

THOMAS ISERMANN

## Dieser Münchener liefert die Alternative zu Beyond Meat

Der Gründer des Start-ups Greenforce will fleischloser Kost in Deutschland zum Durchbruch verhelfen. Prominente Kunden wie Feinkost Käfer sorgen für Aufmerksamkeit.



Joachim Hofer

01.08.2020 - 14:21 Uhr • [Kommentieren](#) • [Jetzt teilen](#)

### Thomas Isermann

Der Gründer aus München will das fleischlose Fleischpflanzler in die deutschen Küchen bringen.

(Foto: Greenforce)

**München.** Erbsen zählen ist sein tägliches Geschäft.

Thomas Isermann will **Deutschland** vom fleischlosen Genuss überzeugen und greift dafür zu dem grünen Gemüse. In einem aufwendigen Verfahren verarbeitet er die Feldfrucht so lange, bis daraus Regenerationsdrinks und vegane Burger entstehen.

Acht Jahre lang hat der Gründer des Start-ups Greenforce an der richtigen Formel getüftelt. Jetzt scheint dem 44-Jährigen der Durchbruch zu gelingen: Immer mehr Wirte und Lebensmittelketten kaufen bei Isermann ein. Beim Edelgastronom Käfer finden sich seine fleischlosen Fleischpflanzerl bereits seit ein paar Wochen auf der Speisekarte. Bald sollen Packungen zum Selbstbraten auch in den Feinkostläden des Müncheners stehen.

Isermann sieht Greenforce als „die europäische Antwort“ auf **Beyond Meat** aus Amerika. Nur besser. Der Unternehmer spart daher nicht mit Superlativen. Seine Nahrungsmittel und Getränke seien „die größte Revolution in der Food-Industrie der Neuzeit“.

In den vergangenen Jahren hat Isermann Regenerationsdrinks für Athleten angeboten. Der Fußballbundesligist Hertha BSC setzte auf die Getränke, so der Unternehmer. Diesen Sommer hat der sportliche Betriebswirt, der regelmäßig seine Joggingrunden dreht, sein Angebot um pflanzliche Nahrungsmittel ergänzt. Nun gibt's auch eine Fertigmischung zum Anrühren für Burger, oder eben Fleischpflanzerl, wie sie in Bayern sagen. Isermann vermarktet sie als „Plant-based DIY Burger“. Die 150 Gramm-Packung zu 8,99 Euro soll für drei bis vier Portionen reichen. 20 weitere Artikel würde sein zehnköpfiges Team gerade entwickeln.

## THEMEN DES ARTIKELS



Start-ups



Beyond Meat



Lebensmittel



Aus den Erbsen gewinnt Isermann in einem chemischen Prozess pflanzliche Proteine. Sie würden dem Körper innerhalb kürzester Zeit zur Regeneration zur Verfügung stehen, wirbt er für seine Produkte. Besonders wichtig seien die acht essenziellen Aminosäuren, die der Körper nicht selbst gewinnen kann. Durch ein sogenanntes Hydrolyseverfahren in der Herstellung müssten die Aminosäuren nicht noch vom Körper verdaut werden, bevor sie aufgenommen werden können. Daher seien sie so wertvoll für die Konsumenten.

Dazu kommt: Einer seiner pflanzlichen Patties habe nur halb so viel Fett wie einer aus Rindfleisch, und null Cholesterin. Isermann verwendet derzeit Bio-Erbesen aus Südsanien, will künftig aber auch Sonnenblumenkerne und Soja von deutschen Äckern einsetzen. Außerdem steht Reis auf der Agenda.

## Eine weltweite Bewegung

Hört sich sehr technisch an, schmeckt Michael Käfer aber ganz gut. „Wir haben uns weltweit alle veganen Fleischersatzprodukte angeschaut. Greenforce hat sich gegen **Beyond Meat** und Co. durchgesetzt, es ist aktuell das beste Fleischersatzprodukt der Welt“, sagt der Mittelständler. Der Greenforce-Burger sei genau das, was er sich im Bereich Fleischersatz seit Jahren gewünscht habe.

