

## Hülsenfrüchte in der Humanernährung

### Vortragsveranstaltung der Demonstrationsnetzwerke Erbse/Bohne und Lupine am 1. Dezember im Haus der Wissenschaft in Braunschweig

Am 1. Dezember 2017 folgten der Einladung der beiden von der Eiweißpflanzenstrategie des Bundes geförderten Netzwerke Bohnen/Erbsen und Lupine 25 Teilnehmer aus der landwirtschaftlichen Praxis, Multiplikatoren aus Forschung und Beratung, Lebensmittelverarbeiter sowie Akteure des Handels zu einem gemeinsamen Austausch ins Haus der Wissenschaft nach Braunschweig. Organisiert wurde der Tag von der Naturland Fachberatung gemeinsam mit der Fachhochschule Südwestfalen.

Dass Hülsenfrüchte eine wertvolle Eiweißquelle in der menschlichen Ernährung sind, ist seit Langem bekannt. Zu neuem Auftrieb gelangten sie durch die vegetarische und vegane Ernährungsweise, aber nicht zuletzt auch aufgrund der Diskussion um eine klimafreundlichere, fleischreduzierte Ernährung. Zudem wächst bei Verarbeitern und Verbrauchern das Interesse an Rohstoffen, die möglichst regional erzeugt und verarbeitet werden. Dabei bestehen besondere Anforderungen an die Erzeugung von Speiseware im Vergleich zum Futtermittel. Um diese Qualitäten zu erfüllen, muss beim Anbau und den nachfolgenden Schritten, etwa bei der Aufbereitung und Reinigung der Hülsenfrüchte, mit besonderer Sorgfalt gearbeitet werden. Dieser Mehraufwand muss durch die abnehmende Hand, sprich den Handel, die Verarbeiter und schließlich die Verbraucher, entlohnt werden. Ein Erzeugerpreis, der den Anbau der empfindlichen Körnerleguminosen lohnenswert macht, ist unabdingbar, um die Anbauflächen auch abseits einer politischen Förderung nachhaltig stabil zu halten. Durch neue Entwicklungen bei den Regelungen zum Greening, bei dem ab dem Beginn des nächsten Jahres keine Pflanzenschutzmittel auf Ökologischen Vorrangflächen mehr eingesetzt werden dürfen, werden für diese 5 % der Betriebsfläche, sofern diese mit Leguminosen bestellt werden, alternative mechanische Maßnahmen zur Unkrautregulierung interessant. Ein effizienter Einsatz des Striegels sei dabei durchaus auch ökonomisch günstig, erläuterte Ulrich Ebert vom Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen. Auch der im Ökolandbau übliche Gemengeanbau mit Getreide sei eine Option, über die sich auch für konventionelle Betriebe nachzudenken lohne. Dort müsse sich aber auch der Handel bereit zeigen, Gemenge anzunehmen und aufzubereiten.

Carsten Boldt von der ProLupin GmbH bekräftigte den Nutzen der Netzwerke, um Initiativen und Projekte anzuschließen und die Wichtigkeit von deren Verstärkung. Der Produktionsleiter des Unternehmens, welches Lebensmittel aus dem Protein der Blauen Süßlupine entwickelt und vermarktet, wies zudem auf die Bedeutung von Social Media wie Facebook oder Instagram in Bezug auf die Rückmeldung der Verbraucher zu den Produkten hin. Dabei stehen der Genuss und das Geschmackserlebnis noch vor dem gesundheitlichen Nutzen eines Lebensmittels. Großes Wachstumspotenzial sieht die Firma vor allem beim Umsatz durch „Flexitarier“, also Verbraucher, die sich bewusst fleischreduziert ernähren. Die neueste Entwicklung des Unternehmens ist eine Bio-Lupinenpasta, bei der ein Teil des Hartweizenmehls durch Lupinenmehl ersetzt wird.

