

Trend | **Renaissance des Wacholders**

Es ist noch nicht lange her, da galt Gin als angestaubtestes Getränk der Welt. In den letzten Jahren ist eine Kultspirituose daraus geworden.

Wolfgang Faßbender hat sich in der Gin-Szene umgeschaut.

Ob es James Bond persönlich war, der den Niedergang des Gin einleitete, kann nicht mehr erforscht werden. Unbestritten ist aber die Tatsache, dass der Geheimagent ihrer britischen Majestät nicht den klassisch gerührten Martini (Gin und Vermouth), sondern eine geschüttelte Variante mit Wodka bevorzugt. Weltweit taten es ihm die Barbesucher, Geheimagenten oder Normalbürger gleich und orderten Wodka und Whisky, griffen zu süßen Trend-Spirituosen oder schnüffelten an feinen Grappe. Den wenigen verbliebenen Gin-Freaks blieb lange der Platz am Katzentisch, blieb in den vergangenen vier Jahrzehnten die Erinnerung an verblässende Drinks wie Gimlet (Gin und Lime Juice), an einen Gin liebenden Humphrey Bogart oder an jene Zeiten, in denen Schinkenhäger und Steinhäger, die westfälischen Gin-Äquivalente, noch keinen altväterlichen Ruf genossen.

Doch inzwischen ist er wie Phönix aus der Asche auferstanden, der Gin. Marken wie „Hendrick's“ und „Bombay Sapphire“ entwickelten sich dank geschickter PR und unstreitiger Qualität zu modernen Klassikern, und neuerdings schwärmen Experten von der Klasse sogenannter Boutique-Destillate – gebrannt in England, aber auch in Frankreich, Österreich, in der Schweiz und immer öfter in Deutschland. „Gin ist die Königin der Spirituosen“, lobt Gerald Schroff von der Preußischen Spirituosen Manufaktur in Berlin. Der Experte für außergewöhnliche Destillate springt für ein Produkt in die Bresche, das vermutlich schon im 16. Jahrhundert in den Niederlanden ausgeschenkt (Genever!) und später dank holländischer Auswanderer in England populär wurde. So populär übrigens, dass die Behörden im 18. und im 19. Jahrhundert mit übermäßigem Gin-Konsum zu kämpfen hatten. Was damals für ein paar Pence in den Londoner Schenken verkauft wurde, muss durch Fuselöle kratzigmalzig geschmeckt haben, penetrant nach Wacholder und vor allem süß. Zumindest eine zarte Ahnung davon kann man heute noch bei

manchen breit-würzigen Traditions-Genovern bekommen oder beim britischen „Old Tom Gin“: So nennt sich die zuckrige Variante jener Spirituose, die ihren Namen indirekt dem lateinischen Wort für Wacholder verdankt: *Juniperus*.

Erst Ende des 19. Jahrhunderts gewann der trockene Gegenentwurf an Boden. Der „London Dry Gin“ setzte sich durch, dem Wacholder wurden Zitruschalen, Gewürze und Kräuter zugefügt. Der neue Stil beeinflusste auch die Barszene: Besaßen die Martini Cocktails zuvor gern merkliche Süße, reduzierten die Keeper bald den Vermouth-Gehalt immer weiter – von drei Teilen Gin und einem Teil Vermouth auf 5:1 oder, wie es der Schriftsteller Ernest Hemingway praktizierte, gar auf 15:1. Großbritannien Premier Winston Churchill riet einst sogar dazu, die Flasche Vermouth erst gar nicht zu öffnen, sondern nur im gleichen Raum in Bereitschaft zu halten... Ähnlich berühmt unter den Wacholder-Cocktails wurde nur noch der Gin Tonic, den englische Offiziere in den Kolonien entwickelten. Der pure Konsum indes galt lange Zeit als leicht unschicklich; zumindest die Suggestion eines Mixvorganges musste aufrecht erhalten bleiben. Eine Regel, die vermutlich auf die Unmäßigkeiten von früher zurückzuführen ist und die erst ganz allmählich aufgeweicht wurde.



