



Georg Schulz (71), Geschäftsführer der Gewürzmühle, schlägt jährlich 2000 Tonnen Gewürze um. Seine Erfahrungen hat der Chef auch aufgeschrieben: „Zwischchen, Cerealiopfer und andere Marktwirtschaften“, ab 2004 im Buchbandel. Foto: J. Schulz/epa

Hamburgs Scharfmacher

24.12.2003, 00:00 Uhr Melanie Wassink, Hamburger Abendblatt

Was sind ihre Stärken? Wer steht dahinter? Heute: Hamburger Gewürz-Mühle Hermann Schulz.

Hamburg. Safran aus Iran, finnischer Kümmel, Piment aus Mexiko und chilenischer Oregano. Im Lager der Hamburger Gewürz-Mühle Hermann Schulz duften die Gewürze so intensiv, dass es einem fast schwindelig wird. Viele sind noch in braune Jutesäcke verpackt. Bis zur Decke stapeln sich die Kostbarkeiten aus über 40 Ländern. Aus Deutschland kommt praktisch nur die gute alte Petersilie.

Ein paar Meter weiter lagern die Gewürzmischungen. Hier treffen exotische, oft scharfe Zutaten auf extravagante Bezeichnungen: Punsch-Gewürz, schwedische Art, "Glögg" steht auf der Karteikarte, Rollmops-Gewürz oder einfach Pommes-Gewürzsalz "pikant". Abnehmer sind vorwiegend Lebensmittelhersteller, Großhändler für Bäckereien oder Fleischereien, Teeproduzenten und Spirituosenhersteller.

"Die Mischungen knobeln wir halt so aus", sagt Geschäftsführer Georg Schulz (71), der als Vorstandsmitglied des literarischen Kabarett "Wendeltreppe" neben Gewürzen stets eine ulkige Formulierung auf Lager hat. Mit "wir" meint er sich, seinen Neffen, der inzwischen Inhaber des Unternehmens ist, Holger Schulz (34), und ihren Prokuristen Walter Gerling. "Wir probieren eine Mischung, essen zwischendurch eine Banane und trinken ein bisschen Milch, überlegen, dann kommt noch etwas Thymian dazu und fertig ist die Mischung für den Salatwürzer", scherzt Georg Schulz.

Für jeden Abnehmer das ganz spezielle Gewürz und ein außergewöhnlich großes Sortiment parat zu haben, ist die Stärke des Hamburger Familienunternehmens mit 28 Mitarbeitern. "Vor 50 Jahren, als ich bei meinem Vater im Betrieb anfang, kannte kaum ein Deutscher Oregano" erinnert sich der Senior.

Aber schon damals fingen die Schulzes an, das Kraut aus Kreta zu importieren. "Heute liefern wir unglaubliche Mengen davon an Pizzahersteller", sagt Holger Schulz über den Aufstieg des wilden Majorans - eine Wachstumsstory wie die der Firma, die stetig größer wurde. Noch 2002 investierte das Unternehmen eine Million Euro in eine neue Lagerhalle. Heute schlagen die Schulzes jährlich 3000 Tonnen Gewürze um und Erlösen damit zehn Millionen Euro im Jahr. Leistungen der Mühle sind der Import- und Export sowie die Verarbeitung der Gewürze, also Reinigen, Mahlen, Schrotten, Schneiden und Mischen.

Wie groß ihr Anteil am Gewürzverbrauch in Deutschland ist, können die Schulzes aber nicht sagen: "Mit Statistiken über Gewürze ist es schwierig", meint Georg Schulz, "ist Salbei nun ein Gewürz, ein Kraut oder eine Arzneidroge? Außerdem: "Was ist mit den Gewürzen, die nicht konsumiert, sondern verbastelt werden?" fragt er und zeigt auf ein Schiff aus Nelken, das in seiner Vitrine steht.

Aber nicht nur beim Oregano hat es in der 73-jährigen Geschichte der Hamburger Gewürz-Mühle wahre Umwälzungen gegeben. Immer wieder sind neue Exportländer am Markt aufgetaucht, in denen sich die Gewürz-Mühle mit neuen Lieferanten vertraut machen musste. Sie traten meist dann auf den Plan, wenn ein Gewürz gerade eine Hochpreisphase erlebt hatte: Als Vanille, ursprünglich aus Mittelamerika, wegen einer schlechten Ernte zum besonders teuren Produkt auf dem Weltmarkt geworden war, fingen schnell auch Indien und Indonesien mit dem Anbau der Kletterorchidee an. Oder: Kardamom, ehemals ebenfalls aus Indien, kam plötzlich auch aus Guatemala, nachdem Oscar Majus Klöffler, Sohn eines Hamburger Apothekers, die Pflanze dort 1917 eingeführt hatte. Heute ist Guatemala Hauptanbaugebiet von Kardamom.

Allerdings sinkt die Chance auf gute Verdienste, wenn das Angebot steigt. Durch solchen Aktionismus, hauptsächlich aber wegen klimatischer Einflüsse wie Taifune oder Dürre sind Gewürze die Produkte mit den höchsten Preisschwankungen, schätzt Georg Schulz. Sie machen das Geschäft zu einer Art Glücksspiel, zumal die Akteure auch noch mit Währungsrisiken zu kämpfen haben. Allerdings hat es auch früher schon Preisüberraschungen gegeben, zitiert Georg Schulz aus einem historischen Marktbericht: 1899 wurden die Nelken von Sansibar teurer - durch die Freilassung der Sklaven.

Heute dagegen sind es die Errungenschaften der modernen Technik, die das Geschäft schwierig machen. Durch das Internet ist die Kommunikation auch im Gewürzhandel viel schneller geworden. "Wird heute eine Ingwerernte in Indien zerstört, haben morgen die Chinesen schon die Preise für ihren eigenen Ingwer erhöht", sagt Holger Schulz.

Viele Hamburger Gewürzhändler hätten sich denn auch verspekuliert. "Das ist wie an der Börse, wer zu viel riskiert, kann auch verlieren." Derzeit gebe es mit einem Dutzend Gewürzhändlern nur noch einen Bruchteil der Firmen, die die Gewürzhochburg Hamburg Mitte bis Ende des 20. Jahrhundert zählte. Der Rest musste aufgeben.

Bei der Hamburger Gewürz-Mühle macht man sich derartige Sorgen nicht. Im Gegenteil. In Ländern wie Polen oder Tschechien finden die Schulzes derzeit viele neue Abnehmer. Dazu haben sie vor zwei Monaten auch eigens eine neue Mitarbeiterin eingestellt, die polnisch und russisch spricht. Außerdem sind auch in Zukunft noch neue Möglichkeiten der Verwendung von Gewürzen vorstellbar: So liefern die Schulzes sogar ein spezielles Honigkuchengewürz für Angelköder. Und Knoblauch als Zugabe für Pferdefutter. Das hält die Fliegen fern.