

Nüsse aus Hamburg – in der Krise begehrt

Denis Burghardt hat gerade seinen zweiten **Kernenergie-Laden** in der Stadt eröffnet. Er setzt auf hochpreisige Qualitätsware

HEINER SCHMIDT

HAMBURG :: Für Denis Burghardt brachen mit der Ausbreitung des Coronavirus Wochen herein, die voller Tiefen und Höhen gleichermaßen waren. Der Mann hinter der Firma Kernenergie nennt das Hamburger Unternehmen den „führenden Onlineanbieter für geröstete Nüsse“. Es hat Privatkunden, die im Internet bestellen, es beliefert Unternehmen, die bei Konferenzen gerne einen Nussmix auf den Tisch stellen, Hotels, die mit Erdnuss und Co. die Minibar aufpeppen, Gastronomen, bei denen die Knabbereien zum Cocktail gereicht werden. Und vor gut eineinhalb Jahren hat Burghardt in Ottensen den ersten Kernenergie-Laden eröffnet. Nebenbei ist der 44-Jährige auch noch im Geschäft mit eher hochpreisigen Weinen.

So unterschiedlich die Geschäftsmodelle und Kunden, so unterschiedlich waren die Folgen der Pandemie: Das sogenannte B2B-Geschäft mit Firmen, Hotellerie und Gastronomie kam fast ganz zum Erliegen. Bei Videokonferenzen aus dem Homeoffice werden ja für gewöhnlich keine Snacks gereicht, Hotels und Restaurants waren schlicht geschlossen. „Der Onlinehandel hat sich dagegen unfassbar gut entwickelt“, sagt Burghardt. Wie viele Lebensmittelhändler und -versender gehört er zu den Gewinnern der Krise. Die Besteller im Homeoffice gönnten sich was und trieben die Umsätze mit Nussmischungen und Schokolade zeitweise steil nach oben. „Um 250 Prozent“, sagt Burghardt. Nach etwa fünf Millionen Euro Umsatz im vergangenen Jahr rechnet er für 2020 jetzt mit etwa acht Millionen Euro Erlösen in allen Geschäftsfeldern zusammen.

Unser Onlinehandel hat sich in der Corona-Zeit unfassbar gut entwickelt

Denis Burghardt, Geschäftsführer der Kernenergie GmbH

Und im Ottenser Laden? Lief es durchmischt. „In den ersten Wochen ging der Umsatz deutlich nach unten. Das Geschäft war geöffnet, aber es kamen viel weniger Kunden. Ich hatte den Eindruck, dass die Leute verunsichert waren, die Situation nicht einschätzen konnten.“ Inzwischen aber nähert sich der Geschäftsverlauf im stationären Handel wieder dem Vorkrisenniveau.

Jedenfalls läuft es so gut, dass Burghardt am Mittwoch – einen Monat später als ursprünglich geplant – den zweiten Kernenergie-Laden eröffnet hat. In dem Geschäft an der Osterstraße 133, der zuvor eine Filiale der Confiterie-Kette Arko beherbergte, liegen wie in Ottensen Mischungen von Erd-, Wal-, Hasel-, Pekan- und Paranüssen aus, Pistazien, Mandeln, Macadamia, Pinien- und Cashewkerne, in Öl geröstet, gesalzen, gewürzt, kandiert, mit Trockenfrüchten kombiniert. „Es sind fast 100 Varianten“, sagt Burghardt. Sie tragen Namen wie VIP Curry, Sweet & Salty oder – besonders scharf – Hottensen Deluxe.

Im Herzen von Eimsbüttel verfolgt Burghardt aber ein etwas anderes Kon-

zept als im ersten Laden. An der Ottenser Hauptstraße können die Kunden dem Personal in der gläsernen Werkstatt beim Rösten der Nüsse zuschauen. An der Osterstraße dagegen hat Kernenergie eine Chocolaterie eingerichtet. Dort kann man verfolgen, wie beständig vier Sorten flüssige Schokolade (weiß, hell, zartbitter und das rosafarbene ruby) aus den Spezialmaschinen fließen und zu Tafeln oder Lollis gegossen werden. Die erhalten danach noch allerlei Frucht-

zierungen oder werden eben mit Nüssen kombiniert.

