

EINE NACHT.
VIELE GESCHICHTEN.
GUTE FREUNDE.

Queen Mum wollte nicht ohne, Ian Fleming hat für ihn einen Cocktail erfunden, Dorothy Parker widmete ihm ihr bekanntestes Bonmot.

Kein Zweifel: Gin ist weit mehr als „eine meist farblose Spirituose mit Wacholder“ – Gin ist ein Lebensgefühl! Und momentan das begehrteste Getränk. Jung und Alt treffen sich auf einen Gin and Tonic, Gimlet oder Martini.

Welche Geschichten sich um die relaxte Welt des Gins ranken, welche Marken spannend und welche Zutaten notwendig sind, wird hier charmant, kenntnisreich und vor allem mit viel Spaß vorgestellt. It's Gintime!

ISBN 978-3-7688-3780-4



9 783768 837804

IT'S GINTIME

IT'S GIN TIME

JONAS | KAFFER | SCHULZE LOHOFF |



Edition Delius



WENN DER GIN BEIM LESEN ...

„Ach, du schreibst ein Buch? Worüber denn?“

„Über Gin!“

„Über Gin?!“

„Genau, über Gin. Du weißt schon, so 'ne Art Wacholderschnaps, aus Großbritannien, du hast doch bestimmt schon mal Gin and Tonic getrunken, Lieblingsgetränk von Queen Mum.“

„Ach so, ja, ja, klar, selbstverständlich. Und was soll das für ein Buch sein?“

„Also ... wie soll ich das erklären? Es ist auf jeden Fall kein Sachbuch. Es geht um ein Gefühl. Um das Lebensgefühl, das dich packt, wenn du mit einem Gin and Tonic am Strand sitzt und in den Sonnenuntergang guckst. Es ist einfach ein Buch, das Spaß macht.“

„Hm, verstehe ... klingt irgendwie – verrückt.“

Verrückt, ja, das ist es wohl. Und wir können immer noch nicht erklären, was das für ein Buch ist, das Sie in der Hand halten. Was wir jedoch können, ist Ihnen zu erzählen, wie es dazu kam.

Ende 2010, Mumbai, Indien. Melanie (Nachname Jonas, erste Herausgeberin des Buches) sitzt in den Sesseln der Rooftop Bar AER. Sie plaudert mit Freunden und bestellt einen Gin and Tonic.

„Mit welchem Gin, bitte?“

„Äh, ich ... weiß nicht, es gibt so viele. Ach, ich nehm einfach den Bombay Sapphire.“

„Mit welchem Tonic ...?“

„Wie bitte?“

„... und sollen wir ihn mit einer Zitronenscheibe, mit Limette oder mit Gurke servieren?“

„Tja – ich verlass mich da einfach auf Ihre Empfehlung.“

Mitte 2011. Der Gin and Tonic, den sie über den Dächern von Mumbai getrunken hat, sei großartig

gewesen, erzählt sie seither. Auch an diesem Abend, als sie sich mit ihrem guten Freund Jürgen (Nachname Kaffer, Grafikdesigner, Herausgeber Nr. 2 dieses Buches) in einer Bar in Hamburg trifft.

„Ich konnte das einfach nicht fassen. Ich trinke schon mein ganzes Erwachsenenleben lang Gin and Tonic, ich hab mich für einen Experten gehalten! Und dann sitze ich auf dieser Dachterrasse, der Keller stellt mir zig Fragen, und ich kann keine einzige beantworten. Wann ist denn bitte Gin trinken zu einer Kunstform geworden?“

„Ach, was heißt hier Kunstform. Es gibt einfach wie überall etliche Möglichkeiten, etwas zu kombinieren. Aber wenn es dich so stört: Es gibt doch bestimmt Bücher darüber, wie über Whisky.“

„Eben nicht! Ich war in mehreren Buchhandlungen und habe online gesucht. Deutsche Bücher gibt es schon mal gar nicht. Und die englischen sind alle – nun ja, wie soll ich das sagen – sie bringen keinen Spaß.“

„Spaß soll doch auch das Trinken machen, nicht das Lesen darüber.“

„Aber warum sollte ich denn über das Trinken etwas Langweiliges lesen wollen? Es wäre doch viel lustiger, wenn ich schon beim Lesen eines Buches das Gefühl hätte, dass mir der Gin die Kehle hinunterfließt.“

Jürgen starrt an die Decke, denkt nach. „Na ja, das müsste doch funktionieren. Es dürfte kein Sachbuch sein, sondern eines, das Gefühle transportiert. Und so ein Buch könnten wir doch selbst machen.“

„Oh ja, genau, Jürgen! Machen wir das? Wir machen das!“

Anfang 2013. Eineinhalb Jahre voller Treffen, Ideen, Verlagspräsentationen und Drinks (vornehmlich mit Gin, versteht sich) später. Melanie und Jürgen sitzen mit Margitta (Nachname Schulze Lohoff, Autorin und seit kurzem dritte Herausgeberin) in einem Hamburger Café. Den Vertrag mit dem Verlag haben sie vor einigen Tagen unterschrieben.

„Vielleicht könnten wir das Gin-Lebensgefühl transportieren, indem wir viele unterschiedliche Autoren über persönliche Erfahrungen und Leidenschaften schreiben lassen. Im Freunde-von-Freunden-Prinzip.“

„Ja, sie müssen keine Experten sein, nur Gin-Trinker.“

„Genau, wir können eh keine Gin-Enzyklopädie erstellen. Es gibt Hunderte Gin-Marken weltweit. Und allein in Deutschland kommt gefühlt jeden Tag eine dazu. Das kann kein Buch abbilden.“

„Das sollten wir auch reinschreiben: ‚Dieses Buch erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Auswahl der vorgestellten Gins ist begrenzt und rein subjektiv.‘ Sonst erschrickt der Leser noch, wenn er plötzlich in einer gut sortierten Bar noch viele Marken mehr entdeckt.“

„Er sollte eher erschrecken, wenn er dort nur eine Marke entdeckt. Davor sollten wir warnen.“

„Ja, nichts wie raus aus der Bar!“

„Apropos Bar: Auch da können wir natürlich nur ein paar nennen. Gute Barführer gibt es genug.“

„Genau, wir sollten lieber einen Autor eine Nacht lang in seine Lieblingsbar setzen und ihm einen Gin and Tonic nach dem anderen bestellen. Oder wir ziehen selbst eine Nacht lang durch Bars. In London zum Beispiel. Und natürlich müssen wir ein paar spannende Marken porträtieren ...“

„... und wir müssen über alles berichten, was man über Gin wissen muss: seine Geschichte, wie er wirkt, was man mit ihm kochen kann.“

„Das darf aber auf keinen Fall langweilig werden!“

„Nein, natürlich nicht!“

„Wir könnten auch eine Bildergeschichte erzählen, die immer wieder im Buch auftaucht. Eine Nacht mit Gin. Ich habe einen Freund in L. A., Gabor, er ist Fotograf, er hätte bestimmt Lust darauf.“

„Super Idee, lasst uns loslegen!“

März 2014.

„Hey, was macht euer Gin-Buch?“

„Das ist gerade erschienen.“

„Ach echt, worum ging es noch mal genau?“

„Na, darum, warum es so viel Spaß macht, Gin zu trinken! Ein Autor erzählt über seinen perfekten Sonnenuntergangs-Moment, ein anderer hat ein Gedicht geschrieben. Es gibt Romanauszüge, Historisches, eine Bildergeschichte, einen Text über ein Martini-Seminar – sehr witzig übrigens – und eine Autorin hat über Queen ...“

„Schon gut, schon gut. Ehrlich gesagt, verstehe ich es immer noch nicht so ganz, aber hör jetzt einfach mal auf zu quatschen und lass mich endlich lesen!“



CAORUNN
Schottisch: Dieser Gin hat uns manche Buchkonferenz verschönert.
Im G&T mit Apfel,
Aussprache:
Ka-runn.

Einen Gin and Tonic auf ...

... die Freunde unseres Fotografen Gabor Ekecs, weil sie mit so viel Spaß für unser Buch in Los Angeles gefeiert haben: Thank you, Anyes, Brian, Danielle, Don, Esma, Gio, Henner, Holger, Kevin, Kymm, Mary, Mika, Phil, Suna, Vince und Willie (siehe Seiten 8, 12, 42, 72 und 112).

WACHOLDER AUS WELTRANDLAGE

Achtung! Dies ist eine seltsame Geschichte. Sie spielt am Ende der Welt, dreht sich um Gin, die Ernte von Wacholder, den Anbau von Weizen und eine Insel.

Hier ist es: das Ende der Welt. „Ja“, werden Sie jetzt sagen, „dass ein Ort am Ende der Welt liegt, ist ja schnell dahingesagt.“ Nein, nein, in diesem Fall sprechen jetzt schon zwei handfeste Indizien dafür: Der Ort liegt hinter Death's Door, und das Handy meldet pausenlos „No service!“.

Willkommen auf Washington Island, Teil des US-Bundesstaats Wisconsin^[1], Insel im Lake Michigan mit unverbaubarer Weltrandlage. Aber bitte stellen Sie sich das Ende nicht düster vor! Im Gegenteil: Die Sonne strahlt an diesem Tag im September. Der blaue Himmel ist mit drei winzigen Schleierwolken betupft. Es riecht nach Wiese und frischem Harz, Zikaden zirpen zwischen Wacholderbüschen.

LUISA^[2]: *Oh Mann, ich hätte nie gedacht, dass es so anstrengend ist, Wacholderbeeren zu pflücken.*

SHAWN^[3]: *Gott, ja, ich bin so froh, dass ich heute nicht so einen Kater wie gestern habe, das wäre ja nicht auszuhalten.*

Shawn bückt sich vor einem hüfthohen, drei Meter breiten Strauch.

SHAWN: *Hey, Luisa! Ich habe meine erste Beere gepflückt. Yay!*

Wie eine Kugel in einem Roulettekessel rollt die Beere in Shawns kleinem orangefarbenen Eimer umher. Auf dem Eimer prangt ein Logo: *Death's Door Juniper Harvest*.

Die Destille *Death's Door Spirits* aus Wisconsins Hauptstadt Madison hat zum sechsten Mal zur Wacholder-

ernte eingeladen. Alle Jahre wieder im September suchen Freunde, Kunden und Mitarbeiter der Firma die Sträucher der Insel nach Beeren ab. Als Belohnung für fünf Stunden sammeln gibt es 19 Stunden Spaß obendrauf: mit Schnitzeljagd, Pig Roast, Sonnenuntergang gucken, Party – und viel Gin.

