

Text Katja Jäkel Fotos Katharina Pflug

GENUSS PUR

Geschmack ist ihr Erfolgsrezept: Kulinarische Handwerker wissen, wie sie ihre Kundschaft glücklich machen – mit Qualität und der besonderen Note. Reinbeißen, rumrühren und schwelgen.



ECKE FÜR ECKE

Kai Küfner, „Meister Küfner“



7 000 bis 8 000 Nussecken verlassen täglich den riesigen Backofen von „Meister Küfner“ in Großgründlach. Hinzu kommen in der Wintersaison rund 15 000 Elisen-Lebkuchen und tausende Mozartkugeln. Und das alles in Bio-Qualität, nachhaltig, fair, unverpackt und vegan. Nur einen „Ausreißer“ gibt es bei „Meister Küfner“: die Nussecke Erdnuss-Salz-Karamell, die mit guter Butter hergestellt wird. Und mit der alles begann. Allerdings nicht in Nürnberg, sondern in Tansania.

Dort war er vier Jahre lang über die bayerische Landeskirche in der Entwicklungszusammenarbeit tätig, erzählt der heute 31 Jahre alte Chef der Nusseckenmanufaktur. In Ost-Afrika brachte er auch ein ganz besonderes Projekt auf den Weg: eine Bäckerei mit europäischen Backwaren als Ausbildungszweig im Usa River Rehabilitation & Training Center, einem kirchlichen Zentrum zur Ausbildung für junge Menschen mit Behinderung. „Unsere Nussecken machten wir aus Erdnüssen oder Cashews statt aus den üblichen Haselnüssen“, erklärt der gelernte Bäckermeister. Die süßen Teilchen entwickelten sich zum Kassenschlager – nicht nur im Center, auch die Touristen rissen Küfner diese förmlich aus den Händen.

Nach vier Jahren Tansania machte sich Heimweh breit. Küfner ging mit Ehefrau Grace zurück nach Nürnberg. Zunächst arbeitete er als Backstubenleiter in der Bäckerei „Hildes Backwut“. Aber seine Nussecken ließen ihm keine Ruhe: „Das musste doch auch in Deutschland klappen“, dachte Küfner. Anfangs buk er zweimal die Woche nachmittags in der „Backwut“-Backstube, Mitte 2019 war sie bereits zu klein für die Nachfrage. Durch Crowdfunding konnte er seine eigene Manufaktur in Großgründlach eröffnen, hat heute sieben Angestellte, zahlt fairen Lohn, achtet auf ein gesundes Arbeitsklima und zufriedene Mitarbeitende. Neben der Verwendung von Bio-Lebensmitteln sowie dem Verzicht auf tierische Produkte und Palmfett machte er sich



von Anfang an Gedanken, wie er möglichst wenig Müll produzieren könnte. Pfand-Mehrwegbehälter statt Einzelverpackungen aus Plastik waren ein erster Weg. Als sich der Verband der Unverpackt-Läden gründete, wurde „Meister Küfner“ Mitglied.

Heute bieten die „Unverpackt“-Läden seine Nussecken, Mozartkugeln und Lebkuchen in ganz Deutschland an. Dass „Meister Küfner“ für die Grünen seit 2020 im Nürnberger Stadtrat sitzt, war eine logische Konsequenz. „Ich will ein Vorbild sein für andere Firmen“, sagt er. Expandieren möchte der 31-Jährige nicht, sein Betrieb soll familiär bleiben. Aber einen Traum hat Küfner schon noch: „Ich möchte gerne den Weltrekord für die größte Nussecke brechen. Und diese dann auf dem Hauptmarkt bei einer Benefiz-Veranstaltung verkaufen.“ —



RÖSTFRISCH

Jörg Scheuffler, „Bergbrand“

Seine erste Tasse Kaffee fand Jörg Scheuffler einfach nur „schrecklich“. Seine Leidenschaft für Kaffee entwickelte er erst bei einem längeren Aufenthalt in Italien. Damals, als 19-Jähriger in Florenz, begann sich der Traum zu formen: ein Café zu führen. Und irgendwann einmal eine eigene Rösterei zu betreiben. Mit 34 Jahren, nach einer Lehre zum Hotelfachmann und darauffolgendem Diplom, eröffnete Scheuffler zunächst das „Di Simo“ am Trödelmarkt, es folgten Lokale in Amberg und am Tegernsee. Und zuletzt 2010 das Café „Bergbrand“ in der Weißberggasse mit der dazugehörigen eigenen Rösterei.

