

Das elektronische Whisky-Buch Version 5

Gratis!

Weiterleitung per E-Mail
ohne Änderungen
ausdrücklich gestattet!

Noch mehr Infos
gibt es auf unserer
Webseite!
3.500 Seiten
7.500 Fotos

Gratis Katalog
mit 100+ farbigen
Seiten im DIN A4
Format anfordern!

Online-Shop

 www.Whisky.de

Bestell-Hotline

 **0 88 01 - 23 17**

Bestell-Fax

 **0 88 01 - 26 37**

Kontakt-E-Mail

@ info@Whisky.de

Kontakt-Adresse

 **The Whisky Store**
Theresia Lüning
Am Grundwassersee 4
D-82402 Seeshaupt

www.Whisky.de

Treffpunkt feiner Geister®

Originalausgabe

| | | |
|--------------|------------|--------------------|
| Erstausgabe: | April 2003 | 62.000 Downloads |
| Version 2: | Jan. 2005 | 127.000 Downloads |
| Version 3: | Jul. 2007 | 352.000 Downloads |
| Version 4: | Jul. 2010 | ~550.000 Downloads |
| Version 5: | Okt. 2012 | |

Herausgeber The Whisky Store Theresia Lüning
Copyright © 1994 - 2012 The Whisky Store
Alle Rechte vorbehalten

Auch wenn dieses Buch als Einheit frei weitergegeben werden darf, verbleiben die Rechte am Inhalt bei The Whisky Store. Es ist nicht gestattet, Texte und Bilder aus diesem elektronischen Buch zu entnehmen.

Dieses elektronische Buch darf an Dritte weiter gegeben werden, solange die folgenden Bestimmungen eingehalten werden:

1. Jede Änderung an weitergegebenen Kopien dieses Buchs ist unzulässig. Entfernen oder Hinzufügen von Texten, Bildern oder ganzen Seiten ist verboten.
2. Die Weitergabe muss unentgeltlich stattfinden.

Vorwort

Deutschsprachige Whisky-Bücher gibt es nicht viele. Das Angebot beschränkt sich auf Lexika, Übersichtsbände über Whisky-Sorten nebst Brenneereien und Geschmacksführer.

Dieses Buch soll dem Whisky-Kenner und -Interessierten Hintergrundinfos über Whiskys sowie deren Herstellung, Vertrieb und Genuss bieten.

Deutschland ist trotz des aktuellen Whisky-Booms in Sachen Whisky immer noch ein Entwicklungsland. Wir sind die Ausnahme unter den europäischen Ländern. Denn nicht nur in Großbritannien wird Whisky getrunken. Der durchschnittliche Franzose und Italiener genießt mehr als fünfmal soviel Whisky wie wir Deutschen.

Das begrenzte Whisky-Interesse macht die Veröffentlichung von Büchern schwierig. Zu hoch sind die Kosten für Druck und Vertrieb bei kleinen Auflagen.

Deshalb haben wir uns entschlossen, dieses Buch kostenfrei über das Internet zu verbreiten. Es soll keine Konkurrenz zu den bekannten Whisky-Büchern sein, da es sich mit seinem Inhalt nur an eine kleine Whisky-Liebhaber-Gruppe richtet, die alle anderen Whisky-Bücher bereits besitzen.

Allem voran geht es hier um schottischen Malt Whisky. Doch dieses Buch adressiert nicht nur Scotch. Kentucky Straight Bourbon Whiskey ist im Aufwind und auch Irish Whiskey erlebt derzeit eine Renaissance.

Über den reinen, schottischen Single Malt Whisky ist bereits viel geschrieben worden. Viel davon entstammt der Feder von Marketing-Profis. Oft wird gesagt, was der Whisky-Liebhaber hören soll - nicht was er hören will. Die manchmal ungeliebte Wahrheit wird nur zu oft hinter dem Berg gehalten.

Dieses Buch soll Ihnen helfen, Whisky in seinem Innersten zu verstehen. Nicht nur Abschnitte

über Herstellungsweisen, Geschmack und Lagerung enthält dieses Buch. Auch Whisky und Gesundheit sowie die Preisfindung der Whisky-Hersteller werden angesprochen.

Nur wer sich gut auskennt und Hintergrundwissen angesammelt hat wird beim Kauf unbekannter Flaschen nicht enttäuscht.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine kurzweilige Lektüre.

Wenn Sie es sich nicht am

PC bequem machen können, so drucken Sie sich dieses Buch ruhig aus. Es passt sehr gut auf normales DIN A4 Papier.

Gefällt Ihnen dieses Buch? Dann schicken Sie es per E-Mail an Ihre Freunde und Bekannte weiter. Hat es Ihnen nicht gefallen, so sagen Sie es bitte mir.

Trinken Sie weniger aber dafür hochwertiger. Das Leben ist zu kurz für billigen Alkohol.



Theresia Lüning

Theresia Lüning

Inhalt

| | |
|---|----|
| Single Malt Whisky ist erfolgreich!..... | 7 |
| Billig oder Preiswert?..... | 9 |
| Wo fängt guter Whisky an? | 10 |
| Wie viel Whisky ist zuviel?..... | 12 |
| Harte Zeiten für Whisky-Genießer..... | 14 |
| Die Geschichte des Whiskys..... | 16 |
| Whisky in 0,7 und 1,0 Liter Flaschen..... | 17 |
| Das Whisky-Tasting..... | 19 |
| Warum schmeckt Malt Whisky so unterschiedlich?..... | 20 |
| Die ‚Besten‘ Malt Whiskys Schottlands | 22 |
| Kennen Sie amerikanischen Whiskey? | 24 |
| Die Macht des Markts..... | 25 |
| Die ‚Beste‘ Single Malt Whisky Brennerei | 27 |
| Die Verpackung von Whisky-Flaschen..... | 28 |
| Wie die Hersteller Preise machen | 30 |
| Whisky pur oder mit Eis?..... | 32 |
| Der Alkoholgehalt von Whisky..... | 33 |
| Wie alt wird Whisky? | 35 |
| Whisky und Wasser..... | 36 |
| Welches Glas zu welchem Whisky? | 38 |
| Die Whisky Szene in Deutschland..... | 40 |
| Whisky Groß oder Klein?..... | 41 |
| Gute Whiskys braucht das Land..... | 43 |
| Die Brennereien an der Südküste Islays | 44 |
| Port Ellen - Rarität unter den Malt Whiskys?..... | 46 |
| Sind unbekannte Malt Whiskys immer gut? | 48 |
| Das Herzstück der Malt Whisky Herstellung | 50 |

| | |
|---|----|
| Vorsicht bei Whisky Investments..... | 52 |
| Whisky-Exoten..... | 53 |
| Gibt es Kunden-Clubs nur mit Vorteilen? | 54 |

Version 2

| | |
|---|----|
| Wie kommt der Malt Whisky zu den Abfüllern? | 55 |
| Von Angus Dundee bis Kyndal | 57 |
| Single Malt Whisky in Fassstärke aus den 70ern..... | 59 |
| Kentucky Straight Bourbon Single Barrel | 62 |
| Alkohol im Spiegel der Jahre..... | 65 |
| Viel Ärger um Ardbeg | 67 |
| Individuelle Geschmacksbeschreibungen | 69 |
| Der Whisky Disput..... | 72 |
| Whisky ist nicht gleich Whisky..... | 75 |
| The Angels' Share | 77 |
| Single Malt ist nicht gleich Single Malt | 79 |
| Das Holz ist der Schlüssel..... | 82 |
| Un-Chillfiltered Single Malt Whisky..... | 84 |
| The Peerless Collection..... | 86 |
| Das Geheimnis der Mash Tuns | 88 |
| Von den Worm Tubs zum Condenser..... | 90 |
| Was ist Single Malt Whisky? | 92 |
| Wird alter Single Malt Scotch rar? | 94 |
| Klar und rein | 96 |
| Jede Whiskyflasche hat ihre Geschichte..... | 98 |

Version 3

| | |
|--|-----|
| Die Reihenfolge der Single Malt Whiskys..... | 101 |
| Die Reihenfolge der Single Malt Whiskys Teil 2 | 103 |

| | | | |
|---|-----|--|-----|
| Klassifizierung von Single Malt Whiskys | 106 | Welchen Whisky würden Sie empfehlen? | 161 |
| Urlaub in Schottland | 108 | Goldmedaillen im The Whisky Store? | 163 |
| Die Alkoholsteuer..... | 111 | Wie viele Prozente dürfen es sein? | 167 |
| Darf man für Whisky werben? | 113 | Ein Tag im The Whisky Store | 170 |
| Neuer Wein in alten Schläuchen | 115 | 15 Jahre The Whisky Store | 173 |
| Finishing - Bereicherung oder Zwang..... | 118 | Wie öffne ich eine Whiskyflasche? | 175 |
| Vom Ende einer Britischen Tradition | 120 | Springbank drosselt Produktion | 178 |
| Die Top Whiskys 2005 im The Whisky Store..... | 122 | Mein Traum vom paradiesischem Genießen | 181 |
| Globalisierung..... | 124 | Haben Sie schon einmal einen Whisky in Fassstärke probiert? | 183 |
| Das richtige Whiskyglas | 126 | Rauch oder Torf? | 186 |
| Das The Whisky Forum | 128 | Wie man heute Whisky verkauft | 188 |
| Sind Malt Whisky Genießer Snobs?..... | 129 | Der Einsatz moderner Computer in einer Brennerei | 191 |
| Wie lange hält sich Whisky?..... | 131 | WIP - Das Whisky-Inlandsprodukt | 193 |
| Das Ende des Travel-Value? | 133 | Wer die Wahl hat, hat die Qual | 197 |
| Unabhängige Whiskybrennereien | 136 | Die Eckfahnen des schottischen Single Malt Whiskys .. | 199 |
| Was machen Distillery-Manager nach ihrer Pensionierung? | 139 | Suchen Sie einen bestimmten Whisky? | 202 |
| Messezeit | 141 | Die Konsistenz von Whiskyabfüllungen | 204 |
| Ein Jahr im The Whisky Store und die Whisky-Gewinner des Jahres..... | 144 | Neuigkeiten bei der Whisky-Lagerung | 207 |
| Die erweiterte Suche im Shop-System..... | 147 | Lippenstift-Index und Whisky | 210 |
| Vom Versuch einen Whisky-Geschmack rational zu erfassen..... | 149 | Ökologischer Whisky | 212 |
| The Whisky Wiki..... | 152 | The Whisky Store mit neuer Internet-Domain | 215 |
| Neue Whiskys braucht das Land..... | 154 | Renner oder Penner ? | 216 |
| Version 4 | | Sind nur alte Single Malt Whiskys gut? | 219 |
| Neue Whiskyflaschen, so weit das Auge reicht! | 157 | Wie entstehen Whisky-Abfüllungen? | 222 |
| Das neue Geschmacksbewertungssystem | 159 | Mit wie viel ppm-Rauch brennt eine Brennerei? | 225 |

Version 5

| | |
|--|-----|
| Die ärgerlichen 40% | 228 |
| The Whisky Store im Netz | 230 |
| Die richtige Wahl der Gläser | 232 |
| Wie die Farbe in den Whisky kommt | 235 |
| Der Goldene Stern | 238 |
| Whisky für Einsteiger | 242 |
| Das leidige Thema mit der Farbe | 245 |
| Was die Branche bewegt | 248 |
| Die Geschichte des irischen Whiskeys | 250 |
| Wir wachsen kräftig | 253 |
| Cognac gegen Scotch Single Malt Whisky | 253 |
| Wie alt soll ein Whisky sein? | 256 |
| Brennereien im Aufwind | 261 |
| Bruichladdich hat es geschafft | 264 |
| Warum manche Whiskys zu teuer sind | 268 |
| Alte und preiswerte Single Malt Whiskys | 270 |
| Whisky-Videos - 3 Millionen Video-Abrufe | 273 |
| Ardbeg Galileo - Sternenflug | 276 |
| Verunreinigungen im Whisky | 280 |
| Bruichladdich für 90 Mio. US\$ verkauft | 284 |

Single Malt Whisky ist erfolgreich!

Schottischer Whisky in 1.000 Variationen



Single Malt Whisky erobert sich ein großes Publikum. Verkauften sich 1999 in Deutschland noch 1,3 Mio. Flaschen, so waren es 2004 bereits 4 Mio. Worin liegt das Besondere? Fragt man Liebhaber, so ist es die außergewöhnliche Geschmacksvielfalt.

Single Malt Whisky wird aus reinem Gerstenmalz zunächst vergoren und dann gebrannt. Nach einer Reifezeit von mindestens 3 Jahren in Eichenfäs-

sern wird er abgefüllt. Woher stammen bei dieser einfachen Herstellung die so unterschiedlichen Aromen?

Rauchigkeit: Die Brennerei entscheidet, ob das Malz nach dem Keimen mit neutraler Heißluft oder Torfrauch gedarrt wird. Man unterscheidet nicht-rauchige, mittel-rauchige und stark-rauchige Malts.

Gärung: Aus dem gemahlene Malz wird mit heißem Wasser der Zucker gelöst. Nach

der Abkühlung wird Hefe zur Gärung zugesetzt. Hefe ist nicht gleich Hefe. Obwohl jede Hefe Alkohol produziert, entstehen zusätzlich Aromastoffe. Die einen Hefestämme erzeugen frische, fruchtige Komponenten: Äpfel, Birne oder Zitrusfrüchte. Andere sorgen für frische Blumen- und Grasaromen. Neben frischen gibt es aber auch reifere Aromen wie: Pflaume, Aprikose und Beeren. Andere Hefestämme erzeugen wiederum komplexe, würzige Aromen.

Form der Brennblasen: In den Brennblasen werden Alkohol und Aromen aus dem Bier heraus destilliert. Wasser, Fuselöle und unerwünschte Geschmacksstoffe bleiben zurück. Die Art der Destillation: kurz und heftig oder lang und schonend. Auch die Form der Brennkessel: hoch und schlank oder kurz und gedrungen, führt zu leichten, mittleren oder schweren Malts. Durch die Destillation verstärken sich die Aromen der Hefen.

Auswahl der Fässer: Whisky muss in gebrauchten Eichenfässern lagern. Der Geschmack frischer Fässer wäre zu intensiv. Stattdessen verwendet man gebrauchte, mildere Fässer. Es bieten sich Bourbon-Fässer an, die in der Regel bereits für 2 bis 4 Jahre Whiskey lagerten. Bourbon-Fässer werden vor dem Gebrauch kurz ausgebrannt. Dies heizt das Holz auf. Der Holzzucker karamellisiert. Er verursacht die bräunliche Farbe des Whiskys.

Durch das Feuer wird das Lignin des Holzes in das chemisch verwandte Vanillin verwandelt. Im Bourbon schmeckt man es deutlich. Im Single Malt ist es oft noch spürbar.

Die Holzkohleschicht auf der Innenseite des Fasses führt nicht zu einem rauchigen Whisky. Die Aktivkohle filtert vor allem die scharfen Bestandteile aus dem Whisky.

Der zweite Fasstyp ist das spanische Sherryfass. Auch hier findet ein Geschmacksübertrag

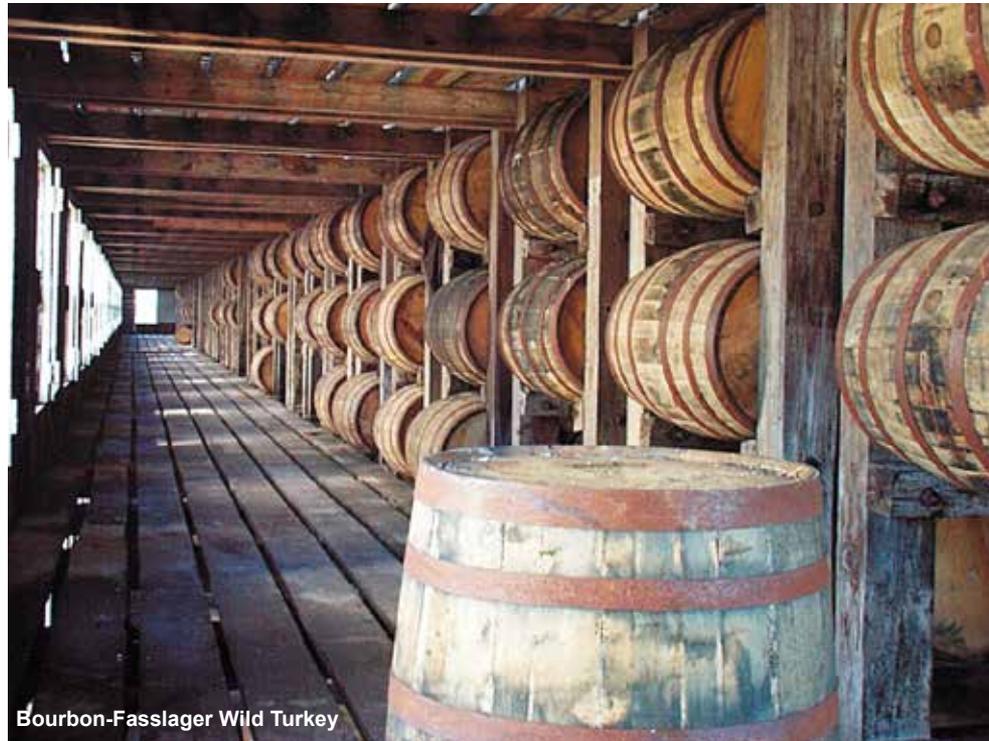
von der Fasswand statt. Sherryaromen von sweet bis dry sind möglich.

Die Lagerung: Die letzte große Einflussnahme erfolgt bei der Lagerung. Über Jahrzehnte wandeln sich die frischen Aromen in reife Aromen, die Rauchigkeit lässt nach und der Whisky übernimmt aus der Fasswand mehr und mehr Substanz. Das Fassholz wird richtiggehend ausgelaugt.

Auch die Umgebung hat einen besonderen Einfluss auf den Whisky. Mit der Erwärmung des Fasses im Sommer wird Fassluft durch die Holzporen nach außen gedrückt. Etwa 1% Whisky verdunstet so pro Jahr.

Mit der Abkühlung im Winter nimmt das Fass erneut Umgebungsluft auf. Liegt das Fass nahe am Meer, so enthält diese Seeluft und Jod aber auch den Duft von Seetang und Seegras.

In den gemäßigten Lowlands sind die Temperaturunterschiede nicht so groß wie oben in den rauen Highlands. Das Fass



Bourbon-Fasslager Wild Turkey

atmet in den Hochregionen der Highlands stärker.

Rauchigkeit, Gärung, Brennblasen, Fässer und Lagerung haben großen Einfluss auf den Geschmack des Whiskys. Geht man allein von drei verschiedenen Intensitäten für jeden der 5 Einflüsse aus (gering, mittel, groß), so erhält man $3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 = 243$ verschiedene Whiskys.

Die 5 hier genannten Einflüsse sind aber nur die Wichtigsten.

Es gibt noch viele andere wie: Malzqualität, Gärdauer, Anzahl der Brennblasen, Fassgröße, Lagerhaustyp. Setzt man für diese weiteren 5 Einflussgrößen erneut jeweils 3 Möglichkeiten an, so wächst die Variantenzahl bereits auf 60.000.

Mit diesem Geschmacksreichtum ist jedes Whiskyfass ein Einzelstück. Genau diese Individualität schätzt der Whiskyliebhaber. Jede Flasche ist

für eine Überraschung gut. Ob leicht und mild vor dem Essen oder intensiv nach einem üppigen Mahl.

So findet sich für jeden Anlass der richtige Begleiter. Dies ist das Geheimrezept für den überaus großen Erfolg des Single Malt Whiskys auf der ganzen Welt.



Billig oder Preiswert?

Single Malt Whisky von € 10 bis € 1.000

Malt Whisky ist nicht gleich Malt Whisky. Die billigste Malt Whisky Flasche wird in Deutschland derzeit für etwa € 10 verkauft. Man kann aber auch Flaschen erwerben, die das dreifache bis 30-fache kosten. Lohnt sich die größere Geldausgabe?

Alkohol- und Mehrwertsteuer, Glasflasche, Abfüllung und das Etikett machen bereits mehr als € 6 an einer Flasche aus. Bei € 10 Verkaufspreis bleiben weniger als € 4 für den Whisky selbst und dessen Transport nach Deutschland übrig. Wen wundert es, dass dieser Malt weder Alter noch Namen der Brennerei trägt? Er stammt aus Überschuss-Produktionen und wird gleich nach der gesetzlichen Lagerzeit von 3 Jahren meistbietend verkauft.

Die nächste Stufe der Malt Whiskys findet man europaweit in den Super- und Verbraucher-

märkten zu Preisen von € 15 bis € 25. Die Stückzahl dieser meist von Glenfiddich und Glen Grant produzierten Flaschen geht in die Millionen. Bei diesen Malts wird die Brennerei und z.T. das Alter angegeben. Beide Brennereien setzen jedoch soviel Malt Whisky ab, dass eine Auswahl nur der besten Fässer nicht mehr stattfindet.

Ein Teil dieser Supermarkt Malts wird aber auch unter Phantasienamen verkauft. Schottisch müssen sie klingen. Aus welcher Brennerei der Malt stammt, bleibt dem Käufer verborgen. Man erhält auch hier Überschussproduktionen unterschiedlicher Qualität aus wechselnden Brennereien.

Im Bereich von € 25 bis € 40 bietet der Fach- und Versandhandel Malt Whiskys an, die eine große Anhängerschaft gefunden haben.

Die Preise sind wegen der

Konkurrenz moderat im Verhältnis zur Qualität. Die weltweit hohe Nachfrage nach diesen Malts hat die Fassauswahl bei einzelnen Marken bereits eingeschränkt. Zwischen 30 und 80% des produzierten Malts wird von diesen Brennereien rein abgefüllt. Der Rest wandert in die konzerneigenen Blends oder wird an No-Name-Abfüller verkauft.

Nur 30 bis 50% aller Malt Whisky Fässer haben das Potenzial zu hochwertigem Single Malt Whisky zu werden.

Die restlichen Fässer sind zu wenig aussagekräftig, haben einen geschmacklichen Stich oder sind auf andere Arten zweitklassig. Nach den ersten Reifejahren erkennt der Fachmann, ob das Fass etwas ganz Besonderes wird. Es wird ausgesondert und darf viel länger reifen. Die Preise dieser Flaschen reichen von € 40 bis € 100.

In den Lagerhäusern kennt der Lagermeister einige Fässer, die zur absoluten Spitze her-

angereift sind. Zu besonderen Anlässen werden diese Fässer abgefüllt. Für alle Malt Genießer der Welt stehen von diesen Abfüllungen wenige Hundert Flaschen zur Verfügung.

Die Preise für diese Flaschen reichen von moderaten € 80 bei wenig bekannten Brennereien bis weit in die Tausende. Diese Fässer sind nicht immer wirklich besser als die Abfüllungen zwischen € 40 und € 100. Es ist die Seltenheit, die den Preis nach oben treibt.

Über Geschmack soll man nicht streiten. Jeder Mensch hat sein eigenes Empfinden. Aus unserer Sicht befinden sich die relativ preiswertesten Malts im Bereich von € 40 bis € 80.

Es lohnt sich in der Regel nicht, die billigen Einstiegsabfüllungen einer Brennerei zu kaufen. Greifen Sie besser eine Ebene höher ins Regal. Wenn Ihnen das zu teuer ist, so trinken Sie bitte weniger. Nicht die Menge macht den Genuss, sondern die Qualität.

Wo fängt guter Whisky an?

Whisky von billig bis teuer

Die moderne Werbewirtschaft macht uns Verbrauchern das Leben nicht leicht. ‚Old Saddler 12J Blended Scotch Whisky‘ - Ist das ein guter Whisky? Er ist immerhin 12 Jahre alt!

Wenn nicht dieser, dann doch bestimmt: ‚Glenfiddich Malt 12J Special Reserve‘ zum doppelten Preis? Die Attribute: reiner Malz-Whisky, 12 Jahre gereift und dann noch aus einem speziellen Vorrat (Special Reserve), sprechen doch für sich, oder etwa nicht?

Durch übertriebene Werbung, Superlative und Halbwahrheiten ist der Verbraucher notgedrungen kritischer geworden. Man muss heute schon ganz genau lesen was in einer Flasche drin ist, will man nicht am Ende des Tages enttäuscht werden.

Ohne jetzt guten Blended-Whiskys ihre Klasse absprecken zu wollen, geht es heute den meisten Genießern in

Mittel-Europa um den reinen Malt-Whisky. Das hier Gesagte gilt aber genauso für amerikanischen Premium Kentucky Straight Bourbon und für Irish oder Canadian Whiskey.

Die erste Entscheidung bei der Auswahl fällt also nach der Angabe auf dem Etikett. Ist es



ein Single Malt aus einer einzigen Brennerei oder etwa ein Blended Malt (früher Vatted), der aus Malt Whiskys verschiedener Brennereien vermischt wurde?

Ihren zweiten Blick sollten Sie noch vor dem Alter auf den Namen des Whiskys richten. Hier ist Erfahrung, ein Buch oder das Internet gefragt.

Ähnlich zu den Weingütern macht die Herkunft des Malts einen Großteil seines Geschmacks und der Qualität aus.

Trägt die Flasche einen Phantasienamen (z.B. Glenmogel), dann handelt es sich um wechselnde Qualitäten, die preisgünstig aus Überschussproduktionen zusammengekauft wurden. Trägt die Flasche dagegen einen existierenden Brennereinamen, ist die Herkunft bekannt und die Qualität kann im voraus durch Vergleiche mit anderen Flaschen aus dieser Brennerei bestimmt werden.

Doch auch zwischen den Abfüllungen einzelner Brennereien



gibt es himmelweite Unterschiede. Nachdem ‚Rasse und Herkunft‘ bestimmt sind, gehen wir als nächsten Punkt auf das Alter des Whiskys ein.

Älter ist nicht immer, aber in der Regel, auch besser. Besondere Auswahl bieten Brennereien, die nicht nur das Alter sondern auch den Jahrgang auf dem Etikett angeben. Hier findet man eine größere Vielfalt, da jeder Jahrgang anders ausgeprägt ist.

Es gibt Brennereien, die legen weniger Wert auf die Angabe des Alters als auf die Qualität des Malts. Mehr und mehr erscheinen hochwertige Malt

Whiskys in Mitteleuropa ohne Altersangabe, wie es beispielsweise die hervorragenden Ard-beg Uigeadail oder Aberlour A' bunadh mit ca. 55% zeigen.

Wobei wir beim nächsten Qualitäts-Merkmal angekommen sind: Dem Alkoholgehalt.

In der Regel gilt, je höher der Alkoholgehalt, um so hochwertiger fällt der Malt Whisky



aus. 40% stehen an preiswerten Standardabfüllungen. 43% stammen oft aus dem Travel-Value-Markt, die dem Käufer traditionell ein bisschen mehr Gehalt gönnen.

Richtig gut wird es ab 46%, der Stärke für Genießer. Mit der höherprozentigen Abfüllung gibt man dem Käufer die Möglichkeit, den Alkoholgehalt durch die individuelle Zugabe von Wasser selbst einzustellen. Unmittelbar bei der Zugabe des Wassers ins Glas werden besondere Aromen frei, die vor allem in der Nase und weniger am Gaumen empfunden werden.

Mehr Riechen und weniger Trinken lautet der Wahlspruch der Genießer. Als schöner Nebeneffekt fährt man auch etwas preiswerter, da man so mit einer höherprozentigen Flasche wegen der Verdünnung auch länger auskommt.

Hochprozentig bedeutet aber nicht immer Fassstärke, obwohl oft damit geworben wird. Qualitativ über den hochprozentigen



Malts (z.B. Glenfarclas 105 60%, Laphroaig 10J 55,7%) stehen die echten Fassstärke-Abfüllungen, die alle im Alkoholgehalt verschieden sind.

Kein Fass reift wie das benachbarte und so erreicht jedes

mit einem anderen Alkoholgehalt sein optimales Reifestadium. 40,x% bei Flaschen mit über 35 Jahren sind genauso möglich, wie über 63,5% bei kurz gereiften, großen Fässern.

Wo fängt jetzt guter Whisky an? Die Gelehrten und Experten sind sich uneinig. Je nach persönlichem Erfahrungsstand schwört der Eine auf besonders alte Malts, der Zweite auf Hochprozentige und der Dritte findet nur in Einzelfassabfüllungen seine Erfüllung.

Wir von The Whisky Store ziehen unsere Grenze beim Brennereinamen. Können wir die Herkunft eines Whiskys sicher bestimmen, hat die übertriebene Werbung verspielt.

Ob ‚Special Reserve‘ mit Millionen-Auflagen oder ‚Glenmogel‘ aus dem großen Bottich; die Angabe des Brennereinamens auf dem Etikett lässt ‚fast‘ keine Übervorteilung des Genießers zu.

Wie viel Whisky ist zu viel?

Whisky und Gesundheit

Dieses Thema ist schwierig und anspruchsvoll. Es geht um die Auswirkungen des Alkohols auf den Menschen. Bevor wir beginnen, verweise ich auf die am Ende des Artikels angefügten Quellen.

Ich übernehme keine Gewähr oder gar Verantwortung für die Richtigkeit der hier getroffenen Aussagen. Da der Autor kein Arzt ist, ist dieser Artikel auch keine Gesundheitsberatung!

Die Reaktion des einzelnen Menschen auf Alkohol ist noch weitgehend unerforscht. Die hier angegebene Literatur sollte deshalb nur ein Teil Ihrer Information sein.

Wenn jemand beständig Alkohol in Form von Bier, Wein oder Spirituosen genießt, sollte er regelmäßig seinen Hausarzt zum Gesundheitscheck aufsuchen. Und, neben den medizinisch möglichen Problemen, sei

hier besonders auf das Suchtpotential des Alkohols hingewiesen. Deshalb meine Bitte: **Trinken Sie weniger Alkohol!**

Dafür aber bitte hochwertigen. Nehmen Sie nicht gedankenlos nebenbei Alkohol zu sich, sondern bewusst und kontrolliert. Stellen Sie sich die Frage, ob Sie auf Alkohol verzichten können und überprüfen Sie dies hin und wieder. Nur wenn Sie einen Zeitraum ganz ohne Alkohol auskommen, sind Sie nicht süchtig.

Genug der Vorrede: Erinnern Sie sich an Queen Mum? Trotz ihres täglichen Gin-Genusses ist sie über 100 Jahre alt geworden.

Doch halt: Muss es statt ‚Trotz‘ nicht vielleicht ‚Wegen‘ heißen? Bevor wir nach einem so langen und arbeitsreichen Leben abtreten müssen, fragen wir uns doch lieber, wodurch unser Leben vorzeitig endet? Dann können wir vermutlich etwas dagegen tun. Die bei-

den Haupt-Todesursachen sind heute Gefäßerkrankungen und Krebs.

Herzinfarkte, Schlaganfälle und Krebs sind die Todesursache Nr. 1 der Mitteleuropäer.

Im Gegensatz zu den stark zurück gedrängten äußeren Todesursachen stirbt der Mensch von innen. Wir leben immer sicherer und gleichzeitig immer länger. Trotzdem müssen wir irgendwann sterben. - das ist der Lauf der Dinge - ändern können wir es nicht.

Whisky steht in Sachen Gesundheit vorwiegend für Alkohol, der in größeren Mengen als Nervengift wirkt. Der Mensch hat sich im Laufe seiner Evolution dem Alkohol als Nahrungsquelle angepasst.

Die Leber produziert ein Enzym, mit dessen Hilfe Alkohol zu verwertbarer Nahrung abgebaut wird. Wie viel Alkohol können wir so aufnehmen?

Momentan spricht die Fachwelt beim Mann von ca. 70g

pro Tag; für Frauen gilt etwa die Hälfte. Mit der Vereinfachung 1 Gramm = 1 Milliliter können Männer alternativ 1,5 Liter Bier (5%), 0,56 Liter Wein (12,5%) oder 0,175 Liter Whisky (40%) pro Tag zu sich nehmen.

ACHTUNG! Diese maximalen Mengen pro Tag sind sicherlich bereits im Suchtbereich und müssen **unbedingt** vermieden werden.

Auch wenn der Alkoholkonsum in Mitteleuropa seit vielen Jahrzehnten rückläufig ist, gibt es nach wie vor sehr viele Menschen, die dieses Limit von drei Flaschen Bier oder einem halben Liter Wein pro Tag regelmäßig überschreiten.

Doch wie viele Genießer gibt es, die eine Viertel Flasche Whisky am Abend trinken? Fast keine!

Hochwertiger Whisky ist viel mehr ein Getränk, das man mit 1 bis 2 Dram (1 Dram = ca. 28 bis 35ml) am Abend zu sich nimmt. Wollen Sie als Whisky-Genießer am Alkohol sparen,

dann lassen Sie doch das Bier oder den Wein weg. Gegen den Durst hilft auch Wasser.

Nehmen wir zuviel Alkohol zu uns, wird er zum Gift und schädigt unseren Körper. Typische Alkoholkrankheiten sind Lebererkrankungen, Nervenkrankheiten, Gehirnschwund, Knochenkrebs und andere mehr. Sollte man Alkohol deshalb nicht lieber ganz weglassen? Kann man damit diese Krankheiten vermeiden?

Diese Argumentation wird oft von Antialkoholikern und asketischen Menschen vertreten. Doch der Schein trügt. Untersuchungen, zusammengestellt von Pollmer und Warmuth, zeigen, dass ganz ohne Alkoholaufnahme die Todesfälle durch Herzinfarkte zu nehmen.

Wie so oft, liegt das Optimum im Mittelmaß. Menschen, die Alkohol zu sich nahmen, hatten weniger Gefäßerkrankungen (Herzinfarkte) als Menschen, die auf Alkohol gänzlich verzichteten.

Dabei scheint es unerheblich zu sein, in welcher Form der Alkohol zu sich genommen wird. Der französische Rotwein wird gerne als gefäßreinigend vorgestellt. Tatsächlich ist es wohl ‚nur‘ der Alkohol, der die Gefäße ‚putzt‘, vor Ablagerungen schützt und den Herzinfarkt verhindert.

Es geht sogar weiter - je höher die aufgenommene Alkoholmenge wird, um so seltener erfolgt der Herzinfarkt.

Mit steigender Alkoholmenge nehmen aber andere Erkrankungen zu. Bei geringer täglicher Alkoholmenge erst wenig, bei höherer Menge dann deutlich. In der Literatur ergibt sich ein Maximum der Lebenserwartung bei den besagten 1 bis 2 Drams pro Tag.

Wer von uns kennt nicht eine alte Oma oder Tante, die trotz, bzw. wegen des regelmäßigen Gläschens Portwein oder Likör steinalt wurde? Denken wir an Queen Mum - Nicht umsonst heißt es in Schottland: „Mit der

richtigen Menge Whisky am Tag leben wir ewig.“

Diese Aussagen wurden von den rechts angegebenen Quellen statistisch ermittelt. Sie sind also nur im Durchschnitt für alle gültig.

Individuell ist aber alles beim Menschen möglich. Quartalsäufer werden 100 Jahre alt oder sterben nach kurzer Zeit. Auch zurückhaltende Menschen kann es schnell erwischen. Ein verantwortlicher Umgang mit unserem Lieblingsgetränk Whisky ist wirklich wichtig.

Hüten Sie sich vor den Suchtgefahren und genießen Sie bewusst. The Whisky Store freut sich, Sie auch noch im hohen Alter von 90 oder mehr Jahren als Kunden bedienen zu dürfen.

Eine kurzfristige Maximierung des Umsatzes wäre kurzfristig und würde uns langfristig sogar Schaden.

Literatur

Udo Pollmer, Susanne Warmuth: Lexikon der populären Ernährungsirrtümer

Int. Herald Tribune, 18.04.2001: Heart Attack Survival - A Drink or 2 May Help

E.B. Rimm et al.: Moderate alcohol intake and lower risk of coronary heart disease, British Medical Journal 1999/319/S.1523

R.L. Sacco et al.: The protective effect of moderate alcohol consumption on ischemic stroke, Journal of the American Medical Association 1999/281/S.53



Harte Zeiten für Whisky-Genießer

Warum manche Single Malt Whiskys knapp werden



schon Markt genommen. Auch in Deutschland war ab Oktober Schluss. Es ging aber nicht nur um diese beiden Malts. Auch Macallan 18J und Highland Park 18J waren aus. Sind alle 18-jährigen Malts betroffen?

Ist dies nur das Problem einiger weniger Brennereien oder haben wir es mit einem Problem der ganzen Branche zu tun?

Die Nachricht zu Weihnachten 2000 überraschte: Lagavulin war ausverkauft. Trotz Geld und guter Worte war beim Importeur nichts mehr zu haben. Wer vorgesorgt hatte, war fein raus. Im Frühjahr lieferte man wieder und so war der Zwischenfall schnell vergessen.

Bereits im Herbst 2001 war es wieder soweit. Lagavulin und Oban wurden vom däni-



Rechnen wir kurz nach: Was geschah zu dieser Zeit auf der Welt? Was passierte 1983 bis 1987 auf den Britischen Inseln im Besonderen? Was hatte einen so großen Einfluss, dass heute so wenig alter Malt Whisky verfügbar ist?

Das Nachkriegs-Großbritannien, einstmals Weltmacht und Empire, rutschte über die 70er Jahre des 20. Jahrhunderts in eine Wirtschaftskrise. Die Zeichen standen so schlecht, dass die langjährige Regierung 1979 durch Margaret Thatcher abgelöst wurde. Sie schuf das geflü-

gelte Wort: „Britain, The sick man of Europe“ (Britannien, der kranke Mann Europas).

Der Rückzug des Staates aus den Kohleminen war das härteste Ereignis der kommenden Reformen. Langjährig mit hohen Subventionen durch den Steuerzahler bedacht, wollte Thatcher dieses Fass ohne Boden stopfen. Der Gewerkschaftsführer Arthur Scargill rief 1984 zum Streik auf, der sich zum längsten Industriestreik im 20. Jahrhundert ausweitete. Über ein Jahr dauerte der Streik und er endete, genauso wie sein



Vorgänger 1926, mit einem Desaster. Zigtausende zunächst im Streik, verloren am Ende ihre Arbeit. Die Politik war gescheitert. Gewalttätige Krawalle waren die Folge und stürzten Gesellschaft und Wirtschaft in eine tiefe Depression.

In diese Jahre des Wandels fallen besonders viele Brennerei-Schließungen: Banff 1983, Brora 1983, Coleburn 85, Convalmore 85, Dallas Dhu 83, Glen Albyn 83, Glen Mhor 83, Glenesk 85, Glenglassaugh

86, Glenlochy 83, Glenury 85, Millburn 85, North Port 83, Port Ellen 83, St. Magdalene 83.

Aber nicht nur diese Destillen hatte es erwischt. So renommierte Brennereien wie Ardbeg 81, Springbank 82 und Knockdhu 83 mussten für mehrere Jahre schließen.

Und die Brennereien, die weiter liefen, schränkten die Herstellung ein. Oban lief während dieser Zeit gerade einmal mit 1/3 seiner Kapazität.

Ab wann wird es wieder

besser? Wann hatte die Brenne-reiindustrie die Krise überwunden? Der Jahreswechsel 1988/89 brachte die Wende. Ardbeg und Springbank öffneten wieder und auch die gesamte Branche produzierte wieder mehr. Gut für uns, denn jetzt 16 Jahre später kann die weltweit hohe Nachfrage nach 12-jährigen Malts gut bedient werden.

Den 16 bis 21-jährigen Malts stehen jedoch noch mehrere harte Jahre ins Haus. Gibt es Geheimtipps, auf die man ausweichen kann? Mauerblümchen, die im Verborgenen reifen und vom Markt vergessen wurden? - Ja, diese Malts gibt es tatsächlich.

Wir müssen aber nach Brennereien suchen, die damals mit großer Kapazität liefen und heute keinen so guten Ruf mehr im Markt haben. Es sind zum Teil die Brennereien, deren großer heutiger Ausstoß ihrem Ruf schadet, deren ältere Malts sich aber nicht verstecken müssen. Sie haben nämlich die hohe

Qualität, mit denen die Marke groß wurde. Das Massenprodukt erschien erst deutlich später.

Hier sind die Tipps:

Aberlour 15J, Bowmore 15J+18J, Bruichladdich 15J, Dalwhinnie 15J, Glenfarclas 21J, Glengoyne 17J, Glenlivet 15J+18J, Glenmorangie 15J+18J, Knockando 18J und Laphroaig 15J



Brennerei Convalmore



Die Geschichte des Whiskys

Wie Whisky den Weg in unsere Wohnzimmer fand

Schon die alten Ägypter kannten vor unserer Zeitrechnung das Prinzip der Destillation. Sie brannten aber Parfüm und keinen trinkfähigen Alkohol. Ob der eine oder andere Priester etwas wusste?

Mit dem Aufstieg und Verfall des griechischen und römischen Reichs verlor sich dieses Wissen. Das dominierende alkoholische Getränk zu dieser Zeit war der Wein, der nahezu von alleine entstand. Er reifte gut unter der starken mediterranen Sonne und auch die Vergärung verlangte wenig Zutun.

Schwieriger war es in der Kälte nördlich der Alpen. Zwar brachten die Römer auch die Kunst des Weinmachens mit zu uns, doch der Alkoholgehalt war durch den geringen Zuckergehalt wegen der fehlenden Sonne begrenzt. Dafür war der Säuregehalt sehr hoch.

Viele mittelalterliche Rit-

ter und Edelleute litten unter diversen ‚Körpersteinen‘, die durch die große Säurezufuhr im Körper wuchsen. Noch heute werden diese bis zu faustgroßen Steine in mittelalterlichen Gräbern gefunden - Autsch!

Das alte Wissen verfiel im dunklen Mittelalter und nur in den Klöstern wurden die Errungenschaften der Ägypter, Griechen und Römer bewahrt.

Der Expansionsdrang der Römer führte zur Vertreibung der Kelten. Ursprünglich auch in Bayern heimisch, mussten sie der Übermacht weichen und sich immer weiter nach Nordwesten zurück ziehen. So ist es nicht verwunderlich, dass es im 11. Jahrhundert keltische Mönche waren, die die Kunst der Destillation auf ihrem langen Weg mit nach Irland brachten.

Auf dieser regenverhangenen, stürmisch kalten Insel, wuchs nahezu kein Wein. Man

musste sich mit Bier aus vergorener Gerste zufrieden geben. Nur Gerste enthält als einziges Getreide das wichtige Enzym, das Stärke in Zucker aufspaltet, der dann von Hefen vergoren wird. Mit dem heimischen Hafer war das nicht machbar.

Aber nach einigen hundert Jahren Auslese brachte die Gerste gute Erträge und im Jahre 1494 wird in Schottland das erste Mal Whisky urkundlich erwähnt. Im Jahre 1608 wurde mit Bushmills die erste Brennerei in Irland aktenkundig.

Auf dem Kontinent dagegen brannte man aus Wein. Allen voran die Franzosen in der Region um die Kleinstadt Cognac. Alle Adelshäuser, auch in Irland und Schottland, bezogen Cognac aus Frankreich.

Ende des 18. Jahrhunderts wurde mit der Reblaus ein Parasit nach Frankreich eingeschleppt. In wenigen Jahren vermehrte sich die Laus explosionsartig und vernichtete mehr als 50% der Weinernte im fran-

zösischen Cognac.

Das Hemd ist bekanntlich näher als die Jacke und so gingen die Schotten in den kommenden Jahren bei der Cognac-Versorgung leer aus. Phantasie war gefragt und so kam ein unbekannter Schotte auf eine glänzende Idee. Warum nicht Whisky ähnlich zum Cognac in ausgedienten Sherryfässern lagern? Nach dem Ausschank des Sherrys waren die Fässer sowieso übrig und im besten Fall würde das Sherryaroma im Whisky zu einem cognacähnlichen Geschmack führen.

Der Erfolg war überwältigend und mit der fortschreitenden Industrialisierung und der maschinellen Herstellung der Glasflasche konnte der Siegeszug des Whiskys über die Welt beginnen.

Den alten Ägyptern, den keltischen Mönchen und einem unbekanntem findigen Schotten haben wir die Whiskyflasche in unserem Wohnzimmer zu verdanken. - Auf ihr Wohl!

Whisky in 0,7 und 1,0 Liter Flaschen

Hängt die Qualität eines Single Malt Whiskys von der Flaschengröße ab?

2004 rief ein Kunde an. Er hatte sich zwei Flaschen Bowmore 12 Jahre gekauft. Eine mit 0,7 Liter Inhalt und eine zweite mit 1,0 Liter. Der Inhalt beider Flaschen wurde von einer 7-köpfigen Gruppe von Malt Whisky Freunden probiert. Sie konnten keinen Unterschied feststellen.



Wiederholt haben sie diesen Versuch jetzt mit einem Dalmore 12 Jahre. Hier war man der eindeutigen Meinung, der Malt aus der 1,0 Literflasche sei mit Zugabe von Wasser besser.

Was steckt dahinter? Sind 1,0 Liter-Flaschen aus dem Travel-Value Umfeld (TV) besser als die regulären 0,7 Liter? Ist das immer so? War es eine Ausnahme? Welche Abfüllungen gibt es in 1,0 Liter? Wie verhält es sich mit der Auswahl der Fässer? Was macht die Industrie?

Der TV-Markt leidet unter der Aufhebung der EU-Grenzen. Nur noch Fernreisen und Norwegen oder die Schweiz erlauben es dem Einzelnen, seine Vorräte steuerfrei aufzufüllen.

Ausschließlich die umsatzstarken Malt Whiskys werden in 1,0 Liter Flaschen angeboten. Hier macht es wirtschaftlich Sinn, neben der Standardfla-



Whisky Abfüllanlage



Im The Whisky Store 1997

sche eine zweite Flaschengröße einzuführen. Die wenigen Abfüllstraßen müssen ja extra für die Sondergröße eingerichtet werden. So findet man im TV in der Regel nur die Malts von 10 bis 12 Jahren in der 1,0 Liter Flasche. Alle anderen haben 0,7 Liter. Der wirtschaftliche Druck auf den TV lässt jetzt auch die 1,0 Liter-Flaschen verstärkt auf dem heimischen Markt erscheinen.

Es bleibt die Frage nach



Fassverladung auf Islay

reien die Fässer in gesonderten Ladungen zu den Abfüllstraßen bringen. Das habe ich noch nie gesehen.

Sehr wohl werden Qualitäten unterschieden, um besondere Abfüllungen wie z.B. Macallan 18 Jahre Gran Reserva vom regulären 18-Jährigen abzuheben. Wenn man sich diese Mühe der Fassauswahl macht, dann muss aber auch ein höherer Verkaufspreis diesen Aufwand rechtfertigen. Das lässt sich nur mit einem anderen Label durchsetzen. Vom Bowmore und Dalmore 12 Jahre werden jährlich Hunderttausende Kartons verkauft. Hier einen Unterschied zu machen treibt mehr Kosten, als es zusätzliche Erlöse bringt.

Was kann nun zum besseren Geschmack des Dalmore geführt haben? Malt Whisky ist ein Naturprodukt und hat natürliche Geschmacks-Schwankungen. Jedes Fass schmeckt anders und man kann durch eine begrenzte Behältergröße nicht beliebig viele Fässer mit-



Fassentleerung



Fassöffnung zur Abfüllung

einander mischen. Es gibt auch jahreszeitliche Einflüsse. Wird im Winter gebrannt, so wird der Malt etwas weicher, da die kalte Umgebungsluft den Kühler bei der Destillation unterstützt und so ein reinerer Malt Whisky entsteht.

Einen wichtigen Unterschied gibt es zwischen den Flaschen, der zu einem spürbaren Qualitätsunterschied führt. Die 1,0 Liter-Flaschen werden in der Regel mit 43% abgefüllt. Die normalen Flaschen müssen sich dagegen mit dem gesetzlichen Minimum von 40% begnügen.

Zu hoch ist die Alkoholsteu-

er, als dass die Firmen sich die 43% für Standard-Flaschen leisten könnten. Erst mit steigendem Flaschenalter und -preis steigt auch die Prozentzahl. 43 oder 46% werden von der Whiskyindustrie als optimal angesehen (z.B. Bowmore 18J, Glenfarclas 15J). Durch die Beigabe von etwas stillem Wasser werden zusätzliche Aromen im Malt freigesetzt. Die 1,0 Liter Flasche mit 43% hat hier etwas mehr Reserve, bevor der Whisky verwässert.

Dies ist vermutlich der Grund, warum der Dalmore 12J/43% in der 1,0 Liter-Flasche unter Beigabe von Wasser von den Whisky-Freunden als besser bewertet wurde.

In der Praxis sind die Unterschiede jedoch so gering, dass von einer gleichen Qualität beider Flaschen gesprochen werden kann.

Es bleibt der Preisvorteil der 1,0 Liter-Flasche. In der Regel beträgt er 25 bis 40% gegenüber der normalen 0,7l Flasche.

Das Whisky-Tasting

Wie probiert man Whisky richtig?

Whisky in Fassstärke erreicht Stärken von mehr als 60%. Kann man da noch etwas Anderes als scharfen Alkohol schmecken?

Wir empfehlen für den Genuss aller Whiskys die Zugabe von stillem Wasser. Einigen Whiskys genügen ein paar Tropfen, um das volle Aroma zu mobilisieren. Gibt man viel Wasser zu, werden sie wässrig. Whiskys mit 40% Stärke wollen vorsichtig verdünnt werden.

Nach den ersten Versuchen wird der Wunsch nach einem Tasting unter Anleitung geweckt. Am Besten im Keller eines schottischen Schlosses oder zwischen Regalreihen, auf denen sich Flasche an Flasche reiht. Fünf, sieben, ja mehr als 10 Whiskys kann man so prima probieren. Allen voran ein Kenner, der uns an seinen bildhaften Geschmacks-Erfahrungen teilhaben lässt. „Ich verspüre

einen Unterton von verbranntem Leinen; leider etwas eindimensional ...“ - ?

Der sensible Leser wird den kritischen Unterton sehr wohl bemerkt haben. 10 Proben à 0,04 Liter ergeben 0,4 Liter Whisky, der uns schnell in einen Vollrausch versetzt. Selbst mit sechs Proben à 0,03 Liter haben Sie knapp 0,2 Liter Whisky in sich. Die letzte Flasche ist dann wie immer die Beste. - Regelmäßig ist es richtig schade um die Krönung des Tastings. Nach 0,2 Liter Whisky schmeckt auch MacMogel ziemlich gut ...

Doch bereits viel früher ist unser Aufnahmevermögen erschöpft. Der Alkohol im Whisky sorgt spätestens nach der dritten Probe für eine starke Beeinträchtigung unserer Wahrnehmung. Die Geschmackstiefen bleiben dem Tastingteilnehmer verborgen. Selbst Kenner hätten ihre Schwierigkeiten, nach der dritten Probe einen Macallan 15 Jahre vom 18-Jährigen zu unterscheiden.

Wie soll man es aber stattdessen machen? Was machen die Profis, die Fässer und ganze Lagerhäuser beurteilen müssen? Da muss es doch Anhaltspunkte geben. - Profis riechen nur. Jeder Tropfen Whisky im Rachenraum würde die Aufnahmefähigkeit für die folgende Probe behindern. In 15 Minuten werden so bis zu 20 Proben ‚ver-rochen‘. Oft unter der Zugabe von viel Wasser, bis hinunter zu einer Stärke von 25%. Dann stört der Alkohol nicht mehr und die Aromen werden richtig frei. Bevorzugt finden diese Beurteilungen am Morgen statt. Die Geschmacksnerven sind so noch erholt von der Nacht.

Wenden Sie diesen professionellen Ansatz auf ein bezahltes Tasting an. Gelinde gesagt wäre die Teilnehmerzahl sehr begrenzt. Das sinnliche Erlebnis wiche einer nüchternen Betrachtung. Das ist mit Sicherheit auch kein vernünftiger Weg.

Wir empfehlen nicht mehr als drei verschiedene Whiskys an

einem Abend zu verkosten. Besser noch sind nur zwei, die man vergleichend zu sich nimmt. Nehmen Sie sich viel, viel Zeit zum Riechen mit und ohne Wasser. Verwenden Sie mehrere Gläser. Dann erst probieren Sie. Und wenn sich anschließend der Whisky im Rachenraum breit macht, vermischen sich alle Geschmacksnuancen beider Whiskys zu einem Gesamterlebnis. Schenken Sie sich ruhig nach. Sie werden nach Stunden mehr und mehr Aromen in den beiden Whiskys entdecken.

Laden Sie zu diesem besonderen Ereignis Freunde ein und tauschen Sie Ihre Eindrücke aus. So wird es ein tolles Erlebnis über das man noch lange spricht. Bitte öffnen Sie für Ihre Freunde nicht abschließend noch die eine oder andere besondere Flasche. Es wäre schade um die guten Tropfen. Sparen Sie sie lieber bis zum nächsten Tasting auf, denn alle werden diesen wunderbaren Abend wiederholen wollen.

Warum schmeckt Malt Whisky so unterschiedlich?

Die größten Einflüsse auf den Geschmack von Single Malt Whiskys

Aus einer Brennerei gibt es viele unterschiedlich schmeckende Malts. Woran liegt es? Was sind die größten Einflüsse auf den Geschmack eines Malt Whiskys? Es gibt drei große Einflüsse:

1. Rauchgehalt des Malzes
2. Brennblasen und Brennverfahren
3. Zur Reifung verwendete Fassart

Der Rauchgehalt von Malz ist leicht einzuordnen. Die Mehrheit aller Malt Whiskys wird heute mit gering rauchigem Malz hergestellt. Früher waren die Whiskys allesamt rauchiger als heute. Den Torf zum Darren des Malzes konnte man kostenlos in den Mooren stechen, wogegen Kohle oder Öl zum Erhitzen rauchfreier

Luft mit Extrakosten zu Buche schlug.

Heute ist die Arbeitskraft teurer geworden. Torf kostet damit mehr als Öl oder Gas. Doch trotz Preisanstieg hat sich vor allem auf der Insel Islay die Tradition des rauchigen Malt Whiskys weiter erhalten. Die Skala unten zeigt den traditionellen Zusammenhang zwischen Rauchgehalt des Malzes und den schottischen Regionen.

Die verwendeten Brennblasen und das Brennverfahren sind weitaus schwieriger einzuordnen. Grundsätzlich gilt: Je höher und eingeschnürter eine Brennblase ist, um so sorgfältiger wird der Alkohol von den öligen Bestandteilen, die gleichzeitig stark intensive Geschmacksstoffe sind, getrennt.

| | | |
|---------------------------|----------------|-------------------------|
| ohne Rauch | leichter Rauch | stark rauchig |
| +----- Rauchgehalt -----+ | | |
| Lowland + Highland | Highland | ältere Highland + Islay |

| | | |
|--|----------|----------|
| weich | mittel | intensiv |
| +----- Brennart -----+----- Brennblasenform -----+ | | |
| Lowland | Highland | Inseln |

Allerdings gibt die Form der Brennblasen nur eine begrenzte Sicherheit. Wird mit höherer Temperatur oder länger als üblich destilliert, so kann auch in einer schlanken und stark eingeschnürten Brennblase ein kräftiger Malt entstehen. Früher wie heute tauschen sich die Destillationserfahrungen durch Personalwechsel zwischen den Brennereien aus. So entstanden in den Regionen durch ähnliche Produktion vergleichbar intensive Malt Whiskys.

Die Fässer haben zwei grundlegend verschiedene Einflüsse. Zum Ersten ist dies die Eichenart des Fasses. Weiche, zarte amerikanische Eiche fin-

det man in Fässern, in denen zuvor Bourbon lagerte. Standardbourbons lagern nur 2 Jahre in frischen Eichenfässern. Nach dieser kurzen Zeit sind im Fass noch viele Aromastoffe für den schottischen Malt Whisky enthalten. Gebrauchte Sherryfässer sind dagegen aus intensiver europäischer Eiche gefertigt. Den größten Einfluss hat die Anzahl der Wiederbefüllungen eines Fasses auf den Geschmack des Malts. Eine zweite Füllung führt zu deutlich weniger Holzaromen und ein drittes Befüllen von 20 oder 30 Jahre alten Fässern ergibt fast keinen Holzeinfluss mehr auf den gelagerten Malt Whisky.

| | | |
|-----------------------|----------|-------------------|
| Bourbonfass | Mischung | Sherry/Weinfässer |
| +----- Holzart -----+ | | |
| mild zart | mittel | intensiv |

| | | |
|--------------------------|----------|----------|
| 3rd Fill | 2nd Fill | 1st Fill |
| +----- Füllanzahl -----+ | | |
| gering | mittel | intensiv |

Lassen Sie uns zum Abschluss ein paar Vertreter der verschiedenen Whiskytypen benennen:

Ohne Rauch

1. weiche Brennart, Bourbonfass, 1st und 2nd Fill

Auchentoshan 10J
Glenmorangie 15J

2. weiche Brennart, Sherry/Weinfässer, 1st Fill

Auchentoshan Three Wood
Balvenie Double Wood 12J

3. mittlere Brennart, Sherryfässer, 1st Fill

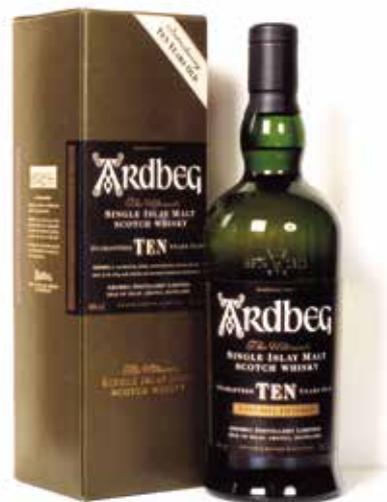
Macallan 12J



Viel Rauch

4. mittlere Brennart, Bourbon-Fass, 1st und 2nd Fill

Ardbeg TEN,
Caol Ila 12J, Cask, 18J



5. mittlere Brennart, Sherryfässer, 1st Fill

Bowmore Darkest 15J
Bowmore 18J



6. intensive Brennart, Bourbon- + Sherryfässer 1st und 2nd Fill

Lagavulin 16J

Die meisten Hersteller stellen leichten Brennarten auch leichte Fässer und geringe Rauchgehalte gegenüber.

Man legt Wert auf Harmonie.

Nur zwei Ausnahmen gibt es an beiden Enden des Spektrums.

Der Auchentoshan Three Wood lässt das Sherryfass gegenüber der Brennart und dem fehlenden Rauch dominieren. Wer intensive europäische Eiche kennen lernen möchte, sollte hier beginnen.

Die zweite Ausnahme ist der Laphroaig. Er ist ein sehr milder, weicher Malt aus einem Bourbonfass, der durch eine extreme Rauchigkeit aus dem Rahmen fällt.

Die ‚Besten‘ Malt Whiskys Schottlands

Die Bestseller von The Whisky Store



Oft werden wir gefragt, welche Single Malt Whiskys am häufigsten von Kunden verlangt werden. Häufig genannte Namen sind Lagavulin, Macallan und Bowmore. Gibt es einen herausragenden Malt, der sich am Besten verkauft? Und wenn

ja, weshalb gerade dieser?

Hochwertige Malt Whiskys zu verkaufen ist ein sensibles Geschäft. Bis auf eine Handvoll kleiner Unternehmen sind die schottischen Brennereien mittlerweile im Besitz weniger globaler Spirituosenkonzerne wie Diageo oder Pernod Ricard.

Kennen Sie die Malts Ardmore, Breaval oder Glenburgie? Falls nicht, so ist dies kein Wunder. Nur wenige Brennereien werden massiv beworben.

Gute, groß angelegte Werbung ist der Schlüssel zum Erfolg. Aber statt das gesamte Werbebudget gleichmäßig auf alle Brennereien zu verteilen fördern Konzerne nur einzelne Brennereien. So lässt sich am meisten Malt Whisky kostengünstig absetzen. Wer als erstes zu Werben anfang konnte den Markt für sich gewinnen. Die beiden Top Malt Whiskys in der Welt zeigen dies deutlich:

1. Glenfiddich
2. Glen Grant

Doch der hohe Absatz fordert auch seinen Tribut in der Qualität. Nur 30 bis 50% aller Whiskyfässer sind nach der Reifung wirklich hochwertig. Wenn man 100% seines Whiskys dennoch als Single Malt abfüllt, anstatt die anderen Fässer in Blends zu vermarkten, so leidet die Qualität. Um die Qualität zu halten, füllen die großen Brennereien auch ältere und handselektierte



Malts ab.

Mit der Massenware möchte man den Markt der Premium-Qualitäten nicht verlieren. Hinter diesen Marktführern haben sich drei weitere Malts gut entwickelt: The Glenlivet, Cardhu und Glenmorangie belegen weltweit die Plätze 3 bis 5.

Diese fünf Malts sind uns aus der Werbung gut bekannt. Glenfiddich und Glen Grant flimmern zu Weihnachten sogar





ihre Classic Malts Selection gemeinsam bewirbt. Die Werbeausgaben verteilen sich auf 13 einzelne Malt Whiskys mit geringeren Flaschenzahlen, die es alleine nie zu einer größeren Verbreitung geschafft hätten.

Dies kopierten Morrison Bowmore mit Auchentoshan, Glen Garioch und Bowmore sowie Allied Domecq mit Glendronach, Scapa und La-



über den Fernseher.

Doch wenn niemand einen Whisky kennt, wird er dann auch verkauft? Brennereien wie Glenlochy, Pittyvaich oder Port Ellen mussten schließen, weil zu wenig Menschen von ihren hervorragenden Malts wussten. Mit Werbung wäre das nicht passiert.

Geradezu genial ist die Vorgehensweise von Diageo, die

phroaig. Doch der Erfolg blieb aus. Bowmore und Laphroaig waren bereits zu starke eigenständige Marken mit mehreren Altersstufen, die nicht in die Kombinationsstrategie passten. Nach der Übernahme von Allied Domecq durch Pernod Ricard und Fortune Brands wurde sogar die Malts Heritage Collection (Glendronach, Scapa und Laphroaig) auseinandergerissen. Heute wird Laphroaig von den Amerikanern vertrieben.

Haben Sie von unseren anschließend aufgeführten Bestsellern noch nicht alle probiert? Dann sollten Sie es möglichst bald nachholen. Ohne die großen Werbeausgaben und die weltweite Vermarktung erhalten Sie für Ihr Geld Top-Whiskys aus ausgesuchten Fässern, die vom ausdruckslosen Einheitsbrei der im Supermarkt angebotenen Malts meilenweit entfernt sind.

Bis ca. € 40

- Ardbeg 10J
- Aberlour 10J
- Auchentoshan 10J
- Balvenie 12J
- Bowmore 12J
- Bruichladdich 10J
- Cragganmore 12J
- Dalmore 12J
- Dalwhinnie 15J
- Highland Park 12J
- Laphroaig 10J
- Oban 14J
- Talisker 10J

Über €40

- Ardbeg Uigeadail
- Balvenie Port 21J
- Bowmore 15J Darkest
- Bowmore 18J
- Glenfarclas 21J + 25J
- Glenmorangie
- Port + Sherry Wood
- Highland Park 18J

Kennen Sie amerikanischen Whiskey?

Kentucky Straight Bourbon

Sie kennen alle amerikanischen Whiskey aus dem Supermarkt? Doch die Whiskeys, die ich Ihnen hier vorstelle, sind von diesen Supermarkt Whiskeys soweit entfernt, wie Macallan oder Bowmore vom Blended Scotch. Diese Whiskeys sind etwas Besonderes und sollten pur (ohne Cola, ohne Eis) und nur mit etwas stillem Wasser genossen werden.

Auf dem nordamerikanischen Kontinent existieren zwei Regionen, in denen traditionell Whiskey gebrannt wird. Dies sind die US-Staaten Kentucky und Tennessee sowie die Ufer der großen Seen im Süden Kanadas. Amerikanischer Whiskey schreibt sich, genauso wie der irische Whiskey, mit einem e vor dem Ypsilon.

Es gibt vier verschiedene Whiskey Sorten in Amerika. Die wohl bekannteste ist der Bourbon, der seinen Namen

über das Bourbon County in Kentucky erhielt. Dieses County (engl. = Grafschaft) bekam seinen Namen zu Ehren der französischen Königsfamilie (die Bourbonen), da Ludwig der XVI den Amerikanern während der Unabhängigkeitskriege gegen die Engländer half.

Bourbon wird zu mindestens 50% aus Mais hergestellt. Dies gibt ihm seinen typisch süßlichen Geschmack. Die restlichen verwendeten Getreidesorten sind Roggen (sehr würzig), Weizen (sehr weich und mild) und die Gerste, die für den Fermentations-Prozess unbedingt notwendig ist.

Wird ein Bourbon anschließend nicht mehr verschnitten, so nennt man ihn ‚Straight‘. Wird er mit mehr als 100 Proof (= 50 Vol. % Alc.) und von Hand in Flaschen abgefüllt, so darf er die Qualitätsbezeichnung ‚Bottled in Bond‘ tragen. Ein ausgezeichnete Vertreter der Kentucky Straight Borsbons

ist der Four Roses Single Barrel.

Wird mehr als 50% Roggen in einem Whiskey verwendet, so darf er sich ‚Rye Whiskey‘ nennen. Zu Anfang gab es in Amerika sehr viele Rye Whiskeys, die außergewöhnlich würzig schmeckten.

Der Geschmack der Menschen wandelte sich jedoch über die Jahrhunderte, so dass der Rye Whiskey beinahe in Vergessenheit geriet. Nach der ‚Mild and Mellow‘ Mode erlebt Rye Whiskey heute eine Renaissance.

Der Wild Turkey Rye ist ein typischer echter urtümlicher Rye Whiskey, wie er in alter Zeit üblich war.

100%-tige Mais Whiskeys werden als ‚Corn Whiskey‘ bezeichnet. Sie schmecken sehr neutral. Reine Corn Whiskeys werden deswegen wenig getrunken und vorwiegend für die Erzeugung von Blends verwendet.

Als viertes und letztes seien hier die vor der Fasslagerung gefilterten Tennessee Whiskeys genannt. Sie erfreuen sich seit neuester Zeit einer wachsenden Beliebtheit.

Gentleman Jack aus der Brennerei Jack Daniel ist etwas Besonderes. Er wird nicht nur vor der Fasslagerung sondern auch noch einmal danach gefiltert.

Die Filtervorgänge dauern bis zu 10 Tage und entfernen restlos alle Trub- und Schwebstoffe aus dem Destillat. Der resultierende Whiskey schmeckt außergewöhnlich weich und mild.

Sie sind neugierig auf amerikanische Whiskeys geworden? Genau dies habe ich bezweckt.

Probieren Sie einmal etwas Anderes und versuchen Sie einen Kentucky Straight Bourbon.

Die Macht des Markts

Wie entstehen die Preise von Whisky-Flaschen?

Wer hat sich nicht schon einmal geärgert, warum eine gute Flasche Malt Whisky rund € 35 kostet und im Supermarkt bezahlt man für Noname-Whiskys nur die Hälfte? Ist etwa der TEuro Schuld daran? - Nein, so einfach ist es leider nicht. Die Preise von Malt Whisky Flaschen unterliegen keiner Willkür, obwohl es uns manchmal wundert, dass ein Loch Lomond 21J gleich viel kostet wie ein Isle of Arran 10 Jahre. Wie setzt sich der Preis einer Whiskyflasche zusammen?

Die Herstellung ist schnell geklärt. Pro Liter Whisky werden etwas gemälzte Gerste und einige Liter heißes Wasser verbraucht. Ferner benötigt man eine kleine Brennerei, die mit zwei Handvoll Mitarbeitern kurz vor dem Ende der Welt kostengünstig produziert. Je Liter Rohwhisky rechnet man



mit Herstellungskosten von 2 EUR. Zusätzliche 2 EUR für Verpackung und Transport nach Deutschland, 3 EUR Alkoholsteuer, ein wenig Gewinn für alle Beteiligten und zum Schluss noch 19% Mehrwertsteuer oben drauf ...

Das sollte zu einem Verkaufspreis von gut 10 EUR pro Flasche führen. Warum kostet nun eine Flasche guter Malt Whisky dreimal soviel?

Die Antwort auf diese Frage liegt in den Feinheiten unseres Wirtschaftssystems begründet.

Die einfache Formel Einkaufspreis+Gewinn=Verkaufspreis lernen wir in der Schule. Tatsächlich wird in dieser Rechnung mit den Kosten der wichtigste Faktor verschwiegen. An jeder Stelle fallen immense Kosten an, die auf jede einzelne, verkaufte Flasche umgelegt werden müssen.

Stellt eine Brennerei 1 Mio. Liter Whisky pro Jahr her, dann teilen sich die Personal- und Gebäudekosten durch diese eine Million. Um aber die Fässer auszusuchen, aus denen nach 12 Jahren 100.000 Liter guter Malt Whisky abgefüllt werden, muss die gesamte hergestellte Menge jedes Jahr von Menschen getestet und bewertet werden. Dabei fallen über 12 Jahre hinweg Personalkosten an, die letztendlich doch nur durch 100.000 geteilt werden dürfen.

Der zweite große Kostenfaktor ist die Werbung für Malt Whisky. Nur wenn ausreichend viele Genießer für eine Brennerei gewonnen werden, rentiert

sich die große Produktion und der systematische Auswahlprozess der besten Fässer. Für Marken wie z.B. Bowmore, Macallan und Glenmorangie gehen die Werbeetats weit in die Millionen. 10 EUR Werbekosten pro Flasche werden nicht selten überschritten.

Wenn wir als Malt-Liebhaber diese Kosten als unnötig erachten, sie lassen sich leider nicht vermeiden. Ohne Werbung kann keine Brennerei Stückzahlen erreichen. Die hohen Jahreskosten für den Betrieb der Anlagen und Lagerhäuser müssten auf wenige Flaschen umgelegt werden. Niemand würde diese teuren Flaschen kaufen. Die jungen, kleinen Brennereien Arran und Drumguish/Speyside können ein Lied davon singen.

Schauen wir weiter in Richtung Kunde. Palettenweise versendet der Hersteller die Whiskyflaschen zum Großhändler. Kartonweise erreichen die einzelnen Lieferungen die Verkaufsregale der Händler.

Vereinzelung, Umpacken, Gewinn des Großhändlers und der Weitertransport addieren weitere 5 bis 10 EUR zu jeder Flasche.

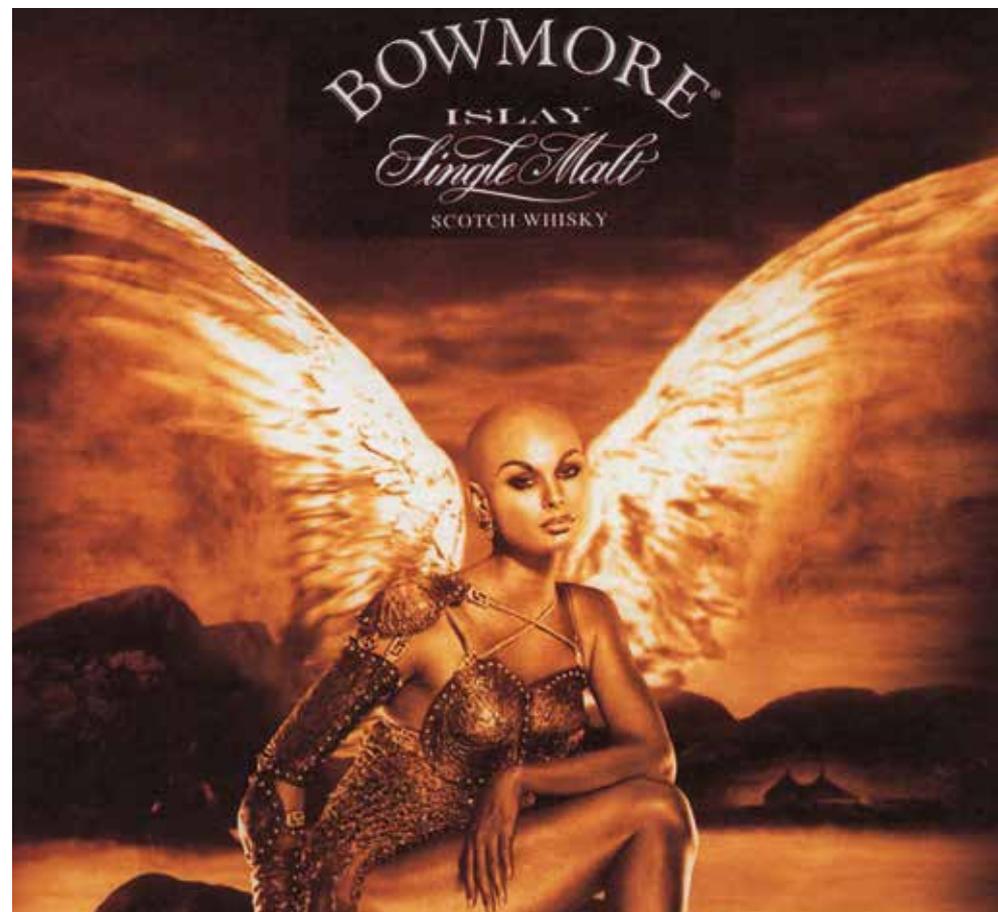
Über allem liegt die Zinslast für jedes Whiskylager. Hat ein Händler sehr viel Auswahl und dreht sich das Lager nicht mehrmals pro Jahr um, dann wird jede nicht verkaufte Flasche pro Jahr um den Bankzins teurer. Dies gilt nicht nur für den kleinen Händler. Auch der Großhändler, der Schwankungen in der Konjunktur und Nachfrage ausgleichen muss, kämpft mit den Kapitalkosten. 10% Kapitalzins werden pro Jahr oft überschritten. Die Kapitaldecke der Händler reicht zur Eigenfinanzierung nicht aus und die Banken tragen das Risiko. Ganz besonders deutlich wird der Zinseffekt bei Jahrgangsabfüllungen. Jede dieser Flaschen, die Sie in späteren Jahren erwerben, steigt im Preis mit mindestens 10% pro Jahr. Sammler können mit frühzeiti-

gen Käufen viel Geld sparen.

Wie kann man jetzt Kosten vermeiden und preiswert Whiskys anbieten? Der Schlüssel dazu liegt im Einkauf. Wer palettenweise einkauft, auf Großhändler nicht angewiesen ist und sein Lager vielfach pro Jahr umdreht, spart an den hohen Verteil- und Kapitalkosten. Sie

als Kunde sehen bei dieser Vorgehensweise in erster Linie die hohe Lieferfähigkeit mit kurzen Bestellzeiten.

Schönes Nebenprodukt sind regelmäßige Sonderangebote, die dem Kunden den Preisvorteil des Mengeneinkaufs auch für seltenere Flaschen durchreichen.



Die ‚Beste‘ Single Malt Whisky Brennerei

Im Jahr 2000 nahm ich eine neu erschienene Malt Whisky Flasche in die Hand und las erstaunt auf dem Etikett: ‚The Best Whisky in The World‘. Kann denn das wahr sein? Sollte meine Suche nach dem besten Whisky endlich zu einem Ende gekommen sein? - Nicht anders erging es mir zwei Monate früher in der Whiskypresse. Dort wurde mit dem gleichen Superlativ die ‚Weltweit beste Whisky Webseite‘ beworben.

Der Volksmund sagt: Andere Länder, andere Sitten. Dieses Sprichwort gilt auch hier. Eine Rücksprache mit angelsächsischen Freunden klärte mein Missverständnis schnell auf.

In Großbritannien scheint dieses oft ungerechtfertigte Prahlen in der Werbung nicht strafbar zu sein. Ganz anders schützt Sie in Deutschland das Wettbewerbsgesetz. Keine unwahre Werbung, sonst ist der Teufel los.

Probieren geht über Studieren. Über die beworbene Webseite können Sie sich schnell und kostengünstig selbst ein Urteil verschaffen. Den besagten Whisky müssen Sie sich schon kaufen. Ob Sie dies bei einem 12-jährigen Highland Malt für 31,90 EUR auch tun werden? Ist dies wirklich der ‚Beste Whisky der Welt‘?

Whiskyvereine, -gesellschaften und -experten haben in der Vergangenheit oft versucht Qualitätsreihenfolgen für Whisky aufzustellen. Die jährliche International Wine And Spirit Competition kürt auch immer wieder Sieger. Ein besonderes und vermutlich teures Automag als das Beste der Welt gekürt werden, doch was kauft der Kunde wirklich? Es sind Whiskys gefragt, die ein für ihn vernünftiges Preis-/Leistungsverhältnis aufweisen.

Als Whiskyvollversender mit über zweihunderttausend

verkauften Flaschen pro Jahr, können auch wir Empfehlungen abgeben, welche Whiskys bei unseren Kunden am Besten ankommen und welche Brennereien bei den Kunden den höchsten Rang einnehmen. Das Feld ist dicht gedrängt, aber Sie können eine kleine Gruppe an Spitzenbrennereien ausmachen, hinter dem ein gleich großes Verfolgerfeld steht.

Spitzengruppe

Ardbeg, Balvenie, Bowmore, Highland Park, Macallan, Lagavulin, Laphroaig

Verfolgerfeld

Caol Ila, Glenfarclas, Glenmorangie, Springbank, Talisker

Suchen Sie einen besonders guten Whisky? Wählen Sie einmal einen etwas älteren Whisky von diesen Brennereien aus.

Sicherlich wird jetzt der eine oder andere von Ihnen berechtigter Weise sagen: ‚Aber ein Linkwood, Mortlach oder Port Ellen ist etwas Unvergleichliches, das man auf keinen Fall

missen sollte.‘ - Auch Sie haben recht.

Für jeden der von uns angebotenen Whiskys gibt es eine Daseinsberechtigung. Sind Sie langjähriger Experte, so werden Sie etwas Ausgefallenes suchen. Beginnen Sie jedoch erst, so sollten Sie vorsichtig gute Whiskys auswählen, damit Ihnen nicht bei den ersten Flaschen ein Fehlkauf passiert.

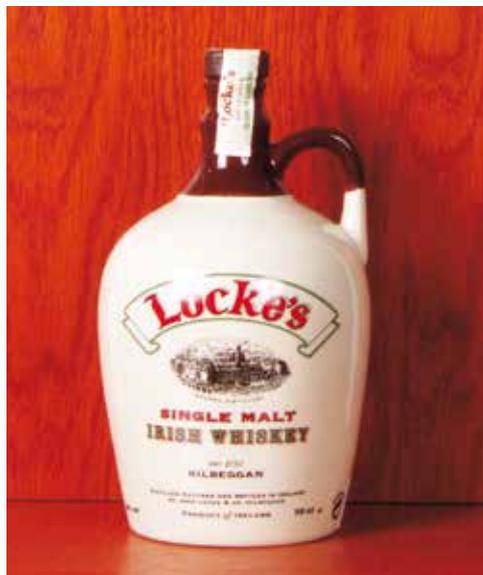
Passen Sie bitte auch bei Whiskys von unabhängigen Abfüllern auf. Sie sind bei uns besonders gekennzeichnet (Sign., G&M, Douglas Laing, ...).

Vergewissern Sie sich erst, bevor Sie einen absolut raren Whisky aus einer geschlossenen Brennerei zum Trinken kaufen, dass Sie den Geschmack auch wirklich mögen werden.

Es gibt eine ganze Reihe von sehr guten Büchern, die Ihnen auf einfache Weise helfen, die richtige Entscheidung zu fällen.

Die Verpackung von Whisky-Flaschen

Aufwändiger Schutz oder Werbung?



war. An eine moderne ‚Umverpackung‘ war noch lange nicht zu denken. Das Label beschrieb den Inhalt. Erst im 19. Jahrhundert wurde das moderne Label als Träger der Werbung und der Marke entdeckt. Anfangs verwendete man für die Schachtel dünnen Karton. Später wechselte man zu festerer Pappe.

Als die Globalisierung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts begann, stieg der Wettbewerb zwischen den Herstellern

Vor dem Beginn der industriellen Herstellung von Glasflaschen wurde Whisky direkt aus dem Holzfass oder aus Ton- und Steinkrügen ausgeschenkt. In den Pubs standen Fässer und im Krug nahm man größere Portionen mit auf den Weg.

Mit der technischen Entwicklung Ende des 18. Jahrhunderts entstand sowohl der Blended Whisky als auch die Glasflasche, die ideal zum Vertrieb dieses Massenprodukts geeignet



an und einzelne, wertvollere Flaschen bekamen die heute bekannten bunt bedruckten Schachteln. So ist es auch heute noch. Johnnie Walker Red Label und Ballantine's Finest werden in blanken Flaschen verkauft. Chivas Regal wird dagegen bereits in einem Karton geliefert.

Mit zahlreichen Verpackungen wird der Kunde umworben. Ihren ursprünglichen Zweck erfüllen sie auch jetzt noch. Sie sichern den Inhalt gegen Lichteinwirkung, vor Verkratzen und verhindern meist ein Wegrollen der liegenden Flasche.

Heute gibt es noch die einfache Pappschachtel wie bei Tyrconnell oder Royal Lochnagar. Die gleiche preiswerte Ausführung mit Kunststofffenstern sieht man noch vereinzelt bei unabhängigen Abfüllern.

Doch ihre Verbreitung sinkt beständig. Die Pappschachtel wird zunehmend durch die preiswert herstellbare Papprolle mit Metall- oder Kunststoffdeckeln ersetzt. Sie ist deutlich



stabiler und vermittelt dem Käufer bereits von außen einen ‚Runden‘ Eindruck und damit die Assoziation zur Flasche.

Allerdings verkratzt die Röh-



re durch die geringen Anlagestellen wieder leichter. Röhren ganz aus Blech trotzen auch diesem Einfluss.

Einige wenige Hersteller haben die Pappschachtel weiterentwickelt. Die eckige Form reizt zum Spiel mit dem Aufdruck. Bei der alten Talisker-Schachtel ergaben mehrere Flaschen nebeneinander gestellt eine tolle Landkarte. Bei der hier im Bild gezeigten Macallan Flasche (mittlerweile vergrif-

fen) reizte das gemeinsame Motiv zum Sammeln.

Lagavulin verstärkt die Pappschachtel mit einer inneren Wellpappe und The Glenlivet hüllt seine Flaschen zusätzlich in hochwertiges Papier.

Die regelmäßige Veränderung der Verpackung bietet dem Whiskysammler einen beständigen Nachschub an Sammelobjekten.

Die nach Außen wertvollste Form der Verpackung stellt

die Holzkiste dar. Es gibt sie unbehandelt, gebeizt, lackiert, aus Edelh Holz und sogar mit Plexiglasdeckel. Was ursprünglich zum Schutz eines wertvollen Kristallgefäßes gedacht war, vermittelt heute bereits von Weitem einen wertvollen Inhalt.

Dazu kommt ein nicht enden wollendes Repertoire an Zusatzausstattungen: Zertifikate, Siegel, Samt- und Tartansäcke, Seiden- und Samtfutter, Schlösser und Dergleichen mehr. Die bislang aufwändigsten Verpackungen boten der Bowmore 1955 (5.000 EUR) und der Ardbeg 1965 (3.000 EUR) mit ihren Hartholz- und Vollglaskisten.

Aber auch die Silent Still Edition von Signatory haben mit Holzkiste, Seidenfutter, beiliegender Miniatur und Fassstück sowie einer Plexiglasscheibe eine umfangreiche Ausstattung.

Bitte vergessen Sie bei all dieser Verpackung nicht den Inhalt. Wenn Sie Ihren Whisky nicht nur ansehen wollen,

kommt es schließlich auf den Inhalt an und nicht auf bunt bedruckte Pappe oder lackiertes Holz. Natürlich wollen die Hersteller mit Ihrer Verpackung Aufsehen erregen, doch ohne aufwändige Verpackung wird der Genuss für Sie preiswerter.

Rühmliche Ausnahmen von diesen teuren Verpackungen machen der Glenfarclas 25 Jahre und der Glenfiddich 30 Jahre, die beide in einer schlichten Röhre geliefert werden. Sie sind gleichzeitig die preiswertesten Vertreter ihrer jeweiligen Altersstufen.



Wie die Hersteller Preise machen

Die Preisentwicklung am Malt Whisky Markt

Der schottische Malt Whisky Markt ist in fester Hand weniger großer Hersteller. 90% der produzierenden Brennereien gehört einer Handvoll Konzerne. Wir kennen das vom Handy-, Energie- und Automobil-Markt. Die Wirtschafts-Wissenschaftler nennen dies ein Oligopol.

Es gibt noch Wettbewerb, aber die wenigen Anbieter wissen, dass ihre Preisentscheidungen zwingend Einfluss auf die Strategie der anderen hat. Selten hackt eine Krähe der anderen ein Auge aus. Was machen die wenigen kleinen Firmen? Sie folgen den Großen und leben ganz gut damit.

Aber die Kaufentscheidung des Kunden fällt nicht nur nach dem Preis. Hat man keine Möglichkeit vorab zu probieren, entscheidet man nach Empfehlungen, Flaschenaussehen, Bauchgefühl und natürlich der Werbung.

Welche Malt Whiskys verkaufen sich am besten? In der Regel sind es die, die im Markt am meisten werben. Glenfiddich, Glen Grant, Glenlivet und Cardhu halten gemeinsam mehr als 50% Anteil im Malt Whisky Markt. Sind sie deshalb auch die Besten? Zu deren Ehrenrettung sei gesagt, dass neben den weit bekannten Standardflaschen auch absolute Spitzenprodukte aus diesen Brennereien stammen.

Wenn die Werbung soviel Einfluss auf die Kaufentscheidung des Kunden hat, was ist dann mit den Verfolgern dieser Verkaufsspitzenreiter? Die Standardflaschen von Glenmorangie, Macallan, Aberlour, Lagavulin, Laphroaig und Bowmore stehen für weitere 20% des weltweiten Malt Whisky Marktes.

Kann es sein, dass der Markt diese Abfüllungen vielleicht überbewertet? Ist die Werbung

zu wirkungsvoll und trübt unseren Blick?

Die wenigen Anbieter im Markt suchen Marktanteile. Die Preise der 10 meistverkauften Malts werden aus Herstellungs-, Marketing- und Vertriebskosten berechnet. Kein Hersteller kann hexen und alle landen in der gleichen Preisspanne.

25 bis 35 EUR kostet der 10- bis 12-jährige Eintritt in die Welt der Malts. Warum liegt zwischen Glenlivet 12J und Glenmorangie 10J ein Preisunterschied von 3 EUR? Die Qualität halten Fachleute für vergleichbar und der Whiskyautor M. Jackson gibt dem Preiswerteren sogar 5 Bewertungspunkte mehr. Verrückte Welt?

Nein, es ist das langfristig bessere Marketing, das den höheren Verkaufspreis verdient.

Whiskypreise und -qualität gehen nicht Hand in Hand. Schnäppchen warten darauf, von Ihnen entdeckt zu werden.

Firmen in Oligopolen muss

man nicht zwingend folgen, wenn sich die Preise der Standardabfüllungen an den Kosten und nicht an der Qualität orientieren.

Aber was ist mit den anderen, seltener verkauften Flaschen? Bei diesen stochern die großen Firmen im Nebel des kleinen Marktes. Zu gering sind die Auswirkungen auf ihre eigene Bilanz, als dass man sich besondere Mühe bei der Preisfindung machte.

An den Tischen der Verkaufsabteilungen wird gewürfelt. Bis zu 50% Abweichungen im Verkaufspreis kann man unter vergleichbaren Flaschen im selben Konzern finden. Warum kostet ein Dalmore 21J 80 EUR und ein Jura 21J mit 60 EUR nur dreiviertel soviel? Beide sind qualitativ ähnlich bewertet. Die Würfel an den Tischen der Konzerne fallen im Mittel auf 3,5. Doch eine 1 ist beim Würfeln genauso wahrscheinlich wie eine 6.

Einen Nachteil haben wir

Mitteleuropäer. Deutschland, Österreich und die Schweiz gelten als reiche Länder. Deshalb versuchen die Konzerne das Preisniveau der eigenen Flaschen auf die vermeintlich hohen Einkommensverhältnisse anzuheben, wenn sich die Konkurrenz im Oligopol darauf einlässt. Die unterschiedlichen Preise zwischen den Ländern enthalten neben diesem Faktor noch Einflüsse durch unterschiedliche Lohn- und Transportkosten, Alkoholsteuer und natürlich der Mehrwertsteuer.



Bitte folgen Sie nicht blindlings dem Markt. Picken Sie sich lieber die Rosinen heraus. Kaufen Sie sich dazu das Malt Whisky Buch von Michael Jackson zu 28 EUR.

In ihm sind für gängige Flaschen Punkte vergeben. Nicht immer stimmen wir mit seiner Meinung überein. Aber die grobe Einteilung ist allgemeingültig.

Warum einen Whisky von einer Brennerei kaufen, die bis-

lang nur Abfüllungen zwischen 60 und 70 Punkten auf den Markt gebracht hat?

Es gibt Dutzende, die mehr als 80 und sogar über 90 haben. Und bei gleichwertig beurteilten Flaschen gibt es große Preisunterschiede. Es muss nicht immer ein Macallan 18J für 120 EUR sein. Andere Mütter haben auch schöne Töchter. Highland Park 18J und Glenlivet 18J bieten vergleichbare Qualität für

70 EUR weniger.

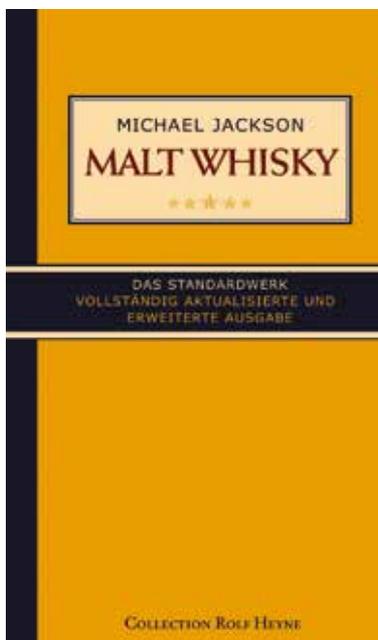
Ganz besonders empfehle ich die folgenden Abfüllungen mit einem aus meiner Sicht besonders gutem Preis-/Leistungsverhältnis:

Arbeg 10J, Bowmore Darkest 15J, Glenfarclas 15J, Glenlivet 15J + 18J und Jura 21J.

Diese Whiskys sind preislich attraktiv und derzeit (noch) stabil. Alle bewertet Michael Jackson mit 85 bis über 90 Punkte.

Auch wenn Sie unabhängige Abfüllungen suchen. Riskieren Sie einen Blick in das besagte Buch und machen Sie sich ein Bild, wie die bisherigen Abfüllungen der Brennerei abgeschnitten haben. Legen Sie nicht jeden einzelnen, vergebenen Punkt auf die Waagschale - es gibt Unterschiede zwischen Ihrem und Michael Jacksons Geschmackempfinden.

Ein Whisky mit 60 bis 70 Punkten wird aber auch Sie im seltensten Fall vom Hocker holen.



Whisky pur oder mit Eis?

Wie verkostet man Whisky richtig?

Mit der Verbreitung von Scotch Malt Whisky und Kentucky Straight Bourbon steigt die Anzahl an Experten. Man diskutiert die richtige Verkostung von Whisky. Dieser Artikel folgt dem Trend und beschreibt Möglichkeiten und Fehler.

Im Kino wird Whisky regelmäßig auf Eis getrunken. Dieses alte Klischee aus den heißen Staaten Amerikas hält sich hartnäckig. Einen großen Nachteil hat diese bei Barkeepern immer noch beliebte Servierweise. Bei eisigen Temperaturen funktionieren in unserem Mund die Geschmacksknospen nicht mehr richtig und es verdampfen weniger Aromastoffe aus dem Whisky. Die Nase kann 1.000 mal mehr riechen, als die Zunge schmeckt. Damit gehen mit Eis 999 von 1.000 Geschmackserlebnisse verloren.

Eine Vermischung von Whisky mit Cola gehört in den Partybereich mit lauter Musik, Rau-

chen und Unterhaltung. Hier steht der Partygast und der Alkoholkonsum im Mittelpunkt. Einen hochwertigen Malt oder Straight Bourbon sollte man so nicht opfern. Für die Mischung mit intensiver Cola eignen sich billige Blended Whiskys.

Wie macht man es denn nun richtig? Trinkt man jeden Whisky ausschließlich zimmerwarm und pur? Auch solche mit 55 bis 65% Alkoholgehalt? Viele Menschen geben Wasser zu. Soll man es auch tun und welches Wasser ist geeignet?

Nähern Sie sich einem Whisky vorsichtig. Nehmen Sie die ersten, feinen Aromen mit der Nase auf. Verwenden Sie unbedingt ein geeignetes Glas. Keinen schweren, glatten, zylindrischen Tumbler, sondern ein sich nach oben verjüngendes Nosingglas mit Kelch. Es bündelt die Aromen und verstärkt sie. Ob man den ersten Schluck pur oder mit Wasser verdünnt

zu sich nimmt, entscheidet jeder besser für sich selbst. Nach dem Essen oder Rauchen sollte man eher pur genießen. Der Whisky muss sich in diesem Fall im Mund erst durchsetzen. Dabei gilt: Je purer um so besser.

Doch hüten Sie sich vor zu hohen Alkoholstärken. Über einer Grenze von 50 bis 53% beginnen sich die medizinischen Eigenschaften des Alkohols durchzusetzen. Purer Alkohol betäubt Nerven! Alkohol macht nicht nur vor Schmerznerve nicht halt, sondern betäubt auch die Geschmacksnerven. Nehmen Sie zur Probe einen Schluck Whisky mit 57% in den Mund und verteilen Sie ihn gut. Das wirkt bei Zahnschmerz, ist aber nicht geeignet, um etwas anderes danach zu genießen.

Zur Verdünnung eines starken Whiskys verwenden Sie bitte nur stilles Wasser. Jegliche Kohlensäure oder Soda versäuern den Geschmack. Genauso wenig sind mineralhaltige Heilwasser geeignet. In ihnen ist

zuviel Salz. Am Besten verwenden Sie stilechtes schottisches Wasser.

Die Gretchenfrage beim Whiskygenuss lautet: Soll ich Whisky mit 40 bis 46% mit Wasser noch weiter verdünnen? Soll man einen solchen Whisky mit 2:1 (2 Teile Wasser auf 1 Teil Whisky) verdünnen und gegen den Durst trinken? Hier streiten sich die Gelehrten und der Fachmann wundert sich.

Erlaubt ist, was gefällt. Legen Sie sich keine Daumenschrauben an. Selbst in Schottland, Amerika und Irland genießen die Einheimischen mal mit und mal ohne Wasser. Mit Wasser werden feinere und leichtere Aromen frei. Probiert man mehrere Whiskys hintereinander, so muss die Alkoholstärke über die Zeit zunehmen, um die betäubende Wirkung des Alkohols auf die Geschmacksnerven wieder wett zu machen. In der Abwechslung und den unterschiedlichen Aromen liegt die Besonderheit des Whiskys.

Der Alkoholgehalt von Whisky

Wie viel ist genug?

Schottischer Whisky wird meist mit 40% oder 43% abgefüllt. Doch man findet auch 46%, 57% und sämtliche Werte dazwischen und darüber. Warum diese Unterschiede? Welche Hintergründe gibt es?

Der Gesetzgeber schreibt einen Mindestgehalt von 40% für Whisky vor. Damit ist die untere Grenze geklärt. Die relativ hohe Alkoholsteuer von 13,03 EUR pro Liter reinem Alkohol sorgt dafür, dass wenige Flaschen diese 40 bis 43% Schwelle überschreiten.

Besonders im preiswerten Segment vergleicht der Kunde den Preis pro Flasche, ohne einen Blick auf den Alkoholgehalt zu richten. Eine 0,7 Liter Flasche mit 43% kostet aber um ca. 35 ct an Alkohol- und Mehrwertsteuer mehr als eine 40%-tige. Aus diesem Grund weisen die Standardabfüllungen der Malt Whiskys meist 40% auf.



Im Duty-free spielt der Alkoholgehalt eine geringere Rolle, da Alkohol- und Mehrwertsteuer nicht erhoben werden.

Es fällt lediglich ein geringerer Mehrpreis für den zusätzlichen Rohwhisky an. 43% hat sich als Standard eingebürgert. Für den Großteil der Genießer scheinen 43% das ideale Ge-

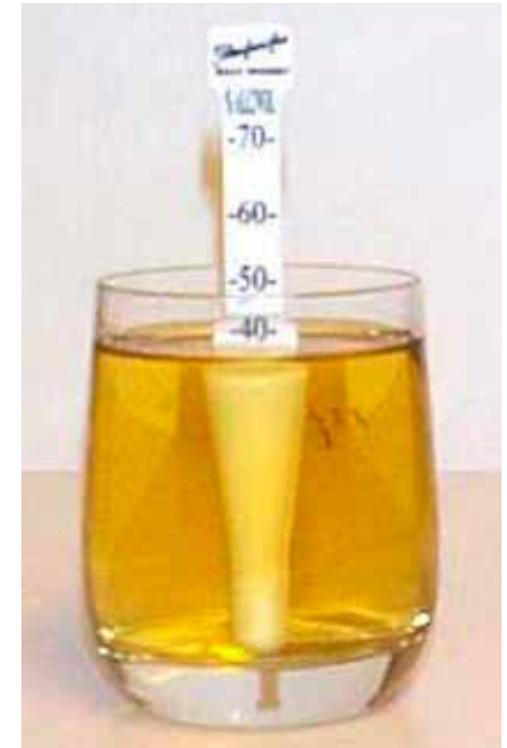
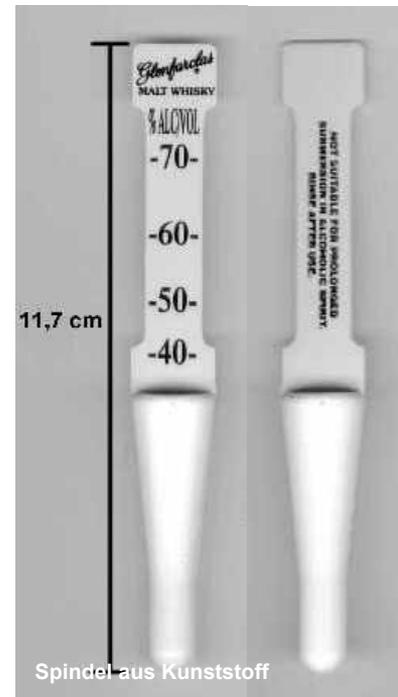
schmackserlebnis zu bieten. Viele 1 Liter-Flaschen und die Single Malts mit höherem Alter werden in dieser Stärke abgefüllt.

Vor der Einführung industrieller Messgeräte war die Bestimmung des Alkoholgehalts schwierig. Der Käufer behalf sich mit einem Trick. Er vermischte Whisky mit Schießpulver und zündete es an. Verpuffte es mit heller Flamme, so war der Whisky ‚Proof‘ = geprüft. Der

Alkoholgehalt stimmte.

Eine schwache Flamme oder eine Explosion des Gemischs wurden mit ‚under proof‘ und ‚over proof‘ quittiert. Später stellte man fest, dass der Proof-Punkt bei rund 57% liegt.

An diesem Punkt, 57% = 100 Proof, richteten die Briten ihre Alkoholskala aus. Je 3% Alkoholgehalt entsprechen 5 Proof. Der Glenfarclas 105 Proof hat also 60%.





Bitte verwechseln Sie nicht amerikanische Proof mit Britischen. Die amerikanische Proof-Zahl ist immer genau das Doppelte unserer Prozentzahl. So sind 100 Proof = 50%. Oft werden amerikanische Whiskys mit dieser Stärke abgefüllt. Es war eine Voraussetzung für die spezielle Qualitätsbezeichnung ‚Bottled in Bond‘. Bis heute hat sich dieses Maß in einigen Abfüllungen gehalten.

Schottischer Rohwhisky wird fast immer mit 63,5% in Fässer abgefüllt. Über die Lagerung sinkt dieser Wert durch Verdunstung um 0,5 bis 1,0% pro Jahr. Da jedes Fass ein Naturprodukt ist und jedes Lagerhaus ein anderes Mikroklima aufweist, bekommt das einzelne Fass über seine Lagerung einen eigenen Alkoholgehalt. So erklären sich die verschiedenen Stärken der Einzelfassabfüllungen.

Der neueste Trend in der Abfüllung beträgt 46%, wie es von Ardbeg begonnen und von Bruichladdich fortgeführt wird.

Auch die unabhängigen Abfüller Sinatory, Murray McDavid und Douglas Laing füllen vermehrt mit 46% ab.

Der Grund für diese zusätzlichen 3% ist etwas zeitaufwändig zu erklären. Während der langen Lagerzeit nimmt der Whisky Holzstoffe aus der Fasswand auf. Zusammen mit den anderen Aromastoffen trüben sie den Whisky bei einer starken Abkühlung ein.

Da immer noch viele Genießer ihren Whisky auf Eis trinken, führt die Abkühlung zur Ausflockung dieser Aromastoffe. Es zeigt sich ein milchiger Schleier, der sich nach längerer Zeit meist wieder klärt.

Aber auch andere, feste Geschmacksstoffe kann ein hochwertiger Malt Whisky während der Lagerung zum Vorschein bringen. Manchmal sind es kleine weiße Linsen, die vorwiegend aus wachsähnlichen Stoffen bestehen.

Selten zeigt sich ein leichter schwarzer Schleier. Dies ist ein

Überrest der Holzkohle, die beim Ausbrennen der Bourbonfässer entsteht. Bei Sherryfässern scheidet sich über mehrere Jahre ein feines, braunes Sediment in der Flasche ab, das vom Sherry stammt.

Die Angst vor Reklamationen hat bei den Herstellern dazu geführt, dass fast alle Whiskys vor der Abfüllung kühl gefiltert werden.

Bei der Abkühlung auf 4°C verbinden sich die Trubstoffe zu kleinen Teilchen und können mit einem mehrlagigen Papierfilter gut gefiltert werden. Leider entfernt man durch diese Filterung auch einen erheblichen Teil der Geschmacksstoffe.

Der Whisky wird dadurch leichter und verliert an Aroma. Die Abhilfe gegen diese Trübung bei der Abkühlung ist die Erhöhung des Alkoholgehalts auf 46%. So bleiben die Aromastoffe gelöst und der Whisky klar, auch wenn er einmal sehr kalt wird.

Wie alt wird Whisky?

Oft werden wir nach alten Whiskys gefragt. Sei es als Geburtstagsgeschenk oder anlässlich eines Jubiläums. Das Erstaunen ist groß, wenn es dann entweder keinen Whisky aus diesem Jahr mehr gibt oder die verbliebenen Flaschen bereits kleine Vermögen kosten. Woher stammen diese extremen Preise? Warum gibt es nicht mehr alte Whiskys?

Die magische Altersgrenze für schottische Single Malt Whiskys liegt bei 30 Jahren. Dafür gibt es einen wichtigen Grund. Während der Reifezeit entzieht der Alkohol dem Fassholz Inhaltsstoffe. Es gibt eine Faustregel: Pro Jahr Reifezeit laugt der Whisky einen Millimeter der Fasswand aus. Da die Fassdauben 35 mm stark sind, ist nach 35 Jahren Schluss. Zuvor lagerte in den meisten Fässern für 2 bis 4 Jahre amerikanischer Bourbon Whiskey. Das reduziert die mögliche Reifezeit auf etwa 30 Jahre.

Ist das gesamte Fass ausgelaut, gewinnt der Malt nicht mehr. Es kann sogar sein, dass der Whisky anfängt holzig zu schmecken. Die Qualität sinkt, wenn dieser Einfluss zu stark wird. Starke, angenehme Eichenaromen sind z. B. im Glenfarclas 30 Jahre zu spüren.

Aus diesem Grund werden derzeit die letzten Fässer der Jahrgänge 1968 bis 1977 abgefüllt. Wer einen Whisky aus dem Jahre 1961 sucht, muss auf bereits abgefüllte ausweichen. In Glasflaschen oder -ballons reift ein Whisky nicht weiter.

Zunehmend schwieriger werden auch die runden Jahrgänge 1950 und 1960. Diese Whiskys sind bereits so lange abgefüllt und zum Kauf erhältlich, dass kaum noch Flaschen übrig sind. Um 1995 begann der Malt Whisky Boom. Und so sind die rund 40 Jahre alten Jahrgänge 1959 bis 1963 nahezu ausverkauft. Sammler auf diesem Gebiet sollten nicht mehr lange zögern. Die Preise steigen be-

ständig.

Es gibt noch einen zweiten begrenzenden Faktor. Jedes Jahr verdunstet durch die Poren der Eichenfässer mehr Alkohol als Wasser. Der Alkoholgehalt sinkt von anfangs mehr als 60% stetig ab. Wenn weniger als 40% übrig geblieben sind, darf der Whisky nicht mehr als Whisky, sondern nur noch als Whiskylikör verkauft werden - was niemand wirklich möchte.

Dies ist ein zweites Limit für das maximale Alter eines Whiskys. Es gibt noch einzelne Fässer aus den Jahren 1920 bis 1930. Die Reste in diesen Fässern schmecken extrem nach Holz und mit unter 30% auch nicht mehr wirklich nach Whisky.

Unabhängige Abfüller wie Douglas Laing oder Gordon & MacPhail haben sich auf dieses Gebiet spezialisiert. Aber auch die größeren Firmen hatten ihre alten Fässer wieder entdeckt. Die Rare Malts von Diageo und die Stillman's Dram von Whyte

& Mackay sowie die zahlreichen älteren Spezialabfüllungen einzelner Brennereien wie Ardbeg, Bowmore, Glenfiddich und Macallan zeigen den Trend.

Die Krönung erreichte Bowmore mit seiner 1955er Abfüllung. Nach 20 Jahren merkte man, dass das Fass leckte. Der Whisky wurde in ein frisches Fass umgefüllt und reifte erneut für 20 lange Jahre. Das Ergebnis ist bislang einmalig und brachte Bowmore einen Verkaufserlös von über 1 Mio. EUR ein. Andere Brennereien werden nachziehen, denn das Prinzip wurde von der Branche klar erkannt. Dieser Preis wird einmalig bleiben, denn die aufmerksame Konkurrenz belebt das Geschäft und hält die Preise niedrig.

30 Jahre alte Whiskys sind preiswerter geworden. Einen hervorragenden Glenfiddich 30J erhält man schon ab 150 EUR; einen Glenfarclas 30J unter 200 EUR.

Gönnen Sie sich einmal einen richtig alten Tropfen.

Whisky und Wasser

Ein wichtiger Zusatz zum Single Malt Whisky

Oft höre ich diesen Satz bei meinen Kunden: „Ich trinke meinen Whisky nur pur“. Sollte man diesen Satz so stehen lassen? Sicher nicht. Aber dieser Satz drückt eigentlich eine positive Grundeinstellung zum Genießen von Whisky aus: „Ich werde meinen kostbaren Whisky doch nicht verwässern!“

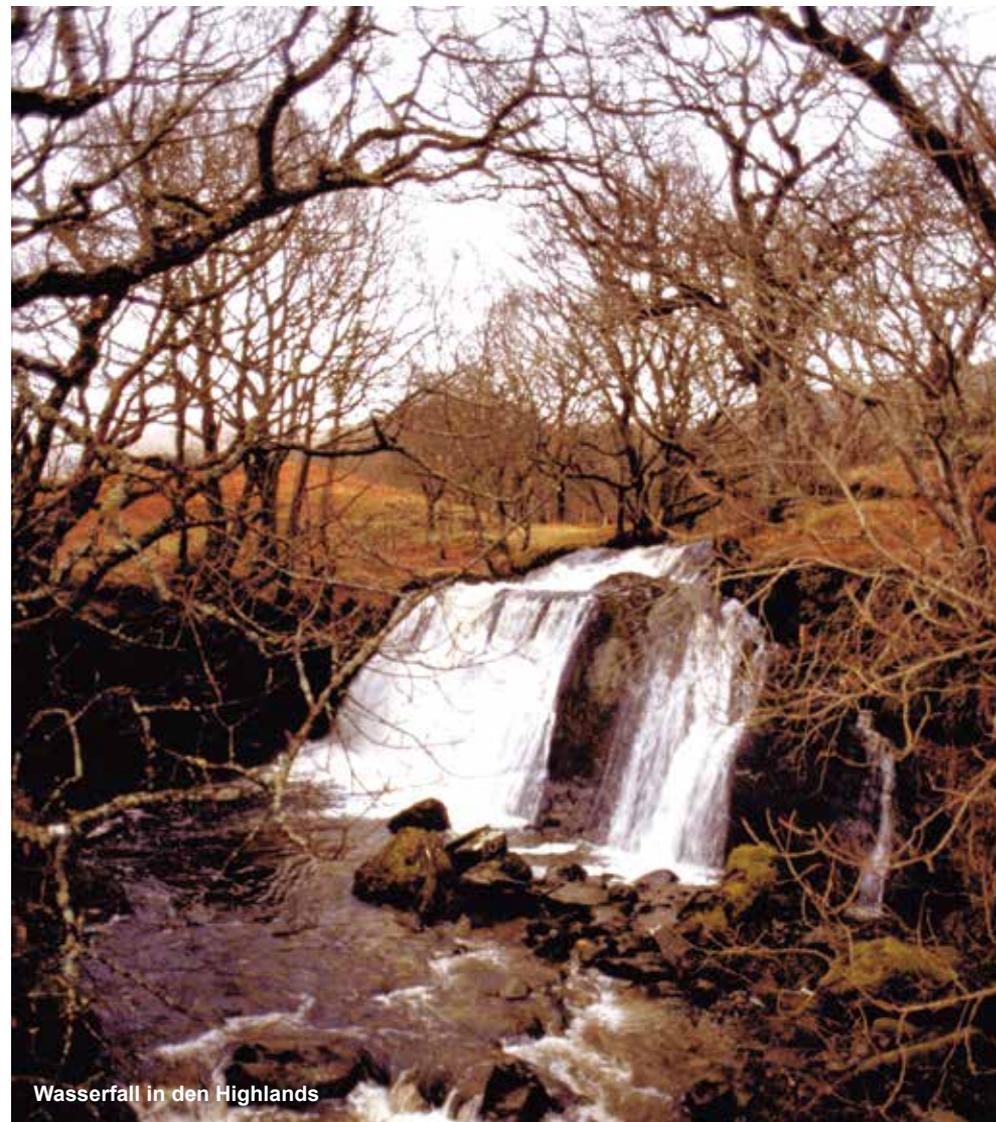
Warum man seinen Whisky vielleicht doch einmal mit Wasser verdünnen sollte und welches Wasser man verwendet, ist in diesem Artikel beschrieben.

Ohne Wasser geht im Leben nichts. Wir können zwar 10 Wochen lang ohne Nahrung überleben, da der Körper Nahrungsreserven angelegt hat, aber nach wenigen Tagen ohne Wasser steht unser Leben auf der Kippe. Pro Jahr trinkt im Durchschnitt jeder Deutsche rund 100 Liter Mineralwasser; Tendenz steigend.

Mineralwasser ist eines der natürlichsten Lebensmittel. Der Geschmack des Mineralwassers reicht von völlig neutral bis zu stark sauer oder salzig. Woher kommt dieser Geschmack? Es sind die gelösten Mineralien und anorganischen Substanzen, die das Wasser auf seinem Wege an die Erdoberfläche mitbringt.

Whisky wird in der Regel mit 63,5% Alkohol in die Fässer zur Lagerung abgefüllt. Mit der langen Reifezeit verliert der Whisky an Stärke, da der Alkohol durch die Fasswand entweicht. Gleichzeitig nimmt der Whisky Inhaltsstoffe aus dem Holz und der Luft auf, was ihm seine Weichheit und Charakteristik verleiht.

Jedes Jahr verliert Whisky so im Fass zwischen 0,5% und 1% an Stärke. Bei der Abfüllung hat der Whisky nur noch 50% bis 60% Alkohol. In dieser Stärke würde der Alkohol unsere Geschmacksknospen auf der Zunge und im Mundraum betäuben. Unser Geschmacksempfinden



Wasserfall in den Highlands

wäre deutlich beeinträchtigt.

Hochwertige Whiskys werden immer öfter in Fassstärke abgefüllt, um es dem Genießer selbst zu überlassen, in welcher

Stärke der Whisky genossen sein will. Auch ‚normale‘ Whiskys mit 40% bis 46% geben reiche Aromen ab, wenn sie mit ein paar Tropfen Wasser aufge-

geschlossen werden.

Welches Wasser sollten wir für den Aufschluss des Whiskys verwenden? Sollen wir ein ‚gesundes, reiches‘ Heilwasser verwenden? Oder nehmen wir besser ein ‚armes‘ bzw. deionisiertes Wasser, das nach rein gar nichts schmeckt? Oder sollen wir gar Sodawasser bzw. Sprudel verwenden, wie wir es im Fernsehen in den zahlreichen Agentenfilmen immer wieder vorgespielt bekommen?

Aus meiner Sicht gibt es zwei Argumentationen, die einer kritischen Überprüfung standhalten:

1) Verwenden Sie zur Reduktion Ihres Whiskys auf Trinkstärke destilliertes bzw. deionisiertes Wasser, da der neutrale Geschmack den Eigengeschmack des Whiskys nicht verfälscht. Schottische Whiskys, die mit über 50% aus dem Fass kommen, werden bei der Abfüllung mit eben diesem Wasser auf die geforderte Flaschenstärke reduziert.

2) Schotten verwenden für Ihr meistgeliebtes Getränk frisches örtliches Quellwasser. Wer in einem schottischen Pub einen Whisky bestellt, erhält gleichzeitig einen Krug mit Quellwasser direkt aus dem Wasserhahn. Was ist also stielchter, als das Nationalgetränk der Schotten mit deren heimischen Wasser zu verdünnen?

Schottland besteht zum überwiegenden Teil aus Granitfelsen und Sandstein. Regenwasser, das über oder durch diese Gesteinsschichten fließt, enthält deshalb sehr wenig Mineralien,



wie es die folgende Analyse für das ‚Highland Spring Water‘ zeigt:

| <u>Kationen mg/l</u> | | <u>Anionen mg/l</u> | |
|----------------------|----|---------------------|-----|
| Natrium | 9 | Chlorid | 15 |
| Kalium | 1 | Sulfat | 9 |
| Calcium | 39 | Hydrogencarbonat | 190 |
| Magnesium | 15 | | |

Verwenden Sie bitte ausschließlich stille Mineralwasser, da sprudelnde Wasser den Whisky unruhig auf der Zunge machen und mit der sich bildenden Kohlensäure den Geschmack sauer beeinflussen.

Die in unseren Ländern so leicht erhältlichen Wässer wie Apollinaris, Gerolsteiner, Fachinger, OberSelters, Überkinger usw. eignen sich leider überhaupt nicht für jede Art von Whisky.

Am Besten sind original schottische oder die ähnlichen französischen stillen Mineralwässer Evian, Vittel oder Volvic.

Welches Glas zu welchem Whisky?

Die Qual der Wahl

Welches Glas eignet sich am Besten zum Genuss von Whisky? Kann es auf diese Frage eine einfache Antwort geben? Oder gibt es für verschiedene Whiskys unterschiedlich geeignete Gläser?

Die großen Whiskyhersteller bieten ‚passende‘ Gläser an. Sind sie bei der Auswahl vom Marketing getrieben? Haben sie bei ihrer Glaswahl vielleicht unrecht?

Eins steht für den Fachmann von vornherein fest: Ein gerader



Tumbler ist für jede Art Whisky ungeeignet. Er bietet eine große Öffnung zum Einfüllen von Eis und isoliert mit seinem dicken Boden den Whisky sehr gut von der Handwärme. Doch diese Eigenschaften sucht der Genießer nicht bei einem Glas; er versucht sie sogar ganz bewusst zu vermeiden.

Zur Auswahl des richtigen Whiskyglases fragen wir uns zuerst, was wir von dem Glas erwarten. Gehen wir dabei in

der Reihenfolge der Verkostung vor.

Im Glas betrachten wir den Whisky und begutachten die Farbe. Da wir keine große Menge einfüllen, darf das Glas nicht zu groß sein. Normale 4 cl verlieren sich schnell auf einem großen Boden. Zum Betrachten sollte man mindestens 1 cm Flüssigkeit im Glas haben, damit die Färbung nicht zu blass ausfällt. Je dicker die durchleuchtete Schicht ist, um so kräftiger fällt die Farbe aus.



Als zweites schwenkt man den Whisky vorsichtig im Glas. Das Benetzen der Glaswand bringt zwei Vorteile.

Zum Ersten vergrößert sich die Oberfläche des Whiskys und es verdampft mehr Aroma.

Zum Zweiten bilden sich Tropfen an der Glaswand, während der Whisky in den Kelch zurückfließt. Anhand des Fließbildes lässt sich die Zähigkeit des Whiskys beurteilen. Je älter der Whisky, um so ausgeprägter sind scheinbar die Tropfenbahnen. Der Fachmann nennt sie auf Englisch ‚Legs‘ = Beine.

Wir benötigen unbedingt ein tulpenförmiges Glas, um das Aroma des Whiskys aufzufangen. Die kleine Öffnung bewirkt, dass das Aroma nicht schnell verfliegt sondern gebündelt mit der Nase aufgenommen wird.

Zur Betrachtung des Whiskys eignet sich vor allem Kristallglas. Die Oberfläche ist deutlich glatter als bei industriellem Glas und reflektiert weniger Licht. Der Kontrast ist besser und der



halb größer. Hier ist durchaus der Vergleich mit Wein gestattet, bei dem die kräftigeren Rotweine aus dem gleichen Grund in größeren Gläsern serviert werden.

Umstritten in der Fachwelt bleibt die Form der Glaslippe. Wölbt sich das Glas am Rand nach außen, strömt der Whisky breiter auf die Zunge. Damit verhindert man, dass der Whisky zu schnell die hinteren Bereiche der Zunge erreicht, wo wir vor allem bittere Stoffe schmecken.

Bei Whisky zählt dieses Lippenargument jedoch nicht so stark wie bei Wein, da man weniger Flüssigkeit trinkt und man wegen des hohen Alkoholgehalts auch vorsichtiger nippt.

Viel bedeutender ist dagegen die Größe des Kelchvolumens und die Verengung zum Auffangen des Aromas.

Gönnen Sie sich für Ihren privaten Whiskygenuss zumindest ein einzelnes Kristallglas. Es kostet zwar den Preis einer



halben Single Malt Whiskyflasche, aber mit Vorsicht behandelt und mit klarem Wasser und von Hand gespült, dient es Ihnen ein Leben lang.

Für größere Anlässe verwenden Sie besser Industrieglas. Der Verlust in der Spülmaschine lässt sich mit 3 bis 4 EUR pro Glas leichter verkraften.



Whisky leuchtet im Glas. Je älter ein Glas wird, um so mehr spielt das härtere Kristallglas seine Vorzüge aus. Seine Oberfläche ist widerstandsfähiger gegen Verkratzen.

Hocharomatische Whiskys, wie sie auf den schottischen Inseln hergestellt werden, können größere Kelche ausfüllen, als es ein weicher Lowland Whisky oder Irish schafft. Das ideale Glas für starke Whiskys ist des-

Die Whisky Szene in Deutschland

Nicht-flüssige Whisky-Quellen oder: Wo bekomme ich Whisky-Informationen her?

Scotch Malt Whisky und Kentucky Straight Bourbon haben sich einen vorderen Platz unter hochwertigen Getränken in Deutschland erarbeitet. Bei allen Höhenflügen der letzten Jahre bleibt die verkaufte Flaschenanzahl mit ca 4 Mio. pro Jahr begrenzt. Im Vergleich zu Hunderten Millionen verkaufter Weinflaschen fristen diese Whiskys ein Schattendasein.

Entsprechend karg ist die Informationslandschaft für Whisky. Viermal im Jahr erscheint ‚Der Whisky Botschafter‘ und das war es dann auch schon. Zumindest auf Deutsch, wenn man von wenigen Whiskycolumnen in Gourmetmagazinen einmal absieht.

Die Anzahl an Whiskymessen hat sich auf vier Veranstaltungen pro Jahr eingependelt. Zu wenig für den wirklich Interessierten.

Neben der von der Whisky-industrie veranstalteten großen InterWhisky-Messe weitere Händlermessen zu etablieren ist bereits mehrfach fehlgeschlagen. Seit 1995 probierten sich fast jedes Jahr unterschiedliche Veranstalter. Das Interesse der Besucher ist ungebrochen. Mittlerweile haben sich ein paar regionale Whiskymessen trotz geringem Budget etabliert.

Es fehlte vermutlich an der wirtschaftlichen Rentabilität. Die InterWhisky hat es leichter. Sie kann voll aus den Werbebudgets der Distributoren schöpfen, die dieses zentrale Forum für ihre Vertriebsanstrengungen in ganz Deutschland nutzen.