BRIAN ELLISON^[4]: *Wir veranstalten das Festival nicht nur, um eine gute Zeit zu haben, sondern, um unseren Leuten zu zeigen, woher die Zutaten für unseren Gin stammen. Alle Zutaten kommen aus Wisconsin. Aber die, die von Washington Island stammen, sind etwas Besonderes. Eigentlich gibt es uns ja nur wegen dieser Insel.*

Washington Island hat so viele Einwohner wie ein kleines Dorf (rund 700) und ist so groß wie die Stadt Landshut (66 Quadratkilometer). Zusammen macht das viel Platz für jeden Bewohner, für Tourismus, Wälder, Wiesen und Felder. Das Festland ist nur über eine Fähre zu erreichen, die im Stundentakt fährt, oder mit dem Kleinflugzeug. Die Insel hat eine Highschool, günstige Immobilien, drei Kirchen, ein Baseballstadion, eine Tankstelle und ihre ganz eigenen Gesetze. § 1: Jeder kennt jeden. § 2: Niemand schließt die Haustür ab. § 3: Alles, was wir brauchen, bekommen wir vom Festland. Ja, wäre Washington Island eine Nation, hätte sie eine katastrophale Außenhandelsbilanz. Die meisten Einwohner leben vom Tourismus. Industrie gibt es hier nicht, nur jede Menge Natur und – seit einigen Jahren wieder – ein bisschen Landwirtschaft.

RON DOETCH^[5]: *Die Landwirtschaft hier hat Potenzial, aber die Farmer müssen sehr erfinderisch sein. Wacholder im großen Stil zu ernten, wäre zum Beispiel eine Idee, die Wirtschaft hier profitabler zu machen. Ein Viertel der Inselfläche ist mit Wacholdersträuchern bedeckt.*

Ron Doetch beobachtet die Ernteversuche von Shawn und Luisa.

SHAWN: *Au! Die Nadeln piksen sogar durch die Handschuhe!*

LUISA: *Ja, total! Ich hab auch erst zehn Beeren oder so.*

MEGAN^[6]: *Ihr müsst das so machen: Sucht euch einen Zweig mit blauen Beeren und zieht mit der geschlossenen Hand über den ganzen Zweig, dann landen nur die blauen im Eimer.*

Megans Eimer ist fast voll. Shawn und Luisa packen sich einen Zweig, doch an ihren Sträuchern hängen fast nur grüne Beeren.

Grün und blau am Ende der Welt – ja, *Juniperus*, zu Deutsch Wacholder, ist eine erstaunliche Pflanze. Doch zunächst müssen wir eine Verwechslung aufklären: Das Zypressengewächs trägt gar keine Beeren, sondern Zapfen. Sie werden 0,3 bis zwei Zentimeter

[4] Gründer und CEO von *Death's Door Spirits*, US-Amerikaner, wohnt mit seiner Familie in Madison, Wisconsin.

[5] Freier landwirtschaftlicher Berater, arbeitet für *Death's Door Spirits* mit den Farmern auf der Insel zusammen, lebt in Illinois.

[6] Vertriebsmitarbeiterin von *Death's Door Spirits*, lebt in Chicago, erfahrene Teilnehmerin des Wacholderernte-Festivals.

[1] Spitzname „Molkereiland“ – der Haupterwerbszweig in Wisconsin ist die Landwirtschaft.

[2] Spirituosen-Distributeurin aus London, geboren in Venezuela, Teilnehmerin des Wacholderernte-Festivals.

[3] Spirituosen-Distributeur aus Calgary, Kanada, Teilnehmer des Wacholderernte-Festivals.

[7] Weshalb sie im Volksmund Beeren heißen, und, um nicht weiter zu verwirren, bleiben auch wir beim Namen des Volkes.

groß und sind kugelförmig^[7]. Ihr Reifeprozess dauert zwei Jahre: Die blauen Beeren sind bereit zur Ernte und lassen sich ganz leicht vom Ast streifen, die grünen bleiben noch ein Jahr sitzen. Weltweit gibt es 50 bis 70 verschiedene Wacholderarten. Und – wir haben es schon angedeutet – Wacholder wächst zumindest auf der Nordhalbkugel nahezu überall. In den Bergen wurzelt er häufig noch an der Baumgrenze, aber er fühlt sich auch in der subarktischen Tundra und in Halbwüsten wohl. Er passt sich gern an und braucht auch nicht viel Wasser. Als besonders unkompliziert gilt die Art *Juniperus communis*, der Gemeine Wacholder, der unter anderem hier auf Washington Island wächst.

Plock! Plock! Plock!

LUISA: *Wow, so geht es ja viel besser.*

Ron Doetch ist in seinen weißen Pick-up gestiegen und fährt über die Insel. Auf Washington Island gibt es 35 Farmen, die von nur fünf Landwirten bewirtschaftet werden. Vor einem Jahrhundert war das noch anders: Die Inselbewohner verkauften Stein und Holz und angelten riesige Mengen Fisch aus dem Lake Michigan. Sie stellten Ahornsirup her, ernteten Kirschen, Äpfel und Kartoffeln – jede Menge Kartoffeln. 80 000 Badewannen hätten sie damals mit der Ernte eines Jahres füllen können. Doch in den frühen 1970er-Jahren wollte niemand mehr die Kartoffeln kaufen. Die Landwirtschaft lief auf Grund wie die Schiffe in der Seepassage Death's Door^[8] vor der Insel.

Ron Doetch hält vor einem Hotel. Zweistöckig, Holzfassade, weiß gestrichen, davor eine große Terrasse, dahinter Nadelbäume, mit Blick auf den See.

RON DOETCH: *Das ist das Washington Hotel. Es gehört Brian Vandewalle. Er hatte 2005 die Idee, die Landwirtschaft auf der Insel wiederzubeleben, und wusste, wenn das klappen sollte, müssten die Bauern ihre Ernte auch verkaufen können. Also entschied er, im Hotel frisches Brot backen zu lassen.*

BRIAN ELLISON: *Ich habe Brian Vandewalle damals als Berater unterstützt. Uns war schnell klar, dass der Plan noch einen Haken hatte: Wir hatten zu viel Weizen. So viel Brot konnten wir gar nicht backen. Also haben wir uns zusammengesetzt, und ich habe vorgeschlagen: „Lass uns Bier und Wodka daraus machen!“ Dann habe ich einen Sack Weizen genommen und bin zur Brauerei Capital Brewery gefahren. Die waren sofort begeistert, und ihr Bier^[9] wurde ein Verkaufserfolg. Und ich habe kurz darauf Death's Door Spirits gegründet.*

[8] Auch Porte des Morts oder Door of Death genannt, liegt zwischen der Halbinsel Door County und Washington Island. Die Passage ist für Schiffe relativ eng, das Wasser ist flach, und die Winde auf den Großen Seen sind unberechenbar. Deshalb macht die Straße ihrem Namen alle Ehre: Auf dem Grund liegen zahllose Schiffswracks.

[9] Capital Brewery brachte die Sorte Island Wheat noch 2005 auf den Markt.

Heute kauft Brian Ellison jedes Jahr auf Washington Island den Ertrag von 75 Hektar Weizen ein, um daraus Alkohol zu brennen. Aber er kauft den Weizen nicht nur. Zusammen mit Ron Doetch und den Farmern Tom und Ken Koyen organisiert er auch die Produktion des Weizens. So kann er als Käufer mitentscheiden über den Entstehungsprozess und letztlich auch über die Qualität.

RON DOETCH: *Im Moment ist das noch sehr wichtig. Auf der Insel fehlt noch eine Menge landwirtschaftliches Wissen. Und ich meine damit das Wissen, das von Generation zu Generation weitergegeben wird! Nicht das Wissen, das in Büchern steht.*

Doetch steht jetzt vor einem Feld, das aussieht wie eine Wiese, auf der ein wenig wildes Getreide aufgeschlagen ist. Neben ihm an einem Baum lehnt ein Mann mit Cowboyhut.

KEN KOYEN^[10]: *Ich baue zusammen mit meinem Bruder Tom den Weizen für Death's Door an. Wir wissen, dass wir noch viel experimentieren müssen. Dieses Feld ist das beste Beispiel: Wir hatten in diesem Jahr einen Ausfall von 50 Prozent beim Winterweizen, das ist zu viel. Aber wichtig ist, dass unsere Landwirtschaft überhaupt wieder in Schwung kommt. Für uns ist es großartig, was Death's Door Spirits hier macht.*

Als Brian Ellison sich 2005 entschied, eine Destille zu gründen, gab es in Wisconsin kaum Erfolgsbeispiele dafür. Und schon gar nicht für Destillen, die nur nachhaltig erzeugte, lokale Zutaten verwenden wollten. Egal. Ellison belegte einige Kurse an der Universität von Michigan und legte los. Heute produziert *Death's Door Spirits Gin*, Wodka sowie weißen Whisky. Der Liebling der Kunden: der Gin.

JOHN D. JEFFEREY^[11]: *Unser Gin besteht aus nur drei Zutaten. Zuerst schmeckt man die Wacholderbeeren, dann schießen die scharfen Zitronennoten der Koriandersamen hervor, und zum Schluss kommt der Fenchel – weich und kühl. Die alkoholische Grundlage ist unser Wodka, den wir zweifach destillieren und aus 60 Prozent Washington Island-Weizen und 40 Prozent gemälzter Gerste herstellen.*

John D. Jeffery wartet am Rand des Wacholderfelds, Ron Doetch ist auch zurück. Luisa und Shawn hocken und sitzen immer noch zwischen den Sträuchern.

KARINA^[12]: *Passt bloß auf, wo ihr hinfasst!*

Sie zeigt auf ihrem iPhone das Foto einer Schlange.

LUISA: *Oh nein, wo war das?*

KARINA: *Da drüben, direkt unter einem Wacholderbusch.*

SHAWN: *Lass mich das Foto auch noch mal sehen. Das war bestimmt die Gemeine Wacholder-Schlange – ja, eindeutig!*

[10] Pub-Besitzer, Landwirt und letzter Fischer der Insel, wohnt an der Main Road hinter seinem Pub mit Blick auf die Farm seiner Familie.

[11] Chef-Brennmeister von Death's Door Spirits, US-Amerikaner, liebt das Labor der Destille, wohnt in Madison, Wisconsin.

[12] Barkeeperin aus London, geboren in Brasilien, Teilnehmerin des Wacholder-ernte-Festivals.

Die drei lachen. Die Eimer sind voll. Jeffery, Doetch und Ellison nehmen sie entgegen und schützen die Beeren in ein Fass.

