

On the **MOVE**



Seit geraumer Zeit führt die Kategorie Weinbrand & Brandy neben Trend-Spirituosen wie Gin oder dem Dauerbrenner Whisky ein Schattendasein in der Bar- und Genusskultur. Doch gerade gerät der Markt des gereiften Traubendestillats in Bewegung. Anbieter interpretieren das Segment neu und holen es aus seinem Versteck.

Text: Michaela Bavandi

Brandy ist eine seit Jahrhunderten weltweit kultivierte und für die Bar-kultur unerlässliche Spirituose. Seit Beginn der Bargeschichte wirkt das in Fässern gereifte Weindestillat als nicht wegzudenkender Protagonist in vielen Cocktailklassikern wie Sazerac oder Vieux Caré. Oder im Sidecar, in dem sich Brandy mit Triple Sec und Zitronensaft vermählt, während der Brandy Alexander mit Crème de Cacao und Sahne ein liquides After Dinner Menü verspricht. Wie in seiner Blütezeit des vorigen Jahrhunderts wird der Brandy auch heute in purer Form von Liebhabern dieser Klasse gerne als Digestif geschwenkt.

Unterschiedliche Rebsorten, die Zeit der Lagerung und das Destillationsverfahren prägen die Vielfalt des Brandys, der erst im Fass zu seiner jeweils einzigartigen Güte reift. Innerhalb dieser Dachmarke genießt besonders der französische Cognac internationales Renommee, zurückhaltend begleitet von seinem kleineren Bruder Armagnac. Aufgrund des Siegeszuges und der Bekanntheit des Cognacs, der in der US-amerikanischen Rapper-Szene sogar zum Kultgut avancierte, ist es zumeist dieser zweifach destillierte und nach strengen Richtlinien produzierte Weinbrand aus dem gleichnamigen Städtchen an der Charente, der vorrangig zitiert wird, wenn es um Brandy in klassischen Cocktails geht. Der spanische Brandy de Jerez und die südamerikanische Weinbrandgattung Pisco aus Chile oder Peru sind Teil dieser Kategorie, nicht zu vergessen italienischer, portugiesischer und armenischer Brandy. Seit dem Frühjahr dieses Jahres geistert sogar ein Brandy aus dem Reich der Mitte durch Europa, in Gestalt von Chinas Brandy-Ikone Koya, die häufig auf Staatsbanketten ausgedient oder als Diplomatengeschenk vergeben wird. Griechenlands Aushängeschild für Weinbrand sind die Qualitäten von Metaxa – ein Branntwein, der seit 1888 aus Trauben von der Insel Samos, mediterranen Kräutern und Muskatweinen kreiert und weiterentwickelt wird.

Lange Zeit wird der Begriff Cognac oder Kognac für deutschen Brandy verwendet, bis Frankreich die Herkunftsbezeichnung Cognac für seinen weltweiten Exportschlager durchsetzt. Seither trägt die deutsche Edition den Namen Deutscher Weinbrand, dessen Herstellungsregulieren und Qualitätsstandards nicht so streng sind wie bei den französischen Kollegen. Deutscher Weinbrand muss zumindest zwölf Monate im Fass gelagert werden und ein Alkoholvolumen von 38 Prozent aufweisen. Ab 36 Prozent Alkoholvolumen und weniger spricht man hierzulande schlicht von Weinbrand, der leider oft als industrielle Massenware in Tankstellen oder an der Supermarktkasse zu Tage tritt.

Asbach Uralt ist Deutschlands bekanntester deutscher Weinbrand. „So steht das ‚Uralt‘ für

besonders lange Reifung in Eichenholzfässern, die die gesetzlich vorgeschriebene Dauer schon immer deutlich übertroffen hat“, erklärt Christopher Delle, Geschäftsführer der Asbach GmbH in Rüdesheim am Rhein. Mit langjährig und jahrzehntelang gereiften Varianten, die der Premiummarke große Zuwächse bescheren, hat sich Asbach die Qualitätsführerschaft in Deutschland auch bei jüngerem Publikum gesichert. Eine Erweiterung erfährt die Asbach-Flotte mit Mixgetränken wie Asbach Cola oder dem Aperitif Rosé aus Rosé-Weinen der Rhein-Region mit einem Schuss Original Asbach und Kräuterextrakten.

