

# SKOLL

DAS GETRÄNKE-FACHMARKT-MAGAZIN

★ ZURÜCK IN DIE  
ZUKUNFT I  
*Das Helle auf  
Höhenflug*  
Seite 08

★ ZURÜCK IN DIE  
ZUKUNFT II  
*Die Bowle ist  
wieder da*  
Seite 26

★ ZURÜCK IN DIE  
ZUKUNFT III  
*Das Comeback  
des Polaroids*  
Seite 30



Jetzt mitmachen und einen  
stylistischen Beach-Cruiser  
gewinnen.  
(powered by Sinalco)

Gratis-  
exemplar  
für unsere  
Kunden

# Zurück in die Zukunft

*Nicht erst seit Robert Zemeckis 1985er Kino-Blockbuster „Zurück in die Zukunft“ träumen die Menschen davon, durch die Zeit reisen zu können. Doch der so genannte „Fluxkompensator“, das Kernstück der Hollywood-Zeitmaschine, ist bis heute ein nicht komponiertes Stück Zukunftsmusik und wird es wohl auch lange noch bleiben. Umso erfreulicher, dass manch verschollen geglaubtes Relikt der Vergangenheit ganz von alleine den Weg zurück in die Gegenwart findet. Bestes Beispiel: Die Bowle. Der Party-Kracher der 1970/1980er Jahre feiert gerade ein erstaunliches Comeback. Neu und vor allem leichter interpretiert, ist das kalte Mischgetränk plötzlich wieder richtig „hot“ und ein Highlight jeder Gartenparty.*

*Wer die Magie des (Party-)Moments einfangen möchte, sollte sein Smartphone besser stecken lassen. Coole Hipster zücken aktuell und selbstbewusst ihre Sofortbildkamera. Still und heimlich hat sich die Instant-Fotografie vom Auslaufmodell zum beliebten Freizeitvergnügen entwickelt. Ein durch und durch analoges Statement für das Unvollkommene und der vorausschauende Gegenentwurf zum überbordenden Photoshop-Perfektionismus.*

*Und selbst beim Blick auf den Biermarkt haben „Zeitreisende“ gerade ihre helle Freude. Denn das „Helle“, eher schwach gehopfter Traditionalist als untergäriger Trendsetter, legt in der Verbrauchergunst überraschend kräftig zu.*

*„Bowle“, „Helles“, „Polaroid“: wir nehmen Sie in dieser Ausgabe der skoll mit auf eine Zeitreise, die gestern und heute auf faszinierende Weise verbindet – ganz ohne „Fluxkompensator“, dafür aber mit vielen spannenden Getränkeentdeckungen und einem Gewinnspiel, bei dem Sie mit etwas Glück wieder einmal tolle Preise gewinnen können. Viel Spaß dabei.*

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 (01 72) 240 55 64  
E-Mail: info@die-gastronauten.de

### Koordination

GEVA GmbH & Co. KG  
Brigitte Pehnert, Gabriele Boecke

### Anzeigenvertretung

Die Gastronauten,  
Jörg van Alen  
Benrodestr. 105, 40597 Düsseldorf  
Telefon (01 72) 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 2017

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.

# Für Erfrischungs- Liebhaber.

*rein natürliche Zutaten*

*nur 25 kcal pro 100 ml*

*isotonisch und vitaminhaltig*



**ERDINGER**   
**ALKOHOLFREI**  
Natürlich. Sportlich. Erfrischend.



- 03 Editorial/Impressum
- 06 **Marktplatz**  
*Neuheiten und interessante Produkte*
- 08 **Hopfungsschimmer**  
*Das Helle ist auf der Überholspur*
- 12 **Getränke-News**  
*Neues aus der Getränke-Szene*
- 22 **Flüssige Früchte**  
*Deutschland bleibt Saftweltmeister*
- 26 **Party-Kracher**  
*Die Bowle ist wieder da*
- 28 **Heißhunger**  
*Neues vom Grill-Markt*
- 30 **Sofort im Bilde**  
*Das Comeback des Polaroids*
- 32 **SoSo!**  
*Die Seite für junge Leser*
- 34 **skoll!-Preisausschreiben**  
*Mitmachen & Gewinnen*

08



Foto: © iStock.com / @gilaxia



Foto: © iStock.com / @Foxys\_forest\_manufacture

22

26



Foto: Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (DM)



Foto: Ullmerig & Bach AG

28

30



Foto: Hannah von Hilen



# marktplatz

Öfter mal was Neues. Umweltfreundliche Porzellanbecher beispielsweise oder schwertscharfe Messer, die moderne Materialien mit traditioneller japanischer Handschmiedekunst vereinen. Möglicherweise haben Sie ein Faible für intelligente Pfannen oder filzige Ordnungshüter. Neugierig geworden? Wir laden Sie herzlich zu einem kleinen Bummel über unseren Marktplatz ein und hoffen, dass zwischen „flexiblem Entsafter“ und „weicher Vasenform“ das Richtige für Sie dabei ist.

## FILZIGE ORDNUNGSHÜTER

Foto: Cleven Projekt GmbH



Die vielseitigen Aufbewahrungsbehälter von greybax haben sich zu beliebten Designklassikern entwickelt, die sich im Alltag dauerhaft bewähren. Wer es auf stilvolle Art aufgeräumt mag, wird die praktischen Helfer aus Filz schnell zu schätzen wissen. greybax Produkte bestehen aus robustem Spezialfilz, der vergleichsweise unempfindlich gegenüber Schmutz ist. Darüber hinaus werden sie mit einem 50%igen Recycling-Anteil umweltfreundlich und im Sinne einer nachhaltigen Produkt- und Fertigungsphilosophie in Deutschland hergestellt. [www.greybax.de](http://www.greybax.de)

## AUSGEZEICHNETE PFANNE

Seit März 2017 ist die °SensoRed® Pfanne als neueste Produktinnovation des Premium-Kochgeschirrherstellers Fissler auf dem Markt. Nun hat sie den Red Dot Award, eine der weltweit begehrtesten Auszeichnungen für Produkt-

design, erhalten. Hobbyköche stehen immer wieder vor der Herausforderung, den Zeitpunkt der perfekten Brattemperatur zu erkennen. So landet manch-

mal das panierte Fischfilet bereits in der Pfanne, obwohl diese noch gar nicht richtig heiß ist. Die °SensoRed® Pfanne zeigt mit Hilfe der neuartigen thermo-sensitiven Antihaftversiegelung die ideale Brattemperatur an.

[www.fissler.com](http://www.fissler.com)



Foto: Fissler GmbH

## UMWELTVERTRÄGLICHE LÖSUNG



KAHLA hat mit „cup it“ eine Serie von verschließbaren Porzellanbechern vorgestellt, die aktueller nicht sein könnte und für alle gedacht und gemacht ist, die Getränke von zu Hause, aus ihrer Lieblingsbäckerei oder der Mensa mitnehmen möchten. Aus drei verschiedenen Bechergößen und einem Universal-Trinkdeckel in je sechs Farben kann man seinen persönlichen Favoriten zusammenstellen. Die Becher werden nach höchsten ökologischen Standards in Deutschland gefertigt und sind eine prima Alternative für alle, die Wert auf umweltverträgliche Lösungen legen. [www.kahlaporzellan.com](http://www.kahlaporzellan.com)

Foto: KAHLA / www.rene-buschner.de / FRABRAUM GmbH

## SCHARFES QUARTETT



Ryoma Sakamoto wird in seinem Heimatland Japan als Nationalheld gefeiert, denn der Samurai spielte im 19. Jahrhundert eine wichtige Rolle in der Modernisierung des Landes. An keinem Geringeren als diesem Visionär und seinem legendär scharfen Schwert orientiert sich die neue, vierteilige – Nakiri, Santoku (Foto), Funayuki, Koyanagi – Messerserie von kochmesser.de, die moderne Materialien mit traditioneller japanischer

Handschmiedekunst vereint. Die langen, scharfen Klingen werden aus SK5-Stahl gefertigt, was ihnen eine raue Struktur und extrem lange Schnitthaltigkeit verleiht. [www.kochmesser.de](http://www.kochmesser.de)

## VIELSEITIGE MIXER

Mixer bleiben angesagt – erst recht, wenn sie mehr können, als mixen. Der Trend geht zu multifunktionalen Küchengeräten. So soll beispielsweise der Mixer auch Nüsse hacken, Kaffee und Getreide mahlen oder Obst und Gemüse zerkleinern können. WMF präsentiert zwei neue Mixer, die all das erfüllen und



so zum neuen Küchenliebling werden. Die schicken und leistungsstarken WMF KULT X (Foto) und WMF KULT Pro Multifunktionsmixer sind wahre Alleskönner in den unterschiedlichen Klassen – Leistung, Preis

und Ausstattung nach persönlicher Vorliebe. [www.wmf-ce.de](http://www.wmf-ce.de)

## FLEXIBLER ENTSAFTER



Ein Entsafter, der nicht nur Säfte, sondern auch Smoothies herstellen kann – kein Problem. Dank des neu entwickelten Einsatzes für den Panasonic Slow Juicer MJ-L600 ist die Zubereitung von Smoothies jetzt problemlos möglich. Gleich drei Einsätze machen ihn so flexibel, dass er Säfte, Smoothies und Sorbets sowie Frozen Joghurts, Suppen und Soßen zubereiten kann. Dabei schon das langsame Pressverfahren die Inhaltsstoffe und garantiert so einen gesunden Vitamingenuss. Und so kompakt wie er ist, findet er selbst in der kleinsten Küche Platz.

