



## Glann ar Mor Distillery



Seit Sonntag, dem 12. 06.2005, 17.06 Uhr ist die Landschaft der Whiskybrennereien um eine aktive Destille erweitert worden.

Zu diesem Zeitpunkt flossen die ersten Tropfen Alkohol aus, bzw. durch den *spirit safe* der Glann ar Mor Brennerei in der Bretagne.

Da über das Destillat noch wenig bekannt ist, bieten wir dem Leser statt erster Verkostungen „lediglich“ die von der Brennerei bereitgestellten Bilder, u.a. mit Jean Donnay, dem stolzen



Eigentümer der Brennerei und der *Celtic Whisky Compagnie*.

Erinnert sei auch an die Abfüllung eines **Taol Esa Single Malt 1999**, der in der Versuchsanlage der Glann ar Mor Brennerei destilliert wurde und lediglich ein kleines Faß füllte. Die Flaschenabfüllung am 14. Mai 2004 ergab ganze 99 Flaschen zu 50 cl. Bericht und Bild in den SCOMA NEWS Januar 2005.



## Elefantenhochzeit II

Nach anfänglicher Hektik um die Übernahme von Allied Domecq durch Pernod Ricard (mit Fortune Brands als Partner) kommt durch die Fristsetzung seitens der zuständigen Aufsichtsbehörde auf den 29.06.05, 17.00 Uhr, für weitere Gebote deutlich Ruhe in die Abwicklung, die geprägt ist durch die nachstehenden Ereignisse, Entscheidungen, Pressemitteilungen, etc.:

### Entwicklung in der Startphase

Als mögliche Interessenten werden zeitweise Bacardi-Mar-

tini, Brown-Forman, LVMH und Suntory gehandelt, die alle allein die Kaufsumme nicht aufbringen können. Hierzu ist wohl nur Diageo in der Lage, doch Diageo zeigt nur verhaltenes Interesse und das nur an der Übernahme von Teilen aus dem Deal - ohne sich näher festzulegen.

Dann taucht Constellation Brands, der Welt größter Produzent von Wein, auf und kündigt die Abgabe eines Angebotes an. Zur Sicherung der Kaufsumme steigen Brown-Forman, die Investmentfirmen Black-

stone Group LP und Lion Capital mit ins Boot. Auch ein mögliches Gebot macht schnell die Runde. Von 7,75 -8 Milliarden £ ist die Rede. Danach munkelte man, Diageo könne möglicherweise doch mit Bacardi-Martini zusammengehen. Doch es kommt anders.

**13.05.05**

Allied Domecq bestätigt den Eingang der Ankündigung eines Gebotes durch das Constellation Brands Konsortium

**06.06.05**

Diageo gibt folgende Presse-

mitteilung heraus:

*Diageo has entered into an agreement with Pernod Ricard to purchase **Bushmills**, the world's second largest Irish whiskey brand, for approximately £200 million (=295 Mill.£). The acquisition of Bushmills represents an important opportunity for Diageo as Irish whiskey is a category in which, currently, Diageo has not participate. Diageo expects that the proposed acquisition will be economic profit positive during the fourth*

full year after completion using a 9% weighted average cost of capital.

Diageo sichert sich also bereits vor dem Verkauf von Allied Domecq ein recht interessantes Stück aus dem künftigen Kuchen und Pernod Ricard kann den Einwänden der Wettbewerbshüter schon einmal gelassener entgegensehen. Zusätzlich erhielt Diageo das Vorkaufsrecht für die Weine der neuseeländischen Montana-Gruppe von Allied Domecq. Hier ist eine Kaufsumme von 320 Mill. £ (=469 Mill. €) genannt. Ein nicht zu unterschätzender Bestandteil der Vereinbarung ist die Zusage von Diageo, die Gespräche mit möglichen Bietern für Allied Domecq zu beenden.

Damit entfällt schon mal der zahlungskräftigste Partner für Gegengebote zum eigenen Angebot von Pernod Ricard.

Analysten sehen daher in diesem Vertrag einen geschickten Schachzug von Pernod Ricard und stufen die Wahrscheinlichkeit für ein fristgerechtes Gebot der Gruppe um Constellation

Brands als deutlich gemindert ein.

