



FOOD HERO

In unserer Reihe Food Heroes stellen wir Menschen vor, die voller Überzeugung den Slow-Food-Gedanken leben und weitertragen. Es sind Landwirte, Gastronomen, Lebensmittelproduzenten und andere Helden, die wir bekannter machen wollen.

Kein Spice ohne Soul

Boris Rafalski ist auf dem Weg in die Gewürzproduktion in Wolpertshausen, einem kleinen Dorf bei Schwäbisch Hall. Hier, in der Manufaktur Ecoland, werden die Gewürze und Gewürzmischungen für Soulspace frisch vermahlen und abgefüllt. **Kirsten Kohlhaw** hat sich mit dem Mitgründer und Managing Partner von »Soulspace« unterhalten.

Das Gespräch mit dem Gewürze-Food Hero findet unterwegs statt. »Mein Koffer ist gerade mein meist gebrauchter Gegenstand«, lacht Boris, der gegenwärtig zwischen Wolpertshausen, Zürich, München und Berlin pendelt. »Soulspace« hat in dem Jahr seit seiner offiziellen Gründung im Dezember 2016 eine beeindruckende Entwicklung hingelegt. Das Team ist zufrieden, nein, glücklich, denn ihr Konzept wird verstanden und kommt an.

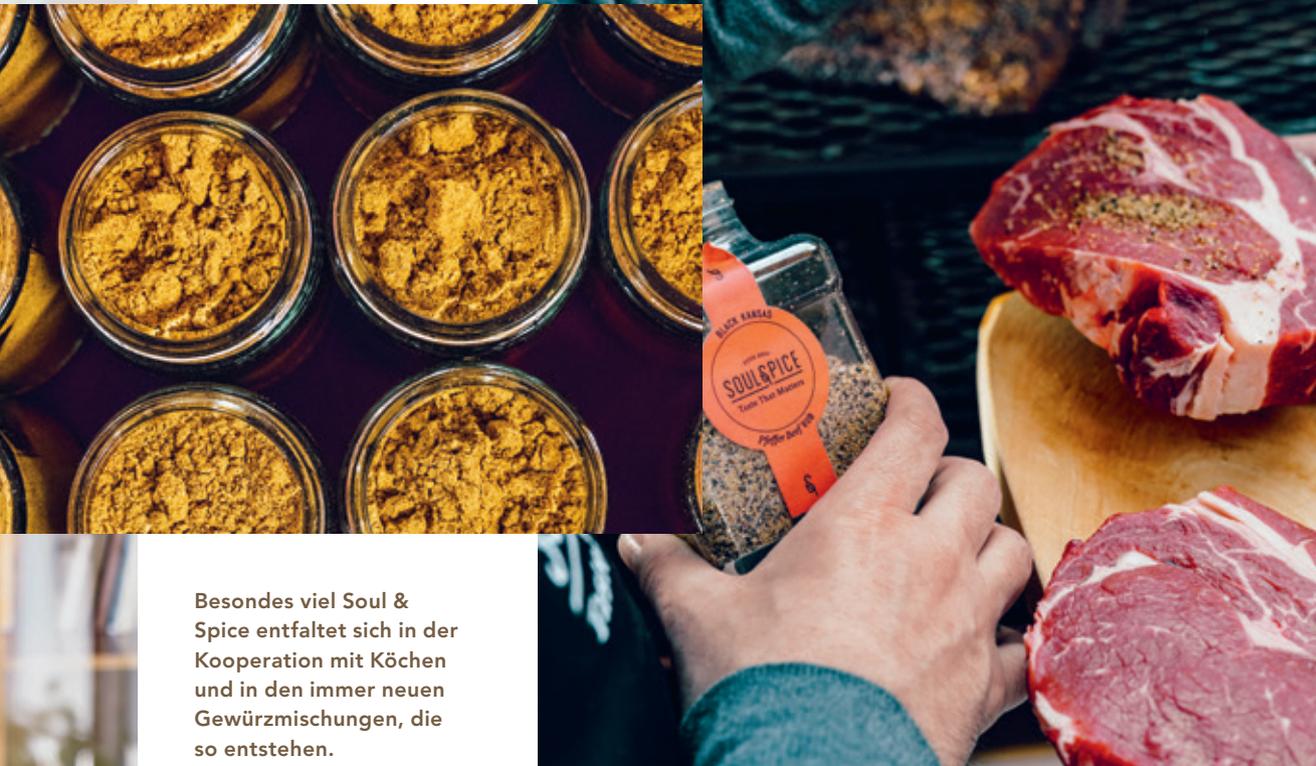
Dazu kommt die Magie, die sich einstellt, wenn passionierte Köpfe mit klaren Visionen sich zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort treffen. Dass »Soulspace« einen so guten Start hatte, ist sicher auch dem Engagement von Rudolf Bühler zu verdanken, dem Vorsitzenden der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall und »Retter« des Schwäbisch-Hällischen Landschweins. Gute Wurst- und Fleischwaren waren für Bühler ohne gute



