

## Ein Stück Zeit(ungs)geschichte

**HANNOVER.** In der Reihe „Stadtbibliothek aufgeschlossen“ gibt es Einblicke in die Geschichte des Hannoverschen Kuriers, der von 1854 bis 1944 mit rund 56.000 Ausgaben erschien und, zunächst unpateisch, später zum Sprachrohr der nationalliberalen Bewegung wurde. Dr. Christoph Valentin stellt bei dieser Veranstaltung am Montag, 6. Mai, ab 17 Uhr

in der Stadtbibliothek Hannover, Hildesheimer Straße 12, nicht nur ausgewählte Ausgaben der Hannoverschen Kuriers aus dem Bestand der Stadtbibliothek Hannover vor, sondern gibt auch einen Einblick in das laufende Digitalisierungsprojekt der Gottfried Wilhelm Leibniz Bibliothek. Der Eintritt ist frei. Eine Anmeldung ist nicht nötig.

RED



### Die neue Fitness Stadt in Hannover-Linden!

Es wird der neue Mittelpunkt im Leben tausender Menschen mitten in Hannover-Linden.

Es entsteht ein einmaliger und sensationeller Standort für Fitness-Sauna-Kurse-Wellness-Gesundheit.

✓ NEUER ✓ GRÖßER ✓ HÖHER!

Freu Dich auf die neue Fitness Stadt und werde ein Teil des Ganzen.

Wir freuen uns auf Dich!



# „Onkel Olli“ ist der beliebteste Kiosk

Tausende Leserinnen und Leser haben über Hannovers beliebtesten Kiosk abgestimmt. Es war ein **KOPF-AN-KOPF-RENNEN**.

**HANNOVER.** Der Kiosk „Onkel Olli“ genießt in Hannover bereits seit 2009 Kultstatus. Das kleine Geschäft ist Anlaufpunkt von Stadtführungen, das Team richtet Straßenfeste aus. Zudem ist der Kiosk an der Lutherkirche ein Treffpunkt in der Nordstadt. „Wir sind Begegnungsorte“, sagt Tom Ringel vom Betreiber-Team. „Hier entstehen Freundschaften“, sagt Stefan Möller. „Man kommt über alle Schichten hinweg zusammen und bleibt einfach“, ergänzt Lukas Nolte. „Es ist einfach geil“, meint Reini Beermann. „Onkel Olli“ wurde jetzt bei einer großen Abstimmung der Leserinnen und Leser von HAZ und NP zum besten Kiosk Hannovers gewählt.

Mehrere Tausend Leserinnen und Leser haben sich an der Abstimmung beteiligt. Etwa 16 Prozent haben den Kiosk „Onkel Olli“ gewählt und ihn damit zum Sieger gekürt. Dabei sind die Öffnungszeiten eher ungewöhnlich. Seit März ist erst von 15 Uhr an geöffnet. Der Kiosk setzt dafür auf eine große Getränkeauswahl. Es gibt etwa 300 Biersorten von zahlreichen Kleinbrauereien und 100 unterschiedliche alkoholfreie Brausen und Säfte. Man kann vegetarische bunte Tüten bestellen und CDs von regionalen Bands kaufen.

Aus dem Kiosk heraus entstand 2016 die Initiative zu einer eigenen Brauerei-Genossenschaft mit dem Namen „Nordstadt braut!“. „Aber vor allem sind wir Schmelzpunkt im Stadtteil“, sagt Lukas Nolte und bittet darum, auch das fünfte Teammitglied Franziska Füllbier zu erwähnen. „Denn ohne das Team würde das alles nicht funktionieren.“

Gründer des Kiosks war Marc-Oliver Schrank, der besser als „Onkel Olli“ bekannt ist. Schrank hat den Kiosk 2022 abgegeben und betreibt nun das



Kiosk mit Kirchenfenster: Das Team von Onkel Olli in der Nordstadt: Tom Ringel (von links), Lukas Nolte, Reini Beermann und Stefan Möller. Foto: Rainer Dröse

Restaurant „Liebes“ und ein Café mit dem Namen „Sommerzeit“. Auch sein Engagement hat sicher zum Titel beigetragen.

