

FLEISCHGROSSMARKT HAMBURG



FrischePost

AKTUELLES UND WISSENSWERTES RUND UM DEN FLEISCHGROSSMARKT HAMBURG

März | April | 2013



Hanseata: Erfahrung und Qualität seit 50 Jahren

ERFOLGREICH IN DRITTER GENERATION



Liebe Leserinnen, liebe Leser!

An Geschichten aus den alten Tagen erinnern wir uns gern - vor allem dann, wenn sie gut ausgehen. Die Geschichte des Fleischgroßmarkts Hamburg ist so eine. Die Erfolgsgeschichte begann genau vor zwanzig Jahren, als 1993 tatkräftige Unternehmer den FGH gründeten. Sie bewiesen Mut, weil sie von ihrem Vorgänger ein finanziell schwieriges Erbe antraten. Der Landesbetrieb Vieh- und Fleischzentrum Hamburg schrieb seit vielen Jahren rote Zahlen, die Zukunft des Traditionsstandortes für das Hamburger Fleischgewerbe war in großer Gefahr. Graben wir noch weiter in der Vergangenheit. Der damalige Senat hatte 1991 ein Gutachten in Auftrag gegeben, das in seiner Schlussfolgerung zwei Optionen für den Standort vorsah: die erste sah die Stilllegung des Fleischmarktes mit anschließender Umwidmung der freien Flächen, etwa für Bauzwecke, vor. Die zweite Option hieß Verpachtung und Erhalt des Fleischmarktes. Wir auf dem Fleischgroßmarkt sind sehr froh, dass sich der Senat für die letztere Option entschied. Heute ist der FGH als innerstädtischer Gewerbemarkt attraktiv wie nie zuvor, und die Zahlen sprechen für sich: die Fleischgroßmarkt Hamburg Betriebsgesellschaft zählt zu Beginn dieses Jahres 261 Mieter, von insgesamt 100.000 Quadratmeter verfügbarer Gewerbefläche sind 96 Prozent Quadratmeter vermietet. Auch die Zahl der Beschäftigten auf dem Markt stieg in den letzten 20 Jahren von 1.500 auf heute rund 4.000.

Das 20-jährige Jubiläum soll ein Anlass sein, um uns allen, die an dieser Erfolgsgeschichte mitgeschrieben haben, auf die Schulter zu klopfen! Es gibt allen Grund zu feiern. Der Rückblick auf die letzten 20 Jahre zeigt aber auch, dass wir heute für die stetigen Investitionen in Bausubstanz und Infrastruktur - in 20 Jahren insgesamt 160 Millionen Euro - belohnt werden. Auch die Entscheidung, mit den Schanzen-Höfen den Sprung über unsere Mauern zu wagen, hat sich als goldrichtig erwiesen. Der zweite Bauabschnitt steht vor dem Abschluss, im Braugasthaus „Altes Mädchen“ sind die Zapfhähne einsatzbereit.

Der FGH krempelt auch weiter die Ärmel hoch, wenn es um Investitionen in die Zukunft geht. Vor kurzem ist unsere neue Kühlanlage in Betrieb gegangen. Der CO2-Fußabdruck des FGH wird damit um 1.100 Tonnen im Jahr kleiner. Erwähnen möchte ich zudem unsere Investitionen ins Stromnetz und eine hochmoderne Videoüberwachungsanlage.

Was bei der Gestaltung von Zukunft auch auf dem Fleischgroßmarkt nicht fehlen darf, ist die Förderung des Nachwuchses. Als Betreibergesellschaft bilden wir selbst Fachkräfte im Bereich Anlagemechanik und Elektrotechnik aus. Besonders fortschrittlich ist die Firma Mattfeld in der Gewinnung von Auszubildenden und Mitarbeitern. Hanseata und DeKöök haben Glück, Traditionen an die folgende Generation weitergeben zu können. Andere Unternehmen können nicht auf geeignete Nachfolgerinnen und Nachfolger aus Familienkreisen hoffen. Somit wird auch auf dem FGH die Förderung von Führungskräften eine große Rolle spielen. Das Interview mit Windsurfing-Legende Axel Ohm zeigt aber auch, dass der frische Blick von außen alten Traditionen neue Dynamik verleihen kann.



Herzlichst
Ihr

Frank Seitz,
FGH Geschäftsführer

INHALT

Am 4. März 2013 eröffnete in den Schanzen-Höfen das neue Braugasthaus
Na denn Prost, Altes Mädchen! 3

Zu Besuch in der Firma Hanseata Theofil Zuther
Erfolgsrezept Familienunternehmen 4

De Köök und Wackelpeter kochen für Kinder in ganz Hamburg frische, gesunde und schmackhafte Mahlzeiten
Zwei Caterer, zwei Großküchen, eine Berufung 8

Die neue Kühlanlage auf dem Fleischgroßmarkt Hamburg arbeitet hocheffizient und punktet im Umweltschutz
Prima Klima auf dem FGH 12

Wenn ein Surfer Bier brauen würde...
Craft Beer 15
Axel Ohm ist für die Ratsherrn Brauerei der Mann fürs Marketing. Der FrischePost erzählt die Windsurfing-Legende, wie mit Craft Beer neuer Schwung in den Humpen kommt

Langhans Suppenmanufaktur
Feinste Delikatessen aus der Dose 16

Nord Event
Blumengrüße aus dem Frischezentrum 16

Impressum 16



„Hamburg, altes Mädchen, ich mag Dich so wie Du bist“. Freddy Quinns Liebeslied an die schöne, nicht immer ganz taufrische Stadt inspirierte Patrick Rüter zum Namen seines nagelneuen Braugasthauses

Das würde auch gar nicht zum Gastronomie-Konzept passen, das er im Gespräch mit Axel Ohm (siehe auch S.15) vor Augen hat. Im „Altes Mädchen“ sollen dem knödeligen Image von Braugasthäusern gehörig die Zöpfe geschnitten werden. „Wir wollen ein Braugasthaus norddeutschen Typs entwickeln“, erklärt Rüter. Nein, keine Fischernetze an den Decken, sondern in Abgrenzung zu den süddeutschen Brauhäusern eben keine Schweinshaxen, keine Dirndl und Schuhplattler. Das norddeutsche Gesicht soll sich eher in einer „zurückgenommenen“ und „entspannten“ Haltung zeigen.

Weil „Altes Mädchen“ auch nicht zum Saufen einladen will, wird das Gasthaus, so der Geschäftsführer, auch für Familien ein Ausflugsziel sein. Die Hauptrolle auf der Getränkekarte spielt Craft Beer. Das in guter alter Handarbeit gemachte Bier kommt direkt von nebenan aus der Ratsherrn-Brauerei. Passend dazu dreht sich bei den Speisen alles ums Brot. „Zwei Bäcker backen hier im Holzbackofen Brotsorten nach alten Rezepten“, berichtet Rüter. Neben der täglichen Vielfalt an „Abendbrot“ biete der sonntägliche Frühschoppen eine „nette Abhängmöglichkeit“ für Freunde des späten Frühstücks. Begleitet von Gitarrenklängen statt Blasmusik, versteht sich.

