

Jetzt entdecken die Investoren den Milliarden-Markt für Fleischersatz

Stand: 17.02.2020 | Lesedauer: 6 Minuten



Von **Carsten Dierig**

Wirtschaftskorrespondent

Kapitalgeber auch aus Deutschland bauen ein Unternehmen auf, das binnen weniger Jahre den Markt für Fleischersatzprodukte erobern soll. Die Strategie: Kapital und Kapazitäten für alle Zukäufe. Das bringt gerade kleinere Anbieter in Bedrängnis.

Like Meat ist längst eine große Nummer in Deutschlands Supermärkten und Discountern. Edeka, Rewe und Kaufland oder auch Tegut und Netto verkaufen Würste und Hack, Gyros und Schnitzel oder auch Hähnchen-Filet und Pulled Pork von der Veganer-Marke.

Die Umsätze mit den Veggie-Varianten beliebter Fleischprodukte schnellen dabei Jahr für Jahr in deutlich zweistelligen Prozentsprüngen nach oben, meldet das 2013 als Spin-off von Fleischhersteller Recker gegründete Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf. Und das weckt Begehrlichkeiten in der zunehmend kompetitiven Branche für Fleischersatzprodukte.

Und tatsächlich ist Like Meat jetzt übernommen worden: Neuer Mehrheitseigentümer ist die erst kürzlich gegründete Firma Foods United, für die der Kauf von Like Meat nun der Ausgangspunkt sein soll für ein regelrechtes Imperium im stetig wachsenden Markt für Fleischlos-Fleisch ([/gesundheit/plus195133417/Vegane-Ernaehrung-So-gelingt-gesundes-klimafreundliches-Essen.html](https://www.welt.de/gesundheit/plus195133417/Vegane-Ernaehrung-So-gelingt-gesundes-klimafreundliches-Essen.html)) mit Konkurrenten wie Beyond Meat, der Nestlé-Tochter Gourmet Garden oder Branchenpionier Rügenwalder Mühle. „Wir wollen Marktführer werden“, kündigt Björn Witte an, Mitgründer und Aufsichtsrat bei Foods United.

Die Newcomer-Firma versteht sich dabei als eine Art Plattform. „Wir bauen systematisch ein Portfolio auf, das die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt – von der Rohstoffversorgung über Technologie und Produktion bis hin zu Marketing“, erklärt Witte im WELT-Gespräch.

Das ermögliche eine beschleunigte Entwicklung starker Marken und ein breites Angebot weit jenseits der veganen und vegetarischen Nischen. „Wir wollen in den Massenmarkt.“

Erster Zukauf ist nun Like Meat, gleichzeitig hat sich Foods United eine strategische Beteiligung an einem Proteinhersteller gesichert, der sogenanntes Erbsenproteinisolat produziert, das die Grundlage bildet für pflanzenbasierte (</gesundheit/plus197465423/Vegane-Lebensmittel-Die-meisten-Veganer-sind-flexibel.html>) Fleischalternativen. Und weitere Übernahmen werden folgen, sagt Witte. Noch in diesem Jahr. „Wir haben bereits eine konkrete Pipeline.“

Geld ist dafür reichlich vorhanden. Denn hinter Foods United steht der milliardenschwere Schweizer Investor Blue Horizon, gemeinsam mit knapp 20 weiteren Kapitalgebern. Gerade erst hat sich der amerikanische Food-Tech-Investor Agronomics eingekauft.

Wiesenhof mischt mit beim Fleischersatz

Zu den Mitbegründern und Anteilseignern zählt aber auch die PHW-Gruppe aus der Nähe von Bremen, die mit der Hauptmarke Wiesenhof der größte Geflügelzüchter und -verarbeiter in Deutschland ist und darüber hinaus exklusiver Vertriebspartner von Beyond Meat für den deutschen Handel.

Die Rolle von PHW geht dabei weit hinaus über ein reines Finanzinvestment. „Wir unterstützen Foods United auch bei Produktion und Vertrieb“, erklärt Marcus Keitzer, der Vorstand für alternative Proteinquellen bei der PHW-Gruppe. Das bedeutet: Werden etwa die Kapazitäten knapp, können auch die Veggie-Produktions- und Verpackungslinien des Familienunternehmens genutzt werden. „Zudem helfen wir bei der Distribution“,

beschreibt Keitzer.

Like Meat zum Beispiel sei zwar etabliert im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. „Wir werden die Marke nun aber auch in die Gastronomie bringen und beim Export helfen durch unsere jahrzehntelangen Erfahrungen und Verbindungen.“ Für diese strategische Zusammenarbeit haben Foods United und PHW das Joint Venture Green Meadows gegründet, das Keitzer als Produktions- und Vertriebsarm für den europäischen Markt bezeichnet.

Analog dazu soll es in Zukunft auch Joint Ventures auf anderen Kontinenten geben, jeweils mit Unternehmen, die in ihren Regionen eine ähnliche Stellung haben wie die Wiesenhof-Mutter in Europa. „Wir bringen Marken aus aller Welt in alle Welt“, erklärt Mitinitiator Witte die Reißbrett-Idee eines Marktführers für pflanzenbasierte Lebensmittel.

