

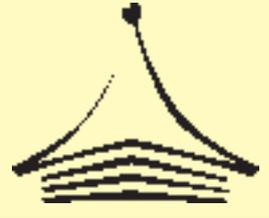


# Scoma News

Jahrgang 8

Ausgabe Januar 2004

Nr. 01



## Cardhu - der Kompromiß ?

Am 4. Dezember 2003 fand in Glasgow bei der *Scotch Whisky Association* die mit Spannung erwartete Aussprache der Kontrahenten in der Angelegenheit **Cardhu Single** oder **Pure Malt** statt. Zur Erinnerung sei noch einmal die Entwicklung kurz zusammengefaßt.

Intensive Bewerbung des Cardhu Single Malts auf der iberischen Halbinsel führt besonders in Spanien zu einer rasch ansteigenden Nachfrage und bringt damit Diageo, den Eigentümer der Cardhu-Brennerei in Schwierigkeiten. Die Vorräte an gereiftem Cardhu Single Malt können die durch die Werbung angeschürzte Nachfrage nicht mehr abdecken. Was tun? Die Nachfrage bremsen durch einen höheren Preis - und den gerade mit teuren Werbekampagnen aufgebauten Markt möglicherweise einem Mitbewerber überlassen? Hier setzte sich schnell das Profitdenken gegenüber einem Festhalten an klaren Prinzipien durch - wie bei einem global agierenden Konzern zu erwarten war, denn hier gilt als Maxime für Verkauf, Umsatz und Rendite stets die Optimierung des shareholder's value. Profit



Cardhu Single Malt 2003

geht also vor dem Ruf eines Unternehmens, einer Sache oder dem Wohl eines ganzen Industriezweiges!

So verwundert daher auch nicht der Beschluß, die Nachfrage nach *Cardhu Single Malt* abzudecken durch einen *Cardhu Pure Malt*. Hierbei handelt es sich um ein Maltgemisch aus fünf verschiedenen Brennereien des Bereiches Speyside, in dem - wie Diageo versicherte - auch Cardhu Single Malt enthalten sein soll. Damit der Kunde nicht den Etikettenschwindel bemerkt, werden Flasche, Etikett und Verpackung in ursprünglicher Form beibehalten. Nur ein sehr aufmerksamer Kunde findet als Unterschied den Austausch des Wortes *Single* durch *Pure* und des Bildes der Brennerei auf Flasche und Umkarton gegen ein neues mit zwei Brennblasen. Doch um diesen Unterschied zu bemerken, muß man entweder informiert sein oder schon sehr genau hinschauen. Aber welcher Kunde nimmt sich heute die Zeit, in der doch häufig produktspezifische Flaschen - wie auch bei Cardhu - durch den hohen Wiedererkennungswert im Regal dem Konsumenten die Suche nach *seinem* Whisky erleichtern und verkürzen und auch das Risiko des Abwanderns zu einer anderen Sorte minimiert, auf die man ja bei längerem Suchen nach *sei-*



Cardhu Pure Malt 2003

ner Sorte stossen könnte. Auch bei Geschmack und Aroma ist für den „normalen“ Konsumenten kein Unterschied festzustellen. Masterblender, die einen Malt Whisky aus dem vorletzten Jahrhundert anhand einer Probe nur aus den reifenden Jahrgängen einer einzigen Brennerei nachkomponieren können, haben sicherlich weniger Probleme, eine Nachkomposition aus den Vorräten von gleich fünf Brennereien hinzuzubereiten! Und immerhin, alle beteiligten Brennereien liegen auch noch im gleichen (Geschmacks)Bereich, dem Speyside!

Die Mitbewerber sahen in der Umwidmung von Single in Pure Malt unter der Beibehaltung des Namens der Brennerei die Verletzung des Sakrilegs, daß unter dem Namen einer Brennerei nur der Whisky dieser Brennerei abgefüllt werden darf!

