



Die Eckpfeiler der Getränkekarte

Die Barszene ist mittlerweile mehr als nur Entertainment für Nachtschwärmer und „Barflys“, sie ist auch Entrée in die Welt der Spirituosen – klassischer wie moderner Prägung. Dabei möchten Gäste sowohl ruhige Genussmomente als auch ausgelassene Partystimmung erleben. GASTRO präsentiert die passenden Marken samt Drinks, die in keiner Getränkekarte fehlen dürfen.

„Moscow Mule“: Der Kupferbecher verpflichtet

Anders als der Name zunächst vermuten lässt, stammt der Longdrink „Moscow Mule“ keineswegs aus der russischen Trinktradition. Vielmehr ist er eine uramerikanische Erfindung, die Wodka zu dem machte, was er heute noch immer ist – eine beliebte Cocktail-Grundzutat, die aus der Barkeeper-Szene nicht mehr wegzudenken ist. Die Geschichte von Moscow Mule geht zurück bis in die 1940er Jahre, als die Amerikaner lieber Whiskey als Wodka tranken. Um Wodka auch in der Barszene zu etablieren, gingen ein Wodka-Vertreter und ein Ginger-Beer-Hersteller eine Kooperation ein. Sie mischten Wodka mit der doppelten Menge Ginger Beer – eine alkoholfreie fermentierte Ingwerlimonade – und etwas Limette und erfanden damit einen absoluten Barklassiker. Da der Ginger-Beer-Hersteller gleichzeitig eine Kupferfabrik betrieb, nutzte er die Kooperation und stellte Kupferbecher her, in

denen der Moscow Mule künftig präsentiert wurde. Die Idee der beiden Partner ging auf und sowohl der Cocktail als auch Wodka gewannen zunehmend an Popularität. „Darüber hinaus wird Ingwer heutzutage als neue Minze gefeiert und ist fester Bestandteil in den meisten Cocktailbars“, weiß Top-Spirit-Marketingdirektor Mag. Florian Czink: „Stolichnaya, Österreichs beliebtester Premium-Wodka, brachte den Trend mit Stoli Mule nach Österreich. Stoli Mule trifft den Geschmack der Zeit und schmeckt aus dem stilechten Kupferbecher doppelt so gut.“

Czink empfiehlt auch, den Longdrink-Klassiker – neben der traditionellen Version – einmal mit „Stoli Raspberry“ oder „Stoli Blueberry“ zu servieren. www.topspirit.at

„Cuarenta Y Tres“

Die spanische Spezialität „Licor 43“ besteht aus 43 natürlichen Zutaten, darunter Zitrusfrüchte und aromatische Pflanzen. Diesen Zutaten verdankt Licor 43

auch seinen Namen: „Cuarenta Y Tres“ (spanisch: dreiundvierzig).

„Die Geschichte von Licor 43 beginnt in Cartagena, einer kleinen Hafenstadt im Südosten Spaniens. Die Rezeptur stammt aus dem Jahr 209 vor Christus und war schon damals heiß begehrt. Zu dieser Zeit hieß der heutige Licor 43 noch Licor Mirabilis, das bedeutet auf Deutsch wundervoller Likör“, erzählt Destillerie-Franz-Bauer-Geschäftsführer Hans-Werner Schlichte die Geschichte hinter dem Likör.

Bis heute wird Licor 43 ausschließlich in Cartagena hergestellt. Anschließend ruht der Likör zwölf Monate lang in Fässern, bevor er in Flaschen gezogen wird. Das genaue Rezept ist nur drei Mitgliedern der Herstellerfamilie bekannt und wird von Generation zu Generation weitergegeben. Als Longdrink empfiehlt Schlichte „Ginger 43“ mit 2 cl Limettensaft, 4 cl Licor 43, Ginger Ale und Eiswürfeln. „Wer es puristisch klassisch mag, der serviert 2 cl Licor 43 auf Eis“, erklärt der Destillerie-Franz-Bauer-Geschäftsführer. www.bauerspirits.com



„LICOR 43“ SORGT MIT SEINER VIELSEITIGKEIT FÜR SÜDLICHES LONGDRINK-FLAIR IN JEDER BAR. WER ES MAG, KANN DIE SPANISCHE TRADITIONSPIRITUOSE GERNE AUCH PUR AUF EIS GENIEßEN



DIE NEUE SORTE „SPITZ FRIZZANTE KIRSCHBLÜTEN“ WILL NICHT NUR GESCHMAKLICH ÜBERZEUGEN, SONDERN AUCH FARBLICHE AKZENTE IN DER SZENEGASTRONOMIE SETZEN