Gewürze nicht denkbar, so gründete er kurzerhand eine eigene Gewürzmanufaktur: Ecoland herbes & spices. Durch Bühler waren in den letzten 15 Jahren auf dem afrikanischen Kontinent und in Ländern wie Indien und Serbien Verbindungen entstanden, auf die »Soulspace« aufsetzen konnte.

Auch der Pfeffer aus Kerala, der quasi wild wächst und von den Einheimischen manuell gesammelt wird, oder die Paprika aus der Vojvodina, die einer ungarischen Minderheit in Serbien Identität und Einkommen sichert, gehören zum Sortiment. Ein spannender Grundstock an Gewürzen und die Manufaktur waren also vorhanden. Bühlers Angebot an die Soulspace-Gründer, seine Ecoland-Manufaktur mitzunutzen, nahmen Meret Brotbek und Boris Rafalski begeistert an. Alles Weitere um die drei Gipfel des Markenkerns: Qualität, Transparenz und geschmackliche Vielfalt über ursprüngliche, regionale und seltene Gewürzsorten galt es zu gestalten und auszubauen.

Schwein gehabt! Was für eine tolle Ausgangsbasis für Boris, den passionierten studierten Landwirt, der schon immer eine Faszination für Lebensmittel hatte, und seine Geschäftspartnerin. Die beiden lernten sich bei Unilever kennen. Zuletzt hatte unser Food Hero dort den Bereich »Nachhaltige Beschaffung aus Entwicklungsländern« aufgebaut. Dem Drang, etwas Eigenes aufzubauen, das ihren Vorstellungen von fairem Unternehmertum voll entspricht, wollten sie nachgehen. Eine echt nachhaltige Wertschöpfungskette eben, bis in alle Bereiche hinein, in aller Konsequenz.



Besonders viel Soul & Spice entfaltet sich in der Kooperation mit Köchen und in den immer neuen Gewürzmischungen, die so entstehen.

Die Soulspace-Rechnung: Fifty-fifty

Über 90 Prozent aller Gewürze stammen aus Entwicklungsländern. Im Gewürzbereich war noch Potenzial für eine ökologische und sozial engagierte starke Marke. Der strategische Ansatz von »Soulspice« basiert auf einzigartigen Geschmäckern, ursprünglichen Sorten und frischer Verarbeitung sowie nachhaltigen, trans-

parenten Wertschöpfungsketten. Das funktioniert nur überzeugend in Verbindung mit hochwertigen Produkten. »Nur fair« ist nicht gut genug. Auf eine vollständige Abbildung der Gewürzpalette legt es »Soulspice« nicht zwingend an. »Noch können sie in der Vojvodina keinen geräucherten Paprika herstellen. Sobald das möglich ist, nehmen wir diese Variante auch gern in unser

Dinse's Culinarium
AUSGESUCHTES GUTES DINSESCULINARIUM.DE

**DELIKATESSEN
VERSAND**

· Seit 2002 ·

WAS NICHT HERVORRAGEND IST, FÜHREN WIR NICHT.

