

Apfelwein statt Berliner Weiße

Hessische Keltereien haben den Markt in der Bundeshauptstadt für sich entdeckt / Hipper Stoff für Kneipen und Bars

Die großen Apfelwein-Hersteller verkaufen das Nationalgetränk der Hessen seit Jahren auch in der Hauptstadt: Höhl und Possmann seit den 60er und 70er Jahren, Heil seit 2006. Der Apfelwein hat in Berlin eine Chance, sagen Konsumenten und Wirte.



Vom Bembel ins Gerippte (FR)

Berlin / Frankfurt a.M. - Als Deutschland im vergangenen Sommer im Fußballfieber lag, gab es auch in Berlins Mitte eine Anlaufstelle für hessische Medizin - und zwar im Sanatorium 23. Hinter dem Namen steckt eine trendig möblierte Kneipe, die damals im Sommer wie heute im nass-grauen Winter kalten "Fichtekranz" ausschenkt. "Fichtekranz" - das ist der sauer gespritzte Apfelwein mit grellgrünem oder wahlweise orangefarbenem Etikett aus dem Haus Heil im hessischen Laubus-Eschbach. Abgefüllt in 0,25 Liter-Fläschchen, liefern die Brüder Martin und Christof Heil seit April 2006 ihr gemischtes Stöffsche an die Spree.

Test während der Fußball-WM

"Wir dachten, das sei eine Ergänzung zu Berliner Weiße und Radler", sagt Martin Heil, in der Familienkelterei für Management und Marketing zuständig, und fügt mit einem Grinsen hinzu: "Ich glaube nicht, dass die Berliner Brauereien nun zittern werden". Heil hatte mit dem "Fichtekranz" ein Produkt gefunden, das über den Standard-Apfelwein hinausgeht und somit nicht die Konkurrenz zu den Produkten der Keltereien Höhl und Possmann fürchten muss.

300 Berliner Kneipen und Cafés hatte eine Werbeagentur vorab im März vergangenen Jahres besucht, erzählt Martin Heil. 60 Barbesitzer hätten schließlich den Süß- und Sauergespritzten während der Fußball-Weltmeisterschaft über den Tresen gereicht. Heute fährt ein Logistikunternehmen rund 2000 Flaschen "Fichtekranz" pro Monat in die Hauptstadt. Und auf der diesjährigen Grünen Woche in Berlin wurden 500 Liter Apfelwein ausgeschenkt.

Johanna Höhls Vater Rudolf war es, der den "Blauen Bock" in der Flasche nach Berlin brachte - und das 1963 schon. Nicht etwa kleine Gaststätten oder Bars sind heute der Abnehmer des

Hochstädter Produkts. In 250 Berliner Getränkemärkten seien "Blauer Bock", "Alter Hochstädter" und "Schoppepetzer" zu finden, sagt Firmeninhaberin Johanna Höhl. Gemischtes gebe es aus dem Hause Höhl in Berlin nicht. Allerdings sei das Geschäft an der Spree vor 20 Jahren um einiges lukrativer gewesen als es heute ist. Damals seien rund 150 000 Liter Apfelwein in Berlin vertrieben worden. "Unser Getränk war wesentlich billiger als Traubenwein", erklärt Höhl. Mit der Einstellung der Fernsehsendung "Blauer Bock" (1987), die dem Höhler Getränk seinen Namen entliehen hatte, sei der Absatz nach und nach zurückgegangen. Heute verkauft das Familienunternehmen noch 60 000 Liter. "Es gibt mittlerweile so viele Alternativen, den Durst zu löschen", meint Höhl. "Da ist Berlin dem Ebbelwoi ein bisschen untreu geworden."

Die Firma Possmann ist in diesem Jahr mit seinem "Big Äppler" auf die Grüne Woche nach Berlin gereist. Mit dem Engagement auf der Ausstellung der Ernährungswirtschaft wollen die Frankfurter vor allem ein junges Publikum in der Hauptstadt ansprechen. Der Getränkemarkt an der Spree bietet auch für Possmann schon seit Jahren ein Geschäft. Mitte der 70er Jahre, erzählt Possmann-Verkaufsleiter Helmut Hüther, sei das Unternehmen bei der Berliner Lebensmittelkette Reichels eingestiegen.

Für 2006 listete die Frankfurter Kelterei 75 000 verkaufte Stöffsche-Liter an der Spree. Das seien 4,5 Prozent weniger Umsatz als im Vorjahr. Insgesamt spricht Hüther von 49 Restaurants, in denen Possmann ausgeschenkt würde. Darunter seien im Sommer Gartenwirtschaften mit 400 bis 500 Sitzplätzen - "wie bei uns in Frankfurt".

Im hippen Berliner "FC Magnet", einer Bar im Stadtteil Mitte, hat Inhaber Andreas Sürken sofort den "Fichtekranz" ins Herz geschlossen. "Die sympathische Größe, eine schöne Flasche mit modernem Layout - das passt zu uns." Drum steht das hessische Gemisch seit Mai vergangenen Jahres auf seiner Getränkekarte. Und die Kundschaft trinkt mit Genuss, im Sommer wie im Winter. "Viele waren anfangs neugierig, wollten wissen, was das sei und ob wir nun 'ne Hessenkneipen werden", erzählt Sürken.

Medizin gegen das Heimweh

Diejenigen Abgeordneten, die hin und wieder das Fernweh packt, bekommen in der hessischen Landesvertretung an der Spree Höhls Apfelwein - "als einzigen Apfelwein" dort, wie Johanna Höhl betont. Auch in der "Loretta" am Wannsee, in der "Waldohreule" und bei "Pomp duck & circumstances" werde das hessische Nationalgetränk im Gerippten gereicht.

Was alle drei Apfelwein-Anbieter an der Spree eint: Ihr Getränk kostet mehr als in Hessen. Johanna Höhl verlangt für die Literflasche zwischen 1,79 und 1,89 Euro (in Hessen 1,39 Euro bis 1,49 Euro), Possmann kostet pro Kasten ein Euro mehr als in seiner Heimat und der "Fichtekranz" geht für 2,20 Euro bis 3,50 Euro (in Hessen 1,70 Euro bis 1,80 Euro) über die Theke.

Im Sanatorium 23 in Berlin-Friedrichshain kostet die Medizin aus der hessischen Ferne 2,80 Euro. "Das ist für mich eine perfekte Alternative zu Sekt und Bier und das mit einem niedrigen Alkoholgehalt", sagt Bargut-Einkäuferin Laura von Berswordt. Nicht nur für sie: Viele ihre Gäste seien Hessen. "Die fachsimpeln dann hier über ihren Ebbelwoi, ob nun süß oder sauer gespritzt der bessere ist." *Jana Schulze*

[document info]

Copyright © FR online 2007

Dokument erstellt am 12.02.2007 um 16:48:02 Uhr

Letzte Änderung am 12.02.2007 um 18:18:56 Uhr

Erscheinungsdatum 13.02.2007