

Zusammen gewürfelt

Was bei uns lange Zeit in Mode war, hat längst die Töpfe afrikanischer Länder erobert: Maggi. Von der seltsamen Karriere eines Würzmittels

VON JESKO ZU DOHNA

Oh nein, wir haben Maggi vergessen!“, ruft Sholly Onatolu entsetzt. „Richtiges afrikanisches Essen ohne Maggi – das geht gar nicht.“ Die kleine Nigerianerin dreht sofort um, trippelt mit ihren schweren Tüten voller Yams-Wurzeln und Kochbananen zurück in den kleinen Afro-Shop auf der Karl-Marx-Straße in Neukölln. Ganz hinten im engen Laden wird Sholly Onatolu fündig: Im Regal liegt eine durchsichtige Tüte mit kleinen leuchtend rot-gelben Brühwürfeln. „Maggi Cubes“ steht in englischer und arabischer Schrift auf der Packung. Made in Côte d'Ivoire. Das Logo kommt nostalgisch daher: Ein rotes M in einem Stern auf gelbem Grund. „Bei euch ist ein Herz drauf“, erklärt die 36-Jährige. „Aber das taugt nichts.“ Das Produkt aus Afrika, wo Maggi auch ursprünglich herkommt, wie sie versichert, schmecke viel besser als das fade „Herzchen-Maggi“ aus dem deutschen Supermarkt.

Afrikanisch? Vor nicht allzu langer Zeit war die „Würze“ in der kleinen braunen Flasche auf deutschen Küchentischen so präsent wie Salz und Pfeffer. Erfunden hat den Brühwürfel allerdings anno 1907 ein Schweizer, Julius Maggi. Heute gehört das Unternehmen zum Lebensmittelgiganten Nestlé, dessen Zentrale in der Schweiz liegt. Doch in afrikanischen Küchen hat der Würfel einen besonderen Stellenwert. „Bei uns in Lagos benutzt ihn jeder für ein richtiges Stevv“, erzählt Sholly Onatolu. „Maggi gehört einfach dazu.“

Allein in den 22 Ländern Westafrikas, dem größten Absatzmarkt auf dem Kontinent, verkauft Nestlé nach eigenen Angaben täglich bis zu 100 Millionen der vier Gramm schweren Cubes. Geht man davon aus, dass in Westafrika heute etwa 350 Millionen Menschen leben, heißt das: Jeder Dritte in Nigeria, Ghana oder Mali nimmt täglich einen Brühwürfel zu sich. Tendenz steigend, wie man bei Nestlé versichert. Afrika sei einer der wichtigsten Wachstumsmärkte überhaupt.

„Überall hängen Maggi-Plakate“, bestätigt Manfred Stoppok, die unscheinbare Würze dominiert das Straßenbild. Der Ethnologe hat 2011 mit „Maggi in Guinea-Bissau“ ein Buch über das Phänomen

geschrieben. Dass Maggi in Afrika so populär ist, verwundert den Wissenschaftler immer noch. Schließlich handele es sich nur um einen Zusatz, kein konsumfertigtes Produkt wie Coca-Cola oder der BigMac, die Urbanität und einen westlichen Lebensstil verkörpern.

Vor allem Werbung und geschicktem Marketing, so Stoppok, hat der Brühwürfel seine ungleiche Präsenz zu verdanken. Überall in den großen Städten, aber selbst in abgelegenen Dörfern wird er verkauft, meist von kleinen Einzelhändlern, den sogenannten „Mammies“. Von diesen Tante-Emma-Läden, die von Nestlé jährlich in den Maggi-Farben neu angepinelt werden, gibt es in der Region mehr als 350.000. Beliefert werden die Mammies von Motorrädern und Autos, die weithin

Werbung und Marketing machten das Würfelchen zum Bestseller

sichtbar in den grellen Maggi-Farben lackiert sind. Die Werbeslogans, die sich vor allem an Hausfrauen richten, sind kulturell und regional abgestimmt: „Mit Maggi strahlt jede Frau wie ein Stern“, steht in Guinea-Bissau auf den Plakaten. „Koch mit Maggi, dann will er keine Zweitfrau mehr“, heißt es im muslimisch geprägten Senegal. Durch Treueaktionen, bei denen es Kochschürzen und knallgelbes Kochgeschirr zu gewinnen gibt, versucht man die Marke noch bekannter zu machen.