#### 17.06.05

Aus den Tickern kommt die Nachricht, dass das Constellation Brands Konsortium nun doch kein Angebot für die Übernahme von Allied Domecq abgeben wird. Ist das Konsortium wegen des Vorvertrages von Pernod mit Diageo aus dem Rennen ausgeschieden? Einziger Bieter bleibt damit Pernod Ricard. Als Hindernisse sind jetzt noch zu nehmen:

1. die Einwilligung der Aufsichtsbehörden der EU und der USA

2. die Einwilligung der Aktionäre von Allied Domecq in das Angebot

#### 24.06.05

Die zuständige EU-Kommission erhebt keine Einwände und akzeptiert die Übernahme in der geplanten Form. Auflage ist jedoch der Verkauf der Scotchmarken *Old Smuggler* und *Glen Grant*, sowie die Brandymarken *1920* und *CR&F* aus Portugal.

Analysten erwarten nach der Übernahme von Glenmorangie

plc. durch LVMH ein verstärktes Kaufinteresse für Glen Grant und schätzen die Kaufsumme auf 300 - 400 Mill. €

#### 29.06.05

Die Aktionäre von Pernod Ricard genehmigen den Antrag auf eine Kapitalerhöhung von 2 Milliarden € durch die Ausgabe von 17,7 Millionen neuer Aktien. Die Kapitalerhöhung ist für den 09.08.05 geplant, also nach der Unterzeichnung des Kaufvertrages am 26.07.05.

Die Differenz zur Gebotssumme von 10,4 Milliarden € soll durch den Verkauf von Sorten und Marken aus der Übernahme hereinkommen. Das für Fortune Brands vorgesehene Paket wird für die Summe von 4,3 Milliarden € geschnürt.

#### 30.06.05

Nach der EU genehmigt auch *The U.S. Federal Trade Commission and Department of Justice* den geplanten Kauf dadurch, dass keine Einwände gegen die Übernahme von mehr als 20 Sorten, Marken und Produktionsbetriebe durch Fortune Brands von Pernod erhoben

werden. Aus den Presseberichten zu dieser Entscheidung ist zu entnehmen, dass u.a. vermutlich folgende Sorten und Marken in dieser Übernahme enthalten sind: Sauza Tequila, Courvoisier Cognac sowie die Whiskymarken Canadian Club, Laphroaig, Maker's Mark und Teacher's.

#### 04.07.05

Entscheidung der Aktionäre von Allied Domecq über das vorliegende Angebot von Pernod Ricard über 7,4 Milliarden £ oder 10,4 Milliarden €. Das Angebot wird mit 99,8 % der Stimmen angenommen. Etliche Aktionäre äussern ihr Unverständnis für einen Verkauf des gesunden Unternehmens an einen ausländische Bieter, doch im Zuge der allgemeinen Globalisierung sieht man keine andere Möglichkeit als einen Zusammenschluß. Der Vertragsunterzeichnung steht nun eigentlich nichts mehr im Wege.

#### 26.07.05

Angepeiltes Ende der Übernahme mit der Unterzeichnung des Kaufvertrages.

### Whisky im Tetra Pak

„Die spinnen, die Inder“ - so heißt den wohl die indische Variante eines bekannten Zitates der Comicfiguren Asterix und Obelix.

Erst war es die Milch, dann kamen die Fruchtsäfte und Wein in die Papierkartons, benannt nach der schwedischen Verpackungsfirma *Tetra Pak*, die diese Verpackung einst entwickelte. Und nun soll sogar der Whisky in eben diese Kartons - zumindest in Indien.

UB Group Spirits Division (UNGSD) bringt seit dem 29.05.05 den Umsatzführer Bagpipe Whisky auch im 180 ml Tetra Pak auf den Markt. Zur Unterscheidung vom Bagpiper in der Glasflasche trägt die Abfüllung im Tetra Pak den Namen *Bagpiper Bindaas*. Unklar ist noch, ob die Glasflasche komplett vom Tetra Pak ersetzt werden soll. Da die neue Verpack-

kung aber neben dem Gewichts-vorteil auch einen um 3 Rupien günstigeren Preis bietet, dürfte durch den Preis der Weg für eine komplette Ablösung der Flasche geebnet sein. Das letzte Wort hat natürlich der Konsument. Die 180 ml-Packung wird von Tetra Pak (Schweden) exklusiv für UNGSD hergestellt, hat eine nachfüllsichere Öffnung und ist nicht wieder verschließbar.

Bagpiper hat einen Anteil am indischen Whiskymarkt von 44 % und erklimmt mit 66 Millionen Litern den 12. Platz in der weltweiten Umsatzliste der Spirituosen. UNGSD nimmt in der Weltrangliste der Spirituosenproduzenten den vierten Platz ein hinter Diageo, Allied Domecq und Pernod Ricard.