[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

## WEICHE VASENFORM

Die Mineralität und Struktur von Gesteinsblöcken verbindet der französische Designer Cédric Ragot in seinem neuen Entwurf Geode formvollendet mit einer weichen Vasenform. Wie schon in seinen früheren Kreationen für Rosenthal gelingt Ragot dabei die Einheit scheinbar größter Kontraste: elementare Naturkräfte und gegensätzliche Texturen in Matt und Glänzend eingefangen in einem Juwel aus Porzellan. Erhältlich in Schwarz, Weiß, Platin und Gold titanisiert. [www.rosenthal.de](http://www.rosenthal.de)



# HELLWACHSTUM



Foto: © iStock.com/@glaxia



Im Süden unseres Landes gilt es als Grundnahrungsmittel, im Rest der Republik ist es hingegen weit weniger gefragt: Das Helle. Doch dieser Zustand könnte sich schon bald ändern. Denn das süffige Blonde aus dem Süden hat sich in jüngerer Vergangenheit auch jenseits des Weißwurstäquators zu einem echten Trend-Bier entwickelt.





**D**ie renommierten Marktforscher von Nielsen, Frankfurt am Main, haben den Biermarkt des vergangenen Jahres ganz genau unter die Lupe genommen. Und ihre Zahlen lassen aufhorchen. Denn Hell-Biere konnten ihren Umsatz in einem ansonsten leicht rückläufigen Marktumfeld um 5,7% auf nunmehr 481 Mio. Euro steigern. „Es sind vor allem die Trendsegmente Hell- und Spezialbiere, die das Umsatzwachstum der Gesamtkategorie Bier und Biermixgetränke treiben – gerade vor dem Hintergrund, dass das klassische Pils zurzeit zurückgeht“, ordnet Marcus Strobel, Spezialist für den Markt für Bier und Biermix-Getränke bei Nielsen, die Entwicklung ein.

Auffällig auch: Der Umsatz beim Hellen steigt stärker als sein Absatz. Das, so Strobel, hänge mit den etwas höherpreisigen Sorten und der Bereitschaft der Deutschen zusammen, gerne etwas tiefer in die Tasche zu greifen, wenn es darum geht, sich etwas zu gönnen. Auch sehen die Marktforscher in dem „Hellwachstum“ ein gutes Beispiel für die Wechselwirkung von Regionalität und Spezialität. Andere Fachleute sehen den Erfolg des Hellen zudem in seiner vergleichsweise schwächeren Hopfung und damit geringeren Bittere begründet. Diese milde und besonders frische Ausrichtung kommt besonders bei Frauen und jüngeren, weniger bieraffinen Konsumenten gut an. Entsprechend bezeichnen eingefleischte Bierkenner das süffige Helle gerne als „Feier-Bier“ und das etwas würzigere Pils als „Genießer-Bier“. Eine Unterscheidung,

die wie das Getränk selbst, allerdings reine Geschmackssache ist und somit keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit hat.

### Große regionale Unterschiede

Das Helle hat seinen Ursprung im Süden der Republik – in Bayern und Baden Württemberg also. Dort gehört es auch heute noch zu den beliebtesten Bieren überhaupt und kommt, je nach Region, auf Marktanteile von bis zu 44% (Oberbayern, siehe auch Kasten „Die Hochburgen des Hellen“ auf Seite 10). Bundesweit betrachtet fällt die Quote allerdings auf etwas weniger als sieben Prozent. Im Vergleich dazu: Der Marktanteil von Pils liegt bundesweit aktuell bei 50%. Doch während Pils in den letzten Jahren spürbar an Bedeutung verloren hat, gewinnt das Helle deutlich hinzu.

Auch jenseits des Weißwurstäquators, dessen Linie je nach Auslegung mal in Höhe des 49. Breitengrades – also leicht nördlich von Ingolstadt – entlang der Donau oder des Mains gezogen wird, steigt das Interesse am Hellen. Neben dem schon erwähnten süffigen Geschmack sehen Marktbeobachter die traditionelle, häufig verwendete und im Vergleich zu trendigen Longneck-Flaschen geradezu übergewichtig wirkende Euro-Flasche als gewichtigen Grund für den Aufschwung. Sie lasse, so heißt es in einem Bier-Blog, die Konkurrenz aus Bügel-, Longneck- und Individualflaschen im wahrsten Sinne des Wortes alt aussehen. Eine Erklärung, die zugegeben auf den



Foto: Flensburger-Brauerei/Emil-Petersen GmbH & Co. KG

ersten Blick fragwürdig, vor dem Hintergrund des allgemeinen Retro-Trends aber gar nicht so unwahrscheinlich erscheint. Wahr ist aber auch: Beim Flaschendesign der „Hellen“ tut sich so einiges. Zwar ist die Euro-Flasche nach wie vor weit verbreitet, andere Flaschentypen sind jedoch dynamisch auf dem Vormarsch.

### Lager und Export

Interessant auch: Die „Hellen“ teilen sich noch mal in zwei Untergruppen. Auf der einen Seite die hellen Lagerbiere, auf der anderen die hellen Exportbiere. Eine Unterscheidung, die auf den historischen Verwendungszweck des jeweiligen Bieres zurückgeht. So wurde Lager am Brauort eingelagert und im lokalen Umfeld verkauft, derweil Export in weiter entfernte Regionen exportiert und durch ein wenig mehr Alkohol für den längeren Transport haltbarer

gemacht wurde. Nach der aktuellen Bierverordnung werden beide Biere allerdings nach folgenden Kriterien unterschieden: Lager ist ein helles Vollbier, schmeckt weniger bitter und besitzt einen Stammwürzegehalt um elf, maximal zwölf Prozent. Exportbiere haben in der Regel einen Stammwürzegehalt von rund 12,5% und sind damit auch malzbetonter. Dass es beide auch als dunkle Varianten gibt, sei an dieser Stelle nur der Vollständigkeit halber erwähnt.

Das alles ist gut zu wissen, aber nicht immer gut herauszuschmecken. Für den Gaumen jedenfalls sind die feinen Unterschiede oft fließend und meist nicht relevant. Denn nüchterne Zahlen und Fakten machen noch kein köstliches Bier – dafür ist schließlich die Braukunst des jeweiligen Braumeisters verantwortlich. Und wenn die ankommt, wird das „Hellwachstum“ auch in Zukunft weitergehen.

## DIE HOCHBURGEN DES HELLEN

Die Marktforscher von Nielsen haben den deutschen Biermarkt kartographiert und in 36 Micro Regionen unterteilt. Unter <http://nielsen.stilwaechter.de/microregionen/#bier/1> kann jeder im Detail ablesen, wo welches Bier in welcher Menge getrunken wird. Zudem zeigt die Heatmap die Kosten pro Liter und die beliebtesten Sorten der jeweiligen Region.

Hier die Top-Fünf-Regionen der Hellen bezogen auf den jeweiligen Umsatzanteil in Prozent:

- 1 Region Oberbayern 44 %
- 2 Region Niederbayern 35 %
- 3 Region Oberpfalz 28 %
- 4 Region Schwaben 27 %
- 5 Region Mittelfranken 17 %

# Bayreuther



BAYREUTHER



BRAUHAUS

## HELL

STRENG NACH DEM BAYERISCHEN REINHEITSGEBOT GEBRAUT

Unser echt bayerisches Hell,  
ehrlich, frisch und würzig.





## Kult-Limo erstmals in Glasflaschen



## GERRI SETZT AUF GLAS

Mit seinen drei absatzstärksten Sorten – Cola Mix, Orange und Zitrone – ist Gerri ab sofort auch im praktischen 12 x 0,7-Liter-Glas Mehrwegkasten erhältlich. Damit erweitert der Sinziger Mineralbrunnen seine Produktpalette und kommt dem Wunsch der Verbraucher nach, den Limonadenklassiker auch aus der Glasflasche zu genießen. Das Glasgebilde ist nicht die einzige Neuerung bei Gerri: Das Etikett der Limonade wurde einem Relaunch unterzogen und präsentiert sich auf den neuen Flaschen in frischem Design. [www.sinziger.de](http://www.sinziger.de)

Foto: Sinziger Mineralbrunnen GmbH

## DIE FRUCHTIGEN ZWEI

Der Marktführer Erdinger Alkoholfrei ist jetzt zu dritt: Mit Erdinger Alkoholfrei Zitrone und Erdinger Alkoholfrei Grapefruit hat die Privatbrauerei Erdinger Weißbräu ihr erfolgreiches Sortiment ausgebaut. Das fruchtige Erfrischungsduo besteht aus natürlichem Saft und Erdinger Alkoholfrei. Als einzige alkoholfreie Weißbiermischgetränke in Deutschland setzen die beiden

neuen Alkoholfrei-Sorten nach Unternehmensangaben ausschließlich auf rein natürliche Zutaten ohne Stabilisatoren. Ganz bewusst verzichtet die Privatbrauerei auf künstliche Zusätze und Konservierungsstoffe.

