

- Anzeige - Das im Herbst 2020 in Mayen gegründete Limonaden Start-Up PalmBrause hat große Ziele

„Trinkend die Welt ein bisschen besser machen“

Innovation und Handarbeit: Junge Gründer produzieren in ihrer Heimat eine Limonade, die Bäume pflanzt



Freuen sich über ein neues „eifel“-Produkt: (v. l.) Elgine Meyer und Markus Pfeifer von der Regionalmarke Eifel GmbH sowie Tim Frevel, Sergej Graf und Leo Esser von der PalmBrause GmbH bei der symbolischen Übergabe des Qualitätslabels. Fotos: Roland Schäfges - www.myfoto24.eu

Mayen. Die heute jedem Kind bekannten Gründer der großen Technik-Unternehmen unserer Zeit machten es vor: Mit großen, neuartigen Visionen im Kopf gründeten sie, überzeugt von ihrer Idee, in noch recht jungen Jahren in der heimischen Garage ihre „Companys“. Dabei am Start meistens ein paar Kumpels von der Uni oder aus der Nachbarschaft. Diesen „romantischen Gemäuern“ entwuchsen diese Firmen aber meist recht bald, um den unaufhaltsamen Aufstieg zu einem Multi-Milliarden Konzern zu beginnen. So oder so ähnlich könnte man womöglich auch in einigen Jahren über die neue Limonadenmarke „PalmBrause“ berichten.

Zwar haben der 22-jährige Geschäftsführer Sergej Graf und seine Partner Betriebsleiter Tim Frevel und Marketing-Chef Leo Esser ihren eher familiär geführten Sechs-Personen-Betrieb nicht in einer Garage begründet, aber die vor Kurzem bezogene, übersichtliche Betriebshalle im Gewerbegebiet am Wasserturm in Mayen lässt solche – im besten Sinne gemeinten – Parallelen durchaus zu. In den hellen, funktional ausgestatteten Räumlichkeiten entsteht derzeit in absoluter Handarbeit das komplette Produktportfolio mit den prickelnd-fruchtigen Sorten „Pineapple with Lemon“, „Melonmix with Lemon“ und „Blueberry with Lime“.

Dorthin luden die sympathischen Jungunternehmer in der vergangenen Woche die versammelte regionale Presse zu einer corona-konformen Verköstigung und Werksführung ein. Dabei präsentierte das Führungstrio der neugierigen Journaille nicht nur ziemlich leckere, zucker- wie kalorienarme vegane Getränke mit exotischen Geschmacksrichtungen, sondern auch ein innovatives wie nachhaltiges Konzept im Bereich des Naturschutzes.

9 Cent pro Flasche für neue Bäume

„Die große, in unseren Augen innovative Idee ist es, den sogenannten ‚ökologischen Konsum‘ massentauglich zu machen, auch um der Industrie zu zeigen, dass es auch ohne Plastik und mit merklich weniger Zucker geht. Alleine der Zuckeranteil ist bei uns um bis zu 40 Prozent geringer als bei vergleichbaren Erfrischungsgetränken. Ganz ohne den Einsatz von Süß- oder Zuckeraustauschstoffen. Ohne Zusatzstoffe und Konservierungsmittel und mit Verwendung von natürlichen Inhaltsstoffen. Insgesamt bedeutet das alles mehr Aufwand und Liebe für das Produkt. Nehmen wir als Beispiel die führenden Hersteller in der Getränke-Industrie. Diese haben circa sieben Cent pro Flasche Herstellungskosten inklusive Abfüllung, Etikett und Zutaten et cetera. Wir stecken deutlich mehr in das Produkt und investieren zusätzlich auch rund 9 Cent pro Flasche in die Neupflanzung von Bäumen. Trotzdem können wir die Flasche für 1,29 Euro im Regal verkaufen“, erklärt der in der Getränke-Industrie ausgebildete Geschäftsführer aus Eich.

Ziel des umweltbewussten Unternehmens ist es, eine Million Bäume bis Ende 2022 anzupflanzen, um „trinkend die Welt ein bisschen besser zu machen.“ Dabei unterstützt man auch ein lokales Projekt, welches in Mayen bis zum Sommer eineinhalb Hektar bepflanzen will. „Aber auch in Kenia, Nepal oder Madagaskar forsten wir auf, in Kooperation mit ‚Eden Project‘, einer Non-Profit Naturschutzorganisation. Sprich in Regionen, wo leider viel zu viele Bäume gerodet wurden“, ergänzt Graf im Gespräch mit BLICK aktuell.

Für so ein Projekt, sagt Graf, brauche es „Mut, Erfahrung, Wissen und eine Idee. Das alles hatten wir bereits seit 2017. Also stellte sich irgendwann die Frage: Wieso macht man es nicht gleich?“ Dabei sei neben dem Umweltgedanken auch Fairness für die Gründer ein wichtiges Thema. „Wir wollen mit PalmBrause eine Neuerung schaffen. Bei uns ist niemand eine kleine Nummer. Wir wollen unseren Mitarbeitern – und ab Sommer hoffentlich auch einem Auszubildenden – ein tolles und harmonisches Klima bieten, was wir auch mit Aktionen leben. Wir füllen hier aktuell pro Stunde rund 600 Flaschen komplett per Hand ab. Das Team arbeitet dabei mit Geräten, die wir teils selbst entworfen oder grundlegend modifiziert haben. Die Arbeit ist wirklich sehr hart! Aber wir entlohnen dafür unsere Mitarbeiter auch vergleichbar gut und sehr fair.“

Verwurzelt in der Heimat

Kennengelernt haben sich der seit vier Jahren fertig ausgebildete Allrounder Graf, welcher für die Neugründung sogar seinen Werdegang zum Meister in der Getränketechnik abgebrochen hat, und sein aus Münstermaifeld kommender Betriebsleiter Tim Frevel auf der Berufsschule in Heilbronn. Marketing-Spezialist Leo Esser war da schon längst ein Freund von Sergej Graf, kommt er doch ebenfalls aus Eich.

„Der ausgewählte Standort symbolisiert für uns Heimatverbundenheit. Mayen ist Eifel, Mayen ist Heimat. Wir sind alle hier in der Region aufgewachsen. Wir sind hier verwurzelt und stolz auf unsere Heimat. Weswegen wir auch sehr glücklich darüber sind, direkt vom Start weg mit der namhaften ‚Regionalmarke Eifel GmbH‘ zusammenarbeiten zu dürfen. Wie man auf dem Etikett sieht, haben sie unsere Produkte mit ihrem etablierten Qualitätslabel geadelt.“

Ein veganes, fruchtiges Erfrischungsgetränk mit gutem Geschmack, was regional und fair von einem jungen Team produziert wird und dabei sogar die Umwelt im Blick hat: Das ist PalmBrause. Und wer weiß, wo die Reise für die im Oktober 2020 gegründete, kleine Firma aus der Eifel noch hingehet? Die ersten Rezepte wurden noch in der heimischen Küche erprobt und für gut befunden – die Gründung erinnert doch sehr an die Geschichten derjenigen heutigen Weltkonzerne, deren innovative Gründer nun jedes Kind kennt...