



17.-19. OKT. | Jahrhunderthalle Bochum
www.fsb-convention.com

SCHATZKISTE

Handgemachtes Bier und Whisky, der seinen Namen wirklich verdient, und ihn nicht nur auf dem Etikett trägt: Im Oktober startet die Finest Spirits & Beer Convention '14 in der Jahrhunderthalle in Bochum durch. Mit dem Ziel, den Menschen an Rhein und Ruhr zu zeigen, was alles möglich ist, wenn das Herz für Bierbrauen schlägt – oder für echte, hochwertige Spirituosen. Bier und Spirits können nämlich viel mehr, als die durchstandardisierte Massenware aus dem Supermarkt andeutet.

Da wird aus der Bierkiste schnell die Bierschatzkiste. Kleine, feine Sorten Bier nach individuellen Rezepten sowie Premium-Spirituosen stehen im Zentrum der Finest Spirits & Beer Convention '14. Jeder, der schon mal für eine Party eingekauft hat, kennt das Gefühl, vor mehreren Metern Regal mit bunten Flaschen zu stehen. Was schmeckt, was ist bekömmlich, und was ist bestenfalls Spiritus, mit künstlichen Geschmacksstoffen versehen? In der Jahrhunderthalle kommen die Experten zusammen, die wissen, was ein Obstbrand, ein Whisky oder Gin mitbringen muss, um ihrem strengen Blick bestehen zu können.



Frank-Michael Böer (Jahrgang 1964) aus München ist Gründer und Organisator der Veranstaltung „Brau-kunst Live!“, die aus dem Stand im Jahr 2012 Leitmesse der deutschsprachigen Craft-Bier-Bewegung geworden ist. Böer stellt außerdem seit 2005 die Schwestermesse „Finest Spirits“ auf die Beine, und aus beiden Veranstaltungen kommt nun das Beste nach Bochum.

Aber wie kommt man eigentlich als Münchener auf die Idee, eine solche Messe nach Bochum zu tragen?

Böer: „In zehn Jahren ‚Finest Spirits‘ und bald vier Jahren ‚Brau-kunst Live!‘ haben wir Erfahrungen gesammelt, die ganze Bücher füllen würden. NRW ist Sitz zahlreicher wichtiger Brauereien, das Bundesland mit der höchsten Bier-Produktion und die am dichtesten besiedelte Region Deutschlands mit alter Genuss-Kultur. Der Westen hat also ein immenses Potenzial, gerade für unsere Themen. Und Bochum? Die Stadt liegt verkehrsgünstig und besitzt mit der Jahrhunderthalle eine Location, die in ganz NRW bekannt ist für hochklassige Veranstaltungen im Ambiente alter Industriekultur.“

Worum geht's bei der „Finest Spirits & Beer Convention '14“?

„Ziel dieser Convention ist es, ein gutes, hochwertiges und besucherstarkes Festival für Whisky, Spirits, gute Biere und dazu passende Genuss-Themen nach Nordrhein-Westfalen zu bringen – und zwar als zentrales Event dieser Art für den Westen.“

Deutsches Bier ist international anerkannt.

Was kann man den Deutschen darüber noch beibringen?

„Gutes Bier ist in Deutschland endlich dort angekommen, wo es hingehört: auf absolute Augenhöhe mit den besten Spirituosen der Welt. Wer will, kann die Convention also als Horizonterweiterung sehen. Schließlich wird dort auch erstklassiger Whisky, Rum und Gin präsentiert.“

Was erwartet die Besucher in Bochum?

„Wir haben jetzt fast 80 Aussteller aus Bier und Spirituose. Große, mittlere und kleine Hersteller werden einträchtig nebeneinander stehen. Soetwas hat es hierzulande noch nie gegeben. Wie in München gibt es auch in Bochum ein spannendes Rahmenprogramm aus Verkostungen, bei dem die Besucher im direkten Austausch mit den Herstellern Neues über Bier und Spirits lernen, das Ganze im großartigen Ambiente einer ehemaligen Stahlproduktion.“

Dem Deutschen schleicht das Vorurteil nach, für Lebensmittel nur das Nötigste ausgeben zu wollen.

