



## **PRESSEMITTEILUNG**

**Neustadt, 30. Juni 2021**

### **Meiningers International Spirits Award ISW sucht die Perfect Matches beim Gin & Tonic.**

**Neuland beim ISW: Zum ersten Mal widmete sich der Meiningers International Spirits Award ISW der Kombination aus Spirituose und passendem Filler. Gesucht wurden die Perfect Matches. Über 150 Kombinationen aus knapp 30 verschiedenen Gins mit sechs unterschiedlichen Tonic Marken von Schweppes und Goldberg kamen auf den Tisch der Verkostungsjury.**

Bei der Blindverkostung wurden den Juroren jeweils 5 cl Gin mit 15 cl Tonic Water auf exakt fünf Eiswürfeln frisch gemischt und ohne Garnitur serviert. Ins Rennen zogen jeweils drei unterschiedliche Tonic Water der Marken Schweppes und Goldberg.

Die optimale Vergleichsbasis bildeten die klassischen Tonic Water der beiden Marken.

Vom Marktführer Schweppes traten noch das Dry Tonic mit reduziertem Zuckeranteil und erfrischender Spritzigkeit sowie das ganz neue Herbal Tonic an, das durch feine Kräuternoten überzeugt. Die neue Qualität wird perspektivisch auch in 0,2l-Flaschen, etwa für die Gastronomie, verfügbar sein. Goldberg schickte neben dem Flaggschiff Tonic Water noch ihr hauseigenes Mediterranean Tonic mit erfrischenden Kräuteraromen sowie Zitrus- und Orangennoten sowie das Japanese Yuzu Tonic mit der unverwechselbaren Aromatik der Yuzu-Frucht in den Ring.

„Zum ersten Mal in der knapp 20-jährigen Geschichte des ISW haben wir nicht nur die pure Spirituose blind verkostet und bewertet, sondern in Kombination mit verschiedenen Fillern,“ erläutert ISW Verkostungsleiter Christian Wolf. „Natürlich war auch hier die Anonymität der Proben gewährleistet, sodass jegliche Beeinflussung ausgeschlossen war.“

Eine schwere Aufgabe für die Verkosterrunde aus Spirituosenkennern und Bar-Experten wie der Hamburger Bar-Ikone Uwe Christiansen oder Mixology-Chefredakteur Nils Wrage. Zunächst wurden die Gins pur verkostet und anhand eines eigens entwickelten ISW-Bewertungsschemas aromatisch analysiert. Darauf folgten in kurzen Abständen die sechs Gin & Tonic-Kombinationen mit dem jeweiligen Basis-Gin.

Aufgabe der Jury war es nun, zu bewerten, wie bestimmte Tonic Water die Charakteristik des Gins verändern, bestimmte Aromen hervorheben oder unterdrücken und ein Perfect Match für den jeweiligen Gin mit einem konkreten Tonic Water zu küren.

Als Vielseitigkeits-Sieger ging das Schweppes Dry Tonic aus der Verkostung hervor und konnte mit acht Kombinationen die meisten Perfect Matches auf sich vereinen. Der trockene, spritzige Geschmack kam bei den Experten erstklassig an und eröffnete bei einigen Gins neue spannende Aromen, die in der puren Verkostung mitunter noch unentdeckt blieben.



Doch auch die traditionellen Tonics schnitten mit fünf bzw. sechs Perfect Matches sehr gut ab. Der typische Tonic-Geschmack, den jeder Verbraucher kennt, harmoniert nicht zu Unrecht mit einer großen Bandbreite an Gin-Sorten und lässt ihnen Raum, sich zu entfalten und ihre Aromen auszuspielen.

Das Goldberg Mediterranean Tonic konnte vier Perfect Matches generieren und zeigt sich ebenfalls vielseitig einsetzbar. Das Herbal Tonic von Schweppes wurde in einigen Kombinationen als aromatisch überladen bewertet, ging aber nichtsdestotrotz in zwei Fällen als Jury-Liebling hervor. Hieran lässt sich wiederum die enorme geschmackliche Vielfalt im Gin-Bereich erkennen.

