



Weitere Informationen zu diesem Thema
finden Sie online unter markant-magazin.com

Webcode: 7115



52%

der Österreicher haben
Interesse an
alkoholfreien Cocktails
und/oder Mischgetränken.

Quelle: Marketagent,
«Alkoholfreie Alternativen» 7/22

69%

aller deutschen Haushalte
haben in 2021 mindestens einmal
Spirituosen eingekauft.

Quelle: BSI

Perfekt gemixt zum Fest

Gute Drinks sollten für Partys oder ein Dinner gerade jetzt zu den kommenden Feiertagen griffbereit sein. Welche Spirituosen und Getränke gehören nun aber zur Grundausstattung und welche Extras dürfen nicht fehlen? Das Markant Magazin ONE gibt dazu einen Überblick.

In alten Filmklassikern gehört die Hausbar zur Standard-Requisite, doch mittlerweile ist sie laut Branchenexperten zum stilvollen Must-have in den vier Wänden der Konsumenten avanciert. Denn: Eine gelungene Einladung zum Essen beginnt nicht erst mit der Vorspeise, sondern mit dem richtigen Aperitif und zwar gemixt aus der eigenen Hausbar – vor allem im Hinblick auf die kommenden Festtage Weihnachten und Silvester. Für den Handel eröffnen sich damit neue Chancen. Welche Spirituosen zur Grundausstattung gehören und vor allem, welches Equipment in der Hausbar nicht fehlen sollte, darüber hat das Markant Magazin ONE mit Timo Wessels gesprochen. Der Edelbrandsommelier ist seit über zehn Jah-

ren an der Bar tätig. Seit fünf Jahren arbeitet Wessels als Bar-Manager in der Brasserie & Bar «HYGGE» in Hamburg.

Grundausstattung

Die Welt der Spirituosen bietet eine breite und internationale Vielfalt – diese reicht von Armagnac über Malt Whiskey bis hin zum Zibartenbrand, ein Obstbrand, der hauptsächlich im Schwarzwald aus der wildwachsenen Pflaumenart «Zibarte» gewonnen wird. Zur Grundausstattung gehören für Timo Wessels daher vor allem die Spirituosen Bourbon, Gin, Rum, Tequila, Wermut, Whiskey und Wodka. Ferner darf auch ein Bitter wie etwa Campari nicht fehlen. Wegen seines bitteren Geschmacks wird er nur selten pur getrunken. Üblich ist ▶



Aperol Spritz ist die Nummer 6 der meistverkauften Cocktails weltweit. Der Aperitif passt in jede Jahreszeit.

Markt

Entwicklung im LEH 2021

Nach Analysen von IRI stieg der Absatz an Spirituosen im LEH (inklusive Aldi/Lidl/Norma) im Jahr 2021 um 0,1 Prozent auf rund 580 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. 75 Prozent des Gesamtabsatzes mit Spirituosen wurden 2021 über den LEH abgesetzt. Die grössten Marktanteile verbuchten mengenmässig weiterhin «Klare Spirituosen» (37,2%), «Liköre» (36,1%) und «Rum» (9,5%). Zu den Gewinnern zählten 2021 u. a.: Liköre (u. a. Sahneliköre, «restliche» Liköre, Fruchtliköre, Kokosliköre, Bitterliköre), Rum, Gin/ Genever, Whisk(e)ys, Wodka, Brandy, Amaretto und Sambuca. Das Umsatzvolumen im LEH betrug 2021 rund 5,1 Milliarden Euro (Vorjahr: 4,8 Mrd. Euro). Das ist gut ein Viertel des Umsatzes aller alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Sekt, Spirituosen) im LEH.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V.

- ▶ die Verwendung in Longdrinks wie Campari-Soda, Campari-Orange und Campari-Tonic. Zu den bekanntesten Cocktails mit Campari gehören der Americano und der Negroni.

Generell sollten Liköre in der Hausbar nicht fehlen. Daher empfiehlt Timo Wessels auch einen Triple Sec zur Hand zu haben. Bei dieser beliebten Cocktailgrundlage handelt es sich um einen starken, süssen und farblosen Likör mit Orangengeschmack. Er macht pur und auf Eis eine gute Figur und eignet sich hervorragend als Digestif. Als Cocktailgrundlage entfaltet er sein volles Potenzial, wie der Kamikaze, Margarita, Side Car oder Cosmopolitan beweisen. Sein Vorfahre ist übrigens der Curaçao, der aus getrockneten Schalen bitterer und süsser Orangen hergestellt wird. Die Unterschiede zwischen beiden Orangenlikören sind jedoch marginal. Allerdings zählt Cointreau zu den

bedeutendsten Likören und darüber hinaus als einer der grossen Klassiker der Likörgeschichte.