Neben diesen Messen verbleiben dem Interessierten einige Bücher, deren Aktualität natürlich begrenzt ist, und ...? - Ja, was bleibt ihm eigentlich?

Ein lokaler Händler zum

Fachsimpeln und mit Mühe die beiden englisch sprachigen Magazine Malt Advocate und Whisky Magazine. Wer Glück hat, findet in seiner Nähe einen privaten Club, in dem sich Enthusiasten zusammengeschlossen haben. Der Erfolg dieser Clubs hängt von regelmäßigen Treffen ab. Ohne gute Organisation ist nach wenigen Monaten meist alles wieder vorbei.

Das Internet ist zu einer richtigen Informationsquelle geworden. Doch Vorsicht! Da auf einmal jeder Informationen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen kann, ist der Informationssuchende in der Pflicht. Nicht alles ist wahr. Man muss kritisch die Spreu vom Weizen, oder sagen wir besser von der Gerste, trennen.

The Whisky Store trägt seinen Teil dazu bei, dieses Informationsloch zu schließen. Doch eine große Internet-Homepage allein reicht dazu nicht aus. Der monatliche Newsletter hat zigtausend Abonnenten und posi-

tives Echo gefunden.

Dieses knappe Informationsangebot hat The Whisky Store zum Nachdenken gebracht, wie wir auf diesen Newsletter aufbauend, mehr Whiskyinformationen regelmäßig an die Frau/Mann bringen können.

Entstanden ist daraus The Whisky Club, der neben finanziellen Vorteilen Informationen vermittelt. Dazu wurden über das Jahr 2001 zwei Plattformen erschaffen: Das Whisky Journal ‚The Whisky Times‘, das viermal im Jahr erscheint und das ‚The Whisky Forum‘, in dem jetzt Tausende Mitglieder diskutieren und sich austauschen.

Diese beiden Medien sind nicht dazu gedacht Bezugsquellen auszutauschen oder Schnäppchen und Sammlerflaschen kommerziell abzuwickeln. Es geht um Whisky, seine Herstellung, sein Geschmack und seine Hintergründe. Kommerzielle Beweggründe bleiben als Thema tabu.

Whisky Groß oder Klein?

Private Whisky-Brennereien in Schottland



Brennerei Isle of Arran

Globale Übernahmen und Fusionen haben auch vor der schottischen Whiskyindustrie keinen Halt gemacht. Aufkäufe und Schließungen sind an der Tagesordnung. Doch es gibt Hoffnung. Sieben private Brennereien haben es geschafft. Sie sind selbständig und bauen ihren Kundenkreis aus.

Jeden Tag wird in der Presse von Fusionen und Übernah-

men berichtet. An der Whiskyindustrie ist dies nicht spurlos vorüber gegangen. 1997 fusionierte Guinness mit Grand Met. Es entstand Diageo, der größte Getränkekonzern der Welt. Seagram's, bislang weltweit Nummer 3, wurde 2002 zerlegt. Die Beute ist edel und begehrt.

Unter vielen berühmten Namen ist es vor allem die Marke

Chivas Regal, die die Gemüter erhitzt hat. Sieger wurden Diageo und Pernod Ricard, der Getränke-riesen aus Frankreich. Sie teilen sich die milliarden-schwere Beute.

Wo führt dies hin? Wer gewinnt und wer verliert? Hat das immer Vorteile für den Verbraucher?

Von rund 100 produzierenden Whiskybrennereien in Schottland, gehören mittlerweile mehr als 70 zu den großen Konzernen. Weitere 20 wurden von schottischen Unternehmen zusammen gekauft. Vor allem die kleinen Single Malt Brennereien kämpfen um ihre Unabhängigkeit.

Wie in allen Ländern der EU steigen auch in Schottland die Lohn- und Lohnnebenkosten. Im weltweiten Machtkampf half nur noch Rationalisierung. Noch schwebt nach wie vor das Damoklesschwert der Schließung über vielen kleinen und mittleren Betrieben.

Der Schlüssel zum Erfolg

heißt Wachstum oder Nische.

Die Großen der Branche setzen auf Wachstum und konzentrieren ihre Mittel auf wenige Marken. Diageo kontrolliert mit 45 Brennereien etwa die Hälfte der gesamten schottischen Brennkapazität. Trotzdem bewirbt Diageo weltweit mit Johnnie Walker Red und Black Label sowie mit J&B nur drei einfache Whiskymarken mit großen Budgets.

Die kleineren Brennereien unter ihrem Dach müssen es aus eigenen Kräften schaffen. Wenn es nicht gelingt, dem droht der Verkauf oder die Schließung. Mit jeder Schließung verarmt die ehemals große Vielfalt an besonderen Malt Whiskys. Der Verbraucher hat das Nachsehen. Masse statt Klasse ist die



Devisen der Großen.

Bis Ende 2000 blieben sechs unabhängige Brennereien übrig. Sie haben es selbst geschafft. Eine Nischenpolitik sichert ihr Überleben. Und es geht weiter. Anfang 2001 kauften private Investoren mit Bruichladdich eine stillgelegte Brennerei auf der Insel Islay, dem Mekka der



Brennerei Drumguish/Speyside

Malt Whisky Enthusiasten. Sie hat in kurzer Zeit neuen Ruhm erlangt.

Der Verbraucher honoriert hochwertige Nischenprodukte. Zeugnis dafür sind die jüngst wieder in Betrieb genommenen Brennereien Bladnoch und

Benromach.

Eine ganz neue Brennerei zu eröffnen ist deutlich schwieriger. Isle of Arran und Drumguish sind die beiden einzigen Brennereien, die in der ersten Hälfte der 90er Jahre gegründet wurden.

Kann man bei der Übernahme einer geschlossenen Brennerei

meist aus einem umfangreichen Lager alter Whiskys sofort abverkaufen, so bedeutet die Gründung einer neuen Brennerei eine lange Wartezeit. Erst ab 8 bis 10 Jahren Lagerung akzeptiert der Malt Whisky Genießer einen edlen Tropfen.

Helfen Sie mit, und sichern Sie das Überleben der kleinen und privaten Brennereien. Kaufen Sie Whiskys aus ihrer Produktion.

Hier ist eine Liste der privaten Single Malt Whisky Brennereien Schottlands:

Highlands

Benromach

Glenfarclas

Isle of Arran

Speyside (Drumguish)

Springbank u. Glengyle

Lowlands

Bladnoch

Isle of Islay

Bruichladdich

Und die Zukunft bietet noch mehr. Allein im Jahr 2002 wurden Pläne für die Errichtung von zwei weiteren Malt Whisky Brennereien bekannt.

Doch das sind keine kurzfristigen Pläne. Wir werden sehen, was aus Kilchoman und Ladybank werden wird.



Brennerei Glenfarclas



Brennerei Bladnoch

Gute Whiskys braucht das Land

Qualität statt Quantität

Eine Hiobsbotschaft jagt die nächste. Der DAX testet neue Tiefststände aus und der Whiskyabsatz in Deutschland ist im Jahre 2000 um 20% gesunken. Zeit, um sich vom Whisky abzuwenden und Red Bull mit Wodka zu konsumieren? - Wohl kaum!

Betrachtet man die Zahlen genauer, so haben an der Börse die künstlich hochspekulierten Werte verloren und im Whiskyabsatz stehen nur die Blended Whiskys auf der Verliererseite. Unser geschätzter Malt Whisky und Kentucky Straight Bourbon zeigt dagegen ein respektables Wachstum.

Um die Käufergunst anzuziehen, werden die tollsten Kapriolen vollführt. French Wood-, Claret Wood- und Cognac Wood-Lagerungen. Neue Dinge, wohin man auch blickt. Was bringt das? Was hat der Verbraucher davon? Was kommt

als nächstes? Jack Daniel's im Cola-Wood-Finish oder Whisky aus dem Heringsfass?

Der erste Vatted Grain Whisky ist eingeführt, Cigar Malts stehen zur Mode passend in den Regalen und eine größere Menge Malt Whisky reift still in ausgedienten Rumfässern.

Die Whiskyindustrie steht auf dem Sprung. Jeden Monat erscheint ein neuer unabhängiger Abfüller, der ‚ganz besondere‘ Malts anbietet, die es ‚nur‘ bei ihm gibt. Der Kunde entscheidet, was im Markt ankommt und was nicht.

Whiskyfirmen testen den Markt bis zum Äußersten aus. Die 300 Flaschen des legendären Bowmore 1955 Fassesspülten 1 Mio. EUR in die Kassen der Brennerei. Dafür muss man normalerweise eine halbe Million Flaschen verkaufen. Macallan, Highland Park und Glenfiddich ziehen nach. Doch bringen die Fässer aus den Jah-

ren 1946 bis 1960 nur noch ein Viertel des Erlöses. Auch wenn der Erste am Markt das beste Geschäft macht, so können die nachfolgenden Brennereien ein solides Geschäft daraus entwickeln.

Die einschlägigen Whisky Magazine testen regelmäßig Neuerscheinungen. Doch nicht per Blindverkostung! Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass Image und Aufmachung einer Flasche mitentscheiden. Auch Tester sind für gute Werbung empfänglich! Da glaubt man der Blindverkostung der jährlichen International Wine and Spirit Competition schon eher. - Auch wenn dort nicht nur Whiskyspezialisten sitzen.

Sollen wir uns auf schottische Weisen beschränken, Duedelsack hören, karierte Röcke tragen und keltisches Brauchtum fördern?

In der modernen Welt führt selten ein Weg zurück. Traditionen sind sicherlich eine

Bereicherung des täglichen Lebens; übertriebenes Festhalten ist dagegen genauso schädlich, wie ein Zuviel an Innovation. Die Krise der Blendindustrie und der Dot.com-Firmen lassen grüßen.

Die besten Whiskys, ob Malt oder Straight Bourbon, liegen für den Verfasser dieses Artikels im Bereich zwischen 40 und 80 EUR. Es sind weder die Massenmalts noch die besonders alten Abfüllungen. Vielmehr sind es die besseren Fässer, meist verbunden mit ein paar Jahren mehr Lagerungszeit, die diese Whiskys aus der Masse herausheben. Trinken Sie weniger, dafür aber Besser. ‚Klasse statt Masse‘ lautet das Motto.

Lassen Sie sich nicht von der modernen Werbung oder den übertriebenen Traditionalisten unterbuttern. Entscheiden Sie selbst, was Ihnen gefällt. Stehen Sie dazu. Der Markt ist so groß wie noch nie zuvor. Sie selbst treffen die Auswahl!

Die Brennereien an der Südküste Islays

Rauch, Rauchiger, am Rauchigsten



Brennerei Laphroaig

Verlässt man die Hafenstadt Port Ellen auf der Insel Islay in Richtung Osten, so erreicht man zunächst die Brennerei Laphroaig, dann Lagavulin und zuletzt Ardbeg. So sehr sich die Brennereien mit ihren weiß gestrichenen Gebäuden in den kleinen Buchten der malerischen Küste auch gleichen, so verschieden sind ihre Single Malts und die geschmacklichen und wirtschaftlichen Absichten der Besitzer.

Der unbedarfte Malt Whisky Genießer wird sagen: „Rauch!

Ich schmecke nichts als Rauch.“ Doch einfach ist die Unterscheidung „Rauch - kein Rauch“ nicht.

Die Rauchigkeit eines Malts stammt aus der Geschichte. Auf den entlegenen Inseln wie Islay war Kohle zum Darren des Malzes selten. Zu viel kostete der Transport von den englischen Kohlegruben hinaus auf die abgelegenen Inseln. Also verwendete man getrockneten Torf, um das keimende Malz zu trocknen. Auf dem Festland war die Kohle preiswerter, so dass

der Torf dort früher verdrängt wurde.

Laphroaig erreichte bereits Mitte des vergangenen Jahrhunderts über den Commonwealth eine weltweite Verbreitung. Der langjährige Distillery Manager Iain Henderson machte in jungen Jahren auf einem Schiff in Asien die erste Bekanntschaft mit „dem intensivsten Single Malt“, so wie es das Etikett sagt. Das stark aromatische und rauchige Aroma nahm ihn gefangen.

So rauchig dieser Malt im Aroma ist, so überraschend weich und mild ist sein Geschmack. Die stark eingeschnürten Brennblasen sorgen für eine Trennung von weichen und scharfen Geschmacksbestandteilen. Die weltweite Zahl der Laphroaig-Liebhaber stieg beständig an. Heute ist Laphroaig in vielen besseren Supermärkten vertreten und die Brennerei arbeitet an der Kapazitätsgrenze. Extreme Absatzmengen über 1 Mio. Flaschen pro Jahr bedeuten fast immer



auch Einbußen an der Qualität.

Heute wenden sich die Kenner der früher abgefüllten Single Malts vermehrt den Laphroaigs in Fassstärke und dem älteren 15-Jährigen zu. Hier sind die Mengen noch nicht so riesig und der Geschmack ist deutlich urtümlicher.

Lagavulin, der heute am häufigsten genossene dieser drei Single Malts, begann seinen Aufstieg erst viel später. Es gab zwar eine 12-jährige Abfüllung, doch die führte ein Schattendasein. Anfang der 90er Jahre nahmen ihn seine Besitzer Diageo in die mittlerweile weltberühmte Reihe der ‚Classic Malts Selection‘ auf. Dann ging es Schlag auf Schlag.

Die Verkaufszahlen explo-



Bis vor wenigen Jahren füllte Lagavulin nur diese eine 16-jährige Abfüllung ab. Heute schwenken Genießer begeistert auf die in Pedro Ximenez Fässern nachgereifte Abfüllung des Lagavulins um. Bei ihr verbindet sich ein sehr schwerer Sherry mit einem intensiven Malt zu einem sehr komplexen Tropfen.

Die letzte der drei Perlen an Islays Südküste ist die erst 1989 wieder eröffnete Brennerei Ardbeg. Viel Aufwand stecken die Besitzer in die weltweite Verbreitung des heute 10-jährigen Malts. Der Malt ist im Aroma ähnlich intensiv rauchig wie die beiden anderen, doch die kleinere und offenere Brennblasenform lässt den Geschmack kräftiger ausfallen als beim Laphroaig. Bei der Einführung des Single Malts 1999 hatte man sich auf die Fahne geschrieben, einen besseren Malt als Laphroaig, aber in gleichen Stückzahlen auf den Markt zu bringen. Mächtige Vertriebspartner hat man sich deshalb weltweit

gesucht. Die Absatzzahlen steigen rasant an, da man den Ruhm alter Malts aus Zeiten vor der Schließung erfolgreich auf die neuen Flaschen überträgt. Kenner schwärmen heute (2007) vom bereits vergriffenen Ardbeg Lord of the Isles mit 25 Jahren Alter.

Auch wenn sich die Erfolgsgeschichten dieser Brennereien, trotz der zeitlich getrennten Reihenfolge, sehr gleichen, so zielen alle drei Brennereien auf unterschiedliche Märkte und machen sich nur bedingt Konkurrenz. Lagavulin hebt zur Begrenzung der zu großen Nachfrage seine Preise seit Jahren massiv an. Sie stoßen damit in

den absoluten Premium-Markt vor. Preislich hat man mit der Distillers' Edition bereits den Bowmore 18J erreicht.

Laphroaig dagegen tendiert zu noch größeren Stückzahlen, die nur im preiswerten Marktsegment zu erreichen sind. Die große Produktionskapazität mit 7 Brennblasen erlaubt diese Strategie. Ardbeg als Newcomer im Massenmarkt möchte die Mitte zwischen diesen beiden Marken ausfüllen.

Der Erfolg aller drei Brennereien gibt den eingeschlagenen Wegen recht. Es gibt nicht viele Brennereien in Schottland, die so erfolgreich wie die drei Perlen an Islays Südküste sind.

dierten förmlich und im Jahr 2000 fand sich Lagavulin bereits vor Laphroaig mit 1,6 Mio. Flaschen auf dem 8. Platz der weltweiten Single Malt Hitliste wieder. Maßnahmen, die Intensität von Lagavulin etwas abzuschwächen und sich dem allgemeinen zwar rauchigen aber nicht zu intensiven Trend anzuschließen, wurden vor wenigen Jahren eingeleitet. Man senkte den Rauchgehalt etwas ab. Ab 2013-16 werden diese Fässer auf den Markt kommen. Ob das die richtige Entscheidung war? - Wir werden uns so lange gedulden müssen.



Port Ellen - Rarität unter den Malt Whiskys?

Limitierte Abfüllungen

„Kaufen Sie Port Ellen! Es ist ein toller Malt Whisky. Die Industrie war völlig verrückt, diese Brennerei zu schließen. Dies ist eine der letzten Flaschen. Greifen Sie zu!“

So oder ähnlich verkaufen seit vielen Jahren Groß- und Einzelhändler Single Malt Whiskys von Port Ellen an unbedarfte Händler und Kunden.

Was war passiert? Woher kam der ganze Hype? - Port Ellen, eine Großbrennerei für die Blended-Whiskyindustrie, wurde 1982 während der schweren Wirtschaftskrise in Großbritannien geschlossen.

Die mächtigen Lagerhäuser waren randvoll und nur wenige Unternehmen wollten diesen Malt für ihre Blended Whiskys oder Blended Malts (früher Vatted Malts) haben. Also schloss man die Brennerei. Punkt. Ende der Geschichte?

Über die kommenden Jahr-

zehnte entnahm man diesen Lagerhäusern regelmäßig Fässer für die eigenen Blends und lieferte auch an andere Blenderhersteller. Port Ellen war beim Publikum nicht sehr gefragt.

Noch 1994 verkauft sich Port Ellen Single Malt mit 43% für 25 bis 30 EUR je Flasche. Kaum ein unabhängiger Abfüller bot deshalb Flaschen dieser Brennerei an. Das ging so lange, bis man 1999 das Ende in den Lagerhäusern heraufdämmern sah. Zur gleichen Zeit wurden die verbliebenen Fässer in andere Lagerhäuser umgelagert und die alten Brennerei-Gebäude

abgerissen.

Dies war das weithin sichtbare äußere Anzeichen für alle Liebhaber, dass es hier einer Brennerei letztendlich an den Kragen bzw. an die Mauern ging. Die Neuigkeiten um Port Ellen verbreiteten sich rasend schnell in der Gemeinde. Fast niemand konnte Fässer anbieten und die Preise für die wenigen Flaschen von Gordon & MacPhail's und Signatory stiegen kräftig und stetig an.

Der richtige Aufschwung wurde 1998 durch eine Abfüllung der Rare Malts Selection des Besitzers Diageo ausgelöst. Da es sich damals um die ein-

zige Flasche handelte, die von Sammlern als Originalabfüllung angesehen wird, war die Nachfrage trotz eines Preises von knapp 100 EUR für die Fassstärke groß.

Was fast niemand wusste: Für Rare Malts Abfüllungen werden mindestens 10 Fässer abgefüllt. Oft sind es mehr als 20 Fässer mit über 5.000 Flaschen. Von Einzelstücken und den letzten Flaschen konnte deshalb keine Rede sein. Als zwei Chargen dieser Flaschen 1998 und 2000 verkauft waren, wurde das Umsatzpotenzial erst richtig ersichtlich.

Zum Jahreswechsel 2000/





fanden sich in den Lagerhäusern der Blender noch alte Port Ellen Fässer. Jeder wollte verdienen! In 2001 konnte der Kenner aus mehr als 20 verschiedenen Abfüllungen auswählen. Durch diese ‚Inflation‘ entspannte sich die Situation ein wenig auf hohem Niveau.

Die nächste Runde wurde bald eingeläutet. Der Hersteller hatte erneut 6.000 Flaschen abgefüllt. Diesmal nicht als Rare Malt, sondern unter dem eigenen Label der Annual Reserve als Originalabfüllung.

Für diese mittlerweile ausverkaufte Fassetärke aus dem Jahr 1979 wurden 250 EUR fällig. Rechnen wir den Umsatz kurz zusammen: 6.000 Flaschen



Brennerei Port Ellen

* 250 EUR = 1,5 Mio. EUR. Für diesen Umsatz mit Privatkunden musste der Hersteller noch vor wenigen Jahren mehr als 3.000 ganze Fässer an die Blendindustrie verkaufen! Betrachtet man die Gewinn-Situation für den Hersteller an dieser Aktion, so entspricht der Gewinn an 6.000 einzelnen Flaschen einem Vielfachen der besagten 3.000 Fässer.

Heute denkt sich mancher in Schottland: „Wenn man so weiter machen könnte, hätte man vielleicht Port Ellen doch nicht abreißen sollen.“ Aber nur durch den Abriss stiegen die Preise so stark an. Es gleicht der Preisentwicklung bei den Kunstwerken großer Künstler. Erst wenn sie verstorben sind, wächst der Preis.

Beobachten wir gemeinsam den Markt in den kommenden Jahren. Wie viele Fässer hat der Besitzer noch zurück gelegt? Die zweite Original Port Ellen Abfüllung aus dem Jahr 1979 erschien Ende 2001 zu ‚nur‘

noch 200 EUR. Der Sammler ist kritischer geworden. Der Bonus der ersten Originalabfüllung ist verspielt.

Doch das Geschäft ist auch für Sammler nach wie vor lukrativ. Port Ellen wird es in einigen Jahren definitiv nicht mehr geben. Wie viele Original-Abfüllungen werden noch erscheinen? Eine, zwei? In 10 Jahren ist sicherlich Schluss und dann werden die Wenigen froh sein, die sich ein paar Flaschen zurückgelegt haben.



Sind unbekannte Malt Whiskys immer gut?

Single Malt Whiskys von unabhängigen Abfüllern

Whisky ist per Definition ein gebrannter Alkohol aus Getreide. Blended Whisky (Johnnie Walker, Ballantine's, Chivas Regal, ...) ist ein Gemisch aus Malt Whiskys (Gerste) und Grain Whiskys (meist Weizen und/oder Mais).

Single Malt Whiskys dagegen sind reine Gerstenmalzwhiskys aus einer einzigen Brennerei. Der Geschmack dieser Malts bleibt über die Jahre konstant, da ein solcher Whisky eine Mischung aus mehreren Fässern unterschiedlichen Charakters ist und so abgeschmeckt wird.

Nur 15 bis 50% aller Fässer sind so gut, dass sie als Single Malt Whisky von der Brennerei abgefüllt werden. Der Rest ist entweder zu intensiv, zu ausdrucklos oder hat einen unangenehmen Beigeschmack. Diese Fässer wurden an Broker (Whiskyhändler) verkauft, die ihrerseits die Fässer an Blended

Whisky Hersteller weitervermarkteten.

An dieser Stelle kommen die Unabhängigen Abfüller ins Spiel. Sie kauften von Brokern und heute von den Brennereien direkt Whiskyfässer, die sie als Single Cask Whiskys abfüllen.

Die guten Abfüller wählen die Fässer mit Bedacht aus; die schwarzen Schafe füllen jedes Fass ohne Rücksicht auf die

Qualität ab. Ist der Ruf erst ruiniert, ändert man das Label und den Firmennamen und das gleiche Spiel beginnt von Neuem. Ein Teil der großen, bekannten Abfüller haben zu diesem Zweck Zweitlabel geschaffen, um den Ruf ihrer Hauptmarken nicht zu gefährden.

Schottischer Single Malt Whisky ist in. In 2001 erschien jeden Monat ein neuer unabhängiger Abfüller auf dem Markt. Der Händler muss deshalb mit Bedacht auswählen und darf

nicht blindlings alle neuen Anbieter ins Angebot aufnehmen. Mann sollte sogar noch weiter gehen und von den ausgewählten Abfüllern nicht alle Flaschen ins Programm nehmen.

Oft ist das Angebot an Fässern längst geschlossener Brennereien knapp, so dass auch schlechte Fässer zur Deckung des Sammlerbedarfs abgefüllt werden. Ohne einen speziellen Abfüller zu meinen, sollen hier als Vertreter dieser Flaschengattung die Brennereien Banff, Colburn, Convalmore oder Glen Albyn genannt werden.

Diese Brennereien wurden geschlossen, da die Nachfrage und der Whisky selbst nicht befriedigte. Die Wertungen im kleinen Michael Jackson Buch (28 EUR) liegen meist am unteren Ende seiner Skala.

Bitte informieren Sie sich deshalb, bevor Sie einen unbekanntes Whisky zum Verzehr erwerben wollen.

Die Single Malt Whiskys der folgenden Abfüller bieten meist



gute Qualität für ihren Preis: (Reihenfolge alphabetisch ohne Wertung).

Douglas Laing

Aus einem Blender entstanden, hat Douglas Laing einen hervorragenden Zugriff auf seltene Fässer. Bei Douglas Laing sollte man die McGibbon's Provenance Abfüllungen favorisieren, die ungefärbt und nicht kühlgefiltert mit kräftigen 46% abgefüllt werden.

Gordon & MacPhail

(G&M, Conn.) Gordon & MacPhail ist wohl der größte unabhängige Abfüller in Schottland mit einem breiten Programm. Besonders empfehlenswert sind die älteren Jahrgangs-Abfüllungen mit 40%. Eine Spezialität sind die ‚offiziellen‘ Abfüllungen mit altem Etikett (Glen Grant, Linkwood, Mortlach, Strathisla), die aus der Zeit stammen, in der es noch keine Brennereiabfüllungen gab.



Murray McDavid (MMD)

Murray McDavid ist ein junger Abfüller. Fast alle Abfüllungen stammen aus erstklassigen Brennereien. Alle Whiskys sind ungefärbt und ungefiltert und werden mit 46% abgefüllt. Hier läuft man nie Gefahr, versehentlich eine weniger gute Abfüllung aus einer geschlossenen Brennerei zu erwerben.

Rare Malts Selection

Die Rare Malts sind beinahe original Brennereiabfüllungen. Der größte Malt Whisky-Konzern der Welt Diageo, besitzt rund 50 Malt Whisky-Brennereien. Als Eigentümer haben sie den besten Zugriff auf besondere und alte Fässer, die alle ungefiltert und in Fassstärke abgefüllt werden. Leider wird diese Serie nicht fortgeführt.



Signatory Vintage Scotch Whisky Co. (Sign.)

Auch Signatory ist ein junger Abfüller. Er hat sich aber mit viel Fachwissen und Verbindungen zu Brennereien einen hervorragenden Namen erarbeitet. Empfehlen kann man vorwiegend die ungefärbten und ungefilterten Abfüllungen mit 46% bis hinauf zu echten Fassstärken, die die Flaschenanzahl und den Fasstyp auf dem Etikett angeben haben.



Das Herzstück der Malt Whisky Herstellung

Die Pot Still Destillation

Die Herstellung von Malt Whisky ist urkundlich seit 1494 bekannt. Wie stellte man damals und wie stellt man heute Malt Whisky her? Ausgangsstoff ist von jeher ein kräftiges Malzbier. Kräftig mit 8 bis 10% musste es schon immer sein, damit man nicht so viel Wasser bei der Destillation unnützlich erhitzen muss. Doch wie funktioniert die Destillation in klassischen Pot Stills im Detail?

Das frisch gebraute Bier wird in die Wash Still, die erste von meist zwei Brennblasen, ge-

pumpt. Die Pot Still besteht aus einem großen Kupferkessel mit einigen Tausend Litern Fassungsvermögen auf dem ein langer, kupferner Hals aufgesetzt ist. Das Bier wird in diesem Kessel solange erhitzt, bis die leichtflüchtigen Bestandteile des Biers zu kochen beginnen und im langen Hals der Brennblase aufsteigen. Doch der Hals der Brennblase ist kalt. Die Dämpfe schlagen sich an der kühleren Wand nieder und die Tropfen laufen wieder nach unten ins Bier und der Kreislauf beginnt von vorne. Je heißer die ganze Brennblase wird, um

so weiter verschiebt sich dieser Rücklaufpunkt nach oben. Dann ist es soweit. Die ersten Dämpfe treten über den Kopf der Brennblase aus und schlagen sich im Überleitungsrohr zum Kondensator nieder. Kurz darauf beginnt es im kalten Kondensator zu tröpfeln.

Immer mehr Wärme wird der Brennblase zugeführt bis das Bier richtig sprudelt und schäumt. Doch Achtung! Betreibt man es zu stark, dann kocht die Brennblase über und verschmutzt den Kondensator. Ein aufwändiges Putzen wäre die Folge. Zu diesem Zweck gibt es ein oder zwei längliche Glasfenster in den Wash Stills. Kann man die Blasen des schäumenden Biers im untersten Fenster bereits sehen, so muss die Heizung gedrosselt werden.

Nach 3 bis 5 Std. ist die erste Destillation vorüber. Vom Bier mit 10% Alc. ist hinter dem Kondensator weniger als die Hälfte übrig geblieben. Dafür hat sich



Wash Stills Lagavulin

der Alkoholgehalt der jetzt Low Wines genannten Flüssigkeit auf stolze 20 bis 25% erhöht. Die Low Wines pumpt man in die zweite Brennblase, die Spirit Still. Die in der Wash Still übrig gebliebene Flüssigkeit hat weniger als 1% Restalkoholgehalt und enthält noch immer viele Nährstoffe. Sie wird von Viehzüchtern gerne als Futter verwendet.

Erfolgte die erste Destillation recht grob und schnell, so lässt man sich mit der zweiten Des-



Brennblasen Laphroaig



belt der Dampf sehr stark und auch schwerere Öle gelangen mit in den Rohwhisky.

Im Unterschied zur ersten Destillation wird das als erstes im Kondensator erscheinende Destillat, die Foreshots, abgetrennt. Die Foreshots enthalten zu viele leicht flüchtige und beißende aromatische Bestandteile, die dem Geschmack des endgültigen Whiskys schaden. Der Brennmeister beobachtet die Dichte des Vorlaufs mit Hilfe einer Spindel und trennt sie in einen gesonderten Tank ab. Nur der Hauptbestandteil der Destillation wird aufgefangen und in Fässer zur Reifung abgefüllt. Der Brennmeister misst dazu die Temperatur des Destillats. Solange überwiegend Alkohol destilliert wird, steigt die Temperatur nur langsam an. Gleichzeitig sinkt der Alkoholgehalt des Destillats von 70% auf etwa 60% ab. Nach etwa 8 Stunden ist die Destillation beendet und es sind nur noch weniger als 1% Alkohol in der Brennblase

übrig. Reduziert man jetzt nicht die zugeführte Wärme steigt die Temperatur in der Brennblase deutlich an. Mehr und mehr schwerere Öle und Wasser beginnen sich im Kondensator zu sammeln. Diese Öle sind das Salz in der Suppe und wollen wohldosiert sein. Lässt man zu viel Öle übertreten, so wird der Malt Whisky zwar geschmacklich gehaltvoll, aber der Volksmund nennt diese Öle auch Fuselöle, da sie Kopfschmerzen verursachen können. Gerade richtig muss es sein. Wann umgeschaltet wird, ist jedem Brenner in Tabellen aufgeschrieben. So stellt man sicher, dass sich die Qualität von Destillation zu Destillation nicht ändert.

Pumpt man die restliche Flüssigkeit aus der Brennblase ab, so kann man beim Erkalten auf der Oberfläche der milchigen Flüssigkeit eine richtige Ölschicht schwimmen sehen. Diese Flüssigkeit, Pot Ale genannt, wird entsorgt. Die Foreshots werden aber der nächsten Charge

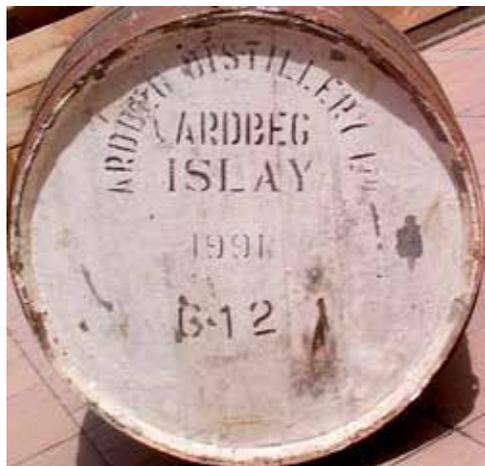
erneut zugegeben. Reaktionen zwischen diesen Foreshots und dem Kupfer der Brennblasen bewirken eine Umwandlung dieser Substanzen in wertvolle Aromastoffe.

War bis hierhin alles nur Technik, so beginnt hier die Magie der Malt Whisky Herstellung. Was passiert? So ganz hat noch Niemand dieses letzte Geheimnis erforscht. Auch Kentucky Straight Bourbon, eigentlich in Edelstahl Brennsäulen hergestellt, benötigt anschließend einen kupfernen Doubler, der nach dem Brennvorgang diese katalytische Geschmacksverbesserung bewerkstelligt.

Auch wenn die Wissenschaftler bereits an der Entschlüsselung der Geheimnisse dran sind - bewahren wir uns diesen Rest Magie - auch den Brennmeistern bleibt nichts anderes übrig als die Brennblasen durch exakte Kopien in Form und Material zu ersetzen, wenn sie nach 50 Jahren endgültig ausgedient haben.

Vorsicht bei Whisky Investments

Wie sinnvoll ist die Geldanlage in Whisky Fässern?



Im Zeichen des Whisky Booms mehren sich auch Trittbrettfahrer, die von dem großen Kuchen ein zusätzliches Stück abbekommen wollen. Spekulierte man früher in Kakao oder Kaffee, so ist heutzutage Malt Whisky der Renner.

Scotch Whisky muss per Gesetz drei Jahre in Schottland lagern. Hochwertiger Malt Whisky lagert jedoch 10 bis 25 Jahre. Eine lange Zeit für Whiskybrennereien, die dieses gebundene Kapital finanzieren müssen. Findige Menschen kamen deshalb auf die Idee, Fässer

nach dem Befüllen mit frischem Destillat an Anleger zu verkaufen und so die Versorgung der schottischen Brennereien mit ‚flüssigen Mitteln‘ (= Geld) sicher zu stellen.

Aufwendige Zertifikate, metallische Namensschilder und privilegierte Lagerhäuser sollen dem Anleger die Entscheidung erleichtern. 1.400 EUR für ein 250 Liter Fass mit 63,5 Vol% ist ein verlockendes Angebot, das mancher Liebhaber bereits angenommen hat.

Bester Single Malt Whisky erzielt über 50 EUR je Flasche. Vereinfacht gerechnet entstehen aus einem solchen Fass 560 Flaschen mit 40 Vol.% im Gesamtwert von 28.000 EUR.

Eine tolle Wertsteigerung!

Oder etwa nicht?

Die Berechnung entlarvt sich auf den zweiten Blick als vollkommen falsch. Die Kosten steigen dramatisch und auch der

Ertrag ist weit überzeichnet. Bis der Whisky nach durchschnittlich 12 Jahren in der Flasche ist, fallen zusätzliche Kosten für Alkoholsteuer, Mehrwertsteuer, Zollabfertigung, Lagerkosten, Versicherung, Zinsen und Frachten an. Sie addieren sich auf weitere 5.000 EUR. Dieses Geld müssen Sie nachschießen, wenn Sie in den Genuss Ihres Whiskys kommen wollen.

Auch der Erlös hält einer Überprüfung nicht stand. Man findet für den Whisky keine Abnehmer. Definitiv nicht! - Punkt.

Ein Privatmann hat keinen Zugang zum industriellen Whiskymarkt. Dieser Markt würde auch nur einen Preis bieten, der weit unter den oben genannten Kosten liegt. Zusätzlich verdunstet während der Lagerzeit 15% bis 20% des Whiskys, was den Erlös weiter reduziert.

Ob aus dem Whisky nun ein guter Vertreter seiner Art wird, unterliegt dem Zufall. Bis heute ist wissenschaftlich nicht

geklärt, weshalb in manchen Fässern guter Whisky und in anderen nur drittklassiger reift.

Monatlich werden The Whisky Store Flaschen von enttäuschten Anlegern angeboten, für die auch ein Whiskyspezialversand keine Abnehmer findet.

Sollte jemand dennoch in Whiskyfässer investieren wollen, so sollte er sich bitte für eine namhafte Brennerei entscheiden.

Es gibt nämlich auch Betrüger. Das Britische Wirtschaftsministerium hat in der Vergangenheit mehrfach vor zweifelhaften Firmen gewarnt, die nur auf Ihr sauer verdientes Geld aus sind.



Whisky-Exoten

Über Nachahmer und Nischenanbieter

1998 erhielten wir unabhängigen Besuch von zwei Obstbrennern. Ein Franzose aus dem Elsass und ein Bayer vom Schliersee. Auf beide war der ‚Whiskyfunke‘ übergesprungen. Sie hatten die Brennblasen, die notwendigen Brennlizenzen und fragten uns um Rat.

Der Franzose hatte bereits einen Malt Whisky gebrannt und suchte nach Verbesserungen; der Bayer war gerade dabei seinen Brand aufzusetzen und suchte Know-how für die Reifung und die Fassauswahl.

Bis auf eine kleine Probe ist vom französischen Malt nichts übrig geblieben. Er schmeckte parfümiert und konnte seine Herkunft aus Eau-de-Vie Brennblasen und die Reinzucht- hefe nicht verheimlichen.

In der Zwischenzeit reifte der bayerische Malt Whisky im Voralpenland und wir begleiteten

die Reifung mit einer ausgiebigen Probe. Um den Einfluss der frischen Eichenfässer nicht Überhand nehmen zu lassen, wurde der bayerische Malt mit weniger als den für Schottland üblichen 63,5% in die Fässer abgefüllt.

Das Ergebnis ist ein eigenständiger, bayerischer Malt Whisky mit Namen Slyrs. Die Fässer geben eine leichte Vanillenote ab, die sich wunderbar mit der Süße des Malzes verbindet.



Doch auch in anderen Teilen der Welt wird frischer Malt Whisky mit wechselndem Erfolg gebrannt. Die Einrichtung der Lammerlaw-Brennerei in Neuseeland wurde demontiert und die letzten Fässer werden als Milford vertrieben. Dieses Experiment in Down-Under ist leider gescheitert. Auch die Glenora Brennerei im kanadischen Nova Scotia ging bereits einmal in Konkurs. Die Vermarktung des produzierten Glen Breton läuft jedoch gerade professionell an.

Auch eine Brennerei in Australien hat es geschafft. Sullivan's Cove im tasmanischen Hubbart stellt einen Single Malt Whisky her, der den Vergleich nicht scheuen muss. In Australien ist er verbreitet. Hin und wieder findet er auch seinen Weg nach Europa. Ohne Rauch ist er ein typischer Malz Whisky, wie er auch in den schottischen Highlands hergestellt wird. Nur der intensive Abgang zeigt die Herkunft.

Einen Stammplatz unter Malt Whisky Freunden hat sich der Armorik aus der Bretagne erworben. Bei Blindverkostungen verwechselt man ihn leicht mit einem Malt aus der Speyside.

Zum Abschluss muss man die Whiskys aus Japan nennen. Lange Jahre gingen die Japaner in Schottland in die Lehre. Mittlerweile gehören ihnen renommierte Brennereien wie Bowmore, Ben Nevis und Tomatin. Das Wissen ist bereits seit Jahrzehnten in Japan vorhanden und die Malts aus der Yoichi-Brennerei von Nikka erzielen höchste Bewertungen.

Whiskyliebhaber gibt es mittlerweile auf der ganzen Welt. Und überall stellen sie ihr Lieblingsgetränk her. Sei es ein Reiswhisky aus dem Mekongdelta oder Malts aus islamischen Ländern. Wer weiss schon, dass Indien mehr Whisky produziert als die USA?

Bereichern Sie Ihr Wissen. Zahlreiche Exoten erhalten Sie bereits heute auch bei uns.

Gibt es Kunden-Clubs nur mit Vorteilen?

The Whisky Club

Clubs schießen wie Pilze aus dem Boden. Welche Gründe gibt es aus ökonomischer Sicht für einen Kundenclub? Wie stellt sich ein Club aus Kundensicht dar? Warum gibt es The Whisky Club?

Die moderne Gesellschaft leidet unter der heutigen Schnelllebigkeit. Kaum hat man sich an das Aussehen eines Katalogs oder die Bedienung einer Webseite gewöhnt, schon wird ‚re-launched‘, d. h. das Aussehen und die Bedienung verändert.

Die Werbebranche verdient so ihr Geld und oft erscheint es als reiner Selbstzweck. Erreicht man jetzt mehr Kunden? Wird die Seite ein Erfolg? Nur allzu oft ist das Gegenteil der Fall und Kunden wandern ab, da man die Seite nicht wiedererkennt. Mit viel Geld müssen neue Kunden geworben werden und das Rad beginnt sich immer schneller zu drehen. Verkaufserlöse müssen

in Werbung gesteckt werden und trotz einer steilen Preisspirale nach oben, bleibt beim Händler nichts übrig.

Werbung ist teuer! Nicht selten muss man für einen Neukunden per Werbung mehr als 50 EUR bezahlen. Kann man bei beständigen Kunden auf teure Werbung verzichten, sollte man diesen Preisvorteil an seine treuen Kunden weitergeben.

Dieses Konzept steckt hinter The Whisky Club. Clubmitglieder erhalten 5% Nachlass. Es gibt keinen Haken daran. Bezahlte werden die 5% Nachlass über die geringeren Werbeaufwendungen. Beide Seiten gewinnen. Die Wirtschaft spricht von einer Win-Win-Situation.

Seit über 30 Jahren gibt es Bücherclubs. Ihnen haftete oft der ‚Geruch‘ von Bauernfängerei an. Zu lange und zu feste Vertragsbindungen bei gleichzeitiger Billigware waren die größten Vorwürfe der Kundschaft. Vergaß man zu kündi-

gen, musste man ein ganzes Jahr lang weiter bezahlen.

The Whisky Club vermeidet diese Nachteile! Sie werden Mitglied für 12 Monate und Ihre Mitgliedschaft endet automatisch, wenn Sie nichts unternehmen. Sie werden vor Ende Ihrer Mitgliedschaft informiert, dass Sie bei Ihrer nächsten Bestellung die Clubmitgliedschaft verlängern sollten.

Und das Vorurteil der Billigware? Clubkunden erhalten bei The Whisky Store 5% Nachlass auf alle regulären Waren im Sortiment. Den Vorteil zieht The Whisky Store nicht aus größeren Gewinnmargen bei Billigwaren, sondern aus dem geringeren Aufwand mit Clubkunden.

Sie als Kunde kennen sich mit uns aus und wir kennen uns mit Ihren Wünschen aus. Reibungslos abgewickelte Aufträge mit Clubkunden ergeben weitere Kostenvorteile innerhalb The Whisky Store, aus denen wir den 5%igen Nachlass mitfinan-

zieren.

Die Lockerung des Rabattgesetzes führt in allen Bereichen des täglichen Lebens zu vermehrten Rabattanfragen. Doch wann kann ein Händler Rabatt geben? Es muss ein triftiger, wirtschaftlicher Grund vorhanden sein, der einen Nachlass rechtfertigt. Andernfalls sieht er sich recht bald existenziellen Nöten gegenüber.

Einfacher ist es bei überteuerter Ware. Hier kann der Händler aus dem Bauch heraus einen Nachlass gewähren. Fragt ein Kunde nicht nach Rabatt, ist er selber Schuld. Da The Whisky Store sämtliche Waren knapp und fair kalkuliert, können über den Clubrabatt hinaus und bei Sonderangeboten keine weiteren Nachlässe gewährt werden.

Im Gegenzug haben Sie als Clubkunde 100% Sicherheit bei Ihrer Preisfindung und müssen nicht nachfragen, wie viel Nachlass bei diesem oder jenem Produkt möglich ist.

Wie kommt der Malt Whisky zu den unabhängigen Abfüllern?

Hintergründe der Unabhängigen Abfüller

Die Absatzzahlen unabhängiger Abfüllungen steigen pro Jahr um 15 bis 25%. Einige Labels füllen ganze Regale - andere verschwinden wieder so schnell in der Versenkung, wie sie auf der Bühne erschienen waren. Woran liegt es? Sind es die Preise oder ist es die Qualität? Kann es eine Mischung aus beidem sein oder gibt es noch weitere Gründe?

Die Definition einer unabhängigen Abfüllung besagt, dass ein Malt Whiskyfass einer bestimmten Brennerei von einer Firma abgefüllt wird, die von der Brennerei unabhängig ist. Diese Definition birgt bereits das Problem in sich. Warum füllt die Brennerei das Fass nicht selbst ab und schöpft seinen eigenen Gewinn daraus? Die Antwort ist genauso einfach, wie logisch. Man denkt in den Brennereien



Fassverladung bei Tamdhu

nicht in einzelnen Fässern, sondern in LKW- oder Containerladungen. Einzelne Fässer stehen nicht zum Verkauf. Die oft auf dem Etikett angetroffene Aussage: „Diese Flasche ist eine von nur 345 Stk., die aus einem speziell ausgesuchten Fass abgefüllt wurde.“ ist nur zum Teil richtig. Der Unabhängige Abfüller, im weiteren Gebrauch mit UA bezeichnet, darf nicht durch Lagerhäuser laufen und sich die ‚besten‘ Fässer herauspicken. Der Eindruck wird zwar auf dem Label geweckt, doch er ist nicht wirklich wahr.

Mitarbeiter der Brennerei selbst suchen zunächst die

Fässer aus ihren Lagerhäusern aus, die sie selbst als Single Malt Whisky abfüllen. Eine gute Brennerei nimmt dafür nur die 15 bis 30% besten Fässer. Brennereien mit sehr starker Nachfrage sind in manchen Jahren genötigt, mehr als 50% der Fässer selbst auszuwählen. Der verbleibende Rest ist entsprechend gering. Als zweites werden die konzerneigenen Blended Whiskys bedient. Bei großen Marken kann das den gesamten Rest ausmachen. Für Dritte bleibt in so einem Fall nichts übrig.

Die restlichen Fässer werden meistbietend abgegeben. Auch jetzt darf man sich nicht vor-

stellen, dass Rosinen gepickt werden dürfen. Der Käufer muss unsortierte Fässer unprobiert kaufen und auch in relativ kurzer Zeit aus der Brennerei abholen. 40 bis 80 Fässer umfasst ein typisches Los. Das entspricht der Ladung eines halben bzw. ganzen LKWs. Drei verschiedene Käufertypen gibt es. Supermarktketten, die ihre eigenen Hausmarken befüllen; Zwischenhändler, die unabhängige Blended Whiskyhersteller bedienen; und die UA, die oftmals fassrein abfüllen.

Nur große, renommierte UA können es sich finanziell leisten, 40 Fässer gleichen Alters aus einer einzelnen Brennerei



Whiskytanker bei Glenmorangie

zu erwerben. Viel Kapital und vor allem ein eigenes zollfreies Lagerhaus sind dazu nötig. Das können sich derzeit nur fünf oder sechs UAs leisten. Wie kommen jetzt die vielen, kleinen Abfüller an ihre Fässer?

Auch die großen UA sind noch nicht so groß, dass sie alle Fässer aus einem Los in Flaschen verkaufen können. Doch sie ziehen Proben von allen gekauften Fässern und picken sich die Rosinen heraus. Das ist das Privileg des Käufers. Einige werden gleich abgefüllt, andere lagern für weitere 10 bis 20 Jahre und müssen sich ihren Kaufpreis erneut verdienen.

Die Großen tauschen auch gerne untereinander. Die Fässer, die durch die Netze der Großen fallen, werden dann an kleinere UAs weiterverkauft. Diese picken sich erneut die Besten heraus und lassen sie oft beim großen UA auch gleich abfüllen.

Das geht so weiter, bis die allerletzten dieser Fässer keine Abnehmer mehr finden und über



diverse Zwischenhändler, die alle an diesen Fässern verdienen müssen, an Privatleute auf der ganzen Welt verkauft werden.

Die großen UA lagern in ih-

ren Lagerhäusern bereits heute jeweils mehr als 10.000 Fässer. Man beschränkt sich nicht mehr nur aufs Abfüllen. Man besitzt mittlerweile eigene Brennereien, lagert gekaufte Fässer weiter und füllt zur Nachreifung um. Man darf bei diesen großen UA nicht mehr nur von Abfüllern sprechen. Sie sind zu eigenständigen Whiskyfirmen geworden.

Falls jetzt der Eindruck entsteht, dass alle Abfüllungen der Kleinen nicht so gut sind, so muss das für eine spezielle Flasche und ihren Käufer nicht zutreffen.

Das Geschmacksempfinden des einzelnen Menschen ist nicht angeboren, sondern über viele Jahre individuell erlernt. Eine Flasche eines kleinen Abfüllers kann deshalb durchaus schmecken. Die Auslese der großen Abfüller richtet sich nach einem angenommenen Durchschnittsgeschmack und einem bevorzugten Hausstil. Da kann das eigene Geschmacksempfinden auch einmal stark abweichen.

Es bleibt genügend Platz für

kleine Abfüller. Sie leiden jedoch alle an den gleichen Symptomen: Geringe Flaschenanzahl, da nur einzelne Fässer erworben werden können; z. T. erhebliche Abweichungen vom allgemein gewünschten Geschmack; überwiegend Flaschen im Altersbereich von 10 bis 14 Jahren, da keine eigenen Lagermöglichkeiten vorhanden sind.

Die Probleme machen den meisten kleinen UA das Leben so schwer, dass sie nur selten den Weg in die Top-Liga schaffen. Die Großen bleiben unter sich und teilen sich den Kuchen auf. Es ist schon erstaunlich, wie manchmal innerhalb weniger Wochen eine Vielzahl unabhängiger Abfüllungen der gleichen Brennerei auf dem Markt erscheinen.

Dies ist ein untrügliches Anzeichen, dass wieder einmal ein voll geladener LKW den Hof einer Brennerei in Richtung eines der großen, unabhängigen Abfüller verlassen hatte.

Von Angus Dundee bis Whyte & Mackay

Die Schottische Whisky-Industrie im Umbruch

Der Aufstieg des schottischen Malt Whiskys ist ungebrochen, wogegen Blended Whisky bei uns fast ausnahmslos Negativrekorde meldet. Trotzdem konnte der schottische Whisky-export 2002 um 10% zulegen. Das Geheimnis des Wachstums liegt im steigenden Export vor allem nach Asien.

Das alles geht nicht spurlos an der schottischen Whiskyindustrie vorbei. Die Weltwirtschaft wächst und boomt wie selten zuvor. Einige Volkswirtschaften in Asien schaffen ein Wachstum von 20% und mehr pro Jahr. Doch leider gibt es dieses Wachstum nur in Asien.

Die heimische Flaute geht an den großen Spirituosenkonzernen in Schottland und USA nicht spurlos vorüber. Die kanadische Seagram's wurde zwischen Diageo und Pernod Ricard zerschlagen;

die amerikanische Fortune-Brands konzentriert sich auf sein Flaggship Jim Beam und verkaufte dem Management Buyout Whyte & Mackay seine schottischen Brennereien, die 2007 wiederum an die indische UB Group verkauft wurden; die Edrington Group kaufte Highland Distillers von der Börse und konzentriert sich jetzt auf seine wesentlichen Marken. Bunnahabhain und Black Bottle gingen so an CL World Brands (Angostura), die mit der nahezu gleichzeitigen Übernahme von



Burn Stewart zu einem global bedeutenden Spirituosenunternehmen wurden.

Auch im Schatten dieser großen Veränderungen tut sich eine Menge bei den kleinen Whiskyfirmen. Man konzentriert sich auf seine Nischen und versucht zu integrierten Whisky anbietern mit eigener Produktion, Lagerhäusern und Flaschenabfüllung zu werden. Fast alle bedeutenden unabhängigen Whiskyabfüller kauften sich eigene Malt Whisky Brennereien und Abfüllstraßen und machen sich so unabhängig von den großen Konzernen.

Bruichladdich ging an Murray McDavid, Angus Dundee erwarb Tomintoul, Signatory kaufte Edradour und Springbank baute Glengyle. Aus den ehemals wenige Köpfe zählenden Familienunternehmen entwickeln sich Mittelständler, die sozusagen ‚über Nacht‘ 150 Mitarbeiter beschäftigen und aus einem Whiskylager von über 20.000 Fässern 15 Mio.

Flaschen Whisky pro Jahr abfüllen.

Dahinter ist ein System zu erkennen. Die großen Konzerne spezialisieren sich auf gewinnträchtige Spirituosen und Wein. Alle anderen Bereiche wie z. B. Burger King oder Pillsbury bei Diageo oder Orangina bei Pernod Ricard werden verkauft. Käufer sind Unternehmen, zu denen diese Produkte besser passen. Unsere anhaltende Wirtschaftsflaute zwingt die Unternehmen zur Konsolidierung. Sie konzentrieren sich auf das, was sie am besten können.

Gute Großkonzerne geben ihren kleinen Brennereien dabei große Freiheiten in Organisation und Produktion. Man produziert klein und fein und vermarktet über den Konzern global.

Allerdings kann man auch bei den großen Unternehmen nur jeweils fünf bis 10 Marken weltweit vernünftig vermarkten. Die Konkurrenz schläft nicht und jedem ist unmittelbar ersichtlich, wenn fünf globale

Anbieter je 10 Marken in jedem Land anbieten, gehen von den 50 Marken bestimmt jede Menge auf der Strecke verloren.

Diese kleinen Marken wie Edradour und Glengoyne sind ideal für die kleinen Whiskyanbieter geeignet. Nur sie sind in der Lage, die Nischen für diese Produkte adäquat zu besetzen.

Bestes Beispiel hierfür ist die neue Kyndal (seit 2004 Whyte & Mackay). Unter Leitung von Jim Beam konzentrierte man sich auf die Marke Dalmore und Isle of Jura und versuchte die Standardabfüllungen mit 10 und 12 Jahren im Absatz zu stei-

gern. Neue Produkte, wie den Corriemhor Cigar Malt, trotz IWSC Goldmedaille, bei uns einzuführen, scheiterten kläglich. Auch die Absatzzahlen der beiden Standard Malt Whiskys blieben so gering, dass sie sich nicht einmal in der dritten Stelle hinter dem Komma von Jim Beam bemerkbar machten.

Nach dem Buyout von Whyte & Mackay hat sich die Verfügbarkeit der Jura und Dalmore Palette mit Jura 16 und 21J sowie Dalmore 21J stark verbessert. Auch junge Produkte wie der Dalmore Gran Reserva



und der Jura Superstition gehen auf einmal gut im Markt. Die Schwierigkeiten sind wie wegewischt.

Und blicken wir auf das Kleinod Bruichladdich. Unter noch kleinerer Führung durch den unabhängigen Abfüller Murray McDavid ist aus der einst durch Jim Beam geschlossenen Brennerei ein florierendes Geschäft geworden.

Was blieb auf der Strecke? Gibt es Opfer zu beklagen? Nach wenigen Jahren Konsolidierung und dem Verlust von Arbeitsplätzen ist die Branche 2002 um 10% gewachsen. Die

letzten Brennereischließungen 2002 wurden bereits ohne den Abbau von Arbeitsplätzen möglich und es gab auch neue Arbeitsplätze beim Wiederanlauf stillgelegter Brennereien.

Whisky ist ein über 500 Jahre altes Produkt. Trotz aller Wirren der Zeit steht Whisky heute neben Traditionen ebenso für Modernität und globalen Erfolg. Was wäre passiert, wenn man in Schottland an Dudelsack, Subventionen und Ochsenkarren festgehalten hätte?

Ein Vergleich mit den hiesigen Schnapsbrennern drängt sich auf. Von denen sind nach wie vor viele von der staatlichen Abnahme ihrer Produktion im Branntweinmonopol abhängig, das in wenigen Jahren zu Ende geht. Freuen wir uns über die Innovationsfreude unserer Europäischen Mitbürger in Schottland und hoffen, dass sie auch in den kommenden Jahren die Kraft finden, sich im internationalen Wettbewerb mit Wodka, Brandy und Rum zu behaupten.



Single Malt Whisky in Fassstärke aus den 70er Jahren

Wird alter Malt Whisky immer teurer?

Im Sommer 2003 haben mich mehrere Kunden auf die Preissteigerung bei Whiskys in Fassstärke aus dem Zeitraum 1965 bis 1979 angesprochen. Warum kostet 2003 ein sehr guter alter Malt (z. B. Glenlivet Sign. 26.03.76/15.4.02 56,5% Sherryfass) 99 EUR? Noch 1995 kostete ein Malt aus der gleichen Periode (z. B. Glen Grant Sign. 21.11.73/11.94 53% Sherryfass) 105 DM. Das



ist eine Preiserhöhung von 84% über acht Jahre.

Rechnet man die Preiserhöhung beim unabhängigen Abfüller Signatory auf das einzelne Jahr um, so liegt der Durchschnitt des Preisanstiegs bei 7,9%. Bei anderen unabhängigen Abfüllern, wie z.B. Douglas Laing und bei der Rare Malts Selection von Diageo, gab es in 2001/2002, nach zwei Jahren der Stabilität, einen sprunghaften Preisanstieg um 15-20%.

Wie teuer sind nun die einzelnen Abfüller im Detail? Gibt es



überhaupt Unterschiede?

Lässt man Sondereffekte besonders rarer Abfüllungen wie Port Ellen weg, so bleibt uns immer noch der Unterschied im Alkoholgehalt, der zunächst umgerechnet werden muss.

Auch etwaige Sherryfässer sollten wir berücksichtigen, da sie den Preis eines Malts anheben. Kostet z. B. eine 0,7l Flasche 100 EUR, so ist sie mit nur 40% Alkoholstärke um 37,5% teurer pro enthaltenem Liter reinem Whisky, als eine Fassstärke mit 55% zum gleichen Preis von 100 EUR.

Berechnen Sie die Preise selbst. Es ist einfach. Rechnen Sie die enthaltene Menge reinen Alkohol aus, indem Sie $0,7 \cdot 40\% = 0,28$ Liter rechnen. Den Preis von 100 EUR teilen Sie durch diese 0,28 und erhalten 357,14 EUR/Liter. Bei der 55% Flasche erhalten Sie mit dem gleichen Rechengang $0,7 \cdot 55\% = 0,385$ Liter nur $100/0,385 = 259,74$ EUR/Liter. Mit Hilfe dieser kleinen Be-

rechnungsvorschrift lassen sich Preise verschieden starker Abfüllungen gut vergleichen.

Auch Sammlereffekte verteuern einen Malt. Bei der Rare Malts Selection steigen die Preise von Abfüllungen vergangener Jahre im Preis regelmäßig an. Etwa 5-10 EUR pro Jahr beträgt der Aufschlag. So kosten im Sommer 2003 die neuesten Abfüllungen um 90-95 EUR. Die



bereits in den Jahren 1998 bis 2001 abgefüllten Flaschen sind schon selten geworden und im Preis bereits auf 110-150 EUR angestiegen. Wenn man es genau betrachtet, liegt die Steigerung ebenfalls bei ca. 8% pro Jahr.

Diese speziellen Sammlereffekte findet man bei den unabhängigen Abfüllern ansonsten selten. Zu schnell sind meist die Flaschen vergriffen. Nur alte Port Ellen oder seltene Ardbegs von



vor 1975 zeigen stärkere Preisanstiege durch Spekulationen.

Um zu verstehen, was hinter dieser magischen 8% Preiserhöhung pro Jahr steckt, müssen wir zu unseren beiden Signatory Abfüllungen aus dem ersten Abschnitt zurückkehren. Die Inflation kann es nicht alleine sein. Sie betrug über die vergangenen fünf Jahre nur knapp 2% pro Jahr. Woher stammen die fehlenden 6 Prozent?

Signatory kaufte diese beiden Malts als 10 bis 15 jährige Fässer vermutlich um das Jahr 1990 und lagerte sie bis zur Abfüllung weiter. Das Geld für den Kauf der Fässer musste Signatory sofort an den Hersteller bezahlen. Signatory, Gordon & MacPhail und Douglas Laing geht es ähnlich. Whiskylager von 10.000 und mehr Fässern kann kein mittelständisches Unternehmen mehr aus der eigenen Tasche finanzieren.

Banken müssen mit langfristigen Krediten helfen. Der Zinssatz dieser sehr langfristigen



Kredite richtet sich nach der Zinshöhe der langfristigen Staatsanleihen und der Leitzinsen. Meist liegt der Kreditzinssatz in der Nähe der langfristigen Staatsanleihen bzw. 2 bis 3 Prozentpunkte oberhalb des Leitzinses, da die Banken ihre Kosten und das Risiko absichern.

Nicht die Inflation, sondern die Kapitalverzinsung im Fass bestimmt zum Großteil den Anstieg des Preises von sehr alten

Malt Whiskys.

Wie Sie in den Beispielen gesehen haben, kochen alle Abfüller mit demselben Wasser. Niemand kann sich dem Einfluss des Kapitalmarktes entziehen. Die seit dem 11 September 2001 mehrfach gesenkten Leitzinsen sollten den Preisdruck auf den Malt Whisky in den kommenden Jahren reduzieren, auch wenn die Briten derzeit mit ihrem Leitzins noch höher als Kontinentaleuropa oder Amerika liegen.

Wie steht es um den Geschmack der alten Malts? Wie entwickeln sich die Fässer über die vielen Jahre weiter?

Es gibt zwei Einflüsse, auf die wir bei diesen alten Flaschen gefasst sein müssen. Zum Ersten wurden vor 30 bis 35 Jahren die Malts noch deutlich rauchiger hergestellt, da die Arbeitskraft zum Torfstechen preiswerter war, als die damaligen Energiepreise für Öl und Kohle zum Darren des Malzes. Mit dem Alter wird zwar auch

der Rauch im Malt abgebaut, doch eine deutliche Restrau- chigkeit ist bei den meisten die- ser Fässer zu spüren.

Zum Zweiten bestimmt die Fasswahl entscheidend den Ge- schmack eines sehr alten Malts. Nach 7 bis 8 Jahren verliert ein Malt Whisky seine metallische Unreife. Anschließend gewinnt das Fass mehr und mehr Ein- fluss auf den Whisky. Nach 30 und mehr Jahren schmecken Sie in einem Malt vor allem das Fass. Die subtilen Nuancen der Brennkunst gehen in einem vo- luminösen Holz, Tannin, Leder, Gewürz und Karamell Crescen- do des Fasses fast unter. Lagerte der Malt in einem Sherryfass, so prägt es dem Whisky massi- ve Trauben- und Beerenaromen auf. Frische Früchte, Honig, Heidekraut, Gräser und andere leichte Aromen sucht man in diesen Malts meist vergebens.

Trotzdem, diese uralten und lang gereiften Malts üben eine große Faszination auf den Ge- nießer aus, wenn er nur einmal

die Chance hatte, so ein Fass zu probieren. Trauen Sie sich!

Durch den übergroßen Fass- einfluss werden auch weniger gut gebrannte Malts - auch die soll es geben - interessant, tief und komplex. Das Risiko einen schlechten uralten Malt Whisky zu kaufen ist kleiner, als man unvoreingenommen vermutet.

Wem der intensive Sherry- geschmack nicht unangenehm ist, sollte zu einem mehr als 30



jährigen Sherryfass Whisky wie Glen Grant Sign. 1976 57,7% oder Glenlivet 1976 56,5% greifen. Wer den Sherryeinfluss nicht ganz so ‚granatenmäßig‘ erleben möchte, kann sich an einem Refill-Sherryfass von einem Signatory Linkwood von 1974 mit 56,1% laben.

Finanziell liegen diese Malts im Bereich von 90 bis 108 EUR. Rechnet man den Preis dieser Fassstärken auf Fla- schen mit Trinkstärke herunter,

so erhalten wir pro Flasche in Fassstärke etwa 1,5 Flaschen zu 65-75 EUR/Flasche, wenn wir auf 40% verdünnen.

Dies ist ein Preis, für den man bei den Originalabfüllun- gen von Macallan, Bowmore & Co. nicht mehr als 18 oder 21 jährige Flaschen erhält.



Kentucky Straight Bourbon Single Barrel

Die besten Bourbons

In Kentucky gibt es 10 produzierende Straight Bourbon Brennereien. Neun von ihnen arbeiten mit den nahezu baugleichen hohen Destillations Säulen, die kontinuierlich einen weichen Rohwhisky aus mindestens 51% Mais erzeugen.

Alle verwenden die gleichen Holzfässer aus frischer amerikanischer Weißeiche, die nach dem einmaligen Gebrauch in USA so begehrt in Schottland sind. Wie kann es etwa 100 geschmacklich verschiedene Bourbons geben, wenn doch

alle mit den gleichen Zutaten auf den gleichen Anlagen hergestellt werden?

Lassen Sie uns über die Unterschiede in der Herstellung sprechen und vergleichen wir die amerikanischen mit den schottischen Brennereien. In Schottland ist die Sache für uns einfach! Guter Whisky kommt aus Malt Whisky Brennereien und Massenprodukte stammen aus den industriellen Grain-Whisky-Brennereien.

Die Verbindung zwischen beiden Sorten sind die Malt Whisky Fässer, die dem Blen-

ded Whisky als Geschmacksträger untergemischt werden.

Die Unterschiede zwischen den Malt Whiskys selbst beruhen hauptsächlich in der Rauchigkeit des Malzes, den verschiedenen Brennblasenformen und den ausgewählten Fasstypen zur Lagerung.

Wird in Kentucky ein Whisky hergestellt, so wird eine spezielle Getreidemischung angesetzt. Die Auswahl wird neben mindestens 51% Mais aus den Sorten Gerste, Roggen und Weizen getroffen. Doch nicht nur die Getreide-Mischung beeinflusst den Geschmack. Auch

die zur Gärung verwendete Hefe sorgt für deutliche, geschmackliche Unterschiede. Jeder Bourbon basiert auf seinem eigenen Hefestamm, der nicht selten 100 Jahre alt ist. Von kleinsten gekühlten Mengen wird die Hefe sehr sorgfältig vermehrt, damit nicht fremde Hefestämme mit anderen Geschmäckern das Ergebnis beeinflussen. Pro Brennerei kommen nicht selten drei und mehr verschiedene Hefestämme und Getreidemischungen zum Einsatz.

Nach dem Brennen auf 65 - 70% Alkoholstärke, wird der frische Rohwhisky überall in die gleichen, neuen Eichenfässer gefüllt, wie es das Bourbon Gesetz vorschreibt.

Doch so gleich, wie die Fässer von außen aussehen, sind sie nicht. Das thermische Aktivieren und das anschließende Ausbrennen der Fässer geschieht nach genauen Angaben der einzelnen Brennerei. Die Dicke der Holzkohleschicht auf der Innenseite muss genau der



Fassbefüllung Wild Turkey



Fassbewegung Wild Turkey

Vorgabe entsprechen.

Die Holzkohle dieser mehr oder weniger dicken Schicht filtert scharfe Bestandteile aus dem Whiskey heraus. Je nach geplanter Lagerzeit und speziellem Rohwhiskey werden unterschiedliche Fässer von den Brennereien bei den Fassfabriken angefordert.

Wie viel verschiedene Bourbons kann es so geben? Drei Hefen pro Brennerei, drei Getreidemischungen pro Brennerei, vier Fasstypen und 10 Brennereien führen zu $3 \cdot 3 \cdot 4 \cdot 10 = 360$ verschiedenen Bourbons.



Fassverschluss Wild Turkey

Doch so viele gibt es gar nicht. Nicht jede Brennerei kann Weizen in den Mischungen verarbeiten und nicht jede Brennerei hat die Möglichkeit mehr als ein oder zwei Hefen zu vermehren. Nur 20 bis 30 verschiedene Straight Bourbons werden von den 10 Brennereien regelmäßig hergestellt. Die weitere Vielfalt ergibt sich aus der Reifedauer und der Fassauswahl.

Während der Lagerung der kleinen Bourbon Barrels in den großen Lagerhäusern hatten die Brennereien schon lange bemerkt, dass die Fässer in den verschiedenen Regionen des Lagerhauses unterschiedlich reiften.

Um diese Unterschiede zwischen außen und innen sowie oben und unten auszugleichen, entwickelten sie in der Vergangenheit verschiedene Aufzugssysteme. So wurden die Positionen der Fässer im Lagerhaus aufwändig verändert, um gleichmäßigen Bourbon aus jedem Fass zu erhalten.

Als die Arbeitskosten in den vergangenen Jahrzehnten anstiegen und der Absatz zunahm, legte man diese Aufzüge still und mischte stattdessen Fässer aus den verschiedenen Regionen des Lagerhauses zu einem harmonischen Ganzen.

Doch nicht alle Fässer wurden so in der Masse untergemischt. Beim Abschmecken der großen Abfüllmengen entdeckten die Brennereien die besonderen Regionen in ihren Lagerhäusern, in denen die Bourbons am besten reiften. Wurden noch vor 10 Jahren nahezu alle Bourbons im Alter von 2 bis 4 Jahren abgefüllt, so hat sich die Situation in den letzten Jahren stark verändert.

Neben dem weichen Geschmack dieser Standard Bourbons haben sich unter der Führung der Small Batch Bourbon Initiative von Jim Beam Bourbons am Markt durchgesetzt, die mit 7 und 9 Jahren deutlich älter sind und deren Qualität durch kleine, besondere Fass-



serien weit oberhalb aller Standardflaschen liegt.

Das war natürlich etwas ganz neues für die Branche. Nicht ‚mild & mellow‘ und auf Eis werden diese neuen Bourbons genossen, sondern intensiv und voluminös bei Zimmertemperatur aus dem Nosingglas. Wenn man einen Jim Beam Rohbrand an den richtigen Plätzen im Lagerhaus für 9 Jahre lagert, so wird daraus der hervorragende Spitzenbourbon Booker Noe's.

Andere Brennereien treiben diese Auswahl noch deutlich weiter. Die Buffalo Trace Brennerei stellt z.B. den einfachen Ancient Age in großen Mengen für den amerikanischen Massenmarkt her.

Ausgewählte Fässer werden in kleinen Serien (Batches) für den Elmer T. Lee verwendet. Die Krönung sind jedoch fassreine Einzelfassabfüllungen unter dem Namen Blanton's, analog zu den unabhängigen Single Malt Whisky Abfüllern in Schottland.

Die unten stehende Tabelle zeigt die Zusammenhänge zwischen Massenprodukt, kleiner Serie (Small Batch) und Einzelfassabfüllungen (Single Barrel).

Die Massenprodukte finden Sie in der Regel nicht im Angebot von The Whisky Store. Wenn Sie Flaschen bei uns

| Brennerei | Großserie | Small Batch | Single Barrel |
|----------------------|-------------|------------------|-------------------------|
| <i>Buffalo Trace</i> | Ancient Age | Elmer T. Lee | Blanton's Single Barrel |
| <i>Wild Turkey</i> | Wild Turkey | WT Rare Breed | WT Legend |
| <i>Heaven Hill</i> | Heaven Hill | Elijah Craig 12J | Evan Williams Vintage |



auf gleich lautende Namen der Massenprodukte finden, so sind es überwiegend ältere Abfüllungen wie z.B. der Wild Turkey 12J.

Die absoluten Spitzenprodukte verbinden hohes Alter mit Single Barrel Abfüllungen. Nur ganz selten gibt es solche Flaschen, die diese beiden Qualitätsmerkmale miteinander verbinden. Aktuell gibt es nur

einen einzigen auf dem Markt: Den Elijah Craig 18J Single Barrel.

Was bringt die Zukunft für uns Genießer? Stellen Sie sich einen lang gereiften, unverdünnten und ungefilterten Single Barrel Bourbon vor. Ein einziges Mal gab es bisher diese Spitzenqualität auf dem Markt. Der ganz schnell vergriffene George T. Stagg 15J 65,88% war der erste Vertreter dieser neuen Bourbons. Genießen wir unsere lang gereiften oder Single Barrel Bourbons und greifen

wir zu, wenn sich eine solche Spezialität wieder anbietet.



Wie sich der Whisky- und Alkoholverbrauch der Deutschen entwickelt

Alkohol im Spiegel der Jahre

In schlechten Zeiten flüchtet sich der Mensch in den Alkohol. Diese bedauernswerte Verhaltensweise einzelner Mitmenschen hat eine ernste Auswirkung auf die deutsche Gesellschaft. Dabei meine ich nicht die ärztlichen Behandlungskosten und die Sekundärfolgen des Alkoholmissbrauchs - sie sind unbestritten.

Denn nicht nur der erste Satz ist gültig. Auch der Umkehrschluss trifft zu. In guten Zeiten trinken die Menschen weniger Alkohol.

Dieser Umstand macht seit geraumer Zeit zahlreichen Unternehmen in den wohlhabenden Industrieländern das Leben schwer. Die Bierbrauer und Sektkeltereien bauen zu Zehntausenden Personal ab. Man kämpft ums Überleben. Fernsehwerbung ist heute Bier-

werbung. Das Bier auf dem Flimmerkasten hat das Waschmittel als Hauptwerbeträger verdrängt.

Die Kenngrößen, die die Volkswirtschaftler gerne verwenden, sind ‚Liter Spirituosen pro Bürger und Jahr‘ sowie ‚Liter reiner Alkohol pro Bürger und Jahr‘. Nach dem Krieg betrug der Spirituosenverbrauch pro Kopf der deutschen Bevölkerung noch mehr als 10 Liter Spirituosen pro Jahr. Bis 2006 ist er auf 5,7 Liter gesunken.

Das Bild in Ostdeutschland zeigt sich nicht anders. Kurz vor dem Mauerfall ertränkten die Ostdeutschen ihren Frust mit 12 Litern Spirituosen pro Jahr. 2005 haben sie mit 5,9 Litern nur noch einen ganz leichten ‚Vorsprung‘ vor den ‚Wessis‘.

Auch das benachbarte Ausland blieb von diesem Trend nicht verschont. In den Jahren 1990 bis 2001 sank die durch-

schnittlich verzehrte Menge an reinem Alkohol pro Bürger und Jahr um die folgenden Größen: Europäische Union: -6,2 Liter, West-Europa -6,3 Liter, Nord Amerika -9,4 Liter, Australien: -13,1 Liter.

Spitzenreiter im Verbrauch in der westlichen Welt bleiben die Luxemburger mit 12,4 Liter (inkl. Grenztourismus) gefolgt von den Tschechen mit 10,9 und Irland mit 10,8. Schlusslichter bilden die USA mit 6,7 und Japan mit 6,5 Litern. Diese Zahlen enthalten nicht nur den Alkohol in Spirituosen sondern auch den in Bier und Wein. Deutschland belegt mit 10,4 Litern reinem Alkohol den 8. Platz der Weltrangliste.

Wer verliert und wer gewinnt im deutschen Rennen um die Gunst der Kunden? Bier liegt bei 5,8 Litern reinem Alkohol, Spirituosen bei 1,9 Litern, Wein bei 2,2 und Sekt bei 0,4.

Da der Alkoholgehalt in diesen Getränken unterschiedlich ist, geben wir auch die Mengen

der Getränke an: Bier = 121 Liter, Spirituosen = 5,9 Liter, Wein = 20,3 Liter und Sekt = 3,9 Liter.

Größte Verlierer seit 1998 sind Sekt mit -17% und Bier mit -5%. Zulegen konnte allein der Wein mit +12%. Der Spirituosenverbrauch nahm von 6,0 Litern auf 5,8 Liter ab und konnte sich im Jahr 2002 sogar wieder leicht auf 5,9 Liter erholen. War das das Anzeichen der Rezession? Nach dem Ende von Rot-grün ging es mit dem Alkoholverbrauch wieder bergab.

Kommen wir zum Whisky und speziell zum hochwertigen. Welche Bedeutung hat er bei uns in Deutschland? Obwohl er für uns Genießer die Krönung der Destillierkunst darstellt, fristet er in Deutschland mehr und mehr ein Schattendasein.

Nur noch 5,7% aller in 2002 verkauften Spirituosen waren Whisky. 2001 waren es noch 6,2%. Viele Segmente haben verloren: Liköre -1,1% Punkte, Rum -0,1%, Obstbrände -0,3%

und sonstige Spirituosen -1,7%.

Zwei Segmente liegen klar im Plus: Korn und andere klare Spirituosen +2,2% und Wodka mit +0,5%.

Doch lassen wir uns davon nicht beirren. Bei den großen Massenprodukten zählt vor allem der billige Preis, der nur mit begrenzter Qualität erreicht werden kann. Klare Spirituosen wie Wodka und Korn haben, wenn überhaupt, nur eine geringe Reifezeit und sind einfach in der Herstellung. Hier produziert der Hersteller billigsten Spirit für den Massenmarkt. Damit wollen wir Whiskygenießer uns nicht vergleichen.

Selbst billigster schottischer Whisky macht mehr Mühe als Korn. Immerhin muss Grain Whisky mit Malt Whisky halbwegs harmonisch nach einer dreijährigen Lagerzeit in Eichenfässern vermählt werden. Doch nicht die Masse zählt für uns Genießer. Wir genießen weniger Menge, doch dafür hochwertigere Whiskys!

Eine erfreuliche Zahl ist der Anstieg an importierten Single Malt Whisky Flaschen nach Deutschland.

Wurden 1998 erst 2,7 Mio. Single Malt Whisky Flaschen von Schottland nach Deutschland geliefert, so waren es im Jahr 2002 bereits 3,9 Mio. Ein satter Anstieg von durchschnittlich 14,8% pro Jahr über drei ganze Jahre!

Diese Zahl zeigt uns allen, dass wir mit der Liebe für unseren Single Malt Whisky nicht allein stehen. Der Trend ist deutlich erkennbar, auch wenn mindestens die Hälfte dieser Flaschen billige Supermarkt- und Discountware ist. Mit fast 2 Mio. Flaschen hochwertigen Single Malt Whiskys konnte der deutsche Fachhandel 2002 den Genießer versorgen.

Geht man davon aus, dass ein verantwortungsvoller Single Malt Whisky Genießer im Durchschnitt seine ‚deutschen‘ 5,9 Liter (= 8 Flaschen) Spirituosen pro Jahr zu sich nimmt,

dann entspricht das einer Bevölkerung von 250.000 reinrasigen Malt Whisky Genießern in Deutschland.

Dies ist ein Gruppe, die verantwortungsbewusst mit ihrem teureren Lieblingsgetränk umgeht und nicht für möglichst wenig Geld Flatrate Partys mit Korn oder Wodka veranstaltet.

Whisky-Konsumenten sind Genussmenschen und nicht Säufer, wie man uns in zahl-

reichen Hollywoodfilmen des puritanischen Amerikas weiß machen will. Stehen Sie zu ihrem Hobby und reduzieren Sie Ihren sonstigen Alkoholverbrauch, wie sie es als rechnerischer Durchschnittsdeutscher mit Bier und Sekt bereits getan haben. Dann stehen Genuss und Gesundheit nicht dagegen.

Quellen: World Drink Trends, Financial Times, SWA, BSI, Statistisches Bundesamt.

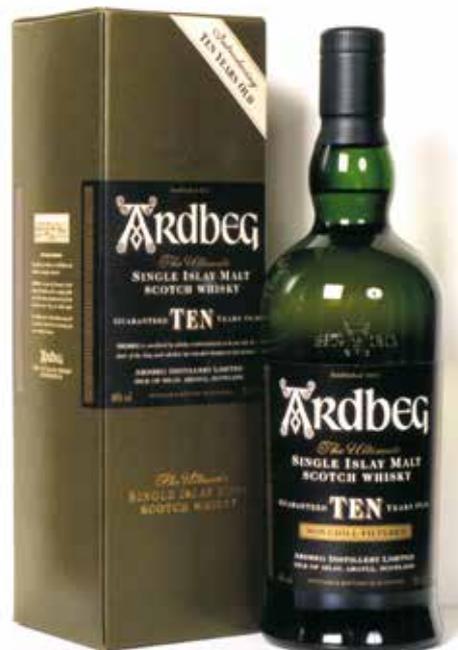


Viel Ärger um Ardbeg

Die jüngste Geschichte der Islay-Brennerei

Ardbeg! Dieser Name erzeugt ein leises Kribbeln auf dem Rücken und die Drüsen im Mund setzen beim Kenner sofort den Speichelfluss in Gang. Doch nicht nur die Whiskys der Brennerei fallen einem ein. Auch die Nachbarn von Ardbeg, Lagavulin und Laphroaig versetzen den wahren Islayliebhaber in Verzücken. Der Name Ardbeg steht für rauchige, aromatische und kräftige Malt Whiskys. Genau der Stoff, den Islaykenner bevorzugen.

Lange Jahre war Ardbeg als Single Malt gar nicht zu erhalten. Der damalige Besitzer Allied Distillers hatte Ardbeg aus Kostengründen in der großen britischen Rezession still gelegt. Die Eiserne Lady Margaret Thatcher sanierte das Land mit harter Hand und die rauchigen Malts für den Ballantine's Blend konnte man kostenfrei



aus den Lagerhäusern entnehmen. Wozu also die Produktion aufrecht erhalten? Wenn mehr gebraucht würde, konnte die eigene Nachbarbrennerei Laphroaig in ausreichender Menge aushelfen. Wozu also Ardbeg? „Wir haben ja Laphroaig.“

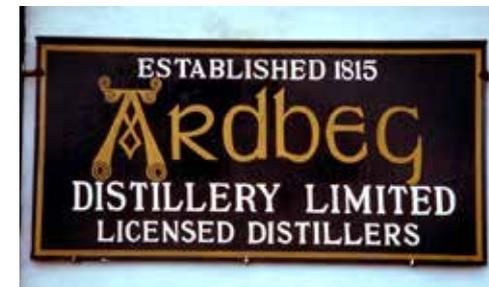
Doch die Zeiten wurden für Allied nicht besser und so kam man im Konzern auf die Idee, Ardbeg meistbietend zu verkaufen. Interessenten waren in ausreichender Zahl vorhanden.

Kein unabhängiger Abfüller mit dem Wunsch nach einer eigenen Brennerei kam zum Zug, sondern die aufstrebende Firma Glenmorangie Plc mit den Brennereien Glenmorangie und Glen Moray zahlte das meiste Geld für Grundstück, Gebäude und Whiskylager.

Kurz nach der Übernahme wurde der neue Star am Malt Whisky Himmel der Kundschaft präsentiert. Der neue Ardbeg TEN. 46% stark, ungefärbt und ungefiltert. Ein Traum von einem Malt und direkter Konkurrent zum Laphroaig 10J.

Wäre doch Allied nicht so leichtfertig mit der Brennerei umgegangen und hätte sie nicht verkauft. Heute gehört Laphroaig den Amerikanern und steht zwischen den beiden starken Konkurrenten Lagavulin und Ardbeg, die ihnen das Leben so schwer machen, wie nur irgend möglich.

Und nicht nur das. Die Konkurrenz kann für ihre eigenen Single Malts mehr Geld



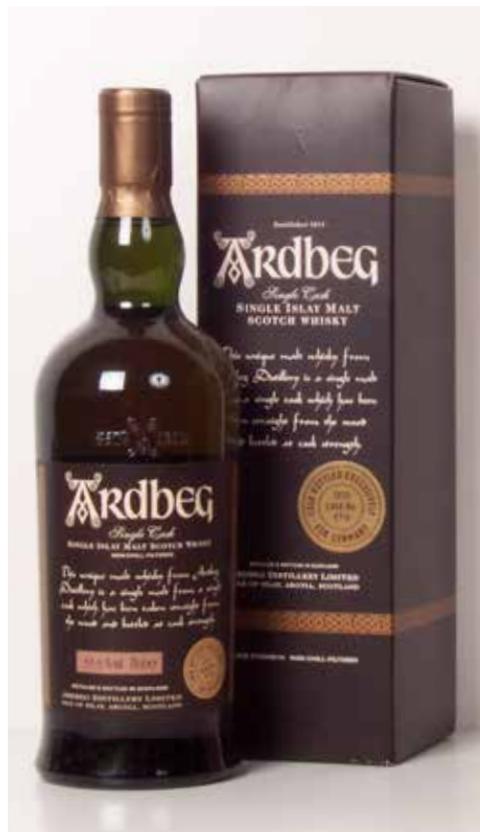
verlangen als man selbst. Der ehemalige Distillery Manager von Laphroaig Iain Henderson sagte im Sommer 2003 halb im Scherz: „Es war ein Fehler, dass Ardbeg damals verkauft wurde. Man hätte mit einem Bulldozer hindurch fahren sollen und alles platt machen.“ Heute hat Laphroaig für wenig eingenommenes Geld einen starken Konkurrenten neben sich.

So weit - so gut. Alle Trümpfe liegen in der Hand von Ardbeg? Nicht ganz. Durch den großen Erfolg der Ardbeg Malts wurden die Lagerbestände stark dezimiert. Neben dem 10-jährigen, jungen Malt aus der Zeit nach der Stilllegung konnte Ardbeg mit 17-Jährigen und zahlreichen jungen Flaschen wie Uigeadail und Airigh nam Beist neue Kundschaft anziehen.

Noch unter Allie's Herrschaft war der 17-Jährige abgefüllt worden. In ihm verbargen sich zum Schluss mehr als 20 Jahre alte Malts hinter dem Etikett. Die Unterstützung dieses Malts kostete Ardbeg einen großen Teil des alten Lagers. Nur wenige Fässer konnten noch für Sonderabfüllungen, wie z.B. die Committee Flaschen, abgefüllt werden. Ende 2001 füllte man dann die letzten Fässer in der sagenumwobenen 25-jährigen Lord of the Isles Flasche ab. Anfang 2004 füllte man die letzten Ardbeg 17 Jahre Flaschen. Dann war so gut wie Schluss.

Konnte man die oben genannten Flaschen alle noch für harte Pfund erwerben, entbrannte um die letzten Einzelfässer ein harter Kampf. Deutschland, whiskytechnisch gesehen ein glattes Entwicklungsland, bekam eine Zuteilung von 228 Flaschen des Hogshead-Fasses mit der Nummer 4716.

Doch Ardbeg hatte nicht mit der Frustration der Händler ge-



rechnet. Unabhängig von der Größe des einzelnen Händlers erhielt jeder nur 5 bis 10% der Flaschenmenge, die er hätte verkaufen können.

Adrenalin lag überall in der Luft und jeder wollte eine Flasche haben. Doch Ardbeg langte auch selbst satt hin.

Die Händler mussten 200 EUR pro Flasche von ihren

Kunden nehmen. Da entschied sich doch mancher Händler anders und trank seine Flasche selbst aus. Und was machten die Sammler, die bislang auf eine nahezu vollständige Ardbeg-Sammlung blicken konnten? Sie begannen verstärkt nach der Flasche zu suchen und alle bekannten Händler persönlich anzusprechen.

Was sollten die Händler machen? Die einen gaben die seltenen Flaschen ihren allerbesten Kunden. Die nur ‚normal guten‘ Kunden waren verärgert.

Andere öffneten die Flaschen und ließen alle Kunden probieren. Wieder Andere beschlossen, die Flaschen zu bunkern, um diesem Zuteilungsstress aus dem Weg zu gehen. Der Preis der wenigen verfügbaren Flaschen stieg rasant in Schwindel erregende Höhen und gipfelte in einer gemeinsamen Versteigerung von 6 Flaschen, die 440 EUR Durchschnittspreis pro Flasche erzielten.

In den kommenden Jahren

werden einige Sammler und Händler ihre Kleinode auf eBay versuchen zu versilbern. Der oben genannte Durchschnittspreis wird vermutlich auch dort erreicht werden.

Sollten auch Sie sich für diese Flasche als Genießer interessieren, so sollten Sie Abstand von dieser Flasche nehmen. Soviel Geld, wie Sammler dafür bezahlen, ist sie bei weitem nicht wert.

Kaufen Sie sich lieber stattdessen eine Flasche 16-jährigen Airigh nam Beist.

Für das gesparte Geld erhalten Sie zusätzlich noch ein paar Flaschen Ugeadail und Almost There und natürlich noch Ardbeg TEN.

So können Sie nach Herzenslust die unterschiedlichen Geschmacksrichtungen der Single Malts von Ardbeg über die Jahrzehnte verkosten. Das ist für Genießer sicherlich abwechslungsreicher, als eine Flasche Ardbeg Cask 4716 verschlossen in der Vitrine anzusehen.

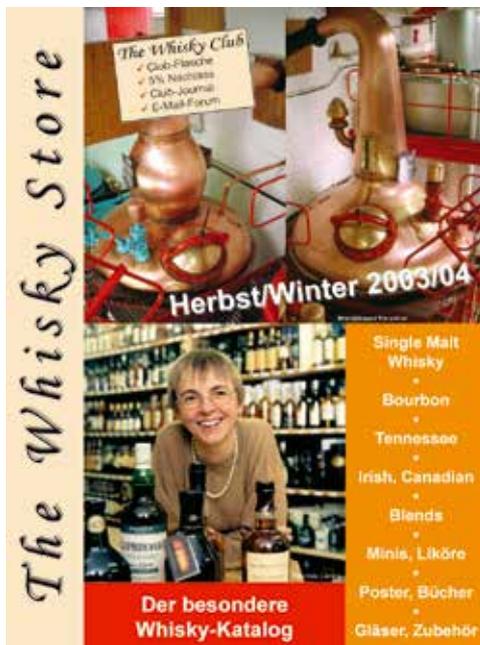
Individuelle Geschmacksbeschreibungen

Der besondere Whisky-Katalog

Im Herbst 2003 erhielt ich eine E-Mail von einem guten Kunden. Er war mit zwei Beschreibungen in unserem Whiskykatalog nicht einverstanden.

Im Speziellen ging es um Glen Garioch 15J und Blair Athol 12J. Ersterer erschien ihm nicht rauchig genug, um ihn im Katalog mit dem Pagodensymbol für Rauchigkeit zu versehen. Der Blair Athol dagegen zeigte für ihn eine „wunderbar eingebundene Rauchnote“, so dass er bei dieser Flasche das Rauchsymbol vermisst hat.

Noch schlimmer als einen Kunden zu enttäuschen, waren für mich seine philosophischen Fragen. Kann man sich auf Geschmacksbeschreibungen überhaupt verlassen? Füllt der Hersteller über die Jahre immer den gleichen Malt Whisky ab oder verändert sich ein Malt dagegen schleichend, wie man es hin und wieder hört? Wie kann man in



einem solchen Fall mit seinen Geschmacksbeschreibungen auf dem Laufenden bleiben?

Viel wurde bereits über die verschiedensten Geschmacksbeurteilungen geschrieben. Ganze Bücher wurden mit Tastingnotizen gefüllt und viele von uns Genießern protokollieren ihre Geschmackserlebnisse mehr oder weniger regelmäßig.

Kann es einen allgemein verbindlichen Geschmack geben, wie man es hin und wieder in

Büchern lesen kann? Die Antwort lautet eindeutig: Nein!

Geschmack ist sehr individuell. Wir schulen unser Gedächtnis mit zunehmendem Alter. Nur wenige grundlegende Geschmacksempfindungen werden uns in die Wiege gelegt. Sie sind aber bei weitem nicht ausreichend, um hochwertigen Whisky treffend zu beschreiben. Süß, sauer, salzig, bitter und neuerdings umami (fleischig - Proteine) reichen nicht aus, um einem Leser einen treffenden Eindruck zu vermitteln.

Geschmacksbeschreibungen werden deshalb immer nur Stückwerk sein. Wer noch nie Süßholz und feuchtes Leinen gerochen hat, kann sich darunter natürlich nichts vorstellen. Pfirsich, Apfel und Birne sind da schon aussagekräftiger, auch wenn es süße und saure Arten gibt. Doch Marillen, Quitten oder Moosbeeren sagen dem modernen, jugendlichen Großstadtmenschen bereits weniger.

Und hier erkennt man das Pro-

blem. Einem intensiv geschulten Parfümspezialisten, der gelernt hat, mit hunderten Gerüchen umzugehen, sind unsere Katalogbeschreibungen zu dürftig.

Einem Einsteiger in die Materie wird es jedoch relativ schwer fallen, zwischen dem vordergründigen Alkohol einzelne Aromen herauszufinden. Noch schwieriger wird es beim Unterschied zwischen Rauchern und Nichtrauchern. Besonders Köche tun sich schwer in dieser Materie. Ein Faustwert der Branche besagt, dass Raucher 30% mehr Gewürze in Speisen benötigen als Nichtraucher, um das gleiche Geschmackserlebnis zu empfinden.

Was erwarten Sie von einer Geschmacksbeschreibung? Die Antworten auf diese Frage gehen prinzipiell in zwei Richtungen. Die Vertreter der ersten Richtung möchten eine grundlegende Einschätzung der Geschmacksrichtung haben. Mehr fruchtig und/oder süßlich? Kräftig intensiv oder eher lieblich mild?

Diese Einschätzung kann eine Geschmacksbeschreibung durchaus leisten. Um Ihnen die Einordnung leichter zu machen, geben wir im Katalog mit zwei Symbolen eine erste Orientierungshilfe. Das Fasssymbol steht für die Reifung in besonderen Fässern, die mehr Volumen aber

auch Weichheit und Milde dem Whisky verleihen. Das Pagodensymbol der Kiln-Ablufthaube, in dem das Malz mit Torfrauch gedarrt wird, steht als Torfsymbol für rauchige und meist auch intensivere Whiskys.

Alle Whiskys ohne diese Symbole schmecken aber bei

weitem nicht gleich! Jedoch werden Sie die extremen Aromen von Sherry-, Port- oder anderen Weinfässern in diesen Malts genauso wenig wahrnehmen, wie das intensive Aroma rauchigen Malzes, für das das Pagodensymbol steht.

Die zweite Fragerichtung

im Katalog adressiert die Güte eines Whiskys. Niedrige oder hohe Preise stehen nicht immer für preiswert oder überteuert. Hier wird es außerordentlich schwierig. Sehr leicht projiziert ein Verfasser von Geschmacksbeschreibungen persönliche Vorlieben in seine Wortwahl.

Es gibt ein riesiges Mittelfeld an billigen bis teuren Flaschen, die jeweils nur einen Teil unserer Kunden ansprechen. Bestimmte Flaschen treffen jedoch den Geschmack der meisten Genießer.

Wir als Händler merken dies an der Häufigkeit, mit der diese Flaschen wieder und wieder gekauft werden. Sind diese Flaschen zudem preislich attraktiv, dann spricht sich das schnell herum. Auch ohne Herstellerwerbung steigen die so verkauften Mengen schnell an und wir können palettenweise zu günstigeren Preisen nachkaufen. Das führt zu weiter sinkenden Preisen und einem erneuten Anstieg der Nachfrage. Diese besonders preiswerten Flaschen



Verwendete Symbole

Für Sie verwenden wir die folgenden Abkürzungen und Symbole im Katalog:

1,0 Liter Flasche

Dieser Kasten zeigt eine zweite verfügbare Flaschengröße mit 1,0 Liter Inhalt an. Der Preis dieser Flaschen liegt fast immer niedriger als die €/Liter-Angabe für die 0,7 Liter Flasche.

Sie sparen bares Geld!

Miniatur vorhanden Auch als Miniatur

Das Miniatur-Symbol zeigt an, dass von diesem Whisky auch eine Miniatur (s. Seite 52) erhältlich ist. Die Miniatur ist meist einfacher gestaltet und hat oft keine Schachtel.

Sherryfass-Lagerung

Die Reifung in einem alten Sherryfass macht Whisky mild und bekömmlich. Den weichen Sherrygeschmack zeigt das Fasssymbol.

Bowmore 12 Jahre

Mit einem rauchigen Aroma und einer zarten Süße beginnt das Erlebnis. Im Geschmack folgt süßer Sherry und noch mehr Rauch. Der Abgang ist trocken und Rauch liegt über allem.

40% 0,7l € 29,90
42,71 €/Liter

Sammlerflaschen

Seltene Flaschen haben einen Sammlerwert. Leider klaffen Preis und Geschmack für den Genießer oft auseinander. Diese Flaschen tragen zur Kennzeichnung ein **S** (siehe z.B. Banff).

Empfehlung

Flaschen mit drei Sternen weisen ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis auf.

Flaschen mit dem goldenen Stern gehören unabhängig vom Preis zu den besten erhältlichen Whiskys.

Geschmack

Beschreibt mit einfachen Worten die grundlegende Geschmacksrichtung.

Alkohol und Inhalt

Alkoholgehalt in Prozent des Inhalts (Volumen) und Flaschengröße in Liter.

Preis pro Flasche

Fett gedruckt finden Sie den Flaschenpreis in Euro.

Euro pro Liter

Sie finden als zusätzliche Information den umgerechneten Preis in € pro 1,0 Liter.

Rauchig

Mit Torffeuer getrocknetes Malz macht Whisky rauchig. Stark rauchige Flaschen sind mit diesem Symbol versehen.

Das elektronische Whisky-Buch V.5

Copyright © 1995-2012 The Whisky Store

www.Whisky.de

70

sind in unserem Katalog mit einem roten Stern versehen.

Noch zwei Flaschentypen bleiben übrig, die im Katalog besonders gekennzeichnet sind. Aus eigener Erfahrung, der Einschätzung von Experten und natürlich über Ihre Rückmeldung, haben wir eine Spitzengruppe von knapp 30 Whiskys ausgemacht, die zu den besten der Welt gehören.

Sie sind im Katalog mit einem goldenen Stern versehen. Diese Spitzentropfen lassen sich nicht statistisch finden. Der Zeitgeist und persönliche Vorlieben einzelner Personen spielen eine große Rolle. Doch die hohe Qualität ist so sprichwörtlich, dass man sich bei der Bewertung nur zwischen sehr gut, hervorragend und außergewöhnlich entscheiden muss. Der Preis wurde ganz bewusst bei der Vergabe des goldenen Sterns nicht beachtet.

Aber auch das Gegenteil dieser Flaschen gibt es. Was ist mit dem unteren Ende der Skala?

Es gibt auch grotenschlechte Whiskys. The Whisky Store verdient mit dem Verkauf von Whisky sein Geld. Kunden zu übervorteilen, nur weil man einen schlechten Whisky besonders billig einkaufen kann, wäre sehr schädlich. Diese Flaschen, haben wir deshalb erst gar nicht in den Katalog aufgenommen.

Doch es gibt eine Gruppe von Malt Whiskys, bei denen fühlt sich der unbedarfte Genießer dennoch über den Tisch gezogen. Nicht weil der Whisky absolut gesehen schlecht wäre - es sind vielmehr Flaschen aus dem breiten Mittelfeld, die aus Sammlergründen überteuert sind. Sammler können und wollen auf diese Abfüllungen nicht verzichten. Da die Brennerei vielleicht schon abgerissen ist und die letzten Fässer zum Verkauf anstehen, sind sie zum Teil ein Muss für eine Sammlung.

Doch der Genießer ist besser beraten, wenn er sich für dieses Geld drei, vier oder gar noch mehr Flaschen von anderen Bren-

nerien, denen nicht diese Spekulationsblase anhaftet, erwirbt.

Uns ist sehr bewusst, dass wir mit der warnenden Angabe ‚Sammlerflasche‘ den Verkauf dieser Flaschen selbst behindern. Es ist fast so, als ob ein Lebensmittelhändler an einem seiner Regale die Warnung ‚Vorsicht Gift‘ anbrächte.

Sammler haben sich deshalb in der jüngeren Vergangenheit bei uns gegen diese ‚diskriminierende‘ Kennzeichnung ausgesprochen. Sie gehen davon aus, dass wir diese Brennerei als Ganzes schlecht machen, was sicherlich nicht gerechtfertigt ist.

Die Auswirkung unserer Kennzeichnung geht in zwei Richtungen. Zum einen bleiben mehr Flaschen für die Sammler in den Regalen stehen, was den Preisanstieg begrenzt. Natürlich begrenzt es auf der anderen Seite die Preissteigerung der bereits erworbenen Flaschen. Welcher Trend überwiegt? Wir können es nicht sagen. Die spekulierenden Sammler werden

weniger Freude mit unserer Kennzeichnung haben als die Neugiersammler, die auch eine Flasche öffnen.

Der Katalog 2004 ist erneut um acht Seiten gewachsen, wie Sie es sich alle gewünscht haben. Detailliertere Geschmacksbeschreibungen, als Sie jetzt in ihm finden, wird es in naher Zukunft jedoch nicht geben.

Wir lehnen uns bereits jetzt mit den Beschreibungen weit genug aus dem Fenster und haben jede Menge damit zu tun, so gut es eben möglich ist auf dem Laufenden zu bleiben.

Helfen Sie uns mit Ihrer Einschätzung wie der anfangs zitierte Kunde. Schreiben Sie uns, wenn Sie deutliche Unterschiede zwischen Ihrer eigenen Einschätzung und der Beschreibung eines Malts finden. Wir werden Ihre Erfahrungen in unseren Geschmacksbeschreibungen berücksichtigen.

Anm. Ab 2008 gibt es Geschmacksbewertungen von Kunden in großer Zahl im Internet.

Der Whisky Disput Pure oder Single Malt?

Im Juni 2003 wurde in Frankreich ein kleiner Versuchsballon gestartet. Die lokale Vertriebsgesellschaft von Diageo, dem größten Spirituosenkonzern der Welt, gab bekannt, dass der weit verbreitete Single Malt Cardhu 12J in Zukunft aus einer Mischung von Malt Whiskys verschiedener Brennereien stammen wird.

So leise wie die Ankündigung aus dem Fax rutschte, so schnell war das Thema auch



wieder vergessen. Was blieb, war die Information: ‚Der neue Malt werde Pure Malt und nicht mehr Single Malt heißen. Der Handel müsse sich nicht um seine Umsätze sorgen, die bekannte quadratische Flasche und der rote Karton mit Label würden sich nicht verändern. Die Einkaufspreise änderten sich nicht und auf die Verkaufspreise sollte dies alles keinen Einfluss haben.‘

Vier Monate später wurde aus dem kleinen Versuchsballon jedoch eine Bombe. Mit großem Tamtam fielen zahlreiche Malt Whiskyhersteller, allen voran Wm. Grant & Sons (Glenfiddich), über die große Diageo her. Selbst Premier Minister Tony Blair wurde bemüht. Doch warum?

Ein Single Malt Whisky stammt per Definition aus einer einzigen Malt Whisky-Brennerei. Nur dann darf er die Bezeichnung ‚Single Malt‘ tragen. Ist der Whisky jedoch eine Mischung aus Malt Whiskys verschiedener Brennereien, dann

ist er kein Single Malt mehr sondern ein Blended Malt (ehemals Vat oder Pure) und darf das Wort Single nicht mehr tragen. Genau dies hatte Diageo mit dem Austausch des Wortes ‚Single‘ durch ‚Pure‘ getan.

Wenn man nun Whiskys verschiedener Brennereien mischt, darf dann der Name einer einzelnen Brennerei wie Cardhu auf der Flasche verbleiben? Die Puristen unter den Malt Whiskygenießern lehnen dies ab.

Im Fachjargon werden diese Genießer salopp ‚Maltheds‘ also Malzköpfe genannt. Um diese Maltheds ebenfalls zufrieden zu stellen, machte Diageo einen äußerst geschickten Schachzug.

Statt den Whisky umzubenennen und so Millionen Kunden frisch zurück zur neuen Marke gewinnen zu müssen, benannten Sie die Brennerei einfach um. Statt Cardhu nannte man sie wieder, wie von 1824 bis 1884 schon einmal, Cardow.

Nach Gesetz und Verordnungen scheint alles zu stimmen.

Die Whiskymarke Cardhu, deren Hauptmalt in Zukunft aus der Cardow-Brennerei stammen wird, ist in Zukunft ein Pure Malt. Punkt.

Warum hat sich Diageo in diese Richtung bewegt? Warum blieb man nicht bei der alten Abfüllung? Gibt es auch bei Cardhu ein knappes Lager? Die Aussage des Global Malt Whisky Directors Jonathan Driver von Diageo spricht eine klare Sprache.

Es gibt ausreichend Cardhu Malt Whisky für das derzeitige Absatzvolumen. Man hat aber die Kapazitätsgrenze erreicht.

Die Marke Cardhu ist die am schnellsten wachsende Malt Whisky Marke weltweit. Um dieses Wachstum nicht abzuwürgen, muss mehr Malt Whisky her.

Der Malt Whisky vieler Brennereien kann aber nicht mehr so einfach in die Blends verkauft werden wie früher. Zu stark ist der Blendkonsum in den letzten Jahren gesunken. Statt nun die Brennblasen bei Cardhu um 2,

4 oder gar 6 Stück zu erweitern und 12 lange Jahre zu warten, nimmt man lieber vergleichbar schmeckenden Malt Whisky aus benachbarten Brennereien (Anfangs nur Glendullan) hinzu und rettet so diese unbekanntes Brennereien vor der Schließung.

Einen weiteren Vorteil hat diese Vorgehensweise zudem. Statt nun auch noch das letzte, minderwertige Fass bei Cardhu untermischen zu müssen, um die Nachfrage zu befriedigen, kann man Cardhu aus den Top-Fässern mehrerer Brennereien durch passende Mischung erzeugen.

Der Malthed findet die Verwendung des Wortes Pure und des Namens Cardhu verständlicherweise als unfair. Ist doch jetzt etwas anderes in der Flasche drin. Pure bedeutet im Englischen nämlich nichts anderes als ‚rein‘, ‚echt‘ oder ‚unvermischt‘.

Dieses Wort nun auf einen ‚unreinen‘, ‚vermischten‘ Blended Malt anzuwenden und dem Genießer über den Namen noch die

Herkunft aus einer einzigen Brennerei vorzugaukeln, halten sie berechtigterweise für nicht richtig.

Naja, die Kommentare reichen von unfair bis zur mutwilligen Täuschung. Die Wogen gehen hoch unter den Maltheds und auf zahlreichen Webseiten werden weltweit Negativkommentare gesammelt. Die Malt Whisky Freunde sind in heller Aufregung.

Die Argumente sind logisch, vernünftig und nachzuvollziehen. Letztendlich geht es darum, dass der Verbraucher vermeintlich getäuscht wird und so die Reputation der schottischen Whiskybranche sinkt.

Der Ruf nach der Scotch Whisky Association SWA wurde ebenfalls laut. Sie sollte doch bitte ihr Mitglied Diageo zur Raison und zur Rücknahme dieser, in ihrer Sicht schändlichen Absicht bewegen. Doch all dies war reines Wunschdenken. Als mit Abstand größter Whiskyproduzent in Schottland kontrolliert Diageo 40% der SWA. Eine Intervention über

diese Vereinigung erwies sich deshalb als unmöglich.

Der nächste Versuch gipfelte in einem Brief am 3. Nov. 2003 an alle 129 schottischen Parlamentsmitglieder. Sie sollten in Westminster, dem Londoner Sitz der Abgeordneten, eine Intervention durch die Regierung erzielen, die sich als Labour Regierung den Verbraucherschutz besonders auf die Fahne geschrieben hat.

Auch hier wurde sehr schnell klar, dass das britische Gesetz: der ‚Common UK Consumer Protection Act‘ und die Regeln der Scotch Whisky Association genau dieses Schlupfloch offen gelassen haben. Und wie wir alle wissen, sind Änderungen an Gesetzen und Verordnungen in der heutigen Zeit nicht mehr so leicht zu erreichen.

Auch der Hinweis auf gefährdete Arbeitsplätze, wenn man wieder Brennereien schließen müsse, wird diesen Vorstoß von Wm. Grant & Sons (Glenfiddich) früher oder später zum

Halten bringen.

Die Zielstrebigkeit, mit der die Besitzer von Glenfiddich als David gegen Diageo vorgehen, ist einen zweiten Blick Wert. Denn so edel, wie die Motive von Wm. Grant & Sons um den Ruf der schottischen Whiskybranche und im Namen der Verbraucher erscheinen, sind sie auf den zweiten Blick nicht.

Es geht knallhart ums Geld. Nicht Diageo ist Goliath und Glenfiddich ist David. Andersherum wird ein Schuh draus. Glenfiddich ist mit rund 10 Mio. verkaufter Flaschen ihres Single Malt Whiskys Glenfiddich die Nummer 1 im Weltmarkt.

Und wie in jedem Markt, versucht der Marktführer Abstand zwischen sich und den Verfolgern zu halten. Verfolger sind The Glenlivet und Glen Grant, die in den Wirren um die Übernahme von Seagram's in 2002 ins Straucheln gerieten. Beide sind unter neuer Führung des französischen Getränkeriesen Pernod Ricard zum Wachstums-

pfad zurück gekehrt.

Und Cardhu, die am schnellsten wachsende Malt Whisky Marke der Welt, ist bereits auf Platz 4!

Es gilt für Glenfiddich, diese Konkurrenten auf Distanz zu halten - so gut es eben geht. Dass dabei jedes legale Mittel verwendet wird, ist auch klar. Gibt sich der Konkurrent eine Blöße, so schlägt man so hart zu, wie man nur kann.

Gesetzlich hat sich Diageo mit Cardhu anscheinend keine Blöße gegeben. Ob dieser Streit um Cardhu vielleicht zu mehr Publicity für die Marke führt und der eigentliche Zweck verfehlt werden wird?

Wer weiß. Wenn wir ehrlich zu uns selbst sind, so sind Cardhu 12J und Glenfiddich 12J unter uns Genießern eigentlich weniger gefragt. Zu weich, zu harmonisch und zu kantenlos fallen sie aus.

Mit intensiven aber auflagenschwachen Malts sind sie



nicht zu vergleichen. So lehnt sich der Malthead in seinem Sessel mit seinem Glas zurück und denkt sich das seine. Je mehr die Großen sich gegenseitig die Zähne zeigen, um so mehr werden sie die Genießer verschrecken. Doch die Auseinandersetzung zeigt uns auch, dass die Selbstregulierung der Wirtschaft mit Hilfe der ‚dauerhysterischen‘ Presse eigent-

lich ganz gut funktioniert. Uns wurde über die Presse vom Sunday Herald bis zur Financial Times unmissverständlich klar gemacht, dass sich bei Cardhu etwas grundsätzliches geändert hat.

Doch die nicht lesende Mehrheit unter den Menschen wird weiterhin Cardhu trinken und dieser Marke eine glänzende Zukunft verschaffen. Diageo hat zwischen den Premium Blended Whiskys wie z.B. Chivas Regal und den Single Malt Whiskys ein weiteres Segment der Blended Malts aufgemacht, das den Siegeszug des Scotch Malt Whiskys über die Welt sehr wohl beschleunigen kann. Das ist der Dorn im Auge der Konkurrenz.

Wir bei The Whisky Store ergreifen bei diesem Krieg der Whiskygoliaths nicht Partei für die eine oder andere Seite. Wir informieren nur. Cardhu führen wir noch solange unter der Kategorie der Single Malts, bis wir die neuen Flaschen erhalten.

Dann wird Cardhu in die Rubrik Blended Malts umsortiert. So weiß jeder sofort, woran er ist.

Nachtrag Herbst 2004: Nach kurzem Ringen zwischen den konkurrierenden Parteien hat sich Diageo dazu entschlossen, seinen Cardhu weiterhin nur als Single Malt zu verkaufen. Dafür wird man den Cardhu von einigen Märkten nehmen und die verfügbare Menge in wenige, große Märkte wie Spanien lenken.

Wir in Deutschland müssen auf den Cardhu 12 Jahre in Zukunft in den Supermarktregalen verzichten. Operation gelungen - Patient tot!

Nachtrag zum Nachtrag: Die immer durchlässigeren Grenzen der Europäischen Union macht neuerdings einen Import des Cardhu aus Drittländern möglich. Das verteuert zwar den Malt, aber der Liebhaber kann nach wie vor im The Whisky Store seinen Cardhu kaufen.

Whisky ist nicht gleich Whisky

Doch was macht Whisky wirklich aus?

Im Forum des The Whisky Clubs wurde im Dezember 2003 die Frage gestellt: „Was ist Single Malt Whisky?“

Die Antwort ist nicht so einfach, wie man sie auf Anhieb geben möchte. Was unterscheidet einen Korn vom Whisky? Warum ist ein Wodka aus Getreide kein Korn? Kann man andere Getreide als Gerste ebenfalls mälzen? Schließlich gibt es ja Weizen- und Roggenbier.

Fragen über Fragen! Für die Beantwortung helfen uns das europäische und das schottische Whiskygesetz. Für das Wort Single müssen wir sogar das britische Verbraucherschutzgesetz bemühen.

Whisky ganz allgemein ist zunächst einmal ein Destillat auf Getreidebasis. Man stellt eine Getreidemaische her, die anschließend mit Hilfe von Hefe vergärt wird. Das Zwi-

schenprodukt wird erhitzt und die aufsteigenden alkoholischen Dämpfe werden aufgefangen.

Überall auf der Welt verwendet man natürlich das örtlich vorhandene Getreide. So gibt es in Asien einen Mekong-Whisky, der das Getreide Reis als Rohstoff enthält. Auf dem amerikanischen Kontinent verwendet man bevorzugt Mais und Roggen zur Whiskyproduktion.

Heute dürfte der Weizen weltweit das Hauptgetreide zur



Alkoholproduktion sein. Seine leichte Verarbeitbarkeit und die hohe Alkoholausbeute machen den geringen Mehrpreis zum Mais mehr als wett. Nicht nur Whisky und Korn werden aus Weizen hergestellt. Auch beim Wodka ist der Weizen auf dem Vormarsch - Es müssen bei Wodka nicht immer Kartoffeln sein.

Würde man deutschen Korn für mehr als drei Jahre in Holzfässern mit weniger als 700 Litern Inhalt lagern, so hätten wir nach europäischer Definition einen Whisky vor uns, wenn das Destillat mit mindestens 40% in die Flasche abgefüllt würde.

Der Unterschied in der Brennweise zwischen Getreide-Wodka und Whisky liegt im Alkoholgehalt des frischen Destillats. Während beim Whisky mit nicht mehr als 94,8% destilliert werden darf und man in der Regel weit drunter liegt, liegt man beim Wodka eher dicht an dieser Grenze, um die gewünschte Geschmacksneutralität zu erzie-

len. Für Bourbon gilt eine Grenze von 80%. Tatsächlich wird Whisky meist zwischen 70 bis 80% gebrannt, um ausreichend Geschmacksstoffe im erzeugten Alkohol zu behalten.

Mehr als Getreide, Alkoholgehalt bei der Herstellung und drei Jahre Lagerzeit in Holzfässern und Abfüllung mit mindestens 40% schreibt das europäische Whiskygesetz nicht vor.

Um die Besonderheiten schottischen Malt Whiskys zu verstehen, müssen wir in den Scotch Whisky Act aus dem Jahre 1988 bzw. Scotch Whisky Order aus 1990 sehen. Dieses Gesetz schränkt die Herstellweise des Malt Whiskys weiter ein, in dem es das verwendete Getreide und die Verarbeitung zur Maische reglementiert.

Betrachten wir uns das Getreidekorn. Was ist seine Bestimmung? Es dient der Pflanze zur Vermehrung. Die eingelagerte Stärke wird kunstvoll mit Hilfe von biologischen Katalysatoren, den so genannten En-

zymen, zum ersten Wachstum des jungen Pflänzchens verwendet. Was passiert dabei?

Wenn ein Getreidekorn bei milden Temperaturen auf einen feuchten Boden fällt, wird die Stärke mit Hilfe eines Enzyms in verschiedenartige Zucker gespalten. Diese Zuckermoleküle sind nicht nur die Grundbausteine der Stärke.

Setzt man sie auf geringfügig andere Weise wieder zusammen, entsteht daraus die Zellulose, die von der Natur für die Struktur von Stängeln, Wurzeln und Blättern von Pflanzen verwendet wird.

Der Vorgang des Mälzens ist nichts anderes, als die Ausnutzung dieses biologischen Vorgangs zur Zuckergewinnung.

Da jedes Getreidekorn dies prinzipiell kann und nicht nur die Gerste allein, kann man auch aus jedem Getreide auf biologischem Weg ein Malz für die Whiskyproduktion herstellen.

Für die riesigen Mengen industriellen Whiskys verwendet man dagegen einen chemischen Prozess, der mit hoher Temperatur und der Zugabe von sauren Maischerückständen die Stärke ebenfalls in Zucker spaltet.

Das schottische Whiskygesetz schreibt für einen Malt Whisky jedoch ausschließlich die Verwendung von Gerstenmalz vor. Einen Roggen Malt hat jedoch bislang nur die amerikanische Anchor Brew in San Francisco mit dem Old Potrero zu Stande gebracht.

Da sich die Malzherstellung aus Gerste so einfach gestaltet, verwendet man ebenfalls bis zu 10% Gerstenmalz zum Mälzen von schottischem Grainwhisky. Die Enzyme in der Gerste sind so konzentriert, dass sie etwa die zehnfache Menge an fremder Stärke in Zucker aufspalten kann. Mit diesem Trick spart man sich das energieaufwändige Kochen der Weizenmaische.

Hier sind noch einmal die gesetzlichen Grundlagen für die

Whiskyherstellung:

- Als Ausgangsmaterial darf nur Getreide verwendet werden.

- Für schottischen Single Malt Whisky darf nur gemälzte Gerste verwendet werden.

- Die Destillation darf maximal 94,8% Alkohol im Destillat ergeben. Nebenbei gesagt, schafft man mit einfacher Destillation auch nicht mehr. Man bräuchte schon Molekularsiebe.

- Europäischer Whisky muss mindestens drei Jahre in Holzfässern reifen.

- Schottischer Whisky muss dagegen in Eichenfässern reifen.

- Amerikanischer Bourbon muss mindestens zwei Jahre reifen.

- Die Abfüllung in Flaschen muss mit mindestens 40% Alkoholgehalt erfolgen.

- Die Bezeichnung ‚Scotch Whisky‘ darf nur auf dem Etikett verwendet werden, wenn der Whisky in Schottland her-

gestellt und gelagert wurde.

Das Wort ‚Single‘ vor der Bezeichnung Malt Whisky darf nach britischem Verbraucherschutzgesetz nur verwendet werden, wenn der Malt Whisky ausschließlich aus einer einzigen Brennerei stammte.

Große Vorsicht ist bei toll gekennzeichneten Whiskys aus unbekanntem Ländern geboten, da die regionalen Gesetze diese Bezeichnungen in der Regel nicht abdecken.

So könnte ein ‚Single Malt Whisky‘ aus einem weit entfernten Land ohne weiteres in Deutschland gesetzestreu verkauft werden, auch wenn er aus gekochtem Reis hergestellt wurde.

Nur das Wort Whisky ist bei uns geschützt. Der Zusatz Single Malt ist bei uns wertfrei. Gaukelt man jedoch mit dem Zusatz Scotch ein falsches Herstellungsland dem Konsumenten vor, so greift auch unser deutsches Verbraucherschutzgesetz.

The Angels' Share

Die Verdunstung von Whisky während der Lagerung

Wenn wir Whiskygenießer nach einem guten Leben den Weg alles irdischen gehen müssen, dann möchten wir alle bitteschön als Engel auf einer Wolke über einer schottischen Brennerei unsere Harfe spielen und Hosianna rufen ...

Denn jährlich entweichen in Schottland mehrere Millionen Liter Whisky während der Reifung durch die Wand der Eichenfässer. Warum verringert sich überhaupt der Füllstand der Fässer während der Lagerung? Sind die verwendeten Eichenfässer fehlerhaft und nicht dicht? Kann man den Schwund reduzieren, wenn man den Whisky anders lagert oder in einer anderen Alkoholstärke zum Lagern abfüllt?

Die herumgereichten Zahlen für die Abnahme pro Jahr reichen von 0,5% bis zu 3% pro

Jahr. Selten wird dazu gesagt, um welchen Verlust es sich dabei handelt.

Ist es die abgenommene Flüssigkeitsmenge im Fass pro Jahr; oder der abgenommene Alkoholgehalt in Prozentpunkten; oder ist es gar die Abnahme der reinen Alkoholmenge im Fass?

Lassen Sie uns beispielhaft an einer 12-jährigen Auchentoshan Abfüllung von Signatory aus dem Jahr 1992 ein paar Zahlen rechnen.

Ein Ex-Bourbonbarrel mit rund 200 Liter Fassungsvermögen wurde vor 12 Jahren von der Brennerei mit 63,5% starkem Rohdestillat befüllt.

Für diese fast durchgängig übliche Stärke der Erstbefüllung von 63,5% findet man in der Branche zwei Begründungen: „In alter Zeit wurden Fässer mit höherem Alkoholgehalt überproportional stark besteuert.“ Andere Quellen besagen sogar: „dass es verboten war, mit höherem Alkoholgehalt abzufüllen.“

Heute gibt es keine solche Vorschrift mehr, aber es hat sich gezeigt, dass in dieser Einfüllstärke der Whisky gut reift und sich eine schöne Balance zwischen der Aufnahme von Aromen aus der Fasswand und der Verdunstung durch die Poren des Eichenholzes ergibt.

Gehen wir von der üblichen Größe eines American Standard Barrels ASB (55 Galonen je 3,78 Liter = 207 Liter) aus, so befinden sich zum Zeitpunkt der Befüllung 132 Liter reinen Alkohols im Fass. Abgefüllt wurden 323 Flaschen in einer Stärke von 46%, was nur noch 104 Liter reinen Alkohols entspricht. Rechnerisch ist dies ein mittlerer Verlust von 2,4% der enthaltenen Alkoholmenge pro Jahr.