*The Times of India*, 27.05.05

### Katzenwahl

„Die spinnen, die Schotten“ -

so kann man wohl auch zur anstehenden Katzenwahl für die Glenturret Brennerei denken.

Glenturret ist nicht nur seit Juni 2002 die Heimat der Marke *The Famous Grouse* Blended Scotch, sie war auch die Heimat der Rekordkatze **Towser**. Mit der Zahl von 28.899 gezählten erlegten Mäusen in 24 Dienstjahren schaffte es diese Katze in das Guinness Buch der Rekorde. Als sie Ende der 1980er verstarb, war sie zur Legende geworden und erhielt natürlich ein Denkmal, eine Bronzestatue in der Brennerei. Die Amtsnachfolgerin Amber erwies sich als glatte Fehlbesetzung, fing sie doch seit ihrem Dienstantritt 1988 nicht eine einzige Maus. Also muß eine neue Katze her und wer kennt sich hier besonders gut aus?

Die Organisation zum Schutz der Katze (Cats Protection), die jährlich ein neues Heim für ca.

60.000 streunende Katzen findet, suchte in den schottischen Zentren der Organisation (Arbroath, Cardyke, Dundee, Forfar und Perth) nach geeigneten Katzen. Die Finalisten der Suche sind nun Dylan, Domino, Frances, Hannah, Holly, Jet Li, Moggie, Lola und noch ein Dylan.

Sie treten nun zur Entscheidungswahl vor einer Jury an, bestehend aus Mitarbeitern der Brennerei und Cats Protection - natürlich wacht über die letzte Entscheidung wohl der Geist von Towser - vom Denkmal herab! Das Wahlergebnis soll in den nächsten Wochen veröffentlicht werden!

Alles nur ein Gag der PR-Abteilung im 2,5 Mill. £ schweren Etat des Förderprogrammes für das Marketing des Blends mit dem wohl bekanntesten Vogel in Schottland, dem *The Famous Grouse Experience*? Zumindest

gelingen, denn man spricht über die Wahl. Auch wenn es vielleicht nur mit den Eingangsworten dieses Berichtes sei!  
*BBC News, 30.05.05*

### Whisky Shop im Aufwind

Ian Bankier, einst in führender Position bei Burn Stewart Distillers, investierte im letzten Jahr seine Abfindung in den Erwerb der bekannten, auf den Verkauf von Whisky spezialisierten Ladenkette *The Whisky Shop*.

Bankier kündigte als Ziel der Entwicklung einen Laden der Kette für jede der bedeutenden Stadt im UK an. Beim Kauf bestand die Kette aus Läden in 6 Städten. Noch im letzten Jahr wuchs die Zahl auf 12 Orte an.

Bereits 2004 gelang mit dem Metro Centre Laden in Gateshead der Sprung nach England. Dieses Jahr folgte bereits ein Laden in York. Weiter Läden in England sind in Planung für Oxford, Cambridge, Windsor, Bath und London.

Neueröffnungen in Schottland fanden statt in Edinburgh und Aviemore. Für das Jahr 2005 wird ein Umsatz von 5 Mill. £ erwartet. Die Zahl der Mitarbeiter ist bereits auf 60 Personen angestiegen.

*this is north scotland 31.05.05*

### Geld spielt keine Rolle(x)

Am 24. Mai dieses Jahres erwarb ein Geschäftsmann im Pennyhill Park Hotel in Bagshot, Surrey, eine Flasche des momentan ältesten Malt Whisky, einen **The Dalmore 62 year old**, von dem ganze 12 Flaschen abgefüllt wurden. Dieser Dalmore ist eine gemeinsame Abfüllung der Restmengen aus Fässern der Jahrgänge 1868, 1876, 1926 und 1939. Jede der 12 Flaschen hat ein eigenes handgedrucktes Etikett (siehe SCOMA NEWS 05/04) und trägt einen Namen aus der Geschichte der Brennerei. Die jetzt verkaufte Flasche ist nach Alexander Matheson benannt, dem ehemaligen Besitzer des Dalmore Estate.

2002 wurde eine Flasche dieser Abfüllung für 26.000 £ ver-

steigert. Von der Flasche namens Matheson wird berichtet, dass sie für 31.000 £ vom Pennyhill Park Hotel bei The Whisky Exchange erworben und jetzt für nur 32.000 £ weiter verkauft wurde.

