



NEWSLETTER  
DER MBG BERLIN  
BRANDENBURG

NR. 69

4/2020



 *Fröhliche Weihnachten wünscht die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft*

Wenn Ralf Oehme über Wildfleisch spricht, gerät er ins Schwärmen. Natur pur sei das, weil sich Wild nun einmal sehr gesund ernähre, nichts zugefüttert wird wie Hormone oder Antibiotika. Er selbst habe immer Wildfleisch bevorzugt: „Mehr Natur geht einfach nicht.“ Und weil er selbst Jäger ist, hat ihn auch immer die Verarbeitung des Fleisches interessiert. So sehr, dass er 2019 seine eigene Wildfleischerei mit Hilfe der MBG eröffnet hat.

**Am liebsten Wildschwein**  
für Ralf Oehme, Gründer von Wild & Taste

Während des Studiums, erzählt Ralf Oehme, habe er die Jagd für sich entdeckt. Ein alter Jäger hatte ihn mitgenommen. „Fasziniert hat mich in erster Linie die Ruhe auf dem Hochsitz. Nir-

gendwo sonst gibt es so eine Ruhe.“ Begeistert macht er das „grüne Abitur“ – den Jagdschein. Oehme, der in Wildau Wirtschaftsrecht studiert hat, stellt bald fest, dass trockene Gesetzestexte kein Lebenstraum für ihn sind. Die Begeisterung für die Jagd aber bleibt und das Interesse an der Verarbeitung des Wildbrets steigt. Er sucht lange nach einem Fleischer, der das erlegte Wild nach sei-

*Fortsetzung auf Seite 2*



Wilschwein, Reh, Kaninchen bei Wild & Taste ist die Herkunft des Wildes nachverfolgbar. Fotos: Unternehmen

Fortsetzung von Seite 1

nen Vorstellungen verarbeitet. Erfolglos. „Selbst ist der Mann“, sagte sich Oehme und absolvierte seine Ausbildung an der Fleischfachschule Berlin. Anfang nächsten Jahres dann als Ausbilder und Teilnehmer zum Fleischsommelier – das Diplom für Fleischer.

Auf dem Grundstück der Familie steht ein alter Garagenkomplex. Darin will er eine eigene Wildfleischerei eröffnen. Mit seiner Frau macht er „einen Deal“. „Ich bekomme die Garage, du kriegst einen Pool.“ Inzwischen gibt es neben der Fleischerei einen Hofladen, einen mobilen Verkaufswagen sowie Grill- und Backöfen für Caterings bis 1.000 Personen. Ein Netzwerk aus 50 Jägern beliefert Oehme mit Reh-, Damm-, Rot- und Schwarzwild. „Wir sind gläsern“, sagt Oehme. Das Fleisch und die daraus entstehenden Produkte sind zu 100 Prozent nachverfolgbar. „Wir wissen, welcher Jäger, wann und in welchem Revier das Wild geschossen hat“, erklärt Ralf Oehme. Als nächstes will der 40-Jährige Vollkonserven mit Wildgerichten anbieten. Doch nun kommt erst einmal Weihnachten. „Wer noch Wild zum Fest will“, schmunzelt er, „der muss sich beeilen.“

## > NEWS & MBG- UNTERNEHMEN:

### Boulderhalle wächst

Die Babelsberger Boulderhalle 7APlus erweitert ihre Kletterfläche. Die 2018 mit 1.000 Quadratmetern eröffnete Halle wurde nun um weitere 600 Quadratmeter vergrößert. Neben mehr Platz stehen für die Kletterer auch neue Geräte zur Verfügung, etwa ein bewegliches Kilter Board, das hydraulisch 20 bis 60 Grad überhängend geneigt werden kann, ein Campus Board mit Holzgriffen sowie diverse Gewichte, Klimmstangen, Barren und Sprossenwände. Seit Eröffnung war die Nachfrage stetig gestiegen, eine Erweiterung daher lange geplant. Durch die Corona-Schließzeiten sorgten Gründerin Henrietta Schneider und ihr Team beim „Quarantraining“ für Bewegung. In verschiedenen Online-Livecoachings trainierten sie gemeinsam mit ihren Kunden z. B. Finger-, Bein- und Rücken-kraft.

<https://7aplus.de>



## > IDEE & KAPITAL:

Muddastadt, Berlin

# Dit is Berlin



Wer die Hauptstadt besucht, der wird sie wahrscheinlich mit einem seiner Produkte wieder verlassen. Mit einer Tasse, einem Schlüsselanhänger, einem T-Shirt oder einer Tasche. Thomas Steinicke hat mehr als 3.000 Souvenirs in seinem Sortiment, die er und seine Mitarbeiter entwickelt haben und in 22 Geschäften in ganz Berlin verkaufen. Sie alle haben eines gemeinsam: Das Motiv Berlin. Die Muddastadt.