Überprüft man diese Zahlen an anderen Flaschen für verschiedene Fasstypen und relativ kurze Reifezeiten, so erhalten wir einen Bereich von etwa 2 bis 4% Abnahme pro Jahr. Dies ist eine Zahl, die nur Regierungen

und Brennereien interessiert, da dieser verdunstete Alkohol für die Brennerei ein Verlust ist und für die Regierung zu keinen Steuereinnahmen führt.

Doch dies ist nicht die Zahl, die typischerweise von Brennmeistern oder in Büchern angegeben wird.

Es verdunstet neben dem Alkohol auch das enthaltene Wasser durch die Fasswand. Wir wissen jetzt nicht, wie viel Wasser während der Abfüllung zur Verdünnung auf 46% bei der Auchentoshan Flasche zugegeben wurde. Diese Zahl lässt sich jedoch an anderen Fassstärkeabfüllungen berechnen. Typischerweise findet man Werte, die bei gleicher Reifezeit geringer ausfallen.

Alkohol siedet bei einer niedrigeren Temperatur als Wasser. Deshalb verdunstet bei der Lagerung auch mehr Alkohol als Wasser. Der Chemiker spricht vom größeren Dampfdruck des Alkohols.

Bei 10 Grad hat reiner Al-

kohol mehr als den doppelten Dampfdruck als Wasser. Wenn die Menge der Verdunstung am Dampfdruck der Flüssigkeiten allein läge, so würde bei typischen Lagertemperaturen um 10 Grad deutlich mehr Alkohol als Wasser verdunsten.

Doch es gibt noch mehr Einflussgrößen: Die Zellstruktur des Holzes und die Moleküleigenschaften von Wasser und Alkohol beeinflussen den Austausch mit der Umgebung und auch der Feuchtigkeitsgehalt und die Temperatur der Umgebungsluft haben ihren Einfluss auf die Verdunstungsraten von Wasser und Alkohol.

Und dann bilden Alkohol und Wasser bei der Mischung noch ein Azeotrop, dessen gemeinsamer Siedepunkt unterhalb des höchsten Einzelsiedepunktes der beiden Stoffe liegt. Das hat natürlich zusätzlichen Einfluss auf den Dampfdruck und die Verdunstungsrate der Einzelkomponenten.

Neben den unterschiedlichen

Umweltbedingungen hat auch die spezielle Wuchsform und die Porengröße des Holzes einen unterschiedlichen Einfluss je Fass. Uns als Whiskygenießer liefern diese physikalischen Zusammenhänge die Erklärung für den unterschiedlichen Alkoholgehalt gleich alter Fässer.

Zwar sinkt über die Jahre der Füllstand aller Fässer, doch das gilt nicht immer für den Alkoholgehalt. Es gibt kuriose Ausnahmen. Von manchen Fässern verdunstet mehr Alkohol als Wasser und der Alkoholgehalt steigt. Dies gilt für wenige schottische aber zahlreiche amerikanische Fässer.

Es hängt vor allem an der Lagertemperatur, die in hohen, modernen Lagerhäusern im Sommer unter dem Dach stark ansteigen kann. Dort finden sich die Fässer, deren Alkoholgehalt steigt. Alle physikalischen Einzelfaktoren, besonders der Dampfdruck, sprechen jedoch gegen ein Ansteigen des Alkoholgehalts dieser Fässer.

Doch die Lagerung von Whisky ist komplex und noch nicht vollständig erforscht.

Auch die Berechnung einer durchschnittlichen Verdunstungsrate ist nur für relativ kurze Lagerzeiträume zulässig. Sinkt der Alkoholgehalt deutlich ab, so stellt sich durch den kleineren Alkoholgehalt auch eine geringere Verdunstungsrate gegenüber der Umgebung ein. Alte Fässer verlieren somit weniger Alkohol als junge.

Wenn der Flüssigkeitsstand eines Fasses nach Jahrzehnten erst einmal auf unter die Hälfte abgesunken ist, tritt noch ein weiterer Effekt auf. Die Fassdauben im oberen Bereich werden immer trockener und schrumpfen.

Im schlimmsten Fall können Spalte entstehen, durch die ungehindert der Alkohol in die Umwelt verdunsten kann. Diesen Supergau der Lagerung versucht man durch regelmäßiges Beklopfen der Fässer zu erkennen. Tun sich Spalten auf,

so verliert das Fass im Ganzen seine Spannung und das macht sich in einem veränderten Klang beim Schlag bemerkbar.

Sinkt der Alkoholgehalt eines Whiskyfasses auf unter 40%, so ist der Inhalt für uns Liebhaber auf immer verloren. Es darf nicht mehr als Whisky verkauft werden. Das Gesetz schreibt einen Mindestalkoholgehalt von 40% vor.

So erging es einer Handvoll von Whiskyfässern einer berühmten Brennerei in der Speyside. Der Alkoholgehalt der nur noch minimalen Füllung von Fässern aus den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts war sehr deutlich auf unter 40% abgesunken. Verkaufen konnte man den Malt nicht mehr.

Er dient heute, abgefüllt in nicht verkäufliche Einzelflaschen, als beeindruckende Probe für Experten, die zum Zeitpunkt der Fassbefüllung noch lange nicht geboren waren.

Single Malt ist nicht gleich Single Malt

Wie sich zwei Malts aus derselben Brennerei unterscheiden können



Brennerei Glenlossie

Im vorletzten Abschnitt haben wir uns mit der Frage beschäftigt, was Whisky ist. Es ging um die Definition von Whisky im Allgemeinen und um die Definition von schottischem Single Malt Whisky im Speziellen.

In diesem Abschnitt wollen wir uns um die Besonderheiten bei der Malt Whisky Produktion und um die Namensvergabe kümmern.

Es ist ein schwieriges Thema, da hier das Firmenmarketing und die Produktionsverfahren aufeinander treffen.

Fangen wir einfach an. Der Single Malt Whisky Glenlossie stammt aus der Glenlossie-Brennerei. Richtig? Ja!

Doch woher stammen die Single Malts Mannochmore und Loch Dhu? Ihr Ursprung liegt nur 100m von den Glenlossiebrennblasen entfernt.

Im Brennereikomplex Mannochoomore-Glenlossie gibt es zwei Brennhäuser, die abwechselnd benutzt werden. Im Winter brennt man im Glenlossie-Brennhaus und im Sommer in dem von Mannochoomore.

Beide verwendet man nicht gleichzeitig. Soviel Malt wird von diesen Brennereien nicht benötigt.

Anschließend lagert man die Fässer in denselben Lagerhäusern, um letztendlich die gleichen Flaschen mit verschiedenen Labels abzufüllen.

Verwirrt? Es kommt noch viel dicker! Der Loch Dhu war ein Experiment innerhalb der Mannochoomore Brennerei. Man brannte nach einem anderen Verfahren einen unterschiedlich schmeckenden Malt.

Der Name Loch Dhu wurde verwendet, um eine Verwechslung mit dem regulären Malt zu vermeiden. Alle damals befüllten Fässer sind mittlerweile verkauft. Das Experiment ist beendet.

Es gibt drei große Einflüsse auf den Geschmack eines Single Malts. Man kann unterschiedlich rauchiges Malz einsetzen; man verwendet unterschiedliche Brennblasen oder Destilliervorschriften und -zeiten und man kann den Malt Whisky in verschiedenen Fassarten reifen oder zumindest nachreifen lassen.

Jeder dieser Einflüsse kann so groß sein, dass man einen an und für sich bekannten Malt Whisky nicht wiedererkennen kann.

So selten, wie man vielleicht meint, sind diese Variationsmethoden nicht mehr. Die Reifung von Malt Whisky aus einer Brennerei in unterschiedlichen Fässern hat sich breitflächig durchgesetzt. So erhält man von mehr als einem Dutzend Brennereien Single Malt Whiskys, die in Sherry- und Portweinfässern nachgereift wurden.

Beispielhaft können die Brennereien Balvenie und Glenmorangie genannt werden, die Malt Whiskys sowohl rein aus Ex-Bourbon- oder Sherry-



Hazelburn, Springbank und Longrow werden mit zwei oder drei Bränden auf denselben Brennblasen hergestellt.

Um spezielle Geschmäcker zu erzielen, wird sogar zweieinhalbmal gebrannt. Dazu mischt man das Resultat aus zweitem und dritten Brand, um einen ganz besonderen Geschmack zu erzielen.

Springbank setzt ebenfalls unterschiedlich rauchiges Malz ein. Es reicht von stark rauchig für den Longrow bis hin zu nichtrauchig für den neuen Hazelburn, den wir erst 2005 in den ersten Flaschen gesehen haben.

Auch die bislang für ihre nichtrauchigen Malts bekannte Brennerei Bruichladdich auf Islay hat angefangen, drei unterschiedlich rauchige Malzarten zu verwenden. Nichtrauchig für den Bruichladdich, starkrauchig für den Port Charlotte und mit 80ppm unglaublich rauchig für den Octomore aus denselben Brennblasen.

Geht man von jeweils drei Variationen innerhalb der drei Einflussgrößen (Rauchigkeit, Brennverfahren, Fasswahl) aus, so ergeben sich $3 \times 3 \times 3 = 27$ deutlich verschiedene Malt Whiskys aus einer einzigen Brennerei. Zur Vermarktung ist die Ausnutzung aller dieser Möglichkeiten aber bei weitem zuviel. Das konnte man schon bei Springbank beobachten.

Für eine Zeit lang konnte man den Longrow in zwei Variationen, als Ex-Bourbon und aus dem Sherryfass erwerben.

Heute beschränkt sich Springbank auf einen einzigen rauchigen Longrow. Auch beim Springbank schränkt man sich ein, indem man den 10-Jährigen mit wenig Sherryfassanteil abfüllt und dagegen den 15-Jährigen mit hohem Sherryfassanteil. Gleiches macht Bruichladdich mit seinem gleichnamigen Malt mit 10 und 15 Jahren.

Nun wird es etwas schwierig. Natürlich ist es schön, dass die kleinen, selbständigen Brenne-

reien uns an ihren Experimenten und Möglichkeiten teilhaben lassen.

Doch im Fall von Springbank und Bruichladdich verbleibt ein kleiner, bitterer Beigeschmack. Port Charlotte bzw. Loch Indaal war der Name einer Nachbarbrennerei von Bruichladdich, die von 1829 bis 1921 mit drei Brennblasen Single Malt produzierte. Darf Bruichladdich sich mit diesen Federn schmücken und den alten Namen verwenden?

Zwei Dinge sprechen dafür: Zum Ersten lagern sie den Malt in den noch existierenden Lagerhäusern der alten Brennerei und zum Zweiten ist der Name nicht mehr geschützt und den Kunden auch nicht mehr geläufig. Warum sollte Bruichladdich, wo doch die räumliche Nähe gegeben ist, diesen Namen nicht verwenden?

Gleiches gilt für den Longrow von Springbank. Die Longrow-Brennerei lag auf der anderen Straßenseite und produzierte

von 1824 bis 1896.

Diese Vorgehensweise liegt im Trend. Auch bei Edradour produziert man einen neuen, rauchigen Malt unter dem alten Namen Ballechin. Auch diese längst vergangene Brennerei produzierte nur von 1818 bis 1927 und findet sich dann in 8 bis 10 Jahren auf dem Etikett einer Edradour Single Malt Whisky Flasche wieder.

Ich als Single Malt Whisky Genießer kann diese Vorgehensweise tolerieren. Versuchen doch die Hersteller eine räumliche Nähe auszunutzen und die Brücke zur Vergangenheit zu schlagen, zu der die Whiskys allesamt rauchiger schmeckten, da Torf der Brennstoff Nr. 1 war.

Wir müssen aber auch Grenzfälle betrachten, wenn eine Brennerei wenig oder keine Beziehung zu einer alten Brennerei mehr aufweist. Glengyle in Campbeltown wird gerade wieder von der Besitzerfamilie von Springbank aufgebaut. Ähnlich zu Port Charlotte oder



Ballechin hat man keine Dokumente mehr über die Form und Größe der Brennblasen und damit die Art des Whiskys. Doch die Brennerei befindet sich im gleichen Gebäude. Hier kann ich den Namensübertrag gut nachvollziehen.

Ein echter Grenzfall ist die Verwendung des Namens Speyside für einen Single Malt aus der Drumguish Brennerei. Die

Brennerei liegt nicht einmal in der Speyside, doch die alte Speyside-Brennerei lag nur wenige Meilen entfernt.

Die Besitzer konnten sich den Begriff ‚Speyside‘ registrieren lassen, wie es das deutlich prangende ® hinter dem Namen auf der Flasche zeigt.

Ob der Zusatz ‚The best Whisky in the World‘ nun wirklich auch noch auf der Flasche stehen muss, bleibt dahin gestellt. Zeigt es doch nur, dass diese Firma sehr Marketing orientiert ist. Ob der Geschmack dieses Versprechen hält?

Jenseits von gut und böse finde ich jedoch Single Malt Whiskys, die sich aus reinem Werbe- und Gewinnstreben Namen von alten und berühmten Brennereien geben, die nun wirklich gar nichts mehr mit dem heute eingefüllten Malts gemeinsam haben. Hier verkommen die Namen ehrwürdiger Malt Whiskys zu Markennamen von Handelswaren, in denen meist Überschussproduktionen ver-

schiedener Brennereien als Single Malt abgefüllt werden.

Werden in den oben genannten Grenzfällen für neu geschaffene Single Malts alte Namen verwendet, so erscheinen in diesen letzteren Fällen die Namen nur als Beiwerk zur Massenproduktion.

Da lobe ich mir doch so ehrliche Namen wie Eagle of Spey, Glen Avon oder Highland Cattle. Das weiß man sofort, woran man ist. Sie sind keine Brennereinamen sondern reine Handelsmarken.

The Whisky Store hat sich zum Ziel gesetzt, Sie immer über den wahren Herkunftsort, d.h. die Brennerei eines Malt Whiskys zu informieren. Können wir das nicht gewährleisten, so nehmen wir den Whisky nicht in unser Sortiment auf.

P.S.: Die Eigentümer von Bruichladdich haben sich 2007 entschlossen, die alte Port Charlotte Brennerei wieder aufzubauen.

Das Holz ist der Schlüssel

McGibbon's Provenance

In diesem Artikel stelle ich Ihnen eine ganz besondere Single Malt Whisky Serie vor. Es ist die McGibbon's Provenance Serie des unabhängigen Abfüllers Douglas Laing.

Langjährige Kunden von The Whisky Store werden sich an einige herausragende dieser McGibbon's Provenance Flaschen erinnern. Es gab da z.B. einen im Bourbonfass gelagerten 12-jährigen Bowmore, der binnen weniger Wochen vergriffen war. Oder die sagenumwobenen im Winter destillierten Port Ellens - sie sind eine Pracht.

Was ist nun an diesem Abfüller anders, als bei so manch anderem?

Lassen Sie uns etwas weiter ausholen und einen Blick auf die Fässer richten, in denen diese Single Malts reiften.

Prinzipiell lassen sich zwei Arten von Fässern unterscheiden: Junge und Alte. Die Gren-



ze ziehen wir heute (=2003) an dieser Stelle bei einem Alter von etwa 17 Jahren. Die Fässer vor dem Destillationsjahr 1986 bezeichnen wir als alt - die danach Befüllten als jünger.

Diese Jahresgrenze bietet sich an, da sich ab 1986 die britische Wirtschaft nach der großen Rezession so langsam wieder erholte und erneut größere Whiskymengen produziert wurden. Die McGibbon's Abfüllungen repräsentieren bis auf

Port Ellen diese jüngeren Fässer ab 1986.

Mitte der 80er Jahre war die Malt Whisky Produktion bereits gut erforscht und die Qualität des produzierten Rohwhiskys durchweg gut. Man produzierte mit gleichbleibend hoher Qualität immer den gleichen Roh-Whisky in der gleichen Stärke.

Wirkliche Unterschiede machte allein das Holz aus, in das der Whisky abgefüllt wurde und anschließend reife. Und beim Holz gibt es heute wie damals immer noch große Unterschiede. Warum soll jetzt das Holz der Fässer für die McGibbon's Provenance Abfüllungen besser sein als das von anderen?

Um dies zu beurteilen, müssen wir uns fragen, wer zu der Zeit der Herstellung verantwortlich für die Abfüllung der Fässer war. Die Firma Douglas Laing & Co Ltd wurde 1949 vom Urgroßvater der heutigen Eigentümer Fred und Stewart Laing in Glasgow gegründet.

Dieser Urgroßvater ‚Auld Douglas McGibbon‘ gründete nach dem Krieg ein Unternehmen, das sich auf das Blenden von Whisky spezialisierte.

Innerhalb der vergangenen 50 Jahre wurden die beiden Marken ‚John Player Special‘ und ‚King of Scots‘ weltberühmt. Douglas McGibbon begann in seinen Lagerhäusern frisch befüllte Fässer zu lagern, um sie anschließend mit Grain Whiskys zu vermählen. Die Erfahrung im Fassmanagement und



der Lagerhaltung, die ein solch familiengeführtes Unternehmen dabei erwerben konnte, ist durch nichts zu ersetzen.

Die Brennereien selbst füllen ihre Fässer ab und Douglas McGibbon ließ seine eigenen, handverlesenen Fässer abfüllen. Nicht die Vielzahl der Abfüllungen aus verschiedenen Brennereien macht die Güte eines unabhängigen Abfüllers aus. Es ist vielmehr das Fass - auch im Fachjargon einfach mit ‚Holz‘ bezeichnet - was bei gleichen Zutaten und Produktionsmethoden über die spätere Qualität eines Whisky entscheidet.

Mehr als 2/3 aller sich heute am Markt befindlichen unabhängigen Abfüller haben zur Zeit der Befüllung der Provenance Fässer noch gar nicht existiert! Die Gründungswelle der unabhängigen Abfüller begann erst Mitte der 90er Jahre. Und welche von den anderen, älteren und etablierten Unternehmen hat die Zeit genutzt und hat ein nach Zehntausenden zählendes

Fasslager aufgebaut? Um diese alten Unternehmen mit großen Lagern aufzuzählen braucht man noch nicht einmal alle Finger an einer einzelnen Hand. Wir haben die Namen bereits in einem früheren Artikel genannt.

Douglas Laing unterscheidet sich von diesen wenigen Unternehmen durch seine Blends. Sie werden in viel, viel größeren Stückzahlen verkauft als Single Malts. So lassen sich unter den zahlreichem Fässern, die durch die Hand von Douglas Laing & Co gehen - oder sollen wir besser sagen: unter der Nase von Douglas Laing vorbeigehen - die wenigen herausuchen, die in wirklich gutem Holz lagen und zu einer Spitzenqualität heran reifen.

Die Auswahl des eigenen Holzes für die Lagerung und die Auswahl nur der besten Fässer aus einer Vielzahl von möglichen für die Abfüllung, bestimmt die hohe Qualität der McGibbon's Provenance Serie.

Wer hat als Unabhängiger



Abfüller schon sonst die Möglichkeit, aus 30 Fässern des gleichen Jahrgangs einer einzelnen Brennerei genau die Handvoll Fässer auszuwählen, die am besten für einen Single Malt reifen?

Die meisten unabhängigen Abfüller müssen heute doch sofort zugreifen, um den Zuschlag für ein einzelnes Fass einer bestimmten Brennerei zu erhalten. Die Zeiten, um eine Auswahl unter mehreren vergleichbaren Fässern einer Brennerei treffen zu können, sind seit Jahren vorbei.

Nur Sonderabfüllungen direkt aus den Brennereien erreichen in der Regel eine solche hohe Qualität. Doch viele Brennereien kümmern sich noch nicht um diesen Markt der Single Malt Abfüllungen für Genießer, die bereits 50 oder 100 Malt Whiskys kennen. Dies ist das Feld von Fred und Stewart Laing. Aufbauend auf dem über 50 Jahre alten Unternehmen haben sie eine neue und junge Single Malt Whisky Serie eingeführt, die selbstverständlich ohne den Zusatz von Farbe und ohne Kühlfilterung mit starken 46% abgefüllt wird. Sie bietet dem Genießer in gleichbleibend hoher Qualität Single Malts, wie sie sonst nur sehr selten zu finden sind.

Suchen Sie bei uns im Internet-Shop über die ‚Erweiterte Suche‘ nach dem Abfüller ‚Douglas Laing‘ und Sie finden sämtliche Abfüllungen dieser außergewöhnlichen Serie.

Un-Chillfiltered Single Malt Whisky

Echter, unverfälschter Whisky?

Immer häufiger finden wir auf den Etiketten unserer geliebten Whiskyflaschen den Zusatz: ‚Un-Chillfiltered‘. Ja was heißt denn das? Ist der Whisky nicht mehr zum ‚Chill-Out‘ tauglich?

Spaß beiseite. Beide Begriffe haben nun gar nichts miteinander zu tun. Un-Chillfiltered übersetzt sich aus dem Englischen zu ‚nicht kühlgefiltert‘ oder auch zu ‚nicht gefriergefiltert‘. Lassen Sie uns das normale Kühlfilterverfahren von

Whisky dazu näher beleuchten.

Im Alkohol des Whisky befinden sich sehr, sehr viele geschmacklich aktive Substanzen in gelöster Form.

Die einzelnen Geschmacks-moleküle sind vorwiegend von Wasser- und Alkoholmolekülen umgeben. Hin und wieder treffen in diesem ‚Molekülgemisch‘ jedoch Substanzen aufeinander, die sich aneinander festhalten können. Auch aktive Holzteilchen können die Geschmacksstoffe aufnehmen. So entstehen mit der Zeit Klumpen, die ir-

gendwann so groß werden, dass sie im Fass zu Boden sinken und sich mit den Holzkohleteilchen, die sich von der abgeflämmten Fasswand gelöst haben, im Bodensatz des Fasses sammeln.

Dieser Bodensatz hat einen intensiven und nicht unbedingt als gut zu bezeichnenden Geschmack. Holzkohle vermischt sich mit altem Holz und dazu finden sich sehr schwere aromatische Verbindungen, die irgendwo zwischen Teer, Tanninen und schweren Lösungsmitteln angesiedelt sind.

Alles in allem ist dies für einen Gourmet in dieser großen Konzentration kein so tolles Erlebnis. Deshalb wird jeder Whisky vor der Abfüllung gefiltert. Sonst hätte man eine braun-milchige Flüssigkeit in der Flasche, aus der sich ein Niederschlag am Flaschenboden absondern würde. Nach dieser Filterung ist der Whisky in der Flasche völlig klar.

Trotzdem enthält der Whisky noch sehr viele Geschmacks-

moleküle, die weiterhin in der Flüssigkeit immer wieder zusammenstoßen und sich zu größeren Teilchen verbinden.

Kann der Alkohol diese Teilchen nicht mehr in Lösung halten, fallen Sie oft als sichtbarer Niederschlag mit den verschiedensten Farben von hellbraun bis schwarz zu Boden. Es gibt auch Paraffin-Moleküle (Wachs) in den Flaschen. Diese bilden kleine, helle linsenförmige Objekte, die oft stundenlang im Whisky schwimmen, bis sie sich am Boden absetzen.

Wird ein Whisky richtig kalt, so nimmt die Löslichkeit des Alkohols und des Wassers für fremde Stoffe ab und dieser ‚ausfällende‘ Effekt verstärkt sich noch.

Genau diesen Effekt macht man sich bei der Kühlfilterung zu Nutze. Man kühlt den Whisky auf 0 bis 4 Grad Celsius ab und presst ihn so durch einen feinporigen und meist mehr als 20 Lagen starken Papierfilter, der die Trübstoffe aufnimmt.



Wird der Whisky in Zukunft erneut kalt - sei es beim winterlichen Transport aus Schottland oder beim Genuss auf Eis - so bildet sich nicht nochmals der Niederschlag und der Whisky bleibt klar. Über 90% allen Malt Whiskys wird deshalb heute kühlgefiltert.

Doch der Trend zum authentischen, echten Malt Whisky hat zu einer neuen Entwicklung geführt. Ein Teil der Abfüller lässt das Kühlfiltern heute weg.

Einige Abfüller berufen sich darauf, dass ein Teil der Trübstoffe gleichzeitig Geschmacks-träger zu sein scheinen. Andere Theorien besagen, dass die ausfallenden Teilchen eine große, aktive Oberfläche haben, und auf die Dauer sehr viele ansonsten aktive Geschmackssubstanzen aufnehmen und neutralisieren können.

Ob deshalb das heutige Weglassen der Kühlfilterung immer einen besseren Geschmack bedeutet, bleibt offen. Doch der Kunde verlangt es und der

Markt reagiert. Lediglich eine Filterung bei normaler Temperatur findet bei diesen neuesten Abfüllungen noch statt, um grobe, sichtbare Teilchen abzufangen.

Doch was soll man machen, wenn die Flasche kalt wird? Oder falls der Whisky immer noch auf Eis genossen wird?

Eine Erhöhung des Alkoholgehalts führt zur besseren Löslichkeit dieser Substanzen. Ab 46% ist das Lösungsvermögen eines Whiskys so gut, dass man ihn ruhig auf Eis trinken kann, ohne dass er sofort trüb wird. Schmilzt der Eiswürfel ab und verdünnt den Whisky, dann tritt die Trübung wieder auf.

Die 46% ist auch das beste Anzeichen, um ‚Un-Chillfiltered‘ Whiskys zu erkennen. So sind z.B. die alten Ardbeg 17J mit 40% noch kaltgefiltert - der neue 10-Jährige mit 46% ist es nicht mehr. Gleiches gilt für die neuen Bruichladdich oder Arran.

Auch wenn schon manche

Originalabfüllung nicht kühlgefiltert ist, so ist die Nichtkühlfilterung die Domäne der unabhängigen Abfüller. Während Gordon & MacPhails meist noch kühlgefiltert abfüllt, so hat Signatory bereits die erste ‚Un-Chillfiltered Collection‘ seit 2001 am Markt. Auch die McGibbon’s Provenance von Douglas Laing sind nicht kühlgefiltert.

Dass die unabhängigen Ab-



füller nicht sofort zu 100% auf die nicht kühlgefilterten Whiskys umgeschwenkt haben, sollte uns zu denken geben. Denn nicht immer ist naturbelassen besser.

Erinnern wir uns an den Bodensatz der Fässer, der nun wirklich nicht schmeckt. Bei besonders intensiven ‚Fehlgeschmäckern‘ sollten wir vielleicht diese Substanzen gar nicht im Malt haben, auch wenn er damit intensiver ausfallen würde.

‚Un-Chillfiltered‘ heißt deshalb nicht zwangsläufig besser oder authentischer, wie uns viele Marketingexperten weismachen wollen.

Überlassen wir es deshalb den Herstellern, ob und wie sie ihre Whiskys filtern. Jede Brennerei steht für ihren eigenen Geschmack, der bei der Änderung der Filterungsart vielleicht verändert würde. Sie als Genießer entscheiden letztendlich, was Ihnen schmeckt.

The Peerless Collection (Duncan Taylor)

Eine der bedeutendsten Single Malt Whisky Kollektionen der Welt!

1933 wurde die Prohibition in den USA aufgehoben. Abe Rosenberg, ein amerikanischer Geschäftsmann, beantragte daraufhin eine Großhandelslizenz für die Staaten Connecticut, New York und die Stadt Miami.

Nach dem Zweiten Weltkrieg brachte er sein Großhandelswis-

sen in eine Partnerschaft ein und expandierte den J&B Scotch-Import in die USA von jährlich 300.000 Flaschen auf 45 Mio. 1980. In diesem Jahr machte er auch Kasse und verkaufte sein Geschäft an die damalige Grand Metropolitan, die heute im größten Spirituosenkonzern der Welt, Diageo, aufgegangen ist.

Abe Rosenberg war nicht nur ein begnadeter Geschäftsmann. Er bildete bereits vor dem allgemeinen Whisky Boom einen besonderen Geschmack für Single Malts aus. Seit 1960 kaufte er frischen Single Malt Whisky in den schottischen Brennereien und ließ ihn vor Ort in seinen eigenen Fässern reifen.

Er kaufte nicht hier und da ein Fass. Er griff vielmehr in die Vollen und erwarb jährlich Hunderte von Fässern, die er in aller Stille in der jeweiligen Brennerei zur Seite legen ließ.

Seine Vorlieben lagen bei diesen Käufen auf allen Islay-brennereien und den berühmten

Brennereien in den Highlands. Diese stetigen immensen Käufe machten ihn zum vermutlich größten privaten Whiskybesitzer Schottlands. Und das passierte alles still und leise. Nur in den Brennereien vor Ort kannte man seine Fässer. Ob Außenstehende von der schieren Größe seiner Sammlung wussten?

Abe Rosenberg konnte auf ein langes und erfolgreiches Leben zurück blicken, als er 1994 im Alter von 85 Jahren starb. In seinem Besitz befanden sich mehr als 4.000 Malt Whisky Fässer. Allein 3.000 davon im Alter von schon damals über 25 Jahren!

Abe Rosenberg und seine Frau Sunny hatten zu ihren Lebzeiten vorgesorgt und eine gemeinnützige Stiftung gegründet, die sich um die Verwertung des Vermögens, und besonders der Whiskysammlung kümmern sollte.

Doch noch war die Zeit nicht reif und Single Malt Whisky war noch immer ein Insiderge-

tränk. In 1999 begann man dann nach Käufern für die Fässer zu suchen. Auch The Whisky Store erhielt damals einen Anruf aus der New Yorker 7th Avenue. Die „The Sunny und Abe Rosenberg Foundation Inc.“ suchte einen Käufer für die Fässer.

Rechnet man den Wert dieser Fässer zusammen, so wird schnell klar, dass niemand diese Fässer so einfach nebenbei erwerben konnte. 4.000 Fässer * 150 Flaschen/Fass * 100 EUR/Flasche ergeben einen Endverkaufspreis der Flaschen in einer Höhe von 60 Mio. EUR.

Ein wahrlich gigantisches Unterfangen. Die Suche blieb lange Jahre erfolglos. Nicht nur die finanziellen Mittel waren gigantisch. Es würde eine Sisyphus-Arbeit werden, um die Fässer aus allen Himmelsrichtungen in Schottland zusammen zu tragen, einzeln zu bewerten und nach und nach abzufüllen.

Auch für die Vermarktung mussten besondere und vor allem schnelle Wege gefunden



werden.

Warum schnell? Machen wir eine kleine Überschlagsrechnung: Wenn man von einem Kaufpreis von 10 bis 20 Mio. EUR ausgeht, so muss man binnen kurzer Zeit ein rund laufendes Geschäft aufbauen, dass mindestens 10% des Kaufpreises für Zinszahlungen und den Firmenbetrieb erwirtschaften muss.

1,5 Mio. EUR pro Jahr bedeuten, einfach gerechnet, 15.000 verkaufte Flaschen bzw. 100 verkaufte Methusalemfässer pro Jahr.

Diese Zahlen liegen weit jenseits aller Verkaufserfolge der bekannten, großen unabhängigen Abfüller wie Douglas Laing, Gordon & MacPhail oder Signatory Vintage.

Zudem drückt das steigende Alter auf die Fässer. Die ständige Verdunstung senkt den Alkoholgehalt. Nur bis 40% darf der Malt noch als Whisky verkauft werden. Darunter nicht mehr. Und zahlreiche Fässer haben

diese Grenze fast erreicht.

2002 war es dann soweit. Die Duncan Taylor & Co Ltd im schottischen Huntly begann diese Spitzen Malt Whiskys abzufüllen. Die „Peerless Collection“ war geboren! (Peerless engl. = unvergleichlich).

Was macht diese Kollektion so unvergleichlich? Es ist die schiere Auswahl an alten und hervorragenden Fässern, die es den Eigentümern von Duncan Taylor heute erlauben, nur die besten Fässer auszuwählen und abzufüllen.

Es wird zwar die Zeit kommen, wenn der Vorrat an besten Fässern langsam zur Neige gehen wird. Aber noch ist das Lager voll und es herrscht, ganz im Gegensatz zu so vielen anderen unabhängigen Abfüllern im Markt, keine Not an alten und hervorragenden Fässern.

Haben Sie sich auch gewundert, warum in 2002/2003 urplötzlich so viele alte Fässer aus den 60ern auftauchten? Ein Gespräch in Schottland schaffte

Klarheit.

Anfangs verfolgte man bei Duncan Taylor, aus welchem Grund auch immer, die Strategie, Fässer auch als Ganzes an Brennereien zurück zuverkaufen. Gleiches galt auch für konkurrierende, unabhängige Abfüller.

Namen wurden zwar keine genannt. Doch dem Whiskyinteressierten stechen einige erschienene Abfüllungen direkt ins Auge.

Bei den original Brennerei-Abfüllungen z.B.: Bowmore 1964, Bruichladdich 1965, Laphroaig 40J u.s.w.

oder bei den unabhängigen Abfüllern z.B.: Signatory Bowmore 1968, Celtic Heartlands - Bowmore, Macallan, Highland Park u.s.w.

Beweise für die Richtigkeit dieser Andeutungen haben wir nicht! Jedoch hörten wir andernorts ebenfalls Gerüchte und dem wissenden Beobachter drängen sich diese Zusammen-

hänge förmlich auf.

Die ‚Gier‘ nach diesen Fässern in der Branche ist groß. Da die Fässer allesamt vor Ort in den Lagerhäusern der Brennereien reifen, wissen die Beteiligten, was noch da ist.

Es gibt schöne Beispiele: Brennerei A möchte bei Duncan Taylor Fässer von der Brennerei B kaufen, damit sie sie gegen eigene Fässer, die bei Brennerei B liegen eintauschen kann. Es gibt viele dieser kleinen Storys die allesamt zeigen, wie bedeutend dieser jetzt gehobene Schatz tatsächlich ist.

The Whisky Store führt seit Sommer 2004 endlich die ersten Flaschen dieser überaus bedeutenden Peerless Collection. Derzeit sind es schon 16 Flaschen im Altersbereich von 25 bis 37 Jahre. Die Preise reichen von 118,50 bis 198 EUR. - Unbedingt Empfehlenswert!

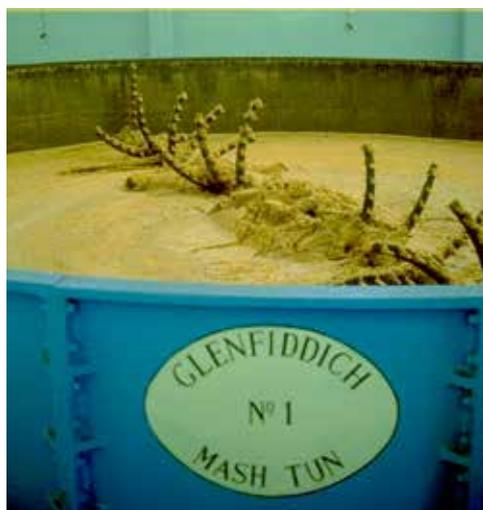
Anmerkung: 2004 wurde die Peerless Collection in Duncan Taylor Rare Auld umbenannt.

Das Geheimnis der Mash Tuns

Woher stammt der Zucker für den Whisky-Alkohol?

Seit Heinz Rühmann unsere Eltern in dem Spielfilm ‚Die Feuerzangenbowle‘ über die Geheimnisse der alkoholischen Gärung aufklärte wissen wir, dass Zucker, Wasser und Hefe die erforderlichen Zutaten für einen erfolgreichen Schwips sind.

Schon Römer und Germanen pflegten die Fertigkeiten um die Herstellung von alkoholischen Getränken. Süßer Traubensaft wurde so zu Wein und Honigwasser zu Met. Im heißen Afri-



ka gab es ständig süße Früchte und Zuckerrohr, die sich als Rohstoff für alkoholische Getränke gut eignen. Doch in den nordischen Ländern waren diese Zutaten Mangelware. Was sollte man tun?

Zu Hilfe kam den Menschen ein besonderes Getreide. Die Gerste enthält ein Enzym, das die im Korn enthaltene Stärke in Malzzucker aufspaltet. Man nehme ein Pfund Gerste, lasse sie keimen, mahlt dann das ganze und gibt heißes Wasser zum lösen des Malzzuckers zu und vergärt alles später mit Hefe.

Schon fertig? Nicht ganz!

Das alles wird, wenn überhaupt, nur zu einem sehr einfachen Bier mit geringem Alkoholgehalt führen. Wir brauchen eine höher konzentrierte Zuckerpflanze für ein hochprozentiges Malz Whisky Bier.

Früher füllte man das gemahlene Malz in eine große, nach oben offene Tonne und gab

heißes Wasser zu. Mit einem einfachen, unverwüstlichen Knetwerk wurde die Masse durchgeknetet und die entstehende süße Flüssigkeit wurde zu den Wash Backs, den Gärbehältern, geleitet.

Doch dieses Vorgehen hatte zahlreiche Nachteile. Das Wasser erkaltete sehr schnell in der offenen Mash Tun und im Gestenmalz blieb viel Zucker zurück.

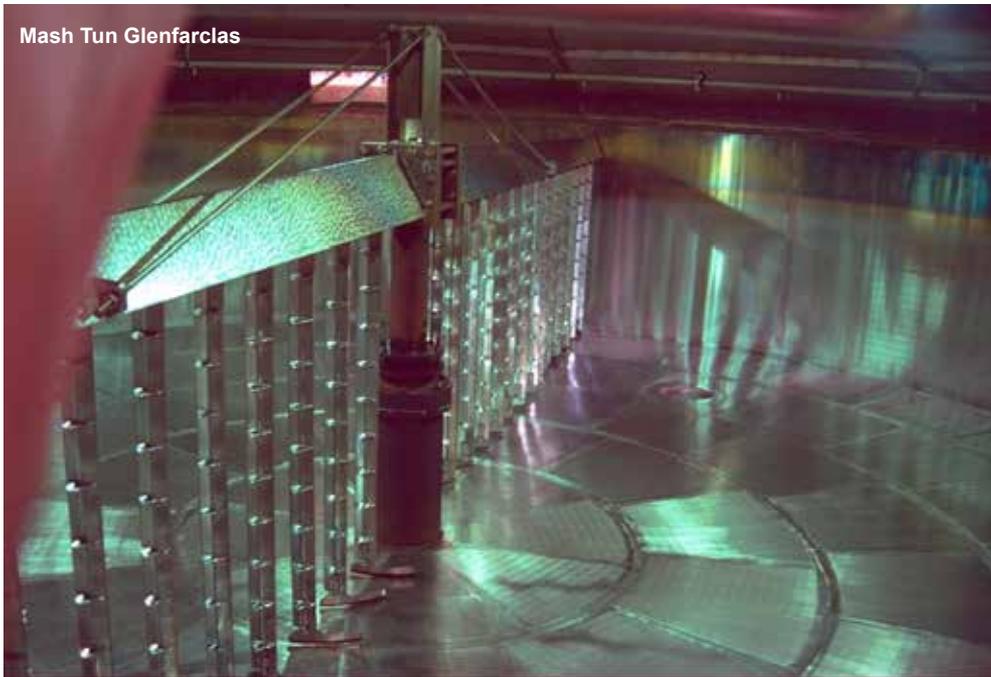
Also gab man ein zweites Mal heißes Wasser zu und kne-

tete alles ein zweites Mal durch. Das Resultat war nicht mehr so süß wie das erste Mal und oft enthielt die Flüssigkeit nicht genug Zucker, um zu einem starken Bier mit über 6% zu vergären. Etwas anderes musste her. Man begann zu experimentieren.

Zunächst bekamen die Mash Tuns einen Deckel, der den Energieverlust während des Durchknetens reduzierte. Man konnte das Rührwerk so länger laufen lassen, bevor die Flüssigkeit



Alte Mash Tun Ardbeg



sigkeit kalt wurde und keinen Zucker mehr aufnahm.

Das grobe Rührwerk war zwar unzerstörbar, doch die Durchmischung war nicht optimal. Man versuchte drei Wasserdurchgänge, doch die letzte Ausbeute war zu gering und verwässerte die Zuckerlösung.

Heute sind fast alle Whisky Brennereien nach unzähligen Versuchen bei der gleichen, modernen Mash Tun angekommen, die ein Optimum an Zuckerausbeute bei gleichzeitig

bester Zuckerkonzentration für das wünschenswert starke Bier liefert.

Nur die Größe ist je nach Brennerei verschieden und reicht von etwa 1 Tonne Kapazität bis hinauf zu 12 Tonnen.

Wasser wird dreimal mit jeweils steigender Temperatur von knapp 70 Grad beim ersten Mal bis hinauf zu fast 90 Grad beim dritten Mal zugesetzt. Und um den Wasseranteil in der Zuckerflüssigkeit nicht zu hoch steigen zu lassen, verwendet

man das wenig zuckrige Wasser aus dem dritten Durchgang für den ersten Durchgang der nächsten Füllung.

Auch das Abscheiden der Schalen des Getreidekorns ist einfacher geworden. Die Mash Tuns haben am Boden ein Sieb, über das das fertige Zuckerwasser abgelassen wird. Die Schalen bleiben zurück.

Die Blended Whisky Industrie musste preiswertere Lösungen suchen, um ihren Whisky billig zu halten. In jedem Ge-

treide lässt sich heute die Stärke unter Druck, Temperatur und etwas natürlicher Säure aus dem Gärprozess gut in Zucker spalten. Man spart sich das Putzen der Mash Tun und die riesigen Abmessungen der Behälter ergeben weitere Kostenvorteile.

Doch all das braucht Malt Whisky glücklicherweise nicht. Auch wenn sich die Mash Tun mit der Zeit verändert hat. Es ist nach wie vor die Gerste, die uns den Malzzucker für unser Whiskybier liefert.



Von den Worm Tubs zum Condenser

Der Destillation letzter Schritt

Wir kennen sie alle: Tolle Kupferkessel mit aufgesetzten Hälsen dienen der Destillation unseres Lieblingsgetränks. Jeder spricht von hohen oder gedrungenen Formen, von zweifach und von dreifach Destillation.

Doch was passiert eigentlich mit den Whiskydämpfen, nachdem sie zum oberen Ende des Brennblasenhalses aufgestiegen sind?

Mit dem Eintritt in den abgewinkelten Schwanenhals, dem sogenannten Lyne-Arm, kondensieren die ersten Whiskytröpfchen an der Wand des Kupferrohres.

Steigt der Lyne-Arm noch weiter an, so tropft der Whisky zurück in die Pot Still. Neigt sich der Arm jedoch wieder nach unten, so beginnt hier die Kondensation des Whiskydampfes zum Rohwhisky.

Ab dieser Stelle beeinflusst

die Destillation den Geschmack des Whiskys nicht mehr. Es findet aber noch eine gewisse Reaktion der Whiskydämpfe mit den kupfernen Wänden der folgenden Rohrleitungen statt.

Reichte den illegalen Brennern meist eine kleine Kupferspirale, um den alkoholischen Dampf der kleinen Brennblase zu kondensieren, so braucht man in industriellen Maßstäben eine richtig gute Wasserkühlung.

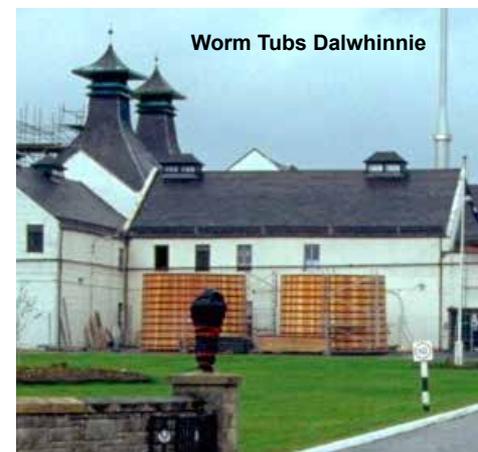
Dies ist Grund, warum Brennereien seit Jahrhunderten immer in der Nähe eines Flusses standen. Man brauchte viel Kühlwasser, um den Whiskydampf zu kondensieren. War im Sommer das Wasser knapp, so funktionierte die Kühlung nicht mehr richtig und der Whisky konnte während der Destillation nicht so gut von den Fuselölen getrennt werden.

Die Brennerei Banff lag z.B. in einem relativ trockenen Gebiet und die daraus resultierenden Produktionsprobleme führ-

ten letztendlich zur Schließung und zum Abriss der Brennerei.

Das zur Kühlung verwendete Wasser sorgt auch hin und wieder für Missverständnisse unter den technisch Interessierten.

Selten bis fast nie verwenden schottische Brennereien Flusswasser zur Produktion der Maische. Für diesen speziellen Zweck muss eine besonders gute Quelle in der Nähe der Brennerei gelegen sein. Ist frisches Quellwasser erst einmal in einen Fluss gelangt, so ist der Eintrag von unerwünschten Substanzen (z.B. aus der Landwirtschaft) viel zu risikoreich, um dieses Wasser mit den eventuell enthaltenen Schadstoffen



anschließend im Whisky wieder zu finden.

Typische Brennblasen benötigen einige Zigkilowatt Heizleistung. Um diese Wärme anschließend aus dem gewonnenen Destillat wieder abzuleiten, sind Tausende von Litern Wasser pro Stunde zur Kühlung erforderlich.

Eine Überschlagsrechnung zeigt das Verhältnis: Heizt man 10.000 Liter in der Brennblase um 60 Grad auf (von 15 bis 75 Grad), so braucht man die 6-fache Menge an Wasser zur Abkühlung, wenn man das Kühlwasser nur um 10 Grad erhitzen möchte. Tatsächlich darf man das Kühlwasser aber nur um wenige Grad aufheizen, sonst würde das biologische Gleichgewicht im Fluss gestört.

Man hat natürlich mehr als eine Brennblase und so steigert sich der Wasserbedarf schnell auf die 50 bis 100fache Menge des hergestellten Whiskys.

In den Anfängen der Brennereientwicklung verwendete man



Kondensator Cragganmore

große mit Wasser durchströmte Holzbottiche (Worm Tubs), in denen sich eine kupferne Spirale für die Kondensation der Alkoholdämpfe befand. Der Wirkungsgrad dieser Kühlart ist begrenzt. Noch heute sieht man Worm Tubs bei Mortlach, Glen Elgin, Talisker oder Dalwhinnie.

Die Haltbarkeit dieser Anlagen war ebenfalls nicht zufriedenstellend. Die Kupferspirale wurde durch die alkoholischen Dämpfe angegriffen. Auch die Hölzer der Bottichwände wurden durch das Wasser und Mi-

kroben befallen und auf Dauer zerstört.

In einem zweiten Schritt ersetzte man deshalb die hölzernen Worm Tubs durch gusseiserne und nach oben offene Kästen, in denen größere und dickere Rohleitungen - ebenfalls aus Kupfer - in Ovalen verlegt sind. Diese Zwischenform ist noch heute unter anderem bei Cragganmore und Knockdhu zu sehen.

Worm Tubs und gusseiserne Behälter sind keine richtigen Wärmetauscher im technischen Sinn. Das Wasser durchströmt ungeordnet die Behälter und

läuft mehr oder weniger erwärmt wieder ab.

Mit der weiter zunehmenden Industrialisierung kamen die Gegenstromwärmetauscher - auch Kondensatoren genannt - auf, die heute am häufigsten im Einsatz sind.

Der Alkoholdampf tritt von oben in den Kondensator ein, der von unten mit kaltem Wasser beschickt wird. Der Alkoholdampf bewegt sich von oben nach unten in vielen dünnen Kupferröhrchen, die von kaltem, aufsteigendem Wasser umgeben sind. Da sich beide ‚Fluids‘ in verschiedene Richtungen bewegen, spricht man bei den richtigen Kondensatoren von Gegenstromwärmetauschern.

Doch eins ist allen diesen zur Kondensation verwendeten Geräten zu eigen: Die gesamte Wärme geht mit dem Kühlwasser verloren. Daran hat sich seit Jahrhunderten nichts geändert.

Die heutigen Zeiten mit ihren hohen Energiepreisen verteuern unseren Malt Whisky. Erst eine

einzig Malt Whisky Brennerei in Schottland - Tomintoul - verwendet bis heute ein ausgeklügeltes Wärmetauschersystem, das die anfallende Abwärme bei der Kondensation über ein ausgeklügeltes System dem Erhitzungsprozess wieder zuführt. Hightech in einer traditionsreichen Umgebung!



Kondensator Lagavulin

Was ist Single Malt Whisky?

Der Weg ist das Ziel

Diese Frage ist so alt, wie der Single Malt Whisky Boom bereits anhält. Für den Einsteiger ist Whisky einfach Whisky.

Natürlich unterscheiden die meisten zwischen Bourbon oder Scotch und auch Irish Whiskey ist ein stehender Begriff.

Doch schon die ersten Qualitätsaussagen wie Kentucky Straight Bourbon oder Pure Malt überfordern häufig.

Qualität bedeutet beim Einsteiger in erster Linie das auf der Flasche angegebene Alter. Bei den Kontinentaleuropäern scheint die magische Jahreszahl die 12 zu sein, wogegen man auf den britischen Inseln mit 10 Jahren Whiskyalter bereits zufrieden ist.

Dass dies wirklich so ist, kann man in jedem deutschen Discount-Supermarkt sehen. Für unter 10 EUR findet man auf jeden Fall einen Old XYZ Scotch Whisky, der 12 Jahre alt

ist. Die Absatzzahlen sind hoch und weiter steigend, wie es die Scotch Whisky Association von Jahr zu Jahr mit Stolz bekannt gibt.

Ein Teil dieser Einsteiger findet, meist durch ein zufälliges Erlebnis zum Malzwhisky, der nicht auf industriellen Großanlagen, sondern mehr oder weniger von Hand in klassischen Pot Stills gebrannt wird.

Die Vorteile dieser reinen Zutaten und altüberlieferter Herstellungsweise sind hinlänglich bekannt und können auf <http://www.thewhiskystore.de/einsteiger/swmg.htm> nachgelesen werden. Von den Freunden der Malt Whiskys haben vermutlich mehr als 2/3 ihre Stammmarke, die sie verbrauchergerecht im Supermarktregal finden.

10 Malt Whisky Brennereien, allen voran Glenfiddich, Glenlivet und Glen Grant, stehen für wiederum 2/3 sämtlichen getrunkenen Malt Whiskys. Die

Kenner genießen diese Malts und sind rundherum mit ihnen zufrieden. Je nach Geschmackswunsch decken diese 10 Malt Whiskys die gesamte Palette von mild und weich über sher-ryfruchtig bis hin zu rauchig intensiv ab. Auch an verschieden große Geldbeutel ist gedacht. Von der 12-jährigen 20 EUR Flasche bis hin zum 18-Jährigen zu 65 EUR gibt es alles.

So war die Welt bis vor 10 oder 15 Jahren noch geregelt und in Ordnung. Doch ein Teil der Genießer wollte mehr. Es sind zwar nur etwa 10% der Whiskytrinker, die höhere Ansprüche stellen, doch mit dem breitflächig steigenden Wohlstand in der westlichen und östlichen Welt, sind eine 10% große Zielgruppe auch eine bedeutende Wirtschaftskraft im Markt.

Was fordern Sie? Sie fordern einen besseren Malt Whisky mit größerem Geschmacksspektrum von viel weicheren bis hin zu extrem rauchig aromatischen Tropfen. Wie kann man einem

Kunden diese extremen Gelüste erfüllen?

Man macht sich die Eigenheiten der Whiskyreifung in Holzfässern zu Nutze. Kein Fass reift wie das Andere und so kann man immer einzelne Fässer mit extremen Geschmäckern finden und für die anspruchsvolle Klientel abfüllen.

Diese Chance birgt auch Gefahren. Nur 100 bis 300 Whiskyflaschen lassen sich aus einem normalen Whiskyfass abfüllen. Die Genießer aber sitzen verstreut in allen Ländern dieser Erde und so kommt es oft vor, dass nur ein oder zwei Dutzend einer besonderen Flasche ein



Land erreichen.

Kaum hat man eine Flasche geöffnet und lieb gewonnen, so gibt es auch keinen Nachschub mehr. Genährt wird der Frust manchen Genießers durch die stolz geschwellte Brust eines anderen, der ihm fachkundig erklärt, dass der ‚beste‘ Malt einer bestimmten Brennerei ausschließlich beim Abfüller XYZ zu erhalten sei.

Angestachelt durch solche individuellen Empfehlungen beginnt die Jagd und nur zu oft endet sie mit frustrierten Suchenden und gleichsam enttäuschten Lieferanten. Die vermeintlich gute Empfehlung hat sich als eine Richtungsweisung in eine Sackgasse erwiesen. Hin und wieder muss sich der Suchende noch spöttische Worte vom Empfehlenden anhören, der sich im Olymp der Geschmacksfindung wähnt und der Suchende meint, wirklich etwas verpasst zu haben.

Bitte lassen Sie sich beruhigen. Nicht die empfohlene Su-



perflasche ist das Ziel. Vielmehr ist der Weg das Ziel!

Nur zu oft entpuppen sich die Empfehlung aussprechenden Zeitgenossen als Mitmenschen mit nur recht durchschnittlichen Geschmacksempfindungen. Es ist ihre Geltungssucht, die sie zu diesen Aussagen leitet.

Jeder Mensch hat in seinem Leben unterschiedliche Geschmackserfahrungen gemacht und viele als Spitzenmalts empfohlene Flaschen haben sich im

Nachhinein als nahezu ungenießbare Tropfen erwiesen.

Der individuell angeeignete Geschmack des einen, hat z.B. einen Aroma-Stich nicht erscheinen lassen, der aber von der Masse der Genießer als unangenehm empfunden wird. Wäre man dieser Empfehlung gefolgt, hätte man eine große, vielleicht auch finanzielle Enttäuschung erlebt.

Nicht anders ergeht es einem beim Studium von Büchern und dem Befolgen von abgedruckten Empfehlungen. Diese oft blumigen und detaillierten Geschmacksbeschreibungen sind nicht auf Ihren individuellen Geschmack übertragbar.

Mit großen Fragezeichen versucht man dann den Pfirsich und die Blumenwiese im Glas zu entdecken. Stattdessen riecht man vielleicht Pflaumen, die man noch nie leiden konnte.

Tasten Sie sich langsam und behutsam vor. Warum einen 36-jährigen Malt kaufen, wenn man den 18-Jährigen in der

Originalabfüllung noch nicht kennt?

Hat man sich von mehreren Seiten, sprich Abfüllern, an eine Brennerei herangetastet und wenig Enttäuschungen erlebt, so kann man nach dem Olymp greifen und sich an die besondere Flasche trauen.

Apropos trauen. Trauen Sie sich, Ihren eigenen Geschmack zu entwickeln und laufen Sie nicht blindlings anderen hinterher. Die astronomischen Preise eines Black Bowmore oder eines Ardbeg Germania verblenden allzu oft den Blick auf die schönen Seiten des Malt Whiskys.

Statt viele Hunderte oder Tausende Euro auf eine einzige Flasche zu setzen, würde ich dieses Geld für eine ganze Reihe an hochwertigen Malts dieser Brennerei ausgeben. Die 3, 5 oder 10 so erworbenen Geschmackserlebnisse mit verschiedenen Flaschen bringen einen viel weiter auf seinem Weg, als eine einzige Superflasche.

Wird alter Single Malt Scotch rar?

Letzte Fässer vor der Abfüllung

Single Malt Whisky eignet sich hervorragend zum Sammeln. Die Anzahl der Brennereien, von denen es noch Malt Whiskyflaschen gibt, ist mit rund 100 überschaubar und die vielen tollen Flaschen mit ihren verschiedenen Etiketten sind schön anzusehen.

Jedes Jahr oder jeden Monat gönnt man sich ein paar Flaschen und die Sammlung wächst und gedeiht. Hat man ein paar Doppelte so schadet das auch nicht, denn schnell ist eine Flasche geöffnet und der Inhalt genossen.

Dies ist ein Traum für jeden Sammler. Eine ältere, doppelte Briefmarke kann man noch nicht einmal auf einen Briefkleben. Zu kurz ist die Gültigkeit der Marken.

Das ist beim Whisky anders. Den Whiskysammler plagen andere Probleme. Die gesuch-

ten Flaschen kosten viel Geld und so ist die Wunschliste in der Regel deutlich länger als die eigene Inventur.

Doch wie soll man die Wunschliste sortieren? Welche Flaschen sollte man zuerst erwerben?

Verwenden wir ein Beispiel. Noch vor 10 Jahren konnte man von Gordon & MacPhail eine

Connoisseur's Choice Flasche von Kinclaith 1967 erwerben. Sie kostete damals rund 50 Euro. Damals hatte der Malt Whisky Boom gerade erst begonnen und nur die Wenigsten wussten, dass Kinclaith wenig produzierte und im Jahr 1975 endgültig abgerissen wurde.

Wer konnte schon ahnen, dass es noch einmal ein Fass des Abfüllers Signatory von

1975 geben würde und dann endgültig Schluss wäre?

Mit dem heute weit verbreiteten Wissen um die Geschichte der Brennereien lässt sich das Ende der Versorgung mit Malts von bestimmten Brennereien gut vorhersagen.

Auch die Großhändler und Distributoren kennen sich heute besser in der Materie aus. Mit einigem Abstand vor dem Versiegen der Fässer beginnen die Preise langsam aber sicher zu steigen. Dies bleibt dem aufmerksamen Sammler heute nicht mehr verborgen.

Natürlich gibt es Überraschungen wie mit Ben Wyvis, Killyloch und Glenflagler. Lang totgeglaubte Brennereien überraschten vor wenigen Jahren die Fachwelt mit Originalabfüllungen. Sie waren sehr teuer, aber es waren Originalabfüllungen, da die alten Firmen heute immer noch existieren.

Warum der ganze Zauber? Es geht wie immer ums Geld. Eine Originalflasche lässt sich oft für



ein Vielfaches des Preises einer unabhängigen Abfüllung verkaufen. Dieser Zusammenhang gilt aber nicht immer, wie das Beispiel Port Ellen zeigt.

Die Originalabfüllungen der Port Ellen Annual Release Serie verkaufen sich ‚nur‘ um rund 50 Euro mehr als die vergleichbaren Flaschen der unabhängigen Abfüller. Dies zeigt ganz deutlich, dass neben dem Sammlerpreis auch ein Genießerpreis für Port Ellen bezahlt wird. Und die Genießer bevorzugen die anerkannt guten, unabhängigen Abfüllungen dieser Brennerei.

Bei den drei Abfüllungen von Ben Wyvis, Killyloch und Glenflagler ist es jedoch anders. Hier waren es im Vergleich zu Port Ellen so wenige Fässer, dass der Preis für die Sammler in den Himmel wuchs. 600 bis 1.200 Euro waren für diese Flaschen 2003 anzulegen.

Diese Tendenz, für Originalflaschen Traumpreise zu verlangen und auch zu bekommen,



hat manche Brennerei dazu bewogen, alte Fässer von unabhängigen Abfüllern zurück zu kaufen und unter Originallabeln abzufüllen.

Es gibt fast keine der großen Brennereien, die dies nicht schon einmal gemacht hätte.

Und Sie als Sammler? Welche Strategie sollen Sie einschlagen, um möglichst preiswert an Ihre Flaschen zu kommen?

Sammeln Sie die alten Kataloge von The Whisky Store und vergleichen Sie von Jahr zu Jahr die Preise der Flaschen von geschlossenen Brennereien. Macht sich ein deutlicher Anstieg von einem Katalog auf den nächsten bemerkbar, so ist es allerhöchste Zeit, die Flaschen zu erwerben.

Besser ist es jedoch, sich die Schließungsdaten der Brenne-



reien zu notieren und diese mit den Jahrgängen der angebotenen Flaschen zu vergleichen. Wurde eine Brennerei wie z.B. Glen Albyn 1983 geschlossen und werden derzeit 74 bis 78er Jahrgänge angeboten, so haben Sie noch Zeit.

Ganz anders ist es mit Flaschen der Brennerei North Port in Brechin. Hier bieten nur noch sehr wenige unabhängige Abfüller Flaschen an und die stammen bereits von 1981. 1983 wurde die Brennerei geschlossen.

Wenn man eine Flasche haben möchte, so ist es höchste Zeit für einen Kauf. Kommen erst die Flaschen aus dem letzten Jahr vor der Schließung zur Abfüllung, wird der Preis massiv ansteigen.



Klar und rein

Warum Wodka Whiskyge- nießern nicht schmeckt

Wer kennt Sie nicht, die *eiskalten* Wodkareklamen aus dem Fernsehen. Die Flasche ist farblos und klar, das Etikett blau und die Präsentation der Flasche findet in einer arktisch weißen Umgebung statt.

Alles an dieser Werbung vermittelt Kälte, Sauberkeit und klaren Alkohol. Wo ist der Genuss? Wo ist die Wärme des sinnlichen Getränks? Man sieht keine Menschen. Wo sind wir Genießer?

Wodka (russisch: Wässerchen) scheint nicht von unserer Welt zu stammen. Dabei hat der moderne Wodka mit unserem Whisky sehr viel gemeinsam.

Um Alkohol herzustellen benötigt man Zucker, der nach der alkoholischen Gärung zu hochprozentigem Alkohol gebrannt wird. Ursprünglich wurde Wodka aus Kartoffeln hergestellt. Durch langes Kochen wurde die

Stärke in der Kartoffelknolle in Zucker gespalten. Dieser lässt sich prima vergären. Anschließend wird gebrannt und schon kann man den Wodka in Flaschen abfüllen.

Das EU Wodka-Gesetz von 1989 besagt jedoch nur, dass der Alkohol im Wodka landwirtschaftlichen Ursprungs sein muss. Es gibt - und damit wird auch geworben - Wodka aus Getreide. Damit könnte man Wodka mit Whisky durchaus vergleichen.

Aus dem Gesetz geht jedoch auch hervor, dass der im Wodka enthaltene Alkohol möglichst neutral sein soll, was bei Verwendung von Industrialkohol (extra fein filtrierter Sprit oder Primasprit) bereits gegeben ist.

Neben der extrem hohen Destillation auf über 95% (was z.B. im USA Wodkagesetz steht), hat man die verschiedensten Verfahren zum ‚Weichmachen‘ entwickelt. Z.B. das Oxy-Esterator-Verfahren, bei

dem der Alkohol über ein silberbeschichtetes Material läuft oder das Zusetzen von Kaliumpermanganat in essigsaurer Lösung mit nachfolgender Ausfällung mittels Natriumcarbonat.

Dies ist der wichtigste Unterschied zwischen Wodka und Whisky. Während man beim Wodka auf eine möglichst hohe Destillation zum Zurückhalten jeglichen Eigengeschmacks der Zutaten Wert legt und sogar in manchen Ländern eine sehr

hohe Mindestdestillationsstärke vorgeschrieben ist, ist es beim Whisky genau andersherum.

Man begrenzt die Alkoholstärke der Destillation nach oben, um den Eigengeschmack im Destillat zu bewahren und schreibt ausschließlich Getreide als Rohstoff vor. Für besondere Whiskys wie amerikanische Rye Whiskys oder schottische Single Malt Whiskys wird sogar das Getreide vorgeschrieben, aus dem der Whisky hergestellt werden muss.

Ganz im Gegenteil der Wodka: Alles aus der Landwirtschaft darf drin sein! Es muss nur hoch genug destilliert werden, dann ist es auch Wodka. Das Märchen von der vergorenen Schuhsohle könnte also wahr sein, wenn die Schuhsohle aus echtem Kuhleder bestand <Scherz>.

Was kann man nun mit weichem, neutral schmeckendem Wodka anfangen? Sicherlich sind die billigsten Marken aus dem Supermarkt sehr gut dazu geeignet, Suchtbedürfnisse zu



befriedigen, ohne an einer alkoholischen Fahne gleich erkannt zu werden.

Doch sprechen wir lieber von Markenflaschen. Was unterscheidet die Wodka-Marke A von der Marke B? Durch die hohe Destillation und die allgemein verwendete Weichmacherei sind die Unterschiede zwischen zwei Marken, im Vergleich zu den Unterschieden zweier Whiskys, minimal.

Deshalb erlaubt das Wodka-Gesetz eine Aromatisierung gemäß der Aromenverordnung von 1998. Nach dieser Verordnung dürfen cumarinhaltige Gräser, wie Büffelgras und Mariengras, zur Aromatisierung verwendet werden. Der Zusatz anderer natürlicher Aromastoffe, wie z.B. Vanille, Zitrus oder Himbeeren, ist zusätzlich erlaubt.

Whisky darf dagegen keine Aromastoffe enthalten. Selbst dem kanadischen Whiskey, dem im Heimatland bis zu 9,09% Aromastoffe zugesetzt werden dürfen, wurde in der EU dieser

Zusatz verboten.

Durch die Aromazusätze und die damit verbundenen grellen Farben hat sich der moderne Wodka vom reinen Alkohol zum Designerprodukt entwickelt, der besonderen Zuspruch bei Jugendlichen findet.

Dagegen steht der im Eichenfass gereifte Whisky für Natürlichkeit, Ursprünglichkeit und authentischen Geschmack.



Diese klassischen Werte, für die unser Whisky steht, sind für Jugendliche noch nicht wirklich interessant.

Jeder Whisky schmeckt auf seine ganz natürliche Weise anders. Besonders die geschmack-

liche Abwechslung in einzelnen Whiskysorten ist das, was der Genießer am heutigen großen Whiskyangebot so liebt. Ohne Whisky wäre die Welt ein ganzes Stück ärmer.



Lagerhäuser Ardmore



Jede Whiskyflasche hat ihre Geschichte

Meine Scotch Whiskys

Wenn sich zwei Whiskyfreunde treffen, dann kommt das Gespräch ziemlich bald auf den Inhalt der eigenen Bars. Was steht drin? Warum gerade diese? Was ist schon alle und was sind die Flaschen, die ewig halten? Heute möchte ich Ihnen den schottischen Teil meiner privaten Whiskybar vorstellen.

Seit fast einem Jahr steht bei mir eine 18-jährige Chivas Regal Flasche. Sie ist nicht richtig leer aber auch nicht mehr richtig voll. Warum hatte ich sie geöff-



net? Wie so oft hängt die Entscheidung eines Menschen an der Optik, die eine Flasche bietet. Diese Chivas Flasche ist so, wie ich mir eine Whiskyflasche vorstelle. Sie ist dick, leuchtet golden und sie ziert ein komplexes, silbrig schimmerndes Etikett. Leider überzeugte mich der Inhalt der Flasche nicht. Der enthaltene Malt schmeckt sehr gut, aber der Grainwhisky gibt diesem Blend eine giftige Note im Abgang, wie ich sie nicht mag. Ich hätte es vorher besser wissen sollen. Trägt ein Blend zu viel Grainwhisky in sich, so mag ich ihn nicht. Der Johnnie Walker Blue war da ganz anders.

Doch der Malt Whisky in diesem Chivas stammt vorwiegend von der feinen Brennerei Strathisla. Seit ich 1990 zum ersten Mal eine Flasche Strathisla 15 Jahre von Gordon & MacPhail probierte, hält mich diese Brennerei gefangen. Deshalb steht neben diesem Chivas



in meiner Bar auch ein Strathisla 40 Jahre, ebenfalls von Gordon & MacPhail. Tiefdunkel schimmert dieser im Sherryfass gereifte Whisky in der nur noch wenig gefüllten Flasche. Obwohl ich diese Flasche später als den Chivas erworben habe, ist sie deutlich leerer. Es ist ein Traum von einem weichen, harmonischen und seidigen Sherryfass gereiftem Whisky. Da greift man gerne zu.

Verdeckt von diesen beiden Flaschen steht ein Bruichladdich Krug von 1984. Dieser Krug war für meine individuellen Geschmacksnerven die Enttäuschung der letzten Jahre. Manche mögen sagen, dass diese Abfüllung einen trockenen Charakter hat. Ich halte das für geprahlt. Sie ist sauer! Ein Zwischending zwischen Zitrone und Essigsäure. So etwas Saures habe ich in einer Whiskyflasche bislang noch nie gefunden. Trotz 18 Jahren Alter ist der Malt extrem hell. Das war bestimmt ein 3rd Fill Ex-



Bourbonfass. Ich nehme mir immer vor, einmal den pH-Wert dieses Whiskys zu messen. Er wird bestimmt bei 3 liegen. Da ich nichts wegschütten kann, mische ich mir hin und wieder diesen Malt mit einem kräftigen Schuss eines kräftigen Lusteau Oloroso Sherry. Bitte lassen Sie sich durch dieses Urteil von dieser Brennerei nicht abschrecken. Der 15-Jährige ist ein Traum von einem Malt und der 10-Jährige bietet gute Qualität zu einem angemessenen Preis.

Gleich neben diesem Krug steht ein Port Ellen von McGibbon's Provenance. Diese Flasche ist rauchig. Überraschend rauchig für einen Port Ellen. Meeresaromen, aromatischer Rauch aber auch leichte Traubennoten des zur Reifung verwendeten Sherryfasses erscheinen am Gaumen. Kräftig intensiv aber auch ausgewogen. Neben dem Strathisla 40J gehört er sicherlich zu den Besten meiner geöffneten Flaschen. Nur ganz selten genehmige ich



mir einen Dram aus dieser Flasche, da ich weiß, dass nichts mehr nachkommt. Port Ellen ist am Versiegen.

Neben dem Port Ellen klafft eine Lücke. Hier stand bis gestern ein Wilson & Morgan House Malt. Mit etwas Phantasie kann man diesen jungen, rauchigen Islay Malt - im Moment ist es wohl ein Caol Ila - mit dem Port Ellen vergleichen. Natürlich ist er mit 9 Jahren viel jünger und auch die Brennart von Caol Ila macht ihn ölig. Doch wenn er weitere 12 Jahre wie der Port Ellen hätte lagern

dürfen, wäre ebenfalls ein edler Single Malt daraus geworden. Sehr süffig war der Wilson & Morgan. Selbst am nächsten Morgen, nach zweimal Zähneputzen, spürt man noch ganz leicht die Überreste dieses Malts im Mund.



Durch die entstandene Lücke sehe ich in der zweiten Reihe wieder den Glenfarclas 1990 Clubwhisky aus dem Jahr 2003. Auch diese Flasche neigt sich langsam dem Ende zu. Genauso wie die aktuelle Clubflasche Glenrothes

1992. Da schleicht sich ein Gedanke ein: War die neue Clubflasche so viel besser als die Alte? Warum sind beide Flaschen etwa gleich leer? Hätte die Neue nicht noch voller sein müssen? Die Entwarnung kommt gleich hinterher. Die Glenfarclas Clubflasche ist bereits die Zweite. Es ist der Überrest einer Flasche, die wir zum betriebsinternen Sommerfest ausgeschenkt hatten. Doch der niedrige Füllstand des Glenrothes 1992 überrascht trotzdem. Auch hier findet sich



die Erklärung schnell: Ich erinnere mich an ein paar Freunde, die uns im Spätsommer besuchten. Ihnen mundete dieser Malt besonders gut.

Vom betrieblichen Sommerfest sind noch drei weitere Flaschen übrig geblieben. Speyburn 10 Jahre, Glenfiddich 15 Jahre und Dalwhinnie 1986 Oloroso Maturation. Warum hatten wir gerade diese Flaschen zum Sommerfest ausgewählt? Den

Speyburn gab es kurz vorher im Sonderangebot und damit gingen die vielen Flaschen der Palette im Betrieb durch alle Hände. Die schöne Metalldose tat ihr übriges und so war jeder an diesem Malt interessiert. Und den Glenfiddich 15 Jahre, warum diesen? Wenn man genau hinsieht, hat die Flasche einen leichten Sprung am Hals. Sie ist nicht kaputt. Aber einen Transport hätte die Flasche ver-

mutlich nicht überlebt. Da hatte sie wohl jemand beim Versand vorsichtshalber aussortiert und so landete sie auf den Tischen des Sommerfestes.

Der Dalwhinnie 86 Distiller's Edition versetzt mich in Erstauen. Trotz Nachfragens konnte sich niemand daran erinnern, warum er geöffnet wurde. Trotzdem ist die Flasche fast leer, wogegen der Glenfiddich und der Speyburn noch halbvoll sind. Nicht nur beim Sommerfest hatte man dem Dalwhinnie am stärksten zugesetzt. Auch bei mir zu Hause greift man bevorzugt zu dieser Flasche. Ich merke das auch an mir selbst. Sie ist eine versteckte Perle unter den Malts. Ein Blick in die Verkaufszahlen bestätigt mir dieses Bild. Die Absatzzahlen dieses Malts zeigen steil nach oben. Über 1.000 dieser Flaschen haben 2006 bei uns ihren Käufer gefunden. Wenn Sie nicht wissen, was Sie um 50 EUR dieses Jahr verschenken sollen, so greifen Sie hier zu. Falsch machen können Sie

bei dieser Flasche nichts. Vom Whiskyexperten bis zum Whiskyneuling kommt diese Flasche, wie selten eine Zweite, gut an.

Über die weiteren, nicht schottischen Flaschen in meiner Bar, werde ich Ihnen ein andermal berichten. An jeder Flasche hängt eine kleine Geschichte. Und wenn die Flasche längst leer ist, so bleibt uns die Geschichte doch im Gedächtnis bewahrt. Und hat man genügend dieser Geschichten gesammelt, so wird man vom Einsteiger zum Experten.



Die Reihenfolge der Single Malt Whiskys

Was ist besser als Single Malt?

Oft werde ich von meinen Kunden gefragt, ob es einen besseren Whisky als Single Malt Whisky gäbe. Die Antwort lautet erstaunlicherweise: Ja - Single Malt.

Lassen wir die Haarspaltereien weg und betrachten eine normale Flasche Single Malt, wie es sie an jeder Ecke gibt: ‚GlenPardon 8 Jahre alt, 40%, Single Malt Whisky.‘ Diese Flasche ist der unterste Einstieg in die Welt des Single Malt Whiskys. Der Name ist eine Handelsmarke und hat nichts mit einer real existierenden Brennerei in Schottland zu tun. Auch das Herkunftsland ist bei dieser Massenware nicht immer angegeben. Wenn man Pech hat, kommt der Inhalt dieser Flasche aus Indien. Man muss das Etikett vor dem Kauf genau lesen.

Der unverbindliche Name hat jedoch Vorteile in Sachen Preis.

Der Abfüller kann sich die billigsten Überschussmengen auf dem Whiskymarkt zusammensuchen und abfüllen. Er darf aber nicht zwischen Fässern verschiedener Brennereien mischen! Das verbietet der Zusatz Single Malt und unterscheidet diese Flaschen von den zahlreichen Blended Whiskys im



Regal daneben.

Die nächste Stufe in der Hierarchie der Single Malts ist eine Flasche wie z.B. Auchentoshan Select 40% oder Bowmore Legend 40%. Beide Single Malt Whiskys tragen einen existierenden Brennereinamen. Auchentoshan in den Lowlands liegt gleich außerhalb der Stadtgrenze von Glasgow und Bowmore ist die Brennereiperle auf der inneren Hebrideninsel Islay. Im Gegensatz zu unserer Noname-Flasche aus dem ersten Abschnitt fehlt beiden Flaschen eine Altersangabe auf dem Etikett. D.h. im Klartext: Man hat junge Single Malt Whiskys abgefüllt, die gerade das Stadium der Unreife hinter sich gelassen haben. Von einem richtig gut gereiften Single Malt sind sie aber noch ein gutes Stück entfernt.

Aus mehr als 50 schottischen Malt Whisky Brennereien stammt das große Feld der 10 und 12-jährigen Single Malts wie z.B. Laphroaig 10J, Glen-



morangie 10J, Cragganmore 12 Jahre und Macallan 12 Jahre. Alle werden mit jeweils 40% Alkoholgehalt abgefüllt. Wenn allgemein von Single Malts gesprochen wird, so meinen wir in der Regel diese Flaschen. Die bekanntesten dieser Single Malts bringen es auf 2 bis 10 Mio. verkaufte Flaschen pro Jahr.

Der Alkoholgehalt eines Whiskys beträgt laut Gesetz mindestens 40%. Doch höhere Prozente bedeuten in der Praxis besseren Geschmack. Schließlich ist mehr Whisky und weni-

ger Wasser in einer Flasche mit 43% als in einer mit 40%. Und wenn einem der 43% Malt zu alkoholisch schmeckt, so kann man ja mit stillem Wasser selbst weiter verdünnen.

Früher war es üblich, dass die Brennereien, die etwas auf sich hielten, ihre Malts mit 43% abfüllten. Die Konkurrenz ist jedoch größer geworden und der Staat verlangt auf die höheren 3% zusätzliche Alkoholsteuern. So haben sich die 10 bis 12-jährigen Malts mit 43% nur in den 1 Literflaschen, vornehmlich für den Travel-Value Bereich (Duty-free), gehalten. Z.B. Glenmorangie 10J 1 Liter 43% oder Speyburn 10J 43%.

Auf jeden Fall sollten Sie Ihre Auswahl innerhalb der 10 bis 12-jährigen Single Malts nicht nach dem Alter treffen. Zwei Jahre Unterschied im Alter bedeuten bei Single Malts nichts. Zu groß sind die Unterschiede zwischen den Brennverfahren und den Fasstypen, als dass hier zwei kurze Jahre einen Quali-



tätsunterschied ausmachen.

Wenn wir von steigendem Alkoholgehalt sprechen, so dürfen wir nicht die vielen jungen, frisch eingeführten Single Malts mit 46% außer Acht lassen. Ardbeg TEN 10J 46%, Bruichladdich 10J 46% und Springbank 10J 46% sind typische Vertreter dieser neuen Klasse von Single Malts.

Sie werden seit wenigen Jahren nicht kühlgefiltert abgefüllt. Normaler Malt Whisky wird vor der Filterung auf 0 bis 4 Grad Celsius abgekühlt und durch einen etwa 20 Lagen



starken Papierfilter gepresst. Durch die Abkühlung flocken kleinste Schwebeteilchen im Whisky aus und werden vom Filter zurückgehalten. Der Malt Whisky schmeckt dadurch milder und eine Abkühlung auf Eis führt nicht mehr zum Eintrüben des Malts. (Ein Servieren auf Eis soll es tatsächlich immer noch in unwissenden Bars geben). Erhöht man statt dieser Filterung den Alkoholgehalt des Malt Whiskys auf 46%, so findet die Eintrübung nicht statt. Der höhere Alkoholgehalt kann diese sonst ausflockenden

Stoffe auch bei Abkühlung in Lösung halten.

43% Alkoholgehalt hat es aber schon immer bei höherwertigen und länger gereiften Single Malt Whiskys gegeben. Glenlivet 18 Jahre oder Glenfarclas 17 Jahre werden auch 2007 noch mit etwas stärkeren 43% abgefüllt. Man ist von Herstellerseite aus nicht so kleinlich, wie bei den Einsteiger-Flaschen. Beim Preis von rund 50 EUR pro Flasche spielt die Alkoholsteuer für zusätzliche 3% keine große Rolle mehr.

Wer nun nicht so sehr in Richtung ältere Whiskys schaut und sich mehr für kräftigere, intensivere Malt Whiskys interessiert, für den halten die Brennereien ein kleines Segment an High-Proof Flaschen vor. Glenfarclas 105 60% und Bowmore Cask Strength 56% sind typische Vertreter. Bewusst verwende ich hier den Ausdruck High-Proof und nicht Cask Strength, wie es die Bezeichnung des Bowmore uns suggerieren will. Diese Fla-



Etikett angegebene Stärke herunter. Eine Besonderheit stellt jedoch der Aberlour A'bunadh dar. Bei ihm werden immer eine größere Menge Fässer (Batch) miteinander gemischt und für den sich so ergebenden Alkoholgehalt werden Etiketten und Verpackungen extra bedruckt.

Die nächste Stufe ist eine logische Kombination aus den beiden vorhergehenden: Whisky in High-Proof mit Angabe des Alters. Es gibt nicht viele davon, aber Springbank 100 Proof 10 Jahre 57% und Laphroaig 10 Jahre 55,7% sind zwei Vertreter dieser Gruppe.

Damit schließt der erste Teil der Vorstellung der verschiedenen Single Malt Whisky Typen ab. Im Wesentlichen haben wir über Single Malts bis zu maximal 50 EUR/Flasche gesprochen. Der nächste Beitrag enthält die Fortsetzung, die sich mit älteren und teureren Single Malts bis hinauf zu mehreren 1.000 EUR befasst.

schen enthalten nämlich keine Whiskys in Fassstärke. Diese würde bei solch jungen Whiskys noch etwas höher ausfallen.

Und - das ist das Wichtigste - die Alkoholstärke wäre bei jedem abgefüllten Fass leicht unterschiedlich. Auch wenn man mischen würde, ergäben sich immer leicht verschiedene Alkoholstärken zwischen den Chargen. Da sich dies nicht mit vorgedruckten Etiketten vereinbaren lässt, verdünnt man bei den jeweiligen Brennereien den Single Malt bis auf die auf dem

Die Reihenfolge der Single Malt Whiskys

Teil 2: Seltene und teure Single Malts

Im ersten Teil dieses Beitrags haben wir Single Malt Whiskys der Originalabfüller (Brennereieigentümer) mit Preisen von bis zu 50 EUR in Gruppen eingeteilt. Heute gehen wir den zweiten und letzten Schritt bis zu den teuersten Flaschen.

Vor dem Malt Whisky Boom, der etwa 2005 begann, funktionierte die Whiskywirtschaft anders. Single Malt Whisky machte nur 1 bis 2% der gesamten schottischen Whiskyproduktionsmenge aus. Die Malt Whiskybrennereien sicherten sich ihr Leben und Überleben mit der Produktion von Malt Whiskys für die Blended Whiskyindustrie. Unabhängige Firmen kauften Whiskyfässer so ein, dass die Mischung der verschiedenen Malts mit Grainwhisky (aus Weizen) zu einem bestimmten, gewünschten Geschmack führten.

Spezialisten wussten schon seit mehr als Hundert Jahren, dass der Inhalt einzelner Malt Whiskyfässer bestimmter Brennereien deutlich besser schmeckte, als die Blended Whiskys, die für die Massen daraus produziert wurden. Für Generationen dümpelte dieses Wissen vor sich hin und sehr wenige Single Malt Whiskys schafften den Export. Sei es lediglich nach England, Europa oder in die neue Welt. Das hat sich heute glücklicherweise geändert.

Unabhängige Abfüller gibt es mittlerweile viele. Doch nur eine Handvoll (z.B. Signatory, Douglas Laing (McGibbon's) und Gordon & MacPhail) haben große Lager mit mehr als 10.000 Fässern, aus denen eine wunderbar schmeckende Auswahl für Abfüllungen getroffen werden kann.

Beginnen wir mit den preiswerten und relativ jungen Abfüllungen im Alter von 10 bis

rund 18 Jahren. Die Besonderheit ist die Abfüllung unter Angabe des Destillationsjahrgangs. Z.B. Rosebank Connoisseur's Choice 1990 40% oder Dalmore McGibbon's Provenance 1992 46%. Beide Abfüllungen stammen nicht aus Einzelfässern sondern wurden aus mehreren Fässern des entsprechenden Jahrgangs gemischt und abgefüllt.

Während bei Gordon & MacPhail (Conn. Choice) in der Regel 5 bis 8 Fässer zur Abfüllung gemischt werden, so sind es bei der McGibbon's Serie von Dou-

glas Laing meist weniger. In diesem Fall gerade einmal zwei Fässer. Die McGibbon's Abfüllung hat noch einen weiteren Vorteil: Der Malt Whisky wird vor der Abfüllung nicht kühlgefiltert sondern naturbelassen.

Eine höhere Art der unabhängigen, jungen Single Malt Whiskys ist die Einzelfassabfüllung. Am konsequentesten wird dies vom unabhängigen Abfüller Signatory Vintage durchgeführt. Nahezu alle Abfüllungen werden mit Destillations- und Flaschenbefülldatum unter Angabe der Einzelfassnummer versehen.

Die nächste Stufe der Single Malt Whiskys, und damit Preise von rund 100 Euro pro Flasche, wird über das Alter und/oder einen höheren Alkoholgehalt erreicht. Dieses Segment war bis vor fünf Jahren fast ausnahmslos in der Hand der unabhängigen Abfüller. Doch die Brennereieigentümer bzw. die Konzerne haben die hohe Qualität und die erzielbaren Preise inzwischen



erkannt. Wann immer Sie eine Single Malt Whisky Flasche mit einem Jahrgang von 1970 bis 1986 und einem ungeraden Alkoholgehalt vor sich halten, haben Sie fast den Olymp des Single Malt Whiskys erreicht.

Doch auch hier gibt es noch Unterschiede. Signatory Vintage füllt nur Einzelfassabfüllungen ab. Wogegen die Rare Malts Selection Serie des Konzerns Diageo wieder mehrere Fässer gemeinsam abfüllt. Doch der Alkoholgehalt wird naturbelassen und so ungerade wie er ausfällt auf dem Etikett

vermerkt.

Früher füllten die Brennereien ihre alten Single Malts mit Altersangabe und normalisiertem Alkoholgehalt von 43% ab. Typische Vertreter dieser Single Malt Gattung sind Macallan 25 und 30 Jahre, Glenfarclas 25 und 30 Jahre sowie Glenfiddich 30 Jahre.

Doch die Zeit ist auch bei diesen Brennereien nicht stehen geblieben. Mehrere Brennereien sind auf den Zug aufgesprungen und füllen ihre alten Fässer in gleicher Weise wie die unabhängigen Abfüller ab. Der Alkoholgehalt wird manchmal naturbelassen und manchmal noch reduziert. Die Liste der so abfüllenden Brennereien wird ständig länger. Z.B. Glenrothes 1979 55,2%, Glenfarclas 1979 54% und Balvenie 1972 49,4% sind typische Vertreter dieser frisch aufgestellten Brennereien.

Will man noch exquisiter als die zuvor beschriebenen Abfüllungen werden, so muss man zu



älteren Jahrgängen wechseln. Vor allem der sich schon lang im Markt etablierte unabhängige Abfüller Gordon & MacPhail kann mit uralten Abfüllungen glänzen. Abfüllungen aus den 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts stellen für ihn kein Problem dar. Leider sind die meisten dieser Flaschen im Alkoholgehalt auf 40% reduziert. Doch es gibt löbliche Ausnahmen. Z.B. den Strathisla 1955 59,2% aus der Private Collection von Gordon & MacPhail zu 398 EUR (Stand 2005).

Den größten Schatz dieser alten Fässer besitzt jedoch die Firma Duncan Taylor. Über 4.000 Fässer aus den 60er Jahren warten dort auf die Abfüllung in der Peerless Collection (heute Duncan Taylor). Der Alkoholgehalt ist durch Verdunstung meist schon auf knapp über 40% abgesunken. Die Preise für diese Flaschen rangieren zwischen 150 und 200 EUR.

Als Olymp der Single Malt Whisky Abfüllungen werden

die uralten Fassstärkeabfüllungen der Brennereien im Original gefeiert. Glenfiddich 1965 47,3%, Bowmore 1964 42,9% oder Macallan 1961 54,1%. Die Preise für diese Flaschen beginnen deutlich jenseits der 1.000 EUR und erreichen nicht selten 2.000 EUR und mehr.

Doch kein Glanz ohne Schatten. So wurde im Jahr 2004 bekannt, dass einige Flaschen von Macallan von kriminellen Zeitgenossen wiederbefüllt wurden. Andere Brennereien hatten zwar nicht mit Fälschungen zu kämpfen. Doch hinter den uralten Abfüllungen mancher Brennerei verbarg sich ein Rückkauf eines alten unabhängigen Fasses durch die Brennerei selbst. Wurde man im ersten Fall glatt geprellt, so hätte man die gleiche Whiskyqualität auch von dem unabhängigen Abfüller zum Bruchteil des Preises erwerben können.

Warum gibt es diese Schattenseiten beim Single Malt Whisky? Bleiben wir realis-

tisch. Ein Single Malt Whisky aus den 60er Jahren ist von der Herstellung her nicht viel teurer als ein junger, 12-jähriger Malt. Rechnet man 50% Verdunstung und 30 Jahre Qualitätskontrolle nebst Versicherung auf den Preis hinauf und gönnt sich eine stolze Kapitalverzinsung, so lässt sich nur schwer ein höherer Preis als 100 bis 150 EUR pro Flasche rechtfertigen.

Da jedoch vor allem Sammler bereit sind, diese hohen Preise

für Originalflaschen zu zahlen, füllt man solche ab und verkauft sie teuer jenseits der 1.000 EUR Marke.

Der Kunde verlangt es und deshalb wird es gemacht.

The Whisky Store bietet das volle Sortiment von der einfachen Originalabfüllung bis hin zur 3.000 EUR teuren Sammlerflasche an. Für jede Flasche im Sortiment gibt es einen guten Grund. Keine einzige wollen wir missen.



Klassifizierung von Single Malt Whiskys

Whiskys für Einsteiger und Fortgeschrittene

Es erreichen uns viele Anfragen, welche Single Malts man nun als Einsteiger in seine private Whiskybar aufnehmen sollte. Auch Fortgeschrittene machen sich massiv Gedanken, bevor sie sich zu einer Ausgabe von 100 Euro oder mehr hinreißen lassen.

Doch darf man nicht nur die Unterscheidung zwischen Einsteiger und Fortgeschrittenen oder preiswert und exklusiv treffen. Der Geschmack der Whiskygenießer fällt sehr unterschiedlich aus. Die Einen bevorzugen sehr rauchige Single Malts. Die Anderen können mit diesem Torf gar nichts anfangen - ja für sie schmeckt der Torfrauch eher abstoßend.

Auch die Fassreifung scheidet die Geister. Während für einen Teil der Genießer der Geschmack fruchtig-süßer europäischer Sherryfässer das Höchste bedeutet, bevorzugen andere Gourmets mehr trockene Single Malts, die

mit dem zarten Aroma von Ex-Bourbonfässern aus amerikanischer Weißeiche angereichert sind.

Diese grundlegenden Einflüsse lassen sich als Spalten und Zeilen in der unten gezeigten Tabelle auftragen.

Es lässt sich darüber diskutieren, ob ein Einsteiger nur preiswerte Whiskys trinkt. Das ist natürlich nur in einem Teil der Fälle richtig. Allerdings tendieren viele Neueinsteiger dazu, ihre Ausgaben finanziell zu begrenzen. Das ist ein ganz logisches Verhalten, da anfängliche Fehlgriffe damit nicht so teuer werden.

Mit zunehmender Erfahrung ist dann der Genießer eher bereit, für eine besondere Flasche

einer bereits mehrfach probierten Brennerei mehr Geld auszugeben.

Natürlich ist die Klassifizierung von schottischen Single Malt Whiskys nicht so gradlinig, wie es die unten gezeigte Tabelle vorgibt. Z.B. kann ein Whisky zartrauchig oder extrem rauchig sein. Je nachdem wie lange das Malz über Torfrauch gedarrt wurde.

Auch der Fasseinfluss variiert nach der Häufigkeit der Fassverwendung. So werden Fässer mehrfach für die Whiskyreifung verwendet. Fällt eine Erstreifung noch ziemlich kräftig aus, so kann ein drittbefülltes Fass nur noch wenig Aroma an einen Whisky abgeben, da die für rund 20 Jahre zuvor gelagerten Whiskys den überwiegenden Teil der

Aromen bereits dem Holz entzogen haben.

Auf der folgenden Seite füllen wir Ihnen die unten gezeigte Tabelle mit typischen Vertretern der Kategorien (Stand 2005).

Doch seien Sie nicht überrascht, wenn die Single Malts innerhalb einer Tabellenzelle trotzdem noch unterschiedlich schmecken.

Allen Klassifizierungsversuchen zum Trotz lässt sich schottischer Single Malt Whisky nicht in eine Tabelle pressen. Jede Brennerei brennt unterschiedlich und das Naturprodukt Holz lässt jedes Fass anders reifen. Betrachten Sie diese Tabelle lieber als Ausgangspunkt für Ihre Reise durch die schottischen Malt Whisky Brennereien.

Nachtrag 2007: Nicht alle der in der Tabelle auf der folgenden Seite aufgeführten Single Malt Whiskys sind noch auf dem Markt erhältlich.

| | Amerikanische Weißeiche | Amerikanische Weißeiche mit Rauch | Europäische Eiche mit Sherry oder Port | Europäische Eiche mit Sherry/Port und Rauch |
|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|--|---|
| Einsteiger (preiswert) | | | | |
| Fortgeschritten (mittlerer Preis) | | | | |
| Experte (Hochpreis) | | | | |

| | Amerikanische Weißeiche | Amerikanische Weißeiche mit Rauch | Europäische Eiche mit Sherry oder Port | Europäische Eiche mit Sherry/Port und Rauch |
|--|--|---|--|---|
| Einsteiger (preiswert) | Glenmorangie 10J , Glenkinchie 10J , Glengoyne 10J | Ledaig Peaty , Finlaggan , Laphroaig 10J | Macallan 10J , Isle of Arran , Aberlour 12J | Bowmore Legend , Bowmore 12J |
| Fortgeschritten (mittlerer Preis) | Glenfiddich 18J , Macallan Fine Oak 15J , Balblair 16J | W&M House Malt , Ardbeg 10J , Laphroaig 15J | Macallan 12J , Glendronach 15J , Edradour 10J | Highland Park 18J , Bowmore 17J , Bowmore Darkest |
| Experte (Hochpreis) | Bruichladdich 1984 , Balvenie 25J , Cragganmore 29J-1973 | Ardbeg 25J , Caol Ila 25J , Laphroaig 30J | Auchentoshan 31J-1973 , Royal Lochnagar Selected Reserve , Strathisla 1955 | Talisker 20J , Bowmore 25J , Mortlach 16J |

Urlaub in Schottland

Kleiner Ratgeber für das Verreisen nach Schottland

Die Reisezeit steht vor der Tür und uns erreichen mehr und mehr Anfragen, wie man denn Schottland am Besten bereist. Viele Wege führen nach Rom und auch die Reise nach Schottland kann auf den verschiedensten Arten erfolgen.

Meine ersten Reisen nach Großbritannien fanden als Student statt. Zu Viert im eigenen Auto ging es per Kanalfähren auf die Insel und dann über die Autobahnen zu den eigentlichen Zielen. Zur Übernachtung wurden regelmäßig Campingplätze aufgesucht. Nur wenn der Regen zu stark war, leisteten wir uns den Luxus einer Bed & Breakfast Übernachtung.

Nach der geschafften Berufsausbildung zog es mich wieder nach Schottland. Erneut mit dem Wagen aber diesmal schneller mit dem Hovercraft. Diese Luftkissenboote ver-

kürzten die Reisezeit ungemein und sie waren damals - obwohl ganz schön teuer - noch deutlich preiswerter als ein Flug. Heute hat der Zug durch den Kanaltunnel den Hovercraft ersetzt. Das gilt sowohl zeitlich als auch im Bezug auf die Kosten.

Mit steigendem Einkommen verzichteten wir auch nur allzu gerne auf die mitunter doch recht feuchte Zelterei und suchten regelmäßig Bed & Breakfast Häuser zur Übernachtung auf.

Was damals galt, gilt auch heute noch. Bed & Breakfast ist eine sehr bequeme Art der Übernachtung in Großbritannien. Mit 25 bis 30 Pfund (35 bis 45 EUR) pro Person (Stand 2007) und Nacht ist es nicht gerade billig. Aber fast immer ist ein nachmittäglicher Tee mit einfachem Gebäck und ein ausführliches, warmes Frühstück im Preis mit eingeschlossen. Rechnet man diese Speisen mit ein, so erscheint B&B gar nicht mehr so teuer. Wichtig bei Bed & Breakfast ist die frühzeitige

Suche nach einem Quartier am Nachmittag.

In jedem kleinen Städtchen gibt es viele Dutzend Häuser, die mit einem B&B-Schild an der Straße auf Kunden warten. Lassen Sie sich vom Äußeren leiten. Gepflegte Blumen und Rasen lassen auch auf ein gepflegtes Innenleben schließen. Erwarten Sie keine Modernität. Der Brite lebt gerne viktorianisch oder georgianisch. Man legt Wert auf das Detail. Und dazu gehört eine rosa Tagesdecke über dem Bett mit Rosenmotiven genauso dazu, wie die abgestimmte Tapete und das Schälchen mit duftenden Rosenblättern.

Wartet man mit der B&B-Suche in der Hauptreisezeit jedoch zu lange, so wird es schwierig und stressig. Das Quartier vor der letzten Aktivität am Tage zu suchen, hat sich aus meiner Sicht bewährt. Also stoppen Sie gegen 15:00 Uhr Ihre Fahrt und belegen Sie Ihr B&B. Nach einer Dusche und einem frischen

Tee kommt dann der gemütliche Teil des Tages. Schottland liegt weit im Norden und so ist es im Sommer noch bis spät in die Nacht hell. Da lassen sich noch tolle Spaziergänge bei tiefstehender Sonne machen.

Lassen Sie mich auch ein Wort über Hotels in Großbritannien und im Speziellen in Schottland verlieren. Ich habe wenig gute Hotels kennen gelernt. Preiswerte, gute Hotels habe ich nie gefunden. Am besten sind noch die modernen Hotelketten, die dem einzelnen Hotel einen Mindeststandard verordnen. Am schlimmsten sind alte Hotels in Großstädten. Da kann man wirklich üble Dinge in Sachen Qualität bei gepfefferten Preisen erleben.

War die Reise mit dem Wagen nach Schottland vor 10 Jahren noch die preiswerteste Art des Verreisens, so hat sich das mit dem Sinken der Flug- und Mietwagenpreise deutlich geändert. Hier ist eine kurze Vergleichsrechnung: Für eine 5.000

km weite Reise nach Schottland und zurück bezahlt man mit dem eigenen Wagen - variable Kosten wie Sprit, Reifen und Inspektionen eingeschlossen - mindestens 1.000 EUR. Rechnet man darauf noch die Fähre und die Übernachtungen auf dem Hin- und Rückweg nach Schottland oben drauf, so kann man locker auf einen Betrag von 1.500 EUR kommen.

Dem gegenüber stehen Beträge von rund 300 EUR pro Person für Hin- und Rückflug sowie etwa 300 EUR für den Mietwagen pro Woche. Bei einem 14-tägigen Urlaub fallen also auf beide Reisearten etwa die gleichen Kosten an. Man spart sich beim Flug aber die ganze Zeit hinter dem Steuer. Wer aber nicht einfach nonstop fährt, sondern die Reise bereits als Urlaub sieht, für den ist diese Art zu Reisen immer wieder interessant.

Eine Alternative ist die Benutzung einer Fähre, die bis hinauf nach Newcastle upon

Tyne führt. Man fährt abends auf dem Kontinent in die Fähre, isst hervorragend am reichlich gedeckten Buffet und geht zu Bett. Am Morgen erreicht man Newcastle und Schottland ist nur noch 100 Meilen entfernt. Billiger ist diese Alternative aber nicht wirklich.

Je öfter man in Schottland war, um so mehr entscheidet man sich für das Flugzeug und den Mietwagen. Die Welt ist schnelllebig geworden und der ‚Weg ist das Ziel‘ gilt auch nicht immer. Der Zielflughafen in Schottland richtet sich meist nach der Fluggesellschaft, die am nächst gelegenen, heimischen Flughafen abfliegt. Wer will einige Hundert Kilometer in Deutschland fahren, nur um in Schottland 100 km einzusparen? Schließlich bezahlt man den Leihwagen in Schottland nicht mehr per km sondern pauschal. Das Superbezin kostet in Schottland derzeit rund 1,40 EUR/Liter (Stand 2007).

Ein Grund für eine längere

Reise in Deutschland kann das Erreichen einer Billigfluglinie wie Ryanair sein, die nach Glasgow fliegt. Doch bislang habe ich nur eine einzige Person kennen gelernt, die wirklich für 5 EUR nach Schottland geflogen ist. Meist sind die Unterschiede zwischen Ryanair und KLM für uns in München nicht so gravierend, dass sich eine weitere Reise zu einem Ryanair Flugplatz lohnen würde. Die heutige Welt ist so marktschreierisch geworden, dass man mit billigsten Preisen wirbt und nachher oftmals ein Vielfaches davon bezahlt.

Es gibt aus Deutschland sehr wenige Direktflüge nach Schottland. Zu gering ist das Passagier-Aufkommen nach Schottland immer noch. Meist macht man Station auf einem Großflughafen wie Amsterdam, um in einen Flieger nach Schottland umzusteigen. Wer Wert auf gutes Essen legt, sei gewarnt. In den Flugzeugen gibt es, wenn man Glück hat, noch ein belegtes Brötchen.

Und an den Flughäfen ist meist Fast Food angesagt. Das mit Liebe noch zu Hause belegte Sandwich schlägt in Sachen Preis und Geschmack sämtliches Angebot auf der Billigreise. Man kann halt nicht alles haben. Billige Flüge und gutes Essen scheinen sich auszuschließen.

Welchen Leihwagen soll man nun in Schottland am Flugplatz mieten? Eine spezielle Marke kann man selten bestellen und auch ein Navigationssystem lässt sich nicht reservieren (Stand 2005).

Wer Angst vor dem Linksverkehr hat, sollte in Schottland nicht alleine fahren. Ein zweites Paar Augen hilft beim Fahren ungemein und ein hastig eingeworfenes: ‚Dort links‘, hat schon manchen Blechschaden vermieden. Und bedenken Sie: Die Schaltung des Leihwagens befindet sich links. Das ist ein merkwürdiges Gefühl. Schalten Sie doch einmal ein hiesiges Fahrzeug vom Beifahrersitz

aus. Das ist reichlich ungewöhnlich. Wer damit nicht so richtig zurecht kommt, kann in Schottland ein Automatikfahrzeug mieten. Dann ist man die ungewohnte Schaltposition wenigstens los.

Mein wildestes Autoerlebnis in Schottland fand 1990 in Glasgow statt. Am Prestwick Airport kam ich im Winter spät abends an. Es regnete ‚Hunde und Katzen‘ und ich musste mit damals noch funzeligen Scheinwerfern, auf der *falschen* Straßenseite, mit einer hakeligen Schaltung, alleine im Wagen, tief in die westlichen Highlands fahren. Da war ich doch ganz froh, als mir der Autoverleiher eine Münze in die Hand drückte und sagte: „Sie müssen über eine Mautbrücke!“

Dieses überaus freundliche Verhalten findet man überall in Schottland wieder. Auch wenn Ihr Schulenglisch bereits ein wenig eingerostet ist. Die Schotten sind überaus freundlich und hilfsbereit Fremden gegenüber.

Denn die Schotten leben von den Besuchern. Ihre Hauptwirtschaftszweige sind der Tourismus und unser Whisky. Und wenn Sie beides gemeinsam verkörpern, so hilft Ihnen jeder Schotte gerne weiter.

Wenn Sie es endlich nach Schottland geschafft haben, welche Brennerei sollen Sie besuchen? Nahezu jede Brennerei eignet sich für einen Besuch. Aber nicht alle Brennereien bieten eine Führung an. Wenn Sie sich also herumführen lassen wollen, so sollten Sie eine der großen Brennereien wie Glenfiddich, Macallan oder Glenfarclas besuchen. Hier erhalten Sie eine tolle aussagekräftige Führung. Im Falle von Glenfiddich sogar auf Deutsch. Allerdings kosten diese Führungen mittlerweile richtigen Eintritt, der beim Kauf im Shop meist rückvergütet wird.

Es geht aber auch viel privater. Wenn Sie die Kamera nicht zu weit nach vorne halten und sich langsam und vorsichtig

dem Objekt nähern, so wird sie kaum jemand vertreiben. Seien Sie nicht aufdringlich. Bleiben Sie zurückhaltend und bewegen Sie sich nicht schnell. Wenn Sie nach 17:00 Uhr zu einer Brennerei kommen, sind die offiziellen Touristenführer meist schon im Feierabend und der eine oder die zwei noch anwesenden Arbeiter interessieren sich nicht sonderlich für Sie. Solange Sie keine Hektik verbreiten, nicht über Leitern klettern und nicht hinter jede Tür sehen. Wenn der ‚Eingeborene‘ Sie für ein harmloses ‚Tier‘ hält, wird er Sie meist gewähren lassen.

Natürlich gibt es auch richtige Industriebetriebe, in die man Sie nicht zu später Zeit hinein lassen wird. Glen Grant und Glenfiddich sind solche Komplexe. Es geht in erster Linie um versicherungstechnische Auflagen, die bei Großbetrieben sehr genau eingehalten werden. Grämen Sie sich nicht. Es gibt in Schottland so viele Brennereien, dass Sie einfach die

Nächste aufsuchen können.

Und wenn Sie keine Zeit haben Schottland zu besuchen, so sehen Sie sich einfach auf unserer Homepage um. Alle schottischen Brennereien haben wir in vielen Tausend Bildern auf unserer Homepage verewigt. Schauen Sie sich um. Die 360 Grad Panoramen sind sehenswert!

Ein letztes Wort noch zum Whiskykauf in Schottland. Die britische Alkoholsteuer ist sehr hoch. Meist erhalten Sie die Whiskys bei uns in Deutschland deutlich günstiger. Die einzigen Schnäppchen, die sich machen lassen, sind teure Sonderabfüllungen. Sie sind in Schottland nicht immer - aber oft - preiswerter. Nehmen Sie sich doch einfach unseren Katalog mit und vergleichen Sie!



Die Alkoholsteuer

Verkaufshemmer oder vernünftige staatliche Regulierung? (Stand 2005)

Es gibt Länder auf dieser Erde, die haben mit Hilfe von Einfuhrzöllen haushohe Zäune um sich errichtet. Eines dieser Länder ist z.B. Mauritius. Hier beträgt der Einfuhrzoll für Autos rund 300%. Damit wird jedes Auto auf der Insel viermal so teuer wie in Europa oder Japan. Man hat zwar keine eigene Autoproduktion, aber man will den Kapitalabfluss ins Ausland verhindern. Man sieht deshalb auf Mauritius wenig Autos und die, die man sieht, sind meist unzählbar oft repariert und stammen noch aus der Nachkriegszeit.

Anders ist es in Indien. Indien ist der zweitgrößte Whiskyproduzent der Welt und schützt seine eigene Whiskyproduktion mit exorbitant hohen Einfuhrzöllen von bis zu 400% des importierten Whiskywerts. Hier geht es nicht darum, dass der

Staat hohe Einnahmen verbuchen kann, es geht vielmehr um die Abschottung des Marktes gegen Importe.

Innerhalb der europäischen Union wurde der Zoll bereits seit längerem aufgehoben. Der europäische Bürger darf seine Ware kaufen wo er will und darf sie zum Privatgebrauch über Grenzen transportieren, ohne dass ein Zöllner ihn aufhält. Sowohl für den Zoll, als auch für die Mehrwertsteuer gilt das Prinzip, dass in dem Land versteuert wird, in dem die Ware vom Händler an den Endkunden verkauft wird.

In der EU konnte keine einheitlichere Lösung gefunden werden, weil die Steuersysteme der europäischen Länder zu unterschiedlich für eine schnelle Angleichung sind. In Deutschland kann prima konsumiert werden, da die Mehrwertsteuer niedrig ist (Stand 2005!). Allerdings müssen die deutschen Bürger dafür mit höheren persönlichen Einkommensteuer-

sätzen leben.

Betrachten wir eine durchschnittliche Single Malt Whisky Flasche mit 0,7 Litern und 40% Alkoholgehalt, die in Deutschland für 39,90 EUR verkauft wird. Von diesem Verkaufspreis werden folgende Abgaben an den Staat fällig:

Die Alkoholsteuer beträgt 13,03EUR pro reinem Liter Alkohol. Damit erhält der Staat für diese Flasche $0,7\text{Liter} \cdot 40\text{Vol.}\% \cdot 13,03\text{EUR/Liter} = 3,65\text{EUR}$ Alkoholsteuer. Zusätzlich erhält der Staat noch die Mehrwertsteuer in Höhe von derzeit 19% aus dem Verkaufspreis. In diesem Fall sind dies 6,37 EUR. Von jeder Flasche erhält der Staat also 10,02 EUR oder 25,1% des Verkaufspreises.

Wie sieht es nun in unseren Nachbarländern und wichtigsten Whiskyerzeugerländern in Europa aus? In der folgenden Tabelle sehen Sie die aktuellen Steuersätze und die daraus resultierenden Abgaben für unsere größten Nachbarländer und

die oben genannte Beispielflasche zu 39,90 EUR und 40% bei 0,7 Litern Inhalt.

| MwSt. | Zoll €/l | Summe € | Prozent |
|---------------------------------|----------|---------|---------|
| Deutschland | | | |
| 19,0% | 13,03 | 10,02 | 25,1% |
| Frankreich | | | |
| 19,6% | 14,50 | 10,60 | 26,9% |
| Italien | | | |
| 20,0% | 7,31 | 8,70 | 21,8% |
| Österreich | | | |
| 20,0% | 10,00 | 9,45 | 23,7% |
| Großbritannien (1,45€/£) | | | |
| 17,5% | 28,36 | 13,88 | 34,8% |
| Irland | | | |
| 21,0% | 39,25 | 17,91 | 44,9% |

Allgemein lässt sich zusammenfassen, dass der Staat in den wichtigen europäischen Ländern mit rund 9 bis 10 Euro bei jeder Flasche dabei ist. Anders ist es in Großbritannien. Hier ist die Alkoholsteuer besonders hoch, um den übermäßigen Konsumdrang der Briten zu bremsen.

Diese erhöhte Alkoholsteuer schlägt sich in den britischen

Geschäften auch im Verkaufspreis nieder. Unser geliebter Whisky ist deshalb in Schottland teurer als bei uns. Wer jetzt hofft, im ‚armen‘ Irland sei es preiswerter, irrt gewaltig: Irland hat eine hohe Mehrwertsteuer von 21% und pro Liter reinem Alkohol mit 39,25 EUR den zweithöchsten Alkoholsteuersatz in Europa, der nur von Schweden noch übertroffen wird.

Gehen wir vom deutschen Nettopreis von 30,75 EUR der Beispielflasche aus, so ergeben sich mit den Aufschlägen für MwSt. und Alkoholsteuer die folgenden fiktiven Verkaufspreise in den einzelnen Ländern.

Fiktiver VK in EUR

| | |
|----------------|-------|
| Deutschland | 39,90 |
| Frankreich | 41,63 |
| Italien | 39,36 |
| Österreich | 40,26 |
| Großbritannien | 45,46 |
| Irland | 50,51 |

25,1% Steuern auf eine durchschnittliche Whiskyflasche sind

ein Satz mit dem wir alle gelernt haben zu leben. Doch wie sieht diese Zahl bei preiswerten oder besonders teuren Flaschen aus?

Die letzte Tabelle zeigt unsere relative Steuerbelastung für den Preisbereich von 9,90EUR bis 99,90EUR pro Flasche.

Verkaufspreis MwSt.+Zoll

| in € | in € | in % |
|-------|-------|-------|
| 9,90 | 5,23 | 52,8% |
| 19,90 | 6,68 | 35,2% |
| 39,90 | 10,02 | 25,1% |
| 59,90 | 13,21 | 22,1% |
| 99,90 | 19,60 | 19,6% |

Unser deutsches Steuersystem macht also genau das, was wir von ihm erwarten. Billiger Alkohol wird satt verteuert, um den hemmungslosen Konsum über den Geldbeutel zu begrenzen. An hochwertigem Whisky bereichert sich der Staat jedoch nicht überproportional, da er schon teuer genug ist. Hier ist ein deutlicher Aufschlag nicht mehr nötig, damit wir verantwortungsvoll mit ihm umgehen.

Dies sollte auch der Antrieb für uns Whiskygenießer sein. Halten wir uns fern von den billigen Spirituosen. Der Anteil, der für die Herstellung in ihnen verborgen ist, ist nochmals kleiner, als der geringe Verkaufspreis es einem bereits vermittelt. Zieht man von einer Flasche für 9,90 EUR die Steuer, die Glasflasche mit Verschluss und Etikett sowie den Transport aus Schottland ab, so verbleiben für den Hersteller inkl. Kosten und Gewinn nur noch ein Betrag von rund 1 EUR. Wer erwartet für dieses Geld wirklich hochwertigen Genuß?

Darf man für Whisky werben?

Der neue Kodex der schottischen Whiskyindustrie

Alkohol ist seit Jahrhunderten in unserer Gesellschaft als Genussmittel anerkannt. Allerdings birgt Alkohol auch die Gefahr der Trunksucht. Sie geht einher mit sozialer Vereinsamung und Gesundheitsrisiken. Doch dies soll nicht das primäre Thema dieses Artikels sein.

Es geht vielmehr um die Frage, die sich die schottische Whiskywirtschaft, vertreten durch die Scotch Whisky Association SWA, aktuell stellte: „Darf man für Whisky Werbung machen?“

„Ja“, sagen die Einen - „auf keinen Fall“ die Anderen. Unsere Gesellschaft ist jedoch nicht schwarz oder weiß, sondern vor allem grau. Die Abstinenzler haben Recht, wenn sie argumentieren, dass für einen Alkoholabhängigen jeder Genuss von Whisky schädlich ist. Ganz bestimmt ist Whiskywerbung in

einer Jugendzeitung auch nicht das Richtige, da sie auf noch nicht gefestigte Menschen trifft.

Sollen wir deshalb aber unsere Informationen an Sie als Whiskygenießer einstellen?

Die Wahrheit liegt wie immer irgendwo in der Mitte. Sie hängt ebenfalls sehr stark von der jeweiligen Geschichte des Landes ab.

So ist der Alkoholkonsum in den USA erst mit 21 Jahren erlaubt, wogegen in Bayern Jugendliche in Begleitung der Eltern bereits ab 14 in der Öffentlichkeit Bier und Wein trinken dürfen (§9-JuSchG) (Stand 2005).

Andere Länder, andere Sitten! So verbieten einige Länder in Bezug zur Hauptreligion im Land jeglichen Konsum von Alkohol. Rauchen im Kindesalter und Marihuana kann dagegen erlaubt sein.

Mit all diesen Auswüchsen in die verschiedenen Richtungen

wird sehr schnell klar, dass es für eine weltweit agierende Industrie relativ schwierig ist, sich einen moralisch begründeten und allgemeingültigen Kodex zu geben. Die beiden wichtigsten Regeln eines solchen Werkes sind aber unmittelbar klar:

Respektierung sämtlicher Gesetze des jeweiligen Ziellandes und keine Werbung, die sich an Jugendliche richtet. Besonders der Schutz Jugendlicher wird im Kodex hervorgehoben. Man geht sogar noch einen Schritt weiter und legt fest, dass die Models in der Werbung einen Alterseindruck von 25 oder mehr Jahren erwecken sollen.

Als zweiter Schritt ist der Schutz gefährdeter Personen vor dem Suchtpotenzial des Alkohols zu sehen. Wer ist gefährdet? Nun jeder Mensch, der nicht in der Lage ist, sich der suchterzeugenden Wirkung des Alkohols aus eigenem Antrieb zu entziehen.

Wie soll man das machen? Man verbietet dazu im Kodex

die subversiven Werbemethoden, die z.B. suggerieren wollen, dass ein Whiskykonsument sexuell, gesellschaftlich oder wirtschaftlich erfolgreicher ist, als ein anderer ohne Whisky.

In Schottland hat man sich massiv Gedanken über die Materie gemacht und eine Liste aus vielen Dutzenden Argumentationen zusammengestellt, die eines zum Ziel haben: Whisky soll so vermarktet werden, dass es als moderat zu verwendendes Genussmittel von allen Teilen der Bevölkerung aufgenommen wird. Jeglicher Zusammenhang mit Jugendlichen, Gewalt, Exzessen, Autofahren, dem Bedienen von Maschinen oder sexuellen Handlungen ist zu unterbinden.

Die moderne medizinische Forschung lässt erste Schlüsse zu, dass ein moderater Alkoholkonsum sich positiv aufs Leben auswirken kann. Deshalb will man dem Konsumenten in Zukunft Hinweise darauf geben, wie viel Alkohol sich in einer

Whiskyflasche befindet und wie viel man davon binnen eines Tages zu sich nehmen darf. Im angelsächsischen Umfeld werden die Etiketten von Whiskyflaschen bereits heute mit einem kleinen Flaschensymbol mit eingedruckter Zahl versehen. Sie geben die Anzahl an Alkoholeinheiten an, die sich in der Flasche befinden.

Der Genuss sollte bei Frauen 2 bis 3 und bei Männern 3 bis 4 dieser Mengeneinheiten nicht überschreiten. Und der Kodex sagt auch: Öffentliche Veranstaltungen wie Whiskytastings sollten den Verzehr exzessiver Mengen an Whisky nicht unterstützen. Ich glaube, da hat die Whiskytastingszene noch Einiges nachzudenken.

Dieser Code ist als freiwilliger, positiver Schritt der Branche zu sehen und jeder ist gut beraten, sich daran zu halten. Denn die Aktionen der Zigarettenindustrie vor einem Jahrzehnt in USA haben gezeigt, dass bei unkontrolliertem Verhalten sehr

schnell Situationen entstehen können, die ganze Unternehmen mit Hunderttausenden Beschäftigten an die Grenze zur Auslöschung bringen. Als Resultat sind Werbeverbote, Genussverbote, ja richtige Ächtungen des Tabaks zu Stande gekommen.

Nimmt man sich in guten Zeiten jedoch selbst ein wenig zurück, so wird man den starken Arm des Gesetzes in schlechten Zeiten nicht so heftig zu spüren bekommen.

Beispiel Alcopops: Man hatte es mit jungen Mädchen und schwellenden Brüsten in der Werbung massiv übertrieben. Und der überaus große Erfolg dieser Werbung wurde schnell sichtbar. Deshalb reagierte Europa auf breiter Front und führte Sondersteuern zu Begrenzung des Konsums ein.

Will die Whiskyindustrie großen Schadensersatzforderungen, Verboten und Extrasteuern entgehen, so muss sie sich eigenen Regeln unterwerfen, die Whisky genau zu dem machen,

weshalb wir ihn genießen. Zu einem der intensivsten und variantenreichsten Genussmittel der heutigen Zeit.

Missbrauchen wir jedoch Whisky als Droge in Exzessen und gefährden wir Andere durch unser Handeln, dann geschieht es uns Recht, wenn wir dafür zur Rechenschaft gezogen werden.

Seit ich (nüchtern) einen unverschuldeten Zusammenstoß mit einem betrunkenen Verkehrsteilnehmer vor 20 Jahren hatte, habe ich die Art meines Ausgehens geändert. Auswärts trinke ich ausschließlich Apfelsaft und Wasser. Spät am Abend zu Hause gönne ich mir dann die Belohnung mit 2 bis 3 Einheiten meines Lieblingswhiskys.

0,0 Promille am Steuer war für mich nie ein Problem.

Tragen auch wir zum vertretbaren Erfolg unseres Lieblingsgetränks bei und genießen wir Whisky in vernünftigen Maßen zusammen mit den richtigen Menschen. Unsere Gesundheit

und unser Umfeld wird es uns über die kommenden Jahre wieder zurückgeben.

P.S.: Der gesamte Wortlaut des Kodex steht in englischer Sprache auf der Webseite:

<http://www.scotch-whisky.org.uk>

unter dem Punkt Publication zum Download bereit.

Neuer Wein in alten Schläuchen

Genial oder Fake?

Whisky mit einem Alter von 18 bis 25 Jahren ist selten geworden. Wir haben den Einfluss der großen britischen Rezession Anfang der 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts hier oft besprochen. „Maggi“ Thatcher reformierte Großbritannien mit harter Hand und wurde dafür zweimal wiedergewählt. In dieser Zeit gab es Straßenrevolten, Streiks mit bis zu 18 Monaten Dauer und viele Brennereien mussten in diesen Jahren schließen. Die Brennereien, die überlebten, produzierten in dieser Zeit viel weniger und heute vermissen wir diese Fässer.

Der Mitte der 90er einsetzende Malt Whiskyboom hat uns Liebhaber vermehrt auf die damals jüngeren Fässer ausweichen lassen, was den Beständen von 1985 bis 1990 ebenfalls stark zugesetzt hat. Als man ab 1995 erkannte, wie stark die Nachfrage anstieg, baute man neue Lagerhäuser (siehe Macal-

lan) und stellte die Brennereien auf Mehrschichtbetrieb um. Seit 1997 lagert richtig viel Malt Whisky in den zahlreichen Lagerhäusern. Doch noch können wir nicht auf diese Mengen zugreifen. Zu jung und angeblich unreif sind diese Malts, als dass wir Genießer sie schon kaufen würden, sollten, möchten ...

Doch Whisky ist ein Naturprodukt und es gibt immer wieder Fässer, die nach bereits sieben oder acht Jahren hervorragende Ergebnisse bringen. Die Frage der Industrie lautet deshalb:

„Wie kann ich jungen Single Malt Whisky an die Genießer weltweit verkaufen, ohne dass ich meinen Markennamen beschädige oder zu wenig Geld verdiene?“

Drei wirklich gut gelungene Ansätze möchte ich hier vorstellen. Alle drei setzen auf grundlegend verschiedene Konzepte. Sie rangieren von einfach



bis genial.