Geröstet wird in der Probat-Röstitrommel im traditionellen Trommelröstverfahren – mit viel Zeit und Liebe. Die hochwertigen Rohkaffees stammen vor allem aus Zentralamerika, aber auch aus Äthiopien und Kenia. „Die Qualität des Grundprodukts bestimmt den fertigen Geschmack“, sagt der 51-Jährige. Wobei der Geschmack für ihn nie ganz fertig

ist: „Das ist ja das Schöne, das Feilen am Röstprofil, bis sich die ganze Natur entfaltet, das Ausprobieren und neue Sorten Kreieren.“ Weil er sich auf das Rösten fokussieren wollte, hat sich Scheuffler von allen Lokalitäten bis auf das „Bergbrand“ getrennt.



15 verschiedene Sorten umfasst sein Sortiment, von „Ursprung“, der ersten Sorte, bis zu Kaffees, die er eigens für Nürnberger Restaurants, wie das „1515 Rhinocervs“, die „Etagé“ oder das „Ess.Brand“ entwickelt hat. Jetzt hat er wieder Luft und Lust, zu expandieren. Eine zweite Rösterei mit Schulungszentrum und Café soll gebaut, 2022/23 Eröffnung gefeiert werden. Allerdings will er nicht ins Unendliche wachsen: „70 bis 80 Tonnen Kaffee reichen pro Jahr, ‚Bergbrand‘ soll familiär bleiben“, so Scheuffler, der gerne etwas mit den Händen produziert. „Ein Büro-Job ist nichts für mich!“

Für neue Trends, wie das Revival des Filterkaffees, ist er offen, „aber Geschmacksverstärker oder gar Sirup kommt mir nicht in die Tasse!“. Das Rösten sei ein Handwerk, das man verstehen muss. Ökologische Landwirtschaft und faire Arbeitsbedingungen der Kaffeebauern sind die Voraussetzung. „Die kleine Kunst ist es, den Geschmack herauszuholen, der einen glücklich macht.“ Glücklich darf sich der „Bergbrand“-Kaffee-Trinker auch fühlen, weil er bei jeder Tasse etwas Gutes tut: 50 Cent pro Kilo Kaffee gehen an jährlich unterschiedliche Natur- und Artenschutz-Projekte, zuletzt engagierte sich der Röstmeister für die „Roten Pandas in Nepal“. —●

EDLER TROPFEN

Gianni Ripa, „Gin & Julep“

Warum seine Bar in der Bindergasse „Gin & Julep“ heißt? „Sicher nicht, weil ich dort hunderte von Gin-Sorten stehen habe“, sagt Gianni Ripa (47) und lacht. Sondern, weil Gin an sich für ihn die vielfältigste Spirituose ist, die wandelbarste – und eine der ältesten dazu. Die Historie ist es, die ihn fasziniert. So sehr, dass er, als er vor vier Jahren seine erste Bar eröffnete, bald darauf mit Gin-Tastings begann. Und vor ein paar Monaten seinen ersten, eigenen Gin auf den Markt gebracht hat: „Nvremberga Gin“ – hand-

gebrannt. Der Name stammt von der ersten urkundlichen Erwähnung Nürnbergs aus dem Jahre 1050. Eher zufällig kam Ripa auf die Idee zum Nürnberger Gin, der natürlich zum Großteil aus Wachholderbeeren, dazu einem Hauch Orangenzeste und zehn weiteren Kräutern, so genannten Botanicals, besteht. Reine Natur, keine synthetischen Stoffe: „Bei den Tastings brennen wir gemeinsam einen Gin, für den sich die Teilnehmer bis zu 25 Botanicals aussuchen. Dabei sind derartig gute Sorten entstanden, dass ich irgendwann die Rezepte mitgeschrieben habe“, sagt Ripa, der auch Edelbrand-Sommelier ist.

