

Lokalkolorit im Cola-Glas

Der Wipperfürther Christian Geiger entwarf ein kölsches Szenegerränk

Von ARND GAUDICH

WIPPERFÜRTH. Das alkoholfreie Getränk war eine Schnapsidee, sagt Christian Geiger. In einem Kölner Partykeller hatten der gebürtige Wipperfürther und zwei Freunde den genialen Einfall: Ein neues und vor allem profitables Getränk muss her! Das war vor drei Jahren. Mittlerweile hat die „Coelna“ einen

Bestsellerstatus erreicht. Die Fotografen wollten eine Alternative fürs Kölsch, die sich von den bekannten Erfrischungsgetränken abhob.

„Zuerst haben wir selbst etwas zusammengebraut“, berichtet Geiger. Die Drei nahmen handelsübliche Cola als Basis, mischten andere Aromen hinzu. Wir haben sogar mit Rhabarber experimentiert.“ Doch das Ergebnis war nicht wirklich genießbar. Mit Hilfe eines Getränkeproduzenten wurde im Herbst vergangenen Jahres eine Rezeptur entwickelt, die dem Geschmack der drei Kölner Freunde exakt entsprach.

WAS DRÄHT ZU DIESER SEITE
 Telefon: 0 22 67/6 57 00-0
 Fax: 0 22 67/40 63
 Web: wpl.rk-redaktion.de

Siegeszug durchs Rheinland angetreten. Und sogar im Bergischen wird die Kölner Cola bereits ausgeschenkt.

Geiger ist studierter Designer. Er besuchte das St.-Angela-Gymnasium in Wipperfürth, machte später in Bergisch Gladbach Abitur. Heute gestaltet er für einen Kölner Schulbuchverlag Mathe- oder Deutschbücher. „Mit Getränken hatte ich bisher nichts am Hut“, sagt der 35-Jährige. Das änderte sich an jenem Abend im Partykeller Geiger und seine beiden Freunde Stefan Breuer und Georg Pündsch ein Marketingleiter und ein Wer-

Gewürze von Koriander bis Ingwer

Die Coelna ist nicht so klarrig süß wie andere Cola-Getränke, meint Geiger. Ihnere Cola lässt die natürlichen Aromen besser zur Geltung kommen.“ Zu denen gehören Muskat, Ingwer, Vanille, Koriander und Extrakte der Kolonias. Der Mix kommt an. Auch weil Geiger das Getränk mit einer aufgedruckten Marketingstrategie präsentiert gemacht hat.

Der Designer entwarf ein Logo – mit eigener Schriftart und den Piktogrammen der



Auch Gastwirt Jonny Johnen (l.) schenkt „Coelna“ von Christian Geiger aus. (Foto: Schmitz)

zwei Demosorten und hübschender. Kohlenstare Schwarz und Hellblau sind die dominierenden Farben. Die Anmutung ist schlicht, edel und modern. „Die Coelna“ soll zwar Kölner Lokalkolorit ab-

bilden. Aber ich wollte mit dem Design nicht das kölsche Klischee in rot und weiss bedienen.“ Es klappte: Der Kronkorken in Cyan war bei Sammlern im Wildesloh heiß begehrt. Zum Sortiment gehören mit-

terweise auch eigene Gläser. Das Design kommt so gut an, dass sich sogar namhafte Werbeagenturen bei Geiger gemeldet haben. „Die fragten nach einer Zusammenarbeit.“ Seit Juni gibt's das Getränk

im Handel. Um das Coelna-Projekt zu finanzieren, holten die drei Erfinder Investoren mit ins Boot. Eine Brauerei füllt das Getränk ab. Und ein Vertrieb kümmert sich darum, die „Coelna“ an den Mann zu bringen. Für Geiger und seine Kollegen bleibt trotzdem genug Arbeit. Neben der Arbeit im Schulbuchverlag kümmern sich auch bis zu fünf Stunden täglich um „Coelna“.

Reich sind die drei Freunde mit der „Coelna“ nicht geworden. Zumindest noch nicht. Wenn wir das Zehnfache der jetzigen Menge verkaufen, könnte man vielleicht davon leben.“ Geiger arbeitet dran.

PROBIEREN

Auch im Bergischen gibt's die Coelna. So zum Beispiel bei „Getränke Gehrmann“ in Lindlar, bei „Joorn“ in Wipperfürth und bei „J&H“ in Engelskirchen.

Noch arbeiten Erfinder Christian Geiger und seine Kollegen daran, ihre Coelna auch in die Gasthäuser zu bringen. Ein Wirt hat die kölsche Cola bereits auf seine Getränkekarte genommen. Karsten Johnen betet die Coelna im „Alten Amtgericht“ an der Wipperfürther Marktstraße. (hg)