

POWERED BY NX-FOOD: „WHAT’S BEEF“ BRINGT DEN PFLANZENBASIERTEN „MOVING MOUNTAINS“-BURGER NACH DEUTSCHLAND

1 - 3

- Die Düsseldorfer Burger-Spezialisten von „What’s Beef“ sind die ersten Anbieter des 100 % pflanzenbasierten Burgers des britischen Food-Unternehmens Moving Mountains in Deutschland
- NX-FOOD, der METRO Hub für innovative Lebensmittelideen, hat der Kooperation der beiden Partner den Weg geebnet

Düsseldorf, 17. Januar 2019 – Die stetig steigende Anzahl der Veganer und Vegetarier zeigt es deutlich: Eine auf Pflanzen basierende Ernährung wird immer beliebter. Das Ziel: Den Fleischkonsum auf ein „gesundes Maß“ reduzieren, dabei die Umwelt schonen und gleichzeitig die Nutzung alternativer Proteinquellen stärken. Ganz in diesem Sinne bietet das Düsseldorfer Burger-Restaurant „What’s Beef“ in Zusammenarbeit mit dem britischen Food-Unternehmen Moving Mountains seit heute eine neue Fleisch-Alternative in seinen Filialen an. Dieser Burger besteht zu 100 % aus pflanzlichen Inhaltsstoffen, überzeugt aber mit dem Geschmack eines Rindfleisch-Patties. NX-FOOD (Next Generation Food), die METRO Plattform für innovative Food- und Gastro-Ideen, hat der Kooperation dieser beiden Partner den Weg geebnet: „Wir haben immer den Erfolg unserer Kunden vor Augen. Dafür mobilisieren wir auch unser globales Food-Netzwerk“, sagt Fabio Ziemßen, Director Food Innovation der METRO AG.

„Wir freuen uns, dass wir über NX-FOOD diese Partnerschaft ermöglichen konnten. Unser Antrieb ist es, die Lücke zwischen Innovation und Umsetzung zu schließen“, so Ziemßen weiter. „Der Erfolg in Großbritannien zeigt, dass sich der ‚Moving Mountains‘-Burger am Markt durchsetzen kann – und dass die Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten in der Gesellschaft zunimmt.“

In Deutschland ist der Burger derzeit nicht im Handel zu kaufen, sondern kann ausschließlich in den Restaurants der Burgerkette „What’s Beef“ getestet werden. Für Selim Varol, Gründer und Geschäftsführer von „What’s Beef“, schließt der neue, pflanzenbasierte Burger auf seiner Karte einen Kreis: „Seit der Eröffnung von ‚What’s Beef‘ vor 6 Jahren sage ich: ‚Esst weniger Fleisch! Seid nachhaltig und ernährt euch bewusster!‘ Genau all diese Punkte kommen bei Moving Mountains zusammen. Ein perfektes Produkt, auf das wir gewartet haben“, sagt Varol. „Wir sind stolz darauf, die Fleischalternative als erstes Restaurant in

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Philippe Palazzi, Heiko Hutmacher

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Deutschland exklusiv anbieten zu können. Natürlich wird es unser Fleisch aus nachhaltiger Zucht nicht ersetzen. Aber wir bieten hiermit eine Alternative für alle, die ihren Fleischkonsum reduzieren wollen und alle, die sich vegan ernähren.“

Jeder Burger bei „What’s Beef“ enthält 25g pflanzliches Eiweiß, ist vegan und frei von Antibiotika und Hormonen. Zutaten des „Moving Mountain“-Burgers sind Austernpilze, Erbsen-, Weizen- und Sojaproteine sowie Haferflocken. Mit Rote-Beete-Saft wird ein authentischer Fleischsaft erzeugt und über den Zusatz von Vitamin B12 liefert der Burger zudem wichtige Nährstoffe. „Wissenschaftler, Köche und Landwirte haben über 3 Jahre in die Herstellung unseres Burgers investiert. Herausgekommen ist ein Produkt, das die dem Fleisch am nächsten kommende Replikation in Großbritannien ist. Unser Burger sieht aus wie Fleisch, riecht wie Fleisch, aber basiert zu 100 % auf Pflanzenfasern. Seine Herstellung verbraucht deutlich weniger Land, weniger Wasser und verursacht weniger Treibhausgasemissionen als konventionelle Fleischproduktion. NX-FOOD hat ‚What’s Beef‘ als Partner für den deutschen Launch vorgeschlagen und lag damit goldrichtig. ‚What’s Beef‘ ist ein tolles Restaurant mit richtig guten Burger-Kreationen. Leckerer Essen ist die große Leidenschaft von Selim, dem Gründer von ‚What’s Beef‘, – mit dem ‚Moving Mountains‘-Burger hat er hervorragende Arbeit geleistet“, ergänzt Simeon Van der Molen, Gründer von Moving Mountains.

