



Napo Amo, München

Trucker-Szene nimmt Fahrt auf

Ob in der Mittagspause, bei Events oder Festivals – Foodtrucks zeigen in Deutschland immer mehr Präsenz. Jeder einzelne agiert als Spezialist, aber alle zusammen bieten sie eine unglaubliche kulinarische Bandbreite. Premiumqualität bei Speisen und Getränken lässt die Gäste nicht nur via Social Media zu treuen Fans werden. Mit Schlangenbildung muss speziell bei Foodtruck-Festivals gerechnet werden. Doch der Event-Charakter macht die teils sehr langen Wartezeiten erträglicher. ir



Vincent Vegan, Hamburg



Mother Phil's Deli, Hamburg



Pasta Laster, Nürnberg

„Ein Foodtruck bedeutet ja in erster Linie, dass es ums Essen geht. Das Thema hat sich in den vergangenen Jahren zunehmend zu etwas Coolem entwickelt.

Für den großen Zuspruch durch die Gäste sorgt zum einen die kulinarische Ebene: Die angebotenen Gerichte sind neuer, exotischer oder anders inszeniert und überzeugen auf Grund ihrer Produktqualität. Hin und wieder bedienen sie zusätzlich die beiden aktuellen Phänomene: vegan und vegetarisch.

Zum anderen stehen Foodtrucks für eine gelungene Inszenierung bzw. Show, betrachtet man die Festivals. Positive Aspekte: keine festen Zeiten für Verabredungen mit Freunden, draußen sein, legeres Publikum, Güte der Pro-

dukte, große Vielfalt. Durch das Zahlen von Eintritt und Wartezeiten werden die Events noch begehrenswerter und exklusiver. Anstehen wird durch die Präsenz von Live-Musik oder DJs gerne in Kauf genommen.

Wenn sich hingegen ein Foodtruck in der Mittagspause in meiner Nähe befindet oder man zufällig auf einen Anbieter trifft, fällt das in die Kategorie Convenience. Meist handelt es sich um Offerten, die nicht alltäglich sind. Eine belegte Semmel wäre beispielsweise überall verfügbar und weckt damit weniger Begehrlichkeiten. Stehen nur zwei oder drei Gerichte auf der Karte, vermittelt das die Sicherheit, dass das Essen gut schmecken wird.“

www.iconkids.com



Nilufar Amberger, iconkids & youth international research, München:

„Die Foodtruck-Betreiber vermitteln glaubwürdig das Angebot qualitativ hochwertiger Produkte, deshalb bezahlt der Gast dann auch gerne einen höheren Preis.“

© Daniela Hang/Brandstätter Verlag



Stevan Paul, Kochbuchautor und Foodjournalist, Hamburg:

„Die Szene wird in Sachen Sortimenten noch kreativer und in Richtung Regionalität gehen. Macher und Gäste sind bestens informiert und legen Wert auf sehr gute Produkte.“

„Die Streetfood-, Foodtruck- und Craft Beer-Bewegungen gehören meiner Meinung nach zusammen und werden sich gegenseitig stärken. Hier dreht sich alles um Qualität. Ich bin richtig baff, wie sich dieser Boom entwickelt hat, vor allem wenn man bedenkt, dass die Markthalle 9 in Berlin erst 2013 eröffnete.

Ich frage mich, wo die vielen neuen Foodtruck-Betreiber herkommen, denn die Arbeitstage sind endlos – 18 Stunden am Stück keine Seltenheit. Die Idee, sich mit einem Truck selbstständig zu machen, entspringt vielfach einer romantischen Vorstellung. Ein Aussteigertum! Natürlich treiben auch die Erfolgsgeschichten der Etablierten und die Festivals als Besuchermagneten und Umsatzgaranten an. Tatsächlich haben sich zu Beginn vor allem Quereinsteiger positioniert. Mittlerweile ent-

decken die Gastronomen dieses Geschäftsfeld für sich. Eine tolle Form des Caterings, mit der sich neue Zielgruppen ansprechen lassen. Die Aussage eines Soziologen, dass Streetfood und Foodtrucks zu den Feuerstellen und Dorfplätzen unserer Zeit werden, fand ich zunächst etwas zu hoch gegriffen. Mittlerweile bin ich anderer Meinung, denn es geht definitiv um Kommunikation und Geselligkeit. Der schnelle und unprätentiöse Genuss spielt natürlich ebenfalls eine besondere Rolle. Und: Niemand wird ausgeschlossen.

