

SKOLI

DAS GETRÄNKE-FACHMARKT-MAGAZIN

★ HEUTIG

*Biermixe zurück
in der Erfolgspur*
Seite 8

★ SAFTIG

*Essensbegleiter mit
fruchtiger Note*
Seite 22

★ WÄSSRIG

*Badespaß wird
immer natürlicher*
Seite 30

Jetzt mitmachen und ein
tolles Snowboard gewinnen.
(powered bei Sinalco)



Gratis-
exemplar
für unsere
Kunden

Mixery
ULTIMATE
6 % vol



**GESCHMACK
NEXT LEVEL**

MIXERY ULTIMATE MIT 6% VOL.

**MIT 3 LECKEREN SORTEN HAT MIXERY DIE ULTIMATIVEN
BEGLEITER FÜR DIE SPÄTEN ABENDSTUNDEN:**

**MIXERY ULTIMATE TEQUILA
MACHT LUST AUF SONNE, STRAND UND MEHR.**

**MIXERY ULTIMATE ENERGY
DER ENERGY-BIERMIX MIT DEM EXTRA-KICK AN GUARANA.**

**MIXERY ULTIMATE LEMON
MIT DEM FRUCHTIG-FRISCHEN GESCHMACK VON LIMETTEN.**

Clever kombinieren

Unter einer Kombination versteht man eine (sinnvolle) Verbindung unterschiedlicher Dinge wie zum Beispiel Bier und Korn, Wodka und Lemon, Pommes und Majo. Drei kulinarische Kombinationen mit Tradition. Seit Jahrzehnten etabliert und über jeden Zweifel erhaben. Doch neugierig wie der Mensch nun mal ist, lässt er es nicht dabei bewenden, sondern sucht weiter – nach Dingen, die zusammen passen und schmecken. Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang von „Food Pairing“.

Schon die Grundidee der Biermischgetränke beruht auf dem Partnerschaftsgedanken. Bier plus x lautet die Grundformel, die immer wieder neu variiert und interpretiert wird. Womit wir geschmacklich in dieser Saison rechnen dürfen, lesen Sie in unseren Bericht ab Seite 8. Und auch Fruchtsaft kann weit mehr sein als das Glas Orangensaft am Morgen oder die Apfelsaftschorle nach dem Sport! In Kombination mit Kräutern und Gewürzen, mit Ölen oder bestimmten Teesorten läuft er zu geschmacklicher Höchstform auf. Das jedenfalls verspricht unser Beitrag „Food Pairing – Clever kombinieren mit Saft“ ab Seite 22.

Ansonsten finden Sie in diesem Heft die gewohnt unterhaltsame Kombination aus spannenden Getränke-Neuerscheinungen, interessanten Freizeittrends, packenden Buchtipps und unterhaltsamem Gewinnspiel. Da gibt es einmal mehr tolle Preise zu gewinnen – vorausgesetzt, Sie kombinieren richtig. Aber das sollte ja nach der Lektüre dieses Heftes keinerlei Probleme bereiten.

In diesem Sinne wünschen wir eine schöne Zeit gepaart mit jeder Menge gute Laune.

Ihr skoll-Team

IMPRESSUM

skoll

Das nationale Getränke-Magazin für die Kunden der Getränke-Fachmärkte

Herausgeber (verantwortlich)

GEVA GmbH & Co. KG
Albert-Einstein-Straße 18
50226 Frechen
www.geva.com

Geschäftsführung

Andreas Vogel (Sprecher)
Irmgard Küster

Redaktion (verantwortlich)

GEVA GmbH & Co. KG
Rupa Chatterjee
Albert-Einstein-Straße 18, 50226 Frechen
Telefon (0 22 34) 18 34 171
Fax (0 22 34) 18 34 5171
E-Mail: chatterjee@geva.com

Jörg van Alen

Benrodestr. 105, 40597 Düsseldorf
Telefon (0172) 240 55 64
E-Mail: info@die-gastronauten.de

Koordination

GEVA GmbH & Co. KG
Brigitte Pehnert, Gabriele Boecke,
Kristina Rönnebeck

Anzeigenvertretung

Die Gastronauten,
Jörg van Alen
Benrodestr. 105, 40597 Düsseldorf
Telefon (0172) 240 55 64
E-Mail: info@die-gastronauten.de

Gestaltung

Pohl & Rick Grafikdesign, Düsseldorf

Herstellung

Media Cologne
Kommunikationsmedien GmbH, Hürth

Erscheinungsweise

3-mal jährlich
Nächste Ausgabe: Oktober 2019

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Herausgebers. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Irrtümer bleiben vorbehalten.

Fotos: Soweit nicht namentlich gesondert in den Artikeln ausgewiesen, ergibt sich der Ursprung der Bilder bzw. die Rechte daran aus den in den Texten genannten Firmen oder aus den Inhalten der Fotos bzw. Bildunterschriften von selbst oder es handelt sich um Autorenbilder.

Hellbier aus Erding.



Die traditionsreiche Spezialität nach dem Geschmack Ihrer Gäste!

Stiftung Hell hat alles, was ein echtes bayerisches Helles braucht: Es ist süffig und von reiner Frische. Hier zeigt sich Bayerns große Brautradition von ihrer besten Seite. Seinen besonders ausgewogenen, milden Gesamteindruck bekommt Stiftung Hell durch die sorgsame Reifung. Denn die Braumeister lassen ihm genau die Lagerzeit, die es braucht, um alle Aromen perfekt zu entwickeln. Gebraut nach dem bayerischen Reinheitsgebot von 1516.

www.stiftungsbraeu.de



- 03 Editorial/Impressum
- 06 Marktplatz
Neuheiten und interessante Produkte
- 08 Oldie but Goldie
Klassische Biermischgetränke dominieren den Markt
- 12 Getränke-News
Neues aus der Getränke-Szene
- 20 Buch-Tipps
Interessantes zum Schmökern
- 22 Food Pairing
Clever kombinieren mit Saft
- 26 Schlusstrunk
Komm' lass uns noch auf einen Absacker gehen
- 28 Zu gut für die Tonne
So feiert man Feste ohne Reste
- 30 Abkühlung gefällig
Badeseen und Naturbäder immer beliebter
- 32 SoSo!
Die Seite für junge Leser
- 34 skoll-Preisausschreiben
Mitmachen & Gewinnen

08

Foto: © iStock.com/© Nomad



Foto: © iStock.com/© Tempura

22

26

Foto: © iStock.com/© Mr.Svitlana



Foto: © iStock.com/© Anna Shkuratova

28

30

Foto: © iStock.com/© Periboge



marktplatz

Öfter mal was Neues. Eine praktische Türöffner-App beispielsweise oder eine schicke Tischleuchte aus Filz. Möglicherweise haben Sie ein Faible für Blumiges oder buttriges Fleisch. Neugierig geworden? Wir laden Sie herzlich zu einem kleinen Bummel über unseren Marktplatz ein und hoffen, dass zwischen brasilianischem Kaffee und schnittigem Keramikwunder das Richtige für Sie dabei ist.

SCHNITTIG



Foto: WEDO - Wierner Dorsch GmbH

Der klassische Cutter, oft auch Teppichmesser genannt, kommt meist unscheinbar daher. In Grau oder Silber gehalten, liegt er fast vergessen im Werkzeugkasten, bis große Pakete oder eben der zu schneidende Fußbodenbelag seinen Einsatz fordern. Damit ist jetzt Schluss! Leicht, bunt und mit innovativer Keramik Klinge zeigt sich die nächste Generation von Cuttern, die Wedo mit Catta einläutet. Dabei liegt der Vorteil auf der Hand: Keramiklingen bleiben zehnmal länger scharf als Stahllingen und sind mit ihrem besonderen Schliff extrasicher. Auch Rost setzen diese schnittigen Haushaltshelfer nicht an. Ein handliches und hübsches Keramikwunder für Küche und Home Office!
www.wedo.de

SCHMECKIG

Dallmayr setzt seine erfolgreiche Serie „Selektion des Jahres“ unter dem Dach der Crema d'Oro-Linie fort und präsentiert 2019 seine bereits dritte Sonderedition: die Selektion des Jahres aus Brasilien. Der Look der Packung ist perfekt auf das südamerikanische Land abgestimmt und erstrahlt in leuchtendem Gelb. Die Selektion des Jahres aus Brasilien ist die Fortsetzung einer erfolgreichen Serie. Jahr für Jahr setzt Dallmayr mit der Sonderedition neue Akzente und überrascht Kaffee-Genießer, die gerne zur Ganzen Bohne greifen, mit einem neuen Geschmacksprofil.
www.dallmayr.com

