

Mit Großmutter Rezept auf Erfolgskurs

Sebastian Dörnbach und Ole Löcherbach planen mit ihrem Likör schon den nächsten Coup

Von Mark Simon Wolf

Leimstruth. Wann der Hype um ihren „Rumbo“-Likör losging, wissen die beiden Jungunternehmer Ole Löcherbach und Sebastian Dörnbach nicht mehr ganz genau. „Das muss Ende 2012 gewesen sein“, erinnern sich die beiden besten Freunde dunkel. Und tatsächlich hatte unsere Zeitung seinerzeit auch erstmals darüber berichtet. Aber innerhalb eines halben Jahres hatte sich aus einer vagen Vorstellung eine konkrete Vision gebildet, deren rasanter Erfolg beispielhaft für das außerordentliche Engagement der zwei jungen Studenten ist.

Über die private Theke

Sprechen Löcherbach und Dörnbach über die Entwicklung ihres besonderen Fruchtlikörs, steht dieser Glanz in ihren Augen. Herzblut befeuert durch eine kleine Portion Stolz. Angefangen hat die „vage Vorstellung“ des „Rumbo-Likörs“ mit einem alten Rezept von Sebastian Dörnbachs Großmutter, dessen inhaltliches Potenzial schon damals im Jahr 2012 unerschöpflich schien. Nach ersten Gehversuchen im Familien- und Freundeskreis etablierte sich der 15-Prozent-Fruchtlikör in den Wittgensteiner Gaststätten sowie Getränkemärkten. Doch der Weg zum Erfolg führte zunächst über die „private Theke“: Dörnbach, der in Dresden Elektrotechnik studiert, nahm den rubinroten „Rumbo“ mit auf WG-Partys und erntete Bewunderung für seinen Zaubertrunk.

Unzählige Marketing-Ideen

Der Siegener Student Löcherbach tat es ihm im Siegerland gleich und fand ähnliche Zustimmung. Als im Jahr 2013 die Wittgensteiner bei den Schützenfesten auf den Geschmack kamen, wurde den Jungunternehmern langsam bewusst, vornehmlich langsam, die Möglichkeit sie standen. „Uns war klar, dass Rumbo eine unerschöpfliche Quelle an Marketingideen beinhaltet“, berichtet Löcherbach über die Erkenntnisse aus dem Sommer 2013.

Wie es wohl Steve Jobs bei Apple oder Larry Page bei Google erging, so öffneten sich bei Löcherbach und Dörnbach vor dem geistigen Auge unzählige Fenster: Ein neues Etikett wurde entwickelt, es zeigt ein marderartiges Tier, das aus einem Stro-



Sebastian Dörnbach (rechts) und Ole Löcherbach präsentierten hier stolz ihre Kreation, den Rumbo.

FOTO: MARK SIMON WOLF

„Wir blicken auf eine erfolgreiche Zeit zurück, in der unser Rumbo auf zahlreichen Schützenfesten hervorragend ankam und in großer Menge getrunken wurde.“

Ole Löcherbach und Sebastian Dörnbach, Jungunternehmer

halm den Rumbo-Likör probiert. Das Tier hat zwei Gesichter – für Männer nennt es sich „Rudi Rumbo“ und für Frauen hört es auf den Namen „Rita Rumbo“: „Es war eine spontane Idee, die uns auf Anhieb gefiel, aber insgesamt lassen wir uns lieber an dem messen, was drin ist“, so Dörnbach.

Das volle Programm

Basierend auf diesen Grundlagen kommt die Marketingmaschine im Herbst 2013 endgültig ins Rollen: Nun folgen T-Shirt, Pullover, Taschen und mehr – eben das volle Merchandise-Programm. Auch im Siegerland und Sauerland gewinnt

der Rumbo plötzlich an Popularität, obwohl das Kerngeschäft weiterhin in Wittgenstein stattfindet. Der Slogan „Frisch, fruchtig, frech – der Fruchtlikör, der auf der Zunge tanzt“ entsteht, und selbst in der Lüneburger Heide können Wanderer vom Wittgensteiner Wundermittel kosten. Doch trotz des rasanten Erfolges und den schier unbegrenzten Möglichkeiten steht über dem Rumbo-Geschäftskonzept eine eiserne Regel: Es wird nur das investiert, was eingenommen wurde. Die beiden Jungunternehmer denken marktwirtschaftlich, sehen keine Eile, ihre finanzielle Verantwortung aufs Spiel zu setzen.

Doch gegen Ende 2013 ist es ein für allemal vorbei mit der Zurückhaltung: Der Hype ist unaufhaltbar. Mit der kalten Jahreszeit gestalten die beiden Freunde ihre Marke „Rumbo“ flexibler und bringen neue Flaschen-Kreationen auf den Markt, professionell hergestellt von der Olper Schnapsbrennerei Kemper's. Neben den kleinen „Klopfen“ ist Rumbo auch in der Drei-Liter-Flasche sowie einer speziellen Herz-Flasche erhältlich. Auf Facebook laufen die Gewinnspiele an, verlost werden Rumbo-T-Shirts, Pullover, Flaschen. Insgesamt 484 Personen auf Facebook gefällt der ungewöhnliche Likör – aber das

Likör-Symposium auf der „Burg“

Immer neue Rezepte und Ideen für Weihnachten

Der Höhepunkt folgt Mitte Januar 2014, als Löcherbach und Dörnbach zum „Rumbo-Symposium“ in der „Luisenburg“ laden. Rund 320 Rumbo-Liebhaber strömen auf die Leimstruth und befördern die restlichen Bestände an 08/15-Schnäpsen in die Vergessenheit.

