

Weihnachten, OIDA!

Dass aus verrückten Ideen starke Marken werden können, beweisen drei Wiener Manufakturen: Babette's, Wiener Seife und Ina Kent. Ein Besuch in den Werkstätten, wo sich auch tolle kleine und große Geschenke finden lassen

CHRISTKINDL: NATHALIE GROSSCHÄDL



Die von Babette's-Chefin Nathalie Pernstich kreierten Gewürzmischungen tragen so ungewöhnliche Namen wie „Rudolf The Red Hot Masala“, „Terre & Mer“ oder kurz und bündig „Weihnachten, Oida!“

Babette's

Kampot-Pfeffer ist der Champagner unter den Pfeffersorten, er darf nur in den Küstenprovinzen um die kambodschanische Stadt Kampot angebaut werden. Seine außerordentliche Qualität verdankt er dem reichhaltigen Mineralstoffgehalt der Böden, der salzigen Luft und den regelmäßigen Regenfällen. Mit seinem Aroma trägt er ganze Gerichte, etwa Pfeffersteaks, Spaghetti Cacio e Pepe oder auch ein Käsebrot.

„Sein beeindruckendes Bouquet riecht nach Eukalyptus, Minze, Thymian, Zitrone und Meeresluft“, schwärmt Nathalie Pernstich. Im Jahr bestellt die Gewürzhändlerin bis zu 500 Kilo von der edlen und teuren Sorte (eine 60-Gramm-Dose kommt auf € 11,60). Bisweilen ist der handverlesene Pfeffer in ihrem kleinen Innenstadt-Geschäft trotzdem ausverkauft. „Das bekommen meine

Mitarbeiterinnen dann durchaus zu spüren“, seufzt die 51-Jährige. Dabei verkauft die frühere Weltenbumlerin noch rund 20 andere Scharfmacher, etwa den indischen Malabar-Pfeffer (€ 7,40/Dose) oder den roten Kampot-Pfeffer aus voll ausgereiften Früchten (€ 13,60). Letzterer ist fruchtiger als der schwarze; er kann nur geerntet werden, wenn sich die Beeren auf dem Strauch in der Sonne rot verfärbt haben. Was aber nicht zeitgleich erfolgt – jede rote Beere muss einzeln von der Rispe gepflückt werden. Daher auch der gesalzene respektive gepfefferte Preis.

Die Königin unter den Gewürzen ist trotzdem die Vanille. Mehr als 70 Prozent der schwarzen Schoten werden in Madagaskar angebaut, wo aber Misserten in den vergangenen Jahren den Preis explodieren ließen. Vor zehn Jahren

lag der Kilopreis noch unter 50 Euro, bis 2019 stieg Vanille am Weltmarkt auf fast 700 Euro – womit sie vorübergehend in derselben Liga wie echtes Silber spielte. Mittlerweile ist der Preis wieder gesunken, das teuerste Gewürz nach Safran kommt derzeit auf rund 360 Euro pro Kilo.

Als Lieblingsmischung nennt die Babette's-Chefin „Mélange Maison“. Gewürze wie Rosmarin, Thymian, Pfeffer, Meersalz, Koriander, Piment d'Espelette und Piment hat sie darin vereint. „Mélange Maison“ wirke zuverlässig, wenn der Pastasauce, der Suppe, dem Eintopf oder dem Butterbrot etwas fehle, verspricht die Expertin und Kochbuchautorin.

Das Faible für Gewürze hat sie von ihrer Mutter, die viel mit exotischen Kräutern kocht. Pernstich wuchs in Brasilien und Indonesien auf, der Beruf des Vaters führte die Familie nach

Südamerika und Asien. Nach einem Politik- und Wirtschaftsstudium in London wählte sie vor 25 Jahren Wien als neue Heimat. „Ausschlaggebend war die Lebensqualität“, erklärt sie den Umzug.

20 Jahre ist es her, seit die Unternehmerin in Wien-Wieden die Genussbuchhandlungen Babette's Spice and Books for Cook und eine eigene Gewürzmanufaktur eröffnete. 2008 folgte die Innenstadtfiliale im barocken Palais Collalto.

Im Herbst liegt hier ein süßer Duft von Mandeln, Haselnüssen, Thymian, Liebstöckel und Koriander in der Luft: Zutaten der erlesenen Mischung „Weihnachten, Oida!“ (€ 9,80), die den nahöstlichen Gewürzklassiker Dukkah mit Wiener Gemütlichkeit verbindet. Beinahe so wie im Leben von Nathalie Pernstich.

Wiener Seife

Wenn die Seife aus Wien nicht zu mir kommt, komme ich zu ihr“, sagt die Schweizerin Sonja Baldauf. So beginnt die 61-Jährige, ihre Lebensgeschichte zu erzählen. Vor fast zwei Jahrzehnten sah sie eine Dokumentation über den Wiener Seifensieder Friedrich Weiß. Die Fernsehsendung handelte von seiner kaltgerührten Kokosölseife und war derart überzeugend, dass sich Baldauf ein Stück „Sisi Veilchen“ nach Zürich schicken ließ.

„Der Duft, das Hautgefühl und der Schaum waren einmalig“, schwärmt sie. Voller Begeisterung beschloss die frühere Marketingexpertin eines Kosmetikunternehmens, die Seife zu importieren und einen Vertrieb in ihrer Heimat aufzubauen. Als die Papiere nach langen Verhandlungen endlich unterschriftsreif waren, verstarb der Stadlauer Seifensieder, nur drei Tage vor Vertragsabschluss. Er hinterließ das 1924 gegründete Familienunternehmen ohne Nachfolger, die Marke stand vor dem Aus.

