

Keine Maerchen

Beim Start-up **Keine Maerchen** wird Nachhaltigkeit großgeschrieben: Magdalena Schwarzenlander verhindert Lebensmittelabfälle, indem sie einen Lachsersatz aus Überschusskarotten produziert. Wir haben nachgefragt, wie man sich das vorstellen kann und wo die Möglichkeiten und Herausforderungen liegen.

Magdalena, wie ist die Idee für dein Start-up entstanden? Was war der Ausgangspunkt, wo hast du den Bedarf entdeckt?

Ich habe mich immer schon für Ernährung interessiert und finde es spannend, neue Lebensmittel zu entdecken. Ursprünglich habe ich Marketing studiert, was für viele Menschen in meinem Umfeld ein ganz „böses“ Konzept war, aber ich habe dadurch eine Perspektive gewonnen, die ich ins Nachhaltigkeitsthema einbringen kann. Ich denke, es braucht unterschiedliche Sichtweisen, sodass insgesamt kreative, nachhaltige Lösungen gefunden werden können. Ein Rezept für Karottenlachs habe ich online gefunden und es meiner Familie zum Oster-Brunch aufgetischt. Ich war einfach neugierig – und es hat allen geschmeckt!

Nachhaltigkeit ist für mich ein ganz zentrales Thema, und mein erstes Ziel ist es, die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Es ging mir weniger darum, ein Fischersatzprodukt zu kreieren, im Mittelpunkt standen vielmehr die Überschusskarotten, die ich nutzen und veredeln wollte. Dass dadurch ein Ersatzprodukt für Lachs entsteht, ist ein erfreulicher Nebeneffekt und gut für unsere Meere. Besonders wichtig ist mir dabei, dass es um Genuss geht, und dass es schmeckt, ganz ohne Verbote und erhobenen Zeigefinger. Daher ist es mir nach wie vor ein Anliegen, das Produkt als marinierte Karotten zu vermarkten – dann ist klar, worum es geht. Und es schmeckt einfach gut!

Wie gesagt habe ich das Produkt nicht erfunden. Man findet Rezepte dafür im Internet und kann es selbst ausprobieren. In einigen hippen Bezirken in Wien gibt es vegane Lokale, die bereits Karottenlachs anbieten, aber mir war wichtig, dass sich die Verfügbarkeit nicht auf diese Bereiche beschränkt, sondern dass Karottenlachs auch für die breite Mehrheit leicht verfügbar wird. Vor allem am Land ist es nicht einfach, vegetarische oder gar vegane Produkte zu bekommen. In unserem Onlineshop kann der Karottenlachs österreichweit bestellt werden.

Was waren die Herausforderungen, die sich zu Beginn oder später ergeben haben? Wie hat sich die Corona-Krise auf dein Start-up ausgewirkt?

Die größte Herausforderung ist mein Anspruch auf 100%ige Nachhaltigkeit, der schwer zu erfüllen ist. Ich stoße beispielsweise im Bereich der Verpackung an Grenzen: Verpackung ist notwendig, um das Produkt zu schützen, braucht aber gleichzeitig Ressourcen. Außerdem bin ich bemüht, eine nachhaltige und ressourcenschonende Logistik zu gewährleisten, aber durch die Abholung beim Bauern sind einige Kilometer zurückzulegen und es kommt auch zu Leerfahrten.

In Bezug auf die Vermeidung von Lebensmittelabfällen arbeite ich mit einem Bio-Karottenbauern zusammen, von dem ich die Überschusskarotten bekomme. Allerdings ist mir bewusst, dass der Großteil der Lebensmittelabfälle nicht beim Bauern entsteht, sondern in der Verarbeitung, wenn die Karotten gewaschen und damit nicht mehr so lange lagerfähig sind. Um Lebensmittelverschwendung an diesem Punkt zu vermeiden, ist mein Unternehmen noch zu klein, wir können nicht tonnenweise Karotten abnehmen. Bei der Zusammenarbeit mit den bäuerlichen Betrieben ist der Vorteil für beide Seiten, dass wir kontinuierlich kleine Mengen abnehmen, cirka 5–10 kg. Damit ist dem Bauern geholfen, und ich habe die Rohware für mein Produkt. Einmal gab es den

Fall, dass die Lager leer waren und es keine Überschusskarotten gab, also sind wir auf einen anderen Produzenten ausgewichen.

