

## Backgrounder

### **Genuss trifft Revolution: Zukunftsfähige Fleischalternativen erfüllen Konsumentenwunsch nach nachhaltigen, regionalen und gesunden Produkten**

Pflanzliche Alternativen zu Fleisch sind keine Randerscheinung mehr, sondern die Zukunft. So prognostiziert das Zukunftsinstitut in seinen Food Trends 2019, dass pflanzenbasierte Lebensmittel tierische Produkte zunehmend vom Markt verdrängen werden.<sup>1</sup> Kein Wunder, denn sie sind zeitgerecht: Globale Phänomene wie der Klimawandel oder der wachsende Ressourcenmangel werden von Verbrauchern zunehmend mit dem eigenen Konsum verbunden – auch dem von tierischen Produkten. Neben der Gesundheit und ethischen Beweggründen ist Umweltschutz für viele Menschen Grund genug, auf Fleisch und andere tierische Lebensmittel zu verzichten – oder ihren Verbrauch zumindest einzuschränken. Dieser Trend macht sich im Lebensmittelhandel bemerkbar. Die Menge an verkauften pflanzlichen Alternativen hat sich von 2012 bis 2018 fast verdoppelt.<sup>2</sup> Aber nicht nur die Absatzmenge hat sich verändert, auch in der Produktentwicklung ist der Wandel spürbar.

#### **Die neue Generation überzeugt auch Fleischesser**

Seit einigen Jahren finden sich zunehmend verzehrfertige Fleischalternativen in den Kühlregalen: Würstchen, Schnitzel und Co. auf Basis von Soja, Weizen oder Lupine konnten Fleischesser bisher geschmacklich jedoch wenig überzeugen. Auch Produkte, die tierische Zutaten wie Eier oder Milch enthalten, werden aufgrund zunehmend veganer Lebensstile von den Herstellern mehr und mehr durch rein pflanzliche Angebote ersetzt.

Die neue Produktgeneration ist anders: Sie imitiert Duft, Textur, Geschmack und Farbe von Fleisch nahezu perfekt und ist dennoch zu 100 % pflanzlich. Das wird durch Kombinationen von Pflanzenproteinen sowie Zutaten wie Roter Bete, Kokosfett und Pflanzenfasern erreicht. Insbesondere die sogenannten „plant-based Burger-Patties“ werden als Revolution gefeiert. Vom rohen Zustand bis auf den Teller verhalten sie sich wie ihre Vorbilder aus Fleisch. Die Produkte richten sich nicht speziell an Veganer oder Vegetarier – sie sollen auch Fleischliebhaber mit nachhaltigem Anspruch überzeugen. Die Entwicklung zeigt: Trotz des

---

<sup>1</sup> Zukunftsinstitut: Die wichtigsten Food-Trends 2019, abgerufen am 14.08.2019, <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/food/die-wichtigsten-food-trends-2019/>

<sup>2</sup> Statista, abgerufen am 14.08.2019, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/719208/umfrage/fleischersatzprodukte-einkaufsmengen-der-privaten-haushalte-in-deutschland/>

zunehmenden Bewusstseins für Nachhaltigkeit, ist der Geschmack dennoch der ausschlaggebende Faktor bei der Kaufentscheidung von Lebensmitteln.<sup>3</sup>

### **Burger-Genuss ist pflanzlich – und allergenfrei**

Das deutsche Food-Start-up PLANTY-OF-MEAT nutzt diese Entwicklung für sich und denkt die Verbindung von Genuss und Nachhaltigkeit konsequent zu Ende: Die Produkte bieten authentischen Fleischgenuss, sind lokal entwickelt und regional hergestellt. Zum Markteintritt launcht das Unternehmen aus Gilching bei München den PLANTY-OF-BURGER „SUNNY CUT“: Das Premiumprodukt ist aufgrund seiner hochwertigen pflanzlichen Proteinen besonders saftig und zu 100 % allergenfrei. Passend zur Philosophie von PLANTY-OF-MEAT sind die enthaltenen Proteine in ihrer Beschaffenheit sehr ressourcenschonend und gleichzeitig nährstoffreich. Rote Bete sorgt für die „blutige“ Farbe, während Kokosfett das Pflanzenfleisch in der Pfanne oder auf dem Grill zischen lässt und das Produkt saftig macht. So ist bereits die Zubereitung äußerst nah an der tierischen Variante. Auch im Endergebnis lässt sich kaum ein Unterschied erkennen: Der Burger-Patty landet leicht rosa, perfekt medium gebraten auf dem Teller. Die Komposition der Pflanzenproteine, -fasern und der Gewürze sorgt darüber hinaus für den richtigen Biss und Geschmack. Es entsteht pflanzlicher Fleischgenuss für alle Sinne, der nicht nur die wachsende Zielgruppe von Veganern, Vegetariern oder Flexitariern anspricht, sondern explizit auch Fleischliebhaber. Denn diese haben – „trotz“ nachhaltigem und moralischem Lebensstil – keinen Verlust an Qualität. Stattdessen eine echte zukunftsfähige und bezahlbare Alternative.

### **Über PLANTY-OF-MEAT**

PLANTY-OF-MEAT, gegründet im Januar 2019 in Gilchingen bei München, ist das erste deutsche „plant-based“ Food-Start-up, das naturgetreue, pflanzenbasierte Fleischalternativen aus regionaler Herstellung entwickelt. Neben dem wachsenden PLANTY-OF-MEAT Produktsortiment bietet das Unternehmen von der marktgerechten Entwicklung bis hin zur effizienten, IFS-zertifizierten Produktion innovative plant-based Komplettlösungen aus einer Hand. Mehr Informationen zu PLANTY-OF-MEAT unter [www.planty-of-meat.de](http://www.planty-of-meat.de)

### **Pressekontakt**

PLANTY-OF-MEAT Pressestelle

c/o Klenk & Hoursch

Jana Schmülling

Uhlandstrasse 2

60314 Frankfurt am Main

Tel.: [+49 69719168-160](tel:+4969719168160)

E-Mail: [planty-of-meat@klenkhoursch.de](mailto:planty-of-meat@klenkhoursch.de)

---

<sup>3</sup> Statista, abgerufen am 14.08.2019, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/486199/umfrage/umfrage-zu-wichtigen-kriterien-beim-lebensmittelkauf-in-deutschland/>