Hierzu ein Blick zu anderen Abfüllungen, auch aus vergangenen Tagen. Nicht immer ist der Single Malt bei Verwendung des Namens der Brennerei als solcher herausgestellt. So bezeichnete der Mitbewerber Wm. Grant & Sons den Glenfiddich Single Malt in vergangenen Tagen nur als Pure Malt.

Als Glenfiddich ab 1963, als erster Single Malt nach England „exportiert“ und anschließend weltweit angeboten, seinen Siegeszug antrat, war der Hinweis

*pure* als Unterschied zum Gemisch Blended Scotch sicherlich werbemäßig sinnvoll. Auch von Cardhu finden sich in meiner Sammlung Flaschen mit den Angaben Highland Malt auf einer runden Vorläuferflasche und Pure Malt auf einer heutigen, eckige Flasche von 1982).

Doch diese Abfüllungen enthalten ebenso wie andere Malts, die unter dem Namen der entsprechenden Brennerei angeboten werden oder wurden, immer nur den Malt der Brennerei, also einen Single Malt.

Lediglich von der Tobermory Brennerei, die nach der Schließung 1975 erst im Jahre 1990 den Betrieb wieder aufnahm, gab es bis 1995 einen Vatted Malt ohne Altersangabe unter dem Namen Tobermory.

Hinzuweisen ist auch auf den *Isle of Jura Superstition*, der eine Mischung aus 13 % der getorften mit 87 % der ungetorften Variante der Brennerei ist. Nach heute gültiger Definition ist der Malt Whisky aus nur einer Brennerei als ein Single Malt anzusehen und demnach auch der *Isle of Jura Superstition*.

Nach außen hin gab sich die Whiskyindustrie gelassen. Hinter den Kulissen krachte es jedoch gar mächtig. Wie bereits berichtet, drohten einige Mitglieder mit ihrem Austritt aus der *Scotch Whisky Association*



Cardhu Single Malt vor 1982



Cardhu Single Malt um 1982

(SWA), dem für die ganze Industrie wichtigen Dachverband.

Die SWA hatte in der Angelegenheit lange eine zögerliche, abwartende Haltung eingenommen, was zu bissigen Anspielungen führte auf die Abhängigkeit der SWA von Diageo, da dies Unternehmen gut 40 % des Etats der SWA trägt.

Und die Wogen gingen dann langsam auch vor den Kulissen hoch, denn durch Anfragen einiger schottischer Abgeordneter durfte sich das schottische und auch das britische Parlament mit dem Fall Cardhu befassen. Das wiederum interessierte die Medien und so erfuhr der britische Konsument vom Disput und nahm teil an ihm.

Zum Glätten der Wogen benannte Diageo die Brennerei um von Cardhu in Cardow - wie die Brennerei schon seit Gründung 1824 bis 1975 hieß.

Diese Namensänderung stuft ich ein als einen rein juristischen Winkelzug, da die Medien kaum oder so informiert wurden, daß die Änderung nicht als wichtige Botschaft an den Leser und Konsumenten des Cardhu Single/Pure Malt weitergegeben wurde. Phonetisch ist ebenfalls kein großer Unterschied bei den Namen herauszuhören. Alle (Fach)Welt wartete mit stei-

gender Spannung auf den Tag der großen Aussprache unter der Obhut der SWA. Und was ist herausgekommen ? Erwartungsgemäß ein Kompromiß, der wie folgt zusammenzufassen ist:

**1. Cardhu Pure Malt bleibt am Markt, doch die rotbraune Farbe von Etikett und Verpackung ändert sich künftig in ein mittleres Grün**

- Diageo darf also weiterhin den beim Konsumenten für einen Single Malt bekannten Namen verwenden, kann sich demnach als Sieger betrachten. Hauptziel der Gegner war bekanntlich das Verbot der Verwendung des Namens einer Brennerei für ein Gemisch von Malts.

Der jetzige, kastanienfarbene Pure Malt wird nun sogar vom Streit- zum Sammlerobjekt !

