

Der Geist aus 95 Jahren

VG v. 16.11.19

Magdeburger Abtshof wurde im Jahr 1924 gegründet und widmet sich jetzt den Goldenen Zwanzigern

Von Martin Rieß

Buckau • Als im Jahr 1924 der Abtshof in Magdeburg gegründet wurde, war kaum daran zu denken, dass der Geist jener Zeit jetzt wieder Thema für das Unternehmen sein würde: Der Buckauer Spirituosenhersteller spielt in den kommenden Wochen eine Rolle beim Musical „Berlin Berlin – Das Berlin der 20er Jahre“, das am 19. Dezember im dortigen Admiralspalast seine Premiere hat und das nach einigen Vorstellungen bis Februar auch in München, Köln, Düsseldorf, Hamburg und Stuttgart gezeigt wird. Erwartete werden 150 000 Besucher. Helmut Mager ist fürs Marketing im Abtshof zuständig und erläutert: „Die 1920er Jahre waren die Blütezeit des Absinth – und daher passen wir mit unserem Programm gut rein.“

Dass das Thema Absinth für die Magdeburger eine wichtige Rolle spielt, verwundert nicht: In der Brauereistraße in Buckau werden dort, wo die erste Dampfbrauerei jenes Stadtteils stand, nach wie vor eine Reihe von Klassikern wie Kräuter, Weinbrand und Klarer hergestellt. Und auch der koschere Wodka ist seit den 1990er Jahren im Programm. Doch mit dem Absinth, bei der Abtshof auf ein hochwertiges Angebot mit aufwendiger Verpackung setzt, hat sich der Spirituosenhersteller überregional einen Namen gemacht und

auch beim Handel gute Karten, gelistet zu werden. Mit seiner Marke Absinth 66 hat das Unternehmen sogar seine Marktführerschaft in Deutschland im Vergleich zu den Vorjahren weiter ausgebaut und liegt inzwischen bei einem Marktanteil von 66 Prozent.

Gideon Nissenbaum ist geschäftsführender Gesellschafter und erläutert: „Wir möchten in diesem Bereich mit neuen Ideen weitere Kunden gewinnen.“ Neu auf den Markt gebracht werden sollen in den kommenden Monaten daher zwei neu entwickelte Spezialitäten: Mintsinth



mit Minze und Chocosinth mit dunklem Kakao.

Der Vermarktung Flügel verleihen dürfte Cassidy Rose, die als Markenbotschafterin Plakate ziert und bei öffentlichen Präsentationen mit von

der Party ist.

Helmut Mergel war die junge Frau von einem Post vom Leipziger

Gothic-Treffen aufgefallen. „Mit ihren kunstvollen Tattoos ist sie eine perfekte Botschafterin für uns“, bestätigt Gideon Nissenbaum.

Helmut Mergel erläutert: „Die Grüne Fee war in den 1920er Jahren bereits eine Werbefigur für den Absinth. Mit einer

Neuinterpretation aus der Gothic-Szene schlagen wir eine Brücke ins Hier und Jetzt.“ Zum einen werde der Gedanke der 1920er Jahre aufgenommen: Ebenso wie die Künstlerszene der damaligen Zeit steht Cassi-

dy Rose für das Außergewöhnliche. Zum anderen können mit ihr Brücken geschlagen werden zu den Menschen zwischen 20 und 40.

Cassidy Rose demonstriert derweil die Absinthzeremonie: „Man lässt den schmelzenden Zucker in den Absinth tropfen.“ Und dann fügt man ganz vorsichtig kaltes Wasser hinzu. „Dann ergibt sich die milchig-grüne Farbe, die so sehenswert ist“, erläutert sie.

Cassidy Rose ist Marken-Botschafterin für den Abtshof. Sie demonstriert hier eine Absinthzeremonie, bei der kaltes Wasser in den Absinth tropft, nachdem in diesen geschmolzener Zucker getropft ist. Foto: Martin Rieß