



Foto: Henryk Boeck

PERLEN VOR DIE SÄUE

Bei „Vom Einfachen das Gute“ kann man sich nicht irgendeine Scheibe abschneiden. Der Berliner Kiez-Laden setzt bei seinen Lebensmitteln auf Tradition und Handwerk.

So verschieden, wie Geschmäcker bekanntermaßen sein können, so vielseitig sind auch die Food-Trends unserer Zeit. Essen wird darüber hinaus zunehmend zur massentauglichen Wissenschaft, in der jeder Experte werden kann, der weiß, wie man „Food Blog“ in die Suchmaschine eingibt. Welche Eigenschaft verbindet die verschiedenen Geschmäcker jedoch miteinander?

Wer sich insbesondere in deutschen Großstädten anschaut, wie sich Lebensmittelgeschäfte und Restaurants derzeit ausrichten, erlebt an vielen Stellen ein Besinnen auf Traditionelles. Heimatgefühle und Erinnerungen an die gute alte Zeit können, selbst bei Mittzwanzigern, häufige Begleiterscheinungen auf dieser Zeitreise sein.

ESSEN IST EIN HANDWERK

Ausdruck verleiht dem Image dann nicht zuletzt das Interieur: Keramik-Kacheln statt Edelstahlverblendung beim Fleischer oder

massive Holz-Esstische, die jahrzehntealte Geschichten erzählen könnten, von Gästen, die an ihnen Platz genommen haben. Je traditioneller der Look, desto eher hat man den Trend erfasst. Gerade beim Essen gilt es als besonderes Prädikat, Dinge so ursprünglich zubereiten zu können, wie es unsere Omas noch gelernt haben. Vor allem dürfte daran verzücken, dass „Massentierhaltung“ oder „Gen-Kartoffeln“ absolute Fremdworte waren, als Omi noch das Kochen lernte. Diese Einordnung gibt das Gefühl von Verlässlichkeit und reduziert darüber hinaus die Komplexität bei den diversen Food-Trends.

Beim Berliner Kiez-Laden „Vom Einfachen das Gute“ geht es genau darum. Es geht um Wurst. Fleisch. Käse. Wein. Im Vordergrund steht jedoch nicht nur die ausgezeichnete Qualität eines Produkts, die per se eng mit der Art der Haltung von Tieren verknüpft ist. „Essen ist eine landwirtschaftliche Tätigkeit“ lautet der Claim des Ladens. Gemeint ist damit nicht zuletzt das Zurückbesinnen

auf die hohe handwerkliche Kunst bei der Herstellung der ursprünglichsten Lebensmittel, die es seit jeher in unseren Breitengraden gibt.

ZWISCHEN AGENTUR UND WURSTTHEKE

Im Jahr 2013 eröffnete Inhaber Jörg Reuter mit seiner Geschäftspartnerin und guten Freundin Manuela Rehn seinen Laden in Mitte. Sieben Jahre waren die beiden da bereits beruflich miteinander verbunden. Mit ihrer Agentur „Grüne Köpfe“ unterstützen sie seit 2006 große internationale Unternehmen wie REWE oder Transgourmet bei deren kundenorientierten nachhaltigen Marken-Konzeptionen.

Dem Inhaber würde man optisch die Rolle des Business-Punks oder Marketing-Dozenten locker zutrauen. Seine beruflichen Wurzeln begründen jedoch, warum ihm der Claim des Ladens am Herzen liegt. Der Entschluss des studierten Landwirts, das Nischen-Geschäft an der Invalidenstraße zu eröffnen, war zunächst „eine ziemlich dekadente Idee“, wie er im FOGS-Gespräch erzählt. „Ich wollte einen eigenen Laden haben, der sich auf meinem Heimweg von der Agentur befindet und in dem ich jeden Tag Sachen einkaufen kann, die genau nach meinem Geschmack sind“, erzählt der 47-Jährige. Dass ihn zu diesem Zeitpunkt alle paar Monate die pure Produkt-Langeweile quälte, wenn er durch einen Supermarkt ging, beflügelte die Gründungs-idee zudem.

„MEINE ZUNGE ENTSCHEIDET!“

Genug Wissen und Erfahrung zu landwirtschaftlich etablierten Verfahren, die Geschmack und Qualität eines Lebensmittels beeinflussen, brachte er von seiner Arbeit auf Bio-Bauernhöfen mit. „Unser primäres Ziel war natürlich, dass die Sachen superlecker schmecken. Gutes Essen hat in meinem ganzen Leben eine Rolle gespielt. So richtig wohlgefühlt habe ich mich in geschniegelten Sterne-Restaurants jedoch nie. Das Einfache, das gut gemacht war, brannte sich immer viel mehr in meine Erinnerung ein“, erklärt der Rheinhesse seine Definition von „gut“.

Den geschmacklichen Maßstab geben daher ausschließlich die beiden Inhaber vor. „Wenn Mitarbeiter schon länger bei uns sind, dürfen sie manchmal mitentscheiden, welche Produkte wir aufnehmen. Kundenwünsche erfüllen wir jedoch nicht unbedingt. Wenn uns ein Käse nicht schmeckt, wird er nie bei uns in der Theke lande, gleich, wie viele danach fragen“, definiert Jörg Reuter einen Aspekt seines Auswahlverfahrens.

DU DARFST ZWAR ALLES ESSEN, ABER ... WILLST DU DAS AUCH?