„Schönheit, Eleganz und Zartheit“

Spitz hat dieses Jahr sein Schaumweinsortiment um eine weitere Trendsorte erweitert: „Spitz Frizzante Kirschblüten“ in der 0,75-Liter-Flasche erweitert das Sortiment um die Geschmacksrichtungen „Holunder“, „Hibiskus“, „Veilchenblüten“ und „Eisblume“. „Die jüngste Geschmacksrichtung steht im Sinne der Schönheit, Eleganz und Zartheit. Denn im asiatischen Raum dient die Kirschblüte als Symbol für die weibliche Schönheit und wird als Zeichen für Aufbruch angesehen. In den Farben Rosa und Weiß blüht die besondere Blüte nur zehn Tage und zelebriert traditionell den Beginn der warmen Jahreszeit. Genau dieses leichte, besondere Frühlingsgefühl wollen wir durch den Spitz-Frizzante-Kirschblüten trinkbar machen. Er eignet sich also ideal für laue Abende, prickelnde Nächte oder festliche Anlässe“, erklärt Spitz-Marketingleiterin Mag. Jutta Mittermair. Durch sein stimungsvolles Äußeres und seine atmosphärische rosa Farbe ist die neue Frizzante-Sor-

(Bilder: Top-Spirit, Destillerie Franz Bauer, Spitz)

te Hingucker am Tisch und rundet Festivitäten nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch ab. www.spitz.at

„Augen auf!“

Der namensgebende Feige-Wodka-Likör „Kleiner Feigling“ ist seit den 1990er Jahren eine der führenden Marken im Miniatursegment und aus der Partyszene nicht mehr wegzudenken. Seit zwei Jahren macht die Kultmarke aus dem Hause Behn auch mit neuen Geschmacksrichtungen von „ziemlich schräg bis extrem lecker“ von sich reden. Neben innovativen Aromen wie „Kleiner Feigling Erdnuss-Flip“, „Kleiner Feigling Luxus Lakritz“ oder „Kleiner Feigling American Popcorn“ überzeugen vor allem „Kleiner Feigling Coco Biscuit“, „Kleiner Feigling Apple Strudle“ und „Kleiner Feigling Bubble Gum“ speziell junge Gäste. „Voll eingeschlagen haben auch die beiden Neuzugänge Kleiner Feigling American Ice Tea, der mit seinem natürlichen, fruchtigen Pfirsichgeschmack und einer klassischen Eistee-Note überzeugt, sowie Kleiner Feigling Unkraut, Behns Neuinterpretation dieser klassischen Geschmacksrichtung mit einer verblüffend frischen Minznote, umgarnt von feinherben, blumig-würzigen Wildkräuteraromaten. Die erfrischend andere Kräutervariante mausert sich ganz heimlich zum Überraschungserfolg und hinterlässt im Revier der großen Marktführer eine originelle Note“, erklärt Nannerl-Geschäftsführer Markus Pfarrhofer. Aber nicht nur das Markenportfolio wurde erweitert, erstmals



MIT „HUGO ELDERFLOWER LIME & MINT“ BIETET NANNERL NEBEN DEM WODA-FEIGE-LIKÖR „KLEINER FEIGLING“ DIE PASSENDE ZUTAT FÜR SPASSIGE PARTYNÄCHTE



MIT DEM SÜSSSAUREN GESCHMACK VON KOKOS, MANGO UND PAPAYA SORGT DER NEUE „SORZ TROPICAL“ AUF JEDER PARTY FÜR AUSGE-LASSENE STIMMUNG

wurde auch Hand an das allseits bekannte Design gelegt und der Markenauftritt um das berühmte Augenpaar behutsam modernisiert. „Außerdem haben wir bei Nannerl jetzt neben unserem Hugo Elderflower Lime & Mint – dem beliebten Sommergenuss mit dem frischen Geschmack der Holunderblüte und leichter Limetten- und Minznote – den klassischen Alpensirup Holunderblüte 1+6 zum Mixen für Klassiker wie Hollerspritz oder als Grundzutat für spritzige Sommerdrinks in der formschönen 1-Liter-Flasche oder für erhöhten Bedarf im ergiebigen 5-Literkanister parat“, so Pfarrhofer. www.nannerl.at

Tropische Nächte garantiert

Sourz bringt in Österreich eine neue Limited Edition auf den Markt: „Sourz Tropical“. Der neue Shot hat das Zeug zum Partyhit 2016. „Der frische, exotische Shot in intensivem Azurblau entzündet ein Feuerwerk der Lebensfreude und sorgt auf jeder Party für genussvolle Momente mit Freunden. Mit dem süßsauren Geschmack von Kokos, Mango und Papaya treibt er die Partystimmung auf den Höhepunkt und das mit einem Alkoholgehalt von 15 Vol.-%“, erklärt Sabrina Ratschnig, Senior Brand Managerin von Beam Suntory Österreich: „Sourz hat die österreichische Partyszene bereits erfolgreich aufgemischt. Mit der neuen Sorte wollen wir das Sommerfeeling zurück in die Alpen holen und den Winter verabschieden.“ www.beamsuntory.at

(Bilder: Nannerl, Beam Suntory Austria)

Murauer
BIER

BIST DU ANANAS!

empfohlen von *Willy Fleckner*

DIE GRENZGENIALE MISCHUNG

www.murauerbier.at

Erhältlich im gut sortierten Lebensmittelhandel, bei den Murauer Bier Depots in Murau, Tamsweg, Graz, Klagenfurt, Zellweg und ab sofort auch bei den Tankstellen!