**2. In den Zielmärkten wie Spanien ( bislang gut für 80 Prozent des Verbrauchs von Cardhu) erfolgt eine Aufklärung der Konsumenten durch entsprechende Werbekampagnen.**

- Doch was passiert in den Ländern, die Diageo nicht als Zielgebiet einstuft? In Deutschland ist der Pure Malt nämlich bereits eingetroffen und SCOMA kann dem Sammler momentan noch den Single Malt und den Pure Malt in der rotbraunen Verpack-

kung anbieten.

**3. Diageo verpflichtet sich, vorerst keine weiteren Single Malt in Pure Malts umzuwidmen.**

- Dies wird die Freunde des Lagavulin und des Oban Single Malt beruhigen, denn gerade hier war wegen der zeitweise ausgesetzten Belieferung mit den nächsten Pure Malts à la Cardhu gerechnet worden.

**4. Die SWA setzt eine Arbeitsgruppe ein, die endlich saubere Definitionen der wichtigsten Begriffe der Scotch Whisky Industrie, wie Single, Pure, Vatted, etc. finden - und diese dann für eine Gesetzesvorlage formulieren soll.**

- Möge diese Begriffsabklärung möglichst umfassend sein und auch Varianten à la Isle of Jura Superstition, berücksichtigen. Vielleicht findet auch die Lagerung in unterschiedlichen Faßsorten Berücksichtigung, denn ein Bushmills oder Auchentoshan Three Wood ist nach bisheriger Definition ein Single Malt, wenngleich hier zwei unterschiedliche Stilrichtungen (Lagerung im Bourbon-, bzw. im Sherryfaß ) vereint im Portfaß nachlagerten. Jede Lagerung in einem vorgenutzten Faß ändert aber den Grundstil eines Single Malts. Puristen erkennen deshalb nur den im Bourbonfaß ge-

reiften Malt als die wahre, echte Sorte der Brennerei an.

Alles sieht nach einer für beide Seiten tragbaren und daher vertretbaren Lösung des Problems aus. Doch ich befürchte, daß in nicht allzulanger Zeit die Optimierung von shareholder's value wieder Anlaß zu ähnlichem Streit geben wird.

Für Konzerne, die sich als global player sehen, wird das Interesse einer (Getränke)Region stets weniger wichtig sein als für kleinere (Familien)Unternehmen, die auf den Ruf des Bereiches angewiesen sind oder den Schwerpunkt des Unternehmens in diesem (Getränke)Bereich haben.

Was geschieht, wenn die Arbeitsgruppe Definitionen erarbeitet, die nicht in die Konzepte der global player passen, etwa die Verwendung des Namens einer Brennerei für einen Vatted Malt wie bei Cardhu Pure Malt nicht mehr zulassen? Fügt sich ein solches Unternehmen, das sich auch jetzt als Sieger sieht ?

Aber vorerst hat Diageo ausreichend Zeit, die Arbeitsgruppe (möglicherweise) in Richtung eigener Vorstellungen zu beeinflussen und sich in Ruhe auf den Fall der Fälle vorzubereiten.

Dr.Setter

## Vermischtes

*Diageo* hat kürzlich den Betrieb der erst 1999 stillgelegten Brennerei **George Dickel** in Tullahoma, Tennessee, wieder aufgenommen. Der Eigentümer plant für die Zukunft Führungen durch die Brennerei, die Wiedereröffnung eines Ladens im Stil alter Zeiten - und prüft in Anlehnung an den „Bourbon Trail“ im benachbarten Kentucky die Schaffung eines analogen „Whisky Trails“ von Tullahoma nach Lynchburg zum Mitbewerber Jack Daniels.

Zwar noch nicht erbaut, dafür schon mehrfach totgesagt, besteht vielleicht doch noch Hoffnung, daß der Plan zum Bau einer Brennerei im Farmstil auf

der Insel Islay endlich aus der (Dauer-)Planungs- in die Bauphase kommt. Mark French, Besitzer der Rockside Farm, der künftigen Heimat der geplanten **Kilchoman** Brennerei, gibt sich zumindest recht optimistisch. So kündigt er in einem Interview für die Whisky Watch Nr. 22 für das Jahr 2004 nach den bisherigen zwei Fehlversuchen den Bau der Brennerei an. Zu seinem neuen Team gehören neben Anthony Wills, Jim Swan, Charlie MacLean auch Sir John MacTaggart, der sich finanziell auch schon bei der Bruichladdich Brennerei engagierte. Man will künftig nur in der Größe einer althergebrachten Farmbrennerei arbei-

ten und peilt eine Jahresproduktion von lediglich 40.000 Litern im Jahr an.