Ausschlaggebende Zutaten

Das Ganze sollte ergänzt werden um Sirupe, die nach Meinung des Bar-Managers oft die ausschlaggebende Zutat sind, um einem Cocktail mehr Aroma zu verleihen. Die Bandbreite reicht hier vom klassischen Rohrzucker-Sirup bis hin zu beliebten Varianten wie Holunderblütensirup und Grenadine. Wer es ausgefallen mag, greift beispielsweise zu Orgeat. Dabei handelt es sich um einen Sirup mit Mandelgeschmack, der oft mit Orangenblütenwasser oder Rosenwasser verfeinert wird. Für das gewisse Etwas sorgen aber Cocktail-Bitter. Sie verleihen dem Cocktail seinen gewissen Charakter und damit mehr Pepp. Ein klassischer Cocktail, der mit Bitters abgerundet wird, ist der Manhattan.

Ein weiterer zentraler Baustein bei Cocktails sind die Filler, davon ist Wessels fest überzeugt. Das englische Wort «fill» bedeutet «füllen» oder «auffüllen». Hierbei handelt es sich um Flüssigkeiten, die man dazu nutzt, einen Cocktail oder Longdrink aufzufüllen und komplett zu machen. Genau genommen fallen in diese Rubrik Fruchtsäfte (und Fruchtsirup) sowie Softdrinks und Energy-Drinks. Vor allem Limonaden und Bitterlimonaden werden als Filler verwendet. Sie sind immer alkoholfrei, sodass sie sich bestens dazu eignen, Mocktails (gemixte Drinks ohne Alkohol) zu mischen. Last but not least: Orangen, Zitronen und ▶

34 Mio.

Liter betrug der Absatz von Spirituosen in der Schweiz im Jahr 2021.

Quelle: ASG

Die Hausbar ist mittlerweile zum stylischen Must-have in den eigenen vier Wänden avanciert.



Cocktails

Das Markant Magazin ONE gibt einen Überblick über die wichtigsten Spirituosen und für welche **winterlichen Cocktails** sie verwendet werden können. Nicht nur «on the rocks», sondern auch als heisses Mixgetränk bieten die Brände eine breite Geschmacksvielfalt.

Whisky oder Whiskey muss laut den in der EU-Spirituosenverordnung festgelegten Kriterien durch Destillieren von Getreidemalzmaische gewonnen sein, zu einem Alkoholgehalt von weniger als 94,8 Volumenprozent destilliert werden, mindestens drei Jahre lang in Holzfässern mit einem Fassungsvermögen von 700 Litern oder weniger reifen.

Klassiker: Whisky Sour, Manhattan
Winterliche Cocktails: Irish Coffee, Hot Toddy, Fireside Mule, Le Père Bis

Gin besteht aus einem Neutralalkohol landwirtschaftlichen Ursprungs (z. B. Korn oder Wodka), der mit Wacholder und anderen Gewürzen versetzt wird. Daneben werden noch zahlreiche weitere Zutaten, die sogenannten Botanicals, hinzugegeben. Diese erklären, warum Gins so unterschiedlich schmecken können. Mindestalkoholgehalt: 37,5 % vol.

Klassiker: Gin Fizz, Tom Collins
Winterliche Cocktails: Hot Sloe Gin, Hot Negroni, Hot Gin and Tonic, Glühgin

Rum ist eine Spirituose, die durch alkoholische Gärung und Destillation von überwiegend aus der Herstellung von Rohrzucker stammender Melasse oder Sirup oder vom Saft des Zuckerrohrs gewonnen und zu weniger als 96 % vol. destilliert wird. Er darf nicht aromatisiert werden. Mindestalkoholgehalt: 37,5 % vol.

Klassiker: Cuba Libre, Mojito
Winterliche Cocktails: White Christmas Mojito, Maracuja Ginger Cocktail

Wodka ist eine Spirituose aus Ethylalkohol landwirtschaftlichen Ursprungs, der durch Gärung mit Hefe gewonnen wird aus Kartoffeln und/oder Getreide

oder anderen landwirtschaftlichen Rohstoffen. Zur Aromatisierung dürfen nur natürliche, in dem Destillat aus den vergorenen Ausgangsstoffen vorhandene Aromastoffe verwendet werden. Mindestalkoholgehalt: 37,5 % vol.

