

Hybridprodukte im Kontext moderne Ernährungssysteme

Einordnung, Bedeutung und Potenziale



Berlin, September 2026

Ausgangslage

Vorwort

Die Idee hybrider Lebensmittel ist nicht neu: Bereits seit mehreren Jahren kombinieren Hersteller tierische und alternative Rohstoffe in vertrauten Produktkategorien. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel waren entsprechende Produkte schon früh erhältlich. Mit neuen Markteinführungen im Jahr 2026 gewinnen hybride Konzepte nun erneut an Aufmerksamkeit.

Hybridprodukte können den Wandel des Ernährungssystems pragmatisch unterstützen: Sie erhalten vertraute Eigenschaften wie Geschmack und Textur, ergänzen diese um die Potenziale pflanzlicher oder anderer Rohstoffe und ermöglichen so einen niedrigschwelligen Einstieg in veränderte Proteinangebote. Verbraucherinnen und Verbrauchern eröffnen sie zusätzliche Wahlmöglichkeiten – im Lebensmitteleinzelhandel ebenso wie im Außer-Haus-Markt.

Dieses Diskussionspapier ordnet Hybridprodukte sachlich ein und beleuchtet ihre technologische Bedeutung, ihre Marktpotenziale sowie die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Entwicklung.

Dieses Diskussionspapier liefert

- eine Einordnung hybrider Produkte im Sektor alternativer Proteine sowie
- Impulse für Markt, Politik und die weitere Produktentwicklung.

Inhalt

Überblick über Hybridprodukte, Marktlogik und Einordnung in Ernährungssysteme

Übersicht

1. **Konzept** – Hybridprodukte verstehen
2. **Merkmale** – Innovation nah am Konsumenten
3. **Beispiele** – Anwendungsformen
4. **Entwicklung** – Treiber und Erfolgsfaktoren
5. **Einordnung** – Bedeutung im Ernährungssystem
6. **Implikationen** – Politik, Markt und Unternehmen
7. **Fazit** – Hybridprodukte als Brückentechnologie
8. **Literatur** – Quellenverzeichnis

Teil 1

Was definiert ein Hybridprodukt?



Foto: © Hydrosol

Hybridprodukte verstehen

Hybridprodukte im Sektor alternativer Proteine kombinieren tierische mit weiteren Proteinquellen innerhalb eines Lebensmittels. Sie reichen von einfachen Rezepturanpassungen bestehender Produkte bis hin zu komplexeren Neuentwicklungen und gelten zunehmend als pragmatischer Ansatz im Kontext von Nachhaltigkeitszielen sowie Zielen der Gesundheitsförderung innerhalb bestehender Lebensmittelkategorien (Stanišić et al., 2025).

Hybride Produkte entstehen dabei weniger als klar abgegrenzte Produktgruppe, sondern entlang von Rezeptur, Technologie und Anwendung. Eine einheitliche Definition ist daher bislang nur eingeschränkt möglich. Der Begriff ist derzeit vor allem im Fleischbereich etabliert, während im Milch- und Käsebereich zwar vergleichbare Mischkonzepte existieren, diese jedoch häufig separat betrachtet werden.

Die Entwicklung von hybriden Produkten wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Zum einen spielen wirtschaftliche Faktoren, wie steigende Rohstoffpreise im Fleischbereich, eine wichtige Rolle. Gleichzeitig lässt sich jedoch auch eine veränderte Nachfrage bei Konsumierenden feststellen, die Hybridprodukte als gesünder und/oder klimaneutraler wahrnehmen (Grasso & Jaworska, 2020).

Im Kern werden bei Hybridprodukten zentrale Eigenschaften tierischer Lebensmittel erhalten – insbesondere Geschmack und Textur – und zugleich diese um ernährungsphysiologische Vorteile alternativer Rohstoffe ergänzt, was durch aktuelle Forschungsergebnisse bestätigt wird (Stanisic et al., 2025).

Innovation nah am Konsumenten

Hybridprodukte werden innerhalb bekannter Produktkategorien entwickelt und angeboten. Dadurch ermöglichen sie Veränderungen in der Rezeptur, ohne Verbraucherinnen und Verbraucher vor vollständig neue Konsumententscheidungen zu stellen.



