



New Food City

Food-Start-ups revolutionieren die Lebensmittelbranche. Ein Besuch bei einigen Pionieren in New York

TEXT: JÖRN KABISCH FOTOS: HENDRIK HAASE



Campus-Gefühl

Industry City nennt sich *Incubator* - Brutkasten. Hier gibt es Coworking Places nicht nur für die digitale, sondern auch für die kulinarische Klasse

Angefangen hat alles in einem Kühlschrank in John Ratliffs WG-Küche. Dort hingen die ersten Därme gefüllt mit selbst zerlegtem, grob gewolfem und scharf gewürztem Schweinefleisch zum Trocknen und Reifen. Die halben Tiere dafür fuhren *verpackt* in großen Pappkartons mit dem Fahrstuhl auf die Etage ins New Yorker Wohnhaus. Gott sei Dank befand sich im Erdgeschoss ein Sofahändler, erinnert er sich. So gab es immer reichlich große Pappkartons um den halb legalen Fleischtransport zu kaschieren.

Wir stehen in der Kühlzelle, in der heute seine Würste und Schinken reifen: Salami, Coppa und N'Duja, eine feine Mettwurst sizilianischer Art mit reichlich Peperoncino. Es ist ein Walk-in und trotzdem ist zwischen den Regalwagen kaum Platz für zwei Menschen. Vor vier Jahren ist Ratliff mit seiner Metzgerei Ends Meat nach Industry City gezogen, eines der größten Kreativquartiere New Yorks. »*Ich habe hier eine hervorragende Umgebung*«, sagt der hünenhafte Mann mit dem hellrotbraunen Bart. Seine Wurstwaren gibt es nicht nur als Sandwich vorne im Laden, Ends Meat beliefert von Industry City aus auch einige der besten Restaurants der Stadt. Ratliff ist Gründungsmitglied von *Butcher's Manifesto*, einer weltweiten Vereinigung von Metzgern, die sich gemeinsam verpflichtet



Brooklyn ist in jüngster Zeit zu einem Magnet für Gründer geworden. Überall sind in ehemaligen Fabriken und Lagerhäusern Gründerzentren entstanden



Gründer John Ratliff hat erst in seiner WG-Küche gewurstet, vor vier Jahren ist er nach Industry City gezogen

Die Food-Start-up-Szene boomt, nicht nur in den USA. Weltweit wurden 2018 sechs Milliarden Dollar in diesen Bereich investiert, doppelt so viel wie 2017



Neue Mittelklasse
Brooklyn, einst armes Arbeiter-
viertel europäischer Immigranten,
ändert sein Gesicht

haben, das alte Handwerk zu bewahren, mit mehr Respekt vor Tier und Umwelt.

Auf neunundzwanzigtausend Quadratmetern ist in ehemaligen Lagerhäusern Fläche für Start-ups aus Mode, Design, Film, Architektur, Medien, aber auch aus dem Nahrungsmittelbereich entstanden. Brooklyn im Südosten New Yorks ist in jüngster Zeit zu einem Magnet für Entrepreneurs geworden. Von oben in Williamsburg bis unten nach Gravesend sind in ehemaligen Fabriken und Lagerhäusern Gründerzentren entstanden. *Incubators* nennen sie sich meist, Brutkästen: die Navy Docks, das alte Pfizer Building oder das Army Terminal. Nur San Francisco hatte im vergangenen Jahr noch mehr Start-up-Gründungen.

In Industry City hat sich auch Lebensmittelhandwerk angesiedelt. Hier werden Bier und Sake gebraut, und man kann auch den Chocolatiers, Pâtisseries und Eismachern zusehen, sie arbeiten hinter großen Glasscheiben.

Die Food-Start-up-Szene boomt, nicht nur in den USA. Weltweit wurden 2018 sechs Milliarden Dollar in diesen Bereich investiert, doppelt so viel wie 2017. Das reicht weit über die Lebensmittelproduktion hinaus: Es ist eine Gründerszene, die versucht, die technologischen Innovationen wie Blockchain, Big Data, Robotik und KI auch für die Lebensmittelproduktion einzusetzen, vom Acker bis zum Teller.