Damit mochte sich die resolute Züricherin nicht abfinden: Kurzerhand kündigte sie ihren Job, zog nach Wien und übernahm die geheime Seifenrezeptur von Weiß' hinterbliebenen Schwestern. Mit ihrem Mann machte sie sich vor 16 Jahren daran, eine eigene Manufaktur zu gründen.

„Wir waren blauäugig“, sagt Baldauf. „Begonnen haben wir in einem Kellerloch am Alsergrund.“ Doch das

Ehepaar biss sich durch: Im Lockdown bezog es seine neue Firma im Gewerbegebiet Favoriten, wo gleich beim Entree ein Foto des alten Meisters Friedrich Weiß hängt.

Der Plan ging auf, mittlerweile läuft es wie geschmiert: 180.000 Stück der handgemachten Wiener Seifen verkaufen die Baldaufs jährlich. In Wien gibt es zwei Filialen, eine weitere führt Tochter Caroline in Zürich.

Das neueste Modell nennt sich „Favoritin“, es ist bereits die Nummer 71 im Sortiment. Fruchtig und süß die Note, angenehm pudriger der Duft. „Nach monatelanger Entwicklung wurde der Geruch in einer Pizzeria im zehnten Bezirk ausgewählt“, sagt Baldauf schmunzelnd und erklärt damit die Wahl des Namens.

Andere Seifen heißen „Christkindl“ (€ 11,50/125 g), „Eisblume“ (€ 9,50) oder „Weihrauch“ (€ 15,-). Baldaufs Bestseller sind aus Salz- (€ 13,50), Orangen- (€ 11,50) und Klettenwurzel (€ 13,50). Gut verkauft sich auch

„Hopfen & Salz“ (€ 15,-) – eine Haar- und Bartseife aus Zwiebelextrakten zur Stärkung der Haarwurzeln, verfeinert mit Hopfen, Eukalyptus und Zitrone. „Niemand will nach Zwiebel riechen“, weiß natürlich auch die Seifenherstellerin. „Hopfen & Salz“ riecht aber total angenehm, meine Schwester duscht sich regelmäßig damit.“



Die Seifensiederin Sonja Baldauf ist guter Dinge: 71 handgemachte „Wiener Seifen“ mit teils ganz ausgefallenen Duftnoten hat die Schweizerin im Sortiment

Ina Kent

Große Logos und auffällige Muster sind ihre Sache nicht. Die Designerin Ina Kent entwirft unter ihrem Namen seit 2007 Handtaschen, die anders aussehen als die klassische It-Bag: minimalistisch und einfarbig. Sie sind zeitlos und überleben mehr als eine Saison. Ein gutes Beispiel ist „Moonlit“ aus Metallic-Leder, Kents Topseller. Im Onlineshop war die Tasche in beliebten Farben bei Redaktionsschluss sogar ausverkauft; sie kommen aber bald wieder, wurde da versprochen.

Schon bei der Gründung des Labels 2007 löste der weiche Lederbeutel ein regionales Modebeben aus: Zumindest im Bezirk Wien-Neubau sah man überall Frauen, die die Tasche „crossbody“, also quer über den Körper, trugen. „Moonlit“ ist langlebig und funktional: Sie hat Karabinerringe, die die Umhängetasche in eine Clutch oder eine Hüfttasche verwandeln. Auch ihre Vielseitigkeit macht den Erfolg aus. Der Hype hat sich selbstständig, mittlerweile verwenden den fast unveränderten Klassiker hippede, urbane Frauen weltweit. „Und das jeden Alters“, ist Kent stolz.

Zehntausende Taschen verkauft die Designerin im Jahr. Die 50 Modelle in verschiedenen Farben – von unauffällig (Schwarz) bis krachend (Violett) – kosten zwischen 100 und 500 Euro. Das Wiener Unternehmen hat zwei Filialen in Wien-Neubau und ex-

portiert die Taschen nach Asien und Übersee. Dabei hat die Designerin das Handwerk an keiner Schule erlernt. Die 56-Jährige wuchs im siebenten Bezirk gut bürgerlich auf: die Mutter Hausfrau, der Vater arbeitete im Senat des Verwaltungsgerichtshofs.

Mit 16 Jahren schmiss Kent die Schule, hatte Gelegenheitsjobs und reiste mit dem dabei verdienten Geld in der Welt umher. Anfang 30 dann der Wandel: Sie absolvierte die Studienberechtigungsprüfung und begann ein Studium der Ernährungswissenschaften.

Als alleinerziehende Mutter mit knappem Haushaltsbudget besann sie sich dann auf ihr Lieblingshobby, das Nähen von Leder-Accessoires. Schon als Kind brachte ihre Großmutter ihr dieses Handwerk bei. Der Rummel um die Tasche folgte umgehend, der Rest ist Geschichte. Selbst muss Kent heute nicht mehr nähen: Die Rindsledermodelle entstehen in Indien, die aus veganem Kaktusleder kommen aus Portugal.

Bisher waren die weichen Umhänger hauptsächlich Frauen ein Begriff. Das soll sich ändern: Kurz vor Weihnachten steht erstmals eine Herrentasche im Regal, „The Miller“, elegant und schwarz. Aber die größten Feuerwerke beim Umsatz wird wohl auch weiterhin „Metallic Moonlit“ liefern. Sie muss nur lieferbar sein. ☘



Ina Kent in ihrem Büro. Links im Bild: die brandneu entworfene Herrentasche „The Miller“, die vor Weihnachten noch in die Geschäfte kommen soll