### KNAPPE ERGEBNISSE

Auf Platz zwei hat es ein Kiosk aus der Südstadt geschafft: Der „Sunshine Kiosk 72“ an der Geibelstraße 72. „Ein eigener Kiosk war immer mein Traum“, sagt Betreiber Ali Akram. „Also habe ich mich vor sechs Jahren selbstständig gemacht und freue mich sehr über die Auszeichnung und bedanke mich für die Unterstützung durch meine

Kunden und Nachbarn – ihr seid meine Familie.“

Akram hat schon früh nach Besonderheiten gesucht, um sich von anderen Kiosken zu unterscheiden. Es gab schon im ersten Winter Glühwein. Heute verkauft er Aperol, Lillet-Wildberry, Rum-Cola und Gin. „Natürlich gibt es auch Fassbier und bunte Tüten.“ Er hat aber auch Zeitungen und Kaffee für müde Bauarbeiter am frühen Morgen und betreibt einen Dönerladen direkt neben dem Kiosk. „In der Südstadt sind die Menschen sehr freundlich. Fast jeder, der zu mir kommt, unterhält sich erst mal fünf Minuten“, sagt Akram.

Der „Sunshine-Kiosk“ erhielt 11,2 Prozent der Stimmen, direkt danach kommt mit 10,8 Prozent „Gottfried's Feinkiosk“ im Leibnizhaus. Dort gibt es seit 2019 diverse Kaffeespezialitäten und regionale Produkte von Milch bis Postkarten. Die Politiker und Politikerinnen aus dem Landtag sind häufig zu Gast. Im Sommer steht im Rahmen der Aktion „Begegnungsräume“ der Stadt eine Tischtennisplatte vor dem Kiosk. „Wir freuen uns, dass wir es auf das Treppchen geschafft haben und sind stolz auf die Teamleistung“, sagt Hüseyin Erhan.

Hinter den ersten drei Kiosken kommen „Onels Kiosk“ in Ri-

cklingen (10,6 Prozent), „Safak Lebensmittel“ in Anderten (10,3 Prozent) und „Shop No.55“ in der Oststadt (9,8 Prozent). Es folgen „SO, SO & SO Kiosk“ (8,9 Prozent), „Flacon“ (7,9 Prozent) und der „City-Kiosk“ am Kröpcke (6,5 Prozent).

### LINDEN IST ABGESCHLAGEN

Und der Kioskstadtteil Linden? Die „Kiosk-Box“ landete als einziger Kiosk, der es durch die Nominierungsphase geschafft hat, auf Platz acht mit 8 Prozent. Vermutlich haben sich die vielen Kioske in Linden gegenseitig die Stimmen abgejagt.

## Meine News. Mein neues Tablet. Mein exklusiver Vorzugspreis.

Sichern Sie sich ein Tablet und die NP als E-Paper inklusive NP+.

**Wissen, was Hannover und die Welt bewegt.**

**Nur jetzt 14,90 € mtl. statt 40,90 € mtl.**

**Neue Presse NP**

Und so geht's: QR-Code scannen oder online bestellen unter [abo.neuepresse.de/angebot24](https://abo.neuepresse.de/angebot24)

Partner im RedaktionsNetzwerk Deutschland (rnd)

## „Blaufrei“ zum zehnten „Mashsee“-Geburtstag

Es ist erst seit vier Wochen auf dem Markt, ist aber schon auf Erfolgskurs: Mit „Blaufrei“ hat Kolja Gigla das Rezept für sein erstes alkoholfreies Bier entwickelt. Und träumt von einer eigenen „Mashsee“-Brauerei.

**HANNOVER.** Sein erstes eigenes Bier hieß nicht umsonst „Trainingslager“. 2014 hatte Kolja Gigla (40) zusammen mit Alexander Herold die Mashsee-Brauerei gegründet. Ein kaltgehopftes Lager mit 5,5 Prozent Alkohol und Noten von Mango und Grapefruit war das erste Werk. „Ein sogenanntes Abholer Bier“, erklärt Gigla mit einem Grinsen. Darunter versteht er den „leichten Einstieg in die Welt handwerklich anspruchsvoller Craftbiere“. Zehn Jahre später hat Gigla acht Sorten im Programm. „Und bestimmt 50 Ideen im Kopf.“

Wie kam er zum Bier? „Ich habe nach dem Abitur nach einer handwerklichen Ausbildung gesucht“, erzählt der Gifhorn, der damals Wolters zu bitter fand und lieber zu Gilde griff. Brauer und Mälzer lernte er trotzdem bei der Firma in Braunschweig, die damals zum internationalen Inbev-Konzern gehörte – und hatte gleich im ersten Lehrjahr ein einschneidendes Erlebnis. „Bei der Weihnachtsfeier wurde verkündet, dass Inbev Wolters dichtmachen will. Da standen 120 Leute mit Tränen in den Augen.“ Gigla war klar: „Eines Tages will ich meine eigene Brauerei.“