Das beginnt mit Drohnen, die Äcker überwachen, und geht weiter mit Urban Farming, also Feldern, die nicht auf dem Land, sondern mitten in der Stadt liegen, auf Fabrikdächern etwa. Mit der Blockchain-Technologie ist es möglich, jede Zutat von Anfang bis Ende zu begleiten, sodass der Kunde weiß, auf welchem Fleckchen Erde sein Salat stand und wie er aufgewachsen ist.

Manche halten das für die nächste Revolution der Nahrungsmittelwirtschaft, weil die Technologie erlaubt, mit der Monokultur und dem Raubbau Schluss zu machen, mehr Vielfalt auf den Teller zu bringen, und das vor allem klimafreundlicher als bisher. Um zu erfahren, was diese Menschen antreibt, muss man mit Eve Turow-Paul reden. Die Zweiunddreißigjährige hat 2015 *The Taste of the Generation Yum*

veröffentlicht. Bei einem Cappuccino in einem Café in Park Slope erzählt sie, dass die Frage, warum um sie herum alle mit dem Smartphone ihr Essen fotografierten, Auslöser für das Buch war.

Sie sammelte Studien, führte Interviews mit Gleichaltrigen, sprach aber auch mit Experten wie Anthony Bourdain oder Michael Pollan. Ihr Buch beschrieb erstmals, welch hohen Stellenwert Essen für die Millennials, die zwischen 1982 und 2002 Geborenen, in den USA hat. Achtzig Millionen gibt es davon in den USA, ungefähr die Hälfte davon bezeichnet sich selbst als *Foodies*. Nicht nur sie, auch die andere Hälfte, so sagt Turow-Paul, interessiert sich mehr fürs Kochen, für Zutaten und fürs Essengehen als alle Generationen vor ihr. Und das gilt nicht nur für die USA, auch Zahlen aus Westeuropa legen das nahe. Sie gehen öfter essen als jede andere Altersgruppe, zweiundvierzig Prozent der Millennials besuchen einmal im Monat ein Fine-Dining-Restaurant, doppelt so oft wie ihre Eltern.

»Ernährung ist in der Generation Y ein fester Teil der Identität geworden, mehr als Musik oder Autos«, schrieb Turow. Das seien Statussymbole der Vergangenheit. Und mit dem Fokus auf den Teller steigt auch das politische Bewusstsein für das, was darauf liegt. »Die Klimakrise«, sagt sie, »hat das noch einmal entscheidend verstärkt.«

Wer die Protagonisten der neuen Foodszene kennenlernt, trifft auf Quereinsteiger: Programmierer, Informatiker, ehemalige Banker, Leute aus dem Modebereich. Im Fleishers, schräg gegenüber dem Café, war der Headbutcher ursprünglich Strafverteidiger: Jason Yang ist für die Workshops und Anleitung junger MetzgerInnen zuständig. Verdient hat er als Anwalt gut, erzählt er, und man staunt, dass der kleine Mann nicht zusammenbricht, als er dabei ein riesiges Rinderrippenstück auf den hölzernen Zerlegetisch hievt. Doch irgendwas fehlte: die Arbeit mit den Händen, die Verbindung zum echten Leben und den Lebensmitteln.

Nun steht er als Ausbildungsleiter im neu eröffneten Workshopraum der Metzgerei in Brooklyn. Fleishers gilt in



Millennials

Die Altersgruppe ist mehr an Essen interessiert als jede Generation vor ihr, sagt Eve Turow-Paul. Das ist sogar wichtiger als Autos oder Musik



Quereinsteiger Jason Yang hat den Anwaltsberuf an den Nagel gehängt



Urban Farm

Menachem Katz ist Leiter des WeWork Food Labs. Es will Gründern die richtige Umgebung zum Wachsen bereitstellen

den USA als Pionier der Craft-Butchery-Szene, 2004 gegründet, um das Fleisch von Tieren aus bäuerlicher Landwirtschaft vor den Toren der Metropole New York zu verarbeiten, mit dem Fokus auf Transparenz und Ethik. Hinter den großen Glasscheiben, die den Raum von der Straße einsehbar machen, sollen bald nicht nur Lehrlinge halbe Tiere zerlegen, sondern auch Kunden in Kursen die Grundlagen des ethischen Fleischkonsums kennen lernen.

