

Die Schnaps-Idee

Regional und Bio: Immer mehr junge Menschen brennen ihre eigenen Spirituosen und verkaufen sie mit Erfolg.

VON KATHRIN HOLLMER

Immer wenn ihre letzte Vorlesung zu Ende war, fing ihr Arbeitstag erst richtig an. Dann setzten sie sich ins Auto, fuhren in das 130 Kilometer entfernte Hauzenberg und fingen an zu destillieren – ihren eigenen Wodka.

Johannes Heindl und Richard Söldner aus dem Bayerischen Wald kennen sich seit ihrer Bundeswehrzeit und studierten auch zusammen in Regensburg, Johannes Medizin und Richard Betriebswirtschaft. In ihrer Studenten-WG traf sich regelmäßig der ganze Freundeskreis zum Schafkopf-Spielen. „Wir trinken gerne Wodka, nur schmecken die aus dem Supermarkt entweder wie Spiritus oder sind viel zu teuer für uns. Irgendwann scherzte jemand auf einer Party, 'wir könnten doch auch selbst welchen machen', erzählt Johannes, „einen Wodka aus dem Bayerischen Wald.“

Und dann haben sie es einfach gemacht. In ihrer Regensburger WG-Küche. Zwei Jahre lang recherchierten sie, welche Zutaten sie brauchen, überlegten sich einen Namen für ihren Wodka und ein Design für die Flaschen. Inzwischen sind sie 28 Jahre alt, haben zu Ende studiert, und ihr Schnaps wird gebrannt, wenn auch in der niederbayerischen Provinz: Eine eigene Brennanlage können sie sich – noch – nicht leisten, deshalb lassen sie den Wodka nach ihrem eigenen Rezept von der Firma Penninger in Hauzenberg brennen und abfüllen. Das Unternehmen ist vor allem für seinen Kräutlerlikör „Blutwurz“ bekannt. Das könnte sich bald ändern.

Im August ging „Vodrock“ in den Verkauf. „Ein Wodka, der rockt“, erklärt Johannes den Namen. Neben dem Inhalt vermarkten sie vor allem die Herkunft: „Distilled & Bottled in Bayern“ steht auf den Flaschen, deren Etikett mit einem kaleidoskopähnlichen weiß-blauen Rautenmuster versehen ist. Ihre erste Produktion, insgesamt 330 Flaschen, war nach drei Wochen ausverkauft.

Noch krepeln sie damit den Markt nicht um, aber stehen nicht alleine mit ihrer Idee. Vielmehr gehören sie zu einer neuen Generation von Schnapsbrennern: Sie sind jung, verwenden ausschließlich Bio-Zutaten, setzen auf Handarbeit, Qualität und Regionalität. Ihr Schnaps ist anders als die anderen – wie seine Brenner selbst – und wird in Flaschen abgefüllt, die allein schon zum Statussymbol taugen. Diese Mischung ist im Moment eine Verkaufsgarantie.

„Identitätsmanagement“, nennt der Trendforscher Sven Gábor Janszky aus Leipzig dieses Phänomen: „Wenn man zum Beispiel Bio- oder Produkte aus der Region kauft, tut man das natürlich, weil man davon überzeugt ist, aber auch, um seinem Umfeld zu zeigen, dass man anders ist, dass man besonders öko eingestellt oder regional verbunden ist.“ Das ist wichtig für die Kaufentscheidung – beim Hühnerfleisch und bei der Salatgurke schon lange, beim Schnaps ist es neu.

Zurzeit werden überall in Deutschland kleine Schnapsmanufakturen gegründet, die sich an Ungewöhnliches wagen. Im Schwarzwald („Monkey 47 – Schwarzwald Dry Gin“) und in München („The Duke“) wird Gin gebrannt. Es gibt eigene Whiskys vom Schliersee („Slyrs“), aus der Oberpfalz („Stonewood Woz“) und dem oberfränkischen 6000-Einwohner-Ort Egersheim, Wodka aus dem oberbayerischen Hausham („Bavarka“), aus München („Monaco Vodka“). Und eben „Vodrock“ aus dem Bayerischen Wald.