Geschmacklich trifft leicht herbes Erdinger Alkoholfrei die fruchtig-frischen Aromen sonnengereifter Zitrone oder die bittersüßen Noten saftiger Grapefruit. Hinzu kommt eine angenehm prickelnde Kohlensäure. Mit nur 25 Kalorien pro 100 ml haben beide genauso wenige Kalorien wie Erdinger Alkoholfrei. Erfrischungsliebhaber können die vitaminhaltigen und isotonischen Durstlöscher in den Geschmacksrichtungen Zitrone und Grapefruit auch direkt aus der Flasche genießen.

<http://zitrone-grapefruit.erdinger-alkoholfrei.de/>



Foto: Erdinger



# BRAUKUNST SEIT 1842

Wir laden alle Bier-Liebhaber ein, mit uns Pilsner zu entdecken. Hier brauen wir seit 1842 das erste goldene Pilsner der Welt – aus 100% heimischen Zutaten, im traditionellen Dreimaischverfahren über offener Flamme und mit der ganzen Erfahrung aus über 175 Jahren Braukunst. Wenn man genauer darüber nachdenkt, ist es schon ein Wunder, dass das erste Pilsner der Welt immer noch in seiner ursprünglichen Form existiert. Das macht es so besonders und so einzigartig...

Wir sind ein Original: Unverändert gut. Seit 1842.



PilsnerUrquell®

**BIER**  
BEWUSST  
GENIEßEN.

**DON'T  
DRINK  
AND  
DRIVE**





## FEHL AM PLATZ

Warum die Zitronenscheibe in natürlichem Mineralwasser nichts zu suchen hat.

Zitronenscheiben im Mineralwasser: Woher stammt das Ritual eigentlich? Und macht es überhaupt Sinn? Zwei Fragen, die Wassersommelier Armin Schönenberger in der IDM-Broschüre „Mineralwasser für Genießer“ wie folgt beantwortet hat:

„Das Ritual entstand ursprünglich im Mittelmeerraum und die ihm zugrundeliegende Geschichte ist eher zum Schmunzeln: Im feucht-warmen mediterranen Klima begannen die Kronkorken, die als Flaschenverschluss dienten, leicht zu rosten. Da der Rost am Flaschenrand hängen blieb, benutzten die Menschen eine Zitronenscheibe, um den Rand zu säubern. Und die Pointe, die für das heutige Hygieneempfinden höchst irritierend ist: Anschließend warfen sie die Zitronenscheibe ins Glas!“

Im Klartext: Die Zitronenscheibe braucht es nicht, denn Mineralwasser wird hygienisch abgefüllt und sicher verschlossen. Wer dennoch Mineralwasser mit Zitronengeschmack trinken möchte, kann dem Naturprodukt frisch gepressten Zitronensaft hinzufügen oder auf ein Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränk mit Zitronengeschmack zurückgreifen.

[www.mineralwasser.com](http://www.mineralwasser.com)



Foto: Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (IDM)

## SCHWARZE MAGIE

Maisel & Friends präsentiert Choco Porter in der 0,33l-Longneckflasche



Maisel & Friends erweitern ihr Craftbier-Sortiment um ein weiteres Sessionbier in der handlichen 0,33 Liter Longneckflasche: Das Choco Porter. Bei den drei bereits erhältlichen und sehr gefragten Sessionbieren Pale Ale (seit 2014), Citrilla und IPA (seit 2016) steht der Hopfen im Fokus. Das malzbetonte, tiefschwarze Choco Porter ist eine wunderbare Ergänzung des Portfolios. Zunächst war es nur als Fassbierspezialität für die Gastronomie konzipiert, doch auf vielfachen Wunsch der Bierliebhaber wird es nun auch dauerhaft in Flaschen gefüllt.

Maisel & Friends Choco Porter ist tiefschwarz und von stattlichem, cremefarbenen Schaum gekrönt. Mit 6,5 Vol.-% Alkohol ist es malzig, cremig, fett und süffig wie ein typisches Porter. Durch die Liaison verschiedener Gersten-, Karamell- und Röstmalze verwöhnen Aromen von Zartbitterschokolade, einem Hauch von Espresso und eine verführerisch-süße Karamellnote Gaumen und Nase des Genießers.

Mit der Einführung der neuen Bierspezialität in der Flasche halten Maisel & Friends ein Versprechen, das sie ihren Fans gegeben haben. Gemeinsam mit befreundeten Brauern soll ein breites, experimentierfreudiges und marktfähiges Sortiment an Craft- und Edelbieren zur Verfügung gestellt werden, um möglichst schnell und unkompliziert eine wunderbare Vielfalt, eine bessere Sichtbarkeit und die Verfügbarkeit von Craftbieren zu erreichen.

[www.maiselandfriends.com](http://www.maiselandfriends.com)

Foto: Maisel & Friends



# CAPTAIN MORGAN CREATES BEER

YES,  
RUM FLAVOURED BEER



Captain Morgan war ein legendärer Freibeuter. Dank seines Einfallsreichtums bestand seine Crew sagenhafte Abenteuer und erlebte großartige Zeiten. Jetzt beweist der Captain mit Mutineer Rum Flavoured Beer wieder seine Genialität.

Ein spritzig-frisches Lager mit leichtem Zitrus-Charakter und dem legendären Geschmack von Captain Morgan.



RUM FLAVOURED BEER

DRINKIQ.com

TRINK VERANTWORTUNGSVOLL. CAPTAIN'S ORDER

EIN ECHTER MÜNCHNER

ELF58: Münchens alkoholhaltigster Gin



Gin ist das Trendgetränk der Stunde. Kein Wunder, dass es sich die Munich Distillers nicht nehmen lassen, nach Vodka und Rum jetzt auch dieses Destillat herzustellen. Der hochwertige ELF58 Gin wurde bei der Spirituosenmesse O89 Spirits erstmals vorgestellt. Kräftig und charakterstark ist der unfiltrierte Münchner Gin – und damit für die Macher von den Munich Distillers das Sinnbild eines echten Münchners.

Die Produkte der Munich Distillers sind bekannt für ihren spielerischen Bezug zu ihrer Heimatstadt. Der ELF58 Gin macht da keine Ausnahme: Nichts Geringeres als das Gründungsjahr der Stadt München dient als Namensgeber. Die Elf steht aber auch für die Anzahl der ausgewählten Zutaten regionalen Ursprungs. Neben unterschiedlichen Botanicals ist mit Bierbrand ein weiteres Stück Stadtgeschichte in der Rezeptur enthalten. Die Zahl 58 verdeutlicht den außergewöhnlich hohen Alkoholgehalt (58 Vol.-%). Hergestellt wird das Produkt in Handarbeit direkt in München, im Herzen von Schwabing.

[www.munichdistillers.de](http://www.munichdistillers.de)

Foto: Munich Distillers

„DOUBLE GOLD“



Foto: Udoemar Behn GmbH

Bei der diesjährigen Austragung des renommierten „World Spirits Award“ holte sich der weltweit erste Sahnelikör mit Eierlikörprägung „Dooley's Original Egg Cream Liqueur“ die Top-Auszeichnung.

Damit schließt die vierte Dooley's-Variante auf dem deutschen Markt nahtlos an die Erfolge des großen Originals „Dooley's Toffee Cream Liqueur“ an, der sich seit vielen Jahren international als höchstausgezeichnete Cream-Spirituose überhaupt durchgesetzt hat. „Die Qualitätsführerschaft bei den Cream-Liqueuren ist unser erklärtes Ziel“, freut sich Geschäftsführer Rüdiger Behn über die neuerliche Bestätigung der eigenen Premium-Strategie, „dieser Anspruch treibt unsere Destilliermeister und Produktentwickler immer wieder zu innovativen Höchstleistungen – „Dooley's Original Egg Cream Liqueur“ ist vielleicht sogar das beste Beispiel dafür.“

Typisch Dooley's: auch diese Cream-Variante ist in der Konsistenz optimal, also wesentlich flüssiger und gebrauchsfreundlicher als herkömmliche Cream- und Eierliköre (alkoholische Basis Vodka, 15 Vol.-%, Flaschengröße 0,7 l). Einmal geöffnet, sollte „Dooley's Original Egg Cream Liqueur“ übrigens im Kühlschrank aufbewahrt werden.