Böer: „Ein Vorurteil, aber mehr auch nicht. Wir wollen dem Bier über die Spirituose Zugang zu neuem, interessiertem Publikum verschaffen – und das ist ein Publikum, das durchaus gewohnt ist, für hohe Qualität auch entsprechende Preise zu zahlen.“



GEBRAUT & GEBRANNT

Was ist der Unterschied zwischen einem Scotch, einem Single Malt oder einem Blended Whisky? Was macht einen Gin zum Gin? Was ist ein obergäriges, was ein untergäriges Bier? Das sind Fragen, auf die zwei Vereinigungen die Antworten haben: zum einen der Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V. und zum anderen der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI). NRW ist immerhin das Bundesland mit dem höchsten Bierausstoß sowie zahlreichen Industrie- und Mittelstands-Brauereien. Der Brauerbund ist Schirmherr und Förderer der nordrhein-westfälischen Bier-

kultur. Ähnliches gilt für den BSI. Beide Verbände setzen sich für die „Finest Spirits & Beer Convention '14“ ein. Veranstalter Frank-Michael Böer: „Das ist ein schönes Beispiel dafür, dass der Kreis unserer Unterstützer von ‚hoch-offiziell‘ bis ‚informell‘ reicht, denn regionale Blogs und Netzwerke helfen uns genau so wie die großen Verbände. Gleiches gilt für den Bereich Spirituosen, die Industrie wirft ein wohlwollendes Auge auf uns, genauso wie die Whisky-club-Netzwerke. Das ist schon sehr ungewöhnlich und ein schönes Zeichen für uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“



HÖCHSTE AUSZEICHNUNG

Frank-Michael Böer ist der Veranstalter der „Finest Spirits & Beer Convention '14“, und er weiß was er tut. Das hat dem Münchener unter anderem die höchste Auszeichnung eingebracht, welche die schottische Whisky-Industrie überhaupt vergibt: Bier-Sommelier und Whisky-Kenner Böer wurde im Jahr 2013 zum „Keeper Of The Quaich“ ernannt. Diese Auszeichnung geht seit 1988 an Personen, die sich um Whisky verdient gemacht haben.



FACTS

- Tagestickets für die Convention kosten 20 Euro.
- Darin enthalten sind vier Verkostungscoupons sowie ein Nosing-Glas zum Mitnehmen.
- Verkostet wird direkt an den Ständen der Hersteller (2 cl für Spirits, 0,1 l für Biere).
- Tickets im Vorverkauf 20,00 EUR (zzgl. VVK-Gebühr), weitere Informationen unter www.fsb-convention.com
- Mindestalter: 18 Jahre

Finest Spirits & Beer Convention 2014,
17. – 19. Oktober 2014: Fr. 16-23 Uhr,
Sa. 14–22 Uhr; So. 13-19 Uhr;
Jahrhunderthalle Bochum.

FLÜSSIGE HINTERGRUNDINFORMATIONEN



Beratung durch Experten schadet in der Regel selten – wenn es denn echte Experten und keine lauwarm geschulten Verkäufer sind, die nur Verkaufen im Sinn haben. Hintergrundinformationen helfen auch beim Whisky- oder Spirituosen-Kauf. Dafür gibt es bei der „Finest Spirits & Beer Convention '14“ die sogenannten **Masterclasses**. Importeure, Brauer, Brennmeister, Distillery Manager und unabhängige Experten vermitteln in diesen Lehrstunden Hintergrundwissen. Natürlich mit Verkostung, denn nur Praxiswissen zählt. Die Teilnahme kostet eine zusätzliche Gebühr, eine Voranmeldung ist nicht möglich, Tickets gibt's nur vor Ort im Festival-Shop der Convention. Zum Beispiel für die Masterclass „Lost and Found – The Lost Distillery Company Masterclass“ mit dem Referenten Andrew Hogan. Dabei geht es um viele Whiskymarken aus Schottland, die inzwischen durch politi-