01 Kombination von Inhaltsstoffen

Hybride Produkte werden durch das Mischen von unterschiedlichen Rohstoffen produziert - beispielsweise in einem Mix aus tierischen, pflanzlichen oder pilzbasierten Rohstoffen.

02 Erhalt zentraler Produkteigenschaften

Hybride Lebensmittel zeichnen sich dadurch aus, dass sie Eigenschaften des klassischen Ausgangsprodukts bewahren.

03 Ergänzung funktionaler Eigenschaften

Ernährungsphysiologische Eigenschaften anderer Rohstoffe werden gezielt in bestehende Kategorien integriert.

Anwendungsformen hybrider Produkte

Hybridprodukte kombinieren Proteinquellen systematisch. Das Framework von Stanišić et al. (2025) definiert diese Brückentechnologie entlang dreier Dimensionen für eine übersichtliche Einordnung:

Dimension 1: Rohstoffbasis

Die Auswahl von Pflanzenproteinen (Soja, Erbse, Ackerbohne), Pilzkulturen (Mykoprotein), Algen oder kultivierten Zellen bestimmt die ökologische Bilanz, die Rohstoffkosten und den Nährwert des Hybridprodukts.

Dimension 2: Struktur & Architektur

Die physikalische Anordnung der Phasen entscheidet über das konkrete Mundgefühl. Das Spektrum reicht von homogenen Mischungen (Blended) über geschichtete Phasen (Layered) bis zu komplexen Trägergerüsten (Scaffolded).

Dimension 3: Technologische Funktionalität

Nicht-tierische Zutaten erfüllen gezielte Aufgaben in der Produktmatrix. Sie sichern die Faserigkeit (Nass-Extrusion), stabilisieren die Fett-Wasser-Emulsion für maximale Saftigkeit und reichern das Produkt mit Ballaststoffen an.



Substitution: Ein Austauschanteil von 20 % bis 50 % gilt wissenschaftlich als optimaler Bereich



Sensorik: Moderate Mischungen stabilisieren Textur und Saftigkeit ohne Beigeschmäcker



Anwendung: Gewohnte Kocheigenschaften senken die Umstellungsbarrieren für Verbraucher

vgl. Stanišić et al., 2025

Teil 2

Was treibt die Akzeptanz im Markt?



Treiber und Erfolgsfaktoren

Die teilweise Substitution tierischer Rohstoffe durch pflanzliche Zutaten kann die Abhängigkeit von tierischen Lieferketten reduzieren und damit folglich zur Kostenstabilisierung beitragen. Bei Hybridprodukten werden zudem technologische Herausforderungen rein pflanzlicher Produkte adressiert, die Faktoren wie die Textur des Produkts betreffen (Song, Z. et al, 2026).

Die Relevanz hybrider Produkte entscheidet sich nicht allein an technologischen oder wirtschaftlichen Faktoren. Maßgeblich ist, ob Verbraucherinnen und Verbraucher die Produkte im Alltag akzeptieren, mit Blick auf Geschmack, Textur, Preis, Verfügbarkeit und Verständlichkeit der Produktkommunikation.

Kaufargumente für Hybridprodukte

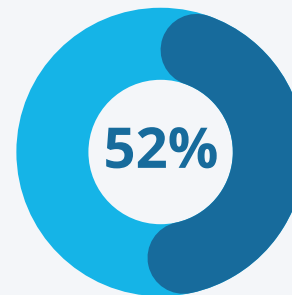
- **Qualität des Fleisches:** Geschmack, zertifiziertes Fleisch, regionale Herkunft
- **Clean Labelling:** Verzicht auf künstliche Zusatz- und Konservierungsstoffe
- **Tierwohlaspekte:** Reduzierung des Bedarfs an tierischen Rohstoffen pro hergestellter Produkteinheit

Verbraucherperspektive

Für die Akzeptanz hybrider Produkte ist die Perspektive der Konsumenten entscheidend: Laut eine Befragung des Herstellers Beneo würden mehr als die Hälfte der deutschen Konsumenten zu hybriden Produkten greifen, sofern Geschmack und Preis stimmen.