[www.behn.de](http://www.behn.de)

SAG'S MIT SÖHNLEIN



Neue Limited-Edition zum Verschenken und Genießen

Prickelnde Momente richtig feiern! Ob zum Geburtstag, als Dankeschön für die Umzugshilfe oder als Glückwunsch zum neuen Job: Mit der „Söhnlein-Momente-Edition“ in drei tollen Designs und einer Umarmung ist alles Wichtige gesagt – und kommt von Herzen. Denn hier gibt es die Geschenkverpackung mit Karte direkt auf der Flasche. Und zwar in drei verschiedenen, herrlich frischen Frühlingsfarben.

Zartes Pastellrosa wünscht „Alles Liebe!“, warmes Lindgrün verheißt „Viel Glück!“ und das „Danke!“ gibt es auf fröhlichem Himmelblau. Unter dem Motto „Sag's mit Söhnlein“ überbringen Sektfreunde ihre Herzensbotschaften und stoßen mit einem Glas frischem Prickeln an. Der feinerliche Söhnlein Brillant Halbtrocken schmeckt fruchtig-dezent mit einem Hauch Banane, Ananas und Pfirsich für den puren Genuss, den belebenden Kick in spritzigen Sekt-Cocktails oder auf Eis.

[www.henkell-gruppe.de](http://www.henkell-gruppe.de)

Foto: Henkell & Co.-Gruppe



**BREWED**  
*to taste*  
**BETTER**

**Bundaberg Ginger Brew:**  
gebraute Premium-Limonade mit Ingwer.  
Nach traditioneller Rezeptur gebraut  
und mit kleinen Ingwerstückchen  
verfeinert – so erhält Bundaberg  
seine natürliche Trübung  
und angenehm herbsüße Note.





V+ Grapefruit punktet als neuer, fruchtiger Biermix-Durstlöscher

## TRENDGESCHMACK 2017



Foto: Brauerei C. & A. Veltins GmbH & Co. KG

**E**s ist die Trendfrucht 2017 – als vollfruchtiger Biermix belebt V+ Grapefruit die erfolgreiche Produktrange der Brauerei C. & A. Veltins, Melschede-Grevenstein, und stellt damit die Weichen für einen selbsterklärenden Newcomer. Der Mix aus 38% Bier und 62% Grapefruit-Erfrischungsgetränk mit einem hohen Fruchtsaftanteil von 5,5% ist Garant für eine ebenso fruchtige wie bierige Geschmacksalternative, die als erfrischender Durstlöscher bei Freizeitspaß und Party punktet und damit die Marke V+ in Handel und Gastronomie konsequent komplettiert. „Wir haben V+ Grapefruit als sommerliches Erfrischungsgetränk komponiert – ein wirklicher Durstlöscher, dessen herbe Frische genau zum Sommerfeeling passt“, so Herbert Sollich, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. Veltins. Kein Wunder, dass der Slogan „Mach dir den Sommer auf“ alle Einführungsmaßnahmen in Handel und Gastronomie begleitet.

### V+ bleibt Marktgestalter überraschender Biermixe

Nachdem sich die Produktgruppe der Biermischgetränke inzwischen konsolidiert hat, bleibt die Marke V+ ihrem Anspruch als Mitgestalter dieses Sortensegments treu. „Die Biermixfreunde sind probierfreudig und wünschen sich unverändert neue Kreationen fernab des angestammten Traditionsradlers“, bilanziert Herbert Sollich. Mit der neuen Sorte V+ Grapefruit geben die Premium-Brauer zugleich eine Ant-

wort auf den fortwährenden vollfruchtigen Sortentrend, der dank des spritzigen Erfrischungscharakters Zuspruch erfährt. Und natürlich bleibt das neue Produkt mit 2,0 Vol.-% Alkohol nahe an der sommerlichen Genusserwartung der Zielgruppe. „Mit einer treffsicheren Geschmackskomposition und einer etablierten Markenwelt schaffen wir die Rahmenbedingungen für rasche Marktdurchdringung“, sieht Sollich günstige Ausgangsvoraussetzungen, um das Produktportfolio zielführend zu ergänzen. Der Markenauftritt fügt sich nahtlos in die V+Produktwelt ein, schafft dank der Grapefruit-orangen Optikleare Differenzierung und präsentiert sich in der Braunglasflasche auf den ersten Blick als impulsstark. V+ Grapefruit ist vorwiegend im Mehrwegkasten 24 x 0,33-l-Mehrwegflaschen mit 4 x 0,33-l-Sechserträgern und seit dem 1. Mai auch in der 0,5-l-Dose erhältlich.

### Kommunikation auf vielen Kanälen

Die Kommunikation bewegt sich auf Großflächenplakaten, aber auch innerhalb der nationalen V+ Kinowerbung sowie zahlreichen Web 2.0-Aktivitäten. Überdies forciert die Brauerei C. & A. Veltins das Sampling des Biermix-Newcomers auf allen Events in der biermixaffinen Zielgruppe und schafft aufregende Markenerlebnisse durch Live-Kommunikation auf angesagten Festivals.

[www.veltins.de](http://www.veltins.de)



## GIVE ME FIVE

Gerolsteiner WeinPlaces – mit diesem Prädikat zeichnet der Mineralbrunnen Gerolsteiner Orte aus, an denen Wein leidenschaftlich gelebt wird. Vinotheken, Weinbars und Weinlounges, die sich durch ungezwungenen Weingenuss und engagierte Weinpersönlichkeiten definieren und in denen sich Einsteiger wie Weinkenner wohlfühlen. Zum vierten Mal hat Gerolsteiner nun solche außergewöhnlich gastlichen und wein-kompetenten Orte gekürt. Im Leopold Restaurant in Deidesheim wurden die fünf neuen Gerolsteiner WeinPlaces 2017 vorgestellt. Damit erweitert sich der Kreis auf 28 ausgezeichnete Weingastronomien.

U on Wangen bis Sylt, von Köln bis Dresden – die Gerolsteiner WeinPlaces sind über ganz Deutschland verteilt. „Auch diesmal hat unsere Jury wieder echte Wein-Hotspots ausfindig gemacht. Orte, an denen engagierte Persönlichkeiten Wein mit Liebe in Szene setzen, ihre Begeisterung für Wein leben und an den Gast weitergeben“, erklärt Marcus Macioszek, Leiter Marketing des Gerolsteiner Brunnen und selbst Teil der Jury. Gemeinsam mit den weiteren wein- und gastronomie-kompetenten Juroren Sebastian Bordthäuser, Christina Fischer, Alexander Kohnen, Stuart Pigott und Philipp Wittmann wurden diese fünf als neue Gerolsteiner WeinPlaces ausgewählt (siehe Liste rechts).

„Wir freuen uns sehr über den Zuwachs in der WeinPlaces-

Familie. Genau solche zeitgemäße und leicht zugängliche Weingastronomie brauchen wir in Deutschland“, so Macioszek. Mit dem WeinPlaces-Projekt startete der für sein Engagement in Sachen Wein bekannte Gerolsteiner Brunnen 2014. Ziel der Initiative ist es, weinaffine Gastronomen zusammenzuführen und ihre Bekanntheit bei weininteressierten Verbrauchern

zu fördern. Weinfreunde finden alle Gerolsteiner WeinPlaces unter [weinplaces.de](http://weinplaces.de). Hier bietet der führende Mineralbrunnen auch eine Vielzahl spannender Themen rund um Wein und Gastronomie aus der Feder namhafter Experten, ebenso wie Rezepte und Tipps von den WeinPlaces.

[www.gerolsteiner.de](http://www.gerolsteiner.de)

**Königswinter-Oberdollendorf**  
Weinhaus Gut Sülz – Andreas Lelke

**Mainz**  
Laurenz – Andreas Schnura, Marcus Landenberger, Christoph Rombach

**Neustadt a. d. Weinstraße**  
Weinstube Eselsburg – Anette Berberich

**Stuttgart**  
Weinhandlung Kreis am Schillerplatz – Bernd Kreis

**Wangen**  
Alte Kanzlei – Emanuel Pickenhan





## #TRADITIONEU

**Paulaner überrascht mit einer neuen Bierspezialität. Das „Zwickl“ ist ab sofort in der eigens für das Bier entwickelten, außergewöhnlichen 0,4-l-Flaschengröße deutschlandweit erhältlich.**

Ganz nach dem Motto „#traditioneu“ besinnt sich Paulaner auf seine altbewährte Braukunst und stillt mit dem Neuprodukt das steigende Interesse an hochwertigen und traditionellen Bierkreationen: „Wir haben beobachtet, dass sich sowohl gelegentliche Biertrinker, als auch echte Kenner nach einem qualitativ hochwertigen und geschmacklich verlässlichen Bier sehnen. Für unser neues „Zwickl“ haben wir viel investiert: Ganze neun Sude und über ein Jahr Entwicklungszeit haben sich unsere Braumeister Zeit gelassen, bis sie mit dem Geschmackserlebnis zufrieden waren“, so Katharina Kobler, Brand Managerin über den Neuzugang im Hause Paulaner.

