

Frankreichs Zuckerwasser-König

Benoît Rième produziert in vierter Generation Limonaden, die ein grosses Comeback feiern und eine Sehnsucht stillen

VON CLAUDIA SCHMID (TEXT)
UND SEVERIN NOVACKI (FOTOS)

Wer Benoît Rième in seiner Fabrik im französischen Besançon besuchen möchte, kommt an der «Charlotte» nicht vorbei. So nennt man hier das obligatorische Schutzhäubchen, das der Chef, seine acht Mitarbeiter und die Gäste tragen müssen.

In der kleinen Manufaktur, wo die bekannte Limonade von Rième, La Mortuacienne, hergestellt wird, riecht es nach Zitrone. Ein Mitarbeiter kontrolliert mit einer Pipette in einem Kessel den Süssgehalt eines Zitronensirups. Der wird im Anschluss durch Schläuche gepumpt und mit Wasser und Kohlensäure versetzt. Jetzt wird das sprudelnde Getränk in Glasflaschen abgefüllt. Es klickert und klackert, wenn die vollen Flaschen auf dem Band durch die Produktionsstätte geschoben werden – bevor eine Maschine die Bügelverschlüsse zuklappt. Auf die Maschine ist Rième stolz. «Bis vor zehn Jahren haben wir jede Flasche von Hand geschlossen», sagt der Limomacher im Büro. Er zieht das Häubchen aus; zum Vorschein kommen graue Haare – was den 34-Jährigen um einiges älter erscheinen lässt.

Die grauen Haare sind vererbt, betont er. Geschäftliche Sorgen, die ihm graue Haare wachsen liessen, habe er nicht. Vier Millionen Flaschen verlassen jährlich die Fabrik – in schlechten Zeiten waren es nur 500 000. Abnehmerländer sind nicht nur Frankreich oder die Schweiz, sondern auch die USA, Kanada, Korea oder die Ukraine. «Nächstes Jahr», sagt Rième, «müssen wir vergrössern.»

Bauern produzierten ihren eigenen Schnaps und Sirup

Bis in die Siebzigerjahre wurde die Mortuacienne, die in vielen Ländern nur Rième heisst, weil sich der Name so schlecht aussprechen lässt, in Morteau am Doubs hergesellt. Die Gemeinde, eine Autostunde von Besançon und nur wenige Kilometer von der Schweizer Grenze entfernt, ist der Heimatort der Rièmes. Benoîts Urgrossvater Marcel hat hier 1921 eine Limo- und Sirupfabrik gegründet. «Es war eine Zeit, als jeder Bauer nicht nur



Benoît Rième mit «Charlotte» und seiner Mortuacienne; vollautomatische Limonade-Abfüllanlage (unten)

Neue und neu entdeckte Limonaden

LIMA

Eine neue, hausgemachte Schweizer Bio-Limonade aus Fällanden, die ohne Kohlensäure, Fruchtkonzentrate und mit wenig Zucker auskommt. Gibts auch mit Ingwer-geschmack. www.chaya.ch



BELVOIR FRUIT FARMS

Die britische Edellimomarkte gibt es seit den Siebzigern und wurde von einer Adelsfamilie gegründet. Früchte und Kräuter stammen aus eigenem Garten. Zu beziehen bei www.torquato.ch



FRITZ-LIMO

Die Limo, hervorgegangen aus der vor zehn Jahren lancierten Fritz-Cola, ist in ihrer Heimatstadt Hamburg ein Klassiker. Auch in der Schweiz wird sie immer beliebter. Zu beziehen über www.intercomestibles.ch



LURISIA

Basis der italienischen Limo Lurisia sind die Schalen der säurearmen Zitronen aus Amalfi, die seit Jahrhunderten angebaut werden und geschützt sind. Auch als Chinotto. Zu beziehen über Intercomestibles.



LA FIORENTINA

Die Gazosa Fiorentina aus dem bündnerischen Misox gehört zum kulinarischen Erbe der Schweiz. Sie ist verantwortlich für den Beginn des Limonaden-Trends in der Schweiz. www.gazosa.info



eigenen Schnaps, sondern auch Sirup und Limonade produzierte», sagt Benoît Rième. Als später in Frankreich eine Limonadefabrik nach der anderen schliessen musste, weil Coca-Cola die Macht übernahm, überlebte Rième. «Mein Opa sagte immer: Moden kommen und gehen. Wir bleiben.» So hat sich bis heute bei der Herstellung nicht viel geändert. Die Zitronen- oder Grapefruit-Aromen sind natürlich; das Zuckerwasser ist nicht vorgefertigt, sondern wird in der Fabrik angerührt. Doch warum feiert ein unspektakuläres Zuckerwasser Erfolg? «Es hat mit der Sehnsucht nach Nostalgie und regionalen Produkten zu tun. Limonade erinnert an Kindheit, Sonne, Ferien», sagt Rième. Diese Sehnsucht wurde bei seiner Kundschaft vor zwölf Jahren, als er die Fabrik übernahm, geweckt.

Bars können sich mit diversen Limos voneinander abheben

Er ist nicht der Einzige, der vom Comeback profitiert. Seit ein paar Jahren schmückt eine wachsende Anzahl von Sorten die Szenebars von Aarau bis Zürich. «Mit ausgewählten Limonaden kann sich eine Bar von der Konkurrenz abheben», sagt Thom Zürcher vom Getränkehandel Intercomestibles. Intercomestibles ist mitverantwortlich für den Boom der Limonade. Ende der Neunzigerjahre begann die Firma, Gastrobetriebe mit der damals wiederentdeckten Bündner Limonade Gazosa Fiorentina zu beliefern. Heute ist sie längst kein Geheimtipp mehr.

Nicht immer sind die Limonaden so alt wie Mortuacienne oder Fiorentina. Die Fritz-Limo aus Hamburg sieht retro aus, ist aber nicht mal zehn Jahre alt. Sie schmeckt nicht so süß wie ihre Konkurrenten, was neben der Verwendung von Bio-Zutaten oder dem Verzicht auf Kohlensäure ein weiterer Trend bei diesen Getränken ist. «Die Limo ist heute etwas Besonderes, dass man mit Genuss konsumiert – kein Billig-Durstlöcher», sagt Zürcher. Und Benoît Rième sagt: «Limonade ist wie Wein. Ich trinke sie bewusst und selten.» Kein Wunder, verkauft er in seinem Geschäft in Morteau nicht nur seine eigenen Limonaden, sondern auch regionale Weine. www.rieme-boissons.fr

Limo selbstermachen? Rezept auf <http://soz.li/x1zP>