BRIAN ELLISON: *Wir haben heute 30 Pfund gesammelt. Das reicht für ungefähr 100 Flaschen.*

RON DOETCH: *Ja, den größten Teil des Wacholders ernten wir natürlich nicht heute. Wir haben auf der Insel zehn freie Mitarbeiter, die jedes Jahr für uns die Beeren pflücken.*

JOHN D. JEFFERY: *Das reicht aber immer noch nicht für die Produktion. Den Großteil des Wacholders bekommen wir aus Süd- oder Südosteuropa. Da gibt es nicht nur mehr davon, der Wacholder ist außerdem aromatischer.*

Das sehen übrigens die meisten Destillen so. Weltweit ordern Brennmeister ihren Wacholder am liebsten in Italien, Kroatien und Mazedonien. Dort scheint die Sonne länger (als zum Beispiel auf Washington Island), das mag der Wacholder.

JOHN D. JEFFERY: *Trotzdem, sobald wir den Wacholder aus Europa komplett durch Wacholder von Washington Island ersetzen können, machen wir das. Im Moment geht es noch nicht.*

RON DOETCH: *Wir arbeiten aber daran. Noch ist die Ernte hier ein sehr arbeitsintensiver und damit teurer Prozess. Wir versuchen eine Technik zu entwickeln, die die Ernte rentabel machen kann – ohne dabei die Umwelt zu schädigen.*

So kurbeln ein paar Gin-Brenner am Ende der Welt die Wirtschaft an, weil sie ihren Gin nicht nur brennen, sondern auch die Zutaten dafür selbst produzieren wollen.

BRIAN ELLISON: *Eigentlich wollen wir wie alle einfach nur gute, hochwertige Produkte produzieren. Ich bin ein Unternehmer! Aber ich bin fest davon überzeugt, dass wir hier eine Menge erreichen können. Wir helfen, die Wirtschaft zu stärken, und schützen gleichzeitig die Natur. Ich bin einfach irrational leidenschaftlich, was diese Insel betrifft.*

Lieber Mr. Ellison, hätten wir Ihre Geschichte jetzt nicht schon auf fünf Seiten gelesen, würden wir sagen: Das ist verrückt!

BRIAN ELLISON: *Ja, das ist es wohl. Und es wird wohl niemand sonst jemals so verrückt sein, das, was wir hier tun, nachzumachen.*

In diesem Jahr sowieso nicht mehr, die Ernte ist beendet. Mit zerstochnen Händen und ohne Schlangenbiss fahren Luisa, Shawn, Megan und Karina zum Pig Roast in Ken Koyens Pub an der Main Road. Neben den Wacholdersträuchern fällt die Sonne hinter den Horizont. Was für ein schönes Ende.

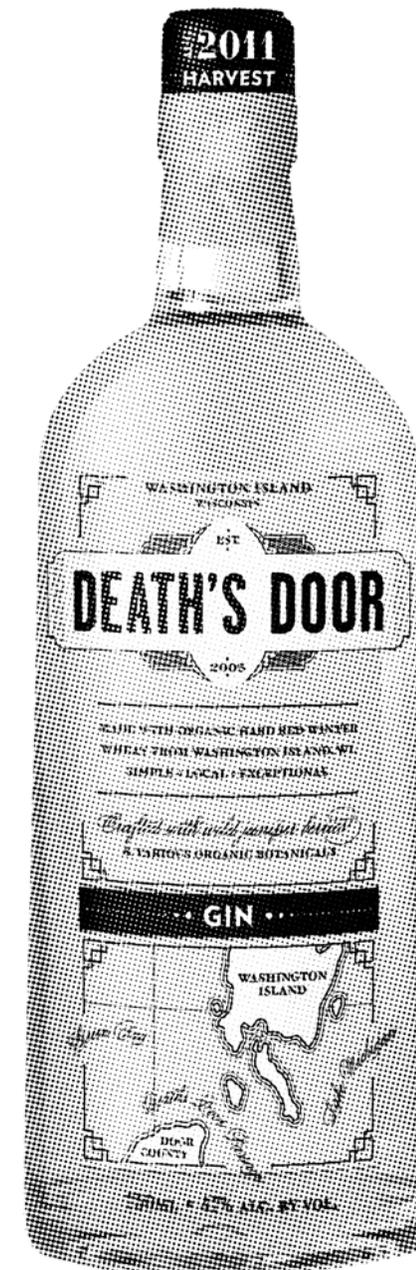
DEATH'S DOOR

Pur

Wacholder pflücken auf Washington Island, Koriander und Fenchel

in Wisconsin ernten – und schon haben die Jungs aus Madison alles zusammen. Dass sie dann auch noch aus diesen drei Zutaten einen hochwertigen,

klassischen Gin brennen (und nebenbei die Landwirtschaft auf einer Insel ankurbeln), verdient die Weniger-ist-immer-mehr-Medaille. Trinken!



Corpse Reviver

von Stephen Cole, *The Violet Hour*, Chicago, für Death's Door Spirits

2 cl Death's Door Gin
2 cl Lillet Blonde
2 cl Cointreau
2 cl frischer Limettensaft
Absinth

Bis auf den Absinth alle Zutaten in einen mit Eis gefüllten Shaker geben. Shaken und in ein Cocktailglas abseihen, das zuvor mit dem Absinth ausgespült wurde. Mit einem Limettentwist garnieren.

WAS DARF'S SEIN?

Wie man Gin macht? Ganz einfach, man nehme Wodka und lege Samen, Beeren, Früchte, Kräuter und Wurzeln darin ein. Doch welche Botanicals müssen und welche können rein? Eine schnelle Warenkunde.

GEHÖREN IN (FAST) JEDEN GIN

WACHOLDERBEEREN riechen nach Nadelbäumen und sind die Seele des Gins. Sie schmecken süßlich-würzig, harzig-bitter und vor allem: stark. Ihr Aroma kann schnell andere überlagern. Also Achtung, auch weil sie überdosiert die Nieren schädigen können.

KORIANDER nutzen wir kleingeschnibbelt als Zutat beim Kochen, den Gin jedoch aromatisieren die Samen. Hat Zitrusnoten, ist würzig, frisch und ein bisschen pfeffrig.

ANGELIKA wird auch Engelwurz genannt und macht den Dry Gin trocken. Die zerschnittelte Wurzel schmeckt holzig und erdig, aber auch nussig und ein bisschen süßlich.

IN VIELEN GINS ZU FINDEN

INGWER erfrischt, ist seifig-scharf und schmeckt leicht nach Zitrone – egal ob auf der Sushi-Platte, als Tee oder im Gin.

KARDAMOM ist das drittteuerste Gewürz der Welt und bietet einiges fürs Geld: Es ist warm und würzig, aromatisch und zitronig. Obendrein erinnert es ein bisschen an den Geschmack von Eukalyptus. Gin-Brenner nutzen die zerstoßenen Samen.

LAKRITZ wird auch Süßholz genannt, das verrät schon den Geschmack. Lakritz gibt dem Gin Balance und betont seine Frische.

MANDELN können sowohl bitter als auch süß schmecken. In den Gin kommen nur die bitteren, die verleihen ihm eine Marzipan-Note: nussig, seifig, würzig und wenigstens ein bisschen süß.

MUSKATNUSS ist beliebt in Küche und Destillen. Der Geschmack: warm, aromatisch, süß-scharf, herb-würzig.

VEILCHENWURZ hat viele Namen, zum Beispiel Schwertlilie oder Iris. In den Gin kommt die getrocknete Wurzel, die zuvor zu einem feinen Pulver gemahlen wurde. Schmeckt aromatisch und blumig, aber auch erdig und bitter. Veilchenwurz bindet den Geschmack anderer Botanicals.

ZIMT ist die getrocknete Rinde des echten Zimtbaums und schmeckt immer ein bisschen nach Weihnachten: warm, süß und hölzern.

CASSIAZIMT oder Gewürzrinde oder auch chinesischer Zimt: Sein Aroma ist dem des Zimts ähnlich, aber bitterer und vor allem scharf und stechend – fast schon medizinisch.

ZITRUSFRÜCHTE gibt es viele, und die meisten sind als Botanical beliebt. Von Zitrone, Orange, Limette und Grapefruit verwendet der Destillateur die Schale, sie macht den Gin frisch, sauer und ein bisschen scharf. Die Bergamotte hingegen verleiht dem Branntwein ein parfümartiges Aroma.

AB UND AN DABEI

WEINTRAUBEN verarbeiten nicht nur Winzer. Eine Destille in Frankreich nutzt sie als Grundlage für einen Gin: den *G'Vine*.

PREISELBEEREN sind das wichtigste Botanical im deutschen Gin *Monkey 47*. Warum, wieso und weshalb? Mehr dazu auf Seite 128.

SAFRAN schmeckt bitter-herb-scharf, ist teuer und für seine Farbe bekannt: Indische Gerichte färbt er golden, den *Saffron Gin* aus Frankreich knallorange.



G'VINE FLOAISON
Französisch:
Auf Traubenbasis destilliert, ist dieser Gin ganz und gar untypisch, aber auf jeden Fall ein Erlebnis.



BOTANICAL AND HOPPY GIN
Hopfig: Wacholder, Koriander und Angelikawurzel kann ja jeder. Dieser Gin trumps, wie der Name sagt, mit Hopfen auf.

Die Botanicals auf dieser Seite sind nur eine kleine Auswahl, für Gin können durchaus mehr als 200 verschiedene verwendet werden.

EIN SCHLUCK ECHTES GLÜCK

VON LENZ KOPPELSTÄTTER

Seinen Sundowner-des-Sommers-
vielleicht-sogar-des-Lebens-Moment
erlebte der Journalist Lenz Koppel-
stätter an einem Strand in Neuseeland.
Und nun wundert er sich, warum wir
alle diese Momente lieben.

Die schmale Straße führt durch den Dschungel hinunter zum Wasser. Äste klatschen gegen die Frontscheibe des verbeulten Mietwagens. Noch drei Serpentina, schon ist die Bucht zu sehen, schwarzer Strand, eingerahmt von Felsen aus Vulkangestein: Piha-Beach, eine knappe Fahrstunde von Auckland entfernt. Es ist schon später Nachmittag, auf dem Parkplatz stehen die Touristenbusse für die Rückfahrt bereit. Zwei Japaner fotografieren eine Möwe. Klick-Klick.

Wir setzen uns zwischen die Dünen. Der Strand ist jetzt fast menschenleer, nur ein Dutzend Surfer reitet auf den Wellen. Ich sage erst mal nichts, sie sagt auch nichts, wir schauen raus aufs Meer. Im Mietwagen liegt noch eine halbvolle Flasche Gin. Schmeckt sicher grauenvoll, lauwarmes Zeug. Wir holen die Flasche trotzdem, wir wollen jetzt hier einfach sitzenbleiben, den Sonnenuntergang genießen. Dies soll der Sonnenuntergangsmoment unseres Sommers sein. Vielleicht der Sonnenuntergang unseres Lebens. Jeder Mensch braucht so einen Sonnenuntergangsmoment. Vielleicht sind wir nur deshalb nach Neuseeland gekommen. Vielleicht haben wir

uns nur deshalb kennengelernt auf der Party letzte Nacht.