Innovationen partnerschaftlich vorantreiben

Der NX-FOOD Hub verantwortet die Geschäftsentwicklung für innovative Lebensmittellösungen und Konzepte im Handels- und Gastronomieumfeld. Das Ziel: Gemeinsam mit externen Partnern und Start-ups, neue Lebensmittelideen in den Alltag der Menschen bringen. So haben sich seit Frühjahr 2018 mehr als 300 Start-ups über NX-FOOD für das „Start-up-Regal“ beworben. Dabei werden Produkte von Gründerteams testweise für rund 3 Monate in ausgewählten Märkten bei METRO Deutschland, METRO Österreich und Real ins Sortiment aufgenommen und bei Erfolg dauerhaft gelistet. Unabhängig davon ist der Food-Hub von METRO ständig auf der Suche nach Trends, neuen Produkten und Ideen, die er gemeinsam mit Start-ups oder über externe Partnerunternehmen an den Markt bringen kann. So wird Moving Mountains derzeit beispielsweise nicht bei METRO Deutschland gelistet, sondern wird ausschließlich bei „What’s Beef“ angeboten.

Zusätzlich kooperiert NX-FOOD seit kurzem mit Eurowings und deren Bord-Dienstleister Retail inMotion. Hier werden seit August 2018 die Produkte von bis zu 4 Start-ups für eine jeweilige Testphase von 3 Monaten über das Wings-Bistro-Magazin von Eurowings angeboten und so mehr als 2 Mio. Passagieren pro Monat zugänglich gemacht. Trends wie etwa die Urbanisierung, der Klimawandel oder das Bevölkerungswachstum spielen bei der Auswahl der Produkte und Partner eine wichtige Rolle. Wesentliche Themen sind beispielsweise die optimale Nutzung bestehender Ressourcen, Landwirtschaft 4.0, alternative Proteine und In-vitro-Fleisch (kultiviertes Fleisch).

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Philippe Palazzi, Heiko Hutmacher

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit rund 24 Millionen METRO Kunden können wahlweise in einem der großflächigen Märkte einkaufen, online bestellte Ware dort abholen oder sich beliefern lassen. Mit digitalen Lösungen unterstützt METRO zudem die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Selbstständigen und trägt damit zur kulturellen Vielfalt in Handel und Gastronomie bei. Nachhaltigkeit ist für METRO ein wesentlicher Pfeiler sämtlicher Aktivitäten, im Dow Jones Sustainability Index ist METRO seit vier Jahren Branchen-Primus. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. €. Für die Einzelhandelskette Real mit ihren 34.000 Mitarbeitern hat METRO AG im September 2018 den Verkaufsprozess eingeleitet. Mehr Informationen unter www.metroag.de.

NX-FOOD steht für Next Generation Food und ist ein Hub der METRO für neue Lebensmittellösungen, der Kundenbedürfnisse, zukünftige Trends und ein besseres Nahrungsmittelsystem adressiert. Das Spektrum von NX-FOOD umfasst dabei Themen wie Lebensmittelverschwendung und deren Reduktion, Vertical-Farming-Ansätze, sowie nachhaltige neue Food-Konzepte und Produktinnovationen für Gastronomie und Endverbraucher, die durch Initiativen wie das Start-up-Regal den Kunden der METRO zugänglich gemacht werden. Mehr Informationen zu NX-FOOD auf www.nx-food.com.

What´s Beef wird inspiriert durch die Tradition von Burger-Joints in den amerikanischen Metropolen. Vom Design über die Kunst an den Wänden bis hin zum Look der „What’s Beef“-Crew wird eine Atmosphäre geschaffen, die irgendwo zwischen Brooklyn, Upper East Side und dem Meatpacking District liegt. Das Credo von What´s Beef ist es, die mit Abstand frischsten und besten Burger anzubieten und dabei keine Abstriche zu machen. Das bedeutet: keine Experimente, keine Spielereien und keine 50 Varianten eines Burgers, sondern Klassiker in Perfektion zubereitet. Zudem gibt es als Upscale-Produkt Burger vom Wagyu Rind. Das „What´s Beef“-Konzept wird mit Liebe zum Detail geführt. Gäste, Produkte und Atmosphäre sind das, worum es geht. Verwendet werden ausschließlich frische Produkte bester Qualität von Erzeugern aus dem Umland. Die Patties, die Buns und die Fries werden täglich frisch in-house produziert. Mehr Informationen zu What’s Beef auf www.whatsbeef.de.

Moving Mountains ist ein zu 100 % unabhängiges Unternehmen. Moving Mountains ist eine mutige und starke Metapher für das „massive“ Ziel der Marke, auf einem nachhaltigen Planeten im Einklang mit der Natur zu leben und sich täglich für eine tierfreundliche, pflanzenbasierte Ernährung und die menschliche Gesundheit einzusetzen. Der britische Unternehmer und „Moving Mountains“-Gründer Simeon Van der Molen verfügt bereits über 20 Jahre Erfahrung im Bereich pflanzenbasierter Produkte und hat im Jahr 2000 die komplett natürliche, vegane Haushaltsmarke Ecozone (www.ecozone.com) auf den Markt gebracht. Seitdem hat sich die innovative Wasch- und Reinigungsmarke unter umweltbewussten Kunden zu einer festen Größe etabliert. Sowohl Moving Mountains als auch Ecozone führt keine Tierversuche durch. Simeon Van der Molen verfolgt schon lange das Ziel, die Welt zum Positiven zu verändern. Er gründete Moving Mountains, um einen echten, radikalen Wandel im täglichen Ernährungsverhalten der Menschen herbeizuführen – mit pflanzenbasierten Alternativen, die tierischen Fleischprodukten hinsichtlich Geschmack, Konsistenz und Sättigungsvermögen in nichts nachstehen. Mehr Informationen zu Moving Mountains auf www.movingmountainsfoods.com.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Philippe Palazzi, Heiko Hutmacher

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf