

Wie Ribwich und Franken-Döner die Straße erobern

Originelle Produkte, viele Standorte: Mit diesem Prinzip rattern die Foodtrucks durch Nürnberg — 200 Kilogramm Fleisch pro Woche

VON TIMO SCHICKLER

Es ist Essen auf Rädern — nur modern. Die Foodtrucks rollen mit einzigartigen Produkten durch Nürnbergs Straße. Und wollen von hier aus ganz Deutschland erobern.

Nein, eine Serviette reicht nicht aus — niemals. Das handflächengroße schwarze Stück Papier, das tief in der braunen Tüte verborgen liegt, ist eine nette Geste, mehr nicht. Wer zum ersten Mal das etwa 30 Zentimeter lange Ribwich in den Fingern hält, ist dann schon mal überfordert. Ohne Flecken kommen nur echte Profis aus der Sache raus. „Der Trick ist, das Ribwich die ganze Zeit in der Hand zu halten, bis man fertig gegessen hat“, sagt einer, der sich nach eigener Schätzung um die 30 dieser länglichen Brötchen, belegt mit Schweinefleisch, Barbecue-Soße, Gurken-Relish, Zwiebeln und Jalapenos einverleibt hat. Und dann? „Hände waschen.“

Es ist ein einzigartiges Produkt, das Klaus Peter Wünsch, gelernter Speditionskaufmann, erfunden hat. Und getestet. Und wieder getestet. Bis es am Ende seinen Ansprüchen standgehalten hat. Das tut es bis heute. Das sieht man, wenn sich Wünsch in seinem Truck eine Pause vom zweieinhalbstündigen Ribwich-Verkauf gönnt, auf eine Box sinkt und selbst in ein Sandwich beißt. „Is' scho' was gouds“, sagt der große kräftige Mann mit fränkischem Dialekt. Er erntet ein Lächeln seiner Mitarbeiterin. „Lob dich nur selbst“, sagt Steffi, die aber zugibt, selbst täglich zuzugreifen.

Schlange wächst

Die Schlange vor dem schwarzen Truck wird minutlich ein bisschen länger. Ein Ribwich nach dem anderen geht über den Tresen. Einer holt gleich vier Stück ab, „für die ganze Abteilung“, sagt der Mann, der hier im Südwestpark arbeitet. Michael Albrecht steht noch weiter hinten in der Reihe. Warum er trotz Schnee hier ansteht? „Weil es schmeckt. Und weil es was Besonderes ist.“

Der 24-Jährige bringt das Erfolgskonzept von Klaus Peter Wünsch, Geschäftspartner Peter Wolf und ihrem Foodtruck auf den Punkt. Ein hochwertiges Produkt kombiniert mit wechselnden Standorten. Das zeichnet das Geschäftsmodell aus, von dem Wünsch seit Anfang des Jahres auch lebt. Seinen anderen Beruf hat er endgültig aufgegeben, für den Foodtruck.

Foodtruck. Was ist das? Es ist Essen auf Rädern, nur modern. Ein Angriff auf die Trutzburg der Hähnchenbrater oder Fischverkäufer? „Nein“, sagt Wünsch vorsichtig, „wir wollen das Angebot ergänzen. Denn der eine hat gute Gigala, der andere geile Makrelen.“ Nur einen echten Truck, den hat Wünsch. Der verrät, wo die Foodtrucks ihren Ursprung haben: in den



Die Ribwich-Macher freut's: Vor dem Foodtruck von Klaus Peter Wünsch (vorne) und Peter Wolf stehen die Kunden Schlange. Was die wollen, ist leicht zu erraten: Auf der Karte steht nämlich (fast) nur das Ribwich. Fotos: Michael Matejak

USA. „In New York fahren 3000 solcher Trucks“, weiß Wünsch.

Er selbst ist Franke durch und durch, hat aber einen engen Bezug zu Amerika. Sein Schwager ist Amerikaner, Wünsch selbst hat genauso wie Peter Wolf früher Football gespielt. Noch heute hält er engen Kontakt zu den Nürnberg Rams, die einst auch als Testesser für sein Produkt herhalten mussten.