Seit 1959 verkauft Maggi seine Würfel nach Afrika. 20 Jahre später wurde die erste Fabrik eröffnet, inzwischen sind es sieben, und die Firma expandiert nach Ostafrika. Je nach Land variieren auch die Geschmacksrichtungen: Es gibt Rind, Huhn, Shrimps, Halal, mit oder ohne Fett. Selbst im Münchener Afro-Shop von Denis Akomagi findet man die komplette Produktpalette. „Die Afrikaner kommen aus ganz Oberbayern zu mir“, sagt der Togolese, „für sie bedeutet der Cube ein Stückchen Heimat“. Der Würfel wurde afrikanisch, so Stoppok, „obwohl man weiß, dass Weiße ihn einst nach Afrika gebracht haben“.

In Guinea-Bissau nennen die Menschen den Würfel inzwischen „Gusto“, im Senegal heißt er „corrigé Madame“, Madame-Verbesserer. In Läden auf dem Land gibt es wenig zu kaufen, erzählt Stoppok, und der selbst bei hohen Temperaturen lange haltbare Brühwürfel sei das einzige erschwellige westliche Produkt. Ein Statussymbol. So etwas wirft man nicht einfach achtlos in den Topf. Erst kurz vor Ende der Garzeit ihres scharfen Fischeintopfes zerbröselst Sholly in Berlin ganz behutsam unter mehrmaligem Umrühren die dunklen Brühwürfel über dem Kochtopf: „It makes it more sweet, you know.“

Nestlé erklärt den Würfel sogar zum Gesundheitsmacher, durch die Beimischung von Jod, Vitamin A oder Eisen wolle man eine Antwort auf die Mangelernährung großer Bevölkerungsschichten geben. Sogenannte „Cooking Caravans“ werden durch ganz Afrika geschickt, um über Ernährung aufzuklären – und gleichzeitig Werbung für Maggi zu machen. Dabei ist in Europa seit dem Ende des 19. Jahrhunderts der mangelnde Nährwert von

Fleischextrakt und Brühprodukten bekannt. Ursprünglich sollte damit eine haltbare Nahrung für Soldaten und Schiffsbesatzungen gefunden werden. Heute habe der Brühwürfel, so Stoppok, lediglich appetit- und verdauungsfördernde Eigenschaften.

Der dunkelbraune Cube besteht, genauso wie die hellere deutsche Variante, zum Großteil nur aus gewürztem Salz und den umstrittenen Geschmacksverstärkern Glutamat und Inosinat. Ein Industrieprodukt, das seinen Ausgang im Labor nimmt. Geschmacklich gibt es keinen großen Unterschied, der afrikanische Cube ist nur etwas salziger und pikanter. Der kräftige Geschmack in Shollys Eintöpfen kommt wohl eher von gedörrten Shrimps, Chilischoten und reichlich rotem Palmöl.

Maggi sei unnatürlich, chemisch und zerstöre die landestypischen Esskulturen in Afrika, lautet der Vorwurf europäischer Kritiker. In deutschen Büchern über westafrikanische Küche erwähnen nur die wenigsten Autoren den Brühwürfel. Ur-

sprünglichkeit, Exotik und Wildheit, mit solchen Attributen lässt sich Afrika in Europa bis heute immer noch am besten vermarkten. Der massenhafte Konsum von Fertigprodukten wird dagegen verschwiegen. Er passt nicht ins eurozentrische Bild vom Schwarzen Kontinent.

Doch inzwischen regt sich auch in Afrika Widerstand. Man besinnt sich wieder auf natürliche Würzmittel wie etwa „Netetu“, die zerkleinerten Kerne des Affenbrodbaumes. „In Togo ist ‚Maggi-Koch‘ inzwischen ein Schimpfwort“, sagt Robert Ahiagba, der in München das Restaurant „Makula“ betreibt. „Manche Aktivisten sagen, es mache impotent“, erzählt Ahiagba lachend. „Um gegen die Werbemaschine von Nestlé anzukommen, muss man sich wohl was Besseres einfallen lassen.“ Das stärkste Argument ist vielleicht das schlichteste: Mit Maggi, findet der Togolese, schmecke doch alles gleich salzig und langweilig. Er schwört auf heimische Zutaten – „Yams macht weiche Haut und hält jung, Heiliger Pfeffer ist gut nach der Geburt“ – und deren Heilkraft.



Knallig: Gelb-rote Autos und Motorräder beliefern die Läden. Sieben Maggi-Fabriken gibt es in Afrika.



