

ONIGIRI TREND IN BERLIN

Ein neuer Trend zeichnet sich ab in Berlin: Statt Sushi an jeder Ecke, entstehen die ersten Onigiri-Geschäfte in der Stadt. „Sushi is fucking dead“ (Sushi ist sowas von tot) wie die Hersteller von Ricepipes meinen. Seit mehr als einem halben Jahr kurven die beiden „Entwickler“ der von einem dünnen Noriblatt umhüllten leichten Reisrollen (gefüllt mit Gemüse, Tofu oder Geflügel) auf Fahrrädern durch Prenzlauer Berg und verkaufen Ricepipes.

Diese erinnern in Form und Aussehen doch sehr stark an japanische Maki-Sushi, nur eben etwas kleiner (10 cm) und für unterwegs. Und die Füllungen sind allerdings nicht aus Meerestieren hergestellt, Ricepipes hat sich bewusst dagegen entschieden, sondern es gibt Curry Chicken, Feta Chicken, Tomate Mozzarella oder Spicy Chutney im Angebot.

Gegründet wurde Ricepipes von André und Yann, beide Produktgestalter, beide begeisterte Köche und Esser, die einen gesunden u sättigenden Snack als Alternative zum bestehenden „Fast Food“ anbieten wollen.

Neben der europäischen Maki-Sushi-Variante gibt es nun seit kurzem auch zwei Onigiri-Unternehmen in Berlin. In Japan kann man sie überall kaufen: Onigiri, der Reis-Snack im Tetra-Format traditionell bestehend aus saftigem Sushi-Reis und einer feinen, herzhaften Füllung, umhüllt von einem knusprig gerösteten Nori-Algenblatt und so gut verpackt, dass sie stundenlang frisch bleiben. Produziert wird tagesfrisch, gegessen werden sollte Onigiri bis zum Folgetag, sonst wird der Reis zu trocken.

Auf der Basis eigener Rezepte haben Thorsten Reuter und Arev Karpert die traditionelle Onigiri-Kultur nach Berlin gebracht und dem europäischen Gaumen angepasst. Der Journalist und der Kameramann haben die RiCE UP organic Onigiri GmbH gegründet und den ersten Onigiri-Shop Berlins im Dezember 2011 auf dem U-Bahnhof Schönleinstraße direkt an den Gleisen eröffnet. Den zweiten Laden gibt es seit einigen Wochen nun auch nahe der Friedrichstraße. Biologisch erzeugte Zutaten garantieren ein gesundes Genusserlebnis für zwischendurch (mit Demeter-Huhn, regionalem Gemüse oder Bio-Lachs). Vegane Onigiri-Varianten passen zudem zum derzeitigen Vegan-Trend in der Stadt. Rice up ist darüber hinaus biozertifiziert – auf regional erzeugte Biozutaten mit Herkunftsnachweis wird Wert gelegt.

Kennengelernt haben die Geschäftspartner die Onigiri-Dreiecke mit kaltem Reis und knackigen Nori-Algen auf ihren Asienreisen. Arev Karpert berichtete Freunden anfangs davon, in Japan gäbe es „Elbenbrot“ wie im Herr der Ringe, wegen des grünen Noriblattes außen um den Reis-Snack. Als die beiden sich dann entschlossen, einen Laden in Berlin zu eröffnen, war aber bewusst nie das Ziel, japanische Onigiri in Deutschland zu vertreiben, sondern nur die Idee zu adaptieren und einen gesunden, kalorienarmen Snack auf den Markt zu bringen. Fast dreiviertel der Kundschaft sind derzeit noch Frauen, die allgemein als kalorienbewusster und experimentierfreudiger gelten.

Hergestellt werden die Onigiri von Hand, obwohl nun endlich die erste Onigiri-Verpackungsmaschine aus Japan (Fukuoka) angekommen ist. Ein Onigiri kostet 2,80€, mit einer jeweiligen Füllung von 100g Reis und 20g Füllmasse. Für „handmade“ und Bio sind viele bereit so viel Geld auszugeben, man hört

aber auch Stimmen die meinen „zu teuer“ für den kleinen Snack. Im Angebot sind Sorten wie Shiitakepilze & Hokkaido-Kürbis, Umeboshi-Aprikose, Stangensellerie & schwarzer Sesam, Avocado-Limette-Koriander oder auch Mediterraner Schafskäse mit Rucicola und getrocknete Tomaten, Ingwerhühnchen & Süßkartoffel und Teriyaki Beef. Inzwischen produziert Rice up schon durchschnittlich 350 Onigiri am Tag, aber die Ziele sind weitaus höher gesteckt. Mittelfristig können sich die Inhaber vorstellen, Läden zu eröffnen, in denen die Kundschaft sich die Füllung selbst aussuchen und zusammenstellen lassen kann. Noch frischer und individueller geht es dann nicht.



