

Berlin macht ein Fass auf

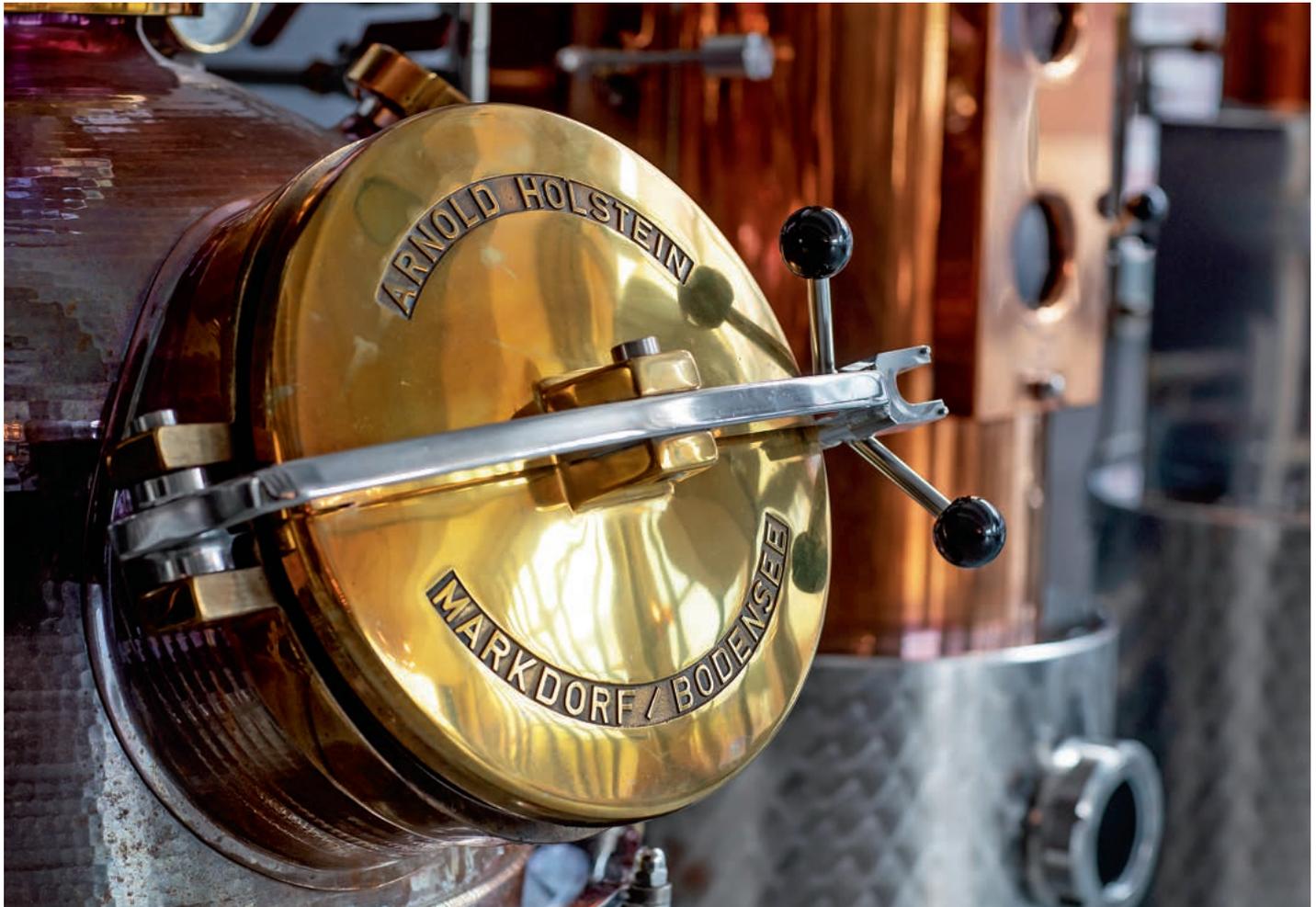
Von Hochprozentigem mit Herbstlaubnote bis hin zu Popcorn mit Limettenöl – die Lebensmittel-Manufakturen der Stadt produzieren mit viel Liebe zum Detail