Mit dem „Zwickl“ greift Paulaner auf das historische Dreimaischverfahren zurück – eine Produktionsweise, die aufgrund des hohen Aufwands im modernen Brauwesen kaum mehr Anwendung findet. Namentlich abgeleitet ist die Bierspezialität vom „Zwicklhahn“, der ein exklusives Vorkosten direkt aus dem Lagertank kurz vor der Abfüllung ermöglichte. Traditionell war das nur dem Braumeister vorbehalten. Wie die vor der Abfüllung gewickelten Kostproben, ist Paulaners neue Spezialität ungefiltert und erhält dadurch seinen ursprünglichen und unverfälschten Geschmack. Der besonders schonende Einsatz von feinstem Hersbrucker Traditionshopfen verleiht dem „Zwickl“ sein angenehm fruchtiges und süffiges Aroma.

[www.paulaner.de](http://www.paulaner.de)

## WEIL BIER NICHT GLEICH BIER IST



## Sommelierbox von SAHM macht Geschmacksvielfalt erlebbar

Wein wird aus unterschiedlichen Gläsern getrunken. Bei Bier heißt es jedoch oft: Eine Form für viele. Dabei ist Bier nicht gleich Bier. Um das zu demonstrieren, hat SAHM in Zusammenarbeit mit dem Sommelier-Weltmeister 1998 und Master of Wine, Markus Del Monego, die TasteDesign-Sommelierbox entwickelt. Sie enthält zwei unterschiedliche Verkostungsgläser und macht den Biergenuss zum Erlebnis. Die Glasformen betonen jeweils andere Geschmackseigenschaften. Auch der Duft eines Bieres ändert sich durch die Unterschiede im Glasvolumen. Herb und frisch präsentiert sich das Bier im Cleveland Becher mit einer nach oben verjüngten Form, die die Aromen bündelt. Im Becher Tokyo wirkt es durch seine ausgestellte Art eher mild und rund, wobei die Aromen weniger intensiv zur Geltung kommen.

Zusätzlich zur Sommelierbox steht ein Videoworkshop auf [www.tastedesign.de](http://www.tastedesign.de) bereit, in dem Interessenten weitere Informationen zur Bierverkostung erhalten. „Mit der TasteDesign-Sommelierbox wird Genuss und Geschmack für den Konsumenten erlebbar“, erklärt Markus Del Monego. „Beide Gläser stellen bewusst die aromatischen Unterschiede heraus und zeigen, dass ein für einen Biertyp designtes Glas den Geschmack positiv herausstellen und beeinflussen kann.“

[www.sahm.de](http://www.sahm.de)



## DUCKSTEIN – EIN BIER VOR SEINER ZEIT



Foto: Carlsberg Deutschland GmbH

Im Rahmen des Trends zu Craft- und Spezialitätenbieren setzen immer mehr Hersteller auf Brauprodukte, die sich von gängigeren Sorten unterscheiden und für mehr Vielfalt im Glas sorgen. Verbraucher können heute zwischen zahlreichen Sorten und Geschmacksrichtungen wählen und immer mehr Restaurants bieten auch ausgewählte Biere als Speisen-Begleiter an. Doch vor rund zwei Jahrzehnten zeigte sich auf dem Biermarkt ein anderes Bild. Noch in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren konnte von Geschmacksvielfalt keine Rede sein. Pils und Helles dominierten den Markt. In dieser Zeit wurde eine Spezialität wiederentdeckt, die gezielt Genießer ansprach und deren Charakter auf eine jahrhundertealte Tradition zurückging: Duckstein. Schon zur Zeit seiner ersten urkundlichen Erwähnung (1640) war das Bier aus Königslutter am Elm weit über seine Herkunftsregion hinaus bekannt. Seinen Namen verdankt es dem sogenannten Tuffstein am Fuße der Lutterquelle. Deren besonders reines Wasser hatte den Ruf, von besonderer Qualität zu sein.

1987 wurde die Brautradition unter dem Markennamen Duckstein wiederbelebt. Die Genuss-Experten von Duckstein legten großen Wert auf ein aufwendiges Brauverfahren und kreierten in der Tradition der alten Braumeister eine obergärige Bierspezialität. In Anlehnung an die historische Herstellungsweise wurde es auf Buchenholz gereift – ein Alleinstellungsmerkmal auf dem deutschen Markt. Auch wurde auf die sonst übliche Verwendung von Bitterhopfen verzichtet und stattdessen geschmacksintensive Aromahopfen und Kristallmalze hinzugefügt. Diese sind bis heute u.a. für die rotblonde Farbe von Duckstein Original verantwortlich.

Heute sind neben Duckstein Original mit dem kaltgehopften Opal Pilsener und Weizen Cuvée zusätzliche, ausgewählte Spezialitäten ganzjährig erhältlich. Darüber hinaus präsentiert der Hersteller in regelmäßigen Abständen saisonale Braumeister-Editionen, die klassische Sorten zu neuem Leben erwecken und traditionelle Braukunst feiern.

[www.carlsbergdeutschland.de](http://www.carlsbergdeutschland.de)

## EIN BESONDERER JAHRGANG. JEDES JAHR.

UNSER BRAUMEISTER  
EMPFIEHLT:

„Unsere obergärige Spezialität reift auf Buchenholz und erhält durch ein spezielles Kristallmalz einen weichen, karamellartigen Geschmack.“

*O. Kneubusch*



BIER  
BEWUSST  
GENIESSEN  
© 2015 CARLSBERG

JENSEITS DES GEWÖHNLICHEN.



DEUTSCHLAND IN  
SAFTLAUNE



Studie bestätigt: Deutschlands Verbraucher trinken nicht nur weltweit am meisten Fruchtsaft, sie haben auch ein ganz besonderes Verhältnis zu diesem „flüssigen Lebensmittel“.



**D**eutschlands Verbraucher sind weltweit Spitzenreiter beim Konsum von Fruchtsaft. Rund 33 Liter wurden im vergangenen Jahr pro Kopf getrunken. Am beliebtesten sind hierzulande Apfel- und Orangensaft. Ob herb-säuerlich, klar und spritzig oder samtig-süß: für jede Tageszeit und fast jeden Anlass gibt es den passenden Fruchtsaft. Genau diese Vielfalt und Funktionalität schätzen Verbraucher ganz besonders an Fruchtsäften, wie die Studie „Was bewegt den Fruchtsaft-Käufer?“ des rheingold institut, Köln, ergibt.

Die Beweggründe der Verbraucher, warum Sie zu Fruchtsäften greifen, sind eindeutig: Es sind der gute Geschmack, die Vielfalt der Sorten und die wertvollen Inhaltsstoffe. Steigt man tiefer in die Befragung ein, zeigt sich ein weitaus differenzierteres Verhältnis der Verbraucher zum „Lebensmittel Saft“. Hier wird deutlich, dass Fruchtsaft im wahrsten Sinne des Wortes ein „Lebensmittel“ ist. Fruchtsaft begleitet die Menschen ein Leben lang und jeden Tag in ganz unterschiedlichen Situationen.

#### Immer wieder anders

Der Orangensaft am Morgen zum Wachwerden, die Apfelsaftschorle zwischendurch zum Durstlöschchen, der Pfirsichnektar am Nachmittag zum Wohlfühlen und der Traubensaft am Abend zum Abschalten: Es gibt viele verschiedene Anlässe, Fruchtsäfte zu trinken. Dank ihrer Sorten- und Geschmacksvielfalt können Säfte dabei unterschiedlichste Bedürfnisse und physiologische Befindlichkeiten bedienen. Immer wieder sind andere Aromen und Texturen im Spiel, denn zur Belebung sind andere Geschmacksqualitäten gefragt als zur Belohnung. So facettenreich wie das natürliche Lebensmittel Fruchtsaft ist kaum ein anderes Produkt.

Auch im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung haben Fruchtsäfte ihren Platz. Dass ein hoher Konsum von Obst und Gemüse für die Gesundheit förderlich ist, zeigt insbesondere die Empfehlung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), täglich fünf Portionen zu verzehren, wobei eine Portion gerne auch mal „flüssiges Obst“ in Form von Fruchtsaft



## Darum trinken wir so gern Saft!

Fruchtsaft ist für mich...



Quelle: VFF/Weingold Institut



sein kann. Und wenn es um die Psychologie von Fruchtsaft geht, spielt auch das Thema Bequemlichkeit eine nicht unerhebliche Rolle, denn im Alltag berufstätiger Menschen bleibt zum Waschen, Schälen und Schneiden von Obst oft nur wenig Zeit. Daher ist es in der Regel leichter, eine Portion Obst in flüssiger Form zu sich zu nehmen, als ganz auf sie zu verzichten.