Die *The Matheson*-Flasche hat die Welt des Whisky endgültig verlassen, denn wie David Broadhead, Geschäftsführer des Hotels, gerne berichtet, haben Käufer und sein Freundeskreis die Flasche noch am gleichen Abend geköpft und geleert. Über den Namen des Käufers schweigt er höflich.

*BBC News, 15.06.05*

### Igittegit

Braucht Whisk(e)y nach der Reifung im Faß noch eine Aromatisierung?

Die meisten Whisk(e)ykonsumenten werden zu dieser Frage den Kopf schütteln und sagen: *an meinen Whisky laß ich nur Zeit, Luft und das Holz des Fasses*.

Erfahrungsgemäß sieht man das in den USA gelegentlich anders. Hier wird nicht nur schon mal eine gehopfte Maische vergoren und zu Whiskey destilliert, sondern auch der fertige Whiskey aromatisiert.

Die Phillips Distilling Co. hat schon recht erfolgreich aromatisierten Schnaps und Vodka bei den jüngeren Konsumentenschichten vermarktet. Animiert durch diese Erfolge folgt nun Whiskey mit Aromatisierung mit Vanille und Kirsche. Angekündigt sind diese Sorten als *revolutionär*. Hier wird der Freund des „normalen“ Whisk(e)y nicht widersprechen, sich aber mit Grausen abwenden.

Doch ist diese Ablehnung berechtigt? Gab es nicht bei der Einführung der fertigen Bier-Mixgetränke große Ablehnung und sind diese Getränke heute nicht der Verkaufsschlager einer jeden Brauerei? Wie immer hat der Konsument das letzte Wort in dieser Angelegenheit.

Auch der nicht aromatisierte Whiskey des Unternehmens ist interessant. Der *Phillips Uni-*

*on Whiskey* ist eine Mischung von Bourbon mit Canadian Whisky. Aufgrund der Schreibweise Whiskey dürfte der Anteil des Bourbons überwiegen und den Namen prägen.  
*DuluthNewsTribun.com, 15.06.05*

### Werbung ist Alles!

Wm Grants & Sons setzt beim Vertreiben des Konkurrenten Jack Daniel's zu Gunsten ihres Flaggschiffes Glenfiddich aus den Trinkgewohnheiten der jüngeren Generation auf die Unterstützung und Förderung von Nu Jazz-Nächten in den führenden Bars und Klubs in London - und das damit Erfolg.

Nach Aussage des Marktforschungsinstitutes TGI haben sich 54.000 Konsumenten im Alter von 25 bis 34 Jahren für Glenfiddich bekehren lassen, während Jack Daniel's dadurch gut 73.000 Konsumenten im gleichen Markt verlor.

Die Musikknächte, veranstaltet unter dem Begriff *Glenfiddich Independent Mix*, wurden von der Marketingfirma FRUKT betreut und brachten eine Serie von Glenfiddich Cocktails, die speziell für diese Werbekampagne geschaffen wurden.

*The Publican, 17.06.05*

### Rückkehr eines Roggenwhiskey?

Scott Bush, Präsident und Gründer der Templeton Rye Spirits in Iowa, USA, hat die Rückkehr eines Roggenwhiskey aus der Zeit der Prohibition angekündigt.

Bereits für den kommenden Herbst habe er das erste Brennen dieser Sorte vorgeplant. Er hütet das Rezept für den Rye wie ein Staatsgeheimnis - wie bei Kentucky Fried Chicken oder Coca-Cola der Fall. Sein Großvater hat noch in der alten Brennerei gearbeitet und die Rezeptur an die jetzige Generation weitergereicht. Die lokale Fördergesellschaft Templeton Area Development Corp. wird das Gebäude errichten, das dann die Templeton Rye Spirits mieten

möchte und die technische Ausrüstung einbringt. Investoren werden für die nähere Zukunft des Unternehmens gerne aufgenommen

*WFCCourier.com, 16.06.05*

### Bowmore for ever?

Morrison Bowmore Distillers strebt eine neue Philosophie an. Die 1994 von Suntory, Japan, übernommene Gesellschaft hatte einen unrentablen Vertrag mit der Handelskette Safeway abgeschlossen zur Belieferung mit Malt Whisky unter einem Etikett für Safeway. Fallende Preise im Bereich Blended und Bulk Whisky hatten jedoch in den Geschäftsjahren 2002 und 2003 zu roten Zahlen geführt.