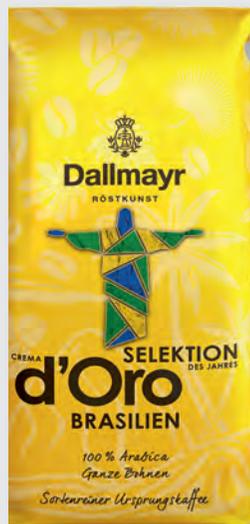


Foto: Alois Dallmayr Kaffee oHG / Dallmayr Kaffee

GLOCKIG



Die Siedle App bringt den Türruf auf Android- und iOS-Geräte. Sie sorgt jederzeit und praktisch überall für mobilen Klingel-Empfang – mit Live-Videobild, Sprachübertragung und Türöffner-Funktion. Das Live-Videobild zeigt, wer Einlass begehrt. Und Sie entscheiden ganz bequem, ob Sie den Türruf annehmen wollen. Auch das Türöffnen ist einfach – und sicher. Die Abfrage der App schließt eine Fehlbedienung aus. Erst wenn auf dem Display der virtuelle Schlüssel ins Schloss geschoben ist, öffnet sich die Tür.
www.siedle.de

Foto: S. Siedle & Söhne - Telefon- und Telegrafengeräte oHG

STIMMIG

Was passiert, wenn das Design von IKEA und der Sound von Sonos aufeinandertreffen? Das Ergebnis: Die SYMFONISK Tischleuchte mit WiFi-Speaker – ein Möbelstück, das Sound und Aussehen in einen neuen Bezug setzt, das sich auf besondere Weise in das Zuhause integriert und es so ermöglicht, die eigenen vier Wände mit Sound einzurichten. Zum SYMFONISK Sortiment gehört neben der Tischleuchte mit WiFi-Speaker auch der Regal-WiFi-Speaker, der kürzlich mit einem Red Dot Design Award ausgezeichnet wurde. Beide Speaker sowie erstes Zubehör sind ab August 2019 erhältlich.

www.ikea.de



BLUMIG



Bühne frei für farbenfrohe Fantasieblumen – das neue Dekor Artesano Flower Art von Villeroy & Boch verbindet überdimensionale, üppige Blütenpracht mit der reduzierten Formsprache der Geschirrkollektion Artesano Original und präsentiert satte Farben auf edlem Weiß. Damit liegt es voll im Trend zu ausdrucksvollen Dekorationen, mit denen man den eigenen Lifestyle selbstbewusst in Szene setzen kann.

www.villeroyboch-group.com

FILZIG



Pur und grau, in knalligen Farben oder in Kombination mit Holz und Metall: Leuchten aus Filz liegen voll im Trend. Meist stecken Naturmaterialien wie Schafwolle, Baumwolle, Seide oder auch Hanf hinter dem robu-

sten Stoff. Kombinieren lassen sich Filzleuchten mit so einigen Stilrichtungen – das macht sie flexibel und vielseitig. In die klassische, designaffine Wohnung passen sie ebenso wie zum Cottage-, Boho- oder Skandi-Interior. Beispiel „Mia“: Die Tischleuchte bringt Farbe in jedes moderne Ambiente und erfüllt alle Ansprüche an eine umweltbewusste Beleuchtung: Gefertigt wird sie in Handarbeit aus nachwachsenden Rohstoffen.

www.lampenwelt.de

BUTTRIG

Jeder kennt es und hat es bestimmt schon das eine oder andere Mal gemacht: das gegrillte Steak für den besonderen Geschmack mit Butter oder Kräuterbutter bestrichen. Doch was, wenn das Steak schon in der Butter reifen würde? Monatelang tüftelte, untersuchte und probierte die familiengeführte Fleischmanufaktur Gourmetfleisch.de mit unterschiedlichen Cuts, Fleischsorten und auch Buttervarianten, bis das Ergebnis endlich stimmte: das butterartige Argentine Black Angus Entrecôte reift bis zu 14 Tage in deutscher Markenbutter.

www.gourmetfleisch.de



OLDIE BUT GOLDIE

Klassische Biermischgetränke wie Alster oder Diesel dominieren den Markt





Sie gelten als jung, sie gelten als frisch, sie gelten als innovativ: Biermischgetränke. Zwar gehören „Radler“, „Alster“ oder „Diesel“ gefühlt schon ewig zum festen Getränke-Repertoire, doch erst mit Änderung des Biersteuergesetzes 1993 konnten sie zu einem wahren Höhenflug ansetzen. Denn erst seit jenen Tagen ist es Brauereien erlaubt, Biermischgetränke direkt herzustellen und abzufüllen. Vorher mussten private und professionelle Mix-Liebhaber selber mischen. Gastronomen sogar „vor den Augen des Gastes“.

Ein neuer Markt entsteht

Mit der Gesetzesänderung entstand quasi über Nacht ein neuer Markt, der von den Brauern dankend angenommen wurde. Sukzessive entwickelten sie neue Produktideen, erweiterten ihr Sortiment und trugen so dazu bei, dass Biermischgetränke zu den Getränke-Hits des frühen neuen Jahrtausends wurden. Vor allem junge Verbraucher sahen in den Mixen eine willkommene, attraktive und vor allem alkoholarme Alternative zu klassischen „Soft-Drinks“.

Die Brauereien kommen den Bedürfnissen der überwiegend jungen Konsumenten gerne nach und lassen ihrer Kreativität freien Lauf. Dabei setzen sie nicht nur auf traditionelle Mischungen, sondern schaffen zum Teil völlig neue Geschmackserlebnisse. Diese jungen Getränkekreationen sind aus Bier mit Limonade, Fruchtsäften, Erfrischungsgetränken oder anderen Zusätzen komponiert und suchen ihr Heil zunehmend in der

Die Hersteller setzen verstärkt auf verbesserte Rezepturen und markt-konforme Varianten bei den Klassikern. Die Stichworte lauten Zitrone, Limone, Orange, Bio, Fairtrade, vegan, regional, lokal und naturtrüb.



Foto: ©Stock.com/xfotostudio

Exotik. Drachenfrucht, Guaraná, Kaktusfeige – es gibt fast nichts, was nicht mit Ober- oder Untergä-rigem kombiniert wird.

2018: The summer of Biermischgetränke

Doch wie so häufig verfliegt der Zauber des Neuen und Exotischen so schnell wie er gekommen ist. Zwar schafften es die Biermischgetränke zu ihren besten Zeiten auf einen Marktanteil von rund fünf Prozent und galten bereits als Retter des quasi dauerhaft schwächelnden Biermarkes, doch auch die Bier-Feige-Guaraná-Drachenfrucht-Bäume wachsen nicht in den Himmel. Im Gegenteil. Seit 2009 konnte das Segment nur noch zweimal zulegen – 2012 mit einem Plus von 12,4 Prozentpunkten und im vergangenen Jahr. Laut Statistischem Bundesamt wurden 2018 4,4 Millionen Hektoliter Biermischungen (Bier gemischt mit Limonade, Cola, Fruchtsäften und anderen alkoholfreien Zusätzen) an den Mann und die Frau gebracht. Das entspricht einem Plus von 10,3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr und einem Anteil von 4,7 Prozent am gesamten Bierabsatz.

Die Gründe für den deutlichen Zuwachs sind zwar nicht statistisch erhoben, scheinen aber eindeutig: Der Rekordsommer. Denn bei Hitze spielen die Gemischten ihre ganze Stärke aus: Kein oder wenig Alkohol, viel erfrischender (Frucht-)Geschmack und gegebenenfalls auch noch Zusätze wie Mineralien und/oder Vitamine. Eine perfekte Alternative zu Mineralwasser, Saft oder (alkoholfreien) Bieren.

Es hat sich ausexotikt

Interessant in diesem Zusammenhang: Die Exotik-Blase ist geplatzt. Mischungen mit Cappuccino- oder Erdbeer-Geschmack befinden sich auf dem Rückzug. Dafür setzen die Hersteller verstärkt auf verbesserte Rezepturen und marktkonforme Varianten bei den Klassikern. Die Stichworte lauten Zitrone, Limone, Orange, Bio, Fairtrade, vegan, regional, lokal und naturtrüb. Natürlich gibt es auch noch mal was mit Mango, Maracuja oder beidem – aber der Trend zum Ausgefallenen ebbt ebenso ab wie die Flut an Neuerscheinungen. Dass weniger manchmal mehr ist, haben anscheinend auch die Hersteller erkannt. Eine für alle Marktbeteiligten durchaus gesunde Entwicklung.

Fakt ist: Biermischgetränke haben einen festen und durchaus signifikanten Platz auf dem Getränkemarkt gefunden. Dabei bevorzugen die Verbraucher mit großem Abstand alkoholfreie Varianten aus Bier und Limonade. Laut Statistischem Bundesamt lag deren Absatz in diesem Segment im Jahr 2017 bei 44,3 Prozent. Mit respektvollen Abstand und 28 Prozent rangiert das Duo Bier/Flavour auf Rang zwei gefolgt von Bier/Limo alkoholfrei (15,1%) und Bier/Cola (7,2%). Dabei konnten einzig die beiden Bier/Limo Kombinationen gegenüber dem Vorjahr zulegen. Ein deutlicher Fingerzeig dafür, dass Alster, Radler, Diesel und Co. bei den Verbrauchern beliebt und begehrt sind und die Oldies unter den bunten Mischungen die wahren Goldies sind. ■

KÖNIG ROTBIER

ERFRISCHEND & MILD



JETZT NEU!



Und jetzt
ein König.



