

Brennen als Familientradition

VON
MARTIN
BÜRKI

Die Erfolgsgeschichte der Brennerei Matter-Luginbühl begann 1920, als Ernst Luginbühl sich in Aarberg niederliess. Er kaufte das Restaurant Bahnhof und handelte nebenbei mit Wein und dem «Martinazzi Bitter». «1928 erwarb er schliesslich das Rezept und produzierte ihn fortan selbst», erzählt sein Urenkel Oliver Matter. Die Brennerei befand sich im selben Gebäude wie die heutige Weinhandlung Luginbühl. Eine Martinazzi-Leuchttafel erinnert noch heute daran.

PHOTO: SALOME CONUS

USA. 1934 hatte der Urgrossvater mit einem Stand an der Weltausstellung in Chicago versucht, mit dem «Bitter» in den USA Fuss zu fassen. Doch er scheiterte, «wohl wegen der Weltwirtschaftskrise», so Oliver Matter. Die Geschichte wiederholt sich: Der Versuch des Urenkels, den Amerikanern Martinazzi unter dem Namen Gran Classico Bitter schmackhaft zu machen, war indes jüngst mit mehr Erfolg gekrönt. «Bitterliköre kommen allgemein wieder in Mode. Neben der original Martinazzi-Mischung sind wir noch in Besitz von anderen Rezepten, etwa eines Fernet-Branca aus den 30er-Jahren», verrät Oliver Matter.

Das «Imperium» von Ernst Luginbühl wuchs an, als er 1947 in Lobsigen das Bauerngut Löhr kaufte. Die Viehzucht war eine weitere grosse Leidenschaft von ihm. Doch nutzte er das Land nicht nur für Simmentaler Kühe, auch für das Kultivieren von Pflaumen, den sogenannten Löhr-Pflaumen. Noch bis heute ist diese Fruchtart die Hauptzutat des *Vieille Prune*.

In den 80er-Jahren musste die Firma aufgeteilt werden, das Bauerngut wurde veräussert. Oliver Matters Onkel übernahm das Restaurant Bahnhof, der Grosscousin die Weinhandlung, seine Eltern die Brennerei. «Mein Vater ist Kallnacher, besass dort Land. Als der Standort Aarberg den Anforderungen nicht mehr genügte, beschloss er 1996, den Betrieb in Kallnach neu aufzubauen», erinnert sich Oliver Matter. 2005 haben schliesslich er und seine Frau Nicole das Geschäft übernommen.

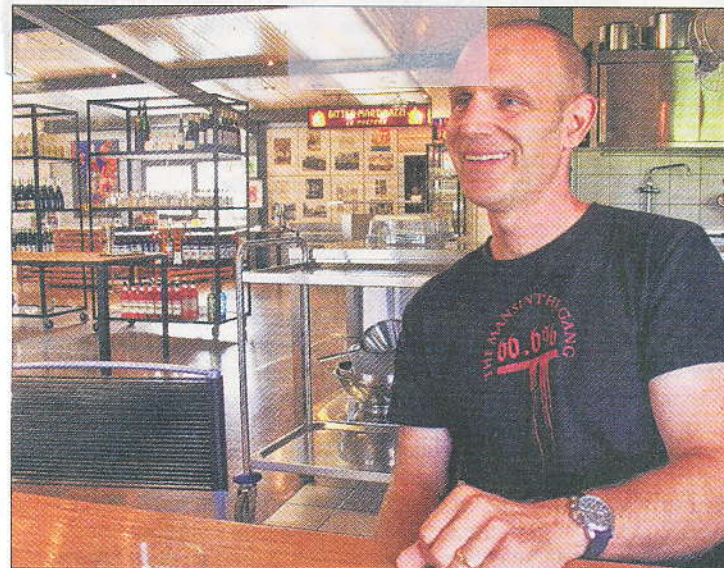
Manson. Zur gleichen Zeit ist in der Schweiz Ab-

Oliver Matter:
«Bitter-liköre
sind im Trend.»

sinthe wieder legalisiert worden. Matters packten die Gelegenheit – und das Geschäft mit der «grünen Fee», wie die Spirituose ihrer Farbe wegen auch genannt wird, verhalf der Brennerei zu internationalem Renommee. 80 Prozent der Absinthe-Produktion gehen in den Export. Dabei wollte Oliver Matter zuerst gar keinen Absinthe herstellen: Wegen der Nähe zum Val-de-Travers in Neuenburg, das als Ursprung der Wermutsspirituose gilt. «Meine Frau und meine Mutter haben mich fast dazu genötigt», lacht er. «Danach habe ich aber schnell Feuer gefangen.»