Das erste Beispiel stammt aus der Brennerei Aberlour. Der A'bunadh trägt kein Alter und kommt dafür in Fassstärke in einer tollen, bauchigen Flasche mit großem Siegellack-Verschluss daher. Eine imposante Erscheinung! Die Lagerung in frischen Sherryfässern und die Fassstärke in der dicken - fast Kristallglas ähnlichen Flasche - lassen den Malt leuchten, wie man es selten sieht. Auch der Geschmack ist überwältigend. Starker Olorososherry harmonisiert wunderbar mit dem

kräftigen Alkohol. Der besondere Gag sind die wechselnden Alkoholgehalte der in Batches abgefüllten Flaschen. Sie geben den Flaschen etwas Besonderes und Seltenes, auch wenn Zigtausende jährlich verkauft werden.

Ist der Malt sein Geld wert? Ja, auf jeden Fall! Ist der Malt reif, alt oder nach herkömmlichen Bewertungsschemata herausragend? Eher nicht. Verdünnen Sie diesen Malt auf 40% und lassen sie ihn eine Stunde unter einem Deckel stehen. Heraus kommt ein normaler, gradliniger, guter Aberlour, der verdächtig ähnlich zum 10-Jährigen schmeckt.

Eine Brennerei, die besonders unter knappen Lagern leidet, ist Ardbeg. Was bleibt dem Besitzer anders übrig, als jungen Whisky abzufüllen? Wenige Jahre vor dem Verkauf an Glenmorangie PLC begann der damalige Besitzer Allied Domecq wieder mit einer Produktion, um für die Brennerei wenigstens ei-

nen halbwegs vernünftigen Erlös zu erhalten. Alles was heute (2007) in nennenswerten Mengen verfügbar ist, sind Whiskys von maximal 16 Jahren Alter. Dazu gibt es noch einige ältere Fässer. Zu wenige, um so hervorragende Abfüllungen wie den 25-Jährigen oder den 1977 Vintage weiter im Markt zu halten.

Ardbeg Kunden suchen kräftige Malts mit viel aromatischem Rauch. Also startete man einen Versuchsballon ähnlich zum Aberlour. Man füllte einen



jungen Single Malt mit 54,2% Stärke ab. Allerdings hatte man aber auch etwas Angst, ob die Kunden das annehmen würden.

Um Sie bei Laune zu halten, mischte man einige alte Fässer darunter und hielt damit auch nicht hinter dem Berg. Damit nicht zu viel jugendliche Schärfe durchschien, gab man auch etwa 10% im Sherryfass gereiften Malt darunter. Das ergab Komplexität und milderte etwas die Unreife. Der Erfolg stellte sich auch bei diesem Ardbeg ein. Junger Whisky muss nicht schlecht schmecken. Der Ardbeg Uigeadail ist ein rundum gelungener, kräftiger Islay Malt zum Premium Preis.

Erst 1997 begann Ardbeg wieder mit 100% Leistung zu produzieren. Warum sollte man mit diesen ganz jungen, feurigen Malts das gleiche Spiel nicht wiederholen können? Der Ardbeg Very Young wird noch etwas kräftiger mit 58,3% abgefüllt und verzichtet ganz auf die Sherryfässer. Welcher echte



Ardbeg Fan träumt nicht davon, einmal einen frischen Ardbeg direkt aus dem Spirit Receiver zu probieren?

Der Very Young kommt diesen Fans den halben Weg entgegen, ohne mit dem metallischen Geschmack eines Rohwhiskys dem Markennamen zu schaden.

Über den hohen Preis dieser noch nicht einmal mit einer Geschenkverpackung versehenen Flasche schüttelt der Fachmann nur dem Kopf. Mit Sicherheit zu teuer für einen so jungen Malt. Doch der Markt gibt es

her und Ardbeg verdient das nötige Geld, um die Produktion auf Volldampf laufen zu lassen, damit wir auch in 30 Jahren ausreichend alten Ardbeg zur Verfügung haben. Gönnen wir es ihnen.

Den bislang genialsten Coup hat Macallan vor wenigen Jahren gelandet. Auch bei dieser Brennerei erschien zunächst ein Versuchsballon auf einem begrenzten Markt. Die Travel-Value Serie in vier verschiedenen 0,5 Liter Flaschen kopierte mit Single Malts ohne Altersangabe die Geschmäcker der Original Macallans, die in den 20er, 30er, 40er und 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts produziert wurden. Um es zu wiederholen: Mit jungen, modernen Malts kreierte man den Geschmack der antiken Malts wieder.

Schmeckten die alten Malts wirklich so? Mit welchem Alter wurden sie damals abgefüllt? Wir Kunden wissen es nicht. Wir müssen es den Fachleuten



einfach glauben. Dass Macallan für diese Malts keine wirklich alten Fässer verwendet hat, bezeugt das Fehlen von Altersangaben auf den Flaschen in dieser Serie und die aktuelle Knappheit älterer Single Malts aus dem Hause Macallan. Auch die Verkaufspreise sind nicht von schlechten Eltern. Für zwei 0,5 Liter Flaschen bezahlt man 15 EUR mehr, als man für die 1 Liter Flasche des anerkannt sehr

guten 10-Jährigen Single Malts in Fassstärke aus dem gleichen Hause aufbringen muss.

Nachdem diese Flaschen vom Markt gut angenommen wurden, erklimm Macallan den Olymp der Whiskykreationen. In kurzer Folge erschienen drei Replikaflaschen, die alte Single Malt Whisky Flaschen jetzt nicht nur dem Geschmack nach kopierten. Auch die Form und die Glassorte wurden ganz

im Stil des 19. Jahrhunderts repliziert. Dass diese Flaschen allesamt zwischen 100 und 200 EUR das Stück kosteten, wunderte einen nicht. Selten sind so gekonnt junge Single Malts zu einem Premium Preis verkauft worden. Ich möchte den Erfolg dieser Serie nicht schmälern. Diese Flaschen sind Schmuckstücke in jeder Whiskysammlung oder -bar. Auch die Qualität des Whiskys ist gut. Doch man muss schon sehr kreativ sein, wenn man junge Single Malts zum 5-fachen des Marktwertes verkaufen will.



Replika Macallan

Replika Macallan



Replika Macallan



Finishing - Bereicherung oder Zwang?

Die Nachreifung von Whisky

Kaum eine Woche vergeht, in der sich nicht eine neue Flasche aus einem nachgereiften Fass auf meinem Schreibtisch einfindet. Waren es vor 10 Jahren zuerst Port- und Sherryfassnachreifungen, so werden heute alle Fässer, die man sich nur vorstellen kann, verwendet. Die einzige gesetzliche Voraussetzung ist die Holzart der Fässer. Es muss Eichenholz sein.

Kritiker dieser Finishingmode warten auf ein Finishing im Cola- oder Heringsfass. Sonst hat es schon alles gegeben. Waren es zuerst die ‚Fortified Wines‘ wie Sherry, Port oder Madeira, so haben sich in den vergangenen Jahren auch reine Weinfässer verbreitet. Burgundy, Chardonnay und Chenin Blanc waren die ersten. Seit wenigen Jahren gibt man auch die Weingüter an, aus denen das zur Nachreifung verwendete Fass stammte. Das lässt sich

nicht immer so einfach bewerkstelligen, da die großen französischen Weingüter auf dem Markenschutz ihrer Namen bestehen. So wurde bereits in Fässern von Jaques d’Yquem, Rothschild und anderen berühmten Weingütern gereift. Doch die Beschriftungen mussten sich auf die Region wie Sauternes oder die Gemeinde z.B. Tain L’Hermitage beschränken.

Doch man hat sich nicht nur bei Weinen nach Fässern umgesehen. Fässer in denen zuvor andere Spirituosen wie Rum, Calvados oder Cognac reiften, werden mittlerweile auch zum Nachreifen verwendet. Die Krönung des Finishing, die das Nachreifen sogar schon karikiert, ist das zweite Reifen in Whiskyfässern aus anderen Brennereien.

Hallo, leben wir noch auf dieser Welt? Ja was soll denn das? Sind wir völlig abgehoben?

Jedes zum zweiten Mal

befüllte Fass prägt den eingefüllten Whisky durch den zuvor enthaltenen Whisky. Ein Whiskyfinishing ist ziemlicher Unsinn. Auch wenn die Fässer zuvor Whisky aus einer anderen Region, wie z.B. Islay, enthalten haben. Es sei denn, man hätte die Fässer zuvor nicht so richtig entleert ... Doch das ist ein ganz anderes Thema.

Übertreibungen dienen oft dazu, den Kerngehalt eines Umstands zu isolieren und besonders zu durchleuchten. Dazu sollte auch das letzte Beispiel dienen.

Was ist also Finishing bzw. die Nachreifung? Finishing dient in erster Linie dazu, einem besonderen Whisky eine weitere Geschmacksnote hinzuzufügen. Was unterscheidet einen solchen Whisky dann von einem Whisky, der aus verschiedenen Fässern einer Brennerei (z.B. Ex-Bourbon und Ex-Sherry) nach der Reifung zusammen gemischt wurde? Diese Vorgehensweise ist viele Jahrzehnte,

wenn nicht gar Jahrhunderte alt und hat sich in der Vergangenheit bewährt. Warum jetzt mit Finishing etwas Neues machen?

Die Antwort liegt etwas versteckt in dem physikalischen Prinzip der Reifung. Details über den Reifevorgang lesen Sie bitte in dem folgenden Artikel auf unserer Homepage im Internet nach: <http://www.whisky24.de/experte/faesser.htm>

Es gibt drei verschiedene Reifevorgänge im Fass. Man unterscheidet die additive, subtraktive und interaktive Reifung. Für unsere Erklärung des Finishings ist die additive Reifung die bestimmende. Wenn ein Whisky über die Jahre aus dem Holz Aromen aufnimmt, so spricht man von Additiverreifung. Denn dem Geschmack des Rohwhiskys wird etwas hinzugefügt.

Doch die Fähigkeiten eines Fasses sind begrenzt. Schon beim zweiten Befüllen gibt das

Fass deutlich weniger Aromen ab als beim ersten Mal. Nach rund 30 Jahren Reifezeit ist ein Fass ‚geschmacklich‘ am Ende und addiert nichts mehr zum Malt. Geht man von einer durchschnittlichen Lagerzeit von 10 bis 12 Jahren für einen Maltwhisky aus, so enthält ein Drittel der Fässer viele Holzaromen, das weitere Drittel zweitbefüllter Fässer deutlich weniger Aromen und das letzte Drittel hat nahezu keine Holzaromen mehr aufgenommen. Ein Whisky zur Nachreifung hat also zu wenig Aromen aufgenommen. Ihn einfach mit aromareicheren Malts zu mischen, löst das Problem nicht wirklich. In Summe ist zu wenig Holzaroma ‚addiert‘ worden.

Vor 10 und 20 Jahren wurden die zweit- und drittbefüllten Fässer regelmäßig an die Blender abgegeben. Selbst aus den erstbefüllten Fässern konnte man noch die absolute Spitze für die Single Malts auswählen. Seit dem Jahr 2000 ist die

Nachfrage nach intensiv gereiften Single Malts schier explodiert. Einige stark nachgefragte Brennereien müssen so riesige Mengen an Single Malts liefern, dass sie kein einziges Fass mehr an Blender abgeben können.

Auch die unabhängigen Abfüller gehen leer aus. Mit dem Finishing macht man aus der Not eine Tugend. Die schwach gereiften Whiskys - vorwiegend aus Zweit- und Drittbefüllungen - werden in frische Sherry- und andere Weinfässer umgefüllt, um ihnen ein zweites Leben einzuhauchen.

Aus dem früheren Selektionsprozess: ‚Die Besten in die Flasche, die weniger guten zu den Blendern‘ ist heute ein kreativer Gestaltungsprozess geworden. Die nicht so intensiv gereiften Malts gehen für eine weitere Reifezeit in die Finishingfässer.

Doch für wie lange? Die Brennmeister sprechen von sechs Monaten bis zu zwei Jahren. Es hängt stark von der Vorreife der schwach gereiften

Malts und von dem Zustand der zur Nachreifung verwendeten Fässer ab. Werden die Finishingfässer zum ersten Mal eingesetzt, so reichen meist sechs Monate, bis der fertige Single Malt das entsprechende Aroma aufgenommen hat. Wurden die Finishingfässer aber schon mehrfach verwendet, so wird eine immer längere Nachreifungszeit notwendig, um den Aromaübertrag zu ermöglichen.

Ist das nun fair oder unfair? Darf man nachgereiften Single Malt gepanscht nennen? Ist es genauso ehrenvoll, einen Single Malt Whisky zu kreieren als 100% natürlich gereifte Fässer dem Geschmack nach auszuwählen?

Die Antwort auf diese Frage bleibe ich Ihnen hier schuldig. Jeder Genießer muss für sich selbst entscheiden, welche Philosophie er bei seinem Single Malt erfüllt sehen will. Sehr alte, nachgereifte Single Malt Whiskys erwecken in mir jedoch neuerdings viel Skep-

sis. Hier scheinen mir die wirtschaftlichen Ausstoßzwänge zur ‚Veredelung‘ des zuvor nur schwach gereiften Single Malts schwerer gewogen zu haben, als der Respekt vor der Natur.

Erlauben Sie bitte ein letztes Wort zu den unabhängigen Abfüllern. Auch hier scheinen durch das Versiegeln der Quellen bei den Brennereien die Fässer knapp zu werden. Mehr und mehr Rum, Marsala, Tokajer und andere exotische Fässer werden bei den unabhängigen Abfüllern für Nachreifungen verwendet. Einen deutlichen Vorteil hat diese Vorgehensweise: Die unabhängigen Abfüller lernen den Wert guten Fassholzes kennen und werden so mit ihren eigenen Brennereien am Ende des Tages besseren Single Malt herstellen.

Vom Ende einer Britischen Tradition

Last Orders Please!

Wer Großbritannien bereits bereiste wird sicherlich schon einmal einen Abend in einem der typischen britischen Pubs verbracht haben. Zentrum des Pubs ist, genauso wie bei der deutschen Kneipe, der Tresen mit der Bierzapfanlage. Hier bestellt man sich sein Bier und bekommt es dann randvoll ohne Schaum eingeschenkt.

Dass das schaumlos klappt, hat den Grund in der Zapfanlage. Während wir in Deutschland mit Kohlendioxid oder

Stickstoff unser Bier mit hohem Druck aus dem Fass ins Glas einschenken - wobei es natürlich ordentlich schäumt - haben die Briten Handpumpen, mit denen das Bier mit Muskelkraft fast schaumfrei ins Glas befördert wird.

Nach dem Löschen des ersten Dursts mit einem schnellen, kalten Bier, kümmern wir Whiskygenießer uns im Pub natürlich um den Whisky. Meist macht sich eine mittlere Enttäuschung breit, da sich die Auswahl im normalen Pub nach 10 Sorten

meist erschöpft. Von diesen 10 Whiskys sind dann oft noch 6 oder 7 Blends. Famous Grouse, Bell's, Teacher's und die anderen in Großbritannien weit verbreiteten Blended Whiskys bestimmen das Bild. Bei den Malts ist die Auswahl eher mau. Natürlich gibt es positive Ausnahmen. Aber in der Regel ist die Auswahl an Single Malts eher dünn.

Der Brite geht gern in seinen Pub. Er lässt sich kaum davon abbringen. Das ist seit Hunderten von Jahren so. Selbst das 2005 eingeführte Rauchverbot hat die Umsätze zwar für eine Zeit lang einbrechen lassen, aber mittlerweile steht um die Eingänge zu den Pubs immer ein Häufchen Raucher, die dort ihrem Laster nachgehen. So hat das Rauchverbot auch einen gewissen Werbecharakter. Dort wo die Mensentraube steht, ist der Eingang zum Pub. Oft trifft man sich auch auf der Straße und folgt seinem Freund in den Pub hinein.

Dass der Brite seinem Pub treu ist, weiß auch die Regierung. Großbritannien hat nach Schweden und Irland die höchsten Alkoholsteuern in der EU. Das ist auch der Grund, warum sich die Whiskysorten im normalen Pub am unteren Ende der Preisskala bewegen. Wer regelmäßig seinen Pub besucht, dem fehlt irgendwann das Geld, um teurere Getränke zu konsumieren. Bier und Blend ist deshalb stark gefragt. Der Wirt wäre ein Narr, wenn er dem nicht folgen würde.

Nach dem Abendessen hat man es sich also im Pub als Tourist gemütlich gemacht und auf einmal klingelt laut eine Glocke. Nicht unähnlich einer Schiffsglocke. Dazu ertönt ein lauter Ruf: „Last Orders Please!“ Ein Blick auf die Uhr lässt einen erstaunen. Es ist gerade einmal 22:45 Uhr.

Jetzt soll Schluss sein? Wer zu langsam ist, den bestraft das Leben. Viele Touristen, die dieses Schauspiel das erste Mal



erlebten, sind an diesem Abend nur zu einem Bier gekommen. Der Brite dagegen hat um 22:40 Uhr sein zweites Bier bereits nahezu leer und stellt sich das letzte Volle gleich daneben.

Punkt 23:00 Uhr ist es dann soweit. Die Handpumpen des Biers werden mit einer großen Kette und Vorhängeschloss blockiert und die Whiskyflaschen werden zurück in die Bar gestellt, bevor ein herabgelassenes Gitter den Zugriff auf die Flaschen mit einem Vorhängeschloss verwehrt. 15 Minuten später ist alles vorbei.

Mancher Gast, der seinen Alkohol zu schnell ‚genoss‘, findet sich frustriert und manches Mal auch etwas aggressiv auf der Straße wieder. Waren die Straßen zwischen 21 und 23 Uhr wie leergefegt, so sind auf einmal viele Menschen zu sehen. Alte Rivalitäten brechen wieder aus und so manche Schlägerei findet zwischen 23:15 und 24:00 Uhr statt. Zu dieser Zeit haben die Bobbys - die briti-

schen Polizisten - auch Hochkonjunktur. Wir Bayern kennen Gleiches vom Oktoberfest. Der Ausschank endet um 22:30 Uhr und die Zelte schließen um 23:30 Uhr. Von der Theresienwiese zieht anschließend ein lärmender Zug an Menschen in die Innenstadt, um dort noch bis in den frühen Morgen hinein weiter zu feiern. Einher geht immer ein Großeinsatz der Polizei.

Was kaum jemand weiß, die britische Sperrstunde ist auf die Deutschen zurück zu führen. Nicht, dass wir es ihnen vorgemacht hätten. Die Wurzeln liegen im Ersten Weltkrieg. So machte Munitionsfabrik flog in Großbritannien in die Luft, weil die Arbeiter alkoholisiert am Arbeitsplatz erschienen. Die britische Regierung sah sich gezwungen, etwas dagegen zu unternehmen. Und so wurde in den letzten Kriegsjahren die Sperrstunde - indirekt durch uns Deutsche - eingeführt.

Am 24.11.2005, 60 Jahre

nach Kriegsende, fällt nun auch endlich dieses Gesetz. Zwar haben die Konservativen bis zum letzten Moment gegen die Aufhebung der Bestimmung alle Hebel in Bewegung gesetzt, doch vergebens.

Großbritannien leidet, wie kaum ein zweites Land auf der Welt, unter privaten ‚Saufgelagen‘. Man führt das vor allem auf die strengen Sperrstunden zurück. Vor allem Jugendliche trinken bis zum Umfallen. Im angelsächsischen Sprachraum wird dieses mit ‚Binge Drinking‘ bezeichnet. Eben um dieses Binge Drinking zu begrenzen und die rivalisierenden Pubbesucher auf der Straße nicht zur gleichen Zeit aufeinander treffen zu lassen, fällt nun die Sperrstunde komplett. Jeder Wirt darf in Zukunft selbst bestimmen, wann er seinen Pub in der Nacht schließen möchte. Die Freiheit ist jetzt 24/7. D.h. ein Pub könnte an 7 Tagen jeweils 24 Stunden - also immer geöffnet sein. Ob das jetzt in die

falsche Richtung ausschlägt und sich so mancher Gast gar nicht mehr von seinem Pub trennen will?

Das wird zwar hin und wieder der Fall sein, doch was allgemein nicht bekannt ist: Ein Großteil der britischen Pubs befindet sich in der Hand von wenigen Pubketten, die natürlich Probleme haben werden, für einen 24/7 Betrieb das ausreichende Personal bereit zu stellen. Jede dieser Ketten und die privat geführten Pubs werden also ausprobieren, was der Kunde so wünscht. Ein Teil wird länger öffnen und ein anderer Teil wird nach wie vor an der alten Regelung festhalten. Am Ende des Tages wird herauskommen, was man sich vorgestellt hat. Eine Lockerung der Öffnungszeiten und eine Entzerrung der ‚Heimgänger‘.

Ob die alte Glocke in Zukunft verstummt? Ich hoffe, dass möglichst viele Pubs an dieser alten Tradition festhalten werden.

Die Top Whiskys 2005 im The Whisky Store

Wir werden oft gefragt, welche Whiskys unsere Kunden am häufigsten bestellen. Der so Fragende geht - nicht ganz unrichtig - von der Vorstellung aus: „Was den Meisten schmeckt, kann auch nicht so verkehrt für mich sein.“

The Whisky Store hat einige Zigtausend Kunden, die mehr als 200.000 Whiskyflaschen pro Jahr bestellen. Einige Leser werden vermuten, dass es sich beim Großteil dieser Flaschen um Dauer-Tiefpreise handeln wird.

Doch diese Vermutung stimmt nur zum Teil. Viele unserer langjährigen Genießer haben sich zu höherwertigen und vor allem älteren Whiskys hin entwickelt. Dauer-Tiefpreisflaschen werden selbstverständlich mitbestellt. Sie machen aber nur einen kleinen Teil der versendeten Flaschen aus.

Mit welcher Whiskymarke haben wir nun den meisten

Umsatz 2005 gemacht? Was ist der Renner unter den Whiskys? Wofür geben sie das meiste Geld aus?

Umsatzsieger ist in diesem Jahr nicht ganz überraschend Bowmore! Mit fast 10% Vorsprung vor dem nächsten Verfolger konnten sie sich 2005 an die Spitze setzen. Sicherlich hat die große Sortimentstiefe von Bowmore diesen 1. Platz erst möglich werden lassen. Jeder wird bei Bowmore fündig. Jung, alt, mit oder ohne Finish, Weinfässer, Jahrgänge, Fassstärke, Sortimente - Bowmore bietet (fast) alles.



Zweiter Sieger wurde in diesem Jahr der Dauerbrenner Lagavulin. Und dies trotz der erneuten Preiserhöhung von 2 Euro, die der 16-Jährige im aktuellen Katalog hinnehmen musste. Dieser zweite Platz kann nicht hoch genug bewertet werden, denn er wurde im Wesentlichen mit nur drei Flaschen (16J, Distiller's Edition, 25J) erzielt.

Der dritte Sieger war in diesem Jahr die große Überraschung. Laphroaig - den Malt den man liebt oder hasst - konnte sich bis auf 3% an Lagavulin heranschieben.

Diese Dreiergruppe hat mehrere gemeinsame Eigenschaften. Es sind allesamt schottische Single Malt Whiskys. Und nicht nur das. Sie stammen auch alle von der Insel Islay und sind entsprechend rauchig. Zwar fällt Bowmore nicht ganz so heftig rauchig aus wie die beiden Verfolger, doch wer Rauch überhaupt nicht mag, der kann auch mit einer Flasche Bowmo-

re unglücklich werden.

Erst der vierte Umsatzsieger stellt ausschließlich nichtrauchigen Whisky her. Glenmorangie konnte sich, vor allem über seine Wood Finish Serie, den vierten Platz in dieser Spitzengruppe sichern. Zusammen stehen diese vier Brennereien für 1/5 aller im The Whisky Store verkauften Whiskyflaschen.

Nach dieser doch sehr rauchig geprägten Spitzengruppe folgt mit etwas Abstand ein großes Mittelfeld von sieben Brennereien, in dem mit Ardbeg noch einmal ein rauchiger Islay Malt und mit Talisker ein kräftiger Westküstenmalt enthalten sind.

Ardbeg war 2005 der große Verlierer und büßte viele Plätze in der Rangliste ein. Zwei große Umsatzträger, der 17-Jährige und 25-Jährige, fielen in Ermangelung ausreichender Fasszahlen weg und die neuen Uigeadail und Very Young - beide ohne Altersangabe - konnten die entstandene Lücke nicht füllen.



zu den Gewinnern. Sie konnten sich, erneut durch die große Produktvielfalt, nach vorne arbeiten.

Macallan fiel dagegen kräftig ab. Noch vor wenigen Jahren lagen sie auf Platz 1. Was hat zu diesem regelrechten Absturz geführt? Zwei Dinge kamen aus meiner Sicht zusammen.

Macallan konnte einfach nicht mehr ausreichend im Sherryfass gereiften Whisky liefern. Und die gelieferten Flaschen sind im Preis dermaßen angestiegen, dass sich Niemand diesen Whisky mehr leisten möchte.

Wer bezahlt schon 118,50 EUR für einen 18-jährigen Single Malt? Selbst wenn Macallan drauf steht? Andere Mütter haben auch schöne Töchter und so deckten sich unsere Kunden 2005 mit Sherryfass gelagerten Malts von anderen Brennereien ein.

Unter diesem knappen Dutzend an umsatzstärksten Whiskys befinden sich ausschließlich

schottische Single Malts. Kein Blended Scotch, kein Bourbon, kein Irish und auch kein Canadian. Der Trend zu Scotch Single Malt Whisky ist in Deutschland ungebrochen und Blended Whisky gehört nicht zu den Lieblingsgetränken unserer Kundschaft.

Zwar hat sich der Umsatz mit hochwertigem Kentucky Straight Bourbon und Irish Whiskey ebenfalls erhöht, doch noch sind die meistverlangten dieser Whiskys ‚kilometer-

weit‘ von einer Top 20 Platzierung entfernt.

Welche Brennereien stachen besonders heraus? Zwei Brennereien will ich hier extra benennen, auch wenn sie nicht in die Top 10 gehören.

Isle of Jura und Caol Ila kommen bei unseren Kunden immer besser an. Besonders die älteren Abfüllungen von Jura mit 16 und 21 Jahren werden immer öfter nachgekauft. Hier hat der Besitzer der Isle of Jura Brennerei Whyte & Mackay gut gereifte und alte Abfüllungen für die Masse zu vernünftigen Geld zugänglich gemacht.

Besonders die unabhängigen Abfüllungen von Caol Ila in der McGibbon's Serie und die Original-Abfüllung mit 18 Jahren haben bei Caol Ila zu einem großen Sprung nach vorne geführt. Es muss nicht immer Lagavulin, Laphroaig oder Ardbeg sein. Caol Ila im Norden der Insel Islay steht diesen ‚Südküsten‘-Brennereien in nichts nach.



Globalisierung

Eine Bedrohung für uns Whiskygenießer?

Die Globalisierung schreitet immer schneller voran. Es gibt fast keine Waren mehr, die nicht ebenfalls in Asien preiswerter hergestellt werden können als bei uns. Ich möchte heute nicht von den Chancen und der Bedrohung unserer Arbeitsplätze sprechen, die mit der Globalisierung einhergehen. Das können Andere vermutlich besser.

Mein Augenmerk möchte ich vielmehr auf einen anderen Umstand lenken. Was passiert mit dem Geldstrom, den unsere Textilien- und Gebrauchsgüterkäufe nach Asien lenken? In der Vergangenheit haben wir das ja mit den Petrodollars der Öl produzierenden Staaten und der japanischen Automobil- und Elektroindustrie gesehen. Die Petrodollars kamen in Form von Aktienkäufen in unserer Großindustrie wieder zu uns zurück. Das große Paket an

Daimler Aktien, das Kuwait vor mehr als 20 Jahren bei uns erwarb, ist ein schönes Beispiel. Mittlerweile haben sich Japan und die reichen Golfstaaten zu guten Wirtschaftspartnern entwickelt. Wir treiben Handel auf gleicher Augenhöhe.

Indien und China sind etwas anders strukturiert. Ok, zwei Inder haben ein gutes Stück unserer europäischen Stahlindustrie sowie Whyte & Mackay gekauft und China will zum Mond fliegen. Einem Thailänder gehört InverHouse und Morrison Bowmore den Japanern. Wozu Japan und die Golfstaaten 30 Jahre brauchten, schaffen die 2,3 Mrd. Chinesen und Inder in der halben Zeit. Doch kommen wir zum Whisky.

Mit diesem stark beschleunigten Wirtschaftswachstum in Asien kommen auch die Begehlichkeiten der wohlhabenden Bevölkerung auf. Scotch Whisky ist dabei natürlich ein großes Thema. Schließlich war das britische Empire Jahrhun-

derte prägend in der Region unterwegs. Die Scotch Whiskyindustrie hat die Zeichen der Zeit erkannt und drängt auf die neuen Märkte.

Während Indien sich noch mit extrem hohen Zöllen vor der verstärkten Einfuhr von Scotch Whisky zu schützen versucht, haben die schottischen Whiskyfirmen ihre Brückenköpfe in Kontinentalchina bereits errichtet. Die Wachstumsraten sind gewaltig. In der Statistik der Scotch Whisky Association zeigt China eine annähernde Verdoppelung des Absatzes.

Zugegeben, das Niveau ist noch niedrig und von einem geringen Niveau lässt sich vortrefflich wachsen. Aber die Erfolge sind sichtbar. Das Geld ist in der chinesischen Oberschicht vorhanden und jeder Whiskyproduzent drängt auf die neuen Märkte.

Was hat dies für einen Einfluss auf uns? Wann immer ich mich mit den Aushängeschildern der schottischen Malt Whisky In-

dustrie (Richard Paterson, Andrew Symington, Gebr. Laing oder Jim McEwan) unterhalte, so bekomme ich stets zu hören, dass man auf dem Weg nach Asien ist oder gerade von dort kommt. Bei den Amerikanern ist das nicht anders. Sei es Max Shapiro von Heaven Hill oder Lincoln Henderson von Brown Forman. Asien steht ganz hoch auf der Prioritätenliste.

Freuen wir uns am Erfolg dieser Firmen. Sie investieren viel Geld in diese neuen Märkte und der Erfolg sichert den Bestand und die Innovationskraft dieser Unternehmen.

Aber Scotch Whisky muss Jahrzehnte im Fass lagern, bevor wir ihn genießen wollen. Und eine größere Abnahme - auch jüngerer Malt Whiskys - kann zu einer Verknappung führen. Im The Whisky Forum auf unserer Homepage haben wir das bereits länglich diskutiert. Herausragende Single Malt Whiskys werden öfter zur Bananenware.

Bananenware? Dieser Begriff sagt Ihnen nichts? Es gibt einen alten Witz aus der DDR: „Warum ist die Banane krumm? Weil sie immer einen Weg um die DDR herum nimmt!“

Die schottischen Brenner haben in den 90ern gewisse Wachstumsraten in ihre Produktionen eingerechnet. Sicherlich wurden nach dem Fall der Sowjetunion die Zahlen nach oben korrigiert. Aber ob man Milliarden durstige Asiaten mit eingeplant hat? Ich habe da meine Zweifel.

Eine weitere Hiobsbotschaft kommt aus einer anderen Ecke der Globalisierung. In den USA hat man einen deutlichen Anstieg des Angel's Share - also des Anteils des lagernden Whiskys, der aus dem Fass verdunstet - festgestellt. Dieser Trend ist seit rund fünf Jahren deutlich messbar.

Über die Ursachen dieses Trends haben die Amerikaner noch keine Vermutungen angestellt. Wenn dieser Trend jedoch

in der globalen Erwärmung begründet liegt, dann können wir weinenden Auges zusehen, wie mehr und mehr Whisky während der Lagerung in Schottland und USA verdunstet. Die Jahre 1997 und 1998 - bekannt wegen der globalen Waldbrände unter dem Beinamen ‚die Jahre des Feuers‘ - markieren einen besonderen Punkt in der Erderwärmung.

Während dieser Jahre sprang die Weltdurchschnittstemperatur um 0,3 Grad nach oben. Und da die Verdunstungsrate von Alkohol im Rohwhisky mit steigender Temperatur zunimmt, könnten die verkaufbaren Whiskyvorräte mit der globalen Erwärmung verstärkt abnehmen.

Ardbeg 25 Jahre, Macallan 18 Jahre Sherryfass und andere, wichtige Spezialitäten sind in Deutschland zu den oben beschriebenen Bananenwhiskys geworden. Nur mit zusätzlichem Aufwand - was die Flaschen verteuert - können wir

diese Produkte importieren und weiterhin anbieten. Es scheint, als ob das zuletzt erstarkte Deutschland auf der globalen Whiskylandkarte wieder etwas verblasst.

Doch nicht Alles wird so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Noch betragen die Whisky-Zölle in Indien 525% und die absolut, abgesetzte Whiskymenge ist in China mit 27 Mio. Flaschen (Stand 2007) noch gering.

Auch der Rückgang im Absatz von Blended Whisky hilft, die Reserven der Malt Whisky Brennereien zu schonen. Wer sicher gehen möchte, sollte sich einen Teil der für die kommenden Jahre geplanten, älteren Malt Whiskys vielleicht schneller kaufen. Deutschland als Ganzes könnte für die Schotten uninteressanter werden.

Die beste Strategie gegen diese Verknappung ist jedoch ein nicht ganz so eng gefasster Geist. Warum muss es immer Macallan 18 Jahre Sherryfass oder Ardbeg 1977 sein? Ande-

re Mütter haben auch schöne Töchter. Glenfarclas 25 Jahre und Bowmore 25 Jahre sind ganz prima Whiskys, die einen Vergleich auch im Preis mit den Erstgenannten nicht zu scheuen brauchen.



Wie seinen Whisky genießen?

Das richtige Whiskyglas

Mehrere Male haben wir uns in den letzten 10 Jahren schon über die richtige Form des Whiskyglases für den Genießer unterhalten. Auch im The Whisky Forum haben wir bereits über Gläser lange diskutiert.

Dieser Beitrag soll nun nicht wieder Whiskytumbler und Eis zum Inhalt haben. Dass dies nicht unbedingt die ideale Form des Whiskygenusses ist, hat sich mittlerweile schon herum gesprochen. Wer aber gerade erst Whisky für sich entdeckt hat, dem sei der folgende Artikel empfohlen: (<http://www.whisky/glaeser/glaeser.htm>)

Oft werde ich gefragt, welches Glas mein persönliches Lieblingsglas ist. Ich besitze zu Hause für jeden Zweck besondere Gläser. Zum ausschließlichen Verriechen habe ich handgefertigte Kristallgläser, die sich nach oben verjüngen und in ihrer Form etwa unserem



angebotenen Profinosingglas entsprechen.

Beim Nosing hat man andere Anforderungen an ein Glas, als ein Genießer, der den Whisky auch probiert. Beim Nosing lege ich Wert auf ein sich nach oben stark verjüngenden Kelch. So fängt sich das Aroma des Whiskys in der Tulpe des Glases und verflüchtigt sich nicht so schnell. Man kann das Aroma wunderbar mit der Nase aufnehmen.

Doch zwischen den einzelnen ‚Tulpengläsern‘ mit sich nach oben verjüngendem Kelch gibt es gravierende Unterschiede. Als Jugendlicher habe ich mir

einmal einen Cognacschwenker gekauft. Ich besitze ihn noch heute. Der Umfang beträgt an der dicksten Stelle rund 35cm, aber die Öffnung hat nur einen Durchmesser von 7cm. Verriecht man in diesem Glas einen Laphroaig in Fassstärke, so sollte man sich zuvor lieber hinsetzen - so heftig fällt das Aroma aus.

Füllt man dagegen einen leichten Rosebank in dieses Kindskopf große Glas, so will sich das Aroma gar nicht richtig entfalten. Zu viel Luft vermischt sich mit dem zarten Duft des Lowlands und der Malt kann das große Glas einfach nicht füllen. Dieses einfache Experiment unterstreicht den alten Lehrsatz:

„Große Gläser für intensive Whiskys und kleine Gläser für leichte Whiskys.“

Wenn man die Glasform dieses oben beschriebenen Profinosingglases mit anderen Gläsern wie dem Classic Malts Glas oder dem Stielglas von

Balvenie vergleicht, so besteht bis auf die Größe der Tulpe kein nennenswerter Unterschied in der Form.

Die zweite Gläsergruppe wird von unserem Gratisnosingglas - es trägt den Beinamen Bugatti - angeführt. Die Tulpe dieses Glases ist mit der Tulpe des Profinosingglases im unteren Bereich vergleichbar. Jedoch unterscheiden sich die Gläser durch einen veränderten Rand, der sich an die Lippen des Genießers besser anschmiegt.

Diese Glasform ist deutlich besser zum Trinken geeignet, da der Whisky breiter auf die Zunge ausläuft und die Gefahr verringert wird, dass sich der Whisky in einem feinen Strahl nach hinten auf das Ende der Zunge ergießt. Hier sitzen beim Menschen vor allem die Geschmacksrezeptoren für bittere Stoffe. Und da Whisky auch zartbittere Aromen aus dem Eichenholz des Fasses enthält, könnte so ein unangenehmer erster Eindruck den genossenen

Whisky abwerten. Das wertvollste dieser Tulpenstielgläser mit Trinklippe ist das Eisch Malt Whisky Stielglas.

Die dritte große Gruppe an Gläsern besitzt keinen Stiel, sondern einen massiven Glasfuß. Das Blender's Malt Glas sowie die baugleichen Gläser von Knockando, die Tumbler von Bowmore und die Kristall-Tumbler von Spiegelau gehören dieser Gruppe an.

Vom Prinzip unterscheidet sich diese Gläsergruppe in ihren aromatischen Eigenschaften in nichts von den Stielgläsern. Es ist die Form und Größe der Tulpe, die das Aroma zum Genießer transportiert. Der massive Glasfuß dieser Gläser behindert lediglich ein wenig das Anwärmen des Whiskys mit der Hand. Ansonsten sorgen sie aber für einen deutlich besseren Stand als die graziösen Stielgläser. Wenn es also etwas rustikaler zugeht, sollte man zu den massiveren Gläsern greifen.

Erlauben Sie mir zum Ab-

schluss noch ein paar kritische Gedanken.

Wir unterscheiden grundsätzlich zwei Arten von Gläsern. Mundgeblasene Kristallgläser auf der einen Seite und industriell hergestellte Massenware aus Pressglas auf der anderen. Die von Hand hergestellten Kristallgläser zeigen immer leichte Form- und Gewichtsstreuungen, aber der Whisky leuchtet hinter der hochglänzenden Glasoberfläche und der besseren Glasmasse unvergleichlich gut. Die industriell hergestellten Pressgläser sehen zwar immer gleich aus, doch ab und an findet man Schlieren und Lufteinschlüsse in der Glasmasse.

Die Schriftzüge auf manchen Gläsern gehören in den Bereich des Marketings. Diese Gläser sind weder von der Form noch vom Glas besonders auf die Malt Whiskys der Brennerei abgestimmt. In der Regel unterscheiden sie sich auch nicht von anderen ohne Aufschrift erhältlichen Gläsern.

Was fast Niemandem bewusst ist: In Europa gibt es nur noch eine handvoll industrieller Glashütten und die Herstellung einer eigenen Glasform ist richtig teuer. Das will sich fast niemand leisten. So ist das Glas mit goldener Lagavulin Aufschrift ein simples, deutsches Weinbrandglas. Und in so mancher Geschenkpackung findet sich unser Bugattiglas wieder.

Von welchen Gläsern rate ich ab? Ganz eindeutig von Gläsern ohne eine sich nach oben verjüngenden Tulpe. Und mag ein Hersteller noch so viel von Malt Whisky reden und Kristallglas als Material verwenden - ein gutes Whisky Glas braucht eine Tulpe.

Zu welchen Gläsern rate ich ausdrücklich? Wenn der Preis keine Rolle spielt, dann zum Eisch Malt Whisky Stielglas. Möchte man gleich hohe Qualität mit industriell gefertigtem Kristallglas haben, dann empfehle ich den Spiegelau Snifter oder Tumbler mit geschwun-

genem Rand. Sie sind im Vergleich sehr preiswert und das große Volumen des Tumblers eignet sich richtig gut für kräftige Islay Malts.

Und was empfehle ich für ein kleines, preiswertes Glas? Unser Bugatti Nosingglas, das wir auch als Dankeschöngeschenk verwenden, ist ein schöner Kompromiss. Im 6er-Pack ist es auch preiswert und wird gerne auf Whiskymessen und -events als Allroundglas gereicht.

Wer zu Hause ein paar Sherry- und Weingläser im Schrank stehen hat, kann seine Whiskys auch einmal aus diesen probieren. Wie mit meinem Cognacschwenker aus der Einleitung werden solche Tests besondere Aromaerlebnisse bei Ihnen hinterlassen. Trauen Sie sich zu experimentieren und fügen Sie etwas stilles Wasser hinzu. Ihr Whisky wird es Ihnen mit erstaunlichen Erfahrungen danken.

Das The Whisky Forum

Unsinn oder Bereicherung

Es gibt im Internet Nichts, was es nicht gibt. Ob Sie nun nach einem Austausch für Besitzer von Labrador Hunden suchen oder Ratschläge zur Pflege von Bonsais. Es gibt alles. Alligatorfreunde in den eigenen vier Wänden gibt es naturgemäß seltener.

Liebhaber für hochwertige Whiskys gibt es wenige. Auch wenn die Absatzzahlen jedes Jahr um zweistellige Prozentzahlen nach oben zeigen, hindert doch der hohe Flaschenpreis eine weitere Verbreitung. Je nach Quelle spricht man von 250.000 bis 500.000 regelmäßigen deutschen Genießern hochwertiger Whiskys.

Hier ist die Gegenprobe: Die Zahlen der Malt Whisky Verkäufe in Deutschland sprechen von 5 Mio. verkaufter Single Malt Whisky Flaschen im Jahr 2005. 50% davon fallen auf zwei oder drei große Marken

aus Supermärkten, die für Genießer jedoch nicht so interessant sind.

Trifft man die Annahme, dass ein interessierter Whiskygenießer 9 Flaschen pro Jahr im Durchschnitt kauft, so berechnet man mit diesem Ansatz und 2,5 Mio. verkaufter Flaschen die Liebhaberzahl auf 275.000 Personen.

Bei 84 Mio. Bürgern wird schnell klar, dass man Whiskygenießer nur im Verhältnis 1:300 ‚auf der Straße‘ findet. Selbst beim Händler oder in der Kneipe wird man einen richtigen Whiskygenießer nicht oft vorfinden. Zu klein ist die Anzahl der Freunde dieses Getränkes. Auch der vergleichsweise hohe Preis der Ware (rund 30 bis 50 EUR/Flasche) macht schnell klar, dass diese Genießer meist mehr mit Geldverdiene beschäftigt sind, als mit dem Ausgeben während der Ladenöffnungszeiten.

The Whisky Forum wurde von uns im Internet geschaffen,

um diesem seltenen Whisky-Genießer eine Plattform für den Austausch zu geben. Jeder, ob Kunde von The Whisky Store oder nicht, kann teilnehmen, seine Meinung und Wissen kundtun und von den Erfahrungen anderer Whiskygenießer profitieren. Die räumlich und zeitlich unabhängige Komponente des Forums spielt dabei eine große Rolle. Während Whiskymessen und Tastings durch die fixen Termine und oftmals langen Reisen nur einen Teil der Genießer aktivieren können, schafft das ein Forum - trotz fehlender Probiermöglichkeit - durch seine Virtualität im Internet sehr gut.

Egal wo Sie sich befinden und wann Sie Zeit finden: Das Internet Forum ist immer für Sie da. The Whisky Forum wächst deshalb ungemein. Geschätzte 1% aller deutschen Whiskygenießer sind schon dabei und monatlich wurden 2006 rund 1.000.000 Seiten mit über 6 Mio. einzelnen Wortmeldungen abgerufen.

Die Last auf unserem Internet-Server stieg dermaßen rasant an, dass wir 2006 einen neuen, eigenen Internetserver für dieses Forum aufsetzen mussten.

Wenn wir uns über The Whisky Store und insbesondere The Whisky Forum mit Kollegen stationärer und anderer Branchen austauschen, so ernten wir meist ungläubiges Kopfschütteln. Natürlich erfahren wir auch Lob, aber es ist auch von ‚Unwahrheiten‘ bis hin zu ‚Unsinn‘ die Rede. Zu groß sind die Zweifel, dass sich allein über das Internet eine so weitläufig verstreute, kleine Gemeinde zusammen halten lässt.

Wir stellen uns Ihren Herausforderungen. Wenn sich die Gemeinde der Forumsteilnehmer bei uns wohl fühlt und uns die Treue hält, dann hat sich die Investition in einen gesonderten Internetserver für uns gelohnt. So haben Sie als Forumsbesucher und auch wir als Forumsbetreiber beide unseren Vorteil.

Sind Malt Whisky Genießer Snobs?

Genießer oder Snob?

Was Malt Whiskygenießer sind, dürfte jedem Leser dieses Buchs klar sein. Doch was ist ein Snob?

Landläufig bezeichnen wir einen überheblichen Menschen, der auf uns Normale verächtlich herabblickt, als einen Snob.

Unter Whiskytrinkern (nicht Genießern) unterscheiden sich die Snobs von den einfachen Menschen durch eine gewisse Treue zu bestimmten (Blend-) Marken und deren Genuss mit öffentlicher zur Schauellung.

Doch betrachten wir den Begriff Snob etwas näher. Seine Ursprünge sind bis heute nicht vollständig geklärt. Er scheint im Umfeld der englischen Universitäten Oxford und Cambridge im 18. Jahrhundert entstanden zu sein. Damals wurden die Universitäten auch dem Nichtadel (*sine nobilitate* = lat. keiner noblen Herkunft) geöffnet. Diese neuen Studenten

durften an den Vorlesungen teilnehmen, doch ihrem Namen wurde die Ergänzung ‚s.nob.‘ zur Unterscheidung hinzugefügt.

Mit Malt Whisky genießenden Studenten nichtadeliger Herkunft kann ich mich ja identifizieren. Doch der moderne Begriff des verächtlich auf seine Mitmenschen herab blickenden Snobs stößt mich dagegen doch ab.

Natürlich hören wir öfter die Aussagen: „Was, Sie trinken keinen Single Malt sondern Blends?“ oder „Ich trinke nur alten Islay-Whisky. Nicht kühlgefiltert, ohne Eis und ungefärbt ...“

Diese Aussagen zeigen einem aber, warum die Umwelt den Single Malt Whisky Trinker hin und wieder als Snob bezeichnet. Der im Vergleich zu manch klarer Spirituose doch teure Malt Whisky tut das Übrige, um den Status des Snobs zu festigen.

Warum wird ein Snob zum Snob? Die folgenden Gedankengänge stammen nicht von mir, sondern von dem Philosophen und Buchautor Alain de Bottom. Er beantwortet das Streben des Menschen nach Statussymbolen wie teurem Whisky, Uhren, Autos und Häusern mit der Suche nach Liebe.

Als Kind bekommt er diese bedingungslos von der Mutter. Ist er dann älter, muss er sich die Liebe leider verdienen. Der Mensch als Rudeltier wendet sich gerne bewundernd einer herausragenden Persönlichkeit zu, die früher durch Größe und Stärke, heute dagegen durch Statussymbole glänzt.

Diese Liebe zum Anführer dient nur einem Zweck: Das hohe Ansehen soll ein wenig auf die eigene Person abfärben, damit man selbst auch in der langen sozialen Kette nach unten von anderen, nacheifernden Personen wiederum geliebt wird.

Doch hat der moderne

Mensch diese Liebe um seiner Besitztümer willen wirklich nötig? Und wenn es sich um Liebe handelt, warum stößt der Snob den Unwissenden so verächtlich zurück, wo er doch gerade seine Liebe will?

Die Antwort ist so bestechend wie einfach. Der Snob ist ängstlich und sich seiner Sache gar nicht sicher. Durch die Auswahl vermeintlich anerkannter, großer Marken für Bekleidung, Uhren und Autos versucht sich der unsichere Homo Sapiens industrialensis einen Status zu erkaufen, dem er sich gar nicht sicher ist. Jeder, der nicht wie er selbst diesen Marken hinterher läuft, erscheint als Gegner im Streben nach sozialer Stellung.

Der Snob ist in der Zwickmühle. Er ist sich seiner Sache nicht sicher und muss sich von Anderen hinterfragen lassen. Um den nötigen Abstand zu wahren und die Fassade nicht zu beschädigen, blickt er verächtlich auf andere herab. Dieser Wesenszug ist menschlich.

Wenn immer Menschen das Gefühl haben minderwertig zu sein, dann geben sie auch ihren Mitmenschen das Gefühl weiter, dass diese nicht gut genug seien.

Der typische Malt Whisky Genießer bevorzugt seinen Single Malt nicht wegen der Außenwirkung, sondern wegen des persönlichen Genusses. Und das macht den großen Unterschied zwischen Single Malt Whisky Genießern und Whisky Snobs aus.

Single Malt wird (sollte) nicht wegen der Wirkung nach außen gekauft, sondern wegen des geschmacklichen Genusses.

Nicht das Brüsten mit diesem und jenem außergewöhnlichen Whisky macht den Whiskgenießer aus. Es ist die stille Freude des Genießers und Fachmanns an der Erfahrung eines großen Malts.

Natürlich dürfen wir uns als Malt Whisky Genießer unserer Umwelt mitteilen. Aber schon das Fehlen großflächiger

Werbung im täglichen Umfeld macht das Prahlen mit diesem köstlichen Gut etwas schwierig.

Sie werden in der Regel von Ihrem Gegenüber nicht verstanden. Und hier liegt die Gefahr für uns Genießer. Wenn man nicht verstanden wird und auf seiner Meinung beharrt, dann wird man schnell - unter Berücksichtigung des Kaufpreises - als Snob abgetan.

Aber ich will es nicht verhehlen. Auch unter den Malt Whisky Trinkern gibt es echte Snobs.

Menschen, die im Gespräch über die tollsten Flaschen prahlen, die sie jemals gehabt haben. In solchen Situationen unterscheiden sich die Angler mit ihren dicksten Fischen nicht von dem Malt Whisky Snob, der mit der Nennung der tollsten Flaschen sein Gegenüber minderwertig machen will.

Wenn Sie so einem prahlenden Menschen begegnen, dann denken Sie bitte daran, dass er sich minderwertig fühlt und

eigentlich nur Ihre Liebe will, die Sie ihm aus eigenen Stücken - so wie viele Andere auch - versagen.

Dass diese Prahlerei der falsche Weg zum Glück ist, bleibt diesen Snobs leider oft verborgen. Widersprechen Sie ihnen nicht. Lassen Sie sie gewähren. Ihr höchstpersönlich ausgesuchter Single Malt ist einzigartig. Egal ob er nun ‚nur‘ 12 Jahre oder ‚prahlerische‘ 36 Jahre alt ist.

Es geht nicht um das Anhäufen einer respektablen Strecke an erlegten Single Malt Whiskys. Es geht um Ihren eigenen Weg zur Erfahrung der Vielfalt des Single Malts. Lassen Sie sich nicht durch snobistische Halbwahrheiten von Ihrem Weg abbringen.

Sie entscheiden höchstpersönlich was Sie genießen, was Sie sich leisten wollen und was Sie lieber weglassen.

Wie lange hält sich Whisky?

Angebot und Nachfrage

Man wird mich als einen modernen Vertreter unserer Gesellschaft bezeichnen. Ich fühle mich nicht alt und habe noch, rein statistisch gesehen, die Hälfte meines Lebens vor mir.

Seit 30 Jahren arbeite ich mit Computern (PDP11), seit 11 Jahren telefoniere ich mit dem Handy (Nokia 2110i), surfe seit 13 Jahren im Internet (Netscape V1.0.1) und fahre seit 9 Jahren mit einem Navigationssystem (BMW). Allerdings, und das ist in diesem Zusammenhang wichtig, habe ich meinen Fernsehkonsum (Sony) stark eingeschränkt und benutze mein Fax (Canon L300) nur noch ganz selten.

Etwa so lange, wie ich schon am Computer sitze, genieße ich auch Whisky (Johnnie Walker). Hoppla, ich vergaß zu erwähnen: Die Angaben in den Klammern bezogen sich auf das jeweilige Einstiegsprodukt.

Doch alles im Leben und in

der Gesellschaft befindet sich im Fluss. Neue Dinge kommen und Alte müssen gehen. 1995 betrug meine Handyrechnung noch mehr als das 20-fache meines monatlichen Whiskykonsums. Heute gebe ich mehr Geld für Whisky als fürs Handy aus. Nicht, dass ich heute mehr trinken würde als damals. Der Whiskyverbrauch ist hübsch konstant geblieben - der Gesundheit wegen. Ich bin vielmehr nicht mehr so oft unterwegs und habe meinen Handyverbrauch bei sinkenden Preisen stark eingeschränkt. Ich nehme die störende Bimmel-schachtel einfach nicht mehr mit - basta! Ich lebe bereits in der Post-Handy-Zeit.

Unglaublich für Sie? Auch die Mobilfunkbetreiber spüren diese Antihandybewegung der älter werdenden Gesellschaft. Mehr und mehr reifere Menschen lassen sich nicht mehr vom Handy tyrannisieren.

Auch die Verwendung des

Computers hat sich im Alltag verändert. Habe ich vor 10 bis 15 Jahren noch Geld für Computerspiele und Programme ausgegeben, so beschränken sich meine privaten Ausgaben für Software heute auf ein neues Betriebssystem alle fünf Jahre und einige 10 Euro für Shareware. Ob ich in Zukunft im privaten Umfeld noch Geld für Betriebssysteme und Software ausgeben werde? Zweifel erscheinen angebracht - Open-Source ist auf dem Vormarsch.

Auch im Whiskyumfeld dreht sich die Welt reichlich schnell. Ich will Ihnen hier keine Angst um Ihren verdienten Single Malt, Bourbon oder Irish machen. Habe ich in jungen Jahren dem Geldbeutel und Angebot folgend vorwiegend auf preiswerte Markenwhiskys gesetzt (Johnnie Walker, Chivas), so bevorzuge ich heute mittel- bis hochpreisige Single Malts und Premium Bourbons, die es früher auf dem Markt einfach nicht gab.

Mit zunehmender Lebenserfahrung beginnt der Mensch zu fokussieren. Liegt es daran, dass man sich in der verbleibenden Zeit auf die wirklich wichtigen Dinge im Leben konzentriert?

Bier habe ich schon seit Jahren nicht mehr getrunken. Es schmeckt mir nicht besonders. Und auch mein Weingenuss hat sich auf eine Flasche exzellenten Rotweins pro Monat reduziert. So wie ich das Handy und den Fernseher nur noch ganz bewusst einsetze, so halte ich es auch mit dem Alkohol. Wenn ich Durst habe, dann trinke ich Wasser und Fruchtsäfte. Whisky schenke ich mir zum konzentrierten Genuss ein.

Doch zurück zur Whiskywirtschaft. Unsere älter werdende Gesellschaft konzentriert sich auf das Wesentliche. Und dazu gehört nun einmal kein preiswerter Blended Whisky in großen Mengen. Die Konzerne haben das in den beiden vergangenen Jahren zu spüren bekommen. Der europäische Markt

gilt als ‚flat‘. D.h. die Umsätze stagnieren und man kümmert sich um die Senkung von Vertriebskosten.

Extreme Absatzsteigerungen von 10% und mehr werden derzeit nur im Premium Whiskyumfeld in Europa erzielt, wogegen der statistische Alkoholkonsum (berechnet in Litern Alkohol pro Erwachsenen) seit dem Krieg bei uns um 2 bis 3% pro Jahr abnimmt.

Aus Berlin hört man immer wieder die von Hoffnung getragene Aussage, dass der private Konsum „aber spätestens im nächsten Jahr“ wieder anspringen wird. Hier ist der Wunsch der Vater des Gedankens. Alle unabhängigen Experten und Fachleute sind sich hinter verschlossenen Türen einig. Es wird noch extremer kommen.

Die Einen, die ungebremst konsumieren könnten - und dazu zähle ich uns Whisky-Genießer - wollen nicht, da sie ihr Geld fokussiert einsetzen. Und die Anderen, die zügellos kon-

sumieren wollen, können nicht, da ihnen die Mittel fehlen.

Unsere Gesellschaft befindet sich seit dem Beginn der Neuzeit in ständigem Umbruch. Während vor Tausend Jahren der familiäre Metalllöffel von Generation zu Generation weiter vererbt wurde, finden heute grundlegende Veränderungen binnen weniger Jahre statt. Und diese Veränderungen werden uns nicht aufgezwungen, wie wir so oft zu hören bekommen!

Wir verursachen und leben sie selbst - auch wenn uns manchmal Angst und Bange vor den Auswirkungen wird. Wir sind mehr oder weniger freie Bürger in einem ziemlich freien Land und leben nicht nach staatlich verordneten Fünfjahresplänen.

Wenn wir beispielsweise beschließen, nur noch über das Internet zu telefonieren, dann stehen in wenigen Jahren 100.000 Arbeitsplätze bei den Telcos auf dem Spiel. So logisch ist das. Da führt kein Weg dran vorbei.

Würden wir heute in Deutsch-

land noch 200 Liter Bier pro Jahr ‚konsumieren‘ und die Briten ihre 50 Flaschen Blended Whisky wie vor 30 Jahren, dann hätte die europäische Alkoholwirtschaft heute keine Probleme.

Die letzte Dekade hat uns gleichzeitig die Verbreitung des Single Malts und den starken Rückgang des einfachen Blends beschert. Wir Genießer hochwertigen Whiskys dürfen uns über die moderne Zeit nicht beschweren. Wer von beiden Zeiten - also von Alt und Neu - nur das Beste will, lebt in einer Fantasiewelt. Die Wirklichkeit holt jeden ein; auch Politiker.

Doch kommen wir zurück zur Frage des Titels. Wie lange hält sich Whisky in dieser wechselhaften Zeit? Wird auch Premium Whisky in ein paar Jahren von Energy Drinks und Wodka verdrängt sein? Whisky hält sich so lange in unseren Regalen, wie wir ihn mehrheitlich trinken wollen. Sinkt die Nachfrage, so wird sich auch das An-

gebot reduzieren.

Hin und wieder beschweren sich Konsumenten über ihre Händler, dass sie nicht die richtigen Waren im Angebot haben. In Wirklichkeit ist es aber genau andersherum. Der in seiner Entscheidung freie Händler hat nur die Waren im Angebot, die der Markt auch nachfragt. Ständig werden neue Produkte angetestet und alte abgelöst.

Es gibt Händler, die wollen heute noch Produkte von Vorgestern verkaufen. Doch lange kann ein solcher Händler nicht durchhalten bis wir ihn alle gemeinsam als Markt einholen.

Wir von The Whisky Store richten uns in unserem Angebot nach der regelnden Kraft des Marktes: Nach Ihnen! So werden Sie auch übermorgen noch Ihren geschätzten Whisky bei uns bekommen.

Falls sie mehrheitlich alt werden und sich auf ihren Whisky fokussieren, so steht Premium-Whisky und The Whisky Store eine schöne Zukunft ins Haus.

Das Ende des Travel-Value?

Schadet der Terror un- serem Whiskykonsum?

Sie sind in diesem Jahr aus Ihrem verdienten Urlaub wieder zurück? Waren Sie in Schottland oder Irland? Statistisch gesehen waren die meisten von Ihnen in Spanien. Auch dort gibt es reichlich Whisky. Die Spanier konsumieren so viel des Single Malts Cardhu, dass nun gar nichts für uns in Deutschland übrig bleibt. Wir müssen

Cardhu extra importieren, weil der Brennereieigentümer ihn in Deutschland aus dem Programm genommen hat.

Das Ritual am Flughafen ist immer dasselbe. Zuerst steht man an, um das Gepäck einzuchecken. Dann steht man noch einmal an, um den immer heftiger werdenden Sicherheitscheck über sich ergehen zu lassen und schließlich sitzt man noch für einige Zeit am Gate,

bis der Flieger endlich aufgerufen wird.

Bei diesem Warten auf den Urlaubsflieger geht wohl jeder-mann von uns in den Duty-free Shop, der so Duty-free heute nach der Bildung der europäischen Union gar nicht mehr ist. Er nennt sich auch nicht mehr Duty-free sondern Travel-Value. Man hat heute den gleichen Preis für alle Käufer - man macht eine Mischkalkulation. Für die Flaschen in der EU führt man die Alkoholsteuer

ab, bei den Anderen nicht.

Beim Stöbern durch die Regalreihen des Travel-Values bleibt man in der Regel vor dem Malt Whisky Regal stehen, das mit 20 bis 40 verschiedenen Malts bestückt ist. Das ist mehr als im heimischen Supermarkt doch deutlich weniger als im Fachhandel wie bei The Whisky Store.

Warum so wenig verschiedene Whiskys? Es wird einfach nicht mehr verlangt. Wodka, Rum, Liköre und alle möglichen anderen Spirituosen schränken das verfügbare Sortiment bei gegebener Regallänge deutlich ein. Der Single Malt Spezialist kennt meist die Flaschen und auch die Preise unterscheiden sich - von Ausnahmen einmal abgesehen - wenig vom deutschen Fachhandel. Der Wegfall der Steuerfreiheit und die steigenden Mieten an den Flughäfen zwingen die Händler zu marktüblichen Preisen. Natürlich gibt es ein paar wenige ganz tolle Travel-Value Shops



auf Europas Flughäfen. Doch das Gros kann man als Malt Whisky Spezialist eigentlich vergessen.

Doch lassen wir uns vom Angebot und Preis nicht in diesem Artikel gefangen nehmen. Betrachten wir lieber die Verbindungen zwischen den gescheiterten Angriffen auf die Flugzeuge in London Heathrow Mitte August 2006 und unserem Whisky.

Flüssigsprengstoff! Was für eine Waffe! Wenn nicht jede Waffe gemein wäre - diese verdiente den Zusatz ganz bestimmt. Ein Sprengstoff, klar wie Wasser oder trüb wie Haar-Shampoo, der eine geringe Zündenergie braucht, um seinen Schrecken zu verbreiten. Wir alle kennen Flüssigsprengstoff noch aus den alten Western. Nitroglycerin ist der Bekannteste unter ihnen. Doch es gibt mittlerweile noch viel ausgefeiltere, die nicht bei der kleinsten Erschütterung losgehen.

Was unterscheidet Whisky

von Flüssigsprengstoff? Vielleicht ist ja Alkohol ein Bestandteil von einem speziellen Sprengstoff? Da das heute alles noch nicht so klar ist, haben die Fluglinien das Mitnehmen von Flüssigkeiten in die Kabine strikt untersagt. Das muss man verstehen. Gefunden wurde in Großbritannien wohl auch eine Flasche für Softdrinks, die einen doppelten Boden hatte. Oben Cola und unten Flüssigsprengstoff. Damit konnte aus der Flasche demonstrativ getrunken werden, ohne den Sprengstoff aufzudecken.

Wenn man nach Abgabe des Gepäcks auf dem Flughafen noch Flüssigkeiten kauft, müssen sie zurück bleiben. Keine Airline gestattet nach dieser Gefahr mehr Flüssigkeiten an Bord. Das wird auch so bleiben - jetzt wo das mit dem Flüssigsprengstoff einmal bekannt geworden ist. Und hier liegt das Problem. Wie sollen Sie Ihren Whisky jetzt noch mitnehmen?

Australien und Neuseeland

haben seit Jahren eine andere Lösung. Bei ihnen kauft man seine Duty-free Ware nach der Rückkehr von der Flugreise. Das macht auch ökologisch viel mehr Sinn. Warum soll man mit jedem Flugzeug ein paar Hundert Kilo Spirituosen hin und wieder zurück fliegen? Das kostet unnötig viel Sprit und treibt die Kosten in die Höhe.

Den Einkauf auf das Ende eines Fluges zu legen macht da mehr Sinn. Doch am Ende eines Trips hat es der Reisende meist sehr eilig und nimmt das Angebot nicht an. Anders am Zielflughafen in der Türkei, wo die ganzen Touristen auf die Vollständigkeit der Fahrgäste eines Busses warten müssen. Auch hier gibt es Outlets für die Kunden.

Welcher Staat ist am meisten von terroristischen Angriffen seit Jahrzehnten bedroht? Richtig, Israel! Sie haben nicht nur Täuschkörperauswurfvorrichtungen zur Raketenabwehr in ihren Verkehrsflugzeugen ein-

gebaut. Sie haben auch die Prozesse im Einsatz, die das Einschmuggeln von gefährlichen Stoffen in Flugzeuge sicher verhindern, ohne die eigene Bevölkerung mehr als notwendig zu gängeln. Videoüberwachung, Profiler, ... Die Liste ist lang und seit über 30 Jahren hat es kein Terrorist mehr in eine El-Al-Maschine geschafft.

Wie macht es Israel mit dem Whisky? Israel verkauft Ihnen beim Abflug im Heimatland (wenn die Urlaubskasse noch voll ist) Ihren Whisky, um ihn dann für Sie am Boden einzulagern. Ihre Bordkarte enthält dazu schon die Nummer des Rückflugs. Und während Sie nach Ihrer Rückkehr auf Ihre Koffer warten, können Sie mit ihrer Quittung die Flasche in Empfang nehmen.

Sehr schön durchdacht. Nahezu perfekt in Sachen Sicherheit und Bequemlichkeit. Leider kostet diese Verwaltung den zusätzlichen Euro, den man sich als Reisender beim Duty-

free Einkauf sparen wollte.

Dies ist wirklich eine vertrackte Situation. Den Flughafengesellschaften wird jedoch sicherlich etwas einfallen, um ihre Einnahmen in diesem Umfeld weiterhin zu decken. Zwei Lösungen drängen sich auf: Zum einen werden die Fluggesellschaften versuchen sich den Schuh anzuziehen und über ihren Bordshop die eine oder andere Flasche zu verkaufen. Doch die Masse trinkt nicht teuren Whisky sondern billigen Wodka.

Auch die heimischen Flughäfen werden sich nicht so einfach die Butter vom Brot stehlen lassen. Vermutlich wird man sich nach einiger Beobachtungszeit in Umbaumaßnahmen stürzen, um die Kunden bei der Rückkehr nach Deutschland abzufangen, falls die Fluggesellschaften ihnen noch nicht ausreichend Waren an Bord verkauft haben und der Geldbeutel noch nicht leer ist. Das sind zwei wichtige Gegenargumente.

Der Gau für den Whisky-Reisenden wäre die Konzentration der Duty-free Läden auf Nichtflüssigkeiten wie Schokolade, Tee und Tabakwaren. Auch wenn wir uns bei The Whisky Store als Ergänzung zum Duty-free Handel sehen (oder anders herum), so könnten auch wir von der einen oder anderen weggefallenen Duty-free Flasche profitieren. So sehen wir es mit einem lachenden Auge, wenn der Whiskyhandel an den Flughäfen versiegen würde. Schließlich hat man auch uns den eigenen Versand ins Ausland - wenn auch aus anderen Gründen - gründlich vermiest.

Entwarnung! Die meisten Leser dieses Artikels kaufen ihren Whisky unterwegs nicht im Travel-Value, sondern in kleinen Läden des Urlaubslandes. Hier geht es nicht um das schnelle, vermeintliche Schnäppchen, sondern um die besondere Flasche, die es zu Hause nicht gibt. Diese ‚Fundstücke‘ wandern für den Rückflug dann in die Koffer

und alles bleibt für sie so, wie es in den letzten Jahren war. Dem voraus denkenden intelligenten Menschen (Homo Sapiens) können Terroristen das Leben nicht wirklich vermiesen.

P.S.: Eine Meldung erreichte mich nach Fertigstellung dieses Artikels. Im kanadischen Toronto erfolgte der Super-Gau.

Die Duty-free Händler am Toronto Pearson International Airport haben geschlossen und ihre 160 Mitarbeiter entlassen. Wie es dort weiter geht war im September 2006 noch unklar.



Franz-Josef-Strauß-Flughafen München - Rollhalt Piste 26L

Unabhängige Whiskybrennereien

Ein Privileg der Kleinen?

Unter Whiskyliebhabern taucht eine Frage immer wieder auf: „Welche Brennereien sind von Konzernen unabhängig?“

Analysiert man diese Fragestellung näher, so sollten für einige Menschen auf der Welt die Alarmglocken schrillen. Denn der Tenor hinter dieser Fragestellung birgt die wirtschaftliche Gefahr des Boykotts für alle am Whiskyherstellungs-

und Vertriebsprozess beteiligten Personen.

Betrachten wir die Brennerei Glenmorangie. Bitte verstehen Sie mich nicht falsch! Der Whisky ist überdurchschnittlich gut und Glenmorangie ist nur ein Beispiel unter vielen. Was hier für Glenmorangie gesagt wird, gilt für mehr als 80% aller schottischen Single Malt Whisky Marken.

„Ist die Brennerei Glenmo-

rangie eine unabhängige Brennerei?“, so lautet die Frage unserer Kunden. Verbunden mit dieser Frage ist die Annahme, dass eine von einem Konzern abhängige Brennerei schlechteren Whisky herstellt und seine Mitarbeiter ausbeutet.

Worin liegt diese Annahme begründet? In großen Mengen hergestellter Whisky scheint dem Werbekonzept des einzelnen und sorgfältig produzierten Single Malts zu widersprechen.

Der Bürger seinerseits scheint mir durch das ständige Bombardement von Negativmeldungen in Sachen Konzernen aus der Presse sehr beunruhigt zu sein. Gleichzeitig liebt man von nicht nachvollziehbaren Managerscheidungen in Großkonzernen und wird täglich mit Hiobsbotschaften von der Arbeitsplatzfront konfrontiert. Da hält man gern zu den Kleinen. Uns vom kleinen The Whisky Store freut es.

Wie hält eine Firma wie Glenmorangie gegen diese Ent-

wicklung? Auf der Flasche wird „Handcrafted by the sixteen men of Tain“ angegeben. (16 Männer stellen diesen Whisky von Hand her).

Können wir dieser Aussage Glauben schenken? Scherzhaft wird in Schottland über die von Hand hergestellten Whiskys (aller Brennereien) berichtet: „Solange sich noch eine Maus am Produktionscomputer befindet, solange ist auch der Whisky noch handgemacht!“

Tatsächlich braucht heute keine Brennerei mehr 16 Mitarbeiter für den Produktionsprozess alleine. Drei bis fünf Mann reichen für die Herstellung von Malt Whisky aus. Natürlich benötigt man mehr Mitarbeiter in der ganzen Brennerei, vor allem wenn man ein Visitor's Center und einen Distillery Shop betreibt. Vor zwei Jahrzehnten waren diese Mitarbeiterzahlen sicherlich noch zutreffend. Aber der allgemeine Trend zur Automatisierung und zum Outsourcing hat die aufwändige



Fassmacherei und die Malzherstellung von allen Brennereien (auch den kleinen) zu spezialisierten Unternehmen verlagert. Und die Mälzereien, die bei den Brennereien übrig sind, sind fast ausnahmslos Schaumälzereien und können die jeweilige Brennerei schon seit langem nicht mehr alleine versorgen.

Doch versuchen wir der eingangs gestellten Frage weiter zu folgen:

„Ist Glenmorangie konzernunabhängig?“

Vor wenigen Jahren wäre die Frage schwierig zu beantworten gewesen. Zum britischen Unternehmen Glenmorangie plc gehören die Brennereien Glen Moray und Ardbeg. Neben den Single Malts wurde früher auch Blend hergestellt. Der Gesamtumsatz betrug 2003 rund 68 Mio. Pfund Sterling (100m EUR). Ist so ein Unternehmen ein Konzern? Im Vergleich zu den Großen der Branche machte man schließlich nur 1% des Umsatzes.

Also ist Glenmorangie kein Konzern - meint man. Doch nichts ist beständiger als der Wandel. Ende 2004 verkauften die Anteilseigner das Unternehmen und die drei Brennereien an den französischen Luxusgüterkonzern LVMH. In LVMH bedeuten die Kürzel LV ‚Louis Vuitton‘, M steht für ‚Moët & Chandon‘ und H für Hennessy.

In den Konzern LVMH gehören Luxusgüter wie Christian Dior, Givenchy, Fendi und TAG Heuer und das Spirituosen-, Wein- und Champagnerunternehmen Moët Hennessy (Moët & Chandon, Dom Perignon, Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Hennessy).

Hat sich in den Monaten seit der Übernahme viel aus Kundensicht getan? Nicht wirklich. Die Brennerei läuft aus unserer Sicht ungestört weiter und bis auf ein paar ausgewechselte Direktoren hat sich nicht viel verändert. Der Konzern hat ein gut laufendes Unternehmen mit wohl etablierten, wertvollen



Marken für richtig viel Geld erworben und jede Rosskur würde nur Störungen in das stabile, erfolgreiche System bringen.

Greifen wir nun ein zweites sich in Familienhand befindliches Unternehmen heraus, das bislang nicht an Große verkauft hat und es hat auch nicht den Anschein, dass es in absehbarer Zeit passieren würde.

William Grant & Sons, besser bekannt für ihren Single Malt Whisky Glenfiddich! Mit vier Brennereien (Glenfiddich,

Balvenie, Kininvie und Girvan) stellt man den meistverkauften Single Malt der Welt her und baut gleichzeitig Balvenie als Gourmetmarke erfolgreich auf.

Auch den Blended Whisky vernachlässigt man nicht. Dafür hat man die sehr vielseitige Kininvie Brennerei gebaut. Der Absatz ist prima gewachsen und 2004 konnte man einen Umsatz von 339 Mio. Pfund Sterling (500m EUR) erwirtschaften.

Ist dieses fünfmal so große Unternehmen wie Glenmo-

rangie bereits ein Konzern? Schließlich entspricht der Umsatz einer halben Milliarde Euro. Bedeutet das gleichzeitig, dass die Qualität sinkt?

Für mich existiert eine Konzernunabhängigkeit nicht wirklich. Kleine, private Brennereien wie Arran, Benromach, Bruichladdich, Edradour, Glenfarclas, Speyside und Springbank müssen weltweit mit Konzernen Partnerschaften eingehen, um überhaupt einen globalen Vertrieb zu realisieren.

Jedes noch so kleine Unternehmen muss sich zusätzlich um Kapital bei Aktionären oder Banken bemühen, um überhaupt ein Whiskylager aufbauen zu können, an dem wir uns in einigen Jahrzehnten dann erfreuen können. Diese heute stark verwobene Wirtschaft erzeugt Abhängigkeiten, die wir von Ferne überhaupt nicht überblicken können.

Die wahre Magie bei der Whiskyherstellung lässt sich nicht an einzelnen Personen

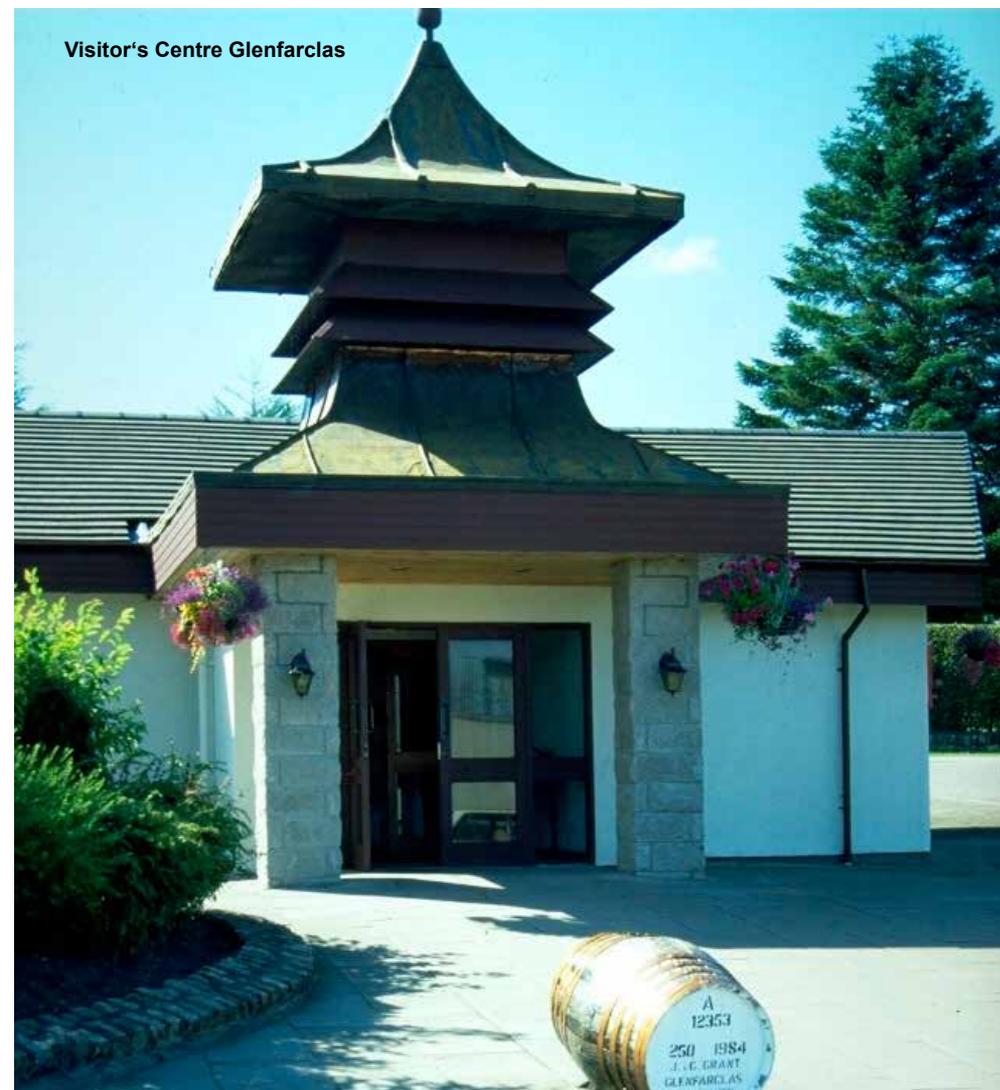
festmachen, so sehr wir das auch gerne sehen würden. Das Wissen und der Stand der Technik sind heute so hoch, dass eigentlich jeder guten Whisky herstellen kann. Natürlich gibt die Brennblasenform und der spezielle Brennprozess dem Whisky seine Grundprägung. Doch die Fassauswahl und die Lagerzeit haben einen mindestens genauso großen Einfluss auf das Endprodukt.

Mitarbeiter sowie Brennereimanager kommen und gehen. Uns Allen ist nur eine begrenzte Zeit auf dieser Welt gegeben. Und die Mitarbeiter, die heute in einer Brennerei arbeiten, haben mit dem für 20 oder 30 Jahre gereiften Whisky, den ich heute im Glas halte, wenig gemeinsam.

Lösen wir uns von dem Gedanken Konzern oder unabhängig. Alle Mitarbeiter in Schottland - ob in großen oder kleinen Unternehmen beschäftigt - haben ein Anrecht auf ihren Arbeitsplatz. Wenn sie die

einen boykottieren und die anderen fördern, so hat das relativ wenig Einfluss auf die Qualität in Ihrem Glas und noch weniger Einfluss auf die Anzahl an beschäftigten Mitarbeitern in

Schottland, denn in der Regel haben kleinere Unternehmen eine höhere Produktivität pro Mitarbeiter, zahlen weniger und schütten damit höhere Renditen an die Besitzerfamilien aus.



Was machen Distillery-Manager nach ihrer Pensionierung?

Rente mit 67?

Als Whisky-Liebhaber ist man geneigt, den Beruf des Brennerei-Managers durch eine rosarote Brille als äußerst erstrebenswert anzusehen. Es erscheint manchem Whisky-enthusiasten als die Krönung jeder Laufbahn. Wer aber schon einmal ein Praktikum in einer Brennerei gemacht hat und den Job kennt - denn es ist meist ein harter Job - für den verblasst der schöne Schein sehr schnell.

Wir alle lieben Jahrgangsabfüllungen, Special Releases, Fassproben usw. Für einen Distillery-Manager sind dies natürlich ebenfalls Höhepunkte der Arbeit. Doch diese Arbeit kommt viel zu selten vor. Wer die richtige Arbeit eines Distillerymanagers erfahren möchte, dem sei das Buch von John McDougall und Gavin D. Smith „Wort Worms & Washbacks“ wärmstens empfohlen. Es zeigt

neben dem, was der Whisky-enthusiast gesteuert über das Marketing erfahren soll, das wahre, mit banalen aber auch komplexen Problemen gespickte Leben eines Distillerymanagers von der Lehre bis in die Pension.

Zuerst müssen wir den Begriff des Managers genauer definieren. Die klassische, britische Wirtschaft unterscheidet zwischen Labour, Management und Directors.

Während die Direktoren das Wohl des Eigentümers im Sinn haben, bedienen die Manager die Schnittstelle zwischen Arbeitern (Labour) und Kapital. Selten ist es Distillerymanagern gelungen, die große Kluft zwischen Managern und Direktoren zu überspringen. Denn die meisten Manager begannen als einfache Lehrlinge in den Brennereien. Zwei rühmliche Ausnahmen sind mir bekannt. Frank McHardy, Ex-Manager von Springbank, wurde jetzt zum Director of Production für

die beiden Brennereien Springbank und Glengyle eingesetzt. Er rückt damit dichter an die Besitzerfamilie heran, die über die J & A Mitchell and Co. Ltd. beide Brennereien besitzt.

Das zweite Beispiel ist Jim McEwan. Früher Distillerymanager von Bowmore und seit dem Jahr 2000 Production Director von Bruichladdich.

Dieser Sprung wurde bei ihm nur möglich, da Jim McEwan Teilhaber bei der Übernahme der zum Verkauf stehenden Brennerei Bruichladdich wurde und aus seinem Privatvermögen Anteile an der Brennerei Bruichladdich erwarb.

Manchmal ist man schon erstaunt, wenn man im angelsächsischen Umfeld eine Visitenkarte überreicht bekommt. Ich persönlich glaube, dass die Erlaubnis Visitenkarten im Namen eines Unternehmens gedruckt zu bekommen mit der Beförderung auf einen Managerposten einhergeht. Selbst der Leiter einer Putzkolonne trägt

oftmals die Zusatzbezeichnung Manager. Dafür putzt er nicht mehr mit und trägt stattdessen Krawatte ;-)

90% aller schottischen Brennereien befinden sich in der Hand von mehr oder weniger großen Konzernen. Und bei diesen ist die Vergabe eines Managertitels doch noch stärker reglementiert. Vor 30 Jahren gab es für jede Brennerei einen Manager. Er war für das Produktionsergebnis der Brennerei und die Einstellung und das Entlassen von Mitarbeitern verantwortlich.

Damals war der Distillerymanager noch ein wirklicher Manager. Zu dieser Zeit waren 20 oder gar 40 Mitarbeiter in einer Brennerei auch keine Seltenheit. Vieles musste noch von Hand erledigt werden. Mit dem Einzug der Rationalisierung nach den schlimmen 80ern sank die Mitarbeiterzahl in den Unternehmen deutlich und mittlerweile beschäftigen die großen Konzerne nur noch wenige

Distillerymanager, die jeweils mehr als nur eine Brennerei zu leiten haben.

An die Stelle des alten Distillerymanagers ist heute der Operationsmanager gerückt. Er trägt die Verantwortung für den reibungslosen Betrieb der Brennerei nach vorgegebenen Arbeitsprozessen. Die Entscheidungen über die Qualität und den Prozess der Whiskyherstellung selbst wird mittlerweile von Managern und Wissenschaftlern in den Zentralen der Konzerne getroffen.

Was machen die Manager, wenn sich ihre Karriere dem Ende zuneigt? Während der starken Rationalisierungsphase in den 90ern des letzten Jahrhunderts wurde so mancher Manager entlassen bzw. in die Frühpension geschickt. Ein mitunter trauriges Los, das auch im mittleren, deutschen Management weit verbreitet ist. Wer geschickt und begabt war, der konnte dagegen im Konzern eine zweite Karriere als ‚Chief-

Nose‘ oder ‚Ambassador (Botschafter)‘ machen.

Auf den InterWhisky-Messen der Jahre 2002 und 2003 in Frankfurt konnte man manchmal bis zu 20 Distillerymanager antreffen. Ich fragte mich damals scherzhaft, ob während dieser Zeit die Brennereien in Schottland vielleicht still ständen - was natürlich nicht der Fall war.

Heute werden diese Herren, die einen starken Hintergrund im Herstellungs- und Auswahlprozess haben, gerne für Werbemaßnahmen weltweit eingesetzt. Je stärker der schottische Akzent, um so besser scheint die Person für diesen Job geeignet. Rein in den Kilt und raus zur Kundschaft in alle Welt bis nach Korea und Japan. Manch ein alter Distillerymanager hatte zuvor noch nie einen Kilt an. Kein Wunder - die schweren, gewebten Wollstoffe kratzen auf der Haut und ein Unterrock gehört nicht zur ‚Uniform‘.

Mittlerweile haben sich auch

die Berufsbezeichnungen dieser Herren geändert. Sie treffen mit Aussagen wie Brand Ambassador die Aufgaben dieser ‚wissenden‘ Herren deutlich besser.

Zum Schluss des Kapitels möchte ich die Frage aus dem Titel wieder aufnehmen. Wie geht ein Distillerymanager in Rente? In der Regel wie alle anderen Mitarbeiter auch. Manche können es aber nicht lassen. Als Iain Henderson von Laphroaig seinen Posten wegen der Altersgrenze räumen musste, heuerte er bei der kleinen Brennerei Edradour als Manager an und fühlte sich gleichzeitig noch als Mädchen für Alles berufen.

Als ich ihn das letzte Mal dort besuchte, traf ich ihn beim Streichen der Decke des neuen Visitor’s Center. In diesem Jahr ist er nun endgültig in Pension gegangen. Seine Nachfolge bei Edradour übernimmt die ähnliche Koryphäe Willy McDougle von Oban.

Auch bei der größeren Balvenie Brennerei tut sich Ähnli-

ches. Rob MacPherson wurde nach mehreren Jahren in der Pension in die Brennerei zurück geholt und arbeitet nun wieder Vollzeit als Brand Manager vor Ort.

Die Liste der Spätberufenen ist lang. Einige ehemalige Manager haben ihr eigenes Unternehmen gegründet und verkaufen Single Malt Whiskys aus persönlichen Beständen. Manch ein alter Manager wurde zu seiner Hochzeit mit Whiskyfässern als Jahresbonus entlohnt. Dies ging David Robertson von Macallan genauso wie Frank McHardy von Springbank und manchen anderen auch.

Gönnen wir diesen Leuchttürmen der schottischen Whiskyindustrie ihren Ruhm und ihre Beschäftigung im Alter.

Ohne ihre beständige Arbeit in den vergangenen 40 Jahren müssten wir heute ohne ihre Spitzenwhiskys leben. Ein herzliches Dankeschön an alle ehemaligen Distillerymanager!

Messezeit

Jedes Jahr im Winter

Ouverture

Ich stecke mir den Schal fest unter den Mantelkragen und ziehe den Hut tiefer ins Gesicht, als ich aus der Vorhalle des Frankfurter Hauptbahnhofs in den trüben Freitag Mittag trete. Leichten Nieselregen bei 3 Grad hatte der Copilot für Frankfurt vorhergesagt. „Ob es Schnee geben wird?“ frage ich mich beim Blick in die graue Wolkendecke, die mir den Blick auf die Frankfurter Skyline beim Landeanflug verwehrt.

Es gibt kein schlechtes Wetter - nur schlechte Kleidung. Diesem Ausspruch folgend richte ich meinen Schritt auf die südöstliche Ecke des Bahnhofplatzes. Ein Taxi lohnt sich nicht. Es dauert keine 5 Minuten, bis ich das 5 Sterne Hotel am Mainufer erreichen werde und ein wenig Bewegung tut mir gut.

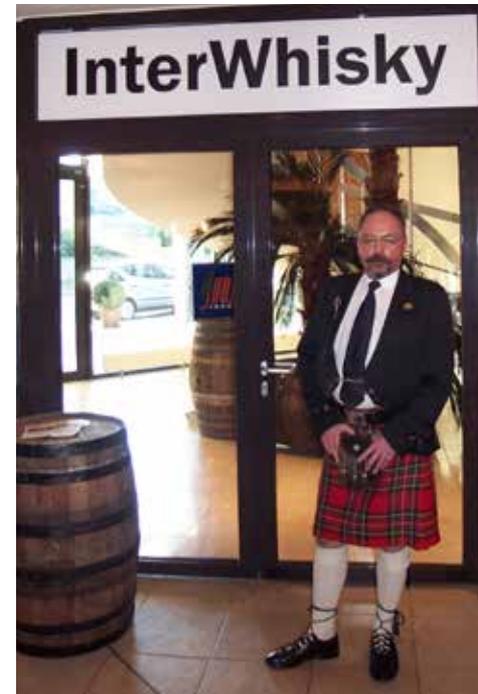
Die Gedanken an das Hotel wärmen mich. Noch denke ich

nicht an den vielen, wartenden Whisky - ich denke an den wartenden Pagen im Goldlivree, der mir bereitwillig den Rollkoffer abnehmen wird und an die weitläufige Eingangshalle, die mit all ihren internationalen Gästen den modernen Flair der weiten Welt verbreitet.

Koreaner, Amerikaner, seit ein paar Jahren auch vermehrt Russen und jede Menge Briten werden diese besondere Mischung an Geschäftsleuten und wohlhabenden Touristen abgegeben, die man in allen internationalen Hotels rund um die Welt wiederfindet.

1. Akt

Vorhang auf zur InterWhisky! Fast zu lange habe ich für die Registrierung in der Schlange der wartenden Fachbesucher gestanden. Ich war froh mich zum Zeitvertreib mit einem Journalisten einer großen, deutschen Tageszeitung neben mir unterhalten zu können. Aber langsam wird es Zeit, nun endlich zum Whisky zu kommen.



Warum verschickt der Veranstalter die Eintrittskarten nicht vorab? Warum muss man sich registrieren?

Den Herrn am Eingang - eine stattliche Erscheinung im Kilt mit Schnurrbart - kenne ich schon von zahlreichen Besuchen. Auch er kennt mich und winkt mich durch. Schon auf den Stufen der großen Wendeltreppe zur Kongressetage des InterConti höre ich sanfte, schottische Musik, die mich in

das Geschehen hinein saugt.

„Hallo!“ - „Wie geht es Ihnen?“ - „Sie sind gerade erst angekommen?“ - „Sehen Sie sich erst einmal richtig um - Sie finden mich am Stand - ich habe da ein paar interessante Gerüche gehört.“

Die Messe ist wie ein alter Bekannter und die beteiligten Personen sind wie eine große Familie. Natürlich gibt es in so einer Familie auch hin und wieder Zank und Missgunst. Aber heute Abend werden alle wieder froh vereint ihren Whisky bis 3 Uhr früh an der Bar genießen. Es ist nur einmal im Jahr InterWhisky und da muss das Tagesgeschäft zurück stehen.

Pause

Irgendwann am Nachmittag hat man genug gegen den Meselärm angedet und wünscht sich ein wenig Ruhe vom Geschehen. Nur ein Viertelstündchen denkt man sich und geht in die DAXx-Bar im Foyer. Ein kleiner Snack, ein erfrischendes Getränk und man ist gleich wie-

der fit für den Rest des Tages.

Doch diese Pause ist immer anders. Es gibt nicht viele Tische und so findet man sich neben einem englischen Herren wieder, den man nicht so richtig einordnen kann. Bald wird klar: Dieser Herr ist ein waschechter Distillery Manager. So erging es mir vor Jahren mit Stuart Thomson und seiner Frau. Wir sprachen über eine Stunde lang. Dabei tritt Whisky in den Hintergrund. Der Whisky verbindet, aber die Probleme von Familien sind auf der ganzen Welt die Selben.

Vorletztes Jahr saß ich mit Richard Paterson - Master Blender von Whyte & Mackay und Distiller of the Year - zusammen. Wir sprachen über internationale Finanzmanager und deren Einfluss auf das Whisky-Geschäft.

Letztes Jahr hatte ich ein anregendes Gespräch mit dem deutschen Geschäftsführer von Moët Hennessy Deutschland - einem Schotten mit außerge-

wöhnlich guten Deutschkenntnissen.

2. Akt

Vorhang auf: Die InterWhisky besteht nicht nur aus prall mit Whisky gefüllten Ständen sondern auch aus kleinen Vortragsräumen in denen Schotten, Iren und Amerikaner ihr Fachwissen an viele Interessierte bereitwillig weitergeben. Vor sechs Jahren saß ich in einem dieser Vorträge beim damaligen Distillery Manager von Laphroaig Iain Henderson. Im Laufe seines Vortrags sprach er von einem ‚Irren‘ Deutschen, der alle schottischen Malt Whisky Brennblasen fotografiert hätte und diese auf einem Poster abgebildet hätte.

Ich bedankte mich nach dem Vortrag für den ‚Irren‘ und er bedankte sich für das Poster, das ich ihm schenkte. So entstehen die Kleinigkeiten im Leben, an die man sich gerne erinnert.

Fast alle diese Vorträge sind anhörens-wert. Es sind in der Regel Profis, die die Vorträge

halten. Für geladene Besucher, die diese Vorträge schon alle gehört haben, gibt es in der Dachetage des InterConti ein Sonderprogramm der Hersteller. In einem Jahr wurde von Stuart Thomson der Ardbeg Uigeadail vorgestellt.

Ein anderes Mal stellte die ‚Top Nose‘ von Macallan, Bob Dalgarno, den Vorgang der Erstellung einer Replika eines Malt Whiskys aus dem vorletzten Jahrhundert dar. Dabei lässt man die Wissenden auch einmal an schlechten Fassproben schnüffeln - das war wieder so ein Erlebnis, das man gar nicht missen möchte.

Pause

So langsam wird es Nacht über Frankfurt, das vom Dachgeschoss des InterConti seinem Beinamen *Mainhattan* alle Ehre macht. Überall blinkt es und die Fenster der Banken sind hell erleuchtet. Hier ist es Freitag Abend, aber in Manhattan hat die Wall Street noch geöffnet. Ob es für Diageo, Brown-For-

man und Fortune Brands ein guter Börsentag war?

Mich selbst zieht es ein paar Etagen tiefer in mein Zimmer. Zeit für eine entspannende heiße Dusche, ein kurzes Schläfchen und den Wechsel des Businessanzugs gegen einen Abendanzug. Ein schönes Gefühl! Nicht, dass ich Anzüge mag - ich habe schon zu viele in meinem Leben getragen - aber dem kommenden Anlass ist man festliche Kleidung schuldig. Ich freu‘ mich d‘rauf!

3. Akt

Vorhang auf - großes Orchester: Das Highland Dinner ist der Höhepunkt der InterWhisky. 250 Gäste, die Damen in festlicher Robe und die Herren in Schwarz oder Kilt, schreiten zu schottisch/irischen Klängen in den Festsaal des InterConti. Gläser funkeln, Besteck blitzt und große Blumengestecke schmücken die runden Tische. Hier feiert sich die Branche selbst! Vor einigen Jahren wurde meine Frau hier mit dem Preis

des besten Whiskyfachhändlers durch den Whisky-Botschafter bedacht. Der Brown-Forman Master Distiller Lincoln Henderson hielt dazu eine schöne Rede - wer sagt, dass Amerikaner keine Umgangsformen hätten?

Der deutsche Whiskyhandel darf sich feiern. Er hat allen Grund dazu. Jedes Jahr beschenken Scotch, Bourbon und Irish der Branche neue Absatzrekorde. Hier auf der InterWhisky sind vor allem Single Malt und Straight Bourbon Hersteller, Vertriebler und Händler anwesend. Fast alle von ihnen blicken auf ein tolles Jahr zurück. Und die größte Anstrengung steht der Branche noch bevor. Das Weihnachtsgeschäft! Kaum ist man zu Hause, wollen die Bürger ihre Weihnachtseinkäufe machen. Die Logistik ist voll am Laufen; die Waren sind bestellt und befinden sich in der Auslieferung - jetzt hat man noch einmal Zeit durchzuatmen. In den kommenden drei Wochen wird

nichts mehr daraus werden.

Wen trifft man so an seinem Tisch? In den vergangenen Jahren teilte ich die Runde mit fast allen großen Importeuren wie Pernod Ricard, Maxxium, Team Spirit und vielen anderen mehr. Besonders interessant sind die weiteren Gäste dieser Firmen. Sind es nun die Manager internationaler Marketing Agenturen, besondere Herren aus der Produktion oder auch Familienmitglieder ehemaliger Eigentümer. Auch mit der Konkurrenz sitzt man am Tisch. Nicht immer findet man da locker gelöste Personen neben sich ...

Wo sonst, als beim Highland Dinner in Frankfurt, hat man die Gelegenheit, den mittlerweile leider verstorbenen Booker Noe, den Enkel des legendären Jim Beam, persönlich kennen zu lernen?

Der Höhepunkt der InterWhisky ist die schottische Haggis Zeremonie. Haggis ist ein ursprüngliches schottisches Es-

sen. Wer jetzt an fette Innereien im Schafsdarm denkt - liegt beinahe richtig. Doch nur beinahe. Das ursprüngliche Armeleuteessen hat sich in ein wahrhaftig festliches Gourmetmahl gewandelt.

Nach dem von Dudelsackklängen begleiteten Hereintragen der Haggisplatte wird der gefüllte Schafsdarm noch nicht angeschnitten. Es ist eine Ehre für den bedeutendsten, anwesenden Schotten, das Gedicht des schottischen Nationaldichters Robert Burns: „The Address to the Haggis“ zu rezitieren. Erst in der dritten Strophe bei den Worten „cut you up wi‘ rea-

dy slight“ schlitzt er dann mit großem Messer das Haggis unter lautem Beifall auf.

Vorhang

Der Vorhang fällt nachts irgendwann zwischen 2 und 4 Uhr nach dem letzten Whisky an der Bar. Morgens im Restaurant des InterConti trifft man sich dann wieder. Etwas mehr verbrüdet als beim letzten Mal - etwas verständnisvoller als noch gestern für die Missgeschicke des vergangenen Jahres.

Heute ist Besuchertag. Es wird wieder voll werden - wie jedes Jahr. Ich freu‘ mich d‘rauf!



Ein Jahr im The Whisky Store und die Whisky-Gewinner des Jahres

Jahresrückblick 2006

Das vergangene Jahr war das bislang Beste in der Existenz von The Whisky Store. Sie als unsere Kunden haben uns die Treue gehalten und wir konnten wieder kräftig wachsen. Unsere neuen Mitarbeiter haben sich prächtig eingearbeitet und wir alle vermissen unsere langjährige Kollegin, die überraschend im Frühjahr verstarb.

Das Frühjahr ist auch die Zeit, in der wir im The Whisky Store das Jahresgeschäft planen. Brauchen wir mehr Mitarbeiter als Verstärkung? Wie groß soll/darf das Lager anwachsen? Alle diese Fragen beantworten wir für uns im Frühjahr. Daraus entwickeln wir unseren Jahresplan und legen Aktionen fest.

Den ersten Aufruhr gab es 2006 deshalb schon zu Ostern als klar wurde, dass wir unser altes Shop-System, die Warenwirtschaftssoftware und unsere

Finanzbuchhaltung in diesem Jahr würden auswechseln müssen. Sie als unser Kundenstamm als Ganzes haben dermaßen zugelegt, dass wir auf sechsstellige Kundennummern wechseln mussten, was die alten Systeme nicht konnten.

Der Zeitpunkt für die Umstellung war schnell gefunden. Es musste der Sommer sein, da zum Herbst die Whiskynachfrage wieder ansteigt und im vollen Betrieb eine Umstellung immer schwer ist. Wir stellten Ende des Sommers keinen Tag zu früh um, da just am letzten Tag unsere alte Fibu wegen zu vielen Kundenkonten streikte - Murphy gilt nicht immer. Es gibt auch Glück im Leben!

Der Höhepunkt für die Belegschaft war der gemeinsame Betriebsausflug zur Insel Islay mit der Besichtigung der Brennerei Bowmore. 2004 hatten wir so viel Bowmore verkauft,



dass die Brennerei Bowmore uns alle zur Besichtigung eingeladen hatte.

Der Druck des neuen Katalogs im Herbst gestaltete sich schwierig. Unser Druckhaus wurde bestreikt. Es ging um die Zahlung von Abfindungen. Da die großen Kataloge der Vollsortimentversandhändler in diesem Jahr in der Auflage zurück gefahren wurden, litt unser Drucker unter massivem Auftragsmangel, der nur mit der Halbierung der Personaldecke aufgefangen werden konnte.

Durch absolut professionelles und konsequentes Verhalten des Druckhauses wurde unser Katalog außer Haus gedruckt und damit doch noch ‚In Time‘ fertig.

Im Herbst kam die große Überraschung! Unser Unternehmen erhielt vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) den Young Business Award überreicht. Dem bvh gehören sehr viele deutsche Versandhändler an, die zusammen für mehr als 70% des deutschen Versandhandelsumsatzes ste-

hen. So eine Auszeichnung erhält man nur einmal im Leben. Entsprechend fühlten wir uns. Der Seeshaupter Bürgermeister beglückwünschte uns zu diesem Erfolg.

Just auf den gleichen Tag fiel eine Entscheidung der Europäischen Union, die seit Jahresfrist über das Wohl und Wehe Ihrer preiswerten Whiskyversorgung wie ein Damoklesschwert hing.

Die EU entschied, dass - im Gegensatz zum Tabak - für Alkoholika keine bindenden Verbote für Werbung verhängt werden. Man beließ es (noch)

bei Empfehlungen. Was die einzelnen Mitgliedsländer daraus machen werden, steht noch in den Sternen. Hätte es ein Werbeverbot gegeben, wären alle hochwertigen Whiskyflaschen mit großer Wahrscheinlichkeit auf dem ganzen EU-Markt deutlich teurer geworden.

Apropos Teuerung. Die Mehrwertsteuererhöhung auf 19% wurde bereits bei der Auflage des aktuellen Katalogs im Herbst des letzten Jahres anteilig in Bezug auf die Laufzeit eingearbeitet. Die Katalogpreise hatten also auch im Frühjahr



Die Mitarbeiter von The Whisky Store auf Islay



Die Logistik-Mitarbeiter von The Whisky Store

2007 Gültigkeit behalten. Wir mussten *nur* zwei zusätzliche Prozentpunkte Mehrwertsteuer ans Finanzamt abführen.

Im Oktober 2006 wurde unser The Whisky Blog ein Jahr alt. Der Erfolg des Blogs hat uns selbst überrascht. Rund 1 Mio. monatliche Seitenaufrufe im Blog und Forum konnten wir zum Jahreswechsel protokollieren. Da waren wir froh, dass wir noch im Herbst auf einen stärkeren Dual-Core-Prozessor-Server fürs Internet umgestellt hatten. Man soll nicht zu spar-

sam sein. Sparsamkeit halte ich für eine wichtige Tugend, aber Geiz hat sich noch nie bezahlt gemacht.

Das Weihnachtsgeschäft war genauso heftig, wie wir es erwartet hatten. Aber es kam viel weniger Stress als in vergangenen Jahren auf, da die neue, integrierte Warenwirtschaft und Finanzbuchhaltung genauso arbeiteten, wie wir das geplant hatten. 1.000 Shop-Aufträge am Tag abzuarbeiten ist nun kein Problem mehr, wenn man von der Hetze im Lager einmal ab-

sieht. Auch wenn wir im Büro ruckzuck alle Bestellungen abarbeiten und ausdrucken können, so muss doch weiterhin jede einzelne Flasche gepickt, gepusht und gepackt werden.

Was waren nun die sich am besten verkaufenden Flaschen?

Der alte Platzhirsch Lagavulin 16 Jahre ist wieder zurück. Er ist zwar nach wie vor stark bedrängt vom Ardbeg TEN, aber der Lagavulin 16 Jahre hat die Spitzenposition des meistverkauften schottischen Single Malts wieder eingenommen, seitdem der Nachschub nach langer Knappheit wieder besser fließt.

Die Nummer drei im Markt ist überraschenderweise der Laphroaig 10 Jahre in 40% und 55% geworden. Damit gehören die drei ‚rauchigen‘ Brennereien von Islays Südküste zu den erfolgreichsten Malt Whisky Brennereien Schottlands.

Die absatzstärkste Brennerei über alle Flaschen ist nach wie vor Bowmore, ebenfalls von der

Insel Islay. Sie schlagen zwar mit Einzelflaschen nicht die Platzhirsche der benachbarten Brennereien an der Südküste, aber in Summe verkaufen sich die Bowmore Legend, 12, 15 und 17 Jahre am Besten.

Was war der Newcomer des Jahres? Sicherlich gehört der Ardbeg Airigh nam Beist (ANB) dazu. Binnen kürzester Zeit hatten wir 900 Flaschen dieses lang erwarteten, älteren Ardbegs verkauft. Direkt dahinter kommt auch schon die neue Abfüllung von Aberfeldy mit 12 Jahren. Auch hier hat die Einführung wunderbar geklappt. Der neue Bunnahabhain 18 Jahre war überraschender Weise der Shooting Star zu Weihnachten. Wir mussten ihn vorzeitig aus den Sonderangeboten nehmen, da keine Flasche mehr nach zu bekommen war.

Wer war der Verlierer in diesem Jahr? Sicherlich hat Bowmore ein Stück weit gelitten und konnte das Wachstum nicht mithalten. Irgendwann ist jeder

Markt einmal gesättigt. Man kann schließlich nicht drei Jahre hintereinander seinen Freunden ausschließlich Bowmore Flaschen zu Weihnachten und zum Geburtstag schenken.

Auch Bruichladdich hat nachgelassen. Mir persönlich kommt es so vor, als ob die riesige Auswahl an verschiedenen Abfüllungen Sie als Kunden vor so große Auswahlprobleme stellt, dass Sie am Ende doch lieber etwas Anderes kaufen, bei dem die Entscheidung Ihnen nicht so schwer fällt.

Größter Verlierer des Jahres 2006 war aus unserer Sicht aber die Brennerei Macallan. Die bewährten Umsatzträger wie der 18-Jährige aus dem Sherryfass sowie die beiden Spitzen-Malts 25 und 30 Jahre aus dem Sherryfass waren nicht mehr erhältlich. Darunter haben anscheinend auch die jüngeren Flaschen mit 10 und 12 Jahren gelitten. Nicht so richtig in Fahrt kommen wollte dagegen der Absatz der Fine Oak Serie.

Der Rückblick auf ein erfolgreiches Jahr beinhaltet auch immer eine knappe Vorausschau auf die Monate, die vor uns liegen. Der gesamte Absatz hochwertigen Whiskys wird in Deutschland in Summe erneut um 15% zulegen. Zusammen mit Ihnen wollen wir dabei wieder deutlich stärker als der gesamte Markt wachsen.

‚Klasse statt Masse‘ lautet die Devise. Statt großer Mengen Blended Whisky, wird erneut das kleine Segment der hochwertigen Single Malts (unser Kernsegment) verstärkt nachgefragt werden.

Nachdem wir im vergangenen Jahr eine magische Umsatzgröße knapp verpasst haben, sollten wir sie in diesem Jahr endlich schaffen. Wenn Sie uns die Treue halten, dann sollte uns das gelingen. Wir alle vom The Whisky Store geben unser Bestes, um Sie auch in diesem Jahr wieder schnell und zuverlässig mit Ihren Wunschwhiskys zu versorgen.

Die erweiterte Suche im Shop System

Die Suche nach meinem „Ideal-Whisky“

Letzten Monat erhielt ich die folgende E-Mail von einem Kunden:

„Ich suche nach einem Whisky, der ganz deutlich spürbar und anhaltend süß im Geschmack sowie stark und anhaltend vanillebetont ist und der ggf. noch um florale und (leicht!) malzige Elemente ergänzt wird. Der Alkoholgehalt sollte 45 Volumenprozent nicht übersteigen.

Welchen Whisky aus Ihrem Sortiment würden Sie mir unter diesen Prämissen empfehlen, und zwar in den Preiskategorien bis 40 Euro, bis 80 Euro und bis maximal 150 Euro? Wenn Sie mir jeweils eine Alternative nennen könnten, wäre das nicht schlecht.“

Oft beraten wir unsere Kunden per E-Mail oder am Telefon. Meist geht es um besondere Flaschen zu Jubiläen, Geburts-

tagen und die Besonderheiten unabhängiger Abfüllungen oder Einsteigerflaschen. Doch solche Fragen wie die obige nach speziellen Geschmäckern erreichen uns nicht so oft.

Wie sollte ich dem Suchenden helfen? Schließlich kann Niemand 1.000 verschiedene Flaschen gleichzeitig offen haben oder diese nach Jahren des Probierens prima aktuell aus dem Geschmacksgedächtnis hervorzubringen. Kennen Sie Jemanden? Ich kenne so einen Fachmann leider nicht.

Die üblich angewandte Lösung ist folgende: In der Regel kennt man zwei bis drei Dutzend Whiskys wie seine Westen-

tasche.

Und aus denen wählt man seine Empfehlungen aus und ergänzt sie mit den zuletzt auf Messen oder anderweitig probierten Sorten, die den Kriterien mehr oder weniger entsprechen. Ist das die optimale Lösung für den Kunden? Ich habe da meine Zweifel.

Um diesen Kunden beson-

ders zu bedienen, habe ich einmal unsere neue ‚Erweiterte Suche‘ mit diesen Anforderungen bemüht. Versuchen Sie es doch auch gleich hier im Internet: http://www.whisky24.de/tws/advanced_search.php oder drücken Sie in unserem Shop-System oben rechts auf die erweiterte Suche neben dem ‚Neu‘ Schriftzug.

Weitere Suchkriterien

Geben Sie Ihre Suchbegriffe ein:

genau alle Worte einzelnes Wort

Nur Geschmack durchsuchen

Kategorien:
 Unterkategorien mit einbeziehen

Abfüller:

Brennerei:

Flaschen-Inhalt: alle Größen nur 0.7l nur 1.0l nur 0.05l

Preis in Euro von: bis:

Vol% (z. B. 40) von: bis:

Alter (z. B. 10 oder 1989) von: bis:

Jahre Jahrgänge

Filter:

- nur Sherry-/Weinfass
- nur rauchig
- nur Preis/Leistung gut
- nur Spitzen-Whisky
- nur Dauer-Tiefpreis

Sortierung der Suche nach

Preis Vol% Flaschen-Inhalt Normal

aufsteigend absteigend

Bei den Suchbegriffen geben Sie bitte ‚*süß vanille malz*‘ mit ß, aber ohne Komma und ohne die Hochkommata ein. Bitte vergessen Sie nicht die Box mit der Bezeichnung ‚*Nur Geschmack durchsuchen*‘ direkt darunter anzukreuzen. Mit dieser Auswahl werden die drei Worte in beliebiger Reihenfolge nur im Geschmacksbeschreibungsfeld der Artikel gesucht. Damit Sie nur schottische Single Malts in großen Flaschen angezeigt bekommen, wählen Sie die Kategorie *Single Malt* unter dem Land Schottland und begrenzen Sie den Flascheninhalt auf ‚*nur 0.7 Liter*‘.

Damit die Liste auch den anderen Kriterien entspricht, tragen Sie beim Preis in das ‚*bis*‘ Feld die 40 für 40 Euro ein und machen Sie Analoges für die Alkoholstärke mit 45. Lassen Sie die anderen Felder dieser Eingabezeile bitte leer.

Jetzt drücken wir den Suchen-Knopf unten rechts und warten 0,2s auf das Ergebnis

unserer Eingaben.

Das Ergebnis ist genauso überraschend wie zutreffend. Vier Flaschen entsprechen den gewünschten Kriterien. An Cnoc 12J, Glendronach 12J, Glenlivet 12J und Glenrothes Selected Reserve. Jetzt kann man in aller Ruhe auf jedes einzelne Bild klicken und sich die gewünschte Geschmacksbeschreibung im Detail durchlesen und seine Entscheidung treffen. Verwenden Sie bitte zum Zurückkehren die Pfeiltaste Ihres Browsers. Dann bleibt der Inhalt der ‚*Erweiterten Suche*‘ und die Ergebnisliste der Suche bestehen (Leider nur beim Internet Explorer und nicht bei Firefox).

Die Suche nach speziellen Geschmackseigenschaften eines Whiskys gibt es weltweit nur äußerst selten auf Webseiten zu finden. Wir wissen, wie viel Arbeit in der Erstellung und Pflege dieser Geschmacksbeschreibungen steckt. Man sollte sich aber bewusst sein, dass

Geschmacksbeschreibungen immer einen subjektiven Anteil haben und ihr eigenes Geschmackempfinden dazu nicht passen muss (aber kann).

Neue Themen: Unsere ‚*Erweiterte Suche*‘ bildet nun endlich auch wieder mehr oder weniger falsch geschriebene Whiskynamen ab. Gälisch ist für viele von uns ungewohnt und die mehr und mehr verbreitete englische Aussprache dieser alten Whiskynamen macht das Buchstabieren auch nicht einfacher.

Tippen Sie Ardbeg ein, so werden Sie auch Ardbeg finden. Gleiches gilt für Laphroig (statt Laphroaig), Lagavullin (statt Lagavulin) oder Mac Allen (statt Macallan) und Hunderte anderer Fehlschreibungen auch.

Auf ein paar letzte Feinheiten möchte ich Sie in der ‚*Erweiterten Suche*‘ noch hinweisen:

Beim Alter eines Whiskys können Sie nach Jahrgängen und dem Alter suchen. Wenn Sie z.B. nach 1950 bis 1955

suchen, so müssen Sie direkt unterhalb der Eingabe der Jahreszahlen die Auswahl auf ‚*Jahrgänge*‘ stellen. Ansonsten findet das Programm keine Flasche. Möchten Sie Flaschen aus nur einem einzigen Jahrgang finden, so müssen Sie für das ‚*Von*‘ und das ‚*Bis*‘ Feld den selben Jahrgang angeben.

Falls Sie nach einem speziellen Alter suchen, so werden auch Flaschen gefunden auf denen nur Brenn- und Abfülldatum angegeben sind. Ein Beispiel ist der Glenfiddich von 1974/2005, den Sie auch bei der Suche nach 31 Jahre alten Whiskys finden.

Oft wurden wir in den vergangenen Jahren gefragt, wie man im Internet sich nur die Whiskys mit dem roten Stern (Preis/Leistung gut) oder alle rauchigen Whiskys aus Sherryfässern anzeigen lassen kann. Die Filter unten links in der ‚*Erweiterten Suche*‘ lassen sich auch in dieser Hinsicht verwenden. Sie suchen einen Spitzen-Whisky (goldener Stern), der

in einem Sherryfass lagerte und rauchig ist? Lassen Sie alle Angaben in der ‚Erweiterten Suche‘ leer und markieren Sie die drei Kästchen unten links neben den entsprechenden Symbolen. Ich war selbst überrascht, dass sich auf diese Weise 10 tolle Single Malt Whiskys finden lassen.

Zum Abschluss möchte ich Sie ermuntern, die ‚Erweiterte Suche‘ in unserem Shop-System kräftig zu nutzen. Wir haben genügend Rechenleistung bereitgestellt, um Ihre Anfragen zu befriedigen. Sollten Sie Unstimmigkeiten finden (kein Mensch ist perfekt), so schicken Sie uns eine kurze E-Mail (Horst@Whisky.de).

Vom Versuch einen Whisky-Geschmack rational zu erfassen

Umami und Fila olfactoria

Haben Sie schon einmal ein flau-es Gefühl im Bauch gehabt, das Ihnen Vorsicht oder gar Angst signalisiert hat? Nicht mehr ganz so neue Untersuchungen zeigen, dass der Mensch überraschend viele Nervenzellen in der Bauchregion hat, die für diese Meldungen ans Gehirn verantwortlich sind.

Der menschliche Körper ist mit einem komplexen Nervengewebe durchsetzt, das vom kleinen Zeh bis zur Zungenspitze die elektrischen Nervenimpulse an unseren feuchten neuronalen Prozessor - das Gehirn - weiterleitet. Zentraler Datenhighway für diese Nervenimpulse ist unser Rückenmark.

Hat bei Ihnen der Zahnarzt bereits einmal bohren müssen? Hoffentlich nicht. Aber wenn, dann hat er Ihnen Spritzen gesetzt. Und hier sieht man eine menschliche Besonderheit, die

einen riesigen Einfluss auf unser Whiskygeschmacks- und -geruchsempfinden hat. Wenn der Zahnarzt in den Zähnen des Unterkiefers bohren muss, dann spritzt er an eine ganz bestimmte Stelle hinten am Kiefergelenk. Muss er dagegen im Oberkiefer bohren, so erhalten Sie in der Regel mehr als eine Spritze rund um die betroffene Stelle. Und zwar von innen und außen.

Warum ist das so? Die Nerven des beweglichen Unterkiefers müssen hinten am Kiefergelenk vorbei ins Rückenmark und so weiter ins Gehirn zur Verarbeitung gelangen. Die Zahnerven des Oberkiefers sind auf dieses Nadelöhr nicht angewiesen und können parallel ihren Weg ins Gehirn nehmen.

Lösen wir uns von den Schmerznerve(n) und übertragen wir dies anschaulich auf die Geschmacksnerven. Auf der Zunge haben wir Rezeptoren, die Nervenimpulse generieren, wenn

die richtigen Geschmacksstoffe an die Rezeptoren andocken. Diese Nervenimpulse müssen entlang den Nervenbahnen den ganzen Weg nach hinten über den Rachen ihren Weg ins Rückenmark finden, um so zum Gehirn zu gelangen.

Die geringe Übertragungskapazität dieser vergleichsweise langen Nervenbahnen haben unser Geschmacksempfinden auf der Zunge auf wenige Eigenschaften beschränkt. Süß, sauer, salzig, bitter und umami. Letztere Eigenschaft ist mit fleischig bzw. proteinhaltig zu übersetzen und wurde erst um 1920 von einem Japaner entdeckt.

Während es für die ersten vier Geschmäcker nur wenige verschiedene Rezeptoren und damit Impulse gibt, scheint es bei umami über 30 zu geben. Trotzdem bleibt das Geschmacksspektrum der Zunge wegen der geringen Datenkapazität der einzelnen Nervenstränge begrenzt.

Anders ist es im Oberkiefer. Ähnlich zu der Nervenvielfalt der Zähne im Oberkiefer haben wir auch beim Geruchssinn der Nase dieses Nervengeflecht zur Verfügung. Und - das ist wichtig - es durchdringt die Schädelbasis durch kleine Knochenkanäle (Foramina). Diese Knochenkanäle stellen eine direkte Nervenverbindung (Fila olfactoria) zwischen Nasenrezeptoren und der Schädelhöhle mit dem Riechkolben (Bulbus olfactorius) im Frontalhirn her. Mit diesen vielen Tausend direkten Verbindungen zwischen Rezeptoren und Gehirn können wir über den Geruch das Tausendfache an Informationen erhalten als über den Geschmack.

Während die fünf grundlegenden Geschmacksempfindungen der Zunge angeboren sind und bereits der Säugling zu Unterscheidungen fähig ist, ist das Gehirn des Neugeborenen braches Land. So wie wir Gutes und Gefahr mühselig als Kind erlernen müssen, so ist auch

unser Geruchssinn nahezu ohne genetische Vorprogrammierung (sieht man einmal von den Sexualduftstoffen - den Pheromonen - einmal ab).

Mit zunehmendem Alter bilden sich in unserem Gehirn bevorzugte Denkstrukturen aus. Die Nervenzellen (Neuronen) lösen dabei eine Menge Verbindungen (Synapsen) voneinander und der Mensch denkt in *eingefahrenen* Bahnen. Dies hilft ihm schnellere und sichere Entscheidungen zu treffen auch wenn dabei mögliche andere Optionen entfallen (Wenn der Baum fällt, dann rennen wir weg. Ein Kind muss über so etwas noch nachdenken).

Ähnlich ergeht es unserem Geruchssinn. Mit den Jahren können wir Gerüche bestimmten Gegenständen und Situationen zuordnen. Immer wenn wir etwas riechen, assoziieren wir damit etwas. So erinnere ich mich noch deutlich an einen Besuch als Kind im Raubtierhaus des Zoos, in dem die Lö-

wenmännchen recht intensive Duftmarken gesetzt hatten. Bis heute mag ich wegen dieses Geruchs gar nicht gerne ins Raubtierhaus gehen, auch wenn ich diese Tiere gerne sehe und auch keine Angst vor Ihnen habe, solange ein Graben und Gitterstäbe zwischen ihnen und mir sind.

Jeder Mensch ist einmalig und macht damit eine einmalige Kombination an Geruchserfahrungen über sein gesamtes Leben. Natürlich gibt es ähnliche Erfahrungen in vergleichbaren Kulturkreisen. So wird fast jeder von uns hier in Deutschland etwas mit Sauerkraut oder Bier anfangen können. Doch schon beim Sauerkraut gibt es deutliche Unterschiede. Je nach Region werden verschiedene Gewürze zugegeben.