PFALZ SIE SICH FÜR WEIN INTERESSIEREN

Neue Broschüre stellt 14 Rebsorten der Pfalz vor

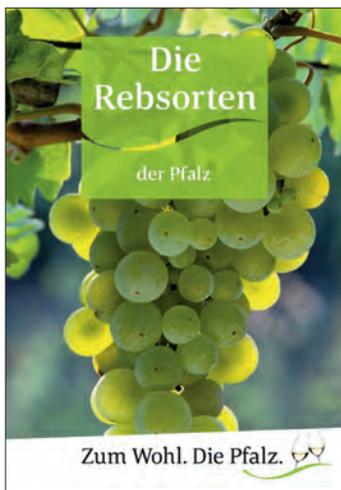


Foto: Pfalzwein, e.V.

Viele Rebsorten werden in der Pfalz kultiviert – doch nur ein gutes Dutzend Sorten stehen für den Löwenanteil des Pfälzer Weins. Die von Pfalzwein neu aufgelegte und aktualisierte Broschüre „Rebsorten der Pfalz“ stellt diese 14 Rebsorten vor, die mehr als drei Viertel der Pfälzer Rebfläche einnehmen. An der Spitze steht die Pfälzer Paradesorte Riesling, denn die Pfalz ist mit fast 5.900 Hektar das größte Riesling-Gebiet der Welt. Es folgen bei den weißen Sorten Grau- und Weißburgunder und Rivaner. Daneben gehören auch Silvaner, Chardonnay, Kerner, Gewürztraminer, Scheurebe und Sauvignon-Blanc zu den prominenten Vertretern im Weißwein-Repertoire. Mehr als ein Drittel der Rebfläche der Pfalz ist mit roten Trauben bestückt, allen voran mit Dornfelder, Portugieser, Spätburgunder und Regent, die ebenfalls in der Broschüre porträtiert werden. Die Broschüre ist in einer Neuauflage von 150.000 Stück erschienen, erstmals in vier Sprachen (deutsch, englisch, französisch und niederländisch).

Die Rebsorten-Broschüre kann gegen Einsenden eines mit 0,70 € frankierten Rückumschlags angefordert werden bei: Pfalzwein e.V., Martin-Luther-Str. 69, 67433 Neustadt oder direkt unter www.pfalz.de im Bereich „Informationsmaterial“ heruntergeladen werden.

BRAUCHT DEUTSCHLAND ALKOHOLFREIEN WEIN?

Erste Marktstudie mit überraschenden Ergebnissen



Foto: ©iStock.com/© Merksuaellou

„Alkoholfrei“ liegt im Trend – den Schluss lassen zumindest die steigenden Absatzzahlen der Bierbranche in diesem Marktsegment zu. Doch wie sieht es im Weinbereich aus? Wie hoch ist der Bekanntheitsgrad, der tatsächliche Konsum und das zu erwartende Potenzial von alkoholfreiem Wein? Um diesen und weiteren Fragen nachzugehen, hat die Speyerer PR-Agentur Carta zusammen mit der Hochschule Heilbronn und dem Heilbronner Institut für angewandte Marktforschung die erste Marktanalyse zum Thema alkoholfreier Wein in Deutschland durchgeführt.

Die Ergebnisse überraschen: 72 Prozent der in der Erststudie befragten 1001 TeilnehmerInnen haben bereits von alkoholfreiem Wein gehört und knapp 30 Prozent haben ihn schon getrunken. Von den befragten KonsumentInnen bewerteten 51 Prozent den Geschmack von alkoholfreiem Wein als sehr gut bis gut. Weitere 33 Prozent stuften dessen Geschmack als mittelmäßig ein. Mit 86 Prozent entsprechend hoch ist auch der Anteil der KonsumentInnen, die erneut alkoholfreien Wein trinken würden. Als die drei definitiven Hauptgründe für den Konsum von alkoholfreiem Wein geben die TeilnehmerInnen der Umfrage die Beteiligung am Straßenverkehr (34,4 Prozent), gesundheitliche Gründe (22,6 Prozent) sowie Schwangerschaft und Stillzeit (21,1 Prozent) an.

Wie die Carta-Studie außerdem zeigt, sind die KonsumentInnen mit dem Geschmack der alkoholfreien Weine mehrheitlich sehr zufrieden. Man muss also kritisch hinterfragen, ob die Weinbranche das sich hier bietende Potenzial schlichtweg ignoriert. Es gibt kaum sachliche Informationsvermittlung zu dem Thema, wenig ansprechende Werbepresenz und die flächendeckende Verfügbarkeit und Auswahl von alkoholfreien Weinen ist nur geringfügig gegeben.

Dabei könnte das Thema auch hinsichtlich der geplanten Anti-Alkohol-Kampagne seitens der Weltgesundheitsorganisation in naher Zukunft von großem Interesse sein. „Mit unserer Carta-Studie wollen wir den Grundstein für weitere Entwicklungen in diesem Bereich liefern“, erläutert Ulrich Zehfuß, Inhaber der Agentur Carta, die die erste Studie über alkoholfreien Wein in Deutschland in Auftrag gegeben hat.

www.carta.eu

BIONADE GIBT GLAS

Den Bio-Pionier gibt's jetzt auch in Halbliter-Glasflaschen

Wiederverschließbar, nachhaltig und umweltfreundlich: Die neue Bionade Glas-Mehrwegflasche in Longneck-Form passt in die Zeit. In vier erfrischenden Sorten gibt es die „Große“ jetzt vom Bio-Pionier, praktischerweise im handlichen Zehnerkasten. „Weil Verbraucher und Veranstalter immer wieder danach gefragt haben, erweitern wir jetzt unser Angebot um die Halbliterflasche aus Glas, ganz praktisch mit Schraubverschluss“, verkündet Marketingleiterin Svenja Lonicer.

Zum Marktstart sind vier Sorten in der „Neuen“ verfügbar: Bionade Naturtrübe Orange, Naturtrübe Zitrone, Holunder und Litschi. Angeboten wird die Halbliter-Glasflasche bundesweit auch in Getränke-Fachmärkten.

Unverändert bleibt der Inhalt: Farbstoffe oder Konservierungsmittel? Künstliche Aromen? Keine Spur. Chemische Zusätze? Sind verboten. Stattdessen wird Bionade aus reinen Naturprodukten hergestellt, auf biologische Weise. Und hat mindestens 30 Prozent weniger Zucker als vergleichbare, zuckergesüßte Erfrischungsgetränke. Alle Bionade Sorten sind natürlich vegan, gluten- und laktosefrei.

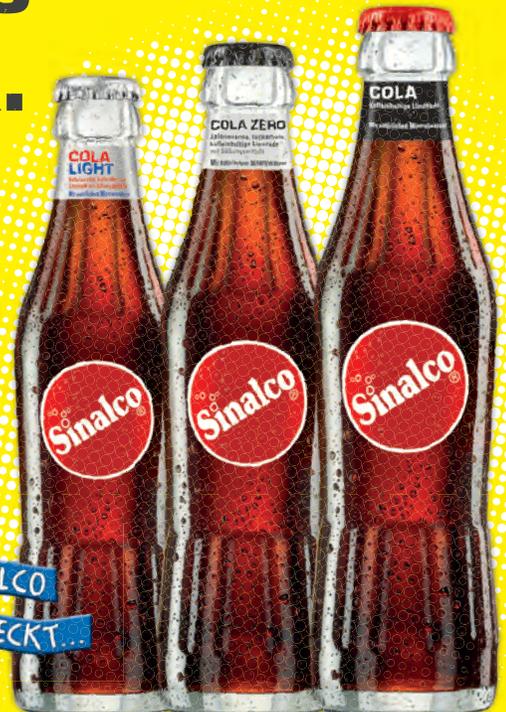
www.bionade.de



Foto: Bionade GmbH

Geschmack ohne Schnickschnack.

Sinalco. Erfrischend seit 1905.



DIE SINALCO
SCHMECKT..

REIFEN UNTER KARIBISCHER SONNE

Bacardi Gran Reserva Diez: Der Newcomer unter den Premium Rums



Foto: Bacardi GmbH

Wenn gleich drei Maestros de Ron zusammenkommen, um gemeinsam einen Rum zu entwickeln, ist es nicht unwahrscheinlich, dass am Ende ein ganz besonderes Produkt entsteht – so wie beim Bacardi Gran Reserva Diez.

Die Namen Maestro Joe Gomez, Maestro Troy Arquiza und Maestro Manny Oliver versprühen nicht nur Eleganz, sondern sind gleichzeitig auch für einen ebenso eleganten Rum verantwortlich: Bacardi Gran Reserva Diez. Seinen unverkennbaren Geschmack entwickelt der Premium Blend während eines langen, behutsamen Herstellungsprozesses. „Zehn bis zwölf Jahre reifen verschiedene Rums ungestört unter der karibischen Sonne, bis sie zu einem perfekt ausbalancierten Zusammenspiel vereint werden“, erklärt Stephanie Bærs, Bacardi Brand Manager, die spezielle Herstellung des Neulings. Schon die Flaschenoptik des Blends ist vielversprechend und weist auf die traditionsreiche Geschichte des „weltweit meistausgezeichneten Rums“ hin, wie es in Feinarbeit auf dem edlen Holzverschluss der Flasche eingraviert steht.