Auch Matters grösster Verkaufsschlager reiht sich in diese Sparte ein: Mansinthe, der persönliche Absinthe von US-Schockrocker Marilyn Manson. «2007 nahm er über einen deutschen Handelspartner Kontakt zu uns auf. Es war eine inspirierende Zusammenarbeit, weil er nicht bloss die Etikette liefern wollte, sondern auch richtigen Einfluss auf die Mixtur nahm», erzählt Oliver Matter. Schon im 19. und 20. Jahrhundert war das Getränk gerade bei Künstlern beliebt, «wir haben dem Trend nur neues Leben eingehaucht.» Tradition und Innovation – die Hauptzutaten von Matters Erfolgsrezept. ■

**In der vierten Generation
führt Oliver Matter die
Spirituosen-Brennerei und
lebt somit den Traum seines
Urgrossvaters weiter.**



MADE IN

Distillerie familiale

Représentant la 4^e génération de la famille Matter, Oliver poursuit le rêve de son arrière-grand-père en produisant des spiritueux maison.

PAR
MARTIN
BÜRKI

L'histoire de la distillerie Matter-Luginbühl débute en 1920 lorsque Ernst Luginbühl s'établit à Aarberg. Il achète le restaurant «Bahnhof» et fait le commerce de vins et du bitter «Martinazzi». «En 1928, il a racheté la recette du breuvage et s'est lancé dans la production», raconte son arrière-petit-fils, Oliver Matter. La distillerie se trouvait dans le bâtiment où est aujourd'hui installé le commerce de vins Luginbühl. L'enseigne «Martinazzi» en atteste.

USA. Mais le producteur d'Aarberg ne veut pas en rester là. Il tente de poser ses bouteilles outre-Atlantique et tient un stand à la foire universelle de Chicago en 1934. Essai raté, «surtout à cause de la crise», lance Oliver Matter. Mais une seconde tentative de faire apprécier le «Martinazzi» aux Américains a été tentée récemment sous le nom «Gran Classico Bitter» et a connu un succès certain. «Les liqueurs amères reviennent à la mode. Et en plus de notre recette originale, nous possédons d'autres spécialités, par exemple une recette de Fernet Branca des années trente.»

L'«empire» d'Ernst Luginbühl s'est ensuite agrandi, notamment avec l'achat du domaine Löhr de Lobsigen en 1947. Manière de vivre sa passion pour l'élevage. Même si les vaches Simmental n'étaient pas les seules occupantes du terrain sur lequel il plantait

Oliver Matter:
«Les liqueurs amères reviennent à la mode.»

aussi des pruniers qui porteront le nom de pruniers de Löhr. Leurs fruits sont toujours l'élément essentiel de la production de la *Vieille Prune*.

Dans les années quatre-vingts, il a fallu scinder l'entreprise. Le domaine a été vendu. L'oncle d'Oliver Matter a repris le restaurant «Bahnhof», son arrière-cousin le commerce de vins et ses parents la distillerie. «Mon père est de Kallnach, où il possédait du terrain. Comme les installations d'Aarberg ne correspondaient plus aux besoins, il a décidé de construire de nouveaux locaux à Kallnach en 1996», se souvient Oliver Matter. Il a pris la succession de son paternel en 2005, avec son épouse Nicole.

Manson. A l'époque, la Suisse redonnait ses lettres de noblesse à l'absinthé et légalisait la production. Matter manquait pas le coche. Il lançait dans la production la «fée verte» et offrait une représentation internationale à la distillerie familiale. L'exportation absorbant quelque 80% des stocks. Et pourtant, Oliver Matter a d'abord hésité à lancer dans l'aventure de l'absinthe vu la proximité du Val de Travers dans le canton de Neuchâtel, considéré comme le berceau de la «bleue». Il a dû se résoudre à aller à la voile: «Ma femme et ma mère m'ont presque obligé. Ensuite, j'ai vite allumé l'alambic.»

De quoi aussi enregistrer son plus grand succès commercial représenté par «Mansinthe», l'absinthe personnelle de la star américaine du rock Marilyn Manson. Il a pris contact avec nous en 2007 grâce à un partenaire d'Allemagne. Puis, nous avons entamé une collaboration très fructueuse. Il ne voulait pas uniquement apposer son étiquette personnelle sur les bouteilles, mais tenait à participer à l'élaboration du breuvage. L'histoire atteste que la «fée verte» était déjà très appréciée des artistes des 19^e et 20^e siècles, «nous faisons revivre la tendance». De quoi résumer le succès de la famille Matter en deux mots, tradition et innovation.