Georg W. Schenk (Foto oben) von der Dresdner Spirituosenmanufaktur Augustus Rex erinnert sich jedenfalls gut an einen Tag im November 2010 und den Besuch einer Reihe von Barkeepern. Darnach wurde eifrig diskutiert, wie ein sächsischer Gin aussehen könnte. „Er sollte auch pur und ohne irgendwelche Zutaten gut genießbar sein“, sagt Schenk, der den nagelneuen „Twist Gin“ inzwischen erfolgreich auf den Markt gebracht hat.

HAUPTSACHE WACHOLDER

Ob in England gebrannt oder anderswo in Europa destilliert: Was drin sein darf im Gin, ist EU-weit geregelt. Beim London Gin beispielsweise muss Ethylalkohol landwirtschaftlichen Ursprungs verwendet werden, der Alkoholgehalt ist mit mindestens 37,5 Volumenprozent vorgeschrieben, und der Wacholdergeschmack muss vorherrschend sein. Doch damit enden die Gemeinsamkeiten. Ob der Brenner ein abgelagertes Weizenfeindestillat oder Alkohol aus anderen Grundstoffen nutzt, steht ihm frei; die Anzahl der Destillationen sowie Art und Dauer der Lagerung sind ebenso wenig vorgeschrieben. Am meisten variieren kann der Erzeuger aber bei der Zusammenstellung der Gewürze, die in Gin-Kreisen als *Botanicals* bezeichnet werden. Wacholderbeeren sind zwar von vornherein gesetzt, doch oft wird ihr Aroma ergänzt von weiteren, manchmal mehr als 100 pflanzlichen Zutaten: Dem Variantenreichtum sind keine Grenzen gesetzt. In der Preußischen Spirituosenmanufaktur stellen Gerald Schroff und Professor Dr. Ulf Stahl ihren „Adler Dry Gin“ nach einem Rezept von 1874 her: mit Meisterwurz, Ingwer, Koriander, Angelikasamen, Orangenblüten und diversen weiteren Ingredienzien. Die Ansprüche sind



hoch: „Wir wollen den perfekten Gin“, sagt Schroff, der diesem Ziel unter anderem mit einer Luxusvariante, zwei Jahre im Steingut gelagert und in limitierter Auflage in maßgefertigte Porzellanflaschen abgefüllt, nahekommen will. Getüftelt hat man auch in Dresden. „Wir haben während eines Dreivierteljahres diesen Gin entwickelt und immer wieder abgeändert“, sagt Georg W. Schenk. Neben Wacholderbeeren sind beispielsweise Koriander, Majoran, Lavendel, Pfeffer, Zitronenschalen und Grapefruit enthalten. Beim bayerischen Pendant namens „The Duke“ stammen die *Botanicals* aus biologischem Anbau, Hopfenblüte sorgt für eine bayerische Note. Wer's noch exotischer will, fährt nach Süden. „Der Grundalkohol von unserem Gin ist Kirsch“, sagt Thomas Heiner, der im schweizerischen Kanton Zug eine kleine, vielfach ausgezeichnete Spirituosenmanufaktur betreibt. „Wir geben in den Kirsch die Wacholderbeeren sowie noch einige andere Gewürze und Kräuter. Nach einigen Tagen der Extraktion destillieren wir diesen Alkohol nochmals.“

Der Nachteil solcher Luxus-Gins? Sie besitzen oft so viel Intensität und Alkohol, dass sie zum Mixen von Martinis zu intensiv sind. Kommt hinzu, dass im Cocktail-Falle auch dem Vermouth oder dem verwendeten Tonic Water größte Aufmerksamkeit zuteil werden müsste – Spitzen-Gin und Billig-Tonic vertragen sich denkbar schlecht. Die Barkeeper sind also gefragt, maßgeschneiderte Drinks zu erfinden oder eine Kultur des Pur-Trinkens zu etablieren. Zumindest mit marketingmäßig durchdachten Spezialitäten wie dem „Monkey 47“ sollte das nicht schwerfallen. Die ultraschicke Flasche der badischen Black Forest Distillers kombiniert die kuri-