Coffee Kids® hat das Ziel, die Lebensqualität, die Ausbildung sowie das wirtschaftliche Spektrum der in den Kaffeepflanzungen arbeitenden Bauernfamilien zu verbessern.

Informieren Sie sich, wie Sie helfen können.

Besuchen Sie www.coffeekids.org oder schreiben Sie eine e-Mail an info@coffeekids.org.



COFFEE KIDS®
GROUNDS FOR HOPE
www.coffeekids.org



(Bilder: Beam Suntory Austria)

„An Whisk(e)y kommt 2016 keiner vorbei“

GASTRO hat Karl Wurm, Commercial Director Beam Suntory Österreich, zu aktuellen Trends in der Szenegastronomie, Markenrevivals und Cocktail-Ideen befragt.

GEMÄSS DEM SPIRITUOSEN-TREND HIN ZU MEHR QUALITÄT PRÄSENTIERT DIE EIGENS FÜR DIE GASTRONOMIE EINGEFÜHRTE „BEAM SUNTORY RARE COLLECTION“ AUSGESUCHTE PREMIUM- UND SUPER-PREMIUM-SPIRITUOSEN UNTER EINEM GEMEINSAMEN DACH

Herr Wurm, was sind die Spirituosen-Trends in diesem Jahr?

Karl Wurm: An Whisk(e)y kommt 2016 – wie bereits in 2015 – niemand vorbei. Er ist weiterhin der wesentliche Treiber der Spirituosen-Kategorie. Dazu trägt sein überproportionales Wachstum bei, was uns als Experten für Whisk(e)y aus allen Teilen der Welt natürlich besonders freut. Als das am schnellsten wachsende Spirituosen-Unternehmen in Österreich der vergangenen zwei Jahre fungieren wir auch als Wachstumsmotor dieser Kategorie. Generell ist der Trend zu beobachten, dass die Österreicher zwar weniger Spirituosen, dafür jedoch hochwertigere Qualität kaufen. Diese „Premiumisierung“ sehen wir seit zwei bis drei Jahren im Handel sowie auch in der Gastronomie. Daher haben wir speziell für die Gastronomie die Beam Suntory Rare Collection eingeführt, die all unser Premium- und Super-Premium-Spirituosen aus allen Teilen der Welt unter einem gemeinsamen Dach zusammenfasst. Dazu gibt es einen eigenen Beam Suntory Rare Collection-Manager, der als Ansprechpartner für die Gastronomie fungiert und Master-Classes zu den Produkten sowie deren Limited Editions hält.

Welche Spirituosen-Kategorie hat das Zeug zum Sommer-Hit?

Fruchtige Flavours mit spritzigen Barsodas sind diesen Sommer angesagt. Unsere Innovationen Jim Beam Apple als Basis für einen „Jim Beam Apple Tonic“ und Jim Beam Honey als Basis für einen „Jim Beam Honey Ginger Ale“ eignen sich hervorragend als Sommerdrinks.



KARL WURM, COMMERCIAL DIRECTOR BEAM SUNTORY ÖSTERREICH



DAS WHISK(E)Y-SEGMENT BEFINDET SICH IM AUFWIND – DAFÜR ZEICHNEN AUCH GESCHMACKLICHE INNOVATIONEN WIE „JIM BEAM HONEY“, „JIM BEAM DOUBLE OAK“ UND „JIM BEAM APPLE“ VERANTWORTLICH

Welche Kategorien bzw. Marken feiern ein Revival?

Wir, und auch viele Szenekenner, sehen Cognac als die kommende Spirituose. Mit seiner langen Tradition bringt er den französischen „Joie de Vivre“ ins Glas. Das ist einer der Gründe, wieso wir uns bei Beam Suntory dazu entschieden haben, unseren Premium-Cognac Courvoisier im Zuge der Kampagne „The Toast of Paris since 1889“ im neuen Glanz erstrahlen zu lassen. Courvoisier war das Getränk der Wahl zur Eröffnung des Pariser Eiffelturms 1889. Dieses Gefühl, auf besondere Momente anzustoßen, wollen wir mit Courvoisier wiederbeleben.

