

Übernahme im Tiefkühlbereich: concept cool baut eigenes Markenportfolio weiter aus und übernimmt in einem Asset Deal das Food-Startup Rebel Meat

Gesunde Menus für Kinder unaufhaltsam auf Erfolgskurs.



Freundliche Übernahme: V.l.n.r.: Philipp Stangl und Cornelia Habacher von Rebel Kids mit dem Concept Cool Team bestehend aus Pia Lehensteiner, Georgia Zombola und Inhaber Oliver Fritsch. © concept cool

Der österreichische Spezialist für Food-Solutions im Tiefkühlbereich, die in St. Pölten ansässige **concept cool** Vertriebsgesellschaft mbH, übernimmt mit Juni 2024 wesentliche Assets des Wiener Food-Startup **Rebel Meat**, das 2019 von Cornelia Habacher und Philipp Stangl gegründet wurde. Durch die Übernahme soll das Produktportfolio weiter ausgebaut und

die Bio-Marke **Rebel Kids** konsequent zu einer führenden Marke im hochwertigen Conveniencebereich für Kinder weiterentwickelt werden.

Der junge Markt im Fokus

“Das Konzept von Convenienceprodukten aus heimischem **Bio-Fleisch** mit der Extraportion Gemüse ist sehr ansprechend für Familien mit Kindern von 3 bis 12 Jahren. Wir freuen uns, diese spannende junge Marke durch unser Netzwerk international erfolgreich zu machen”, sagt Oliver Fritsch, Inhaber der concept cool. concept cool wurde 1994 gegründet und hat sich seitdem zum führenden Spezialisten für “frozen food as a service” in Österreich entwickelt. Der Full-Service-Anbieter vernetzt Hersteller und Lebensmittel-Einzel und -Großhandel im Category Management, um Innovation, Qualität und kulinarische Abwechslung ins Tiefkühlregal zu bringen – zum Nutzen von Konsumenten und Profianwendern. Besonders mit Fisch- und Seafood-Konzepten für die Tiefkühlung hat sich das Unternehmen in der Branche einen Namen gemacht. “Mit concept cool haben wir den perfekten Partner gefunden für die weitere Skalierung - in Bezug auf die Produktpalette, aber auch in Bezug auf internationale Markterweiterung.” so Mitbegründerin **Cornelia Habacher** von Rebel Meat.

Covinienceprodukte für Kinder erfolgreich

Das Food Startup, das 2019 unter der Marke Rebel Meat an den Start ging, wurde ursprünglich für seine Hybrid-Fleischprodukte bekannt, die bereits nach kurzer Zeit österreichweit erhältlich waren und in Folge europaweit Nachahmer fanden. Nach der ersten Hype-Welle, unter anderem auch durch den Auftritt bei der Puls4-TV-Show “2 Minuten 2 Millionen”, stellte sich die Produktlinie für Kinder als nachhaltig erfolgreich heraus, weshalb das Unternehmen vollends darauf ausgerichtet wurde und seitdem unter der Marke Rebel Kids auftritt. Seither verfolgt das Startup konsequent die Mission, gesündere und nachhaltige Convenienceprodukte für Kinder von 3 bis 12 Jahren in die

Tiefkühlregale der Supermärkte sowie in die heimischen Großküchen zu bringen. Bekannte Kunden sind zum Beispiel der **IKUNA Freizeitpark** in Oberösterreich oder die **Menümanufaktur** in Wien, welche Kindergärten und Schulen bekocht. Für Endkunden sind die Produkte in über 1500 Filialen in Österreich und Deutschland erhältlich, unter anderem bei **SPAR, BILLA, UNIMARKT** und **Alnatura**. Die Produkte wurden mehrfach ausgezeichnet, unter anderem die Rebel Kids Bio Hühnersticks zum **“Bio-Produkt des Jahres 2024”** in Österreich.

Markenaufbau mit namhaften Investoren

Finanziert wurde der Markenaufbau mit Unterstützung von namhaften Investoren wie Wahl & Partner, Hardlymountain Capital, Biogena oder dem amerikanischen VC-Fonds Ponderosa Ventures. “Wir bedanken uns sehr herzlich bei allen Unterstützern, die den Aufbau von Rebel Kids in den letzten Jahren ermöglicht haben, allen voran unseren Mitarbeitern und Investoren sowie unseren Produktions- und Handelspartnern”, so Philipp Stangl, Mitgründer der Rebel Meat GmbH. Die Transaktion wurde als Asset Deal strukturiert, über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

In den nächsten Jahren sollen weitere Produkte in den bestehenden und auch in anderen Kategorien auf den Markt gebracht werden, um jungen Familien ein größere Bandbreite an gesünderen und nachhaltigen Alternativen im Conveniencebereich anzubieten. Bei concept cool wird ein Team aus Wolfgang Loacker, Geschäftsführung, Georgia Zombola und Pia Lehensteiner, Produktentwicklung und Produktmanagement, für die Marke verantwortlich sein.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at