Patrick Rüter freut sich, dass im Hof Kastanien gepflanzt wurden. Seine Lieblingsbäume, die klasse zum Thema Biergarten passen. Draußen können, wenn der Hamburger Sommer mitspielt, rund 60 Gäste in der Abendsonne Biersorten aus allen Herren Länder probieren. Drinnen bietet die alte Viehhalle um den mittigen Tresen etwa 120 Plätze. Hier schenken die Jungs und Deerns vom Team „Altes Mädchen“ 60-70 verschiedene Biere aus. „Ratsherrn zeigt hier wirklich Größe, weil Ratsherrn nicht darauf besteht, nur Ratsherrn zu verkaufen“, meint Rüter. Das entspricht auch dem partnerschaftlichen Umgang, der in der Craft Beer Community üblich ist. Die Braumeister tauschen untereinander Rezepte aus, laden sich gegenseitig ein.

„In Deutschland herrscht gerade eine tolle Aufbruchsstimmung, was die Bierkultur angeht“, so der Craft Beer Fan Rüter. Es sei nicht nur Trend, sondern richtig, dass die Leute wissen wollen, was in ihrem Essen und ihren Getränken drin ist. Das neue Braugasthaus in den Schanzen-Höfen bekennt sich zum „gut gemachten“ Bier und zur Vielfalt an Bierstilen.

Außerdem sehen sich die Geschäftsführer vom „Altes Mädchen“ auch als Bildungsbeauftragte in puncto Craft Beer: „Merkst ja selber, wie lange ich erzähle.“

Am 4. März 2013 eröffnete in den Schanzen-Höfen das neue Braugasthaus

NA DENN PROST, ALTES MÄDCHEN!

Die kleinen Löcher im Holz haben tatsächlich Holzwürmer hineingefressen. Das Holz stammt von alten Heuschobern aus den Alpen, die zusammengefallen waren. Die Würmer sind raus, jetzt verkleiden die betagten Holzbretter Wände, Sitznischen und Podeste im neuen Braugasthof „Altes Mädchen“. Geschäftsführer Patrick Rüter mag Verlebtes, Dinge, die Patina und eine Geschichte haben. Wie schon mit Tim Mälzer in der „Bullerei“ beweist er auch einen Hof weiter in den Schanzen-Höfen, dass er ein gutes Gespür für Inneneinrichtung hat. In den historischen ehemaligen Viehmarkthallen sieht Altes alles andere als altbacken aus.

Bildungsbeauftragte in puncto Craft Beer



Zu Besuch in der Firma Hanseata Theofil Zuther GmbH & Co. KG.

ERFOLGSREZEPT FAMILIENUNTERNEHMEN

In einem Kellerladen in der Kampstraße 1 fing alles an. Mit dem Fahrrad und einem Holzkoffer belieferte der Hanseata-Gründer Theofil Zuther seine ersten Kunden mit allem, was ein Fleischer so braucht. Heute führt er mit seiner Frau Margret und Sohn Arno Zuther das größte Handelshaus für Fleischerei- und Gastronomiebedarf im Großraum Hamburg. In seinem Stammhaus in der Sternstraße 69 und in der Filiale auf dem Fleischgrossmarkt in Halle A beschäftigt Hanseata derzeit 30 Mitarbeiter

Der Konferenztisch in der Sternstraße ist für Kaffee und einen kleinen Imbiss eingedeckt. In der Mitte liegen Kostproben des Zutherschen Könnens: Gewürzmischungen, eingetütetes Know How für einen guten Geschmack. Auch Tim Zuther, der 16-jährige Sohn von Hanseata Chef Arno und Enkel des Gründers und Senior Chefs Theofil Zuther stellt seine Kompositionen vor. Theofil und Arno

Zuther tragen ihren weißen Arbeitskittel, Tim wirft ihn später im Gewürzlager über. Wächst mit ihm gerade die dritte Hanseata Generation heran? Die erste und zweite verrät der FrischePost immerhin ein paar Zutaten des Erfolgsrezepts Familienunternehmen..

FrischePost: Herr Theofil Zuther, Sie gründeten vor fast



Die Zuthers wissen, wo der beste Pfeffer wächst. Kunden aus Hamburg und der Region schätzen ihren guten Riecher für Naturgewürze. Auch die jährlich verkauften Meter an Kunstdarm können sich sehen lassen: 20 Millionen. Damit kommt man auf der Höhe der hiesigen Breitengrade fast einmal um die ganze Welt!

60 Jahren das Familienunternehmen Hanseata. Ihre Ausbildungen zum Fleischermeister und Industriekaufmann klingen nach einer perfekten Mischung, um ein Handelshaus für Fleischereibedarf zu führen. Hatten Sie dieses Ziel vor Augen, als Sie die Berufsschulbank zum zweiten Mal drückten?

Theofil Zuther: Ich begann meine kaufmännische Ausbildung, weil ich nicht in einem Fleischerfachgeschäft sondern eher als Betriebsleiter in der Industrie arbeiten wollte. Als Auszubildender in der Fabrik habe ich dann aber gemerkt, dass die Zulieferer von Gewürzen und Därmen nur wenig beraten haben. Ich sah hier eine Lücke, um die ich mich kümmern wollte. So stellte ich mich später bei den Fleischern an die Theke oder in die Wurstküche und gab ihnen Tipps, wie sie ihre Produkte etwa durch andere Därme oder Zutaten optimieren können. 1954 übernahm ich schließlich die vor dem Konkurs stehende Fleischereibedarfshandlung Helmuth Albert W. Schmidt in der Kampfstraße 1.

FrischePost: Heute steht genau an dieser Ecke ein Neubau mit einem Mobiltelefon Shop im Erdgeschoss. Wie kann man sich das Straßenbild von 1954 vorstellen?

Theofil Zuther: Damals wurde auf dem Gelände des Fleischgrossmarktes noch geschlachtet. Dienstags waren es bis zu 14.000 Schweine. Rund um den Schlachthof warteten dann Viehfahrzeuge auf ihre Abfertigung. Am Anfang bin ich noch mit dem Fahrrad zu meinen Kunden gefahren, um Ware auszuliefern. Darunter waren auch viele aus Ost- und Westpreußen geflüchtete Fleischer, die sich in Hamburg eine neue Existenz aufbauten. Da ich aus Westpreußen stamme, hatten wir viel Gesprächsstoff und guten Kontakt, sodass ich meinen Kundenstamm langsam ausbauen konnte.

Auch im Sortiment: Mehr als 10.000 Non-Food-Artikel

FrischePost: Kommen wir zur zweiten Generation Hanseata. Herr Arno Zuther, stand es für Sie eigentlich schon von Anfang an fest, in das Familienunternehmen einzutreten?

Arno Zuther: Nicht ganz. Ich bin zwar zwischen den Pfeffersäcken groß geworden und habe als Junge auch im Geschäft geholfen; Gewürze abgepackt oder Saitlinge sortiert. In Bezug auf meine berufliche Zukunft hatte ich aber immer freie Wahl. Ausgebildet bin ich als Volljurist, ich habe beide Staatsexamen absolviert und auch als Anwalt gearbeitet. Jura hat mich interessiert, ich habe den Beruf auch aus einem gewissen Idealismus ausgeübt. Ich habe dann zusätzliche Aufgaben bei Hanseata übernommen, die immer mehr wurden, so dass ich mich schließlich fast vollständig auf Hanseata konzentriert habe. So bin ich als Seiteneinsteiger ins Geschäft gekommen.

FrischePost: Die Lust, Gewürzmischungen zu kreieren, hat sich auch auf die dritte Generation Zuther übertragen. Tim, wie kommt es, dass man Dich jetzt auch in der väterlichen und großväterlichen Gewürzabteilung treffen kann?

Tim Zuther: Ich habe in den Sommerferien in der Firma geholfen und auch Gewürze abgepackt und angefangen Gewürze zu mischen. Dann saßen wir einmal im Urlaub auf der Terrasse und da ich gern koche, hat mich meine Familie dazu ermuntert, mir auch mal Gedanken über Gewürzmischungen zu machen.

