

Der Gin des Lebens

Die klassische Barkultur erlebt eine Renaissance und spült eine klassische Spirituose nach oben: den Gin.

VON TOBIAS BECKER





Destillieranlage der Preußischen
Spirituosen Manufaktur: Wodka ist der Ferrari
unter den Spirituosen, Gin ist der Jaguar

Kommt ein Mann in eine Bar und bestellt einen Gin Tonic ... So hätte früher ein Kneipenwitz beginnen können. So beginnt heute ein Abend, an dem ein Mann zur Witzfigur werden kann. „Welcher Gin denn?“, wird ihn der Barkeeper einer guten Bar fragen. „Mit welchem Tonic?“ Wenn er den Mann nicht sogar subtil bloßstellt – als Wodka-Lemon-Trinker oder Whiskey-Cola-Säufer: „Wie wollen Sie Ihren Gin AND Tonic denn?“ „Ganz normal einen Gin and Tonic bestellen, das geht heute fast nicht mehr“, sagt Uwe Voigt, Gründer und Inhaber der ältesten deutschen Barschule in Rostock. „Vor fünf Jahren bestellte bei mir noch niemand seinen Gin and Tonic mit einem bestimmten Gin oder einem bestimmten Tonic“, sagt Oliver Ebert, Inhaber von Becketts Kopf in Berlin. „Heute ist das Standard.“ Den blumigen Monkey 47 Gin wünscht der Gin-gebildete Gast mit dem leichten 1724 Tonic Water, weil das die Aromen nicht erschlägt, den Sipsmith Gin will er mit Fentimans, den Adler Gin mit Thomas Henry. In eine Wirtschaft zu gehen ist zur Wissenschaft geworden.

Man kann das als Albernheit verspotten, man kann das aber auch als Trinkkultur feiern. Es geht nicht nur um den Rausch, es geht auch um Genuss. Und im Zentrum dieses Genusses steht die Renaissance des Gins.

Fachblogs und Fachblätter beflügelt der Destillations-Trend seit einiger Zeit in ihrer Dichtkunst: „Immer mehr Destillateure brennen für Gin“, heißt es dort. „Der Gin mischt wieder mit.“ „Der Gin ist in aller Munde.“

Grund genug, die Wacholder-Spirituose einmal gründlich aufs Korn zu nehmen – gerade jetzt: Wacholderbeeren würzen das Wild in Festtagsgerichten, Wacholderzweige schmücken Adventsgestecke, mancherorts dienen Wacholderbäume gar als Christ-

bäume. Zusammengefasst: Der Gin ist eine Weihnachtsdeko in flüssiger Form.

Die Basis eines Gins ist hochprozentiger Agraralkohol aus Getreide oder Melasse. In ihm werden neben dem charakteristischen Wacholder weitere Kräuter, Gewürze und Früchte eingelegt, etwa Koriander, Ingwer oder Orangenschalen. Durch sie erhält jeder Gin einen individuellen Geschmack. Nach einer erneuten Destillation wird er mit Wasser auf Trinkstärke gebracht; mindestens muss der Gin 37,5 Prozent Alkohol enthalten, meist aber enthält er 40 bis 47 Prozent.

Die Wurzeln des englischen Nationalgetränks liegen in den Niederlanden: im Genever oder auch Jenever, was auf Deutsch Wacholder heißt. Englische Soldaten, die im spanisch-niederländischen Krieg gekämpft hatten, brachten den Schnaps im 17. Jahrhundert mit in ihre Heimat – unter dem für Briten besser auszusprechenden Namen Gin. Es wurde zum Modegetränk, als der Niederländer Wilhelm III. von Oranien 1689 den englischen Thron bestieg. Mehrere Liberalisierungen der Destillationsgesetze sorgten sogar dafür, dass die Gin-Produktion 1736 die Bier-Produktion um das Sechsfache übertraf. Die Folge: ein Volk im Rausch. Knapp 200 Jahre später war aus dem Arme-Leute-Fusel eine hochwertige Spirituose geworden, beliebt besonders bei Offizieren. In den britischen Kolonien nutzten sie den Gin, um bitteres Chininpulver gegen Malaria hinunterzuspülen, ebenso wie ihre tägliche Ration Zitronensaft gegen Skorbut.

