

Vom Genuss der Nuss

Made in Bremen: Trüffel, Erdbeere oder Wasabi – ein Gründerpaar kreiert neue Snackmischungen

VON ANKE VELTEN

Bremen. Herkömmliche Nuss- und Trockenfruchtmischungen waren ihnen viel zu langweilig. Und so nahm der Nusswahn seinen Anfang. Unter diesem Label nämlich vertreiben Sebnem Yaruz und Firat Sicak seit dem vergangenen Jahr eigene Snacks – tütenweise Kräftermacher und Vitaminbomben. Verkauft werden die Mischungen der beiden im Onlineshop, direkt an Unternehmen und im ausgewählten Einzelhandel. Das junge Unternehmerpaar will sich von der Konkurrenz absetzen: mit seiner Rezeptur aus Qualität, Kreativität, modernem Marketing, Nachhaltigkeit und sozialem Bewusstsein. Und mit dieser Kombination und inzwischen mehr als 20 unterschiedlichen Kreationen treffen sie offenbar den Geschmack nicht nur der Bremer Kundschaft.

Im Sortiment sind Nüsse aromatisiert mit Wasabi, Räucheraroma oder Honig, Apfel- und Bananenchips, Kiwi- und Ananasscheiben für gesundheitsbewusste Puristen. Leckerli für Genussmenschen sind die gebrannten Mandeln mit Zimt oder die Trüffelmandeln. Die Variante „Zauberhafte Verführung“ ist einer der Kundenlieblinge – Erdbeeren, umhüllt von weißer Schokolade mit einem Hauch Joghurt. Stolz sind Yaruz und Sicak auch auf ihren „Göttermix“ aus Cashews und verschiedenen Beeren, und auf den „Stimmungsbringer“ mit Bananenchips und mit

„In den klassischen Mischungen bleiben die Rosinen sowieso immer übrig.“

Sebnem Yaruz, Nusswahn

Schokolade überzogenen Kaffeebohnen. Im Nusswahn-Studi-Mix sorgen Cranberrys für die fruchtige Note. „In den klassischen Mischungen bleiben die Rosinen sowieso immer übrig“, erklärt Yaruz.

Die Idee, gesunde Snacks anders als die anderen anzubieten, war lange und gut durchdacht, sagen Sebnem Yaruz und Firat Sicak. Minderwertige Qualitäten sollen nicht in die Tüten kommen, sondern diese bis zum letzten Krümel mit Genuss gefüllt sein. Das hat seinen Preis. „Wir haben wirklich alles Mögliche durchprobiert“, sagt Yaruz, deren Familie seit Generationen eine Haselnussplantage am Schwarzen Meer betreibt. „Billigere Ware bedeutet weniger Geschmack.“ Im Preis jeder Packung inbegriffen ist zudem eine Spende an das soziale Projekt Help Dunya. „Das ist uns beiden wichtig“, sagt Sicak. Mittlerweile konnte durch die Nusswahn-Spenden bereits ein Trinkbrunnen in Bangladesch finanziert werden.

Verkaufsfördernd soll das Marketing über die sozialen Kanäle sein. Allein via Instagram werden mehr als 1200 Abonnenten mit appetitanregenden Fotos und Videos, Informationen und Funfacts über die Produkte gefüttert. Gezielt wurden zudem Snacks an diverse Influencer und Food-Blogger verschickt, die ihre Begeisterung wiederum – kostenlos – mit ihren Followern teilten. Auf diesem Wege könnte auch das Delikatessengeschäft am Tegernsee auf die Bremer aufmerksam geworden sein. Es bescherte dem Duo eine neue Kreation: Im Auftrag der bayerischen Gourmets wurde eine Spezialmischung mit alpinen Wildkräutern entwickelt,



Nüsse mit Wasabi, Trüffelmandeln oder Früchtechips: Seit verganginem Jahr verkaufen Sebnem Yaruz und Firat Sicak ihre Snackkreationen unter dem Namen Nusswahn. FOTO: CHRISTINA KUHAUPT

die es nur dort zu kaufen gibt. Neben neuen Wegen funktioniert auch die klassische Mundpropaganda. An den 24. November 2020 wird sich Firat Sicak darum noch lange erinnern – nicht nur, weil es sein Geburtstag war. An diesem Tag erhielt er den Anruf aus dem Veranstaltungsbüro der neuen Marke namens „Made in Bremen“ und damit das Angebot, sich in deren Pop-up-Store in der Stadtwaage vorzustellen. „Wir hatten 100 Tüten gepackt. Nach einer Woche kam der nächste Anruf: Bringt uns alles vorbei, was ihr habt“, erzählt Yaruz. Zu den neugierigen Kunden der Bremer Manufakturen-Marke gehörte auch der Inhaber zweier Supermärkte in der City und in der Neustadt, der an den lokalen Produkten so viel Gefallen fand, dass er sie in sein Sortiment aufnehmen wollte. „Wir hatten keine großen Erwartungen“, sagt Yaruz. „Doch nach zwei Wochen war alles ausverkauft.“ Über die Nach-

bestellung amüsiert sich Sicak noch heute. „Wir dachten, wir sollen eine Packung von jeder Sorte bringen. In Wirklichkeit sollte es pro Sorte ein ganzer Karton sein. Daran merkt man, dass wir Anfänger waren.“

Nicht nur mit den Inhalten, sondern auch der Verpackung haben sich die beiden intensiver beschäftigt. Die Nusswahn-Tüten sind aluminiumfrei und können und sollen mit ihrem stabilen Zipp-Verschluss wiederverwendet werden. Lange haben die beiden gesucht, um den besten Kompromiss aus Praktikabilität und Umweltbewusstsein zu finden, erzählt Sicak.

„Wir planen und entscheiden alles gemeinsam“, sagt das Paar, das sich vor einigen Wochen verlobt hat. In Bremen verkaufen bereits diverse Feinkostläden, Kultkioske, Cafés und Supermarkt-Standorte ihre Produkte, Gespräche mit weiteren potenziellen Abnehmern laufen. Doch noch können die

beiden von ihrem Unternehmen nicht leben. Yaruz, 26 Jahre, schreibt zurzeit ihre Bachelorarbeit im Fachbereich Medieninformatik und arbeitet als Werksstudentin. Der 25-jährige Sicak ist Student der Betriebswirtschaftslehre und verdient im Delikatessengeschäft seines Onkels dazu.

Die Räume in der alten Hemelinger Wurst-Fabrik, wo unter dem Dach der Zwischenzeitzentrale (ZZZ), mit Existenzgründungshilfe der Bremer Aufbaubank und viel Unterstützung von Familie und Freunden alles begann, sind inzwischen zu klein geworden. Mehr Platz bietet nun eine Etage im Elternhaus von Yaruz, das für ihre Zwecke hergerichtet wurde. Nächstes Etappenziel ist die eigene Produktions- und Lagerstätte. „Wir haben noch so viel vor“, sagen Firat Sicak und Sebnem Yaruz. „Unser Traum: Dass die Nusswahn-Tüten irgendwann in jedem Laden in Deutschland zu finden sind.“