*The Herald* berichtet in seiner Ausgabe vom 19.12.2003 über ein sehr interessantes Kaufinteresse:

*Glenmorangie plc.* hat demnach 2,2 Millionen £ für eine Übernahme der **Scotch Malt Whisky Society** (SMWS) in Leith, Edinburgh, geboten. Bis zu diesem Artikel war wohl nur wenigen Whiskykennern bekannt, daß der Whiskyklub eine Aktiengesellschaft mit 566 Aktionären ist und sich so deutlich von deutschen Klubs oder Vereinen unterscheidet.

Was aber macht die SMWS für

Glenmorangie plc. so interessant ? Die SMWS bietet den weltweit ca. 24.000 Mitgliedern, hiervon allein 16.000 im UK, eine weitreichende Palette an Single Malts als Einzelfaßabfüllungen mit Faßstärke an. In vielen Ländern (Australien, Kanada, USA, Japan, etc. ) bestehen zusätzliche Niederlassungen für eine bessere Betreuung der Mitglieder.

Alle Mitglieder der SMWS sind als sachkundige Liebhaber und Konsumenten von Single Malt Whisky einzustufen und damit für Glenmorangie plc. als Zielgruppe für die Maltabfüllungen der Unternehmensgruppe interessant - auch wenn die Glenmorangie plc. eine Umsatz-

erweiterung über die SMWS bisher nur als Fernziel erklärt.

Die Geschäftsführung der SMWS sieht in der Übernahme durch Glenmorangie plc. eine intensive Stärkung der Finanzkraft und damit deutlich verbesserte Einkaufsmöglichkeiten von erlesenen Fässern für die Gesellschaft..

Zahlreiche Aktionäre fürchten allerdings bei einem Einstieg von Glenmorangie plc. um den Verlust der Unabhängigkeit der Gesellschaft und wollen gegen den Verkauf von Aktien votieren.

**Die Mutter aller Schnäppchen** ist im UK die Queen selbst. Für das Weihnachtsgeschäft senkte sie radikal alle Preise im Laden ihres Schlosses in Balmoral um satte 20 Prozent. Verkaufsrenner war die Hausmarke, der 15jährige Balmoral Malt.

#### Alarmstufe ROT.

Bei der Whiskyindustrie klingeln alle Alarmglocken. Der britische Finanzminister Gordon Brown stellte im Unterhaus die fälschungssichere Steuerbanderole für Spirituosenflaschen vor.

Wie schon häufiger berichtet, gehen dem britischen Fiskus jährlich gut 600 Millionen £ an Steuerannahmen verloren aus dem Verkauf von Gin, Whisky und Wodka, für die nicht die britische Alkoholsteuer entrichtet wurde. Es ist dies Ware aus den Mitgliedstaaten der europäischen Union mit niedrigen Steuern, die am Zoll vorbei in den britischen Markt gelangt oder heimische Ware mit nur vorge-täushtem Export.

Anreiz ist die hohe britische Alkoholsteuer von 30 Euro pro Liter Alkohol (BRD: 13,03 Euro, Portugal 1,50 Euro!).

Die mit aufwendigem Hologramm versehene und angeblich fälschungssichere Banderole soll künftig solche Steuerhinterziehungen verhindern.

Der Fiskus rechnet mit Mehreinnahmen von 150 Millionen £, die Getränkeindustrie hinge-

gen mit Mehrausgaben für Maschinen und Personal von 250-300 Millionen£. Zusätzlich wird die Fälschungssicherheit der Steuerbanderolen heftig angezweifelt.