### Von exotisch bis regional

Verbraucher erwarten viel von Getränken. „Lecker“ alleine genügt nicht mehr. Sie müssen ganz unterschiedliche Anforderungen erfüllen. Natürlich, nachhaltig, gesund, innovativ oder regional – die Liste ist lang und kann unterschiedlich kombiniert werden. Immer gefragt ist natürlich Qualität. So finden beispielsweise Direktsäfte immer stärkere Nachfrage, ebenso gekühlte und ungekühlte Fruchtsaftmischungen mit „Zusatznutzen“. Beispiele hierfür sind die sehr nährstoffreichen Fruchtarten Açaí und Acerola, die ihren Erfolg einem hohen Gehalt an Antioxidantien (Açaí) bzw. Vitamin C (Acerola) verdanken. Doch nicht nur „exotisches Superfood“ ist gefragt. Das wachsende Interesse an regionalen Lebensmitteln bedienen viele der kleinen und mittleren Keltereien, die aus heimischem Obst Fruchtsäfte von bester Qualität produzieren. Sie finden viel Zuspruch, wie beispielsweise der Erfolg von Streuobstwiesenapfelsaft oder sortenreinen Säften zeigt. Zunehmend be-

liebter werden in Deutschland auch Smoothies, bei denen in der Regel und im Gegensatz zu Säften die ganze Frucht und bisweilen auch die Schale mit verarbeitet werden. Insbesondere jüngere Zielgruppen haben viel Freude an den cremigen Vitaminbomben.

## AKTUELLE SAFT-TRENDS

**Wohin geht die Saft-Reise? Wir haben für Sie die aktuellen Trends zusammengestellt:**

- \* Direktsäfte (baumfrisch/erntefrisch gepresst)
- \* Milde Säfte (mit weniger Säure)
- \* Premium-Säfte (hochpreisig)
- \* Bio- und vegane Säfte
- \* Säfte aus traditionellen, heimischen Fruchtsorten (Stachelbeere, Rhabarber, Johannisbeere, Maulbeere)
- \* Säfte/Saftmischungen aus exotischen Frucht- und Gemüsesortesorten (Mango, Passionsfrucht, Ingwer)
- \* Fruchtsaftschorlen (weniger Kalorien), am liebsten hausgemacht
- \* Kaltgepresste Säfte (schonende, hitzearme Herstellung)
- \* Kalorienreduzierte Säfte (Stevia-Süßung)
- \* Smoothies

Schrei vor  
**Frucht!**



**IN ERFRISCHEND STILL  
ODER AUFREGEND SPRITZIG**

# Das Comeback des Party-Krachers

Retro ist in. Das gilt auch für Getränke. Kein Wunder also, dass die Bowle ein bemerkenswertes Comeback feiert. In den 1970ern ein echter Party-Kracher, verschwand das Mix-Getränk ein gutes Jahrzehnt später schon wieder in der Versenkung: Zu süß, zu schwer, zu kopfschmerzlig. Doch mit den Mischungen aus gezuckerten Dosenfrüchten, preiswertem Wein und beliebigem Sekt haben die aktuellen Mixturen, die üblicherweise in einer großen Schüssel (engl. „bowl“) zubereitet werden, nichts mehr zu tun. Die Früchte sind frisch, Weine und Sekte eher hochwertig und die Rezepturen meist leicht, raffiniert und erfrischend. Nicht selten wird sogar ganz auf Alkohol verzichtet. Wir haben drei tolle Bowlen-Rezepte für Sie entdeckt, die auf jeder Party zum Highlight werden.

## ZITRONENBOWLE MIT MELONENKUGELN (OHNE ALKOHOL)



**Tipp:**  
Wer mehr Süße braucht, kann mit etwas flüssigem Honig nachsüßen.

### Zutaten:

- :: 1 ungespritzte Zitrone
- :: 6 Zitronen
- :: 2 Galia-Melonen
- :: 4 Zweige Zitronenmelisse
- :: 3 l gut gekühltes Mineralwasser mit Kohlensäure

### Dekoration:

Zitronengras und Orangenschalen

### Zubereitung:

Die ungespritzte Zitrone in dünne Scheiben schneiden. Die anderen Zitronen auspressen. Galia-Melonen halbieren, die Kerne herauschaben und das Fruchtfleisch mit dem Kugelausstecher ausstechen. Übriges Fruchtfleisch von der Schale lösen, mit dem Mixstab pürieren und durch ein Sieb streichen. Zitronenmelisse waschen und trocken wedelnd. Alle vorbereiteten Zutaten vermischen und mit Mineralwasser auffüllen.



## ROSA GRAPEFRUITBOWLE MIT CHILI (OHNE ALKOHOL)



### Zutaten:

- :: 5 rosa Grapefruits
- :: 1 Chilischote
- :: 1 l Grapefruitsaft
- :: 4 EL Akazienhonig
- :: 2 l natürliches Mineralwasser mit Kohlensäure

### Zubereitung:

Die Grapefruits mit einem Sägemesser schälen, die weiße Haut vollständig entfernen und das Fruchtfleisch aus den Zwischenräumen herauslösen. Chilischote waschen, halbieren, die Kerne herausschaben und das Fruchtfleisch fein zerkleinern. Grapefruitfilets mit Chili und Akazienhonig vermischen, in ein Bowlegefäß füllen und mit Grapefruitsaft und Mineralwasser auffüllen.

## MANGO-ERDBEER-BOWLE MIT SAFRAN (MIT ALKOHOL)



### Zutaten:

- :: 500 g Erdbeeren
- :: 2 Mangos
- :: 3 EL Zucker
- :: 20 Safranfäden
- :: 1 l gut gekühlter Weißwein
- :: 2 l gut gekühltes Mineralwasser mit Kohlensäure

### Zubereitung:

Erdbeeren waschen, das Grün abzupfen und je nach Größe vierteln oder halbieren, mit 2 EL Zucker und einem Schuss Weißwein vermischen. Mangos schälen und in 1,5 cm große Würfel schneiden. Vom Weißwein 100 ml mit dem Safran in einem kleinen Töpfchen aufkochen und um die Hälfte reduzieren lassen. Reduktion mit dem restlichen Zucker und den Mangos vermischen. Fruchtansätze mindestens 2 Stunden im Kühlschrank zugedeckt durchziehen lassen. Zum Servieren die Früchte in ein Bowlegefäß geben und mit Weißwein und Mineralwasser auffüllen.

# GRILLPLATZ

## SOMMERZEIT IST GRILLZEIT.

Ab sofort wird wieder gebrutzelt, was das Zeug hält: Im Garten und auf der Terrasse, mit Gas und mit Holzkohle, allein oder in der Gruppe. Womit Sie sich und Ihre Gäste in dieser Grill-Saison kulinarisch überraschen und verwöhnen können, haben wir für Sie auf dem skoll-Grillplatz zusammengestellt. Jede Menge „heißer Scheiß“ vom Hochleistungsbruzzler in Beton-Optik bis zur bierigen Marinade. Es darf angegrillt werden.



Foto: Villeroy & Boch AG



Foto: Body Attack Sports Nutrition

### FLEXIBLES PORZELLAN

Villeroy & Boch hat sein BBQ Passion-Sortiment unter anderem um einen Burgerteller erweitert. Der Newcomer hat eine optimale Auflagefläche für selbstgemachte Hacksteaks und verfügt dazu über zwei Dip-Kompartimente und einen Beilagenbereich. Der Teller lässt sich außerdem mit dem neuen Dipschälchen kombinieren und somit flexibel einsetzen. Ebenfalls neu im Sortiment: Ein Grillspießteller und eine Beilagen-/Salatschale.

[www.villeroyboch-group.com](http://www.villeroyboch-group.com)

### SCHLANKE SAUCEN

Laktosefrei, glutenfrei, vegan. Die neuen Grill- und Salat-Saucen von Body Attack Sports Nutrition stehlen Gemüse, Fleisch und Fisch diesen Sommer die Show. Die „schlanken“ Saucen mit nur 1 kcal pro Portion (10 ml) sind nicht nur lecker, sondern enthalten auch kaum Zucker und Fett und passen so ideal zu einer Low-Carb- oder Low-Fat-Ernährung. Passende Dessert Saucen mit weniger als 0,5 g Zucker und 0,1 g Fett runden das Saucen-Sortiment ab.

