

Viele Köche: Die Gründer von Swagman, **Andrea Übelhack** und **Peter Appel**, in ihrem Truck (r.). Eat-The-Street-Betreiber **Stefan Huspenina** (u. M.) und seine **Burger** (u. r.). Durch Stuttgart fährt die Bude von **Erna & Co.** (u. l.)

Nina Anika Klotz, Bayreuth/München

„Gibt's kaane Bratwörscht?“ Der junge Franke ist enttäuscht. Hinter dem Kochtopf steht Andrea Übelhack und fühlt mit ihm: „Die Leuten denken halt am Anfang immer, das sei irgend so ein Imbisswagen.“

Dabei ist ihr Swagman – benannt nach dem australischen Ausdruck für Wanderarbeiter – alles andere. Keine klapprige, fettbespritzte Rollbude. Der beige-rote Transporter, der auf einem Parkplatz am Bahnhof von Bayreuth parkt, aus dem es nach Hühnchen riecht und vor dem an diesem Sommermittag schon zehn Leute anstehen, ist ein schicker, ambitionierter Foodtruck. Einer der ersten seiner Art in Deutschland.

Man kann ihn im ersten Moment schon mit einem Imbiss verwechseln, schließlich gibt es auch hier schnelles Essen auf Rädern. Nur eben keine Pommes Schranke oder Wurst aus der Fettwanne. Foodtrucks bieten Fast Food an, das eigentlich gar keins ist. In den USA, der Heimat der rollenden Kleinstrestaurants, gibt es ausgefallene Kreationen, wie koreanische Tacos, Premiumprodukte, wie Quarterpounder vom Angusrind, viel Organic und Health Food oder Exotisches aus der alten Welt, Käsespätzle etwa. Meist frisch zubereitet und für weniger als 10 Dollar im Angebot.

Seit etwa vier Jahren sind Foodtrucks in den USA das große Ding. Eine Revolution der Gastroszene, wie es sie seit der Einführung der Drive-ins in den 70ern nicht mehr gegeben habe, schreibt die „New York Times“. An deren Redaktionssitz rollen rund 3000 Trucks, in Los Angeles sollen es 4000 sein. Der Zagat Survey, das US-Pendant zum Guide Michelin, hat die Rubrik Foodtrucks vor zwei Jahren aufgenommen, im Fernsehen laufen zwei Serien mit den Betreibern der Essenswagen im Mittelpunkt.

Tausende stehen in Ballungszentren wie Manhattan täglich am Foodtruck für einen Lunch an. Vor allem, weil es dort hochwertige Speisen deutlich günstiger als in den Cafés und Restaurants ringsum gibt. „Es ist doch einfach ein Traum: Wir können uns in so einer strategisch günstigen Lage hinstellen und zahlen keinen Cent Miete dafür“, sagt Ben van Leeuwen, der mit seinem Patisserie- und Imbisswagen am liebsten in Soho Station macht.

Darüber hinaus gründet die enorme Beliebtheit der Rollkantinenscheidend auf etwas, das die Amerikaner „Serendipity Factor“ nennen. Vielleicht könnte man das mit Seltenheitswert übersetzen: Foodtrucks sind nicht so wie Cafés immer da. Mal kriegen sie einen Parkplatz, mal nicht. Zwar twittern und facebooken alle über ihren aktuellen Standort. Aber um seinen Lieblingstruck zu erwischen, braucht es manchmal trotzdem günstige Fügung, ein wohlgesonnenes Schicksal – Serendipity eben.

Der große Hype hat die ersten Nachahmer in Deutschland inspiriert. Und so erlebt der enttäuschte Bratwurst-Franke in Bayreuth an diesem Mittag ein wenig Serendipity, unerwartete Erfüllung, als Übelhack ihm eine Portion Swagman Spezial (langsam gebratenes Huhn, Ofenkarotten,



Straßenmampf

Es muss nicht immer Pommesbude oder Gourmettempel sein. In deutschen Städten macht ein mobiles kulinarisches Phänomen aus den USA Furore – der Foodtruck

Kartoffelpüree und zweierlei Soßen) für 4,80 Euro verkauft. „Manchmal muss man die Leute eben zu ihrem Glück zwingen“, sagt sie lachend. Wie die US-Foodtrucker hätten auch sie und ihr Freund Peter Appel für ihre fränkisch angehauchte Fusionsküche gern einen umgebauten alten UPS-Wagen gehabt. Aber hierzulande sind die schwer zu bekommen. „Außerdem hatten wir Bedenken, damit nicht durch den TÜV zu kommen. Und eine Umweltpaketten hätten wir mit so einer alten Schlüssel vielleicht auch nicht gekriegt“, sagt Appel. So ließen sie einen neuen Renault umrüsten.