Es ist nun kurz nach sieben, die Sonne sinkt tiefer ins Tasmanische Meer, ihre Konturen werden klarer. Grell wie eine Glühbirne leuchtete sie eben noch, nun rutscht der orangefarbene Ball am Horizont immer tiefer in den Ozean. Die Abenddämmerung färbt sich gelb, dann lila, dann grün. Hinter den Dünen wartet der weiße Mond am Himmel. Deutlich sind die dunklen Meere auf seiner Oberfläche zu erkennen.

Kitschiger geht's kaum.

Aber genauso wollen wir es jetzt. Wir beobachten ein Farbenensemble, das wir uns nie als Bild in unsere puristischen Wohnzimmer hängen würden. Nie, nie, nie! Trotzdem starren wir nun auf dieses Bild, und das, was in uns kribbelt, ist ein bisschen das Verliebtsein, ein bisschen der Magen, der rebelliert gegen die zu vielen Gin and Tonic von gestern Abend, es ist aber vor allem eines: das Glücksgefühl beim Anblick des Naturschauspiels.

Postkarten zeigen Sonnenuntergänge, Poster aus Mädchenzeitschriften zeigen Sonnenuntergänge, über acht Millionen Google-Treffer erscheinen beim Stichwort „Sonnenuntergang“. Ein Blick in die Google-Bildersuche: Sonnenuntergänge mit Palmen. Mit Pferden, die an Stränden entlanglaufen. Mit Holzsteg am See. Mit Nebel. Mit Yachten. Mit Alpenpanorama. Mit Gipfelkreuzen. Mit Schneelandschaften. Mit Wolkenkratzer-Skylines. Mit Laternen. Mit Brücken. Mit Schattenrissen von Zugvögeln. Mit Schattenrissen von Menschen, die in die Luft springen.

Warum soll das romantisch sein? Warum soll uns das glücklich machen?

Einst war der Sonnenuntergang schlicht ein Zeichen dafür, dass der Arbeitstag zu Ende ist. Sonst nichts. Erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts ist er zu sehr viel mehr erkoren worden: Auf den Ölgemälden der Romantiker rückt der rote Ball in den Mittelpunkt, drängt seine ehrfürchtig staunend abgebildeten Betrachter an den Bildrand. Der romantische Sonnenuntergang: Versprechen und Sehnsucht in einem, Schein und Illusion im doppelten Sinne des

Wortes. Denn sie geht ja überhaupt nicht unter, die Sonne: Der Flecken Erde, auf dem wir uns befinden, dreht sich nur von ihr weg. Geschenk. „Was die Öffentlichkeit will, ist die Vorstellung der Leidenschaft, nicht die Leidenschaft selbst“, schreibt Roland Barthes in seinen „Mythen des Alltags“.

Zu zweit am Strand von Piha. Kein Mythos. Nein, das hier ist das wahre Leben. Der Frittenbudenbesitzer hat sich unser erbarmt. Zwei Plastikbecher, zwei Zitronenscheiben. Eine Flasche *Lemon & Paeroa*, neuseeländischer Nationalsoftdrink. Wir genießen unseren selbst kreierten Sundowner, wir spüren das Salz des Meeres und den Gin auf unseren Lippen. Er ist lauwarm und doch der beste, den ich jemals getrunken habe. Mein Sundowner-des-Sommers-vielleicht-sogar-des-Lebens-Moment.

Kitsch. Mythos. Superlativ. Drunter geht's jetzt nicht.

Der Sonnenuntergang ist ein Symbol für den Tod. Schon bei den Ägyptern, aber auch bei vielen Naturvölkern. Als Odysseus den Todesgott Hades besucht, segelt er westwärts, der sterbenden Sonne hinterher. Das physikalische Phänomen? Längst entschlüsselt: Je weiter die Sonne zum Horizont sinkt, desto länger benötigen die Strahlen auf ihrem Weg durch die Atmosphäre. Die Lichtwellen stoßen mit Gasmolekülen zusammen, blaues und grünes Licht wird herausgefiltert, rotes Licht bleibt übrig. Und für ein paar Augenblicke nur ist hier an diesem Strand am Ende der Welt plötzlich alles eins: der Mythos und das Echte. Keine Postkarte, kein Poster aus einer Mädchenzeitschrift, kein Google-Bild. Echter Strand, keine Kulisse. Echtes Glück, keine Fotostory. Ein kurzer magischer Moment – und dann ist alles vorbei.

Die Sonne ist weg. Die Wellen rauschen im Dunkeln. Die Surfer paddeln durch die Brandung ans Ufer. Vor Sekunden glühte noch alles, nun ist es Nacht geworden. Ein Plastikbecher steckt im Sand, den anderen hat sich der Wind geschnappt. Wir frieren. Sie hat Schluckauf. „Krie ... hig ... ich immer von Gin“, hickst sie. Die Show ist aus. Der Schein ist hinter dem Horizont versunken. Scheinbar zumindest.

GIN MARE

Meerchenhaft

Aus Neuseeland stammt er zugegebenermaßen nicht. Der *Gin Mare* ist durch und durch mediterran und hat

die Aromen von griechischem Rosmarin, Thymian aus der Türkei, grünen Oliven aus Spanien und italienischem Basilikum gespeichert. Dass er auch noch an der spanischen

Costa Dorada – der Goldenen Küste – destilliert wird, macht ihn einfach zum perfekten Begleiter zum Sonnenuntergang. Egal, ob in Neuseeland oder anderswo.



Negroni

3 cl Gin
3 cl Campari
3 cl Roter süßer Wermut

Alle Zutaten direkt in ein mit Eis gefülltes Old-Fashioned-Glas geben, vorsichtig rühren, mit einer halben Orangenscheibe garnieren.

Der Autor

Lenz Koppelstätter, 1982 in Südtirol geboren, reiste nach dem Besuch der Deutschen Journalistenschule ein halbes Jahr durch Neuseeland. Heute lebt er als freier Autor in Berlin. Weil es dort keinen Strand gibt, verbringt er die Zeit zwischen Sonnenuntergang und Sonnenaufgang gern in Bars mit unendlich langen Theken. Lieblingsdrink: Negroni.

MIXENDE KUNST

EIN GESPRÄCH

Ein Teebeutel im Gin and Tonic? Der Mixologe Klaus St. Rainer erklärt im *Tanqueray Tea Lab* Bartendern aus ganz Deutschland, warum das eine super Idee ist. Ein Gespräch über die Kunst des Bartenderns.

„... Krauseminze zum Beispiel passt gut zu Rosmarin. Und Eukalyptus und Thymian sind auch eine gute Kombination. Aber ihr könnt die Teedrogen und Botanicals eigentlich so mischen, wie ihr wollt, ganz nach eurem Geschmack. Hier auf dem Tisch steht für jeden von euch eine Waage und ein Teesieb. Die Botanicals stehen in den großen Müsli- Gläsern hinter euch. Legt einfach los, ich bin gespannt.“

„**Herr Rainer, was machen Ihre Kollegen da?**“

„Sie entwerfen ihre eigenen Teemischungen, die sie in ihren Bars für Gin and Tonic and Tea nutzen.“

„**Ich habe von dem Trend gehört. In Spanien wird es viel getrunken, oder?**“

„Ja, das stimmt. Dort durfte ich vor einem Jahr auch in einem der größten Teelabore der Welt mitarbeiten. Zusammen mit *Tanqueray* habe ich danach herausgearbeitet, wie wir diesen Trend auch in Deutschland nutzen können. Allerdings ... so neu ist der Trend gar nicht. Ich habe schon häufig beim Gimlet einen Beutel Earl Grey mit in den Shaker geschmissen, das passt gut.“

„**Sehen Ihre Gäste das auch so?**“

„Ganz ehrlich? Ich hatte gar nicht damit gerechnet, dass es beim Gast so gut ankommt. Eigentlich hätte es mir aber klar sein müssen. Die meisten Gäste lieben es, wenn sie auf irgendeine Weise in das Cock-

tailmischen eingebunden werden – und sei es nur mit der Entscheidung ‚Wann nehme ich den Teebeutel raus?‘ Für mich als Bartender ist es unglaublich spannend, wie viele Möglichkeiten die Teemischungen bieten. Je nach Mischung kann ich die Noten des Gins hervorheben, einen neuen Geschmack hinzufügen oder einfach nur für einen tollen Farbeffekt sorgen. Warten Sie mal ... riechen Sie mal das hier.“

„**Riecht nach Kräutern.**“

„Das ist meine ‚Goldene Bar Teemischung‘ auf Kräuter- und Wurzelbasis. Sie ist sehr filigran, man schmeckt den Gin noch, aber der Gin and Tonic wird insgesamt runder, zugänglicher und harmonischer.“

„**Und was glauben Sie, werden Ihre Kollegen hier entwickeln?**“

„Ich tippe, ungefähr sechs Mischungen werden rot sein, das ist fast immer so. Und zwei bis drei Bartender werden sich hoffentlich auch ans Isländisch Moos trauen. Haben Sie das schon mal gerochen? Das habe ich in einem dieser Gläser, ja, hier.“

„**Hm ... riecht ein wenig nach Hafengebäckchen.**“

„In der Tat.“ *(lacht)* „Isländisch Moos riecht ein wenig wie Seetang. Ich versuche schon, während ich die Teedrogen vorstelle, die Bartender anzustacheln, es mit Isländisch Moos zu probieren, weil ich es so spannend finde. Es richtig einzusetzen ist eine hohe Kunst.“

„**Ist Bartending nicht generell eine Kunst?**“

„Ich würde eher sagen, es ist eine Kombination verschiedener Dinge. Es ist ein Handwerk, das auf jahrhundertaltem Wissen basiert, und natürlich ist es auch eine Dienstleistung. Ich brauche aber auch ein hohes Maß an Kreativität – beim Kreieren eines Drinks genauso wie bei der Bewirtung der Gäste. Aber ich muss zugeben, dass mir der kreative Teil am meisten Spaß macht. Eigentlich wäre ich nämlich gern Künstler geworden.“

„**Was hat Sie davon abgehalten?**“

„Die Gastronomie! Ich kam gar nicht dazu, Künstler zu werden. Mit 13 hatte ich meinen ersten Nebenjob als Aushilfe im *Bayerischen Hof*. Das war Silvester 1995/1996. Ich habe mich damals sofort unsterblich verliebt. Als ich alt genug war, bin ich auch irgendwann hinter der Bar gelandet und habe gemerkt, wie viele kreative Freiräume der Beruf bietet. Ich weiß noch, dass ich damals den Typen hinter der Lobbybar für den Coolsten im ganzen Hotel gehalten habe.“

Über das *Tea Lab*

Das *Tanqueray Tea Lab*, das wir für dieses Buch besucht haben, fand im September 2013 in München statt. Innerhalb von drei Wochen haben Barkeeper aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in eintägigen Workshops und mit Unterstützung von Klaus St. Rainer eigene Teemischungen entworfen.