Seit 2010 geht Wünsch mit dem Ribwich auf die Straße, anfangs noch mit einem Zelt und wenigen Standorten. Heute ist er jeden Tag an einem anderen Platz, erst nach zwei Wochen wieder am selben Standort. Pro Woche verkauft er in seinem Truck zwischen 150 und 200 Kilogramm Schweinefleisch, essenzieller Bestandteil des Ribwich. Die Schweinerippchen, mariniert mit einem eigenen Gewürz, bringt einen ganzen Tag im Smoker, „bis es vom Knochen abfällt“. Aber wie isst man Rippen in der Mittagspause? Auch die Frage stellt sich Wünsch, während seiner Elternzeit, in der er das Essen kreierte. Die Antwort halten heute seine Kunden in den Händen. „Zerzupfen, noch einmal in den Smoker und mit Hickory-Holz räuchern, dann aufs Brötchen.“



Bei Peter Appel (vorne) ist die Auswahl an Gemüse und Soßen groß, aber auch sein Swagman hat zentrale Bestandteile: Kartoffelstampf und Fleisch.

Das Ergebnis schmeckt den Nürnbergern derart gut, dass demnächst der zweite Ribwich-Truck auf die Straße geht. Auch der soll alle zwei Wochen an einem Standort auftauchen. Die Abwechslung macht's.

Sagt auch Peter Appel. Er betreibt zusammen mit seiner Frau zwei Foodtrucks, einen in Nürnberg, einen in Bayreuth. Der Name seines Gefährts, das weniger an einen klassischen Truck erinnert, aber ein schickes Design hat, ist der Swagman. In Australien, erklärt Appel, steht Swagman für einen umherziehenden Arbeiter. Auf einer Reise dort ist auch die Entscheidung für das Foodtruck-Geschäft gefallen. Früher haben die Appels eine Textilfabrik betrieben.

Linsen oder Bayrischkraut

Sein Produkt basiert ebenfalls auf lange geräuchertem, zarten Fleisch — vorwiegend in Kombination mit Kartoffelstampf, den Appels Mitarbeiter direkt aus einer Maschine abfüllt. Allein um diese Konstruktion aufzutreiben, haben die Appels viel investiert, vor allem Zeit für die Suche. Auf ausreichend Kartoffelstampf und Fleisch landet wechselndes Gemüse, heute Bayrischkraut oder Dijon-Linsen. Obenauf kann der Kunde aus mehreren Saucen auswählen. Als Alternative gibt's die Mischung auch im Brötchen. Offiziell heißt die Variante „Swagman Stulle“, die Kunden aber nennen sie lieber „Franken-Döner“.

Die Hälfte der Leute, die auch bei Appel fast ohne Pause bestellen, weiß bereits, was sie will. „Klar, heute ist Swaggie-Day, darauf freuen wir uns“, sagt eine. Die anderen lassen sich beraten. Was sie nicht sehen, ist die Arbeit, die im Geschäft steckt. Appel, genau wie Wünsch, hat einen Zwölf-Stunden-Tag. „Viele sehen nur die zwei, drei Stunden Verkauf. Mit der Vorbereitung starten wir aber um fünf Uhr früh“, sagt Peter Appel.

Szene-Treff geplant

Trotzdem: Die Nürnberger „Foodtrucker“ machen ihre Arbeit gern, das sieht man. Sie werden in diesem Geschäft wohl nicht alleine bleiben. Beide mit Leidenschaft, jeden Tag aufs Neue. Beide haben übrigens schon mehrfach ihren Truck besichtigen lassen — von möglicherweise künftigen Foodtruck-Besitzern. „Ich wurde auch nach Franchise gefragt“, sagt Peter Appel. Er hat abgelehnt.

Trotzdem hofft Klaus Wünsch, dass die Szene wächst — und trägt dazu bei. „Wir planen, das erste Foodtruck-Treffen im Raum Nürnberg auf die Beine zu stellen.“ Die ersten Trucks aus anderen Städten haben sich schon gemeldet. Für eine Fressmeile — auf Rädern.

Infos unter www.ribwich.de und www.swagman.de und auf Facebook