Klassiker: Cosmopolitan, Dirty Martini
Winterliche Cocktails: North Pole, Apple Cranberry Moscow Mule

Tequila, der mexikanische Agavenbrand darf nur im Bundesstaat Jalisco und ausschliesslich aus der blauen Maguey-Agave «Tequilana Weber» hergestellt werden. Verwendet wird nur das ananasähnliche Herzstück. Dieses wird zerkleinert und ausgepresst, in Gärfässern mit Hefe vergoren und anschliessend zweimal abdestilliert. Die Destillate weisen einen Alkoholgehalt von 55 % vol. auf. Dadurch bleiben Geschmack und Charakter des Agavensaftes weitgehend erhalten. Anschliessend wird das Erzeugnis auf Trinkstärke herabgesetzt.

Klassiker: Tequila Sunrise, Margarita
Winterliche Cocktails: Absinth Kamikaze

Eierlikör ist eine Spirituose, aromatisiert oder nicht, die aus Ethylalkohol landwirtschaftlichen Ursprungs, einem Destillat und/oder Brand gewonnen wird und als Bestandteile hochwertiges Eigelb und Eiweiss sowie Zucker oder Honig enthält. Der Mindestgehalt an Zucker oder Honig beträgt 150 g je Liter. Der Mindestgehalt an reinem Eigelb beträgt 140 g je Liter des Fertigerzeugnisses.

Klassiker: Sundown Eggnog, Verpoorten Pina Colada
Winterliche Cocktails: Bombardino, Eggnog Russian, Hot Angel's Delight, Weihnachtspunsch, Eierpunsch

1030 hl

betrug im Jahr 2020
die Produktionsmenge von
Gin in der Schweiz.

Quelle: Eidgenössische
Zollverwaltung

Heisse Tipps für kalte Tage

Irish Coffee oder Grog sind Klassiker, die wohl jeder kennt. Für neue Impulse sorgen allerdings Neukreationen – und dies vor allem in Kombination mit Glühwein. Senn-Event ist Experte in Sachen Glühweinspezialitäten und präsentiert diese seit 2005 unter seiner Marke «Hüttenzauber Baden-Baden» auf dem Christkindelsmarkt in Baden-Baden.

Die «Hüttenzauber»-Bestseller im Überblick:

«Jamaika Spezial»

roter Glühwein mit eingelegten Früchten in Rum

«Hüttenzauber»

roter Glühwein mit in Amaretto eingelegten Kirschen sowie Sahne und Zimt

«Gipfelstürmer»

roter Glühwein mit eingelegten Himbeeren in Wodka und Himbeersirup, Sahne und Vanillesauce

«Heisser Winterapfel»

weisser Glühwein mit Babyäpfeln in Calvados sowie Sahne und Zimt

«Heisse Birne Helene»

heisse Schokolade mit eingelegten Birnen in Williams Christ und Sahne



Hüttenzauber
BADEN-BADEN

Die Cocktailkultur in Deutschland erlebt derzeit einen neuen Aufschwung.

► Limetten, Pfeffer und Oliven verleihen dem Drink oder Cocktail den letzten Schliff – und finden sich in jeder Küche. Und natürlich darf das Eis nicht vergessen werden – egal ob Eiswürfel oder Crushed Ice. Auch hier ergeben sich für den Handel attraktive Chancen. In der TK-Truhe kann er fertiges Eis parat halten, in der Nonfood-Abteilung die passenden Eiswürfelformen. Ein besonderer Eyecatcher sind dabei die XXL-Eiskugelformen mit einem Durchmesser von beispielsweise 45 Millimeter. Eis in Kombination mit Eiswürfelformen kann daher für neue Impulse am Point of Sale sorgen.

Angesichts der Fülle an Spirituosen und Likören sowie Zutaten gilt es einen entsprechenden Fokus zu setzen, auch davon ist Timo Wessels überzeugt: «Die Regale im Eigenheim und hinter

der Cocktailbar werden nicht grösser. Wichtig ist, die Spirituose gebrauchen zu können. Mit den heutigen Möglichkeiten lassen sich im World Wide Web oder per App leicht Rezepte mit den zu verwendenden Zutaten finden und fast jede Zutat lässt sich wunderbar in einem Sour-Cocktail einbinden.»

