



Pressemitteilung

München, den 20. September 2021

Kai Dräger und Alexander Rudolph, haben aus ihrer Sake-Leidenschaft eine Geschäftsidee entwickelt und importieren Aged Sake aus Japan nach München.

„Aged Sake ist in der westlichen Welt nahezu unbekannt und selbst in Japan ein rares Produkt. Wir wollen den Menschen in Deutschland zeigen, dass Sake so anders sein kann als das, was sie bisher erlebt haben.“

Sake wird meistens mit japanischem Essen verbunden. Dank seines vollen Körpers und kräftigen Charakters passt Aged Sake aber auch hervorragend zur westlichen Küche, insbesondere zu geschmacksintensiven Gerichten. Durch die lange Reife entsteht eine unglaublich abwechslungsreiche Produktpalette.

“Wir haben klassische Aperitifs, großartige Essensbegleiter und unverwechselbare Digestifs im Angebot. Aged Sake kann trocken wie ein Rotwein, erfrischend mit leichter Süße und Säure wie ein Weißwein oder auch aromatisch wie ein Dessert-Wein ausgebaut sein. Wer seiner Kundschaft eine Alternative zu kräftigen Weiß- und Rotweinen oder zu Sherry anbieten möchte, wird bei uns garantiert fündig werden.“

Zum Start ihres Geschäftsbetriebs haben Kai Dräger und Alex Rudolph fünf Craft-Sake-Brauereien mit über 20 verschiedenen von 3 bis 20 Jahre lang gereiften Aged Sake ausgewählt. Als nicht destilliertes, sondern gebrautes Getränk mit einem Alkoholgehalt zwischen 15 und 17% lässt sich Aged Sake angenehm genießen.

Um dem Gaumen eine Vergleichsvorstellung zu geben, haben die beiden nicht nur gereiften Sake sondern auch einige frisch gebraute Produkte derselben Brauereien im Portfolio.

„Das ist ein absolutes Highlight. Wo sonst kann man einen frisch gebrauten Sake mit seiner Wandlung nach 5, nach 15 und sogar nach 20 Jahren Reife vergleichen?“

Besonderes Augenmerk legen die beiden, auf die Präsentation der von ihnen persönlich vor Ort ausgewählten Familienbrauereien.

„Jede Brauerei ist anders und hat ihre eigene Regionalität die man kennen muss, um den Sake in der Flasche zu verstehen.“

Das gleiche gilt für die Kundenbeziehungen.

„Sake ist ein People Business. Es geht um persönliche Beziehungen. Wir haben mit unseren Brauereien eine starke Verbindung aufgebaut und wollen diese Beziehung auch mit unseren Kunden aufbauen um das Produkt gebührend im Markt platzieren zu können.“

Für Aged Sake-Neulinge und insbesondere für B2B Erstkäufer werden Online- und Offline Tastings angeboten.

„Wir haben für unsere B2B-Kunden ein System entwickelt, das alle notwendigen Informationen beinhaltet, um Aged Sake ohne Vorkenntnisse und große Vorbereitung präsentieren und servieren zu können. Und natürlich sind wir auch immer für unsere Kunden da.“

Während der Marktfokus auf B2B in Deutschland und Europa im Bereich Feinkost, Bars und Restaurants liegt können Endkunden in Deutschland auch eine Auswahl der Produktpalette direkt auf www.aged-sake.de erstehen.

Kai & Alex wollen ihr Portfolio erweitern und laden interessierte Brauereien dazu ein Proben ihrer vielleicht noch nicht gehobenen Schätze einreichen.

Mehr Details zu Aged Sake, den Brauereien und natürlich den Produkten auf www.aged-sake.de und unter info@aged-sake.de.

Unsere Pressemitteilung sind auch auf Englisch, Französisch und Japanisch erhältlich.

hin & her UG (haftungsbeschränkt)
Tiroler Straße 23
82515 Wolfratshausen
Deutschland