Nebenbei legten sie so die Basis für Gin and Tonic (chininhaltiges Wasser) und Gin Fizz (Gin, Zitronensaft, Zuckersirup, Sodawasser). In der Blütezeit der American Bar, zwischen 1870 und 1920, avancierten diese Drinks zu Klassikern, ebenso wie der Gimlet (Gin und Cordial Lime Juice), der Negroni (Gin, süßer Wermut,



Drei Barkeeper empfehlen drei Drinks:

Oliver Ebert / Becketts Kopf, Berlin:

TRUE MATINÉE

- 6 cl **Hendricks Gin**
- 1 cl **Niepoort Dry White** (Portwein)
- 1 Barlöffel **Galgant** (Preußische Spirituosen Manufaktur)
- 3 **Salbeiblätter**
- 1 Schuss **Orange Flower Water**

Auf Eis shaken und durch ein feines Sieb in ein Cocktailglas gießen.



Jörg Meyer / Le Lion, Hamburg:

GIN BASIL SMASH

- 60 ml **Gin** (gern klassisch Wacholderbetont, gern mit einer Trinkstärke um 47%)
- 25 ml frischer **Zitronensaft**
- 15 ml flüssiger **Rohrzucker**
- eine Handvoll **Basilikum** (grüner oder roter, mit Blättern und Stiel)
- 1 **Basilikum-Spitze** zum Dekorieren

Basilikum in einen Shaker geben, mit Muddler kurz andrücken, dann Zitronensaft, Zucker und Gin in den Shaker geben und mit Eiswürfeln kräftig kaltschütteln. Dann Doublestrain (durch das normale Barsieb und zusätzlich eine Art Teesieb) auf frische, kalte Eiswürfel in einen Tumbler. Mit einer Basilikum-Spitze dekorieren.



Ken Takagi / Bar Gabányi, München:

HR3B

- 1 cl **Kina Avion d'Or**
- 5 cl **Gin**
- 10 Blätter **Minze**
- 2 cl **Zitrone**
- 1 Barlöffel **Puderzucker**

Zutaten auf Eis kräftig schütteln, dann Doublestrain (durch das normale Barsieb und zusätzlich eine Art Teesieb) auf Eis in ein Highball-Glas. Mit Soda auffüllen.

Bitter) und natürlich der König der Cocktails, der Martini (Gin, trockener Wermut).

Kurzum, die Cocktail-Kultur war eine Gin-Kultur. Eine Kultur, die unterging. Sie ersoff im Wodka.

„Ich besitze einen Haufen alter Barbücher aus den Jahren 1868 bis 1940. In diesen alten Barbüchern findet sich nicht ein einziges Rezept mit Wodka“, sagt Karsten Sgominsky, Autor des soeben im Fachverlag Gastrosuisse erschienenen Gin-Buchs und Barchef im neuen Münchner Gourmetrestaurant Les Deux. „Der Wodka kam erst in Mode, als Smirnoff ihn vermarktete.“ Die Firma erfand 1941 den Moscow Mule (Wodka, Limettensaft, Ginger Beer), um den Absatz in den USA anzukurbeln. Eine geniale Idee, der Werbefeldzüge mit Hollywood-Stars wie Zsa Zsa Gabor und Woody Allen folgten.

Der Niedergang der Gin-Kultur war besiegelt, als auch eine Legende der Popkultur zum Wodka griff: James Bond. Der trank seinen Martini im ersten Bond-Film „Dr. No“ 1962 nicht geschüttelt, sondern gerührt, vor allem aber trank er ihn nicht mit Gin, sondern mit Wodka. „Im Hintergrund vieler Bond-Filme ist deutlich die Smirnoff-Flasche zu sehen“, sagt Sgominsky.

In den folgenden Jahrzehnten kamen exotische Säfte und Sirups auf, die Cocktails wurden kunterbunt, immer schriller und schöner, und der neutral schmeckende Wodka passte überall perfekt hinein. Für Gin hingegen war kein Platz mehr, auch nicht im Barregal.

Diesen Platz erobert er sich nun zurück. Der Spirituosen-Großhändler Bley und Bley, der Gastronomen in Norddeutschland beliefert, hatte vor fünf Jahren 20 Gin-Sorten fest im Sortiment. Heute sind es 60. Auch im Lebensmitteleinzelhandel hat der Absatz von Gin und dem mit ihm verwandten Genever zugelegt,



**Essenzen in der Preußischen Spirituosen
Manufaktur in Berlin (l.), Bar Le Lion
in Hamburg: Wodka für den Wirkungstrinker,
Gin für den Bildungstrinker**

von 2010 auf 2011 zum Beispiel um 9,3 Prozent. Noch ist das zwar kein Breitenphänomen: Etwa 5,5 Millionen Flaschen gingen über die Ladentheke, gegenüber 63 Millionen Flaschen Wodka. Aber an den Theken von Spitzenbars heißt es längst: Gin oder out.