„Ich hatte einen Masterplan“, sagt er im Rückblick. Nach der Ausbildung blieb er noch bei Wolters (die Brauerei wurde von einer Gruppe früherer Gilde-Manager gerettet), arbeitete als Betriebskontrolleur, studierte dann

Diplom-Braumeister in Berlin, es folgten drei Jahre als Leiter eines Forschungsinstituts. „Da ging es um Prozesse, neue Rezepte, Hefesorten.“ Als er auf einem Craftbeer-festival in Berlin Alexander Herold kennenlernte, war der Zeitpunkt für die Selbstständigkeit gekommen. 1000 Hektoliter produziert Gigla im Jahr. Er mietet dafür Anlagen in Schaffenburg, Bremen und Nittenau bei Regensburg. „Ich schicke nicht nur meine Rezepte da hin, ich braue selber“, betont er. „Ich bin Brauer, kein Marketingmensch.“ Wobei er auch dafür ein Händchen hat. Seine Biere heißen zum Beispiel „Beverly Pils“ (erinnert an die Jugendserie „Beverly Hills 90210“), „Helles im Wunderland“, „VielleichtAthlet“ oder „Mashine“. „Es kam auch schon vor, dass ich ein tolles Rezept verworfen habe, weil mir nicht der perfekte Name eingefallen ist.“

Andere Mashsee-Sorten sind wieder verschwunden. „Xoco“ zum Beispiel – „ich habe eine besondere Hopfensorte verwen-

det. Aber für die einen schmeckte das Ergebnis nach Dill, für die anderen nach Kokos.“ Weil das Bier die Meinungen zu sehr spaltete, nahm Gigla es wieder aus dem Programm. Anders bei „Captain Blaubeer“ mit Blaubeer-Note. „Die Hopfensorte dafür war zu jahrgangsabhängig, der Geschmack war einfach zu wechselhaft.“

Verlässlichkeit sei ein wichtiges Kriterium bei Bier, doch gerade der Hopfen sei ein Naturprodukt wie die Trauben beim Wein. Gigla ist Mitglied im Verband Deutscher Kreativbrauer, die sich ein „Natürlichkeitsgebot“ auferlegt haben – keine künstlichen Farbstoffe oder Aromastoffe dürfen in die Getränke gelangen. Craftiebrauer wie der 41-Jährige wenden sich an „Genussmenschen“, so beschreibt er seine Zielgruppe. „Leute, die sich mit Bier auseinandersetzen, neugierig sind.“

Für die hat er im Jubiläumsjahr (das im Sommer gefeiert wird) ein neues Getränk auf dem Markt: „Blaufrei“ hat weniger als

0,5 Prozent Alkohol. Dabei dachte Gigla lange, „dass Bier und Alkohol untrennbar zusammengehören“. Er ließ sich von den Ergebnissen von Kollegen überzeugen, dass es auch ohne Promille geht. „Aber es ist eine Herausforderung. Ich habe fast drei Jahre am Rezept getüftelt.“

Die einfache Methode sei, dem fertigen Bier den Alkohol zu entziehen. „Ich habe mich für den Weg entschieden, ihn gar nicht erst entstehen zu lassen.“ Dafür braucht man Wissen in Biochemie, Temperaturkurven, Prozesssteuerung – und „die richtige Hefe, die keine Maltose vergärt. Es ist eine Frage des Fingerspitzengefühls.“ Schon nach vier Wochen ahnt Gigla, dass „Blaufrei“ ein Erfolg wird. „In den vergangenen Jahren war Helles auf Wachstumskurs – derzeit sind es alkoholfreie Biere. Das ist ein Trend.“

In der Halle in Wülfeil hängt ein gutes Dutzend Rahmen an der Wand – alles Auszeichnungen für Mashsee-Biere. „Das sind nicht alle, es müssten ungefähr 25 sein“, sagt der Braumeister, der mit dem „Trainingslager“ gestartet ist. Im Profigeschäft ist er längst angekommen. Für die Champions League sieht er aber noch Luft nach oben. „Mein Traum ist eine eigene Brauerei. Am liebsten zusammen mit Gastronomie, bei der die Biervielfalt im Vordergrund steht.“ Denn Kolja Gigla hat noch 50 Ideen im Kopf.



Neu im Sortiment: „Blaufrei“ heißt das erste Bier mit weniger als 0,5 Prozent Alkohol aus der „Mashsee“-Brauerei von Kolja Gigla. Foto: Rainer Dröse