

Für den qualitätsversessenen,  
kreativen Brenner Florian Faude  
ist ein Rohstoff immer eine  
potenzielle Spirituose.

40  
41

# GEBANNT IM BRAND

Das Brennen von Obst hat in Deutschland Tradition wie keine zweite Spirituosengattung. Die Leidenschaft der Obstbrenner ist ansteckend, wie unsere Gespräche mit ausgewählten Protagonisten beweisen.

Text: Helmut Barro

## STICHWORT: CHANCEN NUTZEN

Für **FLORIAN FAUDE** steht das Basismaterial im Zentrum seiner Tätigkeit. „90 % der Qualität ist der Rohstoff“, also die Reife des Obstes und wie schnell und sauber man es verarbeitet. Er ist dafür immer auf der Suche nach idealem Ausgangsmaterial, doch in den letzten zwei Jahrzehnten hat sich viel getan, alte Sorten kommen aufgrund des Klimawandels ins Schwitzen, dafür bildet sich auch ein Pool an neuen Sorten und Früchten heraus. Faude sieht den Wandel auch als Chance, wenn neue Erntezeitfenster entstehen und Früchte höhere Öchslegrade aufweisen. „Zitronen und Pfirsiche? Wenn es am Gardasee funktioniert, geht es in Südbaden auch!“ Darum ist ihm als innovativen Brenner wichtig, auch ein bisschen wegzukommen vom klassischen Dreigestirn aus Kirschwasser, Obstler und Williams. Bei ihm am Kaiserstuhl kann man inzwischen alles anbauen, und so hat Faude rund 600 Melonenpflanzen vorbereitet, mit denen er seine Privatversuche aus dem heimischen Garten nun für einen Melonengeist professionalisieren will.

Er kennt aber auch sonst keine Berührungängste, für ihn ist ein Rohstoff immer eine potenzielle Spirituose: „Rote Beete, Gurke, Popcorn, Erdnüsse, Mohn, Fichtennadeln, Agaven – das ist das Schöne am Brennen, da sind fast keine Grenzen gesetzt. Wenn ein Brenner gute Mangos zur Verfügung hat, warum nicht?“ Bei aller Begeisterung bleibt Faude am Boden, füllt nicht alles ab, was er ausprobiert, es müsse auch in der Breite vermarktbar sein, zu vernünftigen Preisen. Dabei wird er manchmal selbst von der neuen Dynamik des Marktes überrascht. Insbesondere die gehobene Gastronomie nutze seine Brände und Geiste zum Basteln in der Küche, und dann kommen Bestellungen, mit denen er nicht rechne: „So schnell wachsen die Gurken gar nicht nach“, wie sein Gurkengeist in einer Saison durch die Decke gegangen sei. Dieser Erfolg gibt ihm seit 20 Jahren recht.

[faude-feine-braende.com](http://faude-feine-braende.com)

## STICHWORT: GEIST

Mit beinahe wissenschaftlicher Akribie suchen **TIM MÜLLER** und **KONRAD HORN** nach neuen Ideen. 1800 Versuchsreihen wurden seit Gründung der Deutschen Spirituosen Manufaktur (DSM) durchgeführt, mit einem strengen Protokoll zum Vorgehen. „Aber ohne Denkbote“, betont Müller, „wir sehen uns durchaus als Entwickler. Unser Motto ist: Alles ist machbar, lass uns ausprobieren, herausfinden, wo die Grenzen sind“. So landen auch ungewöhnliche Materialien in den Händen des kleinen Teams, wie Bärlauch und Meerrettich, und gerade die Gastronomie nimmt derartige Versuche gerne auf. „Unsere Kunden gehen sehr kreativ mit den Produkten um, es wird zum Beispiel ein Degustationsmenü erstellt, mit Oxalisgeist zur Sushi-Aromatisierung oder Spargelgeist in Schokolade als Speisenbegleitung.“

Hier sieht man schon den Fokus, den die DSM besonders auf eine oft missverständliche Herstellungsweise legt: die Vergeistung. „Geist gilt oft als schlecht, nur Brand sei gut“, diese Erklärungsbedürftigkeit versucht Müller mit seinen Geistern aufzulösen. Haselnuss und Thymian sind Beispiele, wo es gar nicht anders geht, aber mit einer gewissen rationalen Betrachtungsweise denkt Müller auch gewohnte Vorgehensweisen neu: „Auch eine Quitte kann man vergeisten. Selbst wenn man das dann gesetzlich nicht als Quittengeist deklarieren darf, schmeckt es trotzdem reintoniger als ein Brand.“ Die große Bandbreite von Geistern, die sich durch die Arbeitsweise der DSM herauskristallisiert hat, macht sie zu einer „Küche mit vielen Zutaten“. Kunden können über einen Baukasten von 150 Geistern ihren Wunschgeschmack selbst gestalten und individualisieren. Der Preisdruck, der durch so hochwertige Materialien und aufwändige Herstellung entsteht, lässt Müller kalt: „Wer unsere Produkte zu teuer findet, soll einfach mal einen halben Tag bei uns mitarbeiten, dann ist diese Diskussion meist schnell vom Tisch. Das Vorbereiten ei-

Aufwändige, handgemachte Produktion bei der Deutschen Spirituosen Manufaktur



FOTO: PR

Sein Obst selbst ernten – das lässt sich Johannes Kolonko nicht nehmen.