Arno Zuther: Tim hat sich Anregungen aus dem Internet geholt. Er hat sich die Gewürze bei uns zusammengesucht, gemischt, probiert und die Mengenverhältnisse ausgetüfelt. Entstanden sind zum Beispiel ein orientalisches Gewürz, das „Baharat“, ein Bruschetta Gewürz und ein Kaffee- und Milchspeisen Würzer. Wir nennen es „Aladin's Kaffeezauber“, weil wir es auf einer Ausstellung zum Thema 1001 Nacht präsentiert haben. Tim hat aber noch etwas vorbereitet.

haben. Tim hat aber noch etwas vorbereitet.

Tim Zuther steht auf und kommt nach ein paar Minuten mit köstlichen Baharat Hackfleischbällchen und Bruschetta zurück an den Besprechungstisch.

FrischePost: Schmeckt toll! Wie bist Du gerade auf diese Gewürzideen gekommen?

Tim Zuther: Ich wollte ein Gewürz mischen, das ich auf jeden Fall beim Kochen verwenden kann. Für Hackfleischbällchen und Bruschetta eine Gewürzmischung zu finden, hat sich dann für mich angeboten. Das sind außerdem Rezepte, die noch relativ einfach waren.

Theofil Zuther: Ja, das sind die neuen Gewürze. Die Wurstgewürze sind eher mein Metier.



FrischePost: Neben Gewürzen bieten Sie für das Fleischerei- und Gastronomiegewerbe mehr als 10.000 Non Food Artikel an. Wie hat sich Ihr Warenangebot im Vergleich zu den Anfangsjahren Hanseatas entwickelt?

Theofil Zuther: Wir haben mit dem klassischen Fleischereibedarf angefangen. Dazu gehören Därme, Gewürze, Maschinen und Geräte, eben alles, was der Fleischer so braucht. Unser Schwerpunkt lag aber immer auch bei den Gewürzen. 1954 gab es in Hamburg einige hundert Fleischereien, das war ein enormes Kundenpotenzial. Den Markt teilten sich damals viele Fleischereibedarfshändler auf, teilweise aber auch nur spezialisiert auf bestimmte Produktgruppen. Dann schlossen nach und nach viele Fleischereifachgeschäfte, die Gastronomie als zweiter Kundenzweig blieb aber und wurde immer stärker. Wir orientierten uns vom Fleischereibedarf auch zur Gastronomie hin, weshalb das Sortiment heute stark erweitert ist: Wir verkaufen heute zum Beispiel auch Geschirr, Bestecke, Kombi-Dämpfer und Piz-
zäöfen.

FrischePost: Und die Gewürze?

Theofil Zuther: Die Gewürze blieben. Aber auch da haben wir unser Sortiment mit Kräutern und sogar auch mit Tees erweitert. Und wir sind nicht nur bei Gewürzmischungen und Zusatzstoffen für Wurst geblieben, sondern haben auch Mischungen, die gern beim Kochen, Backen oder Grillen genommen werden, entwickelt.

FrischePost: Wie kommen Naturgewürze wie Sternanis zu Ihnen in die Sternstraße?

Theofil Zuther: In den Hamburger Hafenschuppen lagern eigentlich alle Gewürze, die wir brauchen. Man muss aber auch wissen, wer die Broker und Makler sind und wer von ihnen die besten Verbindungen zu den Produzenten hat. Haupterzeuger sind Länder wie Indonesien, China und Vietnam da wächst vieles. Wir profitieren von unseren langjährigen Verbindungen

zu ausgewählten Lieferanten, die unseren Qualitätsansprüchen entsprechen: da gibt es keinen Wildwuchs, alles läuft kontrolliert ab und ist in guten Händen. Heute sind nahezu alle unsere Lieferanten zertifiziert.

FrischePost: Reisen Sie dennoch auch selbst mal in die Ursprungsländer, um nach dem Rechten zu sehen?

Arno Zuther: Das ist eigentlich nicht notwendig, weil wir uns auf die Qualität der Ware verlassen können. Wir verbinden das Angenehme dennoch gern mit dem Nützlichen, wenn wir in den Ursprungsländern Urlaub machen. Es ist einfach gut zu wissen, wie die Gewürze wachsen: ob an einem Baum oder Strauch.

FrischePost: Gibt es Gewürze, die der Gastronom nur bei Hanseata kauft?

Arno Zuther: Viele Kunden, die auf gute und gleichbleibende Qualität achten, kommen zu uns. Gerade bei Naturge-

würzen ist es wichtig, dass Farbe und Aroma stimmen. Pfeffer, Muskatnuss und Nelken verkaufen wir sehr viel. Aber auch Kräuter und Gewürzmischungen wie unser Steakgewürz „Brasil“ sind sehr beliebt.

Theofil Zuther: Nach unserem Gyrosgewürz, das auch ein gutes Vielzweckgewürz ist, sind manche Leute „süchtig“. Das hat übrigens meine Frau kreiert.

FrischePost: Wie viele Gewürzkompositionen haben Sie in den nahezu 60 Jahren Hanseata schon geschaffen?

Theofil Zuther: Wir haben über 600 Rezepturen. Erst, wenn ein neues Gewürz ausreichend probiert und getestet ist, wird die Rezeptur freigegeben.

Die Gewürzrezepturen sind alphabetisch geordnet. Theofil Zuther bringt den Ordner mit den geheimen Mischungen von H-O in das Besprechungszimmer. Tatsächlich, ob „Hähnchen-Döner“ oder das Weltmeisterschaftsgewürz „Kapstadt-Griller“ von 2010, jede Rezeptur ist vom Gewürz-Ältesten selbst unterschrieben.

Ob „Hähnchen-Döner“ oder das Weltmeisterschaftsgewürz „Kapstadt-Griller“, jede Rezeptur wird vom Gewürz-Ältesten unterschrieben



Drei Generationen einer Gewürz-Dynastie: Arno (ganz links), Theofil (mitte) und Tim Zuther (rechts). Das Talent für aromatische Gewürzrezepturen bleibt in der Familie

FrischePost: Welche speziellen Gewürzwünsche erfüllen Sie denn?

Arno Zuther: Wir entwickeln und produzieren auch Mischungen für Kunden, die spezielle Anforderungen haben oder passen die Abpackungseinheiten ihren individuellen Wünschen oder ihren Produktionschargen an.

Und dem aktuellen Trend folgend haben wir auch relativ neu eine Produktlinie „Rein und Fein“. Wer auf jegliche Zusatzstoffe mit E-Nummern verzichten will, ist hier richtig.

FrischePost: Sie sind flexibel und gehen individuell auf Kundenwünsche ein. Verraten Sie uns weitere Zutaten Ihres Erfolgsrezepts?

Theofil Zuther: Der Standort am Fleischgroßmarkt, ein großes Lager, hohe Lieferfähigkeit, vernünftige Qualität, ein fairer Preis, gute Beratung und ein freundliches Gesicht!

FrischePost: Bei einem Familienunternehmen ist es sicherlich nicht einfach, nach Feierabend Geschäftliches von Privatem zu trennen. Wie vermischen sich bei den Zuthers Firma und Privates?

Arno Zuther: Da beide Familien auf einem Grundstück wohnen und oft zusammen essen, bleibt es nicht aus, dass wir auch öfter mal über das Handelshaus sprechen. Wir versuchen, es damit aber nicht zu übertreiben.