„Und, ist Ihr Job heute so cool?“

„Na ja, ich muss mich heute wohl eher als Marionettenspieler bezeichnen. Ich würde gern mehr an der Mixstation stehen, aber mit einer eigenen Bar ist das Aufgabenfeld um einiges breiter. Ich muss bei den Gästen sein, in der Küche, an der Tür.“

„Aber Sie mixen doch auch noch.“

„Ja, meine Handschrift muss ja weitergeführt werden. Aber ich mixe heute mehr zu Hause als in der Bar. Ich habe meine Küche in eine Art Labor verwandelt. In den Vorratsschränke, stehen Botanicals und zig andere Zutaten wie Gelatine und Zucker. Ich probiere dort einfach viel aus ...“

„Tschuldige, Klaus, kannst du mal meine Mischung probieren? Ich finde, sie ist noch nicht ganz rund.“

(trinkt) „Sie ist kräftig, aber gut. Was ist drin?“

„Koriander, Ingwer und Isländisch Moos. Außerdem habe ich noch ein bisschen süße Sojasauce dazugemischt. Ich wollte einen Drink zu japanischem Essen entwickeln.“

„Ja, es schmeckt umami.“

„Das kommt vom Isländisch Moos.“

„Ich sag ja, irgendjemand wagt sich immer daran. Aber wo waren wir?“

„In Ihrer Küche. Sie haben erzählt, dass Sie dort viel ausprobieren.“

„Ja, und wenn die Idee oder das Produkt gut ist, gehe ich damit zu meinen Jungs in die Bar und wir überlegen gemeinsam, ob wir es für die tägliche Karte nutzen können.“

„Was haben Sie denn zuletzt in Ihrer Küche ausgetüftelt?“

„Ich habe mit der Mikrowelle gespielt. Zuerst habe ich gemahlene Kaffee drei Minuten im Wasser auf der Herdplatte kochen lassen. Der Kaffee war bitter und ungenießbar. Dann habe ich den gleichen Versuch in der Mikrowelle wiederholt. Da hatte der Kaffee plötzlich eine leichte Süße und war unglaublich aromatisch. Ich habe aber noch gar keine Erklärung dafür. Manchmal entstehen die besten Sachen durch einen Unfall.“

„Dabei habe ich gelesen, dass Sie Ihre besten Einfälle im Rausch hätten.“

„Ja, das ist nicht ganz falsch. Ich will das nicht verallgemeinern, aber Rausch macht natürlich frei. Er erlaubt, in Richtungen zu denken, in denen wir normalerweise sagen: ‚Hier ist Schluss.‘ Ich hoffe, die Jungs hier haben heute auch in alle Richtungen gedacht. Ich muss jetzt mal nachschauen.“

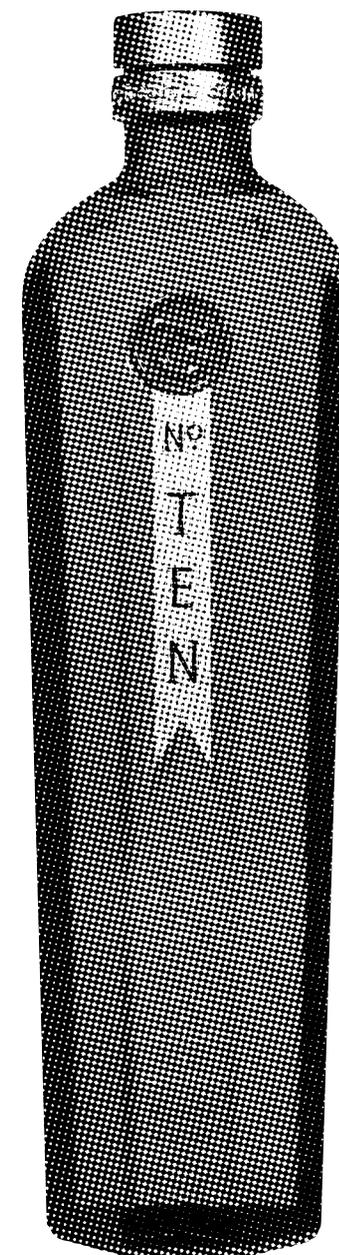
TANQUERAY NO. TEN

Mustergültig

Charles Tanqueray hat im frühen 19. Jahrhundert die Zeichen der Zeit erkannt. Er hatte Felix Booth und Alexander Gordon beobachtet – und machte es den beiden

einfach nach: Er gründete seine eigene Gin-Destille. Heute gehört Tanqueray zum Konzern Diageo und steht wie damals für hochwertigen Gin. No. Ten ist einer von vier Gins der Marke. Er basiert auf einem traditionellem Tanqueray-Rezept, doch frische

Grapefruit und Kamille machen ihn zu einem außergewöhnlichen Vertreter seiner Zunft. Sehr intensives Aroma; perfekter Partner für den Dry Martini, gehört deshalb in jede Hausbar.



Über Klaus St. Rainer

Das Einmaleins der Gastronomie lernte Klaus Stephan Rainer, geboren 1972, im Bayerischen Hof in München. Später mixte er als Barchef für Ernst Lechthaler auf der Oscar-Verleihung in L. A. und bei den Filmfestspielen in Cannes. Von 2003 bis 2010 arbeitete er hinter dem Tresen der legendären Münchner Bar Schumanns. Heute führt er in München mit Partnerin Leonie von Carnap die Goldene Bar im Haus der Kunst.

KEIN GIN IST AUCH KEINE LÖSUNG

VON TOBIAS PÜTZER

Große Veränderungen brauchen Mut. Manchmal hilft Alkohol beim Mutigsein, manchmal ist er der Grund dafür. Bei Daniel Schönecker und Maximilian Schauerte traf beides zu, und es waren auf jeden Fall ein paar Gin and Tonic im Spiel in dieser Nacht, als sie beschlossen, ihr Leben auf den Kopf zu stellen.

Ihre Lieblingsdrinks schmeckten irgendwie fad. So langweilig wie dieser angebrochene Abend im Münchner Glockenbachviertel, so reizlos wie ihr Berufsleben. Sie hatten gemeinsam Geschichte studiert, Maximilian Schauerte arbeitete nun bei einem Pharmakonzern, Daniel Schönecker bei einem Fernsehsender. Doch irgendwie fühlte sich das alles nicht richtig an. Und als der Gin langsam ihren Verstand einnebelte, hier am Tresen der Münchner Bar *Konsulat* kurz nach Mitternacht, sprachen sie von der Zeit, als sie noch zusammen in einer WG wohnten. Mit einer selbst gebauten Destille brannten sie damals auf dem Küchentisch Obstler und Gewürzweinbrände – und waren die Attraktion jeder Party. Sie erinnerten sich an das erhabene Gefühl, etwas mit den eigenen Händen zu erschaffen, und an das Glück, das sie jedes Mal spürten, wenn ein neuer Geist durch ihre

Kehle floss. Gute Zeiten. „Warum machen wir das eigentlich nicht mehr?“, fragten sie sich. „Und warum machen wir es nicht wieder – und diesmal richtig?“ Eine eigene Destillerie gründen, tun, was ihnen Spaß macht, nicht als Hobby, sondern als Lebensaufgabe.

Am nächsten Morgen dröhnten ihre Schädel. Nicht wegen des Alkohols, nein, wegen dieser Schnapsidee, die sich in ihren Köpfen eingenistet hatte. 28 Jahre waren die beiden damals alt, 2007.

Wenn Schönecker und Schauerte heute durch das Münchner Nachtleben ziehen, stehen die Chancen gut, dass sie den Duke treffen. Ihren *The Duke*. Der erste Gin, der in München gebrannt wird und heute in fast jeder gut ausgestatteten Cocktailbar der Stadt in den Regalen steht. Und nicht nur dort. Auch bei *Käfer*, dem *KaDeWe* in Berlin oder bei *Manufactum* setzt man auf den Gin aus Bayern, der in den Startlöchern steht, eine international anerkannte Marke zu werden. In Spanien, Österreich und der Schweiz ist er schon präsent, das europäische Restland und auch die USA sollen folgen. Allerdings ganz behutsam. „Wenn du klein wächst, machst du auch nur kleine Fehler“, sagt Schauerte. „Und die hauen dich dann nicht gleich um.“ Eine Philosophie, mit der die beiden Dukes immer goldrichtig lagen.

Als sie 2007 ihre Jobs kündigten und beschlossen, eine Mikrobrauerei zu gründen, hatten sie natürlich die Warnungen und Zweifel von Freunden und Familie im Kopf: Jetzt bloß nicht zu schnell starten und dann alles gegen die Wand fahren! Sich auf das besinnen, was erfolgreiche Produkte ausmacht: Qualität! Wenn wir schon einen Gin brennen, sagten sie sich, dann muss er herausragen, im Geschmack, im Auftreten, mit seiner Geschichte. Ein Geist, den man nicht nur trinkt, um betrunken zu werden, sondern um zu genießen.

Über anderthalb Jahre nahmen sich Schauerte und Schönecker Zeit, holten die erforderlichen Genehmigungen ein, kratzten ihr ganzes Geld – am Ende einen hohen fünfstelligen Betrag – zusammen, ließen sich eine Brennanlage von einem Kesselbauer maßanfertigen und suchten nach den hochwertigsten Zutaten für ihren Gin. Doch in den ersten Monaten war nicht wirklich alles vorzeigbar, was die beiden aus ihrem neuen mannhohen 150-Liter-Kupferkessel herausholten. „Was ist denn nun mit eurem tollen Gin?“, fragten irgendwann Freunde und befreun-

dete Barmänner, von denen viele die Idee, einen Gin aus Deutschland erfolgreich auf den Markt zu bringen, für ziemlich bescheuert hielten. „Nach einiger Zeit traute ich mich in keine Bar mehr“, erinnert sich Schauerte und lacht.

