

BRÄNNT



KULTURGUT IM KOMMEN

Deutscher Whisky

NEUE VIELFALT FÜR PURISTEN

Premium-Rum

Der Wiederaufstieg

Weinbrände der Welt

Mix it!

Die besten Signature-Drinks

[MEININGER - SINCE 1903]

AUFLAGE / VERBREITUNG / ZIELGRUPPEN

LOSING

MY RELIGION?

Unser aller liebstes Kulturgut „Spirituose“ befindet sich im Prozess eines tiefen Wandels. Können Zukunftsinnovation und Traditionshandwerk zusammen gehen oder ist das hochprozentige Business dem Untergang geweiht?

Text: Tim Allinger

„It's the end of the world as we know it“ – sagen REM bereits 1987 und gefühlt hat die technisch vorgerückte Dystolie von damals angesichts der politischen Weltlage nur wenig ihrer Aktualität verloren. „I feel like –“ schreibt Michael Stipe den Refrain zu und auch wenn ich es nicht sicher sagen kann, kann ich mir doch gut vorstellen, dass er dabei (gedanklich) ein Glas guten Whiskys in der Hand hatte.

Ganz so fatalistisch wie hier muss man den Blick auf die Spirituosenwelt selbstverständlich nicht anlegen – doch es ist einiges im Umbruch.

das es sich lohnt zu betrachten. Mehr zunächst zum Potenzial. Mehr Vielfalt als heute war noch nie! Das schrieb sich so ähnlich bereits letztes Jahr und das gilt heute umso mehr. Egal ob man nach Whisky-Liebhabern in Spanien, Gin-Enthusiasten oder Rum-Contourern sein mag, das Angebot an verlässlichen Spitzenprodukten aus Nah und Fern wächst immer weiter und wird heute noch kein Fan des Spirituosen Genusses geworden ist,

der hat schlicht einfach nicht genug probiert. Tappt der Fachhändler um die Ecke (siehe auch S. 14 ff.) können sich letztendlich um Beratung und die Erläuterung individueller Wünsche.

„Shiny Happy People“

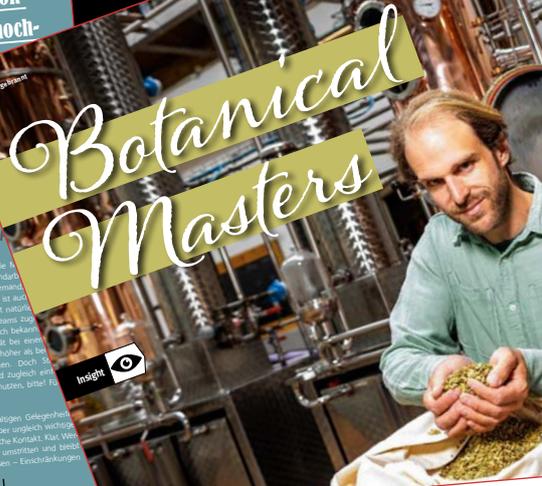
Auch ein Punkt, der immer öfter an die Wand gemalt wird: Das Aussehen des (irrtümlicherweise) Einzelhandels. Keine Frage, die individuellen Anpassungen im Geschäftsmodell, doch es zeigt sich auch die Corona-Erfahrung hat das nochmal deutlicher herausgearbeitet. Nachfrage nach Guidance und Gatekeeping im Getränkesektor gibt. Danke an der Stelle an alle professionellen Maschinen und Mäcker unserer Branche, die sich dem Wind der aromatischen Eintracht entgegennehmen und im besten Sinne für die Vielfalt kämpfen – ohne wirklich zu „jammern“, dazu kommen ich gleich...

da der leidenschaftliche Kanari zu Verfügung Gemüder zu erreichen. Minderheiten. Die Köpfe oben genannten Händlern einem engagierten Nachbarn als eine der wichtigsten Säulen

„Talk About The...“

Die Kaufargumente haben die letzten Jahre sehr stark auf ihrer Seite. Tradition, Handwerk, lokale oder Regionalität, „emotionaler“ Inhalt oder Produkt story sind allesamt wichtige Punkte. Das gilt natürlich auch für die Weinbranche. Die Weinbranche wird zunehmend sich bei den Konsumenten unterscheiden sich bei den Multi-Millionen-Interessierten. Doch die Multi-Millionen-Interessierten sind ein wenig wie die wichtigsten und zugleich wenig bekannte Charaktere. Chinesen nutzen, bitter für die meisten Konsumenten ist unvollständig.