»Um jemandem die Grundlagen beizubringen, brauche ich ein bis zwei Monate«, sagt Jason, »danach kann hier jeder mitarbeiten und lernt den Rest beim Machen.« Jason hat bereits viele so ins Fleischhandwerk eingeführt, Teilnehmer aus den USA, Kanada aber auch aus Japan waren schon dabei. Eine klassische Metzgerlehre mit Meistertitel gibt es in den USA nicht. Schon gar keine, die auf die Verarbeitung ganzer Tiere vom lokalen Bauernhof ausgelegt ist. Wer das Handwerk

lernen will, ist auf ein Szene-Netzwerk und kenntnisreiche Mentoren angewiesen. Während in Deutschland Lehrlinge bei schmalen Gehalt mehrere Jahre mit ihrer Ausbildung beschäftigt sind, lernen Butcher und Butcherrettes in den USA bei intensiven Praktika oder mehrmonatigen Workshops die handwerklichen Grundlagen. Das macht es leichter für Quereinsteiger, und gilt übrigens für das gesamte *traditionelle* Lebensmittelhandwerk. Die andere Seite ist: Lohn erhält dabei niemand, der Lebensunterhalt muss anders aufgebracht werden. In New York durchaus eine Herausforderung.

Was nicht nur bei den Craft Butchers auffällt: wie offen mit Wissen umgegangen wird. Es wird bereitwillig geteilt, jeder interessierte Besucher bekommt auf jede Frage eine Antwort. Bei Meathook oder Dickson's Farmstand wird direkt am Tresen zerlegt und gewurstet. Was sich heute besonders lohnt, oder welcher Cut da



Vertical Farm

Bei Square Roots wächst Basilikum in Schiffscontainern

vor einem liegt, wird den Kunden direkt vom Zerlegetisch zugerufen. Es ist eine Open-Source-Kultur, die Menschen wissen: Neues entsteht immer durch unkonventionelle Begegnungen und dem *Sich-gegenseitig-Zeigen*.

Radikale Transparenz ganz anderer Art findet man auf Kräuterpackungen: ein QR-Code, der auf eine Website führt, die genau verrät, wo die Pflanzen herkommen, wer sie gesät und geerntet hat. Unsere sind auf einem Parkplatz in Brooklyn gewachsen.

Square Roots ist ein Pionier des Urban Farming. Die Firma sitzt im Pfizer Building, einer ehemaligen Medikamentenfabrik des Pharmariesen in Brooklyn, die seit rund zehn Jahren ebenfalls Food-Start-ups Heimat bietet. Square Roots verkauft in den umliegenden Biomärkten hyperlokale Kräuter, vor der Fabrik stehen zwischen Foodtrucks drei Schiffscontainer. Hier wachsen Basilikum, Minze, Koriander. Die Idee dahinter ist, so weit wie möglich Ressourcen zu schonen, inklusive kurzer Wege zum Verbraucher. Die Containergärten können überall aufgestellt werden: auf Hausdächern, Brachflächen, notfalls sogar in Tiefgaragen. Im Inneren werden die Kräuter computergesteuert mit genau so viel Licht, Wasser und CO₂ versorgt, wie sie brauchen. Damit nicht ein Tropfen verloren geht, wachsen die Kräuter in Säulen, die vom Boden zur Decke führen, so dringt das Wasser effektiver durch die Erde. Man nennt das Vertical Farming.

»Der US-Farmer ist im Schnitt achtundfünfzig Jahre alt«, schreibt Square Roots auf seiner Website. »Wenn wir die Ernährung verändern wollen, müssen wir jungen Leuten neue Wege aufzeigen, erfolgreich in der Landwirtschaft Karriere zu machen.« Die Idee: Prinzipiell kann jeder Städter mit einem Square-Roots-Container zum Nebenerwerbsbauern werden. Bisher stehen die Container nur auf dem Parkplatz des Pfizer Building, aber Square Roots hat im Frühjahr eine Partnerschaft mit einer Einzelhandelskette geschlossen.

