

„Alle sind verrückt nach der Einhorn-Limo“

Große Nachfrage: Die 14-jährige Clara Liebhart entwickelt in der Brauerei ihrer Eltern die Biobrause „Magic Unicorn“ und landet damit gleich in den Regalen großer Supermärkte. Der Trendforscher Mathias Haas lobt die Idee

VON EROL KAMISLI

Detmold. Pink sollte die Limo sein, in eine schlichte Flasche samt Einhorn-Etikett abgefüllt werden und lecker schmecken – als die 14-jährige Clara Liebhart im Januar dieses Jahres ihren Eltern Vivien und Frank diesen Vorschlag unterbreitet, erntet sie ein ungläubiges Lächeln. Nur zwei Monate später ist ihr Traum von einer Einhorn-Limo, dem „Magic Unicorn“, wahr geworden. Mittlerweile haben große Supermärkte die Bio-Kirsch-Orangen-Limonade im Sortiment. „Es ist cool, wenn man die eigene Limo im Markt stehen sieht“, so die 14-Jährige, deren Eltern Vivien und Frank Liebhart die gleichnamige Privatbrauerei in Detmold führen.

In heimischen Gefilden, aber auch weit über Lippes Grenzen hinaus komme die Limo super an. „Alle sind verrückt nach der Einhorn-Limo“, berichtet Frank Liebhart. Natürlich habe die Brauerei auch vor Claras Idee schon Bio-Limonaden angeboten. Daher habe er zurückhaltend auf den Limoplan reagiert, den Clara ihm am Frühstückstisch serviert habe. „Ich habe mich hinter die Zeitung verkrochen und nur mit einem Ohr zugehört“, erinnert sich der 45-Jährige. Er sei sehr skeptisch gewesen, doch Clara habe nicht locker gelassen. Um seine Nerven zu schonen, habe er die „Leitsätze für Erfrischungsgetränke“ und die Bio-Statuten mit den Worten: „Dann mach doch!“ auf Claras Tisch gelegt.



Trendforscher: Mathias Haas.

FOTO: WEYHENMEYER



Limo am laufenden Band: Clara Liebhart freut sich, dass ihre Einhorn-Brause durch die Abfüllanlage läuft.

FOTO: GERSTENDORF-WELLE

Das war der Startschuss für den Teenager. An den Wochenenden fing sie in der Brauerei an zu tüfteln, dokumentierte akribisch, welche Mengen und Zutaten sie verwendete. „Die ersten Versuche gingen in die Hose, doch mit der Zeit wurde die Mischung immer genießbarer“, erinnert sich Clara.

Und dann, nach knapp sechs Wochen und vielen Experimenten im Getränkelabor, kam der große Geschmackstest – in der Jury saßen ihre Eltern und Schwester Anna. „Wir waren begeistert“, schwärmt Mama Vivien Liebhart und Frank Liebhart Daumen geht nach oben. Es wurde nicht lange überlegt, die pinkfarbene Bio-Limo musste auf den Markt. Auf die schlichte Flaschenform werden Claras Einhorn-Etikett mit dem Namen „Magic Unicorn“ geklebt. „Die Farbe kommt nur aus der Frucht. Da steckt keine Che-

mie drin“, betont die 14-Jährige und reiht die bunten Flaschen, die 99 Cent kosten, vor sich auf dem Tisch auf. Ihr Wunsch: „Magic Unicorn“ soll sich als Marke durchsetzen. Auch an weiteren Geschmacksrichtungen werde derzeit gearbeitet.

Doch Einhörner zieren nicht nur die Detmolder Limoflaschen, sondern auch Schokoladenverpackungen, Kaffeetassen,

Schlüsselanhänger und Fingernägel – sie sind meistens weiß, ihre Mähne ist pink, irgendwo um sie herum leuchten Regenbögen, Glitzer und Schmetterlinge – aber das bunte Fabelwesen erobert nicht nur die Kinderwelt. „Nichts und niemand ist mehr vor dem Einhorn sicher. Auch nicht die Accessoires längst erwachsener Frauen, die von geballter Niedlichkeit ebenfalls

nicht genug bekommen“, sagt Trendforscher Mathias Haas aus Stuttgart, der in der LZ-Reihe „Zukunftsperspektiven“ in Lippe referierte.

Doch woher kommt der Hype? Das Einhorn als Symbol für das Beste, das Reinste, das Schönste? „Ja“, bestätigt Haas. Dahinter stehe gesellschaftlich ein absolutes Sehnsuchtsfeld. Es gehe um die kindliche Naivität, Hoffnung haben zu können angesichts eines stressigen und komplizierten Alltags. „Das Einhorn symbolisiert die kindliche Freude an einem guten Ausgang der Geschichte – und danach sehnen sich alle Altersgruppen“, erklärt Haas.

Er glaube an den Erfolg der Limo. Clara habe einen guten Riecher bewiesen, den Trend erkannt und umgesetzt, lobt Haas die 14-Jährige. Dieses Beispiel zeige, dass Firmen viel öfter auf den Nachwuchs hören sollten.

„Magic Unicorn“ zu gewinnen

Die LZ und die Privatbrauerei Liebhart's verlosen zehnmal eine Kiste „Magic Unicorn“. Schreiben Sie uns unter dem Stichwort „Einhorn“ und unter Angabe Ihres Namens und Ihrer Anschrift per E-Mail an gewinnen@lz.de oder per frankierter Postkarte an Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co

KG, Ohmstr. 7, 32758 Detmold. Die Daten werden nur fürs Gewinnspiel verwendet. Einsendeschluss ist der 23. April. Unter den Einsendungen werden die Gewinner per Los ermittelt und benachrichtigt, die Namen werden in der LZ und auf LZ.de veröffentlicht. Rechtsweg ausgeschlossen.