

199 GINS

UIT BELGIË & NEDERLAND



Opgedragen aan Eveline & 'Georges'



DE COMPLETE GIDS

199 GINS

UIT BELGIË & NEDERLAND

FRÉDÉRIC DU BOIS & ISABEL BOONS

 LANNOO



VOORWOORD	6
GESCHIEDENIS	10
GIN: EEN STUKJE GESCHIEDENIS	10
GIN-TONIC IN DE MIX	24
PERFECT SERVE	24
WAT HEB JE NODIG?.....	24
IN VIJF STAPPEN NAAR DE PERFECTE GIN-TONIC	31
GINS UIT BELGIË	32
GINS UIT NEDERLAND	308
GIN UIT LUXEMBURG	392
10 MUST-VISIT BARS	
BELGIË	396
NEDERLAND	401
GINCYCLOPEDIA	406
ALFABETISCHE INDEX	429

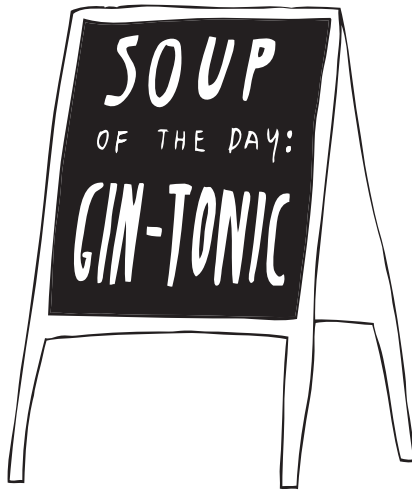


Dit symbool wijst erop dat je de distilleerderij kunt bezoeken.



Dit symbool wijst erop dat deze gin slechts in beperkte mate beschikbaar is.

VOORWOORD



‘S traks verlang ik nog naar de tijd van een simpele Gordon met Schweppes...’ Het is een gedachte die me spontaan doet glimlachen, en tegelijk de basis en drijfveer vormde voor dit boek. Want voor wie het wel aandurft spontaan een nieuwe favoriete gin te willen adopteren, is de keuze simpelweg overweldigend. Op het internet circuleert overigens een geweldige sketch (zie ☀️) van twee barmannen die een gin- tonic klaarmaken volgens de regels van de kunst anno 2005 en 2015. Een buitenstaander schudt wellicht ietwat meewarig het hoofd, een gin-aficionado krijgt een glimlach op de lippen...

Je mag intussen wel stellen dat gin – en in zijn slipstream de softdrink ‘tonic’ – zijn plaats voorgoed heeft veroverd in het hart van de consument én de barprofessional. De voorbije jaren heeft gin onze barkasten thuis en ook de drankenkaart in menig restaurant of café ge-

domineerd, en de toekomst zal uitwijzen hoe lang die enorme populariteit nog zal duren.

Het is opvallend hoe het concept ‘gin’ in onze Lage Landen intussen is uitgegroeid tot een fenomeen met een omvang dat hoogstwaarschijnlijk ongeëvenaard zal blijven... Misschien kunnen we het het beste nog vergelijken met voetbalgekte: we zien overal ginclubs opduiken (zowel in de vriendenkring als op nationaal niveau), de vakliteratuur over gin groeit razendsnel, beurzen worden bijna wekelijks georganiseerd en alerhande merchandising zoals kalenders, T-shirts, magneetborden, gin-ijscrème, dozen met gin-tonic-kruiden, doe-het-zelfkits, Limited Editions-series... voeden zonder twijfel de cultus.

Ook heuse gintrips en stokerijbezoeken zijn in opmars, waarbij vergeten plaatsen en stoffige stookkelders zich ontpoppen tot hippe bedevaartsoorden. Opmerkelijk hoe bijvoorbeeld de Beefeater-stokerij in Londen meer dan 150 jaar lang strikt verboden terrein was voor onbevoegden, totdat in 2014 in geen tijd een indrukwekkend Visitors Centre uit de grond werd gestampt.