#### Das Empire schlägt zurück

Ein Aufschrei geht durch die das schottische Land :

„Erst haben sie uns die Jobs in den Call-Zentren gestohlen und danach unseren Markt mit den billigen Dudelsäcken beliefert - und jetzt kommt auch noch der Whisky von dort!“

Die **Amrut Brennerei** in Bangalore, steigert Indiens Beliebtheit in schottischen Landen gerade durch den Export von indischem Single Malt Whisky - eben nach Schottland.

Vor 55 Jahren gegründet hat sie inzwischen einen Anteil von 5 Prozent an Indiens rasch wachsendem Markt für Whisky, der allerdings bevorzugt durch den Konsum der Armee in Anlehnung an die Tradition der einstigen britischen Kolonialmacht bestimmt wird.

Die Gerste für den **Amrut Single Malt** wächst in den Bereichen Punjab und Rajastah. Aufgrund der schlechten Qualität vor Ort muß das Wasser aus geeigneten Quellen über 10 Kilometer im Tanklastler herangeschafft werden.

Der Geschäftsführer der Brennerei, Neelakanta Rao Jagdale, sucht jetzt für seinen Single Malt den direkten Wettbewerb mit der stärksten Konkurrenz - nämlich in Schottland!

Die Gesetze der EU haben zwar den Versand verzögert und verteuert, aber nicht verhindert. Die vorgeschriebene Reifezeit im Holzfaß bedeutet in Schottland einen jährlichen Verlust von 2 % durch Verdunstung, genannt *the angel's share*. Doch gegen die schottischen Engel sind die in Indien echte Säuer, denn der dortige, klimatisch bedingte Verdunstungsverlust wird mit 33 % angesetzt. Nach 3 Jahren Lagerung hat das warme Klima also 71 % des Inhaltes eines Holzfaßes verdunsten lassen!

Marktstudien ergaben ein Interesse an indischem Whisky in den indischen Restaurants in Schottland, in denen schon die indischen Biersorten **Cobra** und **Kingfisher** - allerdings in Lizenz im UK gebraut - erfolgreich vermarktet werden. Im Januar 2004 sollen die ersten 10.000 Flaschen indisches Single Malts an den Importeur in Glasgow abgehen.

In der Pot Still Bar in Glasgow wird der Amrut Single Malt bereits ausgeschenkt. Barbesitzer Ken Storrie urteilt über seinen (Noch)Exoten :

„Die Reaktion der Kunden ist bemerkenswert. Fast alle denken, dies sei ein Speyside. Für mich ist er geschmacklich dem 10jährigen Ben Nevis sehr nahe. Ein sehr angenehmer Whisky, süß mit einem ansprechenden Aroma.“

**Morrison Bowmore Distillers** änderte zum 1. Januar 2004 die Struktur des Unternehmens. Es entstanden zwei eigenständige Sparten mit separaten Verkaufs- und Werbeabteilungen. Die eine Sparte ist künftig nur für den Malt Whisky der firmeneigenen Brennereien Glen Garioch, Auchentoshan und Bowmore zuständig. Die zweite Sparte kümmert sich um den Blended mit den Eigenetikettabfüllungen für die Supermarktgruppe *Safeway* und die Spirituosenkette *Threshers* und um das Geschäft mit Faßware.

Durch die Aufsplittung will das Unternehmen die Umsätze in den Sparten gezielter vorantreiben. Die Umstrukturierung wird ca. 20 Arbeitsplätze kosten, hiervon 2 in der Bowmore Brennerei. Was ist der Hintergrund für die Veränderung?

Konnte das Unternehmen für 2001 noch einen Gewinn von 948.000 £ erwirtschaften, brach 2002 bereits einen Verlust von 1,1 Millionen £. Trotz eines Rekordabsatzes von 650.000 Karton Whisky ( x 12 Flaschen zu 75 cl = 5,85 Millionen Liter ) sind für 2003 wiederum rote Zahlen zu erwarten. Das Unternehmen konnte sich durch weltweit ver-

#### Whisk(e)y Festivals

##### 1. Halbjahr 2004

Hoffentlich noch rechtzeitig für Ihre Reiseplanung sind nachfolgend die wichtigsten Ausstellungen/Messen des Jahres 2004 um den Whisk(e)y herum aufgelistet. Viel Spaß bei der Reiseplanung :

