

SAMSTAG, 4. AUGUST 2007 – REL

RANDNOTIZ

Keine Schnaps-Idee

VON CHRISTOPH B. STRÖHLE

Was laue Sommernächte, tropische Temperaturen, Fußball und gute Stimmung doch so alles hervorbringen können: Studenten der School of International Business (SIB) an der Hochschule Reutlingen haben sich im WM-Sommer 2006 in die Besenwirtschaft begeben – auf der Suche nach einem Thema für ihre Studienarbeit. Beim Stillen des Durstes kam ihnen die zündende Idee. Lässt sich nicht aus Most, dem schwäbischen Nationalgetränk, durch Zugabe von Fruchtsaft oder Aromen ein spritziges Mixgetränk entwickeln? Statt sinnend abzuwarten und Tee zu trinken, machten sich die Masterstudenten direkt ans Werk.

Ein Jahr später können sie Süffiges vorweisen, nämlich die Sorten »Apfel-Lemongrass«, »Cassis-Ginger« und »Limette-Minze«. Das Markgröninger Familienunternehmen Kumpf übernimmt Herstellung und Vertrieb der eigens dafür kreierten Marke »Mozzante«, die für »Most« und »frizzante« (fein perlend) steht. Der Name soll das passende »Mouthfeeling« (also den Gaumenkitzel) widerspiegeln und eine junge Zielgruppe zur Most-Renaissance animieren, erklären die Getränke-Tüftler. Schon die alten Kelten hätten die Vorzüge des alkoholhaltigen Getränks zu schätzen gewusst – warum also nicht auch die heutige, Bionade-verwöhnte Lifestyle-Community?

In der Reutlinger Mensa – bei der »Feuerzangenbowle« geschah dies noch am Katheder, und zwar mit Hei-



Stolz auf den Most-Mix: die SIB-Absolventen Stefan Baur, Jörg Streicher und Frank Pfeiffer (vorn, von links) mit den Kumpf-Geschäftsführern Eckart und Martin Kumpf. FOTO: PR

delbeerwein – haben die BWL-Studenten die Probe aufs Exempel gemacht: Stefan Baur, Jörg Streicher und Frank Pfeiffer – da ist er nun also, der berühmte »Pfeiffer mit drei F«. Anders als im Filmklassiker mit Heinz Rühmann galt hier allerdings nicht das Prinzip »aber jäder noor einen wönzigen Schlock«. Vielmehr war es an den Mensa-Nutzern selbst, zu entscheiden, ob sie den damals noch »Mozana« genannten Most-Mix-Prototyp kaufen oder nicht. Das Team der Mensa und das Studentenwerk Tübingen stellten unentgeltlich Platz im Kühlschrank bereit.

Dass dabei in zehn Tagen ohne viel Werbung achtzig Flaschen des Getränks über den Ladentisch gingen, hat die Macher ermutigt. Sie sind überzeugt, dass ihre Kreation zum Szene-Getränk mit Wellness-Touch taugt. Über angesäuselte Studenten an der Reutlinger Hochschule wurde indes nichts bekannt. Liegt's daran, dass der auf Fruchtsaftbasis hergestellte Trank mit 2,5 Prozent Alkoholgehalt nicht unter die Alkopops-Regelung fällt? Oder sind Exzesse, wie sie zu Pennälerzeiten offenbar üblich waren, schlichtweg vorbei? Schön, wenn's so wär'.