Lebensmittel aus dem Netz

Mischungen per Mausklick sind schick

Zwischenstopp in Köln. Endlich ist Denis Burghardt nach langer Zugfahrt in der Domstadt angekommen, im Untergeschoss eines Warenhauses sortiert er silberne Blechdosen von unten in die oberen Regalreihen. „Diese Mischung geht nämlich am besten“, sagt der 35 Jahre alte Hamburger und greift nach „V.I.P. Curry“, einer Mischung aus chinesischen Erdnüssen, Cashewkernen und australischen Macadamias, angerichtet mit indischen Gewürzen. Seit November vergangenen Jahres setzt Burghardt mit seinem Unternehmen „Kern-Energie“ auf die Nuss und den Kern, dafür hat er schon als Kind geschwärmt. „Alle anderen haben Chips und Gummibärchen gefuttert“, erinnert er sich. „Mir hat so etwas nie geschmeckt.“ Seither sucht er nach der perfekten Knabberware, längst aber ist ihm der Appetit auf deutsche Dosennüsse und Tütenkerne vergangenen. Lieber greift Burghardt nach Mischungen aus Belgien und den Niederlanden. „Dort hat man den Wert der Nuss für eine gesunde Ernährung und ihren einzigartigen Geschmack schon vor vielen Jahren erkannt.“ Die eigenen Produkte lässt der Hamburger nach jenen Verfahren rösten, die er in den Nachbarländern kennen- und schätzen gelernt hat.

Bestellungen kommen aus ganz Europa

Das kommt offenbar an: Längst vertreiben Burghardt und seine Mitstreiter, die Gesellschafterin Ulrike Gniza (35) und der Lebensmittel-Experte Heiko Dustmann (40), ihre Mischungen nicht mehr nur über das Internet: In immer mehr Feinkostgeschäften sind die silbernen Dosen heute zu finden. „Zwischen Sylt und Wien sind wir fast überall vertreten“, sagt Burghardt. „Inzwischen erhalten wir auch Bestellungen aus ganz Europa.“ Noch aber rösten die Start-up-Kollegen von „mymuesli“ im bayrischen Passau für die Firma aus der Hansestadt, alles ist dort aufwändige Handarbeit. Mehr als 60 Sorten sind im Angebot, acht fertige Mischungen im Handel zu haben. Im Internet indes mischt der Kunde selbst per Mausklick. Den Erfolg erklärt Denis Burghardt mit der Qualität der Produkte und der schonenden Verarbeitung: „Wir kaufen immer nur das, was es gerade auf dem Markt gibt – und das immer auch nur im ursprünglichen Herkunftsland.“ So verarbeitet „Kern-Energie“ beispielsweise Macadamia-Nüsse, die im australischen Queensland angebaut worden sind und nicht etwa in Kenia. „Das sind Unterschiede, die man schmeckt“, ist Burghardt überzeugt. Für seine „Mission Nuss“ möchte er bald eine Themenwelt im Internet einrichten und in seiner Heimatstadt eine Rösterei eröffnen, Gewürzmanufaktur inklusive. „Da soll es umwerfend riechen.“

Nach Auskunft des Deutschen Industrie- und Handelskammertages in Berlin profitieren derzeit vor allem solche Unternehmen vom anhaltenden Aufschwung, die Waren allein nach Kundenwünschen fertigen. Und gerade die kleinen und daher flexiblen Start-up-Firmen in diesem Dienstleitungsbereich sind es, die sich erfolgreich etablieren, insbesondere im Datennetz. Ein Markt, der längst die Wissenschaft beschäftigt: „Der Trend geht klar zu individuellen Produkten, die sich der Kunde selbst zusammenstellt – neuerdings auch bei Lebensmitteln“, betont Tobias Kollmann, Professor für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg/Essen. „Die Idee des klassischen Büfetts, an dem man sich sein eigenes Gericht zusammenstellt, wird ins Internet transportiert. Das eigene Müsli ohne Rosinen, die eigene Schokolade mit dem individuellen Geschmack – alles ist selbst zusammengestellt.“

Jung und weiblich: die Stammkundschaft, die sich individuelle Schokolade bei „chocri.de“ anfertigen lässt, besteht zum großen Teil aus Frauen.