Im Vergleich zu seinen hochprozentigen Mitstreitern spielt der Brandy heute eine eher untergeordnete Rolle in der Bar-Szene. „Die Kategorie ist vielfältig und unverzichtbar in klassischen Drinks, ein Sazerac mit Weinbrand ist wunderbar. Aber die Spirituose per se an den Konsumenten heranzutragen, ist schwieriger“, meint Marcus Philipp von der Wiener „Speakeasy The Chapel Bar“, der für seinen „Burnt Fuselage 2.0“ (Rezept rechts) eine österreichische Weinbrand-Spezialität heranzieht. Um die Vorzüge des Weinbrands hervorzuheben und die Gäste mit der „Weinbrand-Ansage“ nicht zu verschrecken, sei Fingerspitzengefühl gefragt. Es gab jedoch Zeiten, in denen Brandy und deutscher Weinbrand zu den eindrücklichen Must-Haves einer Bar gehörten. „Die momentanen Trends wie Gin oder Whisky zeigen, dass Klassiker immer wieder neuen Aufschwung erleben können, und jede Generation ihre Liebhaber und Connaissseure hat. Bei Weinbrand ist es ähnlich. Es ist eher das traditionelle Image, das eine kleine Grenze darstellt. Weinbrand ist ein Produkt, das zum langsamen Genuss, Verweilen und Diskutieren einlädt, und die Gruppe der Zigarren rauchenden Cognac-Schwenker ist deutlich jünger geworden. Sie schätzt die hohe Handwerkskunst und Geduld, die man bei der Herstellung braucht“, meint Kellermeister Sascha Huber vom Weingut Prinz von Hessen, der mit seinem 25 Jahre im Eichenfass gereiften XO Alter Weinbrand dem Rieslingwein von 1989 Tribut zollt.

Seit dem Vorjahr beseelt auch ein deutscher Weinbrand den heimischen Markt, der „neu, modern und mit den Ansprüchen bio, regional und nachhaltig gedacht wird“. „Denn Brandy ist eine spannende Kategorie mit viel Potenzial. Gerade in Deutschland, dessen Weinbrandkultur wir fortan mitgestalten und pflegen wollen. Die Kategorie bietet ein Riesensfeld für interessante Produkte“, findet Benjamin Scheuerer, Gründer von Artwerk Bio Brandy. Produziert wird dieser Weinbrand, der des internationalen Images wegen lieber Brandy genannt werden will, im Rheingau, in Rüdesheim am Rhein, wo auch Asbach Uralt seinen Sitz hat. Der aktuelle Artwerk basiert auf einem Weißwein-Cuvée-Destillat. Ein Riesling-Destil-

Der neue Icon Brandy

Bereits seit 1892 erzeugt Changyu, bekannt als Chinas ältester und führender Weinerzeuger, hochwertige Brandys, die 1915 mit einer Goldmedaille auf der Panama-Pacific World Expo in San Francisco ausgezeichnet erstmals auch internationale Anerkennung fanden. 139 Jahre nach der Gründung ist nun Chinas feinsten Brandy erstmals auch in Deutschland und Europa erhältlich. Changyu's Icon-Brandy KOYA wird auf dem gleichnamigen Chateau in Yantai auf der Halbinsel von Shandong erzeugt, genau in der Mitte zwischen Peking und Shanghai.

KOYA ist in Deutschland und Europa in zwei Qualitäten erhältlich: ein VSOP mit 6-jähriger Reifezeit, sowie ein XO 10 Jahre.



Brandy Sour

Zutaten:
6 cl Artwerk Bio Brandy
3 cl frischer Zitronensaft
2 cl Zuckersirup
optional: 1/2 Eiweiß



Zutaten in den Shaker geben, mit Eiswürfeln auffüllen und kräftig schütteln (mit Eiweiß mind. 20 Sekunden). Wahlweise „straight up“ oder auf Eiswürfel ins vorgekühlte Glas abseihen. Garnitur: Orangenzeste

Burnt Fuselage 2.0

von Marcus Philipp, Barchef der Wiener „Speakeasy The Chapel Bar“

Zutaten:
3 cl 2015 Weinbrand aus dem Barrique, Feindestillerie Franz Stelzl vlg Milhalm
3 cl Sissi Wermut
3 cl Orangenlikör
Deko: Orangenzeste

Gerührt und in der Coupette serviert

lat befindet sich bereits im Fass, um auch sortenreinen Weinbrand anzudenken. Die Basis des Rheingau'schen Produkts sind Weißweine aus biologischem Anbau, die in der Vakuumdestillation bei unter 30 Grad für den Ausbau in Eichenholzfässern aromaschonend von Destillateurmeister und Masterblender Reiner Hoppe destilliert werden. Dieses Verfahren ermöglicht, die Fruchtigkeit und Floralität des Grundweines in den Brand zu transferieren und zu erhalten. „Dann wird der Brandy auch nur so lange gelagert, bis die gewünschte Fruchtigkeit und eben nicht jene für Weinbrand typische Holznote erreicht ist, daher können wir längere Reifezeiten ausschließen“, erklärt Scheuerer, dessen Brandy nach erst acht Monaten sowohl bei den World Brandy Awards 2021 als auch bei der San Francisco World Spirits mit Silber gewürdigt worden ist.