FrischePost: Im Gespann mit Ihrer Mutter Margret und Ihrem Vater Theofil Zuther führen Sie zu dritt die Geschicke des Unternehmens. Wie teilen Sie sich die Aufgaben auf?

Arno Zuther: Meine Mutter ist die gute Seele der Firma. Sie hat von Anfang an den Kontakt zu unseren Kunden gepflegt. Als Chefin ist sie das Herzstück unserer Zentrale und hat im Tagesgeschäft alles im Blick. Mein Vater kümmert sich grob gesagt mit unserem Verkaufsteam um Kundenbetreuung und Verkauf, während ich für Teile des Einkaufs, das Qualitätsmanagement und alle Verwaltungs- und Personalangelegenheiten

zuständig bin. Aber natürlich gibt es in allen Bereichen auch Überschneidungen.

FrischePost: Herr Arno Zuther, wenn Sie an Ihren Vater denken, welche seiner Stärken kommen Hanseata besonders zugute?

Arno Zuther: Er ist der absolute Fachmann und durch seine langjährige Erfahrung nicht zu toppen. Er ist ein Macher und hat nach wie vor eine ungeheure Dynamik. Mein Vater ist kreativ, immer optimistisch und offen für neue Ideen.

FrischePost: Herr Theofil, und auf welche Art bereichert Ihr Sohn Arno das Familienunternehmen?

Theofil Zuther: Er ist Jurist und das merken wir gerade auch bei der Korrespondenz und bei Schwierigkeiten, die manchmal im Geschäftsleben auftauchen. Er kriegt die Dinge einfach phantastisch geregelt. Auch für Personalangelegenheiten hat

er ein gutes Gespür. Da bin ich aus einem anderen Holz geschnitzt. Unsere Mitarbeiter gehen mit ihren Anliegen lieber zu meinem Sohn oder zu meiner Frau. Mittlerweile ist mein Sohn auch ein guter Produkt-Fachmann. Wir ergänzen uns gut. Im Rahmen unserer Zertifizierung sorgt er für geordnete und sichere Betriebsabläufe.

FrischePost: Von Tims Talenten haben wir schon eine Kostprobe bekommen. Er ist mit 16 Jahren noch sehr jung, kocht aber schon 4 Gänge Menüs und entwickelt eigene Gewürzideen.

Arno Zuther: Ja, Tim hat relativ viele Stärken. Er bringt ein ausgeprägtes Empfinden für Gerüche und Geschmack mit. Man merkt bei ihm die Lust, mit Lebensmitteln umzugehen und damit etwas zu gestalten, schon jetzt an. Ansonsten ist er auch gut in Mathematik und anderen Fächern. Bei Hanseata wäre er vielseitig einsetzbar. Aber: Wir wollen ihn nicht ins Unternehmen drängen. In seiner Berufswahl ist er vollkommen frei.

FrischePost: Der Fleischgroßmarkt darf gespannt sein! Ihnen Dreien herzlichen Dank für das Gespräch!

Tim Zuther ist mit 16 Jahren noch sehr jung, kocht aber schon 4-Gänge-Menüs und entwickelt eigene Gewürze

In Zukunft möchte Wackelpeter-Chef Jens Witt Kindergruppen in seine Großküche einladen. Vielleicht nehmen die Kleinen wahr, dass Essen mehr ist als reine Nahrungsaufnahme: es gibt diese und jene Zutaten, die kommen von hier und dort her, und diese Menschen kochen für mich



De Köök und Wackelpeter kochen für Kinder in ganz Hamburg frische, gesunde und schmackhafte Mahlzeiten



ZWEI CATERER, ZWEI GROS

Wenn es um die Gesundheit unserer Kleinen geht, schauen wir ganz genau hin. Es macht einen Unterschied, ob sie mit mehr Fertigprodukten oder mehr Vollwertkost auf dem Teller aufwachsen. Essgewohnheiten prägen sich bereits in den ersten Lebensjahren bei uns ein, so dass gerade Kindertagesstätten eine besondere Verantwortung für die gesunde Ernährung von Kindern tragen. Die Kita oder der Kita-Träger bestimmen, ob vor Ort frisch gekocht wird oder ob die Mahlzeiten geliefert werden sollen. Selbstverwalteten Einrichtungen wie 'Kinderläden' fehlen für das Selberkochen meist die Räumlichkeiten und immer mehr Kitas geben ihre Küchen nach und nach aus Kostengründen auf. Zunehmend greifen Schulen und Kindertagesstätten daher auf die Außerhausverpflegung durch Caterer zurück. Auf dem Fleischgroßmarkt Hamburg haben gleich zwei Kinderköche ihre Großküche eingerichtet. Wackelpeter und De Köök berichten über ihre alltäglichen Herausforderungen.

Zwei Kinderköche auf dem FGH

Auch wenn der Trend, dass Kitas ihr Essen bei Caterern bestel-

len, für Jens Witt eher von Vorteil ist, findet der Inhaber von Wackelpeter es persönlich am besten, wenn die Knirpse vor Ort frisch bekocht werden. Seit 20 Jahren kocht und liefert er ökologisches Essen für Kitas und Schulen. An einer Wand seines Büros in Halle H hängt der Hamburger Stadtplan. Kleine, bunte Fähnchen stecken nördlich der Elbe in Stadtteilen wie Eimsbüttel, Ottensen oder Winterhude seinen Kundenstamm ab. Wenn es um die Entfernung zu seinen Lieferanten

Ein Mann mit hohen Ansprüchen und aufgeräumtem Blick

geht, möchte Witt den norddeutschen Raum möglichst nicht verlassen. Fast alle Zutaten stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Jens Witt trägt ein gebügeltes schwarzes Hemd, die dunklen Haare sind aus dem Gesicht gekämmt. Ein Mann mit hohen Ansprüchen und aufgeräumtem Blick: „Wir können die Welt nicht ändern, aber wir können sie mit unserem Handeln etwas angenehmer machen.“

Jan Gniewkowski, Chef der Großküche De Köök kredenzt seit 1989 Essen für Kinder. Der polnische Seemann hat Mitte der 1980er Jahre in Hamburg seine zweite Heimat gefunden und



Jan und Anna-Maria Gniewkowski.
Das Vater-Tochter-Gespann von
De Köök hat den Bogen raus,
Kindern gesundes Essen schmack-
haft zu machen. Keinen Spaß
verstehen die Dreikäsehochs,
wenn Gemüse, Soße und Beilage
vermengt sind: Oh! Bremse,
Bremse!

Happy mit Kartoffelbrei

Der Familienbetrieb der Gniewkowskis ist immer noch einer der Hauptlieferanten der Stiftung Finkenau, versorgt aber nicht alle ihre Kitas, da die einzelnen Häuser entscheiden, wer sie beliefert. Dass Erzieher die Caterer auch gerne mal wechseln, sehen weder die Gniewkowskis noch Jens Witt als Problem. „Es ist so wie mit den Restaurants. Die Kunden gehen nicht, weil sie unzufrieden sind, sondern weil sie mal was anderes ausprobieren wollen“, erklärt der Wackelpeter-Chef.

Im Vergleich zum Restaurantessen stehen Caterer vor der Herausforderung, die Mahlzeiten möglichst knackig von den Großküchen in die Kitas zu befördern. Gesetzliche Bestimmungen, die eine Warmhaltetemperatur von 65 Grad festlegen, engen die Auswahl der geeigneten Gerichte noch mehr ein. Damit keine „tote Hose“ auf dem Teller herrscht, experimentiert Gniewkowski mit Rezepten. Er ist, wie seine Tochter davon besessen, auch bei gelieferten Essen das Optimum an Geschmack heraus zu holen.