Und es entstehen neue Rezepturen: Rumbo-Likör mit Maracuja oder Cocktails mit Rumbo, Wodka,

Kokos-Sirup, Ananas- und Zitronensaft. Die Variationen wecken bei den Verkostern Lust auf weitere „Drinks“, der Ruf nach einem klassischen Rumbo-Mixgetränk für die Weihnachtsmärkte wird laut. Die beiden jungen Männer von der Leimstruth haben langsam ein feines Gespür entwickelt, wenn es um innovative Ideen rund um den Rumbo-Likör geht. msw

Ohne Farbstoffe oder Konservierungsmittel

■ Anders als herkömmliche Liköre beinhaltet Rumbo weder Farbstoffe noch Konservierungsmittel.

■ Die Qualität befindet sich nach wie vor auf Augenhöhe mit dem großmütterlichen Ursprungsgebräu.

■ Als weiteres Merkmal verwenden Ole und Sebastian einen extra angefertigten Jamaika-Rum, den es im deutschen Handel nicht zu kaufen gibt – und dem Geschmack seine Einzigartigkeit verleiht.

macht nur einen geringen Prozentsatz an jenen Leuten aus, bei denen der Rumbo schon einmal genüsslich auf der Zunge getanz hat.

So ist für den Winter 2014/15 die „Limited Edition“ eines „40-Prozent-Rumbo extrem“ in Planung. Diese Innovation lässt sich unter anderem durch die erfolgreiche Vermarktung auf den diversen Schützenfesten im Altkreis Wittgenstein finanzieren. „Wir blicken auf eine erfolgreiche Zeit zurück, in der unser Rumbo auf zahlreichen Schützenfesten hervorragend ankam und in großer Menge getrunken wurde“, freuen sich die Freunde.

„Rumbo-Extrem“

So wird die Vorbestellungsphase für den „Rumbo-Extrem“ in den kommenden Wochen anlaufen, was die Vorfreude der Jungunternehmer hinsichtlich der zweiten Jahreshälfte von 2014 und dem anstehenden Jahr 2015 nur noch verstärkt: „Das ist für uns natürlich ein unglaubliches Erlebnis, zu sehen, ob ein neues Produkt bei den Kunden Erfolg hat“, gibt Löcherbach zu. Hinzu kommt, dass die „Rita- und Rudi-Rumbo-Flaschen bald endlich von QR- und Strichcodes geschmückt werden.

Dann wäre die Tür für den großen Rumbo-Vertrieb endgültig offen, sind sich Löcherbach und Dörnbach sicher. Sie blicken sich an – und ihre Augen vermitteln wieder diesen visionären und ehrgeizigen Blick: „Der überregionale Hype kann kommen.“

Fahrt zum Halloween-Horror im Movie Park

Bad Berleburg. Die beliebte Fahrt zum Halloween-Event im Movie-Park Bottrop wird auch dieses Jahr von der Stadtjugendpflege Bad Berleburg angeboten. Die Tage werden kürzer, die Nächte länger und schon steht Halloween vor der Tür. Um Halloween und die Herbstferien einzuläuten, wird es am Samstag, 4. Oktober, um 11 Uhr mit dem Reisebus in den Movie-Park gehen.

Nachmittags können die Jugendlichen Action und Nervenkitzel in den Fahrgeschäften und Shows erleben. Und ab 18 Uhr kommen aus allen Ecken Monster, Hexen, Zombies sowie andere Gruselfiguren, die den Freizeitpark in eine spektakuläre Gruselshow verwandeln. Mutige ab 13 Jahren haben Gelegenheit, an dem gruseligen Event teilzunehmen. Die Fahrt kostet 25 Euro, Geschwister erhalten einen Rabatt und sind für nur 12,50 Euro dabei.

i Anmeldeformulare gibt es im Jugendcafé am Markt, im Rathaus und in den weiterführenden Schulen. Damit kann man sich montags und donnerstags von 16 bis 20 Uhr sowie mittwochs von 14 bis 18 Uhr im Jugendcafé anmelden. Noch Fragen? Julia Bade oder Kerstin Irmischer, ☎ 02751/4118-24, helfen weiter.

