

## »Kaffee ist ein emotionales Produkt«

Moritz Bor, Röster von Blaue Bohnen

„Wir trinken Kenya!“ Moritz Bor reicht eine dampfende Tasse über den Tresen – und Kenya schmeckt sehr weich und samtig mit einem kräftigen Nachklang. Moritz Bor, Partner von Henrik Hülsmeier und künftiger Teilhaber der Kaffeerösterei Blaue Bohnen in Friedrichshain, bereitet gleich noch mal eine Tasse Kaffee zu und erzählt, wie es zu der Rösterei überhaupt kam. Zu verdanken ist es einem Liefer- bzw. Packfehler. Es kam eine Kaffeebohnen-Lieferung aus Italien an – allerdings mit ungerösteten grünen Bohnen. Kurzerhand wurden diese in einer Bratpfanne geduldig in langer Zeit bei nicht zu hoher Hitze zu braunen Bohnen. Das Ergebnis – das Ganze passierte vor zehn Jahren – konnte sich sehen lassen und schmeckte ausgesprochen gut. Mittlerweile beliefert das Team von Blaue Bohnen rund 70 feste Kunden in und um Berlin. Die Nachfrage steigt. Deshalb soll in den nächsten drei Jahren die Produktion aufs Dreifache anwachsen. Wichtig ist den Betreibern die gläserne Produktion. Alles, was in der kleinen Manufaktur passiert, kann der Kunde bzw. Gast beobachten. Und bei all der Transparenz, wie sieht es mit „fair trade“ aus? Moritz Bor erklärt, dass sie 2017 zum sogenannten „direct trade“ wechseln werden. Nicht, weil sie mit ihrem aktuellen Coffee-Dealer unzufrieden wären oder seinen Geschäften nicht trauen würden, im Gegenteil, sondern einfach um noch direkter, konkreter und ursprungbezogener Kaffee einzukaufen. „Kaffee“, sagt Bor, „ist ein emotionales Produkt. Es geht dabei auch immer um die Geschichte. Nicht nur historisch betrachtet, sondern auch um Heute und Jetzt. Wie kommt der Kaffee woher und von wem zu welchen Bedingungen, sind nicht nur zentrale Fragen der Konsumenten und Einkäufer, sondern das ist auch was politisches – aber vor allem Vertrauenssache. Da wollen wir einfach mehr



mitreden, gezielter aussuchen können.“ Die Länder, für die sie sich bisher als Ursprung entschieden haben, möchten sie beibehalten: Indonesien, Äthiopien, Kenya, Peru, Indien, Brasilien und Guatemala. Und der Name? Der kommt vom Italo-Western „Blaue Bohnen für ein Halleluja“ aus dem Jahr 1967 und

„blaue Bohnen“ bedeutet so viel wie „scharfe Munition“, und die kann man ab September 2015 auch über das Portal [www.obergutd.com](http://www.obergutd.com) beziehen. (rc)

**Blaue Bohnen Kaffeerösterei**  
Seumestraße 14, Friedrichshain,  
Tel. 0179 206 93 31, [www.blauebohnen.com](http://www.blauebohnen.com)



Jörg Reuter, Caro Hoene, Cathrin Brandes & Manuela Rehn haben einfach gekocht

## »Das Projekt hat gezeigt, wie viel Freude Senioren am gemeinsamen Kochen haben«

Manuela Rehn, Autorin

Jörg Reuter, Cathrin Brandes und Manuela Rehn haben sich gefragt, welchen emotionalen Wert das Essen für alte Menschen hat. Zusammen mit der Fotografin Caro Hoene haben sich die Autoren auf eine Reise durch Deutschland gemacht und verschiedene Seniorenheime besucht. Vielerorts ist die Verköstigung vor allem eine Frage der Kosten. Dass es für die alten Menschen um mehr als nur Nahrungsaufnahme geht, kommt dabei oft etwas kurz. Das soll geändert werden. Mit dem Projekt „Wir haben einfach gekocht“ wollen die drei Autoren kulinarische Erinnerungen wecken, gemeinsam kochen und die Lieblingsrezepte wie Rouladen, Maultaschen und andere

Spezialitäten der Heimbewohner zusammentragen. Dabei entstanden ist das gleichnamige Kochbuch, das im Oktober erscheint. Als Non-Profit-Projekt sollen die Erlöse unter anderem an Weiterbildungen für Küchenpersonal gehen. Auch soll eine allgemeine Debatte angeschoben werden. Für die Senioren sind die Mahlzeiten meist das schönste Ereignis des Tages. Darauf soll wieder mehr Gewicht gelegt und die Bewohner bewusster einbezogen werden. (fb)