Thomas Seemann vom Hauptzollamt Stuttgart verzeichnet zwar insgesamt noch keinen bedeutsamen Anstieg der vergebenen Brennlicenzen. „Das Gros sind nach wie vor die großen Brennereien, die Nullachtfünfzehn-Sachen produzieren. Aber es gibt immer mehr ausgefallene Sachen, wie schwäbischen Whisky oder Gin aus dem Schwarzwald, die, zumindest am Anfang, sehr kleine Mengen brennen.“ Eine ähnliche Entwicklung ist



Mit Monaco Franze zum Erfolg: Wodka von Max Kloker und Graf von Keyserlingk.



Wodka, weiß-blau, nach einer Idee von Johannes Heindl und Richard Söldner.

Fotos Hersteller



Brennen von Wodka, zumindest im Moment, vor allem als Hobby. „Wir sind ganz froh, dass wir das nur nebenbei machen konnten“, sagt Heindl, „so hatten wir nicht den Druck, sofort Umsatz machen zu müssen, und konnten so lange herumprobieren, bis wir wirklich überzeugt waren.“

Dabei ist es natürlich mehr als das: In Deutschland ist Schnapsbrennen als Hobby relativ schwierig. Zwar darf man mit Genehmigung privat brennen, eine eigene Anlage kostet aber mindestens 10 000 Euro. Wenn es so etwas nicht bereits in der Familie gibt, rechnet sich das kaum. „Privatpersonen, die mit Schnapsbrennen zu tun haben, sind vor allem Stoffbesitzer, zum Beispiel von Streuobstwiesen, die ihre Früchte einmischen und zum Brenner bringen. Es gibt auch Liebhaber, die für sich selbst brennen, aber das ist die Ausnahme“, sagt Thomas Seemann vom Zoll. Wer in Deutschland neu mit dem Schnapsbrennen beginnt, muss das eigentlich mindestens semiprofessionell betreiben oder mit einem lizenzierten Schnapsbrenner zusammenarbeiten.

Das Interesse am privaten Brennen wäre groß. Der Ratgeber „Schnapsbrennen als Hobby“ von Bettina Malle und Helge Schmiel (Verlag Die Werkstatt) erscheint dieses Jahr in der neunten Auflage. Seit Ende 2012 gibt es die App „Schnapsbrennen“ zum gleichnamigen Buch aus dem Stocker Verlag, mit der man unter anderem die voraussichtliche Alkoholabgabe und die benötigte Wassermenge berechnen kann. In Deutschland und Österreich werden Schnapsseminare angeboten, bei denen die Teilnehmer einen Tag oder ein Wochenende lang selbst Brenner sind. Im Gasthof „Kristberg“ im österreichischen Silbertal zum Beispiel brennt jeder in einer eigenen Destille den Geist aus Heu, Enzian, Heidelbeeren oder Bananen. Der Brennaparat fasst zwei Liter und ist kleiner als eine Küchenmaschine.

Es scheint, als wäre Schnapsbrennen für den gestressten Großstädter so entspannend wie Kuchenbacken oder Marmeladekochen. „Es ist schon komplizierter“, entgegnet der Seminarleiter Uwe Koch. „Es braucht ein umfangreiches Wissen, um etwas Trinkbares herzustellen, man kann durchaus viel falsch machen. Trotzdem scheint es sich auch fürs Abschalten zu eignen.“ Die Flaschen mit Selbstgebranntem werden jeweils in ganz bestimmte Gerichte einget, könnte man an ehesten mit Mozzarella vergleichen. Mindestens die Proteinnote und einen schwachen Eigengeschmack haben sie gemeinsam. In einem Berliner Restaurant kann der Gast ihn näher kommen.

Natürlich stehen im „Chi Chi Kan“ konventionelle Speisen auf der Karte. Frühlingsrolle, Ente süßsauer und gebackene Banane versuchen auf hier überdurchschnittliche Art dem zu entsprechen, was Europäer unter chinesischer Küche verstehen. Gleich viel interessanter wird es, wenn Küchenchef Hai Liu Speisen kocht, die von seiner Heimat Shanghai inspiriert sind. Da die Stadt am Meer liegt, gehen naturgemäß häufig Fische und Krustentiere in die Rezepte ein. Beim Seentofu mit Mais, Erbsen und grünen Sojabohnen in einer leicht mit Stärke gebundenen Hühnerbrühe sind es Garnelen. Ihr leichter Al-

Wodka Vodrock: www.vodrock.com.
Monaco Wodka: www.monacovodka.de
Schnapsseminare: www.schnapsbrennen.at/termine.php

Villány im Süden von Ungarn ist nicht das einzige Gebiet auf unserem Weinplaneten, in dem man sich auf die roten Bordeaux-Traubensorten Cabernet Sauvignon und Merlot gestürzt hat, als handle es sich um Allheilmittel. Viele Winzer in Villány sind der Versuchung verfallen, aus diesen Sorten möglichst mächtige und üppige Rotweine zu erzeugen und haben geglaubt, dieser Weg biete eine Erfolgsgarantie.

