

Auch ohne nicht ohne „die OHNE“ - Marcher Fleischwerke

Dass man auf Fleisch verzichten kann, aber dabei keine Abstriche beim Geschmack machen muss, zeigt seit vielen Jahren die heimische Marke „die OHNE“ von Marcher Fleischwerke mit ihren fleischlosen Spezialitäten. Nun wurden die vegetarischen Rezepturen punkto Primärzutaten auf 100 Prozent pflanzlich umgestellt. Dazu kommt ein neues Erscheinungsbild mit neuem Logo und neuer Verpackung. Das bestehende Sortiment soll im Laufe des Jahres weiteren Zuwachs im Convenience-Bereich erhalten.



„die OHNE- Frühstück“ (v. l.): Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher Fleischwerke und Christoph Weigl vom Nachhaltigkeitsmanagement. © Beigestellt

**Marcher Fleischwerke: seit 10 Jahren
fleischlose Spezialitäten von der Marke „die**

OHNE

Seit mittlerweile 10 Jahren gibt es die fleischlosen Spezialitäten der Marke „**die OHNE**“. Flexitarier, Vegetarier und viele, die ab und zu auf Fleisch verzichten, aber dabei keine Abstriche beim Geschmack machen wollen, schätzen die Produkte der Marke. Ab sofort können sich auch **Veganer** am kompletten Sortiment erfreuen, denn „die OHNE“ passt die bisherigen, zum Teil noch vegetarischen Rezepturen an und macht sie zu 100 Prozent pflanzlich. „Bei veganen Lebensmitteln ist die wichtigste Komponente die Eiweißquelle.

Hier kommen bei „die OHNE“-Produkten unterschiedliche Komponenten zum Einsatz, je nachdem, welche sich am besten für das jeweilige Produkt eignen. Es ist die Kunst der Produktentwicklung, hier die passende Proteinquelle zu finden“, erklärt Nachhaltigkeitsmanager Christoph Weigl, stellvertretend für das Produktentwicklungsteam von „die OHNE“. Für die neuen veganen Rezepturen der Produkte (Extra, Pikant, Gurkerl, Chili, das Kranz) wird als **Proteinquelle** heimisches **Sonnenblumenprotein** verwendet.



„die OHNE“: Nur noch vegane Zutaten und moderne Verpackung. © Beigestellt

Neben veganen Nuggets und Filets - Weitere Produkte in der Pipeline

Erst 2021 brachte „die OHNE“ ein neues Convenience-Sortiment auf den Markt, wie etwa vegane Nuggets, vegane Filets nach Art Hühnerfilet, sowie nach Art Rinderfilet BBQ. Für heuer sind bereits weitere Convenience-Produkt-Launches geplant. „Unser Portfolio haben wir in den vergangenen Jahren kontinuierlich erweitert und dabei unser Know-how sowohl in der Breite als auch in der Tiefe massiv ausgebaut. Die Entwicklung von Ersatz-Produkten funktioniert bei uns deshalb so gut, weil wir die Kernkompetenz, Fleisch zu veredeln, beherrschen“, so **Norbert Marcher**, Geschäftsführer der **Marcher Fleischwerke**.

Um mit der Zeit zu gehen, wurde auch gleich das komplette Markenbild überarbeitet. Das Logo kommt schlichter und in Schwarz-Weiß daher. Das moderne Design der Verpackungen ist gut differenzierbar und steht auch für das neue Marken- und Erscheinungsbild von „die OHNE“. Packaging Design & Social Media macht die Agentur **Spießer & Spinner**.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at