„Als ich Ende der Achtziger im Schumann's anfang, hatten wir dort vier oder fünf Gin-Sorten, und damit waren wir schon gut sortiert“, berichtet Stefan Gabányi, bis vor kurzem Barchef der Münchner Bar-Institution und seit August sein eigener Herr in der Bar Gabányi. „Dort habe ich heute 20 verschiedene Gin-Sorten.“ Und damit ist er nicht einmal besonders gut sortiert. Jörg Meyer, ein weiterer Tresenstar, hat im Le Lion in Hamburg etwa 80 Gins vorrätig; die Hälfte der Drinks auf seiner Karte basieren auf dem Wacholderschnaps.

Wieso aber liegt Gin im Trend? Er liegt im Trend, weil die klassische Barkultur im Trend liegt. Barkeeper graben alte Rezepte aus, Barbesucher ordern alte Drinks.

Das passt in die allgemeine Retrowelle: War Wodka der Alkohol der achtziger Jahre, geistiger Bruder des Koks, kalt und grell wie Neonlicht, so ist Gin der Alkohol der Zehnerjahre im nostalgischen neuen Jahrtausend. Wodka war der Ferrari unten den Spirituosen, Gin ist der Jaguar. Und es passt in ein Jahrzehnt, in dem die Klassendifferenzen härter werden, in eine Zeit, in der soziale Distinktion selbst beim Saufen wichtig wirkt.

In den Achtzigern tranken die Menschen Alkohol, um besoffen zu werden, aber schmecken wollten sie den Alkohol nicht, und so ließen sie pappsüße Frucht-Cocktails mit Wodka aufspritzen. Ein frühes Prinzip Alcopop. Heute trinken Menschen in gehobenen Bars klassische Cocktails, gemixt aus exquisiten Zutaten:



Ein Mann, ein Ziel

Dennis Gastmann:
zu Fuß nach Canossa

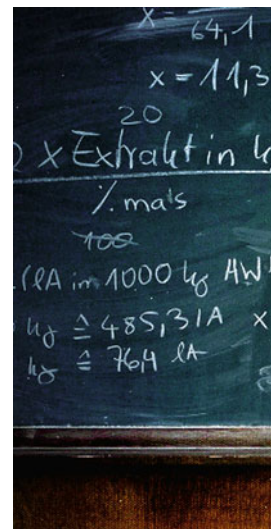


320 Seiten. Gebunden
€ 18,95 (D) / € 19,50 (A) / sFr. 27,50 (UVP)

greenpeace magazin.

Die neue Ausgabe bestellen Sie ganz einfach auf greenpeace-magazin.de oder telefonisch unter 040/808 1280-80. **Auch im günstigen Jahresabo für nur 31 Euro mit exklusiven Prämien.**

**Schulungsraum der Preußischen
Spirituosen Manufaktur:
Wodka soll so neutral wie
möglich schmecken, Gin so
aromatisch wie möglich**



Sie sind kleiner, sie sind konzentrierter im Geschmack, sie liegen schwerer auf der Zunge. Sie basieren auf Gin. „Kunterbunte Cocktails saugt man mit Strohhalmen schnell leer, klassische Cocktails genießt man langsam“, sagt der Buchautor und Barkeeper Sgominsky. Sex on the Beach (Wodka, Pfirsichlikör, Orangensaft, Cranberry-Nektar) klingt schon nach besoffenem Vorstadt-Teenager, Aviation (Gin, Maraschino-Likör, Crème de Violette, Zitronensaft) klingt kosmopolitisch.

„Wodka hat das Ziel, so neutral wie möglich zu schmecken“, sagt Barkeeper Ebert. „Gin hat das entgegengesetzte Ziel: Er soll einzigartig schmecken, mit so vielen Aromen wie möglich.“

„Wodka ist für den Wirkungstrinker, Gin für den Bildungstrinker“, sagt Barkeeper Meyer. „Wenn man schon Rauschmittel konsumiert, sollte man es stilvoll tun.“

„Ein Barkeeper, der etwas auf sich hält, setzt nicht auf Wodka“, sagt Barkeeper Gabányi. „Mit ihm kann man nichts falsch machen. Wodka wehrt sich nicht.“

