

SCHRILL, LAUT UND GEMÜTLICH

„Die Leute sollten mutiger Tee trinken!“, sagt Stefanie Hoffmann und nimmt geräuschvoll einen Schluck aus ihrem knallorangenen Becher. Schlürf - der Name der Firma ist hier eindeutig Programm.

Vor drei Jahren gegründet, soll Schlürf das Image des Tees revolutionieren. Schrill und farbenfroh - im Gegensatz zu klassisch und fein. „Tee ist so facettenreich und vielfältig. Leider wirkt das Getränk auf viele Leute langweilig und nicht schick“, sagt Brandmanagerin Stefanie Hoffmann. Sie und ihr Team wollen das ändern: Schlürf soll auf der einen Seite das typische Bild ostfriesischer Gemütlichkeit vermitteln, auf der anderen Seite so trendy und auffällig wie Berlin sein. Stellvertretend dafür steht auch das Teeengeschirr: großes dickwandiges Service in schrillum Orange. Die Fusion von zunächst unvereinbar erscheinenden lokalen Charakterzügen lässt sich durch die Hintergrundgeschichte von Schlürf erklären. Gründer Hanno Twixlum lebt als waschechter Ostfrieser in Kiel, während das Unternehmen selbst und auch seine MitarbeiterInnen in Berlin angesiedelt sind. Ob Ole, Greeete, Rasmus oder Ingolf - zwölf Teepersönlichkeiten ganz unterschied-

lichen Charakters stehen bisher zur Auswahl. Jede trägt einen typisch norddeutschen Namen und ist außerdem durch ein eigenes Symbol und eine Farbe gekennzeichnet.

Für jede Gelegenheit scheint es den passenden Begleiter zu geben. „Mein Liebling ist Klara, wenn ich krank bin, kommt Fieta zum Einsatz und im Sommer mach ich Eistee mit Hilde und Elke“, sagt Hoffmann lachend. Sie hat sich erst seit dem Beginn ihrer Tätigkeit bei Schlürf zur Teetrinkerin entwickelt, ist inzwischen aber mit Überzeugung dabei - nicht zuletzt bei der Herkunft der Waren. In jedem Format, ob einzelne Beutel oder lose, wird der gleiche qualitativ hochwertige Tee verarbeitet. Besonders großblättriger Tee in Bioqualität und nur natürliche Zutaten, keine künstlichen Aromen, kommen zum Einsatz. So lässt es sich ruhigen Gewissens schlürfen. Was in Europa von schlechten Manieren zeugt, drückt im asiatischen Raum übrigens höchsten Genuss aus und hat auch noch einen besonderen Effekt: Beim Schlürfen werden durch die

gesteigerte Aufnahme von Luft die Aromen intensiver wahrgenommen. Allen Grund also, den nächsten Tee besonders laut zu genießen! (abo)

Schlürf Tee

Erhältlich in einigen Berliner Läden, z.B. Hans im Glück, Friedrichstraße 101, Mitte, Berliner Kaffeerösterei, Uhlandstraße 173, Charlottenburg, online unter www.schlurf.de, ab 7,99 € pro Beutel (75 g loser Tee)



Foto: Jule Frommet/HIPI

Unzählige Aromen

Ramin Massah hat in Kreuzberg **Nano Kaffee** eröffnet, einen bodenständigen Coffeeshop, der sowohl Filterkaffee als auch Espresso-Liebhabern gefallen dürfte

Für manche sind es zwei unvereinbare Fronten: Man ist pro Filterkaffee, liebt helle Röstungen und fruchtige Aromen, oder man ist Vertreter der schnellen, dunklen Espresso-Kultur. Dass beide Seiten wunderbar zusammengehen, zeigt ein neuer Laden in Kreuzberg. In der etwas versteckten Dresdener Straße hat Ramin Massah gerade Nano Kaffee eröffnet, einen Coffeeshop, in dem es keine Sandwiches, Cookies und Muffins, sondern wirklich nur Kaffee gibt. Den kann man entweder vor Ort trinken oder in Tüten kaufen, dazu gibt es das passende Equipment. An der einen Seite steht eine Theke mit Espresso-Maschine, auf der anderen Seite des hohen Raumes eine Brew Bar mit Filterapparaturen. Am Fenster ein Tisch, an dem man sich kurz hinsetzen kann, der sich aber durch seine Höhe und die Rollen super für ein Tasting einsetzen lässt. Mehr braucht es nicht.