Bislang wird der Markt für Fleischersatzprodukte vor allem von Start-ups und damit von Marken und Anbietern dominiert, die ab einer gewissen Umsatzgröße an Grenzen stoßen und deswegen ständig neue Investoren suchen müssen oder am Ende unter das Dach eines großen Lebensmittelherstellers schlüpfen.

„Wir schaffen jetzt ein Netzwerk, in das jedes Mitglied seine individuelle Stärke einbringt und dadurch jeder Teilnehmer auf Wachstumskapital und die notwendigen Ressourcen zurückgreifen kann“, beschreibt Witte die Vision, von der nun als erstes Like Meat profitieren kann, dessen Mehrheitsanteil Foods United von der Heristo AG übernimmt, einem Hersteller von Fleischwaren, Feinkost und Tiernahrung aus Bad Rothenfelde in Niedersachsen.

Mehr als eine Billion Dollar für Fleischersatzprodukte weltweit

„Wir bauen Like Meat zu einer globalen Marke aus“, sagt Investor Witte, der schon binnen weniger Jahren mit dreistelligen Millionenumsätzen rechnet.

Der Markt gibt solch sprunghaftes Wachstum her. „Wir stehen derzeit vor nichts weniger als dem Ende der Fleischproduktion, wie wir sie kennen“, prophezeit jedenfalls Carsten Gerhardt, Partner und Landwirtschaftsexperte bei der Beratungsgesellschaft A.T.Kearney. „Bereits 2040 werden nur noch 40 Prozent der konsumierten Fleischprodukte von Tieren stammen.“

Verdrängt werde das konventionelle Fleisch dabei zum einen von pflanzenbasierten Fleischalternativen und zum anderen von kultiviertem Fleisch aus Zellvermehrung und -strukturierung im Labor. Den globalen Umsatz schätzt A.T.Kearney dabei auf 450 Milliarden US-Dollar für das Pflanzenfleisch und auf 630 Milliarden Dollar für In-Vitro-Fleisch.

Veganer und Vegetarier allein reichen bei solchen Dimensionen als Käufergruppen nicht aus. Auf die zielt Foods United mit seiner globalen Expansionsstrategie aber auch gar nicht ab. „Wir haben darüber hinaus die Flexitarier im Blick, die zwar gerne Fleisch essen, aus tierschutzrechtlichen, gesundheitlichen oder ökologischen Gründen aber seltener zugreifen“, beschreibt PHW-Vertreter Keitzer, der ebenfalls im Board des neuen Unternehmens sitzt.

Und diese Konsumentengruppe werde mittlerweile größer und größer. „Wir sehen seit ein, zwei Jahren einen Paradigmenwechsel“, sagt Keitzer, der den Markt aktuell mitten in einer Übergangsphase sieht: raus aus der veganen Nische und rein in den Massenmarkt.

Dazu passen die Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Umweltbundesamts und des Bundeslandwirtschaftsministeriums. Danach hat 2018 schon knapp jeder Vierte der gut 2000 Befragten mindestens einmal ein Fleischersatzprodukt gekauft. Dabei liegt die Zahl der Vegetarier mit rund acht Prozent der Gesamtbevölkerung bei gerade mal einem Drittel dieses Wertes.

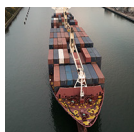
US-Anbieter Beyond Meat besteht auch deswegen darauf, dass die eigenen Produkte im Laden neben den Fleischwaren liegen und nicht im separaten Veggie-Regal. Nur so

erreiche man auch diejenigen Konsumenten, die zwar Fleisch essen, aber zwischendurch nach einer Abwechslung suchen.

„Das ist längst kein Hype (</sport/fitness/plus198084401/Orthorexie-Esstoeerung-Wenn-gesundes-Essen-zu-einem-Zwang-wird.html>) mehr und auch kein Trend“, meint daher Björn Witte. „Das Thema ist Normalität und wird auch nicht mehr weggehen.“ Blue Horizon werde daher 2020 über Foods United hinaus auch einen Private Equity-Fonds aufbauen, der in Unternehmen aus der wachsenden Branche investiert.

Deutschland gehört dabei zu den weltweit wichtigsten Märkten, zusammen mit den USA. Das zeigt sich auch bei Foods United, dessen Hauptsitz das amerikanische Delaware ist. „Dort gibt es derzeit die meiste Bewegung und die größten Innovationen im Food Tec-Markt“, begründet Witte.

Trotzdem liegt die Keimzelle mit Like Meat und Gesellschafter PHW in Deutschland. Weitere Zukäufe soll es dabei in beiden Regionen geben. „Wir werden in den nächsten Jahren eine Konsolidierung im Markt sehen. Und dabei werden wir eine tragende Rolle spielen.“



WIRTSCHAFT

**Lesen Sie alles Wichtige rund um
Wirtschaft – im täglichen Newsletter der
WELT.**

JETZT BESTELLEN

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/205908259>

**Mit WELTplus 6 Monate gratis Headspace nutzen.
JETZT SICHERN**