

GENIESTREICH MIT MIO MIO

# Mischen possible

Es gehört zu den Gesetzen der Mathematik\*. Wo weniger drin ist, passt noch was rein. Für Erstaunen auf den ersten Blick und Applaus aus der Clubszene im zweiten Schritt sorgt eine Idee, die so verrückt ist, dass sie nur funktionieren kann. Mio Mio füllt Flaschen nicht komplett, sondern lässt Platz für einen Schuss Spirituose.



Fertig fürs Ritual: Christian Baggeroer (l.) und Frederik Bergmann (r.) mit den neuen Mio Mio Flaschen für den Spirituosenusschuss

wurden eigene Etiketten entwickelt, die deutlich darauf hinweisen, dass diese Gebinde zum Auffüllen gedacht sind.

Die Vorteile sind klar: Keine Gläser, kein Spülen, keine Eiswürfel, keine Zitrusgarnitur – und der Ausschank ge-

Nachtgastronomie gab die Initialzündung. Mio Mio hat das Ritual gastronomisch weitergedacht. Der Spaßfaktor für den Gast bleibt.

Die Gastro-Offensive steht nun in den Startlöchern. Die Produktion der unterfüllten Flaschen läuft in der letzten Februarwoche an. Ein nationales Vertriebsteam unter Leitung von Christian Baggeroer steht für Listungsgespräche bereit. Zur Stärkung des Abverkaufs stehen gebrandete T-Shirts, Caps und klassische Accessoires zur Verfügung. Pünktuell sind auch Promotions möglich.

Text: Klaus Niester

**M**ate ist angesagt, Mategetränke erobern seit Jahren die urbane Szene und die, die sich ihr zugehörig fühlen. Gern wird dabei gemischt. Die Nachtschwärmer trinken kurz ab, dann wird mit einer Spirituose – meist Wodka – aufgefüllt. Das Ritual ist beliebt, hat aber Tücken, die die Berentzen-Tochter Vivaris nun mit der neuen Mio Mio Mische vergessen macht.

Christian „Baggi“ Baggeroer, der neue Vertriebsdirektor On Trade im Unternehmen, kennt die Probleme im Nightlife aus eigener Erfahrung. Im Münsterland hat er früher schon mehrere Clubs und Kneipen betrieben. Keine Frage für ihn: Die Ausgabe von Getränken muss schnell und einfach vonstatten gehen. Das erhöht den Umsatz.

Seine Idee klingt ebenso verrückt wie genial und wird nun tatsächlich umgesetzt. Die beliebtesten Mio Mio Sorten – 2013 war die Marke gestartet – erhalten zwei neue Familienmitglieder: Jeweils 0,275 Liter Mio Mio Cola Mische und Mio Mio Mate Mische werden in typische 0,33-l-Longneck-Flaschen gefüllt. Der Flaschenhals bleibt leer. Dafür

schiebt erheblich schneller. Mussten bislang vor allem die Mate-Flaschen vom Gast abgetrunken und dann an die Thekenkraft zum Auffüllen zurückgegeben werden, kann nun hinter der Bar die Flasche geöffnet und direkt mit der verlangten Spirituose versehen werden. In Coronazeiten übrigens auch ein Hygienevorteil, denn beim Abtrinken bleiben Speichelreste am Flaschenhals, die der aufgelegte Ausgießer sonst weiterverteilt.

Marathonläufer Baggeroer gab Gas und stellte das Konzept zusammen mit Frederik Bergmann, Leiter Marketing für Alkoholfreie Getränke bei der Berentzen-Gruppe, den Behörden, Gastronomen, Lieferanten und disco-magazin vor. Die Reaktionen waren überall gleich. Das erste Stirnrunzeln wich rasch echter Begeisterung. Vor allem die Resonanz aus der

**Start mit den Szenelieblingen: Mio Mio Cola und Mio Mio Mate mit absichtlich unterfüllten Longneck-Flaschen**



Foto: Berentzen-Gruppe (2), Niester

\* auf das H in der Suppe bzw. im Wort verzichten wir aus thematischem Grund