



IHK

Regensburg

für Oberpfalz / Kelheim

Märkte
Unternehmen
Analysen
Meinungen

Wirtschaft konkret

A 12275 | 68. Jahrgang | März 2013

| **Peter Stadler**

Ein halbes
Jahrhundert
in Amberg

| **Dömges AG**

Gestalter zwischen
Denkmalschutz und
neuer Architektur

| **Weiden**

IHK-Gremium:
Bündnis für Bildung
und Innovation

| **Tschechien**

Schnaps-Idee
eines Apothekers
aus Karlsbad

Vorbilder

Frauen in Führung



www.ihk-regensburg.de



Was in die berühmte grüne Flasche kommt, das wissen bei Jan Becher nur zwei Leute. (Firmenfoto)

Karlsbads „13. Quelle“ heißt Becherovka

Schnaps-Ideen

Ein Apotheker aus Karlsbad kreierte zu Beginn des 19. Jahrhunderts gemeinsam mit einem englischen Kurgast den legendären Becherovka. Heute produziert der Spirituosenhersteller auch In-Getränke wie das Lemond. Den meisten Umsatz macht er noch immer mit dem Original.

von Beate Franck

Nur zwei Menschen kennen das Geheimnis für Karlsbads berühmtesten Likör: ein Techniker, der die Kräutermischung ansetzt und der Betriebsdirektor bei Jan Becher. Niemals dürfen sie gemeinsam unterwegs sein. Vladimír Darebník, seit sechs Jahren Firmenleiter und Gralshüter, nimmt diese Einschränkung gerne in Kauf. „Ich liebe Becherovka“, gesteht er freimütig ein. „Ich trinke ihn zu jeder Gelegenheit.“

„Das Echte bleibt“ – verspricht die Firma in ihrem Image-Film. Echt geblieben ist das Hauptprodukt des Karlsbader Spirituosen-Herstellers seit 1807. So weit zurück datiert die Produktion des goldgelben Kräuterbitters, den der Apotheker Josef Vitus Becher zwei Jahre vorher zusammen mit einem englischen Kurgast, dem Arzt Christian Frobrig, erfunden hatte. Obwohl Bezeichnung, Betriebseigentümer und Produktionsstandort

im Laufe der Zeit wechselten, blieb der Inhalt der grünen Flaschen stets unverändert. Über sieben Millionen Liter Spirituosen jährlich produziert heute die Aktiengesellschaft „Jan Becher – Karlovarská Becherovka“ im größten der westböhmischen Kurbäder. 80 Prozent davon entfallen auf den Original Becher-Bitter, tschechisch Becherovka. Den Rest teilen sich der Damen-Likör Cordial, der Aperitiv KV 14 und das Mix-Getränk Lemond. Lemond ist die jüngste „Schnaps-Idee“ aus Karlsbad. Der fruchtige Leichtdrink wurde 2008 auf den Geschmack junger Leute zugeschnitten. Das Original wird er nicht toppen. „Becherovka war, ist und wird unser größtes Standbein sein“, sagt der Betriebsdirektor.

Riesige Stahl tanks

Darebník leitet eine noch neue Fabrik im Karlsbader Stadtteil Bohatice. Im Juni 2010 ist man vom Stadtzentrum weggezogen, wo Josef Bechers Sohn und Nachfolger Johann (tschechisch Jan) 1876 eine Produktionsstätte zur Likörherstellung für den weltwei-

ten Absatz errichten ließ. In Bohatice entstand für rund vier Millionen Euro ein hochmoderner Betrieb, der sich laut Darebnik vor allem der Einhaltung höchster Sicherheitsstandards verpflichtet hat. Dies betrifft sowohl die 40 Mitarbeiter als auch den Umweltschutz. So gibt es unter anderem eine eigene Feuerlöschstation, deren zwei Pumpen je 13.000 Liter Wasser pro Minute ausstoßen können. 23 riesige Stahltanks mit je 50 Kubikmetern nehmen die Likör-Produktion auf.

60 Prozent des Ausstoßes verbleiben in Tschechien und der Slowakei. Der Rest wird in 38 Länder weltweit exportiert, etwa zehn Prozent nach Deutschland. Ein echter Global Player ist Jan Becher, seit 1998 Teil des französischen Konzerns Pernod Ricard, jedoch nicht. Einen kleinen Markt hat man sich in den USA aufgebaut, aus China nach einem erfolglosen Vorstoß wieder zurückgezogen.

Bis zu 50.000 Liter Spirituosen werden in Bohatice täglich hergestellt – die verschiedenen Marken parallel. Das Hauptprodukt benötigt allerdings einige Vorlaufzeit. Original Becherovka muss zwei bis drei Monate in Eichenfässern reifen, bevor er abgefüllt werden kann. An diesem Verfahren ist auch in der neuen Fabrikationshalle, die sich über 1.440 Quadratmeter erstreckt, nicht gerüttelt worden.