Aber bereits eine Geruchsbeschreibung mit ‚Weihnachtsgebäck‘ oder ‚Kuchen‘ stürzt uns in regionale Konflikte. Denn während für den Einen Weihnachtsgebäck nach Zimt und

Nelken duftet, so verbindet der Andere damit Marzipan und Mürbeteig mit Zuckerguss.

Noch schwieriger mit der Verständigung auf gemeinsame Aromen wird es bei der Übersetzung von englischen Geschmacksbeschreibungen. Dass es dabei noch gravierende Unterschiede im Empfinden von Schotten, Briten, Iren und Amerikanern gibt, macht die Sache nicht einfacher.

Richtige Überraschungen kann man erleben, wenn man im The Whisky Forum den Geschmacksbeschreibungen der verschiedenen Mitglieder folgt. Richtig konträre Einstellungen lassen sich dort finden. Ich mag Niemanden mit seinem Geschmacksempfinden schlecht reden. Jeder dieser Personen hat unterschiedliche Aromen über seine bisherige Lebensspanne aufgenommen und damit positive und negative Erfahrungen abgespeichert.

Wir werden oft gefragt, warum wir nicht detailliertere Be-

schreibungen der Whiskys im Katalog geben. Warum soll ein Whisky-Experte bessere Geschmacksempfindungen haben als Sie - der Kunde? Weil er ein Experte ist und mehr Erfahrung im Whiskyverkosten hat?

Auch wenn ich schon ein paar Hundert Single Malt Whiskys in meinem Leben verkostet habe, so bin ich mir sicher, dass ich keinen allgemeinverbindlichen Geschmack habe. Niemand kann einen solchen Geschmack haben! Denn es gibt kein absolutes Gut oder Schlecht.

Es gibt jedoch unterschiedlich ausgeprägte Geruchssinne. Rund ein Viertel aller Menschen haben einen herausragenden Sinn für das Erkennen spezieller Aromen. Die Brennereien sind deshalb immer in ihrer Belegschaft auf der Suche nach diesen Menschen. Sie können dem Unternehmen helfen, ihren Whisky immer mit den gleichen Aromen im selben Verhältnis zueinander abzufüllen.

Und hiermit kommen wir

auch schon zu dem, was machbar ist. Mit Hilfe der Statistik kann man allgemein gültige Aromatendenzen in Whiskys ausmachen. Das geht aber nicht mit ein, zwei oder fünf Personen. Man braucht schon eine statistisch aussagefähige Zahl an Aromabewertern (z.B. 20), um eine statistisch relevante Aussage über einen Whisky treffen zu können.

Schöne, blumige Geschmacksbeschreibungen sind zwar angenehm und zum Teil belustigend zu lesen, aber wirklichen Sinn machen sie nicht. Da hilft es dem suchenden Genießer schon eher, wenn man allgemeine Aussagen zur Geschmacksrichtung eines Malts in Worte fasst. Auch wenn man in so einem Fall nur Zitrusfruchtroma statt Limette, Zitrone, Orange oder Blutorange nennen kann, so wird doch derjenige, der keine trockenen, sprich sauren, Whiskys mag, vom Kauf sicher abgehalten.

Am Ende des Tages bleibt die

Reise in die Aromen der Whiskywelt vollständig individuell. Jeder wird mit seinen probierten Whiskys unterschiedliche Erfahrungen machen. Wollen wir hoffen, dass Sie auf Dauer mehr positive als negative Erfahrungen ansammeln.

The Whisky Wiki

Schreiben Sie mit an Ihrem eigenen Whiskylexikon

Seit Ende Mai ist das neue Whiskylexikon The Whisky Wiki im Internet online. Wer nun meint, in diesem Lexikon alles über Whisky vorzufinden, der wird leider (noch) enttäuscht. Ihre Mitarbeit ist dringend erforderlich.

Unter der Webseite <http://www.TheWhiskyWiki.de> findet der/die Interessierte eine (fast) leere Schablone mit einer bislang groben Ordnung nach Sachgebieten vor. Es gibt auch schon die ersten Beiträge.

The Whisky Wiki ist ein modernes Online-System, das ihnen als Whiskybegeisterte eine Plattform zur Verfügung stellt, um ihr Wissen mit anderen Enthusiasten in deutscher Sprache zu teilen.

Das Wort Wiki stammt aus dem Hawaiianischen. *Wikiwiki* bedeutet in dieser

Sprache *schnell*. Was ist nun schnell am The Whisky Wiki? Schnell ist die Art und Weise, wie Jedermann sein eigenes Wissen über Whisky in dieses Online-System einbringt.

Ob Sie nun einen speziellen Begriff erklären wollen oder die Wegbeschreibung zu einer Brennerei ergänzen; ob Sie einen Whisky mit seinen Abfüll-

daten eingeben oder das selbst gemachte Bild einer Flasche hoch laden wollen. All dies können sie intuitiv mit wenigen Klicks in Sekundenschnelle erreichen.

The Whisky Wiki steht im Internet Jedermann offen. Mit einer schnellen und anonymen Anmeldung können Sie eigene Beiträge erstellen und exi-

stierende verändern. Das kann dazu führen, dass verschiedene Ansichten um eine Sache miteinander konkurrieren und ständig hin und her verändert werden. Da können Meinungen schon einmal eskalieren. Deshalb gibt es zu jedem Beitrag im The Whisky Wiki auch ein eigenes Diskussionsforum.

Jeden Tag erreichen uns

The screenshot shows the 'Whisky-Wörterbuch' page on The Whisky Wiki. At the top, there is a navigation bar with links for 'Seite', 'Diskussion', 'bearbeiten', 'Versionen/Autoren', 'schützen', 'löschen', 'verschieben', and 'beobachten'. Below this, the page title 'Whisky-Wörterbuch' is displayed. The main content area contains a description of the portal and a list of links for various whisky-related terms, organized by letter (A, B, C, D, E, F). Each letter has a corresponding list of terms, and each list has a '[bearbeiten]' link. The left sidebar contains a 'Navigation' menu with links to 'Hauptseite', 'TheWhiskyWiki-Portal', 'Aktuelle Ereignisse', 'Letzte Änderungen', 'Zufällige Seite', 'Hilfe', and 'Spenden'. Below the navigation menu is a search box with 'Seite' and 'Suche' buttons. At the bottom of the sidebar is a 'Werkzeuge' section with links to 'Links auf diese Seite', 'Änderungen an verlinkten Seiten', 'Spezialseiten', 'Druckversion', and 'Permanentlink'.

Kundenanfragen, die nach ganz speziellen Dingen fragen. Wir beantworten in Zukunft alle diese Anfragen im The Whisky Wiki, damit dieses Wissen nicht nur bei einer Person verbleibt, sondern sich über die ganze Whiskyszene im deutschen Sprachraum verbreitet.

Wir schätzen, dass The Whisky Wiki in den kommenden Jahren rund 5.000 Beiträge anziehen wird und damit zu einer wichtigen Whiskyinformationsplattform im deutschsprachigen Internet aufsteigt.

Drei Dinge sind im The Whisky Wiki unerwünscht. Sie dienen dem Selbstschutz des Wikis.

Es darf nicht für Händler geworben werden. The Whisky Store sponsert dieses Wiki und damit bleibt die Nennung von Bezugsquellen außen vor. Bitte nennen Sie in Ihren Beiträgen auch nicht The Whisky Store als Bezugsquelle - wir wollen fair bleiben.

Zum Zweiten ist die Verlin-

kung zu anderen Whiskywissensquellen wie Foren oder Portalen unzulässig. Wenn aus The Whisky Wiki nur in alle Welt verlinkt wird - statt eigene Beiträge zu erstellen - dann wird The Whisky Wiki nicht den Erfolg erreichen, den wir diesem System wünschen.

Als Drittes und Letztes dürfen keine Beiträge ins The Whisky Wiki eingegeben werden, die Rechten Dritter unterliegen. Dazu gehört das Kopieren von Texten genauso wie die Übernahme von fremden Bildern.

Grundsätzlich sollten Sie sich im The Whisky Wiki angewöhnen, nur selbst formulierten Text und selbst angefertigte Fotos zu verwenden.

The Whisky Store möchte gerne ehrenamtliche Administratoren für das The Whisky Wiki anwerben. Ihre Aufgabe ist neben der Erstellung von Beiträgen auch die Überwachung von durch Dritten erstellten Beiträgen und die SPAM- sowie Vandalismus-Abwehr.

Wir können Ihnen zwar keine Bezahlung für ihre Tätigkeit anbieten, aber hin und wieder eine Flasche Single Malt Whisky (mit leicht beschädigtem Etikett oder Schachtel) werden wir ihnen zukommen lassen. Das hilft nicht nur die Zeit vor dem Bildschirm kurzweiliger zu gestalten. Der eine oder andere Tropfen erweitert auch ihre Wissensbasis. Wir freuen uns auf jede Mithilfe, die wir für dieses neue Projekt erhalten.

Neue Whiskys braucht das Land

Exotische Nachreifungen

Fast alle Leser dieses Buchs kennen in Sherryfässern gereifte Single Malt Whiskys. Sie zeichnen sich durch zwei Charaktereigenschaften aus. Einmal gibt die Fasswand die fruchtigen Aromen des Sherrys während der ersten Jahre der Reifezeit an den Whisky wieder ab. Nach fünf bis acht Jahren sind jedoch die Sherryfassaromen und die braune Farbe des Sherrys aus der Fasswand nahezu ausgelaugt. Danach kann der reifende Whisky *nur* noch Eichenaromen aus dem Holz der Fasswand aufnehmen. Ich betone dabei das Wort *nur*, da eben diese kräftigen Aromen der europäischen Eiche einen guten Teil der weiteren Reifung ausmachen.

Reifungen in ehemaligen Bourbonfässern, die allesamt laut Gesetz aus milder amerikanischer Weißeiche gefertigt sein müssen, führen zu weitaus dezenteren Eichennoten. Der



Whisky schmeckt anschließend milder und weicher. Mit zu diesem weichen Geschmack beigetragen hat natürlich der Bourbon, der mit seinem hohen Alkoholgehalt zu Beginn der Fassverwendung einen großen Teil des Eichenaromas der Fasswand entnommen hat. Das kann ein Wein, auch wenn er über 14% Alkoholgehalt hat, nicht.

In den beiden vergangenen Jahrhunderten gab es starke Beziehungen zwischen Großbritannien und den Sherry sowie Portwein herstellenden Weingütern. Für die Reifung von schottischem Whisky

hatten sich geschichtlich fast ausschließlich Sherry- und Portweinfässer durchgesetzt. In Folge erwarben Briten eine Reihe von Bodegas (Weingütern) und heute ist es üblich, dass die schottischen Whiskyhersteller frische Fässer als Leihgabe an die südiberischen Bodegas vergeben. Die Nachfrage nach in Sherryfässern gereiften Single Malts wächst von Jahr zu Jahr und eine Knappheit an Fässern macht sich bemerkbar. Die Preise für gebrauchte Sherryfässer befinden sich auf einem historischen Höchststand.

Während Römer und Griechen ihre Weine vorwiegend in Amphoren transportierten, bevorzugten die Gallier Fässer aus Eichenholz. Ihnen gebührt vermutlich die Ehre, den im Barriquefass gereiften Wein erfunden zu haben.

Mittlerweile hat sich die Reifung von sämtlichen Weinarten in Barriquefässern weltweit durchgesetzt. Spanier, Franzosen, Italiener, aber auch die

Weinhersteller in der neuen Welt; alle großen Wein produzierenden Länder reifen einen guten Teil ihrer Weine in diesen relativ kleinen, nur 225 Liter fassenden, Barrique-Fässern. Ein paar Jahre kann man die Eichenfässer verwenden, bis die Aromaabgabe der Eiche an den Wein spürbar zurück geht.

Auch in der schottischen Whiskyproduktion merkt man, dass Europa zusammen wächst. Mehr und mehr der schottischen Whiskyhersteller haben sich den Zugriff auf Barriquefässer aus ganz Südeuropa gesichert. Nachdem die Sherry- und Portweinfässer immer teurer wurden, entdeckten - allen voran Glenmorangie - die massenweise Verwendung von Madeirafässern. Doch die Insel Madeira ist klein und die Anzahl an verfügbaren Fässern reicht für kaum mehr als einen Hersteller.

Was tun?

Während die großen Hersteller wie Macallan oder Bowmore



Weingut Henriques & Henriques auf Madeira

langjährige Liefer- bzw. Nutzungsverträge für die benötigten 500 bis 700 Liter fassenden großen Sherry- und Portweinfässer abgeschlossen haben, fehlt es den jungen Brennereien und den unabhängigen Abfüllern manchmal an den Fässern zur Nachreifung.

Da kommen die ausgedienten Barrique-Fässer diesen Unternehmen gerade recht. Sie sind nicht nur preiswerter, auch die kleinere Größe lässt den Whisky in diesen Fässern schneller reifen, womit man schneller mit seinen Produkten im Markt sein

kann. Einen Quadratmeter Fasswand muss sich in einem großen Sherry- oder Portweinfass rund die Doppelte Menge an Whisky zur Reifung teilen, als dies bei einem kleinen Barriquefass der Fall ist. Eine deutlich schnellere Reifung in diesen kleinen Fässern ist die Folge.

Während Glenmorangie Rotweinfässer aus dem Burgund für die Reifung seines Burgundy Finish in großer Auflage erwirbt, geht z.B. die Brennerei Isle of Arran ganz andere Wege.

Hier reift man Whiskys in einer Vielzahl unterschiedlicher

Weinfässer. Mir kommt es dabei manchmal so vor, als ob jedes zur Nachreifung verwendete Fass aus einer anderen Region Europas stammte: Amarone, Bourgogne, Champagne, Chianti, Fontalloro, Montepulciano, Sauternes, Trebbiano d'Abruzzo, ... Die Abfüllungen erscheinen in so schneller Folge, dass man fast den Überblick verliert.

Doch nicht nur Weinfässer werden von Arran zur Nachrei-



fung verwendet. Rum-, Brandy- und Cognacfässer haben sich einen festen Platz bei der Nachreifung erobert.

Der unabhängige Abfüller Murray McDavid kann im Gegensatz zu einer einzelnen Brennerei wie Isle of Arran nicht nur die Fasssorte variieren - er kann auch Whiskys der verschiedensten Brennereien mit den entsprechenden Aromen der Fässer kombinieren. Caol Ila Mourvedre, Cragganmore



bekannt. Bis auf den unabhängigen Abfüller Gordon & MacPhail hat so gut wie niemand wirklich Zugriff auf im Sherryfass gereifte Macallans. Vor dem Erscheinen der Fine Oak Serie wurden jedoch von der Brennerei Macallan noch Whiskys in Ex-Bourbonfässern auf dem freien Markt verkauft. Der unabhängige Abfüller Wilson & Morgan, mit sehr guten Beziehungen nach Sizilien, hat nun die im Bourbonfass gereiften Macallan und Aberlour in



Syrah, Highland Park Grenache Blanc, Macallan Madeira, usw. Interessant zu werden versprechen Longmorn Tempranillo und Glenlossie Rioja, die von Murray McDavid in den kommenden Monaten eintreffen werden.

Auf zwei mittlerweile eingetroffene, nachgereifte Whiskys bin ich besonders gespannt. Die Brennereien Aberlour und Macallan sind für ihre in Sherryfässern gereiften Malts

sizilianischen Marsalafässern nachgereift. Im Gegensatz zu den vielen in Barriquefässern gereiften normalen Weinen, handelt es sich beim Marsala - ähnlich zum Sherry, Portwein und Madeira - um einen aufgespritzten Starkwein, der besonders intensive Aromen für den nachreifenden Malt Whisky bereit hält.

Die Nachreifung in diesen vielen, verschiedenen Weinfässern hat die Single Malt Whiskyszene stark bereichert. Doch es gibt kein Licht ohne Schatten. So geben Kritiker zu bedenken, dass zu kräftige Nachreifungen oftmals den Brennereicharakter eines Whiskys bis zur Unkenntlichkeit überdecken. Gleichzeitig verändert sich die Philosophie der Single Malt Whisky Herstellung. Wurden früher nur die besten Fässer zur Abfüllung ausgewählt, so bekommt heute jedes unbedeutende Fass noch eine zweite Chance durch eine Nachreifung. Aus anfänglicher Selektion der natürlichen Ent-

wicklung während der Reifung wird langsam mit steigendem Wissensstand um die besonderen Fässer ein kreativer Prozess der Aromenkomposition. Für die Puristen unter den Single Malt Genießern ist dies sicherlich ein Affront. Für alle Anderen ist es eine willkommene Bereicherung.



Neue Whiskyflaschen, so weit das Auge reicht!

Alter Whisky in neuen Schläuchen

1982 brachte ich mir die ersten drei Flaschen Single Malt Whisky aus Schottland mit nach Hause. Eine Strathisla 15 Jahre von Gordon & MacPhail, eine Isle of Jura 10 Jahre und die dritte habe ich vergessen. Normalerweise vergesse ich Dinge nicht so schnell. An die Flasche Strathisla kann ich mich noch ganz genau erinnern, da sie für mich den besten Inhalt dieser drei Single Malts aufwies. Und die Isle of Jura Flasche blieb mir wegen ihrer taillierten, außergewöhnlichen Form besonders im Gedächtnis haften. An die Dritte erinnert mich nichts.

An was für Flaschen aus der damaligen Zeit erinnere ich mich noch? Es sind relativ wenige. Natürlich an den alten Glenfiddich in der grünen, dreieckigen Flasche. Apropos grün, der alte Mortlach 10 Jahre mit der auffallenden Flasche hat sich ebenfalls einen Platz im Kopf erobert.

Kaufen wir unsere Whiskys nach der Flaschenform und Farbe? Ist es nicht eher mehr der tolle Inhalt, der uns zum erneuten Kauf verleitet? Sicherlich ist der Inhalt der entscheidende Punkt für den Nachkauf. Aber was ist mit den Glenmorangie, Macallan und all den anderen früheren Flaschen? Warum erinnere ich mich nicht besonders an sie? Und wenn ich mich nicht besonders an sie erinnere? Kaufe ich sie dann weniger nach?

Das menschliche Gehirn kann sich Dinge besonders gut merken, wenn zu den Fakten (Alter, Name, Preis, ...) noch ein Bild hinzu kommt. Unser Gehirn ist eine Bild verarbeitende Maschine. Über unsere Augen nehmen wir vermutlich 99% aller Informationen auf. Liefern wir zu einer Sache ein zusätzliches Bild, bleibt die Erinnerung besonders gut haften. Und dass die überwiegende Anzahl der Single Malt Whiskys damals in der Standard Liquor Bottle abgefüllt

wurde, macht die Erinnerung nicht einfacher.

Die ersten mir im Gedächtnis haften gebliebenen Whisky-Flaschen-Design-Änderungen nach der Eröffnung von The Whisky Store stammen von Dalmore und Bowmore. Dalmore stellte auf die heutige, bauchige Flasche um. Bei Bowmore wurde jedoch nicht die individuelle Flasche verändert, sondern nur der unscheinbare - aber schöne - Siebdruck auf den Flaschen durch weiße Label ersetzt. Sie sollten im Pub so die Aufmerksamkeit der Genießer besser anziehen - so die offizielle Aussage damals von Morrison Bowmore.

Dann ging es Schlag auf Schlag. Mit der Wiedereröffnung von Springbank setzte man dort auf die heutige, gedrungene Flaschenform. Zwar behielt Ardbeg das besonders dunkle Grün der Flasche bei, doch auch hier musste eine neue, bauchigere Flasche her. Wohin das Auge auch blickt: Aberfeldy, Aberlour, Balvenie, Bruichladdich, Deanston,

Edradour, Glen Ord, Glenrothes, Old Pulteney und so manche andere Brennerei mehr, stellten im Laufe der Jahre auf bauchige Flaschen um. Sie scheinen sich im Geiste des Betrachters doch besser festzusetzen. Und wenn man schon eine eigene Flasche produzieren lässt, dann kann man auch erhabene Schriftzüge im Glas anbringen und das Erscheinungsbild der gesamten Marke damit noch hochwertiger gestalten.

Eine einzige Marke wechselte von einer individuellen Flaschenform auf die Standard Liquor Bottle zurück. Auchentoshan! Warum das wohl geschah? Es passierte etwa gleichzeitig mit der Einführung des Etiketts bei der Schwesterbrennerei Bowmore. Da gleichzeitig die Anzahl der Etiketten auf der Auchentoshan-Flasche reduziert wurde, könnten Kostensenkungen im Konzern der Grund dafür gewesen sein.

Mit der weitflächigen Einführung der bauchigen Flaschen bei

vielen wurde der Erkennungsabstand zwischen den bisherigen, bauchigen Vertretern und der brandneuen, bauchigen Garde geringer. Damit entschlossen sich Balblair, Bunnahabhain und Highland Park, ihre bisherigen bauchigen Flaschen erneut zu verändern und nochmals auffälliger zu gestalten. Der neueste Trend geht mehr zum Inhalt. Man soll den Whisky wieder besser sehen - das Etikett wird kleiner. Balblair, Glenrothes und Highland Park zeigen, wohin die Reise in Zukunft geht.

Je größer und wichtiger eine Marke wird, um so mehr Gedanken müssen sich die Markenfürer um das gesamte Erscheinungsbild machen. Jedoch werden die Entscheidungswege auch immer länger und komplexer im gewachsenen Unternehmen. Nicht gewundert hat es mich deshalb, dass Macallan sein neues Flaschendesign erst vor zwei Jahren heraus gebracht hat. Doch hier fiel die Entscheidung gegen den Trend aus. Man

setzte nicht auf die neuen, bauchigen Formen, sondern fällte die Entscheidung zu einer hohen, schlanken, ovalen Flasche mit drei aufwändigen Etiketten. Macallan wird damit also auch in der dickbauchigen Zukunft auffällig bleiben.

2007 war es bei Bowmore mit dem Flaschen-Redesign soweit. Auch hier setzt man auf eine lange, schlanke Flasche mit im Vergleich zu Macallan jedoch viel kleinerem Etikett, damit der im Sherryfass gereifte Inhalt besser ins Auge des Kunden fällt.

Die vorerst letzte, große Design-Änderung gab es 2009 zu vermelden. Glenmorangie, die letzte, große Brennerei, die auf die Standard Liquor Bottle setzte, brachte ihre neue Range heraus. Was sollte man tun? Sich in das neu aufgestellte, bauchige Heer einreihen oder den allerneuesten Trend der schlanken, eleganten Flasche wählen? Glenmorangie wäre nicht Glenmorangie, wenn man sich nicht etwas Besonders ausgedacht hätte. Die Wahl fiel

auf eine Flaconflasche, die gewisse Ähnlichkeiten mit einem Bowlingkegels aufweist.

Die Auswahl einer eigenen Flaschenform birgt auch Risiken nicht nur marketingtechnischer Natur. Wenn ein Kunde sich von einer dieser neuen Flaschenformen nicht angezogen fühlt, dann wird er sie in Zukunft meiden. Doch nicht nur hier lauern Probleme. Im Sommer 2006 ging der Glashersteller einer dieser besonderen Flaschen pleite. Die Glaskapazitäten sind weltweit wegen der extrem hohen Kosten für die Flaschenherstellung begrenzt und so fielen die Zwischenlager richtig leer. Für einige Wochen war keine einzige der begehrten Flaschen mehr erhältlich. Mit einer Standard Liquor Bottle hätte man einfach bei einer anderen Glashütte nachgeordert. So mussten erst neue Verträge geschlossen werden, die vermutlich nicht im optimalen Preis geendet haben.

Auch das Imperium schlägt zurück! Die Standard Liquor

Bottle-Hersteller haben aktuell eine Pressekampagne losgetreten, die eine dünnwandigere und damit leichtere und umweltverträglichere Flasche propagiert. Dieses Argument ist im Zeichen der aktuellen Klimadiskussion gut gewählt. Ob dieses Argument die Kunden weltweit erreichen wird? Welche Flaschenform wird sich langfristig durchsetzen?

Nichts ist beständiger als der Wandel. Nirgendwo gibt es langfristige, stabile Gleichgewichte auf dieser Welt. Flaschenformen kommen und gehen. Und das ist nicht Alles. Was hilft eine tolle Flaschenform, wenn man sie in der uniformen Röhre nicht erkennt? Im Sommer 2007 hat der Marktführer Glenfiddich mit einer dreieckig, abgerundeten Tube die Messlatte erneut ein wenig höher gelegt. So kann man Glenfiddich bereits vor dem Auspacken im Regal von all den runden Standardtuben und eckigen Pappschachteln unterscheiden - genial!

Das neue Geschmacksbewertungssystem von The Whisky Store

Ein demokratischer Ansatz

Haben Sie schon einmal den Worten eines Whiskyexperten oder Sommeliers bei einer ‚professionellen‘ Whisky- oder Wein-Verkostung ehrfürchtig gelauscht?

Sie spüren eine gewisse Kritik in meinen Worten? Sie ist durchaus beabsichtigt! Man selbst merkt es in der Regel selten, dass der eigene Geschmack durch jahrelanges Probieren erlernt ist. Wer ehrfürchtig an den Lippen der Experten bei ihren Verkostungen hängt, wird den dahinter liegenden physikalischen Zusammenhängen nicht gerecht.

Es ist nur ‚ein‘ Experte - wer immer ihn dazu gemacht hat - der seine höchsteigenen Geschmackserfahrungen mit einem speziellen Whisky vergleicht. - Ja und? Das kann jeder von uns. Das Einzige, was der eine oder andere von uns

nicht kann, ist das Fassen seiner eigenen Eindrücke in blumige Worte. Um Michael Jackson (Caperdonich 1980) zu zitieren: „Holzige Trockenheit, als ob die Zunge gegen den Lutscherstiel stößt.“

Das Aroma von hochwertigem Whisky wird von einzelnen Menschen sehr unterschiedlich bewertet. Ursache hierfür ist der über das bisherige Leben



des Genießers erlernte, individuelle Geschmack. Nur unsere grundlegenden Geschmacksempfindungen auf der Zunge sind angeboren. Wir riechen jedoch 1.000 Mal mehr als wir schmecken und diese Eindrücke werden über das Gehirn langsam erlernt.

Soll man den Geschmacksaussagen von Buchautoren, Experten oder anderen einzelnen Personen folgen? Ich meine eher nicht, denn es handelt sich nur um einzelne Personen, die im Leben sehr wahrscheinlich andere Geschmäcker erlernt haben, als der durchschnittliche Genießer.

Wenn man eine allgemeingültige Aussage über das Aroma eines Whisky treffen will, dann muss man die Aussagen von vielen Personen mitteln. Das ist in der Whiskyindustrie und in den Forschungseinrichtungen wie der schottischen Heriot-Watt Universität schon lange der Fall. Größere Brennereien wie Macallan verfügen

über ein Taster-Panel, das die einzelnen Chargen oder Fässer gegen einen gewollten Standard vergleicht.

Mit der Einführung des neuen Shop-Systems bei The Whisky Store vor rund einem Jahr stand auch die Frage im Raum, ob wir das in der Standardsoftware enthaltene Bewertungssystem (schlecht, mittel, gut) aktivieren sollten. Es gab auch eine weitere Funktion: ‚Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch ...‘

Letztere Empfehlungsfunktion führt sich selbst sofort ad absurdum. Sie gilt ausschließlich dann als Empfehlung, wenn ein Kunde einen bereits genossenen Whisky nachkauft, was bei Whisky relativ selten geschieht. Was aber ist, wenn dieser Käufer für einen anderen mitbestellt, um Porto zu sparen? Was ist, wenn dieser Käufer den Empfehlungen eines einzelnen ‚Experten‘ folgt? Dann ist man auf dem Holzweg beim Befolgen solcher Empfehlungen.

Uns von The Whisky Store war seit langem bewusst, dass solche pauschalen Empfehlungssysteme Ihnen mehr schaden als nutzen. Wir haben sie deshalb in unserem Shop nicht aktiviert. Es musste also ein System her, das große Mengen an Geschmacksbewertungen gut lesbar verdichtet an den Interessierten bringt. Wir sprechen hier nicht von drei oder vier Geschmacksbewertungen pro unterschiedlicher Abfüllung sondern von richtig großen Zahlen: Viele Tausend Einzelbewertungen wollen statistisch ausgewertet werden, damit Zigarettausende an Interessenten sich auf eine ‚durchschnittliche‘ Meinung verlassen können. Unseres Wissens nach, gibt es das weltweit für Whisky noch gar nicht.

Die Zeit war reif für etwas bahnbrechend Neues!

Die Standardaussage der Mathematik lautet: Erst ab der Mittelwertbildung von 10 Einzelaussagen lässt sich von

Statistik sprechen. Vorher ist alles nur Raten. Naja, im Detail betrachtet sind auch 10 Werte nicht wirklich viel. 20 wären da schon besser - oder gar 50. Das sollten wir alle für die gängigen Flaschen in ein paar Monaten gemeinsam schaffen.

Aber will man von A bis Z bewerten? Apfel, Birne, Citrus, Datteln ... Zedernholz? Die Abfrage von Tausenden an Einzelaromen erscheint unrealistisch. Das Ausfüllen wäre für den Großteil der Genießer zu zeitaufwändig.

Bei einer gröberen Mittelwertbildung gehen natürlich feine, detaillierte Aromen in der großen, gemittelten Beschreibung verloren. Das macht aber nichts. Viele der einzeln gefundenen Aromen werden von anderen Genießern gar nicht entdeckt. Ob es nun Haferkekse, Minzsoße oder frischer Saffran ist - wenn man einen allgemeinverbindlichen Geschmack beschreiben will - muss man sich auf grundlegende Aromen

beschränken.

The Whisky Store klassifiziert seine angebotenen Whiskys bereits grob nach den beiden Hauptgeschmacksrichtungen. Wir zeigen mit den zwei bekannten Symbolen den Rauch- und Sherryfass-Einfluss im Shop an. Allerdings sagen diese Symbole nur Ja oder Nein. Es gab bislang keine Abstufungen wie leicht, mittel oder stark der jeweilige Einfluss bei einem bestimmten Whisky ist. Denken wir nur einmal an Refill-Sherryfässer oder leicht rauchige Whiskys wie den Benromach Traditional. Da darf es ruhig schon etwas feiner sein.

Das neue, detaillierte Aroma-System wird dagegen von Ihnen selbst mit Daten versorgt. Alle Shop-Kunden können ihre individuellen Erfahrungen in das System einbringen und Regler für den Sherryfasseinfluss und den Rauch feinfühlig einstellen. Doch Sherry und Rauch sind nicht alles. Vier weitere Eigenschaften eines Whiskys (süß

oder trocken sowie Frucht und Würze) lassen sich per Regler einstellen.

Über diese Geschmacksbewertung hinaus geben drei zusätzliche Regler für Abgang, Gesamteindruck und Qualität dem Verkoster eine qualitative Bewertungsmöglichkeit. Zusätzlich zu diesen sieben Einstellungen kann ein kurzer, verbaler Bewertungstext für die Schilderung detaillierter Geschmackserlebnisse angefügt werden.

Und jetzt kommt die Besonderheit des neuen Bewertungssystems! Während vorgefertigte Lösungen sofort die jeweilige Bewertung für alle sichtbar veröffentlichen, sammelt The Whisky Store die einzelnen Bewertungen für eine folgende, statistische Auswertung.

Erst wenn 10 bis 20 Bewertungen für eine spezielle Flasche vorliegen, bilden wir die Mittelwerte und veröffentlichen sie gut sichtbar für Alle.

Doch damit ist die Bewer-

tung nicht zu Ende. Jeder angemeldete Shop-Kunde kann weiterhin Geschmacksbewertungen abgeben. So gehen schlechende - und ansonsten unbemerkte - Veränderungen im Geschmack eines Whiskys langfristig in die Bewertung mit ein.

Machen auch Sie mit! Es geht nicht um Expertenwissen. Es geht um gesunden Menschenverstand. Wir fragen nicht nach Details, sondern nach Dingen, die jeder beantworten kann. Wenn jeder Einzelne dieses System mit Daten füttert, dann

erhalten Sie in Retour eine Fülle an Informationen, die Ihnen hilft, offensichtliche Fehlkäufe zu vermeiden.

Und damit die ganze Bewertung für Sie auch bequem im Sessel mit Bleistift erfolgen kann, können Sie sich einen Bewertungsbogen für die jeweilige Flasche über die Bewertungsseite der jeweiligen Produktseite ausdrucken.

Machen auch Sie mit! Seit dem Start des neuen Bewertungssystems vor einer Woche sind bereits 250 einzelne Bewertungen eingegangen. Wir brauchen aber Tausende, wenn das System allgemeingültig werden soll. Die Whisky Welt braucht Sie!

Herzlichen Dank für Ihr Mitwirken!

P.S.: Zum Juli 2010 hat das System mehr als 40.000 Geschmacksbewertungen aufgenommen.



Welchen Whisky würden Sie empfehlen?

Süße Whiskys

Jedes Jahr zu Weihnachten erhalten wir regelmäßig Anfragen mit der Bitte um die Empfehlung eines süßen Whiskys. Ja und weich soll er sein und er darf auf keinen Fall brennen.

Was machen Sie, wenn Sie selbst als Whiskykenner in Ihrem Freundeskreis gefragt werden? Natürlich hat man so seine Favoriten, wenn es um milde, weiche und schmeichelnde Whiskys geht. Aber bei der speziellen Eigenschaft süß?

Die selbe Frage lässt sich hinsichtlich trocken, würzig und fruchtig stellen. Das Ergebnis wird immer vom Alkohol und subjektiven Meinungen überlagert sein. Wenn dann noch Torfrauch mit ins Spiel kommt, wird es mit dem Erkennen selbst von einfachen Geschmacksrichtungen wie süß oder trocken zunehmend schwierig.

Sie haben da ihre Zweifel? Seit mehr als zwei Monaten

sammeln wir jetzt im Internet-Shop von The Whisky Store Geschmacksbewertungen. Rund 5.000 Einzelbewertungen haben wir währenddessen erhalten. Da wir nur gemittelte Geschmacksbewertungen aus 10 und mehr Einzelnennungen veröffentlichen, stehen erst 115 Einzelflaschen mit 3.000 Bewertungen online. Doch täglich erreichen weitere Flaschen 10 Einzelbewertungen und schaffen es so ins Internet.

Natürlich streuen die abgegebenen Bewertungen mehr oder minder stark um Mittelwerte. Doch die Standardabweichung der Bewertungen ist überraschend gering. Die kommenden Club-Journale The Whisky Times werfen 2008 einen genaueren Blick auf diese Häufigkeitsverteilungen. Der heutige Artikel beschäftigt sich dagegen mit den Grenzen einer allgemeingültigen Geschmacksbewertung.

Während der Fasseinfluss

(z.B. Sherryfass) und der Rauchgehalt (Torf) durch fast jeden Genießer eindeutig zugeordnet werden kann, so sind doch die Eigenschaften süß/trocken und fruchtig/würzig schon deutlich schwieriger zu erfassen. Für den einen erscheint das Aroma von Birnen als süß - für den anderen dagegen eher als fruchtig.

Und hier sind wir mitten in der Problematik eines allgemeinverbindlichen Geschmacks. Es gibt ihn für die grundlegenden

Geschmacksrichtungen wirklich! Strecken Sie Ihre Zunge in eine aufgeschnittene Zitrone und 68% aller Menschen wird ‚sauer‘ rufen. Wenn also ein Whisky einige, wenige, saure (trockene) Komponenten enthält, so werden nicht Alle diesen Whisky als trocken einstufen. Doch ab einem gewissen Punkt an Säure sind sich dann die Genießer doch einig und bewerten einen Whisky als allgemein trocken.

Wenn Sie also in Ihrem Freundeskreis einen Whisky als süß empfehlen wollen, so sollten Sie tunlichst nur diese Whiskys nennen, die wirklich von der Mehrheit der Genießer auch als süß empfunden werden. Denn was geschieht, wenn Sie mit Ihren Vorschlägen öfter einmal daneben liegen? Sie werden unglaublich und auf die Dauer in Ihrem Freundeskreis nicht mehr gefragt. Im The Whisky Forum kann man hin und wieder den Äußerungen solcher individuellen Geister



folgen, wenn die Masse der anderen Forumsteilnehmer in ihren Antworten das Gegenteil behaupten.

Da wir uns von The Whisky Store nie wirklich für allgemeinverbindliche Geschmäcker aus dem Fenster lehnen wollten, möchte ich Ihnen heute zum ersten Mal einige Ergebnisse dieses großen Whiskygeschmacksbewertungsexperiments im Folgenden zusammenstellen. Die Einzel-

bewertungen lassen sich im Shop-System beim Aufruf der einzelnen Whiskys einsehen.

Die süßesten Whiskys: Isle of Jura 16 Jahre, Aberlour a‘bunadh, Connemara Cask Strength, Jack Daniels Gentleman Jack, Balvenie Double Wood 12 Jahre und Scapa 14 Jahre

Die trockensten Whiskys: Balvenie Single Barrel 15 Jahre, Smokehead, Caol Ila 18 Jahre und Black Bottle

Die fruchtigsten Whiskys: Bruichladdich Rocks, Scapa 14 Jahre, Bruichladdich 15 Jahre 2nd Edition und Redbreast 12 Jahre

Die würzigsten Whiskys: Lagavulin 16 Jahre, Talisker 10 Jahre, Highland Park 25 Jahre, Black Bottle und Ardbeg 16 Jahre Airigh nam Beist

Diese 17 Whiskys stellen die Extreme der Geschmacksbewertungen der 115 Flaschen dar. Auffällig ist, dass zwei Whiskys (Scapa 14 Jahre und



Black Bottle) es jeweils in zwei der extremen Positionen der vier Geschmacksrichtungen geschafft haben. Suchen Sie einen süßen und fruchtigen Whisky, so wählen Sie den Scapa 14 Jahre. Möchten Sie dagegen einen trockenen und würzigen Whisky auswählen, so ist der Black Bottle genau der richtige. Größer als zwischen diesen beiden Whiskys können die Unterschiede nicht ausfallen.

Interessant bleibt, dass die Regler in den individuellen Geschmacksbewertungen trotzdem noch recht weit von wirklichen Extremstellungen entfernt bleiben. Während für Fasseinfluss, Rauch und die Qualitätsregler nahezu alle Positionen von den Bewertern ausgenutzt werden, so bleibt die Angabe der Eigenschaften süß/trocken sowie fruchtig/würzig auf das mittlere Drittel der Skala begrenzt.

Und wenn Sie nun mit den gemittelten Aussagen der Allgemeinheit der Whiskygenießer in unsrem Shop nicht zu

recht kommen? Dann gehören Sie aller Wahrscheinlichkeit nach zu den Individualisten, die aus welchen Gründen auch immer, in ihrem Leben andere Geschmacksempfindungen erlernt haben. Das hat im Kern nichts Schlechtes an sich, denn jeder Mensch ist für sich ein Individuum und damit einmalig. Doch mit dem Wissen um Ihre Einmaligkeit können Sie in Zukunft sich bewusster und besser im Dschungel der überall auftauchenden Geschmacksbeschreibungen bewegen.



Goldmedaillen im The Whisky Store?

Die besten Whiskys

Begleiten Sie mich auch in diesem Monat zu den aktuellen Ergebnissen der Geschmacksbewertungen im Shop System von The Whisky Store.

Hatten wir uns im vergangenen Monat um die Eigenschaften süß/trocken sowie fruchtig/würzig im Speziellen gekümmert, so wollen wir uns heute um die Qualitätseigenschaften der jeweils mit 10 oder mehr Einzelangaben bewerteten 150 Whiskys kümmern.

Gleich zu Anfang stellt sich die Frage, ob die drei Qualitätseigenschaften Abgang (kurz/lang), Gesamteindruck (leicht/intensiv) und die eigentliche Qualität (*/*/*/*/*/*) wirklich alle in die Kategorie Qualität fallen. Auf den ersten Blick ist das tatsächlich so, denn wer möchte - wenn er eine Menge Geld in die Hand nimmt - einen Whisky ohne langen Abgang erwerben? Auch stehen Single Malt Whiskys in der Regel für größere

Intensität und mehr Ausdruck. Doch es gibt in dieser Hinsicht auch Ausnahmen. Ein Aperitif vor dem Essen sollte zum Beispiel keinen langen Abgang aufweisen, denn das würde die Anstrengungen des Kochs zu Nichte machen. Ähnliches gilt für den Gesamteindruck. Hier wird ein leichter Whisky meist nur verlangt, falls er mit einem anderen Geschmackserlebnis kollidiert.

Lange haben wir uns bei der Qualität gefragt, ob wir an die Skala Punkte schreiben sollen. Schnell werden Vergleiche mit einschlägigen Büchern, in denen oftmals auch Punkte vergeben werden, gezogen. Und dann heißt es: Der Whisky xyz hat im The Whisky Store nur 75 Punkte bekommen. Bei Michael Jackson oder Jim Murray wurden aber 81 Punkte oder nur 72 Punkte erzielt. Trotz aller dieser Unwägbarkeiten haben wir neben der Fünf-Sterne-Skala auch die Punkte als Maßstab hinzu-

gefügt. Beachten Sie bitte dabei, dass Jackson oder Murray selten weniger als 60 Punkte vergeben haben. Hier agieren Sie als Bewerter deutlich härter und nutzen den vollen Bereich aus.

Hier kommen sie nun, die von Ihnen mit 3.000 abgegebenen Einzelbewertungen am besten bewerteten Whiskys:

- Platz 1: Lagavulin Dist. Edit. 1991 - 92 Pt
- Platz 2: Blanton's Gold - 89 Punkte
- Platz 2: Booker's - 89 Punkte
- Platz 4: Highl. Park 25J 51% - 88 Pt
- Platz 4: Glenfarclas 25 Jahre - 88 Pt
- Platz 6: Lagavulin 16 Jahre - 87 Punkte
- Platz 7: Talisker Dist. Edit. 1993 - 85 Pt
- Platz 8: Laphroaig Quarter Cask - 83 Pt
- Platz 8: Talisker 18 Jahre - 83 Punkte
- Platz 8: Glenlivet 18 Jahre - 83 Punkte

Drei Dinge sind in dieser Listung auffällig. Fünf rauchige schottische Single Malt Whiskys stehen fünf weniger bzw. nichtrauchigen schottischen und amerikanischen Whiskys gegenüber. Die beiden Bourbons auf Platz 2 sind die Überraschung schlechthin.

Unter den schottischen Whiskys finden sich überwiegend Abfüllungen, die in Sherryfässern reifen durften. Nur die drei Malts, die sich den achten Platz teilen, weisen geringere Sherryanteile auf.

Der Rauchanteil eines Single Malts scheidet die Genießer in zwei Gruppen. Rund die Hälfte der Malt Whisky Freunde mag keinen Rauch im Aroma, wogegen die andere Fraktion eben genau danach sucht.

Hier folgen also die getrennten Top 10 für die rauchigen und nichtrauchigen Single Malts:

Top 10 rauchig

- Platz 1: Lagavulin Dist. Edit. 1991 - 92 Pt
- Platz 2: Lagavulin 16 Jahre - 87 Punkte
- Platz 3: Laphroaig Quarter Cask - 83 Pt
- Platz 4: Ardbeg TEN 10 Jahre - 82 Pt
- Platz 4: Ardbeg Uigeadail - 82 Punkte
- Platz 4: Caol Ila Cask Strength - 82 Pt
- Platz 4: Laphroaig 15 Jahre - 82 Punkte
- Platz 8: Connemara Cask Strength - 81 Pt
- Platz 9: Laphroaig 10 Jahre - 79 Punkte
- Platz 10: Talisker 10 Jahre - 78 Punkte

Hinter den beiden Lagavulin



findet sich eine breite Verfolgergruppe an hoch bewerteten, rauchigen Single Malts. Überraschend an ihrer Wertung sind zwei Flaschen. Zum ersten ist da der Connemara als einziger Ire, der es auf einen Spitzenplatz geschafft hat. Auch der Coal Ila Cask Strength überrascht als zweites auf Platz vier. Doch hier kann sich noch mehr in den kommenden Monaten verändern, da diese Flasche erst

10 Bewertungen aufgesammelt hat.

Top 10

nicht bzw. wenig rauchig

- Platz 1: Blantons Gold Edition - 89 Pt
- Platz 1: Booker's - 89 Punkte
- Platz 3: Glenfarclas 25 Jahre - 88 Pt
- Platz 4: Cragganmore Dist. Edit. 93 - 78 Pt
- Platz 5: Aberlour a bunadh - 77 Punkte
- Platz 5: Mortlach 16 Jahre F&F - 77 Pt
- Platz 5: Glenfarclas 15 Jahre - 77 Pt
- Platz 7: Macallan Elegancia - 76 Punkte
- Platz 7: Aberfeldy 12 Jahre - 76 Punkte
- Platz 9: Macallan 12J Sherryfass - 75 Pt
- Platz 9: Dalwhinnie Dist. Edit. 90 - 75 Pt

Die beiden Bourbons an der Spitze dieser zweiten nicht- bzw. wenigrauchigen Top 10 Liste haben, wie der Caol Ila Cask Strength, ebenfalls erst 10 bzw. 15 Bewertungen angehäuft. Ob die beiden Bourbons diesen herausragenden Platz in der Zukunft behalten werden? Wir werden es weiter verfolgen.

Auf den weiteren Plätzen dieser wenig rauchigen Whiskys überraschen doch einige bislang noch nicht in den Vordergrund getretene Single Malts wie der

Mortlach 16 Jahre Flora & Fauna oder der Aberfeldy 12 Jahre. Doch so wirklich stabil ist diese Liste noch nicht, denn bis auf den Aberlour a'budadh haben alle diese Flaschen erst zwischen jeweils 10 und 20 Bewertungen erhalten. Nur der Aberlour macht mit 90 Wertungen eine Ausnahme. Er hat sich seinen fünften Platz bereits redlich verdient.

So klar und objektiv, wie



diese beiden Listen aussehen, ist das Ergebnis jedoch leider nicht. Von den vielen Hundert im The Whisky Store angebotenen Flaschen wurden erst 150 mit mehr als 10 Einzelergebnissen bewertet. Was spricht dagegen, dass der beste Whisky mit einem Qualitätsmittelwert von 99 Punkten erst 6 Bewertungen aufgesammelt hat und es damit

noch gar nicht auf die Liste geschafft hat?

Aus genau diesem Grund habe ich die Überschrift dieses Artikels (Goldmedaillen im The Whisky Store?) mit einem Fragezeichen versehen. Noch sind diese 20 Whiskys lediglich eine Zusammenstellung von wirklich guten Single Malt Whiskys. Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass es bislang auch echte Spitzenmalts auf diese beiden Listen gebracht haben. Lagavulin DE, Highland Park 25 Jahre und der Glenfarclas 25 Jahre sind heiße Kandidaten auf die Spitzenplätze. Doch ich bin



mir sicher, dass die Listen ganz anders aussehen werden, wenn unsere Kunden im Laufe des Jahres einmal 500 Flaschen bewertet haben werden.

Ähnlichen Bewertungsproblemen sieht sich jede Organisation gegenüber, die Medaillen auf großen Verkostungen vergibt. Tritt die Flaschenelite gerade auf dieser Veranstaltung nicht an, so heimst die zweite oder gar erst dritte Reihe die Goldmedaillen ein. Eben darum wird in der Fachwelt eine Goldmedaille auf einem Flascheneetikett nicht jederzeit von allen kritiklos gewürdigt.

Den großen Reiz der Online-Geschmacksbewertungen machen Sie als große, demokratische Menge an Genießern mit ihrem weiten Spektrum an Geschmackserfahrungen aus. Während es durchaus Experten-Gruppen gibt, die Hunderte und gar Tausende an Proben offiziell verkostet haben, so müssen sich diese Gruppen den Insider-Hut aufsetzen lassen. Sie haben

toll angelaufenen Systems sind. Wenn wir in den vergangenen zwei Monaten bereits 5.000 Bewertungen erhalten haben, dann sollten wir in wenigen Jahren Ihnen die Erfahrungen aus 100.000 Bewertungen zur Verfügung stellen können.

Deshalb meine Bitte: Machen auch Sie bei den Bewertungen mit! Gemeinsam können wir viel erreichen.



zwar ein großes Erfahrungspotenzial, treffen aber mit ihrer kleinen Gruppe nicht unbedingt den Geschmack der Durchschnittsgenießer.

Sie können sich gar nicht vorstellen, wie gespannt wir auf die weitere Entwicklung dieses so

Wie viele Prozente dürfen es sein?

Über den richtigen Alkoholgehalt von Whiskyflaschen

Die Malt Whisky Brennerei Glenfarclas in den schottischen Highlands macht es vor. Zu jeder Flasche hat sie den richtigen Alkoholgehalt gefunden. Richtig ist dabei relativ. Der eine sieht es so - der andere naturgemäß etwas anders. Die einzige Tatsache ist: Whisky muss mindestens 40 Vol. % Alkohol aufweisen, sonst ist es laut Gesetz keiner.

Während der ‚Einstiegs‘-Glenfarclas mit 10 Jahren Alter gerade mit den gesetzlich erforderlichen 40% abgefüllt wird, so erhält der Glenfarclas 12 Jahre in der 1 Liter Flasche bereits ‚bessere‘ 43%. Warum besser? Whisky lässt sich mit stillem Wasser beliebig verdünnen. Viele Genießer verdünnen, weil die Zugabe von Wasser die Freisetzung von Aromen bewirkt. Wenn man also etwas stilles Wasser in seinen Whisky gibt - und wenn es nur ein Tee-

löffel voll ist - so sollte man anschließend sofort daran riechen. Hier werden tolle Aromen frei.

In der Vergangenheit wurden 1 Liter Flaschen oftmals mit 43% abgefüllt, wogegen die 0,7 Liter Flaschen gleichen Inhalts nur 40% aufwiesen. Der Grund hierfür lag im Duty-free Handel begründet. Im normalen Handel mit der 0,7 Liter Flasche hätten die drei zusätzlichen Prozente mit ihrer Alkoholsteuer diesen Whisky etwas verteuert, wogegen die Zollbefreiung im Duty-free den höheren Alkoholgehalt unschädlich hielt. Doch seit die Steuerbefreiung in Europa gefallen ist und aus dem Duty-free ein Travel-Value wurde, sinken auch die Alkoholgehalte der 1 Liter Flaschen immer öfter auf 40%.

Kommen wir zurück zu Glenfarclas. Der 15-Jährige wird bereits mit 46% abgefüllt. Bestes Zeichen dafür, dass man dem Liebhaber mit dem höheren Alter (und dem höheren Preis)



auch ‚mehr‘ Whisky in der Flasche bieten möchte. Doch so ganz konsequent war man bei Glenfarclas dann doch nicht. Die älteren Flaschen mit 21, 25 und 30 Jahren Alter weisen doch ‚nur‘ 43% auf. Hierzu möchte ich später im Zusammenhang mit Glenmorangie etwas spekulieren. Ganz anders bei den Jahrgangsabfüllungen. Hier hat man sich ganz konsequent auf 46% festgelegt.

Werden die Malts bei Glenfarclas dann noch älter, so füllt man mittlerweile die Flaschen in Fassstärke ab. D.h. man füllt den Whisky unverdünnt in die Flasche. Damit ergeben sich, je nach Alkoholverlust während der Reifung im Fass, ganz ‚krumme‘ Stärken wie z.B. 45,4% beim 45-Jährigen des Jahrgangs 1961.

Doch Fassstärke ist nicht gleich Fassstärke. Der Glenfar-





ihre Whiskys mit 55,7% oder 56% als Cask Strength bezeichnen, verdünnt auch Glenfarclas diesen Single Malt mit etwas Wasser auf genau 60%. Schließlich kann man nicht ständig die Angabe des Alkoholgehalts auf dem Etikett und der Verpackung ändern.

Seit ein paar Jahren macht sich ein weiterer Trend bei den Whisky-Abfüllungen bestimmter Brennereien bemerkbar.



clas 105 trägt zwar den Zusatz ‚Cask Strength‘ auf dem Etikett, aber seine 60% sind keine Fassstärke. Dieser Single Malt wird jung abgefüllt und so sind die Alkoholstärken der Fässer von den 63,5% bei der Füllung noch nicht durch die Verdunstung bei der Reifung unter 60% gesunken. Zugegeben, Glenfarclas ist mit 60% dicht an der echten Fassstärke dran. Aber genauso wie andere Brennereien, die

Man füllt nicht kühlgefiltert mit kräftigen 46% den Großteil seiner Malts ab. Ardbeg, Arran, Bruichladdich und Springbank sind die wichtigsten Vertreter dieser neuen Stärke. Grund hinter diesen 46%-Abfüllungen ist ein physikalischer Effekt. Ungefilterter Whisky wird trübe, wenn er kalt wird. Und da es immer noch eine Menge Menschen gibt, die ihren Whisky auf Eis trinken, wird ein solcher ungefilterter Whisky trüb, wenn er durch Kontakt mit Eiswürfeln kalt wird. Das sorgt beim Kunden für Verunsicherung. „Ist dieser Whisky schlecht?“

Nein! Da diese Whiskys nur grob vor der Abfüllung gefiltert werden, enthalten Sie noch eine Menge kleinster Teilchen, die gleichzeitig Geschmacksträger sind. Und gerade diese mikroskopisch feinsten Schwebeteilchen klumpen sich bei der Abkühlung zu einem sichtbaren, grauen und trüben Schleier zusammen. Das ist Physik - es geht nicht anders.

Dabei hat man auch festgestellt, dass diese Trübung nicht stattfindet, wenn man bei Alkoholstärken von 46% und mehr bleibt. Man schlägt so zwei Fliegen mit einer Klappe: Die Mit-Eis-Trinker können ungehindert weiter machen und die Gourmet-Genießer freuen sich ob der zusätzlichen Aromafülle des ungefilterten Malts und der zusätzlichen Verdünnungsreserve durch die hohen Prozente in der Flasche. Wer um die Eintrübung von ungefiltertem Whisky durch Wasser- bzw. Eiszugabe weiß, dem macht das nichts aus. Die Eintrübung ist eher ein Qualitätsmerkmal denn ein Fabrikationsfehler.

Und was macht man mit den ganzen Flaschen mit 40 und 43% aus dem Anfang dieses Artikels, die oftmals ebenfalls auf Eis getrunken werden? Man kühlt den Whiskys vor der Flaschenabfüllung auf 0 bis 4 Grad Celsius ab und filtert den entstehenden Niederschlag mit viellagigen Papierfiltern heraus.



Whisky-Filter

Der Whisky wird dadurch in der Regel leichter und weicher, was dem Genießer oft (nicht immer) entgegen kommt. Dieses Verfahren nennt man Kühlfilterung.

Kommen wir zum Schluss noch ins Strategische. Was machen die Brennereien? Wie verhalten sich die Konzerne?

Sehr schön ist es bei Glenmorangie und Ardbeg zu sehen. Wurden vor 20 Jahren die meisten dieser Whiskys noch mit glatten 40% abgefüllt, so hat sich das Bild heute differenziert. Ardbeg - als Geheimtipp unter den Islay-Brennereien

- füllt nur noch mit 46% oder höher ab. Die sehr kritische Klientel dankt es mit Vertrauen und Treue.

Glenmorangie dagegen hat die Erneuerung seiner Produktpalette dazu genutzt, seine Prozentsätze frisch zu reorganisieren. Den 10-Jährigen, bislang mit 43% in der 1 Liter Flasche abgefüllt, senkte man auf die 40% der 0,7 Liter Flasche. Die älteren Flaschen mit 18 und 25 Jahren Alter beließ man bzw. stellte man auf 43% ein. Warum man diese Flaschen nicht ebenfalls auf 46% erhöhte, wie die neue Extra Matured

Range, die die bisherigen Wood Finishes mit 43% ablösen? Hier darf spekuliert werden, wie ich es oben schon ankündigte. Meine Vermutung richtet sich auf die Klientel dieser Flaschen. Während sich die Extra Matured Range an den wissenden Whisky-Experten richtet, bedienen die 18- und 25-Jährigen einer exklusiven Klientel, die vermutlich weniger mit Whisky und seiner Verdünnung experimentiert, sondern ihre Lieblingsmarken gefunden hat und diese auch regelmäßig ohne viel Schnickschnack konsumiert.

Wenn Sie sich in Zukunft ihre Whiskyflaschen aussuchen, so sollten Sie dem Alkoholgehalt eine größere Bedeutung beimessen. Konnte man früher am Alkoholgehalt vor allem den Inhalt an ‚Fassstärke-Whisky‘ in einer Flasche ausmachen, so muss man heute aus dem Alkoholgehalt durchaus auf die Zielgruppe und die damit verbundene Qualität seinen Schluss ziehen.

Ganz pauschaliert und ohne eine Whiskymarke speziell im Blick zu haben möchte ich heute - bei allen Möglichkeiten der Fehlinterpretation - die folgende Skala aufstellen:

40% - Einstiegswhisky

43% - gehobener Whisky

46% - Premium Whisky

Alle Whiskys mit mehr als 46% sind entweder Fassstärkewhiskys oder wurden aus anderen Gründen mit einem nicht standardisierten Alkoholgehalt des Herstellers ausgestattet. Hier reicht die Skala vom Treffen eines besonderen Geschmacks bis hinunter zum Versorgen des Duty-free-Reisenden mit möglichst viel Alkohol in einem Liter Spirituose.

Letztes Beispiel - höchster Alkoholgehalt zur Steuerersparnis - sollte jedoch der letzte unserer Gründe für den Erwerb einer Whiskyflasche sein. Es geht schließlich um Genuss und nicht um die Wirkung des Alkohols!

Ein Tag im The Whisky Store

Rund um die Uhr

Von zu Hause bis an meinen Arbeitsplatz benötige ich 5 Minuten. Und da ich relativ zeitig aufstehe, bin ich meist immer der Erste im Betrieb und habe die freie Parkplatzwahl. Schnell ist das große Tor aufgeschlossen und es wird nicht lange dauern, bis die ersten Liefer-LKWs ihren Weg von München bis zu uns hinaus geschafft haben.

Die Halle aufzusperren bedeutet schon einen Handgriff mehr. Die Alarmanlage will zunächst ausgeschaltet werden. Und diese Anlage hat es in sich. Nicht nur alle zu öffnenden Fenster, Türen und Tore sind abgesichert - nein auch innen gibt es in allen Gängen und allen Stockwerken flächendeckend Bewegungsmelder. Dazu 72h Notstromversorgung für die Sirenen und die Meldeleitung. Alkohol und Zigaretten werden in der Szene mit Bargeld gleichgesetzt. Das muss man sich schon etwas kosten lassen

und man hält am besten prophylaktisch dagegen.

In der Halle führt mein erster Weg ins Büro an meinen Arbeitsplatz. Jeder Mitarbeiter, auch die im Lager, haben ihren eigenen Computer. Den gilt es zunächst zu starten und sich mit dem betriebseigenen Server zu verbinden. Software starten, E-Mails lesen, Termine für den Tag checken. In dieser Hinsicht ähneln die Arbeitsplätze im The Whisky Store jeder anderen Arbeit in einem modernen Betrieb.

Doch es gibt Unterschiede. Im The Whisky Store hat das Papier weitgehend ausgedient. Wenn gegen 10:00 Uhr die Post kommt, ist der Großteil der Kundenbestellungen, die über das Internet und das Fax auf dem Bildschirm erscheinen, bereits erledigt. Der Großteil der Briefpost, nämlich die unerwünschte Werbung, wandert ungeöffnet ins Altpapier. Während man früher sehnsüchtig

auf die Tagespost wartete, erhält man heute fast nur noch Lieferantenrechnungen oder Zollerklärungen per Briefpost. Nicht wirklich spannend - aber der Gesetzgeber will es so.

Die eigentliche Arbeit im Büro geht heute deutlich lockerer von der Hand. Statt sich durch einen Berg von Papier zu quälen, erscheinen alle Bestellungen aus dem Internet - hübsch in der richtigen zeitlichen Reihenfolge - direkt auf dem Bildschirm des Warenwirtschaftssystems. Und wenn ein Artikel vergriffen ist, dann leuchtet der Auftrag und die einzelne Position für jeden sichtbar in kräftigem Gelb. Die Zeit, in der man eine E-Mail-Bestellung auf Papier ausdrückte und erneut in ein anderes Computerprogramm eintippte, ist bei The Whisky Store schon seit 1999 Geschichte. Die Buchstaben, die der Kunde bei seiner Bestellung im Internet eingetippt hat, erscheinen sowohl auf seiner Rechnung als auch

auf dem Paketaufkleber, der bei der Auslieferung auf sein Paket geklebt wird. Das seit 20 Jahren beschworene papierlose Büro ist bei The Whisky Store seit 10 Jahren Realität. Ohne diese Arbeitserleichterung könnten wir auch nicht Bestellungen, die bis 9:00 Uhr bei uns eingehen, noch am selben Tag bearbeiten.

Nach diesem konzentrierten Abarbeiten der nächtlichen Bestellungen, beginnt der ganz normale Wahnsinn des Alltags. Das Telefon klingelt in einer Tour und zwischen der Annahme von Aufträgen muss all das abgearbeitet werden, was in einem normalen Handelsunternehmen so anfällt. Nachfragen nach Paketen, Rückbuchen retournierter Pakete, Gutschriften, Zahlungserinnerungen, Lieferantenbestellungen, Wareneingänge, und, und, und ...

Ganz besonders lieben es unsere Kunden, dass wir E-Mails werktags binnen 24 Stunden beantworten. So können Fragen nach besonderen Flaschen, Lie-

ferbarkeit größerer Stückzahlen und Empfehlungen immer dann bearbeitet werden, wenn Zeit dafür ist. Für die Mitarbeiter hat das auch Vorteile. Statt monoton Dienst in einem Call-Center zu schieben und sich den Mund fransig zu reden, hat man ständig interessante und abwechslungsreiche Aufgaben zu erledigen. Natürlich haben einzelne Mitarbeiter ihre Vorlieben. Doch jede Aufgabe kann im The Whisky Store von mindestens drei Mitarbeitern bewältigt werden. Ginge dies nicht, so könnte ja niemand auf Urlaub gehen und auch ein Krankheitsfall während eines Urlaubs würde zum Stillstand der Prozesskette führen. Das darf in einem gut geführten Unternehmen nicht passieren.

Natürlich ist The Whisky Store nicht vollkommen papierfrei. Für jeden Auftrag wird eine Rechnung und eine Pickliste zum Zusammensuchen der einzelnen Bestellpositionen fürs Lager gedruckt. Doch die-

se Papiere werden nicht sofort nach der Erfassung der Rechnung im Call-Center gedruckt. Stattdessen gibt das Lager vor, wann neue Aufträge benötigt werden. Und kurz vor diesem Moment werden dann viele Rechnungen und Picklisten zeitsparend auf einen Rutsch auf einem großen Rechnerdrucker ausgedruckt. Es macht schon Spaß zuzusehen, wie jede Sekunde eine weitere Rechnung aus dem Drucker ausgeworfen wird. Eine Rechnung nach der anderen. Keine Veränderung in der Reihenfolge. Ganz streng nach dem Grundsatz: „First In - First Out“.

Im Lager geht es dagegen morgens noch mehr oder weniger gemütlich zu. Die Lücken in den Regalen des Vortags werden von allen Mitarbeitern gemeinsam geschlossen. Zu sechs bis acht Kartons holt man die Whiskyflaschen von den Paletten in den hohen Regalen ins Kommissionierlager. Dort werden sie ausgepackt und kontrol-

liert. Ändert sich das Aussehen einer speziellen Flasche, so wird ein Exemplar zur Seite gestellt, damit in Zukunft das für Sie im Internet vorgehaltene Bild aktualisiert wird. Ähnliches gilt für den Alkoholgehalt unabhängiger Abfüllungen. Unterscheidet sich das folgende Fass vom bisherigen, so wird im Lager der Prozentsatz im Warenwirtschaftssystem und damit auch im Internet-Shop geändert.

Mit dem Ausdruck der ersten Picklisten ändert sich das Treiben im Lager. Leere Kisten werden hastig zusammengeräumt, während die ersten Flaschen in die Kommissionierkisten gelegt werden. Ganz wichtig ist, dass jede Kommission von mindestens vier Augen angesehen wird. Zwei beim Picken und zwei andere beim Checken. Erst dann bringt der Pusher die Kommissionen zu den Packplätzen.

Die Computer an den Packplätzen dienen mit ihren Druckern zum Erstellen der Pa-

ketaufkleber. Auch hier wird nichts erneut eingetippt. Jede Pickliste ist mit einem großen Strichcode versehen, der sich mit einem Scanner blitzschnell und vor allem fehlerfrei auslesen lässt. Und schwupp ist der Paketaufkleber gedruckt, bevor das Paket fertig gepackt ist. Wichtig ist, dass jeder der sechs Packplätze seinen eigenen Computer, Scanner und Drucker hat. Nicht auszudenken was passierte, wenn die Aufkleber von zwei Paketen vertauscht würden.

Und damit nicht die einen Plattfüße vom ewigen stehen beim Packen und die anderen Blasen vom ewigen Laufen zwischen den Kommissionierregalen bekommen, wechselt man sich im Lager bei allen diesen Aufgaben ab. Und auch hier gilt wieder der Grundsatz von drei Mitarbeitern für jede Arbeit. Getreu dem Motto: Eine Arbeit darf nicht liegen bleiben, wenn während des Urlaubs eines Mitarbeiters ein zweiter

krank wird.

Auch sonst gibt es noch reichlich Abwechslung im Lager. LKWs kommen mit frischer Ware und leeren Versandkartons und die DHL bringt nicht zustellbare Pakete oder retournierte Ware zu uns zurück. Immer ist der Wareneingang zu prüfen, damit wir nicht auf einmal zu wenig Flaschen oder zu wenig Versandkartons vorrätig haben. Wenn man vollständig auf Computer im Unternehmen setzt, dann müssen sie auch entsprechend gefüttert werden. Kleine, manuell geführte Papierlisten sind streng verboten. Denn eine Papierliste kennt nur einer. Was passiert, wenn er krank ist? In den Computer dagegen kann jeder sehen.

Gegen 15:00 Uhr kommt zusätzliche Hektik im Lager auf. Mit Paketen gefüllte DHL-Container werden aus der Halle geschoben und die letzten Picklisten werden noch schnell kommissioniert. Denn um 15:30 Uhr kommt der DHL-LKW zur Ab-

holfahrt. Der Auftrag, der es bis 15:00 Uhr nicht in die Kommissionierkisten geschafft hat, wird es an diesem Tag auch nicht mehr auf den Ausliefer-LKW schaffen und deshalb auch nicht am kommenden Tag beim Kunden sein. Jeder kontrolliert noch einmal, ob ein Auftrag vergessen wurde. Dann ist es geschafft und der volle LKW verlässt The Whisky Store voll mit Hunderten Paketen auf dem Weg zu Ihnen.

Anschließend wird es ruhiger im Lager. Die E-Mails mit den Versandbestätigungen werden von den Lagermitarbeitern zu Ihnen auf den Weg gebracht und die über den Tag angelieferten und in Plastikfolie verschweißten Whiskypaletten werden geöffnet und die Kartons gezählt. Erst wenn die letzte Palette im Regal verstaut ist, ist im Lager Feierabend.

Im Büro ist dagegen noch lange nicht Schluss. Zwar sind einige bereits gegangen, doch ein Teil der Belegschaft kommt

später und arbeitet abends bis 18:00 Uhr, damit Ihnen von 8:00 bis 18:00 Uhr und von Montag bis Freitag ein durchgehend besetztes Telefon für Beratungen zur Verfügung steht. Und so füllt sich am Abend die Warteschlange mit den vorbereiteten Rechnungen und Picklisten im Computer erneut für den kommenden Tag.

Um 18:00 Uhr ist dann für die Mitarbeiter Schluss und es werden die automatischen Ansagen für das Telefon scharfgeschaltet. Jetzt herrscht Stille, so dass man in Ruhe über dem einen oder anderen Gedanken brüten kann. Alles was ich in der Hektik des Tages nicht geschafft habe, kommt jetzt dran. Die Aufgabenliste für Samstag darf halt nicht zu lang werden.

Dann endlich: Tür zu - Alarmanlage an - Hoftor zu und Feierabend!

So wirklich ist im The Whisky Store aber niemals Ruhe. Eigentlich geht es um 20:00 Uhr erst richtig los. Wenn Sie

abends von der Arbeit nach Hause kommen, können Sie auf unserem Server im Internet ständig Ihre Aufträge eingeben und im The Whisky Store vor Ort beginnen die Computer ihr Eigenleben. Datenbanken werden reorganisiert, Prüfläufe finden statt, die Datensicherung rattert und zu guter Letzt wollen Offline-Virens Scanner und der Festplattenoptimierer auch einmal über den gesamten Datenbestand hinweg harken.

Und morgens kurz vor 8:00 Uhr sind dann endlich alle Computersysteme wieder auf dem besten Stand und warten darauf, dass Sie als Kunden und unsere Mitarbeiter sie wieder fordern.



15 Jahre The Whisky Store

Wie alles begann

Seit 15 Jahren existiert nun bereits The Whisky Store. Doch mit dem Whisky fing alles bereits früher an. 1991 besuchte ich das erste Mal in meinem Leben Schottland. Und sowohl die Landschaft als auch die Menschen und der produzierte Whisky nahmen mich gefangen.

Vielen Besuchern Schottlands ergeht es so. Doch während die meisten als Touristen nach Schottland kommen, besuchte ich Schottland auf einem Business Trip. Ich war Bestandteil eines Teams von deutschen Technikern, die in Schottland computergesteuerte Anlagen installierten. Ich hatte jedoch andere Aufgaben als die Ingenieure zu bewältigen. Die Beschaffung von speziellen Ersatzteilen in der nächsten größeren Stadt oder im fernen Glasgow brachte mich schon sehr nahe an die Einheimischen heran.

Zum Abschluss dieses ersten

Besuchs gönnte ich mir 1991 noch eine einwöchige Rundreise mit meinem Mann durch Schottland und machte an mehr als nur einer Brennerei halt. Zum Abschluss schenkte man uns noch zahlreiche Single Malt Whiskyflaschen für den Heimweg und das Samenkorn für The Whisky Store war auf fruchtbaren Boden gefallen.

Was macht man als Mutter, wenn die Kinder in die Schule kommen und man einen halben Tag ‚frei‘ hat? Viele Mütter freuen sich an der freierwerdenden Zeit und pflegen sich, manche beginnen sich künstlerisch zu verwirklichen oder gehen einfach so im Hausputz auf. Dies war jedoch keine Alternative für mich. Ich habe seit meinem 15. Lebensjahr gearbeitet und so wird es auch bleiben, bis ich im hohen Alter in Ruhestand gehen werde. Aber auch dann kann ich vermutlich meine Hände nicht untätig in den Schoß legen.

Was kann man an einem hal-

ben Tag selbstständig schaffen? Nicht wirklich viel. Denn kaum hat man die Kinder morgens aus dem Haus, sind sie mittags auch schon wieder da. Und wenn man einen Mann hat, der die Brötchen auf der ganzen Welt verdient, dann kann er auch nicht wirklich eine Hilfe sein.

Muss man zur Arbeit gar aus dem Haus, dann hat man noch weniger Zeit für seine Arbeit zur Verfügung. Und so war mir schnell klar. Mein gewünschter Halbtagsjob musste ein Versandhandel werden. Doch ob ich nun, als leidenschaftliche Hobbyköchin Olivenöl aus dem nahen Italien oder Whisky aus dem fernen Schottland an die Genießer bringen sollte, war mir nicht wirklich klar. Ich entschied mich einmal aus dem Herzen und zum zweiten aus einem ganz profanen Grund für Whisky. Whisky besitzt im Gegensatz zu Olivenöl kein Haltbarkeitsdatum. Und auch der spanische Olivenölskandal 1981 haftete mir noch im

Gedächtnis. So waren mir die freundlichen, ruhigen Schotten, mit denen ich mich auch weit- aus besser auf Englisch verständigen konnte, viel, viel lieber als die Oleificio.

Doch wie anfangen? Was ich Ihnen jetzt erzähle stammt aus meinem Gedächtnis und den alten Finanzbuchhaltungsbelegen des ersten Geschäftsjahrs.

Nach kurzer Suche wurde ich für meinen Single Malt Whisky bei der Firma Asbach in Rüdesheim am Rhein fündig. Sie vertrieben schon damals die Classic Malts of Scotland. In meiner ersten Bestellung orderte ich deshalb sechs Kisten Single Malt Whisky zu je sechs Flaschen: Cragganmore 12J, Lagavulin 16J, Oban 14J, Royal Lochnagar 12J, Glenkinchie 10J und Talisker 10J.

Noch am selben Tag erwarb ich bei einem kleinen und unabhängigen Whiskyhändler sechs Flaschen Laphroaig 10J, 6 Fl. The Glenlivet 12J, 12 Fl. Highland Park 12J und eine

einzig doppelt so teure Flasche Laphroaig 15 Jahre.

Warum genau diese Flaschen? Ich kannte sie bereits von meinen Besuchen in Schottland. Und was in Schottland beliebt ist, wird auch im Rest Europas nicht unbeliebt sein. Warum auf Unbekanntes setzen, wenn mir mein Geschmack und meine noch knappe Erfahrung etwas anderes sagten?

Da ich jedoch im Versand tätig werden wollte und kein Einzelhandelsgeschäft im Sinn hatte, erwarb ich noch gleich 100 Pappkartons bei einem süddeutschen Verpackungsspezialisten hinzu.

Doch der Erwerb von 11 Kisten Whisky und dem notwendigen Verpackungsmaterial macht noch keinen Versandhandel aus. Auf der einen Seite musste ich die Infrastruktur für den Geschäftsbetrieb schaffen. Das war nicht weiter schwer. Seit 1985 besaß ich einen Personal-Computer mit dem ich für allerlei befreundete Firmen

mit der Buchhaltung aushalf. Textverarbeitung, Finanzbuchhaltung, Drucker, Fax, usw. war alles vorhanden und konnte von mir bedient werden. Und im Verkauf und der Finanzbuchhaltung war ich seit meinem 15. Lebensjahr zu Hause. Ich kannte das Produkt, hatte Lieferanten und war technisch auf den neuesten Stand.

Nein, die wirklich Herausforderung bei der Gründung von The Whisky Store war der Vertrieb der den meisten Menschen unbekanntem Ware.

Also findet sich recht schnell unter den ersten Belegen aus dem Jahr 1993 auch eine Rechnung eines örtlichen Druckers über 750 Euro wieder. Es waren die Kosten für die Erstellung eines kleinen Faltpapiers, das die per Computer gedruckte Preisliste mit schönen farbigen Bildern ins richtige Licht setzte. Und es dauerte nur bis Weihnachten, bis ich mehr als zwei Dutzend verschiedene Single Malt Whiskys in meiner

Preisliste anbieten konnte. Die ersten Kunden waren aber ganz schön aufwändig zu gewinnen. Die geschalteten Anzeigen in den Zeitungen erwiesen sich als unglaublich teuer für die paar resultierenden Anrufe und irgendwie war mir nicht so ganz klar, ob das alles auch klappen würde.

In der ersten Weihnachts-saison schaffte ich es doch tatsächlich, mehrere Hundert Whiskyflaschen zu verkaufen. Allerdings, und das war bitter, stellte sich heraus, dass ich die ganzen Monate ohne Lohn gearbeitet hatte. Das Ergebnis war, wie man in Finanzkreisen so sagt, eine schwarze Null.

Zwischen den Jahren setzte ich mich dann mit meinem Mann zusammen und wir drehten die wenigen Zahlen, die wir hatten, durch den ‚elektronischen Wolf‘. Und was heraus kam war so schön, dass man es gar nicht richtig glauben konnte. The Whisky Store war auf dem besten Weg. Nach wenigen

Monaten gab es bereits Kunden, die hatten schon drei- und viermal bestellt. Wenn das so weiter ginge, dann würden die kommenden Jahre richtig gut werden.

Den Rest meiner Geschichte kennen Sie. Andauerndes, profitables Wachstum. Und wenn Sie Clubmitglied sind, dann können Sie diese Wachstumsgeschichte in der zum Wochenende erscheinenden The Whisky Times Juni 2008 nachlesen.

Heute habe ich eine tolle Mannschaft von 10 Mitarbeitern, die jeden Tag aufs neue gegen die Uhr kämpfen, damit Sie - egal wo Sie in Deutschland zu Hause sind - rechtzeitig Ihren Whisky in den Händen halten. Und ja, meine Arbeit hat der Familie nicht geschadet. Heute arbeitet mein Mann jeden Tag mit mir. Sie kennen ihn ja aus dem The Whisky Forum mit seinem Blog.

Wie öffne ich eine Whiskyflasche?

Des Rätsels Lösung



Hin uns wieder erhalten wir E-Mails von Kunden, die sich über abgebrochene Korke in Whiskyflaschen beschweren. Auch im The Whisky Forum wurde über das Problem zerbrechender Korke mehrfach diskutiert.

Warum zerbrechen Korke und wie kann man sich dagegen am besten schützen? Auf diese

Frage werde ich in diesem Artikel ausführlich eingehen.

Für Weinflaschen gibt es mehr unterschiedliche Öffner, als man in seinem Leben ausprobieren kann. Als besonders geeignet hat sich das klassische Kellnermesser mit Gelenk herauskristallisiert. Lassen Sie sich nicht durch das Wort Messer irritieren. Das Kellnermesser ist ein regulärer Korkezieher mit eingebautem Klappmesser. Es gibt (fast) keinen Weinkellner, der es nicht in der Tasche trägt.

Was hat sich nun beim Whisky als State-of-the-Art bei der Flaschenöffnung ergeben?

Fangen wir bei Adam und Eva an. Whisky muss man nach dem Transport nicht wie Wein ruhen lassen. Er ist sofort genussfähig, wenn nur die Temperatur stimmt. Falls Sie also Ihr Whiskypaket im Winter bekommen, so geben Sie dem Whisky ein paar Stunden, bevor sie ihn öffnen. Falls Sie als Sammler sehr viel Wert auf das Etikett le-

gen, so packen Sie den Whisky im Winter nicht sofort aus. Die kalte Flasche würde sofort die Luftfeuchtigkeit anziehen und das Etikett benetzen. Erwärmen Sie in diesem Fall das ganze Paket langsam über Räume, die deutlich kühler sind. Viel weniger Luftfeuchtigkeit wird sich so an der kalten Flasche niederschlagen.

Hat man nun die Flasche in der richtigen Temperatur vor sich, kann man sich ja sofort einen Einschenken. Oder etwa nicht?

Ganz so schnell sollte man seine Flasche nicht öffnen. Es gilt ein paar physikalische Phänomene zu beachten. Dann klappt das mit dem Öffnen auch einwandfrei.

Betrachten wir uns zunächst den Verschluss einer beliebigen, gängigen aber hochwertigen Whiskyflasche. Seit der unabhängige Abfüller Gordon & MacPhail den Schraubverschluss Flasche für Flasche abschafft, gibt es fast nur noch

Korke beim hochwertigen Whisky. Und damit man sieht, dass die Flasche ungeöffnet ist, befindet sich über dem Flaschenhals und Korke noch eine Plastikhülse oder eine Metallkapsel.

Der Korke selbst steckt in der Flasche und damit er nicht, wie beim Einmalkorke des Weins, in der Flasche verschwindet, hat man ihm einen Holzgriff gegeben. Dieser Holzgriff ist eine einfache Holzscheibe mit Vertiefung, in die der Korke eingeklebt ist. Der Rand der Holzscheibe ist zum besseren Anfassen außen hin und wieder geriffelt und lackiert. Das war's dann auch schon mit dem Korke.

Wie kommt man nun am sichersten an das Wasser des Lebens heran, das da so verführerisch in der Flasche schwappt? Was sollte man tun, damit der Korke wirklich sicher heraus geht und nicht, wie eingangs beschrieben, abbricht?

Zunächst muss man die Kap-

sel öffnen. Bitte popeln Sie mit den Fingern die vorgesehene Lasche auf. Mit Hilfe eines Messers entlang des Holzgriffes in den Schlitz zwischen Holz und Glas zu schneiden ist hochgradig gefährlich. Man kann den Kleber zwischen Holzgriff und Korken verletzen (dazu kommen wir später) und das Plastik bzw. das Metall der Kapsel reicht nach der Öffnung immer noch bis hinauf zum Ende des Flaschenhalses. Und das ist das eigentliche Problem bzw. die Gefahr.

Whiskytröpfchen setzen sich im Rand zwischen Glas und Kapsel ab und wenn einmal der Alkohol nach Tagen verdunstet ist, hat man dort einen wunderbaren Nährboden für unappetitliche Bakterien. Alle Flaschen, vor allem beim Wein, haben deshalb eine Verdickung am oberen Ende des Halses, an der sich Tropfen absetzen und auch nach mehreren Tagen nicht mehr mit neu ausgeschenkter Flüssigkeit in Berührung

kommen. Wenn Sie also das Plastik oder die Metallkapsel einer juvenilen Flasche öffnen, so tun Sie das bitte immer an der dicksten Stelle des oberen Halses. So kommen die Tropfen später nicht mehr mit dem Korken oder der ausfließenden Flüssigkeit in Berührung.

So, nun ist der Artikel schon richtig lang geworden und wir haben immer noch keinen Schluck Whisky im Glas. Doch ich kann Sie beruhigen - wir kommen in schnellen Schritten unserem Lieblingsgetränk näher.

Schwupps den Korken raus und rein ins Glas? - Weit gefehlt. Wer so seinen Whisky überfällt, riskiert das Abreißen des Holzgriffs vom Korken. Denn der Kleber zwischen Kork und Holz ist die Schwachstelle am ganzen Verschluss.

Wenn Sie eine noch nie geöffnete Flasche das erste Mal öffnen, verspüren Sie in der Regel einen leichten Ruck, wenn sich der Kork vom Glas löst. Dies ist technisch beschrieben

der Unterschied zwischen der Haft- und Gleitreibung. Sie kennen das Phänomen vom Winter. Gerade noch konnte man auf der Glätte gehen (oder fahren) und sowie man einmal den Halt verloren hat, rutscht man haltlos dahin. Die Haftreibung ist fast immer größer als die Gleitreibung und so versucht man beim Auto mit dem ABS wieder die Haftreibung durch das Lösen der Bremse zu erreichen. Nun, bei der Flasche ist es andersherum. Man versucht die Gleitreibung zu erreichen um den Widerstand des Korkens an der Glaswand zu reduzieren.

Der zweite physikalisch wirksame Effekt ist die Belastungsrichtung des Klebers zwischen Korken und Holz. Ein Kleber sollte immer in Richtung bzw. parallel zur Ebene der Verklebung belastet werden. Man nennt das in der Mechanik Schub. Betrachten Sie sich einen Aufkleber. Seitlich, in der Klebeebene lässt er sich nicht verschieben. Knibbelt man

jedoch eine Ecke hoch, kann man ihn meist super vom Untergrund lösen. Man belastet ihn senkrecht zur Klebeebene und das hält er nicht aus.

Übertragen wir das auf den Korken. Wenn wir den Korken einfach so ziehen, dann belasten wir den Kleber genau senkrecht zur Klebeebene. Falscher kann man es aus technischer Sicht nicht machen. Gut sind Korken, deren Holzteile eine Eindrehung (Vertiefung) in der Mitte haben, in die sich der Korken mit seinem Kleber genau einpasst. In diesem Fall haben wir wenigstens einen kleinen Rand, der in der Kleberichtung, d.h. auf Schub, belastet wird. Ist zu wenig Kleber zwischen Korken und Holzsteller, so füllt sich der Rand nicht und das Versagen des Klebers ist vorbestimmt. Ist der Kleber dagegen zu dick, so hält die Klebung viel schlechter. Je weniger Kleber flächendeckend in einer Klebung aufgetragen wird, um so besser hält er.

Beide physikalischen Eigen-



schaften des Korkens lassen sich nun zu unserem Vorteil nutzen. Sind Sie einmal schnell in eine Kurve gefahren und haben stark gebremst? Die Haftungsfähigkeit des Rades wird bei voller Kurvenfahrt hoch ausgenutzt. Kommt nun noch die Bremsung hinzu, so kann der Reifen die Kraft nicht mehr auf den Boden bringen. Die Haftreibung versagt und die Gleitreibung reicht zur Kurvenfahrt nicht mehr aus.

Eben diesen Effekt machen wir uns beim Korken zu Nutze. Mit der ersten Bewegung ziehen wir nicht am Korken, sondern drehen ihn. Der Kleber wird damit in seiner stärksten Richtung belastet und der Korken kann

mit einem leichten Ruck von der Haft- auf die Gleitreibung wechseln. Mit diesem Wechsel auf Gleitreibung haben wir nun die entsprechende Reserve, um eine Kraft in Richtung der Längsachse der Flasche auf den Korken anzusetzen. Während sich der Korken dreht und sich in Gleitreibung befindet, reicht eine kleine Zugkraft schon aus, um ihn aus der Flasche heraus zu bekommen. Man muss nicht viel drehen - aber man muss überhaupt drehen. Die dann nur noch geringe, erforderliche Kraft belastet den Kleber nicht so stark, dass er versagte.

Der Korken bewegt sich.

Eine letzte Falle lauert noch

auf den Genießer. Gerne sieht man am Ende dieser Öffnungsbewegung eine kleine, schlenzende Handbewegung, die den Korken kurz vor dem Verlassen der Flasche einseitig verbiegt. Die meisten Korken können so etwas verkraften. Sie sind am Ende leicht zugespitzt, der Ingenieur spricht von einer Fase, die ein Verkanten in der Flasche verhindert und auch das Wiedereinführen des Korkens als Zentrierungshilfe erleichtert.

Beginnen Sie diese Kippbewegung jedoch zu früh, so belasten Sie den Kleber des Korkens noch schlechter als beim einfachen Ziehen. Bei jedem ungleichmäßigen Ziehen kann der Kleber durchaus

ums Doppelte oder Dreifache an der Kippstelle einseitig belastet werden. Und reißt der Kleber einmal auf, so ist es um den Korken geschehen. Haben Sie zuvor noch in den Schlitz zwischen Korken und Flasche mit einem Messer hinein geschnitten und den Kleber verletzt - dann haben Sie extrem schlechte Karten.

Ziehen Sie stattdessen den Korken gerade mit einer andauernden leichten Drehbewegung aus der Flasche heraus. Machen Sie das gleiche beim erneuten verschließen der Flasche. Ihr Korken wird es Ihnen mit einer langen Haltbarkeit danken.

Springbank drosselt Produktion

Der Anfang vom Ende?



Fasslager bei Springbank

1994 besuchte ich das erste Mal Springbank. Und ich hatte die Ehre von einem ehrwürdigen, weißhaarigen Manager die ganze Brennerei gezeigt zu bekommen. Springbank war damals seit 5 Jahren wieder geöffnet und man brannte - sagen wir es einmal vorsichtig - unregelmäßig. Es war halt die Zeit nach der großen, britischen Rezession. Obwohl ich an einem Werktag vorbei schaute, brannte man nicht. Doch es wurde in Flaschen abgefüllt und man sah

in der Malzbereitung, dass die Brennerei wirklich in Betrieb war.

Szenenwechsel - Vor wenigen Wochen schlug die Nachricht wie eine Bombe ein. Springbank wird geschlossen. Eine Gruppe an Whiskybegeisterten, die sich den Rücken krumm beim Malzschaufeln während einer Whisky-Herstellung-Lehrveranstaltung schufteten, bekam diese Nachricht hautnah mit. Sieben Mitarbeitern wurde zwischenzeitlich gekündigt und man wird wohl für mindestens zwei Jahre - bis 2010 - bei Springbank keinen Whisky mehr produzieren.

Die Nachricht verbreitete sich rasend schnell weltweit über das Internet. Da merkt man erst, wie gut wir alle in der heutigen Zeit vernetzt sind.

Blicken wir ein wenig zurück in die jüngste Geschichte von Springbank. Auch Springbank musste während der großen Rezession Anfang der 80er Jahre

schließen. Zu gering war die Nachfrage nach klassischem Single Malt Whisky. Und so reihte sich Springbank in die nicht enden wollende Zahl an schließenden Brennereien ein. Doch Springbank war nicht so tot, wie andere Brennereien und ab 1988/1989 begann man wieder die Brennblasen anzuwerfen. Nicht so wirklich regelmäßig - aber man brannte wieder.

Als wir den The Whisky Club 2002 ins Leben riefen und der neue Springbank 10 Jahre unsere erste Clubflasche wurde, griff die Brennerei auf die in spärlich vorhandener Anzahl verfügbaren Fässer der ersten neuen Brennjahre zurück. So richtig gut kam der damalige 10-Jährige bei unseren Clubmitgliedern jedoch nicht an. Manche sprachen von mäßigen Fässern und dass der neue 10-Jährige den Vergleich mit den alten 12-Jährigen aus der Zeit vor der Schließung nicht bestehen würde.

Egal wie nun der Anlauf nach der Wiedereröffnung stattfand - nach zwei bis drei Jahren waren die kritischen Stimmen verstummt. Doch die Absatzzahlen wollten nicht wirklich ansteigen. Im prozentualen Vergleich blieb die Brennerei bei unseren Verkaufszahlen im The Whisky Store gegen den Durchschnitt deutlich zurück.

1997 erteilte Springbank weiteres Ungemach. Seit 1837 befindet sich die Brennerei im Besitz der Familie Mitchell, deren Namen die Holding-Gesellschaft bis heute trägt. Über Einheirat tragen die führenden Männer jedoch seit geraumer Zeit den Namen Wright. Und eben 1997 - so schreibt Walter Schobert in seinem Whisky Lexikon - trennte sich der langjährige Marketing Direktor Gordon Wright von seinem Onkel Hedley G. Wright, um beim unabhängigen Abfüller Murray McDavid in Zukunft seine Marketingfähigkeiten einzusetzen. Über den Hintergrund

dieser Unstimmigkeit ist jedoch lt. Whisky Lexikon nicht viel bekannt geworden.

Kurz darauf wurde uns die Belieferung mit den unabhängigen Abfüllungen aus dem Hause Mitchell gekündigt und stattdessen explodierten bei uns die Verkaufszahlen von Murray McDavid, den Gordon Wright mit seinen neuen Londoner Partnern gegründet hatte. Sie kauften alsbald die Brennerei Bruichladdich und deren steilen Aufstieg hat ja jeder an Whisky Begeisterte mitbekommen.

Doch auch Springbank war nicht untätig. Man vermarktete in Folge den rauchigen Longrow mit zusätzlichen Abfüllungen und auch der neu geschaffene nicht rauchige Hazelburn versprach neues Marketing-Potenzial. Man trieb das Marketing auch auf der touristischen Seite voran und hielt Whisky-Schools ab und wurde Mitglied in der Whisky Coast Initiative, die Tourismus und Whisky miteinander koppelt und so einen

Gegenpol zum Whisky Trail und den Veranstaltungen des Speyside Whisky Festivals sowie Feis Ile auf Islay bildet.

Am 27.6.2008 gab nun Hedley G. Wright im Forum auf der Webseite von Springbank die offiziellen Gründe für das ‚vorübergehende‘ Zurückfahren der Produktion von Springbank bekannt. Und auf einmal kommt auch der Name Glengyle mit ins Spiel. Die durch die Familie Mitchell neu in Campbeltown gebaute Brennerei ist also auch von den ‚Problemen‘ betroffen - interessant.

Die allgemein genannten Gründe sind die Preisschwankungen bei den Rohmaterialien (sprich Gerste und Energie), die zu einer Verdoppelung der Kosten geführt haben. Und da man ausreichend Malt Whisky für Jahre produziert hat, gibt es trotz einiger Mitarbeiterkündigungen (Redundancies) keine Probleme mit der Versorgung von abgefüllten Flaschen. In der Zwischenzeit wird man sich um

notwendige Reparaturarbeiten und den Ausbau weiterer Lagerkapazitäten kümmern. Soweit lauten die offiziellen Angaben der Brennerei.

Trotzdem zeigt sich für den Außenstehenden ein anderes Bild. Es gibt drei Hauptkosten bei der Whiskyherstellung: Gerste, Energie und Mitarbeiter. Sie sind bei einer gut laufenden Brennerei für den Großteil aller Kosten verantwortlich. Und genau diese drei Kostenarten greift der Chairman der Mitchell Holding Gesellschaft in seinem offiziellen Statement auf.

Mittlerweile macht im Internet das Gerücht die Runde, dass alle Mitarbeiter von Springbank die Kündigung erhalten hätten. Ohne offizielles Statement in dieser Sache kann man das jedoch nicht für gesichert annehmen.

Erneut auf der Springbank Webseite fand sich am 30.6.08 ein Beitrag, dass die Whisky School Veranstaltungen abgesagt worden wären. Einbezahlte

Gelder würden zurück erstattet. Am 2.7.2008 kam dann ein Kommentar des Managements, warum man sich aus der Whisky Coast Initiative verabschiedet hätte. Beide Aussagen lassen eher auf eine wirkliche Schließung denn auf ein bloßes Zurückfahren der Produktion schließen.

Woran mag nun die (Teil-) Entlassung der Mitarbeiter und die Schließung von Springbank und Glengyle gelegen haben? Dass sich im Hause Springbank etwas tat, konnte man auch über den deutschen Distributor bemerken. Von dieser Seite aus wurde versucht, mit massiven Preisnachlässen zusätzliche Flaschen in den Markt zu geben. Und das geschieht zu einer Zeit, in der sämtliche schottische Brennereien auf ‚Teufel komm raus‘ Whisky brennen und die Exportzahlen der Scotch Whisky Association von einem All-Time-High zu berichten haben. Wenn etwas auf der Welt verlangt ist - dann ist es Whisky

- und im Besonderen hochwertiger Single Malt Whisky. Die aktuellen Preiserhöhungen anderer Distributoren zeigen dies deutlich.

Bitte betrachten Sie die folgenden Aussagen als reine Spekulation. Die kommenden Jahre werden es zeigen, ob an diesen Gedanken etwas dran ist oder ob alles nur Fantasie war.

Springbank stellt auf alte Weise Whisky in begrenzten Mengen her. Daran ist im Prinzip nichts Falsches. Aber die Kosten für die manuelle Malzherstellung, die halbautomatische Flaschenabfüllung und den weiten Transport der Flaschen, Label und Kisten zum Mainland macht die Herstellung dieses Single Malts ziemlich teuer im Vergleich zu anderen Whiskys.

Sicher, andere Malt Whisky Brennereien, die ihr Malz ebenfalls selbst herstellen, haben ähnliche Kosten. Doch nur die wenigsten leisten sich dazu eine eigene Abfüllung. Und wenn dann noch die verkauften

Stückzahlen absolut gesehen gering sind, dann können sich die damit verbundenen Fixkosten nur auf wenige Flaschen verteilen. Und eines kann man schon seit geraumer Zeit sehen. Ein Springbank mit einem Alter von 10 oder 15 Jahren ist 10 bis 20 Prozent teurer als die Konkurrenz. Wenn man in so einem Fall keinen Marketingvorteil wie z.B. die kleinsten Brennerei Schottlands oder eine Produktion auf Islay hat, dann wird das mit dem Durchsetzen der hohen Verkaufspreise schon schwierig. Belastet man diese nicht ganz einfache Finanzsituation dann noch mit einem Brennerei-Neubau und wird von Außen mit extrem steigenden Kosten konfrontiert, dann hilft nur mehr eines: ein Tritt auf die Kostenbremse.

Aktuell berichtet die britische Finanzwelt von einer drastischen Verteuerung von Industriekrediten. In der Angst vor der hohen Inflation hat es die Bank of England versäumt

die Leitzinsen wie die Federal Reserve in den USA massiv zu senken. Da die Ertragslage der schwer gebeutelten Finanzinstitute damit nicht besser wird, steigen die Kreditzinsen. Hat man - und dies ist wiederum reine Spekulation - den Glenogle Neubau 2003/2004 für nur 5 Jahre finanziert, dann könnte eine aktuell erforderliche Umschuldung das auslösende Problem für den Tritt auf die Kostenbremse gewesen sein.

Sicher, die drastisch zurückgehenden Kosten wird das Überleben von Springbank kurzfristig ermöglichen. Doch was ist in einigen Jahren? Wenn sich die Reihen der Fässer in den Lagerhäusern lichten? Dann wird es spannend. Denn die ausgesetzte Produktion von heute sind die fehlenden alten und uralten Whiskys von morgen. Brennereien wie Bowmore und Macallan können hiervon ein Liedchen singen. Schließlich produzierte Springbank nur rund 200.000 Liter Rohwhisky

pro Jahr.

Auch wenn man noch so viel Wert auf alte Traditionen legt. Springbank muss sehr zügig ein sinnvolles Kostensenkungsprogramm auflegen, damit die Produktion wieder in Gang kommt. Dazu gehört die weitgehende Automatisierung der Produktion, der Fremdbezug von Malz und die Flaschenabfüllung bei einem kostengünstigen, spezialisierten Dienstleister. Nur so werden in absehbarer Zeit ausreichend Geldmittel frei, um die Vermarktung der besonderen Malt Whiskys von Campbeltown voran zu treiben. Das hat natürlich ebenfalls massiven Einfluss auf die Beschäftigtenzahlen und die eigenen, unabhängigen Abfüllungen. Ein zu langes Festhalten an alten Zöpfen kann für eine Brennerei fatal enden.

Es wäre schade, wenn nach über 170 traditionsreichen Jahren Springbank den Anschluss an die Spitze der Malt Whisky Hersteller verlöre.

Mein Traum vom paradiesischem Genießen Jenseits von Eden

Wurden wir alle aus dem Paradies vertrieben? Lastet die Erbsünde auf uns? Ein Streifzug durch deutsche Hotels und Restaurants lässt einen wirklich daran glauben.

„Sie wünschen?“

„Herr Ober - bitte Ihren Single Malt Bowmore 15 Jahre in einem Sherryglas ohne Eis!“

„Sehr wohl der Herr.“

Kaum fünf Minuten vergehen und schon ist der Kellner wieder da.

„Tut mir leid - Bowmore ist aus. Darf es ein ‚Glennfiddisch‘ sein?“

Tumbler



Ich erspare mir die Frage, was für ein Alter dieser Glennfiddich wohl haben wird und erkläre mich einverstanden. Zwei Minuten später erhält man dann seinen Glennfiddich etwas verwässert durch sich auflösende Eiswürfel in einem klassischen Tumbler serviert.

„Ihr Whisky, mein Herr.“

„Ich hatte aber ohne Eis und im Sherryglas bestellt.“

„Sherrygläser haben wir im Moment nicht und in die Whiskey-Gläser“ - man hört förmlich das E vor dem Ypsilon - „gibt der Barman immer Eis hinein.“

„Und jetzt?“

„Warten Sie, ich bringen Ihnen einen Löffel und einen Teller, dann können Sie das Eis heraus nehmen.“

So, wie in diesem kleinen Beispiel aus der täglichen Praxis ist es mir oft in deutschen Hotels ergangen. Sie müssen zu sich nehmen, was es in der deut-



schen Diaspora halt so gibt.

Der Grund für diese Problematik ist schnell gefunden. Der häufige Wechsel hinter den Tresen der Gastronomie lässt die Hotelbesitzer knauserig bei der Schulung des Personals werden. Warum soll man ein paar Tausend Euro in Schulungen und ausfallende Arbeitszeit stecken, wenn der Geschulte eh in wenigen Monaten weiter zieht?

Das eigentliche Problem

liegt an der deutschen Bodenständigkeit. Ein gut gezapftes Pils bekommt man immer - aber ausländische Spirituosen fachgerecht serviert? Da wird es dann schon schwierig. Die unmittelbaren Nachbarländer konnten in den vergangenen Jahrzehnten ihren Einfluss am deutschen Tresen geltend machen. Obstwässer aus den Alpenländern finden den Weg ins richtige Glas genauso wie der Cognac seinen Schwenker.

Doch schon spanischer Sherry oder schottischer Whisky beschränkt das Wissen auf das ‚Hörensagen‘. Da sind die Anstrengungen der Deutschen Barkeeper Union sehr löblich, aber leider erreichen sie (noch) nicht genügend Menschen in der Fläche. Oder man schlägt sich als Barbetreiber auf die andere Seite der Bodenständigkeit. Hippe Lifestyle Getränke sind in.

Je mehr Sterne das Hotel neben seinem Eingang zieren, um so besser - sprich internationaler - wird die Kenntnis ums Servie-

ren von Whisky-Köstlichkeiten. Doch so wirklich gut wird es selten. Man bekommt hübsch regelmäßig salzig-scharfe Nüsse oder Kleingebäck zu seinem Whisky ‚kostenlos‘ serviert. Wer an diesen billigen Umsatztreibern probiert, ist selbst schuld. Dann kann man auch sein Eis im Whisky lassen. Diese Durstmacher gehören in die Kategorie Idiotengebäck - weil man daran nascht wie ein Idiot, bis alles weg ist.

Aber das zusammen mit einem Single Malt Whisky? Ich bitte Sie!

Wasser! Ein guter Whisky braucht Wasser. Die einen trinken es zum Löschen des Durstes zwischendrin. Die anderen verwenden es zur Reduzierung des Alkoholgehalts. Stilles Wasser gibt es mittlerweile auch in Deutschland. Die immer größere Zahl an streng Diät lebenden Menschen und die Abneigung gegen blähenden Sprudel hat auch diese Mineral-Wässer in vielen Variationen auf die Ge-

tränkekarten gebracht.

Doch man erhält oft ein stilles, mineralstarkes Wasser zum Whisky. Auch hier ist Deutschland weit vom ‚Stand der Whisky Technik‘ entfernt. Wichtig ist in der deutschen Bar die Marke des Wassers, damit man extra einen ordentlichen Preis verlangen kann. Nach dem Mineralgehalt fragt Niemand beim Großhändler. Hauptsache edel und teuer.

Doch auch in Großbritannien ist nicht alles Gold, was golden glänzt. Ganz bestimmt nicht beim Whisky. Hotels, Bars, Pubs - die Anzahl an Single Malts auf den Regalen der Bars ist in der Regel nicht viel größer als bei uns. Dazu findet man jedoch noch eine große Anzahl bekannter Blends. Wasser? Kein Problem. Im großen Jug erhält man mineralarmes, stilles Wasser kostenfrei direkt vom Hahn.

Doch bei den Gläsern herrscht in Großbritannien oftmals Notstand. Zwar erhält

man nur ganz selten einen amerikanischen Whiskey-Tumbler mit schwerem Eisboden, doch zylindrische, hohe Wassergläser sind an der Tagesordnung. Dagegen wird mit dem Measure genau - sehr genau - abgemessen, wie viel man bekommt. Da ist dann der Brite noch exakter als der Deutsche mit seinem Eichstrich.

Das Paradies auf Erden habe ich bislang erst in einer einzigen Bar auf dieser Welt gefunden. Und diese befindet sich in dem altherwürdigen Craigellachie Hotel in dem gleichnamigen Ort mitten in der schottischen Speyside. Die Craigellachie Brennerei ist gleich um die Ecke und gegenüber auf der anderen Talseite liegt Macallan. Flussaufwärts erreicht man Glenfarclas und flussabwärts liegt die Hauptstadt der schottischen Whisky-Herstellung Dufftown.

Gemütliche Sitzgruppen um kleine Sitzmöbel in der Bar laden den Gast zum längeren

Sitzen ein. Jeder Quadratmeter Wand ist mit Regalen und Single Malt Whiskyflaschen aller Brennereien bestückt. Sie benötigen nicht einmal eine Karte, um Ihren Whisky auszuwählen. Das Auge entscheidet. Wer vor dem Genuss den - zugegeben sehr hohen - Preis wissen will, der kann auch die nicht enden wollende Karte einsehen.

Für selten verlangte Whiskys kommt der Barkeeper mit einer Leiter und bittet den Gast etwas zur Seite, wenn die Flasche sich nun gerade hinter ihm befindet. Man merkt gleich: Das Wichtigste in dieser Bar ist der gepflegte Whisky! Dem ordnet sich auch gerne ein Gast unter. Eben wegen dieses Whiskys ist er ja gerade hier.

Am Tresen wird der Whisky dann ins Nosing-Glas geschenkt und man bekommt Whisky nebst einer kleinen Karaffe voll örtlichen Trinkwassers auf einem Silbertablett mit Deckchen serviert.

Das meine Herren aus der

deutschen Gastronomie ist der Garten Eden der Whisky Kultur!

Da wundert es nicht, dass teurer Single Malt Whisky in deutschen Bars nicht so gut läuft, wie er eigentlich könnte. Ein paar wenige, spezialisierte Whisky-Bars machen es vor, wie es gehen könnte. Hinter dem Tresen steht meist der Chef selbst und kümmert sich liebevoll um das Detail. Doch so wirklich groß ist das Verlangen der Deutschen nach guten Whiskybars nicht wirklich. Es ist wie beim Fernsehen. Das Fernsehen ist letzten Endes nicht so wie es derzeit ist, weil der Sender am Geld spart. Nein - dann würden alle bei wenigen guten Sendern sitzen. Im Gegenteil - Deutschland sitzt vor der Glotze oder seinem Tresen - weil er dort genau das bekommt, was er haben möchte. Letzten Endes bestimmt die große Zahl der Konsumenten, was angeboten wird und was nicht.

Den Garten Eden wird in

Deutschlands Bars blühen, wenn wir ihn sähen. Stehen Sie auf und erheben Sie Ihre Stimme. Auf die Dauer wird man uns erhören. Steter Tropfen höhlt den Stein. Und im Zweifelsfall bringen Sie ihr eigenes Glas und Wasserkrug in die Bar mit, damit der Barkeeper und die anderen Gäste sehen können, dass man Whisky auch genießen kann.



Wasserkaraffe

Welche Whiskys wählen Sie aus?

Haben Sie schon einmal einen Whisky in Fassstärke probiert?

Wenn sie dem durchschnittlichen Single Malt Whisky Genießer gleichen, dann haben Sie vor fünf bis zehn Jahren zum ersten Mal einen Single Malt Whisky probiert. In Folge waren Sie von dieser Flasche sehr angetan und haben nach und nach weitere Flaschen dieses vorzüglichen Elixiers genossen.

Bei den Meisten begann es mit Glenfiddich oder Glen Grant. Diese beiden Whiskys finden sich fast lückenlos in den Regalen unserer heimischen Supermärkte. Aber auch die Quereinsteiger gibt es reichlich. Sie probierten bei Freunden, im Urlaub oder auf einer Geschäftsreise einen bis dato unbekanntem Whisky und wurden von der Aromenfülle gefangen genommen.

Hochwertigen Whisky findet man, vor allem auf dem Land, nicht an jeder Ecke und so galt

es zuerst die Beschaffungshürde des neuen Lieblingsgetränks zu überwinden. In Zeiten des Internets, des Versandhandels und einer gut funktionierenden Logistik war das spätestens ab 1995 keine unüberwindliche Hürde mehr. Um an seinen beliebten Whisky zu kommen, bedurfte es nur des Glaubens, dass man seine hochwertige Single Malt Whisky Flasche auch sicher per Post bzw. DHL sich zusenden lassen kann.

Waren zuerst Whiskys mit 25 und 30 Euro so viel besser als das, was man in den Supermarktregalen fand, so landete man recht zügig bei den 15 und 18 Jahre alten Flaschen mit Preisen bis zu 50 Euro (damals natürlich noch in DM). An dieser Schwelle stehen heute sehr viele unserer Genießer. Und die Gretchenfrage lautet: Was kommt jetzt? Was soll ich wählen?

Diese Frage lässt sich recht lange in die Zukunft verschie-

ben. Denn die Auswahl an 15 bis 18 Jahre alten Flaschen mit 40 bis 46 Vol.% im Preisbereich von 30 bis 50 Euro ist wirklich groß. Wenn man nicht zu viele Freunde zum Genuss einlädt, kann man sich mit der Auswahl mehrere Jahre genüsslich austoben.

Irgendwann stellt sich dann für viele Genießer die Frage, in welche Richtung man sich mit seiner Auswahl weiter entwickeln will. Eine Richtung ist klar: Noch ältere Malts. Doch viele Genießer haben sich ein Preislimit pro Flasche gesetzt. Eine Schmerzgrenze die mit älteren Flaschen recht schnell überschritten wird.

Als letzter ‚Ausweg‘ um die Preisgrenze nicht zu reißen bieten sich dann jüngere, unabhängige Abfüllungen an. Wer sich etwas mit dem Angebot beschäftigt, dem fallen diese Flaschen von Gordon & MacPhail, Signatory, Chieftain‘ s und Douglas Laing (um die größten Anbieter zu nennen) recht bald ins Auge. Doch diese Flaschen ha-



ben einen gravierenden Nachteil. Meist handelt es sich um Einzelfassabfüllungen, die mit ihren großen Geschmacksvariationen oftmals die Erwartungen des Genießers nicht erfüllen können. Denn schließlich sind diese Genießer den konsistenten Geschmack ihrer bisher genossenen Originalabfüllungen gewohnt. Da kann eine Flasche aus einem einzelnen Fass, das

vielleicht Schwefelnoten oder bittere Komponenten eines alten Sherryfasses enthält, schnell zur Frustration werden.

Eine zweite Hürde gilt es bei diesen unabhängigen Abfüllungen oftmals gleichzeitig zu überspringen. Die Abfüllung in Fassstärke. Soll man sich wirklich an einen Single Malt Whisky mit 55 und mehr Volumenprozenten Alkohol wagen?

Bei dem Genuss von Fassstärken prallen zahlreiche Vorurteile mit der Realität zusammen. Ein großer Teil der Whiskykenner verdünnt seinen Whisky nie mit Wasser. Sie genießen ihren Single Malt ausschließlich so, wie er aus der Flasche kommt. „Ich werde doch meinen wertvollen Whisky nicht mit Wasser verdünnen ...“

So edel dieses Motiv auf den ersten Blick auch erscheint. Es zeugt vom Unverständnis des Herstellungsprozesses. Alle gängigen Whiskys, die wir heute mit 40 bis 46 Vol.% in den Flaschen finden, wurden vor

der Abfüllung mit destilliertem (deionisiertem) Wasser verdünnt. Weil dies der Hersteller selbst machte, bedeutet das nicht, dass dieser Whisky deshalb besser schmeckt als der selbstverdünnte.

Lässt man dagegen den unverdünnten Whisky mit hochprozentigen 50 bis 60 Vol.% über die Zunge und den Gaumen rinnen, so spielt der Alkohol seine betäubende Wirkung voll aus. Er paralyisiert unsere Geschmacksrezeptoren im Mundraum. Als Folge werden wir von diesem unverfälschten Whisky deutlich weniger Genuss verspüren, als wir uns das durch unsere edle ‚unverdünnende‘ Haltung erwartet haben.

Gerne wird auch gegen die Verdünnung argumentiert, dass Fassstärkewhisky pro Volumen mehr Aromen enthält, als unverdünnter Whisky. Denn schließlich müssen die Aromastoffe nun auch noch das zugesetzte, neutrale Wasser ‚beleben‘. Auch hierbei sitzt der Genießer einem

Trugschluss auf. Was haben wir von unseren Aromastoffen, wenn sie nicht verdunsten und ihren Weg bis in unsere Nase finden? Mit einem hochprozentigen Single Malt werden wir den Großteil der gelösten Aromastoffe einfach so herunter schlucken. Und der Fachmann weiß - wir riechen 1000mal mehr als wir schmecken.

Setzen wir dagegen einen Schuss frischen Quellwassers unserem Whisky hinzu, so kann der sinkende Alkoholgehalt die Aromastoffe nicht länger in Lösung halten und sie steigen im Glas auf, um von uns wunderbar verrochen zu werden.

Wer bislang Angst vor der Verdünnung von Whiskys in Fassstärke hatte, dem kann ich zu rufen: „Trauen Sie sich!“ Und sie werden mit wunderbaren zusätzlichen Aromen belohnt.

Am Ende bleibt die Gefahr bestehen, dass man mit einem Einzelfass eines unabhängigen Abfüllers eine Niete zieht. Natürlich ist diese Gefahr immer

gegeben. Doch wenn sie sich (anfangs) an Flaschen der oben genannten vier großen unabhängigen reputationsreichen unabhängigen Abfüller halten, so ist die Gefahr eines Fehlgriffs zwar nicht Null, aber sie bleibt überschaubar.

Noch sicherer können sie sich entscheiden, falls sie zu den hochprozentigen Originalabfüllungen der Hersteller greifen. Sie haben in der Brennerei die volle Auswahl unter allen Fässern. Auch werden meist nicht einzel-



ne Fässer sondern wie bei den Standardabfüllungen eine Menge (Batch) von Fässern für einige Zeit vermählt und dann konsistent hochprozentig abgefüllt.

Und was für Whiskys kann ich ihnen (neben den unabhängigen Abfüllungen) nun empfehlen?

Whiskys ohne Rauch: Aberlour a'budh 60%, Arran 100 Proof 57%, Bruichladdich Infinity 52,5%, Glenfarclas 105 60%, Glenfiddich 15 Jahre Cask Strength 51%, Glengoyne 12 Jahre 57%, Glenmorangie Traditional 57%, Springbank 100 Proof 57%

Whiskys mit Rauch: Ardbeg Uigeadail 54,2%, Bowmore Natural 1992 53%, Caol Ila Cask Strength 59,6%, Laphroaig Cask Strength 55,7%, Lagavulin 12J 56,4%

Und natürlich noch eine ganze Menge mehr.

Zum Verdünnen verwenden sie entweder ihr normales Leitungswasser, wenn es ihnen



nicht zu viel Eigengeschmack aufweist. Deionisiertes Wasser ist geradezu ideal, allerdings sollte man vielleicht nicht das Kondensat aus dem Wäschetrockner verwenden, denn hier kann ein Geruch nach Waschmittelrückständen zurück bleiben. Aus dem Supermarkt bieten sich die stillen französischen Wässer wie Vittel oder Volvic an. Sie gleichen auf Grund der selben Bodenzusammensetzung mit ihrem geringen Mineralgehalt dem schottischen Vorbild.

Aufklärung über ein Missverständnis

Rauch oder Torf?

Haben Sie schon einmal einen salzigen Whisky probiert?

Ja? Das kann gar nicht sein!

In so einem Fall sind Sie einem Missverständnis aufgesessen. Lassen Sie es mich bitte erklären. Herkömmliches Salz ist in seiner festen, kristallinen Form ein Kristall, der aus den Elementen Natrium und Chlor besteht. Löst man Salz in Wasser auf, so enthält das Salzwasser Natrium- und Chlorid-Ionen. Beide können durch die Destillation nicht in den Alkohol Dampf und damit auch nicht in den Whisky gelangen. Stellen Sie sich eine Wolke über dem Meer vor. Nur reines Wasser verdampft aus dem Meer und bildet Wolken, die dann als Süßwasser wieder abregnen. Das Salz bleibt im Meer zurück.

Warum ist für uns mancher Whisky nun doch salzig? Ganz einfach. Unser Gehirn zieht eine Parallele zwischen einem

bestimmten Aroma und dem Salz, das wir seit Geburt an mit unserer Zunge schmecken. Unser Zentralorgan ist dabei eine Mustererkennungsmaschine. Ist der Eindruck des Salzes stark genug, macht das Gehirn automatisch ‚echtes‘ Salz für unser Empfinden daraus. Für den Menschen ist so ein Vorgehen sinnvoll. Statt aufwändig etwas Neues zu denken, kann er kalorien sparend eine alte Lösung anwenden.

Kennen Sie den Unterschied zwischen einem rauchigen und einem torfigen Whisky?

Ja? Auch hier muss ich Ihnen leider widersprechen. Es gibt keinen Unterschied! Auch wenn dies viele Experten in unzähligen Geschmacksbeschreibungen und zahllosen Verkostungen verbreiten.

Wie kann das sein? Hier hat sich eine Mund zu Mund Propaganda auf den Weg gemacht, die ihres Gleichen sucht. Der selbst ernannte Fachmann kann



so wunderbar über Dinge referieren, die kein unbedarfter Einsteiger nachvollziehen kann.

Fragen wir uns zunächst wieder wie beim Salz nach den Ursprüngen. Warum ist ein Whisky rauchig? Der Rauchgeschmack, den wir ebenfalls von Räucherfisch und geräucherten Wurstwaren kennen, stammt bei unserem Single Malt Whisky von heißem Rauch, der bei

der Verbrennung von Torf zum Trocknen des Malzes verwendet wird. Somit ist die Herkunft des Rauches klar. Die Verbrennung organischen Materials führt zum Räuchern des Malzes und letztendlich zum Raucharoma im fertigen Whisky.

Und wie riecht Torf? Haben Sie schon einmal an frischem Torf gerochen? Falls Sie überhaupt etwas riechen, dann ist

das eine leichte Säure, die sich aus dem recht sauren Milieu des Moores speist. Die Gerbsäuren der Pflanzen sind dafür verantwortlich. Ist ein Torfbrikett erst einmal getrocknet, dann riechen Sie gar nichts mehr. Auch so genanntes ‚torfiges‘, braunes Moorwasser hat außer etwas Säure nichts zu bieten. Und der braune Farbstoff im Wasser hat nun gar nichts mit den Phenolen eines Rauches gemeinsam. Phenole werden erst beim Verbrennen eines organischen Materials wie Torf, Holz oder Kohle freigesetzt.

Sagen wir es noch einmal ganz deutlich: Torf finden wir in unseren geliebten Whiskys überhaupt nicht. Es gibt Torf im Whisky genauso wenig wie Salz. Während wir beim Salz jedoch noch einem Muster in unserem Gehirn auf den Leim gehen, folgen wir beim Torf einfach nur den Aussagen einiger selbsternannter Experten, die ihrerseits vielleicht nur das wiederholen, was andere zu-

vor gesagt haben. Torf ist geschmacklos.

Lassen Sie uns konstruktiv werden. Wo könnte denn nun der Grund für dieses krampfhaft Unterscheiden zwischen Rauch und Torf begründet sein? Nun - Rauch ist nicht gleich Rauch. Der eine Rauch ist frisch und beißend, wie es uns ein voller Atemzug am Lagerfeuer unmittelbar verdeutlicht und anderer vielleicht kalter Rauch zeigt unerwartet kräftige, aromatische Züge. Ein dritter Rauch kann dagegen vielleicht schon medizinisch riechen. So wie wir es aus dem Krankenhaus kennen.

Der Unterschied in diesen Raucharomen ist relativ einfach zu erklären. Organisches Material, wie Torf eines ist, erzeugt unterschiedliche Verbrennungsprodukte. Nicht nur CO₂, wie wir es aus der Klimadebatte kennen. Nein, auch Zig-, wenn nicht gar Hunderttausende an unterschiedlichen organischen Verbindungen entstehen wäh-

rend einer Verbrennung eines so ungleichmäßigen Materials wie Torf. Und nicht nur das. Je nach Verbrennungstemperatur und Brenndauer verändern sich die Verbrennungsprodukte an sich und das zahlenmäßige Verhältnis unter einander.

Pauschal kann für uns gesagt werden, je weniger Luft bei der Verbrennung dabei ist, um so mehr Rauch und um so mehr organische, aromatische Verbindungen entstehen. Je heißer ein Feuer mit viel Luft angefacht brennt, um so unsichtbarer werden die Gase und um so mehr reines CO₂ entsteht. Das kennen wir alle vom Lagerfeuer. Trockenes Feuer brennt rauchlos, hell und heiß. Wogegen nasses Holz mit viel Qualm (Wasserdampf) aber auch Rauch (feste Teilchen in Luft) den Übergang zur Asche nur langsam und mühselig bewältigt.

Wenn wir also das Wort Torf zu einer Geschmacksbeschreibung heran ziehen wollen, dann

sollte das ‚Torfig‘ als Überbegriff über allen weiteren Aussagen in Bezug auf Rauch stehen. Denn der geschmacklose Torf ist der Ausgangspunkt für alle rauchigen Whiskys. Erst nach der Verbrennung des Torfs können wir dann weiter verfeinern, ob in rauchig und/oder medizinisch und in einer dritten Stufe dann vielleicht noch weiter zu Phenol, Räucherspeck, Lagerfeuer, Teer, Lösungsmittel u.s.w.

Wenn Ihnen in Zukunft jemand beim Whisky den Unterschied zwischen Rauch und Torf erklären will, dann bleiben Sie bitte skeptisch. Hier ist ein ‚Experte‘ am Werke, der an seinem Verständnis der Whisky-Herstellung noch arbeiten muss. Widersprechen Sie ihm aber bitte nicht. Experten, auch selbsternannte, mögen das nicht wirklich. Übersetzen Sie bitte lieber ganz für sich in so einem Fall den Begriff torfig durch medizinisch. Das trifft es dann am besten.

Wie man heute Whisky verkauft

Simulation und Wirklichkeit

In diesem Artikel geht es um unser aller Bild von der Wirklichkeit. Ist das Bild, das sich auf der Netzhaut ihrer Augen abbildet das selbe, wie bei mir? Und wenn das Bild das selbe sein mag, ist in ihrem Gehirn die Farbe eines Whisky genauso golden braun wie bei mir?