„Mit Maggi strahlt jede Frau wie ein Stern“ steht in Guinea-Bissau auf den Werbeflakaten. Verkauft werden die Würfel vor allem in „Mammies“, Tante-Emma-Läden. Fotos: ©Nestlé SA

Von TISCH zu TISCH

Skykitchen

Petersfisch mit Bohnen, Radicchio und Safran

VON BERND MATTHIES

Falls gegenwärtig in Deutschland neue Top-Restaurants gegründet werden, geht das meistens so, dass irgendjemand mit genug Geld und Eitelkeit in Vorleistung tritt und sich dann den passenden Küchenchef dazu kauft – fertig. Es geht aber auch ganz anders. Nämlich per mehrfachem Zufall wie im Fall des „Skykitchen“. Dessen Geschichte begann mit einem Einkaufszentrum in ungünstiger Lage, das nie eröffnet, aber nach langem Leerstand zum Großhotel einer weitgehend unbekanntem Company umgebaut wurde – und das sich bis heute in erster Linie mit Bustouristen und Tagungsgästen finanziert.

Irgendjemand entwickelte trotzdem tollkühnen kulinarischen Ehrgeiz, steckte mitten hinein in den Klotz ein kleines Gourmet-Restaurant („a.choice“), engagierte einen unbekanntem Koch, der schnell erfolgreich war, dann das Haus aber verließ. Nach reiflichem Überlegen wurde ein weiterer unbekanntem Koch eingestellt, der komplett unerwartet einen Michelin-Stern errang, ein Vierteljahr vor dem Umzug in den zwölfsten Stock. Und so ist nun also das „Skykitchen“ entstanden – das zeigt, welche Dynamik immer noch in der Berliner Szene steckt.

Der anfangs völlig unbekanntem Küchenchef heißt Alexander Koppe, und er kocht sehr gut. Deshalb kann er vermutlich gelassen darüber hinwegsehen, dass in allen Berichten immer erst vom Blick über Berlin die Rede ist. Aber der ist bombastisch – vergleichbar nur mit dem des



Skykitchen im Andels Hotel, Landsberger Allee 106, Lichtenberg, Tel. 453 053 2621, nur Abendessen von Di-Sa. Foto: Kai-Uwe Heinrich

„Hugo“, das aber nicht diese riesigen Fenster bis zum Boden hat. Die Einrichtung ist frisch, modern und ein bisschen schräg, die Köche sind durch ein schmales Fensterband zu sehen.

Nun aber doch zum Essen. Koppe ist ein modebewusster Sterne-Koch, der die bekanntem Tricks und Kniffe nutzt, viel mit Mikroelementen, mit Gels und Schäumen arbeitet, aber dabei nie übertriebt. Wir können das alles, müssen aber nicht – das ist die Linie, die vom bunten, vielstimmig aufgliederten Auftakt zu einfacheren Hauptgängen und wieder zurück zu quetschbuntem Desserts führt. Die in der Karte stichworthaft notierten Zutaten liefern immer nur das Motiv, das dann bunt variiert wird. „True Wildernes Kalb und Yellow Fin“ ist ein kopfstehendes Vitello tonnato, aber eben nicht einfach so. Denn auf dem dünn ausgewalzten rohen Fisch lagert eine ganze Karawane von Kalbfleischzubereitungen, gebacken, als Creme, gewürzt mit schwarzem Sesam, ergänzt mit Rübsteiel und Kapernbeeren. Köstlich!

Ähnlich konstruiert ist der rohe Saibling, der mit Senfgurken, Röstgemüse und Pumpernickel eine eher regionale Inspiration mit ausgetüftelter Zubereitung verbindet – alle möglichen Kontraste von warm/kalt, süß/sauer und weich/fest werden ausgelotet. Die Kunst besteht darin, das aufeinander abzustimmen, da es ja in hohem Maß von Zufall abhängt, was da in welchen Mengen im Mund ankommt – hier gelingt es bravourös.

Doch noch schwerer ist es natürlich, wenige Zutaten einfach großartig schmecken zu lassen. Wie zum Beispiel beim Petersfischfilet mit dicken Bohnen, Pancetta und Radicchio in Safransauce oder beim „Greater Omaha Beef“, ein Stück rosa, ein anderes geschmort und mit Gänseleber überschmolzen, dazu Kräuterseitlinge, Sellerie und Trüffelsauce – ein toller Fleischgang. Noch besser zeigte eine hinreißende Miniatur zwischendurch, wie genau hier gearbeitet wird: ein sanft süßes Olivenöl-Sorbet mit gerösteten Pinienkernen, einem Hauch Vanille und eierhellen Tomaten-Jus.

Stoppen wir die Aufzählung, denn das alles ändert sich laufend. Großartig arbeitet auch die fröhliche Restaurantleiterin Barbara Merll mit ihren Leuten; ein Fragezeichen wäre allenfalls bei der eigenartigen Weinkarte angebracht, die die zweite österreichische Liga mit ein paar Flaschen vom Rest der Welt verbindet. Allerdings: Was wir probierten, war gut. Und preisgünstig! Wie überhaupt die Preise hier (43 bis 102 Euro für drei bis acht Gänge) auf diesem Niveau in Berlin nicht unterboten werden.