„Deutscher Weinbrand war ein tolles Produkt, aber man hat sich dem Massendiktat unterworfen, während es unsere ausländischen Nachbarn anders gemacht haben. Wir haben also Aufholbedarf“, findet Alexander Stein, der mit der Gründung des Gins Monkey 47 den Wacholderbrand aus seinem Versteck geholt und den kategorischen Boom untermauert hat. Mit seiner Rückeroberung der Markenrechte des Weinbrands Jacobi 1880 will er „dem Gegenstand vieler elterlicher Diskussionen in den nächsten Jahren neues Leben einhauchen“, ihn als Fachhandelsprodukt für die Gastronomie und den Fachgroßhandel positionieren. „Der Erwerb dessen, was 1880 von meiner Familie gegründet worden ist, ist nicht meinem Trendgespür oder dem Zufall, sondern emotionalen Gründen geschuldet“, erzählt der Stuttgarter. Erst nach zehn Jahren und drei Tage vor dem Tod seines Vaters Jürgen schafft er es, das vormalige Familienunternehmen in Weinstadt und nun auch das alte Betriebsgelände unter seine Ägide zu bringen. „Mein Vater hat sich sehr gefreut, und ich bin dankbar und glücklich fortführen zu dürfen, was 1880 begonnen hat.“ Weinbrand und im Speziellen Jacobi 1880 will Alexander Stein anders denken, neu interpretieren. Seine oberste, damals auch für Monkey 47 gewählte Prämisse steht fest: „Primär geht es um Qualität, natürlich auch um Handwerk und viel Gefühl für Terroir“. Um das hervorzuheben, sei vorstellbar, andere oder neue Rebsorten in Betracht zu ziehen, die Lagerung in Holzfässern zeitlich und qualitativ sowie die Herstellungsweise zu überdenken. „Die klimatischen Bedingungen haben sich auch in Deutschland geändert, neue Rebsorten sind vielleicht möglich, und junge, tolle Winzer am Start. Langfristig wäre es schön, mit lokalen Weinen zu arbeiten. Als Junge aus dieser Region liegt mir das am Herzen, vorausgesetzt die Qualität stimmt. Weinstadt ist Programm, ich sehe hier nicht nur eine Chance für die Region, sondern auch für die weitaus unterschätzte Spirituose, die früher viel Wertschätzung erfahren hat“, findet Alexander Stein, der noch ein wenig zum Brandy-Experten reifen will, den Weg zu „Brandy Alexander“, der zuvor als „Gin Alexander“ begeistert hat, aber bereits ebnet. Vielleicht wirbelt schon in naher Zukunft ein frischer Wind aus Weinstadt durch Deutschlands Brandy-Terroir. „Konkurrenz belebt das Geschäft. Wir sehen bei Asbach den Wettbewerbsvorteil der langen, handwerklichen, ungebrochenen Tradition gegenüber Neueinsteigern. Wir freuen uns daher über jeden Marktteilnehmer, der mit uns die Kategorie voranbringen möchte“, spricht Christopher Dellee für Asbach. ■

Der Aperitif des Jahres national 2021

Mit Hugo Asbach Aperitif Rosé wurde ein Aperitif geschaffen, der Tradition und Trend verbindet. Das Erfolgsrezept aus feinen Weinen vom Rhein, Holunderblüten und etwas Wermutkraut überzeugte auch die ISW-Jury mit perfekt ausbalancierter Süße und Säure. Gerade erhielt er dafür die Auszeichnung Aperitif des Jahres national 2021.

Salinas

4 cl LAW Gin,
2 cl Hugo Asbach Aperitif Rosé,
Saft von einer Viertel Pampelmuse,
100 ml Ginger Beer
Salzrand
halbe Pampelmusenscheibe



The Greek Spirit

Trauben der Mittelmeerinsel Samos, mediterrane Kräuter und feine Muskatweine: das ist Metaxa – The Greek Spirit in Form flüssiger Harmonie, in der Farbe goldenen Bernsteins und bis heute beliebt als purer Genuss und in Cocktails. Auf ganz unterschiedliche Weise schickt die international ausgezeichnete Metaxa Sterne Range mit den Qualitäten 5, 7 und 12 Sterne Genießer der griechischen Edel-Spirituose auf Reise ans Mittelmeer. In den Sommerdrinks zeigen sich besonders die Qualitäten 7 und 12 Sterne von ihrer besten Seite.

Espresso under the Sun

Metaxa 12 Sterne erinnert im Duft an eine Orangenschale, Schokolade, getoastete Eiche und Kaffee. Sein Geschmack: Trockenfrüchte, Orangenschale und Noten von Gewürzen. So ergänzen seine Aromen den charakteristischen Geschmack von Espresso perfekt.

5 cl Metaxa 12 Sterne
5 ml Vanillesirup
30 ml Espresso
Glas: Martinglas
Garnitur: Kaffeebohnen

Alle Zutaten mit Eis im Shaker mixen. In ein Glas ohne Eis gießen, mit Kaffeebohnen garnieren.