Die Corona-Pandemie hat mich in mehreren Bereichen betroffen. Das Unternehmen wurde 2020 gegründet, aber die Vorarbeit – etwa Produktentwicklung und Marketingstrategie – wurde schon 2019 geleistet. Der ursprüngliche Plan war, das Produkt über die Gastronomie bekannt zu machen. Karottenlachs ist etwas, das man erst einmal probieren und schmecken muss – vorher kann man sich wenig darunter vorstellen. Dieser Plan mit der Gastronomie wurde durch die Corona-Krise und die Schließung der Gastronomie durchkreuzt. Daher habe ich entschieden, die Produkte stattdessen über den Onlineshop zu vermarkten. Ein zweites Thema, das durch die Corona-Krise betroffen war, ist das Personal. Wir hatten ein kleines Team in Wien, aber dann wurde die Produktion nach Oberösterreich verlegt, wodurch leider einige Kolleg*innen weggefallen sind. Ich würde mich sehr freuen, wenn wir auch Expert*innen im Team hätten, welche die ernährungswissenschaftliche Perspektive einbringen.

Nachhaltigkeit ist ein hochkomplexes Thema. Wie gehst du damit um, was ist dir wichtig und welchen Beitrag leistest du dazu?

Der Anspruch, vollkommen nachhaltig zu agieren, ist unerreichbar. Ich habe gelernt, dass man Kompromisse eingehen muss, nach dem Motto: Was ist das geringere Übel? Wir haben beispielsweise Glasverpackungen, obwohl Glas in der Herstellung sehr viele Ressourcen benötigt, zum Beispiel Energie und Wasser. Es gab die Überlegung, eine verwertbare Folie zu verwenden – vergleichbar mit der Verpackung von Räucherlachs –, das war in der Praxis aber nicht umsetzbar, weil es dadurch zu mehr Lebensmittelabfällen kommt. Der Vorteil beim Glas ist, dass es wiederverschließbar ist – und der Inhalt gut geschützt ist, bis er aufgegessen ist.

Besonders wichtig ist mir auch die Regionalität. Abgesehen von den Algen sind alle Zutaten aus Österreich: Ich arbeite mit einem oberösterreichischen Karottenbauern zusammen, die Öle sind von einem Bauern in der Nähe, und auch das Rauchsalz kommt von einem österreichischen Unternehmen. Die Algen kommen derzeit aus Norwegen, wobei ich hoffe, bald einen dänischen Produzenten zu finden, um hier ein paar Kilometer Transportweg zu sparen.

Ich versuche immer, alle drei Säulen der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen. Mein Ziel ist, die Produktion sozial nachhaltiger zu gestalten, also Menschen einen Arbeitsplatz zu geben. Dafür ist mein Unternehmen leider noch zu klein, die Produktionsstätte eignet sich noch nicht dafür. Wichtig ist mir aber, mit meinem Unternehmen einen echten Mehrwert für die Gesellschaft zu schaffen und ganzheitlich nachhaltig zu agieren.

Ich möchte einen möglichst nachhaltigen Weg finden. Das ist nicht leicht – wenn man es zu extrem betreibt, bringt man sich in eine Nische und schränkt sich so ein, dass die Produkte nicht mehr attraktiv sind. Es muss für die Konsument*innen umsetzbar sein, sonst wird es nicht angenommen. Hier eine gute Balance zu finden, ist die Kunst.

