

Mein Tag



Scharf auf Senf

Miriam Ascherl aus Puchheim
vermarktet extravagante Rezepturen

Alles begann im Jahre 42 nach Christi Geburt, als der Römer Lucius Columella den ersten Senf produzierte. Fast 2000 Jahre später, genauer gesagt 2008, nutzte Hermann Ascherl, der Betreiber einer Münchner IT-Firma, den Namen Columella für das hauseigene Werbege- schenk, den Feinkostsenf mit Feige und Chili. Aus dem Werbege- schenk wurde eine ei- gene Geschäftsidee, heute führt Ascherls Tochter Miriam (Foto: oh) den Senfver- trieb „Mostarda“ mit Sitz in Planegg. Die 25-jährige Puchheimerin studierte Unternehmensführung in Kufstein und wechselte nach der Universität direkt ins Senfgeschäft. Bereits in ihrer Bachelorar- beit befasste sie sich mit der Senfver- marktung. „Wir essen alle gerne Senf“, sagt Ascherl, „da haben wir das einfach einmal ausprobiert. Nun wollen wir den Senf zum kulinarischen Trend machen.“

Zum Teil ist das dem Familienbetrieb auch schon gelungen. Vor allem der ur- sprünglich als Werbege- schenk kreierte „Columella I“ heimst laut Miriam Ascherl immer wieder Preise ein – von der Senfweltmeisterschaft in Napa Val- ley in Kalifornien bis zum Superior Taste Award 2011, den sie an diesem Donners- tag in Brüssel entgegen nimmt. Selbst or- ganisiert hat Ascherl eine Veranstaltung unter dem Motto „Deutschland sucht den Supersenf“, bei dem man auch ihre Mischungen mit Ingwer und Zitrone oder Aprikose und Senföl mit bekannten Senfmarken vergleichen konnte. Herge- stellt werden die Bio-Produkte in der Fürstfeldbrucker Münchner-Kindl- Senfmühle. Rund 2000 Gläser verkauft Ascherl derzeit im Monat, doch es sollen noch mehr werden.

Moritz Hien