**Wir haben einfach gekocht**  
[www.wir-haben-einfach-gekocht.de](http://www.wir-haben-einfach-gekocht.de), Umschauverlag

## »Adlershof ist eine spannende Herausforderung«

Young-Mi Park, Geschäftsfrau und Inhaberin von Mani Mogo

Mani Mogo bedeutet auf koreanisch so viel wie: „Iss, lass es dir gut gehen, lass es dir schmecken, fühle dich wie zu Hause.“ Young-Mi Park kennt dieses Sprichwort nur zu gut von daheim und will genau das Gefühl im neuen, gleichnamigen Lokal an ihre Gäste weitergeben. Und hat sich mit der Eröffnung im Berliner Außenbezirk einen gewagten Ort dafür ausgesucht. „Wir waren einige Male in Adlershof, bevor wir uns endgültig entschieden haben, dort zu eröffnen. Wir dachten uns, dass man den Leuten hier etwas Gutes tun kann“, lächelt Park. Neben der Kimchi Princess, Angry Chicken und der Soju Bar ist das Mani Mogo der vierte Streich der Powerfrau. So ungewöhnlich wie die Ortswahl ist auch das Interieur: schlicht und elegant mit Neon-Elementen und leuchtenden Farbakzenten. In dem etwas kargen Umfeld fast schon einer Fata Morgana ähnlich. Die Küche bleibt der Linie größtenteils treu – Mandu, Bibimbap, Angry Chicken Burger. Aber auch wöchentliche Specials wie Buchweizennudeln in feiner Brühe mit Gemüse und Wassermelone sind zu finden. Hauptsache flott, denn zu den Gästen zählen vor allem Hotelbewohner, Studenten und Mitarbeiter der Wissenschaftszentren und Filmstudios. Die nehmen das Mani Mogo als Abwechslung für die Frühstück- und Mittagspause dankend an. (fb)



**Mani Mogo**  
Erich-Thilo-Straße 3, Adlershof,  
Tel. 030 55 51 74 71, [www.mani-mogo.com](http://www.mani-mogo.com)



All but one Dude: Dominik Lalla, Koray Kaya, Malte Gützlaff & Vivienne Yasin (Robert Reuter macht Urlaub)

## »Pasteurisieren und Vitamine wegkochen gibt es bei uns nicht«

Malte Gützlaff, einer der Dudes

Die fünf Freunde standen zwischen Bachelor und Master und wollten den freien Sommer über etwas Sinnvolles machen. „Sport und ausgewogene Ernährung waren schon immer ein Thema für uns“, erzählt Malte Gützlaff. Er ist der Marketingbeauftragte des Berliner Start-ups und zusammen mit Dominik Lalla, Vivienne Yasin, Koray Kaya und Robert Rüter sind sie die Juice Dudes. Monate lang haben sie getüftelt, bis die Saftrezepturen stan-

den. Angefangen mit Verkäufen und Verkostungen auf Wochenmärkten, kommen sie heute mit der Produktion kaum nach. Mehrmals die Woche steht das Team mittlerweile an der Saftpresse in ihrer Manufaktur im Prenzlauer Berg. Aus Hunderten Kilo Gemüse und Obst werden dann vier verschiedene Sorten kaltgepresster Saft hergestellt. Mit der Hand. Nach der Abfüllung noch mit Etikett beklebt, hören die flüssigen Vitaminbomben

auf die Namen Scharfe Rübe, Dr. Heart-Beet und Life Generator. Letzterer zum Beispiel ist eine Kombination aus Apfel, Gurke, Spinat, Sellerie und Zitrone. Konzentrate, Zusatz- und Konservierungsstoffe kommen den Dudes nicht in die Flaschen. „Bei uns ist alles echt und natürlich. Die Haltbarkeit wird durch ein besonderes Hochdruckverfahren hergestellt, so bleiben die Inhaltsstoffe der Zutaten erhalten.“ Durch diese spezielle Technik können die Juice Dudes zwar keine Glasflaschen verwenden, das Plastik ist aber immerhin zu 50 Prozent recycelt. Angeblich soll es die Säfte bald in 35 deutschen Städten geben und eine Neukreation dazu kommen: Der Dr. Sommer. Wir sind gespannt. (fb)

