AZ. 27.06.2014

Veganer Riesling-Mix in 0,33er-Flasche

RIESLING-SCHORLE Studenten Daniel Kulla und Johannes Weise wollen sich mit neuem Wein-Getränk deutschlandweit am Markt etablieren

Von Steffen Nagel

NACKENHEIM. Weinschorle in Flaschen? Und dann auch noch vegan? Was zunächst verwunderlich klingen mag, ist seit geraumer Zeit Realität. Unter dem ulkig-ungewöhnlichen Namen „Schlükk" haben die beiden Studenten Johannes Weise und Daniel Kulla jüngst ein neues Produkt auf den Markt gebracht, das – geht es nach den beiden 26-Jährigen – künftig zum Kultgetränk unter jungen Leuten avancieren könnte.

» Wir mussten zahlreiche Regularien einhalten, haben uns überall reingelesen. «

DANIEL KULLA, Jung-Unternehmer



Daniel Kulla (links) und Johannes Weise und ihre vegane Riesling-Schorle mit dem schrägen Titel „Schlükk". Foto: hbz/Michael Bahr

Ganz klassisch aus Riesling und Wasser besteht die in 0,33-Liter-Flaschen gefüllte Schorle, der Wein wurde zudem ohne die unter Winzern durchaus verbreitete Methode, tierische Gelatine zur Klärung zu verwenden, hergestellt. Kein unüberlegtes Konzept, ist doch vegan derzeit voll im Trend. „Wir wollten damit das Bewusstsein schärfen, dass bei vielen Produkten tierische Stoffe verwendet werden, ohne dass man das weiß. Gerade bei Wein ist das jedoch nicht nötig, weil es alternative Methoden gibt", erklärt Johannes Weise, der selbst Vegetarier ist.

Mitte des letzten Jahres kam den beiden Freunden, die sich in der fünften Klasse auf dem Oppenheimer Katharinengymnasium kennenlernten und in der Vergangenheit beim gemeinsamen Abhängen schon so manche – mal mehr, mal weniger sinnvolle – Geschäftsidee ausgetüfelt haben, die Idee zu „Schlükk". Immer wieder sei beim gemeinsamen Diskothek-Besuch aufgefallen, dass dort zwar Bier in Flaschen, Schorle jedoch in großen Bechern verkauft werde, Verschütt-Gefahr und Unhandlichkeit inklusive. Auch schmecke Weinschorle überall anders, sagt Kulla. Etwas Einheitliches, typisch Rheinhessisches, mit Wiedererkennungswert, sollte es sein, waren die beiden jungen Männer überzeugt.

Die Recherchearbeit begann. Kontakte zu diversen regionalen Bio-Winzern wurden hergestellt, mit einem davon schnell Einigkeit erzielt, auch ein Abfüller für das neue Produkt gefunden. Ein kleines Büro wurde in Nackenheim eingerichtet. Auf der Pro-Wein-Messe in Düsseldorf ließen sich der Student für Wirtschaftsingenieurwesen Weise und International Management-Student Kulla weiter inspirieren und holten zudem mit Leonie Schmidt eine Design-Studentin der FH Mainz ins Boot, die sich um das äußerliche Erscheinungsbild der neuen Marke kümmerte. „Wir mussten zahlreiche Regularien einhalten, haben uns überall reingelesen", erklärt Daniel Kulla. Zigmal habe man das Etikett ändern müssen, bis allen Vorgaben, darunter etwa auch die Schriftgröße der Alkoholangabe, zu 100 Prozent entsprochen war.

Dann die Geschmacksprobe: Mithilfe einer Sprudler-Maschine wurden diverse Mischungsverhältnisse getestet, von lieblich bis trocken reichte dabei die Weinpalette. „Wir haben uns teilweise schon vormittags getroffen und angefangen, Weinschorle zu probieren", erinnert sich Daniel Kulla lachend. Die Wahl fiel schließlich auf die halbtrockene Riesling-Variante.

Im Januar wurde eine GbR gegründet, im April folgte die erste Abfüllung, testweise in einer Stückzahl von 1000 Flaschen. Die Feuerprobe dann beim Semestereröffnungsfest an der Mainzer Uni. „Da haben wir direkt 400 Flaschen verkauft", freut sich Johannes Weise über den gelungenen Start. Ende Mai wurde erneut abgefüllt, diesmal in deutlich höherer Stückzahl. Mittlerweile ist „Schlükk" in Online-Shops, Kiosken, diversen Bioläden und in den Programmkinos Capitol und Palatin in Mainz erhältlich, auch in Nierstein können Interessierte das Produkt erwerben. Zudem stehe man derzeit in Verhandlungen mit größeren Bio-Ketten, sagt Weise. Das klare Ziel: deutschlandweite Vermarktung.

Name bereitet Probleme

Große Probleme habe die Namensfindung bereitet. „Dafür haben wir fast länger gebraucht als für alles andere." Stundenlang saßen die beiden jungen Männer zusammen und überlegten sich kreative wie einprägsame Titel für ihr neues Produkt. Selbst schwedische Wörterbücher sollen durchblättert worden sein. Schließlich fiel die Wahl auf eine Kombination aus „Schluck" und „Glück", kurz: „Schlükk."

Auch wenn Weise und Kulla ihr neues „Baby" derzeit nur als Projekt neben dem Studium begreifen, scheint die Kreativmühle in den Köpfen der beiden Jung-Unternehmer bereits erneut zu mahlen. „Wir überlegen uns derzeit eine zweite Sorte", kündigt Johannes Weise bereits jetzt eine mögliche Ausweitung des Sortiments an.

www.schluekk.de