Für Jens Witt besteht die Herausforderung darin, das „Alltäg-

SKÜCHEN, EINE BERUFUNG

hier den Sozialpädagogen Konrad Mette kennengelernt. Der Gründer der Stiftung Kindergärten Finkenau stellte Gniewkowski dann als Koch in der Kita Hölderlinsallee ein. „Das war Spielen und Kochen in einem. Ich konnte direkt schauen, wie die Kinder auf das Essen reagieren, und so habe ich mehr und mehr herausgefunden, was Kinder mögen“, erinnert sich der silberbärtige Koch im blauen Kapuzen-shirt. In seinem Büro in Halle A/Kühlblock steht er an einen Tisch gelehnt. Wer Gniewkowski zuhört und ansieht, braucht kein Bilderbuch: muntere Augen und ein lebendiges Mienenspiel erzählen die Geschichte von selbst. Seine Tochter Anna-Maria Gniewkowska sitzt im Bürostuhl und sorgt hier und da dafür, dass der Papa beim Thema bleibt. Den Respekt ihres Vaters ist sich die zierliche 28-jährige sicher. Sie wird De Köök in Zukunft weiterführen. „Unsere Großküche auf dem FGH ist noch mit der Finkenau entstanden. Im Jahr 2003 hat sich mein Vater dann mit seinen 50 Jahren selbständig gemacht“, ergänzt Anna-Maria die Firmengeschichte von De Köök.

Mahamas Hähnchen mit Erdnussoße und Reis

liche“ abzudecken, denn die Vielfalt spielt bei den Essenvorlieben von Kindern nicht so eine große Rolle wie bei Erwachsenen: „Ich könnte fünf Mal die Woche Kartoffelbrei kochen, dann wären auch alle happy“. Abwechslung bringe er in sein Angebot, indem er etwa das Rezept eines Mitarbeiters aus Burkina Faso - Mahamas Hähnchen mit Erdnussoße und Reis - in seinen Speiseplan aufnimmt.

Es entscheiden eben nicht die Kinder über die Bestellung und den Caterer, sondern die Erzieher. Um auf dem Markt zu bestehen, muss das Angebot von Seiten der Caterer ausgewogen und abwechslungsreich bleiben. Das direkteste Feedback über Gefallen oder Missfallen der Mittagsmahlzeit käme laut Anna-Maria Gniewkowska über die Anzahl der verbuchten Bestellungen.

Ganze Hähnchen und Chicken Nuggets

Über die Menge der Bestellungen kann sich auch Jens Witt nicht beklagen. Nach 20 Jahren Wackelpeter schreibt er mit seinem ökologischen Essenangebot konstant gute Zahlen.

**Wackelpeter-Köche
verschwenden nichts.
Ökonomisch zu kochen
ist ökologisch**

3000 Mahlzeiten gehen täglich aus der Halle H raus, wobei die Preise für seine Mittagmahlzeiten im Schnitt etwas höher als bei seinen Mitbewerbern liegen. Das günstigste, ein vegetarisches Gericht, kostet ohne Dessert 2,45 Euro. Dass Witts Ansprüche an eine möglichst nachhaltig geführte Großküche auch wirtschaftlich verträglich sind, verdankt er auch seinen Mitarbeitern. „Sie verarbeiten hier nicht nur fertige Hähnchenschenkel oder Chicken Nuggets“, begründet er. Die Wackelpeter-Köche müssen das ganze Tier auseinandernehmen, aus den Karkassen werde Brühe gekocht. Wenn wenig verkommt und verschwendet wird, hat das auch wirtschaftliche Relevanz. Zudem hat Jens Witt einen guten Draht zu seinen Lieferanten. Bio-Landwirt Manfred Flegel etwa stellt für Wackelpeter vier Mal im Jahr 1.500 Hähnchen auf. „Wir nehmen ihm alle Hähnchen ab: Punkt aus, Ende der Fahnenstange“, beschreibt Witt sein Gentlemen-Agreement mit dem Biohof aus dem Wendland.

Rote Beete und rosa Joghurt

Auch Jan Gniewkowski muss von der Leistung seiner Lieferanten überzeugt sein. Ein „Augen zu und Auf Wiedersehen!“ kommt bei ihm nicht in Frage. De Köök kocht überwiegend vegetarisch und 70 Prozent der verarbeiteten Produkte stammen aus biologischem Anbau. Familie Gniewkowski legt sehr viel Wert darauf, die Gerichte selbst herzustellen. Rouladen und Frikadellen werden eigenhändig gerollt und gewickelt. Etwa 1.400 Essen gehen täglich an Kindertagesstätten raus.

Nach einer kurzen Abwesenheit kommt Tochter Anna-Maria wieder ins Büro. Sie reicht Teller mit der Mahlzeit des Tages: Ein Buchweizen-Reis-Bratling mit Rohkostsalat. Das vegane Gericht schmeckt sehr viel besser, als es die Zutaten allein vermuten lassen. Die langjährige Erfahrung, Kinder zu gesundem Essen zu verführen, schlägt eben auch bei Erwachsenen an.

Manchmal muss De Köök auch zu kleinen Tricks greifen, um Gerichte, die ohne Geschmacks- und Farbzusätze auf den Tisch kommen, Kindern und Erwachsenen schmackhaft zu machen. Ein wenig Rote Beete Saft in die Mischung von Naturjoghurt, Quark und pürierten Erdbeeren erinnert optisch mehr an die aus dem Supermarkt vertrauten Milchprodukte. Die Kinder kommen laut Anna-Maria Gniewkowska von den Geschmacksverstärkern nicht so einfach runter. „Hier mit frischer Kost zu punkten, ist sehr schwierig“, berichtet die Vegetarierin.

Amerikaner und Koch-TV

Die Erfahrung, dass ihr Engagement in puncto gesunder Ernährung von Kunden abgestraft wird, hat De Köök schon gemacht. Als der Caterer eine Zeit bewusst ohne Zucker und mit weniger Fett gekocht hat, gingen auch die Bestellungen zurück. „Wir sind hier nicht im Krankenhaus. Wenn sie bei uns nicht

**Wir gewinnen etwas,
wenn wir selbst kochen
und die Zutaten einkaufen**



ein bisschen Fett essen, dann essen sie es woanders“, ist Jan Gniewkowskis Meinung. Von zu Hause kennen immer weniger Kinder frisch Gekochtes, so dass De Köök es vermeidet, den Kindern „das volle Brett“ an vollwertiger Ernährung vorzusetzen. „Wenn man sich gesund ernähren will, dann müssen auch die Eltern dafür sorgen und nicht nur Kitas und Schulen“, ärgert sich der erfahrene Kinderkoch.