CONSUMENT WORDT PRODUCENT

De haast onstuitbare groei van ginmerken heeft ook te maken met het relatieve gemak waarmee en de korte tijdsperiode waarin een gin(merk) tot stand komt. Het kan lezers misschien nog op ideeën brengen. De (war-me) stokerijen kunnen de vraag amper volgen, maar tegelijkertijd biedt het fenomeen ze wat (financiële) ademruimte en voegt het een tikkeltje creativiteit toe aan de categorie. De keuze van ingrediënten – van kokosnoot over rundvlees tot levende kreeft – is in theorie haast ongelimiteerd. Gewiekste ondernemers bieden vandaag iedereen de mogelijkheid zelf een gin samen te stellen en zelf de merknaam te kiezen om op een trendy manier een geboorte of jubileum te vieren.

En als sportverenigingen afscheid nemen van hun jaarlijkse taartenslag en societyclubs de traditionele fundraising niet langer voeden met wijnverkoop, maar

iedereen opteert voor een eigen gin, dan kun je gerust stellen dat deze jeneverbesdrank onze harten, hoofden én (thuis)bars heeft veroverd.

Ik geef de lezers graag één belangrijke opmerking mee: dit boek is een verzamelwerk dat een overzicht wil geven in wat bij sommigen in tussentijd als een ondoordringbaar oerwoud moet overkomen. Tegelijk is het een momentopname – ook nu nog duiken wekelijks (zowel lokaal als internationaal) nieuwe ginmerken op. De stroom lijkt haast onuitputtelijk en zal vermoedelijk nog enige tijd aanhouden. Het kan de dorst naar meer smaak en beleving enkel maar voeden.

Dit boek is dan ook geen encyclopedisch naslagwerk, maar een verzameling intrigerende merknamen, opvallende flessen en amusante anekdotes. Alles samen is het een hommage aan een drank die in het afgelopen decennium zijn *nec plus ultra* heeft bereikt, de wereld van *spirits* heeft gedomineerd en zowel leken, liefhebbers als professionals op haast ongeziene wijze heeft begeesterd.

VAN RAGE TOT REVOLUTIE

Zoals bekend begon het allemaal met de allures van een hype, een tijdelijk en hyperpopulair fenomeen, maar in plaats van net als de zoveelste zomerrage over te waaien, begon het duidelijke kenmerken van een trend te vertonen. Het werd allemaal wat serieuzer en omvangrijker en het bleef maar aanslepen... En nu, enkele jaren later, is vriend en vijand het erover eens: gin heeft zijn plaats (terecht) opgeëist en de categorie gedistilleerde dranken zal nooit meer dezelfde zijn: de (r)evolutie heeft plaatsgevonden.

Het gezegde ‘over smaak valt niet te twisten’ blijkt meer dan ooit op waarheid te berusten. Daarom laten we de individuele kwaliteitsbeoordeling van elke gin graag over aan de smaakpapillen van de lezer. Sommige merken en distillaten vallen onder de categorie van compound- of menggins, en vormen vaak een (neven) activiteit van brouwerijen en/of ambitieuze autodidac-

ten. Andere gins zijn juweeltjes van kennis en kunde, en worden op traditionele(re) manier gestookt bij zogenaamde ‘warme’ stokerijen. Die gelden nog altijd als de huizen van (ambachtelijke) kennis en vertrouwen en om die reden zetten we ze in dit boek dan ook graag in de kijker.

Zoals het spreekwoord gaat: aan alle mooie liedjes komt een einde. Op een dag zal ook deze trend weer rationelere proporties aannemen, wanneer de consument net één merk te veel heeft zien opduiken of net één G&T te veel heeft gedronken. Of wanneer er morgen een nieuw drankje opduikt dat in ijltempo onze smaakpapillen zal veroveren, wie zal het zeggen... Maar vandaag schenken we ons vooralsnog een deugd-doende gin-tonic in terwijl we volop genieten van het snuisteren in dit boek. *Cheers!*

Frédéric

☼ *Neem een kijkje op*
www.youtube.com/watch?v=Hr25YHpAfPc
en klik in één moeite door naar
www.youtube.com/watch?v=BsfeLjVK660.

