

BODENSEE COLA

DENK GLOBAL, TRINK LOKAL!



Mit so viel spontaner Zustimmung hat Geschäftsführer Clemens Fleischmann nicht gerechnet: Das Kundenlob für die neue „Randegger kola“ lautet fast einmütig „prima“ oder „hervorragend“. Sogar bei den Jungen kommt die braune Brause aus der Seeregion gut an: „Deine Kola schmeckt super!“, kommentierten jugendliche Tester. Vor wenigen Wochen erst hat die Randegger Ottilien-Quelle die neue koffeinhaltige Limonade in einer markanten 0,5-Liter-Flasche auf den Markt gebracht. Vom marktbeherrschenden „Mitbewerber“ grenzt man sich aber ganz gezielt ab, nicht nur im Geschmack, sondern auch im Namen und Aufmachung. Die Randegger kola schreibt sich mit kleinem „k“. Ledig-

Die Zeit war offensichtlich reif dafür: Fast zeitgleich entwickelten vier Hersteller in der Bodenseeregion eine eigene regionale Cola-Marke: Randegger kola, Gletscher Cola aus Ravensburg, goba Cola aus Gontenbad und Vivi Kola aus Eglisau. Trendbewusste Genießer können ihren Durst damit fast rund um den See mit einer Bodensee-Cola löschen – oft zuckerärmer (also freundlicher für Figur und Zähne) und überwiegend nachhaltig.

lich in Farbe und Koffeingehalt ähnelt sie dem Original.

Nicht alle Zutaten haben ihren Ursprung in der Region, aber zumindest die zweitwichtigste: das Wasser. „Es kommt hier vom Tiefbrunnen und ist ein sehr leichtes Wasser“, sagt Clemens Fleischmann, „das heißt, es hat wenig Natrium und nur etwa halb so viel Mineralstoffgehalt wie herkömmliches Mineralwasser, das mache die Randegger kola sehr harmonisch. Den aromatischen Cola-Grundstoff bezieht er – für jedermann transparent – von einem renommierten deutschen Hersteller für Getränkekonzentrate, der Firma WILD in Heidelberg, „ganz anders als Coca

Cola“, die Fleischmann für „anonym“ hält, weil man nicht weiß, wo diese produziert wird.

Auch bei ihrer „kola“ bleiben die Randegger ihrem Motto „natürlich regional“ treu. Sie wird hundertprozentig in der Seeregion produziert und bleibt auch dort. Versuchen wie Anfragen aus Berlin und anderswo widersteht Fleischmann: „Wir haben uns für kurze Wege entschieden und daran halten wir uns, sonst verlieren wir unsere Glaubwürdigkeit.“ Als Zeichen, dass man es ernst meint mit der Nachhaltigkeit, fließen 2 Cents für jede verkaufte Flasche Randegger kola in die Wasserstiftung (www.wasserstiftung.de), die für die Verbesserung in Entwicklungsländern sorgt. Auch darin unterscheiden sich die Randegger erfreulich vom Marktführer, wie im Mai in einem ARD-Beitrag über Coca Cola zu sehen war.

Dazu kommt der Preis: Randegger kola kostet deutlich weniger als das Original! Damit erfüllt der Hegauer Hersteller einen großen Wunsch der Getränkehändler, die eine Alternative zu der (Hoch-)Preispolitik des weltweiten Coca-Cola-Imperiums suchen. Bei den Abnehmern gibt sich Fleischmann dennoch erst einmal sehr vorsichtig: Bei den angepeilten 50 000 Flaschen für 2012 und 100 000 für 2013 denkt er in erster Linie an Vereine, Festveranstaltungen, Kantinen und Automaten.