Bei Morrison Bowmore hat man daher den Schwerpunkt verlagert von kundenbezogener Aufmachung hin zu Abfüllungen unter firmeneigenen Etiketten von Morrison Bowmore.

Weiterhin vollzieht man momentan den Wandel vom Zulieferbetrieb, der Suntory mit Blended und Bulk Whisky versorgt, hin zu einem eigenständigen Unternehmen mit dem Schwerpunkt auf Single Malt Whisky (Bowmore, Auchentoshan und Glen Garioch).

Diese Umstrukturierung zeigt erste Früchte. Einem Verlust von 2,4 Mill. £ in 2003 folgt inzwischen ein Gewinn von 1 Mill. £ in 2004. In diesem Jahr werden 1 Mill. £ in die Besucherzentren der drei Brennereien investiert.

Bei Glen Garioch soll sogar das Floormalting mit manueller Verarbeitung der Gerste zum Malz reaktiviert werden. Ein Verfahren, das nur noch bei wenigen der Brennereien in Schottland üblich ist (Bowmore, Balvenie, Edradour, Laphroaig, Springbank).

Probleme sieht die Geschäftsführung von Morrison Bowmore in der Finanzierung der Rentenansprüchen der ehemaligen Mitarbeiter. Die Pensionskasse wurde übrigens 2002 für neue Mitarbeiter des Unternehmens geschlossen.

*The Herald, 21.06.05*

### Kooperation

Während alle Welt die Übernahme des Zweiten auf der Liste der größten Spirituosenproduzenten durch Nummer 3 verfolgt, hat sich in Indien ein wenig beachteter Zusammenschluß ereignet. Für 300 Mill. E kaufte die UB-Group kürzlich die Shaw Wallace & Co Ltd (SWC) auf und wurde so vorübergehend die Nummer 2 auf der obigen Liste. Der Platz wird jedoch nach erfolgter Übernahme von Allied Domecq durch Pernod Ricard an diese neue Gruppe fallen.

Whyte & Mackay (formals Kyndal) hat im November 2001 einen Vertrag über Marketing und Vertrieb mit SWC für den indischen Markt abgeschlossen und im April 2002 den Vladivar Vodka in dieses Bündnis eingebracht. Pläne wurden bereits geschmiedet für Marketingstrategien für das Mixgetränk Veba und die Scotchsorten Findlaters und Dalmore.

Dann kam die Übernahme dazwischen und es wurde fraglich, ob und wie die Zusammenarbeit fortzusetzen sei. Jetzt wurde eine Fortführung der Zusammenarbeit mit der UB-Group angekündigt.

Unklar ist allerdings noch, wie die Zusammenarbeit mit der UB-Group gestaltet werden soll, hat doch Whyte & Mackay inzwi-

schen für den Import seiner Abfüllungen einen eigenen Großhändler in Indien, die Kyndal India Pvt. Ltd.

*Sify News, Indien, 01.07.05*

### Monkey Shoulder

William Grant & Sons haben einen neuen Blend auf den Markt gebracht und sich hier für den recht ausgefallenen Namen *Monkey Shoulder* einfallen lassen.

*Monkey Shoulder* ist die (mehr scherzhafte) Bezeichnung für eine recht schmerzhaftes Erkrankung bei Mitarbeitern der Brennerei, die früher in harter körperlicher Arbeit das Malz auf der Tenne mit der Holzschaukel wendeten. Häufige Folge dieser „Dreharbeiten“ war eine Entzündung des Muskel- und Sehnenbereiches der Oberarme. Für die Wendearbeiten auf der Tenne, die gut ein dressierter Affe erledigen könnte, ist die Formulierung *monkey shoulder* recht nahe liegend. Schnoddrig formuliert, kann man hier wohl vom „Tennisarm“ des malt man sprechen.

Der *Monkey Shoulder* ist ein Blend, der nur 3 Malts enthält. Laut Werbung stammen diese aus 3 von den „Speyside finest distilleries“. Unklar bleibt bislang, ob hiermit die Brennereien von Wm Grant & Sons in diesem Bereich (Glenfiddich,

Balvenie und Kininvie) umschrieben sind.

Der Blend ist abgefüllt in eine bauchige Flasche, die im Halsbereich 3 Affen aus Messing zeigt, die diese drei Brennereien symbolisieren sollen. Die Malts geben dem *Monkey Shoulder* einen weichen, abgerundeten Geschmack mit einer malzigen Süße, Vanille, Marmelade und Gerstenaromen.