schen oder ökonomischen Druck vom Markt verschwunden sind. Verkostet werden unter anderem Achnagie Deluxe, Stratheden Deluxe und Gersten Deluxe. Andere Masterclasses beschäftigen sich mit Craft-Bieren, mit Rum oder Whisky made in Deutschland. Geplant ist außerdem eine Class über „C&S-Dram“, der Whiskymarke des Wein- und Spirituosspezialisten Andrea Caminneci, eine der führenden Persönlichkeiten der deutschen Independent-Szene. „C&S Dram“ steht für handverlesene Fässer, die das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht aus den Augen verlieren. „Die Masterclasses haben ein Zeitfenster von rund 45 Minuten“, beschreibt Veranstalter Frank-Michael Böer, „und sind für jeweils maximal 30 Interessenten gedacht. Da geht's nicht um Ex & Hopp, sondern um den direkten Kontakt mit dem Marken und den Leuten, die sie machen.“

WORAN ERKENNT MAN EINEN GUTEN WHISKY?

Jeder kennt das: endlose Regalmeter voller Flaschen mit verheißungsvollen Etiketten und hübschen bunten Farben. Was kaufen? Allein am Preis lässt sich die Qualität einer Spirituose heutzutage nicht mehr festmachen. Es gibt ebenso gleichzeitig günstige wie gute Whiskys, und umgekehrt ist ein hoher Preis nicht automatisch ein Garant für Qualität. Frank-Michael Böer ist Veranstalter der „Finest Spirits & Beer Convention '14“ und Gründer der Festival-Reihen „Finest

Spirits“ sowie „Braukunst Live!“. Er kennt sich mit Whiskys und Spirituosen an sich aus: „Ich bin ein grandioser Verfechter davon, dass es eigentlich nur

zwei Urteile gibt: Daumen hoch oder Daumen runter“, erklärt Böer. „Es ist wie bei Wein“, sagt Böer, „es ist eine ganzheitliche sensorische Erfahrung. Es gibt die Farbe. Dann die Nase, die ist ganz wichtig für den Geschmack. Weiter gibt es den Gaumen, den Geschmackssinn. Und den Abgang, oder auch Nachklang. Das sind die wesentlichen Kategorien. Und genau wie ein Auto in jedem Gang leistungstark sein sollte, muss auch ein Whisky oder eine andere Spirituose oder auch ein Bier in allen Gängen oder Kategorien gleich stark sein. Was nützt eine gute Nase, wenn geschmacklich deutlich weniger kommt?“ Das führt weg von der Etiketten-Betrachtung und hin zum Ausprobieren, die eigentlich einzig vernünftige Methode, um sich einen Überblick zu verschaffen. Dafür wird während der „Finest Spirits & Beer Convention '14“ in der Jahrhunderthalle reichlich Gelegenheit sein.





SONNENGOLD VOM SCHLIERSEE

Die Whisky-Destillerie **Slyrs** (gesprochen: „Schliers“) im bayerischen Oberland existiert seit 1999 und hat inzwischen viele Erfolge für sich zu verbuchen. Der Name kommt vom nahen Schliersee, der von Einheimischen oft „Schliers“ genannt wird. Der Legende nach geht der Name auch zurück auf die fünf Mönche Adalung, Hiltupalt, Kerpalt, Antonius und Otakir, die ein Kloster mitten in der Einöde von Schliersee gründeten – und dieses „Slyrs“ nannten. Der komplette Herstellungsprozess findet in der neu errichteten Whisky-Destillerie in Neuhaus in Bayern statt, von der Anlieferung des Gerstenmalzes bis zur Reifung des Whiskys in den Fässern. Auch die Whisky-Maische wird in Eigenregie produziert. „Schliers“ steht für sonnengoldenen Whisky, Jahrgangsbrand, der in 225 Liter großen Holzfässern aus amerikanischer Weißeiche lagert. Slyrs hat aber auch Whisky-Likör im Angebot, das ist mit Bannwaldquellwasser, Honig und Vanille abgerundeter Whisky (30% statt 43% Alkohol wie beim Whisky). Zum Sortiment gehören auch der Amontillado Finish aus dem original Amontillado Fass, mit Aromen von Apfel, Vanille und grünen Haselnüssen sowie weitere Finishe.

