

# Minutenbrot gibt's jetzt auch in China

Mit einer Brotbackmischung für die Mikrowelle fährt Lars Hampel mit seinem Unternehmen auf Wachstumskurs. In Düsseldorf hat es sein Produkt in den Supermarkt geschafft. Auch in Asien wird es gut verkauft.

VON JAN SCHÜRMANN

**RATH** Vor zwei Jahren gründete Lars Hampel sein Unternehmen mit der Marke „MindfulChoices“ in Rath. Mittlerweile gibt es sein erstes Produkt, das „Minutenbrot“, sogar in China zu kaufen.

Der 53-Jährige hat eine Brotbackmischung entwickelt, aus der zusammen mit ein wenig Wasser im Kaffeebecher nach nur drei Minuten in der Mikrowelle ein Brot entsteht. Vom Geschmack her ähnelt es einem Vollkornbrot.

Auf die Idee zum schnellen und frischen Brot kam Hampel auf seinen Dienstreisen. Vor seiner Zeit als Gründer war er bis 2017 als Geschäftsführer eines Lebensmittelunternehmens weltweit unterwegs, viel in Amerika und in Asien. „Was man in amerikanischen oder asiatischen Hotels als Brot angeboten bekommt, entspricht nicht wirklich dem, was wir als typisch deutsches Brot so lieben“, erzählt der 53-Jährige. Doch auch in Deutschland habe man ja selten wirklich frisches Brot zu Hause.

Das ist typisch für Gründer: Hampel hatte ein Problem erkannt – und an der Lösung gearbeitet. Er gründete ein Start-up, und nach rund einem Jahr und langer Probierphase war die Backmischung fürs „Minutenbrot“ schließlich fertig.

Gestartet ist Hampel mit zwei Varianten: „Lower Carb“ und „High Protein“. Beide Sorten haben einen sehr niedrigen Anteil an Kohlehydraten, bis zu 80 Prozent weniger



Lars Hampel seinen Dosen voll mit Backmischung für Minutenbrot. Das gibt es jetzt zum Beispiel bei Edeka Zurheide.

FOTO: ANDREAS BRETZ

als herkömmliche Vollkornbrote. Im Sortiment ist darüber hinaus eine dritte, glutenfreie Brotsorte. Angeboten wird die Mischung für die Mikrowelle in einer 80-Gramm-Tüte oder in einer 480 Gramm-Dose. Aus der Tüte entsteht ein Brot, die Dose reicht für bis zu sechs Brote. Seine Zutaten bezieht Hampel aus deutschem bzw. europäischem Anbau. Exotische Zutaten wie Chiasamen oder Goji-Beeren kommen vorwiegend aus Südamerika.

Seit Juni gibt es das „Minutenbrot“ online in Deutschland und seit Juli sogar in China zu kaufen, wie Hampel mitteilt. „Aus meiner früheren beruflichen Zeit habe ich eine Affinität zu Asien“, erklärt er. Und mithilfe von Social-Media-Marketing und Influencern verkaufte sich sein „Minutenbrot“ online in Asien sehr gut, so der Düsseldorfer: „Die Chinesen schätzen die Natürlichkeit und die vielen nahrhaften Zutaten. Auch in China steht in jeder Büroküche eine Mikrowelle.“ Und die Zahlen zeigen: Das „Minutenbrot“ kommt gut an. Seit Juni hat der Gründer mehr als 20.000 Dosen und über 15.000 Tüten verkauft. Für 2021 plant Hampel einen Umsatz im unteren einstelligen Millionenbereich.

Aber der reine Verkauf übers Internet, wenn auch sogar in Asien, reicht Hampel nicht. Der Gründer wusste, er muss mit seinem „Minutenbrot“ auch ins Lebensmittelregal der Supermärkte. Doch der Weg dahin ist nicht einfach: Start-ups müssen häufig deutlich mehr tun, um die Aufmerksamkeit der Händ-

ler und Kunden zu bekommen, als am Markt bereits etablierte Marken. Deshalb hat Hampel zunächst viel Arbeit in die Online-Präsenz seines Produktes gesteckt und Produktvideos gedreht, Social-Media-Werbung für den Online-Verkauf betrieben sowie sein Produkt auf vielen Veranstaltungen vorgestellt. „Daraus ergaben sich nach und nach viele wichtige Kontakte“, erzählt Hampel. Mit Erfolg: Seit ein paar Wochen gibt es das Brot für die Mikrowelle unter anderem bei Edeka Zurheide und weiteren großen Handelsketten, auch überregional.

Neben dem deutschen und asiatischen Markt plant Hampel eine Expansion seines „Minutenbrots“ für Länder wie Österreich und Schweiz. Der Gründer will aber auch den Schritt über den großen Teich wagen: „Das Konsumverhalten von Amerikanern kommt dem „Minutenbrot“ sehr entgegen: schnell für „to go“ noch ein frisches Brot machen.“

Hampel möchte darüber hinaus über klassische Social-Media-Kanäle Rezepte und Verzehrerschläge für sein „Minutenbrot“ anbieten. Aber bei dem schnellen Brot soll es nicht bleiben. Mehrere „Minuten“-Produkte soll es in Zukunft geben, die mal eben in der Mikrowelle zubereitet werden können. So ist etwa für das Frühjahr 2021 ein Minutenkuchen geplant. In der Entstehung sind auch Brotbackmischungen für eine Zubereitung in einer Küchenmaschine oder im Brotbackautomaten.