



Scoma News



Jahrgang 13

Ausgabe Januar 2009

Nr.01

Johnnie Walker Blue Label King George V

Im Jahre 1934 verlieh König Georg V zum ersten Mal die *Königliche Urkunde (Royal Warrant)* als Hoflieferant für Scotch Whisky an **John Walker & Sons Ltd.** Zum 75jährigen Jubiläum dieser Auszeichnung, welche der Destillerie seitdem fortlaufend zuteil wurde, bringt diese Whisky-Dynastie nun einen der herausragendsten Blends der letzten 100 Jahre auf den Markt: die exklusive **Johnnie Walker Blue Label King George V**-Edition. Für die Komposition wurden ausschließlich Whiskys aus Destillerien ausgewählt, die bereits während der Herrschaft von König Georg V (1910-1935) in Betrieb waren und heute zum Teil nicht mehr existieren.

Das Haus Johnnie Walker kann auf eine unvergleichliche Auswahl hervorragender Whiskys aus dem frühen 20. Jahrhundert zurückgreifen. Dieser Bestand wurde über Generationen sorgfältig gepflegt und ist heute die Schatzkammer der Whisky-Industrie. Einige der seltensten Whiskys wurden für die Herstellung der **Johnnie Walker Blue Label King George V Edition** verwendet, so Jonathan Driver, Global Brand



Ambassador von Johnnie Walker. Aufgrund der begrenzten Vorräte der verwendeten Whiskys ist die Edition nur stark limitiert erhältlich.

Die *Königliche Urkunde* für Hoflieferanten gilt als Zeichen von Spitzenleistung und Qualität. Rund 800 Unternehmen tragen heute diese Auszeichnung und repräsentieren damit den Querschnitt der britischen Industrie wie des Handels.

Ein königlicher Blend mit unverwechselbarem Geschmack: **Johnnie Walker Blue Label**

King George V-Edition wird gemäß der Tradition von Hand hergestellt und reift in Eichenfässern bis zur perfekten Vollendung. Der erdige, rauchige Geschmack und die Würze des West Coast Whiskys vereinen sich mit den leicht fruchtigen und aromatischen Eigenschaften der Speyside Whiskys. Dabei entsteht die einzigartige Note der 1930er Jahre - der goldenen Ära des Whiskys. Maßgeblichen Anteil daran hat der exzellente Port Ellen Islay Single Malt Scotch Whisky, der

für den Blend verwendet wird. Dessen Destillerie existiert heute nicht mehr, weshalb die sehr begrenzten, verbleibenden Bestände streng gehütet werden und fortlaufend im Wert steigen.

Port Ellen fügt einen rauchigen und erdigen Geschmack hinzu, der intensiver als bei jedem anderen Islay Whisky ist, erklärt Master Blender Jim Beveridge. Er verleiht dem **Johnnie Walker Blue Label King George V** damit den unverwechselbaren Geschmack: durch die Jahre weich, vollmundig und mit würzigem Abgang. Ein vorzüglicher und außergewöhnlicher Whisky.

Der Blend wird in einem Dekanter aus Kristallglas ausgeliefert, dem ein nummeriertes Echtheits-Zertifikat beigelegt ist.

Johnnie Walker, gegründet 1820 von John Walker, ist weltweit die verkaufstärkste Marke für Scotch Whisky. Seit 200 Jahren garantieren strengste Richtlinien beim Blending-Prozess die herausragende Qualität und Beständigkeit. Im Jahre 1908 wurde der Werbeslogan **Born 1820 - Still Going Strong** für Johnnie Walker eingeführt. Hundert Jahre später produziert das Unternehmen immer noch erfolgreiche Produkte der Spitzenklasse. Die Kollektion exklusiver und preisgekrönter Whisky umfasst heute *Red Label, Black Label, Green Label, Gold Label* und *Blue Label*.

Johnnie Walker gehört heute Diageo, einem der weltweit führenden Anbieter von Premium-Getränkemarken. Mit seinen globalen Visionen und gleichzeitiger Konzentration auf lokales Marketing bietet Diageo ein herausragendes Sortiment an alkoholhaltigen Getränken. Diageo ist in über 180 Ländern auf der ganzen Welt vertreten.