Damals in der Kita Hölderlinsallee hat er einen Jungen erlebt, der absolut nichts essen wollte. „Gar nichts, gar nichts hat der Kleine angerührt“, berichtet Gniewkowski. „Und was passiert, als ihn seine Mami abholt?“ Der De Köök-Chef ist noch entsetzt: „Die zieht tatsächlich einen

‘Amerikaner’ aus der Tasche - wir machen einen großen Zirkus um den Jungen herum und die Mutter macht alles kaputt.“

Zum Thema Esskultur hat Jens Witt auch eine klare Meinung. Er bestreitet, dass sich nur die Latte Macchiato-Fraktion gesundes Essen und Bio-Essen leisten können. Es gäbe Millionen Menschen auf der Welt, die ohne Fertigprodukte auskommen, in unseren Augen arm sind und trotzdem eine tolle Esskultur haben. „Wir gewinnen etwas, wenn wir selbst kochen und die Zutaten einkaufen“, so der Bio-Koch, „das Ding ist nur: Du musst es selber tun und kannst nicht auf dem Sofa sitzen und eine Kochsendung gucken“. Um selbst zu kochen, muss es seiner Meinung nach kein Vier-Gänge-Menü sein. Eine gekochte



*Technik, die begeistert:
Michael Struck und Christoph
Brandt freuen sich über neue,
energiesparende Kälte-Power*

PRIMA KLIMA AUF DEM FGH

Die neue Kühlanlage auf dem Fleischgroßmarkt Hamburg arbeitet hocheffizient und punktet im Umweltschutz

Für ein technisches Bauwerk ist die neue Kühlanlage Typ „Kaltsoleerzeuger R290“ sogar ganz hübsch anzuschauen. Auf dem Dach der Halle KSH ruht sie wie eine geheimnisvolle, anthrazitfarbene Schmuckkiste. Dass sie Kälte-

Power von insgesamt 200 Kilowatt produziert, hört man ihr nicht an. Hinter den ornamentalen Gittern schimmern metallene Behälter, die es in sich haben: das neue umweltfreundliche Kältemittel Propan.

Bildschön: Die Verbrennung von sieben Tonnen Ammoniak

Von hier oben schweift der Blick weit über den Schanzen-Kiez und die Hallenlandschaft des FGH. Das Großstadtpanorama hebt die Laune, die Technik macht optimistisch: die neuen Solesätze sorgen nicht nur für eine effiziente Kälteversorgung im Frischezentrum, sondern schonen auch noch das Klima. Im Vergleich zur Altanlage verkleinern die beiden dezentralen Anlagen den CO₂-Fußabdruck um 1.100 Tonnen pro Jahr.

Saubere Bilanz

Die zweite „dunkle Kiste“ sitzt auf dem Kühlblock der Halle A. Zusammen klimatisieren und kühlen die Anlagen jeweils 2.000-3.000 Quadratmeter Hallenfläche. „Große Betriebe wie Bannaski und Steakmeister sind an unser Kältenetz angeschlossen“, berichtet Michael Struck, der Leiter des technischen Betriebs auf dem FGH. „Die Kühlräume sollten konstant von null bis plus zwei, die Arbeitsbereiche um etwa acht Grad Celsius bleiben“. Ob die Kühlanlagen auf den Dächern in Extremsommern ins Schwitzen kämen? Struck bleibt cool: „Im allerschlimmsten Fall fällt einer von vier Kältekreisläufen aus und selbst dann haben wir immer noch ausreichend Kühlleistung.“

Christoph Brandt, der Geschäftsführer des Ingenieurbüros KLIMAhaus nennt noch weitere Vorteile: „Durch den modularen Aufbau haben wir nicht nur eine erhöhte Ausfallsicherheit, sondern auch ein viel besseres Anpassungsvermögen an die Leistung: wenn nur ein Modul läuft, dann nimmt auch nur ein Modul Strom.“ Für eine Kilowattstunde Strom gibt es jetzt drei Kilowattstunden Kälteleistung. Neben der Kälteoptimierung erfolgt auch eine Nutzung der Kondensationswärme. Sie wird in Zukunft den täglichen Bedarf von etwa 120 Kubikmeter Brauchwarmwasser vorwärmen.

Propan statt Ammoniak

Auf Initiative des FGH, unterstützt durch die Hamburger Umweltbehörde, untersuchte KLIMAhaus bereits in 2008 die in die Jahre gekommene zentrale Kälteanlage. „Dies war quasi der Vorreiter des heutigen „KälteChecks“, mit dem die BSU noch heute Unternehmen bei der energetischen Bewertung ihrer Kälteanlagen fördert“, so Brandt.

In dem Kältemittel „der alten Dame“ lag nicht das Problem. „Ammoniak ist ein umweltfreundliches Kältemittel. Seine Verwendung ist in kleinen Einheiten nur sehr aufwändig und teuer“, erklärt er. Die Altanlage weiter zu betreiben oder energetisch zu sanieren hätte sich vor allem auch deshalb nicht gelohnt, weil der Kältebe-

Die Kälte kommt dorthin wo sie gebraucht wird



Bei laufendem Betrieb wird die neue Kühlanlage an das vorhandene Rohrsystem angebunden

darf nicht mehr so hoch ist, wie er zu Zeiten des Schlachtbetriebs war. Somit lag die Lösung in zwei kleineren dezentralen Anlagen.

Doch auch bei der Auswahl der Kühlanlagen war der Rat des Kältetechnik-Experten Brandt gefragt. Er sichtete für den FGH die Angebote von Kälteanlagenbauern, trennte die Spreu vom Weizen. „Wir haben gesehen, dass Firmen Kältemittel anbieten, die in den nächsten Jahren ihre Zulassung verlieren“, berichtet er.

Die Geschäftsführung des FGH hätte jedoch Weitblick bewiesen und sich für Propan entschieden. Dieses Gas wird als umweltfreundliches Kältemittel garantiert über Jahrzehnte aktuell bleiben.

Der FGH beauftragte schließlich die Firma Hauschild mit dem Aufbau der Kältsolerzeuger R290. Außerdem standen umfang-

reiche Verrohrungsarbeiten an, damit die Kälte auch dorthin kommt, wo sie gebraucht wird.

Rauchen verboten!

Was die Wartung angeht, verhält sich die neue Kühltechnik nicht komplizierter als andere Systeme. „Die Monteure müssen nur speziell auf das Kältemittel Propan geschult sein, da es leicht entzündlich ist“, erklärt Brandt. Wenn jemand den Kältekreis öffnet, sollte er nicht rauchen oder vermeiden, dass etwas Funken schlägt, so der Ingenieur.

Klar, und jede Dichtung hätte mal Leckagen, so dass auch mal sein kann, dass Propan nachgefüllt werden muss. Aber das geht viel leichter als bei anderen Kältemitteln: mit einer tragbaren Gasflasche. Ansonsten gehöre zu den Wartungsaufgaben die Öldiagnose, Drucküberprüfung und die Reinigung der Wärmetauscherflächen. „Durch die Ventilatoren gehen am Tag Hunderttausende von Kubikmetern Luft. Das zieht natürlich Dreck mit an“, ergänzt Michael Struck.

Alte Flamme

Bis Anfang März liefen die Altanlage und die Kältsolerezeuger R290 für ein paar Tage parallel. Bevor die alte Kühlanlage komplett runtergefahren werden konnte, mussten noch sieben Tonnen Ammoniak aus dem System raus. Damals scherzte Christoph Brandt noch: „Herr Struck macht drei Kreuze, wenn das Gas verbrannt ist.“ Tatsächlich wusste der Leiter des technischen Betriebs nicht, ob die Aktion drei Tage oder eine Woche dauern wird. An sich ist die Verbrennung von Ammoniak nicht giftig oder schädlich für die Umwelt. Ein heißes Ding waren eben jene zwei Flammen, die dann schließlich dreieinhalb Tage auf dem Gelände des FGH brannten.