Den besten hat er kurz vor Weihnachten 2020 in braune Apotheker-Flaschen abgefüllt, mit selbstgemachten Etiketten geschmückt und via Facebook und Instagram als „Nvremberga Gin“ angeboten: „Ich hatte 100 Flaschen, binnen 48 Stunden kamen 980 Anfragen rein.“ Mitte Mai 2021 hat sich Gianni Ripa den Traum einer eigenen Destille, also einer Brennerei, erfüllt: Im Nebenhaus eröffnete er in Kooperation mit der Bäckerei „Hildes Backwut“ die „Nvremberga Gin Distillery & Bakery“, in der es neben seinem Gin „den besten Espresso der Stadt“ und diverse Backwaren gibt. Schon frühmorgens drängen sich die Leute in dem kleinen Laden, in dem auch eine Destille steht. Dort finden seine Tastings statt, dort brennt er auf Wunsch eigene Gin-Sorten.

Sein neuester Streich: der „Christ-kindlesmarkt Gin“ – mit dem offiziellen Christkind-Siegel der Stadt Nürnberg ausgezeichnet. „Ich habe mich wie verrückt gefreut, dass ich diesen Namen verwenden darf“, sagt er. Alle Jahre wieder soll es den „Christ-kindlesmarkt Gin“ geben – immer mit einem anderen Schwerpunkt. Weihnachten 2021 schmeckt sehr weich, nach Zwetschge, gerösteten Haselnüssen, Zimt, Spekulatius und Lebkuchengewürzen. „Diesen Gin muss man pur trinken“, empfiehlt Ripa, der sonst Gin nur mit Tonic trinkt. „Oder in dickflüssiger Trinkschokolade.“ —



BITTE MISCHEN

Sebastian Vasen, „KoBo“

„Umrühren bitte und zwar richtig“, befiehlt Sebastian Vasen freundlich. Appetitlich sieht diese Bowl aus: Duftender Jasminreis trifft auf fein-mariniertes, zartes Rindfleisch, getoppt von gehobelten Karotten, Frühlingszwiebeln, kombiniert mit säuerlichem Kimchi und einem sousvide-gegartem Ei. Es riecht köstlich. Und das soll jetzt einfach vermenschlicht werden? Inhaber Sebastian Vasen lacht und nickt. So entfaltet sich der Geschmack seiner „Korean Beef Bowl“ erst richtig. Vor fünf Jahren hat der 42-jährige Nürnberger die Erfolgsgeschichte von „KoBo – The Korean Beef Bowl“ gestartet: gesundes, bezahlbares und vor allem leckeres Streetfood auf Frankens Straßen zu bringen. „Ich hatte die Nase voll von Döner und Brötchen“, erzählt der frühere Prozessmanager, der sich nach langen Jahren des Angestelltendaseins für die Selbstständigkeit entschieden hat und gegen das Pendeln zwischen München und Nürnberg. Ein



Foodtruck sollte es werden. Mit lediglich einem koreanischen Gericht – damit gar keine Entscheidungsnot aufkommt. „Meine Frau und ich sind schon immer gerne koreanisch essen gegangen“, sagt Vasen. Allerdings in Berlin oder Frankfurt, in Nürnberg ist die koreanische Küche noch nicht großartig in der Gastro-Szene angekommen. Also begann der Nürnberger zu recherchieren, er probierte verschiedene Rezepte aus und testete sie an Freunden und Familie.

Das so genannte „Bibimbap“ (frei übersetzt „Reis mischen“), eigentlich ein klassisches Reste-Essen aus Reis und verschiedenem Gemüse, mit Tofu oder Rindfleisch sowie einem rohen oder gebratenen Ei gekrönt, das sollte, etwas abgewandelt, in seine Bowl. „Möglichst simple, wenige, aber gute Zutaten, am besten regional und koreanische Gewürze – das macht den Geschmack aus“, sagt er und fügt hinzu: „Ich kann die ‚KoBo‘-Bowl immer noch jeden Tag essen.“ Für einen ersten Test mietete der Gründer Standflächen auf Streetfood-Märkten in Nürnberg und München. Und traf mit seiner Bowl die Geschmacksnerven.