An das erste eigene Design eines Souvenirs kann sich Thomas Steinicke sehr gut erinnern. Es ist ein Dauerbrenner. Ein Freund hatte das Motiv entwickelt: Die Mauer, ein Trabbi nebst Steinicke und Frau. Alles auf einer Tasse.

### „Ich bin ein Mauerkind“

Wer kennt sie nicht, die Dose „Berliner Luft“ oder die Postkarte „Berlin bei Nacht“ – die eine inhaltslos, die ander vollkommen schwarz. „Immer noch Renner“, erzählt der 60-Jährige Groß- und Außenhandelskaufmann Steinicke. Dass er Unternehmer geworden ist, „verdankt“ er seinem alten Chef. Ein Choleriker, erinnert sich Steinicke, aber jede Menge gelernt hätte er bei ihm. Fast 30 Jahre ist das her. 1993 gründete Steinicke das Label Muddastadt.



Er sei Mauerkind, habe das Lebensgefühl der Stadt verinnerlicht. Als die Mauer fiel, sagt er, sei auch er als Westberliner ein wenig befreit worden. Die Mauer war damals voller lustiger Sprüche, eine gute Inspirationsquelle für Steinicke und seine Produkte. Und so fehlt im Sortiment weder der Trabbi, die Mauer, der Berliner Bär, noch der knutschende Honecker.

#### Der Robbie-Williams-Effekt

Einiges wird praktisch immer gekauft, wie Magnete oder Tassen. Anderes geht mal besser, mal schlechter. „Taschen,“ sagt Steinicke, „funktionieren gar nicht mehr. Das machen heute alle.“ Anderes kommt hinzu. Popstar Robbie Williams ist sozusagen für die Textillinie im Sortiment verantwortlich. Als er bei einem Berlinkonzert eine Sweatjacke mit einem Berlin-aufdruck trägt, wollen plötzlich alle Textilien mit ähnlichen Motiven.

#### Optimistisch in die Zukunft

Seit Corona-Bestimmungen das Reisen verbieten, niemand mehr nach Berlin kommt, ist das Geschäft schwierig geworden. Die MBG unterstützt das Unternehmen in dieser Zeit. Steinicke bleibt Optimist. „Wir hatten bisher 30 tolle Jahre. Wer Unternehmer ist, der muss auch schlechte Zeiten meistern. Wir wollen und müssen da durch.“ Ein Produkt für diese schwere Zeit gibt es bereits: Mund-Nase-Masken mit Berlin-Motiv.



### > NEWS & MBG- UNTERNEHMEN:

#### MBG-Unternehmen schafft inspirierende Räume

Die MBG beteiligt sich an der Meeet AG. Das Berliner Unternehmen schafft „inspirierende Räume für Begegnungen“, indem es an zwei Standorten in Wilmersdorf und Mitte Büros für Besprechungen und Workshops vermietet. Bis zu 50 Personen finden in den vollausgestatteten Räumen Platz, die jeden Tag der Woche von 8 bis 22 Uhr offenstehen. Von WLAN über Pinnwände, Drucker und Beamer bis hin zur Kaffeemaschine wird alles gestellt. Kunden, die den Service regelmäßig nutzen möchten, können eine „Meeetgliedschaft“ abschließen. <https://meeet.de>

#### Bio-Lutions feiert Grundsteinlegung

Am Hafen in Schwedt entsteht die neue Produktionsstätte des MBG-Unternehmens Bio-Lutions. Ende Oktober wurde im Beisein von Brandenburgs Wirtschaftsminister Jörg Steinbach die offizielle Grundsteinlegung gefeiert. Die fast 2.000 Quadratmeter große Produktionshalle wird Teil des Innovation Campus Schwedt und soll etwa 200 neue Arbeitsplätze

schaffen. Bio-Lutions wurde 2017 vom Industriedesigner Eduardo Gordillo gegründet. Das Unternehmen produziert nachhaltige Einwegprodukte – darunter Geschirr, Verpackungen, medizinische Ausrüstung. Die Produkte sind nahezu CO<sub>2</sub>-neutral, pflanzlich und kompostierbar. [www.bio-lutions.com](http://www.bio-lutions.com)



#### Andreas Scheuer besucht eROCKIT

Andreas Scheuer, Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur, hat eROCKIT Systems in Hennigsdorf besucht. Hier entwickelt und produziert das 2013 gegründete MBG-Unternehmen das erste pedalgesteuerte Elektromotorrad. Das elektrische Motorrad des Unternehmens lässt sich intuitiv und leicht wie ein Fahrrad bedienen, erreicht aber bis zu 80 km/h bei einer Reichweite von 120 Kilometern – und das völlig emissionsfrei.

Mit einem breiten Angebot an frischen, regionalen Lebensmitteln versorgte Havelland Express fast drei Jahrzehnte lang die gehobene Gastronomie und Hotellerie in Deutschland, Polen und Tschechien. Dann kam Corona. Hotels und Restaurants mussten schließen, der Absatz brach ein. „Wir mussten schnell umdenken“, erklärt Michael Kunzmann, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens.