Pressemitteilung Diageo



Scotch Single Malt Whisky - ein Luxusartikel ?

Es liegt wohl am Stammland der Eigentümer, also an Frankreich! *Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH)*, der neue Besitzer der Glenmorangie plc. (mit den Brennereien Ardbeg, Glen Moray und Glenmorangie) erhebt die zwei favorisierten Malts in die Kategorie der Luxusartikel und trennt sich vom ungeliebten „Schmuddelkind“.

Glenmorangie als Favorit erhielt neue Flaschenformen, Verpackungen und Namen (*Original, Nectar d'Or, Quinta Ruban, Lasanta, Signet*) und natürlich adäquate Preise. Beim zweiten Favoriten **Ardbeg** bleiben die optischen Veränderungen weniger ausgeprägt durch Beibehaltung der bei der Liebhabergemeinde erprobten Form der Flasche und Farbe der Verpackung. Dafür fällt der ungetorfte *Blasda* aus dem Rahmen der gewohnten „Torfsode“ Ardbeg.

Glen Moray, vom Vorbesitzer durch Vermarktung im Billigsegment in internationalen Handelsketten als Marke verbrannt (also das Schmuddelkind) paßt nicht mehr zum Image der Luxusartikel von LVMH und wurde daher verkauft - an ein französisches Unternehmen. Erhält Glen Moray damit doch eine Chance, das Ansehen der Billigmarke zu überwinden?

Pernot Ricard ist das nächste Unternehmen aus Frankreich, das über eine beachtliche Zahl an Whisk(e)ymarken und Brennereien verfügt. Mit der *Irish Distillers Group* war die

Firma Herrscher über den Whiskey aus Irland. Jedoch mußte man sich kürzlich im Rahmen der Übernahme von Allied Domecq mit zahlreichen Brennereien in Schottland wegen kartellrechtlicher Auflagen von der Bushmills Brennerei in Nordirland trennen und hat diese an Diageo abgegeben. *Diageo* investiert jetzt massiv in die Bewerbung des Zukaufes. Und in Irland selbst wächst Konkurrenz durch die *Cooley Gruppe* mit den Brennereien Cooley und Kilbeggan heran. Cooley beliefert intensiv den Markt der Handelsketten und kleiner Firmen, die nach ihren Rezepturen bei Cooley produzieren lassen.

Auch Pernot Ricard geht nun den Weg in Richtung Luxusgüter. Bei den Blended Scotch ist die *Chivas Group* zuständig für Luxusabfüllungen. 1997 - also noch für der Übernahme dieser Gruppe durch Pernot Ricard - kreierte der Master Blender Colin Scott als non plus ultra den *Chivas Regal 18 years old*. Im letzten Jahr durfte er dann in der New York Public Library (!) seine neue Kreation eines DeLuxe- Blended Scotch vorstellen: *Chivas Regal 25 years old*.

Bei den Single Malts erhielt das Flaggschiff **The Glenlivet** für den Archive 21 Years Old einen eleganten Holzrahmen mit edlem Pappschuber und einen optimierten Preis. Der Konsument kann sich nun diesen edlen Tropfen mit dem Holzrahmen an die Wand nageln und

mit traurigem Herzen betrachten - zum Trinken wurde der Tropfen für den normal betuchten Käufer zu teuer. Und nun deutet sich bei **Scapa**, dem weniger bekannten Single Malt von den Orkney Inseln, möglicherweise eine ähnliche Entwicklung an.

Lange Zeit war die Originalabfüllung der Scapa 12 years old. 2004 wurde dann das Alter für die Abfüllung auf 14 Jahre angehoben. Der neue Besitzer Pernot Ricard (ab 2005) hat nun den zur Chivas Guppe gehörenden Malt weiter in die Abteilung Edelmarke verschoben.

Pernot Ricard punktet mit den Whiskies des Unternehmens zwar in den BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China. Auch in Frankreich läuft der Absatz gut (+5%), da das Kaufinteresse der Konsumenten in diesem Markt mit aufwendigen, oft verspielten Verpackungen gefördert wird.

