

## PresseMEATteilung

### **Fleisch-Unternehmen fordert, dass wir nur noch 300g Fleisch pro Woche essen**

**Klingt paradox, ist aber so. Das Startup Rebel Meat produziert und vertreibt zwar Fleischprodukte, setzt sich aber gleichzeitig für einen drastische Reduktion des Fleischkonsums ein. Wie das zusammenpasst, ist erst auf den 2.Blick erkennbar.**

Wien, 11.8.2021

Wir Österreicher:innen essen zu viel Fleisch, genau genommen rund 4 mal so viel als wir sollten. Denn mit durchschnittlich 1,2 kg Fleisch pro Woche liegen wir weit über der empfohlenen Fleischmenge von etwa 300g Fleisch oder 2-3 Portionen Fleisch pro Woche. Diese Menge wird sowohl von der österreichischen Gesellschaft für Ernährung als auch von der renommierten EAT Lancet Kommission empfohlen, als sogenannte "Klimadiät" zum Schutz der Umwelt und menschlichen Gesundheit.

Für viele Menschen gehört Fleisch allerdings zu einer "richtigen Mahlzeit" dazu. Selbst wenn die Bereitschaft da ist, weniger Fleisch zu konsumieren, fällt es dem Großteil einfach schwer im Alltag darauf zu verzichten. Rein pflanzliche Fleischersatzprodukte machen - trotz starken Wachstums in den letzten Jahren - nach wie vor weniger als 1% des Fleischmarktes aus. Für viele Konsumenten kommen diese Produkte einfach noch nicht an den Geschmack von Fleisch heran oder stellen aus anderen Gründen einfach zu große Kompromisse dar.

### **Weniger Fleisch mit 50|50 Fleisch-Produkten**

Das Startup Rebel Meat hat erkannt, dass viele Menschen gern weniger Fleisch essen würden, aber eben nicht komplett auf Fleisch verzichten wollen. Daher wurden Fleischprodukte entwickelt, die zu 50% aus Bio-Fleisch und zu 50% aus pflanzlichen Zutaten bestehen. Durch den Fleischanteil bleibt der typische Fleischgeschmack erhalten und es kann komplett auf Geschmacksverstärker verzichtet werden - ganz zum Unterschied vieler hoch verarbeiteter vegetarischer Ersatzprodukte.



Auch wenn Rebel Meat weniger Fleisch in seinen Produkten einsetzt, klingt es doch paradox sich als Fleischunternehmen für den Konsum von weniger Fleisch einzusetzen. Mitgründerin Cornelia

Habacher sieht das allerdings anders: *“Mit unseren Produkten wollen wir klassische 100% Fleischprodukte ersetzen und nicht den Konsum von Fleisch verbieten. Uns geht es darum wieder ein Bewusstsein für den Wert von Fleisch zu schaffen. Wir setzen auf qualitativ hochwertiges Bio-Fleisch aus Österreich und wollen vor allem dem Überkonsum von Fleisch aus Massentierhaltung entgegenwirken. Weniger, dafür besseres Fleisch ist unser Motto.”*

### **Nichts geht über Qualität und Transparenz**

Herkunft und Regionalität ist zwar gerade während Corona wieder in aller Munde gekommen, doch trotzdem werden Konsument:innen allzu oft im Dunkeln gelassen, woher ihr Essen wirklich kommt. Rebel Meat geht auch hier einen anderen Weg und zeigt sich komplett transparent. Produziert wird beim Biofleischer Sonnberg in Oberösterreich, der eine “gläserne Schlachtung” hat und so Besucher:innen Einblick in seinen Betrieb gibt, denn zu verstecken gibt es nichts. Außerdem kann jedes Produkt von Rebel Meat mittels Chargennummer bis zum Bauern zurückverfolgt werden. Transparenz wird nicht nur beim Fleisch großgeschrieben, sondern auch bei allen anderen Zutaten. Auf der Website des Unternehmens wird für jede Zutat erklärt, woher sie kommt und warum sie verwendet wird.

### **Nerv der Zeit**

International, vor allem in den USA, ist der Trend hin zu „Blended Meat“ Produkten – zu denen auch die 50|50 Produkte von Rebel Meat gehören – bereits deutlich erkennbar, beispielsweise als einer der “Top Ten Food Trends” der renommierten Bio-Handelskette Whole Foods. In Europa hingegen ist Rebel Meat Vorreiter. Philipp Stangl, Mitgründer und CEO des Wiener Start-Ups dazu: *„Gerade der erst diese Woche veröffentlichte Weltklimabericht des IPCC macht deutlich, dass sich sofort etwas ändern muss. Wir brauchen alltagstaugliche Lösungen, die die Menschen dort abholen, wo sie heute stehen. Mit unseren 50|50 Produkten bieten wir genau solche Lösungen für eine breite Zielgruppe an. So wollen wir dazu beizutragen als Gesellschaft tatsächlich signifikant weniger, dafür besseres Fleisch zu essen.”*

Rebel Meat hat mittlerweile 5 Produkte (u.a. Bio-Käsekrainer, Bio-Bratwürstel, Bio-Faschiertes und Bio-Burger Patties) am Markt, die im heimischen Lebensmitteleinzelhandel und auch in zahlreichen Restaurants erhältlich sind.

Das ist allerdings erst der Anfang ihrer selbst ausgerufenen REBELution, denn das junge Team ist hungrig nach mehr und will nicht stoppen bis wir alle nur noch 300g Fleisch pro Woche essen. Das klingt vielleicht für den ein oder anderen im ersten Moment recht wenig, entspricht aber noch immer 5,5 Burger-Patties, 11,75 Bratwürstel, 7,5 Käsekrainer oder 2 ganzen Packungen Faschiertes von Rebel Meat. Es geht also wirklich nicht um Verzicht, sondern nur um die richtige Wahl bei Fleisch.

---

### **Über REBEL MEAT**

Rebel Meat ist ein 2019 von Cornelia Habacher und Philipp Stangl gegründetes Food Start-Up mit Sitz in Wien. Das inzwischen 8-köpfige Team bietet innovative, fleischreduzierte Produkte an und hat es sich zum Ziel gesetzt unser aller Fleischkonsum zu reduzieren. Produziert wird in Oberösterreich beim Biofleisch & Biowurst Produzenten „Sonnberg“, der die Tiere von Bio-Landwirt\*innen aus dem Mühl-, Wald- und Mostviertel bezieht und auf größtmögliches Tierwohl achtet. Neben rund 30 Partnerrestaurants in Österreich sind die Bio-Produkte auch im Lebensmitteleinzelhandel (Billa Plus, Billa, Sutterlüty) und im Großhandel (Metro, Biogast, Kiennast, Hügli) erhältlich. 2019 wurde das erste Produkt von Rebel Meat - das Bio Burger-Patty mit Edelpilzen - von einer Fachjury zum Bio-Produkt des Jahres gekürt. Darüber hinaus erhielt Rebel

Meat bereits zahlreiche Auszeichnungen, unter anderem von Greenstart (einer Start-Up-Initiative des Klima- und Energiefonds), überreicht durch Bundesministerin Leonore Gewessler. Mitte April 2021 erweiterte Rebel Meat sein Sortiment um 4 weitere Produkte, die im Kühlregal zu finden sind.

Pressebilder: <https://www.rebelmeat.com/presse>