VON *Almut Kaspar*

Gewerbepark Georg Knorr in Marzahn, Haus 10. Hier hat, in denkmalgeschütztem Backstein, eine kleine Firma ihren Sitz, die hochprozentige Alkoholika der Spitzenklasse produziert: die Deutsche Spirituosen Manufaktur (DSM). Bevor sie vor zwei Jahren im früheren Fabrikkomplex der Knorr-Bremse mit ihrer Premium-Brennerei starteten, hatten Diplom-Kaufmann Tim Müller und der promovierte Naturwissenschaftler und Apotheker Konrad Horn bereits in Hunderten Testreihen 70 Produkte entwickelt, die sie nun in kleinen Chargen auf den Markt brachten – Brände, Geiste, Liköre, Gin sowie Doppelkorn und Wodka. „Wir perfektionieren nicht nur Bekanntes und Bewährtes, sondern kreieren vor allem auch Spirituosen, die es so bisher noch nicht gab“, sagt DMS-Geschäftsführer Müller. Heute hat die Manufaktur schon 114 Produkte im Sortiment, darunter Geiste von Herbstlaub, Meerrettich oder Bergwiesenheu.

Bezugsquellen sind regionale Betriebe

Die handverlesenen, hochwertigen und natürlichen Inhaltsstoffe – von Apfelquitte bis Zitronenmelisse – bezieht die DMS von traditionellen landwirtschaftlichen Betrieben aus der Region,



aus Deutschland und aus aller Welt. „Durch unsere intensive Zusammenarbeit mit den Lieferanten und regelmäßige Kontakte und auch Besuche vor Ort stellen wir sicher, dass alle Rohstoffe unseren hohen Qualitätsstandards entsprechen“, so Müller. Mandarinen werden zum Beispiel frisch geerntet in Sizilien geladen und sind eine Woche später zur Verarbeitung in Berlin.

„Nach dem Schälen wird das innen an den Schalen anhaftende Weiß mit dem Messer abgekratzt und entsorgt, um ein besonders reintoniges Schalenaroma in unserem Geist zu erhalten“, erläutert Müller, „und nach der Mazeration, also dem Einlegen in Alkohol, wird der Ansatz destilliert und das Destillat nach der Lagerung schrittweise mit besonders weichem Wasser auf die Trinkstärke herabgesetzt.“ Anschließend werde von Hand in braune Apothekerflaschen in zwei Konfektionsgrößen oder in Destillat-Sprüher abgefüllt und etikettiert. Mit den Sprüh-Flakons können Getränke und Speisen verfeinert und Besteck kann parfümiert werden.



Als während des Corona-Lockdowns in der Gastronomie der Umsatz auch bei der DMS einbrach, orderte Müller massenhaft weitere Sprüh-Flakons und stellte auf die Produktion von Handdesinfektionsmitteln mit den Aromen Lavendel, Mandarine und Rosmarin um. „Damit haben wir unsere Ausfälle kompensieren können, und diese Mittel haben wir natürlich immer noch im Sortiment.“ Verkauft werden die DSM-Produkte, von denen 18 in diesem Jahr mit dem begehrten DLG-Siegel Gold ausgezeichnet wurden, nicht nur im eigenen Online-Shop, in der Manufaktur selbst und einem DMS-Store in der Torstraße, sondern auch in den Manufactum-Warenhäusern in ganz Deutschland.

Herstellung in Handarbeit

Manufakturen – gewerbliche Kleinbetriebe, in denen spezielle hochwertige Produkte im Wesentlichen in Handarbeit hergestellt werden – treffen offenbar den Zeitgeist. Über eine hohe Nachfrage freuen sich vor allem die Food-Manufakturen, von denen es in Berlin viele Dutzende gibt. „In Manufakturen sollten Maschinen nur dann zum Einsatz kommen, wo es unvermeidlich ist“, sagt Müller. „Hinter den Produkten sind die Menschen wichtig, auf deren Erfahrung sich die Kunden verlassen können, und schließlich ist die hohe Qualität der handgefertigten Produkte ein entscheidendes Merkmal.“