AM PULS DER ZEIT

Die Welt der Spirituosen und Weine hält viele Überraschungen für den bereit, der sich einen sachlich fundierten Überblick verschaffen will. Da ist es beruhigend, auf Experten zurückgreifen zu können. Experten wie **Andrea Caminneci**, der sich nach Abitur und Lehre als Bankkaufmann der Gastronomie verschrieben hat. Schnell setzte Caminneci Markenzeichen und fuhr Erfolge beim Vertrieb von so namhaften Whiskys wie Macallen, Bunnahabhain und Highland Park ein. Inzwischen hat sich der geborene Rheinländer mit den italienischen Wurzeln als ausgemachter Whisky- und Spirituosen-Experte einen Namen gemacht. Das ging so weit, dass er im Jahr 2011 internationale Anerkennung erfuhr die Aufnahme in die Vereinigung „Keepers of the Quaich“. Die „Hüter des Kelchs“ ist eine Gruppe, die 1988 von der schottischen Whisky-Industrie mit der Absicht ins Leben gerufen wurde, das Prestige des schottischen Whiskys auf der ganzen Welt zu steigern. Der Duke of Atholl ist einer der Patrone. Eine von Caminnecis erfolgreichsten Produktlinien ist die Serie der „C&S Dram Whiskys mit ihrer simplen, aber den Puls der Zeit treffenden Philosophie: der Whisky muss schmecken und der Preis muss fair sein – Alter, Destillenname, Fassart usw. sind nebensächlich.



KULT-SPIRITUOSE MIT GESCHICHTE

Seit 1840 landet ein Gutteil der beiden Wasserquellen Caperdonich Well und **Glen Grant** Burn in den Brennkesseln der schottischen Brennerei Glen Grant. Die beiden Brüder John und James Grant gründeten das Unternehmen mit dem Ziel, den bestmöglichen Scotch herzustellen. Es muss ihnen gelungen sein, denn die Marke ist schließlich von immer größeren Firmen aufgekauft worden. Seit 2006 gehört Glen Grant zur Gruppo Campari, weltweit sechstgrößter Spirituosen-Hersteller und -Händler. „Die alten Glen Grants sind Kult“, sagt Whisky-Kenner Frank-Michael Böer, „Campari hat diesem alten Namen wieder frischen Wind und Qualität eingehaucht.“ Glen Grant vereint einen klaren und sauberen Geschmack mit hoher Trennschärfe und einer blassgoldenen Farbe – und unterscheidet sich dadurch von anderen Single Malt Scotch Whiskys, die oft schwerer schmecken. Das sind Qualitätskriterien, die diesen schottischen Spirit für die Convention in der Jahrhunderthalle prädestinieren.



WÜRZIGE KREATIVBIERE

Mit der modernen Industrie ist das ja so eine Sache. Auf der einen Seite sinkt durch Massenproduktion der Preis, während Qualität und Verfügbarkeit steigen. Auf der anderen Seite lauert der Effekt, der nur noch die Gemüsesorten im Supermarkt landen lässt, die leicht transportierbar sind, lange halten und generell den Ansprüchen der Vermarkter an Verkaufbarkeit entsprechen. Beim Bier ist das ähnlich. „Nicht mit uns“, denken sich seit einiger Zeit die Betreiber der sogenannten Mikrobrauereien und ihrer Craftbieren. „Craft“ kommt aus dem Englischen und bedeutet so viel wie „Handwerk“. Ihr gemeinsames Markenzeichen: Die Liebe zum Bier steht eher im Mittelpunkt als die Liebe zu den Absatzzahlen.

„Zum Beispiel Unternehmen wie Ale Mania, Schoppe Bräu oder auch Bayerisch Nizza: Alle drei sind Bannerträger der „Neuen Deutschen Bierkultur“, die mit neuen Ideen, modernen Zutaten und großartigen Bieren Furore machen. Für die neuen Brauer ist der Hopfen das, was für den Winzer die Traube ist: Sorten wie Cascade, Saphir, Amarillo oder Hallertauer Mittelfrüh zaubern bisher ungekannte Aromen ins Glas. Alte Rezepte, alte Zutatensorten: die gegenwärtige Vintage-Bewegung bemächtigt sich auch des Bieres.