Seit kurzem gibt es einen zweiten Anbieter von Onigiri in Berlin, Thomas Donda, der mit Nigi Berlin zunächst vor allem die Zwischenhändler (Kantinen, Supermärkte etc.) ins Auge gefasst hat. Derzeit betreibt der Inhaber noch mehr oder weniger allein seine Produktionsstätte ohne Verkaufsfläche. Stattdessen wird an verschiedene Kooperationspartner (Clubs, Kantinen etc.) geliefert. Im Nebenfach hat der Inhaber von Nigi Berlin Japanologie studiert und auf einigen Japanreisen erste Recherchen für die Herstellung von Onigiri gesammelt. Die Idee stammte eigentlich von einem japanischen Freund. 2012 hat Thomas Donda dann die erste halbautomatische Onigiri-Maschine gekauft, die er zusammen mit einem Freund direkt im Flieger mit nach Deutschland nahm. Durch seine Japankenntnisse will Nigi Berlin, anders als Rice up, nicht zu sehr europäische Varianten der Onigiri anbieten, sondern bietet mit Shiojake (gesalzener Lachs) und Umeboshi-Shiso (Salzpflaume mit Shiso) bewusst zwei klassisch japanische Sorten an.

Beide Hersteller der Onigiri kaufen das Nori zusammen mit der Verpackung in Korea. Die Qualität sei sehr gut, sagen sie und dieses koreanische Produkt wird selbst in Japan verwendet. Darüber hinaus nimmt es letzten Skeptikern die Sorge um radioaktive Verseuchung japanischer Algenprodukte.

Den Reis beziehen sie aus Italien. Beiden Anbietern ist auch gemeinsam, dass sie die Kategorien: Fisch, Fleisch, Vegetarisch und Vegan anbieten und so für ein breites Spektrum potentieller Kundschaft das richtige Essen bieten können. In den Geschmacksrichtungen hat sich Rice up stark dem deutschen Geschmack angepasst und bietet daher untypische, aber sehr wohlschmeckende Varianten an. Da sich Nigi Berlin mehr aus traditionell japanische Varianten ausrichtet (wenn auch nicht nur), kauft Thomas Donda zusätzlich über einen japanischen Großhändler mit Sitz in Deutschland ein. Nigi Berlin startet sein Geschäft nach langer Vorbereitungszeit und der Suche nach den perfekten Füllungen erst jetzt und produziert noch im kleinen Rahmen, 50 Stück pro Tag gehen derzeit aus der Küche. Geplant ist neben dem Verkauf von Onigiri im Supermarkt auch ein „Bauchladen“ auf Berliner Straßen, die gesunde Alternative zur Thüringer Bratwurst vom sog. „Grillwalker“. Bei Nigi Berlin bekommt man die 100g schweren Onigiri für 1,80 EUR. Der durchschnittliche Esser kauft etwa drei Onigiri für ein Hauptgericht, zum satt werden also, als kleiner Snack reicht gut eins.

Egal, ob Biosiegel oder Japanstyle des Reis-Snacks, beide Anbieter (und auch Ricepipes) haben sich entschlossen, keinen Thunfisch in das Sortiment aufzunehmen. Die Gründe dafür sind vor allem ökologischer Natur. Solange das Beifang-Problem und die Überfischung der Thunfischbestände in den Meeren nicht gelöst ist, wollen beide Unternehmen aus moralischen Gründen keine Onigiri mit dieser Fischart anbieten, obwohl sie in Japan traditionell eine der beliebtesten Sorten ist.

Konkurrenz sehen beide Berliner Anbieter übrigens derzeit nicht. Im Gegenteil, im Interview betonten beide Hersteller, dass der gegenseitige Nutzen viel größer sei. Onigiri sei noch so unbekannt und da könne es nur helfen, Mitstreiter zu haben, die den leckeren asiatischen Snack bekannter machen und so für Verbreitung sorgen. Berlin sei groß genug für mehrere Anbieter.

In Hamburg hat man bereits 2010 einen ganz ähnlichen Weg eingeschlagen, auch hier werden neuerdings Reis-Snacks angeboten. Sie werden in Hamburg Wichy's genannt und der Reis wird hier mit verschiedenen Zutaten belegt und ebenfalls mit einem frischen Noriblatt umwickelt.

Onigiris könnten ein neuer Stern am Fast Food-Himmel werden, das zumindest wünschen sich die Geschäftsführer von Rice up.

Picepipes

Van Houtte & Stache GbR
Luisenstraße 36
12557 Berlin
Web: www.ricepipes.de



RICE UP organic Onigiri GmbH

Thorsten Reuter und Arev Karpert,
Kottbusser Damm 28
10967 Berlin
Web: <http://www.rice-up.de/>



Nigi Berlin

Edisonstr. 39
12459 Berlin
Web: www.nigi-berlin.de



mjam GmbH

Grosse Elbstrasse 158
22767 Hamburg
Web: <http://mjam-food.com/produkte.html>



Katrin Basalla, JETRO Berlin