Beim Whisky und dessen Aroma wissen wir es alle. Jeder hat seine eigenen Geruchsempfindungen, die er über die Jahrzehnte seines Lebens erlernt. Und da wir Hunderte wenn nicht gar Tausende an verschiedenen Aromen/Gerüche so über die Jahre erlernen, wird kein Geruchsgedächtnis eines Menschen identisch zu dem eines anderen sein. Wir sind alle Individuen. Unser Gehirn ist dabei eine ganz subtile Maschine. Sie nimmt nicht nur neue Gerüche auf und speichert sie ab - nein - gleichzeitig wird das alles noch für die Zukunft im gerade stattfindenden

Kontext emotional bewertet. Ich persönlich habe z.B. eine extreme Abneigung gegen den Geruch, der in einem Raubtierkäfig (Tiger, Löwen) herrscht. Im Vorschulalter besuchte ich mit meinen Eltern ein enges Raubtierhaus in einem Zoo und das hat sich bleibend in meinem Gehirn negativ eingebrannt.

Farben und Geruch sind eine Sache. Unser Kopf kann aber noch viel mehr. Es verbindet grundsätzlich alle aufgenommenen Empfindungen in Gesamtmuster, die den Menschen über Jahrzehnte prägen. Das nennt sich dann im Volksmund Reife, Weisheit oder einfach nur Erfahrung.

Am Anfang meines Berufslebens als Ingenieur baute ich mit Hilfe von Computern Abbilder der Wirklichkeit. In Kraftwerken hatten wir Modelle von Rohrleitungen und Kesseln und im Automobilbau gab es Modelle von Achsen, Bremsen, Karosserien, Motoren und ganzen

Fahrzeugen. Alle diese Modelle hatten nur ein Ziel: Sie sollten das Verhalten der erst noch zu bauenden Teile im Computer vorhersagen. Und genauso wie in unserem Gehirn mussten die Computerprogramme erst langsam lernen, wie man zu einem vernünftigen Abbild der Natur in dem ‚Kasten zwischen unseren Ohren‘ kommt. In regelmäßigen Abständen erschienen neue Programme bzw. Versionen auf dem Markt, die die Realität immer besser abbildeten und damit auch besser vorher-sagen konnten.

Im Whisky-Umfeld versuchen sie und wir nichts anderes. Auf Grund unserer Erfahrungen mit Brennereien, Abfüllern und den Aussagen von (selbsternannten) Experten versuchen wir uns ein inneres Geschmacksbild vor dem Kauf einer Flasche in unserem Kopf zu zeichnen. In unserem Gehirn läuft dabei so etwas wie eine Geschmackssimulation ab. Man kann das auch mit einem

empirisch unterstützten Rate- oder Wunschprozess beschreiben. Dabei spielt uns unser Gehirn zuweilen einen gehörigen Streich. Da alle vergangenen Empfindungen beim Kauf von früheren Flaschen mit in den Entscheidungsprozess eingehen, kann so manche Flasche Opfer einer emotionalen Altlast werden, die sie eigentlich nicht verdient hat.

Hat man z.B. bei einem unabhängigen Abfüller eine - für den eigenen Geschmack - richtig schlechte Flasche erworben, so bewertet unser Geist nicht nur diesen Whisky als schlecht. Nein auch die Brennerei bekommt vielleicht unverdienterweise ein fettes Minuszeichen. Und es geht weiter! Der unabhängige Abfüller fängt eine ebenso negative, gehirninterne Bewertung ein. Und unser Gehirn ist konsequent. Auch der Verkäufer dieser Flasche muss unter seiner empfohlenen Auswahl leiden. Ebenso vielleicht der Freund bzw. Kollege, der eben diese Flasche

uns genannt hat.

Die Negativ-Kaskade geht durchaus noch weiter. Die Schriftform auf dem Etikett, die Farbe des Labels, die Form der Flasche nebst Umverpackung - alles, was das Gehirn im großen Kontext dieses Whiskys aufgenommen hat, erhält ein dickes, emotionales Minuszeichen. Wer sich da weiter informieren will, für den gibt es hier ein paar Stichwörter: Grob vereinfacht sagt der Gehirnforscher, dass die positiven Empfindungen im Limbischen System gespeichert werden und die negativen im Mandelkern.

Dieses Verhalten unseres Gehirns, die Koppelung von Fakten, Erfahrungen und Emotionen, war in der Vergangenheit und ist es auch noch heute überlebensnotwendig für den ‚weisen, klugen Menschen‘ Homo sapiens. Ohne diesen emotionalen Sicherheitsmechanismus würden wir immer wieder aufs Neue in Fallen laufen.

Dem unbedarften Whisky-

händler ist in der Regel nicht wirklich bewusst, was da in den Gehirnen der Kunden abgeht. Er muss verkaufen, was er in seinen Regalen stehen hat. Denn schließlich kann er ja nicht Ewigkeiten auf ungeliebten Flaschen sitzen bleiben. Und jedes Mal wenn er mitbekommt, dass eine Flasche für einen großen Teil der Kundschaft mies schmeckt, kann er ja den Restbestand dieser Flaschen nicht einfach so zurückgeben oder wegschütten. Eine echte Zwickmühle.

Ein kleiner Tipp am Rande: Falls sie den Inhalt einer Flasche nicht kennen, so kaufen sie in einem Geschäft ausschließlich Whiskyflaschen, die noch nicht den Staub der Jahre angesetzt haben und - falls angegeben - keine Abfülldaten auf den Etiketten tragen, die mehr als ein oder zwei Jahre in der Vergangenheit liegen. Diese beiden Indikatoren für ein Flaschenalter zeigen ihnen, dass diese Produkte keinen reißenden Ab-

satz fanden und deshalb auch nicht nachgekauft wurden. Der Volksmund nennt solche Produkte Ladenhüter.

Gut ist es, wenn sie Whiskys vor dem Erwerb probieren können. Aber auch das macht uns unser eigener Simulationsapparat im Gehirn recht schwierig. Ist eine Situation emotional positiv aufgeladen - das kann durch Kauflust und/oder angenehme Umgebung mit Essen und tollen Menschen passieren - dann kauft es sich noch mal so leicht und trotz Probierens, kann man am Ende zu Hause von einer Flasche bitterlich enttäuscht werden. Das typische Beispiel für diesen Umstand ist der mitgebrachte Wein aus dem Urlaub, der zu Hause oftmals nicht so schmeckt, wie man ihn in Erinnerung hat.

Wie kann man sich nun vor diesen Eigenschaften des eigenen Gehirns schützen? Versuchen sie z.B. Proben interessanter Whiskys in ihrer heimischen Umgebung, wo ja

auch die ganze neue Flasche ihrer Bestimmung zugeführt werden wird, zu verkosten. Im The Whisky Forum von The Whisky Store gibt es dazu eine richtig boomende, eigene Kategorie, in der Proben angeboten und gesucht werden können. Doch Achtung! Dies ist eine private Tauschbörse. Sie können sich nicht sicher sein, ob wirklich immer das in ihrem Probenfläschchen drinnen sein wird, was so angeboten wird. Tasten sie sich langsam an die Materie heran und bauen sie langsam Vertrauen zu den Tauschenden auf.

Man kann natürlich auch nach einzelnen, prosaischen Geschmacksbeschreibungen im Internet suchen. Da jedoch Geschmäcker wegen des individuellen Lernens so großflächig unterschiedlich ausfallen, ist den unterschiedlichen Geschmacksbeschreibungen Einzelner stets mit Vorsicht zu begegnen. Was dem einen schmeckt, das muss für den anderen nicht gelten.

Aufbauend auf diesen Fein-

heiten des menschlichen Geistes und des Geschmackssinns hat The Whisky Store lange überlegt, wie wir für die Gehirne unserer Kunden den Input erzeugen können, der sie zu einer eigenen, treffenden Simulation des zu erwartenden Geschmacks befähigt. Ganz wichtig sind zunächst die Fakten, mit denen der Kunde seinen biologischen Prozessor füttert. Und das steht ganz im Gegensatz zu der aktuellen Lehrmeinung der Marketingbranche, die keine Produkte oder Eigenschaften, sondern immer einen Nutzen verkaufen will. Zu den Fakten kommen wir später.

Fragen wir uns erst einmal, was könnte das denn für ein Nutzen sein? Vollrausch, Anheben der sozialen Stellung, Genuss?

„Entfliehen Sie der Realität der Welt und beeindrucken Sie Ihre Freunde mit dieser überbeurteilten aber toll aussehenden Flasche!“ ???

Für mich ist die aktuell vertretene Marketingmeinung mit dieser Nutzenargumentation

gelinde gesagt Schwachsinn. Genuss kann der Käufer mit jeder Flasche haben - einen Vollrausch auch - und über die Repräsentanzfähigkeit einer Flasche entscheidet alleine der Preis. Deshalb verkauft The Whisky Store zunächst keinen Nutzen, sondern als erstes Fakten. Wie groß ist die Flasche? Wo kommt der Whisky her? In welchem Fass reifte er und für wie lange und wer hat ihn abgefüllt und was kostet er?

Im zweiten Schritt gilt es dann, das gehirneigene Simulationssystem mit weiteren Fakten zu versorgen, damit der Käufer nicht mit platter Nutzenargumentation über den Tisch gezogen werden muss, sondern der feuchte, neuronale Prozessor zwischen seinen Ohren selbst eine Entscheidung treffen kann. Und dazu gehört zunächst ein Bild. Je detaillierter dieses Bild ausfällt (Stichwort Zoombilder), um so mehr kann sich der Kunde unter dieser Flasche etwas vorstellen. Statt im Laden



hinter Glas oder unter Zeitdruck nur flüchtig das Etikett zu überfliegen, erlaubt ein Zoombild im Internet doch eine weitaus detailliertere Information. Vor allem vergleichend zwischen mehreren Flaschen ohne den Zeitdruck eines Ladenbesuchs.

Das moderne Internet kann aber noch viel mehr. Es kann zu jeder Flasche bzw. Brennerei (wie bei uns im Shop) die offizielle Homepage des Herstellers bereit stellen und noch zusätzliche Information (wie auf unserer Homepage) auf vielen Tausend einzelnen Seiten an genau

der richtigen Stelle hinzu geben.

Wenn nun der Kunde nicht platt zur irgendeiner Nutzenargumentation einfach ja sagt, sondern vielmehr das Innerste im Gehirn des selbst denkenden und entscheidenden Kunden sich seinen eigenen Nutzen aus den vorhandenen Fakten definiert, dann kommt eine viel fester fundierte Kaufentscheidung zu Stande. Zwar werden Spontankäufe mit dieser Vorgehensweise nicht so stark ange lockt, doch einmal gewonnene Kunden reagieren viel stabiler und tauschen weitaus weniger

Ware um, als wenn man sie kurzfristig emotional ‚über die Ladentheke gezogen hat‘.

Und letzten Endes kann der Käufer zur Abgabe von Geschmacksbewertungen bewegt werden. Aber Achtung! Hier muss man darauf achten, dass man nicht wieder einzelnen, individuellen Geschmacksaussagen auf den Leim geht. Deshalb findet der Besucher im Internet-Shop von The Whisky Store neben den offiziellen, manchmal doch schwer nachzuvollziehenden Geschmacksbeschreibungen, auch statistisch in großer Zahl gemittelte Geschmacksbeschreibungen für die Grundcharakter von 600 Flaschen vor. Dieses Thema haben wir ja bereits auf Seite 160ff vorgestellt.

Es geht nicht darum, ihnen mit Gewalt einen Whisky, der gerade vorhanden ist und raus muss, mit toller Beratung in angenehmem Ambiente zu verkaufen. Letzten Endes hat diese ‚mit Gewalt verkaufen Strategie‘ zu der aktuellen Krise im Einzel-

handel geführt. Der Kunde ist es leid, sich permanent mit modernstem Marketinggeschwätz die ‚neuesten Errungenschaften‘ der Konsumgüterindustrie aufschwätzen zu lassen.

Das neue Ziel ist höher und viel schwieriger zu erreichen. Es geht darum, den Konsumenten durch die Bereitstellung von vielen, vielen Informationen in die Lage zu versetzen, die individuell zu ihm passende Entscheidung selbst und eigenverantwortlich zu fällen. Das bedeutet zwar einen Riesenaufwand für die Bereitstellung der richtigen Informationen. Am Ende des Tages bedankt sich jedoch der Kunde durch Vertrauen in den Lieferanten und damit stetige Nachkäufe. Wir brauchen nicht nur den mündigen Bürger - wir brauchen auch den mündigen Verbraucher.

Wir freuen uns im The Whisky Store, wenn unsere angebotenen Informationen zu ihrer fundierten Kaufentscheidung beitragen.

Der Einsatz moderner Computer in einer Brennerei Whisky Workbench

Computer sind aus unserem modernen Leben nicht mehr wegzudenken. Es gibt einen lustigen aber tiefgründigen Ausspruch in Schottland: „Solange mein Computer mit einer Maus bedient wird, solange ist der Whisky auch handgemacht.“

Sollen wir uns darüber freuen oder ärgern? Einer der ersten kommerziellen Mikroprozessoren, der Intel 4004, kam zu Beginn der 70er Jahre auf den Markt. Er diente als Herzstück

für Taschenrechner und Ampelsteuerungen. Alles Dinge, auf die man heute nicht mehr verzichten will. So auch in der Whiskyproduktion. Die ersten Computer wurden meist für die Temperaturregelung beim Brennprozess eingesetzt. Nichts ist aufwändiger und schlimmer, als einen Whisky-Kondensator reinigen zu müssen, der durch eine überkochende Brennblase verschmutzt wurde.

Und so begann der Siegeszug des Computers in unseren Whiskybrennereien. Es dauerte



noch 10 Jahre bis zur Entwicklung des modernen Büro-PCs durch die Firma IBM, bis auch ein späterer Intel-Prozessor, der 8088, die Arbeit im Büro der Brennereien erleichterte. Während in vielen anderen Industriezweigen die Großrechner mit ihren Terminals den Weg in die Fertigung fanden, so still blieb es in den meisten Brennereien. Die großen Entfernungen von den Zentralen in den Hauptstädten bis hinauf in die Highlands und auf die Inseln verhinderte zuverlässig deren Anschluss an die Finanz-Netzwerke von Staat und Industrie. Papier war stattdessen im Büro angesagt und die Produktionskennzahlen und die Fassanforderungen wurden typischerweise erst per Telex und später per Fax versendet.

Nach dem Einsatz des PCs im Büro begann ebenfalls der Einzug der PCs in die Whiskylager. Statt wie früher die Fässer mit Nummern und Farbe zu bepinseln, begann man in den 90er Jahren die Fässer mit klei-

nen Kunststoffschildchen und Barcodes zu versehen. Zusammen mit einem Handcomputer und Laserscanner konnte man die Fassbeschickung und -entnahme im Lagerhaus von der nicht enden wollenden ewigen Schreiarbeit entlasten. Deutlichste Verbesserung in diesem Umfeld ist die Überwachung der Qualität der Fässer. Man muss die Fassenden nicht mehr unterschiedlich lackieren, um 1st von 2nd oder 3rd Fill Fässern zu unterscheiden. Nein, der Computer weiß genau, wie lange und was zuvor in diesem Fass gereift wurde. Er weiß sogar noch mehr. Er weiß auch nach 30 Jahren noch, wo dieses Fass ursprünglich herkam und hilft so mit, die guten Fasslieferanten von den schlechten zu unterscheiden.

Eine ganz wichtige Aufgabe, ohne deren Erfüllung eine Brennerei sofort von Amts wegen geschlossen würde, ist das Berechnen und Abführen der staatlichen Alkoholsteuern. Und hierfür muss jeder produzierte Liter und

jedes befüllte Fass lückenlos vor den Kontrolleuren der Customs & Excise, der staatlichen Steuerbehörde, bestehen. Ein moderner, schneller und verlässlicher Computer ist hierfür unabdingbar.

Nach der Einführung der Mikroprozessoren zur vereinzelt Temperaturregelung ging der Siegeszug der Computer im Brennhaus beständig weiter. Heute werden die meisten Brennblasen zentral über eine Prozesssteuerung befüllt, erhitzt, entleert und weitergepumpt. Statt mühselig im Betrieb die einzelnen Ventile zu suchen und zu bewegen - alle Irrtümer mit eingeschlossen - wird heute von zentraler Stelle der Fluss der Rohstoffe und Fertigprodukte per Maus gesteuert. Einen wichtigen Nebeneffekt hat diese gesamte Automatisierung. Bis zu 30% Heizenergie wird seit der Einführung des Computers an den Anlagen eingespart.

Nachdem nun die ganzen Brennereien und Firmenzentralen von Computern durchdrungen sind macht es Sinn, diese

einzelnen Computer auch zu vernetzen. Der englische Fachausdruck dafür lautet **Enterprise Resource Planning**. D.h. den Einsatz aller Arbeitsmittel und Waren des Unternehmens gemeinsam zu verwalten und zu planen. Mit der Einführung eines solchen ERP-Systems können Brennereien z.B. viel besser berechnen, wie viel Malz und Hefe benötigt werden. Überlagerungen und Restmengen können damit sehr einfach vermieden werden. Unser Whisky kann so nicht nur preiswerter und umweltschonender hergestellt werden. Nein, auch die Qualität wird durch die Vermeidung von Überlagerungen von Rohstoffen wie Malz und Hefe verbessert.

Das Unternehmen Solarsoft, beheimatet im südwestlich von London gelegenen Basingstoke ist eines der führenden Unternehmen wenn es darum geht, Whiskybrennereien mit einem ERP-System auszurüsten. So gehören Firmen wie Morrison Bowmore sowie Burn Stewart

und Bruichladdich zu den Nutzern dieses Tropos-System, das auch mit der Bezeichnung Whisky-Workbench versehen ist.

Diese Whisky-Workbench kann aber noch weitaus mehr, als wir bislang in diesem Artikel angesprochen haben. Neben der Führung des Lagers wird die Fassvorauswahl für die Erstellung von Blends automatisiert und die internen und externen Lagerbuchungen ausgeführt. Auch die Berechnung von Verdunstungsverlusten sowie die Umrechnungen von Alkoholmengen in Abhängigkeit von Temperatur und Dichte muss ein solches System leisten. Da alle Daten ständig online vorliegen, kann die Verwendung von zu jungen Fässern für die Whiskyherstellung sicher vermieden werden.

Während herkömmliche ERP-Systeme entweder mit Stückzahlen oder für die chemische Industrie mit Flüssigkeiten rechnen, beherrscht die Whisky-Workbench die zentrale Aufgabe der Whiskyindu-

strie. Sowohl die Herstellung von mit Flüssigkeitsmengen gefüllten Fässern (Bulk Whisky) als auch die Verschiffung in Straßentankern und deren Abfüllung in Flaschen bzw. gehandelten Kisten (Cases je 9 Liter). Der Wechsel in diesen Whisky-lagerformen zusammen mit der Berechnung von Schwundmengen macht die besondere Stärke des Programmsystems aus.

Kein modernes ERP-System würde seinen Namen gerecht, wenn es nicht auch die anfallenden Kosten während des Produktions- und Reifeprozesses addieren und auf das Fertigprodukt umlegen könnte.

Am Ende des Tages kann zwar der Computer sämtliche Warenbewegungen berechnen und verbuchen, doch es gibt immer noch Menschen, die den Whisky mit ihrer Nase verriechen und bewerten müssen. Und so bleibt trotz aller Hilfe, die uns ein moderner Computer bietet, unser Whisky trotzdem noch von Hand gefertigt.

WIP - Das Whisky-Inlandsprodukt

Die Vorlieben der Nationen

Als Einleitung zu diesem Artikel muss ich diesmal einen Disclaimer (Gegenerklärung) setzen. Wir von The Whisky Store möchten nicht, dass Sie mehr Whisky konsumieren. Im Gegenteil! Wir möchten, dass sie keinen Whisky in großen Mengen trinken sondern ausschließlich maßvoll genießen.



Wenn sie zu diesem Genuss auch noch hochwertigen Whisky verwenden, dann kann auch The Whisky Store mit seinen Angestellten prima davon leben. Schließlich wollen wir sie langfristig und nachhaltig auch noch im Alter von 90 Jahren als Kunden bedienen.

Wie viel Whisky trinkt der Deutsche im Verhältnis zum Rest der Welt?

Die aktuelle Veröffentlichung des Branchenverbands Scotch Whisky Association gibt Antworten. Mehr als 1 Mrd. Flaschen Scotch wurden 2008 weltweit verkauft. Und das in einem Wert von erstmals mehr als 3 Mrd. Pfund Sterling. Dieser geringe Durchschnittspreis pro Flasche von 3 Pfund (zuzüglich regionaler Steuern) zeigt die Problematik. Die Welt trinkt billigen Blended Scotch Whisky. Doch wie viele dieser Flaschen gehen nach Deutschland?

2008 waren es gerade einmal



39,5 Mio. Flaschen oder 3,7% (nach Flaschen) liegen wir auf des schottischen Exportvolumens. Deshalb müssen sie sich als Kunde auch nicht wundern, dass Macallan z.B. keinen im Sherryfass gelagerten Single Malt mehr nach Deutschland exportiert und wir von The Whisky Store ihn selbst importieren müssen. Das Selbe in grün gilt auch für andere Spezialitäten. Um es platt zusammen zu fassen: Deutschland ist in Sachen Whisky unbedeutend.

Ganz so einfach darf man es dann aber auch nicht sehen. Im Ranking der Top 10 Nationen

| Rang | Nation | Mio. Flaschen pro Jahr |
|------|--------------|------------------------|
| 1 | Frankreich | 159,8 |
| 2 | USA | 107,1 |
| 3 | Spanien | 102,4 |
| 4 | Singapur | 48,9 |
| 5 | Südafrika | 44,6 |
| 6 | Südkorea | 41,0 |
| 7 | Deutschland | 39,5 |
| 8 | Thailand | 32,9 |
| 9 | Griechenland | 29,6 |
| 10 | Australien | 29,6 |

liegen wir auf einem 7. Platz.

Vergleicht man diesen 7. Platz jedoch mit unserem Bruttosozialprodukt und unserer Position als weltweitem Exportweltmeister, so wird die Misere deutlich. Das Herz des Deutschen schlägt nicht für Whisky und wir von The Whisky Store bedienen damit nur einen Nischenmarkt. Zugegeben, dieser Markt wuchs im vergangenen Jahr flaschentechnisch um 700.000 Flaschen (+2%), von denen auch The Whisky Store einige hochwertige Flaschen zusätzlich verkaufen durfte.

Doch kommen wir zurück auf die Liebe der einzelnen Länder für Whisky. Wir haben uns einmal die Mühe gemacht und die Flaschenanzahlen durch die Einwohnerzahlen der Nationen (lt. Wikipedia) geteilt.

Bitte betrachten Sie die Tabelle auf der Folgeseite.

Die sich so ergebende Reihenfolge platziert uns auf den Vorletzten Platz der Top 10. Der durchschnittliche Deutsche (inkl. Babys, Rentner und

Frauen) trinkt rund eine halbe Flasche Whisky pro Jahr. Das erscheint auf den ersten Blick als relativ viel. Ziehen wir jedoch in Betracht, dass der Durchschnittsverbrauch des Deutschen an Spirituosen zusammen mit Wodka, Korn und Obstler bei etwa 5,8 Litern (7,7 Flaschen) pro Einwohner und Jahr liegt, so sehen wir die Misere, in der der deutsche Whiskyabsatz steckt.

Um es noch einmal zu wiederholen! Wir von The Whisky Store sind gegen einen mengenmäßig höheren Whiskykonsum in Deutschland. Mit den 39,5 Mio. Flaschen erzielen die Schotten nur 124 Mio. Euro Umsatz in Deutschland. Das macht gerade einmal einen Durchschnittspreis pro Flasche von netto (ohne AlkSt. und ohne MwSt.) von 3,15 Euro pro Flasche aus. Das zeigt unsere Misere. Es wird zu viel billiger Whisky ‚gesoffen‘. Und das können wir von The Whisky Store nicht gut heißen.

| Rang | Nation | Mio. Fl. pro Jahr | Mio. Einw. | Flaschen pro Einw. und Jahr |
|------|--------------|----------------------|------------|--------------------------------|
| 1 | Singapur | 48,9 | 4,8 | 10,10 |
| 2 | Griechenland | 29,6 | 11,2 | 2,65 |
| 3 | Frankreich | 159,8 | 65,1 | 2,46 |
| 4 | Spanien | 102,4 | 46,1 | 2,22 |
| 5 | Australien | 29,6 | 21,4 | 1,39 |
| 6 | Südafrika | 44,6 | 48,8 | 0,91 |
| 7 | Südkorea | 41,0 | 49,0 | 0,84 |
| 8 | Thailand | 32,9 | 64,2 | 0,51 |
| 9 | Deutschland | 39,5 | 82,1 | 0,48 |
| 10 | USA | 107,1 | 305,5 | 0,35 |

Herausragend in dieser Liste ist Singapur mit 10 Flaschen Whisky pro Jahr und Einwohner. Doch diese Zahl dürfte - wie in Europa in Luxemburg - durch die Drehscheibenfunktion des Landes als Handelszentrum in seiner Region verfälscht sein. Viel des nach Singapur exportierten Scotchs wird einfach nur umgeladen und in andere, kleinere asiatische Länder weiter verteilt.

Es stellt sich die Frage, welche Länder denn das meiste Geld für ihren Whisky ausgeben. Und hier liegen wir rei-

chen Deutschen dann immerhin schon wieder auf dem 6. Platz.

| Rang | Nation | Euro pro Fl. |
|------|--------------|-----------------|
| 1 | Griechenland | 4,30 |
| 2 | Singapur | 4,23 |
| 3 | Südkorea | 4,05 |
| 4 | USA | 3,88 |
| 5 | Spanien | 3,65 |
| 6 | Deutschland | 3,15 |
| 7 | Südafrika | 2,55 |
| 8 | Frankreich | 2,51 |

Nun gibt es natürlich Einkommensunterschiede auf der



Welt. Ein ausgegebener Euro in Südafrika hat viel mehr Bedeutung als der selbe ausgegebene Euro hier in Deutschland. Wie viel uns Deutschen Scotch Whisky wirklich wert ist, lässt sich eigentlich nur bewerten, wenn wir den Preis unserer importierten Scotch Whiskyflaschen pro Einwohner und Jahr ins Verhältnis zum erwirtschafteten Bruttonationalprodukt (BNP) setzen. Das können sie in der folgenden Tabelle sehen.

Als erstes kann man jetzt noch besser erkennen, dass Singapur tatsächlich seine Flaschen

vorwiegend an andere Länder durchschiebt. Doch die Länder auf Platz 2 bis 6 lassen sich ihren Scotch Whisky tatsächlich etwas kosten. 0,2 bis 0,6 Promille des Bruttonationalproduktes gibt der durchschnittliche Bürger dieser Länder für seinen Whisky pro Jahr aus.

Obwohl es hier für Deutschland wieder nach einem ‚normalen‘ 7. Platz im Ranking aussieht, so sagt der Kennwert im Bezug auf das erwirtschaftete Bruttonationalprodukt etwas ganz anders. Der durchschnittliche ‚Deutsche‘ gibt nur 0,05

| Rang | Nation | Mio. Fl. pro Jahr | Euro pro Fl. | BIP pro Einw. | Fl. pro Einw. und Jahr | Promille des BIP |
|------|--------------|----------------------|-----------------|------------------|---------------------------|---------------------|
| 1 | Singapur | 48,9 | 4,23 | 25915 | 10,10 | 1,65 |
| 2 | Südafrika | 44,6 | 2,55 | 3968 | 0,91 | 0,59 |
| 3 | Griechenland | 29,6 | 4,30 | 21520 | 2,65 | 0,53 |
| 4 | Spanien | 102,4 | 3,65 | 23633 | 2,22 | 0,34 |
| 5 | Frankreich | 159,8 | 2,51 | 30594 | 2,46 | 0,20 |
| 6 | Südkorea | 41,0 | 4,05 | 18265 | 0,84 | 0,19 |
| 7 | Deutschland | 39,5 | 3,15 | 29786 | 0,48 | 0,05 |
| 8 | USA | 107,1 | 3,88 | 34241 | 0,35 | 0,04 |

den der billigen Blends um ein Vielfaches.

Tragen sie bitte dieses Wissens auch in ihre Bekanntschaft weiter. Das Leben ist zu kurz für billigen Alkohol.

Promille für Scotch Whisky aus. Das ist nur ein Viertel bis zu einem Zehntel von dem, was sich die anderen Genießer auf der Welt ihre Scotch Whiskys kosten lassen.

Deshalb meine Bitte: Trinken sie weniger billigen Alkohol und geben sie ihr Whiskybudget gezielt und fokussiert für hochwertigen Whisky aus. Damit wird die Flaschenanzahl automatisch kleiner und sie leben in Folge ‚gesünder‘. Unsere Kunden müssen wir in dieser Hinsicht wirklich loben. Ihr Durchschnittspreis pro Flasche im The Whisky Store übertrifft



Wer die Wahl hat, hat die Qual

Welchen Whisky empfehlen?

Öfter wird der Whiskykenner gefragt, welchen Whisky er als Geschenk zu den verschiedensten Anlässen empfehlen kann. Geburtstage, Jubiläen, Weihnachten ...

Die Anlässe sind vielfältiger Natur. Regelmäßig erhält man dabei natürlich auch die Frage nach dem ‚besten Whisky der Welt‘ gestellt, die natürlich nicht zu beantworten ist. Nach kurzer Diskussion über die Relativität des angelernten, menschlichen Geschmacks wird der Wunsch nach dem besten Whisky deshalb schnell zu einem ‚wirklich guten Whisky‘ abgeschwächt.

Wenn ein privater Genießer nun einen Whisky empfiehlt, so spielen in der Regel sehr stark persönliche Gefühle in die nähere Auswahl hinein. Da gibt es Lieblingswhiskys, mit denen man ganz tolle Stunden erlebt hat. Es gibt aber auch Flops, von denen man enttäuscht wurde.

All dies spielt in die persönliche Bewertung von Empfehlungen eines privaten Experten gegenüber einem unbedarft Fragenden hinein. Doch wir müssen uns klar darüber sein, dass hier eine Menge Gefühl mitspielt. Denn schließlich wird eine Empfehlung eines gefühlsbetonten Menschen gegenüber einem für Gefühle empfindsamen, einem selbst nahe stehenden Menschen ausgesprochen. Es menscht!

Interessant für den Whiskyhersteller ist in diesem Zusammenhang, dass eine positive Erfahrung mit einem Konsumprodukt statistisch drei weiteren Personen weiter erzählt wird. Eine tolle Sache mag man meinen. Aber eine negative Erfahrung müssen sich rund elf Personen anhören. Negative, gefühlsbetonte Erfahrungen neigt der Mensch rund viermal häufiger anderen Menschen weiter zu erzählen.

Die große Gefahr eines Fehlgriﬀs für den Fragenden ist die

nicht vorhandene Möglichkeit, den einzelnen Genießer in Bezug auf seinen persönlichen Geschmack einzuschätzen. Ist es ein Jack Daniel's Liebhaber, der seinen Jacky vor allem mit Cola trinkt? Oder ist es ein Liebhaber der extrem rauchigen Islay Malts, die von zartbesaiteten Einsteigern wie die Pest wegen des kräftigen Rauchs gemieden werden? Man fragt vielleicht nach einem Golf mit Ledersitzen - was nicht verstanden wird - und man erhält zur Antwort einen Porsche Carrera mit hartem Sportfahrwerk empfohlen. Dieser Vergleich gibt diese Empfehlungsproblematik eigentlich ganz gut wieder.

Fragt man dagegen einen professionellen Verkoster, so wird man, da er in seinen Tastings bereits viele Einsteiger kennen gelernt hat, eine etwas bessere Empfehlung bekommen. Doch der professionelle Verkoster kann auch voreingenommen sein. Jeder hat da so seine Fachgebiete und seine Beziehungen

zu speziellen Brennereien und Herstellern. Diese Hersteller haben ihn in Schottland mal an diesem und jenem Fass probieren lassen und zu Hause auch einmal eine Gratisflasche springen lassen. Ich will nicht sagen, dass diese Profis vielleicht bestechlich sind. Nein wirklich nicht. Aber die intensive Beschäftigung mit einzelnen Herstellern und Brennereien kann das eine oder andere Mal doch den neutralen Blick etwas verschleiern. Deshalb laden die Hersteller ja die Experten auch so gerne nach Schottland ein. Man bringt sich selbst mit diesem Besuch wieder weiter nach vorne im Gehirn des Reisenden.



Fragt man dagegen im professionellen Whiskyhandel (wie The Whisky Store) nach einem Geschenk, so hängt es sehr stark von der Sortimentsgröße des Händlers ab, was er denn nun empfehlen wird. Ist das Sortiment klein, so werden in der Regel die Flaschen empfohlen werden, die auch vorrätig sind. Je kleiner die Auswahl, um so kleiner wird die Liste an Empfehlungen ausfallen und um so weniger kann der Händler auf die Wünsche des Kunden eingehen. Er muss halt anpreisen, was zur Verfügung steht. Problematisch wird die Sache, wenn Ladenhüter bevorzugtes Ziel von Empfehlungen sind. Das spürt man immer dann, wenn die Flasche zuerst mit einem Tuch von Staub befreit wird oder der Abfülljahrgang, also das Jahr in dem der Whisky vom Fass in die Flasche gefüllt wurde, bereits ein paar Jahre in der Vergangenheit liegt. Das ist beim Wein zwar toll - beim Whisky zeugt es jedoch davon, dass dieser

Whisky bereits lange im Regal steht und sich nicht ausreichend Wiederkäufer gefunden haben, um das Regal binnen weniger Monate zu leeren.

Wie macht man es denn nun richtig?

Wenn wir im The Whisky Store uns nun an die Beantwortung dieser häufig gestellten Frage machen, dann stellen wir zunächst zwei Gegenfragen. Die erste Frage richtet sich an den Preis, den der/die Kunde/in auszugeben bereit ist. Wir wollen ja Niemanden mit hohen Preisen in Verlegenheit bringen, wenn es nur um ein relativ einfaches Pflichtgeschenk anlässlich einer Einladung geht. Schön ist es für den Händler, wenn der Schenkende völlig freie Hand hat. Doch auch hier fragt man schuldigst nach der Größenordnung. Sollen es 30, 300 oder gar 3.000 Euro Flaschenpreis sein? Schnell wird jedem Unbedarften dabei klar, dass unser Whisky eine besondere Spirituose ist.

Ist der Preisrahmen einmal

geklärt, so gebietet es der Anstand, dass man diesen Preisrahmen nicht zwingend ausnutzt. Und es spielt letzten Endes keine Rolle, ob man ein oder zwei Euros mehr an einer Flasche verdient. Wichtig ist, dass der Kunde wirklich zufrieden ist. Denn dann erzählt er es, wie wir es oben schon gelernt haben, zusätzlichen drei Personen weiter. Ziehen wir ihn dagegen über den Tisch und verpflichten ihn verbal zu einem zu teuren Kauf, nur um unsere Gier zu befördern, dann geschieht es uns nur recht, wenn wir in Retour später als besonders teurer Laden 11-mal ‚weiterempfohlen‘ werden. Nein - es gehört sich nicht, dass man den gegebenen Preisrahmen ohne Not überschreitet. Schließlich hat The Whisky Store als Versandhändler mit prallem Lager eine tolle Auswahl und auch keine Ladenhüter. Unser großes Lager lebt und ständig werden die nachgefragten Flaschen nachgekauft. So können keine Ladenhüter entstehen.

Nach der Klärung des Preisrahmens geht es an die Erforschung der Vorlieben des Beschenkten. Was weiß der Suchende über die Vorlieben des Glücklichen? Hat man schon einmal einen Whiskynamen von ihm gehört oder einen auf einer Flasche gesehen? Wenn ja was und welche Alterszahlen stehen auf diesen Flaschen? Kann das nicht wirklich beantwortet werden, so bleibt immerhin noch die Frage nach den Vorlieben. Raucher/Nichtraucher, Vorlieben für Sherry oder besondere Süßweine, usw. Mit den richtigen Fragen kann der geschulte Verkäufer sehr gut das Whiskysegment und den Preisrahmen festlegen, in dem nach der idealen Flasche aus der Sicht des Schenkenden und des Beschenkten gefahndet werden muss.

Ordentliche Produktkenntnisse beim Händler vorausgesetzt und eine gewisse Flinkheit an der Computertastatur führen - zumindest im The Whisky Store - zu einer Endauswahl von

einigen Flaschen, die der Käufer sich dann online im Internet parallel zu dem am Telefon geführten Beratungsgespräch ansehen kann. Und da alle Whiskyflaschen unterschiedlich aussehen und so auch unterschiedliche Emotionen transportieren, kann der Schenkende noch seine persönliche Note zu dieser fachlich erfolgten Endauswahl beitragen.

Denkt man an die verschiedenen Preisregionen, die verschiedenen aromatischen Randbedingungen (Rauch, Sherryfasslagerung), ein zu berücksichtigendes Alter und besondere Randbedingungen wie fehlende Kühlfilterung oder Fassstärken, dann muss ein Händler für eine ordentliche Beratung Hunderte an unterschiedlichen Whiskyflaschen stets verfügbar haben.

Trauen Sie sich! Rufen Sie uns an! Stellen Sie uns auf die Probe. Wir freuen uns, Sie bei Ihrem nächsten Geschenk individuell zu beraten.

Die Eckfahnen des schottischen Single Malt Whiskys, die man probiert haben muss

In unserem The Whisky Forum (www.forum.thewhiskystore.de) stellen Einsteiger regelmäßig die Frage nach dem nächsten zu erwerbenden Whisky.

Schnell entwickelt sich die Diskussion und in der Regel kommen die Beteiligten dabei auf ihre Lieblingswhiskys zu sprechen und so steht der Fragende vor einigen Zigaretten, wenn nicht gar Hundert Empfehlungen. Und mit dieser Einleitung komme ich schon ganz schnell zum eigentlichen Thema. Natürlich haben die einzelnen Forumsteilnehmer recht mit ihren Empfehlungen. Die Whiskys haben ihnen ganz vorzüglich geschmeckt und sie empfehlen diese Single Malts sehr gerne auf Anfrage weiter.

Doch wenn man ein Neuling in der schottischen Single Malt Whisky Szene ist, was sollte man da unbedingt zuerst probiert ha-

ben? Wenn wir einmal von der allgemein guten Einstellung: „Alle Single Malt Whiskys sind probierenswert“ einmal absehen - welche Whiskys haben durch den Interessierten eine besondere Aufmerksamkeit verdient?

Bevor ich nun als Autor mit dem Talisker Distillers Edition einen meiner persönlichen Lieblinge anpreise, sollte ich doch lieber in mich gehen und mich fragen, welche Marken bzw. Flaschen den schottischen Single Malt Whisky in der Vergangenheit zum Kultgetränk emporgehoben haben. Der Mensch ist ja nicht nur ein Genussmensch sondern auch ein Rudeltier. Wir leben im sozialen Kontext der Gemeinschaft und um sich mit einem Whiskyfreund abzugleichen, sollte man gemeinsame Whiskys kennen. Diese kann man dazu verwenden bei neuen bzw. unbekanntem Whiskys einen Vergleich mit den bekannten Sorten anzustellen. Es stellt sich also mit diesem Hin-

tergrund für den Einsteiger ganz deutlich die Frage nach den am meisten verkauften aber auch nach den berühmtesten Single Malt Whiskys Schottlands.

Welcher Single Malt Whisky ist also der Platzhirsch? Die No 1 unter den bekannten Marken?

Ohne Wenn und Aber gehört auf dieses Siebertreppchen der Vergleichswhiskys der Glenfiddich 12 Jahre. Er ist nicht nur der meistverkaufte Single Malt welt-



weit. Er gehört auch zu den Single Malts, die als erstes den Siegeszug um die Welt antraten. Das ist kein Zufall. Wer zuerst einen Markt angeht, dem gehört, wenn er es klug anstellt, auch die Zukunft des Marktes. Glenfiddich finden sie im Supermarkt genauso wie in fast jeder besseren Bar auf unserem Globus. Ich will sie jetzt nicht dazu überreden, sofort los zu laufen, um einen Glenfiddich 12 Jahre zu bestellen. Das ist vermutlich auch gar nicht nötig. Denn ich gehe davon aus, dass der überwiegende Teil der Leser dieses Artikels diesen Malt mehr als einmal probiert hat. Auf was für eine gemeinsame Meinung über diesen Whisky können wir uns alle einigen? Fruchtig, leicht, mild und malzig? Sicherlich wird sich der eine oder andere etwas negativ über die Qualität äußern. Das mag im Vergleich mit unseren teureren Malts durchaus stimmen. Aber vielleicht einigen wir uns darauf, dass er deutlich besser schmeckt als die meisten Blended Whiskys, die man in

einfachen Bars oder Supermärkten bekommt. So! Nun haben wir unseren gemeinsamen Nenner gefunden.

Auf ein Siegereppchen gehören immer drei Sieger und an ein Fußballfeld (s. Überschrift) immer vier Fähnchen. Wer hat sich denn nun den zweiten Platz verdient?

Ausgehend von Glenfiddich und wenigen anderen Malt Whisky Brennereien gehört die zweite Ehre der großen Weitsicht dem Unternehmens DCL, aus dem später United Distillers und dann der größte Spirituosenkonzern der Welt - Diageo - wurde. Statt nur einen Whisky zu bewerben, tat man das gleich kostenoptimiert für sechs gemeinsam. Sechs Whiskys in einer Serie? Damit können doch nur die Classic Malts of Scotland gemeint sein? Doch Fehlanzeige! Vor den Classic Malts kam noch 1982 der Ascot Malt Cellar, in dem vier Single Malts und zwei Vatted Malts enthalten waren. Die vier Single Malts wa-

ren Lagavulin 12J, Talisker 8J, Linkwood 12J und Rosebank 8J.

Diese Serie war nicht so wirklich erfolgreich und erst die 1988 eingeführten Nachfolger, die Classic Malts of Scotland (Lagavulin 16J, Talisker 10J, Dalwhinnie 15J, Oban 14J, Cragganmore 12J und Glenkinchie 10J), ließen dieses Segment erst richtig wachsen. Der mit Abstand am besten verkaufte Single Malt aus dieser Serie war und ist immer noch der Lagavulin 16 Jahre, der durch seine extreme Rauchigkeit und Intensität den Himmel über Schottlands Brennereien bedeutet. Auch bei diesem Whisky wundere ich mich nicht, dass vermutlich die große Mehrheit der hier Lesenden diesen Whisky zumindest einmal probiert hat. Ok - Rauch ist nicht Jedermanns Sache, aber eben weil der Lagavulin so intensiv und rauchig ist, wurde vermutlich jeder Malt Whisky Connoisseur bereits einmal mit dem Flaggschiff der Classic Malts of Scot-

land konfrontiert, bevor er sich seine anschließende Meinung zu rauchigen Malts gebildet hat.

Mittlerweile wurden die Classic Malts of Scotland durch die Classic Malts Selection mit deutlich mehr Brennereien ergänzt. Es gibt auch zahlreiche Verfolger, die in den kommenden Jahren an den Rekordverkaufszahlen des Lagavulins kratzen werden. Doch wenige dieser Malts schaffen es aus dem Schatten des Lagavulins heraus.



Und das ist auch der Nachteil einer gemeinsamen Bewerbung. Es findet immer ein Vergleich durch die Kundschaft zwischen gemeinsam beworbenen Gütern statt und dieser Vergleich führt automatisch zu einer Reihenfolge, bei der Lagavulin 16J statistisch an der Spitze steht.

Welcher Single Malt kann denn nun den dritten Rang einnehmen? Sehr lange musste ich nicht über den Kandidaten nachdenken. Welcher Single Malt gilt als der Rolls Royce unter Seinesgleichen? Welche alten Flaschen erzielen auf Versteigerungen regelmäßig höchste Erlöse? Und welche Single Malts erhalten von den professionellen Bücherschreibern immer die besten Bewertungen? Richtig, Macallan! 25-, 30- und gar 40-jährige Macallans erreichen Verkaufspreise, wie sie ansonsten nur Chateau Petrus- und Rothschild-Weinen aus dem Bordeaux vergönnt sind. Da es von diesen in Oloroso Sherryfässern gereiften, alten Single Malt Whiskys fast

keine mehr auf dem freien Markt gibt und wir uns auch nicht - nur der Vollständigkeit halber - für viele Hundert Euros eine Flasche in die Bar stellen wollen, trifft es den regulären Macallan 12 Jahre.

Aber bitte verwechseln Sie nicht die ursprünglichen, im Sherryfass gereiften mit den modernen Fine Oak Abfüllungen. Die Fine Oak sind zwar auch ganz gut - erreichen aber bei



weitem nicht die Aromafülle, die den in alten Sherryfässern lagernden Single Malts der Brennerei zu eigen ist. Da die Nachfrage nach diesem 12-jährigen Sherryfass-Macallan weltweit so gewaltig angestiegen ist, wird er bereits nicht mehr offiziell nach Deutschland importiert. Wir sind froh bei The Whisky Store diesen Single Malt trotzdem ohne Unterbrechung anbieten zu können.

Ganz im Gegenteil zum Lagavulin hat dieser Macallan 12 Jahre Sherryfass kein rauchiges Aroma. Die zur Reifung verwendeten Sherryfässer geben diesem intensiven und dennoch fruchtig milden Single Malt eine ungewöhnliche Komplexität und Tiefe. Stimmen sie mir zu, wenn ich diesen Whisky als fruchtig, süß, mit viel Sherry und langem, reichem Abgang klassifiziere?

Lange habe ich mir überlegt, welcher schottische Single Malt Whisky denn als viertes ins Barfach eines Einsteigers gehört. Talisker, Bowmore, Glenmorangie, Balvenie, Dalwhin-

nie, Cardhu, Highland Park, Auchentoshan, Ardbeg, Laphroaig, Springbank ... ?

Die mir einfallende Liste erscheint unendlich lang. Doch keinen dieser Single Malts umgibt dieselbe Aura, wie die drei bereits genannten. Somit wird das Fußballfeld, um beim anfänglichen Beispiel zu bleiben, bei mir nur mit drei Fähnchen abgesteckt.

Als vierten Single Malt bietet sich natürlich immer der individuelle Single Malt an, mit dem man - erlauben sie mir bitte diesen fiesen Ausdruck - angefixt wurde. Ich meine damit die Marke, bei der es bei einem selbst Klick gemacht hat und man auf das tolle, aromatische Erlebnis der Single Malt Whiskys nie wieder verzichten will. In meinem Fall war das 1991 eine Flasche Strathisla 15 Jahre, an die ich mich immer noch gerne erinnere. Doch Ehre, wem Ehre gebührt. Der erste von mir jemals verkostete Single Malt war vor fast 30 Jahren natürlich ein Glenfiddich.

Suchen Sie einen bestimmten Whisky?

Die neue Geschmackssuche

Ab 2008 haben wir Ihnen (unseren Kunden) in unserem Internet Shop die Möglichkeit gegeben, Ihre verkosteten Whiskys zu bewerten. Bis 2010 haben Sie diese Gelegenheit reichlich genutzt. Mehr als 40.000 einzelne Geschmacksbewertungen haben Sie seitdem in unserem Shopsystem abgegeben. Vielen, vielen Dank dafür! Wenn immer wir 10 Bewertungen von Kunden erhalten haben, so haben wir die Mittelwerte aus diesen Bewertungen zu den einzelnen Whiskys im Shop System veröffentlicht. So haben Sie im Shopsystem nicht nur Zugriff auf die mehr oder weniger offiziellen Geschmacksbeschreibungen. Nein! Sie können auch erkennen, wie die Gesamtheit der Genießer diesen Whisky einschätzt. Allein die Frage: Welcher Whisky ist rauchiger: Der Laphroaig 10J oder der Ardbeg TEN lässt sich jetzt objektiv beantworten. (Laphroaig 84, Ard-

beg 81 Pkt.)

Gemeinsam ist man stark! Und die Gemeinschaft der Whiskygenießer hat uns allen damit eine Datenvielfalt geschenkt, wie sie vermutlich einmalig auf der Welt ist. Was liegt nun näher, als Ihnen nun nicht nur die Ergebnisse der einzelnen Flaschen zur Verfügung zu stellen, sondern Sie selbst innerhalb der Datenbank nach bestimmten Vorgaben suchen zu lassen?

Erweiterte Geschmackssuche (dynamische Suche)

Kategorien: **Sortierung der Suche nach**
 Preis Vol% Flaschen-Inhalt Normal
 aufsteigend absteigend

Hilfe

| Geschmack | Toleranz | Treffer |
|--|-----------|---------------|
| Sherry-/Port-/Weinfaß (Süß+dunkl.Frucht) | 10 | 114 |
| Rauch + Torf (medizinisch) | 10 | 211 |
| süß (Karamell,Honig) - trocken (Apfel,Zitrus) | 20 | 312 |
| Frucht (Apfel,...) + Würze (Gewürze,Eiche,...) | 20 | 312 |
| Abgang | 10 | 246 |
| Gesamteindruck | 10 | 216 |
| Qualität | 10 | 234 |
| Anzeigen | 29 | Gesamt |



Seit wenigen Wochen haben wir jetzt die neue Geschmackssuche online gestellt. Sie erreichen Sie über den Geschmackssuche-Link unter dem Suchfeld in unserem Shopsystem. Der Link ist mit einem kleinen, roten NEU gekennzeichnet.

Die Suche ist dabei dynamisch. Mit jeder Bewegung eines Reglers und dem Druck eines Knopfes wird ein neuer Suchvorgang angestoßen und die Anzeige aufgefrischt. Bei

großer Last auf dem Server kann das auch einmal eine Sekunde dauern.

Selten werden Flaschen genau Ihren Eingaben entsprechen. Deshalb gibt es zu jedem Regler ein Toleranzfeld. Geben Sie in eines dieser Toleranzfelder z.B. eine 10 ein, so werden zu der jeweiligen Reglerstellung von z.B. 50 alle Flaschen gesucht, die einen Wert von 50 +/- 10 haben. Es werden also alle Flaschen gefunden, die

Werte von 40 bis 60 aufweisen.

Zu jedem Regler finden Sie deshalb rechts die Zahlenangabe, wie viele Flaschen in dem angegebenen Bereich gefunden wurden. Nochmal rechts von dieser Ausgabe finden Sie den Lupenknopf, der Ihnen diese gefundenen Flaschen in der bekannten Weise in einem neuen Tab bzw. Fenster anzeigt. Falls sich diese Fenster nicht öffnen, so müssen Sie den Popup-Blocker Ihres Browsers deaktivieren. Bei den meisten Browsern klappt dies, wenn man die STRG-Taste zum Mausklick auf die Lupe gedrückt hält.

Nun soll eine Wunschflasche in der Regel jedoch mehreren Kriterien gleichzeitig genügen. Deshalb finden Sie alle bei unseren Geschmacksbewertungen abgefragten Kriterien hier untereinander aufgelistet. Neben jedem Regler finden Sie den zugehörigen Toleranzknopf, der für Sie auf sinnvolle Werte vor eingestellt ist. Ganz unten ist eine Extrazeile ohne Regler, die

die Anzahl an Flaschen anzeigt, die allen oben eingestellten Sucheingaben entsprechen.

ACHTUNG! Verstellen Sie die Regler nur langsam und vorsichtig. Extreme Einstellungen führen sehr schnell zu geringen Suchtreffern auf den einzelnen Zeilen, was dazu führt, dass die Gesamtsuche kein Ergebnis mehr findet. Um Ihnen diese kritischen Einstellungen anzuzeigen, wechselt die einzelne Suchtrefferzahl bei Werten kleiner 10 auf rot und springt bei gar keinem Treffer auf eine inverse Anzeige.

Mit dem Druck auf den Knopf ‚Anzeigen‘ in der untersten Zeile öffnet sich ein neues Fenster, in dem alle Flaschen angezeigt werden, die allen Suchkriterien entsprechen. Bitte achten Sie auch hier wieder auf Ihren eventuell aktivierten Popup-Blocker, der die Anzeige des neuen Fensters vielleicht verhindert.

Mit den weiteren Einstellungen im oberen orangefarbenen Kasten können Sie die

Shopkategorie auswählen, in der Sie suchen wollen sowie die Ausgabereihenfolge der Treffer festlegen.

Was waren wir im The Whisky Store gespannt, ob die neue Suche tatsächlich das hält, was wir uns davon versprochen haben. Nun wollen wir uns nicht selbst loben, sondern unsere Forumsuser haben das in diesem Forumsbeitrag uns gemacht. Mich machte das viele Lob schon ein wenig verlegen.

Abschließend darf man aber auch nicht die Grenzen dieser Geschmackssuchmaschine übersehen. Die Suchmaschine verarbeitet Mittelwerte. Und das heißt, dass es natürlich auch Genießer gibt, die mehr oder weniger weit mit ihren eigenen Geschmacksempfindungen vom Mittelwert unserer Genießer entfernt liegen. Diesen wird die Geschmackssuche nur eingeschränkt helfen.

Und eine zweite Limitierung sollte auch nicht verschwiegen werden. Wir suchen innerhalb

der Datenbasis ‚nur‘ nach sieben Eigenschaften. Whisky weißt aber Tausende an Aromen auf. Das kann die Datenbank natürlich nicht abdecken. Betrachten Sie deshalb bitte die gefundenen Whisky als Vorschlagsliste, in der Sie nun wie bisher innerhalb der individuellen Geschmacksbeschreibungen Ihre endgültige Auswahl treffen.

Es ist doch immer wieder erstaunlich, wie wir Genießer uns gemeinsam im Internet gegenseitig helfen können. Machen auch Sie mit! The Whisky Store stellt Ihnen die Plattform dazu. Wir freuen uns, wenn Sie sich mit dieser Geschmackssuche Ihre Wünsche besser erfüllen können.

Die Konsistenz von Whiskyabfüllungen

Wie die Brennereien ihren Single Malt Whisky abfüllen

Wissen Sie, wie Blended Whisky, also Whisky gemischt aus Grain- und Malt-Whisky, hergestellt wird? Wenn man den Werbeaussagen auf der Rückseite der Flaschen glaubt, dann werden handverlesene Fässer von wissenden ‚Nasen‘ einzeln verkostet und individuell zu Chargen hochwertigen Blended Whisky aufwändig vermählt. Soweit die Theorie.



Fasslager Aberlour

Die Praxis sieht notgedrungen anders aus. Große Blend-Marken mit zig Millionen abgesetzten Flaschen pro Jahr werden auf Abfüllanlagen in Flaschen gefüllt, die mehr einer Coca Cola-Anlage gleichen, denn einer Spirituosenabfüllung. Bis zum hohen Tempo von einer Flasche pro Sekunde wird maschinell befüllt. Und die Vorratsbehälter, aus denen die Abfüllanlagen ihren Nachschub beziehen, fassen 150.000 Liter und mehr. Wie kann hier eine Auswahl an Fässern und deren Abfüllung vonstatten gehen? Stellen Sie sich diesen Prozess mehr auf die folgende Weise vor: 70 Fässer X + 30 Fässer Y + 12 Fässer Z usw. Zum Schluss sollte natürlich noch abgeschmeckt und das eine oder andere intensive oder besonders weiche Fass untergemischt werden. Das unterscheidet gute Blends, bei denen man durchaus Respekt vor dieser anspruchsvollen Blending Arbeit haben sollte, von Feld-, Wald-

und Wiesenware. Diese gigantischen Chargenmengen von 100.000 und mehr Litern zeigen uns, dass die Herstellung von Blended Whisky sich mehr mit Großindustrie, denn mit Handfertigung vergleichen lässt.

Blended Whisky hat nun nicht so wahnsinnig viel mit Single Malt Whisky zu tun. Doch beides ist Whisky und beide Arten von Whisky werden, sofern es sich nicht um Einzelfassabfüllungen handelt, durch die Vermischung von mehreren Fässern pro abgefüllter Charge hergestellt. Aufgemerkt! Obwohl wir hier mehrere Fässer vermischen, ist das Ergebnis immer noch ein Single Malt, da die Fässer alle aus derselben Brennerei stammen. Damit wird klar, warum auch Single Malt Whisky Hersteller Mitarbeiter haben, die auf so malerische Bezeichnungen wie Master Blender oder Whisky Maker hören. Richard Paterson (Dalmore), Bob Dalgarno (Macallan) und Rachel Barrie (Glenmorangie) sind die in der Bran-

che sichtbarsten Vertreter dieser kleinen Berufsgruppe.

Somit sind wir endgültig bei der Herstellung von Single Malt Whisky angekommen. Die typischen abgefüllten Chargen Größen eines Single Malt Whiskys, die Schotten sprechen vom Batch (Fertigungs-Los, Menge), betragen 10.000 bis 60.000 Flaschen. Die Größe des Batchs richtet sich nach zwei logistischen Zahlen. Wie groß sind die Mischbehälter und wie viele Flaschen gehen auf einen LKW bzw. in einen 40 Fuß-Container? Denn auch wenn wir bei Single Malt Whisky im Gegensatz zum Blended Whisky von Kleinauflagen sprechen, so verkauft die Top Ten der Malt Whiskys (Glenfiddich, Glenmorangie, Cardhu, Macallan, Lagavulin, Laphroaig, Bowmore, usw.) von ihren auflagenstärksten Produkten mehr als 1 Mio. Flaschen pro Jahr. Das macht nur für das Spitzenprodukt einer Brennerei - eine gehörige Portion Annahmen mit eingeschlossen - rund

1.500 bis 3.000 Fässer pro Brennerei und Jahr. Damit ist klar, jede Abfüllung muss über eine automatisierte Anlage erfolgen. Alles andere würde jeden Kostenrahmen sprengen.

Die meisten der großen Malt Whisky Brennereien brennen Whisky nach einem einzigen Maischerezept. Erst seit wenigen Jahren machen wenige Firmen Unterschiede bei der Herstellung und der verwendeten Malzspezifikation. So werden seit Neuestem unterschiedliche Rauchgehalte und Toaststufen (Toasted Malts) durch die Brennerei der Großmälzerei vorgegeben. Doch auch mit identischem Rohwhisky unterscheiden sich die Malts aus fertig gereiften Fässern gravierend. Viele Leser werden schon von den verschiedenen Fassarten gehört haben, die die Hersteller für die Reifung ihrer Malts verwenden. Ganz typisch und den meisten der Lesern bekannt sind Ex-Sherry- und Ex-Bourbonfässer. Aber das ist nur eine

ganz einfache Klassifikation für einen Single Malt. Dazu kommt natürlich die Eigenschaft, wie oft bzw. für wie lange diese Fässer bereits für die Whiskylagerung verwendet wurden. Doch das ist noch nicht alles. Die Bourbonindustrie in den USA gibt bei der Herstellung ihrer neuen Fässer aus mild und weich reifender amerikanischer Weißeiche an, wie stark die Fässer bei der Herstellung getoastet (also erwärmt) werden müssen und wie stark anschließend die Innenfläche ausgebrannt wird. Nach der Stärke der Toastung richtet sich die Aromenabgabe an den späteren Malt Whisky. Die Dicke der beim Ausbrennen entstandenen Holzkohleschicht ist ein Maß für das Herausfiltern scharfer Aromen.

Wenn man alleine drei Fassherkunftsarten (Ex-Sherry, Ex-Portwein, Ex-Bourbon), drei thermische Fassbehandlungsstufen und drei zuvor erfolgte Reifevorgänge (1st-, 2nd-, 3rd-Fill) für jedes Fass annimmt, so

haben wir schon 27 verschiedene Fasstypen in den Lagerhäusern einer einzelnen Brennerei liegen. Doch das ist nur eine grobe Anzahl für die Praxis. In Wirklichkeit müssen wir auch unterscheiden, für wie lange zuvor Bourbon im Fass reifte und von welcher Region das zur Fassherstellung verwendete Eichenholz stammt. Eichenholz aus verschiedenen Wuchsregionen gibt nämlich unterschiedliche Aromen an den Whisky ab. Seit wenigen Jahren hat man auch die verschiedensten Weinfässer, aus unterschiedlichen europäischen Eichen, für die Reifung entdeckt. Auch hat man die Anzahl an verschiedenen Fassgrößen für Nachreifungen deutlich erhöht. Die kleinsten Fässer beginnen jetzt bei 50 Litern und die größten erreichen beim Portwein die gesetzliche Höchstgröße von 700 Litern. Ohne sich jetzt zu weit aus dem Fenster zu lehnen kann man von mehreren Hundert unterschiedlich gereiften Fässern in jeder

einzelnen Brennerei ausgehen.

Der Master Blender hat nun die anspruchsvolle Aufgabe, jedes Mal aufs Neue, solche Fässer im Mix auszusuchen, damit ein Batch unseres geliebten Single Malts möglichst identisch zu seinen Vorgängern schmeckt. Die verschiedenen Brennereien haben dazu unterschiedliche Strategien entwickelt. Bei Macallan werden z.B. immer 50 Ex-Sherryfässer für ein Batch ausgesucht und anschließend durch ein Mitarbeiterpanel (eine Gruppe von fünf Mitarbeitern) verifiziert. Früher war eine Menge Improvisation und Spontanität dafür gefragt. Heute bewertet man bei Macallan regelmäßig alle reifenden Fässer geschmacklich (wirklich alle), und speichert 11 sensorische Daten in Ergänzung zum Fasstyp und Fassalter in der Fassdatenbank ab. So hat es der Master Blender leichter, die richtigen Fässer für die immer wiederkehrende Batchauswahl auf Anhieb zu finden.

Nach dem Einsetzen des Malt Whisky Booms vor rund 10 Jahren gestaltet sich die Fassungswahl bei den Marktführern noch schwieriger. Hier wird so viel Malt Whisky vom Markt verlangt, dass die überwiegende Anzahl an Fässern einer Brennerei tatsächlich abgefüllt werden muss und nicht in den Blended Whiskys aufgehen kann. Es kommt also heute nicht mehr darauf an, welche Fässer wähle ich für eine Abfüllung aus. Nein! Die Auswahl muss vielmehr so erfolgen, dass die Fässer, die übrig bleiben, auch genial eingesetzt - zur Auflagensteigerung der Marke eingesetzt werden können. Das klappt natürlich nur begrenzt. Man kann halt nicht alle 3rd-Fill-Fässer in einen Single Malt unterbringen. Dazu verlangt der Markt zu stark nach intensiven Malts.

Abhilfe hierfür bietet das Verfahren der Nachreifung. Schwach gereifte Fässer, solange sie keinen unangenehmen geschmacklichen Stich aufwei-

sen, können relativ problemlos in frischen Ex-Sherry-, Portwein- und Weinfässern für kurze Zeit nachgereift werden, währenddessen sie recht zügig frische und intensive Eichen- und Weinaromen aufnehmen. Dieses Verfahren ähnelt stark der Barriquereifung beim Wein. Und so wundert es nicht, dass man für diese Nachreifung nicht nur Ex-Sherry- und Ex-Portweinfässer sondern auch ehemalige Barriquefässer aus der Weinindustrie verwendet.

Doch auch diese Nachreifung hat seine Tücken. Die Fässer sind richtig teuer und man kann sie nur einmal für 12 bis 24 Monate für die Nachreifung verwenden. Dann ist die intensive Aromenfracht an den nachzureifenden Whisky abgegeben und das Fass kann ‚nur‘ noch als 2nd-Fill ganz normal verwendet werden. Doch was macht man mit diesen Fässern, wenn sie dann zum dritten Mal an die Reihe kämen? Aus ihnen kommt dann ja ‚nur‘ mehr ein 3rd-Fill-

Whisky heraus, den man dann erneut nachreifen müsste. Umfüllen ist eine aufwändige Arbeit und man macht es nur, wenn man wirklich geschmacklich dazu gezwungen ist.

Sollte man nicht nach der zweiten Füllung deshalb aufhören? Doch ein Ex-Sherryfass kostet Geld. Viel Geld. Beinahe so viel, wie der Whisky, der darin lagert. Einfach wegwerfen oder verheizen verbietet sich bei diesen hohen Kosten. Also beginnt man in Schottland Fässer ein zweites Mal thermisch zu behandeln. (Toasten und Ausbrennen). Dazu wird zunächst die innere Holzkohleschicht ausgedreht und dann erneut von innen erhitzt und geflammt. Das funktioniert nur, weil die Dauben bei der ersten Behandlung nur etwa bis in die Mitte ihrer Stärke die Umschlagstemperatur für die geschmackliche Aktivierung des Eichenholzes erreicht haben. Bei dieser Rejuvenation (Verjüngung) nutzt man nun auch noch den verblie-

benen, bislang nicht aktivierten Rest der ursprünglichen Daube. Natürlich können diese Fässer nach der Behandlung keine ehemaligen Sherry- oder andere Weinaromen mehr enthalten. Es sind ja praktisch unbenutzte Bourbon bzw. Barriquefässer, die auf einmal zur Reifung von Malt Whisky Verwendung finden. Und so muss der Master Blender in Zukunft auch diese bis zu 100 Jahre alten 1st-, 2nd- und 3rd-Fill-Rejuvenated-Fässer in seine Geschmacksauswahl mit einbeziehen.

Unser Single Malt Whisky wird deshalb auch in Zukunft immer mehr geschmackliche Überraschungen für uns bereithalten. Die Brennerei, die dabei den Geschmack der Kunden am besten trifft und gleichzeitig vorausschauend und sparsam mit seinen Fässern umgeht, wird im Wettbewerb gewinnen. Single Malt Whisky steht in allererster Linie für vorausschauendes Fassmanagement.

Neuigkeiten bei der Whisky-Lagerung

Die Fassreife

Wir alle lieben kräftig gereiften Whisky. Nun kann man diskutieren, was kräftig gereift bedeutet. Whisky - im Gegensatz zu Wodka - bezieht einen großen Anteil seines Geschmacks aus den Eichenfässern, in denen er reift. In der Branche geht eine Zahl um, dass 70% des Geschmacks eines Whiskys aus dem Fass stammt. Über diese Zahl lässt sich vortrefflich diskutieren. Was ist mit stark rauchigem Whiskys? Stimmt diese Zahl auch für sie?

Egal - einigen wir uns darauf, dass ein nicht zu vernachlässigender Teil des Whiskyaromas aus der Eichenfasslagerung stammt. Und wenn dem so ist, dann gibt es auch Kunden, die besonders stark gereifte Whiskys mögen. Der Hype in Sachen Sherryfasslagerung und Nachlagerung (Finishing) bestätigt diese Annahme.

Wie kann man nun Whisky

mit besonders heftigen Fassaromen ausstatten? Die Creme de la Creme war ein Bowmore 1955, der zunächst in einem erstbefüllten Ex-Sherryfass reifte. Da es nach 20 Jahren zu lecken begann, füllte man es in ein erstbefülltes Ex-Portweinfass um. Nicht nur nahm der Malt die Aromen der Starkweine auf - nein - im Hintergrund erhielt er noch extrem kräftige Aromen der europäischen Eiche der beiden Fässer. Über 5.000 EUR (10.000 DM) hat die einzelne Flasche 1995 gekostet.

Wenn so viel Geld lockt, dann muss man doch auch Wege finden, wie man nicht so lange gereiften Whisky mit einer extremen Eichennote ausstatten kann. Ein findiger Whiskymacher aus England (nicht Schottland) kam auf die Idee, in das Innere seiner Whiskyfässer durch das Spundloch weitere frische Dauben zur ‚Nachreifung‘ hineinzuschieben. Resultat? Ein glattes Verbot durch

die Schotten, die solche Experimente über ihre Industrievereinigung Scotch Whisky Association (SWA) beobachtet. Warum verbietet das die SWA? Wo soll die SWA die Grenze ziehen? Als nächstes füllt einer Eichenholzchips in sein Whiskyfass. Welche Größe an Holzstücken will man genehmigen und welche nicht? Wo kämen wir da hin?

Die Lösung für dieses Begehren nach kräftigeren Aromen ist natürlich das Nachreifen in frischem Holz. Man nimmt seinen ‚normal‘ gereiften Malt Whisky und füllt ihn in ein frisches und stark getoastetes Eichenfass aus kräftiger, europäischer Eiche um. Und mit frisch meine ich dabei ein Fass, das zuvor noch nie eine andere Spirituose oder Wein enthielt. Das wird in Schottland mittlerweile öfter gemacht. Z.B. ist der Glenlivet 15J French Oak Finish ein solcher Vertreter. Man hat manche Single Malts ebenfalls ausschließlich nur in ganz frischen Eichenfässern, wie beim Bunn-

habhain Darach Ùr, gereift.

Und was hat der eingangszitierte Engländer nach dem Verbot der ‚inneren Dauben‘ gemacht? Er hat einfach die Enden (die beiden Teller) von gebrauchten Fässern durch stark getoastete, frische französische Eichenscheiben ersetzt. Warum nur die Teller? Ist das billiger? Oder ist das das richtige Verhältnis von French Oak zu American Oak? Ich weiß es nicht.

Es gibt noch andere Methoden, wie man den Aromaübergang vom Holz in den Rohwhisky beschleunigen kann. Eine Sache habe ich schon einmal bei Glenmorangie im experimentellen Versuch gesehen. Man lagert Whiskyfässer nicht liegend, sondern stehend auf Paletten. Das hat mehrere Vorteile. Man bekommt nicht nur mehr Fässer (stehend auf Paletten) in ein Lagerhaus, da man die Zwischenräume zwischen den Fässern besser ausfüllen kann. Nein - auch die Reifung findet schneller statt. Denn wenn in

einem liegenden Fass der Alkohol zu verdunsten beginnt, dann vergrößert sich die innere Oberfläche, die nicht mehr mit Rohwhisky in Berührung kommt, rapide. Nach einem, vielleicht zwei Jahren, übersteigt die unbenetzte Fläche in ihrer Größe die Stirnfläche des Fasses. Spätestens zu diesem Zeitpunkt macht es Sinn das Fass aufzustellen, um die Fläche des Holzes für den Aromenübergang in den Whisky groß zu halten. Nach der Hälfte der Lagerzeit sollte man dann das Fass aber auf den Kopf stellen, damit auch die andere Stirnfläche dem Angriff des Whiskys ausgesetzt ist.

Szenenwechsel. Die amerikanische Bourbonindustrie ist mit der schottischen Whiskyindustrie durch die Eichenfässer verbunden. Dabei ist die Verbindung ganz einseitig. Die Schotten verwenden die gebrauchten Ex-Bourbonfässer für ihre Whiskyreifung. Es ist in USA Gesetz, dass nur neue Fässer aus amerikanischer Weißeiche zur Reifung

des Kentucky Straight Bourbons (und Tennessee) Whiskeys verwendet werden dürfen. Oftmals wird hier ein Protektionismus der heimischen Holzindustrie angeprangert, da sie für jede Gallone destillierten Rohwhiskeys (White Dog) frisches Holz einschlagen muss. Doch das ist nur ein populistisches Argument. Wir alle lieben am Bourbon das kräftige Eichenaroma und die natürliche Farbe (Färbung gesetzlich verboten), die durch die Verwendung von frischer Eiche entsteht. Das kann man auch auf die Spitze treiben. Wer einmal einen Elijah Craig 18 Jahre probiert hat weiß, wie intensiv nach Eichenholz ein Kentucky Straight Bourbon schmecken kann.

Nun kam als erstes Jim Beam auf die Idee, seine Bourbons in europäischer Eiche Nachzureifen. Der Jim Beam Distiller's Masterpiece 18 Jahre war so ein Tropfen. Er durfte in Cognac Casks zusätzliche Aromen aufnehmen. Doch mit dieser Nachreifung rief der Gesetzge-

ber STOPP! Der Whiskey durfte sich nicht mehr Kentucky Straight Bourbon nennen, weil er mit anderem Holz als mit frischer, amerikanischer Weißeiche in Berührung kam. Jim Beam erging es genauso wie dem eingangs genannten Whiskymacher aus England mit den Schotten. Doch das Interesse an nachgereiften Bourbons ist groß. Auch Wild Turkey brachte den 10 Jahre Sherry Signature heraus. Hier wurde Kentucky Straight Bourbon in europäischen Eichenfässern nachgereift, wodurch er seinen Straight-Status verlor und sich nur mehr American Whiskey nannte.

Wie kann man nun in USA einen Whiskey gesetzlich konform mit zusätzlichen Holzaromen versehen? Mehr als frische amerikanische Weißeiche geht ja nicht. Ja, eine Brennerei hat es jetzt geschafft. Um das zu verstehen, muss man sehr tief in die Materie einsteigen und die Herstellungsweise der amerikanischen Whiskeyfässer durch-

leuchten.

Wie wird ein Fass hergestellt? Baum gefällt, Holz zersägt, Fass gebaut, getoastet und ausgebrannt und fertig? Nein, da fehlt etwas. Und zwar die Trocknung des Holzes. Die riesigen Mengen der Dauben für die ganz normalen Feld-, Wald- und Wiesenfässer werden natürlich industriell getrocknet. Das dauert rund zwei Tage. Dazu wird das Holz in Kanthölzer zersägt, mit Abstandshölzchen aufgeschichtet und dann in riesigen Trockenkammern getrocknet.

Die altehrwürdige Art der Fassherstellung geht aber an-



Daubentrocknung in Kentucky

ders. Auch hier zersägt man das Holz in Kanthölzer und stapelt sie auf. Aber anstatt diese Hölzer nun künstlich zu trocknen, stellt man die Stapel in die freie Natur und lässt sie die natürlichen Zyklen des Jahres durchlaufen. Auch hier gibt es wieder die Massenware, die nach drei bis fünf Monaten mehr oder weniger trocken ist. Bessere Ware trocknet an der Luft zwischen einem und zwei Jahren. Es kommt aber nicht nur auf die Trocknung an. Auch die UV-Strahlung der Sonne hat auf die Kanthölzer eingewirkt und das Holz aufgeschlossen.

Heizen Sie mit Holz? Oder Ihr Nachbar? Sehen Sie einmal genau hin. Von Jahr zu Jahr verändert sich auch ein überdachter Brennholzstoß in seiner Farbe. Auch die Glenmorangie Brennerei in Schottland hat die Vorteile der natürlichen Trocknung verstanden und verwendet für seinen Single Malt Astar nicht nur langsam gewachsenes Holz mit dünnen Jahresringen aus

den Ozark Mountains. Auch auf eine zweijährige Lufttrocknung wird Wert gelegt.

Die Brennerei Labrot & Graham mit ihrem Woodford Reserve Kentucky Straight Bourbon hat nun am 1. November besondere Kentucky Straight Bourbons angekündigt. Sie tragen die Bezeichnung Master's Collection. Für sie wurden besonders aufgeschlossene Fässer mit Dauben-Trockenzeiten von drei bis fünf Jahren verwendet.

Einen anderen Einfluss für eine schnellere Reifung hat man in Kentucky leider aufgegeben. Das Rotieren. Dabei wurden die Fässer im Lagerhaus nicht in festen Positionen wie in Schottland aufgeschichtet, sondern auf langen, geneigten Holzbalkenbahnen nebeneinander gelegt. Regelmäßig entnahm man diese Fässer und ließ sie an eine andere Position rollen. Und die Fässer, die ganz unten angerollt kamen, wurden mit Aufzügen wieder nach oben befördert. Der Inhalt des ganzen Lagerhauses wurde

wie eine Zeitlupenachterbahn in Bewegung gehalten. In erster Linie erklärte man mir, dass dieses Verfahren die Fässer gleichmäßiger reifen lassen sollte. So reifen Fässer in der Hitze des Kentucky-Sommers unter dem Dach eines Lagerhauses deutlich anders als in der relativen Kühle am inneren Boden. Doch das Rotieren hatte auch noch einen zweiten Vorteil. Sie erinnern sich an die stehenden Fässer von Glenmorangie vom Anfang des Artikels? Rotiert man regelmäßig die Fässer, so fallen beim Absinken des Füllstands der Fässer die oberen Dauben nicht trocken und das Holz wird besser ausgenutzt. Man geht auch davon aus, dass beim Rotieren weniger Alkohol verdunstet, da die Dauben immer aufgequollen bleiben und keine Spalte zwischen den Dauben entstehen. Wer einmal ein 30 Jahre altes Fass mit nur mehr halben Füllstand vor sich hatte, das die ganze Zeit an einem Fleck lag, der hat allein durch Handauflegen den Unterschied zwischen

brüchigen (trockenen) oberen und stabilen (feuchten) unteren Dauben erkennen können.

Am Ende stellt sich die Frage, ob das alles etwas bringt? Ob man Whisky nicht einfach ungestört reifen lassen sollte. So, wie man es schon immer gemacht hat.

Doch ‚schon immer‘ gilt nicht als Argument. Die eine Brennerei hat es so gemacht und die andere anders. Und das eine Fass wurde auf diese Weise hergestellt und das andere anders. Es ist die komplexe Vielfalt in der Whiskyherstellung, die uns unser Hobby so interessant und abwechslungsreich gestaltet. Über jedes dieser Experimente dürfen wir dankbar sein. Wir müssen aber die Regeln beachten, die wir Menschen uns selbst für die Herstellung von Whisky und Whiskey gegeben haben. Denn sonst haben wir am Ende keinen Whisky mehr vor uns, sondern ein ultramodernes Designerprodukt. Und dafür steht unser Lieblingsgetränk sicherlich nicht.

Lippenstift-Index und Whisky

Whisky und die Krise

Ihnen allen wünscht das Team von The Whisky Store ein erfolgreiches, Neues Jahr 2010. Wie erging es Ihnen? Sind Sie Opfer der Krise oder war es bei Ihnen auch nicht so schlimm? Die Wirtschaftsleistung Deutschlands, gemessen am Bruttosozialprodukt, ist 2009 um 5% gefallen. Dies ist ein historisch hoher Wert. Auf der anderen Seite heißt diese Zahl aber auch, dass für 95% Alles beim Alten geblieben ist.

Für The Whisky Store glich die Umsatzkurve des vergangenen Jahres der Fieberkurve eines schwerkranken Menschen. Kleiner Scherz - Es ging immer nach oben ;-). Mal verhalten positiv mit minimalen Wachstumsraten, dann wieder ein Schub mit Monatsumsätzen, die das Vorjahr in den Schatten stellten. ‚Die Klage ist der Gruß des Kaufmanns‘ oder ‚man muss lernen zu klagen ohne zu leiden‘. Das Einzige,

worüber wir zu klagen hatten, war die heftige, unerwartet hohe Arbeitsbelastung zu Weihnachten. Ein wirklich angenehmes Problem.

Gibt es überhaupt eine Krise? Leben wir in einer? Oder ist die Krise nur von den dauerhysterischen Medien herbeigeredet und es geht uns nicht wirklich so schlecht, wie man uns weismachen will? Das Verhalten unserer Kunden zeigt jedenfalls etwas Anderes, als uns Presse, Funk und Fernsehen vorbeten. Gehört die Krise in die selbe Kategorie wie SARS sowie Vogel- und Schweinegrippe, die eigentlich nur in der Politik und den Medien stattfand? Der Zukunftsforscher Matthias Horx hat einen treffenden Begriff für diese Dauerhysterie in der Öffentlichkeit geprägt: Alarmismus.

Unbestritten. Es gibt eine Krise. Doch wir müssen differenzieren. Die Krise findet anders statt, als wir es von vorherigen Krisen gewohnt waren. Das



us-amerikanische Luxusgüter-Unternehmen Estee Lauder versuchte z.B. in der letzten Krise (der Internetblase 2001), seine Verkäufe an hochwertigen Kosmetika über einen Lippenstift-Index zu beschreiben. Dieser Lippenstift-Index sollte an Hand eines einzelnen Konsumguts die Entwicklung des ganzen Konzerns vorhersagen.

Das erinnert mich ein wenig an den Big Mac-Index. Bei diesem volkswirtschaftlichen Index versuchen die Wissenschaftler die Über- oder Unterbewertungen von Währungen

an Hand des Preises von Hamburgern festzumachen. Denn dieser Hamburger enthält sowohl die Preisentwicklung von Rohstoffen als auch die von Mieten, Energie und die Lohnentwicklung im Fertigungs- und Dienstleistungsbereich.

Doch als Estee Lauder versuchte seine Verkaufszahlen vom Lippenstift auf das restliche Unternehmen hoch zu rechnen, wurden sie überrascht. Mit der Krise sanken die Umsatzzahlen des Gesamtkonzerns, aber die Lippenstiftverkäufe zeigten deutlich nach oben. Und so geschah es auch wieder in unserer aktuellen Krise. Die Lippenstiftumsätze stiegen in Deutschland um zweistellige Prozentsätze.

Was hat das nun mit Whisky zu tun? Schließlich bedienen beide Produkte wirklich verschiedene Zielgruppen. Wie viel Frauen trinken Whisky und vor allem, wie viel Männer verwenden Lippenstift?

Beide Produkte, hochwertiger Whisky und Markenlip-

penstifte, zeigen trotz ihrer Unterschiede deutliche Parallelen. Beide werden fast immer als Konsumprodukte erworben. Es sind in der Regel Mitnahmeartikel. Bürger, die man nicht gerade als arm bezeichnen kann, machen sich über diese Ausgaben nicht viele Gedanken. In Zeiten der Krise grübelt der Konsument durchaus über den Erwerb eines viele Hundert Euro kostenden Kleidungsstücks oder den Besuch eines Luxusrestaurants. Auch die Neuanschaffung von Autos und größeren Möbelstücken überdenkt man mehrmals, bevor man sie krisenbedingt verwirft. Aber die kleinen Dinge, die das tägliche Leben lebenswert machen, die gönnt man sich weiterhin. ‚Man gönnt sich ja sonst nichts.‘

Und genau an dieser Stelle profitiert der Whisky, genauso wie der Lippenstift, von der aktuellen Situation. Anstatt für einen Fünziger abends aufwändig Essen zu gehen, gönnt sich der kriselnde Whiskyliebhaber statt

4-Gänge-Menü nebst Whisky-Digestif ganz einfach die ganze Flasche für zu Hause zum selben Preis. Das oft beschriebene Cocooning, das Zurückziehen in die eigenen vier Wände, auch mit Freunden zum gemeinsamen Kochen, erfreut sich wachsender Beliebtheit. Die unzähligen Kochshows im Fernsehen zeugen von diesem Trend.

Während der letzte Restaurantbesuch bereits im Gedächtnis verblasst, kann man sich zu Hause noch immer am üppigen Inhalt der großen Flasche erfreuen. Whisky trinkt man ja nicht in großen Schlucken. Da hält eine große Flasche ganz schön lange vor. Die ‚Haltbarkeit‘ des Fünzigers ist in Form einer Flasche einfach länger, als die verblässende Erinnerung an ein frugales Mahl, das sich höchstens noch morgens in den Ziffern der Personenwaage widerspiegelt. Ähnlich verhält es sich mit dem Lippenstift. Auch hier erfreut sich die Trägerin einer längeren Nutzungsperio-

de. Ganz im Gegensatz zur Designerbluse, die nach ein paar Mal tragen fein säuberlich im Kleiderschrank Staub ansetzt.

Das klingt jetzt alles sehr banal. Doch aus jeder Krise kommt der Mensch und die Gesellschaft auf eine neue Art und Weise heraus. So wird auch diese Krise ihre ganz speziellen Opfer fordern. Denn jede Krise erlaubt es dem Menschen, über sein aktuelles Leben nachzudenken. Und wenn der Mensch so nachdenkt, dann ist er nach dem Denkvorgang meist schlauer als zuvor. Und so werden die in der Krise angewöhnten Verhaltensweisen zum Normalzustand.

Und die Gesellschaft hilft bei dieser Veränderung fleißig mit. Laut sind die Stimmen, die Druck auf den Konsumenten aufbauen. Kaufrausch, hemmungsloser Konsum, Gier ... Die überkritischen Stimmen in der anfangs zitierten dauerhysterischen Presse tun das ihre und das politisch öffentlich geäußerte Missfallen am Alkohol

und der Neid auf die Champagner süffelnden Promis bleibt auch nicht ungehört.

Der Konsument muss reagieren, wenn er sich nicht zum Außenseiter im ‚Menschenrudel‘ machen lassen will. Was liegt da näher, als seinen Konsum auf die angenehmen Dinge zu beschränken, die der Gesellschaft nicht so wirklich auffallen? Heute trägt man sprichwörtlich den Pelz innen und genießt seinen Single Malt Whisky in kleiner Gruppe im trauten Heim. Hier bin ich Mensch, hier darf ich’s sein.

Laden Sie sich Freunde ein und genießen Sie mit ihnen Ihre herausragenden Whiskys. Und wenn Ihnen nicht nach Gesellschaft zu Mute ist, dann machen Sie es eben alleine. Der Versandhandel liefert heute alles direkt in Ihr trautes Heim. Tags sind alle Kartons grau und das Grundgesetz sichert die Unverletzlichkeit ihrer Wohnung. Goldene Zeiten für Whiskyliebhaber und -genießer.

Ökologischer Whisky Bio oder Öko?

Die ersten Whiskys überhaupt wurden mehr oder weniger im Einklang mit der Natur hergestellt. Kleine, kupferne Brennblasen befeuerte man mit Torf, der genauso nachwuchs, wie die Gerste, die im folgenden Jahr erneut auf den Feldern reifte.

Wenn man dieses Idealbild der Kreislaufwirtschaft genauer durchleuchtet, so waren auch die damaligen Verhältnisse vor ein paar Hundert Jahren nicht ideal. Zwar wuchst der Torf jedes Jahr um einen Millimeter nach, doch die ansteigende Produktion des Whiskys und der schlechte Wirkungsgrad der Feuer, die weit verstreut über die Highlands brannten, setzte dem Torf mehr und mehr zu. Doch nur lokal kam es zu Torfengpässen. Auch heute soll in Schottland noch mehr Torf nachwachsen, als wir für unseren Whisky benötigen.

Allerdings heizen wir heute nicht mehr die Brennblasen mit

Torf, sondern verwenden ihn nur mehr zum Darren rauchigen Malzes. Mit aufkommender Industrialisierung stellten die größer werdenden Brennereien ihre Feuerung auf heimische Kohle um. Wie eigentlich ganz Großbritannien in der Industrialisierung auf die Kohle setzte. Heute wissen wir alle, dass bei der Verbrennung von Kohle CO_2 entsteht. Und nicht nur das. Auch dem beim Brand entstehenden Feinstaub wurde der Kampf angesagt. Bis in London die Hausfeuerung durch Kohle mit dem Clean Air Act 1956 geregelt und schlussendlich verboten wurde,



ehemaliges Kohlelager bei Ardmore

war der sprichwörtliche Londoner Smog (Smoke & Fog) an der Tagesordnung. Der Feinstaub des Kohlebrands stellte die Kondensationskeime, an denen sich die Nebeltröpfchen aus dem Wasser der Themse kondensieren konnten.

Doch zurück zu den Brennereien. Noch heute kann man in einigen Brennereien die Überreste der alten Kohlefeuerung der Brennblasen sehen. Als eine der letzten Brennereien schaffte Glendronach zur Wiedereröffnung im Jahr 2002 die Kohlebeheizung ab. Die verschärften Feinstaubvorschriften der EU ließen den Betrieb der Kohlefeuerung mit all den erforderlichen Filtern nicht mehr wirtschaftlich zu.

Wie heizt man heute? Der eine Teil der Brennereien heizt mit Öl, der andere mit Erdgas. Betrachtet man die heute so wichtige CO_2 -Bilanz einer Brennerei, so hat sich allein aus der Umstellung der Feuerung weg von der Steinkohle



Gasfeuerung Macallan

ein deutlicher Vorteil ergeben. In der Steinkohle befindet sich fast ausschließlich das Element Kohlenstoff, das mit Sauerstoff zu CO_2 verbrennt. Bei diesem Vorgang der Oxidation wird eben die Wärme frei, die wir suchen und gleichzeitig wird Luft-sauerstoff ‚verbraucht‘, der sich mit dem Kohlenstoff zu CO_2 verbindet.

Erdöl besteht nicht nur aus Kohlenstoff, sondern aus Kohlenwasserstoffen. Also Verbindungen von Kohlenstoff mit Wasserstoff. Im Detail haben wir es mit mehr oder weniger langen Ketten an Kohlenstoffatomen zu tun, an deren Seiten Wasserstoffatome hängen. Im

Schnitt kommen auf ein Kohlenstoffatom etwas mehr als zwei Wasserstoffatome. Bei der Verbrennung dieser Kohlenwasserstoffe entsteht jetzt nicht nur CO₂ sondern auch Wasser (H₂O). Und das gibt einen ökologischen Vorteil. Die bei der Verbrennung freiwerdende Energie stammt nicht nur aus der Bildung von CO₂, sondern ebenfalls aus der Bildung von Wasser. Über den Daumen gepeilt setzt Erdöl bei gleicher Energieausbeute nur rund 50% der CO₂-Menge der Kohle frei. Wechselt man aufs Erdgas, so wird das Verhältnis zwischen Wasserstoff bzw. entstehendem Wasser und dem CO₂ noch ein mal um 10 bis 15% besser, da auf ein Kohlenstoffatom im Durchschnitt mehr als zwei Wasserstoffatome entfallen. Im Falle von Methan sieht man sich vier Wasserstoffatomen bei einem Kohlenstoffatom gegenüber.

Ideal für eine Brennerei ist jedoch das Vermeiden bzw. das sparsame Umgehen mit der ein-

gesetzten Energie. Und so findet man bereits seit mehreren Jahrzehnten Wärmetauscher in den Brennereien, die die Abwärme der erhitzten Flüssigkeiten für andere Prozessschritte wieder verwenden. So wird besonders viel Energie beim Herauslösen des Malzzuckers aus dem Getreide in der Maischetonne bei 60 bis 80 Grad Celsius ‚verbraucht‘. Anschließend erfolgt die Gärung aber nur, wenn die Würze auf Zimmertemperatur abgekühlt ist. Sonst würden die Hefen, die die Arbeit der Alkoholherzeugung leisten, durch die hohe Temperatur sterben. Und eben diese überschüssige Wärme lässt sich wiederverwenden, was man mit Hilfe eines Wärmetauschers (engl. cooler) schon seit langem macht.

Der zweite große Wärmeverlust entsteht beim Brennvorgang selbst. Hier werden Alkohol und die uns so wichtigen Geschmacksbestandteile im Whisky aus dem Wasser verdampft und anschließend in Kondensa-

toren oder mit Hilfe von Kühlschlangen in Wasserbottichen wieder verflüssigt. Dies ist der Grund, warum Brennereien immer im Tal am Wasser gebaut wurden. Es ist der große Bedarf an Kühlwasser für die Kondensatoren. Die Wärme, die mit dem Kühlwasser abgeführt wird, ist dann verloren.

Doch halt. Es gibt ein paar Brennereien, die ‚leisten‘ mit dieser Wärme noch etwas. So verwendet Tomintoul ein ausgeklügeltes System an Wärmespeichern, die die Abwärme beim Brennprozess zur Erwärmung der nächsten Charge verwenden. Dieses System ist ziemlich einzigartig



Schwimmbad Bowmore

in Schottland. Die Brennerei Bowmore dagegen heizt mit der Abwärme der Kondensatoren das nicht weit entfernt gelegene öffentliche Schwimmbad der Stadt. Es gab Anfang der 90er noch ein weiteres Experiment. So versuchte sich die Brennerei Glen Garioch mit der Beheizung von Treibhäusern zur Tomatenzucht. Doch die damals zurückgehende Produktion ließ dieses Experiment scheitern. Es war einfach nicht genug Wärme für die Treibhäuser vorhanden.

Kreislaufwirtschaft bedeutet aber auch, dass man versucht Abfälle zu vermeiden. Nur der Malzzucker wird aus der Gerste für den Whisky benötigt. Der Rest des Korns, Schalen aber auch Eiweiße, Fette und Spurenelemente stellen ein wertvolles Viehfutter dar, das die Bauern bereits seit Jahrhunderten nutzen. Nicht umsonst bildeten sich die ersten Brennereien aus Farmen mit Ackerbau und Viehzucht heraus. Um dieses Viehfutter haltbar zu machen

und auch in weiter entfernte Regionen liefern zu können, betreiben zahlreiche Brennereien Eindampfungsanlagen, die aus den flüssigen Brennerei-Rückständen Flocken bzw. Pellets erzeugen. Eine der bekanntesten ist wohl die Kooperative in der Gemeinde Rothes, die von den ortsansässigen Brennereien in Gemeinschaft betrieben wird.

Rechnet man alle diese Recyclingmaßnahmen an einer Brennerei zusammen, so ergibt sich dennoch ein Energieverbrauch und eine CO₂-Produktion. Wie kann man diese nun verbessern bzw. ausgleichen? Die ‚einfachste‘ Methode ist sich per Verschmutzungszertifikat von seinen ‚Emissionen‘ frei zu kaufen. Auf den ersten Blick hat dieses Vorgehen etwas mit Ablasshandel zu tun und wird in gewissen Kreisen schief angesehen. Doch so schlecht, wie dieses Vorgehen manches Mal gemacht wird, ist es nicht. Auch wir im The Whisky Store kompensieren den Verbrauch von fossilen Ressourcen

beim Versand ihrer Pakete per GoGREEN. Wichtigster Hintergrund dieser Vorgehensweise ist der Umstand, dass man mit Investitionen in der dritten Welt - z.B. für das Aufforsten von Wäldern und dem Bau von Wind- und Wasserkraftwerken - viel mehr mit dem ausgegebenen Euro für die Umwelt tun kann, als bei uns, die wir uns bereits hochoptimiert auf tollem Niveau bewegen. Wer nur an unsere eigene Umwelt hier in Deutschland denkt, der betreibt ökologische Kirchturmpolitik. Unsere Atmosphäre macht keinen Halt an Ländergrenzen.

Auch unsere Whiskybrennereien denken in diese Richtung. Der unabhängige Abfüller Duncan Taylor in Huntly sowie die neue Port Charlotte Brennerei auf Islay sollen vollständig grün werden. Nun kann man als Brennerei wie The Whisky Store seinen Strom zu 100% aus erneuerbaren Energien beziehen. Aber dennoch bleibt bei den Brennereien die Brennblasenfeuerung

mit fossiler Energie als ‚Dreckschleuder‘ bestehen. Hier bleibt nur der Weg der Kompensation per Zertifikatshandel.

Es gibt aber noch einen weiteren Weg zur grünen Energie für Brennereien. Nahe der Grainbrennerei Cambus entsteht ein Kraftwerk, das aus den Brennerei-Abfällen Bioenergie erzeugt, anstatt diese Abfälle zu Tierfutter zu verarbeiten.

Es ist jedoch moralisch immer schwierig, Nahrungsmittel, die ja ‚Lebensenergie‘ für uns Menschen enthalten, zu technisch nutzbarer Energie umzuwandeln. Solange noch ein Mensch auf unserer Welt hungert, haftet Bioenergie aus Nahrung (Palmöl, Rapsöl, Bioalkohol, etc.) ein schlechter Geruch an. Auch der Versuch von Bruichladdich, einen Rennwagen mit seinem X4-Destillat anzutreiben, zeigt die Absurdität hinter so manchem Ansatz. Aber - und es gibt in diesem Fall tatsächlich ein Aber - stellt Diageo keine Energie aus Nahrungsmitteln her, sondern

aus Abfällen, die bei der Herstellung anfallen. Vergleichbar mit der Erzeugung von Biogas aus Gras (Wiesenschnitt).

Abschließend werden sie als Leser erstaunt sein, dass ökologischer Whisky nicht unbedingt etwas mit Bio-Whisky zu tun hat. Während wir uns beim Bio-Whisky (z.B. Benromach Organic) vor allem Sorgen um unser eigenes Leben und unseren eigenen Körper machen und auf die biologisch hergestellten Zutaten achten, kommt es beim Öko-Whisky nun erst in zweiter Linie auf uns selbst an. Zuerst denken wir an die Umwelt. Doch am Ende helfen wir in einem zweiten Schritt auch uns, da der Mensch auf eine gesunde Umwelt angewiesen ist. Natürlich gibt es noch nicht die 100% ökologische Brennerei. Es macht aber Sinn täglich daran zu arbeiten, dass wir auch unser Lieblingsgetränk ohne schlechtes Gewissen in Zukunft weiter ökologisch korrekt genießen können.

The Whisky Store mit neuer Internet-Domain www.Whisky.de

Die größte Neuigkeit in diesem Monat, ja in diesem ganzen Jahr, ist die neue Internet-Domain von The Whisky Store. Seit 1994 ist The Whisky Store nun im Internet unterwegs. Anfangs hatten wir noch keine eigene Domain und unsere handvoll Seiten fanden Kunden und Interessenten unter der Domain unseres Internet Providers in München.

Die steigende Anzahl an Aufrufen unserer Seite führte damals leider dazu, dass wir nach dem ersten Weihnachtsgeschäft mit unseren Seiten in die USA ausweichen mussten, wo die Internet-Dienstleistungen bereits viel preiswerter waren. Auch unsere Internetadresse änderte sich damit auf den amerikanischen Provider. Schon bald merkten wir, dass wir - wenn wir in Zukunft wirklich in Internet präsent sein wollten - eine eigene Internet-Domain besitzen mussten. Was lag näher als der Name **Whisky.de**? Doch der

war damals bereits seit 3 Monaten vergeben. Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben.

Also wählten wir **TheWhiskyStore.de** (ohne Trennungsstrich) als unseren Hauptnamen. Und da die 14 Buchstaben in diesem Namen nicht jedem so wirklich flott von der Hand gehen, erreichten uns viele nicht. Auch die Presse tat sich öfter schwer als leicht, unseren Namen fehlerfrei abzudrucken. Wie viele Interessenten hätten uns gefunden bzw. leichter finden können, wenn unser Name nur einfacher zu schreiben gewesen wäre?

Apropos finden. Die Suche im Internet nach einem Anbieter bestimmter Waren und/oder Dienstleister ist keinesfalls einfach. Es gibt große Unternehmen, die haben sich der Suchmaschinen-Optimierung verschrieben. Hunderte wenn nicht gar Tausende Profis beschäftigen sich in Deutschland jeden Tag mit der Auffindbarkeit von Unternehmen im Internet. Das nennt sich SEO (Search En-

gine Optimization, Suchmaschinenoptimierung). Jetzt könnte man auf die Idee kommen, es gäbe mehr als einen Suchmaschinen-Anbieter. Doch mehr als 90% aller Suchen erfolgen heute über Google. Wenn man also in Google gut gefunden werden will, dann muss man gute Inhalte so ins Netz stellen, dass man auch gefunden wird. Doch Inhalte sind nicht alles. Auch der Name der Webseite sagt etwas über den Inhalt aus. Wenn man nach Whisky sucht - und die Domain TheWhiskyStore.de besteht aus 14 Buchstaben, so gibt es nur eine Übereinstimmung von $6/14 = 43\%$ zwischen Suchwort (whisky=6 Buchstaben) und Domainname. Google versteht noch nicht wirklich inhaltlich, was sie suchen. Aber bei Google gehen sie davon aus, dass nur 43% des Inhalts der Webseite TheWhiskyStore.de mit dem Suchbegriff zu tun haben. So eine Inkonsistenz zwischen Suchwort und Webseitenname wertet die Webseite deutlich ab.

Mit viel Glück konnten wir

2006 dann die Domain **Whisky24.de** erwerben. Hier stimmen immerhin 75% der Domainzeichen mit dem Inhalt der Webseite überein.

Seit dem 15. Februar 2010 sind wir nun glückliche Eigentümer der Domain **Whisky.de**. Und bevor hier Gerüchte die Runde machen, wir hätten das Unternehmen oder die Inhalte der Webseite erworben. So ist es nicht. Wir haben den ursprünglichen Eigentümern der Domain die nackte Domain (zusammen mit der Domain **Whiskey.de**) ohne jegliche Inhalte und ohne eine Rechtsnachfolge abgekauft. Und bevor Sie anfangen zu raten oder anderen Vermutungen folgen: Über die Höhe des Kaufpreises ist Still-schweigen vereinbart worden. Wenn also Jemand etwas über einen Kaufpreis zu wissen meint, so ist das ein Gerücht. Die Anzahl an Wissenden ist sehr begrenzt.

Wird sich an unserer Webseite oder an unserer Strategie damit etwas ändern? Nicht wirklich. Wir gehen davon aus, dass wir in Zu-

kunft mehr zufällige Besucher auf unserer Webseite erhalten werden. Wir werden damit auch reagieren müssen und unser Angebot auf diese wachsende Besucherzahl einstellen. Um es einmal deutlich zu sagen: Wir legten bislang auf Konstanz in unserem Webauftritt viel Wert. Statt neuer, frischer Farben oder dem Einsatz von Wackelbildern haben wir stets auf die Vergrößerung unseres angebotenen, kostenlosen Informationsgehalts (wie z.B. dieses Buch in dem Sie lesen) wert gelegt. Doch wie das in den vorbei streichenden Jahren so geht, leidet mit der Informationsfülle die Auffindbarkeit der einzelnen Artikel. Wir werden also den kommenden Sommer dazu nutzen, unsere Webseite neu zu strukturieren und die Informationen für Sie leichter auffindbar zu machen. Einzelne Inhalte der Seite werden wir nicht entfernen. Sie werden jeden Artikel auch in Zukunft auf unserer Seite finden.

Einen besonderen Fokus werden wir auf eine konsistente Menüführung und eine Harmo-

nisierung des optischen Erscheinungsbildes legen. Optisches Neuland und in modischen Farben gehaltenes Design nach den Vorgaben aus Mailand werden Sie bei uns dagegen nicht finden. Unsere Seite gleicht Ihrem geliebten Whisky. Lange Reife machen Dinge besser und komplexer. Marketing Raketen und Werbefeuerwerk werden Sie, wenn überhaupt, nur in ertragbaren Dosierungen über sich ergehen lassen müssen. Denn schließlich ist Whisky kein modernes Szenegerränk. Zu hochwertigem Whisky baut man über lange Jahre eine innige Liebe auf. Wenn davon ein kleiner Teil auch auf uns als Ihren Lieferanten abfärbt, dann ist das eine große Ehre und guter Lohn für unsere Bemühungen.

Der Kauf von Whisky.de stellt bislang das Sahnehäubchen auf unseren Anstrengungen zur Verbreitung des Whiskygenusses in Deutschland dar. Wir sind den bisherigen Betreibern der Domain dankbar, dass sie beim Verkauf an uns gedacht haben.

Wie man Whisky verkauft

Renner oder Penner?

Schottischer Single Malt Whisky ist seit nunmehr 10 Jahren der Renner unter den weltweiten Whiskys. Mit Wachstumsraten von bis zu 15% pro Jahr hat das Edelgetränk unter allen Whiskys nicht nur den eigenen Blends Marktanteile abgenommen. Es hat ebenfalls seine Mitbewerber aus USA und Irland weit hinter sich gelassen.

Eine alte Weisheit aus der Markenwelt lautet, dass erfolgreiche Marken in wirtschaftlichen Wachstumsphasen Umsatz gewinnen. Weniger bekannt ist, dass in Krisenzeiten gute Marken ihre Marktanteile verbessern. Auf den zweiten Blick ist dies auch logisch, da Kunden auf die geliebten Marken erst ‚ganz zum Schluss‘ verzichten, wenn sie sich schon alles Andere nicht mehr leisten können bzw. wollen. Auf jede Krise folgt dann eine Zeit der wirtschaftlichen Erholung und so wechseln sich für

gute Marken Zeiten der Stagnation (in denen der Marktanteil wächst) mit Wachstumszeiten (in denen nicht der Marktanteil, sondern der Absatz wächst) regelmäßig ab.

Soweit die Theorie aus der Markenwelt. Doch wenn wir uns die schottischen Single Malt Whiskys im Detail ansehen, so finden wir auch dort Renner und Penner. Was sind innerhalb der schottischen Single Malt Whisky Welt die Gründe für das unterschiedliche Abschneiden der verschiedenen Marken?

Wer nun seine eigenen Vorlieben mit den folgenden Ausführungen vergleichen will, der muss sich darüber im Klaren sein, dass das einzelne Individuum nur einen Teil der Markenwelt kennt und den Entscheidungen anderer Marktteilnehmer zum Teil völlig verständnislos gegenüber steht.

Ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal vom Malt Whisky Genießer zum normalen

Spirituosenkäufer ist das Vorhandensein eines ausgeprägten Geschmacksempfindens. Nur rund 25% der Bevölkerung, so hört man in den schottischen Brennereien, sollen zu extremen Geschmacksempfindungen fähig sein. Nun ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass sich bevorzugt Menschen mit ausgeprägten Geschmacksnerven unter den Whisky-Genießern wiederfinden. Aber nicht nur sie. Ein nicht zu vernachlässigender Teil der Whiskygenießer trinkt seinen Malt extrovertiert nach dem Motto: „Mein Haus, mein Auto, mein Whisky?“

Und hier wird unmittelbar ersichtlich, dass für diese besonderen Marktteilnehmer mehr die Marketingaussage, die Seltenheit und der hohe Preis eines Whiskys die Hauptkriterien für eine Kaufentscheidung darstellen. Und damit wird klar, warum fast alle Neuerscheinungen von Malt Whiskys der bekannten Brennereien sich optisch deutlich von den Wettbewerbern unterscheiden. Ganz nach dem Motto: „Zeige mir was Du trinkst und ich sage Dir, wer Du bist!“ Um einen Whisky zu einem Renner zu machen, ist also nicht nur der Geschmack,

sondern ebenfalls eine ansprechende, äußere Erscheinung un-
gemein wichtig. Es wäre so einfach für die Whiskyhersteller: Wenn nur nicht der unterschiedliche, optische Geschmack des Menschen wäre? Und Whisky-Genießer haben andere optische Vorlieben als die Modewelt in Mailand, New York und Paris uns vormachen wollen.

Der zweite, große Einflussfaktor, ob ein Whisky sich zum Renner entwickeln kann, ist das Vorhandensein der Flaschen in der Reichweite des Kunden. Ein Single Malt, den es nur an der Brennerei im Shop gibt, wird es nie zum Renner schaffen. Über ihn wird zwar bei einem Glas Whisky geschwärmt werden. Doch um so einen Whisky zum Renner zu machen, liegt Schottland zu weit ab vom Schuss. Der meiste hochwertige Whisky wird in den Travel Value Geschäften an den Flughäfen und in den weltweiten Supermärkten verkauft. Wer nicht dort wenigstens mit einem einfachen

Vertreter seiner Brennerei vertreten ist, der wird es auch in die privaten Bars der Liebhaber nicht schaffen. Der hochwertige Whisky Markt kann nicht isoliert gesehen werden. Nur ein Whisky, der sich weitflächig findet, hat das Potenzial zur Millionenaufgabe. Doch die Gefahr lauert genau in diesem Erfolg. Steigt die Nachfrage zu stark an, so verliert der Malt seine Exklusivität und letzten Endes auch seinen hohen Preis. Und genau an dieser Stelle muss der Hersteller sich die eigenen Fragen beantworten: Was ist meine Zielgruppe, welchen Preis will ich erzielen und wie viel Marktanteil möchte ich letzten Endes erwirtschaften?

Der unumstrittenen Marktführer in der Single Malt Whisky Branche ist Glenfiddich. Seinen 12-jährigen Single Malt findet sie überall. Im Travel Value, in (fast) jedem Supermarkt und auch bei uns im The Whisky Store. Nur so kann man mehr als 10 Millionen Flaschen pro Jahr unter die



Menschheit bringen. Doch viele der hier mitlesenden Genießer werden dem Glenfiddich 12 Jahre den Status eines hochwertigen Single Malt Whiskys absprechen. Zu groß ist die Verbreitung dieses Single Malts, als dass es sich aus Sicht dieser Genießer noch um einen hochwertigen Whisky handeln könnte.

Ein zweiter Single Malt Whisky mit Millionenaufgabe - der Lagavulin 16 Jahre - hat in der Szene einen ganz anderen Verkaufsweg beschritten. Zwar hat man sich vor 20 Jahren auch im Travel Value, im Supermarkt und in den Fachgeschäften einen Namen gemacht. Aber ich glaube es war 1998, als ich von einem Vertreter der deutschen Niederlassung des Herstellers erfuhr, dass Lagavulin ab sofort nicht mehr über die Supermärkte billig zu haben sein wird. Die Strategie ging für die Brennerei auf. Heute gilt Lagavulin durch den Umstand, dass er nicht mehr überall erhältlich ist, als Geheimtipp mit Millionen-

aufgabe. Ein Vertriebs-Spagat, den nur sehr wenige Hersteller beherrschen.

Doch genug des Marketings. Warum wir Whisky-Genießer einen Whisky durch unsere Nachkäufe zu einem Renner krönen liegt letzten Endes an unserem Gesamterlebnis, das wir mit dieser Flasche haben. Dabei liegt es größtenteils am Geschmack, zu dem dann auch noch das optische Erscheinungsbild und die Qualität der Verpackung passen muss. Und der Hersteller wird sich auch noch ein wenig um unsere Seele als Gourmet und uns als Experten mit begleitenden Maßnahmen kümmern. Er muss im Nachhinein moralisch unsere Kaufentscheidung unterstützen und seine Ware bei uns so gut flankierend zum Geschmack im Gedächtnis platzieren, dass wir uns in ein paar Jahren oder gar schon wenigen Monaten, zu einem Nachkauf hinreißen lassen.

Die Entscheidung, ob wir Genießer einen Whisky zu einem Renner oder zu einem Penner

machen, wird durch viele kleine Puzzlesteinchen beeinflusst. Dabei ist weder der Geschmack als einzelnes Kriterium noch die Optik als allein verantwortlich zu sehen. Alle Steinchen müssen sich wohl ineinander fügen und es gehört am Ende auch ein wenig Glück dazu. Wie überall im Leben. Wer seine Whiskys zu Beginn des Malt Whisky Booms vor 15 Jahren bereits ansprechend in der Flasche hatte und sie in den spärlich vorhandenen Verkaufsregalen präsentieren konnte, der war zur richtigen Zeit am richtigen Ort.

Letzten Endes muss aber allen Whisky-Herstellern klar sein, dass es ohne Penner auch keine Renner gibt. Nur die durch den Kunden feststellbaren, optischen und geschmacklichen Unterschiede führen zu Kaufentscheidungen. Und diese Kaufentscheidung ist nicht endgültig. Neue Whiskys gewinnen die Gunst des Publikums und lange gelobte Sterne versinken unter dem Horizont. Jeder Ren-

ner kann schon morgen zum Penner werden. Und natürlich anders herum. Das Hobby Single Malt Whisky lebt als Ganzes von der Abwechslung und nicht von einzelnen Rennern. Das macht unser Steckenpferd ja so besonders interessant.



Sind nur alte Single Malt Whiskys gut?

Was macht einen guten Single Malt Whisky aus?

Bei uns im The Whisky Forum wurde letztlich über den Dalmore King Alexander III diskutiert. Dies ist ein Single Malt Whisky, der keine Altersangabe trägt und dennoch fast 100 Euro kostet. Bei diesen Diskussionen wird dann normalerweise auch immer gefragt, ob ein älterer Whisky besser als ein junger ist und ob das höhere Alter einen höheren Preis rechtfertigt. Per E-Mail trifft bei uns außerdem sehr oft die Frage nach dem Alter eines Whiskys ein, wenn es nicht auf dem Etikett angegeben ist.

Lassen sie uns zuerst auf das Gesetz eingehen. Schottischer Whisky muss mindestens 3 Jahre im Eichenfass gereift sein, bevor er sich Whisky nennen darf. Bei der typischen per E-Mail nachgefragten Kellerfund-Flasche handelt es sich in der Regel um einen 3-jährigen Blended Scotch Whisky, der halt für 40

Jahre im Keller lag. Ohne den Kontakt zum Holz eines Fasses, reift ein Whisky fast nicht nach. Zu hoch wurden die Bestandteile im Whisky bei der Destillation erhitzt, als dass sich noch geschmackstechnisch etwas Nennenswertes im Glas täte.

In einer Flasche mit der Altersangabe 12 Jahre darf sich nun kein Whisky befinden, der weniger als 12 Jahre in einem Eichenholzfass reifte. Über das maximale Alter macht das Gesetz keine Aussage. Es können auch ältere Whiskys drinnen sein, was zwar mittlerweile seltener aber immer noch vorkommt. Auch bei Whiskys mit Jahrgangsangaben ist das Brenndatum nicht sicher zu ermitteln. Das Datum z.B. 1976 sagt aus, dass sich kein Whisky in der Flasche befindet, der später als 1976 destilliert wurde. Auch hier darf der Whisky wieder älter sein. Das verbietet das Etikett nicht. Ein Jahrgang ist also nur eine alternative An-

gabe des Mindestalters.

Nun gibt es zwei Arten der Whiskyherstellung. Die eine möchte ich als klassische Auslese bezeichnen. Man sucht unter allen Fässern die aus, die am besten schmecken und füllt sie ab. Punkt. Das war's. So eine Whiskyherstellung ist einfach. Sie setzt aber voraus, dass man aus einer riesigen Menge an Whiskyfässern die besten aussuchen kann. Was man mit dem Rest der Fässer macht, das ist eine andere Frage. Am besten für uns ist es natürlich, wenn man sie weiterreifen lassen kann und man sie ein paar Jahre später als die dann Besten zur Abfüllung wiederfindet.

Dem ist aber leider nicht so. Einmal muss man wegen der großen Anzahl an abzufüllenden Flaschen immer mehrere Fässer mischen. Damit kann man nicht die besten, sondern nur die beste Gruppe (in der auch schlechtere sind) verwenden. Zudem sind die Fässer in der Anschaffung vergleichs-

weise teuer. Deshalb verwendet man Fässer mehrfach. Frische Fässer geben mehr Eichenaromen ab, als Wiederverwendete. Am Ende steht man auf Grund wirtschaftlicher Zwänge vor der Aufgabe, mehrere Fässer unterschiedlichen Geschmacks miteinander zu mischen. Jedes Fass einzeln abzufüllen und unter die Menschheit zu bringen ist bei dieser Menge logistisch und finanziell einfach nicht machbar. Das können kleine, effiziente, unabhängige Abfüller. Für Großauflagen renommierter Brennereien verbietet sich dieses Vorgehen.

Und mit dieser Mischung unterschiedlich gereifter Fässer haben wir die eingangs mit ‚Klassische Auslese‘ bezeichnete Abfüllart von Single Malt Whisky verlassen. Aus einem Auswahlprozess ist damit ein mehr oder weniger kreativer Mischungsprozess geworden. Zwar handelt es sich bei dem so entstandenen Whisky immer noch um Malt Whisky aus einer

einzelnen Brennerei und damit um einen Single Malt.

Wer nun meint, mit dem Kauf bei den unabhängigen Abfüllern dieses ‚Mischungsproblem‘ zu umgehen und immer die besten Fässer fassrein erwerben zu können, dem muss ich leider widersprechen. Kein unabhängiger Abfüller darf durch die Fassreihen in den Lagerhäusern der Brennereien wandeln, probieren und die besten Fässer für sich aussuchen. Das wird zwar gerne im diesem Sinne auf den Rücketiketten dieser Flaschen angegeben. Aber in Wirklichkeit mussten die Abfüller die Fässer en gros erwerben, selbst außerhalb der Brennerei in eigenen Lagerhäusern weiter reifen und letztlich abfüllen. Damit erhält man aber keinen besseren Whisky, nur unterschiedlicheren. Die Flaschen aus dem einen Fass werden sie als toll empfinden - die aus anderen werden sie dagegen als weniger angenehm wahrnehmen. Dazu haben die kleineren unabhängigen Abfül-

ler auch ein Mengenproblem. Sie besitzen nur wenige Fässer und können nicht richtig auswählen.

Werden nun Whiskys besser, wenn sie länger im Fass reifen oder nicht? Das ist ja die große Frage, die sich hinter allen diesen Fragen stellt.

Die Antwort lautet unter den oben beschriebenen Randbedingungen meist Ja.

Doch dieses Ja gilt nicht immer und muss begründet werden. Whisky nennt man in Fachkreisen eine braune Spirituose. Braun deshalb, weil der anfangs wasserklare und farblose Rohbrand während der Lagerung in den Fässern neben den Aromen auch seine braune Farbe aufnimmt. Und ohne das Eichenaroma gibt es auch keine Farbe. Wenn wir also Wodka oder Korn bevorzugten, dann würden wir den Whisky nicht reifen lassen. Da wir aber eine braune Spirituose lieben, wollen wir auch das Eichenaroma. Wer nun besonders helle Single

Malt Whiskys bevorzugt und in den höchsten Tönen lobt, der sucht eigentlich nicht den typischen Whisky sondern sucht wie in einem Korn den besonderen Brennerei-Charakter, der bei unserem Whisky durch den Geschmack der Fasslagerung mit der Zeit überdeckt wird.

Und mit diesem Zusammenhang ist auch schon die erste Teillantwort auf unsere Frage nach dem besseren Whisky bei längerer Lagerung gegeben worden. Whisky, der länger lagert, übernimmt mehr Aromen aus dem Eichenfass und schmeckt damit whisky-typischer und in der Regel besser. Nun müssen wir nur noch beantworten, ob es auch einen Punkt gibt, an dem die Harmonie zwischen Brennerei-Charakter und Eichenfassaroma zur falschen Seite hin umkippt. Dass nämlich das Fass Oberhand gewinnt und vom eigentlichen Brennereicharakter nichts mehr zu spüren ist. So einen Whisky nennt man dann holzig.

Auch hier lautet die Antwort

meist Ja.

Besonders bei der Lagerung in europäischer Eiche, wie sie zum Bau von Sherry- und Portweinfässern verwendet wird, übernimmt der Whisky auch bittere Aromen. Anfangs macht dies einen Single Malt interessant. Aber wenn diese bittere Note zu kräftig ausfällt, dann gilt ein solcher Malt Whisky in Fachkreisen als überlagert. Aber genauso wie die ganz hellen Whiskys ihre Liebhaber finden, so finden auch die ganz dunklen ihre Befürworter. Es gibt keinen Whisky, der am Ende dann nicht doch noch verkauft würde.

Die Herstellung von Single Malt Whisky ist, auch wenn viele Experten etwas Mystisches hineininterpretieren, ein wirtschaftlicher Vorgang. Schließlich will man am Ende etwas verkaufen. Und da ein großer Kostenblock bei der Herstellung die Fässer sind, wird man bei den bekannten Whiskymarken immer eine Mischung von erst-, zweit- und manchmal sogar dritt-

befüllten Fässern vor sich haben. In Summe kommt dabei ein Whisky heraus, der gegenüber der Lagerung rein in erstbefüllten Fässern deutlich langsamer reift. Auch Whisky unterliegt den Gesetzen der Physik.

Die Vergangenheit hat gezeigt, dass die meisten Genießer Abfüllungen im Alter von 10 bis 25 Jahren bei ihrem Genuss bevorzugen. Und für diese Whiskys gilt tatsächlich, dass sich das interessante Spiel zwischen Fass und Brennerei-Charakter in diesem Altersbereich besonders interessant gestaltet. Überwiegt bei den Whiskys mit 10 Jahren meist noch der Einfluss der Brennerei, so ist bei den 25-Jährigen in der Regel das Fass der Geschmacksregisseur.

Nun gibt es aber auch kreative Menschen, die Mischen nun nicht nur Fässer unterschiedlichen Benutzungsgrades (erst-, zweit- und drittbefüllt) miteinander. Nein, sie mischen auch Whiskys aus Fässern unterschiedlichen Alters und er-

zeugen so ein komplexes Wechselspiel zwischen Jugend und Reife. Aber auch die Mischung ausschließlich von jungen, erstbefüllten Fässern unterschiedlicher Herkunft kann eine Komplexität in einem Single Malt erzeugen, den ein einzelnes, ausgesuchtes Fass nie von alleine aufweisen könnte. Der eingangs beschriebene King Alexander III ist ein solcher kre-



ativer Single Malt Whisky. Die außergewöhnliche Komplexität seines Aromas ist nicht besonders langer Lagerung, sondern vielmehr der Mischung von vergleichsweise jungen, aber ausgesprochen unterschiedlichen Fässern zu verdanken. In ihnen lagerten zuvor Sherry, Port und andere Weine. Da immer nur erstbefüllte Fässer für diese Mischung verwendet wurden, ist das Eichenaroma bereits erstaunlich stark in diesem ‚alterlosen‘ Malt.

Und zum Abschluss stellt sich dann dem Leser sicherlich die Frage, ob so ein Single Malt ohne Altersangabe überhaupt teurer als ein Single Malt mit Altersangabe sein darf. Die Antwort wird sie überraschen. Er darf nicht nur so teuer sein. Nein er muss in der Tat teurer als ein alter Single Malt sein. Denn während man alte Malts aus den wenigen zur Verfügung stehenden Fässern zur Abfüllung einfach mischt, müssen sich dagegen Menschen in

einem kreativen Prozess um die Zusammenstellung der Einzelfässer kümmern. Das kostet Arbeitszeit und Geld. Weiteres Geld ‚verbraucht‘ so ein kreativer Whisky durch den abschließlichen Einsatz von erstbefüllten Eichenfässern, die bei der späteren Reifung weiterer Whiskys nur mehr wenige Aromen abgeben. Der hohe Personalaufwand, verbunden mit den teuren Eichenfässern, schlägt die Verzinsung und Versicherung der lange liegenden Malt Whisky Fässer sehr deutlich.

