

BERENTZEN | DER FRUCHTLIKÖR

Berentzen Wie kommt eine Idee in aller Munde? „It was invented in Germany in the 1970's“, fasst kurz und knapp ein internationales Barkeeper-Lexikon die Geschichte vom Berentzen Apfel zusammen. Um genau zu sein: 1976 war es, und der Apfel fiel nicht weit vom Stamm: Mit dem „Apfel“ (damals noch Apfeln) erfand Berentzen eine neuartige Trendsprituose, die rasch große Beliebtheit erlangte.

Die kreative Likör-idee der beiden Brüder Friedrich und Hans Berentzen entwickelte sich bis heute zu einer Spirituose, die vielen Mündern gut schmeckt und seit Jahrzehnten gern getrunken wird. Mittlerweile sind über 300.000.000 Flaschen abgesetzt.

Das überrascht nicht, schließlich wurde mit dem Berentzen Apfel in Deutschland erstmals eine „Convenience Spirituose“ angeboten. Mit dem Aushängeschild des beliebten Apfels, verbunden mit einem breit gefächerten Angebot auch nicht alkoholischer Getränke, erwirtschaftet die Berentzen-Gruppe heute knapp 400 Millionen Euro und beschäftigt rund 700 Mitarbeiter.

Die gute Wasserqualität zwischen Ostfriesland und Münsterland muss 1758 dazu geführt haben, in Haselünne, einer verschlafenen Stadt im Emsland, den Grundstein zur Erfolgsgeschichte des Unternehmens zu legen. Von Haus aus eigentlich Schmied wie sein Vater, betrieb Johann Bernhard Berentzen neben der Eisenschmiede eine kleine Brennerei. Im Emsland trank man den „Kloaren“ oder den „Strohgelben“, beides Kornschnaps von wasserheller Farbe.

Was für Berentzen anfangs eine Tätigkeit aus Spaß an der Freude gewesen war, entwickelte sich bald zur Basis eines tragfähigen Unternehmens. Die Geschäfte liefen gut, Berentzen wuchs, und schon in der Gründerzeit standen umfangreiche Erneuerungen und Veränderungen vor der Tür. Angestellte konnten nach einem geregelten Acht-Stunden-Tag die Firma verlassen, Frauen erhielten das Wahlrecht und Berentzen wurde zur GmbH.

Ende der Nachkriegszeit entschließt sich Berentzen, neben Branntwein auch alkoholfreie Getränke mit ins Angebot auf-

zunehmen. Die dafür gegründete Emsland-Getränke GmbH erwirbt 1960 die Pepsi-Cola-Konzession.

Vom einstigen lokalen Kornbrenner Haselünnes reicht heute der Vertrieb bis weit in die Welt hinaus. Durch die Fusion mit der Weinbrennerei Pabst & Richarz entstand in den achtziger Jahren die heutige Berentzen-Gruppe. Man integrierte, nach einer konsequenten Strategie des Wachstums, große Marken wie Doornkaat, Puschkin, Bommerlunder und viele weitere in das Unternehmen. 1994 wagte man den Gang an die Börse und belegt heute eine führende Position in der Branche.

Mit dem Aufbruch in das einundzwanzigste Jahrhundert fand auch Berentzen neue Wege zu seinen Kunden. Relaunch, wie es so schön in der Werbesprache heißt, Erneuerung stand vor der Tür in Haselünne, auch heute noch Sitz des Vorstandes. Die Dachmarke bekam ein neues Aussehen, frischer und dynamischer sollte sie jetzt wirken. Basis der weltweiten Beliebtheit von Berentzen Apfel waren und sind hervorragende Zutaten. Aromatischer Saft aus ausgewählten, vollreifen Früchten und die milde Kraft sorgfältig gebrannten Weizens garantieren unverfälschten Genuss und verlässliche Markenqualität, der ein innovatives Herstellungs- und Abfüllverfahren nachhaltige Fruchtigkeit, Ausdruckskraft und besonders dauerhafte Frische verleiht, wie wissenschaftliche Gutachten des renommierten Münchener asap®-Instituts bestätigten.

Das Publikum dankt es, nicht zuletzt auch wegen der Innovationen, die von der Unternehmensgruppe ausgehen. So bekommt man zum Beispiel den „Winter-Apfel“ nur zwischen Oktober und Dezember eines jeden Jahres. Die weltweit erste Saisonsprituose hatte somit ihren Weg in den Markt gefunden.

Wer nun Lust verspürt, sich aufzumachen, um den Abend in geselliger Runde zu verbringen, dem sei schnell noch Folgendes gesagt: „Ein Trinkgefäß sobald es leer, macht keine rechte Freude mehr.“ Wilhelm Busch formulierte diese schlichte Feststellung. Gut möglich, dass er dabei an „Berentzen Apfel“ gedacht hat.



Firmenname
Berentzen-Gruppe AG

Klassiker
Berentzen Apfel

Gründung
1758 in Haselünne

Erfinder
Friedrich &
Dr. Hans Berentzen

Bekanntheit
86 %

Vertrieb
weltweit