Bis zum Getränke-Handel an der Ecke mit seinen ewig gleichen Sorten hat sich das noch nicht herumgesprochen, aber der Erfolg steht den Craftern trotzdem ins Haus.

Etwa beim „Bergmann Bier“: Ein paar Dortmunder haben sich zusammengerauft und brauen seit April 2007 dieses weich-würzige Bier, das schnell Anklang fand. So ähnlich halten es viele Mikrobrauereien, und deren eingeschworene Fan-Gemeinde ist gerne bereit, ein paar Groschen mehr zu bezahlen – für Handarbeit, die ihren Namen noch wert ist.





AN DER URQUELLE

Irgendwann hat auch die größte Idee mal klein angefangen. Dass sich die Bier-Art „Pils“ heute einer so großen Beliebtheit erfreut (im Gegensatz etwa zu Alt, Weizen,

Kölsch oder Bockbier), verdankt die Republik einigen Bürgern, die die schlechte Bierqualität in Böhmen Anfang des 19. Jahrhunderts nicht mehr akzeptieren wollten. (Böhmen gehört heute zur Tschechischen Republik, war aber auch mal Teil des Deutschen Reiches.) Seit den frühen Anfängen der Zivilisation war Bier eine dunkle, trübe Flüssigkeit mit wechselnder Qualität. Der Bayer Josef Groll machte 1842 in der Stadt Pilsen in Böhmen kurzen Prozess damit und präsentierte der Welt das erste Bier, das klar und von höchster Qualität war. Das erste goldfarbene Bier der Welt, und das erste Pils sowieso. Das hat den Leuten so gut geschmeckt, dass es die Marke heutzutage immer noch gibt: original „Pilsner Urquell“. Die Marke gehört inzwischen zum Konzern SABMiller. Kenner schätzen darüber hinaus das unfiltrierte Pilsner Urquell, das es nicht zu kaufen, sondern nur bei besonderen Veranstaltungen zu genießen gibt – so zum Beispiel bei der Finest Spirits & Beer Convention '14 in Bochum.



FEINSTE IMPORT-CRAFTBIERE

Um das beste Bier der Welt anbieten zu können, muss man es nicht zwangsläufig selber brauen. Es reicht schon, die Hersteller zu kennen, denen Qualität vor Absatzzahlen geht. Man muss nur wissen, wer denn da in Frage kommt – und diese Produkte dann importieren. Sebastian Sauer aus Stolberg ist so einer. Er ist der Betreiber des Bier-Importeurs **Bierkompass.de** und außerdem Mitveranstalter des **Festivals der Bierkulturen** in Köln. Sauer importiert feinste europäische und US-Craftbiere und hat sich den Ruf des kleinen, aber

hochspezialisierten Importeurs hart erarbeitet. Da kann es sein, dass die eine oder andere Biersorte in einer Abfüllung daherkommt, die an eine Sektflasche erinnert. Sauer hat Sorten und Bier-Arten im Angebot, die wohl den Horizont auch des weitgereistesten Bierkenners erweitern können. Wie etwa Lambik – eine belgische Bierspezialität, die durch Spontangärung entsteht, bei der die Hefe nicht zugesetzt, sondern während der offenen Lagerung des Sudes aus der Umgebungsluft eingefangen wird.