Erst mithilfe eines professionellen Destillateurmeisters konnten sie die Rezeptur des *The Duke* perfektionieren. „Dabei wurde schnell deutlich, dass Zutaten aus rein biologischem Anbau die besten Ergebnisse liefern“, erinnert sich Schauerte. Es war daher eher ein logischer Schritt als Kalkül oder Ideologie, dass *The Duke* als erster Gin ein Biosiegel bekam. Die Wacholderbeeren stammen aus Italien und Kroatien, der Koriander aus Spanien. Lavendel, Zimt, Zitronenschale und Orangenblüten geben dem Gin eine filigrane Note. Für den prickelnden Abgang sorgen Kubebenpfeffer und Ingwerwurzel aus dem fernen Indonesien. Abgerundet wird die Mischung aus insgesamt 13 Zutaten von bayerischem Hopfen und Malz – nicht nur ein Tribut an die Herkunft des *Duke*: „Das Malz macht unseren Gin weich und sorgt dafür, dass er nicht sprittig schmeckt“, sagt Schauerte. Wichtig bei 45 Umdrehungen.

„Uns war von Anfang an klar, dass wir nur eine Chance haben, wenn wir zu einem hochqualitativen Produkt die passende Story liefern“, sagt Schönecker. In der *Duke*-Geschichte spielt der Regionalismus die Hauptrolle. „Regionalen Produkten haftete früher das Label der Provinzialität an“, ergänzt er, „heute sind sie cool.“ So war es ihm und Maximilian Schauerte ganz wichtig, in der Innenstadt zu produzieren und nicht irgendwo in einem Gewerbegebiet bei Ottobrunn. Den perfekten Platz fanden sie schließlich im Münchner Stadtteil Maxvorstadt, in der Nähe der Pinakothek und gleich neben dem Chinarestaurant *Man Fat*. In dem kleinen Hinterhof füllen sie auf rund 300 Quadratmetern auch heute noch ihren Gin ab. Das Etikett der Flaschen zitiert das Bayerische Wappen, darunter finden sich die Zusätze „Handcrafted in Bavaria“ und „Munich Dry“. Und auch der Name *The Duke*, obwohl Englisch, ist eine Reminiszenz an ihre Heimat, bezieht er sich doch auf Herzog (englisch Duke) Heinrich den Löwen, den Gründer Münchens.

Dann kamen die ersten Verköstigungen in der Münchner Barszene – und Bewunderung und Respekt. Schnell sprach sich der gute Geschmack des *Duke* herum und die ersten Bestellungen wurden

geschrieben. Schönecker und Schauerte waren auf einmal in ihrem neuen Berufsleben angekommen. Zutaten bestellen, Qualität prüfen, destillieren, abfüllen, wiegen, Kartons falten, Kisten schleppen, Ware ausliefern, neue Kunden akquirieren. Ein Fulltime-Job. An Freizeit oder gar Urlaub war nicht zu denken. Die beiden machten alles allein. Selbst die Etiketten klebten sie per Hand auf die Flaschen und stellten höchstens stundenweise studentische Hilfskräfte ein. „Zum Glück hat mein Vater etwas zur Wohnungsmiete dazugeschossen, sonst wäre es eng geworden“, sagt Schauerte.

So ging das etwa zweieinhalb Jahre. Der *Duke* etablierte sich schleichend, und Schönecker und Schauerte spürten, dass sie auf dem richtigen Weg waren. Ihr *Duke* hatte das Zeug, ein Klassiker unter den Gins zu werden. Die Frage war nur: Wie?

Sie realisierten, dass die Marke *Duke* zwar immer präsenter wurde, sie selbst darauf aber kaum noch Einfluss hatten. Sie hatten schlicht zu viel mit der täglichen Produktion zu tun. „Die Menschen hinter einem Produkt sind aber genauso wichtig wie das Produkt selbst“, sagt Schauerte. „Persönlichkeit ist zwingend notwendig, um sich gegen die Großen der Branche durchzusetzen.“ Um den nächsten Schritt zu tun, um weiter zu wachsen, mussten sie ihre Strategie ändern. Sie mussten raus.

„Hätten wir zu der Zeit mehr Geld gehabt“, sagt Schönecker, „hätten wir wahrscheinlich mehr versenkt.“ Aber das Budget war knapp, deshalb besannen sie sich auf das, was sie bisher stetig nach vorn gebracht hatte: langsam, organisch wachsen. Schauerte und Schönecker beschlossen, ein paar Mitarbeiter einzustellen, das Qualitätsmanagement abzugeben und eine Etikettiermaschine zu kaufen. Und sie konzentrierten sich auf den Vertrieb: Mit ein paar Flaschen unterm Arm zogen sie von nun an jede Woche los. „Kommunikation ist das A und O“, erklärt Schauerte. Du musst netzwerken, Präsenz zeigen, auf Messen gehen, Lärm machen, Sichtbarkeit erzeugen.“ Morgens klapperten die beiden Feinkostläden und Supermärkte ab, abends zogen sie wieder durch die Bars. Nicht um zu trinken, sondern um ihren *Duke* über Bayern hinaus bekannter zu machen. Zusammen mit Barkeepern entwickelten sie deshalb zum Beispiel spezielle *Duke*-Cocktails wie den *The Duke & The Bunny* und organisierten Verköstigungen für das Barpersonal. „Es bringt ja nichts, wenn dein

„Als ich von den schlimmen Folgen des Trinkens las, gab ich sofort das Lesen auf.“

HENRY
YOUNGMAN

Gin mit Persönlichkeit: Trinksprüche wie diesen findet man auf jeder Flasche *The Duke*.

Gin nur in den Regalen steht“, sagt Schönecker, „die Barkeeper müssen den Drink kommunizieren – und nutzen.“

Das tun immer mehr: Die Verkaufszahlen des *The Duke* steigen stetig. Rund 5000 Flaschen verlassen heute jeden Monat die kleine Destillerie in der Barer Straße 53. Parallel produzieren die Dukes mittlerweile noch den Wodka *The Lion* und einen Ingwerlikör. „Eine riesige Firma sind wir deshalb aber nicht“, stellt Schönecker klar, „wir sind noch ganz klein und stehen erst am Anfang.“ Zwar haben längst erste Investoren ihr Interesse gezeigt, bei den Dukes einzusteigen, aber die beiden haben andere Pläne. Sie wollen in Zukunft lieber ihre Angestellten am Gewinn beteiligen, jeden Tag erleben, wie ihr Produkt entsteht, und keiner Rendite hinterherjagen.

Von teuren Sportwagen, Loftwohnungen oder nur etwas mehr Freizeit können Schönecker und Schauerte deshalb nur träumen. „Aber das Schöne ist ja, in einer Aufgabe, hinter der man mit ganzer Leidenschaft steht, voll aufzugehen“, sagt Schauerte. „Wir haben einen Job, der sich nicht wie Arbeit anfühlt – das ist doch mehr wert als teurer Schnickschnack.“

So ist die Geschichte der beiden Dukes nicht nur die Geschichte einer erfolgreichen Markeneinführung. Es ist auch die Story von zwei Jungs, die den Mut hatten, alles loszulassen, um zu beweisen, dass Gin glücklich macht.

Der Autor

Tobias Pützer, geboren 1973, arbeitet als freier Autor in München. Seine Karriere begann er als Partyreporter für das Stadtmagazin „Prinz“ in Hamburg. Damals gehörte ein kleiner Rausch also praktisch zum Arbeitsalltag. Das ist heute nicht mehr so. Trotzdem denkt er: Der beste Weg, eine kurzfristige Schreibblockade zu lösen, ist immer noch ein eiskalter Gin and Tonic mit einem Stück Gurke darin.

THE DUKE

Bayerisch

Den handgemachten Gin aus Bayern zu trinken ist

ein Erlebnis: Zuerst kommen Wacholder und eine leicht süßliche Note angerauscht, sie verweilen ein bisschen auf der

Zunge, machen dann jedoch Platz für feine Zitrusnoten, Hopfen, Malz und eine leichte Schärfe.



The Duke & The Bunny

The Duke's Signature Drink von Dietmar Petri, Barmann im Münchner Reichenbach

- 4 cl *The Duke* Gin
- 2 cl *Little Blanc*,
Vermouth
- 2 cl Zuckersirup
- 2 cl frisch gepresster
Limettensaft
- 4 dünne Scheiben
Karotte

Die dünnen Karottenscheiben mit den anderen Zutaten und einigen Eiswürfeln in den Shaker geben, kräftig shaken und durch ein feines Sieb in ein vorgekühltes Martiniglas abseihen.

WELCOME TO LONDON!

Der Gin, den wir heute trinken, wurde in London geboren. Und dort feiert er jetzt auch sein Comeback. Grund genug für zwei Freundinnen, einen Flug zu buchen und einen Tag lang durch die Stadt zu ziehen. Mit Durst und Gin-historischem Reiseführer.

LONDON. Na, toll! Aus den Poren meiner Turnschuhe quillt Wasser. Und Wollkleid und Strumpfhose sind auch nicht die richtige Arbeitskleidung für diesen Tag. Ich gucke sie an. Sie muss auf ihrer Seite des Bürgersteigs besseres Wetter gehabt haben. Ihre Schuhe sehen aus wie frisch poliert, die Frisur sitzt. Immerhin scheint jetzt Vormittagssonne auf das blaue Garagentor vor uns. Die kleine Tür darin öffnet sich, und Fairfax Hall streckt seine Hand aus: „Welcome to London!“

HAMMERSMITH, SIPSMITH. Die Destille – die erste, die seit 200 Jahren in London gegründet wurde – ist Station Nummer eins auf unserer Gin-Tour durch Englands Hauptstadt. Im Mai 2009 haben Hall und sein Geschäftspartner Sam Galsworthy hier die erste Flasche ihres eigenen London Dry Gin abgefüllt. Hall räumt einen Stuhl zur Seite, es ist eng in dem kleinen Raum: Vor der Rückwand macht sich der kupferne Destillierapparat breit mal hoch, davor drängeln sich dicke, schwarze Metallfässer mit der Aufschrift „Ethanol“. Auf den Regalen stehen Hunderte Gin-Flaschen aus aller Welt, daneben jede Menge Botanicals in einfachen Müsli-gläsern. Fairfax Hall öffnet eine Flasche seines *Sipsmith*. „Wir wollten

einen Gin brennen, der seine Tradition spiegelt“, erzählt er. Ihr Brennmeister Jared Brown (ja, genau der Jared Brown, der auch Martini-Seminare in New York veranstaltet, Seite 62) hat monatelang nach alten Rezepten gesucht. Genauso lange hat er an der richtigen *Sipsmith*-Mischung getüftelt. Inzwischen verkaufen sie ihren Gin weltweit, und es wird eng in Hammersmith, doch vorerst bleibt die Garage ihre Destille. „Wir wollten unbedingt mitten in London produzieren, zwischen Wohnhäusern, und nicht in einem anonymen Industriegebiet außerhalb“, sagt Hall. Er gießt den *Sipsmith* in ein kleines Glas: „Probieren Sie mal ...“

SPÄTES 16. UND FRÜHES 17. JAHRHUNDERT: Europa führt Krieg, und britische Soldaten sind mittendrin. Ende des 16. Jahrhunderts unterstützen sie niederländische Soldaten im Kampf gegen die Spanier. Im Dreißigjährigen Krieg kämpfen alle gegen alle, und die Niederlande sind ein Schlachtfeld. Was den Engländern auffällt: die „Dutch Courage“ – der niederländische Mut. Die Kollegen aus Holland trinken vor der Schlacht einen Wacholderschnaps namens Genever. Den kennen die Briten nicht, Destillation ist zu dieser Zeit auf der Insel bestensfalls eine Nischenkunst.

