

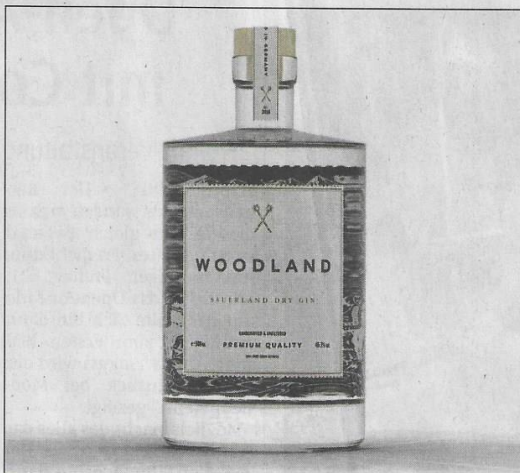
Favorit aus dem Sauerland

Premium-Gin soll als Markenbotschafter Reize der Region ins Bewusstsein rücken

LÜDENSCHIED ■ „Das Land der tausend Berge hat so viel zu bieten“, erklären die Sauerländer Matthias Czech und Till Brauckmann, zwei langjährige Weggefährten aus Marketing und Kommunikation. „Es hat reizvolle Landschaften, ist bei Touristen sehr beliebt, hat kulinarisch richtig was auf der Pflanze und ist das Zuhause vieler Weltmarktführer. Leider fehlte bisher ein Premium-Produkt, das dies als Markenbotschafter stärker ins Bewusstsein rückt.“ Und genau das wollen die beiden dann einfach ändern.

Gemeinsam mit dem prominenten Fernsehkoch Olaf Baumeister sowie dem Designer Gregor Biedrzycki entwickelten sie den Woodland Sauerland Dry Gin, der die Qualität und die Vielfalt des Sauerlandes widerspiegeln soll. Vorgestellt worden sei er erstmalig bei einem exklusiven Gin-Tasting des Weinclubs Rewe Symalla im Ruhrgebiet – und mit Abstand zum absoluten Favoriten gewählt worden. Doch was genau eigentlich das besondere an ihm sein soll? Die vier Männer hinter dem Gin erzählen seine Geschichte:

„Unser Ziel war es, einen Premium-Gin zu entwickeln, der aus regionalen Botanicals besteht. Und das ist uns mehr als geglückt“, freut sich Olaf Baumeister. Der bekannte Fernsehkoch und Besitzer des Hotels Seegarten in Langscheid am Sorpesee ist „Genußbotschafter“ für das Land NRW und vertritt die Region Sauerland. Sein Bekenntnis zur regionalen Küche, kompromislose Qualität und seine Aufgeschlossenheit gegen-



Schnörkellose Gestaltung: Der Gin wird in klare Flaschen im Apotheker-Stil abgefüllt. ■ Foto: Studio Steve

über Neuem machten ihn zum perfekten Partner in Sachen Sauerland Gin, erklärt Czech.

Die vier Entwickler hätten sich Zeit gelassen, recherchiert, probiert, verworfen, erneut getestet. Olaf Baumeister, der die Idee schlussendlich als Rezeptur umgesetzt habe, habe unter anderem mit Löwenzahn, handgepflücktem Sauerampfer, frischen Brennnesseln und Fichtenspitzen experimentiert. Hinzu sei eine geheime Zutat gekommen, die das Geschmackserlebnis perfekt abgerundet habe. Das Ergebnis sei eine angenehm spritzige Spirituose allerhöchster Güte. „Das Ding wird durch die Decke gehen“, stellte der Fernsehkoch nach der finalen Verkostung fest. Und empfiehlt die Kombination mit Fever Tree Indian To-

nicwater sowie als Garnitur eine dünne Scheibe grünen Apfel und frische Minze.

„Was den Gin vor allem auszeichnet, ist die Liebe zum Detail. Und genau deshalb stellt er den idealen Botschafter für das Sauerland in der Welt dar“, sagen die beiden Initiatoren und Regional-Marketer Brauckmann und Czech. „Denn diese Liebe zum Detail, die Sorgfalt und der Perfektionismus sind typische Eigenschaften des Sauerländers.“ Nicht umsonst sei das Sauerland eine äußerst erfolgreiche Wirtschaftsregion, in der viele international bekannte Marken – wie Falke, Borbet oder Grohe – ihre Heimat haben. Ebenso kämen die meisten Patent-Anmeldungen in Deutschland aus dem Sauerland. Das Land der tausend Berge habe sich in vielen Bereichen einen

Weltruf erarbeitet. Und dies wollen die vier Unternehmer noch bekannter machen: „Durch den Premium-Gin wird das Sauerland in aller Munde sein.“

Um die Authentizität des Woodland Sauerland Dry Gins noch weiter auszubauen, habe Gregor Biedrzycki das Design der Flaschen entworfen. Die Etiketten seien auf das Wesentliche reduziert. Eine schnörkellose, hochwertige Typografie wirke sowohl modern als auch traditionell – ebenfalls Attribute, die das Sauerland auszeichneten: aufstrebend, innovativ und dennoch bodenständig.

Eine detaillierte Illustration über den Kampf der Konfessionen im Sauerland auf der Innenseite des Rücketiketts bilde einen interessanten Gegenpol zum ansonsten schlicht-edlen Design und erzähle die spannende Geschichte der damals noch geteilten Region. Das Sauerland war in zwei Machtbereiche getrennt – in den der protestantischen Grafen von der Mark und den des Erzbistums Köln. Nach erbitterten Kämpfen musste sich das Erzbistum Köln geschlagen geben. Heute trinke man auf ein vereintes Sauerland. Und dank der vier passionierten Gin-Trinker „mit einem verdammten guten Tropfen“.

Der Gin wird im Sauerland destilliert und in klare 500-ml-Flaschen im Stile der Apothekerflaschen abgefüllt. Erwerben kann man ihn zum Preis von 37,90 Euro im ausgewählten Spirituosenfachhandel

bei



Fernsehkoch Olaf Baumeister hat die Idee als Rezeptur umgesetzt. ■ Foto: Rieke Penninger



Die vier Unternehmer hinter dem Gin: Till Brauckmann, Olaf Baumeister, Matthias Czech und Gregor Biedrzycki (von links). ■ Foto: Studio Steve