



Mölsch

Echt Mölsch: Frische für eine alte Marke

WAZ; 20. März 2009

Fünf Jung-Unternehmer beleben eine alte Marke frisch und zeitgemäß neu. Sie setzen dabei auf guten Geschmack und eine Portion Lokal-Patriotismus. Echt Mölsch.

Diese fünf Männer verbindet eine Mission: Zwei Betriebswirte, ein Wirtschaftsingenieur, ein Zahnarzt und ein Mathematik-Doktorand, alle zwischen 26 und 29 Jahre jung und allesamt Ex-Otto-Pankok-Schüler, sind angetreten, den lokalen Biermarkt aufzu-frischen. Mit „dezent, herber Spritzigkeit“, wie sie betonen.

Die Professionen lassen nicht unbedingt vermuten, dass sich das Quintett ums Brauereiwesen kümmert. Zumal die Mülheimer mit Pils, Alt und Kölsch bis vor einiger Zeit allein aus der Kunden-Perspektive zu tun hatten. Also vornehmlich vor der Theke. Und mit Mölsch schon gar nichts am Hut hatten. Das verschwand in den 90er Jahren mit der Berg-Brauerei aus den Kneipen der Region. Rund 150 Gaststätten wurden in Spitzenzeiten von den Manns mit ihren Berg-Bieren von der Boverstraße aus beliefert. An die Tradition will das Start-up-Unternehmen anknüpfen: als Mölsch GmbH & Co. KG – und natürlich mit dem entsprechenden Bier. Die alten Rechte am Schriftzug hat man erworben, den großen Rest komplett neu auf die Beine gestellt.

Echt Mölsch soll wieder fließen. Hell, obergärig, mit historischem Anspruch aber zeitgemäßem Auftritt. Das Ergebnis kann sich sehen und schmecken lassen: Extrem langhalsige, tiefgrüne 0,33-Liter-Flasche („wir haben eine Flasche genommen, die man gerne auf den Tisch stellt und die sonst keiner hat“, sagen die Mölsch-Macher), lindgrüner Kasten, ausgezeichnet designte Mölsch-Stange, bewährter Schriftzug in neuem Gewand, wenig Bitterstoffe. Bei Getränke Quattalbaum in Saarn wurde Donnerstag die erste Fuhre abgeliefert. Von dort aus soll Echt Mölsch seinen Durst-Lösch-Zug durch die Gemeinde starten. Sechs Gaststätten haben bereits geordert, ab Mai wird das Bier exklusiv vom Fass im Biergarten von Schloss Broich gezapft. Weitere Anfragen liegen vor, sogar aus Düsseldorf und Köln, wie die Jungunternehmer einigermaßen stolz betonen.



Mölsch

Bis zum perlenden Bier im Glas war es ein weiter Weg. Ausgangspunkt: Eine Freundestour ins Chiemgau, ein Ausflug ins „Inselbräu“ und die nachhaltige Erkenntnis: Wenn dort im Brauereiaussschank lokales Bier mundet, warum gibt es dann eigentlich kein Mölsch mehr?

„Eine bloße Kopie wäre Mölsch nicht gerecht geworden“ – und auch kaum möglich gewesen. „Dieselben Reinhefen, die damals verwendet wurden, sind heute ohne weiteres nicht mehr zu bekommen“, sagt Jonas Wanke, 26. Zudem sollte Mölsch nicht nur als Marke wiederbelebt, sondern „nach Möglichkeit besser gemacht werden.“ Über 800 Brauereien bundesweit wurden „kontaktiert“. Vormann in Hagen-Dahl, eine Privatbrauerei mit rund 5000 Hektolitern Ausstoß, bekam schließlich den Auftrag. Die besondere Querverbindung: Braumeister Christian Vormann absolvierte seine Lehre einst in Mülheim.

„Wir denken, wir können uns vom klassischen Pilscharakter differenzieren und eine Alternative anbieten. Gebraut wird ein frisches Bier, ohne Stabilisatoren. Wir verwenden nur Aromahopfen. Das trägt diese etwas edlere Note rein“, erklärt Wanke. Mit Wirtschaftsmathematiker Nicolas Vogelpoth, 27, ist er Geschäftsführer des jungen Unternehmens, das klar auf die lokale Karte setzt. „Wir glauben, dass Mülheimer an sich recht identitätsbewusste Bürger sind.“ Echt Mölsch bedient da buchstäblich auch den Lokal-Patriotismus.

Erstausschank in Saarn

Dienstag wurde das Bier in Hagen abgefüllt. Für Ute Quattelbaum steht nach dem ersten Probeglas fest: „Das wird mit Sicherheit auch von Frauen gerne getrunken.“ Auch die Brauerei-Familie Mann haben die Mölsch-Nachfolger bereits beliefert. Bei Quattelbaum an der Düsseldorfer Straße 9 wird am Samstag, 21. März, von 11 bis 20 Uhr in großer Runde gezapft, ab 13 Uhr mit Live-Musik.