#### Whisky Magazine Live 2004

05.-06. März 2004

Royal Horticultural Halls  
Vincent Square  
GB - LONDON  
Tageskarte 40.- €  
Dauerkarte 66.- €  
[www.whiskylive.com](http://www.whiskylive.com)

#### Whiskymessen

20. März 2004

GK - Kopenhagen

[www.whiskymessen.dk](http://www.whiskymessen.dk)

#### Whiskies of the World Expo

20. März 2004

17.00 - 22.00 Uhr

San Francisco Hilton

Union Square

USA - San Francisco

Eintritt : US\$ 85.-

[www.celicmalts.com/expo2003SF-home.htm](http://www.celicmalts.com/expo2003SF-home.htm)

#### Spirit of Speyside

30. April. - 03. Mai. 2004

GB - Speyside, Scotland

[www.spiritofspeyside.com](http://www.spiritofspeyside.com)

#### The Islay Festival of Malt & Music

29. Mai - 06. Juni 2004

GB - Isle of Islay

Sa. 29. : Lagavulin Open Day

So. 30. : Bruichladdich Day

Mo. 31. : Port Ellen Maltings

Di. 01. : Laphroaig O. Day

Mi. 02. : Bowmore Open Day

Do. 03. : Jura & Caol Ila Day

Fr. 04. : Bunnahabhain Day

Sa. 05. : Ardbeg Open Day

[www.islay.co.uk/whiskyfestival/2004/index.html](http://www.islay.co.uk/whiskyfestival/2004/index.html)

#### The Whisky Fair

24.-25. April 2004

Josef-Kohlmaier-Halle

D - Limburg

[www.whiskyfair.de](http://www.whiskyfair.de)

kaufen 110.000 Kartons Malt (x 12 Flaschen zu 75 cl = 1 Million Liter) in der Weltrangliste von Platz 10 auf Rang 9 verbessern, doch beim Blend haperts. Ursächlich hierfür sind die fallenden Preise für den Blend als Flaschen- und Faßware, zu hohe Vorräte, der Einfluß der schlechten wirtschaftlichen Situation in den Märkten Lateinamerikas - und die stetig steigenden Sozialabgaben !

Nicht nur bei George Dickel ist wieder Feuer unter den Brennkesseln, auch aus Schottland gibt es erfreuliche Nachrichten.

Zwar machte die Nachricht vom Verkauf der 1994 geschlossenen **Tullibardine** Brennerei an eine Investorengruppe die Runde, doch da diese die erworbene Brennerei in einen Industrie- und Einkaufspark einbinden wollte, herrschte schnell Zweifel an einer baldigen Wiedereröffnung der Brennerei. Noch zu gut ist das Beispiel der Rose-

bank Brennerei in Erinnerung, die an einem Kanal gelegen, von der Kanalverwaltung übernommen wurde. Von einem Umbau in ein Restaurant unter Einbindung der Brennerei war die Rede. Doch lediglich ein Lagerhaus wurde aufwendig umgebaut, von dem man jetzt einen „herrlichen“ Blick auf eine vielbefahrene Straßenkreuzung sowie eine dem Verfall preisgegebene Brennerei mit riesigen Plakatwänden hat !

Doch bei Tullibardine scheint es besser zu verlaufen. Klammheimlich wurden bereits im November 2003 die Feuer unter den Brennblasen wieder angefacht und auch die ersten Destillate reifen bereits in den Fässern.

Stolz wird von den neuen Eigentümern darauf verwiesen, daß die Brennerei das Wasser aus der gleichen Quelle bezieht, aus der schon 1848 das Wasser für das Bier zu den Krönungsfeierlichkeiten von König James IV stammte.

Aus den übernommenen Vorräten stammt denn auch die erste neue Originalabfüllung :

**Tullibardine Vintage 1993**



Aus der **Bruichladdich** Brennerei werden Änderungen bei den Abfüllungen aufgrund geringerer Vorräte vermeldet.