Kulinarische Connaisseurs schätzen beispielsweise die einzeln geschabten Spätzle von Josephines Feinkost, die Schoko-Naschereien von Xogue oder Wohlfahrt Schokolade, Pasten und Aufstriche aus der Werkstatt von Miriam Eva Kebe, die Baumkuchen der Konditorei Rabien, Leckereien aus der Bonbonmacherei, den Craft-Tee der ManuTeeFaktur oder den Eierlikör mit >

Popcorn als Gourmet-Snack kreiert die Popkorn-ditorei Knalle.
Bild links: Die Gründer: Johannes Laue (r.), Christopher Peters und Lucie Krautien

„Wir perfektionieren nicht nur Bekanntes, sondern kreieren vor allem auch Spirituosen, die es so bisher noch nicht gab.“

Tim Müller
Geschäftsführer Deutsche Spirituosen Manufaktur

Hier wehen gute Geister: Tim Müller gründete die Deutsche Spirituosen Manufaktur im Fabrikkomplex der Knorr-Bremse

FOTOS: CHRISTIAN KIELMANN (2), POPKORNDITOREI KNALLE (2)



echter Bio-Bourbon-Vanille von Rübberg. Ein Hotspot der neuen Food-Bewegung ist die Kreuzberger Markthalle Neun, wo Manufakturen wie Mani In Pasta oder Tofu Tussis ihre Stände haben.

Bestes aus rund 60 Berliner Manufakturen verkauft Adam Mikusch in seinen Feinkostläden Eat Berlin in den Hackeschen Höfen und in der East Side Mall. Er hatte vor zehn Jahren die Manufaktur Haus der feinen Kost gegründet, um Fertigsalat-Dressings zu produzieren, die schmecken sollten wie selbst gemacht. Die Saucen – Honig-Senf, Balsamico-Vanille und Balsamico-Basilikum – rührte Mikusch damals in einem Zehn-Liter-Abfülltopf an und klapperte damit Berliner Wochenmärkte ab. Weil seine Kreationen Salatblätter geschmacklich vergolden sollten, erfand er die Marke Blattgold Dressing. „Aber weil viele glaubten, da sei tatsächlich echtes Blattgold drin, habe ich sie umbenannt in Berliner Manufaktur Dressing“, sagt Mikusch. Und komponierte daraufhin die begrenzte „Superior Gold Dressings“-Edition, die er mit essbarem 22-karätigem Gold veredelte. Bestseller seines Sortiments sind die Berliner Currysauce und die Berliner Senfsauce, die er vor allem über Supermärkte und Kaufhäuser absetzt.

”

Für all diese Köstlichkeiten wollte ich ein Zuhause schaffen.

Adam Mikusch
Gründer Haus der feinen Kost und Eat Berlin

Adam Mikusch hat mit feinen Salat-Dressings angefangen und verkauft inzwischen in seinem Laden Eat Berlin Köstliches aus rund 60 Berliner Manufakturen

Leidenschaft als Triebfeder

Auf die Idee zu seinen Eat-Berlin-Läden kam Mikusch in den ersten Jahren nach der Gründung seiner Manufaktur 2010, als auf den Wochenmärkten immer mehr Manufakturen ihre Produkte feilboten. „Für all diese Köstlichkeiten wollte ich ein Zuhause schaffen, damit Besucher das ganze kulinarische Handwerk Berlins auf wenigen Quadratmetern erleben können.“ Die



Hersteller seien „Genuss-Pioniere wie ich, deren Antrieb nicht Geld, sondern Leidenschaft ist“.