GIN: EEN STUKJE GESCHIEDENIS

OF HOE DE JENEVERBES DE WERELD VERANDERDE...

Voor gin was er genever of jenever. In België spreekt men van jenever met een 'j', terwijl Nederlanders het nog vaak houden op genever met een 'g'. De geschiedenis van gin laat zich niet gemakkelijk vertellen en is er eentje van moed, ellende, nog meer ellende en uiteindelijk, tot op de dag van vandaag, eentje van nieuwe evoluties, inzichten en smaken.

Whisky doet denken aan de Schotse Hooglanden, rum refereert aan piraten en driehoekshandel en wodka fluistert ons Siberische winters toe. Maar wist je dat gin een geschiedenis met zich meedraagt van het Midden-Oosten over Europa tot Amerika, een geschiedenis die het volledige wereldbeeld veranderde?

BELGIË OF NEDERLAND?



'der naturen bloeme'

De befaamde drank die de grondslag vormt van onze favoriete gin is ontstaan in de Lage Landen (nu België en Nederland). De eerste vermelding van de jeneverbes vinden we terug in *Der Naturen Bloeme*, geschreven door Jacob van Maerlant in 1269. In deze encyclopedie wordt de jeneverbes bejubeld om haar vele geneeskundige eigenschappen. Van Maerlant heeft het over jeneverbessen die, gekookt in wijn, dienstdoen als medicijn tegen krampen en maagpijn. Een

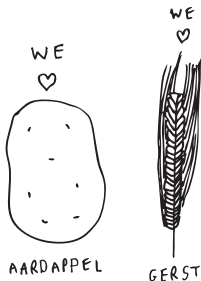
eeuw later duikt jenever alweer op in een boekje als medicijn, nu echter tegen de pest. De auteur, Jan van Aalter, schrijft daarnaast als eerste over de euforische uitwerking van jenever. En laten Jacob en Jan nu toevallig Vlamingen zijn. Het is wel zo dat jenever in Groot-Brittannië en Amerika bekendstond en nog steeds staat als *Dutch courage* of *Holland gin*, verwijzend naar de voertaal van de Lage Landen. Tijdens de val van Antwerpen in 1585 vluchten namelijk heel wat Antwerpenaren naar Nederland en nemen hun geliefde jenever mee. België gaat daarna gebukt onder bijna een eeuw drooglegging, terwijl in Nederland de gouden eeuw aanbreekt en de jeneverproductie zich volop kan ontwikkelen.



YES WE CAN...

Doordat men steeds meer vertrouwd raakt met distilleermethoden ontdekt men dat spirits gemaakt kunnen worden van om het even welke substantie die kan gisten. Je kunt je voorstellen dat dankzij die kennis een

hele wereld opengaat... Tijdens de 14de en 15de eeuw wordt er dan ook lustig gestookt. Polen en Rusland ontdekken de meer dan aangename meerwaarde van de aardappel. Ierland en Schotland gaan aan de slag met gerst, en brandewijn wordt in de Lage Landen de verzamelnaam van een hele reeks spirits. Accijnsrapporten van 1492 tonen aan dat



aanzienlijke hoeveelheden spirits op basis van graan, meer bepaald rogge, massaal worden gestookt. In 1582 verschijnt de eerste technische beschrijving van het distilleren op basis van graan: *Guide to Distilling Korenbrandewijn* van Casper Jansz.





GIN
UIT
BELGIË



VOORWOORD

N neem een zwarte apothekerfles, een paar schijfjes komkommer, voeg voldoende ijs en wat enthousiaste televisiechefs toe, roer even voorzichtig om en voilà: een nieuwe hype is geboren!

