



Jan Torf Vertrieb  
Inhaber: Martin E. Platz

Bauernreihe 6  
27726 Worpswede

Telefon 0 47 92 - 9 60 84  
Fax 0 47 92 - 95 00 56

So ein Magen ist schon ein kompliziertes Organ. Ein echter Fleißarbeiter, rund um die Uhr im Einsatz im Dienste der Verdauung. Keine Sekunde Atempause darf er sich gönnen, nicht durchschnaufen oder die Beine hochlegen. Klar, dass er da gelegentlich mal ordentlich durchgespült werden muss. Immer mehr Menschen greifen dabei zu einem Kräuterbitter-Likör aus dem Teufelsmoor, zu „Jan Torf“. Gut rinnt das Gebräu aus Enzianwurzeln, Bitterklee, Ingwer und allerlei anderen erlesen Gewächsen durch die Kehle – inklusive eines kleinen, unverzichtbaren Nachbrenners. Das Rezept fußt auf einer alten Überlieferung aus dem Familienkreis und wurde von Martin E. Platz und einem befreundeten Destillateur vor einigen Jahren ausführlich getestet.

Der Mann mit der Schnaps-Idee kommt ursprünglich vom Marketing. Das merkt

man. Kaum hatte er der Rezeptur den letzten Schliff verpasst, knüpfte er bereits Kontakte zum Handel und zur Gastronomie. Er weiß: „Ein guter Vertrieb ist die halbe Miete.“ Heute, nach nur fünf Jahren, sind die schlanken Flaschen mit den plattdeutschen Sinnsprüchen und dem stilisierten Torfkahn auf dem Etikett aus den Verkaufsregalen nicht mehr wegzudenken. Dabei stellt das Engagement für das Moor und seine Bewohner für Platz, der als Kind in Worpswede aufwuchs, dann berufsbedingt weg- und 1995 wieder herzog, weit mehr dar als nur ein werbeträchtiges Lippenbekenntnis. Er lebt die Region, er liebt die Region. „Jan Torf – Spezialitäten aus dem Teufelsmoor“ will er zu einer Marke von Rang machen und zu einem Gütesiegel. Auf dem Weg dahin ist er bereits. „Jan Torf“ – den Namen entnahm Platz den Erzählungen Heinz Lemmermanns über den gleichna-

migen Moorbauern – gilt bei Einheimischen und bei Touristen gleichermaßen als Kultgetränk. Den aromatischen Likör gibt es in der 0,7-Liter-, in der 0,35-Liter- und in der 0,02-Liter-Miniflasche für den kleinen Schluck zwischendurch. Dazu kommen drei attraktive Geschenkpackungen mit eigenen Gläsern. Für die „Edition Jan Torf“ gestaltet in jedem Jahr ein anderer zeitgenössischer Worpsweder Künstler das Etikett der Flaschen, die im Set als Sonderausgabe in einer limitierten Auflage von lediglich 1000 Stück in den Handel gehen. Der Marketing-Fachmann kennt die Gesetzmäßigkeiten des Marktes: „Verknappung schafft Nachfrage!“ Und warum sollte das, was einmal funktioniert hat, nicht auch ein zweites Mal klappen? 2002 brachte Platz deshalb „Jan Torf's Bittere Tropfen“ auf den Markt, einen etwas kräftigeren und hochprozentigeren Kräuterbitter für all jene Genießer, die es gern ein bisschen stärker und schärfer mögen. Die Grundlage bilden mehr als 20 Kräuter, Wurzeln und Säfte. Und auch diesmal steckt die Liebe im Detail: Ein Designer hat spezielle eckige Flaschen entworfen, wobei die 0,2 Liter fassende Variante nicht ganz unabsichtlich an eine Arznei aus der Apotheke erinnert. An die Freunde des Plattdeutschen



hat der Mann, der die Leitung seiner Firma in naher Zukunft an seinen Sohn weitergeben möchte, ebenfalls wieder gedacht: „Bittern Druppen“ klinge „irgendwie exotischer“ und zugleich doch eine Spur harmloser als „Bittere Tropfen“.

Die Marke „Jan Torf“ könne weitere Verstärkung durchaus vertragen, erklärt Platz. „Wenn ich's mir recht überlege, gehört noch ein Klarer ins Sortiment.“ Überstürzen will er nichts, lieber ein vernünftiges Konzept ausarbeiten und im regionalen Handel herausfinden, ob denn ausreichend Bedarf vorhanden ist. Und wenn nicht? Dann greift er vielleicht einen alten Gedanken wieder auf. Schließlich hatte er schon vor Jahren über die Vermarktung regionaler Fleisch- und Wurstwaren, sowie von hochwertiger Marmelade und Honig nachgedacht. Mit dem Erfolg seines Kräuterschnapses gerieten diese Pläne indes etwas in Vergessenheit. Aber das muss ja nicht bedeuten, dass er sie nicht wieder aus der Schublade zieht. Schließlich benötigt das Arbeitstier Magen ja gelegentlich auch etwas feste Nahrung.