Da die Flammen jetzt versiegt sind, kann es der Altanlage an den Kragen gehen. Ihre Behälter werden mit Stickstoff gespült, damit jeglicher Rest von Ammoniak verschwindet. Wie und wann der Rückbau der Altanlage weitergeht, ist noch unklar. Laut Michael Struck ist Recycling ein großes Thema: „Mal sehen, ob wir die Verdichter noch irgendwie verwenden können. Das ist auch im Interesse des Umweltamtes, dass diese nicht in Schrott gehen -große Kältefirmen haben sicherlich Interesse an Kompressoren.“

Nach dem Rückbau entsteht auf dem Fleischgroßmarkt Raum für Neues. Auch für innovative Ideen, wie Michael Struck sie hat: „Man könnte hier zum Beispiel, wie ein Blockheizkraftwerk bauen.“ Die Infrastruktur sei vorhanden. Wenn von hier Energie in die Fernwärme eingespeist werden könnte, wäre das für die Stadt als auch den für den FGH von Nutzen und: „Vielleicht hat Herr Brandt auch hier tolle Ideen.“

Wenn ein Surfer Bier brauen würde...

CRAFT

Axel Ohm ist für die Ratsherrn Brauerei der Mann fürs Marketing. Der FrischePost erzählt die Windsurfing-Legende, wie mit Craft Beer neuer Schwung in den Humpen kommt



Herr Ohm, was braut sich da gerade in den Schanzen-Höfen zusammen?

Eigentlich eine ganz alte Geschichte: Wir möchten die phantastische Bierbrautradition Hamburgs wiederbeleben!

Vor Hundert Jahren braute man viele verschiedene Biere wie Porter, Stout und Rotbier. In Altona gab es sogar eine Weißbierbrauerei. Leider ist diese Vielfalt mit der Industrialisierung und der Monokultur der Großkonzerne verlorengegangen. Wir sind ein mittelständisches Unternehmen mit kleinen Kapazitäten und machen das, was seit mehreren Jahren erfolgreich zum Beispiel in Dänemark, den USA und Norditalien funktioniert: Zurückbesinnen auf das Handwerk, auf gute Rohstoffe und Sortenvielfalt. Wir möchten den Braumeister und das Brauhandwerk wieder in den Mittelpunkt stellen.

Klingt nach guter alter Handarbeit, aber schmeckt man den Unterschied auch?

Klar. Du nimmst besondere Aromen wahr. Auch weil das Bier nicht mehr hundertprozentig gefiltert ist. Ein Industriebrauer filtert, weil er keine Probleme mit der Haltbarkeit haben will. Außerdem konzentriert er sich auf ein Bier, das den Massengeschmack treffen soll. Einem Craft Beer-Brauer geht es darum, neue Geschmacksideen zu entwickeln, dazu experimentiert er mit verschiedenen Rezepturen.

Wie kommt die Ratsherrn-Braumanufaktur auf ihre Bierideen?

Wir graben alte Hamburger Schätze aus. Wir brauen jetzt ein Bier, das heißt „Pale Ale“. Das kam um 1800 zum ersten Mal nach Hamburg und wurde von der Brauerei Deetjen & Schröder eingebraut. Die haben sich dafür sogar einen englischen Braumeister an die Elbe geholt. Unser Pale Ale schmeckt wie andere obergährige Biere leicht fruchtig und hat Nuancen von Wassermelone, Beeren und Aprikosen. Die Geschmacksnuancen bekommen wir über die Mischung der Hopfensorten ins Bier.

Welche Rolle spielen Sie bei der Entstehung des neuen Hamburger Craft Beers?

BEER

Ich war zehn Jahre nicht in Deutschland und habe Biere aus der ganzen Welt kennengelernt. Ein Freund in Südafrika, auch Surfer (lacht), ist mit Craft-Beer sehr erfolgreich gestartet. Das Unternehmen Nordmann hatte schon lange vor, in Hamburg eine Brauerei zu bauen. Ich habe die Nordmann-Familie dann davon überzeugt, dass Craft Beer der richtige Ansatz ist, um sich noch mehr von dem klassischen Biermarkt zu unterscheiden. Wir glauben auch, dass unsere Idee in einer weltoffenen Stadt wie Hamburg gut ankommt.

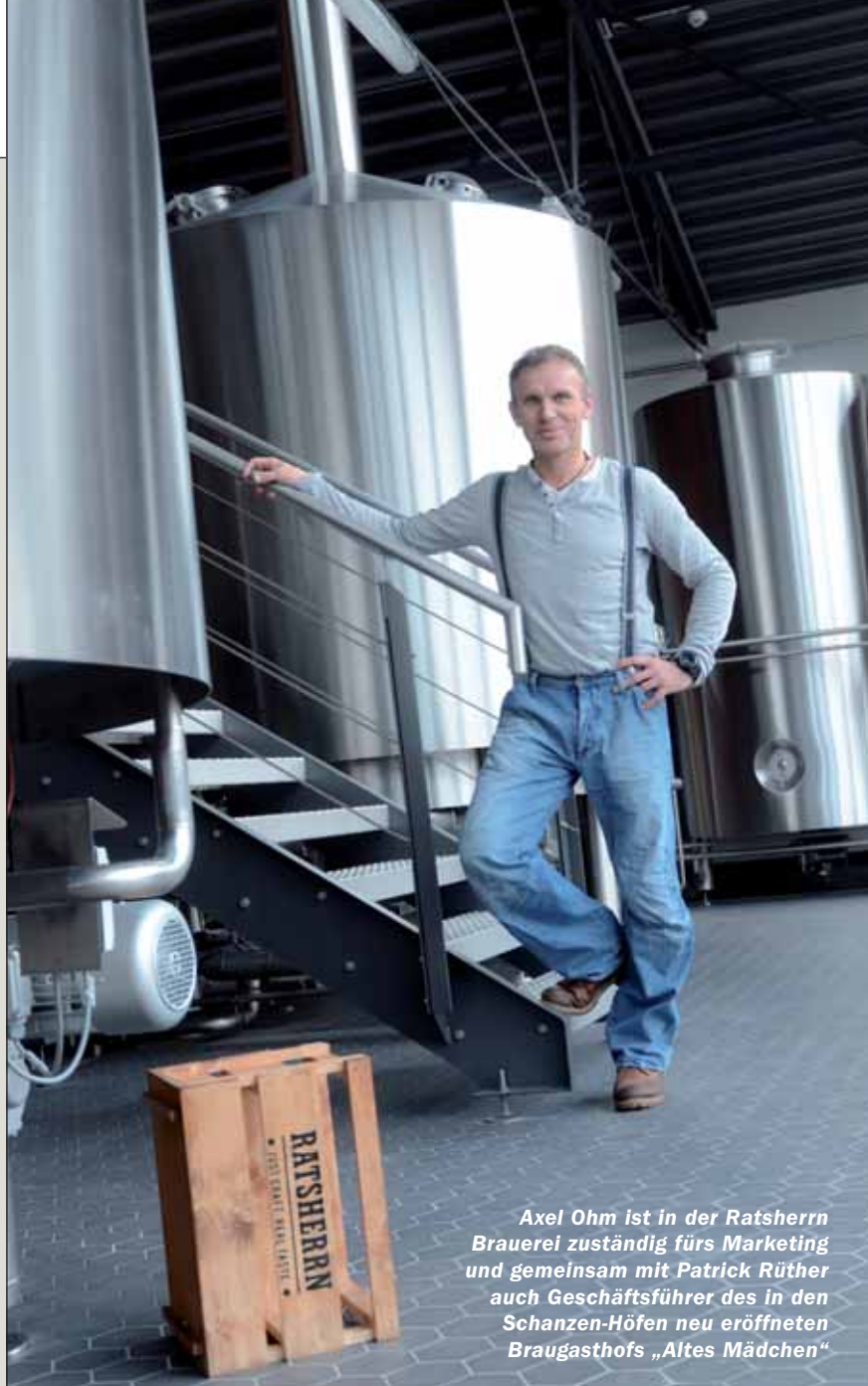
Sie sind auch Surfer und zudem ein nicht ganz unbekannter. In den 1980er wurden Windsurfer wie sie wie Rockstars gefeiert. Um nur einige Ihrer Erfolge zu nennen: Sie surften viele Jahre unter den ersten Zehn der Weltrangliste mit, waren deutscher Meister und stellten einen Speed-Weltrekord auf.