Zukunft Gin Jan Zimmermann, der Organisator des Treffens (Mitte), René Förster vom twist (re) und Barkeeper diskutieren bei Georg W. Schenk (li) von Augustus Rex.

ose Geschichte um einen in den Schwarzwald ausgewanderten Briten (hätte sich keine Marketingagentur besser ausdenken können!) mit teilweise regionalen Zutaten. Außer Wacholderbeeren enthält das Destillat noch 46 weitere *Botanicals*, neben Fichtensprossen und Hagebuttenschalen auch Preiselbeeren und Brombeerblätter. Trotz des stolzen Preises scheint die Reaktion in aller Munde, sogar ein noch teurerer „Distiller's Cut“ taucht im Handel auf. Kritiker unken, dass die Gewinnspannen astronomisch sein müssen.

Über mangelnden Erfolg können sich aber auch die anderen Boutique-Gin-Erzeuger nicht beschweren. „Wir produzieren schon seit 2005 einen Bio-Gin, den wir 2009 auf den Namen „White Socks Gin“ getauft haben“, erzählt der Schweizer Brenner Lorenz Humbel, „die Nachfrage entwickelt sich stetig aufwärts.“ Und bei Augustus Rex kann man sich gar nicht retten vor Bestellungen. „Seit den letzten Publikationen in Fachzeitschriften kommen wir kaum mehr nach mit Abfüllen und Etikettieren“, sagt der Wahl-Dresdener, „mittlerweile erhalten wir sogar Anfragen aus dem Gin-Land England, weil unser Gin so außergewöhnlich sei.“ Berlins Wacholder-Brenner Nr. 1 hat für dieses Phänomen eine Erklärung: „Beobachten Sie mal einen Wodka- und einen Gintrinker“, scherzt Gerald Schroff und macht keinen Hehl daraus, dass er mit Letzterem sympathisiert und für die Trinksitten eines James Bond wenig Verständnis hat.

ADRESSEN

Preußische Spirituosen Manufaktur
Seestr. 13, 13353 Berlin, Tel 030. 450 285 37, www.psmberlin.de

Augustus Rex – Erste Dresdner Spezialitätenbrennerei
Klotzscher Hauptstr. 24, 01109 Dresden, Tel 0351. 880 89 89, www.augustus-rex.com

The Duke Destillerie
Daniel Schönecker und Maximilian Schauerte GbR, Barer Str. 53, 80799 München, Tel 089. 454 730 60, www.theduke-gin.de

Black Forest Distillers
Oberwiesachstr. 3, 72290 Loßburg-Betzweiler, www.blackforestdistillers.com

Humbel Spezialitätenbrennerei
Baumgartenstr. 12, CH-5608 Stetten, Tel 0041. 056. 496 50 60, www.humbel.ch

Heiner's Destillate
Thomas und Cordula Heiner, Fuchslösch 18, CH-6317 Oberwil bei Zug, Tel 0041. 041. 710 25 28, www.heiners-destillate.ch

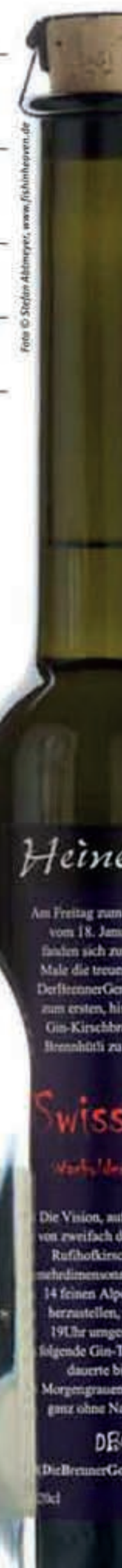


Foto © Stefan Abmayr, www.fishinbraven.de

Foto oben © Jan Zimmermann

Foto © Stefan Abmayr, www.fishinbraven.de