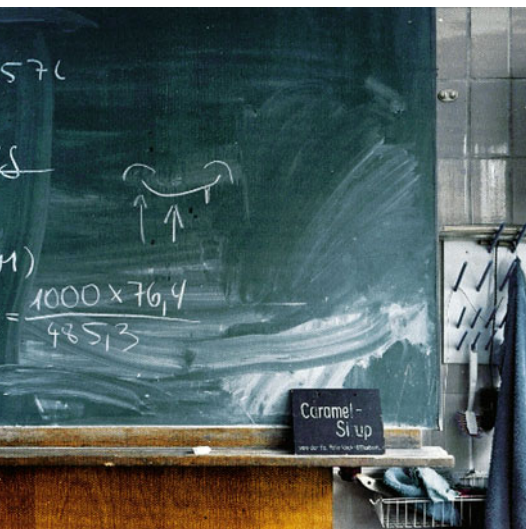
Nicht nur den Barbesuchern geht es also um Distinktion, auch den Barbetreibern. Eine Erkenntnis, die Hersteller zu immer neuen Gin-Kreationen motiviert. Pionier der Entwicklung war der Bombay Sapphire, der 1987 in markanten hellblauen Flaschen auf den Markt kam und zum Bacardi-Konzern gehört. Ihm folgte 1999 der mit Gurken aromatisierte Hendrick's Gin aus dem schottischen Traditionshaus William Grant & Sons, das sonst Whiskys wie den Glenfiddich herstellt.

Beide Gins sind heute Barstandards, Konsensprodukte, die seit drei, vier Jahren von immer spezielleren Nischenprodukten ergänzt werden: Aus einem katalanischen Fischerdorf kommt der Gin Mare, der sein mediterranes Aroma vor allem Thymian und Rosmarin, Basilikum und grünen Arbequina-Oliven verdankt; in einer Garage im Londoner Stadtteil Hammersmith brennen zwei Schulfreunde den Sipsmith Gin, der Wasser aus einer der Themsequellen nutzt.

PHOTO: HEIKO DREHER

20 Jahre

Jubiläums-Ausgabe



Selbst in Deutschland entstehen plötzlich Premiumgins: In der Preußischen Spirituosen Manufaktur in Berlin produzieren der Mikrobiologie-Professor Ulf Stahl und der Gastronom Gerald Schroff in Handarbeit den sehr milden, leicht zitronigen Adler Gin; in der Maxvorstadt nahe der Münchner Universität kreieren die Historiker Daniel Schöneck und Maximilian Schauerte den biozertifizierten Duke Gin, der seine weiche Note auch Hopfen und Malz verdankt. Benannt ist er nach Herzog Heinrich dem Löwen, dem Stadtgründer Münchens.

Der König der Gins aber kommt aus dem Schwarzwald: der Monkey 47, im vergangenen Jahr zum weltbesten Gin gekürt. Der ehemalige Kunstbuchverleger Christoph Keller und der ehemalige Nokia-Manager Alexander Stein bannen 47 Kräuter, Gewürze und Früchte in eine braune Apothekerflasche, deren Etikett an eine Briefmarke der viktorianischen Kolonialzeit erinnert. Gin memorial.

Die neuen Nischen-Gins passen in eine Zeit, in der Kunden lokale Lebensmittel nachfragen: Ein gutes Drittel der Zutaten des Monkey 47 zum Beispiel stammt aus dem Schwarzwald, darunter Fichtensprossen, Holunderblüten und Preiselbeeren. Sie passen zudem in eine Zeit, in der die Massen den Aufstand gegen die Massenproduktion proben, sei es im Möbel- oder im Modedesign. Die Marke Eigenbau ist zur glaubwürdigsten Marke geworden.

Mit Gin konnten Spirituosen-Hersteller leicht auf diesen Trend aufspringen. „Gin ist schnell herzustellen“, sagt der Barschulen-Inhaber Voigt, „einen neuen Gin kann man innerhalb von ein paar Wochen auf den Markt bringen, ein neuer Whiskey sollte vorher mindestens drei Jahre lang ein Fass besucht haben.“ Zum Faktor Zeit kommt der Faktor Phantasie: Das Aroma eines Whiskeys entsteht durch die Lagerung, das Aroma eines Gins ist komponiert. Der Hersteller kann sich kreativ austoben.

Es ist eine Gin-Gin-Situation.

DAS NEUE ALBUM

TILL BRÖNNER



CD / Deluxe / LP / Download

20.11. München - Muffathalle
21.11. Zürich - Kantareuten
02.12. Köln - Gloria Theater
03.12. Darmstadt - Centralstation
04.12. Hannover - Capitol
05.12. Berlin - Postbahnhof

06.12. Bremen - Modernes
08.12. Hamburg - Fabrik
09.12. Bochum - Zeche
10.12. Saarbrücken - Garage
11.12. Nürnberg - Hirsch
12.12. Dresden - Alter Schlachthof

www.jazzecho.de/tillbroenner



Jetzt hinein hören