[www.body-attack.de](http://www.body-attack.de)



### BIERIGE MARINADE

Außen knusprig, innen saftig – damit gegrillte Rippchen schön zart und lecker werden, kommt es neben der Grilltechnik auch auf die richtige Marinade an. Die Brauer von Veltins und der YouTuber Jörn Rochow haben gemeinsam das Rezept für eine Sauce entwickelt, die sowohl zum Steak als auch als Marinade für Spareribs ideal geeignet ist. Bei der Beer & Bacon Sauce treffen verschiedene Geschmacksnoten aufeinander. Besonders spannend: Der Kontrast aus würzigem Bacon und dem spritzigen Grevensteiner Original. Das naturtrübe Landbier weist eine feine Karamellnote sowie einen leichten Unterton nach Honig auf und wird nach alter Tradition gebraut. Die genaue Zubereitung kann im Video von Jörn Rochow unter folgendem Link angeschaut werden: <http://bit.ly/28PqWhg>

[www.grevensteiner.de](http://www.grevensteiner.de)

Foto: Brauerei C. & A. VELTINS GmbH & Co. KG

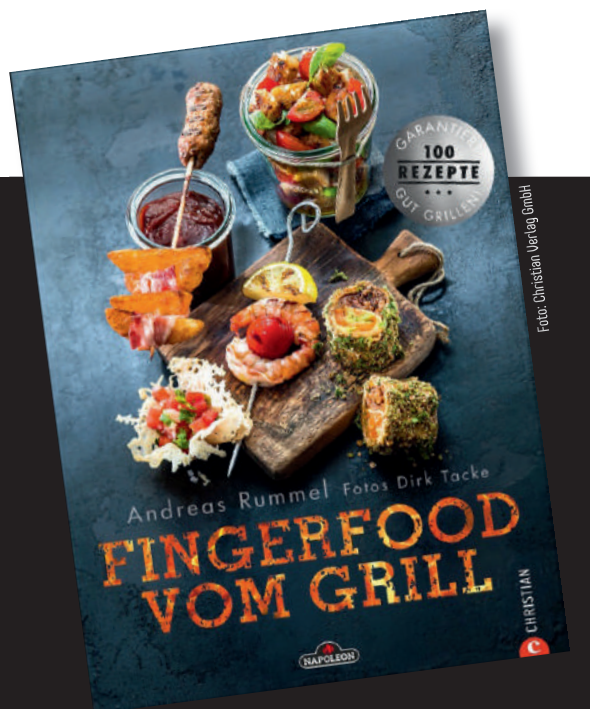




## HEISSES DING

Grillen hat sich als eigene Kultur etabliert. Für echte Fans der Grillkultur, denen neben technischen Hochleistungen auch eine ansprechende Optik wichtig ist, betritt jetzt der Block D die Grillflächen. Der erste Gasgrill aus dem Hause Flammkraft zeigt sich mit geschlossener Front und klaren Linien als echtes Designerstück. Das setzt sich auch in seinen Oberflächen fort: Als erster Hersteller nutzt Flammkraft das Trendmaterial Beton zur Verkleidung. Alternativ bringen Edelstahlverkleidungen in sieben verschiedenen Tönen Farbe ins Spiel. Funktional entpuppt sich der Block D als heißes Ding: Bei Temperaturen bis zu 900 Grad Celsius sind alle Voraussetzungen für Grillen auf Profi-Niveau erfüllt.

[www.flammkraft.de](http://www.flammkraft.de)



## GEGRILLTES FINGERFOOD

Kleine Leckereien vom Grill schmecken nicht nur köstlich, sondern sind auch das perfekte Essen für jede Party. Das neue Buch „Fingerfood vom Grill“ bietet abwechslungsreiche Rezepte mit Fleisch, Fisch, Gemüse und Früchten und liefert zahlreiche Ideen für Kleinigkeiten frisch vom Rost. Von Vorspeisen über Party-Snacks bis hin zum echten Sattmacher. Andreas Rummel verrät Rezepte für kreatives Fingerfood und praktische Tipps und Tricks rund um das Thema Grillen.

Andreas Rummel: Fingerfood vom Grill,  
Christian Verlag GmbH,  
ISBN 978-3-95961-005-6, [D] 19,99 Euro

## BLITZENDES THERMOMETER

Der Garpunkt von Steaks ist Geschmackssache: ob medium rare, medium oder medium well, die Vorstellungen über ein perfekt gegartes Rindfleisch gehen auseinander. Steak auf den gewünschten Punkt zu garen, gelingt nicht immer. Selbst für Steak-Profis, Starköche oder Grillxperten stellt die anspruchsvolle Fleischzubereitung eine Herausforderung dar. Mit dem SteakChamp 3-Color gelingt bester Fleischgenuss jedoch im Handumdrehen, denn ist die gewünschte Garstufe erreicht, blinkt ein Doppellicht-Blitz am breiteren Ende des elektronischen LED-Thermometers auf. Die drei Ampelfarben Grün, Gelb und Rot signalisieren das jeweilige Garniveau medium rare, medium oder medium well.

[www.steakchamp.com](http://www.steakchamp.com)



Wer hätte das noch vor wenigen Jahren gedacht: Das Sofortbild ist zurück. Still und heimlich hat es sich vom Auslaufmodell zum Trendsetter entwickelt. Auf der letzten Photokina in Köln gab es gleich reihenweise neue Kameras zu bestaunen, die die Magie des Moments analog einfangen. Wer nach Gründen für das Revival der Instant-Fotografie sucht, wird vielfach fündig. Die Stichworte lauten: Einzigartig, authentisch, unvollkommen.

## DIE RÜCKKEHR DES POLAROIDS

**D**ie Technik ist schon vergleichsweise alt. Bereits 1933 bekam der amerikanische Physiker Edwin Land ein Patent für Polarisationsfolien. 14 Jahre später präsentierte er die erste Sofortbildkamera. Schnell wurde die Marke Polaroid zum Synonym für Sofortbildfotografie. 1980 setzte das Unternehmen 1,4 Mrd. Dollar um. Doch mit dem Aufstieg der Digitalfotografie begann das Geschäft von Polaroid zu verblassen und das Ende des Sofortbildes schien nur noch eine Frage der Zeit.



### Absatzzahlen explodieren

Doch plötzlich ist die Faszination eines Bildes, das sich in kürzester Zeit vor den eigenen Augen entwickelt, wieder lebendig. Die Absatzzahlen von Sofortbildkameras sind in den letzten Jahren geradezu explodiert. Allein Fujifilm rechnet für 2016 mit 6,5 Millionen verkauften Sofortbildkameras seiner Instax-Marke, Tendenz weiter steigend. Eine durchaus erstaunliche Entwicklung, ist das Sofortbild-Vergnügen doch alles andere als kostengünstig. Das liegt allerdings weniger an den Kameras selbst, die mittlerweile von zahlreichen Herstellern schon für weni-

ge hundert Euro erhältlich sind, als an den Filmen. Je nach Anbieter, Filmtyp und Verkaufseinheit können die Kosten pro Bild schon mal schnell bei zwei Euro oder mehr liegen. Während digital ungezügelt und quasi zum Nulltarif drauflosgeknapst werden kann, kosten die analogen Sofortbilder richtig Geld. Doch das scheint dem Boom aktuell (noch) nicht im Wege zu stehen.

### Bilder zum Anfassen

Getragen wird der derzeitige Erfolg vor allem von der jungen Generation. Für sie hält das Sofortbild eine neue Erfahrung be-

reit: Das Haptische. Bilder zum Anfassen sind in der digitalisierten Welt eigentlich nicht vorgesehen. Wozu Filme, wenn es Smartphones gibt. Doch schon die Vision vom papierlosen Büro hat gezeigt, dass manche Utopie ein Wunschtraum bleibt und das Mögliche nicht zwingend das ausschließlich Gewollte ist.

Beim Sofortbild öffnet sich für die Generation „Digital“ ein neuer Horizont. Wo sonst nur Datenströme unsichtbar und lautlos fließen, arbeitet beim Einsatz der Sofortbildkamera die Mechanik deutlich





hörbar. Es rattert und summt und plötzlich schiebt sich etwas aus der Kamera, das in den nächsten Minuten ein Bild werden will. Man hält den Film in der Hand, das Warten beginnt, Entschleunigung pur.

Heute wie gestern wird mit dem Film gewedelt, um einen Entwicklungsprozess zu beschleunigen, der sich nicht beschleunigen lässt. Reine Kraftvergeudung – aber was soll's. Und mit einem Mal ist es dann doch soweit. Wie aus dem Nichts tauchen plötzlich neblige Schleier auf, die Konturen werden langsam schärfer, die Farben immer satter, das Bild nimmt Gestalt an. Pur, unverfälscht, unbearbeitet. Ein echtes Unikat.

### Jedes Bild ein Unikat

Jedes Sofortbild ist ein Einzelstück, mit allen Stärken und Schwächen des Augenblicks. Es ist das Unvollkommene, das Gegenstück zum Photoshop-Perfektionismus also, das den Charme der Instant-Fotografie ausmacht. Unschärfen, Flecken, Schlieren – nichts lässt sich korrigieren oder manipulieren oder optimieren. Das Sofortbild ist, was es ist: Einmalig, wahrhaftig, zum Anfassen. Man kann es nicht teilen, aber umherreichen. Man kann es nicht Uploaden, aber verschenken. Man kann es rahmen, an den Kühlschrank heften oder ins Portemonnaie stecken – downloaden kann es niemand. Das Sofortbild, es ist unvollkommen. Aber das macht es so perfekt und zu einem neuen Freizeittrend.