SLOW FOOD MESSE 2018
HALLE 5 G10

SEIT 15 JAHREN SIND WIR AUF DER SUCHE NACH DEM KULINARISCH BESONDEREN, DEM HALBVERGESSENEN, DEM BESONDERS INNOVATIVEN UND NACH DEM GEWÖHNLICHEN, DAS EINFACH NICHT ZU VERBESSERN IST

WWW.DINSESCULINARIUM.DE



Sortiment auf«, so Boris. Das Sortiment darf sich ganz entspannt entwickeln.

Im konventionellen Gewürzhandel, der noch heute alten, kolonialistischen Strukturen folgt, basieren völlig intransparente Geschäftsmodelle darauf, dass die Wertschöpfung in der letzten Stufe abgegriffen wird. Wer so wirtschaftet, macht Bauern bzw. Produzenten und Verbraucher zu Verlierern. Um ein Zeichen zu setzen und zu zeigen, dass ein deutlicher Bruch mit diesen Konventionen möglich ist, setzt »Soulspice« von vornherein auf starke Kooperationen mit lokalen Partnern vor Ort. 50 Prozent des Gewinns geben sie an die Menschen vor Ort weiter, die ihnen den Verkauf dieser wunderbaren Produkte in anderen Ländern erst ermöglichen. Halbe - Halbe, das hat neuen Modell-Charakter. Die Basis dafür ist ein faires Einkommen für die Bauern. Boris und Meret sind überzeugt: Der gesellschaftlich und klimatisch notwendige Wandel wird durch Business Modelle herbeigeführt, die auf echte Nachhaltigkeit setzen. Hierbei muss kein Widerspruch bestehen zwischen guten Intentionen und wirtschaftlichen Unternehmungen. Die Vorteile einer solchen fairen Ökonomie kommen allen Beteiligten in der Wertschöpfungskette zugute.

Gewürze, schick gemacht

Auch Design und Verpackung spielen eine große Rolle für die ganzheitlichen Genießer von »Soulspice«. »Wir wollten von Anfang an als ernstzunehmende und schöne Marke am Markt präsent sein«, so Boris im Gespräch. Zwischenzeitlich ist der Markenauftritt von »Soulspice« der Agentur Studio Grau sogar mit zwei

Designpreisen gewürdigt worden. Auch der aufwendig gestaltete Stand in der Berliner Markthalle Neun hat sich in kürzester Zeit zu einem starken und wichtigen Ort entwickelt. Die Investition in den Flagship Store in der Markthalle Neun hat sich bereits bewährt. Immerhin sind Gewürze Produkte, die verkostet, probiert und erlebt werden wollen, Online- und Offline-Handel also eine harmonische Mischung. Apropos Mischung. Zur Überraschung des »Soulspice«-Teams kommen gerade die Gewürzmischungen bei den Privatkunden besonders gut an. Die Palette reicht hierbei von Barbeque- und Cajun-Mischungen über arabische und asiatische Rezepturen bis hin zu ayurvedischen Kreationen.

Bei der Entwicklung neuer Gewürzmischungen verlässt sich Boris gern auf die Expertise von Küchenchefs, aus den hochwertigen Zutaten zusammen neue Geschmäcker zu erschaffen. Diese Partnerschaften mit Köchen sind fester Bestandteil des »Soulspice«-Konzepts. Im Gegenzug entscheiden sich immer mehr Gastronomen bundesweit für die fairen Gewürze. Diese geben den tollen Geschmack wiederum an ihre Kunden weiter und schon ist ein weiterer sinnstiftender Kreislauf entstanden.

Wohin geht die Reise?