We schrijven 2011 en het gebeurt allemaal op een nogal voorspelbare manier: de betere restaurants, hipper bars en golfclubs pakken als eerste uit met het drankje. Dat is begrijpelijk, want het is even wennen aan de prijs van pakweg 10 tot 12 euro voor een drankje waar je – godbetert – wat komkommer aan toevoegt en bij voorkeur een tonic van het toentertijd onbekende merk *Fever-Tree*. Die prijs is toch een behoorlijk hoge drempel voor dit bierminnende en cavadrinkende volk.

Maar al spoedig duiken gespecialiseerde groothandels op, zoals het Antwerpse Miraflor, en worden de eerste schuchtere ginstastings gehouden. Er verschijnen steeds meer ginmerken waarbij ook Vlaamse premium gins niet mogen ontbreken. Anno 2013 is het tijd voor een eerste hoogmis: in Antwerpen vindt in het Felix Pakhuis de allereerste Gin Fair plaats, een themabeurs die de volgende jaren een ruime nationale en internationale navolging zal krijgen. Televisiepersoonlijkheden Nathalie Meskens en Sergio Herman worden er ter plaatse tot enthousiaste meter en peter van de nieuwbakken *The Belgian Gin Club* gedoopt.

Gin-tonic maakt zijn opwachting op de menukaarten van de betere horecazaak en verdringt er langzaam de bubbels (lees: cava en champagne) als aperitief van het huis. En bovendien staat het chic om thuis uit te pakken met een grote collectie ginflenzen. Niemand die het aandurft je te wijzen op een latent alcoholprobleem, een trendy vogel ben je des te meer!

De eerste gespecialiseerde ginbars openen hun deuren. Barmannen goochelen er met grote wijnglazen of copa's, gebruiken ruim bemeten porties ijs en garnituren van allerlei slag en mixen tonics met exotische merknamen. Tegelijk duiken ook talloze (online) gin-tonicshops op die als paddenstoelen uit de grond rijzen en de hype is compleet: Vlaanderen valt als een blok voor het herboren eightiesdrankje.

Klassiek aan het Belgenland is de wijze waarop deze longdrink in de beginjaren voornamelijk het noorden van het land in zijn ban krijgt. Het zijn in eerste instantie de Vlamingen, behoorlijk doordrongen van de bourgondische levensstijl, die het drankje in ijlt tempo adopteren. Het hoeft niet te verbazen dat de regio Knokke-Brugge – de streek met de hoogste Michelinsterrendichtheid ter wereld – deze hippe longdrink omarmt. Diezelfde eet- en drinkfilosofie kun je dus doortrekken van het bord naar het glas.

Enkele jaren later geraakt ook het zuiden van België geleidelijk overtuigd van de wonderlijke smaken van gin-tonic, maar het klassieke(re) redeneren en degusteren – met een gastronomische focus die meer richting Frankrijk, wijn & kaas neigt – vormt er nog een begrijpelijke barrière. Enkele lokale sterrenrestaurants vormen de haast spreekwoordelijke trendy oases in een woestijn.

Tijdens de beginjaren wordt het aanbod premium gin vooral beheerst door enkele buitenlandse merken die schuchter de Belgische markt betreden – denk aan Hendrick's Gin, Gin Mare, Geranium Gin, Monkey 47 en The Botanist. De historische stokerijen zoals Filliers, De Moor en Biercée laten deze heropleving niet zomaar voorbijgaan en lanceren weldra hun eigen ginmerk (portfolio), al is dit manoeuvre minstens even gedurfd als lonend. Al deze dynamiek stimuleert reeds vroeg enkele pientere lokale ondernemers en al snel duiken merken op als *Spring Gin* van tv-gezicht Manuel Wouters (Njam!), *Buss509 Gin* (barmanager Serge Buss) en *Forest Gin* (restauranthouder Jurgen Lijcops) – toeval of niet, ze komen allemaal uit het Antwerpse. Door hun goede ondernemerschap verwerven ze een mooie positie in het (marktland)schap... En dan slaat de goud- of beter gezegd de ginkoorts in alle hevigheid toe en in de jaren die volgen, zien we de geboorte van talloze merken en varianten.

