



WOSTOK

EINE NEUE LIMONADE EROBERT BERLINS SZENE

Wostok (0,33 Liter)

Herkunft: Deutschland

Hersteller: www.tannenwald.de

Vertrieb: Bezugsquellen sind über Baikal Getränke GmbH abzufragen

Preis: circa 2 Euro

Schon wenige Wochen, nachdem unsere Redaktion erstmals auf die neue Limonade Wostok hingewiesen worden war, tauchte sie bereits links und rechts in der Gastronomie im Umfeld unserer Kreuzberger Büroräume auf. Ein solches Tempo ist ungewöhnlich, buhlt doch mittlerweile eine ganze Reihe von Limonaden um die verfügbaren Fächer in den Kühlschränken von Kiosken, Cafés und Bars. Wostok scheint Schwung zu haben.

Ungewöhnlich ist auch das Etikett der neuen Kräuterlimonade, das nicht mit den üblichen farbigen Attributen von Frucht und Frische wirbt, sondern mit einer Frau mit Tannenzweiglein in der Hand, den Blick in die realsozialistische Ferne gerichtet. Mit seinen gedeckten Erdtönen und seiner sowjetromantischen Darstellung atmet Wostok Osten pur – und das ist durchaus gewollt.

Der Berliner Werbefotograf Joris van Velzen hat das früher als *Baikal* in Russland verkaufte Getränk aus der Vergessenheit geholt und unter möglichst originalgetreuer Rezeptur und neuem Namen nach Berlin verpflanzt. „In der Originalrezeptur waren ein paar Zutaten wie Johanneskraut, die in Deutschland nicht zugelassen sind. Das Originalprodukt war auch deutlich süßer“, beschreibt er den ungewöhnlichen Geschmack des Getränks. Seit Mai 2008 ist Joris' Traum von der eigenen Limonade nun Realität. Und während man die ersten 50 Listungen noch in Staubsaugervertreter-Manier erzielt habe, sei „mittlerweile offenbar eine kritische Masse erreicht, wo uns die Leute von selbst kontaktieren“. Jörg Schöpfel vom EastSeven Hostel, einer der neuen Wostok-Kunden, erklärt den Erfolg der Limonade auch damit, dass sie perfekt in die Berliner Umgebung passe: „Unsere Gäste sind junge Erwachsene aus aller Welt, die nach Berlin kommen, um zu feiern und in der angesagtesten Stadt Europas ein paar besondere Tage zu verbringen. Und dazu gehört halt eben auch Ost-West-Geschichte.“

Erste Listungen in Stuttgart und Düsseldorf zeigen allerdings, dass das Image und der ungewöhnliche Geschmack von Wostok auch außerhalb von Berlin ihren Charme entfalten. „Die großen Studentenstädte in Deutschland zu erobern, ist schon eine Ambition, aber wir rechnen damit, ein Nischenprodukt zu bleiben“, skizziert Joris van Velzen die Zukunft seiner Ost-Limo, die übrigens in einer kleinen, familiengeführten Apfelweinkelerei in Hessen abgefüllt wird. „Es muss aber Spaß bleiben, weil ich auch weiterhin auf meinem anderen Standbein stehen möchte. Ich habe keine großen Visionen von Lofts mit Schwimmbädern und einem Büro mit 80 Leuten.“

BEWERTUNGEN

„Erfrischend, in smarte Underground-Ostalgie verpackte Kräuter-Limonade zwischen Iced Tea und Cola.“
Goncalo de Sousa Monteiro, Admirals Bar, Berlin

●●●○

„Geht klar in die Richtung Szenepublikum, das sich absetzen möchte von der Masse. Eine kräuterlastige Kola-Limonade mit einem Hauch von Tee, die man aufgrund ihrer Süße eiskalt trinken sollte.“

Arnd Henning Heissen, Shochu Bar, Berlin

●●●○