Es ergoht also Besuchsbefehl. Aber Geduld: Die Wochenenden sind schon bis in den Frühsommer ausgebucht.

BERLINER SPITZENKÖCHE verraten ihre Tricks

Basilikum-Kartoffelpüree

VON CARMEN KRÜGER

Für das Kartoffelpüree röste ich erst mal 50 Gramm Pinienkerne in der Pfanne an, ohne Fett, und stelle sie auf ein Sieb. Als nächstes ein Bund Basilikum, Blätter und Stiele, waschen und grob hacken. (Wer mag, kann auch Bärlauch nehmen.) Zusammen mit 100 ml Sahne mit dem Schneidestab pürieren und durch ein Sieb passieren, damit man hinterher nicht noch Grobes unter dem Püree hat.

Dann ein Kilo mehligke Kartoffeln schälen und in Salzwasser kochen. Ich habe immer am liebsten Aphra genommen, die gibt's leider nicht mehr. Ansonsten: Medloby oder Gunda oder was auch immer Sie mögen. Die Kartoffeln abgießen und durch die Presse drücken; unter die Masse rührt man dann 250 ml leicht erwärmte Sahne (ich nehme bei Kartoffelbrei immer



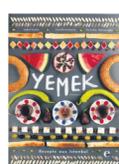
nur Sahne, keine Milch) und 50 Gramm Butter. Erst ganz zum Schluss schlage ich die Basilikumsahne mit dem Schneebesen unter, damit es seine schöne grüne Farbe behält und nicht braun wird. In einer Schüssel anrichten und mit den Pinienkernen bestreuen.

Wer das Püree als vegetarisches Hauptgericht servieren möchte: Neben würzigem Käse, gehobelt, passen Tomaten in allen Variationen dazu, geschmolzene Tomaten, Tomatensalat... Ein paar getrocknete Tomaten, klein geschnitten, könnte man ohnehin unter das Püree geben.

— Carmen Krüger kocht in ihrem Restaurant in Eichwalde bei Berlin

...und das Kochbuch dazu

... oder wie wär's mit einem türkischen Tomatenkräutersalat zum deutsch-italienischen Kartoffelbrei? Mit Minze, Dill und Petersilie, Paprikaflocken und grünen Chilischoten. Das Rezept steht in „Yemek“, dem neuen Kochbuch von Isabel Lezmi, Lisa Riemermann und Veronika Helvacioğlu, in dem sie Rezepte aus Istanbul vorstellen (Edel Verlag, 17,95 Euro). Dass die türkische Küche mehr zu bieten hat als Döner, hat sich ja inzwischen rumgesprochen, aber wer weiß schon, wie man das selber kocht? Farbenfrohe und originell gestaltet (die drei jungen Frauen kommen aus der Kreativbranche), macht das Buch Lust, genau das zu tun: Hühnchen-Aprikosen-Eintopf, mit



würzigem Hackfleisch gefüllte Melone, Hähnchenjoghurt mit Walnüssen, Karottenriegel und süßes Engelshaar, mit den Gerichten kann man auch weitergeiste „Foodies“ noch überraschen. Geordnet ist der handliche Band nach dem Tagesablauf, man erfährt nebenbei viel Grundsätzliches, etwa über die verschiedenen Gewürze, die Puddingleidenschaft der Türken oder Straßenstände in Istanbul. Und wer keinen türkischen Gemüsehändler um die Ecke hat, erfährt am Ende, wo er die Zutaten online bestellen kann. kip

ANZEIGE

mischau
Das ist die Berliner Wurst, Wurst, Wurst...

AN DIE WÜRSTE FEUER. GRILL!

Pünktlich zum Beginn der Grillzeit bieten wir Ihnen unsere Spezialitäten für den Rost und Ihren Gaumen:

- ✓ deftig eingelegte **NACKENSTEAKS**
- ✓ saftigen **SCHWEINEBAUCH**
- ✓ würzig marinierte **PUTENBRUST**
- ✓ appetitliche **FLEISCHSPIESSE**
- ✓ frische **ROSTBRATWURST**
- ✓ und dazu leckere **SALATE**

täglich frisch und sensationell günstig

Mischau GmbH & Co. KG
Werksverkauf in Spandau
Wiesendamm 29-31 | 13597 Berlin
Mo.-Fr. 08.00-18.00 | Sa. 08.00-13.00
www.facebook.com/Mischau
www.mischau.berlin