Geschmacklich hält der Blend, was sein Äußeres verspricht: Fruchtige Noten von Steinobst, Banane und Birne vermischen sich mit Aromen von karamellierter Vanille und Eiche. Zusammen kreieren sie ein ausgewogenes, reifes Geschmackserlebnis. Für ein glattes Finish wird der Rum vor der Lagerung durch Holzkohle gefiltert. Einen Serviertipp gibt es auch: Die drei Maestros de Ron empfehlen, Bacardi Gran Reserva Diez pur zu genießen, damit sein Geschmack zur vollen Entfaltung kommt.

www.bacardi.com

„EISBRUCH“

Sieger-Design sorgt für Aufmerksamkeit

Wodka Gorbatschow rief für die Limited Edition 2019 erneut zum Design-Wettbewerb auf. Gesucht war ein cooler Gestaltungsvorschlag für ein einzigartiges und limitiertes Flaschendesign, das die Reinheit und die eiskalte arktische Markenwelt repräsentiert. Nun steht der Sieger-Entwurf fest.

An dem Contest beteiligten sich Illustratoren und Designer aus aller Welt. Mit dem Entwurf „Eisbruch“ siegte der Argentinier Mateo Baldasare. Sein Vorschlag zeigt die klassische Wodka-Gorbatschow-Flasche in weißer Lackierung, welche eine Eisdecke mit Bruchkante in Form der bekannten Wodka-Gorbatschow-Taube darstellt.

Der Design-Wettbewerb für die Limited Edition, der bereits zum vierten Mal stattfand, wurde erstmals gemeinsam mit der Crowdsourcing-Plattform Talenthouse umgesetzt, welche die weltweit größte Kreativ-Community vereint. Am Voting, bei dem die Entwürfe von vier Finalisten zur Wahl standen, nahmen knapp 20.000 Wodka-Gorbatschow-Fans teil. In einem spannenden Kopf-an-Kopf-Rennen ging schließlich der Entwurf „Eisbruch“ von Mateo Baldasare mit 37 Prozent der Stimmen als Sieger hervor. Ganz dicht dahinter, mit knapp 36 Prozent der Stimmen, landete der Entwurf „Writers Edition“ von Matthias Mörtl auf dem zweiten Platz.

www.wodka-gorbatschow.de



Foto: Herihell/Freeinet

ÜBER 7 MIO. EURO SOFORTGEWINNE

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!

VELTINS MEGA CHANCE

10x 10.000€

5x 100.000€

5 Mio. x 1€

100x 1.000€

+ JEDE WOCHE EIN AUTO GEWINNEN!
Verlosung unter allen eingegebenen Codes

500.000 x 2€

VELTINS MEGA CHANCE

VELTINS Pilsener

Aktionszeitraum: April – September 2019

WWW.VELTINS-MEGACHANCE.DE

Megachance: VELTINS gibt jede Woche die Chance auf ein neues Auto

Mehr als 7 Mio. Euro und zusätzlich 25 Autos der Marke Mercedes-Benz warten in der neuen Runde der VELTINS Kronkorken-Aktion auf die treuen Markenfreunde. Und dabei nimmt jeder eingegebene Code an den wöchentlichen Autoverlosungen teil – eine Megachance!

Aufmerksamkeitsstark und markenbindend – so präsentiert sich die Marke Veltins Pilsener in den Frühlings- und Sommermonaten im Handel. Die Kronkorken-Aktion 2019 überrascht mit über sieben Millionen Euro Sofortgewinnen. Zusätzlich werden insgesamt 25 Autos verlost. Markenfreunde von frischem Veltins Pilsener können die Codes immer direkt online in ihr Benutzerkonto eintragen und sogleich die Gewinnchancen erhöhen. Dabei ist die Mechanik unkompliziert und leicht. „Einfach öffnen – und der Blick unter den Kronkorken gibt die sekundenschnelle Auflösung“, sagt Herbert Sollich, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. Veltins. Auch die Gutschrift der Gewinne auf das virtuelle Benutzerkonto hat sich durch seinen Online-Weg bewährt. Dort können die Aktionsteilnehmer bis zum 30. September weiterhin ihre Gewinnbeträge sammeln und dann auf das eigene Konto überweisen lassen. „Mit der Aktion wollen wir uns für die Treue bei unseren Markenfreunden bedanken und mit neuen Gewinnen die Begeisterungsfähigkeit erneut beflügeln“, so Herbert Sollich.

An den wöchentlich stattfindenden Autoverlosungen nehmen die Teilnehmer bereits ab der ersten Code-Eingabe teil, sodass es jede Woche aufs Neue spannend wird! Die ersten Autos wurden bereits an ihre neuen Besitzer übergeben.

Ein mehrdimensionaler Kommunikationsmix flankiert das reichweitenstarke Gewinnspiel „Veltins Megachance“ in TV, Funk, Online auf Social-Media-Kanälen und natürlich am Point of Sale. Auch über die regelmäßigen Übergabeveranstaltungen der Autos werden die Teilnehmer auf dem Laufenden gehalten.

Die Gewinnpyramide der VELTINS Megachance 2019:

5.000.000 x 1 €	1.000 x 100 €
500.000 x 2 €	100 x 1.000 €
50.000 x 5 €	10 x 10.000 €
10.000 x 10 €	5 x 100.000 €

Und: 25 Autos der Marke Mercedes-Benz (Verlosung unter allen eingegebenen Codes)

IKONISCH

Seit 90 Jahren: Coca-Cola „made in Germany“



Foto: Coca-Cola Deutschland



1929 starteten die Abfüllung und der Vertrieb der ersten Coca-Cola in der ikonischen 0,2 Liter Glasflasche in Essen. Heute bietet das Unternehmen 80 verschiedene Getränke in unterschiedlichen Packungsvarianten an und ist damit größter deutscher Getränkehersteller für Erfrischungsgetränke. Rund 8.000 Menschen aus 60 Nationen arbeiten an 35 Standorten in der Produktion, Logistik, im Verkauf und im Marketing sowie in der Zentrale in Berlin.

Neben Coca-Cola, Coca-Cola Zero Sugar, Fanta, Sprite und mezza mix zählen die Wassermarken ViO und Apollinaris ebenso zum Angebot wie der Eistee Fuze Tea, das kalorienreduzierte Teegetränk Honest Tea, die stille Honest Bio

Limonade sowie die ViO BIO Limos und ViO Schorlen. Nahezu alle Getränke füllt das Unternehmen in Deutschland ab: an 16 Standorten im gesamten Bundesgebiet. Ein Drittel des Getränkeangebots ist kalorienreduziert oder kalorienfrei. Pro Liter Getränk gibt Coca-Cola etwa 90 Prozent mehr für Werbung von Getränken mit weniger und ohne Zucker als für Getränke mit Zucker aus. Das klassische Getränkesortiment wird mit Produktinnovationen, die Verbrauchertrends treffen wie z.B. Bio-Schorlen und Teegetränke, kontinuierlich erweitert. Hierbei investiert Coca-Cola in Glasmehrwegflaschen.

Anlässlich des Jubiläumsjahrs präsentiert die Redaktion des Onlinemagazins von Coca-Cola Deutschland multimedial aufbereitete Geschichten rund um das Unternehmen, seine Marken und seine Menschen. Autorinnen und Autoren gewähren Einblicke in Trends und aktuelle Projekte, erzählen Anekdoten aus den vergangenen Jahrzehnten und dokumentieren Meilensteine der 90-jährigen Unternehmensgeschichte.

www.coca-cola-deutschland.de/90jahre



Coca-Cola Konzessionär auf dem Fahrrad in den 1930er Jahren

MEHR STEUERN



Foto: @Stock.com / @LOVE_LIFE

Im Jahr 2018 wurden in Deutschland 186 Millionen Liter Alkohol versteuert. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilt, waren das 4,9 % mehr als im Vorjahr.

Nach Abschaffung des Branntweinmonopols regelt das Alkoholsteuergesetz seit dem 1. Januar 2018 die Besteuerung von Alkohol und alkoholhaltigen Waren. Darunter fallen unter anderem Spirituosen wie Obstbranntwein, Rum oder Liköre. Insgesamt erzielte der Bund im Jahr 2018 durch die Alkoholsteuer (ehemals Branntweinsteuer) Einnahmen in Höhe von 2,1 Milliarden Euro.

www.destatis.de

NICHTS IST
ERFRISCHENDER
ALS DIE
WAHRHEIT.



DAS EINZIG WAHRE



SCHNELL UND SCHOKOLADIG

Die wahrscheinlich einfachste Mousse au Chocolat der Welt

Natürliches Mineralwasser löscht nicht nur lecker und kalorienfrei den Durst, sondern behauptet sich auch in der Dessertküche als leichte Zutat. Die überraschend einfache Mousse au Chocolat der Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM) besteht lediglich aus dunkler Schokolade und dem prickelnden Naturprodukt – und kommt komplett ohne Zutaten wie Eier, Zucker, Butter oder Sahne aus.