We waarschuwen je alvast: hoewel ik de vele (g)initiatieven een warm hart toedraag – van filantropisch over natuurgeïnspireerd tot zuiver winstbejag – speelt in dit boek niemand verstoppertje. We geven de lezer een eerlijke en transparante presentatie en zo compleet mogelijke informatie. Zoals Thomas Jefferson (Amerikaans president en filosoof) het al zei: 'Eerlijkheid is het eerste hoofdstuk in het boek der (gin)wijsheid.'

1836 BELGIAN ORGANIC GIN



RAEREN

WWW.DISTILLERIE.BIZ

OORSPRONG

De 1836 Belgian Organic Gin van 43% wordt geproduceerd door stokerij Radermacher. Deze artisanale stokerij werd opgericht in 1836, is een van de oudste nog bestaande stokerijen in België en bevindt zich in de Duitstalige gemeente Raeren in de provincie Luik. De stokerij mikt op topkwaliteit en blijft trouw aan de eigen familietraditie en haar oude recepten. Vandaar dat authenticiteit en kwaliteit er hoog in het vaandel staan; ze streven ernaar enkel natuurlijke grondstoffen te gebruiken en vermijden kunstmatige aroma's en kleurstoffen. 1836 Belgian Organic Gin is de eerste biologische gin met certificaat in België en wordt gemaakt van gecertificeerd biologisch graan, in combinatie met elf vruchten, wortels en planten. 1836 Belgian Organic Gin werd in 2014 bekroond met de 'Superior Taste Award', een onderscheiding die door een internationale jury van Chefs & Sommeliers wordt uitgereikt.

SMAAK EN AROMA

Fris en floraal in de neus door de combinatie van talrijke kruiden en aromatische planten. Ook de smaakvaring is kruidig, maar heeft toch de nodige frisheid.

ASSORTIMENT

- 1836 Organic Gin / 40 %
- 1836 Barrel Aged Gin / 42%



KARDE MOM

INGREDIËNTEN

jeneverbes
bergamot
citroenschil
koriander
engelwortel
sinaasappelschil
kardemom
lavendel
vlierbloesem
kaneel
den

PERFECT SERVE

Schweppes Premium Mixer
Pink Pepper en kaneel



DISTILLERIE RADERMACHER

WWW.DISTILLERIE.BIZ 

In 1836 vatte Peter Radermacher, van beroep een rentmeester, het plan op om een jeneverstokerij op te richten. Hij bezat reeds een graanmolen en kon zijn gemalen graan als grondstof voor de jeneverproductie gebruiken. Het was de officiële start van stokerij Radermacher. Na het overlijden van Peter nam zijn zoon Leonard de stokerij over. Met het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog begon een moeilijke periode. Het gezin met zes kinderen kon net overleven met de opbrengsten van de boerderij. De Duitse bezetter nam alle productie-apparaten in beslag. Na de oorlog wist de familie gelukkig voldoende kapitaal bij elkaar te rapen om nieuwe apparaten aan te kopen. Later kwam de stokerij in handen van de vier zonen Leonard (Jozef, Pierre, Willy en Lambert), die zich toelegden op het maken van jenever en likeur. Ook bottelden ze wijn die ze in vaten aankochten. Tijdens de Tweede Wereldoorlog moest de stokerij opnieuw noodgedwongen haar activiteiten stilleggen, omdat de nazi's Radermacher distilleerderij geen toestemming willen geven om alcohol te produceren. Lambert en Willy weigerden immers om lid te worden van de nationalistische partij. Na de oorlog gingen de zaken weer beter. Na jaren van ontbering kwam de economie terug op gang en kon de distilleerderij haar zakencijfer vertienvoudigen. In

1948 kochten de broers een nieuwe distilleerinstallatie en kregen ze toestemming van het ministerie om te stoken. In 1990 nam Bernard Zacharias, kleinzoon van Lambert Radermacher, het bedrijf over. Zijn enthousiasme, zijn creativiteit en vooral zijn nauwgezetheid en respect voor de familietradities hebben ervoor gezorgd dat de stokerij haar verdiende plaats in het Belgische jeneverlandschap heeft teruggekregen. Bernard slaagde erin om de productie van 10.000 flessen op te voeren tot 1 miljoen flessen per jaar. En dan te bedenken dat hij ooit begon met één enkele auto om zijn producten te leveren...