Das gilt für die mannigfaltigen Gelegenheiten des sozialen Kontakts, aber ungleich wichtiger ist und bleibt der persönliche Kontakt. Klar, Wein ist und bleibt der persönliche Kontakt. Klar, Wein ist und bleibt der persönliche Kontakt. Klar, Wein ist und bleibt der persönliche Kontakt.



Botanical Masters

Ein Herz für Agaven

Die Nachfrage nach hochwertigem Tequila steigt immer weiter – die hierfür notwendige Vielfalt stellen leidenschaftliche Importeure schon längst bereit. Doch hat Tequila und Mezcal wirklich das Zeug zur neuen Hype-Kategorie? Drei Branchen-Insider wärd das überhaupt wünschenswert? Drei Branchen-Insider wärd das überhaupt wünschenswert? Drei Branchen-Insider wärd das überhaupt wünschenswert?

Text: Helmut Boro



Tequila wird landwirtschaftlich als „Kaktusstranger“ bezeichnet, daher gehören Agaven zur Familie der Farnpflanzen. Ohne die harte Arbeit der „Jinadores“ (Jahres vor der Ernte bis zu 100 kg schwerer Agavenstämme) wäre die Tequila-Produktion unmöglich.

GESTATTEN, BRANNT!

BRANNT ist Spirituosenkult pur. Selbstbewusst, extrovertiert, designstark und State-of-the Art ist es das Medium, das Marke, Handwerk, Können und Qualität gleichermaßen in den Fokus stellt. Schnell, markant und nah dran am Geschehen taucht das **Magazin für Spirituosenkult** tief in die Welt des Gebrannten ein, schaut in Reportagen und Porträts hinter die Kulissen der Branche und begleitet das Business vom ersten Rohbrand bis zum finalen Deal im Fachhandel. Kompetent, kompakt und kategorieübergreifend: **BRANNT** ist die Plattform für das schönste und erfüllendste Genussmittel überhaupt – Ihre Spirituose!

Bunte Vögel

Es gibt die Genieker, die bereits herausgefunden haben, was ihr persönlicher Liebling in der Spirituosenwelt ist, und voll glücklich sind mit dem, was sie für sich entdeckt haben. Andere durchforsten noch den Dschungel, und denen wollen wir hier ein bisschen Inspiration anbieten – vier Beispiele für exotische Brände aus aller Welt, von denen man (vielleicht) noch nie gehört hat!

Text: Helmut Boro



#1 Baiju
Der Begriff „Lachstrom“ ist dabei relativ zu sehen, denn Baiju ist eine süßholzwürzige, starkalkoholische Spirituose, die dem westlichen Gaumen zunächst erstmal eine steile Lernkurve hat. Der Geschmack ist bei weitem nicht so einfach, wie er scheint. Die Produktion ist sowohl sensorisch als auch vom Produktionsstandpunkt her. Die Gärung erfolgt in der Regel in Holzfässern, die mit Wasser und Hefe gefüllt sind. Die Gärung erfolgt in der Regel in Holzfässern, die mit Wasser und Hefe gefüllt sind. Die Gärung erfolgt in der Regel in Holzfässern, die mit Wasser und Hefe gefüllt sind.

#2 Pisco
Chile oder Peru? Die Diskussion, ob dieser südamerikanische Weinbrand nun ursprünglich hier in der Hochprozentigen Welt oder in der Hochprozentigen Welt... Die Diskussion, ob dieser südamerikanische Weinbrand nun ursprünglich hier in der Hochprozentigen Welt oder in der Hochprozentigen Welt... Die Diskussion, ob dieser südamerikanische Weinbrand nun ursprünglich hier in der Hochprozentigen Welt oder in der Hochprozentigen Welt...