Ja, das war eine wilde Zeit, da war aber auch sehr viel Leidenschaft für den Beruf dabei. Um meinen Lebenslauf kurz zu fassen, sage ich immer: Mein erstes Leben fand ich im Wind-Surfing, mein zweites in der Konzernwelt. Ich war zuletzt Marketing Director für „West“. Das habe ich dann irgendwann geknickt und bin mit meiner Familie nach Südafrika. Dort habe ich soziale Entwicklungsprojekte mitaufgebaut. Das war eine phantastische Zeit. Viele Erfahrungen aus Afrika habe ich mit nach Hamburg genommen. Ja, es ist Bier. Aber es ist anders, weil wir die ganze Brauerei nach hohen Maßstäben aufgesetzt haben. In Sachen Nachhaltigkeit machen wir einiges, reden aber nicht viel drüber.

Auf dem Wasser erleben Sie aber immer noch Unglaubliches.

Es gibt Bilder von Ihnen, wie Sie auf einem Stand-Up-Paddling-Board einem hochspringenden Wal quasi die Hand reichen.

Das war direkt vor der Haustür in Südafrika (lacht). Walen bin ich öfter begegnet, zufällig war dann auch ein befreundeter Fotograf dabei. Als nächstes plane ich mit drei Freunden eine Expedition in Richtung British Columbia, Alaska. Auf dem Stand-Up-Board fahren wir unglaubliche Landschaften ab: da



Axel Ohm ist in der Ratsherrn Brauerei zuständig fürs Marketing und gemeinsam mit Patrick Rütter auch Geschäftsführer des in den Schanzen-Höfen neu eröffneten Braugasthofs „Altes Mädchen“

gibt es Grizzlies an Flussmündungen, Orcas und Delphinschulen mit 2000 Tieren.

Steigen Sie auch hier im Norden auf das Stand-Up-Board?

An der Ostsee öfter, zum Beispiel um Fehmarn herum. Als reines Soulsurfen, um allein auf dem Meer zu sein – das ist mein Medium.

Ihre Basisstation bleibt im Moment aber in Hamburg?

Genau. Meine Mission ist jetzt Craft Beer. Das Braugasthaus 'Altes Mädchen' ist seit 4. März eröffnet. Die Führungen starten im April und der Shop wird im Mai eröffnet, in dem wir dann Craft Beer aus aller Welt verkaufen. Wir denken uns die Sachen nicht nur aus: wir sind auch gerne mittenmang, packen mit an. Heute Abend zum Beispiel, da verkaufe ich im Stilwerk unser Bier selbst.

Herr Ohm, viel Erfolg mit dem Craft Beer und herzlichen Dank für das Gespräch!



Nord Event

BLUMENGRÜSSE AUS DEM FRISCHEZENTRUM

Mit Catering-Küche und Logistikzentrum ist Nord Event auf dem Fleischgroßmarkt Hamburg bereits präsent. Jetzt bieten die Veranstaltungsprofis auf dem FGH einen weiteren Service an: Event-Floristik.

In Halle E ist das Floristik-Department von Nord Event eingezogen. Vor dem Eingang von „MALINI Floristik“ stimmen kleine Kästen mit Narzissen und Hyazinthen auf die florale Pracht ein. Floristik-Meisterin Helen Jacobs kann die warme Jahreszeit kaum erwarten. Mit den steigenden Temperaturen wachse auch die Vielfalt an saisonalen Blumen. Jacobs gestaltet blühende Arrangements für Gala-Dinner, Hochzeiten oder Lounge-Partys. Ganz nach dem individuellen Geschmack des Kunden, passend zum Anlass und zur Jahreszeit. Die Stars der Saison sind Tulpen, Ranunkeln und Anemonen. Auf Tischen und Vasen kommt die Frühlingsfrische besonders schön mit gelbgrünen Schneeballpuscheln zur Geltung. Die Eventfloristinnen aus Halle E haben es von der Pieke auf gelernt, wie man etwas „durch die Blume“ sagt. Über die blumige Nachbarschaft können sich auch die Unternehmen und Mitarbeiter rund um den Fleischgroßmarkt freuen. Die Floristinnen von MALINI lassen nicht nur für große Events Blumenwünsche wahr werden, sondern nehmen auch im Shop Bestellungen für Gestecke und Blumensträuße entgegen. Ob es dann der klassischen Geburtstagsstrauß für die Großmutter oder eine zarte Annäherung an die Herzensdame sein soll, auf dem FGH gibt es jetzt Profis, die Blumen sprechen lassen.



Heiko Langhans zaubert feinste Süppchen

Langhans Suppenmanufaktur

FEINSTE DELIKATESSEN AUS DER DOSE

Es kann nicht mehr lange dauern, bis Heiko Langhans die leeren Büchsen mit seiner delikaten Gulaschsuppe befüllt. Noch muss sie eine Weile im Korimaten, einem Druckkochtopf, garen. In seinen Gerichten befinden sich weder Geschmacksverstärker noch Farbstoffe, versichert er, nur „Natur pur“. Auch bei der Auswahl von Fleisch und Gemüse hat der Koch hohe Ansprüche: nur Regionales ist bei ihm Wahres.

Der Franke kocht und erledigt vom Einkauf der Zutaten bis zum Verkauf alle Arbeitsschritte selbst. Zu kaufen gibt es seine insgesamt elf Suppenkreationen im Onlineshop, in Feinkostläden und einmal in der Woche auf dem Feinschmeckermarkt in der Fabrik in Ottensen. Langhans hält kurz inne und die Kelle still. Dann fallen ihm seine Bestseller ein: „Am meisten greifen die Kunden zur Gulaschsuppe und indischen Karottensuppe.“

Auf die Konserve gekommen ist der 38-jährige Unternehmer, als er bei seinem früheren Job in einem Delikatessengeschäft auch Dosensuppen verkosten musste. Die hätten ihm alle nicht geschmeckt. Zur Ehrenrettung der Konservengerichte machte sich Langhans dann 2010 mit der Suppenmanufaktur selbstständig. In seiner Küche in der Halle F kredenzt er nun täglich 100-200 Dosensuppen.

Sind die Konserven erst mit Suppe befüllt, kommt die Dosenverschlussmaschine zum Einsatz. Haltbar macht Langhans seine Suppen, indem er sie in der Konserve noch einmal im Korimaten mit hohem Druck kocht. Dann fehlen nur noch Etiketten: „Dicke Kumpels“, „Strauchdieb“ oder „Kikeriebrüh“ heißen etwa die Kartoffel-, Tomaten- und Hühnersuppe. Allein die Namen sagen alles. Hier gibt es keinen Einheitsbrei - nur das reinste Suppenvergnügen.

IMPRESSUM

Herausgeber Fleischgroßmarkt Hamburg GmbH | Sternstraße 106 | 20357 Hamburg | Fon 040 - 431 356-0 | www.fleischgrossmarkt.de
 Creativdirektor Claudia Wambach | Redaktion Ljubica Heinsen | Fotografie Stephan Pflug www.stephanpflug.de
 Gesamtherstellung www.studio-seitenweise.de