Bitterer Nachgeschmack

Das Echte bleibt, so will es die Firmenphilosophie. Da klingt es wie ein Paradox, dass sich ausgerechnet das „Unechte“ zum großen Stolperstein des Jahres 2012 auswuchs. Der Skandal um mit Methanol gepanschten Gift-Schnaps vom Schwarzmarkt, bei dem innerhalb von wenigen Tagen über 20 Menschen starben, hat auch Jan Becher mitgerissen. Die Prager Regierung verhängt als Reaktion ein striktes Verkaufsverbot harter Alkohole. Darunter fällt auch der 38-prozentige Becherovka. Knapp zwei Wochen muss der Karlsbader Vorzeige-Likör im vergangenen Herbst aus Läden und Kneipen verschwinden. Die Slowakei und Polen verfügen einen Importstopp für Spirituosen aus dem Nachbarland. In Karlsbad muss die Produktion an zwei Tagen in der Woche eingestellt werden. Eine Situation, die sich Vladimir Darebnik niemals hätte träumen lassen. „Wie hätten wir reagieren sollen?“, sagt er achselzuckend im Rückblick. Nichts Vergleichbares gibt es in der Firmengeschichte des Karlsbader Becher-Bitters, obwohl er durchaus bittere

Phasen erlebt hat. Jan Becher reagiert dennoch – mit einer pfiifigen Idee. Bei der Marke Lemond wird der Alkoholgehalt auf 19 Prozent gesenkt. Lemond unterläuft so das Verkaufsverbot um einen Prozentpunkt. „Diese Aktion hat uns sehr gute Resonanz in der Öffentlichkeit und eine große Solidarität unserer Kunden eingebracht“, schildert der Betriebsdirektor. „Die limitierte Auflage von rund 35.000 Litern war so erfolgreich, dass wir daran denken, sie zu wiederholen.“

Jan Becher reagiert aber auch mit Transparenz und Forderungen an die Politik. Zertifikate, Qualitätsstandards und Kontrollmechanismen werden veröffentlicht. Von der Prager Regierung verlangt der Spirituosen-Hersteller rechtskräftige strenge Regeln zur Unterbindung des Schwarzmarkts, der in Tschechien rund 20 Prozent des Alkoholverkaufs abdeckt. Es gebe Anzeichen, so Darebnik, dass die Stimmen der seriösen Schnaps-Produzenten auf Gehör stießen. Ein wenig versöhnt ihn das mit dem rigorosen Vorgehen, die Unbescholtenen in der Affäre mit den Giftpanschern über einen Kamm zu scheren. Dennoch sitzt der Schock nach dem Methanol-Skandal auch Monate später noch tief. Zwar hat die Polizei die Haupttäter schnell gefasst und etliche weitere illegale Nester ausgehoben. Doch ein Drittel des gepanschten Alkohols blieb unauffindbar. Noch immer gibt es Opfer. Bis Redaktionsschluss stieg die Zahl der Toten auf 40, mindestens zehn weitere starben in Polen.

Image geschädigt

Auf mehrere Millionen Kronen pro Tag schätzt Betriebsdirektor Darebnik die Umsatzeinbußen während des Alkoholstopps.

Wie viel als Totalverlust unterm Strich bleibe, hänge davon ab, in welchem Umfang sie Jan Becher wettmachen könne. Schadensersatz gegenüber Prag will man nicht geltend machen. Für Darebnik bleibt indes ein bitterer Nachgeschmack: „Das Image tschechischer Spirituosen ist beschädigt“, ist er überzeugt. Eine Schädigung, die auch bewusst betrieben worden sei. „Die Slowakei hat den Skandal als politische Waffe benutzt, um Tschechien schlecht zu machen“, nennt er als Beispiel. „Wir aber müssen nun unseren Kunden beweisen, dass unsere Produkte niemals kontaminiert waren.“

Darum bemüht sich in der ehemaligen alten Betriebsstätte im Stadtzentrum auch Jana, die Touristen durch das Jan Becher-Museum führt. Der Gebäude-Komplex, den der Karlsbader Großunternehmer Karl Holoubek übernommen hat, präsentiert sich seit 2012 neu renoviert. Er enthält außerdem Restaurant, Cafeteria, Delikatessen- und Spirituosen-Shops sowie eine Brauerei. Nach den Plänen Holoubeks soll später noch ein Schnaps- und Bier-Wellnessbad dazu kommen. Jana, die über die Historie der „13. Quelle“, wie Becherovka in Karlsbad mit Ehrennamen heißt, aufklärt, preist deren Wirkung auf die Gesundheit. „Die letzte Besitzerin aus der Familie, Hedda Baier-Becher, trank jeden Tag ein Gläschen Becherovka“, erzählt sie. „Sie wurde 93 Jahre alt, man sagt, wegen der 13. Quelle.“

Vladimir Darebnik, gerade mal 50, folgt dieser Tradition – wenn auch nicht jeden Tag. Und vermutlich wird der Kräuter-Bitter bei ihm auch gegen den Ärger geholfen haben, sagt man ihm doch ebenfalls nach, für gute Laune zu sorgen. ■

Er kennt das Geheimnis der 13. Quelle: Vladimir Darebnik, Betriebsdirektor von Jan Becher in Karlsbad (Foto: Beate Franck)

