Essen auf Rädern

Gastronomie Food-Trucks sind eine angesagte Alternative zu Kantinen und kalten Buffets. Auch McDonald's prüft den Einstieg ins mobile Geschäft.

Gastronom Rohde, Food-Truck-Festival in Hamburg: Das Gewissen isst mit

Es gibt Kunden, die wollen nicht nur satt werden, sondern auch schlauer. „Ist das wirklich alles vegan?" Klar. „Was ist denn in so einer Currywurst drin?" Weizeneiweiß. Die drängendste Frage der Leute, die an dem silberfarbenen Lieferwagen anstehen, lautet für gewöhnlich aber: „Und wer von euch ist Vincent?"

Doch es gibt keinen Vincent. Dafür aber Christian Kuper, 34. Weil ihm sein Job als Unternehmensberater keinen Spaß mehr machte, schmiss er Ende 2013 hin und wurde Gastronom. Anstatt ein Lokal anzumieten, schaffte er einen Truck an, mit dem er seither durch Hamburg fährt; bald kam ein zweiter hinzu, vor einer Woche Nummer drei. Anfang des Jahres holte er als Kochef den Koch Topias Rohde, 32, dazu.

Die Comicfigur Vincent Vegan, die auf jedem Truck prangt, ist Kupers Erfindung, eine Art Agent pflanzlicher Ernährung und Namensgeber seiner Firma. Vincent trägt Sonnenbrille und Krawatte und schlaumeiert Sprüche wie: „Karma is not a bitch if you stop eating shit." Dein Karma zickt nicht, wenn du aufhörst, Scheiße zu essen. Er ist das Negativ eines Sechzigerjahre-Fotos, das Kuper im Familienalbum fand. Sein Name ist Vincent Vega entlehnt, dem Killer aus „Pulp Fiction". Raffinierte PR ist wichtig im Food-Truck-Geschäft.

In den USA begründet, hat die Bewegung nun Deutschland erreicht. Food-Trucks sind legitime Nachfahren des klassischen Eiswagens (nur ohne Gebimmel) wie auch des Bratwurststands (aber mobiler). Ihre ursprüngliche Bestimmung ist es, Angestellten die Mittagspause zu verschönern, als Alternative zur Betriebskantine. Oder in Ermangelung einer solchen.

Im Gegensatz zur ordinären Frittenbude versprechen Food-Trucks nicht nur schnelle Sättigung, sondern Lebensqualität. Das kommt an im Zeitalter von „Landlust" und Manufaktum. Viele bieten, wenn nicht gar veganes, so doch wenigstens Bio-Essen an, dazu Holzgäbelchen und bräunliche „100 Prozent Recycling"-Servietten, das Gewissen isst mit.

Bei Hochzeiten und Firmenfesten ersetzt das Essen auf Rädern in diesem Sommer schon mal das obligatorische kaltwarme Buffet. In den vergangenen Monaten sind in beinahe jeder mittelgroßen Stadt Street-Food-Märkte aus dem Boden gewachsen, auf denen das fahrende Küchenvolk zu bestaunen ist. Für manche Events bezahlen die Besucher sogar Eintritt.

Zu den Pionieren der hiesigen Szene gehörte das Start-up RibWich, das mit Barbecue und Bier durch den Raum Nürnberg rollt. Die Epigonen richten ihr Angebot deutlich regionaler aus. Wie die beiden Studienfreunde, die den Raum Stuttgart mit „Lou's Maultäschle" verköstigen. Oder der Koch, der seit einem Thailand-Urlaub im vergangenen Jahr, beeindruckt von den Garküchen auf dortigen Straßen, als „Küchen Dampf" mit Käsespätzle in Würzburg unterwegs ist. Selbst körperliche Defekte helfen Food-Truckern, zur Marke zu werden: In München versorgt eine Gastronomin, die keine Laktose verträgt, unter dem Namen „Die intolerante Isi" Ihresgleichen mit schonender Kost.

Dem Hotel- und Gaststättenverband fehlt der Überblick, wie viele Trucks aktuell durch Deutschland tuckern. Fabio Spennato hat 134 auf seiner Seite aufgelistet. Der Gastro-Blogger ist im Nebenberuf selbst Food-Trucker. Seine Spezialität: neapolitanische Pizza. „Das Geschäft ist schwierig. Es ist gesetzlich nicht erlaubt, einfach irgendwo anzuhalten und zu verkaufen", sagt Spennato. Die Lösung sind Deals mit Firmen oder Behörden. Donnerstags backt er auf dem Parkplatz der Münchner Stadtwerke, dienstags in einem Gewerbegebiet, alle zwei Wochen bei einer Modefirma.

Dass sich manche Food-Trucker Neuwagen für mehr als 100 000 Euro zulegen, findet Spennato „abartig". Der klassische Food-Truck sei ein ausrangiertes Militär- oder Paketauto. Er selbst transportiert seinen Holzofen auf einem alten Viehwagen, in dem früher Schweine chauffiert wurden. Auch auf die Fressmärkte blickt Spennato mit Skepsis. „Es gibt zu viele. Das könnte dazu führen, dass die Leute sich bald an Street-Food sattgesehen haben."

Der schwächelnde Burgerbrutzler McDonald's schätzt das offenbar anders ein, ebenso der Sandwichverkäufer Subway. Beide Ketten denken darüber nach, Food-Trucks auf die Straße zu schicken. „Wir prüfen das", bestätigt ein Subway-Sprecher. „In diesem Jahr wird das jedoch nichts mehr." Auch McDonald's schließt eine „kurzfristige Realisierung" aus.

Christian Kuper von Vincent Vegan wiederum ist gerade sesshaft geworden. Vorigen Sonntag eröffnete er in Hamburg sein erstes Lokal, das #thebase heißt. Kuper will gerüstet sein, falls der Truck-Hype eines Tages zu Ende gehen sollte.

Alexander Kühn
Mail: alexander_kuehn@spiegel.de, Twitter: @kuehnalex

FOTOS: JÖRG MÜLLER / AGENTUR FOCUS / DER SPIEGEL (M. + U.)