FOTO: SEBASTIAN HALLABRIN

ner Mandarinenlieferung, also schälen und das Albedo von Hand herauskratzen, erzeugt meist 12-14-Stunden-Tage.“

[d-s-m.com](http://d-s-m.com)

## STICHWORT: PERFEKTION

Der Aufwand, den man für eine höchstwertige Spirituose betreiben muss, treibt auch **JOHANNES KOLONKO** um. „Mein Ansatz ist ganzheitlich – vom Anbau der Früchte bis zur Vermarktung. Das Sammeln der Früchte ist genauso spannend wie zu wissen, dass ich nächste Woche Restaurants besuche, um meine Produkte vorzustellen, und dann wieder nach Hause zu kommen, Flaschen abzufüllen und zu etikettieren.“ 18-Stunden-Tage mit der Stirnlampe auf dem Kopf während der Ernte sind keine Seltenheit, die Früchte müssen schnell aufgehoben werden. Im Gegensatz zu vielen anderen will er kein „unpersönliches“ Obst ankaufen, sondern auch in diesem besonders beschwerli- »



chen Schritt direkt Hand anlegen. Fast 90 % der von ihm verarbeiteten Früchte erntet er selbst, zum Beispiel auf einer Streuobstwiese mit 35 Jahre alten Bäumen, die er gepachtet hat. Die Bäume werden nicht geschüttelt, die Frucht ausschließlich vollreif vom Boden aufgesammelt. „Die Frucht ist erst dann wirklich reif, wenn der Baum sie von selbst abwirft.“ Jede einzelne Pflaume geht durch seine Hand, und Kolonko baut ein fast sinnliches Verhältnis zu dieser Tätigkeit auf. „Das ist dann meine Pflaume. Ich schnuppere daran und freue mich selbst darüber, wie schön das Aroma ist. Dafür bin ich dankbar. Ich möchte nie darauf verzichten, mein Obst zu ernten.“

Das lohne sich nicht, hätten ihn viele gewarnt, doch hier kennt Kolonko, wie bei allen Produktionsschritten, keine Kompromisse: „Das war mir immer egal. Da hätte ich keinen einzigen meiner Schritte so machen dürfen, wie ich sie mache.“ Seine Philosophie lässt sich in drei Worten ausdrücken: puristisch, minimalistisch, konsequent. Mit rudimentärer Technik, einfach und handwerklich, „dass man sich wundert, wie einfach es eigentlich ist, trotzdem habe ich schnell gemerkt, dass oft nicht das gelebt wird, was nach außen kommuniziert wird.“ Er selbst will das anders machen, in erster Linie produziert er für sich selbst und seine Leidenschaft, und darum müsse er sich mit jedem Schritt wohlfühlen. Verbiegen, wenigstens in Details? Das ist für Kolonko unvorstellbar.

[destillieriekolonko.de](http://destillieriekolonko.de)

## STICHWORT: DIREKTHEIT

Auf der anderen Seite der Genusskette steht **ULRIC NIJS** von Barface Consultancy, der als globaler Barberater und Cocktailmenü-Designer immer auf der Suche ist nach Bränden, Geistern und Likören, die seine Vorstellungen für einen modernen Cocktail erfüllen können. Er sieht Deutschland in einer großartigen Position diesbezüglich – mit der breiten Verfügbarkeit von sowohl höchstwertigen als auch kreativen Bränden fällt es ihm hierzulande oft leicht, künstliche Aromen durch natürliche zu ersetzen. „Ein Obstbrand schmeckt einfach tiefer und dichter als der aromatisierte Wodka, der sonst oft eingesetzt wird, zum Beispiel in einem Metropolitan – das ist ein komplett anderer Drink“, sagt Njis.

Und selbst innerhalb der Kategorie wünscht er sich klare Struktur: ein frischer Williamsbrand hat bei ihm immer Vorrang vor einem fassgereiften Produkt. Dies erlaubt dem Mixologen einen direkteren Ansatz an ein Wunscharoma und macht die Entwicklung eines neuen Cocktails einfacher: „Ein guter Obstbrand bildet eine Frucht linear ab. So hat man ein Primäraroma, mit dem man gut arbeiten kann, und muss nicht mit all den Sekundär- und Tertiäraromen leben, die man eigentlich gar nicht will und die Identität des Cocktails stören.“ Das erhöht auch das Verständnis für einen Drink beim Gast, selbst wenn die Zutat selbst exotisch klingt. Das Menü von Cocktails mit möglichst lokalen Zutaten wie einem Karotten-Eau-de-Vie, das Njis für das „Liebesbier“ in Bayreuth entwarf, dient als Vorbild dafür, dass man mit derartigen Zutaten ein neues Publikum auch in einer Bar rekrutieren kann, das sonst derartigen Experimenten vielleicht skeptisch gegenübersteht.