SOMMER IN DER FLASCHE

„Farblich glänzt das Bier goldgelb im Glas“, urteilt Mareike Hasenbeck in ihrem Blog feinerhopfen.com, „der Schaum ist mittelporig und bleibt standhaft. Im Geschmack dringen die klassischen Hopfensorten durch. Immerhin spürt man einen Anklang von Zitrone, Grapefruit aber auch von reifer Aprikose.“ Gemeint ist das Bier „Skipping Stone“ von **Craftwerk Brewing**, eine Marke der Bitburger Braugruppe, die sich dem handgemachten Bier verschrieben hat. Klein, aber fein: Vier Sorten haben die Crafter im Angebot, etwa das Sommerbier „Skipping Stone“ oder „Holy Cowl“, „Hop Head IPA“ und „Tangerine Dream“, letzteres mit Mandarina Bavaria Hopfen mit raffiniert fruchtigem Geschmack. Craftwerk Brewing geht tatsächlich zurück auf eine Vielzahl von Spezialisten aus der Versuchs- und Spezialitätenbrauerei der Bitburger Braugruppe. „Dieses Ale ist Sommer in der Flasche, dein Tag am See“, urteilen die Craftwerker selbst über ihr „Skipping Stone“. Craftwerk Brewing ist „ein gutes Beispiel dafür, dass jetzt auch die „Großen“ die neue Bierkultur aufgreifen, handwerklich gebraute Biere in kleinen Mengen zu produzieren“, urteilt Frank-Michael Böer, Convention-Veranstalter und Experte für Spirituosen und handgebaute Biere. Dass eine große Firma Craftbiere auf den Markt bringt, ist in der Szene nicht unumstritten. Böer hält dagegen: „Craftwerk leistet damit einen wichtigen Beitrag, damit zügig ein Spezialitätenmarkt entstehen kann.“ Und da haben wir doch alle etwas von.

LECKERES DRÖPPKE

Ein Bier, das den gleichen Namen wie die dazugehörige Gaststätte trägt: **Uerige**. Dahinter verbirgt sich das Düsseldorfer Altbier schlechthin. Würzig, herb, und im Vergleich zu anderen Altbieren immer ein bisschen heller. Die Legende will es, dass die Bezeichnung „Uerige“ auf einen Wirt zurückgeht, der Mitte des 19. Jahrhunderts die Hausbrauerei übernahm. Dieser Wirt hatte ständig schlechte Laune - „uerig“ im Düsseldorfer Platt. Bier-Sommelier André Meurer aus Düsseldorf beschreibt das Uerige als „malzbetontes Bier, es ist kräftig, hat ganz leichte Röstaromen mit dem Hauch einer Karamellnote. Im Nachschluck fällt das Bittere auf, das aber nicht betont ist, sondern sehr mild daherkommt.“ „Dat leckere Dröppke“, wie der Düsseldorfer sagt. Die Hausbrauerei hat mehr als das einfache Uerige im Angebot, es gibt eine trübe Variante, sowie ein „Uerige Sticke“ und ein „Uerige Doppelsticke“. Das ist ein spezielles Starkbier, mit 8,5 Prozent Alkohol, interessanterweise für den amerikanischen Markt. „Das Uerige Doppelsticke ist absolut Kult“, weiß Convention-Veranstalter Frank-Michael Böer, „ebenso wie die gesamte Brauerei.“ Konsequenz: Uerige betreibt nicht nur die Altstadt-Kneipe und die Altbier-Brauerei, sondern auch eine Whisky-Brennerei. „Dat könne mer och“, dachte sich nämlich die zuständige Brauerfamilie in den 1980er-Jahren bei einem Besuch einer schottischen Whiskybrennerei, und seit einigen Jahren gibt es nun die Edeldestillate Stickum, Stickum Plus und den Single Malt Whisky Baas.



AUFGEGBENE MARKE WIEDERBELEBT

„Ein kräftiger heller Bock erinnert an den Geschmack der 1970er-Jahre: US-Präsident Richard Nixon besucht China, die Olympischen Sommerspiele starten in München und in Dortmund muss die eigenständige Bergmann Brauerei schließen. Ein Trauerspiel, die Marke **„Bergmann Bier“** wird von Ritter übernommen. Damals galt noch die Devise: „Um sieben Millionen Tonnen Kohle zu fördern und sieben Millionen Tonnen Stahl zu erzeugen, braucht man sieben Millionen Hektoliter Bier.“ So beschrieb der damalige Oberbürgermeister Günter Samtlebe die Dreifaltigkeit der Dortmunder Wirtschaft. Alles passé. Allein das Bergmann Bier ist wieder zu haben, seit 2005 gibt es die Marke wieder, und heute werden die Sorten Export, Spezialbier, Pils und Schwarzbier hergestellt. Thomas Raphael stieß im Sommer 2005 per Zufall auf die Marke „Dortmunder Bergmann Bier“, die einige Monate zuvor von der Union-Ritter-Brauerei aufgegeben worden war. „Wir brauten zunächst in kleinen, handwerklichen Brauereien in unserer Umgebung in NRW“, sagt Thomas Raphael, „und den Bedarf konnten wir aus logistischen Gründen nicht immer decken, das ist bis heute so geblieben.“