Doch das, was herauskam, schmeckte oft so wie kalifornische oder australische Weine – mit anderen Worten: austauschbar. Dagegen scheint die Traubensorte Cabernet Franc, ebenfalls aus Bordeaux, wesentlich besser für Villány geeignet zu sein. Zudem wird neuerdings das Potential der eigentlichen Traditionsweinträuben des Gebiets Portugieser und Kékfrankos (auch Blaufränkisch und Lemberger genannt) wieder entdeckt. Kein Winzer hat diesen Weg konsequenter verfolgt als der Berliner Anwalt und Villány-Wahlbürger Horst Hummel. Seine aktuellen Weine beweisen (wie die Weine von Markus Schneider in Ellerstadt/Pfalz und Michael Teschke in Gau-Algesheim/Rheinhausen), welches Potential in der oft drastisch unterschätzten Portugieser-Traube steckt.

Der Grund, warum Winzer in Deutschland, Österreich und Un-

REINER WEIN



Wie Lakritz im Glas

VON STUART PIGOTT

garn Portugieser so häufig unterschätzen, liegt in der Neigung der Sorte zu unglaublichen Ertragsmengen. Wenn ein Winzer quantitativ das Maximale aus dieser Traube holt, läuft das unweigerlich auf ein farbschwaches, dünnes und säuerliches Weinchen hinaus. Aber es gibt kaum eine andere Rotweinsorte, die so stark und positiv auf Ertragsreduzierung reagiert. Bereits bei der Hälfte der maximalen Menge entsteht ein tieffarbiger Rotwein wie der 2012er Villányi Portugieser von Horst Hummel (7,50 Euro von Horst Hummel, Telefon 030/445 34 34, bb@weingut-

bummel.com). Mit seinem Duft nach Sauerkirschen, Brombeeren und Gewürzen, mittelgewichtigem Körper und herzhaften Gerbstoffen bietet er weitaus mehr als üblich in dieser Preisklasse. Dieser Wein hat überhaupt keinen Eichen- und braucht auch keinen, genauso wie Hummels noch charaktervollere zartere Nagyótfalu Portugieser (12,50 Euro von Horst Hummel). Er duftet wie ein edler Kräuterbitter und ist mit 12,5 Prozent Alkoholgehalt keine Spur fett oder schwer, vielmehr lässt ihn die lebhaft Säure erfrischend und kühl wirken und mit feinen Lakritz- und Kirschkernelnoten enden.

Hummels Spitzenwein aus der Portugieser-Traube, der zartere Jammertal (19,50 Euro von Horst Hummel) hingegen hat ein Jahr im Holzfass verbracht, was ihm eine burgundische Anmutung verliehen hat. Der Wein erinnert im Duft an Lapsang-Souchong-Tee und hat eine durchaus positive Bitterkeit im sanfteren Finale. Der Preis steht im direkten Zusammenhang mit der drastischen Ertragsreduzierung. Für den zartere Nagyótfalu Kékfrankos (8,50 Euro von Horst Hummel) musste Hummel nicht ganz so weit gehen, doch auch so überzeugt der intensive Duft nach Holunder und Lakritz sowie ein tiefdunkler Geschmack mit herbem Biss. Das ist enorm viel Charakter für diesen Preis.

HIER SPRICHT DER GAST

„Chi Chi Kan“ in Berlin

VON JÜRGEN DOLLASE

Authentische chinesische Gerichte
Goltzstraße 52
10781 Berlin
Tel.: 030 / 547 16 851
www.chichikan.de
Steuernummer: 18/578/50022