Es ist eine Diskussion – braucht eine Spirituosenkategorie Innovation, um weiterhin in der modernen Spirituosenwelt bestehen zu können? Die eine oder andere Kategorie zerreißt sich dabei, eine neue Polarisation entsteht zwischen den Kräften, die sich eher zurückziehen und die sich auf die Tradition stützen. Im Rückbau der schlimmsten Auswüchse eines industriell-konventionellen Herstellers wird wieder Ezel zum Zehner und dann ein Mähdrescher für die gebackenen Agaven. Die Agaven sind ein Teil der Kultur, die die Agaven sind ein Teil der Kultur, die die Agaven sind ein Teil der Kultur...

Cristiano ist als Kategorie seit einigen Jahren im Markt und zeigt, dass man mit derartigen Variationen nicht klüger werden kann, die sonst mit getriebenem Exportverhalten... Cristiano ist als Kategorie seit einigen Jahren im Markt und zeigt, dass man mit derartigen Variationen nicht klüger werden kann, die sonst mit getriebenem Exportverhalten... Cristiano ist als Kategorie seit einigen Jahren im Markt und zeigt, dass man mit derartigen Variationen nicht klüger werden kann, die sonst mit getriebenem Exportverhalten...



Das getrocknete „U“ ist essentiell für die besondere Baiju-Aromatik.

Fasgeirer Pisco bekommt man nur in Chile wie hier in der Bausz-Dezelle.
In Chile findet man dagegen Produktionsstätten, die der lokalen Welt bekannt und weitgehend geschätzt sind. Die Produktion ist... Fasgeirer Pisco bekommt man nur in Chile wie hier in der Bausz-Dezelle. In Chile findet man dagegen Produktionsstätten, die der lokalen Welt bekannt und weitgehend geschätzt sind. Die Produktion ist... Fasgeirer Pisco bekommt man nur in Chile wie hier in der Bausz-Dezelle.

BRANNT 2023

Erscheinungstermin:
23.09.2024

Anzeigenschluss:
09.08.2024

Druckunterlagenschluss:
26.08.2024

SCHWERPUNKTE DER AUSGABE 2024

Insight

- Spirituostrends kompakt
- Top-Dealer: Die besten Spirituosenhändler Deutschlands

Spot on

- Premium-Rum: neue Vielfalt für Puristen
- Weinbrände der Welt und ihr (Wieder)Aufstieg
- Deutscher Whisky: Kulturgut im Kommen
- Foodpairing: Hochprozentige Kombis, die begeistern
- Mitgebrannt: Spirituosenkult hautnah!

Education

- Zu Besuch im „Walhalla of Whisky“
- Artesanal Distilling: Brennblasen aus Ton, Holz und mehr

ISW-Spezial:

- Sonderauszeichnungen und Preisträger
- Die Perfect Matches beim G&T-Tasting

Drinks

- Die besten Signature-Drinks des Jahres

BRANNT 2024 – Das Magazin für Spirituosenkult

Anzeigenpreise und -formate

Heftformat	225 x 285 mm		
Anzeigenformat	Satzspiegel Breite x Höhe (mm)	Anschnitt (zuzügl. 3 mm Beschnitt) Breite x Höhe (mm)	Anzeigenpreise 4-farbig
Umschlagseite		225 x 285	€ 5.550
1/1 Seite	200 x 232,5	225 x 285	€ 4.950
1/2 Seite quer hoch	200 x 122,5 112 x 232,5	225 x 142 126 x 285	€ 3.570
1/3 Seite quer hoch	200 x 77,5 83 x 232,5	225 x 100 97 x 285	€ 3.150
1/4 Seite quer hoch	200 x 53,5 51 x 232,5	225 x 69 68 x 285	€ 2.950

Ihre Ansprechpartner*innen
für Anzeigen:

Michael Bosch

Tel.: +49 (0)63 21/8908-40
bosch@meininger.de

Nathalie Brust

Tel.: +49 (0)63 21/8908-47
brust@meininger.de

Alle Preise zzgl. MwSt.