Das Japanese Yuzu Tonic rief bei den Verkostern gemischte Reaktionen hervor. Die sehr eigene Stilistik mit prägnanter Süße wurde bei wenigen Juroren in einzelnen Kombinationen nicht bevorzugt. Doch in der richtigen Mischung vermag das Yuzu Tonic den ein oder anderen Gaumen zu überzeugen.

Dabei kristallisierte sich heraus, dass es sowohl Gins gibt, die mit verschiedenen Tonics harmonieren und sich aufgrund ihrer kräftigen Grundaromatik stets durchsetzen können, als auch Gins, die etwas fragilere Aromen mit sich bringen und auf einen fein abgestimmten Sparringspartner im Filler-Bereich angewiesen sind.

„Gin wird zu einem weit überwiegenden Teil in Kombination mit Tonic getrunken, sodass wir hier sowohl den Konsumenten als auch dem Handel, der Gastronomie und Barszene mit diesem Wettbewerb eine kleine Hilfestellung bieten möchten“, so Verkostungsleiter Christian Wolf abschließend.

Alle Informationen zu den verkosteten Gins und den Perfect Matches finden Sie auf der Ergebnisseite des ISW:

[www.meiningers.de/spirituosen/verkostungen/international-spirits-award/ergebnisse](http://www.meiningers.de/spirituosen/verkostungen/international-spirits-award/ergebnisse)

#### **Über Meiningers's International Spirits Award ISW**

Der internationale Spirituosen-Wettbewerb wurde vor 18 Jahren vom Meiningers Verlag ins Leben gerufen. Bis 2020 versammelten sich einmal im Jahr Spirituosenexperten aus der ganzen Welt in Neustadt an der Weinstraße, um Spirituosen aller Art aus der ganzen Welt zu verkosten und zu bewerten.

Mit der Neuausrichtung auf ein monatliches, themenspezifisches Verkostungsformat garantiert der Wettbewerb eine noch detailliertere und nun ganz gezielt auf spezielle Spirituosenkategorien eingehende Verkostung und Beurteilung der eingereichten Spirituosen durch eine ausgewiesene Expertenjury.

Meiningers's International Spirits Award ISW gehört heute zu den bedeutendsten Spirituosenwettbewerben der Welt. Der Wettbewerb setzt mit seiner Verkostungsmethodik neue Maßstäbe im Bereich der Spirituosenbewertung. Basierend auf dem internationalen 100-Punkte-Schema werden die Spirituosen nicht vergleichend, sondern einzeln nach Aussehen, Geruch und Geschmack von einer Expertenjury ohne Kenntnis des Herstellers bewertet. Zusätzlich beschreibt der Wettbewerb jede verkostete Spirituose sensorisch in den für die jeweilige Wettbewerbskategorie typischen Aromen und Attributen. Hieraus wird ein für den Destillateuren und Konsumenten verständliches und nachvollziehbares Aromadiagramm erstellt, das einen ersten Eindruck über den Geschmack der Spirituose vermittelt.



Der 1903 in Neustadt an der Weinstraße gegründete Meininger Verlag ist einer der ältesten deutschen Fachverlage. Das Unternehmen hat sich insbesondere auf die Wein- und Spirituosenbranche spezialisiert. International hat sich der Meininger Verlag einen erfolgreichen Namen gemacht mit dem Großen Internationalen Weinpreis MUNDUS VINI. Neben bekannten Fachzeitschriften veranstaltet das Medienunternehmen Messen, Branchenveranstaltungen sowie Fachkongresse. Zum Portfolio des Meininger Verlags gehört auch FINEST SPIRITS in München, die Messe für Premiumspirituosen mit internationalem Festivalcharakter.