Rechnung		4
Tisch #		
1 Exotisches Hähnchen	€ 5,00	
1 2B Vegetarisches DIM SU	€ 3,50	
1 Siao Lon Bao	€ 4,00	
1 Ha Gau	€ 4,50	
1 Cong Bao Lam	€ 13,50	
1 Garnelen Set-Chuan-Pfeff	€ 16,50	
1 Warmes Mangokompott	€ 5,50	
2 Royal Jasmin Chung Hao	2,80 € 5,60	
1 Mango mit Großgarnelen	€ 13,90	

gen-Tinten-Duft und ihre Süße leiten geschmacklich bruchlos hinüber zum rohen, nur in der Sauce angewärmten Tofu, dessen etwas unreif wirkende Hefe-Hülsenfrucht-Assoziation das Gemüse einbindet. Vertieft und noch ein bisschen stärker ins Maritime verschoben werden diese Eindrücke von einem würzigen Seetang-Salat mit Sommersprossen, Koriandergrün, Chili in Knoblauch-Sesamöl-Dressing. Die Verbindung mit Schweinefleisch weist dann dem Tofu die Rolle der Beilage zu. Ausgehöhlte Stücke, in denen saftige Fleischbällchen stecken, werden durch Ingwer, Lauch und Koriander akzentuiert.

So etwas wie eine Grundierung bildet die Sojasauce, wobei Hai Liu die nuancenreiche japanische benutzt. Auf ihr spielt sich nicht nur die einzelne Speise ab, sondern ein ganzes Tableau von Speisen, die während eines chinesischen Gastmahls nach und nach serviert werden. Deshalb ist es auch kein großer Sprung von den geschmorten Auberginen mit Frühlingszwiebeln

und Knoblauch zum vegetarischen Dim Sum mit Wasserspinat, Shiitake, Glasnudeln und zerdrücktem Tofu oder einem Potpourri auf der Basis von Kokosmilch. In ihm begegnen Riesengarnelen frischen Mangostücken, deren doch etwas müde Art von Galgant, Ingwer und Zitronengras aufgefrischt wird.

Nur eine leichte Akzentverschiebung findet statt, wenn die Küche die Garnelen in Schale „crispy“ frittiert. Da spielen sie fast schon ins Hummerige. Liu kombiniert sie lediglich mit einem Mirepoix. Diese beinahe mikroskopischen Elemente sind al dente gehalten und falten eine aromatische Oberfläche aus, die die Röstnoten des süßlichen Fleisches mit Gemisnoten vorzüglich zu einem nur rund zu nennenden Gesamteindruck einbindet.

Zwei Gerichte verdienen besondere Erwähnung. Das eine, weil es mit einem überraschenden Effekt aufwartet, das andere, weil dort das Konventionelle durch akkurate Zubereitung gleichsam aufgehoben wird. Bei einer Art Gulasch vom Lammfilet verwandelt unversehens ein hochprozentiger Reisschnaps mit schneidenden Tönen die Soja-saucenmäßigkeit, und beim kalt servierten exotischen Hähnchen in Knoblauch-Chili-Sauce und gehackten Erdnüssen wird die klassische süß-saure Tönung vom aromatischen und im Biss elastischen Fleisch getragen. Die positiven Erfahrungen summieren sich natürlich nicht zu einem Erlebnis, das der bürgerlichen Küche Konkurrenz machen könnte, doch innerhalb der China-Szene ist das „Chi Chi Kan“ mehr als nur ein Lichtblick.

Restaurant „Chi Chi Kan“, Berlin-Schöneberg, Goltzstraße 52, Telefon 0 30/547 166 51, www.chichikan.de. Geöffnet täglich von 12 Uhr bis 23 Uhr.

Darüber freut Mann sich zu Weihnachten.



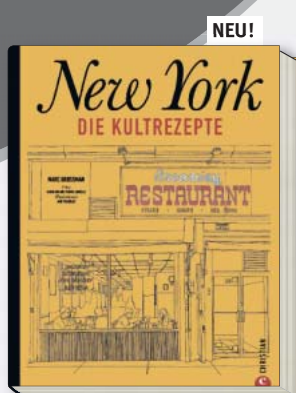
Für Genießer
736 Seiten · 400 Abb.
€ 29,99
ISBN 978-3-86244-487-8



Für Abenteuer
264 Seiten · 220 Abb.
€ 49,99
ISBN 978-3-89405-977-4



Für Entdecker
240 Seiten · 200 Abb.
€ 49,99
ISBN 978-3-89405-978-1



Für Kosmopoliten
272 Seiten · 200 Abb.
€ 29,99
ISBN 978-3-86244-382-6

CHRISTIAN

FREDERKING & THALER

Auch als eBook erhältlich

Jetzt online bestellen unter
www.verlagshaus24.de
oder gleich bestellen unter
Tel. 0180-532 16 17 (0,14 €/Min.)