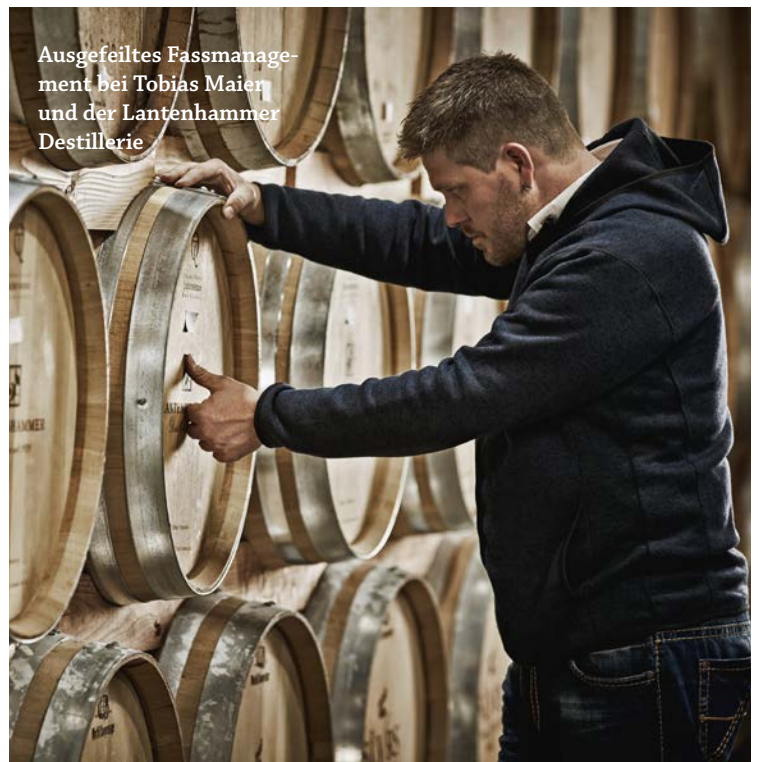
[www.bar-face.com](http://www.bar-face.com)

## STICHWORT: EXPERIMENTIEREN

Für **THOMAS WEINBERGER** und **TOBIAS MAIER** von Lantenhammer sind Experimente ähnlich wichtig. Mit ihrem ausgefeilten Fassmanagement und den hervorragenden Kontakten in der Fassbranche haben sie immer etwas zum Ausprobieren auf Lager. Auf die Frage, welche Früchte denn nun mit welchen Holzarten zusammenpassen, kommt eine direkte Antwort von Maier: „Eigentlich kommt immer etwas Interessantes heraus. Es ist am Ende nur eine Geschmacksfrage, ob so etwas auch in der Breite ankommt.“ Zwetschge im Rumfass, Waldhimbeere im PX-Sherry-Fass, oder die erst vor kurzem als Obstbrand des Jahres beim ISW ausgezeichnete Marille im Rumult-Fass sind nur ein paar der erfolgreichen Versuche. Bei Letzterem zeigt sich die Komplexität, mit der



Kreiert moderne Cocktails mit Bränden: Ulric Nijis



Ausgefeiltes Fassmanagement bei Tobias Maier und der Lantenhammer Destillerie

bei Lantenhammer vorgegangen wird: Ein Ex-Bourbon-Cask wird mit dem hauseigenen Rum belegt, bevor das Marillendestillat hinein darf, und das spürt man dann im Endprodukt.

Fässer mit Vorbelegung von Pinot Noir, Islay Whisky, Riesling, Met, Sauternes oder Moscatel sind keine Seltenheit, Kastanienholz kommt ebenso zum Einsatz wie Maulbeerbaum, der mit seinem Holz zum Beispiel einen Vogelbeer-Schlehen-Geist aromatisiert. Dafür steht das Material zur Verfügung: „Auch wenn selbst eine große Charge bei einer solchen Reifung bei uns oft eher im kleinen Bereich von 4 Fässern à 50 Litern liegt, muss man sich das als Brenner schon leisten können; denn das Risiko, dass man das Ergebnis am Ende wegschütten kann, besteht immer“, schränkt Weinberger die Begeisterung für Experimente etwas ein. Aber aufgrund der guten Erfahrungen hat man bei Lantenhammer davor gar keine Angst: „Wir sind manchmal selbst überrascht, sowohl von Erfolgen als auch von weniger erfolgreichen Versuchsballons. Spaß macht es aber immer.“

[lantenhammer.de](http://lantenhammer.de)