Impulsstarke Orientierung

Die Welt der Spirituosen mit ihrer internationalen Vielfalt bietet dem gut sortierten Lebensmitteleinzelhandel nicht nur viele Profilierungsmöglichkeiten, sondern auch Wachstumschancen. Der «Spirituosen-Hausbar-Guide» – auch für die anstehenden Weihnachtsfestivitäten – soll dem Handel weitere interessante Impulse für einen erfolgreichen Verkauf an die Hand geben. Doch welche Spirituosen ins Regal



finden und welche letztlich im Einkaufskorb landen, hängt eben auch von verschiedenen Faktoren wie Marktgröße, Zielgruppe und den Vorlieben der Kunden ab. Indes zählten im vergangenen Jahr laut Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. Liköre, Rum, Gin/ Genever, Whisk(e)ys, Wodka, Brandy, Amaretto sowie Sambuca zu den Gewinnern. Die aktuellen Marktzahlen bieten dem Handel darüber hinaus eine gute Orientierungshilfe, wenn es um die Listung sowie Platzierung geht. 📍

Fotos: Untertnehmen: stock.adobe.com/arimahabib, DiViArts, littech75 (2), Iesenko, H_Ko

Newcomer & Trends 2023

Was die Treiber in der Kategorie Spirituosen sind und worauf der Handel in 2023 setzen sollte, dazu hat das Markant Magazin ONE ausgewählte Spirituosenhersteller befragt.

Janina Jahns, Senior C&E Manager, Diageo Nederland BV

Das No- und Low-Alkohol-Segment wächst weiterhin und wird von den Verbrauchern verstärkt nachgefragt. Wir bieten hier mit Belsazar (Low-Alkohol) sowie Gordon's 0.0 und Tanqueray 0.0 % (No-Alkohol) die passenden Marken und Produkte. Insgesamt geht der Trend in Richtung bewusster Konsum – und das, ohne dabei auf authentischen Geschmack oder soziale Komponenten wie das gemeinsame Anstossen mit Freunden verzichten zu müssen.

Nicolas Rampf, Managing Director DACH, Bacardi

Einer der grössten Trends ist derzeit der Aufstieg der Cocktailkultur in Deutschland. Konsumanlässe verändern sich –

vor allem durch das Wachstum von Premium-Spirituosen in den letzten Jahren. Unsere jüngste Innovation, die dem Wachstum der Cocktailkultur zu Hause Rechnung trägt, ist unser neues Tails-Cocktail-Sortiment. Tails bringt fertig gemixte Cocktails in Barqualität – und legt damit die Messlatte für Erfahrung und Geschmack noch einmal höher, um den Verbrauchern Momente zu schenken, auch wenn sie zu Hause bleiben.

Thomas Drossé, Geschäftsführer Vertrieb & Trade Marketing (Sales Director), Pernod Ricard Deutschland

Wir sind überzeugt davon, dass sich der Trend zu leichteren, frischen Spirituosen weiterentwickeln wird. Daher wird auch im Sommer 2023 unser Aperitif «Lillet» nicht wegzudenken sein. Als Newcomer wird der neu gelaunchte Ramazzotti

«Fresco» die Shopper begeistern. Zudem ist die Innovationslandschaft getrieben von «Flavour Variety» – von «Absolut Watermelon» bis zu «Havana Club Verde». Weiterhin als Trend-Kategorien gelten Gin und die Ready-to-Drinks. Hier wollen wir mit unserer RTD-Offensive Akzente am Markt setzen.

Andrea Neri, Geschäftsführer, Campari Deutschland

Das Jahr 2023 steht ganz im Zeichen von «Spritz». Laut «Drinks International Brand Report 2022» ist Aperol Spritz mittlerweile die Nummer 6 der meistverkauften Cocktails weltweit. Nun bekommt er Verstärkung von einer Vielzahl neuer und wiederentdeckter Aperitifs, die sich dazu eignen, mit Prosecco und/oder Mineralwasser/Soda gemixt zu werden. Spritz wird häufig zuhause selbst gemixt,



Equipment für die Hausbar

Tipps von Timo Wessels, Edelbrandsommelier und seit über zehn Jahren an der Bar tätig. Seit fünf Jahren arbeitet Wessels als Bar-Manager im «HYGGE» in Hamburg.

Tin-in-Tin-Shaker alternativ Boston-Shaker/Cobbler-Shaker:

Das Set besteht aus zwei Teilen – einem grossen und einem kleinen Shaker. Beide Teile bestehen aus Metall. Der Vorteil ist, dass es nicht zerbrechen kann wie es etwa bei einem Boston-Shaker der Fall sein könnte (1 Teil Glas, 1 Teil Metall). Damit es beim Shaken am einfachsten und saubersten abläuft, wird die Flüssigkeit zuerst in den kleineren Teil gegossen. Das Eis (Eiswürfel, Crushed Ice, Cobbler Eis) wird dem grösseren Teil zugegeben. Sobald alle Zutaten im Shaker sind, werden diese in den grösseren Teil gegossen. Die Shaker werden verschlossen und los geht es.