Dabei beobachtet der Wissenschaftler ein virtuelles Rennen um die Kundengunst: Wer zuerst eine Nische entdeckt, der macht das Geschäft. Die Scheu davor, Nahrungsmittel online zu kaufen, sei durch den täglichen Umgang mit dem Internet verschwunden, betont Kollmann. „Und die Bereitschaft zum Kauf von Dingen, die man nicht anfassen kann und aus der Entfernung beurteilen muss, ist gestiegen.“ Das gelte nun auch für Lebensmittel, die am Anfang nicht gerade die Renner im Internet-Handel waren. Neu aber ist, dass solche Start-up-Unternehmen ihre Waren immer öfter über den (Fach-) Handel verkaufen und sogar Filialen eröffnen. Spannend sei das, findet der Experte. „Wir müssen ins Internet“ sei gestern, „Wir können auch real“ dagegen heute. On- und Offline-Geschäftsmodelle würden dadurch stärker vernetzt, so Kollmann.

Ein Beispiel dafür ist „mymuesli.de“: Seit Mai 2009 gibt es in Passau das erste Müsli-Geschäft zum Anfassen. Und weitere Läden könnten im kommenden Jahr folgen, verrät der Firmengründer Max Wittrock (28). In Köln, München und Wien vertreiben Handelsketten überdies die Passauer Produkte, während diese in anderen Städten im stationären Handel nach der Internet-Bestellung zumindest abgeholt werden können. Dabei hätten viele die Idee, selbstgemischtes Müsli zu verkaufen, zunächst für einen Witz gehalten, erzählt Wittrock. Jetzt beschäftigt „mymuesli“ mehr als 90 Mitarbeiter, Produktionsstätten sind in Bayern und der Schweiz beheimatet. „Die Menschen kaufen ihre Lebensmittel immer bei demjenigen, der die besten Produkte anbietet – egal, ob on- oder offline“, glaubt Wittrock, den 2007 ein Radiospot auf die Idee gebracht hat: „Bis dahin war Müsli ein Produkt, das in den vergangenen Jahrzehnten nicht weiterentwickelt worden war. Man musste das kaufen, was der Handel hatte – auch wenn einem nicht immer alle Zutaten schmeckten.“ Bei Max Wittrock und Co wählen Müslifans zwischen mehr als 80 Zugaben, die Kombinationen gehen in die Billiarden.

Dass dieses Konzept aufgeht, weiß auch Franz Duge (25) aus Berlin. Der Wunsch, der Freundin ein ganz persönliches und einzigartiges Geburtstagsgeschenk zu machen, hat ihn und seinen Schulfreund Michael Bruck vor knapp drei Jahren zu Geschäftsleuten gemacht: Seitdem stellen sie Schokolade nach Kundenwünschen her. Die meisten der rund 100 000 Stammkunden von „chocri.de“, seien jung und weiblich, sagt Duge, der längst keine Zeit mehr hat, um noch die Unibank zu drücken, auch wenn der süße Genuss erst mal nur Internet-Kunden vorbehalten bleiben soll. 30 Angestellte hat das Duo, „in der Spitzenzeit vor Weihnachten sogar 60“. „Gewissheit, dass unsere Idee funktionieren würde, hatten wir damals natürlich nicht“, blickt Duge zurück. „Wir mussten es einfach ausprobieren.“ Jüngst ist ein deutscher Schoko-Gigant bei den Jungunternehmern eingestiegen. Und seit wenigen Wochen verkaufen sie auch Eis, das die Kunden aus 40 Zutaten mit dem Mauszeiger anrühren.

Des Pudels Kern: Denis Burghardt hat mit seinem Unternehmen „Kern-Energie“ bei Nussliebhabern ins Schwarze getroffen. Fotos: Höhner

Jalapeños, Tomaten, ein wenig Basilikum und eine Prise Oregano, das sind derweil nur vier von mehr als 80 Zutaten, die eine leckere Nudel machen. Auch die Pasta kommt nicht mehr aus dem Supermarkt, sondern aus dem Internet, der Paketbote bringt die feurige Mischung. Klick für Klick fertigt der Kunde seine Wunschnudel am Bildschirm. 20 Nudelformen stehen bereit, dann wird eben kombiniert, was schmeckt. „Derzeit geht bei den Zutaten Fenchel am allerbesten“, verrät Daniel Schneider und wundert sich: „Damit hätten wir niemals gerechnet.“ Seit September vergangenen Jahres liefern Schneider (29) und sein Kompagnon Hans C. Marcher (40) Lebensmittel nach Wunsch, in Erfurt haben sie ihr Start-up-Unternehmen „Pastarie“ (www.meinepasta.com) gegründet und eine Großküche angemietet. Denn jede Nudeltüte, die dort gefüllt wird, ist ein Unikat, auch die Verpackung gestaltet der Nudelfreund selbst. „Wir stellen immer wieder fest, dass den Leuten besonders hochwertige Produkte schmecken“, sagt Schneider. „Eine Nudelmischung mit Trüffel, Steinpilz, Basilikum und Prosecco ist eine durchaus übliche Bestellung.“ Das Konzept kommt an: Inzwischen hat „Pastarie“ Kunden in ganz Europa.