SPÄTES 17. JAHRHUNDERT: Die Engländer sind Genever-Fans geworden und importieren immer größere Mengen des Branntweins aus den Niederlanden, doch nicht nur das: 1688 führen sie auch einen neuen König von dort ein. William van Oranje besteigt als William III. den britischen Thron. Seine ersten Amtshandlungen: Er führt das parlamentarische Regierungssystem ein, erklärt Frankreich den Krieg, verhängt ein Importverbot für Brandy (noch so eine beliebte ausländische Spirituose auf der Insel) und erlässt den *Distilling Act*. Der erhebt das Destillieren zum Handwerk; eine neue Zunft entsteht. Und Genever bekommt einen englischen Spitznamen: Gin.

NOTTING HILL, PORTOBELLO STAR. Die Bar ist leer, 15 Uhr ist auch in London nicht die Zeit für Hochprozentiges. Joe, der Bartender, hing gerade noch gelangweilt am Tresen, jetzt schenkt er ein: *Portobello Road No. 171* auf Eis. „Ja, das ist unser eigener Gin, den verkaufen wir seit 2011“, erklärt er und gießt Tonic auf Gin und Eis. „Ich zeig euch mal was!“



SIPSMITH
Wegweisend: Die nippenden Schmiede – Sipsmiths – waren die ersten, die in London wieder Gin gebrannt haben. Und was für einen? Einen verdammt guten.



PORTOBELLO ROAD NO. 171
Cool: In einem kleinen Labor über einer Bar geboren und den Gins des späten 19. Jahrhunderts gewidmet.



HENDRICK'S
Trendy: Der mit der Gurke ... muss man noch mehr wissen?

Er schließt die Tür zur Straße ab und führt uns über eine schmale Treppe in einen winzigen Raum im ersten Stock: ein alter Bartresen, alte Ginflaschen aus dem späten 18. und frühen 19. Jahrhundert, eine kleine Dose mit *Kidney Pills* – wohltuender Wacholder für die Nieren. Wir stehen im zweitkleinsten Museum der Stadt. Doch das *Ginstitute* ist mehr als das. Noch eine schmale Treppe, noch ein kleiner Raum, dieser mit quadratischem Tisch, Glaskolben und einem kleinen Destillierapparat. „Hier können Sie Ihren eigenen Gin brennen. Nur heute leider nicht“, bremst er meine aufkeimende Euphorie. „Schade ...“, denke ich und will augenblicklich zurück zu meinem Gin and Tonic. Draußen regnet es wieder.

18. JAHRHUNDERT: Die Geschichte wird so erzählt: An einem kalten Tag im Januar 1734 holt Judith Defour ihre zweijährige Tochter Mary aus dem Armenhaus ab, in dem das Kind seit kurzem lebt. Die Schwestern dort haben das Kind für den Ausflug mit der Mutter extra hübsch angezogen. Am Abend jedoch bringt Judith ihre Tochter nicht zurück. Sie führt Mary raus auf ein Feld und zieht ihr die Kleider aus. Als das Mädchen vor Kälte schreit, erschlägt sie es, verkauft die Kleider und kauft sich Gin. Der Fall Defour löst heftige Debatten aus, in London greift schon seit Jahren die *Gin Craze* – der Gin-Wahnsinn – um sich. In Armenvierteln ist nahezu jeder Mann, jede Frau und auch viele Kinder alkoholabhängig. Gin ist billig und in Massen vorrätig. 1733, im Jahr vor Mary Defours Tod, werden in London 40 Millionen Liter Gin produziert, bei 500 000 Einwohnern macht das durchschnittlich 70 bis 80 Liter pro Person im Jahr. Verschiedene Gesetze, die sogenannten *Gin Acts*, sollen die Trunksucht eindämmen, die Versuche scheitern jedoch alle. Das Ende des Wahnsinns beginnt erst, als ab 1757 die Ernten ausfallen, es fehlt Getreide zur Alkoholherstellung. Als er einige Jahre später wieder vorrätig ist, etabliert sich eine Destillierindustrie, die Marken *Gordon's* und *Booth's* entstehen.

SOHO, GRAPHIC BAR. Wahnsinn, ich verstehe kein Wort. Sie erzählt von unserem Tag. Nick, US-Amerikaner, und Ebba, Schwedin – beide Freunde von Freunden von Freunden –, versuchen zuzuhören. Die Musik ist einfach zu laut hier (gut, aber laut).

Dies ist keine Bar für gepflegte Konversation. Stattdessen gibt es hier eines der größten Gin-Angebote Großbritanniens: 180 verschiedene Flaschen stehen hinter dem Tresen. Hier tagt regelmäßig die *Juniper Society*, ein Memberclub der Bar. Wir sprechen weiter über Gin, Hamburg, TV-Serien und verstehen weiterhin kein Wort.

CHINATOWN, EXPERIMENTAL COCKTAIL CLUB. Der Teppich dämpft alles: die Stimmen, die Jazzmusik, die leise im Hintergrund dudelt, das Licht, ja, sogar die Bewegungen der Gäste. Sie sitzen gut gekleidet in samtbezogenen Sesseln, die Decke ist gefliest, die Wände sind getäfelt – mit Holz und britischer Sophistication. Ich nippe an meinem Glas, und wir plaudern noch einmal das Gleiche wie eben. „In Schweden trinkt man keinen Gin“, erklärt Ebba, „eher Wodka und Schnaps.“ Freunde von Nick kommen und gehen: „Hi, nice to meet you! How is your drink?“

19. JAHRHUNDERT: Der Dry Gin wird erfunden. Weil die Destillateure ihre Kunst verfeinern, ist Gin nun auch ungesüßt genießbar (bislang musste der Zucker den unausgewogenen Geschmack übertünchen). Da der Großteil der Hersteller in London sitzt, etabliert sich das Etikett „London Dry Gin“. Mit dem Gin wird auch die Trinkkultur feiner: In London eröffnen vornehme Trinkpaläste, die *Gin Palaces*. In den USA wird der Cocktail erfunden und mit ihm Bartender und Barkultur.

Und: Mit der britischen Marine reist Gin in diesem Jahrhundert in alle Welt. Der Branntwein hilft gegen Heimweh und beugt außerdem zusammen mit einem chininhaltigen Tonic der Malaria vor – der *Gin and Tonic* ist in der Welt.

PICADILLY, COYA. „This is my friend Michael“, sagt Nick, ich lege den Kopf in den Nacken und gucke nach oben. Nicks Kumpel ist ein über zwei Meter großer Afroamerikaner. Er sei ein ehemaliger NBA-Basketballprofi, erzählt man sich hier im *Coya*. Das lateinamerikanische Nobelrestaurant hat erst vor wenigen Wochen eröffnet. Alle Tische sind besetzt, auch der neben der langen Bar, dort sitzt der Manager des Restaurants mit seinen Freunden, mit Michael zum Beispiel und jetzt auch mit Nick, Ebba, ihr und mir. Kartoffeln und Jakobsmuscheln schwirren auf ihrer Gabel durch die Luft. Ich trinke ein,



BOMBAY
SAPPHIRE
Prominent: Milder London Dry Gin, mit Stammpfplatz in Bars und Spirituosenregalen.

zwei Pisco Sour ... Uuups, da fehlt der Gin, das geht so nicht, nicht heute. An das Fenster hinter mir trommeln Regentropfen.

FRÜHES 20. JAHRHUNDERT: Die USA verbieten 1919 Verkauf, Herstellung und Transport von Getränken, die mehr als 0,5 % Vol. enthalten. Doch diese Prohibition ist kaum durchzusetzen. Wer eine Empfehlung hat oder das Codewort kennt, kann in unzähligen Speakeasys, geheimen Flüsterkneipen, weiterhin trinken. Kriminelle Banden (auch die von Al Capone) beliefern die Bars mit teurem Alkohol. Statt den Alkoholismus einzudämmen, ist die Kriminalitätsrate durch die Prohibition gestiegen. Der Präsident der Vereinigten Staaten hebt sie 1933 wieder auf. Die europäische Barkultur hat von dem Verbot übrigens profitiert: Viele arbeitslose Barkeeper sind ausgewandert.

PICADILLY, COYA. „Excusez-moi, trinkst du gerade meinen Drink?“, fragt mich der junge Franzose, der ebenfalls am Tisch des Managers sitzt. „Na und du, welchem Eton-Schüler hast du denn dein Jacket geklaut?“ Habe ich das gerade gesagt? Hat er überhaupt gefragt? Nein, nein, der falsche Alkohol spricht mit mir. Mir fehlt Gin. Ich muss weiter, sie auch, Nick, Ebba und Michael sowieso, wir gehen.

PICADILLY, VOR DEM CUCKOO CLUB. Jetzt sind alle weg, ich sehe nur noch Michael, der aus der Menschenmenge vor dem Eingang hervorragt, taumele hinterher. Es regnet, ich trete in eine Pfütze. Mist, die Turnschuhe sind schon wieder nass. Moment! Die Mädchen in der Schlange tragen High Heels, ich schaue auf meine Füße ... da werde ich an Michael vorbei zum Eingang geschoben. Muss ich ...? Nein, muss ich nicht.

MITTE DES 20. JAHRHUNDERTS: In den 1960er-Jahren ist Gin die meistgetrunkene weiße Spirituose der Welt, in den 20, 30 Jahren danach aber nur noch Staubfänger in den Bars. Schuld am Niedergang hat – so erzählt man es – James Bond. Gin-Liebhaber Ian Fleming ließ seine Romanfigur Bond immer Gin trinken, die Filmfigur Bond bestellt jedoch Wodka-Martini. Erfolgreiches Product Placement von Smirnoff-Wodka, dessen Verkaufszahlen prompt in ungeahnte Höhen steigen.