Rührglas: Damit werden Drinks gerührt, die überwiegend alkohollastige Spirituosen enthalten oder deren Zuckergehalt sehr niedrig ist. Durch die hohe Viskosität des Alkohols lassen sich die Zutaten schnell vermengen. Enthalten diese jedoch viel Zucker ist eher zum «Shaken» zu raten. Beim Rühren wird weniger Luft in den Drink eingebracht. Aus diesem Grund weist der Drink eine andere Textur und ein anderes Aroma auf.

Hawthorne Strainer und Feinsieb:

Der Hawthorne Strainer wird an dem offenen Shaker angesetzt und zum Eingiessen in das Cock-

tailglas verwendet. Wird ein Cocktail «gerührt» wird nur die Flüssigkeit beim Abseihen in das Glas gegossen. Beim Shaken werden oft Kräuter, Gewürze und Eis verwendet. Beim Abseihen kann es daher dazu führen, dass kleinere Partikel mit in das Cocktailglas gelangen. Oder kleinere Eispartikel sammeln sich an der Oberfläche und führen zu einer leichten Verwässerung des Getränkes. Um dies zu verhindern und nur die Flüssigkeit in das Glas abzuseihen, wird ein Feinsieb benutzt. Es wirkt wie ein Teesieb oder feiner Filter.

Weitere Informationen finden Sie unter:
markant-magazin.com

75%
des deutschen Gesamtabsatzes mit Spirituosen wurde in 2021 über den LEH abgesetzt.

Quelle: BSI

aber auch immer mehr als Ready-to-Drink angeboten. Insgesamt haben To-go-Cocktails seit dem Aufkommen von Ausgangsbeschränkungen an Relevanz gewonnen. Die Kategorie ist zuletzt sehr stark im Umsatz gewachsen.

« Domenico Tripaldi, Geschäftsführer, Caffo Deutschland

Trotz der momentanen Spardebatte beobachten wir, dass der Trend nach authentischen und qualitativ hochwertigen Marken ungebrochen ist. Gefragt sind jedoch keine Boutique-Marken, sondern Brands mit Vergangenheit und einer nachvollziehbaren sauberen Qualität. Im Segment Aperitif sehen wir ebenfalls einen Gewinner. Hier etabliert sich eine neue Trinkkultur mit verschiedensten geschmacklichen Varianten.

« Susanne Rosin, Director Marketing & Business Development, Eggers & Franke Gruppe

Dass der Gin-Hype in Deutschland auch über den klassischen Gin & Tonic hinaus

geht, zeigt die grosse Bandbreite an Cocktails und Highballs mit Gin. Ausgehend vom eher herben Gin macht sich seit einiger Zeit auch die Wermut-Kategorie wieder einen Namen. Dabei ist der pure Genuss als Aperitif genauso angesagt wie der Longdrink mit Tonic. Mit dem neu in Deutschland verfügbaren «Domingo Vermut Rojo» zollt Osborne diesem Trend bereits Tribut auf dem gewohnten Premiumniveau.

« Nikolas Odinius, Communication Manager, Borco

Eine Trend-Kategorie bleibt Tequila, die zuletzt mit einem Absatzplus von 15,8 Prozent wachsen konnte. Hier setzen wir mit unserem Marktführer «Sierra Tequila» und der Kampagne «Eine*r muss» neue Impulse. Während bei «Sierra Tequila» der Shot-Genuss im Vordergrund steht, bringt der «100 Prozent de Agave Tequila Sierra Antiquo» Kreativität am Tresen zum Vorschein. Es sind Tequilas aus 100 Prozent Agave, die derzeit stark nachgefragt werden.

« Nils Rieckmann, Head of Trade Marketing, Brown-Forman Deutschland

Mixgetränke und selber Mixen stehen weiter hoch im Kurs. Unser erster Gin im Portfolio «Fords Gin» ist dafür bestens geeignet. Er passt perfekt in jeden Gin-Drink. Zudem beobachten wir, dass der Trend zu Premium weiter anhält. Diesen bedienen wir zusätzlich mit «Slane Irish Whiskey», unser erster irischer Whiskey im Portfolio sowie mit «JACK DANIEL'S Gentleman Jack & Cola» in der Dose, der erste Premixed-Longdrink im Super-Premium-Segment.

« Beam Suntory

Beim Thema Barmixing zu Hause stellen wir fest, dass Kunden immer vielfältiger und auch innovativer werden. Hier beobachten wir den Trend zu mediterranen Aromen. Die Harmonie von verschiedenen Botanicals, Kräutern und Gewürzen spielt dabei eine relevante Rolle. Unser «Larios Gin» ist ein hochwertiger Gin, der dieses Bedürfnis bedient.