Wer seinen schnellen Espresso-Koffeinkick to go will, wird fix bedient und ist im Nu wieder draußen, wer sich ein wenig Zeit nimmt, kann sich an der Brew Bar lange beraten lassen und Filterkaffees ausprobieren. Beide Parteien kommen sich so nicht in die Quere, werfen sich neugierige Blicke zu und orientieren sich bestenfalls beim nächsten Besuch auf die andere Raumseite hin. Bei der Zubereitung der verschiedenen Kaffeespezialitäten setzt Massah ebenfalls auf Balance und Bodenständigkeit. „Ich will nicht dieses abschreckende und abgehobene Kaffee-Insider-Getue“, sagt er. „Wir bereiten den Kaffee ganz klar nach unseren Vorstellungen optimal zu. Es gibt keinen Flat white, aber eben Espresso mit Milch, und du kannst auch Zucker oder sogar Zimt reinmachen, nur ich mache das nicht“. Um bei den



Foto: Laura Zoccarato/HIPI

Bei Ramin Massah geht es einzig und allein um die Kaffeebohne

Sorten überschaubar zu bleiben, konzentriert er sich im Nano derzeit auf deutsche Röstereien. Aus Berlin sind Five Elephants dabei, dazu Mahlefitz aus München, die bayerischen Pioniere von JB Kaffee oder Quijote Kaffee aus

Hamburg, ein Kollektiv das ausschließlich mit Kooperativen zusammenarbeitet. (azi)

Nano Kaffee

Dresdener Straße 14, Kreuzberg, www.nano-kaffee.de

KOAWACH STATT KAFFEE

Eine indigenen anmutende, schwarze Zeichnung auf weißem Hintergrund - ein Affe mit einer Tasse in der Hand. „Die Mono Titi Affen aus Südamerika mögen Kakao, aber sie fressen auch die Früchte des Guaranaubaumes. Deshalb sind sie auch so aktiv“, erklärt Daniel Duarte lachend. Das perfekte Maskottchen also für das Unternehmen „Koawach“, das 2013 von den

ehemaligen Studienfreunden Heiko Butz und Daniel Duarte gegründet wurde. Sie bieten fünf Sorten Trinkschokolade an, darunter drei mit koffeinhaltigem Guarana.

„Wir wollten eine Alternative für Kaffee schaffen, den viele Leute nicht gut vertragen, aber wegen des Effekts trotzdem trinken. Guarana wird vom Körper sehr viel besser aufgenommen und entfaltet seine Wirkung langsamer, aber länger anhaltend.“ Nach einer ausführlichen Testphase haben sich die beiden Gründer nun entschieden, ihr Projekt weiter auszubauen und dafür via crowdfunding die finanzielle Grundlage zu schaffen. Daniel Duarte ist zuversichtlich, dass die Zielsumme von 10.000 Euro erreicht wird. „Wir wollen uns mit dem Geld unabhängig von allen Zwischenhändlern machen und in Zukunft direkt von den Bauernkooperationen in Südamerika importieren. Transparenz und fairer Handel ist für uns nicht nur wichtig, sondern selbstverständlich“, meint der gebürtige Kolumbianer. Sein Ziel ist es, in Deutschland eine Kakaokultur zu etablieren, wie er sie aus seinem Heimatland kennt. Dort wird Kakao selbstverständlich



auch von Erwachsenen getrunken und besitzt einen besonderen Stellenwert. Ganz im Gegensatz zu den hier weitverbreiteten Schokoladengetränken aus Instantpulver. „Unser Koawach kommt ohne Sojalecithine aus und enthält auch weniger Zucker. Wir verwenden nur natürliche Zutaten“, macht Duarte deutlich. Seine Vision ist es, dass Koawach bald als wachmachende Trinkschokolade in jedem Café genauso selbstverständlich zu bekommen ist wie Kaffee. (abo)