Am Ende kann Ihnen Niemand die eingangs gestellte Frage nach der höheren Güte von älteren Whiskys wirklich beantworten. Es hängt immer von den besonderen Umständen ab. Es bleibt Ihnen nichts anderes übrig als zu vergleichen und ihre eigenen Schlüsse zu ziehen. Dabei kommt es auch immer darauf an, ob sie einem großen Geldschein mehr Freude abgewinnen können als einer Flasche Single Malt Whisky.

Wie entstehen Whisky-Abfüllungen?

Die Qual der Wahl

Im The Whisky Forum haben wir ausführlich über die Geschmacksausprägung der vielen, verschiedenen Ardbeg-Abfüllungen diskutiert. Und warum man genau diese Abfüllungen präsentiert und nicht andere.

Lösen wir uns von der Brennerei Ardbeg und betrachten wir eine ganz normale Malt Whisky Brennerei in Schottland. Man brennt Whisky, befüllt Fässer, lässt sie unterschiedlich lange reifen und füllt sie schließlich als Single Malt ab. Eigentlich ganz einfach. Wenn nicht Single Malt ein natürliches Produkt mit allen Variationen des wirklich Lebens wäre. Man hat zwar in den vergangenen Jahrzehnten alles getan, um die Qualität des Single Malts zu erhöhen. So kommen z.B. durch Essigbakterien geschmacklich umgekippte Gärbehälter in der Praxis nicht mehr vor. Früher musste man dagegen entscheiden, ob man

die Charge verwendete oder wegschüttete. Umgekippt ist bzw. war nämlich nicht gleich umgekippt. Kamen die Essigbakterien erst recht spät im Laufe des Gärprozesses hinzu, so erhielt der Rohwhisky nur einen leichten Stich, der durchaus in der Masse der Flaschen untergehen konnte.

Oder das unsägliche Überkochen der Brennblasen. Sollte man eine ganze Füllung eines Spirit Receivers entsorgen, nur weil ein paar Zig-Liter Verunreinigung durch Überkochen darinnen waren? Die Liste der ‚kleinen‘ Fehlerchen war früher reichlich lang. Heute ist die Qualität der Whiskys weit aus besser geworden. Man beherrscht den Fertigungsprozess aus dem Effeff.

Dennoch gibt es natürliche Ausrutscher. Zum ersten ist da der Einfluss der Fässer. Es macht einen deutlichen Unterschied, ob ein Whisky in ein erstbefülltes, zweitbefülltes

oder gar drittbefülltes Fass zur Reifung eingefüllt wird. Und nicht nur das. Der Großteil der in Schottland befüllten Fässer wurde zuvor in den USA für die Bourbon-Lagerung verwendet. Da auch der Bourbon schon eine Menge Aromen aus dem Fass zieht, ergeben sich unterschiedliche Reifemöglichkeiten je nach dem Alter des zuvor entnommenen Bourbons. Zudem werden Bourbonfässer auch von innen thermisch behandelt. Zuerst werden sie vorsichtig erhitzt, der Fachmann nennt das Toasten, damit sich die Zellulose in der Holzstruktur in Zucker umwandelt der anschließend karamellisiert. In einem zweiten Durchgang werden dann die Fässer von innen mit offener Flamme ausgebrannt. Und hier gibt es meist vier Stufen, die die Dicke der so entstehenden Holzkohleschicht spezifizieren. Die Holzkohle macht den Bourbon nicht rauchig. Ganz im Gegenteil. Sie filtert scharfe Bestandteile aus dem Rohwhiskey he-

raus (wie ein Aktivkohlefilter). Und wenn die Schicht im Fass sehr dick war, dann bleibt noch ausreichend Filterfähigkeit übrig, um auch dem im zweiten Durchgang reifenden Scotch die Schärfe zu nehmen.

Bei der Reifung spielen aber noch andere Einflüsse eine Rolle. Der nächst Größere ist die Temperaturdifferenz zwischen Sommer und Winter am individuellen Lagerplatz des Fasses. Denn Fässer atmen. Im Sommer dehnen sich Flüssigkeit und Luft im Fass aus und drücken einen Teil der Luft durch die Poren nach außen. Dies ist der betörende Duft in den Lagerhäusern, den wir Genießer so lieben und der im Fachjargon Angel's Share (Anteil der Engel) heißt. Im Winter geschieht das Gegenteil. Frische Luft wird durch die Poren mit der sich zusammenziehenden Luft und Flüssigkeit ins Innere des Fasses gesaugt. Das Fass atmet wieder ein. Es macht einen bemerkbaren Unterschied, ob ein Fass nun direkt

unter der Hallendecke und ganz außen an der Wand mit großen Temperaturunterschieden lagert oder eben temperaturkonstant, in der Mitte des Lagerhauses geschützt am Boden.

Am Ende sieht sich die Brennerei vollkommen individuellen Fässern gegenüber. Hat man dann auch noch mit unterschiedlichen Rauchgehalten im Malz und mit unterschiedlichen Malzsorten (Stichwort Toasted Malt) produziert, so hat man noch viel viel mehr an variierenden Parametern und damit Geschmäckern in seinen Fässern vorliegen.

Doch lassen sie uns nun beginnen, in der Brennerei Fässer für eine geplante Abfüllung auszusuchen. Auf den Etiketten geschrieben steht dabei werbewirksam meist die ausschließliche Verwendung nur der besten Fässer aus der Brennerei. Doch sind das wirklich die besten Fässer? Und wenn es sie tatsächlich wären, was machte man dann mit den anderen?

Um die Abfüllstrategien der Hersteller zu bewerten, müssen wir ein gesamtheitliches Bild der Brennerei in unseren Gedanken entwerfen. Eine Brennerei hat ja nicht gerade erst angefangen zu produzieren. Im Normalfall befindet sich ein hübscher Durchschnitt an Fässern, produziert über einige Jahrzehnte, in den Lagerhäusern. Junge Fässer sind es in der Regel sehr viele - aber je älter die Malts werden, um so rarer wird die Auswahl. Die Zeit ‚nagt‘ an den Beständen. Nagen ist natürlich etwas salopp geschrieben. Fässer werden ausgesucht, vielleicht schon vom Vorgänger in dieser verantwortungsvollen Tätigkeit, und andere bleiben übrig.

Glücklich kann die Brennerei sein, die noch einen Haufen an Fässern an die Blended Whisky-Industrie abgeben kann. So kann Derjenige, der sich um die Abfüllung von Single Malt Whiskys kümmern muss, tatsächlich noch eine Fassauswahl treffen. Frei nach Aschenputtel:

‚Die Guten ins Töpfchen, die schlechten ins Kröpfchen.‘

Doch die Malt Whisky Revolution frisst ihre Kinder. Zahlreiche Brennereien mussten die Abgabe von Fässern an die Blender einstellen. Es gab einfach nicht mehr genug, um den gesamten Markt zu bedienen. Auch die unabhängigen Abfüller blicken bei dieser Fassknappheit immer öfter in die Röhre und erhalten keine Fässer mehr für eigene Abfüllungen. Wann haben Sie das letzte Mal eine unabhängige Abfüllung gesehen, auf der Glenfiddich oder Lagavulin stand? Genau - es gibt sie nicht mehr. Und alle anderen Gerüchte über den Inhalt von unabhängigen Abfüllungen sind genau als solche zu sehen. Als reine Gerüchte. Kein verantwortungsvoller Brenner einer großen Marke mit Millionenauflage wird heute noch ein Fass an Dritte abgeben. Man braucht alle. Keine Ausnahmen.

Doch kommen wir nun zur tatsächlichen Produktion von

käuflich erwerbbaaren Single Malt Abfüllungen direkt von der Brennerei (Original-Abfüllungen). Erste Priorität hat immer der größte Umsatzbringer. In der Regel sind das die 10- und 12-jährigen Abfüllungen. Hier wird eine Mischung aus 50 bis 100 Fässern (ein ganzer LKW) vorgenommen. Dabei legt man Wert auf einen typischen Mix aller üblicherweise eingekauften Fässer. Erste bis dritte Füllung; alle Ausbrenngrade; ein gewisser Anteil an Sherryfässern, falls verwendet; Lagerung an äußeren, inneren, oberen und unteren Lagerpositionen. In Summe gibt das einen konsistenten Geschmack, in dem sich der Genießer wiederfindet. Um dies zu gewährleisten gibt es Referenzproben alter Abfüllungen in den Brennereien, die von Tasting-Panels regelmäßig gegen die neuen Fassauswahlen verglichen werden.

Doch es gibt Abweichungen. Eine Drift über die Jahre. Der schönste Effekt ist die Zunahme



der Qualität des Brennprozesses. Unser Single Malt Whisky wurde über die beiden vergangenen Jahrzehnte immer besser. Auch die Kontrolle der Fässer, das so genannte Fassmanagement, hat die Qualität des Fertigprodukts erhöht. Auf keinen Fall kommen heute mehr zu oft befüllte Fässer zum Einsatz. Fälschlich Viertbefüllte gibt es dank der Computerüberwachung praktisch nicht mehr.

So - und nun kommen wir zum eigentlichen Problem. Rund Zweidrittel aller Fässer werden in der Regel für den größten Umsatzträger der Brennerei verwendet. Sei es ein Macallan 10J, ein Bowmore 12J oder ein Lagavulin 16J. Der Renner greift ohne Rücksicht

auf Verluste die Fässer ab. Keine Brennerei kann es sich erlauben, nicht mehr auf den Regalen der Händler und Bars zu stehen. Wie heißt es so schön: ‚Aus den Augen, aus dem Sinn.‘

Die so übrig bleibenden Fässer - eine mitunter stark begrenzte Auswahl - muss für den Rest des Angebots der Brennerei erhalten. Einen Teil wird man länger reifen lassen, um ältere Abfüllungen anbieten zu können. Die Brenner kennen sich mittlerweile schon ganz gut aus, welche Fässer Potenzial für ein hohes Reifealter aufweisen. Nach diesem Stockpicking (Fassauswahl) wird die Auswahl für zusätzliche Abfüllungen immer kleiner. Und was da so übrig bleibt, lässt sich

nicht immer als gut oder als passend zur Brennerei bezeichnen. Ganz im Gegenteil. Diese exotischen Fässer können den Ruf einer ganzen Marke ruinieren, wenn sie in die Hand von unabhängigen Abfüllern gelangen, die sie dann mit dem Brennereinamen versehen auf den Markt bringen. Dies ist bzw. war der Grund, warum die Brennereien in der Vergangenheit schon gerichtlich gegen unabhängige Abfüller vorgegangen sind. Es geht um die Konsistenz und den Wert der eigenen Marke.

Also, was macht man mit diesen Ausreißerfässern? Die meisten dieser Fässer sind einfach zu schwach gereifte, drittbefüllte Fässer ohne große Aromenfracht. Typische Fälle zur Abgabe an die Blend Industrie. Da aber die Nachfrage nach billigen Single Malts auch aus den Discountern immer stärker wird, findet man diese milden Malts passend zum mildgeprägten Geschmack des Massenverbrauchers eben im Dis-

count als Single Malt für wenig Geld.

Was aber macht man, wenn der Markt noch mehr Single Malt Whisky der eigenen Brennereimarkte aufnehmen kann? Ein interessantes Verfahren ist dazu das Nachreifen in frischem Holz. Das klappt wunderbar bei schwach gereiften Fässern. Und die Ergebnisse sind oftmals alles andere als eine Notlösung. Die Lagerung in den drittbefüllten Fässern gibt einem Malt ganz andere Aromen, als die Nachlagerung in frischem Holz. Kombiniert entstehen häufig komplexe, interessante Single Malts, die beim Publikum sehr beliebt sind.

Bleiben am Ende wirklich nur noch die Exoten übrig. Zwei dieser Exoten sind z.B. die untypisch schwachrauchigen bzw. nichtrauchigen Malts wie der Ardbeg Blasda oder der unpeated von Caol Ila. So findet am Ende auch noch das letzte Fass einer Brennerei seinen Käufer, wenn man sich nur genug Mühe gibt.

Der Anfang dieses Artikels zeigte die Kür der Fassabfüllung. Es stehen alle Fässer zur freien Auswahl. Je weiter man in Abfüllzirkus zum bitteren Ende kommt, um so mehr gestaltet sich die Abfüllung jedoch zur Pflicht. Der Brennerei bleibt nichts anderes übrig. Sie muss auf die eigenen Zwänge reagieren. Das geht nicht immer positiv aus. Mehr als eine ‚Notabfüllung‘ hat schon einmal den Ruf einer Brennerei beschädigt. Das kann soweit gehen, dass ehemals beliebte Brennereien sich mit wenigen Abfüllungen den Ruf ruinierten und sich auf diese Weise ins Abseits befördert haben.

Doch andere Brennereien wie Ardbeg beherrschen diese Kollektionsabfüllungen auf geniale Weise. Da entstehen aus den verschiedenen Fasscharakteren Corryvreckans, Rollercoaster und Blasdas. Und (fast) alle werden vom Markt freudig aufgenommen. Nicht anders macht es Laphroaig mit seinen Quar-

ter und Triple Casks. Nur Lagavulin scheint dieses Verhalten nicht nötig zu haben. Aber auch nur scheinbar. Auch dem Lagavulin Distillers Edition könnte man eine ‚Not‘-Nachreifung der drittbefüllten Fässer nachsagen. Wenn nur das Ergebnis nicht so vortrefflich gut ausfallen würde.

Habe ich hier in diesem Artikel, ob der vielen hervorragenden Abfüllungen, viel Rauch um Nichts gemacht?

Wer weiß das schon so genau ;-)) Die Brenner lassen sich nicht in ihre Karten schauen. Und am Ende bestimmt ausschließlich der Genießer, ob das Ergebnis sehr gut, nur gut oder aber ebenmäßig war. Und alleine darauf kommt es an. Dieser Artikel diente dazu, ihre Kritikfähigkeit bei Single Malt Whiskys zu verbessern. Denn nicht überall muss toller Whisky drin sein - auch wenn es außen drauf steht. Nur ihre Nase und ihr Gaumen sagen ihnen, was ihnen schmeckt und was nicht.

Mit wie viel ppm-Rauch brennt eine Brennerei? Die ewige Frage nach dem Rauch

Sehr oft werden wir im The Whisky Store nach stark rauchigen, schottischen Single Malt Whiskys gefragt. Die Antwort ist ganz einfach. Der rauchigste Single Malt Whisky ist der Octomore aus der Bruichladdich Brennerei mit 130 bis 140 ppm Rauchanteilen im Malz. Auf dem zweiten Platz steht der Ardbeg Supernova mit irgendwas zwischen 80 und 100 ppm. Danach folgen die üblichen ‚Verdächtigen‘ von Islays Südküste: Lagavulin, Laphroaig und Ardbeg.



Die Abkürzung ppm steht dabei für Parts per Million. Also Teile in einer Million. D.h. die 140 ppm Rauchanteile im Malz des Octomore von 140/1.000.000 entsprechen $0,00014 = 0,014$ Prozent. Eigentlich nix. Das entspricht nicht mal dem Dreck unter dem Fingernagel. Doch die Auswirkungen dieser Aromastoffe auf unsere Geruchsrezeptoren in der Nase sind gravierend. Bereits 4 bis 5 ppm werden vom Whiskygenießer deutlich wahrgenommen.

Doch es ist nicht so ganz einfach, diese Raucharomen in großer Menge in einen Whisky zu bekommen. Denn erstens müssen sich die Rauchpartikel, die bei der Verbrennung von Torf entstehen, auf dem Malzkorn niederschlagen und fest mit ihm verbinden. Und zweitens müssen diese Rauchpartikel dann auch beim Destillationsvorgang mit in das Fertigprodukt übergehen. Aber auch das ist nicht so

einfach. Bruichladdich wies auf den beiden ersten Octomore-Abfüllungen unterschiedliche Rauchgehalte aus (132 u. 140 ppm). Mit der Mälzerei musste man länger experimentieren, bis man es schaffte, ausreichend viele Rauchpartikel auch auf dem Malzkorn dauerhaft zu verankern. Nachträgliches Zusetzen wie bei BBQ-Soße ist gesetzlich beim Whisky nicht erlaubt. Und dann ist da noch die Destillation. Schließlich soll sie Verunreinigungen sicher von dem gewünschten, klaren Whisky trennen. Und was sind im technischen Sinne die Rauchpartikel (mit ihren Phenolen) nichts anderes als Verunreinigungen?

Hat man es nun endlich geschafft, diesen Rauch zuerst aufs Korn und dann durch die Destillation in das Fass zu bekommen, so stellt sich das nächste Problem. Die vermutlich mehr als Tausend chemisch unterschiedlichen Stoffe, die wir mit dem Ausdruck Pheno-

le umschreiben, entstehen bei der unvollkommenen Verbrennung von organischem Material (z.B. Torf). Und diese Phenole sind chemisch gesehen auf lange Zeit nicht stabil. Sie zersetzen sich zu anderen Stoffen, die in unserer Nase nicht mehr als rauchig (oder nicht mehr stark rauchig) empfunden werden. Je länger also ein Whisky in einem Fass lagert, um so mehr baut sich der Rauch ab. Das ist auch für die Liebhaber extrem rauchiger Single Malts nicht negativ zu sehen. Denn die Raucharomen verschwinden nicht einfach so. Es entsteht ein Potpourri aus weiteren komplexen Aromen, die die alten, ehemals rauchigen Single Malt Whiskys besonders interessant machen.

Unter den besonderen Fans der stark rauchigen Single Malt Whiskys kursieren auch die ppm-Zahlen des Malzes, das die jeweiligen Brennereien zur Produktion verwenden. Irgendwie erinnert mich das an die alten Autoquartette, die wir in unserer

Jugend spielten. Wir kannten die PS-Zahlen und Höchstgeschwindigkeiten unserer Lieblingsautos, Lokomotiven und Flugzeuge auswendig. Dass mit diesem Interesse an stark rauchigen Single Malts die Hersteller (allen voran Bruichladdich mit dem Octomore und Ardbeg mit dem Supernova) die ppm-Zahlen nun zur Werbung verwenden, verwundert nicht.

Doch am Ende kommt nur ein Bruchteil des Rauchs, der ursprünglich eingesetzt wurde, beim Kunden in der Nase an. Das ist auch nicht mal nachteilig. Denn in hohen Dosen sind diese Phenole nicht förderlich für unsere Gesundheit - um es einmal vorsichtig auszudrücken. Doch wenn man die ppm-Zahlen unserer Whiskys mit einer Scheibe geräucherten Schinken vergleicht, so müssen sie schon ‚sehr tief ins Glas sehen‘, um auch nur halbwegs in die Nähe dieser Rauchwerte zu kommen. Da schadet der Alkohol sicherlich mehr als das Phenol.

Im The Whisky Forum schlug vergangenen Monat ein User vor, wir alle sollten einmal zusammentragen, mit welchem Rauchgehalt die Brennereien arbeiten. Auf den ersten Blick eine vorzügliche Idee. Doch auf den zweiten Blick gestaltet sich die Sache schwierig. Die Brennereien geben diese Daten selten offiziell heraus und was man so hört, ist ganz heftig dem Stille-Post-Effekt unterworfen. Dazu noch die Ungenauigkeiten bei der Produktion und die Einflüsse der unterschiedlichen Brennblasen und schon ist diese Zusammenstellung nicht mehr als Makulatur.

Es gibt aber einen weitaus interessanteren Ansatz, der uns eine viel praktischere Beantwortung der Frage unserer Kunden erlaubt. Unsere Kunden waren so fleißig, in den vergangenen Jahren über 30.000 Geschmacksbewertungen für die in unserem Shop angezeigten Flaschen abzugeben. Und dabei war immer auch eine Ein-

schätzung über den Rauchgehalt des jeweiligen Malts dabei. Und wie wir heute alle wissen, sind unabhängig voneinander gebildete Meinungen von vielen Menschen ein geradezu unheimlich zutreffendes Bewertungsinstrument. Die Weisheit der Vielen erlaubt viel bessere Schlüsse über den tatsächlichen Rauchgehalt in einem Single Malt als die Spezifikation des Herstellers. Natürlich gilt dies nur durchschnittlich für alle Whiskygenießer und auch nur, wenn ausreichend viele Bewertungen für eine einzelne Flasche abgegeben wurden. Falls sie ein ‚Peatfreak‘ sind, dann werden sie einen rauchigen Single Malt als deutlich weniger rauchig empfinden, als ein Genießer nichtrauchiger Malts. Aber dennoch - die relativen Abweichungen untereinander werden vermutlich auch für den Peatfreak zutreffen.

Hier ist nun die Hitliste der 10 rauchigsten Single Malts im The Whisky Store. Der Ballechin

Burgundy (Rauch: 82 Punkte) ist aktuell wegen der geringen Anzahl an Bewertungen nicht enthalten.

| Flasche | Rauch |
|----------------------|-------|
| Octomore 2/_140 | 97 |
| Octo. Orpheus 02.2 | 92 |
| Ardbeg Supernova | 87 |
| Laphr. Cask Strength | 86 |
| Laphroaig 10 | 85 |
| Ardbeg TEN | 81 |
| Lagavulin 16 | 81 |
| Smokehead | 81 |
| Laphr. Quarter Cask | 79 |
| Port Charlotte PC7 | 79 |

Aber die ursprünglich gestellte Frage lautete ja nicht, welcher Single Malt wie rauchig ist, sondern wie die Brennereien es als Ganzes mit dem Rauch halten. Deshalb haben wir einmal die Rauchwerte aller Abfüllungen einer Brennerei zusammengestellt. Dabei haben wir die untypischen Flaschen für Brennereien weggelassen. Also Ardbeg ohne Blasda und Bruichladdich

ohne Octomore, Port Charlotte oder Peat. Eine Ausnahme machen wir beim Benriach, da sie mittlerweile rund die Hälfte ihrer Single Malts rauchig produzieren. Bitte beachten Sie, dass wir die nichtrauchigen zur Mittelwertbildung nicht hinzugezogen haben.

Eine Fragestellung muss auch noch berücksichtigt werden. Wie bewertet man die unterschiedlich rauchigen Flaschen einer Brennerei gegeneinander? Sicherlich kann man ein paar Flaschen 30-jährigen Bowmore nicht mit der Bedeutung bei einer Mittelwertbildung versehen, wie die Flaschen des Bowmore Legend und des 12 Jahre, die sich tausendfach so gut verkaufen. Also haben wir die Rauchgehalte mit den verkauften Flaschenanzahlen in diesem Jahr gewichtet.

Hier also ist die ultimative ‚Rauchliste‘ der schottischen Malt Whisky Brennereien:

| Brennerei | Ø Rauch |
|-------------------------|---------|
| Laphroaig | 80 |
| Ardbeg (o. Blasda) | 79 |
| Lagavulin | 78 |
| Caol Ila (o. Unpeated) | 70 |
| Longrow | 66 |
| Ledaig | 65 |
| Benriach (nur Rauchige) | 65 |
| Talisker | 64 |
| Bowmore | 61 |

Am Ende werden die Rauchigkeiten der einzelnen Flaschen sehr unterschiedlich bewertet. So reicht die Rauchigkeit bei Laphroaig zum Beispiel von 66 Punkten für den 25-Jährigen bis zu 86 Punkten für den Cask Strength.

Alter Malt Whisky

Die ärgerlichen 40%

Ärgern Sie sich auch, dass durch den Wegfall des Duty-free die wenigsten 1 Liter Flaschen noch mit 43% abgefüllt werden? Und nicht nur das. Auch der Fassstärke im Travel-Value hat man den Kampf angesagt. Man könnte ja den vielen Alkohol zum Bau einer Bombe auf der Toilette verwenden. Doch diese Sätze dienen nur zur Einleitung. Sie sind ein kleines, mentales Ablenkmanöver. Es geht um etwas Anderes.

Bei Glenfiddich lagerten Fässer aus den 20er Jahren. Doch der Alkoholgehalt dieser Fässer war nicht nur unter 40% - dem gesetzlichen Minimum - sondern gar unter 30% abgefallen. In den Fässern schwappten nur noch kleine Lachen, in denen sich die Aromen von mehr als 60 Jahren Lagerung konzentriert hatten. Rechtlich gesehen, haben wir es bei solchen Fässern nur noch mit Whiskylikören zu

tun. Zum Beispiel wurde ein irischer Marlfield aus dem Jahr 1946 mit nur noch 20% als Likör abgefüllt. Ganz ohne den Zusatz von Zucker.

Mich stört das nicht. Man könnte meinetwegen auch diese alten Glenfiddich als Whisky abfüllen. Doch irgendwo muss der Gesetzgeber gemeinsam mit der Industrie eine Grenze ziehen. In USA gab es früher Light Whiskey mit 17 Prozent. Für Frankreich gab es Scotch mit 38,5% abgefüllt, wie man es heute noch bei Wodka mit 37,5% finden kann. Nun hat man sich für Whisky nach langem Hin und Her auf 40% geeinigt. Das heißt auf der einen Seite, dass wir im Massengeschäft natürlich alle Whiskys mit 40% auf den Regalen sehen. Zu groß wäre der finanzielle Nachteil zur Konkurrenz, wenn man sich bei einem einfachen Blend den Luxus von 43% erlaubte.

Es gibt eine Sammlung von Whiskyfässern, die ist weltberühmt. Es handelt sich um

den Nachlass von Abe Rosenberg, eines amerikanischen Geschäftsmanns. Er kaufte von allen schottischen Brennereien in den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts ganze Fässer an und ließ sie in Ruhe vor Ort reifen. 1994 verstarb Abe Rosenberg und seine The Sunny and Abe Rosenberg Foundation (Stiftung) erbt seinen Nachlass.



Darunter auch die große Fasssammlung. Die damals mehr als 4.000 Fässer fanden Abnehmer unter fast allen Brennereien, denn die Fässer gehörten fast immer zu den ältesten, die man noch in den Brennereien fand.

Ein besonderer Abnehmer dieser Fässer war das Unternehmen Duncan Taylor (DT), das sich auch um die Verwaltung der Überreste des Whiskyschatzes kümmert. Apropos Überreste: Was macht nun ein Unternehmen, wenn es sehr alte Fässer vor sich hat, deren Alkoholgehalt sich von Jahr zu Jahr verringert und sich der 40% Marke gefährlich nähert? Nun - man füllt ab, so schnell es nur geht. Wenn der Markt nur die Flaschen alle aufnehmen würde. Man kann nicht so einfach mir nichts dir nichts eine Million Flaschen zu über 100 Euro Verkaufspreis auf den Markt werfen. Das nähme der Markt nicht auf und der Preis verfiel. Und so wundert es nicht, dass zahlreiche sehr alte Abfüllungen gerade noch knapp

über 40% aufweisen. Man verkauft, bevor der Whisky unter das gesetzliche Mindestmaß abfällt. Doch was ist mit den Fässern, die bereits heute unter 40% angekommen sind?

Hier gibt es eine vielleicht absichtlich gelassene Gesetzeslücke im schottischen Whisky Act. Es ist nämlich durchaus zulässig, Fässer mit Alkoholgehalten unter 40% mit solchen mit höherem Alkoholgehalt zu mischen. Ziel ist es, eine Mischung zu erhalten, die einen Alkoholgehalt von knapp mehr als 40% aufweist. Man erhält damit zwar keine besonders gesuchte Single Cask Abfüllung mehr, sondern man ‚degeneriert‘ die Abfüllung auf den Status eines Small Batch Single Malt Whiskys. Doch das muss nicht von Nachteil sein. Mehrere Fässer einer einzelnen Brennerei bringen auch mehrere unterschiedliche Aromen in einen Malt. Die Komplexität steigt. Der Verfasser dieses Artikels weiß es nicht genau, aber die uralte Lonach Collection von

Duncan Taylor (DT) fällt mir da sofort ein. Obwohl DT diese alten Fässer vor allem fassrein in der Rare Auld Serie abfüllt, ‚glänzten‘ die Lonach Abfüllungen immer mit Alkoholgehalten von knapp über dem gesetzlichen Limit. Und das hatten sie, ohne Einzelfassabfüllungen zu sein.

Um es nochmal zu sagen: Ich sehe das nicht als Nachteil, sondern nur als Reaktion auf das gesetzlich geforderte Minimum. Irgendwann kommt man dann jedoch am ‚Boden‘ des Lagers an und findet nur mehr Einzelfässer vor, die sich nicht mit höherprozentigen Brüdern der selben Brennerei ‚auf-mischen lassen. Was macht man nun?

Keine einfache Frage. Da hat man ein toll schmeckendes, extrem lang gereiftes Fass einer seltenen Brennerei und kann es nicht mehr vermarkten. Es gäbe sicherlich Kenner und Genießer, die diesen Whisky - hoppla Whisky-Likör - probieren würden, aber richtig gut wird sich so

ein Fass nicht verkaufen. Viel zu gering ist das Wissen in der Bevölkerung ob dieser Solitäre und viel zu abstoßend wirkt das Wort Likör auf einen Single Malt Fan.

Doch auch für diese Probleme hat man die Lösung gefunden. Der Black Bull 40 Jahre ist ein Blended Whisky, der zu 90% aus Single Malt besteht. Nur 10% alter Grain-Whisky wurde ihm zugesetzt. Warum denn Grain und nicht einen anderen Malt? Den Hinweis gibt uns die ungerade Prozentzahl von 40,2% auf dem Label. Sein jüngerer Bruder mit 12 Jahren wird dagegen mit 50% abgefüllt. Das heißt für mich, dass man den Black Bull 40 Jahre nicht bewusst auf Werte nahe des gesetzlichen Minimums verdünnt. Nein - auch hier wieder meine Vermutung - dass man die Malt Whiskyfässer, allesamt unter dem gesetzlichen Minimum, mit etwas gleich altem aber noch hochprozentigem Grain Whisky aufspritzt, um diese Whiskys nicht als Liköre vermarkten zu müssen.

Dass dabei nichts Schlechtes herauskommen muss, zeigen die Ehrungen und Goldmedaillen, die Duncan Taylor mit seinem Black Bull 40 Jahre gewinnen konnte und ebenfalls unsere Verkaufszahlen.

Ohne Beweise für diese Vorgehensweise bei Duncan Taylor zu haben, kann ich mir das gesamte Szenario durchaus vorstellen. Was ehemals als die Qualität steigernde Maßnahme gedacht war, führt nun zu Abwertungen für den Genießer. Ich würde lieber die über 40 Jahre alten Fässer mit 39 oder 38 Vol.% probieren, als mich durch den Zusatz eines Grains abschrecken zu lassen.

The Whisky Store im Netz

Die Whisky-Community

The Whisky Store ist seit 1994 im Internet unterwegs. Zuerst mit zwei einzelnen, einfachen Vorstellungsseiten, dann mit einer Preisliste nebst Bestellformular und ein paar Jahre

später mit einem selbst entwickelten Shop-System.

2006 wechselten wir dann auf unser neues Shop-System, das wir anschließend massiv mit Geschmacksinformationen, Bildern und sogar Zoombildern der

Flaschen aufgerüstet haben. Die neueste Entwicklung ist seit Anfang des Monats aktiv. Sie haben ja vermutlich schon mitbekommen, dass Horst Luning aus dem The Whisky Store angefangen hat, auf YouTube Whiskyvideos zu veröffentlichen. Aus den anfangs nur einzelnen und recht hölzernen Videos wurden mittlerweile mehr als 40 Stück, die man sich gesammelt auf unserem YouTube-Kanal ansehen kann.

Was lag nun näher, als diese Videos auch in unser Shop-System zu den passenden Flaschen einzubinden? Unter einigen Flasche finden Sie deshalb seit Anfang des Monats ein kleines Fernseher-Symbol. Es zeigt Ihnen an, dass es auf der Detailseite ein Video nebst Verkostung dieses Single Malts gibt. Und wo wir schon dabei waren, haben wir auch gleich die vorhandenen Soundfiles mit der Aussprache der zum Teil schwierigen, gälischen Brennereinamen mit eingebunden.

Doch dies ist erst der Auftakt.

In diesem Monat werden wir seit mehr als 10 Jahren das erste Mal unsere Webseite erneuern. Wir lösen die alten, statischen Webseiten durch ein modernes CMS-System (Datenbank basierte Veröffentlichungsplattform) ab. Egal, welche Technik nun dahinter steckt. Der Vorteil für Sie liegt in der Suchmöglichkeit über alle unsere Artikel. Und damit man die Texte auch sonst schneller findet, werden Sie in Zukunft ein leichter zu bedienendes Menüsystem vorfinden.

Die neue Seite - die im Laufe des Oktobers online gehen wird - teilt sich neben dem unveränderten Shop in zwei Bereiche:

Whisky.de

In diesem Teil der neuen Homepage finden Sie nicht nur die gesamten Texte, die wir bislang in tief verschachtelten Seiten vorgehalten hatten. Sie finden auch ganz neu eine Flaschendatenbank, die wir schon einmal mit mehr als 1.000 Flaschen und ihren Daten gefüllt

haben. Die Besonderheit an dieser Flaschendatenbank sind Sie! Ja Sie! Jeder Teilnehmer kann Flaschen in diese Datenbank einstellen und - das ist der Clou - auch geschmacklich verbal beschreiben und mit Punkten bewerten. So müssen Sie nicht länger Ihre eigene Excel-Datei pflegen, sondern können alles bequem - auch vom Hotelzimmer aus - einsehen, verwalten, bearbeiten und ergänzen. Das hat noch nicht ausreichend Mehrwert für Sie? Dann habe ich noch mehr! Da jeder seine eigenen Flaschen einstellen und alle vorhandenen Flaschen bewerten kann, finden Sie in der Regel auch fremde Bewertungen zu Ihren Flaschen vor. So können Sie sich ein umfassendes Bild machen. Und nicht nur das. Da diese Flaschendatenbank unabhängig von unserem Shop-System ist, werden Sie mit der Zeit auch Flaschen bewertet und beschrieben sehen, die wir im The Whisky Store nicht führen oder die bereits vergriffen sind. Dies

ist eine wertvolle Hilfe, wenn Sie selbst noch eine geschlossene Flasche dieser Rarität zu Hause stehen haben und sich zwischen Öffnen, Sammeln und Verkaufen entscheiden wollen.

Treffpunkt feiner Geister

Seit 2006 betreiben wir das schon stattlich angewachsene The Whisky Forum. Mehr als 6.000 registrierte User haben insgesamt 142.000 Beiträge geschrieben. Dies ist eine tolle Wissensdatenbank, in der man beinahe jede Frage in Bezug auf Whisky sofort (d.h. durch eine Suche) beantwortet bekommt. Hat man nun doch eine Frage, zu der man keine Antwort findet, so kann man sich schnell, anonym und unverbindlich anmelden und diese Frage stellen. Unter den Hunderten an täglichen Besuchern findet sich sicherlich Jemand, der zu dieser Frage eine kompetente Antwort geben kann. Und genau dieses Forum haben wir fast 1:1 in den Bereich Treffpunkt feiner Geister übertragen. Eine Änderung

gibt es jedoch. Wir trennen den Blog des Forums-Administrators Horst Lünig aus dem Forum.

Wir nennen unsere neue Seite ganz stolz eine Whisky-Community. Doch eine Community ist mehr als ein User-Forum und eine Flaschendatenbank. Zu einer Community gehört die Interaktion der User. Und so haben wir eine Funktion eingebunden, mit der Sie Beiträge der schreibenden User bewerten können. Sie bewerten also nicht nur Flaschen, sondern auch Userbeiträge. Was machen wir mit diesen Bewertungen? Wir addieren sie anonym auf und zeigen sowohl für die Brennereien, die ‚Mütter‘ der Whiskys, als auch für die User, als Schreiber der Beiträge, aufaddierte Bewertungen an. Das gibt das richtige Feedback für alle ‚Feinen Geister‘ in unserer Community.

Erlauben Sie mir noch ein Wort zum Schluss. Wir haben in den vergangenen Monaten enorm viel geschafft und sind uns

dennoch sicher, dass die Community noch voll von Fehlern ist. Schimpfen Sie bitte nicht zu viel mit uns, sondern schreiben Sie uns die gefundenen Fehler. Nur so können wir uns entsprechend anstrengen, um die Fehler zu beseitigen. Und wem das Neue zu fremd ist, der wird noch auf Jahre die alten Seiten im Archiv unserer Webseite vorfinden. Wir haben extra dafür einen Link auf der Eingangsseite vorgesehen.

| Flaschenname | Brennerei | Daten |
|---|--------------|--|
| Bianco Gold - 51.3% - 0.7l | Bianco | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Offen |
| Bookers Kentucky Bourbon 72 - 2006 - 42.0% - 0.7l - 04.2006 | Jim Beam | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Offen |
| Bowmore Darked 15J - 43.0% - 0.7l | Bowmore | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Offen |
| Bowmore Fingra 12J - 40.0% - 1l | Bowmore | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Offen |
| Buchmitz 12J - 40.0% - 0.7l | Buchmitz | Flaschen-Status: Offen |
| Buchmitz Madera Fresh 21J - 40.0% - 0.7l | Buchmitz | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Offen |
| Buchmitz Three Woods 16J - 40.0% - 0.7l | Buchmitz | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Offen |
| Cardu 12J - 40.0% - 0.7l | Cardu | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Leer |
| Conneras - 40.0% - 0.7l | Conneras | Flaschen-Status: Offen |
| Corradou Post Maturd 38 Release 2010 - 40.0% - 0.7l | Corradou | Flaschen-Status: Offen |
| Glenfarclas Glenlivet Sherry Cask - 1995/2010 - 40.0% | Glenfarclas | Flaschen-Status: Offen |
| Glenfiddich 12J - 43.0% - 1l | Glenfiddich | Flaschen-Status: Offen |
| Glenmorangie 10J - 40.0% - 0.7l | Glenmorangie | Bewertung* ★★★★☆ Flaschen-Status: Leer |

Die richtige Wahl der Gläser

Optimaler Whiskygenuss

Mehr als 120 Newsletter habe ich in den vergangenen Jahren geschrieben und stets habe ich mich bemüht, keinen Newsletter doppelt zu verfassen.

Da wir aber so stark gewachsen sind und viele, viele neue Kunden zu uns gestoßen sind (unseren Dank dafür), möchte ich nach Jahren einen zweiten Newsletter über die richtigen Whiskygläser zum Besten geben.

Wer alte Western mag, der sieht dort meist kleine, zylindrische Gläser, aus denen Whiskey im Saloon in rauen Mengen konsumiert wurde. Doch damals trank man um des Trinkens und der Wirkung willen und nicht wegen der Aromen, die wir Genießer heute suchen. Ein Glas musste im Westen billig, stabil und leicht zu befüllen sein. Das waren die Anforderungen.

Nach dem letzten Krieg brachten die Besatzungstrup-

pen, vor allem die Amerikaner, die Briten und die Kanadier, den Whisky auch nach Deutschland. Whisky war in Deutschland nahezu unbekannt. Fürs Volk gab es im Norden Schnaps und im Süden Obstler. Die ‚besere‘ Gesellschaft bevorzugte Cognac. Und so brachte der Amerikaner den großen, zylindrischen, niedrigen Tumbler mit dem dicken Eisboden neben seinem Bourbon zu uns nach Deutschland. Wenn es etwas hochwertiger sein sollte, dann zierte noch ein Schliff diese Tumbler. Wer in seiner Jugend die Fernsehserie Dallas gesehen hat, der konnte dieses Glas beim Fiesling J.R. Ewing (Larry Hagman) bewundern.

Dieser Tumbler hat drei Vorteile. Man füllt sehr bequem Eis durch die große Öffnung ein und das Eis schmilzt auch nicht, weil der dicke Glasboden (Eisboden) den Bourbon von der Handwärme isoliert. Wir Genießer verwenden in der Regel kein Eis

und so können wir diese Vorteile nicht schätzen. Der Tumbler hat dagegen einen riesigen Nachteil, womit wir bereits bei der richtigen Glasauswahl angekommen sind. Der Tumbler hat eine große Öffnung, und die ist für den Genießer gar nicht gut.

Whisky - und besonders hochwertiger, schottischer Single Malt Whisky - wird zunächst verrochen. Das nennt sich auf Englisch Nosing. Und damit aus einem Whisky auch das entsprechende Aroma aufsteigen kann, darf er nicht eiskalt sein. Denn je wärmer eine Spirituose ist, um so mehr Aromastoffe verdampfen aus der Flüssigkeit. Und genau diese Aromen verzaubern uns den Augenblick. Ein Glas mit der Hand warm zu halten oder auch wie beim Cognac, an einer Kerze zu erwärmen, ist auch bei einem Whisky eine gute Idee. Damit dabei die Aromen nicht einfach ‚abdampfen‘ und sich im Raum verflüchtigen, sollte sich ein gut geeignetes Whiskyglas nach

oben etwas schließen bzw. verjüngen. Der Fachmann spricht von einer Cuppa. Gemeint ist damit ein tulpenförmiger Kelch. Und dabei ist eine junge Tulpe mit halbwegs geschlossenen Blättern gemeint und keine Offene und fast Verblühte. Wir können zusammenfassen: Ein geeignetes Whiskyglas hat eine geringe Wandstärke, damit wir den Inhalt erwärmen können und weist einen tulpenförmigen Kelch auf.

Doch dies sind nicht die einzigen Anforderungen. So wie wir von unserem Single Malt Besonderes erwarten, so fordern wir von einem Glas ebenfalls das Besondere. Ein wichtiger Bestandteil ist eine Trinklippe. Wenn sich ein Glas tulpenförmig nach oben schließt, dann neigt der Whisky beim Probieren dazu, in einem dünnen Strahl auf die Zunge zu laufen. Dieser dünne Strahl schießt dann gerne ganz nach hinten auf die Zunge und trifft dort auf die Geschmacksknospen, die



die Aromen gefangen und die sich wieder etwas öffnende Lippe führt zu einem breiteren und nicht so schwungvollen Whiskyfluss auf der Zunge. Der Malt verteilt sich damit weiter vorne und mittig auf der Zunge für ein optimales Erlebnis.

Soll man nun ein Glas mit oder ohne Stiel nehmen? Kleines Wortspiel ;-). Auf jeden Fall sollte man ein Glas mit ‚Stil‘ verwenden. Ob Sie nun ein Glas mit Stiel oder ohne nehmen, liegt ganz an ihren persönlichen Vorlieben. Die höhere Gestalt und der grazile Stiel gilt bei vielen Menschen als eleganter. Doch der hohe Schwerpunkt der Gläser macht sie empfindlich gegen umstoßen. Wenn also viel am Tisch los ist oder sich viele Personen einen kleinen Tisch teilen müssen, dann können Gläser mit tiefem Schwerpunkt zur Entspannung der Situation bei kleinen ‚Rempeleien‘ am Tisch beitragen.

Soll man nun die geeigneten Gläser der Brennereien mit dem

Markenschriftzug für die einzelnen Malts bevorzugt verwenden? Erlauben Sie mir in dieser Hinsicht etwas Kritik. Dem Verfasser des Newsletters kommt es so vor, als ob die Glasauswahl einiger Hersteller sich mehr am Finanziellen und an Marketing-Gesichtspunkten festmacht, denn an der besonderen Eignung für den eigenen Whisky. Ein zusätzliches Indiz für diese Vermutung ist die begrenzte Auswahl an Glasformen, die man bei den Herstellern findet. Wenn es ein besonders geeignetes Glas für einen speziellen Whisky gäbe, dann würde jeder Hersteller sein eigenes Glas machen lassen. Ich möchte diese Gläser aber nicht abwerten. Sie sind oftmals hervorragende Gläser und wirklich gut geeignet. Nur sollte man die Eignung nicht am Schriftzug festmachen, sondern an der speziellen Form.

Wer mit Whisky erfahren ist und vorsichtig probiert, der kommt mit einem reinrassigen Nosingglas mit Tulpe aber ohne

Trinklippe wunderbar zurecht. Auch die spezielle Form der Cuppa (Tulpe- oder Apfelform) ist untergeordnet. Nicht aber der Inhalt - das Volumen - der Tulpe. Sicherlich haben sie schon einmal eine Whiskyflasche geöffnet und das volle Aroma des Malts erfüllt nach kurzer Zeit direkt aus der Flasche den gesamten Raum. So einen kräftigen Malt genießt man bevorzugt aus einer großen Tulpe. Also einer Tulpe mit großem Inhalt. Das heißt nicht, dass man auch viel von dem Whisky einschenken muss. Ganz im Gegenteil. Das kräftige Aroma aus der Flüssigkeit füllt zügig die gesamte Tulpe und man kann es mit einem kräftigen Nasenzug sehr gebündelt aufnehmen.

Zarte Whiskys verhalten sich dagegen oftmals viel zurückhaltender mit der Freisetzung von Aromen. In so einem Fall würde sich das Aroma in einer großen Tulpe viel zu sehr mit der enthaltenen Luft verdünnen und eine konzentriertes ‚Verrie-

chen‘ wäre nicht möglich. Für leichtere, zartere Malt Whiskys verwendet man deshalb bevorzugt kleinere Tulpen. So fängt die Tulpe das Aroma in der passenden Größe auf und kann es genau in der richtigen Menge der Nase zur Verfügung stellen. Dies ist ja auch der Grund, warum es unterschiedlich große Gläser für kräftige Rot- und zarte Weißweine gibt. Im Weinumfeld hat sich diese angepasste Tulpe bereits seit über 100 Jahren herausgebildet. Das Segment des hochwertigen Whiskys ist dagegen noch jung und die Wichtigkeit der Tulpengröße setzt sich erst langsam auf breiter Front durch. Wenn man in vielen Bars und Restaurants immer noch Whiskys mit Eis serviert bekommt, dann ist klar, dass der Bildungsstand hinter dem Tresen ob der Glasform noch weit vom Optimum entfernt ist.

Braucht man einen Aromadeckel zu seinem Glas? In der Regel eher nicht, wenn man

seinen Whisky im Laufe einer Viertelstunde genießt. Es gibt aber zahlreiche Genießer, die sich deutlich länger an ihren Proben erfreuen und das Glas auch mal für eine halbe Stunde gefüllt zur Seite stellen, um sich später noch ein zweites Mal zu erfreuen. Oder man schenkt sich gleich zwei verschiedene Malts ein und vergleicht sie miteinander. In diesen Fällen möchte ich zu Deckeln auf den Gläsern raten. So bleibt das Aroma erhalten und verdunstet nicht vor dem späteren Probieren. Wenn man den Deckel ganz vorsichtig anhebt, kann man dann sogar eine geballte Ladung Aromen mit hoher Konzentration aufnehmen. Ein tolles Erlebnis.

Zum Schluss möchte ich noch eine Bemerkung zur Glasqualität machen. Es gibt industrielles Pressglas, industrielles Kristallglas und mundgeblasenes Kristallglas. Sicherlich ist es angemessen, ein handgefertigtes Glas für den Inhalt einer teuren Whiskyflasche zu verwenden.

Doch viele Genießer investieren dieses Geld lieber in weiteren Whisky. Was ich ebenfalls verstehen kann. Es gibt sicherlich auch eine Interaktion zwischen Whisky und Glaswand. Je besser sich die Glaswand durch Schwenken benetzen lässt, um so mehr Aromen werden aus der größeren Verdunstungsfläche freigesetzt. Ob nun ein besonders glattes Kristallglas die Aromenmoleküle nicht festhalten kann und zum Verdunsten bringt oder ob sich der Whiskys durch die hohe Oberflächengüte schneller wieder am Boden sammelt und so weniger Aroma frei werden, bleibt offen.

Auf jeden Fall leuchtet der Whisky in einem Kristallglas mit hoher Oberflächengüte besser als in einem industriellen Pressglas. Der Mensch wird sehr stark von seinen Augen als dem wichtigsten Informationskanal dominiert. Er ist auch ein gefühlsbetontes Wesen. Damit macht es emotional einen Unterschied, ob man einen hoch-

wertigen Single Malt aus einem einfachen Pressglas oder einem Kristallglas genießt. Objektiv wird es keinen großen Unterschied geben. Aber wir genießen unseren Whisky eben wegen unseren Gefühlen, die wir beim Genuss haben. Und so sollten wir zu diesem Zweck immer ein oder zwei hochwertige Kristallgläser im Hause haben, in denen wir unseren Whisky zelebrieren. Und die Nacharbeit - das Waschen ohne Spülmittel und das Polieren von Hand - sollte mit zu diesem Ritual gehören. Denn nicht nur die Vorfreude vor dem Verkosten eines Single Malts erfreut unsere Sinne. Auch das Nachdenken über die besonderen, erfahrenen Aromen beim vorsichtigen Abspülen unseres ‚Arbeitsgeräts‘ verlängert unseren Genuss noch einmal so lange.

Vorfreude und zufriedene Erfahrung. Davon lebt der Mensch.

Wie die Farbe in den Whisky kommt

Whisky - eine braune Spirituose

Die meisten Wodkas werden, wie unser Whisky, aus Getreide gebrannt. Warum ist dann Wodka farblos und Whisky braun? Die Antwort kennen sie. Whisky wird genauso farblos destilliert wie Wodka. Doch man lagert ihn in Eichenholzfässern und die geben über die lange Reifezeit von vielen Jahren die braune Farbe an das Destillat ab. Wodka wird dagegen meist nicht gelagert und so klar und rein, wie er aus den Destillationskolonnen fließt, auch direkt in die Flasche abgefüllt.

Dieser grundlegende Unterschied zwischen Getreidewodka bzw. Korn und unserem Whisky hat die Branche eine Unterscheidung in ‚weiße‘ und ‚braune‘ Getränke treffen lassen. Zu den braunen Getränken gehören ebenso Cognac, Brandy und Rum. Doch halt - der Rum nimmt eine Sonderstellung ein. Es gibt ihn als farblosen (wei-

ßen) Rum und als braunen Rum, der genauso in Eichenholzfässern reift wie unser Whisky.

Wenn wir unseren Whisky genauer betrachten, so können wir im Whisky auch Farbunterschiede feststellen. Braun ist nicht gleich braun. Junger Whisky fällt heller aus als lang gereifter. Doch das ist nur eine Facette der Whiskyfarbe. Es kommt darauf an, in welchem speziellen Fass oder Fässern ein Whisky reifen durfte.

Das Gros unserer Whiskys reift in ehemaligen Bourbon-Barrels. Also Fässern aus amerikanischer Weißeiche, in der zuvor Kentucky Straight Bourbon oder Tennessee Whiskey lagerte. Legen sie ein normales Stück Eichenholz in einen Whisky, so wird sich der Whisky mit der Zeit kaum färben. Warum auch? Es gibt in diesem Eichenholz nichts, was wirklich dunkel wäre. Darum nennt man

sie ja auch Weißeiche. Unsere Eiche rustikal im Wohnzimmer wird dagegen mit Farbe auf den richtigen Ton gebeizt.

Damit Eichenholz alkoholische Getränke wie Wein (Barrique) und Whisky sowie Rum und Cognac ordentlich reift (im Geschmack ergänzt), muss man das Eichenholz zuvor thermisch behandeln und verändern. Dazu erwärmt man das Fass für rund 30 Minuten bei moderaten Temperaturen bis 200 Grad von innen. Der Fachmann nennt diesen Vorgang Toasten. Während dieses Toastens verändert sich das Holz und die Molekülketten der Zellulose spalten sich zum Teil in Zucker. Erhitzt man länger und weiter, so beginnt dieser entstandene Zucker zu karamellisieren. Und wie wir alle aus unserer Jugend wissen: Karamell ist braun. Sägt man eine Fassdaube durch, so kann man die rote Trennschicht (engl. Red Layer), bis zu der der Karamellisierungsvorgang stattgefunden hat, deutlich erkennen.

Anschließend brennt man dann die Fässer noch für einige Zige Sekunden mit großer Flamme aus. Es entsteht eine mehr oder minder dicke Holzkohleschicht, die der Whiskyhersteller in ihrer gewünschten Dicke bei der Bestellung der neuen Fässer angibt. Diese tiefschwarze Holzkohleschicht versorgt den Whiskey nicht mit färbenden Stoffen. Sie ist vielmehr dazu gedacht, scharfe Bestandteile aus dem Rohwhiskey, der Amerikaner nennt ihn White Dog, über die Lagerung herauszufiltern. Doch einen gewissen Einfluss auf die Färbung hat dieses Ausflammen dennoch. In der besonders heißen Zone, wo die Holzkohleschicht endet und das unverbrannte Eichenholz beginnt, wird der Holzzucker zu besonders dunklem Karamell. Dabei ist es wichtig, dass nur sehr kurz ausgebrannt wird. Denn erhitzt man Zucker zu heiß und zu lang, dann wird das Karamell zwar sehr dunkel aber dabei auch sehr bitter.

Aufgemerkt! Wir sprechen hier bislang ausschließlich von den frischen Fässern für die amerikanische Bourbon-Industrie, die erst in ihrem späteren Leben für den Scotch da sein werden.

Per Gesetz darf Bourbon ausschließlich in frischen Fässern aus milder amerikanischer Weißeiche reifen. D.h. für jede produzierte Gallone White Dog müssen amerikanische Weiß-eichen gefällt werden. Das ist kein Raubbau an der Natur, sondern Forste werden industriell bewirtschaftet und eine ganze Branche lebt von diesen Fässern. Und mit diesem frisch getoasteten und ausgebrannten Holz steht auch für jeden Liter Bourbon und Tennessee Whiskey ausreichend natürliches Zuckerkulör (Karamell) in der Fasswand zur Verfügung, was die Bourbons trotz kurzer Reifezeit von typisch nur zwei bis vier Jahren auf natürliche Art und Weise sehr dunkel färbt.

Nach dieser ersten Benut-

zung haben die Fässer bereits einen Großteil ihres natürlichen Färbungspotenzials an den Bourbon abgegeben. Der anschließend eingefüllte schottische Rohwhisky - farblos wie Wodka - benötigt nun viele, viele Jahre Reifezeit, um eine in etwa vergleichbare Färbung aufzuweisen. Tatsächlich haben die amerikanischen Whiskeys bereits mehr als die Hälfte des natürlichen Zuckerkulörs aus der Fasswand extrahiert. Ein Scotch Whisky aus einem Ex-Bourbonfass wird also nur sehr selten eine vergleichbare Färbung wie ein Bourbon aufweisen können. Diese Abnahme der Färbeleistung eines Fasses ist - naturwissenschaftlich betrachtet - eine stark abklingende Funktion. Soll heißen: Verwendet man das Fass in Schottland noch ein paar Mal, so wird weniger und weniger Färbung im fertigen Whisky ankommen. Tatsächlich erreichen Whiskyfässer in der schottischen Whiskyindustrie ein Alter von 40 und

mehr Jahren und die Färbeleistung in den letzten 20 Jahren ist gering.

Dies ist jedoch nur eine Möglichkeit, einen Whisky braun zu bekommen. Und wirklich braun wird er dabei nicht. Die so entstehende Farbe möchte ich als golden oder im besten Fall als tiefgolden bezeichnen. Von braun kann noch lange keine Rede sein.

Es gibt noch eine zweite na-

türliche Farbquelle für unseren Whisky. Und das sind die Pigmente aus Weintrauben. Fässer aus europäischer Eiche, die wir natürlich für europäischen Wein verwenden, geben weitaus mehr Eichenaromen an die in ihnen reifenden Weine ab, als Fässer aus der milden amerikanischen Weißeiche. Auch die europäische Eiche muss thermisch behandelt werden (toasten), sonst kommt ihr starkes Aroma nicht zur Geltung. Doch man brennt



im Gegensatz zu den USA in Europa die Fässer in der Regel nicht aus und erzeugt somit auch keine Holzkohle auf der Innenseite. Während nun ein Wein in diesen Fässern seine Barrique-Reifung erhält oder ein Portwein bzw. Sherry ein bis zwei Jahre in diesen Fässern lagert, setzen sich die Pigmente der Trauben, die mitunter sehr dunkel ausfallen, an der Fasswand ab. Damit können später eingefüllte schottische Rohwhiskys nicht nur die Farbe des karamellisierten Zuckers aus der Fasswand aufnehmen, sondern auch die Farbe der Trauben. Diese Trauben-Pigmente, vor allem aus Rotweinen, erreichen eine vielfach so starke Färbung, wie das natürliche Karamell. Und auch hier werden diese Fässer in Schottland mehrfach verwendet. Das erste Mal kommt viel Farbe heraus. Anschließend immer weniger. Nachteilig ist, dass die europäischen Sherry- und Portweinfässer so groß sind. So ist der Anteil Fasswand

pro umschlossenem Liter Rohwhisky kleiner als bei den Ex-Bourbonfässern. Deshalb sinkt die Färbeleistung der großen Fässer auch schneller ab als die der Kleinen.

War's das?

Nein! Whisky wird auch künstlich gefärbt. Klingt jetzt blöd - ist aber so. Da Whisky nicht immer so aus dem Fass kommt, wie man ihn gerne hätte, hilft man künstlich mit dem Farbstoff Zuckerkulör E150a (Spirit Caramel) nach. Einfache Blended Whiskys werden regelmäßig nachgedunkelt. Aber auch hochwertige Single Malts müssen eine kleine Menge Farbstoff erdulden. Hier geht es meist darum, dass Whisky in den unterschiedlichen Fässern auch unterschiedliche Farbe annimmt. Und wenn zwei abgefüllte Chargen leicht unterschiedliche Farben aufweisen, dann kommt sofort die Frage auf, ob der Helle oder der Dunkle nun besser oder schlechter wäre. Dieser Konfrontation mit

dem Kunden gehen die Hersteller gerne aus dem Weg und man - so heißt es offiziell - ‚setzt Zuckerkulör zur einheitlichen Farbgebung hinzu‘.

Dem wahren Whiskyliebhaber ist diese Zugabe von Zuckerkulör zum Nachdunkeln des Whiskys zuwider. Wenn ein Single Malt schon so rein, natürlich und SINGLE ist, warum gibt man dann überhaupt Zuckerkulör dem Whisky hinzu?

Die Antwort ist so einfach wie bedrückend. Es geht um die Kaufentscheidung. Da ein Whiskygenießer eine braune Spirituose und keinen Wodka erwerben möchte und der Hersteller für frische, stark Farbe abgebende Holzfässer eine Menge Geld ausgeben muss, sucht man die Abkürzung ins mentale Entscheidungszentrum des Kunden. Und diese Abkürzung lautet: Je dunkler ein Whisky, um so besser verkauft er sich. Das gilt jedoch nur für Gelegenheitskäufer, die noch nicht so tief über die Herstel-

lung von Whisky nachgedacht haben, wie der regelmäßige Leser dieser Newsletter. Doch die Gelegenheitskäufer sind in der großen Mehrzahl und damit wird Farbe zugesetzt, weil es die Meisten nicht stört.

Wer nun auf die Idee kommt, nach Schottland zu fahren, um sich dort die Whiskys ungefärbt mitzunehmen, der muss noch etwas wissen. Nur in Deutschland und Dänemark ist die Angabe ‚mit Farbstoff‘ per Gesetz vorgeschrieben. Wenn man sich also aus Schottland seine Lieblingsflasche mitnimmt, weil auf unserer deutschen Flasche die Angabe ‚mit Farbstoff‘ drauf steht und in UK nicht, den muss ich leider enttäuschen. In anderen Ländern lässt man die Kennzeichnung einfach weg, obwohl der Inhalt der Flaschen aus den selben, großen Behältern stammt und ebenso gefärbt ist.

Diese deutsche Kennzeichnungspflicht treibt auch noch andere Blüten. In den meisten

Büros in Schottland versteht man den Zusatz ‚mit Farbstoff‘ nicht. Schließlich sprechen nur eine verschwindend kleine Anzahl von Briten Deutsch. Es hat sich vielmehr eingebürgert, dass der Aufkleber ‚mit Farbstoff‘ bzw. dessen Zusatz auf dem Rückentikett, landesabhängig gemacht wird. Ähnlich zum Grünen Punkt oder Steuermarken. Und dabei geht es nicht um das tatsächliche Vorhandensein von Farbe im Whisky, sondern um das Zielland der Flasche - egal was drin ist. Deutschland erhält die Kennzeichnung, egal was in der Flasche drinnen ist.

Abschließend muss man jedoch auch Entwarnung geben. Die zugesetzten Mengen an Zuckerkulör entsprechen pro Fass nur ein paar Fingerhut voll. Eine geringe Menge, die auch Fachleute nicht schmecken können.

Wer als Purist jedoch Whiskyflaschen ohne Farbe erwerben möchte, der kann ab sofort im Shop-System von The Whisky Store neben jeder gefärbten

Flasche die Angabe ‚mit Farbstoff‘ finden und so seine Entscheidung besser fällen.

Hier ist schon einmal die Liste der schottischen Brennereien und Abfüller/Serien, die generell der Färbung entsagt haben. Für alle anderen Fragen bemühen Sie bitte unser Shop-System.

Brennereien:

Ardbeg, Arran, Benriach, Bruichladdich, Deanston, Edradour, Glendronach, Glenfarclas, Glenglassaugh, Glengoyne, Glenrothes, Hazelburn, Highland Park, Kilchoman, Kilkerran, Longrow, Macallan, Springbank

Unabhängige Abfüller:

Douglas Laing, Gordon & MacPhail, Ian McLeod, McGibbon's Provenance, Murray McDavid, Signatory Vintage.

Wie wir Whiskys empfehlen

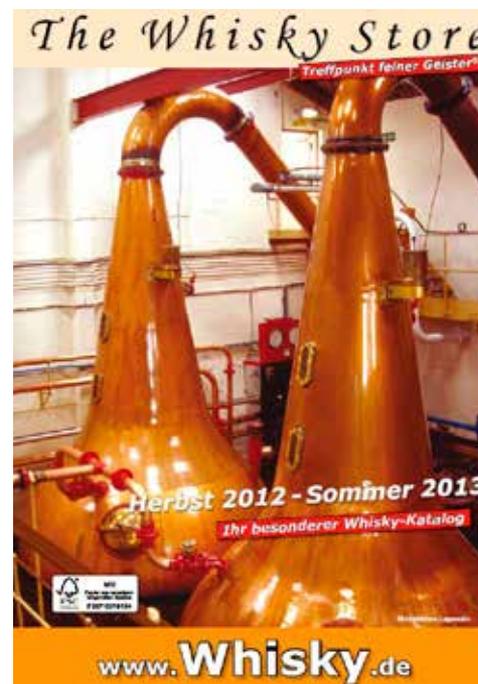
Der Goldene Stern

Haben Sie schon einmal in unseren besonderen Whisky-Katalog gesehen? Sie haben ihn nicht vorliegen? Dann können Sie sich den Katalog hier aus dem Internet herunterladen und/oder sich ein gedrucktes Exemplar bestellen.

In einem großen Bestellkatalog erwartet der Leser eine Empfehlung besonderer Ware. Kaum ein Katalog lässt es sich

nehmen, auf Extraseiten besondere Produkte anzupreisen. Dabei stellt sich immer die Frage: ‚Warum genau diese Produkte und nicht andere?‘ Und um die Entscheidung kritisch zu hinterfragen: ‚Kann es sein, dass das Unternehmen entweder viel Ware eingekauft hat und/oder man eine besonders hohe Marge an den extra beworbenen Produkten erzielt?‘

Wir sind als Bürger in der heutigen Zeit des hemmungslosen Kommerzes und spätestens seit den enttäuschten Versprechungen der Finanzkrise kritischer geworden. Empfehlungen durch Fachverkäufer bzw. Anbieter folgt man nicht mehr so leichtfertig wie früher. Wir alle wissen mittlerweile, dass auch der freundliche Bank- bzw. Sparkassenberater seine Umsatzziele zu erfüllen hat, sonst sieht es mau mit seinem persönlichen Bonus aus. Gibt es denn keine neutralen Empfehlungen mehr? Oder fragen



wir anders: Kann es keine neutralen Empfehlungen mehr geben? Oder noch kritischer: Hat es noch nie neutrale Empfehlungen in unserer Gesellschaft gegeben?

Doch, man kann heute noch empfehlen. Man muss sich aber nur etwas mehr Gedanken machen. Und zwar sowohl auf empfehlender als auf empfohlenen Seite. In einem stationären Laden ist die Lage klar. Hier muss der Fachverkäufer den Besen oder die Bluse empfehlen, die auf Lager liegen. Ansonsten macht man sich unglaublich und vor allem macht man kein Geschäft. Es gibt ein treffendes Sprichwort im Marketing: Der eigene Stammkunde ist der Neukunde der Konkurrenz. Oder andersherum: Der eigene Neukunde ist der Stammkunde der Konkurrenz. Man kämpft um den Kunden und wer den Verkauf macht, der hat gewonnen.

So einfach geht es dann doch nicht. Das ist nämlich zu kurz

gedacht. Wenn ich ein ungeeignetes Produkt einem Kunden ‚andrehe‘, dann hat man vielleicht seinen Bonus verdient oder den Ladenhüter mit Gewinn verkauft. Aber der Kunde kommt nicht wieder. Ganz schlimm ist das mit Stammkundschaft. Enttäuscht man sie aus Geldgier oder unmäßigem Verkaufsdruck, dann geht der ganze Laden baden. Und wenn man ‚dahergelaufenen‘ Neukunden diese suboptimale Ware andreht, dann wird man keine Stammkunden gewinnen.

Wie bekommt man dann etwaig schlecht gehende Ware aus dem Lager? Schließlich laufen Zinsen und die angemietete Fläche kostet monatlich Geld.

Die Lösung für das Problem ist bestechend einfach. Man kauft nur die Ware ein, die dem Kunden auch ‚schmecken‘ wird. So verhindert man wirksam Ladenhüter. Das erfordert vom Händler ein gehöriges Maß an Spezialwissen. Wer sich selbst ‚nur‘ als Händler sieht,

der sämtliche Ware verkaufen kann, der wird in der heutigen Zeit schnell scheitern. Nein - der Händler hat gleichzeitig auch Fachmann bzw. Fachfrau zu sein. Einem Händler ohne Ahnung (Fachwissen) etwas abzukaufen, von dem man selbst nicht weiß, ob es etwas taugt, hat schon etwas mit Kamikaze zu tun.

Stationärer Handel war Gestern - heute regiert das Internet. Naja, ganz soweit sind wir noch nicht, aber Internet und Versandhandel befinden sich in einem stetigen bereits Jahrzehnte dauernden Aufstieg.

Und nun kommen wir nach diesem Ausflug in die Grundzüge des Produktvertriebs zu unserem Katalog und den darin ausgesprochenen Empfehlungen und natürlich zu den Empfehlungs-Sternen.

Auch im besonderen Whisky-Katalog von The Whisky Store empfehlen wir auf den Seiten 4 und 5 zwei Dutzend Whiskys in Form von Dauer-Tiefpreisen.

Doch warum gerade diese? Es sind die Whiskys, die von allen Whisky-Genießern im statistischen Mittel am meisten gekauft werden. Und diese großen, verkauften Mengen erlauben es uns, diese Whiskys besonders günstig zu kalkulieren. Denn die Kosten des Transports und des Lagerumschlags lassen sich bei diesen Produkten auf besonders viele, verkaufte Flaschen aufteilen. Das macht sie billiger und wir geben diesen Einkaufsvorteil an unsere Kunden weiter.

The image shows a grid of whisky products under the heading 'Dauer-Tiefpreise'. Each product entry includes a small image of the bottle, the brand name, age, and price. The products listed include:

- James Watson 12 Jahre
- James Watson 15 Jahre
- James Watson 18 Jahre
- James Watson 21 Jahre
- James Watson 24 Jahre
- James Watson 27 Jahre
- James Watson 30 Jahre
- James Watson 33 Jahre
- James Watson 36 Jahre
- James Watson 39 Jahre
- James Watson 42 Jahre
- James Watson 45 Jahre
- James Watson 48 Jahre
- James Watson 51 Jahre
- James Watson 54 Jahre
- James Watson 57 Jahre
- James Watson 60 Jahre
- James Watson 63 Jahre
- James Watson 66 Jahre
- James Watson 69 Jahre
- James Watson 72 Jahre
- James Watson 75 Jahre
- James Watson 78 Jahre
- James Watson 81 Jahre
- James Watson 84 Jahre
- James Watson 87 Jahre
- James Watson 90 Jahre
- James Watson 93 Jahre
- James Watson 96 Jahre
- James Watson 99 Jahre
- James Watson 102 Jahre
- James Watson 105 Jahre
- James Watson 108 Jahre
- James Watson 111 Jahre
- James Watson 114 Jahre
- James Watson 117 Jahre
- James Watson 120 Jahre

Wo ist hier die Empfehlung? Wir empfehlen hier ganz bewusst Ware mit günstigem Preis. Es geht nicht primär um einen Spitzengeschmack. Hier spricht der Wille der Masse der Whiskygenießer. Natürlich findet man beim Discounter noch billigere Whiskys. Doch es geht nicht um den billigsten Whisky, sondern um die Einstiegsware in das Segment des Premium-Whiskys. Schließlich kostet eine der Dauer-Tiefpreisflaschen keine 9,99 Euro sondern meist ab 30 Euro aufwärts. Unsere empfohlenen Dauer-Tiefpreise sind also der ‚günstige‘ Einstieg in die teuren Premium-Whiskys.

Bevor wir nun zum Goldenen Stern aus dem Titel des Newsletters kommen, lassen Sie mich zuerst unsere Vergabe des Roten Sterns erklären. Und nein, es geht nicht um Kommunismus ;-) Whisky und besonders schottischer Single Malt Whisky ist eine unheimlich individuelle Sache. Was dem einen

schmeckt, gleicht dem anderen wie Spülwasser und umgekehrt. Was liegt also näher, als unsere Kunden in großer Zahl über die Qualität der Whiskys selbst abstimmen zu lassen? Und genau das machen wir seit 2009 in unserem Shop-System mit den Geschmacksbewertungen. Bislang haben wir für unsere angebotenen Whiskys mehr als 50.000 Einzelbewertungen erhalten. Dass so eine Bewertung statistisch klappt, zeigt die Wissenschaft. Dazu gibt es eine schöne Forschung über die Weisheit der Vielen.

Unsere Zigtausend Bewertungen unterziehen wir einer statistischen Mittelwertbildung und stellen sie im Shop-System

allen Kunden zur Verfügung. So kann sich jeder Besucher unseres Shops ein unabhängiges Bild von einer Flasche machen, ohne der ‚Beratung‘ durch einen Fachverkäufer ‚ausgeliefert‘ zu sein. Wir haben alle unsere Whiskys nach Preisklassen geordnet und jeweils den Whiskys mit den höchsten Bewertungen in den Preisklassen die Roten Sterne vergeben. Tatsächlich haben wir die Bewertungen noch durch den Preis geteilt, um auch die Preisunterschiede in einer Preisklasse zu berücksichtigen. Der Rote Stern steht also für die beste Qualität bei einem gegebenen Preis.

Warum dann nicht den besten Quotienten aus Bewertung und

Preis für die ‚preiswerteste‘ Flasche nennen und gut ist es? Weil höhere Qualität auch immer mit überproportional steigenden Preisen verbunden ist. Wir würden am Ende vermutlich nur eine Dauer-Tiefpreisflasche mit dem Roten Stern auszeichnen. Das würde dem Wunsch des Kunden nach Vielfalt entgegenstehen. Der Rote Stern ist also als gewichtete Empfehlung in den jeweiligen Preisklassen zu sehen. Und Jedem sollte klar sein, dass es hier um das Empfinden der Masse der Genießer geht. Wer einen von der Masse abweichenden Geschmack hat - und glücklicherweise sind das auf Grund der Statistik nicht wirklich viele - für den gilt diese Einteilung natürlich nicht. Sie finden nur durch Versuch und Irrtum heraus, ob die Empfehlungen der Masse für sie zutreffend sind.

Kommen wir abschließend zu unserem Goldenen Stern. Hier geht es um etwas Anderes. Whisky hat neben dem oben

| | | | |
|---|--|---|---|
|  | <p>Aberlour a'bunadh Der immer in Kleinauflage abgefüllte Malt a'bunadh (gälisch: Das Original) trägt keine Altersangabe, da nur die besten Fässer für diese Abfüllung ausgewählt werden. Es ist ein schwerer, voll sherrytöniger Malt mit sehr viel Aromen. ca. 60% 0,7l € 53,90 77,00 €/Liter</p> |  | <p>Aberlour 18 Jahre Im Aroma finden sich feine Orangen- und Schokoladennoten mit einem Hauch reifer Birnen. Der Geschmack bringt Gewürze, Datteln, dunkle Schokolade und Eichenholz. Der Abgang dieses likörähnlichen Malts ist mittellang und mild. 43% 0,7l € 62,90 mit Farbstoff 89,86 €/Liter</p> |
|---|--|---|---|

geschilderten demokratischen Geschmackscharakter auch eine repräsentative Seite. Es gibt Flaschen, die werden besonders stark beworben und entsprechend teuer durch den Hersteller im Markt platziert. In Folge strengt man sich auch besonders stark bei der Herstellung dieser Whiskys an. Doch diese Whiskys sind mitunter so teuer, dass sie sich nicht wirklich viele Genießer leisten können. Und wenn nicht viele diese Whiskys genießen, dann wird auch nicht die Auswahl oder das Ignorieren durch viele Käufer einen Einfluss auf den Whisky haben. Vielmehr haben die Whisky-Journalisten und -Experten zu diesen Whiskys weitaus mehr zu sagen, als der ‚einfache‘ Genießer. Schließlich erhalten sie regelmäßig Proben kostenfrei zugesandt.

Und dazu kommt nun noch ein weiterer Umstand - und zwar die Beeinflussbarkeit des persönlichen Geschmacks über weite Entfernungen. Ist ein

Experte in der Öffentlichkeit besonders aktiv z.B. als Buchautor, Tasting-Veranstalter oder aber in Videos, so gewinnt seine öffentlich dargelegte Meinung zu einem Produkt und bei uns zu unserem Whisky, eine wachsende Bedeutung. Die Beeinflussung des Urteils eines Menschen über die Entfernung und die Unsicherheit des Menschen an seinem eigenen Urteil, führen zu dem Status, den Experten in der Bevölkerung genießen. Das geht soweit, dass sogar Politiker mit Parteiprogrammen und gefestigter Meinung sich dem Rat von Experten beugen müssen.

Die Vergabe unseres Goldenen Sterns enthält deshalb drei Komponenten. Einmal die Repräsentanz der Brennerei und damit den Anspruch, den das herstellende Unternehmen selbst an sein eigenes Produkt hat. Dabei spielt auch ein herausragender Preis und damit die Knappheit des Produkts selbst eine Rolle.

Die zweite Komponente zur

Vergabe des Goldenen Sterns kommt durch das Urteil der Experten zu Stande. Bewertet die Kaste der Experten diesen Whisky als herausragend, so können wir diesen Einfluss, den die Experten auf den Kunden und die Branche haben, nicht ignorieren.

Und den dritten und letzten Einfluss auf die Vergabe des Goldenen Sterns behalten wir uns selbst vor. Denn Experten sind nicht immer zwingend unabhängig. „Wessen Brot Du isst, dessen Lied Du singst!“ Experten verdienen ihren Lebensunterhalt in der Regel eben durch die Unternehmen, deren Produkte sie als Experten bewerten und empfehlen. Natürlich darf ein Experte seine positiven Bewertungen nicht übertreiben. Doch wenn wir mit dem Selbstbildnis eines Herstellers und dem gleich schwingenden Urteil eines Experten wirklich nicht konform gehen, dann behalten wir uns vor, eben den Goldenen Stern zu verweigern.

Das klingt nun sehr theoretisch. Lassen sie mich das mit einem Beispiel verdeutlichen. Wir werden z.B. sehr misstrauisch, wenn ein Premium-Whisky international sehr unterschiedlich teuer angeboten wird. Wenn im Ausland ein Whisky gerade einmal die Hälfte von unserem Preis aufweist. Oder wenn wir von einem Großhändler/Distributor ein ‚Räuber-Sonderangebot‘ erhalten. Das spricht dann dafür, dass der Hersteller zu Gunsten des schnellen Geldes einen Lagerbestand verschleudert hat. Mit einer seltenen Flasche, die wirklich einen Goldenen Stern verdient hätte, würde das Niemand machen. Es verböte sich von selbst. Solche Flaschen gehören gepflegt und umhegt. Bei ihnen ist kein Platz für den schnellen Dollar.

Geschmack ist eine subjektive und emotionale Sache. Und die Vergabe des Goldenen Sterns muss eben diese Emotionalität mit abdecken. Wenn man sich für sein unter Schweiß

verdientes Geld eine herausragende Flasche mit dem Goldenen Stern leistet, dann muss für den Käufer nicht nur eine herausragende Qualität und ein besonderer Geschmack sichergestellt sein. Der Käufer hat den Anspruch, dass diese Flasche auch in der Branche geachtet wird und dass er nicht bei seinem nächsten Zwischenstopp auf der Reise nach Asien diese Flasche zum halben Preis auf dem Wühltisch vorfindet.

Qualität hat ihren Preis. Einen S-Klasse-Mercedes gibt es auch nicht zum Preis eines Golfs und die meisten Eigentümer würden sich heftig beschweren, wenn auf einmal die Edelkutsche an jeder Ecke billiger zu haben wäre. Whisky ist ein Gesamterlebnis. Man kann seinen Geschmack nicht von der restlichen Erscheinung einer Flasche abkoppeln. Wäre das der Fall, würden heute alle Unternehmen Whisky nur noch in der Standard Liquor Bottle über die Discounter verkaufen.

Whisky für Einsteiger Der Weg ist das Ziel

Fast täglich erhalten wir E-Mails von Neueinsteigern, die in die komplizierte Materie des Whiskys einsteigen. Meist haben sie überraschend bei Freunden einen tollen Whisky probiert oder sie trinken Supermarktwhisky bereits seit Langem und suchen nun nach Genusswhiskys, die interessante Geschmacksbereicherungen

bieten.

Wir erhalten dann in der Regel Anfragen wie folgt: „Ich kenne die Whiskys ABC und XYZ und suche nun einen (oder mehrere) Whiskys, die so ähnlich schmecken aber viel besser sind. Ich möchte bis zu XX Euro ausgeben.“

Diese Anfragen sind aus meiner Sicht etwas äußerst Positives. Sie zeigen zwei Dinge in unserer Gesellschaft. Zum

Ersten ist man auf der Suche nach Geschmackserlebnissen und -verbesserungen - also nach introvertierten Aktionen - und zum Zweiten zeigt sich ein Nachfragewachstum selbst in Zeiten einer ausgehenden Weltwirtschaftskrise. Für wichtig halte ich dabei, dass es sich um einen Luxus handelt, der wirklich für die eigene Seele gedacht ist. Und nicht, um damit vor dem Nachbarn oder Arbeitskollegen zu protzen. Man sucht nach einem Whisky, um ihn zu Hause für sich zu genießen und dabei neue Erlebnisse und Erfahrungen zu sammeln. Es geht um mehr Genuss und keinesfalls Wirkungstrinken.

Wie kann nun ein Einsteiger zielführend die Whiskys finden, die ihm am besten schmecken?

Es gibt da eine altbekannte Antwort, in der viel Richtiges steckt: „Der Weg ist das Ziel“. Soll heißen, man wird nie den für sich idealen Whisky finden, da sich die eigene Erfahrung permanent erweitert bzw.



verbessert und man ständig auf der Suche nach neuen und für diesen Lebensabschnitt besser geeigneten Whiskyaromen ist. Doch bevor man diesen Weg geht, muss man zuerst den richtigen Anfang finden. Bildlich gesprochen sollte man bei uns nicht nach Norden gehen, wenn man eigentlich die Wärme liebt.

Viele Neueinsteiger fragen auch in unserem The Whisky Forum nach Empfehlungen. Und die ersten Antworten gehen immer in Richtung Probentausch. In unserem Internet-Forum haben sich nämlich User zusammengefunden, die auf privater Basis Whiskyproben abfüllen und zu Selbstkosten versenden. Doch Achtung! Hier kann man als Anfänger auch aufs Glatteis geraten, da Niemand mit Gewissheit sagen kann, ob nachher in der Probe auch das drinnen ist, was der Teilende angibt. Es ist eine private Tauschbörse mit allem Wenn und Aber. Vor allem Experten tummeln sich in dieser Tauschbörse. Sie haben bereits

einen tollen Erfahrungsschatz aufgebaut und haben zu Hause Dutzende offene Flaschen - die meist in die Kategorie der Spezialabfüllungen gehören. Wenn man dann Vertrauen zu einzelnen Teilnehmern aufgebaut hat, dann macht dort das Tauschen mit seinen Freunden richtig Spaß. Manche nehmen so stark an diesem Probentausch teil, dass sich bei ihnen ein ‚Probenstau‘ einstellt.

Doch für einen Einsteiger halte ich dieses Vorgehen für riskant. Erwischt man zu Anfang die falsche Probe - weil sie ein Experte in den höchsten Tönen lobt - und man selbst noch nicht ausreichende Einstiegserfahrung gesammelt hat, dann kann man auch schon einmal reinfallen. Das sollte am Anfang einem Einsteiger möglichst nicht passieren. Er könnte die Lust an seinem neuen Hobby schnell verlieren. Wenn Sie also als Anfänger in die Probenbörse bzw. Flaschenteilung starten, dann geben Sie sich bitte als Einsteiger zu erkennen und lassen Sie sich nicht auf Proben

aus exotischen Flaschen ein. Wie erkennt man nun exotische Flaschen? Meist daran, dass man sie bei uns im The Whisky Store unter den angebotenen Flaschen im Shop nicht findet.

Auch die Probengröße ist wichtig, wenn man sich als Einsteiger einem Whisky nähert. Die typischen 5cl (=0,05Liter) einer Miniaturflasche sind für einen unerfahrenen Genießer oft zu wenig. Als Einsteiger in die Materie kann man meist noch nicht beurteilen, zu welchen Situationen einem ein Whisky schmeckt und wann nicht. Vor dem Essen, nach dem Essen, was für ein Essen, in Gesellschaft oder Alleine, mit Wasser, ohne Wasser, usw. Selbst die eigene Stimmung nimmt einen gravierenden Einfluss auf das Geschmacksempfinden.

Und damit bin ich für den Einsteiger beim ersten, wichtigen Tipp. Probieren Sie nie (NIE) Whisky zum Abbau von Frust. Dies kann zu einer emotionalen Negativspirale führen, in der

man den Frust des Tages dann nur noch mit einem Whisky abbauen kann. Das darf auf keinen Fall passieren! Whisky sollte man nur in guter Stimmung konsumieren. Frei nach dem Motto: ‚Heute hat alles so wunderbar geklappt‘ oder ‚die Woche ist so toll gelaufen‘, das feiere ich jetzt mit einem guten Whisky.

Doch kommen wir langsam zum Kern der Empfehlung. Womit sollte der Einsteiger denn beginnen? Meine Empfehlungen gehen zu Whisky-Sortimenten mit mehreren Flaschen die je 0,2 bis 0,35 Liter Inhalt aufweisen. Hier finden Sie eine Liste in unserem Internet-Shop. Für eine erste Auswahl empfehle ich rund 10 Fläschchen, also 3 bis 4 Sortimente, in denen bevorzugt Flaschen unterschiedlicher Brennereien enthalten sein sollten. Zwar ist es auch schön, wenn man die unterschiedlichen Aromen innerhalb einer Brennerei erfahren kann. Doch dies sollte aus meiner Sicht dann erst im zweiten



Schritt folgen.

Die ersten 10 Proben sollte der Einsteiger dann zu unterschiedlichen Gelegenheiten einzeln, aber auch im Vergleich zueinander, verkosten. Und denken Sie bitte daran, sich die ersten Eindrücke und Erfahrungen zu notieren. Was einem geschmeckt hat und was man herausgeschmeckt hat. Wichtig sollte auch eine Wertung des Whiskys sein. Eine Skala von 0 bis 5 Punkten hat sich dabei bewährt. Nach einer gewissen Zeit - Niemand sollte so etwas übertreiben - hat man dann ei-

nen Grundstock an Erfahrungen und kann zumindest sagen, ob einem Rauch und/oder Sherryfässer zusagen. Auch die verschiedenen Regionen, in denen Whisky historisch bedingt unterschiedlich produziert wird, werden einem dann nicht mehr unbekannt sein.

Hat man ausreichend Erfahrung gesammelt, so kann man im Internet-Shopsystem von The Whisky Store seine groben Geschmacksbewertungen an Hand von 7 Einzelwertungen abgeben. Geschmäcker sind verschieden und so ergibt sich eine gewisse Streuung dieser abgegebenen Wertungen. Doch die Streuung ist überraschenderweise nicht groß. Meist liegen zwei Drittel der abgegebenen Wertungen innerhalb 10 Prozent der Skalenbegrenzungen. Das sind schöne, konsistente Werte.

Hat man nun seine Vorlieben herausgefunden, so kann man im Shopsystem nach vergleichbar bewerteten Flaschen suchen. Im Shop kann man

Antworten finden wie: ‚Empfinde ich Rauch ähnlich stark wie andere Genießer?‘ oder ‚Stimmen meine Qualitätsbeurteilungen mit anderen tendenziell überein?‘ Kann man sich diese Fragen beantworten, dann kann man den nächsten, logischen Schritt gehen. Man kann auf den Detailseiten zu vielen Großflaschen im Internet-Shop den Link: ‚Artikel mit ähnlichem Geschmack finden‘ anklicken. Und dann schlägt der Rechner

die Flaschen in einer Liste vor, die ähnliche User-Bewertungen wie die angezeigte Flasche erhalten haben.

Solche Vergleiche sind nicht 100-prozentig. Natürlich gibt es Unterschiede. Ansonsten müssten wir uns ja keine anderen Flaschen aussuchen, sondern könnten bei unserer bisherigen Flasche bleiben. Aber aufbauen auf dieser Vorschlagsliste kann man nun eine bessere Entscheidung für einen Kauf

Geschmacksbewertung - (Mehr als 100 Bewertungen) [Zum Bewerten bitte einloggen](#)

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|
| Sherry-/Port-/Weinfass (Süße+dunkl. Frucht) 20 40 60 80 100 kein wenig mittel viel extrem | | | | | Rauch + Torf (medizinisch) 20 40 60 80 100 kein wenig mittel viel extrem | | | | |
| süß (Karamell, Honig) - trocken (Apfel, Zitrus) süß neutral trocken | | | | | Frucht (Apfel, ...) + Würze (Gewürze, Eiche, ...) fruchtig beides würzig | | | | |
| Abgang 20 40 60 80 100 sehr kurz kurz mittel lang sehr lang | | | | | Gesamteindruck 20 40 60 80 100 leicht mild mittel stark intensiv | | | | |
| Qualität 20 40 60 80 100 * ** *** **** ***** | | | | | | | | | |

treffen. Man kann sich natürlich auch irren und man kann einen Whisky mit einer Geschmacksnote erwischen, die sich der Bewertung entzog und die einem nicht zusagt. Aber wie heißt es so schön im Leben: Wir irren uns voran. Behalten Sie solche Flaschen in Ihrer Bar und bieten sie sie Gästen unvoreingenommen an. Der Geschmack der Menschen unterscheidet sich sehr stark. Und was dem einen nicht schmeckt, kann reinstes Elixier für den anderen bedeuten.

Wem diese Vorgehensweise der Suche nach ähnlichen Flaschen nicht zusagt und wer lieber nur nach Verkostung kauft, für den habe ich auch noch eine spezielle Warnung. Der Ort und der Anlass einer Verkostung macht sich überraschend stark in der persönlichen Geschmacksempfindung bemerkbar. Wer hat sich nicht schon einmal einen Wein aus dem Urlaub mitgebracht, der anschließend furchtbar im Vergleich zu den Exemplaren aus dem

heimischen Weinkeller schmeckte? Und genauso ist es auch bei Whiskys, die man irgendwo auswärts verkostet. Das Ambiente, die anwesenden Personen, die eigene Stimmung, usw. All das wirkt sich sehr stark auf das persönliche Geschmacksempfinden aus. Bleiben Sie vorsichtig, auch wenn ein Whisky vor Ort noch so toll schmeckt.

Wer sich dann langsam nach 50 und mehr verkosteten Whiskys zu den Experten zählen darf, der erhält am Ende eine ganz andere Einstellung zu seinen Whiskys. Es gibt nur sehr wenig wirklich schlecht zu einem passende Abfüllungen. Es ist die Kunst, für den richtigen Anlass und die richtige Stimmung den passenden Whisky aus seiner Sammlung auszuwählen. Damit kann sich eine anfänglich vielleicht als Fehlkauf angesehene Flasche am Ende doch noch passend zu einer speziellen Lebenssituation herausstellen.

Der Weg ist das Ziel!

Sherry oder nicht Sherry, das ist hier die Frage Das leidige Thema mit der Farbe

Seit ein paar Monaten zeigen wir in unserem Shop-System die Verwendung von Farbstoff in Whiskyflaschen an. Viele Kunden schätzen diese Informationen.

Und seit Jahren tut sich Gewaltiges in der Branche. Mehr und mehr Hersteller gehen dazu über, ihre Single Malt Whiskys nicht mehr zu färben. Ein schöner Trend, will man meinen. Doch nicht alles ist Gold, was glänzt. In den vergangenen Monaten konnten wir mehrere Umstände ausmachen, die die Färbung von Single Malt Whisky in einem besseren Licht erscheinen lassen.

Zunächst eine kurze Vorbemerkung. Dunkler Whisky ver-

kauft sich besser als heller. Das ist nun einmal so. Der Mensch genießt auch mit dem Auge und so kann er sich nur in seltenen Fällen von der Farbe eines Whiskys beim Genuss emotional befreien.

Das wissen die Hersteller und deshalb wird ja gefärbt. Was können nun die Hersteller, die nicht färben tun, damit ihre Whiskys dunkler und damit attraktiver erscheinen? Schließlich will man nicht auf seinen ‚Weißwein-Whiskys‘ sitzen bleiben. Zwei Dinge bieten sich an. Whisky wird mit ca. 63 Vol.% ins Fass zur Reifung gefüllt. Mit der Zeit verdunstet mehr Alkohol als Wasser und so sinkt der Alkoholgehalt ab. Gleichzeitig nimmt der Whisky seine bräunliche Farbe aus der Fasswand an. Nach 12 oder mehr Jahren hat der Whisky jedoch immer noch Alkoholgehalte von mehr als 55 Prozent. Früher war es gang und gäbe, Whisky vor der

35,90 EUR
inkl. 19 % UST exkl. Versandkosten
geringer Vorrat
in den Warenkorb
51,29 EUR/Liter, mit Farbstoff

Abfüllung auf die Trinkstärke von 40 bis 43% zu reduzieren. Dabei müssen sich die Farbteilchen aus der Fasswand aber auf ein größeres Volumen verteilen und der Whisky wird heller. Um diesen Effekt nicht zu stark werden zu lassen, erscheinen mehr und mehr Flaschen mit Alkoholgehalten von 46 bis 50% auf dem Markt. Den Spezialisten freut dies. Wer aber keine Lust hat, oder sich nicht traut, seinen Whisky von Hand zu verdünnen, der wird entweder einen stärker alkoholischen Whisky trinken oder sich einer anderen Flasche zuwenden müssen.

Ein hoher Alkoholgehalt in einer Flasche hat drei Nachteile, wenn man nicht verdünnt. Erstens wird der Genuss eines Drams teurer, da der Flaschenpreis nicht nur wegen der höheren Alkoholsteuer steigt. Der Hersteller bekommt weniger Flaschen aus einem Fass heraus und damit wird die Einzelflasche teurer. Der zweite Nachteil ist geschmacklicher Natur. Whis-

ky mit hoher Alkoholstärke betäubt die Geschmacksknospen im Mund und Rachen. Alkohol ist in größeren Mengen und größerer Stärke ein Nervengift und unsere Geschmacksnerven nehmen uns hochprozentige Whiskys deshalb übel. Abschließend sei noch der gesundheitliche Aspekt benannt. Alkohol in geringen Mengen wirkt (statistisch gesehen) lebensverlängernd. Je mehr Alkohol wir aber zu uns nehmen, um so schädlicher wird er. Es macht also durchaus Sinn, Whisky vor dem Genuss zu verdünnen. Neben den obigen Argumenten werden sie noch durch eine überraschende Geschmacksfülle beim Verdünnen belohnt.

Vor rund 10 Jahren habe ich eine ganze Menge an Whiskyproben in kleine, verschraubbare Reagenzgläser abgefüllt. Bereits nach 5 Jahren konnte man bei den einzelnen Proben braune Sedimente beobachten. In einer großen Flasche ergeben sich durch Temperaturunterschiede

immer gewisse Verwirbelungen, die die unsichtbar kleinen Farbteilchen in der Schwebelage halten. Füllt man Whisky jedoch in kleine, schlanke Gefäße um, so setzen sich diese Sedimente ab und der Whisky wird heller. Etwas Ähnliches passiert bei der Kühlfilterung. Wenn man den Whisky abkühlt und sich die Schwebeteilchen (Lipide) zusammenballen, dann können sie durch Papierfilter aufgenommen werden. Das macht den Whisky ebenfalls heller. Wer also seinen Whisky dunkler haben möchte, der filtert diese mikroskopisch kleinen Schwebeteilchen nicht heraus. Der Gourmet sagt, dass diese Schwebeteilchen ebenfalls Geschmacksträger sind und er auf



sie nicht verzichten will. Doch wie schmecken diese Teilchen? Die meisten dieser Farbteilchen sollten aus dem Eichenholz oder - bei der Verwendung von Sherryfässern - zusätzlich aus den Schalen der Trauben stammen. Und das macht das Problem aus. Hier geht es oftmals um bittere, erdige und auf jeden Fall kräftige Aromen. Wer also seinen Whisky ‚mild & mellow‘ also mild und weich genießen möchte, der wird die nicht kühlgefilterten Whiskys nicht wirklich lieben. Der Ardbeg Blasda ist so ein Kandidat, der ganz bewusst als einzige Flasche im Angebot der Brennerei weder einen hohen Alkoholgehalt noch eine Kühlfilterung aufweist.

Was kann man denn noch tun, um Whisky dunkler reifen zu lassen? Ganz einfach: Man mischt mehr Ex-Sherryfässer in den Single Malt ein. Man erhöht innerhalb der Brennerei also den Anteil an Ex-Sherry- oder Ex-Portweinfässern. Dafür darf man natürlich nicht Fässer

von hellen Sherrys verwenden, da man ansonsten ja wenig Färbung hibekommt. Und dieses Einmischen von Whiskys aus dunklen, meist fruchtig-süßen Ex-Sherryfässern, beeinflusst die ungefärbten Single Malts alle gemeinsam in diese eine Richtung. Zusätzlich verstärkt sich der Fasseinfluss durch die kräftige, europäische Eiche, was den Brennereicharakter abschwächt. Am Ende beginnen die Single Malts immer ähnlicher zu schmecken.

Vor noch 20 Jahren kamen fast alle Ex-Bourbonfässer aus den USA per Schiff im zerlegten Zustand. Frachtraum war vergleichsweise teuer und so konnte man es sich nicht leisten, die viele Luft in leeren Ex-Bourbonfässern zu transportieren. Aus den losen Dauben wurden dann in Schottland nicht mehr die Originalgrößen mit ca. 55 Galonen (208 Litern) zusammengebaut. Man vergrößerte stattdessen die Fässer auf sogenannte Hogsheads mit 250 Li-

tern. Damit reifte mehr Whisky im einzelnen Fass und pro Fläche Fasswand; Dadurch wurde der Whisky heller. Heute sind durch den technischen Fortschritt und die fortschreitende Globalisierung die Frachtraten massiv gesunken. Deshalb versendet man heute die Fässer im Ganzen. Man spart zudem die Arbeitszeit beim Zusammensetzen der Fässer. Und die kleineren Fässer lassen den Whisky schneller dunkel reifen. Ein erwünschter Effekt.

Diese Fässer haben einen weiteren Einfluss auf unseren Scotch Single Malt Whisky. Während früher die Fassdauben staubtrocken durch den offenen Transport waren, so findet sich heute in den Fässern immer noch ein Bourbonrest, der am Boden schwappt. Diese drei oder vier Liter Bourbon (>1%) sind zwei Umständen geschuldet. Einmal haben die automatisierten Fassentleerungsanlagen in USA nur eine begrenzte Zeit zur Ausleerung eines Fasses zur Verfü-

gung und zum Zweiten halten die Poren des Holzes noch für eine gewisse Zeit den Bourbon fest. Früher rann dieser Bourbon zwischen den Fassdauben auf den Boden des Transportcontainers. Heute landet der Bourbon in unserem Malt.

Beim Sherry ist es noch gravierender. Hier könnte man bei mancher Flasche sogar unterstellen, dass eine vollständige Entleerung wegen der dunklen Farbe und den geschmacklichen Eigenschaften des Sherrys nicht wirklich erwünscht ist. Viel wird heute versucht, um jede Kleinigkeit per Gesetz oder Verordnung zu regeln. Doch noch Niemand schreibt den Herstellern vor, wie groß die Restmenge Sherry in einem ‚leeren‘ Sherryfass sein darf. Lediglich die Kanadier haben das Problem erkannt und erlauben eine Zumischung von bis zu 9% Sherry und anderen geschmacklich aktiven Substanzen.

Anschließend möchte ich hinzufügen, dass auch ich mich für

ungefärbten und nicht kühlgefilterten Single Malt Whisky begeistern kann. Doch man sollte nicht die Augen vor der Realität verschießen. Die Kühlfilterung wurde bestimmt schon vor dem zweiten Weltkrieg erfunden. Und das wurde gemacht, weil den Menschen damals der gefilterte Whisky besser schmeckte als der ungefilterte. Heute sehen wir eine Rückbesinnung des Menschen auf das Ursprüngliche. Doch wir sollten nicht übertreiben. Es gibt immer einen Grund für technische Entwicklungen. Und nicht immer ist ein verlockender, höherer Gewinn der Treiber des Fortschritts.

Wer also seinen Single Malt Whisky bevorzugt mild und weich genießt und nicht verdünnen möchte, der sollte sich bewusst für Whiskys interessieren, die im Alkoholgehalt bei den klassischen 40% belassen wurden und die entweder natürlich hell oder gar gefärbt sind.

Was die Branche bewegt

Es tut sich was

In unserem Forum und Blog berichte ich hin und wieder, wenn die Distribution eines Whiskys in Deutschland das Unternehmen wechselt. So aktuell wieder geschehen bei der Brennerei Arran. Solche Wechsel kamen früher selten vor. Die Hersteller waren meist froh,

kaufen, um deutlich stärker zu wachsen und ihr börsennotiertes Unternehmen für Aktienkäufer interessanter zu machen. Diese Übernahmen haben oftmals eine Kehrseite, die ebenfalls in Brennereiverkäufen mündet. Die staatlichen Wettbewerbs-hüter achten nämlich genau darauf, dass sich in Folge von Übernahmen keine marktbeherrschenden Konstellationen ergeben. Dann muss schon einmal eine Brennerei verkauft werden, wie z.B. die Brennerei Glen Grant an Campari. Dass damit die Distribution wechselt ist verständlich, aber nicht obligatorisch, wie man das bei Bushmills nach dem Verkauf an Diageo feststellen konnte. Hier blieb der alte Distributor an Bord.

Distributionsverträge laufen immer nur für eine begrenzte Anzahl an Jahren. Üblich sind fünf Jahre. Und nach einem Verkauf der Brennerei an ein anderes Unternehmen wird

dann ein laufender Vertrag das nächste Mal einfach nicht verlängert. Hin und wieder kommt es auch vor, dass ein kaufendes Unternehmen die Distribution vor Ablauf des Vertrages übernehmen will. In solchen Fällen, wie bei Ardbeg, ist dann in der Regel der entgangene Gewinn zu erstatten und ein Aufpreis zu entrichten. Schwierig ist es für die Vertriebsmitarbeiter des abgebenden Unternehmens. Mit etwas Glück werden sie vom neuen Distributor übernommen. Hat man Pech, dann verliert man seinen Job.

Die oben genannten Gründe sind ganz logisch und eingängig für einen Distributionswechsel. Doch bereits 2010 wechselte die Distribution für die Whiskys von Morrison Bowmore (Bowmore, Auchentoshan, Glen Garioch), obwohl keine der Brennereien verkauft wurde. Und in diesem Jahr folgen nun Arran und Dalmore, die bei zwei weiteren, getrennten Distributoren unter Vertrag waren.

Als Whiskyhändler fragt man sich natürlich, woran dieser beschleunigte Wechsel liegen kann. Ein paar Gründe fallen mir dazu ein. Mein früherer Chef sagte immer: „Follow The Money!“ (Folge dem Geld)

Damit drängt sich der Gedanke auf, dass sich Hersteller und Distributor nicht auf neue Großhandelspreise einigen konnten. Und das ist noch mehr verwunderlich, da das Pfund über die vergangene Finanz- und Wirtschaftskrise gegenüber dem Euro deutlich verloren hat. So eine Abwertung stützt immer den Export. Das Pfund ist für die Euroländer preiswerter geworden.

Aber dennoch glaube ich, dass ich bei meiner Vermutung richtig liege. Ich berichtete im The Whisky Blog letztlich darüber, dass der unabhängige Abfüller Gordon & MacPhail seine Großhandelspreise deutlich erhöht hat. Und genau dies vermute ich nun auch bei den Herstellern bzw. Brennereien,



die aktuell wechseln. Der Whiskyabsatz boomt weltweit und die Branchenorganisation der Scotch Whisky Association konnte für das vergangene Jahr erneut einen absoluten Exportrekord vermelden. Der Exportumsatz stieg um 10% auf 3,45 Mrd. Pfund. Da liegt es nahe, dass die Industrie die Preise erhöht, weil die Nachfrage so gigantisch ist. Und zwar erhöht man um so stärker, je hochwertiger die Ware ist und um so stärker das Segment wächst. Der Single Malt Whisky ist nun mal das aktuelle Zugpferd in der Branche.

Doch Preiserhöhungen von ein paar Prozent gibt es fast jedes Jahr. Warum konnten sich Distributoren und Hersteller in diesem Jahr nicht einigen? Das dürfte wiederum an zwei Besonderheiten liegen. Einmal werden die Preiserhöhungen so hoch gewesen sein, dass die Distributoren sich nicht in der Lage sahen, diese Preiserhöhungen an uns Händler weiterzugeben.



Der Hersteller sah sich also genötigt, zu einem preiswerteren arbeitenden Distributor zu wechseln. ‚Genötigt‘ ist dabei ‚gut‘ gesagt. Schließlich hat er diesen Wechsel mit dem höheren Preis selbst verursacht.

Und dieser Umstand bringt uns zu einem weiteren Punkt. Was ist die Aufgabe eines Distributors? Er muss im Prinzip fünf Dinge tun. Kontakt zum

Hersteller halten, Waren ausreichend zwischenlagern, Kontakt zum Kunden halten und Just-in-Time beliefern sowie - das ist der wichtigste Punkt - sich um Neukunden bemühen. Doch Bemühen allein reicht nicht aus. Er muss zwingend Neukunden gewinnen und den Markt mit der neuen Marke erschließen. Und mit Neukunden meine ich jetzt nicht neue Händler, die ihm den Whisky abkaufen sondern neue Genießer, die dann bei seinen Händlern die beworbene Marke nachfragen. So etwas schafft er nur mit Werbung. Und Werbung kostet viel Geld. Aus seiner Großhandelsmarge muss er also sein Lager, seine Arbeit, seinen Gewinn und die Werbung verdienen. Und leider müssen wir als Händler immer feststellen, dass die Distributoren zwar versuchen neue Händler zur Aufnahme neuer Marken zu überreden. Doch die neutrale Bewerbung von Whiskymarken in Presse, Funk und Fernsehen findet nur in Ausnahmefällen

statt. Da lässt man den Händler mit seiner Ware hübsch alleine.

Fasst man alle diese Gedanken zusammen, so ist der aktuell verstärkte Distributionswechsel ganz einfach ein Streit ums liebe Geld. Um das Verteilen der Marge zwischen allen an der Verteilungskette beteiligten Unternehmen. Unternehmen, die ihren Job nicht richtig erledigen oder ihre Leistung zu teuer erbringen, verlieren ihre Marken und effektivere Firmen übernehmen den Job. In zwei Fällen (Brown Forman mit Jack Daniel's und Woodford Reserve sowie Remy Cointreau - Spirituosen ohne Whisky) kündigte man den langjährigen Distributionsvertrag und gründete eigene, regionale Vertriebsniederlassungen. Man möchte in der Vertriebsstruktur als Hersteller und Distributor zweimal verdienen.

Am Ende entscheiden Sie als Kunde, ob Ihnen ein Whisky einen bestimmten Betrag wert ist oder eben nicht. Wenn bei einem Distributionswechsel

dann noch das Produkt eine Zeit lang nicht erhältlich ist, dann ist einer Marke gleich zweimal geschadet. Denn eines ist klar: Seine ehemalige Kundenliste nebst Konditionen gibt der verlierende Distributor dem neuen nicht weiter. Er wäre ja schön blöd. So muss der neue Distributor sich um die Händler erst selbst bemühen und erneut Preise aushandeln. Das ist nicht einfach und dauert seine Zeit.

Am Ende kommt es, wie es immer in der Wirtschaft kommt. Die Distribution konsolidiert sich in wenigen, großen Firmen, die durch ihre schiere Größe Kostenvorteile haben. Langfristig kommt es zu einer Marktbeherrschung einiger Weniger in einem Oligopol. Alle Distributoren können dann die Preise erhöhen, wenn sie sich nur einigen sind. Die Automobil-, Strom- und Telekommunikationsanbieter lassen grüßen.

Doch auch hier ist eine Lösung in Sicht. Konnten noch vor Jahren die Hersteller die Liefere-

rungen in die einzelnen Länder voneinander abgrenzen und Exklusivität für ihre Distributoren garantieren, so hat die EU hier für offene Grenzen und mehr Preiswettbewerb gesorgt. Noch ist dieser innereuropäische Wettbewerb nicht beim Händler angekommen. Aber die ersten länderübergreifenden Distributoren erscheinen 2011 auf dem Markt.



Der Fall und Wiederaufstieg der irischen Single Pot Still Whiskeys

Die Geschichte des irischen Whiskeys

Irland, die grüne Insel, ist seit Jahrhunderten für seine herausragenden Whiskeys berühmt. Und auch die älteste lizenzierte Brennerei - Bushmills in Nordirland - berichtet von diesem Ruf.

In alter Zeit wurde in Irland Whisky in klassischen Pot Stills gebrannt. Es gab Hunderte, wenn nicht gar Tausende an kleinen Brennereien. Das sollte sich ändern, als Aeneas Coffey, ein gebürtiger Dubliner, seine große Erfindung machte. Er verbesserte 1831 die von Robert Stein im Jahr 1826 entwickelte Säulendestillationsanlage soweit, dass sie industriell für eine sehr kostengünstige, weil kontinuierliche, Whiskyproduktion eingesetzt werden konnte. Obwohl er Ire war, konnte er die Iren dennoch nicht zur Verwendung der neuen Apparatur überreden.

Erst in Schottland wurde er fündig, wo die großen Unter-

nehmer wie James Buchanan oder John und Tommy Dewar oder Alexander Walker schnell erkannten, was für ein riesiges Potenzial sich hinter dem preiswert erzeugten Whisky verbarg. Diese findigen Köpfe erfanden das Blending, indem sie den preiswerten Grain Whisky aus den neuen Säulendestillationsapparaten mit dem würzigen Malt Whisky aus den Pot Stills vermischten und so aus dem bislang vor allem lokal in Schottland bekannten Whisky die Weltspirituose No. 1 machten. Für die Iren schien der Zug abgefahren.

1909 sollte zum Schicksalsjahr für den irischen Whiskey werden. Die Klage der irischen Hersteller, Whisky aus Säulendestillationsapparaten nicht als Whisky bezeichnen zu dürfen, wurde durch eine königliche Kommission abgewiesen. Damit war der irische Whisky



schon fast Geschichte. Um sich von dem ‚billigen‘ schottischen Blended Whiskys abzuheben, beschloss man seinen Whiskey fortan mit dem e vor dem Ypsilon zu schreiben, was auf die Dauer nichts helfen sollte.

Der zweite noch härtere Schlag erfolgte 1919. Mit der Einführung der Prohibition in USA ging der mit Abstand größte Markt für irischen Whiskey verloren. Und nicht nur das.

Schmuggler und Schwarzbrenner verwendeten sehr gerne die guten Namen der irischen Whiskys, um ihren Fusel illegal in den USA an den Mann zu bringen. Der Ruf des irischen Whiskys wurde so für die Nachprohibitionszeit ab 1932 massiv beschädigt. Dass die Briten ihre Kriegsschulden des zweiten Weltkriegs bei den Amerikanern in Form von Whisky abbezahlen durften (s. Roman Whis-

ky Galore 1947), war in dieser Sache den Iren später gar nicht hilfreich.

Doch schon 1921 erfolgte der nächste Rückschlag. Im Anglo-Irischen Krieg (1919-1921), der auch als irischer Unabhängigkeitskrieg bekannt ist, befreiten sich die Iren in der späteren Republik Irland vom Joch der britischen Krone, die nur Nordirland unter ihrer Herrschaft behalten konnte. Was für die einen eine Befreiung war, entzog der irischen Whiskeyindustrie ihre letzte Grundlage. Irland schied aus dem Commonwealth of Nations aus, der damals die größte Freihandelszone der Welt war und 25% der weltweiten Handelsströme stellte. Zuerst der Verlust der USA und dann der Commonwealth. Der zuvor in den Commonwealth zollfrei exportierte Whiskey sah sich auf einmal prohibitiven Einfuhrzöllen gegenüber.

Über die Jahre mussten mehr und mehr irische Whiskeybrennereien schließen. Ende der

60er und Anfang der 70er Jahre des vergangenen Jahrhunderts erreichte die Industrie dann ihren Tiefpunkt. Die verbliebenen Brenner schlossen sich in der Irish Distillers Group zusammen und bauten eine gemeinsame Brennerei in Midleton, nahe des südirischen Cork. Alle großen Blends wie Paddy, Powers, Jameson und Tullamore Dew sollten in Zukunft in dieser einen Brennerei hergestellt werden. Und damit der Whiskey auch preiswert zu haben sein konnte, wurden gleich eine Menge Destillationssäulen neben die vier großen Pot Stills gestellt. Aus den großen, berühmten Pot Still Whiskys wurden im Laufe nur eines Jahrhunderts Blended Whiskys.

War die Zeit der Pot Still Whiskys unwiederbringlich verloren? Nein - eine (heute nicht mehr so) kleine Brennerei im äußersten Norden Irlands produzierte mit wachsendem Erfolg Single Malt Whiskey in altertümlichen Pot Stills. Als

Teil des Commonwealths und nach dem Ende der US-Prohibition im Jahr 1932 konnte die Bushmills Brennerei beständig ihre Produktion ausweiten und der Welt zeigen, wie irischer Pot Still Whiskey schmecken kann.

Nach 40 Jahren reiner Blended Whiskey-Produktion wurde nun auch in der südirischen Midleton Brennerei endlich wieder reiner Pot Still Whiskeys produziert. Zunächst waren es nur zwei. Der Redbreast mit einem Alter von 12 Jahren sowie der Green Spot, einer Lizenzproduktion des Unternehmens Mitchell & Son aus Dublin. Nach anfänglichem Zögern der Verbraucher werden heute von diesen Flaschen bereits wieder mehr als eine Viertelmillion pro Jahr abgesetzt. Mit stark wachsender Tendenz. Aktuell wurde der klassische Ausdruck ‚Pure Pot Still‘ in ‚Single Pot Still‘ umgewandelt, der ab sofort die neuen Flaschen aus der New Midleton Brennerei zielt. Single steht dabei wie

im Schottischen für die Produktion eines Whiskeys in einer einzelnen Brennerei. Die beiden ‚klassischen‘ Pot Still Whiskeys haben im Mai 2011 noch zwei weitere Begleiter erhalten. Der Powers 12 Jahre John’s Lane und der Midleton Barry Crockett Legacy stellen die neuesten Single Pot Still Produkte aus Südirland dar.

Doch nicht nur Bushmills und New Midleton setzen heute wieder auf Pot Still Whiskeys. Ende der 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts wurde aus einer ehemaligen Fabrik für



medizinischen Alkohol nahe der Grenze zu Nordirland die Cooley-Whiskey-Brennerei. Im Laufe der Jahre stellte man auch dort neben den Säulendestillationskolonnen zwei Pot Stills auf und brennt nun Single Malt Whiskey im klassischen Pot Still Verfahren. Statt sich auf das klassische Single Pot Still Verfahren mit gemälzter und ungemälzter Gerste zu stützen, eifert man mit Single Malt und kleinen Pot Stills ganz den Schotten nach.

Und auch eine vierte Brennerei hat sich in Irland auf den Weg gemacht. Die Old Kilbeggan Brennerei, 1743 erstmals genannt, ist 2007 mit zwei kleinen Pot Stills im schottischen Stil, bzw. uralten irischen Stil, wieder in Betrieb gegangen.

Nachdem es in den 60er Jahren um den irischen Whiskey wirklich schlecht aussah, hat sich die Lage in den vergangenen 50 Jahren deutlich zum Besseren verändert. Seit man wieder Single Pot Still bzw.

Single Malt Whiskey produziert, finden die Kunden mehr und mehr zu dem klassischen irischen Whiskey zurück. Irish ist auf dem Vormarsch und so wundert es nicht, dass im irischen Tullamore für den Tullamore Dew gerade wieder eine eigene, neue Brennerei entsteht. Die New Midleton Brennerei wird damit entlastet und die Expansion der dortigen Whiskeys ermöglicht.

Alex Ricard, CEO von Irish Distillers und Neffe des berühmten Patrick Ricard (Ex-CEO der Muttergesellschaft Pernod Ricard), kündigte in seiner Rede am 5.5.2011 anlässlich der Vorstellung der beiden neuen Single Pot Still Whiskeys in Midleton an: „Wir werden in den kommenden 22 Jahren jährlich mindestens einen neuen Whiskey vorstellen!“

Mit dem Zurückfinden des irischen Whiskeys zu seinen Wurzeln steht ihm ein steiler Wiederaufstieg in der Gunst der weltweiten Genießer bevor.

Keine Abholungen mehr im The Whisky Store Wir wachsen kräftig

Heute habe ich eine gute und eine schlechte Nachricht für Sie. Die gute zuerst: The Whisky Store ist im vergangenen Jahr mit schönen, zweistelligen Prozentsätzen trotz der Krise gewachsen. Dieses Wachstum bringt Ihnen als Kunde schöne Vorteile. So haben wir besseren Zugriff auch auf seltene Flaschen, da sich für die gewachsenen Mengen nun auch Extratransporte aus Schottland lohnen. Und große Mengen bedeuten auch immer bessere Einkaufspreise, die wir Ihnen gerne weitergeben. So lässt sich der Preisanstieg aufgrund der Geldentwertung für Sie begrenzen.

Das Wachstum hat aber auch seine Schattenseite. Wir platzen in unserer Halle aus allen Nähten. Der Platz ist richtig knapp geworden. Bereits im vergangenen Weihnachtsgeschäft mussten wir deshalb unseren Verpackungstag um 4 Stunden verlängern. In diesem Jahr wer-

den wir im Winter auf einen echten Zweischichtbetrieb umstellen. Es geht nicht anders.

Der Erfolg frisst seine Kinder. Wir haben in unserem The Whisky Store kein freies Fleckchen mehr übrig. Und hier kommt die schlechte Nachricht:

Wir schließen unseren Verkaufskiosk zum 1.9.2011.

Wir benötigen den Platz als zusätzlichen Lagerraum sowie als Pausen- und Sozialraum für unsere stark angestiegene Anzahl an Mitarbeitern. Doch nicht nur an dieser Stelle herrscht Enge. Wir können auch keine Besucherparkplätze mehr bereithalten, da unsere eigenen Mitarbeiter diese belegen.

Einige Kunden machen bei uns regelmäßig auf ihrer Urlaubsreise Station, um ihre Whiskyvorräte aufzufüllen. Über diesen Sommer haben Sie hierzu ein letztes Mal Gelegenheit.

Warum wir heute Scotch Single Malt Whisky genießen!

Cognac gegen Scotch Single Malt Whisky

Immer mehr Menschen glauben an die Apokalypse. Sei es das bevorstehende Ende des Maya-Kalenders oder nur die kommende Pleite Griechenlands und anderer PIGS-Länder. Doch eines ist sicher auf der Welt. Wachstum! Wer erinnert sich an das Gleichnis des Josephs-Pfennigs? Hätte Joseph (Jesus Stiefvater) einen Pfennig vor 2000 Jahren auf die Bank gegeben und mit 5% verzinst, so hätte der liebe Gott heute mehr Gold (Geld) zur Verfügung, als die ganze Welt wiegt. Aber das hat er vermutlich ohnehin ;-)

Wachstumskritiker sprechen davon, dass die Grenzen

des Wachstums erreicht wären. Doch das ist nicht wahr. Schon in den 70er Jahren irrte der Club of Rome. Seit den 70ern hatten wir ein Wachstum auf der Welt, wie wir es zuvor noch nie gesehen haben. Mitteln wir das Wachstum über die vergangenen Jahrtausende, so haben wir ein durchschnittliches Wachstum von rund 1% pro Jahr auf der Welt erwirtschaftet. In den vergangenen 100 Jahren deutlich mehr als je zuvor.

Dieses Wachstum haben die Hersteller exquisiter, alkoholischer Getränke in der Vergangenheit ebenfalls gehabt. Schon im 18. Jahrhundert tranken die wohlhabenden Menschen der westlichen Welt bevorzugt Cognac. Doch das böse Erwachen kam 1863, als die Reblaus über Südfrankreich aus USA eingeschleppt wurde und in den folgenden Jahrzehnten die be-



liebten Weine und damit auch den Cognac, der eben aus diesem Wein hergestellt wird, zur Mangelware machten. Damit begann der Aufstieg des schottischen Whiskys. Denn was sollte man in den Adelshäusern der Welt trinken, wenn die Franzosen die kläglichen Reste des beliebten Cognac bei sich im Lande behielten?

Nun ist jedes Land, das ein besonderes Wirtschaftsgut herstellt, bemüht, seine Exklusivität zu behalten. So darf der Cognac nur aus den Weinen der Region um den Ort Cognac im Südwesten Frankreichs stammen. Alles Andere darf sich nur Branntwein nennen. Das Wort Cognac bleibt für die Weinbrände aus der Anbauregion um die Kleinstadt Cognac vorbehalten. Womit wir beim Thema Wachstum und Exklusivität angekommen sind. Wenn wir in einer Nachbarregion zu Cognac einen Branntwein herstellen, der 40 Jahre edel im Eichenholzfass reifte, dann bekämen wir für ihn

bei weitem nicht einen so hohen Verkaufspreis, wie für einen ‚ordinären‘ VSOP Cognac, der gelinde gesagt ‚alt‘ bzw. ‚sehr jung‘ gegen einen solchen alten Edelbrand aussähe. Die Bemühungen der Region Cognac haben es geschafft, dem Produkt Cognac eine Exklusivität zu geben, die der Kunde bereit ist zu bezahlen. Egal ob es sich um einen VS, VSOP, VVSOP oder XO handelt.

Was bedeuten nun diese merkwürdigen Abkürzungen? Sie sind in der Vergangenheit von Fachleuten vergeben worden und beziehen sich auf den Altersbereich der einzelnen Branntweine, die im Cognac verschnitten wurden. Whisky-technisch betrachtet ist Cognac damit ein Blend, ein Superior Blend oder ein Deluxe Blend. Von einem Single aus einem einzelnen Weingut, einem Alter oder gar dediziertem Jahrgang ist bei diesen Bezeichnungen noch lange nichts zu sehen. (Anm. es gibt mittlerweile auch beim

Cognac Jahrgänge). Warum ergaben sich in der Vergangenheit diese kryptischen Abkürzungen als Qualitätsbezeichnungen? Als ‚Schreiberling‘ dieser Zeilen muss ich mich entschuldigen. Ich weiß es nicht wirklich. Ich kann nur Vermutungen dazu abgeben. Cognac hat sich geschichtlich weitaus früher über die Welt ausgebreitet als Whisky und wurde zum ‚Treibstoff der Aristokratie‘ mit ihrem Sinn für das Ausgefallene und Unverständliche. Ganz im Gegensatz zum Whisky, der seit jeher ein Volksgetränk für die Masse am Tresen war.