**Juice Dudes**  
Erhältlich z.B. bei Bio Company, LPG, Denn's, [www.juicedudes.de](http://www.juicedudes.de), Flasche 3,99 € (250 ml)



## »Die Idee zu Nimm's Mitchen ist durch einen Zufall entstanden«

Marvin Simon, Gründer und Inhaber

Was passiert, wenn kreative Menschen einen Kartoffelaufbau backen wollen, aber plötzlich der Ofen versagt? Sie überlegen sich eine Alternative und backen ihn einfach im Waffeleisen. So sind Marvin Simon und seine Freundin Nina Wieland auf die Idee von Nimm's Mitchen gekommen. Nach ausgiebiger Rezept-Tüftelei haben sie eine vegane Waffel aus Kartoffel-Polenta-Teig entwickelt, die sie nach Belieben süß oder salzig belegen. Beispielsweise eine Kräuterteig-Basis mit einem Belag aus Rucola, Mozzarella, Tomatensauce und gerösteten Sonnenblumenkernen. Oder das rein vegane Schoko Mitchen, mit Karamellsauce, Aprikosen-Minz-Kompott und Mandelkrokant. Nicht zu verwechseln mit einer Standard-Waffel also. Der Name Nimm's Mitchen rührt einerseits daher, dass es aufgrund seiner Waffelform als praktisches Streetfood direkt mitgenommen werden kann. Andererseits ist er eine Anspielung auf das elsässische „Mitchen“, ein Blechgefäß, in dem die Arbeiter früher ihr Mittagessen transportierten. Passend dazu ist das Logo, das ebenfalls an einen Henkelmann erinnert, und der ausgebauter Truck, der mit seiner metallenen Farbe und rillenförmigen Oberfläche einer überdimensionalen Blechdose ähnelt. Den hat Marvin Simon mit der Hilfe von seinem Vater und Schwiegervater wieder in Schwung gebracht und verkauft darin die Mitchen auf Märkten und auf Wunsch auch auf Veranstaltungen und Festen. „Zu Beginn macht man alles selber. Es steckt sehr viel Arbeit und Logistik hinter einem Start-up“, erzählt der ehemalige Theaterregieassistent von den anfänglichen Schwierigkeiten. Guter Dinge ist er trotzdem, denn er erobert immer mehr Märkte und das Feedback seiner Kunden ist durchweg positiv. (lr)

**Nimm's Mitchen**  
Zu finden z. B. auf dem Ökomarkt am Hansaplatz, Ökomarkt am Kollwitzplatz, Ökomarkt am Nordbahnhof oder Streetfood auf Achse in der Kulturbrauerei



Die vier vom Fahrradlieferservice Take Eat Easy: Adrien Roose, Karim Slaou, Chloé Roose und Jean-Christophe Libbrecht

## »Als passionierte Foodies waren wir von den bestehenden Essenslieferservices immer enttäuscht«

Chloé Roose, Mitgründerin von Take Eat Easy

Wer faul auf der Couch liegt und vor Hunger fast hinunterfällt, muss sich nicht länger quälen. Adrien und Chloé Roose, Jean-Christophe Libbrecht und Karim Slaoui haben sich des Problems angenommen und einen Fahrradlieferservice gegründet. Die Fahrradkuriere von Take Eat Easy bringen Gerichte zu einem nach Hause, ohne, dass man aufstehen muss. Umweltfreundlich und schnell. Mittlerweile stehen 50 verschiedene Restaurants, von denen man sich beliefern lassen kann, auf der Internetseite zur Auswahl. Wieso 50? Die Restaurants werden vom Unternehmen erst einmal geprüft und dann abgesegnet. Stetig kommen neue hinzu. Von Sandwiches über Ramen,

Pizza oder Veggie Bowls. Alles ist vertreten. Die Restaurants werden online mit ausführlichen Beschreibungen und Fotos der Gerichte vorgestellt. Ein weiterer Clou, den sich das Jungunternehmen aus Brüssel ausgedacht hat: Man kann seine Bestellung via GPS live nachverfolgen und weiß somit immer genau, wo sich die rettende Mahlzeit befindet. Nachteilig ist allerdings, dass nicht alle Gerichte in alle Stadtteile geliefert werden. Zur Not muss man eben doch aufstehen. (fb)

**Take Eat Easy**  
[www.takeateasy.de](http://www.takeateasy.de), Mindestbestellwert 15 €, Liefergebühren 2,90 €