ZUTATEN FÜR ZWEI PORTIONEN:

200 g Zartbitterschokolade
(mind. 60 % Kakao)

180 ml Mineralwasser/Sprudel

Eiswürfel

1 Stück Zartbitterschokolade,
gehobelt

1 Stiel Minze

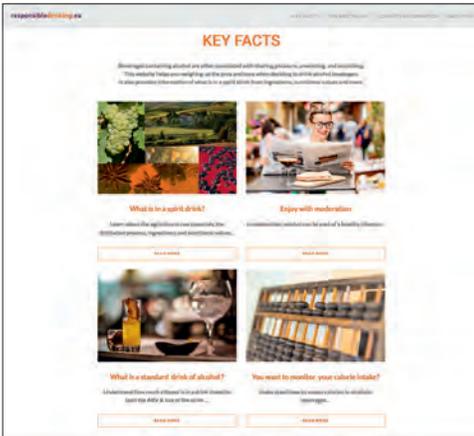
ZUBEREITUNG:

- 1 Schokolade grob zerbrechen und mit Mineralwasser in einem Topf unter Rühren schmelzen.
- 2 Schokomasse in eine Schüssel geben und über einem Wasserbad mit Eiswürfeln so lange rühren, bis sie anfängt cremig zu werden. Anschließend zur Seite stellen.
- 3 Minze waschen, trocken schütteln und die Blätter abzupfen. Mousse anrichten und mit gehobelter Zartbitterschokolade dekoriert servieren. Mit Minze garnieren.

Tipp: Wichtig für die Zubereitung ist, dass der Kakaoanteil der Schokolade mindestens 60 % beträgt.

www.mineralwasser.com

INFO-PORTAL ONLINE



Seit März dieses Jahres ist das Webportal responsibledrinking.eu online, das Verbraucherinformation zu allen 47 in der EU zugelassenen Spirituosenkategorien bereitstellt.

Für jede einzelne Kategorie führt das Webportal die Kalorienangaben – jeweils für 100 ml und 30 ml berechnet – sowie die Nährwertangaben auf. Zusätzlich benennt das Webportal die zugelassenen Zutaten der Spirituosen und weist auf Besonderheiten in der Herstellung der jeweiligen Spirituosenart hin. Allgemeine Angaben zum verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken runden das Online-Angebot ab.

Das Webportal responsibledrinking.eu setzt den ersten Teil der freiwilligen Selbstverpflichtung um, die sieben Verbände der europäischen

Spirituosen-, Wein- und Bier-Hersteller im März 2018 dem EU-Kommissar für Gesundheit, Vytenis Andriukaitis, zugesagt haben. Verantwortlich für die Umsetzung von responsibledrinking.eu ist der europäische Dachverband der Spirituosenindustrie, spiritsEUROPE.

Der nächste Schritt der Selbstverpflichtung sieht die Bereitstellung und den Ausbau dieser Verbraucherinformationen auf nationaler Ebene vor. In Deutschland übernimmt diese Aufgabe federführend der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI), um eine branchenübergreifende Lösung zu schaffen, die Herstellern und Importeuren von Spirituosen offen steht. Die Veröffentlichung der deutschsprachigen Informationen ist in 2019 geplant. Weitere Einzelheiten dazu folgen in Kürze.

www.responsibledrinking.eu

DIE NEUEN SIXPACKS VON ASTRA.

Jetzt
zupacken!

BIER
BEWUSST
GENIESSEN.
DE DEUTSCHEN BRAUEREIEN

Astra. Was dagegen?



ASTRA

facebook.com/Astrabier



1 TOPF, 1 PFANNE, 1 MESSER

Richtig lecker kochen funktioniert nur mit der richtigen Ausrüstung? Stimmt so nicht – denn es gibt Rezepte, die auch in einer Küche mit Grundausstattung gelingen. Perfekt für Studenten, Kochmuffel und Anfänger präsentiert Bettina Matthaei einfache Grundrezepte mit Variationen rund um Kartoffeln, Nudeln, Kichererbsen, Huhn, Bulgur, etc. mit Step-by-Step-Bildern zu Basisrezepten und ausführlichen, leicht verständlichen Beschreibungen. On top gibt es Getränke- und Würz-Tipps. So kann jeder sein Essen nach Lust und Laune verfeinern und variieren.

Bettina Matthaei: 1 Topf, 1 Pfanne, 1 Messer – einfach saugut kochen, ZS Verlag, ISBN 978-3-89883-880-1, 19,99 Euro

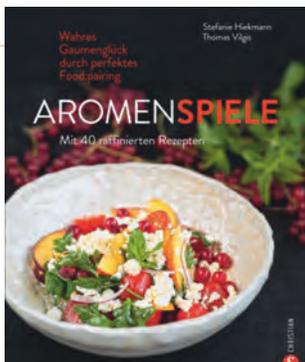
NEW YORK FOODTRENDS



Die prämierte Foodbloggerin Sonja Stötzel ist in der Gastro-Szene New Yorks gut vernetzt. Nah dran an innovativen Trends, bietet sie einen neuen Blick auf hippe Stadtteile. Untermalt von coolen Fotos präsentiert sie spannende Reportagen von angesagten Cafés, Restaurants, Foodtrucks und den Menschen, die

die Hot Spots mit Leben füllen. Von Harlem über East Village, Upper West Side und Hell's Kitchen bis Williamsburg und Bushwick eröffnet sie trendige Perspektiven auf die City. Das macht Riesenappetit: auf die besten Rezepte, Tipps und Facts rund um die kulinarischen Top-Trends des Big Apple.

Sonja Stötzel, New York Foodtrends, GU Verlag, ISBN: 978-3-8338-6700-2, 29,99 Euro



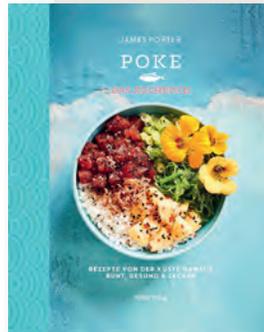
AROMENSPIELE

Zutaten raffiniert kombinieren und mit dem gewissen Wow-Effekt auf den Teller bringen – darum geht es beim Foodpairing. Gurke mit Dill, Dill mit weißer Schokolade und Koriander mit Ananas: Welche Zutaten harmonieren? Und was ist eigentlich mit Schärfe, Textur und Garpunkt? Die Foodjournalistin S. Hiekmann und der Lebensmittelphysiker Prof. Dr. T. Vilgis zeigen in ihrem Werk „Aromenspiele“, dass das Kochen kein Hexenwerk ist. Ganz im Gegenteil: Auf der Grundlage wissenschaftlicher Fakten erfährt der Leser, wie Schmecken, Würzen und Abschmecken funktionieren. Dazu gibt's 40 alltagstaugliche Rezepte für zu Hause mit spannenden Tipps und Tricks von Spitzenköchen.

Stefanie Hiekmann/Thomas A. Vilgis: Aromenspiele – Wahres Gaumenglück durch perfektes Foodpairing, Christian Verlag, ISBN 978-3-95961-215-9, 49,99 Euro

POKE

Die Poke-Bowl hat längst ihren Siegeszug durch die internationale Food-Szene angetreten! Das Trendgericht stammt ursprünglich aus Hawaii und besteht dort traditionell aus „Ahi“ – dem Gelbflossenthunfisch, Meeresfrüchten, Tintenfisch, Tofu oder saisonalem Gemüse. Alle Zutaten werden mariniert und mit hawaiianisch inspirierten Soßen oder Algen verfeinert.



James Porter entdeckte seine Liebe zur farbenfrohen Bowl auf Maui und eröffnete 2016 die erste Filiale von „Island Poke“ in London. Damit war ein Hype geboren. In Poke – Das Kochbuch. Rezepte von der Küste Hawaiis –

Bunt, gesund & lecker versammelt er sowohl hawaiianische Poke-Varianten als auch verschiedenste internationale Einflüsse.

James Porter: Poke – Das Kochbuch, Copenrath Verlag, ISBN 978-3-88117-206-6, 25 Euro



NEU: GEROLSTEINER KRÄUTERWASSER

Frische Kräuter sind angesagt. Gerolsteiner Kräuterwasser greift diesen Trend auf und kombiniert leicht kohlenstoffhaltiges Gerolsteiner Mineralwasser mit Fruchtsaft (je nach Sorte 5 bis 5,9%) und natürlichen Kräuterextrakten. Die neue Produktlinie ist seit Mai erhältlich. Sie umfasst die drei Geschmacksrichtungen Mirabelle Melisse, Ingwer Zitronengras und Apfel Melisse Lavendel. Alle drei Sorten sind mit 18 kcal/100 ml kalorienarm. Gerolsteiner Kräuterwasser enthält aus-

schließlich natürliche Inhaltsstoffe. Das Konzept wendet sich an alle, die bei der Getränkewahl Lust auf Abwechslung und etwas Besonderes haben und nach einer leichten, weniger süßen, aber doch fruchtigen Erfrischung für zwischendurch suchen. Gerolsteiner Kräuterwasser wird in der handlichen, auch für unterwegs praktischen Gerolsteiner 0,75-l-PET-Einwegflasche angeboten.

www.gerolsteiner.de

FOOD PAIRING

Clever kombinieren mit Saft!