Koawach

am 4. Adventssonntag noch auf verschiedenen Weihnachtsmärkten erhältlich, z.B. The Green Market (Glashaus, Arena Treptow), oder im Fast Rabbit, Eberswalder Straße 1, Prenzlauer Berg, online unter www.koawach.de, Preis: Beutel (120 g) 5,49 €



Fotos: Laura Zoccarato/HIPI

So gar nicht affig: Daniel Duarte und Heiko Butz

BOTTLED SUPERFOODS

„Los angeles cold press: Das sind 100% rohe und organische Säfte, in denen eine große Bandbreite an lokalem Obst, Gemüse und Gewürzen steckt. Die bunten Fläschchen beinhalten Zutaten wie Avocado, Spinat, Kohl, Sellerie, Apfel, Banane, Orange, Ingwer und Zitrone und sollen dem Körper Gutes tun, ihn entgiften und pflegen. Die Schwestern Cindy und Nancy Bachmann haben sich zum Ziel gesetzt, den kalifornischen Lebensstil, in dem diese Art von frischen Säften bereits fester Bestandteil der Ernährung ist, nach Berlin zu bringen und ihre Passion für gesunde, nahrhafte Säfte zu teilen. Diese werden hydraulisch und kalt gepresst, was den Vorteil mit sich bringt, dass wertvolle Vitamine und Mineralstoffe erhalten bleiben und die Säfte bis zu drei Tage haltbar sind. Voraussichtlich wird noch Ende des Jahres ein eigener los angeles cold press store eröffnet, wo dann über 20 verschiedene Sorten angeboten werden. (ma)

Los angeles cold press

Momentan erhältlich im The Barn, Schönhauser Allee 8, Prenzlauer Berg, Preis: Flasche (250 ml) 6 €, www.lacoldpress.com

VIVA LA REVOLUCIÓN!

Kaffee ist bei vielen Leuten mit starken Gewohnheiten verbunden. Die Vorstellung, kalten Kaffee zu trinken, kann durchaus schockieren. Doch Simone König und Mascha Häupl sind fest entschlossen, mehr Menschen von dieser Art des Kaffeekonsums zu begeistern. Die zwei sind eher durch Zufall in der Barista-Szene gelandet. Sie lernten sich bei ihrer Tanzausbildung kennen und fingen beide nebenberuflich im gleichen Café an, dem „Goodies“, wo sich ihre Leidenschaft für das Getränk entwickelte. Als Simone 2013 an einem Barista-Wettbewerb teilnahm und der Jury einen sogenannten „Cold Brew“-Kaffee präsentierte, war die Idee geboren. Maschas Bruder Florian Häupl entdeckte als Trendforscher das Potenzial des Kaltgetränkes und so gründeten die drei im April 2014 das junge Unternehmen „Good Spirits“.

Eine Sorte bieten sie bis jetzt in Flaschen an, den „Black Moon“ mit Süßholz als Spezialzutat. Die Herstellung des Produkts ist einfach, aber zeitintensiv. Kaffemehl muss 12 bis 24 Stunden in kaltem Wasser ziehen und wird anschließend abgefiltert - fertig ist das Cold-brew-Konzentrat. Mascha beschreibt den Geschmack als milder und feiner, insgesamt fruchtiger als bei heiß gebrühtem Kaffee. Durch die Kaltextraktion werden weniger Bitterstoffe gelöst, was den cold brew verträglicher für den Magen macht. Der Koffeingehalt ist jedoch sehr hoch: „60 mg auf 200 ml, das ist ungefähr so viel wie vier doppelte Espresso“, grinst Simone. Ein echter Wachmacher also, den sich jeder nach seinem ganz persönlichem Geschmack zubereiten kann. Von pur auf Eis bis hin zu Cocktails mit Kokoswasser und Tonic ist alles möglich. (abo)

Good Spirits

erhältlich z.B. bei Goodies, Warschauer Straße 69, Friedrichshain oder Schivelbeiner Straße 34, Prenzlauer Berg, www.goodsprits.co



Foto: Jule Frommet/HIPI