Im globalen Absatz erzielte Pernot Ricard für:

The Glenlivet +27%
Chivas Regal +11%
Ballantine's + 9%.

Schwierig sind hingegen die Märkte in Spanien, USA und auch im Mutterland des Scotch - im UK. In Großbritannien sieht man daher sehr viel Absatzpotential, da hier die Umsätze noch auf einem niedrigen Niveau etabliert sind - stehen doch die Whisky von Pernot Ricard (Aberlour, The Glenlivet) hier im Wettbewerb zu Marken, die auf diesem Markt schon lange Zeit

etabliert sind (Glenmorangie, Glenfiddich).

Nun soll der Scapa Single Malt das Segment der höherwertigen Malts angreifen. Dazu wird er älter und damit reifer.



Scapa 16 years old wurde daher zum Jahresende mit edler Verpackung in das Rennen um die Gunst der betuchteren Konsumentenschicht geschickt.

Auf der Verpackung ist ein Segelboot abgebildet, da *scapa* das altnorwegische Wort für ein solches Vehikel ist. Neben dem UK soll der neue Scapa 16 y.o. initial auch in Skandinavien, Frankreich (!) und den USA angeboten werden.

Übrigens ist die neue Altersstufe nicht eine Ergänzung zum momentan angebotenen Scapa 14 y.o., sondern vielmehr die Ablösung, der Nachfolger!

Scotsman ; 17.12.08

Vermischtes

Auktionsergebnis

Sie ist eine von den 260.00 Flaschen aus dem 1941 vor der Insel Eriskay gesunkenen Frachter *SS Politician*. Die Flasche Ballantine's Scotch wechselte jetzt am 03.12.08 bei der Auktion durch Gorrings Auctioneers in East Sussex für 2.200 £ den Besitzer. Neuer Eigentümer ist der Student Tam Burt (18) aus *Dollar, Clackmannanshire*. Nomen est omen!

Press & Journal ; 04.12.08

Neues von Bruichladdich

Nein, es gibt ausnahmsweise keine neue Abfüllung zu vermelden. Ob der weltweit sich anbahnenden oder bereits eingetroffenen Rezession legt *Mark Reynier*, geschäftsführender Gesellschafter von Bruichladdich Distillery, großen Wert auf den erfolgreichen Absatz von Bruichladdich Single Malt - wegen oder trotz der Vielzahl an Abfüllungen. Bereits vor dem traditionell umsatzträchtigen

Jahresende habe man den Verkauf in 2008 mit einem Plus von 1 Mill. £ deutlich anheben können. Zwar hat es empfindliche Absatzeinbrüche in Rußland und Taiwan wegen der sich dort verschlechternden wirtschaftlichen Situation gegeben, doch der steigende Absatz in anderen Märkten ergab bisher einen Anstieg im globalen Umsatz um 17 Prozent, im UK gar um 30 Prozent. Die Absatzsteigerung im UK wird auch von den Export-

zahlen untermauert. Während beim Scotch allgemein 92 % der Produktion in den Export gehen, so wird nur 80 % aller Abfüllungen von Bruichladdich Single Malt exportiert. Fast jede fünfte Flasche wird also daheim - im UK - konsumiert!

Press & Journal ; 06.12.08

Ehrung

Der *Malt Advocat*, das US-amerikanische Fachmagazin für Spirituosen und Biere zeichne-

te just Bill Lumsden aus.

Für sein Schaffen in den letzten Jahren erhielt er die Auszeichnung *Industry Leader of the Year 2008*. Bill Lumsden zeichnet als *Head of Distilling and Whisky Creation* bei The Glenmorangie Co. mit seiner Arbeitsgruppe auch verantwortlich für die neuen Sorten des Unternehmens:

*Glenmorangie Signet
Glenmorangie Astar
Ardbeg Blasda.*

Lumsden ist promovierter Biochemiker und trat dem Unternehmen 1995 als Manager der Glenmorangie Brennerei bei. Er hat sich intensiv mit dem wood finishing beschäftigt, also mit der Nachlagerung von Whisky in Fässern, die vorab zur Reifung anderer Spirituosen (Cognac, Rum, Rot-, Weiß- und Portwein) genutzt wurden. Auf der Suche nach den besten Fässern für eine Liason seines Whisky mit den Aromen der Spirituosen und Weine aus der Vornutzung reiste er in alle Anbauggebiete für Wein und andere alkoholischen Getränke.