Mit Peru und Indonesien sind im ersten Geschäftsjahr zwei Anbaugebiete dazu gekommen. In diesem Frühjahr geht es nach Sri Lanka. Vorab und vor Ort kümmert sich der »Soulspice«-Botschafter um den Aufbau von Kooperationsstrukturen, vornehmlich der Suche nach einer lokalen Kooperative.

Fotos: Holger Riegel



NATURKÄSEREI
Tegernseer
Land

www.naturkaeserei.de

Handgeschöpfter
Topfen



Die »Soulspace«-Gewürze werden jede Woche frisch gemahlen. Auch die Qualitätskontrolle ist Chefsache.

der Markthalle Neun erhältlich. Last but not least stehen wieder einige Reisen in die Ursprungsländer an, in 2018 mit dem Schwerpunkt Sri Lanka und dem Hochandenland Peru. Von hier stammt unter anderem die Habanero Chili, eine ganze besondere Vertreterin der schier unendlich großen Chili-Familie. Die Habanero gehört nicht nur zu den schärfsten Chilis, sondern überrascht mit einer ausgesprochen fruchtigen Aromenpalette.

Liebling Pfeffer

Das beliebteste Gewürz im Sortiment ist aktuell ein spezielles Mango-Curry. Der Clou, diese Gewürzmischung gibt es überhaupt nur aufgrund des ganzheitlichen Ansatzes von »Soulspace«. Die Hauptzutut in diesem Joint Venture? Ein Gefriertrockner, den ein indisches Entwicklungshilfeprojekt hat bauen lassen, um die vorhandenen Mango-Überschüsse lokal aufzufangen und zu retten. Auch die »Goldene Milch« erfreut sich derzeit großer Zustimmung. Die eigens entwickelte Rezeptur ist traditionell ayurvedisch, mit Ayowan, dem wohltuenden indischen Königskümmel, wärmendem Ingwer und ein bisschen Pfeffer, denn erst durch ihn entfaltet der Kurkuma seine volle Wirkung. Boris' Lieblingsgewürz bleibt der Pfeffer. »Wenn ich allein bedenke, wie unterschiedlich anonymer Industrie-Pfeffer schmeckt im Vergleich zu unserem indischen Pfeffer aus Kerala«, Die Welt der Gewürze wird den engagierten Unternehmer noch lange intensiv beschäftigen. ●

Dann beginnt für ihn der spannendste Teil der Arbeit, die Frage, wie man sich konkret zusamm tut, auch mit Entwicklungs- hilfe-Organisationen und privaten Stiftungen, die sich im Produktionsland lokal vernetzen und engagieren. Der Beginn vieler intensiver Gespräche. »Wenn wir keine Kooperative finden, können wir das Gewürz auch nicht anbieten. Safran zum Beispiel, da arbeiten wir noch dran, eine Biokooperative zu finden«, so Boris. Doch es bleibt dabei: Die Basis ist immer die Zusammenarbeit mit den Kleinbauerngruppen.

In 2018 wird das junge Unternehmen zudem in die Schweiz und Frankreich expandieren, die ersten französisch-sprachigen »Soulspace« sind zum Zeitpunkt dieses Gesprächs bereits ausgeliefert. Eine spannende Zeit, besonders auch für Managing Partner Meret Brotbek, die aus Frankreich stammt.

Neu bei Soulspace sind hochwertige Biotees aus transparenter Herkunft. Diese sind dann – neben den Getränke-Gewürzmischungen für Chai, Kaffeezauber oder Goldene Milch – auch in

Soulspace in der Markthalle Neun

Eisenbahnstr. 42/43, 10997 Berlin,
Di, Mi 12–18 Uhr, Do 12–22 Uhr,
Fr 12–18 Uhr, Sa 10–18 Uhr,

→ soul-spice.com | Taste that matters!



WIR
SIND ÖKO,
WIR SIND
ZUKUNFT.

Seit über 35 Jahren entwickeln wir Öko täglich weiter.

