

Vorzüglich verdattelt

Die Dattel kennt man hierzulande meist nur als klebrige Trockenfrucht. Doch das Start-up Djoon macht aus ihr kleine, komplexe Köstlichkeiten

Der Beginn von allem, könnte man jetzt witzeln, ist schon recht münchenerisch: Wenn man nämlich die Idee für ein neues Start-up ausgerechnet beim Abendessen in Katar entwickelt. Aber gut, so war es nun einmal. Martin Grellner, damals beschäftigt bei einem Unternehmen der Automobilindustrie, das sich mit autonomen Fahren beschäftigte, war gerade auf Dienstreise in dem Emirat am Persischen Golf. Und beim Arbeitessen gab es eine Nachspeise, die ihn komplett verblüffte. „Das waren mit Nüssen und Pistazien gefüllte Datteln“, erzählt der 38-Jährige, „aber von einer Süße und einer Frische, die ich zuvor noch nicht kannte.“

ERFOLGSHUNGRIG

Wie Münchner Start-ups den Lebensmittelmarkt erobern wollen

Das ist das Hauptproblem, das die Frucht bei uns hat: Sie kommt meist als klebrige Trockenfrucht auf den Markt und ist so hart und zäh, dass sie gemeinhin als Plombenzieher gilt. Böse Menschen behaupten, man tut sie bestenfalls ins Morgenmüsli, wenn man sich selbst kasteien will. Und ansonsten kennt man vielleicht noch die berühmte Dattel im Speckmännel. Diese Vorstellungen aufzubrechen, ist nicht einfach, aber ausgerechnet das

haben sich Martin und Carolin Grellner sowie Leon Niederl zum Ziel gesetzt mit ihrer neu gegründeten Firma Djoon.

Immerhin haben sie einen Trumpf in der Hand, und das ist die bei uns weitgehend unbekanntes Dattelsorte Medjool. Sie gilt als „die Königin der Datteln“, besteht durch eine karamellige Süße, ist weich, saftig und beinahe cremig. Martin Grellner kennt noch ein paar weitere ernährungstechnische Vorteile: „Die Medjooldattel ist reich an Antioxidanzien, Magnesium, Kalzium, Zink und Eisen. Außerdem enthält sie die wichtigen Vitamine A, B und C.“

Das Beste aber: Man kann hervorragende Pralinen daraus machen. Nicht ganz unkompliziert zwar, aber die Ergebnisse sind hervorragend und meilenweit entfernt von Trockenfrucht aus dem Supermarkt. Momentan gibt es vier verschiedene Sorten: „Salted peanut“ (gesalzene Erdnuss), „roasted almond“ (gebrannte Mandel), „raspberry cream“ (Himbeercreme) und „espresso crunch“ (nun ja, Knusperkaffee vielleicht) – man sieht schon: Das wäre sicher auch was für den internationalen Markt.

Martin Grellner und seine Frau Carolin haben lange experimentiert, bis sie mit den Pralinen zufrieden waren. „Wir verwenden ausschließlich biozertifizierte Zutaten“, sagt Carolin, „die Datteln stammen aus biologischem Anbau in Israel, die Kupertüte ist reiner Kakao ohne künstliche Zusätze und ohne Zucker. Nach der richtigen Schokolade haben wir sehr, sehr lange gesucht!“ Die Süße und der Karamellge-



Was darf es sein? „Salted peanut“-Pralinen oder lieber „raspberry cream“? Carolin und Martin Grellner gründeten Djoon mit Leon Niederl (li). FOTO: FLORIAN PELJAK

schmack kommen allein von den Datteln; sie werden halbiert und mit Nüssen oder Creme gefüllt sowie anschließend in Kakao getaucht, um so die klassische Pralinenform zu erhalten. „Die Innovation geschieht bei uns ausgerechnet durch Weglassen“, sagt Leon Niederl, der dritte im Bunde. Er hat Betriebswirtschaft in Wien studiert und ist „ein begeisterter Foodie“, wie er selbst sagt. Er kam erst vor Kurzem zu Djoon, nachdem er zuvor bei Google

war, unter anderem für den Lebensmittelkonzern Nestlé gearbeitet und Apps für Restaurants entwickelt hatte.

Martin und Carolin Grellner haben sich beide in Passau im Studium kennengelernt. Während Carolin Kulturwirtschaft belegte und Martin Betriebswirtschaft, führten sie dort zeitweise nebenbei eine Filiale des Gummibärchenladens Bears & Friends. Eine gewisse Grunderfahrung mit Süßigkeiten kann man ihnen also nicht ab-

sprechen. Der Gedanke, selbst eine Firma aufzumachen, ließ sie auch dann nicht los, als Martin Grellner sich mit autonomen Fahren beschäftigte und Carolin ins Beratergeschäft wechselte – heute noch arbeitet sie in einem Büro für interkulturelle Beratung. Mit dem ersten Lockdown und der Arbeit im Home-Office kam dann aber auch der Gedanke: Wann, wenn nicht jetzt?

Und so wuchs das Vorhaben heran. Leon Niederl stieß über ein soziales Netzwerk dazu; anfangs lernte man sich über Videokonferenzen kennen, dann stellte man fest: „Der Leon ist auch ein erstklassiger Gastgeber!“ Per Crowdfunding sammelten die drei Startkapital ein – binnen eines Monats war es mehr als die doppelte Summe dessen, was sie brauchten – und im April war die Firma angemeldet. „Firmengründung ist ein bisschen so, wie wenn man in München eine Wohnung sucht“, sagt Carolin, „oft scheitert es am Geld.“ Als vierte kam Sabine Nöldeke für Marketing und Social Media ins Gründerteam.

Produziert wird derzeit noch im Food Start-up Inkubator der Uni Weihenstephan, dort stehen die nötigen Gerätschaften zur Verfügung. Trotzdem, langsam wird's aufwendig. Die Nachfrage wächst, besonders online, und für die ersten 20 000 händisch hergestellten Pralinen waren viele Nachtschichten nötig. Die stehen jetzt wohl auch im Weihnachtsgeschäft an. Grellner: „Die Nachfrage ist sehr groß. Wir brauchen dringend ein paar Mitarbeiter, die uns bei der Weihnachtsproduktion helfen.“

FRANZ KOTTEDE