Auch sonst macht die Bürokratie es ihnen nicht leicht. Während es in vielen Städten der USA genügt, ein Parkticket zu ziehen, um das Food-

truckgeschäft zu eröffnen, braucht man in Deutschland eine Sondergenehmigung mit etlichen Auflagen. Und in manchen Städten werden die nie ausgestellt. Deshalb ist es für die Pioniere einfacher, private Flächen zu nutzen. Der Swagman zum Beispiel steht fast immer auf Firmenparkplätzen in und um Bayreuth. Manchmal

„Die Leuten denken am Anfang immer, das sei irgend so ein Imbisswagen.“

ANDREA ÜBELHACK,
Betreiberin des Foodtrucks Swagman

ist es ein Tauschgeschäft: Fläche gegen Mitarbeiterrabatt. „Mittlerweile fragen so viele Firmen bei uns an, ob wir nicht auch mal bei ihnen Station machen wollen, dass wir gar nicht alle anfahren können“, sagt Peter Appel. Das Geschäft läuft gut. Mit 8000 bis 10000 Euro monatlichem Umsatz liegen die Trucks leicht hinter ihrer Planung, aber das konstante Wachstum gibt dem Paar Hoffnung. Eigentlich kommen beide aus der Textilbranche, wollten aber mal was anderes machen. Nun soll der Swagman zum Franchisemodell werden. Im November kommt der zweite Wagen. Der tourt dann durch Nürnberg.

Stefan Huspenina hat eine andere Standplatzlösung für seinen Foodtruck Eat The Street gefunden: Er

steht jeden Donnerstag auf dem Wochenmarkt an der Münchner Freiheit und brät Burger und Pommes, für die manche Leute länger als eine Dreiviertelstunde anstehen. „Es ist verrückt“, sagt der Niederbayer, „irgendwie ist das im vergangenen Jahr echt explodiert“. In sieben Stunden verkauft er 200 bis 300 Burger, 3,70 Euro ohne Käse. Bald will er auch Bioburger anbieten. Dabei ist der Wagen für ihn nur ein Hobby, Huspenina ist Innenarchitekt. „Aber ich wollte irgendwie immer mal einen Imbiss haben.“ Also hat er es zunächst mit einem Würstchenstand auf dem Schwabinger Markt probiert. „Der lief überhaupt nicht, und das hat mich gewurtelt.“ Woraufhin Huspenina sich tiefer in das Essen-auf-Rädern-Busi-

ness gegraben hat, auf den amerikanischen Foodtrucktrend stieß und sich seinen eigenen Burgeranhänger baute. Allein die beiden Grills haben ihn 5000 Euro gekostet, das Gerüst ließ er sich von einem Fahrzeugbauer für 4000 Euro schweißen. Weil Huspenina auch Schreiner ist, konnte er den Ausbau des Wagens selber übernehmen, sonst hätte ihn das alles wohl 30000 Euro gekostet, schätzt er.

Größere Wagen mit Motor sind noch teurer, mit 70 000 Euro Anfangsinvestitionen sollten Foodtrucker rechnen – ein überschaubares Risiko im Vergleich zum eigenen Restaurant. So kaufmännisch sahen das auch die Betriebswirte Frédéric Bierbrauer und Florian Romer, die im März 2011 mit Erna & Co. Stuttgarts ersten Foodtruck auf die Straße brachten. An Bord schwäbische Hausmannskost: Maultaschen, Spätzle und Linsen mit Seidenwürstle aus regionalen Zutaten.

Die fahrbare Erna soll ein Testballon für geplante feste Läden sein. „Es ist die perfekte Möglichkeit, Kunden zu generieren, bekannt zu werden und auszuprobieren, ob das Produkt funktioniert“, sagt Bierbrauer. Letzteres sei nicht sicher gewesen. Schließlich seien 5,50 Euro für ein Mittagessen nach schwäbischen Maßstäben viel. Und außerdem seien Maultaschen in Stuttgart „so etwas wie ein Nationalheiligtum“, das man nicht einfach auf der Straße isst. Aber schon nach ein paar Monaten war klar: Es klappt. Gut 100 Portionen gehen jeden Tag über den Tresen, die Männer können von dem, was der Wagen abwirft, bereits nach knapp einem Jahr leben. Büroangestellte seien die wichtigsten Kunden. Vor allem die in den großen Industriegebieten entlang des Neckars, wo das kulinarische Angebot eher mau ist.

