



magazine

zaterdag 25 en zondag 26 juli 2015 · www.ad.nl

magazine@persgroep.nl



Zomerhit:

gin-tonic

Zin in gin

Fris, tintelend en
nooit saai.
Deze zomer drinken
we gin- tonic.

Tekst: Sanne Tegelaar
Foto's: Jacqueline de Haas



Lekker
Tim Hoevenagel,
barmanager in het
Conservatorium
Hotel, weet hoe je
een gin-tonic bereidt.

Do the mix



Thuis op zoek naar de ultieme gin-tonic?
 Koop niet zomaar een fles. Bij gespecialiseerde slijters kun je vaak eerst even proeven. Vraag naar de *botanicals*, de plantenextracten, die voor de gin zijn gebruikt en laat je inspireren voor de gepaste garnituur, bijvoorbeeld basilicum of sinaasappel met kruidnagel. De ideale mixverhouding is 1 deel gin op 4 delen tonic. *Let's mix!*

Fruitig

- Gin Mare, €39
- Fever Tree Mediterranean Tonic Water, €4,50 voor vier flesjes
- Basilicum en sinaasappel



Fris

- Hendrick's, €33
- Fever Tree Indian Tonic Water, €1,25 per flesje
- Komkommer

Doe mij er ook maar zo een, klinkt het aan de bar. Hartstikke fout. Zo werkt het niet bij het drankje van de zomer van 2015. Een gin-tonic is niet zomaar een gin-tonic. Het is een uitgekende mix, geserveerd in een elegante copa, voorzien van een passend garnituur.

De trend is overgewaaid uit Barcelona. In zo'n warme stad is koffie geen fijne optie na de maaltijd. Een sprankelende gin-tonic wel. Het waren de Nederlandse hipsters die drie jaar geleden terugkwamen van een tripje Spanje en zelf thuis aan het mixen sloegen.

En nu staat hij op de drankkaart van elke bar en wordt de

mix geserveerd op elk terras. Daarom is het handig om te weten wat je smaak is, want je kunt hopeloos verdwalen tussen de vele ginmerken, met elk zijn eigen accent.

Petra de Boevere, gindeskundige en eigenaar van slijterij De Vuurtoren in Sluis, spiegelt haar klanten drie smaakcategorieën voor: kruidig, bloemig en fruitig. Zo kan ze beter bepalen welk van de honderden merken die ze verkoopt het best bij de klant past.

Alle gins hebben ten minste één ding gemeen: de jeneverbes. Wat verder bij het productieproces wordt gebruikt, geeft de drank zijn smaakaccent. Bijvoorbeeld kruidnagel, citroen, kaneel of komkommer.

Die smaak wordt versterkt door

de garnituur in het glas. Nippend aan een gin-tonic van het merk Hendrick's blijkt dan dat dat reepje komkommer er niet voor de sier in zit.

Plantenextracten

Ook de tonic doet ertoe. Als we de kenners moeten geloven is het vloeken in de kerk als je een 'standaard' tonic van Schweppes of Royal Club bij een Bobby's Gin van ruim 30 euro de fles gooit. Want, net als de gin, is tonic gebaseerd op plantenextracten. Geen kunstmatige stoffen dus, maar pure ingrediënten.

De tonic van Fever Tree wordt vervaardigd door het ambachtelijk samenbrengen van oliën uit bloemen, fruit en kruiden. Die ingrediënten maken dit

Pittig

- V2C, €36,50
- Fever Tree Mediterranean Tonic Water, €4,50 voor vier flesjes
- Citroen en rode peper

Kruidig

- Sylvius, €35
- 1724 Tonic, €6 voor vier flesjes
- Appel en kaneel



Bitter

- Brooklyn, €62,50
- Thomas Henry Tonic Water, €5 voor vier flesjes
- Grapefruit en rozemarijn

tonicmerk zo passend bij gin.

Wie op het terras een witte wijn bestelt, krijgt de vraag: 'chardonnay of sauvignon?' Gevolgd door 'uit Chili of Frankrijk?' Ook een 'mag ik van u een gin-tonic' wordt beantwoord met een wedervraag. Naam en rugnummer zijn nodig. „Bestelde je tien jaar geleden in New York gewoon een gin-tonic dan werd je keihard uitgelachen,” zegt Vincent van Dijk van trendwatchbureau HBMEO. „In Nederland gaat het ook die kant op. Je wordt specifiek gevraagd naar welk merk je wilt of van welke smaak je houdt.”

Rode peper

Er komen steeds meer bars waar voornamelijk gin-tonic wordt

Elke maand komen er nieuwe merken en dus nieuwe mixopties bij

geschonken. De Tunes Bar in het Conservatorium Hotel in Amsterdam was ruim drie jaar geleden een van de eersten. Meer dan veertig gins kunnen worden besteld. Van een bekend merk als Hendrick's tot een exclusieve als Brooklyn Gin. De trots van de Tunes Bar is de zelf ontwikkelde mix van V2C gin met een garnituur van citroen en rode peper. „Onze gasten zeiden weleens dat ze op zoek waren naar een wat pittiger gin-tonic. Toen ben ik gaan zoeken naar een garnituur die die smaak zou versterken en kwam uit bij de rode peper,” vertelt barmanager Tim Hoevenagel.

„We verkopen de Hendrick's met komkommer nog steeds veel - dat is gewoon een erg populaire - maar eigenlijk vind

ik het ook jammer als die wordt besteld. Er zijn zoveel meer mogelijkheden.”

Elke maand komen er nieuwe merken en dus nieuwe combinaties bij. „Echte ginliefhebbers zijn niet merktrouw, maar blijven proeven en experimenteren,” zegt Petra de Boevere. Je kunt er eigenlijk niet op uitgekeken raken. Het drankje van deze zomer gaat dan ook veel langer mee dan tot de herfst, is de verwachting. Het kan zelfs afgeschreven voorgangers opnieuw laten sprankelen. Limoncello bijvoorbeeld is allang niet meer hip. Trendwatcher Vincent van Dijk: „Dankzij de gin-tonic wordt er ook met andere dranken gemixt. Zo drinken we nu ook een limoncello-tonic.” ■