4T4 HAAGEM GIN



44%

OUDEGEM

WWW.4T4GIN.COM

OORSPRONG

Het verhaal van 4T4 begon tijdens het jarenlange proeven van wijn, jenever, whisky en gin. Zo kregen de makers een passie om smaken en geuren te leren kennen en tegelijk in het achterhoofd bijpassende gerechten te bedenken. Tijdens die jaren hebben ze veel nieuwe stalen en distillaten zien uitgroeien tot toppers die zich intussen duidelijk onderscheiden hebben op de markt. Vandaar dat het idee ontstond om zelf een gin uit te brengen. Door hun jarenlange ervaring in het proeven wisten ze perfect welke smaak ze wilden creëren en het eerste resultaat was al snel klaar. De naam 4T4 verwijst naar het alcoholpercentage van de gin, maar het is toch een gin met een hele zachte smaak zonder de nadruk op de alcohol te leggen. Haagem is dan weer de lokale dialectnaam voor de gemeente Oudegem.

SMAAK EN AROMA 4T4 HAAGEM DRY GIN

Jeneverbes en roze grapefruit met toetsen van koriander.

ASSORTIMENT

- 4T4 Haagem Dry Gin / 44%
- 4T4 Purple Lips / 44%

INGREDIËNTEN 4T4 HAAGEM DRY GIN

jeneverbes
koriander
roze grapefruit
citrus

PERFECT SERVE

Schweppes Premium Mixer Original, een schijfje citroen en enkele ijsblokjes





4T4

Haagem
Dry Gin

Vanwege de auteur: mijn oprechte dank aan allen die hebben meegewerkt aan dit boek. Het bedenken van een nieuwe gin en het maken van een boek vergt haast even veel energie & geduld, maar het eindresultaat maakt telkens veel goed.

COLOFON

WWW.LANNOO.COM

Registreer u op onze website en we sturen u regelmatig een nieuwsbrief met informatie over nieuwe boeken en met interessante, exclusieve aanbiedingen.

Tekst	Frédéric Du Bois en Isabel Boons
Fotografie	Kris Vlegels, met uitzondering van p. 37, 59, 71, 125, 139 Alexandre Bibaut, p. 130-131 Stokerij Filliers, p. 161 Open Up Farm Distillery, p. 177 Antwerp Gin Company, p. 180 HTK Gin, p. 189 Distilleerderij De Korhaan, p. 221 Stokerij Massy, p. 243 Stokerij Rubbens, p. 289 Vibe Distillers, p. 299 Brouwerij Wilderen, p. 327 De Borgen Distillery – Hooghoudt, p. 365 Onder de boompjes, p. 371 Van Wees Distilleerderij De Ooievaar, p. 389 Wenneker Distilleries, p. 391 Zuidam Distillers, p. 396 Bar Burbure, p. 398 Green Lab, p. 399 Neuf Mille, p. 400 Koks & Tales/© JPP Bies Interior, p. 401 Bar Oldenhof, p. 402 Tunes Bar, p. 404 Noah, p. 405 Behind Bars
Illustraties	Emma Thyssen
Vormgeving	KIET
Opmaak	Keppie & Keppie

Als u opmerkingen heeft, dan kunt u contact nemen met onze redactie: redactielifestyle@lannoo.com.
Voor vragen over Gin&Tonic, stuur een mailtje naar info@mirafloer.be.

© Uitgeverij Lannoo nv, Tiel, 2017
D/2017/45/43 – NUR 447
ISBN 978 94 014 4150 6

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.