Big Food wird kleiner, Small Food wird vielfältiger – das ist die Perspektive, aus der viele in der Szene ihren Zukunftsoptimismus beziehen, es gibt kaum

Big Food wird kleiner, Small Food wird vielfältiger – das ist die Perspektive, aus der viele in der Szene ihren Zukunftsoptimismus beziehen

einen, der nicht diese Zahlen kennt: Bis 2050 wächst die Menschheit auf fast zehn Milliarden. Um alle satt zu machen, sagen die Vereinten Nationen, muss sich die Lebensmittelproduktion bis dahin verdoppeln – und sich die Ernährungsweise ändern, wenn das Klima nicht kollabieren soll. Das erfordert für viele eine Revolution. Noch weitere Industrialisierung, noch größere Äcker, noch mehr Tiere in Massentällen? Ein Horrorszenario. »Essen kann die Welt retten«, so hat Eve Turow-Paul die Hoffnung zusammengefasst, die viele antreibt.

Das Haus 148 Lafayette Street liegt mitten in SoHo. Auf drei Etagen gibt es hier Coworking-Räume. Tritt man aus dem Lift, erwartet man, auf einen Empfang zu treffen, auf arbeitsame Stille, aber nicht auf Cocktails, Schnittchen, Chili sin carne und lautes Stimmengewirr. Es ist eine interne Feier, der Anlass: die Gründung des WeWork Food Labs – eines Labors für Food-Start-ups. Menachem Katz beobachtet die jungen Gründer, die sich hier kennenlernen, mit einem kleinen Lächeln. Der Mann mit rasiertem Kopf hat etwas Gandhihaftes, sogar die Stimme erinnert an Ben Kingsley. Er ist der Chef des New Yorker Food Lab und erzählt, wie es zu der Idee kam.

WeWork, inzwischen größter Mieter von Büroflächen in New York, bietet schon seit Langem nicht einfach nur Schreibtische und Büros an. Es geht um weit mehr Infrastruktur: Beratung, Training, Vernetzung, Know-how – vor allem für Menschen, deren Geschäftsidee noch nicht ganz ausgereift ist. *Accelerator* nennt man das in der Start-up-Welt: Beschleuniger. 2018 überprüfte sich das Unternehmen auf Nachhaltigkeit. »Seitdem gibt es in unseren

Räumen kein Fleisch mehr«, sagt Katz. »Wir zahlen es unseren Mitarbeitern nicht mehr und bieten es auch im Catering für die Mieter nicht mehr an.«

Das Vegetarismus-Gebot, habe die Chefetage ausgerechnet, würde bis 2023 etwa fünfzehn Millionen Tieren das Leben retten. Die Firma organisiere über eintausend Caterings pro Woche in ihren Räumen. Über die Beschäftigung mit dem Thema, sagt Katz, sei auch die Idee entstanden, ein spezielles Angebot für Start-ups im Ernährungsbereich zu entwickeln. Das Food Lab sei das erste branchenspezifische Angebot von WeWork.

Für das fünfmonatige Programm mussten sich Bewerber mit ihren Ideen vorstellen. Fünfhundert kamen zusammen, der Großteil mit Projekten zur Müllreduzierung, für umweltfreundliche Verpackungen und Proteinen auf Pflanzenbasis.

Katz, neununddreißig Jahre alt, ist selbst Koch. Er stammt aus Tel Aviv, in Israel hat er noch im Restaurant gearbeitet, kam aber schon in Kontakt mit der auch dort sehr lebendigen Food-Start-up-Szene. In New York baute er einen Lieferdienst auf und verkaufte ihn, bevor er zu WeWork wechselte. Die neuen Gründer, sagt er, wollten nicht nur innovative Technologien in die Ernährungswelt bringen, sondern auch andere Werte. Ihn als Koch begeistere aber etwas anderes: »Nahrung wird Teil der Kreativindustrie.«

Ein Food Lab, wäre das auch was für den Nose-to-Tail-Metzger in Industry City? Als John Ratliff die Tür seiner Kühlzelle schließt, sagt er: »Ich habe schon lang vor, mich da zu bewerben.« 

ADRESSEN

Ends Meat
254 36th St, Unit 38, Brooklyn
endsmeatnyc.com

Fleishers
192 5th Avenue, Brooklyn
fleishers.com

Square Roots
630 Flushing Avenue, Brooklyn
sqrarootsgrow.com