

MARKT & PRODUKTE

Vegane Burger in Düsseldorf



Der 100 Prozent pflanzenbasierte Burger von Moving Mountains.

Getestet werden kann er in den What's Beef Restaurants / Foto:

What's Beef

100 Prozent pflanzenbasierten Burgers des britischen Food-Unternehmens Moving Mountains in Deutschland. Im Handel ist er nicht zu kaufen.

Der Burger besteht zu 100 Prozent aus pflanzlichen Inhaltsstoffen, überzeugt aber mit dem Geschmack eines Rindfleisch-Patties. Er enthält 25 Gramm pflanzliches Eiweiß, ist vegan und frei von Antibiotika sowie Hormonen. Zutaten des 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 Nährstoffe.

Wissenschaftler, Köche und Landwirte haben über drei Jahre in die Herstellung unseres Burgers investiert. Herausgekommen ist ein Produkt, das die dem Fleisch am nächsten kommende Replikation in Großbritannien ist, sagt Simeon Van der Molen, Gründer von Moving Mountains. Unser Burger sieht aus wie Fleisch, riecht wie Fleisch, aber basiert zu 100 Prozent auf Pflanzenfasern. Seine Herstellung verbraucht deutlich weniger Land, weniger Wasser und verursacht weniger Treibhausgasemissionen als konventionelle Fleischproduktion.

Für Selim Varol, Gründer und Geschäftsführer von What's Beef, schließt der neue Burger auf seiner Karte einen Kreis: Seit der Eröffnung von What's Beef vor sechs 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. Wir sind stolz darauf, die Fleischalternative als erstes Restaurant in

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.?

NX-Food (Next Generation Food), die Metro Plattform für innovative Food- und Gastro-Ideen, hat der Kooperation von What's Beef und Moving den Weg geebnet. ?Wir freuen uns, dass wir über NX-Food diese Partnerschaft ermöglichen konnten. Unser Antrieb ist es, die Lücke zwischen Innovation und Umsetzung zu schließen?, sagt Fabio Ziemßen, Director Food Innovation bei Metro. ?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.?