Was sind die Trends in der Barkeeperszene?

Whisk(e)y – in allen Varianten – steht als Basis für hochwertige Cocktails stark im Kurs. Seien es klassische Bourbons wie der neu lancierte Jim Beam Double Oak oder Maker's Mark für eine Vanille- oder Karamell-Note sowie Rye Whiskey wie Jim Beam Rye für etwas mehr Würze. Aber auch Scotch Whisky oder sogar torfige Single Malt Whiskys wie Bowmore oder Laphroaig für den besonders außergewöhnlichen Geschmack findet man immer öfter als Basis-Spirituose in Cocktail-Karten.

Gibt es derzeit einen Trend-Cocktail?

Bei den Drinks gibt es hier ein Comeback von Klassikern. Wenige, dafür hochwertige Zutaten sind besonders gefragt. Der Old Fashioned mit Bourbon Whiskey, wie bspw. Jim Beam Double Oak, ist unter Bartendern und Gästen schon lange kein Geheimtipp mehr. So sorgt der Double Oak Fashioned mit 6 cl Jim Beam Double Oak, 4 Spritzern Cocktailbitter, 2 Zuckerwürfeln sowie einer Orangen- und Zitronenzeste für klassische Barmomente mit modernem Touch. www.beamsuntory.at

DIE WIENER BAR „KLEINOD“ SERVIERT DEN „ABSOLUT VODKATINI D'ELYX“ IM RAHMEN EINES DEGUSTATIONSME-NÜS SAMT DEM VON THOMAS FEICHTNER EIGENS ENTWORFENEN DRINK-SERVICE-SET



Pernod Ricard Austria

DRINK-SET VON THOMAS FEICHTNER

Die Zusammenarbeit von Designer Thomas Feichtner und „Absolut Elyx“, dem handgemachten Single-Estate-Vodka von Absolut, geht in die zweite Runde. Feichtner gestaltete ein Drink-Service-Tool, speziell entworfen für das Revival des „Absolut Vodkatini D'Elyx“, ein mit Absolut Elyx und Vermouth zubereiteter Wodka-Klassiker. Sein reiner und trockener Geschmack wird durch die neue Serviermöglichkeit von Thomas Feichtner ergänzt, die in ihrem handwerklichen Anspruch das Konzept des Drinks unterstreicht. Noch nie dagewesen ist dabei nicht nur die Glasform (made by Zalto), sondern auch die Form der Kühlung. Zum Einsatz kommt das auf zwölf Stück limitierte Set vorerst einmal für die Gäste der Wiener City-Bar „Kleinod“. Dort wird der traditionsreiche Drink im Rahmen eines Degustationsmenüs gereicht: Er wird halbtrocken mit Beigaben serviert, die den Sinneseindruck der Zunge – sauer, salzig, bitter und süß – unterstreichen.

www.pernod-ricard.austria.com
www.kleinod.wien

(Bilder: Pernod Ricard Austria, GastroData)

HABEN BITTERAPERITIFE ERNEUT DAS ZEUG ZUM SOMMER-HIT?

Die kalte Jahreszeit hat sich verabschiedet und so mancher Szenedrink erhebt wieder den Anspruch, der Sommerdrink des Jahres zu werden. Letztes Jahr verzeichneten die Bitteraperitifre aufgrund des heißen Sommers tolle Erfolge. So erreichte die Spirituosen-kategorie im Gastronomie-Großhandel eine mengenmäßige Steigerung von 8,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr, wertmäßig konnte man sogar zweistellig – um 11,7 Prozent – wachsen. Bei den Likören sah es im Jahr 2015 hingegen anders aus. Die mussten sowohl bei der Menge (-4,3%) als auch beim Wert (-2,2%) Rückgänge gegenüber dem Jahr 2014 hinnehmen. Damit repräsentieren sie den letztjährigen Trend der Spirituosen im C&C, die mengenmäßig ein Minus von 4,5 Prozent bzw. wertmäßig von 0,6 Prozent zu verkraften hatten. Die Durchschnittspreise stiegen bei den Bitteraperitifren um 3,1 Prozent sowie bei den Likören um 2,1 Prozent.

Fragen richten Sie bitte an: office@gastro-data.at



MAG. HELMUT OBERGANTSCHNIG
WWW.GASTRO-DATA.AT

„Der heiße Sommer im letzten Jahr hat für den tollen Erfolg der Bitteraperitifre gesorgt“

TRINKWERK

WIR MACHEN DEN UNTERSCHIED.

DER GETRÄNKE-FACHGROSSHÄNDLER FÜR DIE GASTRONOMIE



VOLLES GETRÄNKE-SORTIMENT



PROFISERVICE



BESTE BERATUNG

www.TRINKWERK.cc