# Wochenmarkt statt Restaurant



## Von B2B zu B2C

Der Shutdown im März traf das Gastgewerbe mit voller Härte. Als Zulieferer hatte Havelland Express plötzlich keine Umsätze mehr und musste Kurzarbeit anmelden. Mit etwa 3.000 verschiedenen Produkten beliefert Michael Kunzmann normalerweise seine Kunden. „Die Ware war da, doch es gab keine Abnehmer mehr“, erinnert er sich. Die Not machte erfinderisch: Testweise eröffnete das Unternehmen einen Hofverkauf, um einen Teil der Ware an Endverbraucher zu verkaufen. Das Feedback darauf war so gut, dass daraus ein regelmäßiger Pop-up-Markt wurde. Immer freitags und samstags können Kunden nun in der „Markthalle zwanzig“ in Berlin-Tempelhof Produkte der Top-Gastronomie erwerben. „Das ist kein normaler Supermarkt“, erklärt Kunzmann.

„Wir verkaufen ab Rampe Produkte, die jahrelang gastronomieverprobt sind und haben Profiverkäufer, die Tipps für die Zubereitung geben.“ Aus dem reinen B2B- wurde durch Corona auch ein B2C-Geschäft. Kunzmann betont: „Wir wollen dieses Standbein beibehalten.“

## Nur kurz aushelfen

Havelland Express startete 1992 in Berlin. Michael Kunzmann hatte gerade seine Kochausbildung absolviert und wollte Tourismus studieren, als sein Stiefvater das Unternehmen gründete und ihn um Unterstützung bat. „Eigentlich wollte ich damals nur kurz aushelfen“, lacht Kunzmann, „doch ich bin bis jetzt geblieben.“ Die Idee war in der Wendezeit geboren. Die ursprünglichen Versorgungskanäle – d.h. in Brandenburg produzierte Lebensmittel werden in Berlin verbraucht – sollten wiederhergestellt werden. Zu den ersten Produkten gehörten Zander aus der Havel, Wild aus der Schorfheide, Spargel aus Beelitz und Tomaten aus Werder. „Regionalität gehört zu unserer DNA“, sagt Kunzmann.

## Hochwertig und frisch

Bis heute ist die „norddeutsche Halbkugel“ Hauptabsatzmarkt. Die Produktpalette wurde entsprechend der Nachfrage aus der gehobenen Gastronomie erweitert – inzwischen gehören auch ausgewählte europäische Produkte wie irisches Rind,

schottischer Lachs oder holländische Schokolade zum Sortiment. Besonders wichtig für Kunzmann: die Qualität. „Da machen wir keine Kompromisse“, sagt er. Das gilt auch für die Manufaktur, die seit 2019 Suppen, Saucen und Fonds für die Spitzengastronomie vorbereitet. Mit seiner modernen Frischelogsistik garantiert das Unternehmen eine deutschlandweite Lieferung innerhalb von 24 Stunden.

## MBG an der Seite

Die MBG Berlin-Brandenburg begleitet Havelland Express bereits seit 2003. „Es war immer eine gute Zusammenarbeit“, sagt Kunzmann. Auch in der aktuellen „stürmischen Phase“ habe die MBG ihm zur Seite gestanden. Mit einem neuen Webshop wollen Kunzmann und sein Team ab November den Kundenkreis weiter ausbauen. Auch Wachstumspläne für Polen gebe es, erzählt er. Insgesamt schaut Kunzmann zuversichtlich ins Jahr 2021. „Ich bin und bleibe Optimist.“



[www.havelland-express.de](http://www.havelland-express.de)

## Herausgeber:

Mittelständische Beteiligungsgesellschaft  
Berlin-Brandenburg GmbH  
Schwarzschildstr. 94  
14480 Potsdam  
Verantwortlich: K. Göbel, M. Maurer

## Redaktion und Gestaltung:

Publicious, Berlin, [www.publicious.de](http://www.publicious.de)

## Wie Sie uns erreichen:

...wenn sich Ihr Unternehmen in  
Berlin befindet:

Mittelständische Beteiligungsgesellschaft  
Berlin-Brandenburg GmbH  
Geschäftsstelle Berlin  
Franklinstr. 6, 10587 Berlin  
Telefon: 030/31 10 04-0  
Telefax: 030/31 10 04-55  
E-Mail: [berlin@mbg-bb.de](mailto:berlin@mbg-bb.de)

...wenn sich Ihr Unternehmen in  
Brandenburg befindet:

Mittelständische Beteiligungsgesellschaft  
Berlin-Brandenburg GmbH  
Schwarzschildstr. 94  
14480 Potsdam  
Tel.: 0331/649 63 0  
Fax: 0331/649 63 21  
E-Mail: [brandenburg@mbg-bb.de](mailto:brandenburg@mbg-bb.de)



> IDEE & KAPITAL: Havelland-Express Frischdienst GmbH, Berlin

> IMPRESSUM