



■ KR Christof Kastner führt rund 300 Sojaartikel in seinem Großhandel

Von der Nische zur breiten Range: Soja

- ➔ Kastner mit 20 Prozent Umsatzplus im veganen Sortiment
- ➔ denn's Top Seller: Tofu und Soja-Milch
- ➔ Soja-Anbau in Österreich hat sich vervierfacht

TEXT: ANNA LENA WAGNER

In Zwettl führt das Großhandelshaus Kastner rund 300 Sojaartikel im Sortiment. „Davon sind zirka 60 Prozent in Bio-Qualität“, erklärt Geschäftsführer KR Christof Kastner gegenüber REGAL. „Bio spielt eine wichtige Rolle für die Konsumenten, die Herkunft dagegen noch keine so große.“ Die stärksten Artikel im LEH sind Sojadinks und Desserts. In der Gastronomie punktet Kastner mit Drinks, Saucen und der Sojabohne. Der Trend zu veganen Lebensmitteln, so der Zwettler, ist in den letzten Jahren gestiegen und wird weiter anhalten. „Wir konnten mit veganen Produkten im Vergleich 2018 zu 2019 den Umsatz um 20 Prozent steigern.“

Beim Bio-Fachhändler denn's ist die Anzahl der Soja-Artikel schwankend, wie Ge-



Mareike Nossol MSc, denn's Geschäftsführerin

schäftsführerin Mareike Nossol, MSc, REGAL bestätigt. „Es sind jedenfalls mehrere dutzende Artikel, die ausschließlich aus Soja bestehen.“ Im Sortiment: Tofu, Tempeh, Wurstaternen, Sojaschnitzel, Milchalternativen,

Sojasaucen, Tamari und Miso. Top Seller sind die Tofu-Sorten und die Milchalternativen aus Soja. Auch im Bio-Markt ist die Regionalität nicht ausschlaggebend: „Unsere Kunden schätzen Produkte, die in Österreich hergestellt werden oder deren Zutaten aus Österreich stammen. Diese sind aber nicht automatisch die Artikel mit dem höchsten Absatz.“

Die Nische wächst. denn's Geschäftsführerin ist überzeugt, dass Soja-Fleischalternativen wie Tofu, Tempeh und Seitan an Bedeutung gewonnen haben, „der Umsatz steigt stetig“. Sie macht das an zwei Gründen fest: „Die Qualität und der Geschmack werden immer besser und mittlerweile steht Tofu auch bei Nicht-Veganern am Speiseplan.“ Konkurrenz aber bekommt die Soja-Nische von Produkten anderer Rohstoff-Basis, wie etwa Pilze-, oder, bei Milchalternativen, durch Reis, Mandeln, Hafer und Kokos.

Seit 1875 wird in Österreich Soja angebaut. „In den letzten 15 Jahren haben sich die Soja-Anbauflächen vervierfacht“, erklärt Karl Fischer, Obmann des Vereins Soja aus Österreich. Der Verein



**Karl Fischer, Obmann
Verein Soja aus
Österreich**

Soja aus Österreich ist ein Zusammenschluss von 35 Lebensmittelunternehmen, die sich es zur Aufgabe gemacht haben, heimischen Soja bekannter zu machen. Die Unternehmen erwirtschaften in Summe einen Umsatz von 58 Millionen Euro. Soja hat Roggen und Raps überholt. Nach Mais, Weizen und Gerste nimmt Soja Platz vier der Hauptkulturen auf Österreichs Feldern ein. 35 Prozent des Anbaues ist biologisch – „Die Nachfrage im Bereich Lebensmittel aus Sojabohnen ist sehr biolastig.“

Österreichischer Soja wird stärker. Fischer geht davon aus, dass der Großteil der im LEH verkauften Sojaprodukte schon aus heimischem Anbau kommt. „Die Importe konzentrieren sich auf Sojasaucen und verarbeitete Produkte mit dem Hintergrund ‚Fleischersatz‘.“ Der Trend der vegetarischen und veganen Ernährung steigert die Nachfrage für weiteres Wachstum. Vor allem im Bereich der Convenience-Produkte wächst das Segment stetig. „Dieser Markt ist auf dem Weg von der Nische zu Standardprodukten – die Corona-Krise hat zusätzlich das Bewusstsein geschärft.“ Innovationen von Kleinunternehmen und Start-ups etablieren sich, die Anzahl wächst.

annalena.wagner@regal.at