Leidenschaft war auch die Triebfeder für Elisabeth und Willy Andraschko, die 2006 ihre Andraschko Kaffeemanufaktur mit heute 14 Mitarbeitern gründeten. Ihre Passion für guten Kaffee begann schon früher, und zwar im 1979 eröffneten Café Einstein, das sie mitbetrieben und als Wiener Kaffeehaus in Berlin etablierten. Jetzt servieren sie ihn nicht mehr, sondern machen ihn selbst. „Das ist für uns ruhiger und befriedigender“, sagt Willy Andraschko. „Unseren Rohkaffee, den wir auf unseren Reisen nach Mittelamerika, Brasilien, Afrika und Indien entdecken und vor Ort verkosten, beziehen wir von einzelnen Farmen und Kooperativen.“ Zu denen unterhalte man intensiven Kontakt. „Und in dieser fairen und respektvollen Zusammenarbeit entstehen schließlich Spitzenqualitäten.“

Kommt der Rohkaffee in Berlin an, wird zunächst probiert, getestet und nach den besten Kombinationen gesucht. Verarbeitet werden ausschließlich Arabica-Bohnen, die nach der Röstung dann als Espresso-





Sorten wie Grand Cru oder Buena Vista Primèro oder auch Filterkaffees auf den Markt kommen. Zurzeit röstet Andraschko, corona-bedingt, rund 20 Tonnen Rohkaffee pro Monat – in einem 50-Kilo- und einem 120-Kilo-Trommelröster. Weitere Maschinen wird es nicht geben. „Wir wollen keine Massenproduktion“, so Andraschko.

Premium-Image für ein Massenprodukt

Auf den Massenmarkt verzichtet auch die Popkornditorei Knalle, obwohl schon früh große Einzelhandelsketten Knalle-Produkte in ihre Regale stellen wollten. „Wir beliefern den Feinkosthandel, weil wir einem massentauglichen Produkt ein neues Premium-Image verleihen wollten“, sagt Knalle-Geschäftsführer Christopher Peters. Er hatte die Popkornditorei 2016 gegründet, zusammen mit der Köchin und Pâtissierin Lucie Krautien, deren Mann André Göbel, ebenfalls Koch, und dem Brand-Designer Johannes Laue, der für die außergewöhnlichen Popcorn-Tüten und den gesamten optischen Auftritt des Start-ups verantwortlich ist. Damals hatten sie noch mit einer 08/15-Popcorn-Maschine und Mais aus dem Bio-Supermarkt getestet, was überhaupt möglich war mit dem aufgepufften Ausgangsmaterial.

Knalle produziert Popcorn, das mit dem üblichen Kino-Snack kaum noch etwas gemein hat.

In der Friedrichshainer Manufaktur wird der Mais aus Südfrankreich mittels Air Popper ohne Fett und nur mit heißer Luft aufgepufft und dann gesiebt. Anschließend bekommt das Popcorn seinen Karamellmantel – „immer frisch produziert und nur mit besten Zutaten wie Tahiti-Vanille, Limettenöl aus der Schale oder frisch gemahlenem Pfeffer aromatisiert“. Am Ende steht der Backvorgang im Ofen, damit die Gourmet-Snacks knusprig werden.

„Wir verwenden hier ausschließlich Mushroom-Mais, weil der viel größer und runder aufpoppt als andere Maissorten und unserem Karamellmantel die ideale Oberfläche bietet“, sagt Peters. Acht Popcorn-Sorten hat Knalle derzeit im Angebot, die beliebtesten sind „Butterkaramell Tahiti-Vanille“, „Dunkle Schokolade geröstete Mandel“ und „Tonkabohne Kokos“. Bei einer durchschnittlichen Produktionsmenge von 5,5 Tonnen Popcorn pro Monat betrug der Umsatz im vergangenen Jahr 1,3 Mio. Euro – der soll auch in diesem Jahr trotz Corona gehalten werden.

Auch Knalle reagierte auf den Lockdown: Mitarbeiter und Partner bekamen #stayathome-Boxen mit persönlichem Gruß, und Firmen konnten ihren Beschäftigten mit einer Zuhause-Box die Arbeit im Homeoffice versüßen – Versand und Grußkarte inklusive.

Legen Wert auf fairen und respektvollen Umgang mit den Bauern vor Ort: Elisabeth und Willy Andraschko, Gründer der Andraschko Kaffeemanufaktur



Tobias Rühmann,
IHK-Branchenmanager Industrie
Tel.: 030 / 315 10-621
tobias.ruehmann@berlin.ihk.de