

Würmtaler räumen bei Senf-WM ab

Senf ist häufig ein Allergensprodukt. Nicht so bei „Mostarda“: Mit individuellen Familienrezepturen kommt der Exklusiv-Senf nur in den Bio- und den Feinkosthandel – und zunehmend auch in die Präsentkörbe von Firmen.

VON ANDREAS BRETTING

Martinsried – Miriam Ascherl ist auf dem Weg, echte Unternehmerin zu werden. Und dies ausgerechnet mit Senf. Der Weg dahin, in diesem Massenmarkt ein Nischenprodukt unterzubringen, war nicht nur ein Zufall, sondern geradezu ein Gag. Denn ungewöhnlich und witzig sollte das Präsent sein, das Hermann Ascherls Martinsrieder IT-Firma „pica“ für die Kundengeschenke zu Weihnachten 2008 vergab. „Und weil jeder in der Familie gern Senf isst, planten wir etwas damit“, sagt seine Tochter.

Als damals 23-jährige Studentin tüftelte die Puchheimlerin gleich mit an der ungewöhnlichen Idee. Nur Bio-Zutaten, eine eigene Geschmacks Mischung, Körnigkeit und alles produziert in der Region: Dies funktionierte dank einer Senfmühle in Fürstfeldbruck. „Die Lebensmittelchemiker gaben uns noch ein paar Tipps, doch die Rezeptur ist wirklich in der Familie entstanden.“

Miriam Ascherl sorgte noch für einen Namen: „Columella“ – ein Gourmet der alten Römer – und ab gingen die Präsentkörbe. Mit überraschendem Effekt: Gleich Anfang 2009 trafen die ersten Nachbestellungen ein. Da erst habe man gemerkt, dass man einen Glückstreffer gelandet hatte, den man ausbauen konnte – gleich mehrfach.

Einmal gründete Miriam Ascherl für ihre Bachelor-Arbeit in Unternehmensführung die Firma „Mostarda GmbH“. Dann reichte sie ihren Senf testweise bei internationalen Verkostungen ein. Und wieder leuchtete ein Glücksstern über dem Küchengeheimnis: Unter den eingereichten Bio-Senfes errang „Columella I“ Platz drei bei der Senf-Weltmeisterschaft im kaliforni-

schen Napa Valley. Bei einer Lebensmittel-Blindverkostung von 200 europäischen Sommeliers und Chefköchen gab es prompt drei Sterne – die Bestnote.

„Ich bin wahnsinnig überzeugt von unserem Einser“, sagt Miriam Ascherl, die gleich noch anfang, mit weiteren Geschmacksrichtungen zu experimentieren. Mittlerweile zählen die Columella-

Senfsorten drei zusätzliche Varianten: Mit aprikosiger Note, mit Estragon und mit Ingwer-Zitrone, dazu noch die Sorte „Lucinella“ mit pikantem Senföl.

„Den scharfen mögen sogar Frauen zu Käse“, hat Ascherl festgestellt. Die milderen Senfe habe sie zur Feldforschung auch schon mal kostenlos in Biergärten auf die Tische gestellt. „Die Gläser wurden uns



Miriam Ascherl gibt gerne ihren Senf dazu: Als Studentin gründete sie die Mostarda GmbH, die mit einem in der Familie entwickelten Rezept Chefköche beeindruckt und bei der Senf-WM in Kalifornien abräumte.

FOTO: JS

teilweise gleich komplett leer gelöffelt, darum nennen wir unsere milderen Produkte auch Löffelsenf.“

Auch wirtschaftlich wurde aus dem anfänglichen Marketing-Gag eine echte Firma: Ein Online-Shop wurde eingerichtet, Bio-Zertifizierungen eingeholt, dazu ein Netz an bayerischen Einzelhändlern aufgebaut, die den Senf vor Ort verkaufen, darunter „Landmann's“ in Gräfelfing und „Regional und frisch“ in Planegg.

Etwa 700 Gläser setze die „Mostarda GmbH“ derzeit monatlich ab – recht ansehnlich angesichts eines Produkts, das einen exklusiven Preis hat und laut Miriam Ascherl nie in einem Supermarkt auftauchen soll. Höher ist der Absatz in der Weihnachtszeit, da auch die Idee des Senfglases als Firmenpräsent sich als Schlager erwies. „Das ist länger im Gebrauch und hat mehr Erinnerungseffekt als eine Flasche Wein.“

Ascherl plant ein langsames, stetiges Wachstum. „Man muss die Leute überzeugen, dass Columella mehr Geschmackserlebnis bietet als andere Senfe.“ Da dies nur über Verkostungen gehe, sei die stete Präsenz auf Messen wichtig. Zudem wolle sie den norddeutschen Markt erobern mit dem Ziel, bald genug umzusetzen, um eine eigene Büroetage zu mieten. „Gerne auch im Würmtal, denn das ist ein idealer Standort“, findet die Jungunternehmerin.