Klick für Klick zum Nudelglück

In Köln macht Denis Burghardt unterdessen Feierabend. In jenem Warenhaus hat er zwischendurch eine Verkäuferin beraten, die noch nicht so recht auf den Geschmack gekommen ist. So beginnt übrigens auch die Geschichte von „Kern-Energie“: „Wir haben in Hamburg die Menschen auf der Straße angesprochen und ihnen Nüsse angeboten“, berichtet Burghardt. „So bekamen wir wenigstens eine leise Ahnung davon, was ankommen könnte.“ *Jens Höhner*

PREISWERT TELEFONIEREN

▼ Uhrzeit ▼ Vorwahl ▼ Cent/Min. ▼ Anbieter

Montag bis Freitag			
Ortsgespräche im Inland			
7–17	01079	1,89	star79
	01097	1,79	01097telecom
17–19	01097	1,48	01097telecom
	01079	1,84	star79
19–7	01079	1,49	star79
	01097	1,79	01097telecom
Ferngespräche im Inland			
0–7	01012	0,94	01012telecom
	010010	0,98	easybell
7–8	01079	1,68	star79
	01097	1,84	01097telecom
8–18	01097	1,84	01097telecom
	01012	1,92	01012telecom
18–21	01079	1,68	star79
	01097	1,84	01097telecom
21–24	010010	0,98	easybell
	01079	1,68	star79
Vom Festnetz zum Handy			
0–24	010010	6,9	easybell
	01012	8,89	01012telecom
Wochenende			
Ortsgespräche im Inland			
0–24	01097	1,46	01097telecom
	01079	1,49	star79
Ferngespräche im Inland			
7–21	01052	1,34	tengo
	01079	1,68	star79
21–7	010010	0,98	easybell
	01052	1,34	tengo
Vom Festnetz zum Handy			
0–24	010010	6,9	easybell
	01012	8,89	01012telecom

Die günstigsten Call-by-Call-Anbieter, die Sie ohne Anmeldung sofort nutzen können. Tarife mit Einwahlgebühr oder einer Abrechnung schlechter als Minutentakt und ohne Tarifansage wurden nicht berücksichtigt. Bei starker Nutzung der Billiganbieter kann es zu Engpässen kommen und die entsprechende Nummer besetzt sein. Tarifänderungen sind kurzfristig möglich. Teltarif-Hotline: 0900/1330100 (1,86 Euro pro Minute von T-Com). Aktuelle Tarifänderungen auch auf ZDF-Videotext Seite 588. Auslandstarife können wir aus Platzgründen leider nicht abdrucken, diese finden Sie unter www.teltarif.de. Alle Angaben ohne Gewähr. Stand: 15. 7. 2011 (Redaktionsschluss). Quelle: www.teltarif.de

Bücher-Fächer

So schmeckt der Sommer

Nach einem solchen Siebenschläfer-Tag wie anno 2011 hatte man schon einige Erwartungen. In Erfüllung gegangen sind sie freilich nur bedingt. Die Heizung hätte man sich bisweilen gewünscht bei diesem Scheißwetter. Aber, ach … Auch wenn keiner wirklich so recht an die alten Bauernregeln glaubt. Bisher jedenfalls kann man nicht behaupten, dass der offizielle Sommer so richtig einer war. Wie dem auch sei, vom Genuss der ganzen Vielfalt der Sommermonate sollte man sich jedenfalls nicht abhalten lassen. Schließlich ist das Marktangebot üppig wie je. Zupass kommt auf Abwechslung erpichten Genießern da eine Reihe von Büchern unterschiedlichster Couleur.

Da hätten wir zum Beispiel die **„Sommerküche“** von Tanja Dusy (Gräfe und Unzer Verlag, 24,99 Euro). Ohne Umschweife kommt die Autorin zu des Sommers kulinarischem Kern. Da gibt es frische Ideen für feine Sommersalate, Vorspeisen und Snacks, leichte Suppen und Eintöpfe, aber auch Vorschläge für den Grill und fürs Büfett, für unterwegs zum Mitnehmen und sogar für sommerliche Drinks. Fehlen dürfen natürlich Pasta, Pizza, Kartoffeln und Reis nicht, ebenso wie Fisch, Fleisch und Geflügel. Infos zu etlichen Produkten ergänzen diesen Band.

