

Comeback eines Trendgetränks

Was ist in: Bremer Händler und Brenner setzen auf handgemachten Wacholderschnaps

LOHMANN

Vor 20 Jahren standen auf dem Spirituosenregal von Julius Kalbhenn nur drei verschiedene Gin-Sorten. Heute hat der 45-jährige Händler in der Bremer Innenstadt mehr als 70 Sorten an Gin im Sortiment. „Das Geschäft ist modern geworden“, sagt Kalbhenn, der den Spirituosenhandel in der fünften Generation führt. Die Hype um den farblosen Wacholderschnaps schwappete vor einigen Jahren nach Deutschland, als immer mehr Verbraucher den Gin für sich entdeckten. Während der Umsatz mit der Spirituose im Ausland 2010 noch bei 32 Millionen Euro lag, stieg er in diesem Jahr bereits auf 116 Millionen Euro. „Kein anderes Getränk hat sich so schnell so entwickelt“, sagt Kalbhenn. Und so kann er auch verschiedene Kundengruppen in seinem Bremer Laden begrüßen: „Durch die Kriege kriegen wir eine neue Käuferschar ins Geschäft.“

Kalbhenn hat den Trend für das neue Lifestyle-Produkt erkannt und vor vier Jahren die Idee zu einer eigenen Spirituose gehabt. „Einfach reiner Lust“, sagt der Unternehmer. „Ich wollte gerne einen Gin machen, der aus dem Norden kommt.“ Er ließ von einem Brenner in der Lüneburger Heide vier verschiedene Varianten anfertigen und anschließend in einer Bar von den Gästen testen. Der Gin, der am besten ankam, hat mittlerweile nur noch einen festen Platz auf dem Regal von Tim Kalbhenn, der sich auch regional einer großen



Tim Kalbhenn führt in seinem Traditionsgeschäft für Weine und Spirituosen inzwischen mehr als 70 verschiedene Sorten Gin und hat einen eigenen Wacholderschnaps kreiert. Foto: Lohmann

Nachfrage. Von dem Erfolg seines „Mitnig“-Gins ist der Inhaber dennoch überrascht: „Das war nicht abzusehen, dass sich das so entwickelt.“ Inzwischen gibt es eine zweite Sorte des Bremer Gins. Zur Weihnachtszeit bietet Kalbhenn außerdem eine spezielle Edition mit Zimt, Anis und Koriander an.

Auf ungewöhnliche Kombinationen setzt auch die Brennerin Birgitta Schulze van Loon, die 2011 Bremens erste und bisher einzige Destillerie eröffnet hat, mit ihrem Brown Label-Gin. In ihrer Manufaktur in der Überseestadt ver-

bindet sie die Spirituose mit gerösteten Espressobohnen der Bremer Kaffeerösterei

„Kein anderes Getränk hat sich so schnell so gut entwickelt“

Tim Kalbhenn

Cross Coffee. „Tee und Kaffee haben in der Hansestadt schon immer eine Rolle gespielt“, sagt Schulze van Loon. „Der Gin enthält zwar auch

die traditionellen Bestandteile wie Wacholder, Koriander und Fenchel – es wird aber ausnahmsweise komplett auf Zitrusnoten verzichtet“, erklärt sie. Bereits vor drei Jahren brachte die Unternehmerin mit „Triple Peak“ ihren ersten Gin auf den Markt. Für die Entwicklung des Rezepts brauchte sie anderthalb Jahre: „Die Auswahl, der Umgang und die Dosierung der Botanicals war eine große Herausforderung“, sagt sie. Unter dem Begriff Botanicals versteht man alle Aromen wie Beeren, Kräuter, Früchte oder Gewürze, die Gin beigefügt werden.