Auch Alexander Meißner, Key Account Manager bei der AMIDORI Food Company GmbH & Co. KG, bekräftigte die Bedeutung der Werbung über Social Media-Kanäle. Außerdem sei die richtige Zubereitung essentiell: die Entwicklung der innovativen Produkte aus Pflanzenproteinen bei AMIDORI übernimmt daher ein Sternekoch. Verzehren kann man die Produkte derzeit an einem der firmeneigenen Foodtrucks, schon bald sollen sie auch bundesweit im Tiefkühlregal von Supermärkten zu finden sein.

Auch die Gemeinschaftsverpflegung ist ein Weg, über den hierzulande mehr Hülsenfrüchte auf den Teller kommen könnten: so wird der „Thüringer Flexitaler“ über das Studentenwerk Jena angeboten. Der Flexitaler ist jedoch nichts für Vegetarier: es handelt sich um eine Mahlzeit aus Schweinefleisch, die durch Ackerbohnen ballaststoffreicher und dadurch ernährungsphysiologisch aufgewertet ist. Entwickelt wurde er von der Qualitätsmanagement und Produktentwicklung GmbH Jena, die anstatt einzelner Fraktionen die ganzen Bohnen als Rohstoff einsetzen. Als neues Produkt wird an der Entwicklung von Nudeln aus Ackerbohnenmehl gearbeitet, berichtete Marion Klaus. Wichtig - gerade für kleinere Lebensmittelhersteller - sei auch die Verfügbarkeit von Ware mit homogener Sortierung und Qualität, auch in geringerem Mengenumfang.

Die Notwendigkeit guter Erzeugerpreise für Körnerleguminosen und eine qualifizierte Anbauberatung verdeutlichte Elke zu Münster (Brotbüro GmbH) am Beispiel der Weißen Lupine, mit der sich ihre Firma seit 2010 beschäftigt. Dabei gilt es, gemeinsam vielfältige Herausforderungen entlang der gesamten Prozesskette, beginnend bei der Züchtung, über Anbau, Aufbereitung, Verarbeitung bis hin zur Nachfrage, zu meistern, um Ware in gleichbleibend hoher Qualität zu erzeugen. Dabei betonte sie, dass der Markt groß genug für alle Hülsenfrüchte sei und diese nicht miteinander konkurrieren: Für jede Art gibt es geeignete Einsatzmöglichkeiten und Absatzwege. Zukünftig sei eine Entwicklung „Von der Hülsenfrucht zur Hülsensucht“ wünschenswert.

Ware in hoher Qualität aufzubereiten und zu vermarkten ist die Kernkompetenz der neu gegründeten FAVA-TRADING GmbH. Vertriebsleiter Alexander Rosenow erläuterte die Möglichkeiten der Aufbereitung des neuen Werkes in Stade, welches die Schnittstelle zwischen regional angebauten Fababohnen (Ackerbohnen) und den hohen optischen Ansprüchen der Verbraucher bildet. Viele heimische Hülsenfrüchte haben das Potenzial, Verbrauchervünsche zu erfüllen, bspw. Regionalität, GVO-Freiheit und Allergenfreiheit. Die FAVA-TRADING möchte gemeinsam mit Landwirten und Verarbeitern in einem Netzwerk den wachsenden Markt bedienen, dabei werden faire Erzeugerpreise gezahlt.

In einer abschließenden Diskussion wurden Faktoren benannt, wie die Verwendung heimischer Hülsenfrüchte als Lebensmittel weiter vorangebracht werden kann. Neben weiter zu entwickelnden Strukturen in Aufbereitung und Verarbeitung sind auch Pioniere notwendig, die mutig an neuen Initiativen und Produkten arbeiten. Anbauverträge sichern dann die langfristige Bereitstellung qualitativ hochwertiger Ware in ausreichender Menge und mit abgestimmten Spezifikationen. Schlussendlich muss aber auch der Verbraucher über eine verbesserte Aufklärung und gutes Marketing den Mehrwert der heimischen Hülsenfrüchte erkennen und entlohnen.