Wie man mit Rüben und allerlei anderem Wintergemüse Köstliches auf den Tisch zaubert haben Claudia Seifert und Sabine Hans (Fotos) bereits in ihrem Buch „Wärmende Winterküche“ gezeigt. Jetzt lassen sie mit **„Leichte Sommerküche“** (AT Verlag, 24,90 Euro) das Pendant folgen. Auch hier kommt Abwechslung auf den Speiseplan. Da kriegt die Panna Cotta einen überraschenden Basilikum-Johannisbeer-Goût und die Pfirsiche feiern Hochzeit mit südländisch duftendem Lavendel, feiner Mozzarella geht eine Liaison mit essbaren Blüten ein und süße Früchte werden mit herzhaftem Fleisch kombiniert.

Aus der ganzen Fülle des sommerlichen Obst- und Gemüseangebots schöpft **„Lust auf Land – Sommerküche“** aus dem Christian Verlag (19,95 Euro). Unter den schnellen und unkomplizierten hundert Rezepten in diesem Buch finden sich neben Klassikern für Picknick, Grillfest, Gartenparty oder Mittagessen im Freien auch durchaus anmachende neue Ideen wie Holundersorbet mit Karamellstreifen oder gegrillte Wassermelone mit Sauerrahm-Orangen-Eis.

Es muss nicht immer die Flasche Wein als Mitbringsel für Freunde sein. Viel persönlicher: Selbstgemachtes. Die Sommerzeit mit ihrem üppigen Angebot an heimischen Produkten ist da natürlich prädestiniert. Unter dem Motto „Selbst gemacht & mitgebracht“ hat die Haushaltswissenschaftlerin Regine Stroner, die seit Jahren zusammen mit ihrem Mann einen bekannten Gasthof in Hohenlohe führt und ihr kulinarisches Know-how auch in Workshops und Kursen vermittelt, neue Rezepte aus ihrer Küchenwerkstatt in dem sehr aparten Buch **„Geschenke aus der Sommerküche“** (Kosmos, 14,95 Euro) gebündelt. Neben zahlreichen praktischen Tipps zum Einlegen und Einkochen, zum Verpacken und Transportieren hat Stroner die Rezepte in fünf Kapitel untergliedert: „Picknick-Ideen für Genießer“ (Muffins, eingelegte Leckereien & Limonaden), „Für alle Grill-Gourmets“ (Marinaden, Dips & Antipasti), „Mitbringsel für Sommerfeste“ (Terrinen, Saucen & Kompott) „Einladung zum Kaffee“ (Kuchen, Konfekt & Likör) und „Was immer gut ankommt“ (Konfitüren, Essig & Sirup). Geschmackvoll inszenierte Fotos (Anne Rogge) runden das Buch aufs Trefflichste ab.

Sommerzeit ist natürlich aus Tomatenzeit. Jetzt schmecken die meist roten, seltener gelben und und bisweilen sogar schwarzen Paradeiser am besten. Sonnengereift aus dem eignen Garten selbstverständlich noch mal so gut. Ebenfalls bei Kosmos für 14,95 Euro erschienen: **„Tomaten“** von Erfolgsautorin Cornelia Schinharl. Von Tomatensugo über gefüllte Tomaten, von Fisch und Tomaten aus der Folie bis zum Tomatenflan mit Basilikumsauce reicht das Spektrum der Rezepte, die, wie gewohnt in dieser noch recht jungen Kosmos-Reihe, von vielen Tipps zur Zubereitung („Was wirklich wichtig ist“) begleitet werden.

Ein Buch für ganz große Tomatenfans kommt von Andres Sprecher: **„Das große Buch der Tomaten“** (FONA/Hädecke Verlag, 29,90 Euro) gehört wohl zum Ausführlichsten, was auf dem deutschen Buchmarkt zum Thema Tomaten erhältlich ist. Allein die ersten mehr als 160 Seiten sind der Geschichte und Botanik (u. a. dem Anbau) sowie den Sortenporträts gewidmet. Letztere umfassen neben Fotos der einzelnen Sorten auch jeweils Infos zur Geschichte und Herkunft, über die Frucht und ihre Eigenschaften sowie die Reifezeit. Bei den Rezepten reicht die Palette über die Haltbarmachung von Tomaten sowie kalte und warme Saucen bis hin zu Suppen und Häppchen. Webadressen sowie Bezugsquellen für Tomatensamen im Anhang (auch beim Autor selbst: www.tomandi.ch) komplettieren dieses wegweisende Buch für Tomatenfans. Hier ist wirklich alles Tomate! *Michael Ludwig*