Lebensgefährlichen Radweg verlegen

Bad Berleburg. Die SPD-Fraktion möchte der Bad Berleburger Stadtverwaltung in der nächsten Bauausschusssitzung am ein Radweg-Alternative vorschlagen, die die gefährliche Engstelle an der Bundesstraße 480/Sauerlandstraße zwischen Kernstadt und Raumland entschärfen könnte. „Leider müssen wir feststellen, dass offenbar auch weiterhin nicht mit einer Realisierung des Ausbaus der B480 zwischen Raumland und der Kernstadt Bad Berleburg zu rechnen ist“, heißt es. Neben der extrem kritischen Situation für Pkw und Lkw bleibe es im Bereich des Eisenbahnviaduktes für Radfahrer bei der lebensgefährlichen Engstelle. Die SPD schlägt einen Trasse vor, die hinter der Ederbrücke zum Klärwerk Raumland direkt an den Ederauen-Radweg anknüpft und oberhalb des Raumländers Sportplatzes in Richtung Berliner Viertel führt.

Von der Hirtenbuche nach Osterholz

Bad Berleburg. Die SGV-Abteilung Bad Berleburg wandert am Sonntag, 21. September, von der Hirtenbuche über den Sassenkopf, Mittelkopf nach Osterholz und zurück zum Ausgangspunkt. Rucksackverpflegung wird empfohlen. Die Laufstrecke beträgt zirka 8 Kilometer. Treffpunkt ist um 13 Uhr an der Wandertafel Emil-Wolff-Straße.

Anmeldungen nimmt Klaus Folger, ☎ 02751-7469, entgegen.

Wanderung für Frauen

Bad Berleburg. Der Verein „Frühstückstreffen für Frauen in Deutschland“ lädt erneut zu einer unterhaltsamen Wanderung ein. Jede Frau, die Lust am Laufen hat, ist willkommen. Nach einer kurzen Besinnung gehen die Frauen in angepasstem Tempo zirka eine Stunde. Treffpunkt ist am Mittwoch, 17. September, um 18 Uhr, auf dem Hit-Parkplatz.

Nähere Information erteilt Doris Kassel, ☎ 02755-965477.

Seminar-Grundlage sind die Rezepte von Pfarrer Kneipp

Mentoren werden im Gesundheitszentrum Wittgenstein ausgebildet. Örtlicher Verein leistet vorbildliche Hilfestellung

Von Wolfgang Thiel

Bad Laasphe. Elf Teilnehmerinnen aus NRW und dem benachbarten Hessen haben die Abschlussprüfung der 50 Lerneinheiten und eine Woche umfassenden Weiterbildung zum Kneipp-Mentor SKA (Schwerpunkt Kneipp'sche Anwendungen) im Bad Laasphe Gesundheitszentrum Wittgenstein mit Bravour bestanden. Die Lehrgangsbegleitung lag in den Händen von Jutta Schlütter-Bossmann, die sich wie die Seminar teilnehmerinnen vom Ambiente der Unterrichtsstätte und der Lahnstadt begeistert zeigte.

Als Gastgeber gepunktet

Mit großem Erfolg war der heimische Kneipp-Verein und sein Vorsitzender Kurt-Manfred Schäfer bereits im März 2014 als Gastgeber der Tagung „Kneipp-Gesundheit für Kinder“ des Bildungswerks im Kneipp-Bund (Landesverband

NRW) aufgetreten. Jetzt fand relativ kurzfristig das zunächst in Arnsberg geplante Mentoren-Seminar im Gesundheitszentrum Wittgenstein statt und die Lahnstadt konnte wiederum punkten. Dabei beeindruckten besonders die im Gesundheitszentrum vorhandenen Kneipp-Einrichtungen sowie Unterstützung und Hilfestellung durch den Kneipp-Verein Bad Laasphe.

Didaktik und Methodik

„Wann findet man eine solche ideale Konstellation sonst bei unseren Lehrgängen und Ausbildungseinheiten?“, fragte Referentin Jutta Schlütter-Bossmann. Lehrgangsinhalte waren die Einführung in das Kneipp'sche Gesundheitsrezept, die Wirkung von Kneipp-Anwendungen, Reiz-Reaktion und Thermoregulation sowie Grundlagen von Didaktik und Methodik. Weitere Schwerpunkte in Theorie und praktischem Üben waren Bäder, Güsse,

„Kneipp ist einfach Spitze.“

Lehrgangsteilnehmer

Washungen, Wickel und Bürstenmassagen.

Das abschließende Plädoyer der Teilnehmerinnen für den Bad Wörischhofener Priester und Hydrotherapeuten konnte eindeutiger nicht ausfallen. „Kneipp ist einfach Spitze. Seine Anwendungen überstrapazieren keinen Geldbeutel, passen zu jeder Weltanschauung, zu jungen und alten Menschen und sind als Anti-Aging-Mittel kaum zu überbieten.“ Nach den guten Erfahrungen plant das Kneipp-Bildungswerk NRW für das kommende Jahr wieder einen Ausbildungsaufenthalt in der Lahnstadt. „Wir kommen gerne wieder“, verabschiedete sich Jutta Schlütter-Bossmann von Kurt-Manfred Schäfer.



Zufriedene Gesichter gab es nach der Prüfung zum „Kneipp-Mentor“ bei allen Teilnehmerinnen. Verabschiedet wurden sie von dem Vorsitzenden des Bad Laasphe Kneipp-Vereins, Kurt-Manfred Schäfer

FOTO: WOLFGANG THIEL