Dieses Jahr fällt das Oktoberfest wegen des Corona-Virus aus. Aber 2021 will Käfer die veganen Burger sogar in seinem Bierzelt, der Wiesn-Schänke, anbieten. Das wiederum gefällt auch Clemens Baumgärtner, dem Wirtschaftsreferenten der Stadt München. Als sogenannter Wiesn-Bürgermeister ist der **CSU**-Politiker auch zuständig für das größte Volksfest der Welt: „Das Wirtschaftsreferat wird Greenforce unterstützen – ich persönlich habe nicht gemerkt, dass es kein Fleisch ist.“

Mit Greenforce ist Unternehmer Isermann Teil einer weltweiten Bewegung. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, etwas Pflanzliches herstellen, das den gleichen Geschmack und die gleiche Konsistenz hat wie Fleisch. Beyond Meat hat daraus schon ein globales Geschäft gemacht. Gründer Ethan Brown erzielte mit seinen veganen Burgern vergangenes Jahr 300 Millionen Dollar Umsatz, Im laufenden Jahr dürften die Einnahmen um gut 50 Prozent wachsen.

Die Firma ist an der Börse inzwischen mehr als sieben Milliarden Dollar wert. Im Frühjahr hat Beyond Meat seinen ersten europäischen Produktionsstandort in den Niederlanden angekündigt.

Zudem tüfteln viele Start-ups an fortschrittlichen Alternativen zum Fleisch. Redefine Meat aus Israel etwa stellt „neu definiertes Fleisch“ her, das aus dem 3D-Drucker kommt. Innerhalb einer Stunde, sagt Gründer Eshchar Ben-Shitrit, könne seine schnellste Maschine derzeit über 50 Steaks produzieren. Zu Beginn des nächsten Jahres, wenn die ersten Abnehmer beliefert werden wollen, sollen die Drucker zehn Kilo pro Stunde herstellen.

Ab 2021 will er das „Alt-Meat“, das alternative Fleisch also, nicht nur in Israel, sondern auch in Deutschland und in der Schweiz absetzen, zunächst in Luxusrestaurants. Verlaufen die Marketingtests gut, will er das gedruckte Nahrungsmittel weltweit anbieten.

Von den Größenordnungen des Konkurrenten Beyond Meat ist Greenforce weit entfernt. Dieses Jahr werde er mit seinen zehn festangestellten Mitarbeitern wohl einen Umsatz von 2,5 Millionen Euro erzielen, meint Isermann. Er finanziert das Vorhaben bislang mit seinem Partner Markus Wittmann, einem Managing Partner des Immobilienunternehmens Colliers in München. Wie viel sie in das Start-up gesteckt haben, verraten sie nicht. Aber klar ist: Das Unternehmen schreibt noch rote Zahlen.

### **Bald sollen vegane Fischstäbchen in die Läden kommen**

Trotzdem denkt Isermann groß. Bald will der Hobbykoch seine veganen Burger in Supermärkten platzieren. Beim Gastronomie-Lieferanten Transgourmet sei er bereits gelistet. Und auch mit den Regenerationsdrinks will er einen neuen Anlauf nehmen, um die großen Namen des deutschen Einzelhandels zu überzeugen.

Wenn Investoren an Bord kommen sollten, dann solche, die das Unternehmen strategisch voranbringen, sagt Isermann. Er denkt an Fleischverarbeiter etwa, auf deren Fertigungsstraßen er seine veganen Alternativen produzieren lassen möchte. Oder Geldgeber, die ihm den Weg in die Geschäfte im Ausland bahnen könnten.

Nahrungsmittel-Produzent Isermann geht mitunter auch ungewöhnliche Wege, um seine Marke bekanntzumachen. So stand der verheiratete Vater einer Tochter schon beim Einkaufsender HSE 24 vor der Kamera, um seine Drinks anzupreisen. Demnächst fliegt er auf die Mittelmeer-Insel Ibiza, wo er Restaurantbesitzer von den veganen Burgern überzeugen will. Zudem sind alle Artikel online erhältlich. Im Netz kennt sich der Unternehmenslenker ohnehin gut aus. Denn außer Greenforce hat er auch Valuezon gegründet, eine Agentur, die den Auftritt von Marken beim Internetkaufhaus [Amazon](#) optimiert.

Dabei ist Isermann niemand, der andere Menschen von einer veganen Lebensphilosophie überzeugen will. „Ich liebe Fleisch“, sagt er über sich selbst. Aber es sei auf dieser Welt einfach nicht mehr möglich, die wachsende Bevölkerung mit Fleisch zu ernähren. Und auch nicht mit Fisch. Daher sollen bald schon vegane Fischstäbchen von Greenforce in die Läden kommen.