Schon seit geraumer Zeit beschäftigen sich Barkeeper, Spitzenköche und Food-Blogger mit dem Thema „Food Pairing“. Dabei werden Aromen kombiniert, die zunächst nicht vermuten lassen, dass sie zusammenpassen und sogar gemeinsam ein harmonisches Ganzes ergeben. Ziel ist es, mit außergewöhnlichen Kombinationen neue Geschmackserlebnisse zu erzeugen.



Wer hätte gedacht, dass Tomate und Vanille oder Erdbeere und Lammfleisch gemeinsam geschmacklich zur Höchstform auflaufen? Der Schlüssel liegt in den Aromen. Wenn die Zutaten ähnliche Aromakomponenten in sich tragen, lassen sie sich sehr gut kombinieren. Die Suche nach solchen Übereinstimmungen beginnt im Labor – und hat sich in den vergangenen Jahren zu einer wahren Wissenschaft entwickelt. Lebensmittel können in einzelne Aromen aufgeschlüsselt werden, so kann man ihre geschmacklichen Übereinstimmungen finden. Das moderne Food Pairing geht heute jedoch weit über die „bloße Berechnung“ von passenden Schlüsselaromen hinaus. Um die Kombinationen perfekt zu machen, kommt es auch auf Texturen, Konsistenzen und Aggregatzustände der Zutaten an. Selbst der Geruch spielt eine wichtige Rolle, denn alle Sinne sind gefragt.

Fruchtsaft für neue Geschmackserlebnisse

Fruchtsaft kann weit mehr sein als das Glas Orangensaft am Morgen oder die Apfelsaftschorle nach dem Sport! Wie wäre es zum Beispiel mit einer Schorle aus Fruchtsaft und Tonic Water oder Ginger Beer? Die Kohlensäure der Mixgetränke sorgt für den extra Frischekick und die Schärfe bzw. Bitterstoffe eröffnen neue geschmackliche Dimensionen in Kombination mit Fruchtsäften. Tipp: Für die Schorlen eignen sich am besten Kernobstsäfte (z. B. Apfel,

Birne oder Traube); Nektare wie z. B. Banane oder Pfirsich sind dagegen aufgrund ihrer sämigen Textur weniger geeignet.

Fruchtsäfte und -nektare lassen sich zudem hervorragend aromatisieren. Die Kombination mit Kräutern und Gewürzen, aber auch Ölen oder bestimmten Teesorten liefert neue Geschmacksnuancen und sorgt für Frische und Leichtigkeit. Rosmarin unterstreicht beispielsweise die Würze und die Gerbstoffe der schwarzen Johannisbeere. Salbei gibt der süßen und säurebetonten Ananas eine aromatische Bitternote während ein Zweig Estragon in der Rhabarberschorle Akzente mit zartem Anisaroma setzt.

Alkoholfreie Speisenbegleitung

Sortenreine Direktsäfte sind ausgezeichnete Speisenbegleiter und ersetzen schon mal ein Glas Wein am Tisch. Generell gilt: Leichte Speisen lassen sich am besten mit leichten Säften, Nektaren oder Schorlen begleiten, wohingegen kräftige Speisen auch einen „starken“ Partner verlangen. Die süßen Aromen im Saft puffern Schärfe und Bitterstoffe ab, wohingegen die Säure die Süße im Essen ausbalancieren kann. Das exotisch-süße Aroma eines Aprikosennektars harmoniert zum Beispiel gut mit asiatischen Gerichten. Die bittere Note der Johannisbeere passt hervorragend zu dunklen Fleisch- und Wildgerichten.



REZEPTE



ZUTATEN (für 4 Portionen):

330 ml Apfelsaft naturtrüb
330 ml Rhabarbernektar
350 ml kochendes Wasser
5 getrocknete Lorbeerblätter

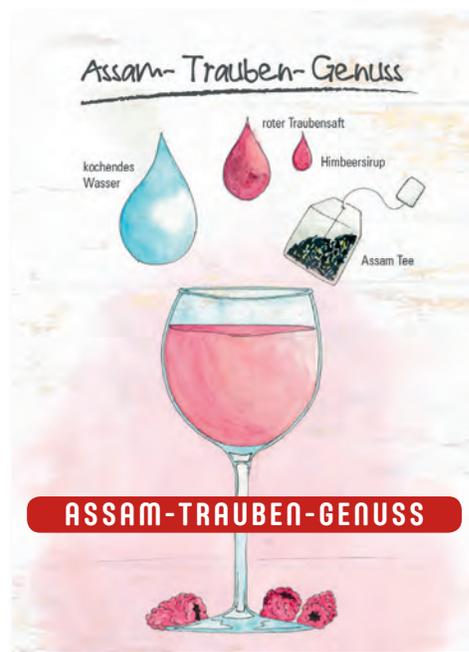
ZUBEREITUNG:

Lorbeerblätter grob brechen, mit dem kochenden Wasser aufgießen und 15 Minuten ziehen lassen. Abseihen und den Lorbeertee abkühlen lassen. Apfelsaft, Rhabarbernektar und Lorbeertee mischen.

PASST ZU:

Ein süffiger Allrounder-Drink, der mit seiner fruchtig-herben Note zu vielen Gerichten passt! Er schmeckt zu Gemüsegerichten wie geschmortem Kürbis oder Guacamole, zu Ofenkartoffeln, Couscoussalat oder Flammkuchen.

Er harmoniert mit milden Frischkäsen, weißem Fischfilet oder Omeletts. Er lässt sich aber auch zu mürbem Apfelkuchen oder Waffeln trinken.



ZUTATEN (für 4 Portionen):

700 ml roter Traubensaft
300 ml kochendes Wasser
1 TL Assam Tee
1 TL Himbeersirup

ZUBEREITUNG:

Den Schwarztee mit kochendem Wasser übergießen, 2 Minuten ziehen lassen und abseihen (bei kurzer Ziehdauer ist der Tee anregend – bei längerer Ziehdauer beruhigt der Tee und ist sensorisch herber). Den Tee auskühlen lassen. Traubensaft und Tee mischen und mit etwas Himbeersirup abschmecken.

PASST ZU:

Der vollmundige, schwere Drink braucht Partner auf Augenhöhe: Pilzgerichte, geschmorte, gegrillte oder karamellierte Aubergine, lange gereifte Hartkäse wie z. B. Bergkäse, Wild, Thunfischsteak.

Er ist ein hervorragender Begleiter schokoladiger Desserts, von Nussstrudel oder Mohnparfait.

DAMIT SIND WIR GROSS GEWORDEN.

UNSER LEBEN.
UNSER WASSER.



Schlussstrunk

**KOMM' LASS UNS
NOCH AUF EINEN
ABSACKER GEHEN**



Wer kennt die Situation nicht? Nach einem gemütlichen Essen, nach einer ausschweifenden Party, nach einem harten Arbeitstag heißt es nicht selten: „Komm' lass uns noch auf einen Absacker gehen.“ Gemeint ist damit in der Regel der Genuss eines alkoholischen Getränkes. Quasi der flüssige und höherprozentige Schlusspunkt eines Tages. Ok, manchmal bleibt es nicht bei einem Getränk und aus dem Schlusspunkt wird ein Gedankenstrich – aber das ist ein anderes Thema.

Nach einem Essen soll der Absacker vor allem eines: Die Verdauung anregen. So ist auch der Digestif im wahrsten Sinne des Wortes ein Verdauungsschnaps. Denn die Bezeichnung kommt etymologisch vom lateinischen *digestio*, das übersetzt nichts anderes als Verdauung bedeutet. Besonders beliebt als Absacker sind deshalb auch Spirituosen mit Kräuterextrakten und/oder Gewürzen (z. B. Kümmel, Anis, Wacholder), denen eine verdauungsfördernde Wirkung nachgesagt wird. Dazu gehören beispielsweise Wodka, Bitter, Obst- und Weinbrände aber auch Liköre wie Sambuca oder Limoncello.

Dumm nur, dass es für die angestrebte Wirkung keinerlei medizinische Belege gibt. Zwar sollen die in

den bevorzugten Getränken enthaltenen Bitterstoffe spezielle Zellen in der Magenschleimhaut anregen, Säure freizusetzen, die die Verdauung von Speisen vereinfacht. Gleichzeitig sprechen Studien aber auch dafür, dass der Alkohol die Verdauung beeinträchtigt. Es wird also wohl der Glaube sein, der nicht nur Berge versetzt, sondern auch Völlegefühle und Sorgen verschwinden lassen kann. Fachleute sprechen in solchen Fällen von Placebo-Effekt.

Bisweilen werden auch Cocktails als Digestif gereicht. Man spricht dann gerne von After-Dinner-Cocktails oder, je nach Zutaten, von Dessert-Cocktails. Typische Vertreter dieser Spezies sind der Rusty Nail, in dem Schottischer Whisky mit dem Whisky-Likör Drambuie kombiniert wird, und der White Russian aus Wodka, Kaffeelikör und Sahne.