Exotischere Gerichte wie Pulled Pork oder Bánh mì haben schon an Bekanntheit gewonnen und sind trendy. Premium Hot-Dogs – abseits des schwedischen Möbelhauses – werden neu interpretiert und werden zum nächsten Trend.“ www.stevanpaul.de

„Ich denke, dass wir 2010 hierzulande mit Ribwich die ersten mit einem professionellen Truck waren und sozusagen Frontrunner in Nürnberg und Deutschland. In Berlin gibt es wahrscheinlich die meisten der aktuell geschätzt 100 Anbieter bundesweit, aber nur zwei bis drei, die auch wirklich mittags unterwegs sind. Die größte Rolle spielen in der Hauptstadt Streetfood-Events von Donnerstag bis Sonntag. Das reine Foodtruck-Erlebnis, wie es in den USA 2008/09 startete, gibt es aber nur bei uns in Nürnberg. Wir bieten unsere Ribwichs (Smoked Pork im Bun, 7,90 €/halbe Portion 4,20 €) vertriebslich über ein Locationpartnersystem an. Das heißt, dass wir nach einem 14-tägigen Fahrplan jeden Tag von 11 bis 14 Uhr eine andere

Firma in und um Nürnberg anfahren und auf deren Gelände stehen. Weitere rd. zehn Foodtrucks machen mit, so bekommen die Mitarbeiter jeden Mittag etwas anderes zu essen. Bei 150-200 Portionen am Tag hat sich für uns der Aufwand wirtschaftlich gelohnt. Ansonsten sind wir auch auf Veranstaltungen und Festen. Die Motivation vieler Jungunternehmer ist ja, dass sie einfach Lust haben, sich in der Gastronomie selbstständig zu machen. Für die mobile Version fallen weniger Investitionen an, man kann da hinfahren, wo die Kunden sind und direkt mit ihnen an der Klappe in Kontakt kommen – Roadfeeling pur. Meiner Meinung nach trauen sich die Foodtrucker kulinarisch auch mehr als konventionelle Anbieter.“ www.ribwich.de



Klaus P. Wünsch, Inhaber Ribwich-Truck und Initiator Foodtrucks Deutschland:

„Das Erfolgsgeheimnis für einen Foodtruck: ein Essen an Bord haben, das die Leute berührt.“



lokal1food.club, Hamburg



Chivito, München

Im Trend: Foodtrucks

Herz- und Handprodukt. Kulinarisch spannende Rezepturen werden handwerklich und mit viel Leidenschaft hergestellt. Häufig auch für besondere Ernährungsformen (vegan/vegetarisch/allergenfrei).

Trucks/Trailer. Mit Liebe umgebaut und originell hergerichtet. Erfüllen alle Hygienevorgaben (gläserne Produktion).

Unternehmer. Hochengagierte Quereinsteiger und zunehmend Gastronomen.

Präsenz.

! Tägl. wechselnde Standplätze, oft mit festem Wochenplan

! Streetfood-Events mit Vielzahl von Anbietern

! mobile Caterings bei Veranstaltungen

Online-Kommunikation. Über Facebook, Instagram und Co. Bekanntmachung von Standplätzen und Angeboten.



Kiezküche, Hamburg



Goose, Frankfurt



Foodtruck RoundUp, Nürnberg

Die bislang wohl größte Ansammlung an Foodtrucks fand im April statt. 10.000 Gäste trafen auf 35 Konzepte – von Burgern mit Bacon Jam bis veganen Keksen, von Burritos bis Käsespätzle oder Drei im Weggla – für wirklich jeden Geschmack war bei diesem Mega-Event etwas dabei. Die Planungen für das siebte Foodtruck Roundup laufen bereits, der Termin wird voraussichtlich Anfang September sein. In der Zwischenzeit ist Organisator Klaus P. Wunsch mit seinem Event 'RoundUp on tour' beispielsweise am 12. Juni beim 1. Foodtruck Friday in Frankfurt/Main vertreten. Die App Foodtrucks Deutschland umfasst immer mehr Anbieter und ihre tagesaktuellen Standorte und ist kostenlos für Android und iOS von Apple erhältlich. www.foodtrucksdeutschland.de