Im Rahmen der Umfrage wurden knapp 3.500 Personen aus Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden zu ihren Ernährungsgewohnheiten interviewt. Qualität, Zertifizierung und Herkunft des Fleischanteils sind dabei wichtiger als der Verweis auf pflanzliche Zutaten. Besonders die Bratwurst steht mit 52 % Zustimmung ganz oben auf der Liste der Favoriten, gefolgt von Hackfleisch mit 27 % und Burgerpatties mit 11 % (Beneo, 2026).

Hybridprodukte sollten deshalb nicht als versteckte Veränderung bestehender Rezepturen verstanden werden, sondern als transparentes Angebot innerhalb bekannter Produktkategorien. Nur wenn die Produktkommunikation klar und glaubwürdig erfolgt, können Hybridprodukte Vertrauen aufbauen und ihren Brückencharakter entfalten.



Mehr als die Hälfte der Deutschen würde laut erster Studien Hybridprodukte kaufen, wenn Geschmack und Preis stimmen – besonders beliebt: Bratwurst mit 52 % (Beneo, 2026).

Vermarktungswege

Neben dem Lebensmitteleinzelhandel bietet der Außer-Haus-Markt relevante Erprobungs- und Skalierungsmöglichkeiten.

Im Lebensmitteleinzelhandel treffen hybride Produkte auf breite Zielgruppen. Entscheidend sind eine verständliche Kommunikation und die Platzierung am Point of Sale. Im Fleischregal erreichen sie Konsumentinnen und Konsumenten direkt bei der gewohnten Kaufentscheidung.

Im Außer-Haus-Markt – etwa in Kantinen, Mensen, Kliniken, Pflegeeinrichtungen und der Systemgastronomie – lassen sich hybride Rezepturen in vertraute Gerichte integrieren. So können Geschmack, Wirtschaftlichkeit, Nährwert und Zubereitung alltagsnah erprobt werden. Zugleich entsteht Raum für Akzeptanzbildung.

Zentrale Marktfaktoren



Wirtschaftlichkeit

Handel und Außer-Haus-Markt ermöglichen Erprobung und Skalierung.



Ergänzung statt Substitution

Hybride Produkte greifen veränderte Ernährungsgewohnheiten auf.



Ökologische Zielsetzung

Nachhaltigkeit treibt Rezepturentwicklung voran

Teil 3

Gamechanger im Ernährungssystem?



Foto: © Planteneers

Bedeutung im Ernährungssystem

Hybridprodukte sind dort relevant, wo bestehende Produktkategorien unter veränderten wirtschaftlichen und regulatorischen Anforderungen weiterentwickelt werden – ohne Verbraucherinnen und Verbraucher vor abrupte Verhaltensänderungen zu stellen.



Worauf kommt es bei der Einordnung von Hybridprodukten an? Hybridprodukte werden unter anderem entwickelt, um den Einsatz des vergleichsweise teuren Rohstoffs Fleisch zu reduzieren und Kosten sowie Preisrisiken zu senken.

Gleichzeitig verfolgen Unternehmen damit Nachhaltigkeitsziele, wollen die Sensorik gegenüber rein pflanzlichen Produkten verbessern und Flexitarier ansprechen. Vor dem Hintergrund globaler Herausforderungen wie Ressourcenverfügbarkeit und Klimazielen wird deutlich, dass hybride Produkte Teil eines breiteren Anpassungsprozesses sind. Ihre Einordnung sollte daher mehrere Perspektiven zusammenführen.

Politik, Markt und Unternehmen



Technologieoffene Rahmenbedingungen

- Forschungsförderung zur Unterstützung der Marktentwicklung
- Fairer Wettbewerb für hybride, tierische und pflanzliche Produkte
- Sichere und planbare Zulassungsbedingungen



Marktpotenzial durch Anschlussfähigkeit

- Schrittweise Weiterentwicklung bestehender Rezepturen
- Markteinführung über LEH, Systemgastronomie und Gemeinschaftsverpflegung
- Positionierung als eigenständige, attraktive Produkte



Transparenz und Vertrauen

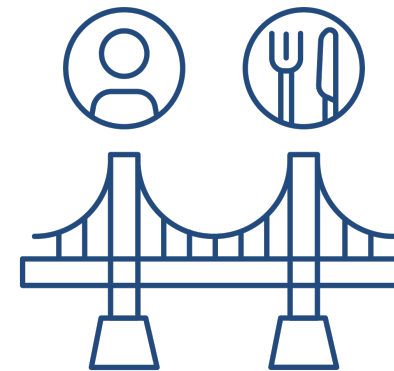
- Klare und glaubwürdige Verbraucherkommunikation
- Zutaten auf einen Blick erkennbar machen
- Vertrauen als Grundlage für Marktakzeptanz