CUCKOO CLUB, PICADILLY. Ich habe sie wiedergefunden. Zwei Tänzer entfernt, plaudert sie mit einem englischen Brasilianer, Trillionär oder so. Ich tanze, Schulter an Schulter an Knie an Hüfte auf Fuß, tanze in weiß-lila zuckendem Schwarz. Tanzen, immer weiter tanzen. Noch ein Drink von Michaels Tisch, vier Wodkaflaschen in Schwarzlicht, Säfte zum Mixen. Wodka?! Egal, ich tanze weiter. Sie hat schon wieder neue Freunde, ich zupfe an meinem Wollkleid und tanze. Wetten, keiner hat so bequeme Schuhe wie ich?

MALTBY STREET MARKET, SOUTHWARK. Das Paradies stinkt mir an diesem Morgen noch. Käse, Konfitüren, Eclairs, Macarons aus kleinen Manufakturen ... nein danke. Ein Kaffee wäre gut. Sie schlägt vor, einfach weiter zu trinken. Und dann stehen wir vor einem offenen Garagentor, mitten in der Einfahrt steht eine zusammengezimmerter Bar: der Marktstand von *Little Bird* Gin. „Möchtet ihr probieren?“

SPÄTES 20. JAHRHUNDERT: 1988 kommt *Bombay Sapphire* auf den Markt – und Gin zurück ins Leben. Die blaue, viereckige Flasche erzeugt Aufmerksamkeit. Außerdem ist mehr Zitrone drin, das passt zum Geschmack in den späten 80er-Jahren. Bis zum richtigen Comeback vergehen aber noch weitere zehn Jahre.

21. JAHRHUNDERT: Gin ist wieder in. Die globalen Verkaufszahlen wachsen zwar nur schwach, doch die Kunden kaufen immer mehr hochwertigen Gin, der vor allem in kleinen Destillen hergestellt wird. Vorreiter sind die USA. Anfang des Jahrtausends entstehen dort innerhalb weniger Jahre mehrere Hundert Mikro-Destillieren. In Großbritannien gehören 2009 die Sipsmiths zu den Pionieren. Aber auch die Thames Distillers sind Teil des Trends: Sie brennen im Süden Londons 40 verschiedene Gins für 30 Marken – zum Beispiel auch den *Portobello Road* oder den *Little Bird* Gin.

SOUTHWARK, MALTBY STREET MARKET. Sie und ich sitzen vor *Coffee, Mate?* in der Sonne. „Was für ein Tag, nein, was für eine Nacht!“, sagt sie. Ich nicke, nippe an meinem Cappuccino und denke an das Gespräch mit Fairfax Hall gestern Morgen bei *Sipsmith*. „Wenn du ein Getränk genießt, stürzt du es nicht runter“, dozierte er, „du nippst daran. Das meint ‚to sip‘. Genuss in kleinen Dosen.“ Cheers!

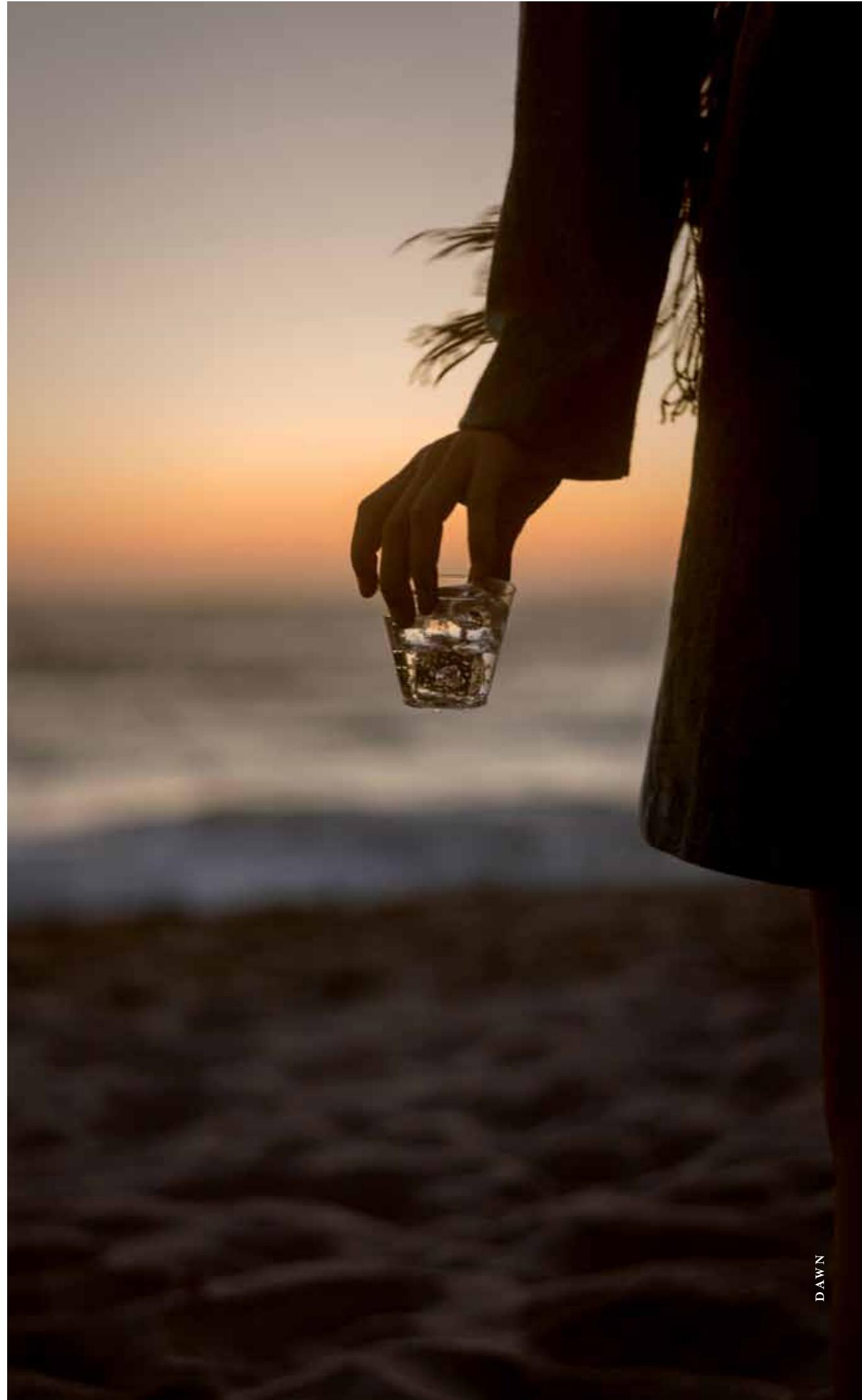


LITTLE BIRD
Vogelfrei: schmeckt
nach Orange und
Grapefruit – und gar
nicht klassisch.

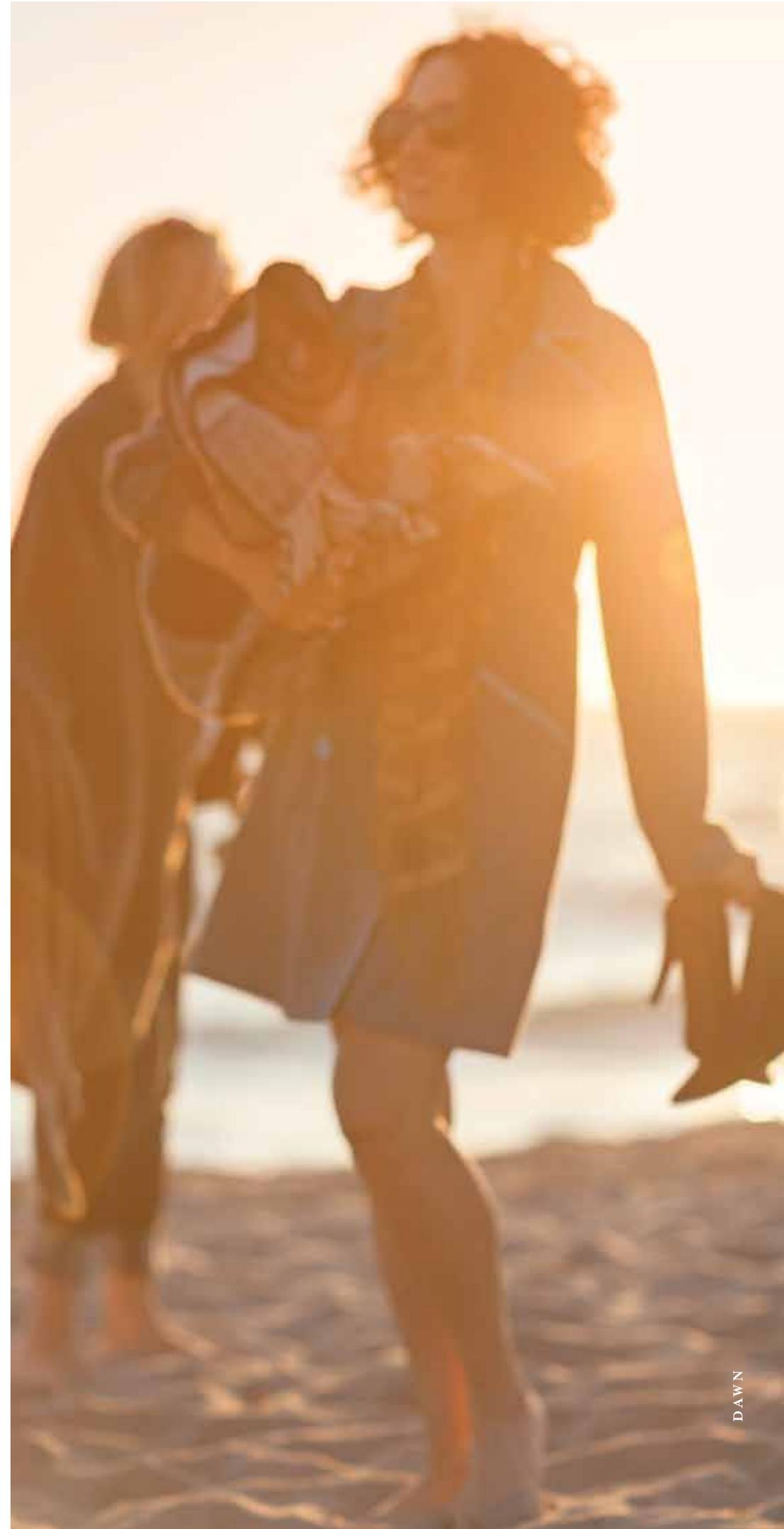


DAWN









118



DAWN