

Trendgetränke aus Augsburg

Wirtschaft Unternehmen in der Stadt entwickeln immer wieder Getränke, die auch bundesweit oder gar weltweit Fans finden. Jetzt will ein Start-up an diese Tradition anknüpfen – und setzt dabei auf einen Gin, der nach Kundenwunsch gefertigt wird.

VON ANDREA WENZEL

Spezi kennt eigentlich jeder. Das Mischgetränk aus Cola und Orangenlimonade steht auf fast jeder Speisekarte quer durch die Republik oder im Ausland. Es wurde nach dem Zweiten Weltkrieg vom Augsburger Brauhaus Riegele auf den Markt gebracht, das heute auch mit seinen Craft-Bieren international von sich Reden macht und immer wieder begehrte Preise gewinnt. Auch das junge Start-up-Unternehmen Frau Gruber ist in diesem Segment immer erfolgreicher. 2017 gegründet, exportiert das Unternehmen seine Craft-Biere mittlerweile in mehr als 20 Länder.

Doch Augsburg kann nicht nur Bier, sondern auch Gin. Der Hersteller August Gin ist vor wenigen Jahren auf diese Welle aufgesprungen, mit seinen Kreationen mittlerweile weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt und hat sich auch in der deutschen Gin-Szene etabliert, sagt Kenner Ulrich Mayer. Er führt

den Tabak- und Spirituosenladen No.7 in der Steingasse und beschäftigt sich nicht nur als Unternehmer, sondern auch als Gin-Fan mit dem Thema. Die Nachfrage nach dem Trendgetränk sei ungebrochen. Aus gutem Grund, wie Mayer sagt: „Gin ist ein ehrliches Getränk, das viele Variationsmöglichkeiten bietet. Es folgt der Bewegung hin zur klassischen Bar mit wenigen Zutaten.“

August Gin hat diese Entwicklung bereits erkannt und erfolgreich genutzt. Das wollen jetzt auch Helfried Prünster und Tom Praschivka schaffen und wieder einer Kreation aus Augsburg zu internationalem Ruhm verhelfen. Dafür haben sie sich eine eigene kleine Destillerie in Lechhausen eingerichtet. Weil sie aber nicht ein weiteres Label von vielen auf dem umkämpften Markt sein wollten, haben sie sich eine Nische gesucht und ihr Unternehmen MyOwnGin getauft. Dabei ist der Name Programm: Der Kunde kann selbst bestimmen, welche Zutaten Prünster und Praschivka in das individuell produzierte Getränk stecken sollen.

Zur Auswahl steht eine Liste mit 65 Produkten – vom Pfeffer über seltenere Zitrusfrüchte, wie Bergamotte, bis hin zum Zirbenzapfen. Gerne auch in Kombination. Manche Kreation gibt es aufgrund der seltenen Zutaten wohl nur beim Augsburger Start-up, sind sich die Gründer sicher, die seit 2016 daran tüfteln, wie die einzelnen Komponenten zusammgebaut werden müssen, damit am Ende ein rundes und harmonisches Getränk entsteht.

Bezogen werden die Zutaten im Übrigen über den Gewürzhandel, manche werden von den Geschäftsleuten auch selbst gepflückt, wie



Tom Praschivka (links) und Helfried Prünster stellen selbst Gin her. Vertrieben wird er über ihre eigene Homepage von MyOwnGin. Der Kunde kann die Zutaten selbst wählen.

Foto: Ulrich Wagner

Zirbenzapfen, Lindenblüten oder Holunder. Wenn möglich, wird auf Bio-Ware zurückgegriffen. Die Liebe zum Detail bezieht sich bei MyOwnGin aber nicht nur auf die Auswahl der Früchte und deren Zusammensetzung. Auch das Etikett lassen die Firmengründer individuell nach Kundenwunsch bei einem Designer in München machen. Die Auswahl der passenden Flaschen und Korken wurde ebenfalls nicht übers Knie gebrochen. „Wir wollten etwas, dass sich vom bisherigen Angebot abhebt.“

Rund 50000 Euro haben die Männer in ihr Projekt gesteckt und das Konzept kommt an. Seit Weihnachten 2019 ist der Online-Shop von MyOwnGin am Start und Prünster und Praschivka sind mit

der Zahl an Aufträgen bislang zufrieden. „Wir merken, dass die Menschen durchaus das Besondere suchen“, sagen die Gründer. Die Gins seien vor allem als Geschenk beliebt. Eine 0,5-Liter-Flache kostet zwischen 45 und 51 Euro. Dazu arbeiten die beiden mit Restaurants zusammen, die sich zu ihrem gastronomischen Angebot das passende Getränk zusammenstellen lassen.

Für Privatkunden gibt es den Gin bislang nur im Online-Handel zu kaufen. Lediglich die Basics werden im „Kolonial“ in der Altstadt angeboten. Daran soll sich auch nichts ändern. „Da wir den Gin in Handarbeit herstellen und hochwertige Zutaten verwenden, haben wir im Vergleich zu anderen Produzenten einen höheren Herstellungspreis.“

Weil beim Verkauf vor Ort auch der Händler mitverdienen will, ist diese Vertriebsform für uns derzeit nicht rentabel“, erklärt Prünster. Dass MyOwnGin weiter wächst, dagegen hat er aber nichts. Wichtig ist dem Duo aber, dass ihr Gin keine Massenware ist oder industriell gefertigt wird. Um ihr Start-up, das die beiden noch nebenberuflich betreiben, weiter anzukurbeln, wollen sie ihre Homepage weiter entwickeln und diese auch in Englisch und Italienisch anbieten. In diesen Ländern verberge sich noch Wachstumspotenzial. Gin scheint demnach auch in Zukunft ein Trendgetränk zu bleiben – und wer weiß, vielleicht steht den beiden eine ähnliche Karriere bevor wie anderen Augsburger Getränkeherstellern.

Rathausplatz: Die Fahrzeiten sind festgelegt

Betrieb darf zweimal bis 22 Uhr gehen

Seit Freitag läuft der Volksfestbetrieb in kleinem Rahmen auf dem Augsburger Rathausplatz. Ein Kettenkarussell, zwei Kinderfahrzeuge und ein Süßwarenstand gehören zum Angebot. Die Stadt wollte Schaustellern, die wegen der Corona-Pandemie finanzielle Sorgen haben, eine Unterstützung zukommen lassen. Mit der Resonanz sind die Schausteller sehr zufrieden. Josef Diebold, Sprecher der schwäbischen Schausteller, sagt, „dass die Kollegen sehr glücklich sind“.

Festgelegt hat die Stadt die Zeiten, zu denen der Betrieb am Rathausplatz erlaubt ist. Ab 11 Uhr ist täglich geöffnet. Um 20 Uhr ist dann Schluss. Freitags und samstags geht es bis 22 Uhr. Die Stadt hat die Sondernutzung des Rathausplatzes bis Mitte September gebilligt. Vorerst ist der Platz für die Schausteller freigehalten. Würden Kulturschaffende ein Konzept präsentieren, das die Stadt genehmigen müsste, wäre ein früheres Aus des Volksfestbetriebs denkbar. (möh)



Täglich um 11 Uhr beginnt der Rummel in kleinem Rahmen am Augsburger Rathausplatz. Foto: Michael Hochgemuth



Die Etiketten werden individuell für den Kunden designt. Foto: Ulrich Wagner