Hybridprodukte als Brückentechnologie

Hybridprodukte können gemeinsam mit pflanzen- und fermentationsbasierten Produkten Teil der Lösung bei der Weiterentwicklung bestehender Ernährungssysteme sein, wenn sie geschmacklich überzeugen, transparent kommuniziert werden, wirtschaftlich tragfähig sind und in unterschiedlichen Konsum- und Vermarktungssituationen funktionieren.

Hybride Produkte schaffen ein attraktives Angebot, das sich zwischen tierischen Produkten und rein alternativen Proteinlösungen bewegt. Ihre strategische Bedeutung liegt weniger in einer vollständigen Substitution tierischer Rohstoffe als vielmehr in der schrittweisen Weiterentwicklung bestehender Produktkategorien und Konsummuster.

Entscheidend für ihre Bewertung ist das Zusammenspiel von Produktfunktion, Marktbedingungen und Systemkontext.



Verwendete Quellen

Beneo (2026, 7. Mai). *Meatless veröffentlicht Ergebnisse aus Verbraucherbefragung in Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden* [Pressemitteilung].
[<https://www.beneo.com/de/news/meatless-umfrage>]

Grasso, S., & Jaworska, S. (2020). *Part meat and part plant: Are hybrid meat products fad or future?*
Foods, 9(12), 1888. [<https://doi.org/10.3390/foods9121888>]

Song, Z., Hamill, R. M., & Kerry, J. P. (2026). *Hybrid plant-meat products – addressing the sustainability debate around processed meat consumption: A review. Sustainable Food Technology.*
[<https://pubs.rsc.org/en/content/articlehtml/2026/fb/d5fb00723b>]

Stanišić, N., Delić, N., Cekić, B., Stojiljković, N., Gogić, M., Samolovac, L., & Stajić, S. (2025). *Current processing technologies and challenges in hybrid meat production.*
Processes, 13(9), 2853. [<https://www.mdpi.com/2227-9717/13/9/2853>]

Hintergrundquellen

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2024). *Ernährungsreport 2024.*
[<https://www.bmleh.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ernaehrungsreport-2024.html>]

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) (2024). *Versorgungsbilanzen Fleisch.*
[https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/BZL/Daten-Berichte/Fleisch/2024BerichtFleisch.pdf?__blob=publicationFile&v=2]

Deloitte (2022). *The Future of Food: Consumer Trends Report.*
[<https://www.deloitte.com/content/dam/assets-zone1/in/en/docs/industries/consumer/2024/in-c-onsumer-future-of-food-noexp.pdf>]

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2022). *The State of Food and Agriculture 2022.*
[<https://www.fao.org/agrifood-economics/publications/detail/en/c/1613500/>]

Good Food Institute Europe (2024). *State of the Industry Report: Plant-Based Meat, Seafood, Eggs, and Dairy.*
[<https://gfi.org/wp-content/uploads/2025/05/GFI-2024-State-of-the-Industry-Plant-based-meat-seafood-eggs-dairy-and-ingredients.pdf>]

McKinsey & Company (2023). *The Future of Protein: Alternative Sources and Changing Demand.*
[<https://www.mckinsey.com/industries/agriculture/our-insights/alternative-proteins>]

Rabobank (2023). *Global Animal Protein Outlook 2023.*
[<https://research.rabobank.com>]

Wageningen University & Research (2022). *Advances in Alternative Protein Processing.*
[<https://www.wur.nl>]

World Resources Institute (2019). *Creating a Sustainable Food Future.*
[<https://research.wri.org/wrr-food>]

Bildnachweise

Coverpage

©ipamela_d_mcadams/iStock
©denphumi/iStock
©AlexRaths/iStock
©Nicolae Popescu/iStock
©Jakob Berg/iStock

Seite 3

©Hydrosol

Seite 6

©Drazen Zigic/iStock

Seite 9

©Planteneers

**Bundesverband für Alternative
Proteinquellen e. V. – BALPro**

Kurfürstendamm 14
10719 Berlin

E-Mail: dialog@balpro.de