### **Über Schweppes**

Schweppes ist nicht umsonst Marktführer im Bereich der Bitterlimonaden. 1783 perfektionierte Juwelier Jacob Schewpe ein Verfahren zur industriellen Herstellung von mit Kohlensäure versetztem Mineralwasser. Seitdem steht Schweppes für außergewöhnliche Geschmackserlebnisse und konstante Premium-Qualität. Bei der Herstellung werden ausschließlich natürliche und schonend behandelte Rohstoffe sowie aufwändig gewonnene, hochwertige Essenzen verwendet, die für eine gleichbleibende Qualität sorgen und mit der sich Schweppes vom Wettbewerb abhebt. Die Marke tritt aktuell in neun klassischen Sorten sowie der Schweppes Zero und Fruity Range in jeweils drei Sorten auf. Neben den zwei Tonics - Indian und Dry - ging Schweppes jüngst mit dem neuen Herbal Tonic Water an den Start und baut so die hauseigene Tonic-Kompetenz weiter aus.

<https://www.schweppes.de/>

### **Über GOLDBERG & Sons**

Neben dem klassischen GOLDBERG Tonic Water – chininhaltig, mit einer leicht bitteren Note, dezenter Süße und mit leichten Zitrusaromen – hat GOLDBERG in den vergangenen Jahren einige weitere Kreationen entwickelt, um das Portfolio abzurunden. Dabei verfügen alle unsere Tonics und Bitterlimonaden über eine frische und ausgeprägte Kohlensäure, die in der gesamten Gebinde-Vielfalt vorhanden ist. Egal ob in der Glasflasche oder im PET-Gebinde, die Kohlensäure bleibt lange erhalten und frisch Cocktails und Longdrinks auf.

Das GOLDBERG Japanese Yuzu Tonic wurde zusammen mit Jimmy Barrat, World Class Finalist und Bar-Chef des Zuma Dubai, entwickelt. Mit der stark aromatisch duftenden Yuzu-Frucht kommen die fruchtig-floralen Aromen, die zarten Bitterstoffe und die dezente Süße sehr gut zur Geltung.

GOLDBERG Mediterranean Tonic: Vier handverlesene Botanicals verleihen diesem Premium Filler seinen unverwechselbaren Charakter mit mediterranen Nuancen. Thymian, Rosmarin und Citrus- und Orangennoten sorgen für ein intensives Geschmackserlebnis. Das Design interpretiert ein leichtes Blau des Mittelmeers wie das Pastellgelb, welches die Sonne auf dem Etikett widerspiegelt. Mit unserem hohen perfekten ausbalancierten Kohlensäuregehalt (10g/L) dient unsere Perlage ausgezeichnet als Geschmacksüberträger, welcher das Aroma der jeweiligen Spirituose hervorragend in den Vordergrund stellt. Unsere ausgeglichene Süße und Bitterness sorgt ebenfalls für ein stimmiges Geschmacksbild.

Ein Glücksgefühl der Sinne für ein mediterranes Flair im Glas für besondere Genussmomente. Geheimnisvoll, aufrichtig und unvergesslich ist es der perfekte Filler für einen leichten floralen Gin oder als leichten Aperitif mit anderen Low-ABV Spirituosen wie beispielsweise Aperol oder Vermouth.

Gemeinsam mit unserem GOLDBERG Collective-Team, bestehend aus hochkarätigen internationalen Experten der trendigen Bar- und Gastronomieszene.



Die MBG GROUP ist eine der führenden Unternehmensgruppen im Bereich Getränkevermarktung und -entwicklung in Deutschland. MBG ist Markeninhaber von SCAVI & RAY WINERY, SALITOS, effect®, 9 MILE Vodka, ACQUA MORELLI, HENDERSON AND SONS, Goldberg & Sons, SEARS GIN, JOHN'S NATURAL CORDIALS, DOS MAS etc.

MBG generiert mit seinen 250 Mitarbeitern und dem gesamten Portfolio an Eigen- und Vertriebsmarken einen jährlichen Umsatz von über 200 Mio. Euro.

[www.mbg-online.net](http://www.mbg-online.net)

**Pressekontakt:**

**Nicole Zeisset**

Meininger Verlag GmbH

Maximilianstr. 7-15

67433 Neustadt

Tel.: 06321 89 08 94

E-Mail: [zeisset@meininger.de](mailto:zeisset@meininger.de)

Internet: [www.spirituosen-wettbewerb.de](http://www.spirituosen-wettbewerb.de); [www.meininger.de](http://www.meininger.de)