TRADITION UND MODERNE

Mit Familienunternehmen ist das ja so eine Sache. Aber wer schon im Jahr 1978 auf eine 100-jährige Firmengeschichte zurückblicken konnte, darf sich zu recht einer Familientradition von historischem Ausmaß rühmen. Die Privatbrauerei **Moritz Fiege** wurde 1736 gegründet, damals noch als Hausbrauerei für die eigene Schankwirtschaft, die die Familie Fiege im Zentrum Bochums betrieb. Seit 1981 lenkt mit Jürgen und Hugo Fiege die vierte Generation der Familie die Geschicke der Privatbrauerei. Die umfangreiche Historie steht dem Unternehmen dabei nicht im Weg, ganz im Gegenteil – 2012 landet die hochwertige Bierspezialität „Fiege Bernstein“ auf dem Markt; 2013 das „Fiege Radler“, das im ganzen Ruhrgebiet geschätzt wird. Mit weiteren Sorten wie „Fiege Gründer“, „Leichter Moritz“, Weizen-, Alt- und Schwarzbier und dem „Charakter 2013“ rundet die Privatbrauerei ihr modernes Angebot ab. Auch das bedeutet Tradition: Aufnahme aktueller Ideen und Bedürfnisse, um nicht übermorgen schon nur noch aus dem Vorgestern bestehen zu müssen.

FÖRDER-BAR

Was gibt es nicht alles für Gastronomen im Ruhrgebiet! Es gibt die immergleichen Ketten-Filialen, die gutbürgerlichen Gasthäuser, ausländische Spezialisten – und die kleinen Eck-Kneipen, in die Opa früher nach der Schicht eingekehrt ist, werden immer weniger. Aber Bars? Richtige Bars? Es gibt sie, und man findet sie auch, wenn man die Augen ein bisschen offen hält. Doch das soll besser werden. Der **Barzirkel Ruhrgebiet** ist ein loser Zusammenschluss von Bartendern, interessierten Gästen und Vertretern der Industrie. Ihr erklärtes Ziel: die Barkultur im Ruhrgebiet zu fordern und zu fördern. Im Juli zum Beispiel traf sich die Runde im Barock in Recklinghausen, um über das Thema Bar und Neuigkeiten zu sprechen.

Auf der Convention betreiben die Barkeeper des Barzirkel Ruhrgebiet zusammen mit dem Tonic-Hersteller Fever Tree die **„Finest Spirits Bar“**. Thema dieses Jahr: Gin - DIE In-Spirituose des Jahres 2014. An der Bar wird daher der ehrwürdigen „Gin Tonic“ in den Mittelpunkt gerückt. Denn nur mit wenigen hochwertigen Zutaten lässt sich der scheinbar so bekannte Drink in ein wahres Geschmackswunder verwandeln. Die Besucher erfahren daher: Welcher Gin passt zu welchem Tonic? Welche Kräuternoten werden wie am besten degustiert? Wie kann man auch zu Hause an der Home Bar mit wenig Aufwand einen tollen Drink zaubern?



DAS WHISKY-FINISH

Whisky muss reifen – so ähnlich wie Wein. Dieser Prozess wird „Finishing“ genannt: Traditionellerweise geschieht dies, nach dem Brennen der Spirituose, in einem Holzfass. Und da fängt die Auswahl schon an. Welches Holz? Wie alt? Brandneue Fässer, oder Fässer, in denen vorher schon eine andere Sorte Whisky reifte? Oder gar Wein oder Sherry? In der Regel verbringen die Whiskys sechs bis 24 Monate in den Fässern, es gibt aber auch wesentlich längere Lagerzeiten. Oft wird amerikanische Eiche als Holzsorte genommen, und Fässer, in denen vorher Bourbon oder Sherry gereift wurde, sind auch häufig anzutreffen. Spezialisten schwören auf Weinfässer (Burgunder, oder sogar Portwein).