Noch ein Punkt macht dem

Cognac zu schaffen. Die Anbaufläche des Weins für Cognac ist begrenzt. Und wenn nun aller Wein aus der Gemarkung Cognac zu Weinbrand gebrannt wurde, dann ist Schluss mit lustig. Dann gibt es keinen Weiteren in diesem Jahr mehr. Und das erklärt auch, warum beim Cognac so viel Wert auf das Cuvée, also die Mischung der Trauben und der verschiedenen Brände gelegt wird. Das Angebot ist begrenzt und man muss sich nach der Decke strecken. Pro Sekunde werden weltweit fünf Flaschen Cognac verkauft. Das macht über 100 Mio. Liter Cognac @40% pro Jahr oder



gar 400 Mio. Liter Rohwein, die auf einer begrenzten Fläche für den Cognac angebaut werden müssen. Und es kommt bei der Herstellung auf die Qualität des Weins an.

Ja - beim Cognac kann ich deshalb zustimmen. Es gibt Grenzen des Wachstums. Wenn auch die Grenzen der Flächen noch lange nicht erreicht sind, so gibt es doch eine deutliche Limitation bei der Verfügbarkeit hochqualitativer Weine für den Brand.

Ganz anders ist es beim Scotch Single Malt Whisky. Hier hat man sich ebenfalls Grenzen gesetzt, um die Exklusivität zu wahren. Doch die Grenzen sind viel ‚sinniger‘ gezogen. Man schreibt sich glücklicherweise nicht die Herkunft der Gerste ins Gesetz, denn schon lange kann Schottland seinen Hunger - oder sagen wir lieber Durst - nach Gerste nicht mehr selbst decken. Hochwertiges Malz für unseren Single Malt Whisky wird aus allen

Ländern importiert. Ich kenne selbst eine Großmälzerei hier in Bayern, die ihr Malz einer berühmten Malt Whisky Brennerei in Schottland zuliefert.

Die Limitation greift dagegen an einer anderen, einfacheren Stelle. Wenn sich ein Whisky Scotch nennen will, dann muss er in Schottland hergestellt worden sein. D.h. das Brennen und die Lagerung muss irgendwo in Schottland stattgefunden haben. Und ja, auch wenn sich die Schotten mit der alles beherrschenden Scotch Whisky Association gegenüber der Welt abgrenzen, so gibt es auch Konkurrenz unter den Regionen. Die letzten gesetzlichen Änderungen um das Jahr 2009 schreiben die Regionen (Highlands, Lowlands, Islay, usw.) auf den Etiketten fest. So kann man unter dem Dach der Scotch Whisky Association sich zusätzlich noch gegenseitig Konkurrenz machen. Hauptsache, man bleibt mit seinem Genuss in Schottland.

Dazu gibt es eine ganz klare Regelung, wie ein Malt Whisky bezeichnet werden darf. Stammt er aus einer Brennerei, so heißt er Single und mischt man das Ergebnis verschiedener Brennereien zusammen, so nennt man ihn Blend. Und beim Alter gibt es keine Diskussionen. Man schreibt das Mindestalter oder den Jahrgang auf das Etikett. Punkt! Kein Wenn und Aber und kein VVSOP oder ähnliche

dem Wandel der Zeiten unterworfenen Abkürzungen.

Damit hat der Scotch Single Malt Whisky in der heutigen Zeit zwei gravierende Vorteile. Zum Ersten gibt es keine Grenzen des Wachstums. Möchte eine Brennerei mehr Whisky produzieren, so baut sie ein weiteres Brennhaus und mehr Lagerhäuser und kauft weltweit mehr Malz und Fässer ein. Die zwingende Produktion und Lagerung im eigenen Land sichert Arbeitsplätze und begrenzt den Einfluss der mit der wirtschaftlich erforderlichen Gier ausgestatteten Manager der Vertriebsorganisationen. Alles was man dann noch braucht ist Geduld, damit der Whisky erst entsprechend lange gereift in die Flasche kommt.

Der zweite Vorteil ist ein demokratischer. Statt das Wissen um besondere Abkürzungen wie XO auf einen elitären Genießerkreis zu beschränken, schreibt man die mehr oder weniger bekannten Namen der Brennereien



nebst dem Alter auf die Etiketten. Und jeder des Lesens und Zählens kundige Erdbewohner kann zum wissenden Kunden dieses einzigartigen ‚Wasser des Lebens‘ werden.

Abschließend stellt sich die Frage, ob es auch für den Whisky zu einer Grenze des Wachstums kommen wird? Es wäre vermessen dies zu verneinen. Denn die Anzahl der Bewohner unseres Planeten wird nicht ewig zunehmen. Auf 9,2 Mrd. Menschen schätzt die UNO derzeit die maximal zu erwartende Bevölkerung der Erde im Jahr 2050. Das bedeutet immerhin 50% mehr (Kunden) als heute. Und da die Weltwirtschaft seit Jahren real um mehrere Prozent pro Jahr zusätzlich wächst, dürfte auch die Anzahl an Scotch Single Malt Whiskykunden um mehr als diesen Prozentsatz pro Jahr wachsen.

Und das ist noch nicht alles. Während bei uns in Europa der Altersdurchschnitt der Whiskygenießer bei 45 bis 50 Jahren

liegt, ist er in Brasilien, Russland, Indien und China weitaus geringer. Das wird mit dem anhaltenden Wachstum in diesen Schwellenländern zu einem überdurchschnittlichen Whisky-Wachstum führen.

Am Ende möchte ich die Kurve zurück zur Überschrift finden. Die Welt trinkt Whisky und nicht Cognac, weil Whisky in seiner Definition und Produktion strategisch viel besser positioniert ist. Es liegt an den Schotten durch genaue Kontrollen ihre Qualität hochzuhalten und jedweden Herstellern von Plagiaten auf der Welt mit der entsprechenden Strenge zu begegnen. Dann kann das Wachstum von Produktion und Absatz noch über mehrere Jahrzehnte anhalten.

Wie alt soll ein Whisky sein?

Die Reife kommt mit dem Alter

Oft werden wir gefragt, wie alt ein Whisky sein sollte. Das ist nun gar nicht leicht zu beantworten. Es kommt darauf an, was für einen Zweck dieser Whisky zu erfüllen hat. Als Zutat in einer Whisky-Cola, die man extrovertiert als ‚Gesellschaftscowboy‘ an der Disco-Bar zu sich nimmt, gibt es keine speziellen Altersanforderungen. Gleiches gilt für den Wirkungskonsum, der sich sein tägliches Quantum Trost beim Discounter holt.

In diesen beiden Fällen liegt das erforderliche Alter des Whiskys im Gesetz begründet. Ein Bourbon muss nach US-amerikanischem Gesetz ein Mindestalter von 2 Jahren aufweisen; in der EU beträgt die Mindestreifzeit dagegen drei Jahre.

Doch was bedeutet eigentlich das Alter auf der Whiskyflasche? Wofür steht es? Welche Zeitspanne ist gemeint?

Einsteiger in die Materie unterliegen oft einer Täuschung. Man findet zum Beispiel im Keller des Erbonkels eine Flasche Johnnie Walker Red Label und ein grober Überschlag zeigt, dass diese Flasche seit mindestens 30 Jahren dort ruhte. Ist dieser Whisky wirklich 30 Jahre alt?

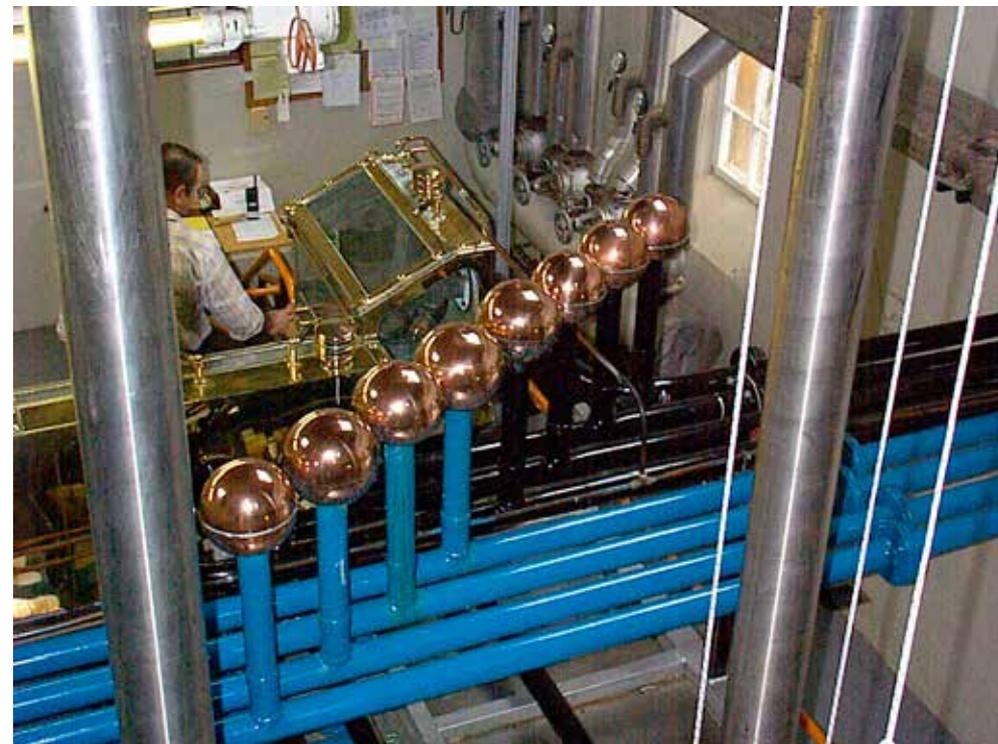
Mitnichten. Dem Johnnie Walker Red Label sagt man ein



Alter von drei Jahren und einem Tag nach. Die Nachfrage nach diesem meistverkauften Whisky der Welt ist so groß, dass man sich bzw. dem Whisky keinen Tag länger als das gesetzliche Minimum gönnt, bevor er aus dem Eichenfass in die Flasche kommt. Und hier sehen wir das Hauptunterscheidungsmerkmal zwischen Whisky und Wodka. Nach dem Brennvorgang - der Destillation - wandert der Wodka direkt in die Flasche wogegen der Whisky noch mindestens drei Jahre im Eichenholzfass reifen muss, bevor er sich Whisky nennen darf. Während dieser Reifezeit entzieht der starke Alkohol im Rohwhisky ein ganzes Potpourri an Aromen dem Eichenholz des Fasses. Dabei färbt sich der Whisky auch braun, weshalb man im Fachjargon von einer braunen Spirituose spricht. Damit wird unmittelbar klar, dass sich in der obigen Johnnie Walker-Flasche ein dreijähriger Whisky befindet, der 30 Jahre lang weitgehend unverändert in

einer Flasche konserviert wurde.

Hochwertigen Single Malt Whisky reift man deutlich länger im Fass. Dabei unterscheidet der Fachmann zwei physikalisch unterschiedliche Reifevorgänge. Probiert man Rohwhisky unmittelbar nach dem Brennen, so ist er farblos und wasserklar, schmeckt meist deutlich fruchtig, natürlich scharf und etwas metallisch. Der erste der beiden gleichzeitig ablaufenden Reifevorgänge ist die sogenannte subtraktive Reifung. Unangenehme Aromen werden im Whisky abgebaut bzw. ihm entzogen. Das geschieht wiederum auf zwei Arten. Einmal zersetzen sich chemisch instabile leichte Aromen, die meist einen scharfen Geruch abgeben. Wer schon einmal an den Foreshots, also dem Vorlauf beim Brand, gerochen hat, der weiß wie ‚nasenzerfetzend‘ diese Substanzen sind. Und da man selbst bei sorgfältigem Abtrennen des Vorlaufs immer ein paar Moleküle dieser Substanzen mit in



den Rohwhisky bekommt muss man warten, bis sie der Whisky bei der Reifung verloren hat. Einmal zersetzen sie sich über die Jahre selbst, da sie nicht so stabil wie die länger-kettigen Aromaöle sind. Auf der anderen Seite besitzt ein ausgebranntes Eichenholzfass eine dicke Schicht an Holzkohle auf seiner Innenseite, die als Aktivkohlefilter wirkt und diese scharfen Substanzen aus dem Whisky

herausfiltert.

Durch diese subtraktive Reifung hat der Whisky deutlich an Schärfe verloren. Ich durfte einmal an einem solchen Whisky probieren, der in einem völlig ausgelagten Fass für viele Jahre reifte. Das Ergebnis war eine ziemlich tote und nicht scharfe Flüssigkeit, der es an Lebendigkeit und Aroma fehlte. Für diesen Aromenzuwachs ist die zweite, gleichzeitig laufen-

de additive Reifung zuständig. Additiv wird sie genannt, da bei einem frischen, aktiven Fass nicht nur Aromen abgebaut, sondern auch neue Aromen aus der Fasswand in den Whisky eingetragen werden. Doch das kann einfaches Eichenholz nicht leisten. Die Fässer müssen zuerst mit Hitze behandelt und aufgeschlossen werden. Die Holzfässer werden dazu mit

Temperaturen bis zu 200 Grad viele Minuten erwärmt, bis das Wasser im Holz zu kochen beginnt. Diesen Vorgang nennt der Fachmann Toasten. Dabei wird die Zellulose in der Fasswand zum Teil in Holzzucker gespalten, der dann karamellisiert und für die braune Farbe im Whisky sorgt. Auch wird das Lignin, die Stützsubstanz in der Holzfaser, zu einem Teil in Va-

nillin umgewandelt. Anschließend werden die Fässer noch für einige Zig-Sekunden mit heißer Flamme ausgebrannt, um die oben beschriebene Holzkohleschicht zu erzeugen. Diese thermische Behandlung der Fässer erzeugt eine unglaubliche Vielzahl an unterschiedlichen Aromen im Holz, die das Ergebnis der Whiskyreifung so interessant macht.

Schotten sind nun sparsame Leute und verwenden Fässer mehr als einmal zum Reifen ihres Whiskys. Beim ersten Mal entzieht der Whisky recht zügig diese aktiven Holzsubstanzen. Befüllt man das Fass jedoch ein zweites oder ein drittes Mal, so wird der Alkohol des Whiskys immer weniger Aroma aus der Fasswand extrahieren können.

Nun ist Fass nicht gleich Fass. Auch wenn alle Fässer - in USA und in Schottland - laut den Gesetzen aus Eiche sein müssen, so ist doch amerikanische Eiche nicht gleich europäischer Eiche. Während die amerikanische

Weißliche sehr mild und weichen Whisky reift, so setzt die europäische Eiche heftige Tannine frei, die einen Whisky schnell bitter werden lassen können.

Die Amerikaner lassen für ihren Bourbon ausschließlich frisch gebaute Fässer aus amerikanischer Weißliche zu. Die Schotten wollen dagegen fast ausschließlich zuvor verwendete Fässer haben. Diese haben den Vorteil, dass die stärksten Fassaromen bereits ausgelaugt sind und die kräftige Eiche nicht sofort den Whisky vereinnahmt. Wer mit Bourbon oder Tennessee Whiskey nicht viel anfangen kann, dem schmeckt normalerweise diese frische amerikanische Weißliche nicht. Doch nicht nur Bourbon reife zuvor in den schottischen Fässern. Auch Starkweine wie Sherry und Portwein sowie normale Weine dürfen zuvor für die Schotten im Whiskyfass reifen. Die Reifung von Whisky in diesen Fässern zieht in Folge nicht nur die vom Wein übrig gelas-



senen weniger aufdringlichen Eichenaromen sondern auch die Weinaromen aus den Fassdauben.

Doch kommen wir zu unser eingangs gestellten Frage zurück. Wie alt darf nun ein Whisky sein?

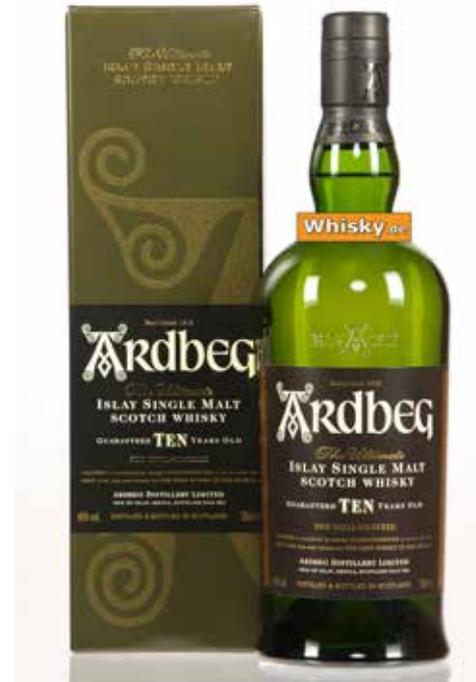
Aus Genießersicht sollte ein Single Malt nie jünger als 7 oder 8 Jahre sein. Denn jüngerer Whisky hat seine subtraktive Reifung noch nicht abgeschlossen und Qualitätseinbußen durch scharfe Aromen sind zu erwarten. Es gibt jedoch Ausnahmen. Besonders rauchige Single Malts werden gerne jung genossen, da die metallische Schärfe unter dem Rauch nicht so deutlich spürbar ist und kurzgereifter Rauch heftiger ausfällt als lang gereifter Rauch. Der baut sich während der Reifezeit zu komplexeren Aromen ab. Wer also die volle Ladung Rauch erleben will, der muss einen jungen Whisky wählen.

Der Großteil der guten Single Malt Whiskys wird mit einem

Alter von 10 Jahren in Großbritannien genossen. Für Kontinentaleuropa reift die Mehrzahl der Whiskys dagegen 12 Jahre. Brennereien wie Macallan reagieren darauf und füllen sowohl 10-Jährigen als auch 12-Jährigen ab. Andere Brennereien wie Ardbeg oder Glenfiddich scheuen sich um diese Vorlieben der Verbraucher nicht. Den Standard-Ardbeg gibt es ausschließlich mit 10 Jahren und den jüngsten Glenfiddich nur mit 12 Jahren.

Ist ein 12-Jähriger nun besser als ein 10-Jähriger?

Es kommt darauf an, was man von dem Single Malt erwartet und was für Fässer der Hersteller für die abgefüllten Chargen ausgewählt hat. Im Fall von Glenfiddich, die nahezu 100% ihres Whiskys als Single Malt abfüllen, ist der 12-Jährige sicherlich besser als der damals rund 8-Jährige, der keine Altersangabe trug. Bei einem solchen Massenmalt werden auch die schwach gereiften Whiskys



und die mitunter dreifach befüllten Fässer in den fertigen Single Malt mit eingemischt. Hier bedeutet mehr Lagerzeit auch mehr Aroma.

Im Fall von Ardbeg oder Macallan, die nur einen Teil ihrer Produktion für die Standardabfüllung verwenden, kann auch eine proaktive Fassauswahl von jüngeren Single Malts zu einem gut gereiften Ergebnis führen. Glenmorangie füllt ebenfalls 100% seines Whiskys als Sin-

gle Malt ab. Um die Qualität hoch zu halten, hat man sich vor ein paar Jahren dazu durchgerungen, Fässer nur noch zweimal zu verwenden.

Warum greifen nun mehr und mehr Genießer zu Whiskys mit deutlich höherem Alter?

Je länger ein Whisky im Eichenholzfass reift, um so mehr Eichenaromen werden aus der Fasswand übernommen und um so komplexer fällt der Geschmack aus. Wenn wir Genießer Whisky wegen seiner Eigenschaft als brauner Spirituose gegenüber dem Wodka und Korn vorziehen, dann ist es nur logisch, dass Genießer ihren Whisky um so lieber mögen, je länger er im Fass reifte. So wundert es nicht, dass die schottischen Single Malt Whiskys im reifen Alter von 18 bis 25 Jahren auf dem Wunschzettel der meisten Whiskyliebhaber stehen. Doch da diese Whiskys mit steigendem Alter überproportional teurer werden, bleibt der Wunsch oft nur der Vater des



Gedanken.

Hat man sich über die Jahre an die hohen Preise und dann an den vollen, intensiven Geschmack dieser älteren Single Malts gewöhnt, dann kommt die finale Frage für den Interessierten:

Wie schmeckt ein 40-jähriger oder noch älterer Single Malt? Und hat man sich dann zur erheblichen Geldausgabe durchgerungen, wird es nicht ein-

facher. Welchen der Alten soll man wählen?

Erinnert man sich an die oben beschriebenen physikalischen Vorgänge bei der Reifung, dann hat man schon die Hälfte seiner Entscheidung vorbereitet. Wenn man einen stark rauchigen Single Malt sucht, dann muss man gar keine sehr alten Whiskys wählen. Denn in den ältesten Whiskys hat sich der Großteil des Rauchs bereits abgebaut.

Wählt man dagegen einen sehr hellen Single Malt aus, dann weiß man, dass sich im Fass während der 40 Jahre nicht wirklich viel getan hat. Zu viele Whiskys zuvor hatten die Aromen bereits aus der Fasswand herausgezogen.

Wenn man also einen 40-jährigen Single Malt wegen der langen Reifung und nicht nur wegen der Zahl auf dem Label und dem damit verbundenen Prestigegewinn erwerben möchte, so muss man auf eine besonders gute Fassreifung achten. Whiskys aus Ex-Bourbon-

fässern sollten golden-braun gegen das Licht erscheinen und die im Ex-Sherryfass gereiften Single Malts müssen deutlich dunkler und kaffeebraun ausfallen. Nur in diesen extremen Fällen können Sie den jahrzehntelangen Einfluss der Fassreifung letztendlich wirklich erfahren.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen noch ein paar dieser sehr alten Flaschen empfehlen. Machen Sie sich dabei bitte nicht zu viele Sorgen, dass Sie vielleicht den falschen Whisky erwischen. Wenn ein Whisky 40 Jahre in einem aktiven Fass reifte, dann wird das Fass sowieso die Überhand im Aroma nehmen und den eigentlichen Brennereicharakter der jeweiligen Brennblasen und Gärverfahren soweit überdecken, dass kaum noch Unterschiede zu entdecken sind. Diese Dominanz des Fasses kann sogar soweit gehen, dass man mit letzter Sicherheit sehr alte Cognacs, Whiskys und Rums nicht mehr auseinanderhalten kann.

Hat man seine Exkursion in die sehr alten Whiskys irgendwann hinter sich gebracht, dann wird man das ideale Alter für seine eigenen Lieblingswhiskys finden. Beim Autor dieses Artikels sind das Alterszahlen von 18 bis 30 Jahre. Jünger ist ok, wenn das Holz gut war und älter mag ich es nur, wenn das Fass nicht zu dominant wurde.

Liste empfehlenswerter, 40-jähriger Whiskys

Strathisla G&M 40 Jahre

Glenfarclas 40 Jahre

Glen Grant Rare Res. Sign. 40J

Bowmore Rare Reserve Sign. 40J

Dalmore 40 Jahre

Liste noch älterer, empfehlenswerter Whiskys

Glenlivet G&M 1965

Glen Grant G&M 1963

Strathisla G&M 1957

Mortlach Private Collection G&M 50 Jahre

Glenfarclas Family Cask 1962

Bowmore White 43 Jahre

Beim Whisky muss man vorausschauend arbeiten

Brennereien im Aufwind

Die Spatzen pfeifen es von den Dächern. Zahlreiche Malt Whisky Brennereien haben Probleme mit ihren Lagerbeständen. Nicht, dass dort etwas schlecht würde. Eigentlich ist das Gegenteil der Fall. Es liegt zu wenig gereifter Malt Whisky für Single Malt Abfüllungen in den Lagerhäusern.

Das Problem ist vergleichsweise jung. Noch vor 10 Jahren machte Single Malt Whisky einen geringen, einstelligen Prozentsatz der abgesetzten Whiskymengen aus. Das Gros ging in Blended Whiskys wie Johnnie Walker Red, dem weltweiten Marktführer unter den Whiskys, auf.

Einen Blended Whisky ohne Altersangabe herzustellen ist heute vergleichsweise einfach. Viel wird über jede Menge verschiedene Malt Whiskys in den Blends gesprochen und wie

schwierig es sei, diese auf dem Markt in der richtigen Menge und Qualität zu beschaffen. Doch hier wird manches Marketing-Tamtam um eine ganz normale, industrielle Produktion gemacht. In einem Blend mögen vielleicht bis zu 20 verschiedene Malt Whiskys enthalten sein. Doch man hat den Produktionsprozess der Brennereien heute so gut unter Kontrolle, dass man mit einer Brennerei mehrere verschieden schmeckende Malts herstellen kann. Dazu ändert man die Gärzeiten und/oder die Brennparameter und schon ändert sich der Brennereicharakter des Whiskys. Und so wundert es nicht, dass der Beruf des Whiskybrokers nahezu ausgestorben ist. Fast Niemand muss mehr Whiskyfässer zwischen den Blendherstellern hin- und verkaufen. Die Brennereien waren nicht untätig und haben sich die Malt Whisky Brennereien so zusam-

mengekauft, dass man seine Blends autark, d.h. ohne die Hilfe Dritter, produzieren kann.

Und der Grainwhisky für die Blends? Den gibt es in beliebigen Mengen aus den industriellen Destillationskolonnen. Nahezu jeder Konzern hat dazu seine eigene Grain-Brennerei rund um die Uhr laufen. Wie weit muss man vordenken? Na gerade einmal drei Jahre. So lange beträgt die gesetzlich vorgeschriebene Reifezeit. Und man kann sicher sein, kein global agierendes Unternehmen lagert seinen einfachen Whisky länger als unbedingt vorgeschrieben. Nun will ich mal nicht so böse sein und auch die höherwertigen Blends loben. Hier wird wirklich in die Vollen gegriffen und richtig viel mit der Hand bzw. der Nase gearbeitet. Doch über wie viele Flaschen reden wir? Es sind nicht wirklich viele. Man muss nur ein paar Hundert Fässer zurücklegen und hat seine exquisite Reserve für die hochwertigen Blends im Haus.

Das fällt keinem Konzern wirklich schwer. Peanuts.

So geht es in Schottland nun schon viele Jahre und zu wenige, verantwortliche Menschen haben sich Gedanken um alten Single Malt Whisky gemacht. Und vor allem hat man weitflächig nicht berücksichtigt, dass die Nachfrage nach Single Malt über die Jahre nur eine Richtung kannte: Nach oben. Heute stehen die Verantwortlichen in der schottischen Whiskyindustrie vor dem Umstand, dass mehr als 10% der Whiskynachfrage auf länger gereiften Single



Malts lautet. Doch woher nehmen und nicht stehlen?

Wer vor 12 Jahren keinen Malt Whisky brannte, der kann heute keinen abfüllen. So einfach ist das. Erschwerend kommt hinzu, dass die Nachfrage aus Asien und Südamerika deutlich ansteigt. Es wird weltweit mehr verlangt, als auf Lager liegt. Not macht erfinderisch. Zu allererst hat man die Malt Whiskys, nach denen die Kunden als Single verlangen, in den Blends durch andere Malts ersetzt. Nur so lässt sich erklären, dass z.B. Cardhu heute wieder weltweit liefern kann, obwohl die Nachfrage sicherlich nicht gesunken ist. Johnnie Walker muss sich nun auf andere Brennereien wie Dailuaine als Leadmalt verlassen. Dass das funktionieren kann, zeigte der vorübergehend erhältliche Cardhu Vatted Malt (Blended Malt), der im vergleichbaren Geschmack zu Cardhu aus anderen Malt Whiskys zusammengemischt wurde.

Schon einmal wurde es in

jüngerer Vergangenheit knapp mit dem alten, gereiften Single Malt Whisky. Nicht, dass die Nachfrage so angestiegen wäre. Es war vielmehr ein Produktionsproblem. In der großen britischen Rezession Anfang der 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts schlossen viele Brennereien auf Grund von Kapitalmangel. Manche glücklicherweise nur vorübergehend, andere leider für immer. 12 bis 25 Jahre später spüren wir nun die Knappheit der Single Malt Abfüllungen. Die Preise für namhafte Single Malts im Alter von 25 bis 35 Jahren befinden sich deshalb in unglaublichen Höhen.

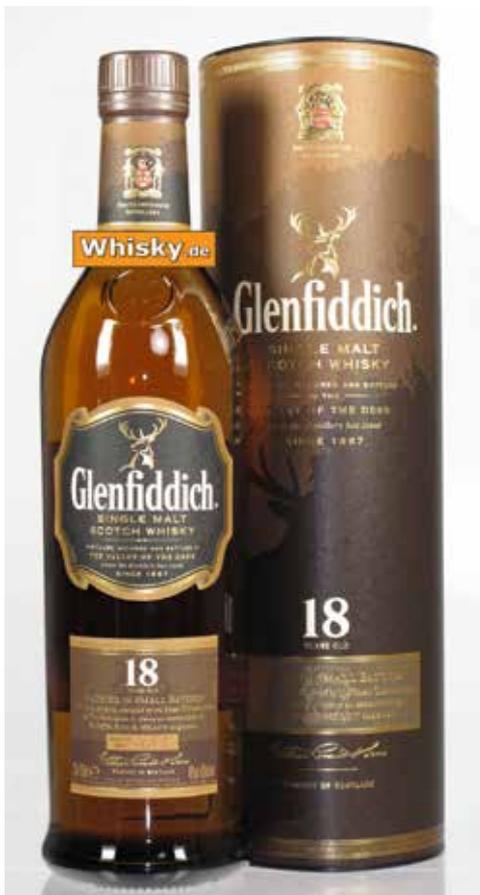
Doch auch jüngere Single Malts beginnen zu ‚schwächeln‘. Aktuell kommt es immer wieder zu Versorgungsengpässen z.B. bei Lagavulin 16 Jahre und Highland Park 18 Jahre. Rechnet man dieses Alter zurück, so findet man sich in den Jahren 1995 bzw. 1993 wieder, als der Single Malt Whis-

ky Boom gerade begann und auch The Whisky Store gegründet wurde. Die Gretchenfrage lautet: Wann hat man auf den Boom reagiert und die Produktion hochgefahren? Wie lange wird die Durststrecke andauern und wird man Lagavulin weltweit rationieren? Hoffen wir das Beste. Lagavulin hat etwa ab dem Jahr 2000 die Abgabe jeglicher Fässer an Blendhersteller und Broker eingestellt. Auch konzernintern hat man versucht, soweit wie möglich, den Malt Whisky von Lagavulin in den eigenen Blended Whiskys durch anderen zu ersetzen. Es hängt jetzt ganz stark vom Wachstum der asiatischen und südamerikanischen Märkte ab, ob es weiterhin zu Engpässen in der Versorgung kommen wird.

Dass es auch anders geht, zeigt das Unternehmen Wm. Grant & Sons mit seinem Produkt Glenfiddich. Seit langer Zeit wurde der Glenfiddich ohne Altersangabe abgefüllt. Der Genießer hatte sich daran gewöhnt

und hatte nichts daran auszusetzen. Mit einem Paukenschlag musste die Branche im neuen Jahrtausend feststellen, dass Glenfiddich so aus dem Nichts heraus das Alter des meistverkauften Single Malt Whiskys der Welt von geschätzten 7 bis 8 Jahren auf 12 Jahre hinaufsetzte und dies auch auf dem Etikett vermerkte. Das war ein Trauma für die gesamte Branche. Konnte man vorher auf den Marktführer noch mit dem Finger zeigen und auf das fehlende Alter hinweisen, so machte Glenfiddich hier den Durchmarsch. Wie konnte so etwas passieren? Die Branche kämpft mit knappen Mengen und Glenfiddich kann sogar 15- und 18-Jährige groß in den Supermarkt ausrollen und die ganze Branche revolutionieren.

Die Lösung dieses Paradoxons findet sich in der Eigentümerstruktur der Unternehmen. Während 90% der Blended und Single Malt Whiskys durch börsennotierte Konzerne her-



gestellt werden, ist Glenfiddich in privater, familiärer Hand. Wie wir seit den aktuellen Wirtschaftskrisen kennen, sind die Konzerne von der Börse und den Gewinnerwartungen der institutionellen Aktionäre abhängig. Und wenn man mehr Geld ins Whiskylager legt, sinkt zunächst der Gewinn. Davor

scheut sich jeder Vorstand der Aktiengesellschaften und es dauerte bis 2010, bis unisono die großen Konzerne Investitionen in Milliardenhöhe in ihre Infrastruktur bekanntgaben. Während die Aktiengesellschaften also ab 2022 mit höherem Output an 12-jährigem Single Malt rechnen können, kann Glenfiddich bereits in zwei bis drei Jahren in Asien ‚abkassieren‘. Und so wundert es nicht, dass Glenfiddich auch in den neuen Märkten seine Marktführerschaft verteidigen - ja sogar ausbauen kann.

Ein negatives Beispiel in Sachen Vorausplanung durch ein privates Unternehmen hat Springbank abgegeben. Seit Jahren war kein älterer als 15-jähriger Single Malt Whisky lieferbar. Zwar haben wir aktuell auch mal wieder einen 18-Jährigen gesehen, doch der ist schon wieder trotz des extremen Preises von fast 100 Euro vergriffen. Wollen wir hoffen, dass Springbank daraus gelernt

hat und aktuell wieder mehr produziert. Meine Hoffnung ist jedoch nicht wirklich groß, da während der letzten Finanzkrise 2008/2009 die Produktion schon wieder ruhte.

12, 15 und 18 Jahre alten Single Malt Whisky in einem stetigen Fluss liefern zu können ist anscheinend eine Kunst, die nicht viele in Schottland beherrschen.

Die Krönung des Vordenkens in Sachen lang gereiftem Single Malt Whisky zeigt uns eine einzelne Familie in ganz Schottland. Es sind die Grants mit ihrer Brennerei Glenfarclas. Hier erhält man nicht nur 10- und 12-jährigen Single Malt in beliebigen Mengen. Man kann auch 15- bis 30-Jährige zu akzeptablen Preisen regelmäßig liefern. Überrascht hat uns Glenfarclas im Frühling 2010, als sie eine 40-jährige Standardabfüllung zu einem noch moderaten Preis herausbrachten. Das kann im Moment keine andere Brennerei. Zwischen Glenfarclas und dem Rest der

Branche liegen Welten. Und als i-Tüpfelchen hat man die Family Cask Serie herausgebracht. Hier gibt es Einzelfassabfüllungen in Fassstärke bis zurück in die 50 Jahre des vergangenen Jahrhunderts. Manch eine Brennerei ist stolz, wenn sie einmal ein altes Fass mit 40 Jahren abfüllen kann. Bei Glenfarclas kann man zufrieden auf die dritte Abfüllung eines Family Casks aus 1952 zurückblicken.

Warum hat man bei Glenfarclas gerade jetzt begonnen, seine alten Lager für die Öffentlichkeit zu leeren? Auch hier kann man nur weise Voraussicht des privaten Unternehmers vermuten. Der Juniorchef George Grant lebte mehrere Jahre in Hong Kong und ist mit einer Chinesin verheiratet. Der Verdacht drängt sich auf, dass man die Lager jetzt versilbert, um nun auch sehr viel Whisky in Fässer zu legen, um Asien und Südamerika in 10 Jahren mit hochwertigen Single Malt Whisky versorgen zu können

Bruichladdich hat es geschafft

Eine Legende lebt

Das Whiskygeschäft in Schottland ist ein ständiges bergauf und bergab. Vor 300 Jahren gab es in Schottland noch ein paar Tausend kleine Whiskybrennereien. Sie wurden in der Regel von Farmern betrieben, die so ihr Getreide haltbar machten und sich ein paar Shilling hinzuverdienten.

Mit dem Zwang zur Lizenzierung und einhergehenden Steuerzahlungen ging die Anzahl an

Brennereien über die kommenden Hundert Jahre stetig zurück. Je weiter die Industrialisierung in die Highlands vordrang und das Land verkehrstechnisch erschlossen wurde, um so weniger Platz gab es für die Schwarzbrenner. Doch für die Eröffnung einer lizenzierten Brennerei galt es eine bürokratische Hürde zu überspringen, was nur einem Teil der Farmer gelang. Eine Brennlizenz zu erwerben und Steuern zu bezahlen hatte aber

nicht nur Nachteile. Man wurde durch die Krone vor Schwarzbrennern geschützt und so dauerte es nicht lange, bis sich ein größerer Stamm an lizenzierten Brennereien den neu geschaffenen, regulierten Markt teilten.

Die beiden ältesten heute noch produzierenden Brennereien in Schottland sind Glenturret (lizenziert 1775) und Bowmore (1779). So, wie die Anzahl an genehmigten Brennereien durch den Lizenzierungszwang seit 1707 beständig zunahm, so nahm die Zahl der Schwarzbrenner beständig ab. Von 1830 bis 1875 wurden in Schottland 6.500 illegale Brennereien ausgehoben. 1825 erreichte die Zahl der lizenzierten Brennereien mit 329 in Schottland ihr Maximum. Ab diesen Zeitpunkt nahm die Anzahl an produzierenden Brennereien in Schottland beständig bis auf rund 100 Unternehmen wieder ab. Diese Zahl wurde das erste Mal nach dem ersten Weltkrieg unterschritten und dann zum

zweiten Mal in der sich anschließenden Weltwirtschaftskrise. Die Zahlen erholten sich nicht mehr über die magische Zahl von 100 bis zum Jahr 1958, als endlich das Wirtschaftswunder auch in Großbritannien einsetzte. In der großen, britischen Rezession von 1981 sanken die Zahlen dann abrupt auf unter 70 und viele, die noch produzierten, hielten oft nur noch einen Notbetrieb aufrecht.

Die Brennerei Bruichladdich wurde 1881 zur Blüte des britischen Empire unter Queen Victoria auf der schottischen Insel Islay gegründet. Nach anfänglichem, großen Erfolg und mehrfachem Verdoppeln der Kapazität war auch sie anschließend immer bei den Schließungen aufgrund der globalen Wirren mit dabei. Das erste Mal 1929 für sieben Jahre, als die Weltwirtschaftskrise zuschlug und dann zum zweiten Mal zu Kriegsbeginn 1941. Nach dem Kriegsende 1945 erlebte die Brennerei erneut einen tollen



Aufschwung, der bis in die 80er anhielt. Selbst in der großen britischen Rezession von 1981 musste die Brennerei nicht schließen.

Ein ganz anderes und weniger rühmliches Kapitel in der Geschichte von Bruichladdich begann 1992. Der amerikanische Whiskeyproduzent Jim Beam wollte in Schottland Fuß fassen und erwarb in schneller Folge die beiden Blendprodu-

zenten Invergordon und Whyte & Mackay. Hatten sich diese beiden Jahrhunderte alten Kontrahenten zuvor bis aufs Messer im Markt bekämpft, so sammelten die Amerikaner die Überreste dieser Auseinandersetzung nun auf. Man plante wohl ganz nach amerikanischer Natur einen großen, integrierten Whiskykonzern unter amerikanischer Führung. Doch es wollte nicht klappen. Ob die Kulturen zu unterschiedlich waren? Ließ sich Schottland nicht aus dem fernen Kentucky steuern? Die Übernahme funktionierte nicht und in Folge musste Jim Beam einige Brennereien verkaufen und andere schließen. Bruichladdich gehörte zu der zweiten Sorte und wurde 1994 stillgelegt. Es gab im eigenen Konzern nicht mehr genug Abnehmer für den nicht rauchigen Malt Whisky von der Insel Islay.

Eine Brennerei stillzulegen heißt nicht, dass das Unternehmen vom Markt verschwindet. Es produziert halt einfach nicht

mehr. Man kann jedoch noch für mehrere Jahre Whisky aus den Lagerhäusern für die Produktion von Blends entnehmen. So etwas klappt für die Blendindustrie auf jeden Fall für drei Jahre. Den so alt muss der Whisky mindestens sein, um abgefüllt werden zu dürfen. Nach diesen drei Jahren ist der Großteil des normalen, schnell umgeschlagenen Lagers leer, weil nichts mehr nachkommt. Doch dann ist noch nicht Schluss. Es gibt noch ausreichend Fässer die nicht sofort nach drei Jahren geleert werden, weil sie nicht so gut und schnell reiften. Dazu gehören auch die Fässer, die zuvor bereits öfter befüllt waren. Nach dem dritten oder vierten Befüllen kommt halt nur noch sehr wenig Aroma des Eichenholzes im Whisky an, so dass man länger lagern muss, um das gleiche Ergebnis zu erzielen.

Doch nach den oben beschriebenen drei Jahren nimmt die verfügbare Anzahl an Fässern einer Brennerei rapide

ab. 1998 beschloss der Konzern noch einmal einen ‚Notjahrgang‘ zu brennen, damit die Lager wenigstens noch ein bisschen wieder befüllt wurden. Meine Vermutungen gehen dahin, dass man 1998 in USA den Beschluss gefasst hatte, die Brennerei endgültig zu verkaufen. Doch für eine Brennerei ohne Whiskylager erhält man so gut wie kein Geld. Das wäre ein schlechtes Geschäft für Jim Beam geworden. Mit dem Wiederaufstart der Produktion erging es Bruichladdich nicht anders als Ardbeg oder Scapa. Während man bei Scapa jedes Jahr eine Woche brannte und Ardbeg vor dem Verkauf mehrere Jahre wieder betrieben wurde, brannte man bei Bruichladdich nur halbherzig ein einziges Mal für kurze Zeit. Es wurde damit immer schwieriger, die alten 10, 15, 17 und 21-jährigen Single Malt Abfüllungen im aufstrebenden Single Malt Whisky Markt am Leben zu erhalten. Nach sechs Jahren Raubbau am



Lager stand Bruichladdich auf der Kippe. Sollte die Brennerei den Weg so vieler anderer Malt Whisky Brennereien gehen und für immer geschlossen werden?

Am Ende siegte die Marktwirtschaft und Bruichladdich wurde Ende 2000 für stolze 7,5 Millionen Pfund Sterling an ein privates Konsortium aus Whiskyliebhabern und Investoren verkauft.

Die standen nun vor einer Riesenaufgabe. Die Brennerei war nach einem halben Jahr wieder angefahren und ab Mai 2001 ergoss sich ein stetiger Strom jungen Maltwhiskys in die Fässer und die Lagerhäuser begannen sich erneut zu füllen. Doch nichts geht beim Whiskymachen schnell. Zuerst galt es die alten Single Malts weiterzuführen und an den noch bekannten, guten Namen anzuknüpfen. Die schlanken Flaschen wurden durch dicke, bauchige ersetzt und die Range auf 10, 15 und 20 Jahre reduziert und die Preise angehoben. Zu

knapp waren die Lagerbestände, um hier auszufern zu können.

Während man auf der einen Seite jungen Malt Whisky brannte, musste man auf der anderen Seite die 3rd Fill Fässer in irgendeiner Weise aufpeppen. Und da half enorm, dass sich unter den neuen Eigentümern auch der unabhängige Abfüller und Weinhändler Murray McDavid befindet. Er hat die Verbindungen zu den Weingütern in Südeuropa, die für frische, aromatische Weinfässer sorgen. Sowohl der junge als auch der alte, schwach gereifte Whisky wanderte in diese neuen Fässer. Der eine zum schnellen Reifen und der andere zum schnellen Nachreifen.

Ganz allmählich wandelte sich damit die Angebotspalette von Bruichladdich. Die alten, wiederbelebten, 10, 15 und 21-Jährigen mussten endgültig aufgegeben werden. Ersetzt wurden sie durch die letzten, alten Fässer aus der Zeit vor der Schließung, die durch die Nach-

reifung komplexer und voller im Geschmack wurden. Gleichzeitig wurden die Auflagen der einzelnen Abfüllungen immer kleiner. Aus dem beständigen Fluss an Standardabfüllungen wurden auf Grund der Nachreifung mehr und mehr Abfüllungen in Kleinauflage.

Der Übergang auf den jungen, frischen Whisky erfolgte in Stufen. Zuerst mischte man Alte mit Jungen wie beim 3D und brachte gleichzeitig auch eine Innovation auf den Weg. Man hatte, wie auf Islay ansonsten üblich, einen Teil des Malzes rauchig anliefern lassen. Die Kundschaft nahm diesen neuen Malt Whisky begeistert auf und bald konnte man einen echten, ausschließlich jungen Malt am Markt platzieren. Der Bruichladdich Rocks war der erste dieser jungen Malts in größerer Auflage. Waves und Peat sollten in den kommenden Jahren die Palette der neuen Single Malts sinnvoll ergänzen und abrunden.

Parallel dazu erschien der Port Charlotte, ein junger, stark rauchiger Single Malt, der nur durch den Octomore aus den selben Brennblasen im Rauch übertroffen wurde. Und an dieser Stelle kann man die Strategie der neuen Eigentümer von Bruichladdich besonders gut erkennen. Der Peat ist der junge, preiswerte, rauchige Single Malt. Für den Port Charlotte, kaum älter, muss man bereits das Doppelte bezahlen und mit dem nochmal deutlich teureren Octomore bittet man noch die letzten Prozent der Liebhaber zu Kasse. Für jedes Kundensegment kann man so das Maximum an Wertschöpfung im Markt erzielen.

Und das hat Bruichladdich auch bitter nötig. Denn noch läuft das Karussell aus Einlagerung von frisch gebranntem Malt und Abfüllung von gereiftem Malt nicht wirklich rund. Es muss immer noch viel mehr gebrannt als abgefüllt werden. Und das verschlingt viel



Geld. Die Preistreiber sind dabei Gerste, Energie und Arbeitskraft. Das muss bezahlt werden und dieses Kapital schlummert dann für mindestens 10 lange Jahre mit entsprechendem Risiko, bis man damit Geld verdienen kann.

Im September 2011 war es dann soweit. Der erste neue Bruichladdich 10 Jahre (The Laddie TEN) konnte der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Noch läuft die Versorgung stockend, weil man nach der Wie-

dereröffnung im Mai 2000 nicht ‚volles Rohr‘ brennen konnte. Doch mit jedem vergehenden Monat steigt die Kapazität an. Der Bruichladdich 10 Jahre wird dabei in alter Manier ganz ohne Rauch im Malz hergestellt. Nur die Fassqualität ist heute weit aus besser als damals, als man immer öfter mehrfach befüllte Eichenholzfässer zu Reifung verwenden musste.

Wie wird es weitergehen? Die Eigentümer von Bruichladdich werden aus meiner Sicht eine breit gefächerte Strategie fahren. Einmal wird es die jungen Rocks, Wave und Peat für den kleineren Geldbeutel geben. Hier lagert man kürzer und schlägt den Whisky öfter um, um schnelles Geld für die Produktion zu erhalten. Parallel dazu baut man die alte Range des 10, 15 und 21-Jährigen wieder auf. Tradition verpflichtet. Und um die Spezialisten bei Laune zu halten, wird man Port Charlotte und Octomore weiterpflegen und weiterhin

im Premiumsegment ansiedeln. Wie lange man das Angebot an alten, speziell nachgereiften Whiskys durchhalten kann? Ich weiß es nicht. Die Lager werden jedoch nicht ewig halten. Doch ich kann mir gut vorstellen, dass man bei Bruichladdich die alten Fässer nicht komplett entsorgt hat sondern ein Teil aus Kostengründen erneut befüllt wurde. Auch die werden in ein paar Jahren nachgereift werden müssen.

Was bringt die Zukunft? Auf Islay hört man immer wieder Gerüchte, dass die Eigentümer von Bruichladdich ihre Brennerei verkaufen wollen. Man will Geld Erlösen, um die nächste stillliegende Brennerei - nämlich Port Charlotte - wieder zu beleben. Auf der einen Seite täte mir das leid. Doch auf der anderen Seite erfordern spezielle Zeiten im Lebenszyklus eines Unternehmens auch ein spezielles Management. Unternehmer, die in der Lage sind bei einer Brennerei das Ruder

herumzuwerfen, sind vielleicht nicht die richtigen, um anschließend den Dauerbetrieb zu überwachen. Vielleicht wäre es gar nicht so schlecht, wenn Bruichladdich viel Geld verdient, so dass die Truppe ohne die Brennerei verkaufen zu müssen weiterziehen kann, um die nächste der alten Stätten wieder für uns zum Leben zu erwecken. Mich würde es freuen.

Quelle geschichtliche Daten: The Scotch Whisky Industry Record, Charles Craig, 1994

P.S.: Im Jahr 2012 wurde tatsächlich Bruichladdich an den Konzern Remy Cointreau verkauft. Lesen Sie mehr über diesen Rekordverkauf im Laufe dieses Buchs.

Warum manche Whiskys zu teuer sind

Wie jung darf ein Whisky sein?

Im vergangenen Artikel haben wir uns gefragt, wie alt ein Whisky sein sollte. Heute will ich Ihr Augenmerk auf einen anderen Zusammenhang im Hinblick auf das Whiskyalter richten.

Ein Kunde hatte sich bei uns beschwert, dass ein gerade einmal drei Jahre junger Single Malt Whisky von einer Insel mehr als 70 Euro kosten sollte. Kann so etwas sein? Darf so etwas sein?

Wir von The Whisky Store ha-



ben in der Regel einen geringen Einfluss auf den schottischen Whiskymarkt. Wir verkaufen zwar eine Menge hochwertigen Whiskys in Deutschland, aber verglichen mit der ganzen Welt sind wir nur ein Tropfen auf einem trockenen Stein.

Wenn wir oder unsere Kunden einen Whisky als zu teuer empfinden, dann haben wir mehrere Möglichkeiten. Einmal können wir unseren Lieferanten um einen geringeren Einkaufspreis bitten, den wir dann an Sie weitergeben. Da wir uns in Europa und speziell in Deutschland jedoch in einer Marktwirtschaft mit unverbindlichen Preisen bewegen, bleibt da meist der Wunsch der Vater des Gedanken. Nein, wenn man einen Lieferanten um einen besseren Einkaufspreis ‚bittet‘, dann muss man schon einen triftigen Grund anführen können. Und der beste Grund sind hohe Verkaufszahlen. Denn wenn der

Lieferant uns einen besseren Einkaufspreis bietet, dann tut er das nur, wenn sein Gesamtgewinn steigt. Also das Mehr an billiger verkauften Flaschen zu einem absolut vergrößerten Gewinn führt. Etwas zu Verschenken haben die wenigsten Teilnehmer im Markt.

Doch wie sollen wir mehr Flaschen von einem teuren, jungen Whisky verkaufen? Nun, man muss Werbung bei seinen Kunden für diesen Whisky machen und versuchen, neue Kunden für diesen Whisky zu finden. Doch geht das so einfach? Macht man sich als Händler nicht seinen Ruf kaputt, wenn man junge Whiskys sauteuer seinen Kunden anbietet (anbietet) und so die oben vorgestellte Reaktion bei seinen Kunden auslöst? Auch wenn Großhändlern, Distributoren und den Einzelhändlern diese Zusammenhänge bewusst sind, trifft das noch lange nicht auf den unbedarften Kunden und Genießer zu. Er übersetzt diesen teuren

Whisky zu: ‚Die Brennerei ist zu teuer‘ und ‚der Händler ist zu teuer!‘

Das ist eine fatale Spirale. Hat ein Händler zu viele dieser teuren ‚Newcomer‘ in seinem Angebot, dann geht er vor die Hunde. Die Kunden glauben ihm die Preise nicht mehr und er gilt bald in der Branche als teuer. Auf der anderen Seite haben die Brennerei und der Großhändler bzw. Distributor Anlaufverluste, die möglichst schnell gedeckt werden müssen, wenn das ganze Unterfangen nicht in einer Pleite enden soll. Für die Brennerei ist das schlimmer als für den Distributor, der meist Flaschen mehrerer Brennereien im Angebot hat und an einer pleite gehenden Brennerei nicht selbst bankrott geht.

Eine beispielhafte und äußerst sensible Markteinführung konnte man bei der Speyside Brennerei verfolgen. Anstatt sich den Ruf durch eine zu teure Einführung des jungen Speyside zu verderben, brachte man

zunächst den Drumguish ohne Altersangabe auf den Markt. Hier stimmte Preis und junge Qualität zusammen, ohne der Brennerei Speyside unmittelbar das Attribut ‚Billigheimer‘ aufzudrücken. Denn auch das Gegenteil der Hochpreisstrategie von der oben geschilderten Brennerei ist gefährlich. Führt man einen Whisky zu billig im Markt ein, so wird man nur unter größten Schmerzen den Preis im Markt später für ältere Whiskys deutlich anheben können. Meist laufen einem die Kunden davon, da sie starke Preiserhöhungen als ungerechtfertigt empfinden. Preis und Geschmack passten in der Vergangenheit ja zusammen. Warum auf einmal teurer werden?

Der Speyside Single Malt erreichte erst unter dem Namen Speyside den Markt, als er 8 Jahre Alter aufweisen konnte. Diese Reifezeit ist in der Regel der Garant dafür, dass der Single Malt die jugendliche, metallische Schärfe abgebaut



hat. Und mit jedem Jahr mehr auf dem Etikett akzeptierte der Genießer auch eine dezente Preiserhöhung von einem oder zwei Euros. Heute steht der Speyside Single Malt sehr robust zu einem stimmigen Preis im Markt und der 15-Jährige wurde uns trotz deutlichem Aufpreis aus der Hand gerissen.

Eine ähnlich vorsichtige Markteinführung findet gerade beim Kilkerran aus der Glengyle

Brennerei statt. Die Eigentümer aus der Springbank Brennerei heben die Preise von Release zu Release mit steigendem Alter vorsichtig an. Ziel wird es sein, die Preise auf das Springbank Niveau zu erhöhen und am Ende vielleicht sogar noch zu übertreffen.

Doch kommen wir am Ende zu unserem Sorgenkind von der eingangs genannten Insel zurück. Was sollen wir machen? Auslisten oder riskieren, dass uns unsere Kunden als zu teuer empfinden? Dies ist wirklich eine schwierige Entscheidung. Wir gehen derzeit einen Mittelweg und reduzieren unsere Marge, um dem Whisky eine Chance zu geben. Doch wenn die Verkaufszahlen in Zukunft nicht deutlich ansteigen, hat es wohl die Brennerei zusammen mit ihrem Distributor preislich übertrieben und muss mit dem Ergebnis leben.

Wir haben das in der Vergangenheit bei anderen Marken bereits verfolgt ‚dürfen‘. Wenn

die Verkaufszahlen nicht ansteigen, dann wechselt der Hersteller bald die Distribution und hofft, dass diese Firma Kontakte zu aktiveren Händlern hat. Fällt auch dort das Ergebnis im darauffolgenden Jahr nicht besser aus, bemerkt man in der Regel seine Fehler und reduziert seine Preise im Markt.

Und dann ist auf einmal alles gut? Mitnichten!

Kunden haben ein Elefantengedächtnis. Kunden, die in der Vergangenheit zu viel für den jungen Whisky bezahlt haben, sind bei solchen Preissenkungen sauer und fühlen sich übervorteilt. Sie reagieren dann oft mit Boykott der Marke. Nach dem Motto - ‚Jetzt zeige ich es Dir. Ich lasse mich nicht bestehlen!‘ Kunden, die früher die größten Verfechter einer Marke waren, wandeln sich auf einmal zu Gegnern. Und das Schlimmste an diesem Umstand ist, dass diese nun die Marke boykottierenden Kunden eigentlich die größten Befürworter in der Ver-

gangenheit waren. Schließlich waren sie die Einzigen die bereit waren, die überhöhten Preise für die Flaschen zu bezahlen. So kann man eine Markteinführung richtig ‚vergeigen‘.

Wir können neuen Herstellern und frischen Distributoren nur raten, sich bei der Preisfestlegung eines jungen Whiskys nicht an den maximalen Möglichkeiten im Markt zu orientieren und dem letzten Euro hinterher zu geiern. Nein, die wahre Kunst ist es, das Potenzial eines Whiskys im Vorfeld richtig einzuschätzen. Und das geht nicht mit Wunschdenken am grünen Tisch sondern nur in Zusammenarbeit mit den erfahrenen Groß- und Einzelhändlern im Markt. Sie haben die notwendigen Marktanteile, um Vergleiche zwischen einzelnen Marken zu ziehen und wissen um die Stärken und Schwächen eines Whiskys im Markt.

Doch dies bleibt ein frommer Wunsch. Uns hat noch nie ein Hersteller gefragt, welchen

Preis wir für einen Single Malt Whisky im Markt vorschlagen würden. Leider ist die Marge im Lebensmittelhandel so gering, dass wir kaum nennenswerte Preisbeeinflussungen vornehmen können, um den Aufstieg eines neuen Whiskys im Markt zu fördern. Die Preisfindung ist und bleibt eine Frage der Brennereien und der Distribution.



Wo man noch Schnäppchen machen kann Alte und preiswerte Single Malt Whiskys

Als Gordon & MacPhail im vergangenen Jahr die Preise für alte Single Malts stark erhöhte, war unser Entsetzen und das Klagen in der Genießerschaft groß. Doch dabei blieb es nicht. Aktuell wurden die Preise zum 1.5.2012 noch einmal angehoben. Wir von The Whisky Store haben noch alte Bestände, die wir zum alten Preis verkaufen. Doch immer öfter müssen wir Nachkaufen und dann werden die höheren Preise für Sie sichtbar.

Nun kann man Gordon & MacPhail nicht den Schwarzen Peter allein zuschieben. Sie sind ein Unternehmen unter vielen, die die Preise in jüngster Zeit angehoben haben. Wenn ich alleine an die Brennerei Macallan denke, dann wird mir ob der sich immer schneller drehenden Zahlen ganz schwindelig. Doch viele von unseren Kunden wird das nicht wirklich stören, da sie sich ausschließlich Whiskys auf

Normalpreis-Niveau leisten. Und die regulären Single Malt Whiskys sind glücklicherweise von den Preissteigerungen kaum betroffen. Es geht vor allem um die alten und sehr alten Flaschen.

Als vor 19 Jahren The Whisky Store gegründet wurde, ‚floss‘ fast der gesamte, ältere schottische Whisky in vier Regionen und Länder auf der Welt. Nordamerika, Europa sowie Korea und Japan. Das war’s. Geschätzte 90% der Produktion wurde von ihnen aufgesogen.

In der Zwischenzeit ist auf unserem Globus eine Menge passiert. Es gibt eine Milliarde mehr Menschen und vor allem eine Menge mehr Bürger, die es zu angenehmem Wohlstand gebracht haben. Wenn man sich von den gängigen, durch unsere Presse verbreiteten, Vorstellungen über die einzelnen Länder und Regionen löst (Süd-

amerika = korrupt, Russland = kriminell, Afrika = Hunger, Asien = arm) und die nackten Wirtschaftszahlen unvoreingenommen studiert, dann ging es den Menschen als Ganzes auf unserem Planeten noch nie so gut wie heute.

Ich muss es hier betonen: Jeder hungernde oder verhungerte Mensch und jeder der im Slum leben muss, ist einer zu viel. Doch was gerne in unserer Presse wegen dieser drängenden Probleme effektheischend verschwiegen wird, ist eine Aufbruchstimmung in den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China), die auch zu deutlichem Wohlstandswachstum in deren Mittelschicht geführt hat. Und in diesen Ländern leben nach Angaben in Wikipedia im Moment 2,89 Mrd. Menschen. Das sind rund dreimal so viele wie in der EU und USA zusammen. Und viele dieser zu Wohlstand gekommenen Menschen haben ‚Whisky-Durst‘.

Für die schottischen Herstel-

ler ist dies eine schwierige Situation. Vor 20 Jahren wurden Whiskymengen gebrannt, die auf die damalige politische und wirtschaftliche Situation auf der Welt abgestimmt waren. Natürlich brennt man heute auf Teufel komm raus und viele Brennereien sind massiv erweitert worden. Doch die Nachfrage bricht alle Rekorde. Für 2011 konnte die Industrievereinigung der schottischen Whiskyhersteller SWA ein Absatzplus von 23% im Vergleich zu 2010 vermelden. Über die fünf vergangenen Jahre wuchs der Absatz um 61%.

Nun neigen wir in der westlichen Welt unseren Wohlstand - vermutlich wegen der ganzen Cassandra rufenden Presse - über den der restlichen Welt zu stellen. Doch wer sich von den Überschriften der Presse löst und ins Detail geht, der versteht, dass Hunderte Millionen Menschen in wenigen Jahren auf ein Wohlstandsniveau gekommen sind, das unserem mindestens ebenbürtig ist. Und wenn

diese Bürger für alte und sehr alte Whiskys viel Geld ausgeben, dann ‚schaun wir mit dem Ofenrohr ins Gebirge‘, wie man in Bayern so treffend sagt.

Angebot und Nachfrage regeln den Preis. Und wenn die BRIC-Staaten für Whisky mehr Geld ausgeben als wir, dann fährt das Schiff mit der wertvollen Fracht halt dorthin. Das Argument, dass wir eher da waren - zählt leider nicht.

Kommen wir nun endlich zum



Thema in der Überschrift. Wo kann man denn nun noch preiswerten, älteren Whisky finden? In unserem Shop-System gibt es dafür die erweiterte Suche. Hier kann man spezielle Suchkriterien eingeben. Darunter auch das Alter und den Preis. Wenn man nun nach Whiskys bis 40 Euro mit einem Alter von 18 und mehr Jahren sucht, so wird man immerhin viermal fündig. Glenfiddich 18 Jahre, Loch Lomond 18 Jahre, Tullibardine 1993 und Ledaig 1993 des unabhängigen Abfüllers Signatory Vintage.

Dass Glenfiddich mit dabei ist, hat mit der Brennerei zu tun. Nicht nur setzt sie den meisten Single Malt Whisky auf der Welt ab, sie befindet sich auch noch in Familienbesitz und hat deshalb große Fasslager, ohne Rücksicht auf etwaige Börsenkurse und Gewinnerwartungen der Aktionäre, angelegt. Und wer im Moment große Mengen Whisky vorrätig hat, der muss seine Preise nicht zwangsläufig erhöhen. Als zweites fällt

der Loch Lomond 18 Jahre auf. Loch Lomond ist eine weitgehend unbekannte Brennerei, die vor allem im preiswerten Supermarktsegment seine Kunden hat. Hier fällt es der Brennerei schwer, höhere Preise durchzusetzen bzw. neue, zahlungskräftigere Kunden zu finden. Solange es diesen Malt gibt, wird er preiswert sein. Der 21-Jährige aus den vergangenen Jahren ist leider bereits vergriffen. Tullibardine ist ein Sonderfall. Die Brennerei wechselte seinen Besitzer und fing erst vor wenigen Jahren wieder an zu brennen. Noch sind nicht ausreichend Kunden da, als dass der Single Malt knapp werden würde. Der Ledaig von Signatory Vintage ist der einzige Single Malt der unabhängigen Abfüller in diesen Suchergebnissen. Und auch hier gilt wie bei den vorangegangenen Flaschen: Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis. Ledaig - der rauchige Single Malt aus der Tobermory Brennerei - ist nicht wirklich

bekannt unter den Genießern.

Erhöhen wir den maximalen Preis auf 60 Euro und das minimale Alter auf 21 Jahre in unserer Erweiterten Shop Suche, so finden wir auch in diesem Segment vier Flaschen. Für die erste, den Glenfarclas 21 Jahre, gilt das selbe, wie für den oben genannten Glenfiddich 18 Jahre. Die privat geführte Brennerei Glenfarclas konnte vor 21 Jahren ausreichend Whisky brennen, so dass man nun den Markt mit einer hervorragenden Qualität und größeren Mengen erobern kann. Auch die Brennerei Tullibardine aus dem vorigen Abschnitt kann mit ihrem Jahrgang 1988 wieder punkten. Die Brennerei Tomintoul wurde vor Jahren von einem Großkonzern an einen kleineren verkauft. Der konnte die vorhandenen Vorräte schonen und der neue 21 Jahre alte Tomintoul, der im Sommer 2011 erschien, verkauft sich hervorragend. Als letzter im Bunde ist die Brennerei Knockando genannt, deren riesige Lager seit

Jahrzehnten einen preiswerten 21 Jahre alten Single Malt Whisky hervorbringen. Und das unterscheidet Knockando von den anderen Marken. Hier wurden bereits vor 20 Jahren große Stückzahlen des 21-Jährigen verkauft, so dass sich der dahinter stehende Konzern langfristig daran gewöhnt hat, größere Whiskymengen zur längeren Reifung zur Seite zu legen. Allen Sparzwängen zum Trotz, wussten die Verantwortlichen bei Knockando schon seit jeher, dass sich alter Single Malt gut verkauft. Dieses Wissen ist in den wenigsten Brennereien bei jedem Mitarbeiter verankert.

Erhöht man das Alter auf 25 Jahre und den Preis auf 90 Euro, so zeigt die Erweiterte Shop Suche erneut vier preiswerte Single Malts. Für den Glenfarclas 25 Jahre gilt das selbe wie für den 21-Jährigen im vorigen Abschnitt. Erstaunlich ist für mich der Speyburn 25 Jahre. Die Speyburn Brennerei ist normalerweise für sehr preiswerte



Single Malts bekannt, die oftmals auch den Weg in den Supermarkt finden. Sich zu diesen Malts ohne Altersangabe und dem einfachen 10-Jährigen einen Malt mit einem Alter von 25 Jahren als Abfüllung ‚zu leisten‘, ist selten. Damit gleicht dieser preiswerte Alte Speyburn dem 18-Jährigen von Loch Lomond. Die Brennerei Benromach lag lange Jahre still und wurde vom unabhängigen Ab-

füller Gordon & MacPhail vor rund 10 Jahren wieder in Betrieb genommen. Und auch hier gilt wieder, dass die Masse der Genießer die Brennerei nicht kennen kann, weil sie sehr lange geschlossen war. Da können auch sehr alte Whiskys keine beliebig hohen Preise erzielen.

Der Glen Grant mit 25 Jahren, ebenfalls vom unabhängigen Abfüller Gordon & MacPhail, ist im Moment noch günstig. Sein Preis steigt jedes Jahr. Auch hier galt lange Zeit, dass der Original Glen Grant ohne Altersangabe aus dem Supermarkt die älteren Abfüllungen im Preis niedrig gehalten hat. Doch seit ein paar Jahren ist dieser Trend durchbrochen. Der Glen Grant 1950 hat aktuell 638 EUR erreicht.

Und welche Single Malts aus dieser Aufzählung schmeckt dem Verfasser dieser Zeilen besonders gut? Jeder dieser Single Malts ist aus meiner Sicht sein Geld wert. Dafür sind sie einfach zu preiswert. Wenn ich mir

aus jeder der drei Gruppen eine Flasche aussuchen dürfte, so wären das Glenfiddich 18 Jahre, Glenfarclas 21 Jahre und Glen Grant 25 Jahre.

Jetzt bleibt mir nur mehr darauf hinzuweisen, dass dieser Newsletter die Aufmerksamkeit von allen Lesern auf genau die gleichen Flaschen richtet. Und wie Angebot und Nachfrage den Preis beeinflussen, werden Sie im kommenden Jahr sehen können, wenn auch diese Flaschen - vielleicht - im Preis gestiegen sein werden. Unsere moderne, dynamische und globalisierte Welt bleibt auf die Dauer nicht, wie sie mal war. Alles ist in Bewegung - alles ist im Fluss. Wer nun den alten Zeiten nachtrauert dem möchte ich erwidern, dass ohne die moderne Globalisierung der gute Single Malt Whisky Deutschland erst gar nicht erreicht hätte. Denn in Sachen hochwertigen Whiskys gehörten wir zu den Nachzüglern. Und wie heißt es so treffend: Im Leben gibt es nichts umsonst.

3 Millionen Video-Abrufe

Whisky Videos

Haben Sie schon einmal Ihre Stimme auf Tonband gehört? Mein Vater schenkte mir um das Jahr 1970 ein Spulentonbandgerät von Philips mit einem Mikrofön. Das Ergebnis klang für mich so furchtbar, dass ich meine geplante Karriere als Popstar spontan aufgab.

Mein nächster Kontakt mit meiner eigenen Stimme fand dann um das Jahr 2000 statt, als ich die Anrufansage im The Whisky Store aufnahm. Mal abgesehen von der schlechten, technischen Qualität - es klang für meine eigenen Ohren ganz furchtbar.

Doch 2007 wollte ich es unbedingt wissen. Ich wollte ein ‚Verkaufsvideo‘ für den Lagavulin 16 Jahre aufnehmen. Doch meine Stimme war mein geringstes Problem. Ich blickte in diese schwarze Linse und stellte mir vor, dass auf der anderen Seite Tausende von Menschen sitzen würden. Das machte mich ganz befangen und von einem natürlichen Spre-

chen konnte keine Rede sein.

Das war für mich sehr ungewöhnlich, denn ich bin es eigentlich beruflich gewöhnt, vor Hunderten, wenn nicht gar Tausend Menschen zu sprechen und dabei auch mal schlechte Nachrichten zu überbringen oder Witze zu reißen. Und wenn man da vor einer riesigen Menschenmenge steht und seinen Vortrag hält, dann sucht man den Blickkontakt zu netten Menschen und lässt den Blick umherschweifen. Man sucht nach Feedback aus der Masse. Und mit dieser ‚sozialen‘ Verbindung zum Gegenüber bin ich einwandfrei in der Lage sicher und frei - ohne ähhs und öhmms - zu reden. Ein ordentlicher bis großer Applaus ist mir auf der Bühne eigentlich immer sicher.

Doch 2007 saß ich vor dieser mich schwarz anglotzenden Linse und ich war nicht in der Lage, mich von diesen Gedankengängen hin zu den Tausenden an rummäkelnden Zusehern



zu lösen. Es musste etwas geschehen. Doch ich wusste nicht was. Deshalb blieb mein erstes Lagavulin Video auf YouTube für Jahre mein einziges. Ich fügte noch ein Video über Talisker hinzu, das nicht attraktiver ausfiel. Das Bild war schlecht, der Ton nicht besser und ich fand einfach nicht den Faden zu einem ordentlichen Erzählstil.

2009 gab ich mir dann einen Ruck und ich besuchte ein paar Kurse für Präsentationstechniken. Ich wollte mir erklären

lassen, was einen guten Vortrag ausmacht. Und all das in kleinen Gruppen mit gemeinsamen Übungen. Und in diesen Kursen wurde ich für meine Vortragsübungen ordentlich gelobt.

„Ich könne ja schon alles. Was ich denn eigentlich wollte?“

Man gab mir ein paar Tipps, was ich denn noch verbessern könnte. Irgendwie war das alles für mich surreal.

Anfang 2010 beschloss ich dann, einfach ins kalte Wasser zu

springen. Augen zu und durch. Ich kaufte mir eine kleine HD-Kamera anstatt mit dem kleinen, digitalen Fotoapparat die Videos weiterhin aufzunehmen. Mit ein paar zusätzlichen Scheinwerfern richtete ich mir im Keller ein Studio mit einem Fass aus dem The Whisky Store ein.

Die ersten Videos waren - wie zu erwarten - furchtbar. Ich stammelte vor mich hin, die Videos waren unscharf, überbelichtet, unterbelichtet und der Ton brummte und war zugleich meinen Lippenbewegungen voraus oder hinkte hinterher. Es war gelinde gesagt eine kleine Katastrophe.

Wer mich aus den alten Zeiten des The Whisky Forums kennt der weiß, dass ich eines nicht bin: scheu! Ich habe keine Probleme, mich zu blamieren. Denn nur aus Fehlern kann man lernen. Soll sich doch einmal ein anderer da hin setzen und das Gleiche machen ...

Und an dieser Stelle muss ich ein großes Lob an die YouTube-

Gemeinschaft und die User im The Whisky Forum aussprechen. Es gab natürlich eine Menge unspezifische Schelte und auch Häme, doch der harte Kern der User machte realistische Verbesserungsvorschläge, die ich kritisch hinterfragte und zum großen Teil auch umsetzte. Über den Sommer wurden die Kritiken weniger hart und die Zugriffe auf die Videos stiegen an. Ich war also auf dem richtigen Weg.

Im zweiten Halbjahr 2010 hatte ich dann die ersten Hundert Videos voll und es war Zeit Bilanz zu ziehen. Was lief gut - was weniger - und was wollten die User sehen? Ganz zu schweigen davon, was ich zeigen wollte. Alles entwickelte sich prima und auch die ersten Abonnenten unseres Kanals www.YouTube.com/TheWhiskyStore konnten wir vermelden.

Doch es dauerte noch bis Sommer 2011, bis wir eine halbe Million abgerufener Videos melden konnten. In der Zwischenzeit musste ich auch mein

Studio verlassen, da der Platz einer modernen Grundwasserwärmepumpe wich. Ein Übergangsstudio musste her.

Einfach Whiskys am Fließband zu verkosten ist zwar gut und schön und auch für Interessierte nicht uninteressant. Doch das Salz in der Suppe sind besondere Videos, die etwas aus der Normalität herausführen. So schlugen die Wogen hoch, als ich das Video ‚Tod vor Stalingrad‘ oder die ‚Irish Car Bomb‘ drehte. Doch Spaß muss sein. Vor allem auf YouTube. Das Unternehmen verdient mit Spaß schließlich Milliarden.

Unsere Videos haben jedoch noch einen weiteren Zweck. Wir binden sie als Entscheidungshilfe auch in den Internet-Shop von The Whisky Store passend zu den einzelnen Produkten ein. So kann sich der Interessierte ein Video ansehen und meine Meinung dazu vernehmen, bevor er seinen Geldbeutel öffnet und sich eine mitunter reichlich teure Flasche leistet.

Richtig überrascht wurde ich dann im Herbst 2011, als der Internet-Shop von The Whisky Store zum Online-Shop des Jahres 2011 in der Kategorie Video auf dem Versandhandelskongress in Wiesbaden gewählt wurde. Und - darauf bin ich besonders stolz - mich bestimmte keine Jury zum Sieger sondern per Realtime-Stimmabgabe gab mir ein tausendköpfiges Publikum eine ganz deutliche Mehrheit an Stimmen.

Bis zum heutigen Tag wurden meine 528 Videos über 3 Millionen mal abgerufen. Dabei gab es 1850 positive und 300 negative Bewertungen. Das ist ein Verhältnis, mit dem ich leben kann. Whisky ist nun mal ein Getränk, das die Menschen trennt. Für die einen ist es das Traumgetränk schlechthin - für die anderen ist es einfach nur scharfer Schnaps. Ich muss aber auch noch etwas weiter hinter die Kulissen blicken.

Sicherlich werde ich auch von der Konkurrenz und den bis-

herigen ‚Verkostungsplatzhirschen‘ mit Argwohn beäugt. Als Distanzhändler war The Whisky Store bislang im lokalen Whiskyladen oder auf Verkostungen immer noch mit den Argumenten zu schlagen, dass wir keine Beratung liefern würden und ein Gespräch mit dem Kenner vor Ort im Laden unerlässlich für eine gute Auswahl sei.

Nun - die Zeiten haben sich geändert. Oft bekomme ich E-Mails von Kunden, die mir voller Freude schreiben, dass sie gemeinsam mit mir einen bestimmten Whisky im Video ‚zusammen‘ verkostet haben. Ich habe auch schon von Tastingabenden in größeren Runden gehört, wo man mich per Beamer mit meinen Videos eingespiegelt hat.

Fakt ist, dass wir in einem Jahr mit unseren Videos mehr Menschen erreicht haben, als die bislang größten Tastingveranstalter alle zusammen in den vergangenen 20 Jahren.

Betrachtet man diese Zahlen, so kann es einem ganz schwin-

delig werden und dann muss ich zugeben, dass meine anfängliche Angst vor dieser schwarzen, bedrohlichen Videolinse tatsächlich etwas Reales hatte. Ich hätte mir nie vorstellen können, dass ich einmal so viele Zuseher haben würde. Es klingt natürlich etwas vermessen - aber meine ‚Einschaltquoten‘ liegen nicht mehr ganz so weit von drittklassigen Fernsehansagern in irgendwelchen Spartenkanälen ab Programmnummer 35 entfernt.

Was bringt mich auf diesen absurden Gedanken? Ich wurde in den vergangenen Monaten schon ein paar Mal in der Öffentlichkeit erkannt und angesprochen und auch fotografiert. Sei es im Kaufhaus, an der Tankstelle oder an der Gepäckausgabe am Flughafen. Und so freuen sich meine Frau und ich, dass meine Frau nicht die einzige ist, die in der Öffentlichkeit erkannt wird.

Wie geht es weiter? Jedes Jahr erscheinen 200 bis 300 interessante Whiskys neu auf dem Markt.

Und da ich versuche, werktätlich ein neues Video online zu stellen, wird mir auf diese Weise der Stoff nicht ausgehen. Und nichts ist beständiger als der Wandel. Derzeit bastele ich wieder an den Einstellungen meiner neuen, professionelleren Videokamera herum. Und da ich ein Video immer nur einmal am Stück drehe - schließlich will ich die Flasche vor Publikum echt öffnen - sieht man alle diese Einstellungsfehler am Ende auch im finalen Film. YouTube ist ein Medium, das von seiner Authentizität lebt. Da müssen Sie und ich gemeinsam durch.

Ich treibe mich da selbst an, weil vermutlich im Frühjahr 2013 das innovative AppleTV erscheinen wird. Und dann wird YouTube in HD am Abend vermehrt über die ‚Mattscheibe‘ flimmern. Zeit für mich, auch die technische Qualität meiner Videos zu erhöhen. Das aktuelle Fernsehen ist heute bereits angezählt. In Scharen laufen die Zuschauer den etablierten Kanälen im ‚Qualitätsfernsehen‘ davon,

um sich das anzusehen, was sie wirklich interessiert. Und das lässt sich halt nicht über ein paar Dutzend staatlich reglementierte Kanäle erreichen. Dazu braucht es die Kraft von Millionen privater Filmemacher.

Natürlich gibt es auf YouTube eine Menge Unsinn und Videos, die kein Mensch braucht. Doch alle lernen beständig hinzu und mehr und mehr Menschen abonnieren sich auf YouTube die Kanäle zusammen, die sie wirklich interessieren. Die wichtigsten Video-Blogger haben schon mehr als 100.000 Abonnenten und ihre interessantesten Videos wurden bereits zig-millionenfach aufgerufen.

Whisky als Ganzes und meine Videos im Speziellen werden nie auf diese Aufrufzahlen kommen. Dazu ist hochwertiger Whisky ein zu spezielles Produkt. Doch ich freue mich, wenn meine Videos von einem harten Kern an ‚Videoten‘ angesehen werden.

Wir sehen uns auf YouTube.

Ardbeg Galileo Sternenflug

2011 startete eine russische Rakete vom Weltraumbahnhof Baikonur. An Bord befand sich ein Experiment, das die Zusammenwirkung von Rohwhisky mit der Wand eines Eichenholzfasses bei Schwerelosigkeit untersuchen soll.

Das Alles geschah für uns Whisky-Genießer unbemerkt auf Veranlassung der Brennerei Ardbeg.

Jetzt darf man sich das nicht so vorstellen, dass man ein Fass mit Ardbeg Whisky in die Umlaufbahn geschossen hätte. Nein - es gibt mittlerweile standardisierte Kleinstcontainer der Firma Nanoracks, die sich den Slogan: Space 4 Everyone (Weltraum für Jeden) gegeben hat. Sie betreiben an Bord der ISS, der internationalen Raumstation, ein automatisiertes Probenlager, wo jedermann - gegen Geld versteht sich - Experimente im Weltraum bei Schwerelosigkeit ausführen kann. Die

kleinste zu mietende Einheit beträgt 10*10*10 cm - also 1 Liter.

Marketing treibt merkwürdige Blüten. Bei der Brennerei Ardbeg bzw. beim Mutterkonzern LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) arbeitet beständig eine Marketing-Maschinerie, die sich jedes Jahr aufs Neue etwas Besonderes ausdenkt. Da müssen Meeresstrudel (Corryvreckan) und Achterbahnen (Rollercoaster) aber auch das Himmelreich (Supernova, Galileo) als Namensbezeichnung herhalten.

Wer nun glaubt, im Ardbeg Galileo wäre nun ein Tropfen dieses Weltraumwhiskys enthalten, der irrt. Mit dem Galileo wurde nur eine Rakete gezündet, um den immer gleichen Whisky - marketingtechnisch genial - an den Mann und die Frau zu bringen. Warum schreibe ich „immer den Gleichen“? Weil Ardbeg, Tradition verpflichtet, immer auf klassische Weise den gleichen Whisky herstellt. Der

Unterschied zwischen den Abfüllungen ist dabei naturgemäß gering. Mal sind die Fässer stärker ausgebrannt (Alligator) und mal werden die Ex-Bourbonfässer anders zwischen 1st und 2nd Fill gemischt. Und hin und wieder verwendet man auch andere Fässer wie z.B. beim Ardbeg Uigeadail. In ihm befinden sich rund 10% Whiskys in der finalen Mischung, die zuvor in Ex-Sherryfässern lagerten.

Aus dieser Sicht ist der Inhalt der Ardbeg Galileo Flasche



ziemlich einfach. Es wurden für diese neue Flasche einfach Whiskys verwendet, die zuvor in Ex-Madeirafässern reiften. Das ist im Hause LVMH nichts neues. Auch den Glenmorangie gab es vor Jahren schon nachgereift in eben solchen Madeirafässern.

Warum macht man das bei Ardbeg? Und vor allem, warum zündet man dafür so ein Sternenfeuerwerk?

Ardbeg hat ein höchst eigenes Problem. Man produzierte von 1981 bis 1989 nicht. Die Brennerei war wegen Absatzproblemen geschlossen. Und auch schon vorher, so etwa ab 1976 lief die Produktion eher stotternd. Die Whiskys aus der Zeit vor der Schließung sind mittlerweile fast vollständig vergriffen. Auch nach 1989 konnte man nicht sofort mit Vollgas die Produktion anfahren. Es waren sowohl Reparaturen als auch energetische Optimierungen am Produktionsprozess erforderlich, um wettbewerbsfähig zu

sein. 1999 kam dann wieder der erste Ardbeg mit 10 Jahren Alter - der TEN - auf den Markt. Ab 2006 konnten wir uns dann alle an einem Ardbeg Airigh nam Beist erfreuen, der zunächst 16 und später 18 Jahre alt war.

Doch je mehr der Erfolg von Ardbeg wuchs, um so weniger gereifte Whiskys blieben bei Ardbeg in den Lagern zurück. Heute hat man Glück, wenn man bei Ardbeg einen 12-Jährigen, wie den Galileo, abfüllen kann. Der Erfolg frisst seine Kinder. Wir dürfen aber auch Hoffnung haben. Derzeit reift bei Ardbeg Malt Whisky, der für eine regelmäßig erhältliche, ältere Abfüllung reserviert ist. Über den Erscheinungstermin gibt es erst wenige Andeutungen. Ich kann mir vorstellen, dass ein 15, 16, 17 oder 18-jähriger Single Malt Whisky ab dem Jahr 2015 erscheinen wird. Warum nenne ich so viele unterschiedliche Alter?

15 Jahre ist relativ unwahrscheinlich. Es wäre nur ein

Zwischenschritt auf dem Weg zu einem 18-Jährigen. Auch bei Glenmorangie aus dem selben Konzern gab es eine Zeit lang einen 15-Jährigen, bevor endlich ausreichende Mengen für den 18-Jährigen reif waren.

16 Jahre bieten sich als Alter an, weil man damit dem größten Konkurrenten auf der Insel Islay - nämlich Lagavulin - Paroli bieten könnte. Der Airigh nam Beist begann ja mit diesem Alter.

17 Jahre sind nur für Ardbeg eine besondere Zahl. Denn viele von uns werden sich noch an die alten Ardbegflaschen erinnern, die eben dieses Alter aufweisen. Wenn man sich zu 17 Jahren entschließt, dann würde man an diese Tradition anknüpfen.

18 Jahre dagegen nimmt den Kampf mit den anderen Nachbarn auf der Insel Islay auf. Laphroaig und Bowmore! Bei Laphroaig hat man vor ein paar Jahren das Alter des ältesten Single Malts von 15 auf 18 Jahre erhöht und bei Bowmore ist

man von 17 auf 18 Jahre gegangen. Damit hatten die beiden Brennereien einen Trumpf gegenüber Lagavulin ausgespielt.

Und um den Ardbeg-Genießern die Wartezeit auf ältere Whiskys zu verschönern, greift nun Ardbeg in die Sternenkiste und zaubert eine ‚Sonderabfüllung‘ nach der anderen hervor.

Und das Marketing wirkt. Obwohl von jeder dieser Sonderabfüllungen mehr als 50.000 Flaschen abgefüllt werden, herrscht seit mehreren Jahren jedes Mal Torschlusspanik, wenn eine neue Flasche herauskommt. So auch wieder bei der aktuellen Sonderabfüllung Ardbeg Galileo. Von 52.000 Flaschen sollten, bei normaler globaler Verteilung, rund 4.000 Flaschen nach Deutschland kommen.

Doch ab der ersten Ankündigung der Auslieferung in Deutschland überschlugen sich die Kunden. Wir boten diese Flasche zu einem Wochenende für 72,90 EUR an und limi-

tierten auch die Flaschenanzahl auf zwei Stück pro Kunden. Auf die ersten paar Hundert erhaltenen Flaschen erhielten wir an jenem Wochenende rund 1.000 Flaschenbestellungen. Ein Wahnsinn bei 72,90 EUR für einen 12-jährigen Single Malt!

Da wir uns natürlich keine Flaschen aus den Rippen schneiden konnten, erhielten wir sowohl einfach traurige E-Mails, aber mehr als das, vor allem aggressive und beleidigende Zuschriften. Ganz den Vogel schossen ein paar ‚Kandidaten‘ ab, die unsere Mitarbeiter am Telefon anschrien.

So etwas geht aus meiner Sicht gar nicht. Unsere Damen in der Auftragsbearbeitung haben die Freiheit solche Kunden von jeglichen, zukünftigen Bestellungen auszuschließen. Was in Einzelfällen auch passierte. Es ist schon merkwürdig, wie jede Nichtbelieferung auf glatte Absicht bei uns umgemünzt wurde. Kungelei, willkürliche Bevorzugung und Lügen wur-

den uns vorgeworfen.

Vor allem wollte es vielen Interessenten nicht einleuchten, dass nicht alle 52.000 Flaschen gleichzeitig auf der Welt ausgeliefert wurden und wir nun auf den Flaschen sitzen würden und demnächst höhere Preise verlangen würden. Ganz schwere Vorwürfe der Bereicherung wurden uns gemacht. Hier für alle, die es im Forum nicht mitbekommen haben noch einmal die Zusammenhänge.

Deutschland wird nur wenige tausend Flaschen erhalten. Und die kommen über den Distributor Moët Hennessy nach Deutschland. Dabei gibt es keine große, einzelne Lieferung, sondern der regelmäßige, nicht immer volle Container aus Schottland mit Ardbeg und Glenmorangie, wird mit diesen Sonderabfüllungen jedes Mal aufgefüllt bis er voll ist. Auch hier spart man Geld. Es würde die Flasche nur unnötig verteuern, wenn man eine Extralieferung machen würde. Deshalb

wird es eine Weile lang noch Nachlieferungen des Galileo geben.

Mit dem Preis haben wir uns ungefähr an die offizielle Preisempfehlung von 70 EUR gehalten. Ich kenne keinen anderen Händler, der so preiswert wie wir gewesen ist. Von Bereicherung auf Rücken des Kunden kann also keine Rede sein. Der typische Ladenpreis lag in München wohl bei knapp 90 EUR. Anders herum wurde dagegen ein Schuh draus. Bei eBay wurden regelmäßig für diese Flaschen bis zu 140 EUR bezahlt. Ich werde den Verdacht nicht los, dass diejenigen am lautesten geschrien haben, die ihre Flaschen anschließend im Internet meistbietend versteigern wollten.

Wie haben wir nun ausgeliefert? Streng nach Auftragseingang (First in First out) oder doch irgendwie willkürlich?

Natürlich haben wir eine Vorauswahl getroffen. Alles andere wäre unrealistisch gewesen.

Es trudelten Bestellungen mit 30 und gar 50 Flaschen ein. Da es sich damit um Händler handelte, haben wir diese Bestellungen sowieso ignoriert. Wir haben die Bestellungen in gute Kunden, normale Kunden und Neukunden unterteilt. Für jede Kundengruppe haben wir ein Kontingent gebildet, das wir dann auch ausgeliefert haben. Dass wir auch Neukunden beliefert haben, können Sie beim Galileo-Thread im Forum nachlesen.

Wie das Verhältnis zwischen den Kundengruppen ausfällt, fällt unter die Rubrik Geschäftsgeheimnis. Es erschließt sich unmittelbar, dass wir eine gewisse Bevorzugung unserer Stammkunden vornehmen müssen, da sie uns unser Wachstum, unsere Größe und damit auch die Einkaufskraft gegenüber dem Lieferanten ermöglicht haben. Damit gehört ihnen die Ehre der bevorzugten Lieferung. Ohne sie, hätten wir vermutlich nur die normalen drei

bis sechs Flaschen der normalen Händler erhalten. Doch vernachlässigt man seine anderen Kunden, die keine Tausende für Whisky im Jahr ausgeben können, so kommt man nicht weit. Sie werden einem abspringen. Und letztlich verprellt man zukünftige Kunden, wenn nicht auch Neukunden eine Chance auf eine Flasche haben?

Viele Genießer sind nur daran interessiert, einmal diesen Galileo zu verkosten und nicht gleich so viel Geld für eine ganze Flasche auszugeben. Deshalb muss man sicher stellen, dass ausreichend viele Flaschen für Flaschenteilungen im The Whisky Forum vorhanden sind.

Wie geht es weiter? Nun - in den kommenden Wochen werden weitere Flaschen bei uns eintreffen. Wann und wie viele, wissen wir nicht. Wir sind da ganz von Schottland und dem lokalen Distributor abhängig. Wir werden diese Lieferungen dazu verwenden, die noch ausstehenden Bestellungen abzu-

arbeiten und dann auch wieder Flaschen online zu stellen.

Dann wird es auch nicht mehr lange dauern, bis sich die ersten Spekulanten bei uns melden. Und jetzt meine ich damit nicht diejenigen Kunden, die uns eine oder zwei Flaschen teuer zurück verkaufen wollen, sondern deutsche und internationale Großhändler, die ihr Kontingent zurückgehalten haben. Jetzt, wo der erste Schwung durch ist, bieten sie ihre Flaschen mit einem gehörigen Aufgeld an. Wir werden diese Flaschen natürlich ankaufen, da wir wissen, dass noch viele Kunden da draußen sind, die noch auf eine Flasche warten.

Warum verkaufen diese Spekulanten diese Whiskys nur an uns und nicht in der Fläche an die dezentralen Händler? Wir nehmen die Flaschen auf einen Rutsch auf der Palette ab. Und der Spekulant kann sich auch sicher sein, dass er von uns das Geld sicher erhält. Unsere Zahlungsmoral hat in der Branche

einen guten Ruf - genauso, wie sie als Kunden bei uns ganz toll und zügig bezahlen. Darauf kann man sich in Deutschland verlassen. Wenn man stattdessen an Dutzende von Händlern versenden müsste, wäre der Aufwand gewaltig. Man könnte vermutlich noch ein paar Euros mehr machen, doch Zahlungsausfälle und Vereinzelungsaufwand macht den Spekulanten die Marge kaputt.

Doch auch wir müssen diesen spekulativen Nachlieferungen Tribut zollen und so werden die später erhältlichen Flaschen teurer werden. Um wie viel, hängt vom Markt ab. Wie entwickelt sich der Preis bei Internetversteigerungen und wie viele Flaschen gibt es noch im Markt? Wie lange die Spekulanten pokern werden, entzieht sich unserer Kenntnis. Wir werden das merken. Verkauft man sie zu früh, ist der Preis vielleicht noch nicht genug gestiegen - wartet man dagegen zu lange, kann sich der Markt

vielleicht schon frustriert der nächsten Flaschen zugewendet haben.

Wir können ihnen nur raten, sich öfter einmal bei uns im Blog und Forum umzusehen und unseren neuesten Beiträgen zu folgen. Vielleicht öffnet sich für sie ein günstiges Kauffenster für einen Glücksgriff.

So, wie der Galileo Flasche, ging es in der jüngeren Vergangenheit auch anderen Abfüllungen Abfüllungen aus dem Hause Ardbeg. Ob sie nun öffentliche Abfüllungen wie der Alligator oder beschränkte Abfüllungen unter dem Ardbeg Kundenclub Committee-Label waren. Eines erscheint mir für die Zukunft wahrscheinlich. Ardbeg wird mit dem Erscheinen einer würdigen, älteren Flasche mit Altersangabe diese Sonderabfüllungen einstellen oder zumindest stark reduzieren. Denn der Aufwand für die Vermarktung und Verteilung dieser Flaschen deckt, aus meiner fachlichen Sicht, den Erlös

von Ardbeg nicht. Da langfristige niemand so viel Geld in die Markenbildung versenken darf, wird man hier etwas mehr Ruhe und Konstanz hereinbringen müssen.

Damit steht Ardbeg nicht alleine. Andere Brennereien wie Macallan haben diesen Schritt bereits hinter sich und etliche Sammler damit verärgert. Es gibt für sie einfach nicht mehr neue, bezahlbare Flaschen. Die benachbarte Brennerei Bruichladdich hat mit diesem Schritt gerade begonnen. Die ausgefertigte Flaschenanzahl reduziert sich gerade auf eine überschaubare Anzahl.

Ob man bei diesem ‚Goldrausch‘ um diese Flaschen nun mitmacht, bleibt jedem selbst überlassen. Dabei sollte, aus meiner persönlichen Sicht, Whisky ein erfreuliches Hobby bleiben. Vor allem sollte man sich dabei nicht ärgern.

Verunreinigungen im Whisky

I have a Dream

Haben Sie auch den Traum, Ihren Whisky im Lagerhaus einer Brennerei direkt aus einem Fass zu probieren? Ja, auch ich hatte diesen Traum und konnte ihn mir glücklicherweise schon ein paar Mal erfüllen. Man wählt das Fass, öffnet den Bung (den Pfropfen) und hebt Whisky mit dem Valinch (dem Heber) aus dem Fass ins Glas. Verriechen - etwas Wasser zugeben - hmmm.

spritzt, dann wird ihre Schale im Normalfall nicht so klinisch sauber ausfallen. Übersetzt auf den Whisky heißt das - je weniger wir den Whisky industriell verarbeiten, um so mehr Verunreinigungen und Trübungen haben wir zu erwarten.

Was erwartet uns? Es gibt eine Vielzahl von Überraschungen in Whiskyflaschen, die nun nichts mit dem Geschmack zu tun haben. Wir haben sie gemeinsam mit unseren Kunden



in den vergangenen 18 Jahren kennenlernen dürfen. Und Nein - Mäuse, wie man sie angeblich in Cola-Flaschen bereits gefunden hat, gab es in unserem Whisky noch nie.

Doch wir hatten über die Jahrzehnte zweimal ‚tote Tiere‘ in Flaschen zu ‚bewundern‘ gehabt. Und zwar hatten Fruchtfliegen (*Drosophila melanogaster*) während der Abfüllung ihren Weg in die Flaschen gefunden. Das ist zwar ärgerlich, doch im Sinne des Bio-Apfels nur mit einem Wurm zu vergleichen. Was uns Genießern schmeckt, schmeckt halt auch Insekten.

Es ist mir auch privat schon so gegangen, dass sich in einer unachtsam für kurze Zeit offen stehenden Whiskyflasche Fruchtfliegen sammeln. Ein Umtausch ist somit nur möglich, wenn die Flasche noch original verschlossen ist. Gewöhnen Sie sich deshalb bitte an, jede Flasche vor dem Öffnen nicht nur auf äußere, sondern auch auf innere ‚Be-

schädigungen‘ zu kontrollieren.

Eine Fruchtfliege zu finden ist nun nicht schön, aber vollkommen harmlos. Wie oft verschluckt man beim Fahrradfahren oder bei Waldspaziergängen Insekten? Alles ganz natürlich.

Hin und wieder findet man aber auch merkwürdige, kleine, unregelmäßig geformte Teilchen mit Größen von bis zu einem Millimeter in der Flasche. Was kann denn das nun sein? Hat da einer über den offenen Flaschen Brotzeit gemacht und Brotkrumen in die Flaschen fallen lassen?

Das ist im Normalfall ausgeschlossen. Die meisten Flaschen kommen von der Glasfabrik gewaschen und versiegelt auf Paletten zur Abfüllstraße. Und wie bei allen Lebensmittelverpackungen bzw. -abfüllungen gelten hohe Hygienestandards auch für Whisky. Die Flaschen werden zumeist mit der Öffnung nach unten in die Abfüllmaschine eingebracht und mit Pressluft ausgeblasen. Das sorgt dafür,

dass sämtliche Fremdkörper aus den Flaschen herausfallen.

Diese kleinen Teilchen, die man trotzdem findet, sind meist Korkstückchen. Man erkennt das daran, dass sie schwimmen. Und da Kork ein Naturprodukt ist, können vom Produktionsprozess her diese feinen Korkteilchen leider nicht vollkommen vermieden werden. Sie haften normalerweise an den fertigen Korken an. Doch auch hier sehen wir die Sache als nicht so schlimm an. Mit jedem ausgesenkten Dram reibt man selbst mehr und mehr vom Gebrauchskorken ab und sorgt so für ‚Nachschub‘ an Bröseln. Ich persönlich habe mir angewöhnt, diese Brösel aus meinem Glas mit dem Finger herauszufischen. Sie kleben praktisch von alleine am Finger fest.

Nächste Baustelle: Besonders bei unabhängigen Abfüllern sieht man hin und wieder einen hauchfeinen, schwarzen Niederschlag am Boden der Flaschen. Leider haben wir

nicht so viele Mitarbeiter, dass wir jede Flasche aus ihrer Tube oder Schachtel nehmen und einer Sichtprüfung unterziehen könnten. Dafür tritt dieser Niederschlag zu selten auf und eine lückenlose Eingangskontrolle würde die Flaschen unnötig verteuern. Warum macht man das dann nicht gleich in Schottland?

Dieser Niederschlag ist feinsten Holzkohlestaub, der von der Fasswand der ausgebrannten Eichenfässer stammt. Er ist in der Regel bei der Lieferung auch nicht sofort sichtbar, sondern ganz fein in der Flüssigkeit verteilt. Erst wenn die Flasche im Regal für ein paar Wochen steht, beginnt sich dieser feine Niederschlag abzusetzen. Und warum tritt er nun nicht bei jeder unabhängigen Flasche auf?

Dazu muss man sich den Reife- und Abfüllprozess im Detail genauer ansehen. Rohwhisky kommt völlig farblos, klar und frei von festen Teilchen aus der Brennblase ins Fass. Im Fass dagegen sieht es vollkommen

anders aus. US-amerikanische Fässer aus der Bourbon-Industrie werden auf der Innenseite ausgebrannt und mit Wasser abgelöscht. Es entsteht eine je nach Spezifikation mehr oder weniger dicke Schicht aus Holzkohle. Sie dient dazu, scharfe Aromenbestandteile aus dem Rohwhisky herauszufiltern. Ein weit verbreiteter Irrtum ist, diese Holzkohle für den rauchigen Geschmack eines Whiskys verantwortlich zu machen. Ganz im Gegenteil - diese Holzkohle ist mit ihrer großen inneren Oberfläche ein idealer Aktivkohlefilter.

Schon während der ersten Jahre der Bourbon-Reifung in den USA lösen sich die ersten Holzkohlenstücke aus der Fasswand und fallen zu Boden. Und das hört auch nicht auf, wenn später Scotch eingefüllt wird. Bei der Abfüllung muss deshalb eine erste, grobe Filterung erfolgen. Sie soll den Whisky von diesen sichtbaren Fremdkörpern reinigen. Dazu verwendet man

Papierfilter mit einer passenden Porengröße. Werden diese Filter etwas zu lange verwendet, dann können die Filter die Kohleteilchen nicht mehr aufnehmen und sie landen im Whisky. Auf Deutsch übersetzt: Findet man Kohlenreste in einer Whiskyflasche, dann liegt ein Filterversagen vor. Anzumerken bleibt, dass es einen kleinen unabhängigen Abfüller gibt, der den Bodensatz eines Whiskyfasses mit Holzkohle und Holzsplittern als Geschmacksträger ansieht und diesen ‚Modder‘ mit einem patentierten Verfahren auf alle Flaschen eines Fasses gleichmäßig verteilt. Mein Ding ist das nicht. Es gibt Dinge, die möchte ich nicht in meinem Whisky haben. Und das Sediment aus einem Fass gehört sicherlich dazu. Ob man einen Hauch Holzkohlestaub in einer Whiskyflasche reklamieren möchte, muss jeder für sich selbst entscheiden.

Ein großes Thema ist seit rund 10 Jahren das Weglassen der Kältefiltrierung. Mit Käl-

te- oder Kühlfilterung meint man das Abkühlen des abzufüllenden Whiskys auf Temperaturen zwischen 0 und 4 Grad Celsius. In Folge werden die Whiskys deutlich trüb. Das Alkohol-Wasser-Gemisch kann die in ihm gelösten Stoffe nicht mehr in Lösung halten und das zeigt sich in einem weißen Niederschlag. Die chemischen und physikalischen Zusammenhänge erschließen sich dabei einem Laien nicht. Maßgeblich für die Eintrübung verantwortlich ist der Anteil an Ethyl Estern, einem regelmäßigen Bestandteil unserer Whiskys. Wer mehr darüber lernen will, dem sei ein wissenschaftlicher Artikel (engl.) über den Shackleton Whisky zu finden über Google empfohlen, der über 100 Jahre in der Antarktis im Winterschlaf lag.

Wenn man nun den gekühlten und trüben Whisky erneut durch einen vielschichtigen, feinporigen Papierfilter presst, dann nimmt er diesen weißen, trüben

Niederschlag auf. In Folge wird der Whisky, auch bei erneuter Abkühlung, nicht wieder trüb werden. Diese Fähigkeit haben wir ihm mit der Kältefiltration genommen. Und da 90% aller Blended Whiskys weltweit immer noch auf Eis aus dem Tumbler genossen werden, ist die Kältefiltration an der Tagesordnung. Auch die in größerer Stückzahl verkauften üblichen Single Malt Whiskys mit Alkoholstärken von 40 bis 43% sind kältefiltriert.

Doch in Fachkreisen gelten die Trubstoffe auch als Geschmacksträger, auf die man nicht so einfach verzichten möchte. Eine Möglichkeit, diesem Whisky mehr Lösungs-



fähigkeit zu geben ist eine Abfüllung mit höherem Alkoholgehalt. So haben sich 46% als die normale Stärke für nicht kühlgefilterte Whiskys eingebürgert. Dennoch kann auch bei diesen Whiskys noch eine Trübung bei Abkühlung - besonders auf Eis - stattfinden. Das wird auch regelmäßig auf dem Etikett vermerkt.

Wenn diese nicht kühlgefilterten Single Malt Whiskys nun per Spedition aus Schottland nach Deutschland und in Deutschland per DHL an Sie versendet werden, dann kann es im Winter bei starkem Frost zu einer Trübung kommen. Die gesamte Lieferkette - besonders auf dem LKW - ist halt nicht frostsicher. In der Regel verschwindet diese Trübung wieder, wenn sich der Whisky im Wohnzimmer erneut erwärmt. In Ausnahmefällen können sich bei dieser Eintrübung die kleinsten Teilchen zu größeren zusammenschließen, die sich anschließend nicht mehr auflö-

sen lassen. Der Whisky behält dann eine leichte Trübung zurück. Dies ist auch die Erklärung für den am Anfang dieses Newsletters erwähnten Telefonanruf.

Erneuter Szenenwechsel: Ganz selten findet sich ein rötlich-brauner Niederschlag oder weiße Pastillen mit mehr als einem Millimeter Durchmesser in den Whiskyflaschen. Die Herkunft dieser Niederschläge sind vielfältig. Allen gemeinsam ist jedoch der physikalische Vorgang des Keimwachstums. In den Brennblasen befindet sich nach der Vergärung der Maische ein ganzes Potpourri an chemisch aktiven Substanzen. Ester, Aldehyde, Alkohole, Öle, Proteine, Paraffine, usw. Wenn man sich die chemische Analyse des Flascheninhalts des Shackleton Whiskys ansieht, dann geht die Anzahl dieser Stoffe in die Hunderte. Paraffin (Wachs) ist z.B. in kleinen Mengen im Whisky vorhanden. Ballen sich diese Moleküle zu

größeren Verbänden zusammen, dann entstehen kleine, weiße Linsen. Und so geht die Anzahl an ‚aus der Lösung‘ fallender Stoffe seinerseits in die Hunderte.

Bei einem können wir uns sicher sein. Der Alkohol in unserem Whisky ist so desinfizierend, dass sich kein Lebewesen innerhalb des Whiskys halten kann. Nicht umsonst werden in Westernfilmen und Agenten-thrillern die Desinfektionen zur Entfernung der Kugeln immer mit Whiskey ausgeführt.

Wer nun Angst vor weiteren Inhaltsstoffen im Whisky hat dem sei gesagt, dass Alkohol selbst in größeren Mengen vergleichsweise schädlich ist. Und bis man so viel Whisky in sich aufgenommen hat, bis diese kleinen Destillationsrückstände ihrerseits schädlich werden, ist man schon lange dem Alkohol verfallen. Da schaden diese kleinen ‚Zugaben‘ auch nicht.

Wenn Sie nun etwas in Ihrer Whiskyflasche finden, dann

machen Sie das bitte mit Ihrem Bauch aus.

Man kann so viel über naturbelassen diskutieren wie man will. Wenn man sich nicht wohl dabei fühlt, dann soll man sich nicht zum Trinken zwingen. Schließlich ist Whisky ein Hobby, das Spaß machen soll.



Bruichladdich für 90 Mio. US\$ verkauft

Klein oder groß?



Manch ein Whisky-Enthusiast war entsetzt, als Ende Juli 2012 bekannt wurde, dass die Brennerei Bruichladdich an den französischen Konzern Rémy Cointreau verkauft wurde. Bei uns im The Whisky Forum wurden Stimmen laut, dass man ab sofort die Flaschen der Brennerei boykottieren müsse. Es kam mir vor, als ob einigen Usern das Spielzeug weggenommen worden wäre.

Auf den zweiten Blick ist die Reaktion durchaus nachvollziehbar und logisch. Die sich seit 1995 im Dornröschenschlaf befindene Brennerei wurde

scheinbar von zwei Personen wieder zum Leben erweckt. Die berühmteste Person dabei war wohl Jim McEwan, der nach Jahrzehnten Tätigkeit für die benachbarte Bowmore Brennerei im Jahr 2000 das Pferd wechselte. Doch er verfügte nicht über das nötige ‚Kleingeld‘, um die stillliegende Brennerei zu erwerben. Schließlich ging es um Millionen. Der Zweite im Bunde war Mark Reynier, der mit der Gründung des unabhängigen Abfüllers Murray McDavid bewiesen hatte, dass er etwas von Whisky versteht.

Zu den Machern gehören aber auch die Kunden, die sich über die Käufe des Whiskys auf dieses Experiment mit eingelassen haben. Und da das Marketing von Bruichladdich stark war, folgten die Kunden scharenweise und erkoren Bruichladdich damit zu ihrer Lieblingsbrennerei. Eine fatale Einstellung, wie es sich jetzt gezeigt hat. Aus ihrer Lieblingsbrennerei wurde

die Brennerei eines multinationalen Konzerns mit Firmensitz in Frankreich.

Doch war es wirklich so? Durften Mark Reynier und Jim McEwan die Brennerei moralisch nicht verkaufen? Ganz so schwarz/weiß darf man die ganze Situation nicht sehen. Denn neben den beiden Frontmännern dieser Unternehmung gab es noch weitere 60 Investoren, die üppig investiert hatten. Faktisch hatten die Kunden es also nicht mit einer Personenunternehmung, sondern einer Klein-Aktiengesellschaft zu tun. Und die Vorstände (Officers) dieser Gesellschaft haben bitte genau das zu tun, was der Aufsichtsrat (Directors), ihnen anschafft. Und bitte vergessen Sie nicht den Kreditgeber in Form einer großen Bank. Denn bei allen Investitionen der 60 Aktionäre kam das große Geld von einer Bank, die Zinsen sehen wollte.

Im Grunde genommen war damit Bruichladdich schon immer die kleine Kopie einer groß-

en Aktiengesellschaft wie Remy Cointreau und damit abhängig von Banken und Aktionären. Mark Reynier und Jim McEwan waren damit also keineswegs so selbstständig in ihren Entscheidungen, wie es immer den Anschein hatte. Vorzuwerfen bleibt den Herren, dass sie nichts dagegen unternommen haben, dieses Bild einer kleinen, privat geführten Brennerei zu verhindern. Ganz im Gegenteil. Die Unternehmenskommunikation setzte oftmals auf das David gegen Goliath Prinzip, bei dem der kleine Konsument sich regelmäßig auf die Seite des Davids stellt. Ein Selbstläufer.

Bevor wir uns nun um die mögliche Zukunft von Bruichladdich kümmern, wollen wir zunächst die wirtschaftliche Situation der Beteiligten ansehen. Im Jahr 2000 wechselte Bruichladdich für die stolze Summe von 6,5 Mio. Pfund Sterling den Eigentümer. Wie viel von diesem Kaufpreis durch die Bank finanziert wurde, entzieht sich

meiner Kenntnis. Sicherlich ein paar ‚Milliönchen‘, für die regelmäßig Zinsen zu entrichten waren. Für dieses Geld erhielt man zwar die stillliegende Brennerei nebst Grundstück, jedoch ohne Mitarbeiter und auch nur einem begrenzt gefüllten Lager. Wir alle haben ja leidgeprüft mitbekommen, wie weit sich die Abfüllungen bei Bruichladdich durch Nachreifungen aufgespalten haben. Die Vielfalt der Flaschen war erdrückend und schnell waren die wenigen nachgereiften Fässer dann auch wieder vergriffen.

Das große Ziel der Brennerei war aber, möglichst konstant größere Mengen an Malt Whisky herzustellen und in die Lagerhäuser zum Reifen zu legen. Denn nur mit einem ordentlich gefüllten Lager lässt sich eine Brennerei in ein paar Jahrzehnten nachhaltig betreiben. Wer einmal seinen Taschenrechner oder Computer zur Hand nimmt und beginnt nachzurechnen, der merkt sehr schnell,

dass man für eine zehnköpfige Mannschaft, das zu brennende Malz und die Energie pro Jahr schnell mehr als eine Million ausgeben muss. Auf der anderen Seite muss man ohne eine vorhandene globale Organisation versuchen, möglichst viele Erlöse für den wenigen noch vorhandenen alten Whiskys zu bekommen. Man muss also raus in die Welt und hat damit jede Menge Reise- und Werbekosten, um seine Vertriebsorganisation aufzubauen. Gut dabei hat die Vorarbeit von Mark Reynier mit dem unabhängigen Abfüller Murray McDavid geholfen. So waren zumindest in den wichtigsten Märkten bereits selbstständige Distributoren vorhanden, auf die man für die Bruichladdich Whiskys aufsetzen konnte.

In den vergangenen Jahren hatte das Unternehmen Bruichladdich mehrfach von guten Gewinnsituationen berichtet. Anfangs war das nicht so. Zunächst musste die Bren-

nerei renoviert werden und die laufenden Produktionskosten drückten das Ergebnis ins Minus. Der Schuldenstand stieg weiter an. Da ich die Veröffentlichungen von Bruichladdich nicht verfolgt habe, weiß ich leider nicht wirklich viel über diese aufgelaufenen Schulden. Doch die Beharrlichkeit der Involvierten schaffte letztlich den Turnaround. Das heißt aber nicht, dass Bruichladdich nun keine Schulden mehr hat. Ganz im Gegenteil. Die Erlössituation erlaubt Bruichladdich das Bedienen der Zinsen und die Produktion eines ständig wachsenden Lagerbestands. Soviel ich weiß, mussten die 60 Investoren die ganzen Jahre ganz ohne Gewinnausschüttung auskommen. Sie mussten sich mit einem gestiegenen Buchwert ihres gemeinsamen Unternehmens zufriedengeben.

Mit dem Erscheinen des The Laddie TEN im Jahr 2011, dem ersten selbst produzierten 10-Jährigen, war die größte

Hürde geschafft. Doch jedes Unternehmen und jede Zeit hat ihre eigenen Gesetze. Mit dem Erscheinen des 10-Jährigen kommt Bruichladdich nun in eine starke Wachstumsphase. Musste man bislang vorwiegend knappe Bestände aus begrenzten Lägern möglichst teuer verkaufen, so muss man heute seine Preisstrategie ändern. Man muss versuchen, möglichst viel des 10-jährigen Whiskys zu verkaufen und so Erlöse für weiteres Wachstum zu generieren. Dies ist man der global wachsenden Gemeinde der Bruichladdich-Liebhaber genauso schuldig wie der eigenen Betriebsmannschaft. Diese möchte nun endlich auch einmal mehr Gehalt, mehr Verantwortung und auch einmal eine leitende Position mit zunehmendem Alter einnehmen. Und wenn das Unternehmen nicht wächst, dann kann man auch nur hin und wieder einen Lehrling einstellen. Mehr Verantwortung, ist dann nicht wirklich

zu übernehmen.

Nicht jeder Unternehmer fühlt sich in jeder Phase eines Unternehmens glücklich. Der eine ist kreativ und liebt es, neue Geschäftsfelder zu erschließen, während der andere lieber bestehende Prozesse optimiert und vervollständigt. Und - um es ehrlich zu sagen - genau an dieser letzten Fähigkeit hat es Bruichladdich vom ersten Tag an gemangelt. Sehen Sie sich mein Verkostungsvideo vom Laddie TEN und dem 21-Jährigen an und sie verstehen, was ich meine. Soll heißen: Um Bruichladdich nun in die nächste Phase seines Lebens zu schicken, müssen andere Verantwortliche ran. Keine Newbies, sondern gestandene Produktions- und Vertriebsleute, die schon durch mehr als eine Krise gegangen sind. Das wird für die verbleibende Produktionsmannschaft und die Kunden nicht einfach werden. Zunächst wird die Produktpalette gestrafft. Bereits im April gab Bruichladdich

eine deutliche Abnahme der Produktvielfalt bekannt, die den Genießer immer ‚freudig‘ aufstöhnen ließ: „Welche Flasche sollte man sich nun kaufen?“

Auch wird man Bruichladdich, genauso wie Laphroaig und Bowmore, in Zukunft mit einfachen Flaschen in den Supermärkten der Welt vorfinden. Und dazu bedarf es eines extrem starken Eigentümers. Denn das globale Oligopol einiger weniger Handelskonzerne macht es den Herstellern gar nicht leicht, auch nur kleinste Gewinne aus einem Supermarktgeschäft zu erzielen. Und das Supermarktgeschäft ist notwendig, um die Masse an durchschnittlich gereiften Fässern unter die Leute zu bringen. Denn die wenigen herausragenden Fässer möchten wir als qualitativ besondere Single Malts für uns Kenner reserviert sehen. Single Malt ist im Gegensatz zum Blended Whisky nunmal ein Selektionsprodukt. Und je mehr Fässer man produziert, um so größer ist die

Wahrscheinlichkeit, dass aus der Vielzahl an Fässern einzelne leuchtend herausragen. Der Rest muss in den Supermarkt.

Am Ende stellte sich die Frage, zu welchem Preis sich die 60 Investoren von ihren Anteilen trennen würden. Dass aus dem Bruichladdich Deal der teuerste in der Geschichte des schottischen Whiskys für eine einzelne Brennerei werden würde, wagte Niemand zu träumen. Doch letztlich hat es sich die Mannschaft von Bruichladdich in einem Dutzend aufreibender Jahre selbst erarbeitet. Bei aller Kritik, von der ich am Anfang dieses Newsletter berichtet habe, ich persönlich gönne allen Beteiligten den Geldsegen, der nun über sie hereinbricht. Ob sie ihre Einlagen verzehnfachen konnten? Ich kann es ihnen nur wünschen. Die Arbeit war hart genug und sicherlich haben sie nicht nur 35 Stunden pro Woche gearbeitet.

Jetzt gilt es, mit dem Geld etwas Neues zu beginnen. Die

einen werden in den verdienten Ruhestand gehen und die anderen werden sich erst einmal ausruhen. Doch eines kann ich aus eigener Anschauung bestätigen. Wer einmal mit dem Whiskyvirus infiziert wurde, der lässt ihn nicht mehr los. Der eine wird als Consultant in der Whiskyindustrie unterwegs sein und andere werden sich vermutlich mit der Wiedereröffnung der nächsten Brennerei beschäftigen. Ich habe schon etwas über den Wiederaufbau der Port Charlotte Brennerei munkeln hören. Vielleicht ist da ja etwas dran?

Jeder Mensch kann irgendetwas besonders gut. Die Menschen hinter Bruichladdich können geschlossene Brennereien wieder zum Leben erwecken. Hoffentlich kann Remy Cointreau eine wiederbelebte Brennerei erneut zu höchsten Höhen führen, wie es Moët Hennessey mit Ardbeg geschafft hat.

Bitte denken Sie daran! Schicken Sie dieses Buch per E-Mail an Ihre Freunde weiter!

Weitere Gratis-Infos für Einsteiger und Experten gibt es auf der Homepage von The Whisky Store im Internet.

3.500 einzelne Seiten mit über 7.500 Fotos von Whisky-Brennereien und deren Produkte sind per Mausklick abrufbar.

www.Whisky.de

Und es gibt noch mehr!

Der besondere **Whisky-Katalog** mit 102 farbigen Seiten im DIN A4 Format enthält 1.000 Whisky-Produkte mit Geschmacksbeschreibungen.

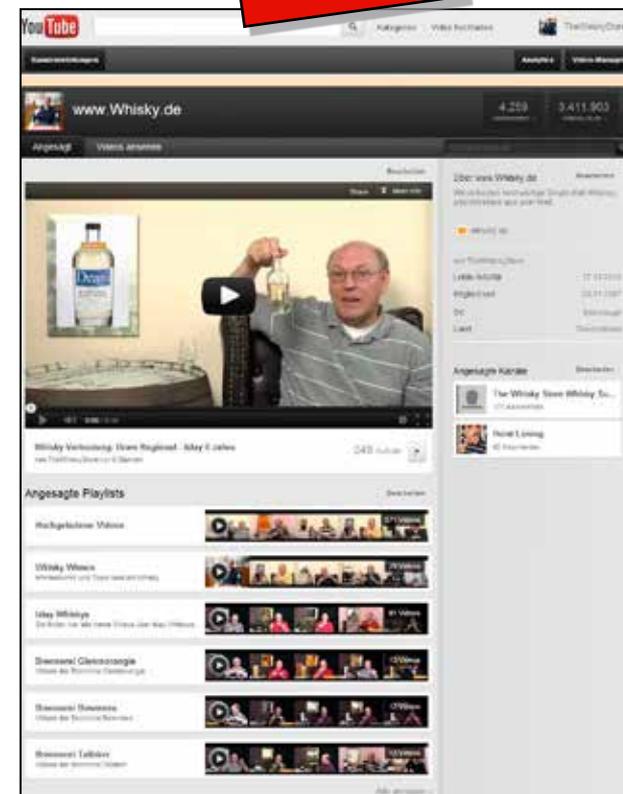
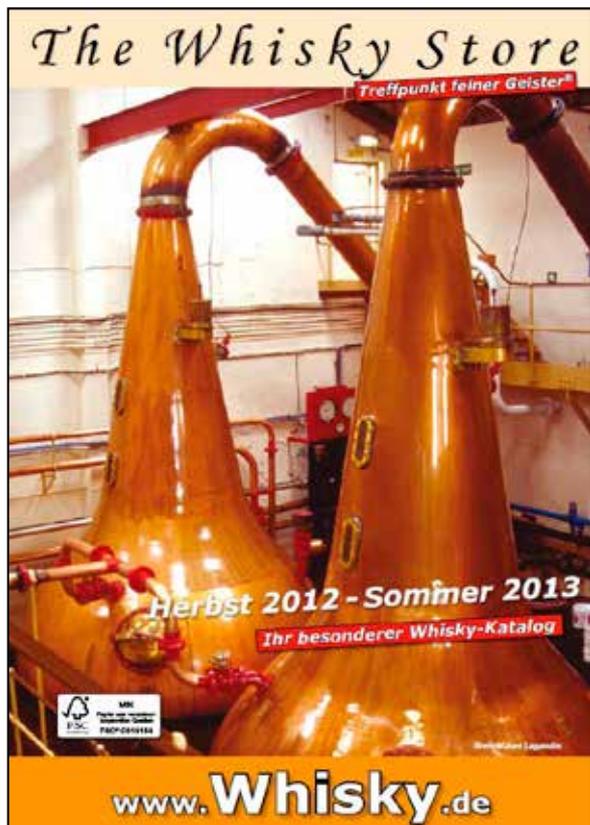
Im Internet-Shop und auf YouTube finden Sie **Hunderte Videos** mit Hintergrundinformation und Verkostungen gängiger und seltener Whiskyflaschen aus aller Welt.

2007 ging das freie Whiskylexikon **The Whisky Wiki** im Internet live. Heute umfasst es bereits 2.000 Seiten.

Machen Sie mit und ergänzen Sie es unter www.TheWhiskyWiki.de

info@Whisky.de

Aktuell 575 Videos online!



Neue Videos finden Sie regelmäßig auf:

www.YouTube.de/TheWhiskyStore