Diese Konsequenz zahlt aber eben auch genau auf das ein, was die Kunden an „Vom Einfachen das Gute“ schätzen. Viele wollen keine vier verschiedenen Ibérico-Schinken, die sie eh nur laienhaft bewerten könnten. Sie wollen die eine gute Wurst empfohlen bekommen, die sie glücklich machen wird. Die Kundschaft des Kiez-Ladens besteht vor allem aus Anwohnern, die dort regelmäßig zu moderaten Preisen einkaufen. Das Publikum ist genauso unterschiedlich, wie es eben auch Geschmäcker sein können: Egal ob Mitarbeiter der Berliner Stadtreinigung, Schauspieler oder junge Mütter, am Ende zählt für alle nur die leckere Leberwurst und der gute Tropfen Wein. „Wir besetzen einen Sehnsuchtsraum“, erklärt Jörg Reuter die Motivation seiner Kunden und meint damit ihren Wunsch nach dem Echten, Ursprünglichen, das der lieblosen industriellen Fertigung etwas entgegenzusetzen hat.

Die Kunden wissen, woran sie bei den Produkten sind, und dass „Vom Einfachen das Gute“ für einen verantwortungsvollen Umgang mit Mensch und Tier steht. Dieses Bewusstsein beginnt für die Geschäftsführung nicht zuletzt bei ihren sieben Mitarbeitern, die sie nach eigenen Angaben merklich über Mindestlohn bezahlen. Bei dem jungen Team handelt es sich fast ausschließlich um Studenten, die kurz vor dem Abschluss stehen. „Die ganzen High Potentials, nach denen die Wirtschaft giert, schneiden bei uns Wurst hinter der Theke“, erzählt der Geschäftsleiter und spielt darauf an, dass seine Mitarbeiter mit ihren Abschlüssen in Marketing, Internationaler Wirtschaft oder Stadtplanung sicherlich auch hervorragend für ein anderes berufliches Umfeld aufgestellt wären. Die Anziehungskraft von Qualität scheint sich bei dem Konzept auf sehr viele Ebenen zu erstrecken – selbstverständlich auch auf die Auswahl der Lieferanten.

KEINE SCHWEINEREIEN: FRÖHLICHE RÜSSEL UNTER ALTEN EICHEN

Von halb wilden Schweinen, die sich frei durch einen Eichenwald bewegen oder ganzjährig in alten Apfelplantagen rumlaufen, schwärmt Jörg Reuter bei der Frage nach den Maßstäben, die er bei vielen seiner Liefer-Partner ansetzt. Die meisten seiner Lieferanten, die beispielsweise aus Deutschland, aber auch Italien und Spanien kommen, sind biozertifiziert und weisen zudem noch deutlich bessere Haltungsbedingungen auf, als es die Richtlinien verlangen. Ein ebenso wichtiges Kriterium für eine Zusammenarbeit



ist jedoch auch, dass seine Partner die hohe Kunst der handwerklichen Verarbeitung verstehen und beherrschen. „Schinken zu machen ist pures Handwerk. Er wird immer aus einem Hinterstück gefertigt, dennoch schmeckt jeder Schinken aufgrund der unterschiedlichen Herstellung anders. Manche Schinken reifen drei bis vier Jahre lang geschmacklich heran. Dies funktioniert nur, wenn ein Profi Zeit und Know-how investiert“, beschreibt der vierfache Familienvater seine Begeisterung für ursprüngliche Verfahren.

„SO GANZ OBJEKTIV IST DAS NICHT“ – BEI DER WEINAUSWAHL ÜBERZEUGT AUCH PERSÖNLICHE HALTUNG

Dieser Anspruch spiegelt sich auch in der Auslese der Traubentröpfchen wieder. Der Laden hat sich inzwischen zu einer Art Sprungbrett für die junge deutsche Wein-Szene etabliert. Angefangen hat das mit einem Tasting, bei dem ein süddeutscher Winzer von Anfang zwanzig zu später Stunde darauf bestand, mit seinen Erzeugnissen im Laden vertreten zu sein. Bereits im Teenager-Alter hatte er einen Debüt-Wein heranreifen lassen, der auch von Kennern gelobt wurde. Inzwischen wurden einige Weinkisten-Regale mehr im Laden an die Wand angeschraubt, um eine Vielzahl von Newcomern sowie etablierten Bio-Weinen, beispielsweise aus Frankreich oder Italien, anzubieten. „Gute Weine haben wir viel zu viele, aber du kannst bei uns jede Flasche aus dem Regal ziehen und bekommst für einen guten Preis extrem viel Qualität beim Produkt“, erklärt der Geschäftsführer zu seinem Sortiment.



HAUPTSACHE, MAN WEISS, WAS WIE AUF DEN TELLER KOMMT

Darin, dass Berlin sich nach und nach zu einem Mekka des Fleischverzichts entwickelt, sieht er kein Hemmnis für sein Geschäft. „Ich finde es toll, wenn sich Menschen damit beschäftigen, was sie essen. Jemand, der Fleisch isst, sollte für sich den moralischen Schluss machen, dass er Wesen mit Augen isst. Meinen Kindern mache ich deshalb auch klar, was mit den Hühnern aus unserem Garten passiert und woher die Keule auf ihrem Teller kommt“, beschreibt Jörg Reuter seine Haltung. Die Dankbarkeit und den Respekt für den Genuss, den einem das Tier beschert, sollte man seiner Ansicht nach nie vergessen. Er genießt daher auch seinen eigenen Schinken mit Bedacht und nicht täglich. Aber wenn bei ihm Fleisch auf den Tisch kommt, dann ist es vom Einfachen das Gute.