Dass der Absacker häufig auch aus einem Bier besteht – wen wundert's. Schließlich geht es den meisten beim gemeinsamen Schluss-Getränk weniger um eine Optimierung des Magen-Darm-Traktes als um das Bedürfnis, die letzten Eindrücke sacken zu lassen, sprich zu verarbeiten. Und dabei können auch ein gutes Gespräch und eine Gerstenkaltschale durchaus behilflich sein. ■

Altenmünster Landbier!

JETZT
NEU!



Altenmünster
BRAUER BIER

Altenmünster
BRAUER BIER

Wenn es sich
gut anfühlt.



Altenmünster®
BRAUER BIER

ZU GUT FÜR DIE TONNE

So feiert man Feste ohne Reste

Jedes achte Lebensmittel, das wir kaufen, werfen wir weg. Pro Person und Jahr sind das rund 82 Kilogramm Lebensmittelabfall. Rund zwei Drittel davon wären vermeidbar. Beispiel Gartenparty. Damit auf dem Partybuffet möglichst wenige Reste bleiben, helfen eine gut durchdachte Menüplanung, die richtige Speisenauswahl und nicht zuletzt der interaktive Partyplaner der Initiative „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.

Mithilfe des Partyplaners kann der Nutzer ein Fingerfood- oder ein klassisches Buffet entwerfen: Die Anwendung errechnet dann anhand der Gästezahl die idealen Speisemengen. Für zehn bis 100 Gäste werden passende Gerichte vorgeschlagen, die je nach

Geschmack verändert werden können. Außerdem enthält der Partyplaner zahlreiche Anregungen für ein restefreies Buffet.

Vorräte beachten, Haltbarkeit berücksichtigen

Wer eine Party plant, erstellt am besten einen Menüplan mit den vorgesehenen Speisen und deren Zutaten. Dann wird ermittelt, welche Vorräte noch im Hause sind. Das verhindert ausschweifende Spontankäufe. Ideal ist es, sich auf die Vorlieben der Gäste einzustellen: Wird zum Beispiel lieber Fleisch, Fisch oder vegetarisch gegessen?

Wer die kulinarischen Präferenzen seiner Gäste kennt und berücksichtigt, verringert das Risiko von Lebensmittelabfällen.



Haltbares wie Konserven, Tiefkühlprodukte, Abgepacktes und Getränke kann man bereits eine Woche vor der Party einkaufen, Frisches wie Gemüse und Milchprodukte etwa zwei Tage vorher. Leicht Verderbliches wie Fleisch und vor allem Fisch sollte erst am Tag der Party besorgt und, wenn die Zubereitungsart dies zulässt, frisch verarbeitet werden.

Damit die Buffetspeisen frisch bleiben, leicht verderbliche Speisen nicht alle auf einmal auftischen, sondern immer erst etwa zwei Drittel der Menge. Lieber das Buffet nachbestücken. Gerade Fingerfood verdirbt aufgrund seiner großen Oberfläche schneller oder trocknet an. Brot nicht komplett aufschneiden, Getränke nach Bedarf öffnen. Fleisch- und Fischgerichte sowie Speisen mit rohen Eiern (wie Tiramisu)

dürfen keinesfalls zu lange ungekühlt bleiben. Sie können in kleineren Portionen angerichtet werden.

Mitgeben oder weiterverwerten

Das beste Mittel gegen Reste ist, übrige Lebensmittel den Gästen mitzugeben. Frischhaltedosen gehören daher zu jeder Partyausstattung. Wer schon vorher Platz im Tiefkühlfach schafft, kann Reste nach dem Fest leichter einfrieren und später genießen. Aus Buffetspeisen lässt sich meist noch einiges machen. Altbackenes Brot angefeuchtet und im Ofen aufbacken eignet sich für eine Bruschetta. Reste von Antipasti eignen sich für Salate oder püriert als Dips. Der Festtagsbraten findet eine neue Verwendung als herzhafter Canapé-Belag. ■

www.zugutfuerdietonne.de/partyplaner



ABKÜHLUNG GEFÄLLIG

..... **Badeseen und Naturbäder immer beliebter**

Irgendwo zwischen der oftmals tiefen Enge konventioneller Schwimmbäder und dem großen, weiten Meer mit seinen kilometerlangen Sandstränden gibt es eine Nische, die an heißen Tagen von immer mehr Schwimmbegeisterten und Sonnenanbetern gerne genutzt wird. Die Rede ist von sogenannten Natur- oder Strandbädern. Schon rund ein Viertel der Deutschen sucht hier regelmäßig Abkühlung. Und die Zahlen steigen.



Über die Gründe für die wachsende Beliebtheit von Naturbädern und Schwimmteichen kann derzeit allerdings nur spekuliert werden. Naheliegender scheint jedoch die Theorie, dass vom steigenden Interesse der Menschen an einer ökologischen Lebensweise auch naturnahe Badegewässer profitieren. Denn, so die Deutsche Gesellschaft für naturnahe Badegewässer, ihr Wasser werde ausschließlich mit Hilfe biologischer und mechanischer Mittel aufbereitet, auf die Verwendung von Chemikalien werde verzichtet. Das natürliche Wasser sei entsprechend hygienisch einwandfrei und für den Menschen ebenso gesund wie für die Umwelt. Der Bau bzw. der Umbau eines vorhandenen Bades in ein Naturbad sei zudem oft kostengünstiger als der Bau eines konventionellen Schwimmbades. „Naturbäder sind also gegenüber herkömmlichen Schwimmbädern sowohl ökonomisch als auch ökologisch im Vorteil“, heißt es in einer Presseinformation der Interessenvertretung. Im Klartext: kein Chlor, kein Gestank, keine roten Augen.

„Immer mehr Kommunen entschließen sich dazu, renovierungsbedürftige Schwimmbäder in Naturbäder umzurüsten. Auch bei Neuanlagen fällt die Wahl immer häufiger auf ein natürliches Badegewässer, in dem täglich mehrere tausend Badende beste Wasserqualität vorfinden“, weiß Guido Manzke, Präsident der DGfNB, die sich für die Förderung und Verbreitung naturnaher Badegewässer einsetzt und kommunale Badbetreiber berät.

Allerdings gilt: In natürlichen Gewässern sollten Schwimmer besonders wachsam sein. Häufig ist der Grund des Sees nicht gut sichtbar und die Wassertiefe nur schwer einzuschätzen. Daher sollten vor allem ungeübte Schwimmer nie in unbekannte Gewässer springen. Badeseen verführen zudem schnell dazu, seine eigene Kraft zu überschätzen und zu weit hinaus zu schwimmen. Distanzen sind oft schwer einzuschätzen und gegenüberliegende Ufer weiter entfernt, als man denkt. Daher sollten Schwimmer auch bei längeren Strecken immer in Ufernähe bleiben.

Und so verlockend ein See auch aussehen mag: Nicht jedes Gewässer darf zum Schwimmen genutzt werden. Viele Seen sind aus Gründen der Sicherheit oder des Naturschutzes für die Öffentlichkeit gesperrt. Das meist vorhandene Schild „Zutritt für Unbefugte verboten“ sollte nach Ansicht der Versicherungsexperten der ARAG unbedingt beachtet werden. Im Falle eines Verstoßes kann man nicht nur vom Gelände verwiesen werden, ein unbefugter Zutritt kann unter Umständen sogar strafrechtliche Konsequenzen haben.

Insgesamt bieten Badeseen und Naturbäder eine attraktive Alternative zu traditionellen Angeboten. Schöne Strände, abwechslungsreiche Freizeitangebote und gute Wasserqualitäten sind die Regel. Und wer sich mit dem Fahrrad oder zu Fuß auf den Weg macht, der hat sich die natürliche Abkühlung auch redlich verdient. ■





SoSo! Die Seite für junge Leser



Spiele fürs Ferien-Gepäck

Ferienzeit – Reisezeit und die immer wiederkehrende Frage beim Packen: Was nehme ich mit? Für kleine wie große Kinder empfehlen wir spannende Spiele im Kleinformat. Die passen in jede Tasche und sorgen in jeder Situation für gute Laune, ob im Familienzimmer, auf dem Zeltplatz oder in der Jugendherberge.

Für Kinder: Tempo, kleines Faultier!

In der höchsten Hängematte des Dschungels einen Mittagsschlaf zu halten, wäre der Traum eines jeden Faultiers. Doch auf dem Weg zu den Baumwipfeln kann einiges passieren: Welcher Spieler schafft es, seine Kletter-Streifen taktisch so geschickt einzusetzen, dass sein Faultier schnell nach oben hangeln und als Erstes faulenz kann?



Foto: Ravensburger AG



Für die ganze Familie: Heul doch! Mau Mau

In diesem Kartenspiel wollen die Spieler so viele Punkte machen wie möglich. Dazu sammeln sie Zwiebelkarten mit hohen Werten. Dumm nur, dass man passende Karten – wie bei Mau-Mau üblich – bei seinem Nachbarn ablegen muss statt bei sich selbst, das ist doch zum Heulen! Wer hat in diesem einfachen Ablagespiel den richtigen Riecher und muss die wenigsten Karten verschenken? Mit Taschentuch, für die größte Heulsuse!