Gastronomisch sesshaft werden wollte Vasen nie, „ich will kein Restaurant“, sagt er. Er mag die Arbeit im engen, knallroten Trailer, der jeden Tag mittags an einem anderen Platz in der Region zu finden ist – sogar bei 40 Grad im Schatten oder im Winter bei Schnee und Eis. Lieber unabhängig bleiben und selbst entscheiden können, ob der kleine Food-Anhänger auf einem Festival parkt oder vor einer Bank. Heute stehen vor allem seine sechs Mitarbeiter im Trailer. Vasen arbeitet mehr im Hintergrund. Nach fünf Jahren sei es an der Zeit zu expandieren – und für ein paar weitere „KoBo“-Trailer in Deutschland.





VON HELL BIS ROT

Stefan Stretz, „Schanzenbräu“

„Mach's halt besser!“, hatte ein Kumpel gesagt, als Stefan Stretz, damals Schüler am Dürer-Gymnasium, wieder einmal an einem Bier herummeckerte. Rund 30 Jahre später ist der heute 51-Jährige Chef der Brauerei „Schanzenbräu“ in Nürnbergs Westen. 70 000 Hektoliter Rotbier, rotes Weizen oder Pils, Helles und Kehlengold (ein goldfarbenes Bier zwischen hell und rot) werden hier pro Jahr gebraut. In fast 100 Kneipen kann man in der Region seine Biere trinken, darüber hinaus in fast 200 Getränke- oder Supermärkten kaufen. Eine echte Erfolgsgeschichte. Er grinst, zuckt mit den Schultern und sagt: „Ja, läuft gut. Es ist schon cool, wenn ich durch die Brauerei gehe und sehe, dass alles so funktioniert, wie ich es wollte.“



„Bierologie und Hektoliteratur“ wollte er studieren, erzählt Stretz und lacht laut. Aber nach dem Abi lernte er zuerst das Handwerk bei Tucher, ging dann in den 1990er Jahren nach Berlin, um Brauerei- und Getränketechnologie zu studieren. Das erste „Schanzenbräu“ produzierte er 2004 in einer Hinter-

hofwerkstatt in der Bärenschanzstraße: In ausgedienten Waschkesseln wurde eingemaischt, aufgesägte Bierfässer wurden zum Gärbottich umfunktioniert. Bis 2014 war das Bier nur ein Nebenjob, hauptberuflich arbeitete Stretz bei einer großen Reinigungsmittelfirma. Auch nach dem Umzug Auf AEG und der Erkenntnis, dass die Kunden sein Bier richtig gut finden. Stefans Bruder Robert stieg schließlich mit in die Firma ein. Als auch Auf AEG der Platz eng wurde, wagten die Brüder zwei Jahre später das große Abenteuer: Eine nigelnagelneue Brauerei auf der grünen Wiese in nur sieben Monaten hochziehen. „Bierbrauen ist Zeit und Temperatur“, erklärt der Braumeister, der alle Sorten nach dem Reinheitsgebot aus dem Jahre 1516 braut: „Nur vier Zutaten sind drin, Wasser, Malz, Hefe und Hopfen und dann wird in der Zusammensetzung variiert. Es ist echt crazy, was man mit diesen Rohstoffen alles anstellen kann!“ Riesige, silberne Tanks stehen zur Lagerung bereit.

Doch im größten Erfolg kam Corona und die Welt stand still. „Das hat mir große Angst gemacht“. Auf Stretz' Initiative hin schlossen sich neun Brauer und Vertreiber zur „Nürnberger Brau Gemeinschaft“ zusammen, um auf ihre Schwierigkeiten aufmerksam zu machen. Die ersten 40 000 Flaschen „Nürnberger Halbe“ waren in Nullkommanix weg. Im September wurde „Schanzenbräu“ der „World Beer Award 2021 (Germany) in Bronze für Rotbier und Helles verliehen. Läuft also. Nur ein Ziel hat der Vater von zwei Söhnen bislang nicht erreicht: ein alkoholfreies Bier zu produzieren, das nicht wie ein Alkoholfreies schmeckt. Sondern einfach wie „Schanzenbräu“. —●