



„Ökologisch und auch gesundheitlich ist es sinnvoller, weniger Fleisch zu essen. Aber natürlich gerne ohne Verzicht. Produkte like Meat, aber eben nicht Meat.“

Timo Recker, Geschäftsführer  
Like Meat GmbH, Recker Convenience GmbH,  
Wetschen

# -18<sup>o</sup> interview like meat

## Fleischfreies für Fleisch-Liebhaber

tk-report minus 18 fragte Like Meat Geschäftsführer Timo Recker nach den Hintergründen für die neue vegane Linie bei „Den Schnitzelmachern“.

Mit Microsoft-Gründer Bill Gates sieht sich Timo Recker auf einer Wellenlänge: Die wachsende Menschheit wird Fleisch nicht mehr in der Menge konsumieren können, wie wir es heute in Europa und den USA tun. Verzicht leisten, ist aber auch keine angestrebte Alternative. Fleischähnliche Produkte aus Hülsenfrüchten bieten eine ökologisch und gesundheitlich sinnvolle Ergänzung, schildert der Firmengründer im Interview.

**-18:** Recker Convenience ist bekannt als „Die Schnitzelmacher“ und steht für tiefgekühlte conveniente Produkte MIT Fleisch. Warum jetzt vegetarische Produkte?

**Timo Recker:** Wohlbefinden und Gesundheit steht ganz oben für viele Europäer, das bedeutet, weniger Fleisch und mehr vegetarisch, vegan, flexitarisch – all das in Kombination mit frischen, gesunden Gerichten ohne Zusätze oder Konservierungsstoffe ist stark im Kommen. Bill Gates, der IT-Gigant, ist einer der bekanntesten Investoren, die sich in Amerika intensiv mit fleischanalogen Lebensmitteln beschäftigen. Seiner Aussage nach können zukünftig neun Milliarden Menschen nicht auf dem heutigen Niveau Fleisch konsumieren. In den nächsten 50 Jahren wird unser Proteinbedarf um 70 Prozent steigen und wir können die Menschheit nicht bitten, Vegetarier zu werden. Seine Unterstützung von Beyond Meat, unsere Erfolgs-



Die Steaks von Like Meat erinnern in Textur, Aussehen und Geschmack ganz klar an Fleisch.

referenz aus den USA, begründet ein nachhaltiges globales Interesse. Ökologisch und auch gesundheitlich ist es sinnvoller, weniger Fleisch zu essen. Aber natürlich gerne ohne Verzicht. Produkte like Meat, aber eben nicht Meat. Während meiner Studienzeit in London aß ich mit meiner Familie in einem Restaurant ein Soja-Schnitzel, das uns vollkommen überzeugt hat. Nach langer Suche haben wir nun einen Rohstoff gefunden, mit dem wir unseren Kunden fleischähnliche Produkte in einer Qualität und einem Geschmack liefern kön-

nen, den sie von den Schnitzelmachern gewohnt sind.

**-18:** Vegetarische Produkte aus dem „konkurrierenden Lager“, vom Fleischfabrikanten. Ist das plausibel?

**Recker:** Wir führen hier keinen ideologischen Kampf. Wir sehen in vegetarischen und veganen Produkten einen starken, weiter steigenden und dauerhaft bleibenden Trend für die Zukunft. Wir sind davon überzeugt, dass sich die

Absatzzahlen dieses Bereiches noch deutlich weiter steigern werden – und zwar dauerhaft. Wir wollen an diesem Trend teilhaben und uns um diese wachsende potentielle Käufergruppe bemühen. Dabei sind unsere Produkte keineswegs nur für Vegetarier interessant. Gerade auch Flexitarier also „Fleisch-Reduzierer“ sollen darin eine gesunde und nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Fleischprodukten

„Wir sind überaus zufrieden mit dem veganen Rohstoff, der ohne Zusatzstoffe oder Bindemittel eine Struktur liefert, die absolut fleischanalog ist und zu weit mehr als zur Schnitzelproduktion verwendet werden kann.“

sehen. In der Tiefkühltruhe sollten die Like Meat Produkte daher eher neben den klassischen Schnitzeln platziert werden und nicht bei den herkömmlichen vegetarischen Gerichten.

**-18:** Vielen Fleischersatzprodukten wurde und wird oft der Vorwurf gemacht, dass sie am Ende dann doch nicht nah genug an das Original herankommen und auch nicht dessen Vielseitigkeit aufweisen.

**Recker:** Wir arbeiten seit längerer Zeit an der nächsten Generation der vegetarischen Produkte und wir sind überaus zufrieden mit dem entwickelten veganen Rohstoff, der ohne Zusatzstoffe oder Bindemittel eine Struktur liefert, die absolut fleischanalog ist und zu weit mehr als zur Schnitzelproduktion verwendet werden kann. In verschiedenen Blindverkostungen konnten beeindruckende Ergebnisse in der Beurteilung über den fleischidentischen Charakter erreicht werden. Durch eine besondere Verfahrenstechnik steht uns dieser hochwertige Rohstoff nun in ausreichenden Mengen zur Verfügung. In Punkto Qualität wollen wir uns an unseren Fleischprodukten messen lassen.



Die „nächste Generation vegetarischer Produkte“: Neue Möglichkeiten mit „Feingeschnetzeltem.“

Like Meat grenzt sich ganz klar durch die Reinheit in der Rezeptur, lange Faserstruktur und saftigen Biss von anderen fleischfreien Produkten im Markt ab. Ich kenne kein anderes Produkt, das echtem Fleisch so nahe kommt. Attila Hildmann – Deutschlands bekanntester Vegankoch, der mit einer Anhängerschaft von weit über 100.000 Menschen den Aspekt der Gesunden Ernährung im Hinblick auf Cholesterinspiegel oder intelligenter Ernährung für Diabetiker vertritt, unterstreicht die Nachfrage im Markt mit seinem Kochbuch als meist verkaufte Auflage bei Amazon.

**-18:** Und in welchen Formen steht der Rohstoffe zur Verfügung? Welche konkreten Produkte werden bereits angeboten?

**Recker:** Wie präsentieren ihn als Halbfertigerzeugnis für die Industrie und als fertig veredeltes Convenience-Produkt für Endverbraucher im LEH oder Großverbraucher im Food Service. Unsere

derzeitige Produktauswahl bietet Schnitzel, Nuggets, Natur-Filet-Streifen, Natur-Filet-Steak und Fein-Geschnetzeltes. Auch einen Gyros- beziehungsweise Döner-Spieß haben wir bereits entwickelt, von dem das „Fleisch“ im Imbiss abgeschnitten und für vegetarische Döner genutzt werden kann. Wurstprodukte, Burger und Frikadellen sind in Planung und für Fertiggerichte sehen wir ebenfalls großes Potenzial.

**-18:** Ab wann sind Sie mit den Produkten im Markt?

**Recker:** Bei Tengelmann sind wir bereits mit einer Auswahl an Produkten gelistet. Der Verkauf startet im Januar. Und auch im Außerhausmarkt und in der Industrie sind wir bereits aktiv. Besonders andere Hersteller möchten wir dazu bewegen, sich mit diesem vielfältigen Rohstoff auseinanderzusetzen. Like Meat muss für die Verbraucher verfügbar werden und wir versuchen im B2B Geschäft diesen innovativen Rohstoff kommerziell zu etablieren. mb