Limonadenklassiker. Seit 1905.



# SoSo! Die Seite für junge Leser



## Wunderworte

Wenn Worte unter die Haut gehen! Die zwölfjährige Elyse wurde mit einem besonderen Phänomen geboren: Jedes Wort, das jemand über sie sagt, erscheint auf ihrer Haut. Früher hat sie das nie gestört, als ihre beste Freundin jedoch lieber mit den „coolen Mädchen abhängt“, erscheinen plötzlich Worte wie „Freak“ oder „Verliererin“. Doch auch andere Überraschungen erreichen Elyse: geheimnisvolle blaue Nachrichten, die sie aufmuntern und ihr Mut machen. Zum Beispiel als sie die Chance erhält, den Schulausflug zu planen. Schließlich findet Elyse heraus, wer der geheimnisvolle Zettelschreiber ist und gewinnt viele neue, echte Freunde.

Abby Cooper: Wunderworte, Dressler Verlag, ISBN-13: 978-3-7915-0039-3, 16,99 Euro

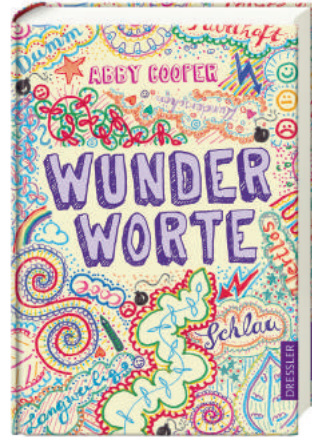


Foto: Dressler Verlag

## Warum ist die Banane krumm?

**Meist ist sie gelb, manchmal noch grün, aber immer ist sie gebogen. Stellt sich die Frage: Warum ist die Banane krumm? Die Antwort liegt im Sonnenlicht. Aber lest selbst.**



Die Bananenpflanze ist eine bis zu acht Meter hohe Staude mit eng anliegenden Blättern. Im Innern dieser Staude wächst in sieben bis neun Monaten eine einzige Blütendolde. In deren übereinanderliegenden Blättern verbergen sich kleine Bananen. Sie werden Finger genannt und etwa 10 bis 18 Finger bilden eine „Bananen-Hand“.

Zunächst wachsen die Bananen nach unten. Dabei fallen die schützenden und Schatten spendenden Deckblätter nach und nach ab. In dieser Phase streben die Früchte nach dem Sonnenlicht – also Richtung Himmel. Während des Richtungswechsels krümmen sich die Bananen, erklärt Heidrun Schubert, Ernährungsexpertin bei der Verbraucherzentrale Bayern.

In den Supermärkten oder Discountern sind überwiegend große Obstbananen zu finden. Ab und zu werden auch kleine Bananen, die sogenannten Babybananen, angeboten. Sie sind nicht nur kleiner, sondern auch dicker, haben eine dünnere Schale und schmecken aromatischer.

Quelle: Verbraucherzentrale Bayern

## Für „Kichererbsen“



„Wo ist denn dein Zeugnis?“, wird Paula von ihrer Mutter gefragt. „Bei Elli“, lautet die knappe Antwort. „Was macht das Zeugnis denn bei deiner Freundin?“ „Och, Elli wollte nur mal ihre Eltern erschrecken.“

Foto: © iStock.com/@todttauroman



# NEUGIER-ICH

## AUF DIE NEUE JUICY KIRSCHEN?

**JETZT  
PROBIEREN!**



**#FINDEDEINENVULKAN**

# 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.** Wie viele neue Gerolsteiner WeinPlaces gibt es?

- L 4
- S 5
- B 6



**2.** Wie heißt ein bekannter japanischer Samurai mit Vornamen?

- O Ryoma
- F Royma
- S Rayom



**3.** Welches Bier sagt von sich, dass es „ehrlich, frisch und würzig“ ist?

- R Bayreuther SCHNELL
- C Bayreuther GRELL
- N Bayreuther HELL



**4.** Seit wann gibt es den Limonadenklassiker „Sinalco“?

- N seit 1905
- F seit 1955
- H seit 1995



**5.** Welches Pils ist seit 1842 unverändert gut?

- B Pilsner Uhrwerk
- S Pilsner Urknall
- E Pilsner Urquell

LÖSUNGSWORT:

1 2 3 4 5

## DIE GEWINNE

### 1. Preis

Ein stylischer Beach-Cruiser für das ganz große Fahrvergnügen (powered by Sinalco)



### 2. Preis

Ein hochwertiges Küchenmesser, gefertigt nach traditioneller japanischer Handschmiedekunst (powered by kochmesser.de)



### 3. Preis

Bequemer und flexibler Sitzsack (powered by SABMiller)



### 4. bis 13. Preis

Je ein cooles Icebag (powered by Gerolsteiner)



### 14. bis 23. Preis

Je ein erfrischendes 5+1 Paket Bayreuther HELL (powered by Bayreuther Bierbrauerei)



#### Teilnahmebedingungen:

Mindestalter: 18 Jahre. Lösen Sie das Rätsel und schicken Sie das Lösungswort bis zum **30.09.2017** 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.



# Immer eine gute Erfrischung.



- ✓ 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. 1168/2011

[www.rhodius-mineralwasser.de](http://www.rhodius-mineralwasser.de)

## Guter Service erwartet Sie in 44 Getränkeabholmärkten

### Trinkbar

Christian Bonefas  
Waxweiler Straße 3  
54597 Lünebach

Trinkkontor Eifel-Mosel  
Trierer Str.91  
53940 Hellenthal

Bruno Diederichs  
In der Hesch 8  
54570 Kalenborn

Thilo Brusten  
Hauptstraße 60 a  
54570 Neroth

Dietmar Gieretz  
Dausfelder Höhe 5  
54595 Prüm-Dausfeld

Ulrich Dartenne  
Hagefeld 6  
53937 Schleiden-Dreiborn

Eva Bonefas  
Teichstraße 39  
54614 Schönecken

Martina Schreiber  
Kölner Str. 46  
54578 Walsdorf

Raiffeisen Ahr-Eifel EG  
Enztalerstraße 42  
54675 Mettendorf

Frau Hopp  
Rosenweg 6  
56237 Nauort

Christian Bonefas  
Bahnhofstr. 13b  
54687 Arzfeld

Norbert Klasen  
Hauptstraße 2a  
54616 Wintenspelt

Adelheid Neukirch  
Schulstr. 3  
54518 Bruch

Rainer Böhm  
Ordorferstr. 6a  
54647 Dudeldorf

Otmar Görgen  
Tränkgasse 35  
54526 Landscheid

bft Tankstelle Ludwig  
Himmeroder Straße 46  
54534 Großlittgen

Herr Pamin  
Auf der Boelz 2a  
56645 Nickenich

Herr Regney  
Bundesstraße 28  
56743 Thür

Herr Beckensträter  
Asbacher Str. 115  
53545 Linz

Herr Leisen  
Bibenweg 3  
53842 Troisdorf-Spich

Herr Schnitzler  
Gimmersdorfer Str. 14a  
53343 Wachtberg

Manfred Konder  
Trierer Straße 46  
54413 Ziemer-Rodt

Herr Flockenhaus  
Hauptstraße 49  
53819 Neunkirchen

Herr Krupp & Lamberz  
Konrad-Adenauer-Str. 74  
53343 Wachtberg

Frau Zalesny  
Alte Mayener Straße 2  
56759 Kaisersesch

Herr Lebon  
Grabenstraße 46  
53498 Bad Breisig

Herr Kau  
Roddenweg 38 a  
50321 Brühl

Herr Segsneider  
Martinstr. 15  
53332 Bornheim-Merten

Getränke Dudai  
Rampenstr.8  
56626 Andernach

Uli's Getränkeland  
Bornweg 15  
54617 Lützkampen

Martina Flucke  
Densborner Straße 6  
54597 Neustrassburg

Herr Lebon  
Rotweinstraße 3 – 5  
53474 Bad Neuenahr- Ahrweiler

### Braun & Blumenrath

Carsten Braun  
Ringener Straße 23  
53474 Bad Neuenahr-  
Ahrweiler

### Oberwinterer GAM

Herr Lebon  
Pfarrer-Sachse-Straße 8  
53424 Obenwinter

### 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 Schneider

Frau Schneider  
Industriestraße 1  
56337 Simmern

### Getränke Kronenberg-Zeljak

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

### Getränke Reifferscheid

Herr Reifferscheid  
Neuwieder Straße 54c  
56566 Neuwied-Engers

### Tankwirt

Herr Visang  
Dürener Straße 56  
53501 Grafschaft-Geldorf

Herr Visang  
Burgweg 1  
53501 Grafschaft

**TRINKBAR**<sup>TM</sup>  
Immer eine gute Erfrischung.