Für graue Anzugmannschaften in grauen Randgebieten sind die Foodtrucks denn auch das größte Versprechen. Es gibt Speisen jenseits von Kantine und Schwarzbrotstulle.

CULTURE CLUB MORGENS GRAUEN



Christian Cohrs
Was soll das Theater, wo spielt die Musik? Unser Experte weist den Weg durch den Kulturbetrieb der nächsten Woche

4000 Tote möchte man nicht unbedingt vor dem Frühstück sehen. Doch seit selbst Morgenmagazine sich nicht mehr scheuen, Frühaufstehern Bilder aus Krisen- und Kriegsgebieten zu servieren, braucht es eine gewisse psychische wie physische Robustheit, damit Kaffee und Croissant auch unten bleiben. Wenigstens die Zeit der wahrhaft bestialischen Gemetzelt aber scheint glücklicherweise der Vergangenheit anzugehören.

So starben die erwähnten 4000 bereits 1377. Um sie geht es im Tanzstück **Cesena**, das am Samstag in der Bochumer Jahrhunderthalle um fünf Uhr morgens Deutschland-Premiere feiert. Allesamt fielen die Menschen einem drei Tage währenden Massaker in Cesena zum Opfer, Frauen, Kinder, Greise darunter. Ihr Tod war Folge einer Strafexpedition in den oberitalienischen Ort, der damals in Machtkämpfe zwischen Papst und weltlichen Herrschern geraten war.

Heute bildet die Gräueltat den historischen Hintergrund der Gemeinschaftsarbeit von Anne Teresa De Keersmaeker und Björn Schmelzer. Ur-

aufgeführt wurde ihre mit mittelalterlicher Musik untermalte Choreografie 2011 in Avignon. Als Bühne diente der Hof des ehemaligen Papstpalastes, wo ab 1378 der zum Gegenpapst Clemens VII. gewählte Robert von Genf residierte. Er war es, der knapp anderthalb Jahre zuvor die blutrünstige Disziplinierungsmaßnahme gegen Cesena angeführt hatte, was ihm breiten Hass sowie den Beinamen „Henker von Cesena“ einbrachte. Dabei ging seine Tat, die man heute als Kriegsverbrechen bezeichnen würde, mit den damaligen Konfliktgepflogenheiten durchaus konform.

Samstagfrüh vor Sonnenaufgang also empfindet ein Ensemble aus 13 Tänzern und Sängern das Blutbad nach. Dabei bildet die Metzerei den Ausgangspunkt für eine sehr eindrückliche Sinneserfahrung: Die Matinee beginnt vor Einsetzen der Dämmerung. Anfangs herrscht nahezu vollkommene Dunkelheit, die Tänzer heben sich kaum vom Hintergrund ab. Zu sehen ist nur ein silhouettenhafter, keuchender Körper. Untermalt wird die gespenstische Szenerie von Chorälen aus dem



14. Jahrhundert. Wenn allmählich der Morgen graut, zeichnet sich das grausige Geschehen immer stärker ab: Gekrümmte, Geschundene, Gebrochene bewegen sich über die Bühne.

Nachdem Aufführungen unter künstlicher Neonbeleuchtung enttäuschten, verspricht die kathedrale Kulisse der Bochumer Jahrhunderthalle mit ihren großen Fenstern, der Aufführung in Avignon nahe oder zumindest näher zu kommen. Und vertraut man aktuellen Wetterprognosen, besteht sogar eine Chance, dass im Laufe des knapp zweistündigen Tanzes der Toten die Sonne aus den Wolken bricht und das Schlachtfeld in milderes Licht taucht.

Ein versöhnliches Ende gewiss ist all jenen Besuchern, die auf den Kartenpreis 10 Euro drauflegen. Sie erwartet nach durchstanzendem Gemetzelt eine üppig gedeckte Frühstückstafel.

Cesena, 25. und 26. August, Jahrhunderthalle Bochum, 5 Uhr; ab 20 Euro; www.ruhrtriennale.de; weiterer Termin: Berliner Festspiele, 13. Oktober 2012