

Büchse de luxe

Convenience Food boomt. Doch warum Dosenravioli essen, wenn man Hirschragout mit Rosmarinkartoffeln oder Morchelsuppe haben kann? Von der erstaunlichen Karriere des Fertiggerichts

VON GEORG ETSCHHEIT

Heute, im Nachhinein, wirkt Benjamin Hiller wie ein Gründer, der Krisen in Chancen zu verwandeln weiß. Aber damals, vor knapp drei Jahren, als die Corona-Pandemie so richtig in Fahrt kam, sei der Erfolg alles andere als klar gewesen, erzählt der studierte Betriebswirt aus Baden-Baden. Hiller hatte zusammen mit seiner Lebensgefährtin Theresa Dietrich gerade ein kleines Hotel samt Restaurant übernommen, aus „familiären Gründen“, wie er sagt. Das Paar hatte nach einer teuren Renovierung soeben wiedereröffnet, als vier Tage später der erste Lockdown kam – und damit die Frage, ob es überhaupt weitergehen könne und wenn ja, wie?

Ben Hiller reagierte schnell. Um seine kleine Crew nicht in die Arbeitslosigkeit zu entlassen, beschloss er kurzerhand, alles, was sonst auf Tellern à la minute serviert wird, in Gläser mit Schraubverschluss zu packen, zu konservieren und zu verschicken: Zürcher Geschnetzeltes, Kartoffel-Paprika-Suppe, aber auch Thai-Curry mit Huhn. Der Rest war Hoffnung. Doch schon erste Marktanalysen machten Mut. Das Geschäft lief nicht nur, es wuchs, und bald musste sogar neues Personal her. Heute beschäftigt Hiller ein zehnköpfiges Team und setzt weiter auf Fertiggerichte, die sich als lukrativer erwiesen als Hotel und Restaurant.

Fertiggerichte? Da werden bei vielen Erinnerungen wach an muffigen Bohneneintopf aus der Dose, den man als Jugendlicher im Zeltlager löffelte, oder glitschige Dosenravioli in blassrosa Tunke, angeblich Tomatensoße. Doch was Ben Hiller seinen Kunden bietet, hat mit den Zumutungen von damals nichts gemein: würziges Hirschgoulasch etwa, deftige Rinderroulade oder feine Barbarie-Entenbrust mit Orangensauce. Alles handwerklich mit guten Zutaten und ohne unnötige Zusatzstoffe produziert, schonend konserviert und im Einweckglas „wertig“ präsentiert: aufdrehen, aufwärmen, fertig.

Spätestens seit Corona die Gastronomie für Monate stilllegte, sind hochwertige Fertiggerichte endgültig ein Thema: Vorgekochtes, das man nicht nur essen, sondern sogar genießen kann. Convenience Food war plötzlich nicht nur Überlebenshilfe im Alltag, sondern konnte auch ein kleiner Ersatz für den vorübergehend verwehrteten Restaurantbesuch sein, behutsam und zeitgemäß weiterentwickelt, nicht selten auf Feinschmeckerniveau.

So werden Gläser mit edler Fertigware in besseren Supermärkten heute gern selbstbewusst und zentral präsentiert. Im Netz liefern mittlerweile eine Reihe von Anbietern nach Hause. Sie heißen „Löwenanteil“ oder „Genussgläschen“, eine Manufaktur aus der Eifel, die damit wirbt, dass hier „Sterneköche“ am Herd stehen. Bei den Herrmannsdorfer Landwerkstätten aus Glonn bei München finden die Kunden schon seit Längerem Suppen, Gemüsebeilagen, Saucen und Fonds sogar in Bioqualität, ähnlich wie beim idyllischen Hofgut Stöcken mit der Marke „Frisch & Fertig“ im Siegerland in Nordrhein-Westfalen. Und „Büffel Bill“ aus Singen beliefert Privatkunden wie Delikatessläden mit Essen aus fett- und cholesterinarmem Büffelfleisch, von gefüllten Maultaschen bis Edelbolognese „alla Chef“ zu 9,80 Euro pro Döschen. Auch viele Metzgereien und Caterer vertreiben heute hochwertige Fertiggerichte, meist im Glas. Verkauft werden sie im eigenen Laden, übers Internet oder, immer häufiger, über Automaten am Ladeneingang, die es gestatten, sich auch nach Geschäftsschluss oder an Wochenenden zu versorgen.

