

# Auf den Gin-Hype folgt der Tonic-Trend

Stil Der einst ordinäre Gin Tonic wird zum Luxus-Kult: Jetzt erfinden Kleinhersteller Tonics in immer erstaunlicheren Geschmacksrichtungen

VON SEBASTIAN RICHLY

**München/Friedberg** Fruchtig oder mit Kräuternote, mit oder ohne Gurke, vielleicht sogar mit Ingwer-Bier gemischt? Die Geschmäcker beim Gin und seinen Longdrink-Variationen sind verschieden. Mittlerweile gibt es auch bei den Mischgetränken eine große Auswahl – dem neuen Trend auf der Spur.

Klub-Inhaber Alexander Schwarz sitzt auf einem Barhocker im Münchner Couch Club. Im Regal hinter ihm stehen über 140 Flaschen Gin. Jeder hat seinen eigenen Geschmack. Seit vier Jahren betreibt der 45-Jährige die Bar, die sich auf Gin spezialisiert hat: „Der Trend hat vor sechs Jahren begonnen“, sagt Schwarz, während die ersten Gäste bestellen. Der teuerste Gin Tonic kostet bei ihm 24,50 Euro.

„Die Leute wissen heute meist, was sie wollen. Die meisten haben Gin-Vorwissen.“ Das mache die Arbeit für den Barkeeper spannend, aber auch beratungsintensiv. Dabei gilt laut Schwarz: Nicht nur der richtige Gin macht den Genuss aus – sechs verschiedene Tonics warten im Couch Club auf die Gäste. Mittlerweile hat sich auch bei den häufig als Beigetränk verschmähten Limo-

naden eine regelrechte Revolution Bahn gebrochen.

Kleine regionale Hersteller wie Aqua Monaco haben sich auf die sogenannten „Filler“ spezialisiert. Das Besondere bei dem Münchner Unternehmen: Die sorgsam kreierten Mischgetränke sind auf der hauseigenen Mineralwasserbasis hergestellt. Woher kommt der neue Tonic-Trend?: „Das hängt mit dem Food-Trend zusammen“ sagt Aqua-Monaco-Geschäftsführer Timo Thurner. „Die Menschen achten mehr auf Lebensmittel. Die Leute beschäftigen sich mehr damit, sie möchten bewusst genießen.“ So auch beim Gin und den Tonic-Limonaden. „Es gibt immer mehr Bars, die sich auf Gin spezialisiert haben, das Angebot wurde immer komplexer“, sagt Thurner. „Um den Kunden gerecht zu werden, musste sich auch bei den Mischgetränken etwas verändern.“

Seit 2011 gibt es Aqua Monaco. Los ging es mit Mineralwasser, doch schon bald erreichte der Tonic-Trend das junge Unternehmen. Der neueste Schrei ist die Geschmacksorte Green Monaco. Das erste Bio Tonic Water auf Kräuterbasis. Es ist komplett frei vom Bitterstoff Chinin. Der Ge-

schmack kommt stattdessen aus der Enzianwurzel. Insgesamt bietet Aqua Monaco neun Longdrink-Limonaden an.

Ein Ende des Trends ist nicht in Sicht: „Wir probieren ständig neue Kreationen aus“, sagt Thurner. „Das macht natürlich viel Spaß.“ Obwohl Aqua Monaco sogar bis nach Belgien verkauft wird, geht der

Großteil der Trend-Limonaden nach München und Umgebung.

So auch nach Friedberg. Dort bietet David Gregor-Altmann in seinem Geschäft Regioware nicht nur die Tonics made in München an, sondern auch anderer Kleinhersteller aus Deutschland. Er erklärt den neuen Tonic-Trend so: „Gin eignet sich hervorragend zum Mi-

schen. Man kann in die fruchtige oder in die Kräuterrichtung gehen.“ Entscheidend sei, für jeden Gin das entsprechende Tonic Water zu finden: „Je mehr Zuckergehalt das Mischgetränk hat, desto mehr wird der Geschmack vernebelt“, sagt Gregor-Altmann. Er bietet vom extrem trockenen Tonic Water mit wenig Zucker über Kräuterlimonaden bis hin zur Mischung mit Gurkengeschmack fast alles an. Die Kunden reagieren überrascht: „Vie-

## In Münchner In-Klubs geht ein Luxus-Gin-Tonic für 24,50 Euro über den Tresen

le wissen nicht, dass es eine solche Vielfalt gibt. Wer einen guten Gin liebt, sollte sich auch um ein passendes Mischgetränk kümmern.“

Laut Gregor-Altmann profitieren von dem neuen Trend nicht nur die Kunden, sondern auch Barkeeper bei der Suche nach neuen Cocktail-Rezepten: „Durch diese neue Vielfalt kann man noch mehr Geschmack aus dem Gin rauskitzeln, das ist die Kunst.“ Allgemein gilt: Je trockener ein Gin, desto mehr Aroma sollte der Tonic-Filler haben. Der Trend birgt aber auch Ge-

schmacksrisiken: „Nicht jede Limonade passt zu jedem Gin“, sagt Gregor-Altmann. „Zuckergehalt, Mischverhältnis, es gibt vieles zu beachten. Gerade bei teuren Erzeugnissen sollte man aufpassen, welches Tonic Water man verwendet.“ Gerade bei einem teuren Gin würde ein zu intensives Tonic Water den Geschmack überdecken.

„Guter Gin muss nicht teuer sein“, sagt Alexander Schwarz vom Münchner Couch Club. Manche Marken würden überbeuerte Produkte anbieten, nur weil das gerade im Trend liegt. „Die Qualität muss den Preis rechtfertigen.“ Wer noch seinen persönlichen Gin-Tonic-Favoriten sucht, für den gibt es im Couch Club ein besonderes Angebot. Beim Gin-Tasting können bis zu 100 verschiedene Sorten plus unterschiedliche Tonics getestet werden. „Da sind Studenten, aber auch Gäste über 50 dabei. Die Bandbreite ist sehr groß“, sagt Schwarz.

Währenddessen wandert der nächste Gin Tonic über den Tresen. Eiswürfel und Gurkenscheiben, serviert in einem runden hohen Glas ohne Strohalm. Das Kult-Getränk sah vor ein paar Jahren noch anders aus. Mittlerweile schmeckt es auch schon wieder anders.



Neuer Trend: In seinem Geschäft in Friedberg bietet David Gregor-Altmann nicht nur Gin regionaler Brennereien an, sondern auch ungewöhnliche Tonic Water. Foto: Richly