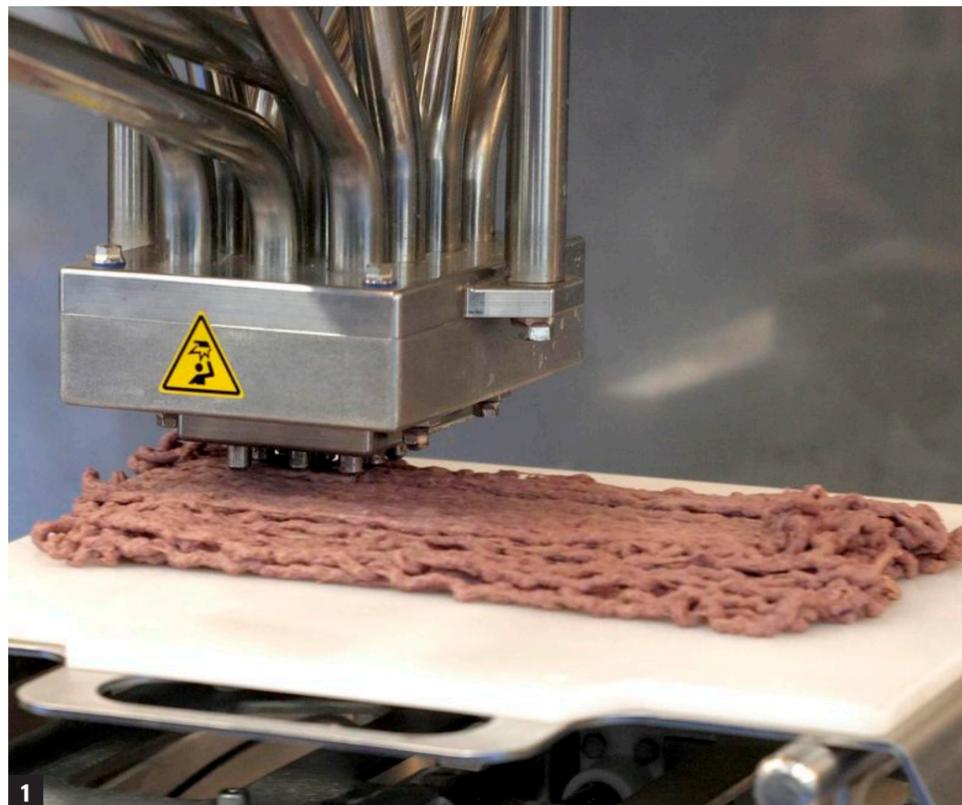


Trends

Redefine Meat will zum größten Fleischunternehmen der Welt werden.



1 In der Fabrik in Best werden die Zutaten für die unterschiedlichen pflanzlichen Fleischstücke aus sechs Drüsen herausgedrückt. 2 Die unterschiedlichen Stücke werden per Knopfdruck gedrückt. 3 Laut kaufmännischem Leiter Ulrich Strünc ist die Nachfrage in Deutschland „enorm“. Fotos: Redefine Meat

SILKE LIEBIG-BRAUNHOLZ

Redefine Meat ist ein Pionier unter den Produzenten von pflanzenbasiertem Fleisch. Mit großen Zielen: Die Produkte aus dem 3D-Drucker sollen nicht nur in der Gastronomie, sondern auch im LEH und an den Fleischtheken verkauft werden. Doch das große Ziel des israelischen Start-ups scheint noch in weiter Ferne.

Edwin Bark, Senior Vice President und General Manager EMEA, setzte im vergangenen afz-Gespräch die Zielmarke und betonte, dass Redefine das größte Fleischunternehmen der Welt werden wolle. Seither ist viel passiert, jagt eine Sensationsnachricht die nächste. Besonders beliebt sind die Ankündigungen der Partnerschaften mit Sterne-Restaurants in den Metropolen dieser Welt. Erst im Mai wurde die Kooperation mit einem der „größten deutschen Gastro-Unternehmen: der Enchilada Gruppe“ bekannt gegeben.

Auf der Leitmesse für den Außer-Haus-Markt Internorga im Frühjahr dieses Jahres hieß es in der Medienmitteilung, dass die Produkte von Redefine Meat in mehr als 300 deutschen und 1000 europäischen Gastronomiebetrieben angeboten werden und Redefine Meat „Deutschland eroberne“. Die Nachfrage in Deutschland sei enorm, erklärte der kaufmännische Leiter DACH, Ulrich Strünc, der die gesamte Marken- und Vertriebsstrategie sowie die Expansion nach DACH verantwortet.

Neben den Gastronomiebetrieben habe das Unternehmen „eine erstklassige Lieferkette aufgebaut, die aus den führenden Fleischgroß-

Noch nicht reif für die Fleischtheke

Das israelische Start-up Redefine Meat will mit pflanzenbasierten Fleischalternativen aus dem 3D-Drucker nun auch den deutschen Markt erobern. Mittlerweile ist die Produktion im niederländischen Best angelaufen.

händlern und Distributoren des Landes besteht“, betonte er weiter.