Für Teens & Twens: Wer Wörter

Die Werwölfe sind wieder los! Als Gegenmittel hat der Bürgermeister ein mächtiges Zauberwort entdeckt, so dass er verstummt ist. Die Dorfbewohner sollen in wenigen Minuten den gesuchten Begriff herausfinden – mit „Ja“- oder „Nein“-Fragen. Der Werwolf, der das Wort auch kennt, will das natürlich verhindern. Möglichst geschickt versucht er, so zu fragen, dass die anderen nicht auf den Begriff kommen und sich gleichzeitig nicht als Werwolf zu verraten. Mit von der Partie sind bekannte Gesichter aus dem Werwolf-Universum, aber auch neue Rollen. Optional übernimmt die dazu gehörige, kostenfreie App die Rolle des Spielleiters.

Für „Kichererbsen“



Die Lehrerin zu Paula: Nenne mir bitte fünf Tiere, die in Afrika leben! Antwort von Paula: Zwei Löwen und drei Elefanten.



VOLVIC ESSENCE

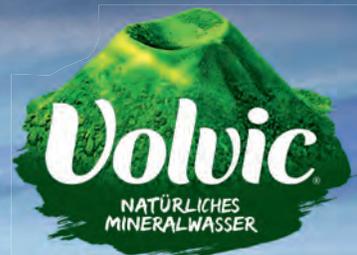
WASSERLIEBE 2.0

OHNE ZUCKER.
OHNE SCHNICKSCHNACK.



VOLVIC BIO TEE

VOLLER GESCHMACK.
WENIG KALORIEN.



#DUMACHSTDAS



MITMACHEN UND GEWINNEN!

Haben Sie die skoll aufmerksam gelesen? Dann werden Sie keine Probleme haben, die vier Fragen unseres Preisrätsels zu beantworten. Tragen Sie die Buchstaben der richtigen Antworten in das Feld für das Lösungswort ein – und ab geht die Post. Auf die Gewinner warten auch diesmal tolle Preise!



- 1.** Seit 1905 liefert Sinalco Geschmack ohne ...
S Schnickschnack
Q Heckimecki
F Rambazamba



- 2.** „Unser Leben. Unser Wasser.“ ist der Werbeslogan von
P Franz sein Brunnen
R Frank sein Brunnen
A Franken Brunnen



- 3.** Bei Volvic heißt es:
W DasMachstDu
F DuMachstDas
M MachstDuDas



- 4.** In wieviel Geschmackssorten gibt es das neue Gerolsteiner Kräutervasser?
S 2
T 3
Z 4

DIE GEWINNE

LÖSUNGSWORT:



1. Preis
 Ein tolles Snowboard für Gipfelstürmer und Pistenhelden (powered bei Sinalco)



2. Preis
 Ein heißer Weber Grill Q 1200 Black Line (powered by Danone Waters Deutschland GmbH)



3.–7. Preis
 Je ein hochwertiges Peugeot-Gewürzmühlenset (powered by Franken Brunnen GmbH & Co.KG)

8.–17. Preis
 Je ein schicker und praktischer Picknick-Lautsprecher (powered by Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG)



Teilnahmebedingungen:
 Mindestalter: 18 Jahre. Lösen Sie das Rätsel und schicken Sie das Lösungswort bis zum **30.09.2019** auf einer handschriftlich unterzeichneten Postkarte an:
GEVA GmbH & Co. KG, „skoll“ Gabriele Boecke
Albert-Einstein-Str. 18, 50226 Frechen

Die Gewinner werden unter den Teilnehmern mit dem richtigen Lösungswort ermittelt. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Keine Serien- oder Massensendungen, keine Nutzung des Gewinnspiels zu kommerziellen Zwecken, insbesondere nicht durch Dienstleister, die für Dritte in deren Namen teilnehmen.

Zur Teilnahme an unserem Gewinnspiel erheben wir folgende Daten von Ihnen, die Sie als Absender auf der Postkarte zur Teilnahme am Gewinnspiel vermerken: Vorname, Name, Adresse, Lösungswort. Diese Daten erheben und nutzen wir, die GEVA GmbH & Co KG, ausschließlich zur Gewinnermittlung und Gewinnauskehrung. Hierzu kann es im Einzelfall erforderlich sein, dass Ihre Gewinnerdaten an den jeweiligen Sponsor des Gewinns übermittelt werden müssen, damit dieser den Gewinn an Sie übersenden kann.

An sonstige Dritte erfolgt eine Weitergabe Ihrer Daten nicht, soweit Sie dem nicht zuvor zugestimmt haben oder wir hierzu gesetzlich oder gerichtlich verpflichtet sind. Nach Ende des Gewinnspiels und Übermittlung des Gewinnes werden die Daten der Teilnehmer bei uns und soweit die Gewinnerdaten an den Sponsor übermittelt wurden, bei diesem gelöscht.

Alle konkreten Informationen zu Ihren Rechten nach der Datenschutzgrundverordnung entnehmen Sie bitte folgendem Link: www.geva.com/index.php?id=287

JETZT ZUGREIFEN!



RED
HOLUNDER

GREEN
LEMON

ICE
LIME & MINT

BECK'S

BECK'S

BECK'S

RED
HOLUNDER

GREEN
LEMON

ICE
LIME & MINT

2,5% | REFRESHING
TASTE

2,5% | REFRESHING
TASTE

2,5% | REFRESHING
TASTE



- ✓ Von Natur aus reich an wertvollen Mineralstoffen
- ✓ 151 mg/l Magnesium
1 Liter deckt 40% des empfohlenen Tagesbedarfs an Magnesium*
- ✓ 143 mg/l Calcium
1 Liter deckt 18% des empfohlenen Tagesbedarfs an Calcium*
- ✓ 1.562 mg/l Hydrogencarbonat



* % NRV = Prozentanteil der Nährstoffbezugswerte
pro 100 ml gemäß Verordnung (EU) Nr. 1169/2011

www.rhodius-mineralwasser.de

Guter Service erwartet Sie in 32 Getränkeabholmärkten

Trinkbar

Trinkkontor
Trierer Str. 91
53940 Hellenthal

Bruno Diederichs
In der Hesch 8
54570 Kalenborn

Dietmar Gieretz
Dausfelder Höhe 5
54595 Prüm-Dausfeld

Raiffeisen Ahr-Eifel EG
Enztalerstraße 42
54675 Mettendorf

Norbert Klasen
Hautstraße 2 a
54616 Winterspelt

Adelheid Neukirch
Schulstr. 3
54518 Bruch

Rainer Böhm
Ordorferstr. 6a
54647 Dudeldorf

bft Tankstelle Ludwig
Himmeroder Straße 46
54534 Großlittgen

Herr Pamin
Auf der Boelz 2a
56645 Nickenich

Herr Regnery
Bundesstraße 28
56743 Thür

Herr Beckensträter
Asbacher Str. 115
53545 Linz

Herr Leisen
Biberweg 3
53842 Troisdorf-Spich

Herr Schnitzler
Gimmersdorfer Str. 14a
53343 Wachtberg

Manfred Konder
Trierer Straße 46
54413 Zemmer-Rodt

Herr Flockenhaus
Hauptstraße 49
53819 Neunkirchen

M. Krupp
Konrad-Adenauer-Str. 74
53343 Wachtberg

Herr Lebon
Grabenstraße 46
53498 Bad Breisig

Herr Kau
Rodderweg 38 a
50321 Brühl

Getränke Dudai
Rampenstr. 8
56626 Andernach

Uli's Getränkeland
Bornweg 15
54617 Lützkampen

Martina Flucke
Densborner Straße 6
54597 Neustrassburg

Braun & Blumenrath
Carsten Braun
Ringener Straße 23
53474 Bad Neuenahr-
Ahrweiler

Oberwinter GAM
Herr Lebon
Pfarrer-Sachse-Straße 8
53424 Oberwinter

Getränke Karl Klein
Frau Sieberz
Rheinallee 2
53579 Erpel

Getränke Schäfer
Herr Braun
Mühlenweg 20
56727 Mayen

Getränke Schröder
Herr Schröder
Breniger Straße 4
53913 Swistal-Heimerzheim

Getränke Holl
Herr Holl
Nastätter Straße 1a
56355 Bettendorf

Getränke Kempe
Frau Kempe
Löwenburgstraße 76a
53229 Bonn-Niederholtorf

Getränke Kronenberg-Zeljak
Frau Kronenberg-Zeljak
Großbüllesheimer Str. 90
53881 Euskirchen-
Großbüllesheim

Tankwirt
Herr Visang
Dürener Straße 56
53501 Grafschaft-Gelsdorf

Getränke Visang
Burgweg 1
53501 Grafschaft

Rotweinstraße 3-5
53474 Bad Neuenahr

TRINKBAR
Ihr Getränkefachmarkt