*this is north scotland 25.06.05*

### Rekord-Tasting

Der bisherige Rekord einer Massenverkostung von Whisky lag bei 1.210 Teilnehmern und wurde seit 2001 von Schweden gehalten.

Nun ist er wieder dort, wo er denn wohl auch hingehört, nämlich in einem Stammland der Herstellung von Whisky - in Schottland.

Während der Royal Highland Show in Edinburgh schafften es David Robertson, Jon und Mark Geary von der *Easy Drinking Whisky Company*, diesen Rekord einzustellen.

Mit dem Einsatz von gut 100 Flaschen aus ihrem Angebot, dazu viele frische Gläser, gelang ihnen ein Massentasting mit 1.661 Teilnehmern. Neuer Rekord.

David Robertson, ehemaliger Master Distiller bei Macallan, zeigte sich recht stolz über das

Einstellen der schwedischen Rekordes und das gleich mit einer Steigerung um 30 Prozent.

*BBC News 26.06.05*

### Imperial verkauft ?

Auf der Internetseite des Immobilienmaklers *Bell Ingram* ([www.geraldeve.com](http://www.geraldeve.com)) ist auch die Imperial Brennerei, Besitzer Allied Domecq, angeboten. In der Beschreibung des Objektes ist aufgeführt, dass die Brennerei zwar voll ausgerüstet, aber nicht in Betrieb sei. Angebote sollten bis zum 09.06.05, 12,00 Uhr vorliegen.

Da die Medien sich aber im Juni nicht mit der Imperial Brennerei befaßt haben, ist entweder kein oder aber kein für den Besitzer interessantes Angebot abgegeben worden.

Hinderungsgrund kann sein: 1. unter Fachleuten gilt für die Imperial Brennerei der Spruch: „*Man macht entweder sehr viel Imperial Malt oder keinen!*“ Hintergrund für diese Aussage ist die Größe der Brennblasen (wash still = 18.500 Liter Inhalt spirit still = 20.500 Liter Inhalt), die damit nicht zu den kleinsten Brennblasen zählen.

Es ist auch davon auszugehen, dass in der Brennerei noch etliche Investitionen notwendig sind zur Anpassung der Anlage an die neueren Bestimmungen, wie Abwasserbehandlung. 2. Unsicherheit, ob nach dem Aufkauf von Allied Domecq durch Pernod Ricard nicht interessantere Brennereien zum Verkauf angeboten werden.

## Neue Abfüllungen

*Isle of Arran Distillers* werden zum Cöpenicker Whiskyherbst 2005 in Berlin einen

### The Arran Malt

10 year old

in Faßstärke anbieten.

Ende September folgt dann für den Rest der Welt eine auf 1.200 Flaschen limitierte Abfüllung eines Zehnjährigen, ohne Kältefiltration, mit 46 Vol%.

Der momentan im Handel erhältliche Arran Malt ohne eine Altersangabe soll dann ab März 2006 durch den Zehnjährigen abgelöst werden.

*Bruichladdich Distillers* haben jetzt einen Nachfolger für

den *3D - The Peat Proposal* abgefüllt unter dem Namen

### Bruichladdich Mòine Mhòr

50,0 Vol%

(Gaelisch für The Big Peat)

Es ist wieder eine Mischung aus drei verschiedenen Gehalten an Torfaroma, drei Lagerhäusern und drei Produktionsperioden.

Verkostungsnotiz:

*Farbe:* strahlendes Gold

*Duft:* Heidekraut, Torf und Seeluft

*Geschmack:* Torf, Rauch und Seetang bilden ein ausdrucksvolles Geschmacksbild

*Abgang:* rund, trocken, lang und intensiv

*Morrison Bowmore* hat an neuen Abfüllungen angekündigt:

### Bowmore 1989

16 year old

ca. 51 Vol%

### Bowmore

Vintage 1971

43,0 Vol%

### Auchentoshan

Claret Wood Finish

17 y.o., 43.0 %

Der Claret Finish hat eine erste Reifung für 9 Jahre im Bourbonfaß, danach 8 Jahre im Bordeaux-Faß aus Limosin-Eiche. Die Gesamtzahl der Abfüllung beträgt 3.600 Flaschen.

### 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](mailto:scoma@t-online.de)

Nachdruck, fototechnischeervielfältigung, auch auszugsweise und elektronisch, nur mit schriftlicher Erlaubnis.