Die Lokale mögen längst wieder geöffnet haben, doch der Trend zu gut situierten Single-Haushalten mit gehobenen kulinarischen Ansprüchen hält an, was nicht zuletzt der Alterung einer wohlhabenden Gesellschaft geschuldet ist. Dazu kommt, dass auch nach der Pandemie weiter viele Menschen von zu Hause aus arbeiten. Wer nicht mehr in die Kantine geht, köpft sich vielleicht zu Hause ein Gläschen. Attraktiv wirkt das Angebot sogar für Studenten, die keine Lust mehr auf den Pizzaservice haben. Preislich liegen Fleischklößchen aus dem besseren Fertigsegment und eine frisch gebackene Pizza in Basisausführung auf vergleichbarem Niveau.

Allgemeine Zahlen zum Thema sind bislang aber wenig aussagekräftig. Im Schnitt wurde im vergangenen Jahr in jedem deutschen Haushalt zehn Mal Fertignahrung aufgewärmt, die extrem beliebte Tiefkühlpizza allerdings nicht eingerechnet. Nach Angaben der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) war dieser Wert im ersten Corona-Jahr 2020 leicht angestiegen, um sich bald wieder auf altem Niveau einzupendeln. Womöglich gibt es aber gerade eine Verschiebung hin zu Qualitätsware, anders lässt sich der Erfolg vieler neu gegründeter Klein- und Kleinstanbieter für Fertiggerichte kaum erklären. Vorgekochtes in Gläsern kommt derzeit auf einen Anteil von 2,5 Prozent aller Fertiggerichte – damit geht es klar um einen Nischenmarkt, aber um einen mit Potenzial, wie Benjamin Hiller findet. Zwei Produktlinien hat seine Firma mittlerweile: „Hungerstiller“ für gute Hausmannskost wie „Frikadelle mit Kartoffelsalat“ oder der Ikea-Renner „Köttbullar“ sowie „La Table“ im Premiumsegment.

Die Linie „La Table“ richtet sich eher an die Älteren. Zu Gerichten wie der Ente in Orangensauce bereiten sich die Kunden die Beilagen selbst zu. Preislich bewegt man sich bei zehn Euro aufwärts, was der Kalkulation eines einfachen

Gasthauses entspricht. „Wir sind nicht billig“, gibt Hiller zu. „Doch unsere Produktionsweise ist mit einer industriellen nicht zu vergleichen. Wir machen alles selbst, sogar eigenen Speck ohne Konservierungsstoffe für unsere Rouladen. Und wir achten beim Vorkochen darauf, die zusätzliche Garzeit durchs Konservieren und Aufwärmen mit einzukalkulieren, damit das Gericht möglichst auf dem Punkt verzehrt werden kann.“

Corona mag den Trend zum edlen Fertiggericht beschleunigt haben; doch dass der wachsende Anteil von Single-Haushalten, in denen zudem immer weniger gekocht wird, einen Markt schafft, war schon länger klar. Herbert Berthold, Gastronom aus München-Schwabing, hat diesen Markt vor acht Jahren entdeckt, und das eher zufällig. Sein Bistro „Zum Feinschmecker“ versorgt die Nachbarschaft mit guten, aber überwiegend bodenständigen Gerichten, die man an Stehtischen essen oder mitnehmen kann. „Eigentlich ging es uns nur darum, zu viel Produziertes, das abends übrig geblieben war, sinnvoll zu verwerten“, sagt Berthold. Also begann man, die Reste des Tages in Gläser zu füllen und bei 90 Grad unter Dampf fast ohne Geschmacksverlust zu konservieren – so sind sie gekühlt bis zu drei Monate haltbar. „Sehr gut angekommen“ sei die Idee, so gut, dass der Gastronom kürzlich einen separaten Laden eröffnete, der vor allem Fertiggerichte in Gläsern verkauft. Renner, wie gehabt, Rinderroulade, außerdem geschmorte römische Ochsenbäckchen sowie Suppen, die saisonal wechseln: Sellerie, Kürbis, Spargel.