Worauf achtest du in Hinblick auf den Transport und die Verpackung? Gibt es die Möglichkeit, Verpackungen zu retournieren?

Im Webshop gibt es keine Rückgabemöglichkeit, weil das wieder mit Transportwegen verbunden wäre. Ich arbeite auch mit Food-Coops zusammen, wo die Gläser zurückgegeben werden können. Der Deckel kann aus hygienischen Gründen leider nicht wiederverwendet werden. Ich hoffe, dass die Kund*innen die Gläser weiterverwenden, zum Beispiel für Teelichter oder als Vase.

Wie verteilen sich deine Kund*innen regional? Gibt es Schwerpunkte in urbanen Gebieten, speziell in Wien? Wie viele Gläser lieferst du pro Woche aus?

Da es in Wien relativ viele vegane Angebote gibt – zum Beispiel Cafés oder Restaurants –, ist dort kein Schwerpunkt. Durch den Onlineshop verteilen sich die Kund*innen recht gut über ganz Österreich, wobei es aufgrund der regionalen Vernetzung in der Nähe von Timelkam eine leichte Häufung gibt.

Insgesamt sind es zirka 50 Gläser, die ich pro Woche ausliefere, wobei die Nachfrage steigt – was mich natürlich sehr freut! Ich achte darauf, keinen Überschuss zu produzieren, weil das der nachhaltigen Idee widersprechen würde. Je später in der Verarbeitungskette ein Lebensmittel weggeworfen wird, umso tragischer ist es für die Nachhaltigkeit. Deshalb ist wichtig, nach Bedarf zu produzieren.

Wer sind die Partnerbetriebe, von denen du die Rohware beziehst? Wie gewährleistest du die Qualitätssicherung?

Ich habe einen Partner für die Karottenlieferung, das ist der Biohof Achleitner in Eferding. Weil dieser auch Biokisterl ausliefert, sind keine Extrafahrten nötig. Ich bekomme die Überschusskarotten im Zuge der regulären Touren. Zusätzlich habe ich einen Partner für die Öle, das sind Rapsöl und Leinöl. Diese sind mir besonders wichtig für die ernährungsphysiologische Qualität des Produktes, sie liefern wertvolle Omega-3-Fettsäuren, die sonst im Lachs enthalten sind. Natürlich ist mir bewusst, dass es zwischen tierischen und pflanzlichen Omega-3-Fettsäuren einen Unterschied gibt und der Vergleich zwischen pflanzlichen Ölen und Räucherlachs nur bedingt möglich ist. Das ist aber gar nicht mein vorrangiges Ziel. Im Wesentlichen geht es mir darum, ein möglichst hochwertiges Produkt anzubieten, das zu einer nachhaltigen, abwechslungsreichen Ernährung beiträgt und für mehr Vielfalt auf dem Brot sorgt.

Die Qualitätssicherung übernehme ich selbst. Ich habe einen recht perfektionistischen Anspruch und würde am liebsten jedes Glas selbst kontrollieren – das geht sich aber leider nicht aus. Ich achte auf eine gute Qualität der Rohwaren, wobei mir wichtig ist, dass in den Gläsern eine konstante Qualität steckt, aber gleichzeitig die natürlichen Schwankungen von Naturprodukten ihren Raum haben, zum Beispiel die unterschiedliche Intensität bei Ölen.

Insgesamt möchte ich noch einmal die nötige Balance betonen: Bei aller Liebe zur Nachhaltigkeit und bei allem Bemühen in diese Richtung habe ich gelernt, dass eine zu extreme Position nichts bringt. Es ist mir ein Anliegen, ein nachhaltiges Produkt und damit für alle Menschen eine wertvolle Alternative zum Räucherlachs anzubieten.

Magdalena Schwarzenlander ist Eigentümerin und Geschäftsführerin von **Keine Maerchen** im oberösterreichischen Timelkam.

www.keinemaerchen.at

Das Interview führte **Mag. Karin Kurz**