„Wir bringen Schokolade mit unserer besonderen Nussexpertise zusammen“, sagt Burghardt. Mit der gläsernen Chocolaterie will er ausprobieren, wie gut ein solches Ladenkonzept von den Kunden angenommen wird. „Ich kann mir vorstellen, dass es auch in München oder in der Schweiz funktioniert.“ In einem neuen Onlineshop, der in wenigen Tagen an den Start gehen soll, können

sich Kunden dann eine nach ihren Wünschen kreierte Schokolade ordern. Premium-Hersteller wie Lindt & Sprüngli bieten so etwas bereits an. Burghardt aber ist überzeugt, dass ihm seine Nusserfahrungen in diesem Segment einen Vorteil vor den Mitbewerbern verschaffen wird.

Das Unternehmen, für das der Gründer in den vergangenen Jahren zahlreiche Investoren und Anteilseigner gefunden hat, ist dabei eher Veredler als Her-



Denis Burghardt im neuen Kernenergie-Laden. In Eimsbüttel wird Nuss-Schokolade hergestellt.

FOTOS: ANDREAS LAIBLE



Mitarbeiterin Annina Lutz verziert Schoko-Lollis mit Nüssen.

steller. Die Nüsse werden vorwiegend aus Spanien, Italien und Australien importiert, geröstet, gewürzt, gemischt. Die Schokolade kauft Burghardt bei einem namhaften Hersteller als Rohware und schmilzt sie an der Osterstraße ein. „Die Verarbeitung von Kakaobohnen zu Schokolade ist schon eine besondere Herausforderung. Vielleicht kommen wir eines Tages dazu, auch das selbst zu machen.“

Zunächst aber treibt er die Expansion des Nussgeschäfts voran. Im Rhein-Main-Gebiet – dort hat der Hamburger seine Wurzeln – fährt neuerdings ein mobiler Verkaufsstand von Wochenmarkt zu Wochenmarkt. Hergestellt wird die Ware in der Kernenergie-Großrösterei in Großwallstadt, die zugleich den Onlineshop bedient.

Die Aussichten für die Branche sind günstig. Schon vor Corona wurde für sie in diesem Jahr ein Wachstum der Erlöse auf 2,2 Milliarden Euro in Deutschland vorhergesagt. In den Folgejahren werden die Umsätze demnach um durchschnittlich drei Prozent steigen und 2025 bei insgesamt 2,55 Milliarden Euro liegen.

Aus Burghardts Sicht spricht viel dafür, insbesondere in Hamburg weitere Kernenergie-Geschäfte zu eröffnen. Das wäre allein schon betriebswirtschaftlich sinnvoll, denn die Schau-Rösterei in Ottensen ist bei Weitem nicht ausgelastet. „Die Maschinen haben richtig viel Geld gekostet. Um den täglichen Nachschub für ein Geschäft zu produzieren, müssen sie aber nur etwa zwei Stunden laufen“, sagt der Kernenergie-Chef. Die Kapazität reicht also für zwei bis drei weitere Läden in der Hansestadt oder der näheren Umgebung.

Konkrete Pläne gebe es zwar nicht, aber Burghardt denkt insbesondere an Standorte in Stadtteilen wie Eppendorf oder Winterhude mit einem kaufkräftigen Publikum, das ohne mit der Wimper zu zucken bereit ist, für 100 Gramm Schokolade oder die gleiche Menge Nussmischung 5 Euro und mehr zu zahlen. „Wir sind im höherpreisigen Segment“, sagt er ohne Umschweife. Zielgruppe sind Kunden, die womöglich gar nicht so häufig kaufen, dann aber eher auf Qualität als auf den Preis achten.

Der Name der Schokoladenmarke und des neuen Onlineshops lehnt sich eng an Kernenergie an – und bietet auf den ersten Blick ebenso viel Raum für ganz andere Assoziationen. Inspiriert ist er durch die Kombination von Nüssen und flüssiger Schokolade: Kernschmelze.