In der letzten Zeit hätten seine Kunden zunehmend größere Mengen auf Vorrat geordert, erzählt Berthold. Vielleicht genussfreudige Prepper, die sich für den Notfall eines Blackouts rüsten wollten? Benjamin Hiller, der ebenfalls immer öfter größere Bestellungen registriert, tippt eher auf Gastronomen, die Arbeit und Personal sparen wollten. Hotels etwa, die zwar über kein eigenes Restaurant verfügen, ihren Gästen aber abends eine kleine warme Mahlzeit aufstischen möchten. „Das kann dann auch der Diensthabende an der Rezeption mit einer Mikrowelle besorgen.“

Eine Gründungsgeschichte der eigenen Art hat die „Feldküche Wittenberge“ im brandenburgischen Wittenberge an der Elbe. Die Firma bietet ebenfalls ein wachsendes Sortiment handwerklich hergestellter, in hübsche Gläser verpackter Fertiggerichte an. Als die Nationale Volksarmee (NVA) nach dem Ende der DDR aufgelöst wurde, hatten auch die alten NVA-Feldküchen, vulgo Gulaschkanonen, ausgedient und wurden verkauft. Thomas Opitz, bis dato Koch im „Interhotel Magdeburg“, griff zu und machte sich mit einem Imbiss in Südbrandenburg selbständig. Bei ihm haben neben gesamtdeutscher Hausmannskost – Königsberger Klopse, Hühnerfrikassee, Sauerbraten – auch regionale Spezialitäten wie „Prignitzer Knieperkohl mit Kasseler“ (mehrere Kohlsorten, zusammen mit Weinblättern sauer eingelegt) sowie diverse DDR-Rezepte überlebt, allen voran die einstmals so beliebte Soljanka, ein der

osteuropäischen Bauernküche entlehnter Eintopf, sowie eine Original „NVA-Erbsensuppe“.

Der Soldateneintopf war vergangenes Jahr für einen kleinen Skandal gut, als sich die Direktorin der „Bundesstiftung zur Aufarbeitung der DDR-Diktatur“ beschwerte, dass Produkte, die das DDR-Unrecht verharmlosten, heute sogar in Supermärkten zu kaufen seien. Sie bezog sich dabei weniger auf den Inhalt als die Aufmachung der Armee-Erbsensuppe aus der Feldküche Wittenberge – ein Etikett mit einem schwarz-rot-gelben Ährenkranz sowie der Aufschrift „NVA“. Ebenso beanstandet wurde damals die „Schulküchen-Soljanka“ aus „Kelles Suppenmanufaktur“ in Kläden in der Altmark. Das Unternehmen hatte sich die forsche Marketingstrategie erlaubt, das Bild eines „Thälmann-Pioniers“ aus der einstigen Jugendorganisation der SED mit rotem Halstuch aufs Etikett drucken zu lassen.

Für Antje Mandelkow, Geschäftsführerin von Kelles Suppenmanufaktur, entpuppte sich der Aufreger als kostenlose Werbeaktion. „Wir mussten zwei neue Leute einstellen, nur für dieses Produkt“, sagt Mandelkow. Und auf der jüngst zu Ende gegangenen Grünen Woche in Berlin sei der Stand der Suppenküche „schlichtweg überrannt worden“. Besonders gefragt war nicht nur die NVA-Erbsensuppe, sondern auch andere Spezialitäten wie „Kelles Altmärkische Hochzeitssuppe“ – Hühnerbrühe, aufgepeppt mit Eierstich, Spargel und Schweinefleisch. Es geht also nicht nur um ein bisschen wohlfeiles Ostalgie-Marketing. Vielmehr scheint der neue Appetit auf hochwertige Fertiggerichte dem Westen sogar ein Stück DDR-Küche schmackhaft zu machen. 33 Jahre nach der Wende. Wer hätte das gedacht?