enorm und nur durch eine gute Zusammenarbeit möglich. Ziel ist es nun, gemeinsam mit unseren Partnern weitere Innovationen zu schaffen und Optimierungen voranzutreiben. Der Druck auf die Konsumentenpreise wird steigen, aber auch neu Marktchancen bieten.

Es liegt an der ganzen Branche neue Wege mutig zu gehen und gemeinsam die Konsumenten für Produkte von Schweizer Äckern zu gewinnen.