



Vom flüssigen Gold zum weltweiten Kult – ein ru(h)mreicher Weg

Kaum ein Alkoholika-Name lädt so zum Kalauern ein wie Rum. Das reicht von „Lieber Rum trinken als rum treiben“ über „Bei Trinkern spricht sich alles Rum“ bis hin zu „Rum, Rum! riefen die Kosaken, als der Oberst sie vor der Schlacht fragte, ob sie Ruhm oder Schande wollten.“ Wilhelm Busch schuf dazu den Vers: „So geht es mit Tabak und Rum: Erst bist du froh, dann fällst du um.“ Heinrich Heine widmete dem Hochprozentigen den Vierzeiler: „Die Göttin hat mir Thee gekocht// Und Rum hineingegossen.// Sie selber aber hat den Rum// Ganz ohne Thee genossen.“ ...



Zucker



Kaum eine Spirituose konnte über Jahrhunderte hin weltweit so viele Anhänger gewinnen. Columbus brachte das aus Ostasien stammende Zuckerrohr, aus dem der Rum hergestellt wird, bei seiner zweiten Fahrt mit nach Amerika und pflanzte es persönlich auf Kuba an. In den Südstaaten wurde der Zucker – und mit ihm der aus dem „Abfallprodukt“ Melasse gewonnene Rum – rasch zu einem der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren. George Washington feierte seine Amtseinführung mit einem Fass Rum. Admiral Nelson hatte verfügt, dass sein Leichnam darin eingelegt werden soll, falls er die Schlacht bei Trafalgar nicht überlebt. Für Henri de Toulouse-Lautrec zählte er bereits beim Frühstück zu den essentiellen „Lebensmitteln“. Ernest Hemingway, der

dem Rum in „Inseln im Strom“ ein literarisches Denkmal setzte, hat seine Jahre auf Kuba eingeteilt in „Daiquiri im Floridita“ und „Mojito in der Bodeguita de Medio“. Und die Tiki Tones veröffentlichten erst vor wenigen Jahren ihre „Songs for Rum Drinkers“.

Kaum ein geistiges Getränk hat so viele unterschiedliche Facetten und Geschmacksrichtungen. Und kaum jemand kennt sich in dieser Vielfalt so gut aus wie Petra und Jürgen Dietrich vom Kölner Rum Kontor: Circa 500 verschiedene Sorten bieten

sie in ihrem Geschäft wie auch über einen Online-Shop an. Die meisten Sorten haben sie selbst verkostet und auch selbst bewertet. „Würzig, fruchtig, delikat und sehr mundfüllend“ ist in ihren Beschreibungen ebenso





zu lesen wie „sanft und überaus elegant“, „schönste Aromen von Vanille, Orangenschale, Kakao und harmonisch eingebundener Eiche“ ebenso wie „Aromen von Leder, etwas Zeder, Gewürzen und getrockneten Blüten“. Die Wortwahl der beiden Geschäftsinhaber erinnert an die Expertisen großer Parfums.

70 bis 80 % des Umsatzes macht das Kölner Rum Kontor heute über das Internet. Dort kaufen Gastronomen, kleinere Händler und – zu etwa 50 % - die „Endverbraucher“. Unter denen wiederum „überdurchschnittlich viele Ärzte und Apotheker zu finden sind“, so Jürgen Dietrich. Im kleinen und gemütlichen Ladenlokal in der Lübecker Straße beraten sie Kunden, „die zum Teil aus Hamburg oder München angereist kommen“. Eingefleischte Rum-Fans, die über Mund-Propaganda oder einen der zahlreichen Artikel

auf das Spezial-Geschäft aufmerksam wurden. „Bis auf den Spiegel und die Zeit hat fast jede Zeitung oder Zeitschrift mal über uns berichtet – von der Hörzu über die FAZ bis zu Capital.“

Wie rasch ihre Idee von Erfolg gekrönt wurde, zeigt die Aussage von Petra Dietrich: „Im zweiten Jahr nach der Eröffnung konnten wir schon in Urlaub fahren.“ Da waren sie – wie in den Jahren zuvor und den Jahren danach – wieder auf Entdeckungsreise nach „wogenden Zuckerrohrfeldern, entlegenen Destillierern, dem Duft von Rum“ und dem „Hauch von Karibik“, den sie mit ihrem Geschäft nach Köln gebracht haben.

