vinetur

Baijiu ist gemessen am Volumen die meistkonsumierte Spirituose der Welt

Die chinesische Spirituose mit oft 40 bis 65 % vol. bleibt im Westen ein Nischenprodukt, weil ihre Aromastile Erwartungen auf den Kopf stellen können

Dienstag, 10. November 2026



Baijiu, eine klare chinesische Spirituose, die vielen westlichen Trinkern noch unbekannt ist, gilt weithin als die nach Volumen meistkonsumierte destillierte Spirituose der Welt. In Märkten wie Spanien und den Vereinigten Staaten ist sie dennoch ein Nischenprodukt.

Der Name bedeutet auf Chinesisch „weißer Schnaps“ oder „weißer Alkohol“. Baijiu ist jedoch keine allgemeine Bezeichnung für beliebige klare Spirituosen, sondern umfasst eine große Familie chinesischer Destillate, die nach einem Verfahren hergestellt werden, das sie von Wodka, Whiskey und anderen Getreidespirituosen unterscheidet.

Baijiu wird überwiegend aus Sorghum hergestellt, doch verwenden die Produzenten auch Reis, Weizen, Mais, Hirse und andere Getreide. Der entscheidende Unterschied ist der Einsatz von Qu, einem aus Getreide und Mikroorganismen bestehenden Fermentationsstarter. Diese Kultur wandelt Stärke in vergärbare Zucker und anschließend in Alkohol um und prägt damit maßgeblich Geschmack und Struktur der fertigen Spirituose.

Historiker führen die Ursprünge dieser Technik rund 3.000 Jahre zurück, bis etwa 1000 v. Chr. Das Verfahren ist komplex und unterscheidet sich je nach Region und Hersteller, umfasst aber im Allgemeinen das Kochen des Getreides, die Vergärung mit Qu und die anschließende Destillation, häufig mehr als einmal. Vor der Verwendung wird Qu üblicherweise zu Ziegeln oder festen Blöcken geformt.

Baijiu wird oft als Chinas Nationalschnaps bezeichnet, sollte aber nicht mit Huangjiu verwechselt werden, einem weiteren traditionellen chinesischen alkoholischen Getränk. Huangjiu wird vergoren, nicht destilliert, und gehört zu einer ganz anderen Kategorie.

Reifung kann bei der Herstellung von Baijiu eine Rolle spielen, doch wird die Spirituose üblicherweise nicht auf dieselbe Weise wie Whiskey oder Rum kategorisiert oder vermarktet, bei denen die Fassreife in Jahren häufig das Produkt definiert. Bei Baijiu richtet sich die gängigste Einteilung nach dem Aromastil und nicht nach dem Alter. Für Neulinge kann dieses System schwer verständlich sein, da die Geschmackskategorien nicht immer den Erwartungen entsprechen, die westliche Spirituosen geweckt haben.

Zu den bekanntesten Kategorien zählt Mixiang, auch als Reis-Aroma-Baijiu bezeichnet. Dieser Stil gilt allgemein als einer der milderen und zugänglicheren, was jedoch nicht bedeutet, dass er schwach ist. Baijiu hat unabhängig von der Aromakategorie häufig einen hohen Alkoholgehalt.

Ein weiterer wichtiger Stil ist Qingxiang, meist mit „leichtes Aroma“ übersetzt. Trotz des Namens kann er sehr kräftig sein. Die Produzenten vergären diese Sorte häufig in Steinbehältern; die fertige Spirituose ist oft klarer und zurückhaltender als andere Baijiu-Stile.

Nongxiang, Baijiu mit intensivem Aroma, ist der beliebteste Stil in China und eng mit der Provinz Sichuan verbunden. Er ist für sein intensiveres, ausdrucksstarkes Bukett bekannt und besitzt ein Profil, das viele Trinkende als vollmundig und kraftvoll empfinden.

Jiangxiang, häufig mit „Soßenaroma“ übersetzt, zählt zu den eigenständigsten Stilen. Die Bezeichnung verweist auf eine würzige Aromatik, die manche grob mit Sojasoße vergleichen, obwohl die Spirituose selbst nicht mit Soja aromatisiert wird. Diese Kategorie ist für Erstverkoster oft schwer einzuordnen; einige der bekanntesten Flaschen erzielen hohe Preise.

Neben diesen Gruppen gibt es weitere Aromastile, Unterkategorien und regionale Traditionen. Die Vielfalt von Baijiu ist einer der Gründe, warum sich die Kategorie für Verbraucher außerhalb Chinas nur schwer definieren lässt. Auch Markennamen können die Einordnung erschweren, denn viele enthalten wörtliche Übersetzungen oder Anspielungen, die ausländischen Käufern ohne Kontext wenig sagen.

Diese geringe Bekanntheit hat dazu geführt, dass Baijiu in vielen westlichen Ländern trotz seiner Bedeutung in China relativ unbekannt geblieben ist. In den vergangenen Jahren haben Importeure, Barkeeper und Spirituosenfachleute versucht, die Spirituose einem neuen Publikum näherzubringen. In Europa und Nordamerika ist die Kategorie jedoch weiterhin klein im Vergleich zu Wodka, Whiskey, Gin oder Tequila. Für viele Verbraucher ist das Geschmacksprofil die größte Hürde. Baijiu weist oft ausgeprägte fermentierte, fruchtige, florale, erdige oder würzige Noten auf, die Trinkern, die fassgereifte Spirituosen oder neutrale Getreidedestillate gewohnt sind, ungewöhnlich

erscheinen können.

Auch der Alkoholgehalt spielt eine Rolle. Baijiu weist üblicherweise etwa 40 bis 65 % vol. auf und liegt damit bei vielen Varianten auf dem Niveau oder über dem Alkoholgehalt üblicher westlicher Spirituosen. Er wird oft in kleinen Portionen ausgeschenkt und häufig bei Trinksprüchen serviert, bei denen sich mehrere Runden rasch summieren können.

Diese Trinkkultur ist Teil der Rolle, die Baijiu im chinesischen Sozial- und Geschäftsleben spielt. Gemeinsame Trinksprüche, kleine Ausschankmengen und ritualisierte Gastfreundschaft sind seit Langem mit der Spirituose verbunden, besonders bei Banketten und formellen Essen. Baijiu wird häufig pur getrunken, doch einige Barkeeper außerhalb Chinas verwenden ihn inzwischen auch in Cocktails, um seine Aromen schrittweise zugänglich zu machen.

Der Preis kann je nach Marke, Herstellungsverfahren, Renommee und Alter stark variieren. Manche Flaschen für den Alltag sind relativ günstig, während Premium-Marken aufgrund langer Produktionszyklen, Lagerzeiten und ihres Markenprestiges teuer werden können. In dieser Hinsicht folgt Baijiu einem Muster, das vom globalen Spirituosenmarkt vertraut ist, auch wenn sich das Kategoriensystem deutlich unterscheidet.

Für Neulinge ist Baijiu oft schwer einzuordnen, denn es steht weder für einen einzigen Geschmack noch für eine einzelne Tradition. Die Kategorie umfasst zahlreiche Rohstoffe, Gärverfahren und regionale Stile. Gemeinsam sind ihnen der Einsatz von Qu, die chinesische Destillationstradition, auf der sie beruhen, und der zentrale Platz, den die Spirituose bis heute in der chinesischen Trinkkultur einnimmt.