



Der Wacholdergeist mit der Tonkabohne ist Liebling der Gourmet-Gaumen: 3 Jahre Tonka Gin aus Hamburg

Tonka Gin surfte auf der Gin Welle von Anfang an ganz oben mit. Jetzt wird der von Bartendern und Liebhabern hoch geschätzte Wacholdergeist aus Hamburg, der sich durch sein würziges Aroma deutlich von anderen Gin-Sorten unterscheidet, drei Jahre alt. Sein Schöpfer Daniel Soumikh baut die Marke gemeinsam mit seiner Frau Serap auf und freut sich mittlerweile über Bestellungen aus Österreich, Italien, Frankreich, Belgien, England sowie Spanien. „Wir sind stolz, dass wir unseren Umsatz jedes Jahr verdoppeln können“, so Soumikh, der seinen Gin bereits in Top Bars in New York, Chicago und Paris etablierte. „Wir haben von unseren Kunden und aus der Gastronomie viel Unterstützung erfahren – dafür sind wir dankbar.“



Tonka Gin
500ml
34,90 Euro

Dem außergewöhnlichen Geschmackserlebnis fiel Tonka Gin Erfinder Daniel Soumikh auf einer Spanien-Reise. Er genoss einen Gin Tonic, über den zur Verfeinerung Tonkabohne gerieben wurde. „Der Geschmack hat mich von da an nicht mehr losgelassen. Ich hatte sofort die Idee, einen Gin zu entwickeln, der das Aroma beinhaltet und perfekt zu Geltung bringt“, erinnert sich der Hamburger, der damit an seine berufliche Erfahrung im Spirituosenmarkt anknüpfte.

Bei Gourmets und Sterneköchen spielt die kleine Bohne schon lange eine große Rolle. Ihre süßlichen, vanilleähnlichen Aromen mit Nuancen von Bittermandel werden zum Würzen von Gerichten und zur Verfeinerung von Desserts verwendet. Soumikh ließ sich von der exotischen Bohne inspirieren und verlieh seiner Manufaktur-Spirituose mit der Tonkabohne und 22 weiteren Botanicals einen besonderen Twist, der sich vom herkömmlichen Wachholderbouquet abgrenzt. Nach fast 24 Monaten und zahlreichen Tastings, Rezepten und Kleinstserien, war auch eine Destilliere bei Hamburg gefunden, die die Rezeptur umsetzen konnte. Tonka Gin war geboren und kam im September 2014 erstmals auf den Markt.

Schnell wurden renommierte Bars wie die Monkey Bar in Berlin, die Good Old Days Bar in Hamburg, die East Gruppe oder die Hotelkette Waldorf Astoria auf Tonka Gin aufmerksam. Neben Onlineshops und Delikatessenhändlern nahmen auch Spirituosen-Fachgeschäfte die neue Gin-Marke auf. Zu den Pionier-Partnern gehören das Alsterhaus und der Feinkost-Vorreiter Mutterland in Hamburg, sowie das KaDeWe in Berlin und Galeria Kaufhof.

Heute, drei Jahre später, hat sich Tonka Gin einen festen Platz auf dem heiß umkämpften Markt gesichert. Die knapp zweijährige Tüftelei an der perfekten Zutatenkombination hat sich nicht zuletzt dank der Zusammenarbeit mit kompetenten Barkeepern bestens bewährt. Neben der Tonkabohne und natürlich Wacholder, sind es insgesamt 23 Botanicals, die den Geschmack von Tonka Gin ausmachen.