Ursache hierfür sind die beim Kauf übernommenen Vorräte, die bei einzelnen Jahrgängen wohl recht unterschiedlich waren.

So ist der neue 12jährige keine zusätzliche Altersstufe, sondern löst den 10jährigen ab. Die Brennaktivitäten unter den Vorbesitzern endeten 1993 mit einer geringen Nachproduktion in 1998. Die neue Produktion startete erst wieder im Mai 2001.

Hieraus ergibt sich für den 10jährigen naturgemäß eine längere Pause. Und auch der 12jährige wird demnach nicht von langer Dauer sein. Jim McEwan erwähnte kürzlich, daß im 17jährigen sich bereits ein hoher Anteil an 18jährigem enthalten ist. Damit ist auch diese Altersstufe, da noch nicht lange auf dem Markt, wohl bald nicht mehr erhältlich. Es macht kaufmännisch wenig Sinn, einen älteren Whisky unter dem Etikett und damit zum Preis eines jüngeren Malts zu verkaufen. Auch der 20jährige war aufgrund geringer Vorräte und hoher Nachfrage zügig ausverkauft. Ruhe wird ab 2011 mit Abfüllungen aus der neuen Produktion einkehren.

**Umsatz von in Schottland abgefülltem Malt Whisky 1991 - 2002 (in Millionen Liter)**

Quelle : The Scotch Whisky Association

Jahr	Großbritannien		Export		Gesamtvolumen
1991	1,427	14,97 %	8,104	85,03 %	9,531
1992	1,383	23,06 %	4,615	76,94 %	5,998
1993	1,626	35,76 %	2,922	64,24 %	4,548
1994	2,003	11,97 %	14,726	88,03 %	16,729
1995	2,027	18,93 %	8,679	81,07 %	10,706
1996	2,348	19,81 %	9,504	80,19 %	11,852
1997	2,417	18,32 %	10,775	81,68 %	13,192
1998	2,330	16,83 %	11,516	83,17 %	13,846
1999	2,632	17,44 %	12,457	82,56 %	15,089
2000	2,545	16,46 %	12,921	83,54 %	15,466
2001	2,626	18,05 %	11,920	81,95 %	14,546
2002	2,990	18,64 %	13,047	81,36 %	16,037

**Neue Abfüllungen**

**Schottland**

*Okura & Marubeni* haben den Malt aus der größten Brennerei Schottlands älter werden lassen. Aus Tomatin 10 year old wurde **Tomatin 12 year old**

*J. & A. Mitchell*, Springbank Distillery, ersetzt den bisher mit einem Alter von 25 Jahren angebotenen und recht beliebten Blend durch **Campbeltown Loch 21 Jahre**

*The Edrington Group* bietet The Famous Grouse, das Flaggschiff des Unternehmens, nun auch in versüßter Form als **The Famous Grouse Liqueur**

Nachlagerungen werden auch bei den Blends zunehmend beliebter.

*Wm. Grant & Sons* bieten als Grant's Cask Selection jetzt neu **Grant's Premium 12** mit einer Nachlagerung in first

fill bourbon casks und **Grant's Rare Old 18** mit einer Nachlagerung in Portweinfässern

**USA**

Für den amerikanischen Markt bietet der dortige Marktführer *Dewar's* nun einen Ultrapremium Blend namens

**Dewar's Signature**, dessen Herzstück ein 27jähriger Aberfeldy Single Malt ist.

**Impressum**

Scoma News  
 Redaktion : Dr. Jürgen Setter  
 - *A Keeper of the Quaich* -  
 Herausgeber, Publikation, © :  
 SCOMA  
 Scotch Malt Whisky GmbH  
 26441 Jever, Am Bullhamm 17  
 Telefon : 0 44 61 - 91 22 37,  
 Fax : 0 44 61 - 91 22 39  
 eMail : scoma@t-online.de  
 Nachdruck, fototechnische  
 Vielfältigung, auch auszugsweise  
 und elektronisch, nur mit schriftlicher Erlaubnis.