Die Rede war damals von dem Lebensmittelgroßhändler Josef Dewender in Bochum, mit dem die schnelle und effiziente Versorgung der landesweiten Distributoren und Großhändler aus der neuen Produktionsstätte in den Niederlanden sicher gestellt werden sollte.

Mittlerweile ist in der Gemeinde Best, Nahe Eindhoven, ein Werk entstanden, in dem alle pflanzenbasierten Fleischalternativen aus dem 3D-Drucker für den europäischen Markt hergestellt werden sollen. Wie CEO Eshchar Ben-Shitrit Ende

vergangenen Jahres verkündete, sollte Redefine Meat in Europa expandieren. Er wolle das „aggressive Wachstumsziel, das größte Fleischunternehmen der Welt zu werden, weiter verfolgen.“

Die Marketing Managerin DACH, Birte Stoltenberg, bekräftigte Anfang dieses Jahres, dass der Vertrieb gemeinsam mit Bos Food für die Gastronomie erfolgreich sei und das Berliner Food Service Unternehmen The Pool ab 2024 den Vertrieb in den Lebensmittel Einzelhandel steuern soll. „Wir wollen zudem mit nationalen Großhandelsunternehmen arbeiten, wie etwa

Chefs Culinaire, TransGourmet, Servicebund oder Zentrag“, sagte sie.

Doch ob die Weiterentwicklung der Technologie tatsächlich so weit vorangeschritten ist, dass das pflanzliche Fleisch aus dem 3D-Drucker im LEH schon bald neben herkömmlichen Varianten verkauft werden kann, lässt sich anhand der Unternehmensaussagen noch nicht erkennen.

„Wir sind nie fertig, arbeiten an der Weiterentwicklung bestehender, sowie parallel an neuen Produkten“, sagte Stoltenberg mit Blick auf die achtzig Mitarbeiter im Forschungs- und Entwicklungs-

team. Dort werde versucht, immer „cleaner zu werden, E-Nummern zu vermeiden und die Inhaltsstoff-Listen zu reduzieren“, so die Marketing Managerin.

Derzeit werden etwa 5000 Tonnen pflanzenbasiertes Fleisch produziert. Zum Sortiment gehören ganze „Fleischstücke“, Pulled (Pflanzenfleisch aus vorgekochtem Rippenfleisch), pflanzliche Alternativen für Rind-, Schwein- und Lammfleisch sowie Hackfleischprodukte, Würstchen und eine Bratwurst, die extra für den deutschen Markt entwickelt und erstmals auf dem Oktoberfest 2022 verkauft wurde. Eigenen Angaben zufolge kam die Bratwurst im vergangenen Jahr dort sehr gut an. Die Wurst ist demnach das erste New-Meat-Produkt mit dem Geschmack von Schweinefleisch und eine noch neue Kategorie des Herstellers.

„Das sind genau die Events, die zu uns passen“, ist Birte Stoltenberg überzeugt. Neben der Sternegastronomie, Gastronomieketten und Würstchenbuden verfolge Redefine Meat auch das Ziel, den Premium Burger im Sortiment zum Massenprodukt zu entwickeln.

Ein solcher „Premium Burger“ wiegt 140 Gramm und besteht aus Wasser, den Pflanzenproteinen Soja und Erbse, raffiniertem Kokosfett, raffiniertem Rapsöl, Aromen, dem Verdickungsmittel Methylcellulose, Maltodextrin, getrockneten Kartoffelflocken, Pilzextrakt, karamellisiertem Birnensaftkonzentrat, dem Backtriebmittel Natriumbicarbonat, Salz, Himbeersaft, Vitaminen und Mineralstoffen B3, B6, B12, Eisen und Zink sowie dem natürlich vorkommenden roten Farbstoff Betanin. | afz 35/2023

www.redefinemeat.com

Über Redefine Meat

Mit dem Umzug nach Best wurde auch die Technologie verbessert. Im Fleischwerk in den Niederlanden entstehen die Fleischstücke aus einem unterschiedlichen Mix an pflanzlichen Inhaltsstoffen, wie etwa Soja, Weizen, Reis, Kartoffeln, Erbsen oder Kichererbsen. Der Darm der Bratwurst wird aus Algen hergestellt.

Laut Unternehmensangaben wurden die Inhaltsstoffe von 2022 auf 2023 halbiert. Zudem konnten die Haltbarkeit der Produkte auf fünf Monate erweitert und die Liste mit den möglichen Allergenen von sechs auf drei reduziert werden. Firmengründer und Redefine Meat-CEO Eshchar Ben-Shitrit will mit seinem Unternehmen den globalen

Markt für Fleischersatz auf pflanzlicher Basis revolutionieren. Er produziert Fleischersatz-Produkte aus einem 3D-Drucker und bildet die Fleischstruktur Faser für Faser nach. Das Druckergeschäft hat er bei Hewlett-Packard kennengelernt, wo er als Produkt- und Segmentmanager für das strategische Marketing zuständig war.