Die vom Malt Advocat vergebene Auszeichnung erhielt Bill Lumsden auch bereits für die Jahre 2001 und 2006. Das britische *Whisky Magazine* ernannte in für das Jahr 2007 zum *Global Ambassador of the Year* und zum *Scottish Distiller of the Year*.

Press & Journal ; 17.12.08

Verkauf

Für den Kauf von Vin & Sprit (Kernmarke Absolut Vodka) vom schwedischen Staat erhielt Pernod Ricard von der EU-Kartellbehörde die Auflage, etliche Marken aus dem erworbenen Paket zu veräußern. Diese Auflage geht jetzt in Erfüllung.

Pernod Ricard gibt nun fristgerecht den Vertragsabschluss mit der *Arcus Gruppen* aus Norwegen bekannt. Arcus Gruppen übernimmt aus dem Verkauf von V&S die Marken Grönstedts Cognac, Star Gin, Red Port und Dry Anis.

just-drinks ; 18.12.08

Überwachung

Constellation Brands (Black Velvet, Speyburn, Old Pulteney, Balblair) hat just einen Langzeitvertrag mit *The Nielsen Company* für die Umsatzanalyse in den USA abgeschlossen.

Nielsen ist spezialisiert auf die Erhebung von Daten über die Warenflüsse vom Produzenten über Groß- und Zwischenhändler hin zum Endkunden. Alle anfallenden Daten werden von Nielsen im firmeneigenen Beverage Data Network (BDN) erfasst, ausgewertet und dann als Analysenbericht dem Auftraggeber zur Verfügung gestellt. *just-drinks ; 18.12.08*

Erstes Fass abgefüllt

Die letzte große Veränderung des Konsumentengeschmacks von braunen Spirituosen (brauner Rum, Cognac, Whisky) hin zu den weißen Getränken (weißer Rum, Gin, Wodka) brachte 1986 das Aus für die Produktion in der **Glenglassaugh** Brennerei. Nach 22 Jahren Stillstandes ist die Brennerei unter dem neuen Eigentümer *The Scaent Group* seit Ende November wieder in Betrieb und bereits Mitte Dezember wurde das erste Fass aus der neuen Produktion abgefüllt und zur Reifung eingelagert. (siehe auch S.4!)

Press & Journal ; 19.12.08

Absatzsteigerung

Gordon & MacPhail gibt für das laufende Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von 15,5 Mill £. auf 16,5 Mill,£ bekannt.

Das Unternehmen vertreibt seine Abfüllungen - vorwiegend von Single Malts - in 35 Ländern und erzielte die Steigerung besonders in den Märkten Europas und Nordamerikas.

Michael Urquhart, Direktor bei *Gordon & MacPhail*, sieht auch in Zeiten sinkender Nachfrage sein Unternehmen gut aufgestellt, denn auch in rauen Zeiten - und diese zeichneten sich ab - würden die Konsumenten einen guten Tropfen zum fairen Preis schätzen und trinken.

Der Absatz stieg um 6% im

United Kingdom und um 24 % in den USA. *Gordon & MacPhail* wird auch weiterhin Whisky als Bulkware einkaufen und in den eigenen Lagerhäusern reifen lassen - also in eine positive Entwicklung bei der zukünftigen Nachfrage nach Scotch investieren.

Gordon & MacPhail ist auch Eigentümer der 1998 wieder in Betrieb genommenen Brennerei *Benromach* in Forres (Speyside). *The Herald ; 20.12.08*

Dunkle Wolken ?

Die drohende Wirtschaftszession als Folge der aus den USA in die Welt schwappenden Folgen der dortigen Finanzkrise scheint nun doch auch den Spirituosenmarkt zu erfassen.

Nach den lautstark veröffentlichten Absatzsteigerungen für den Scotch Whisky im Geschäftsjahr 2007 und den erfreulichen Zuwachsraten auch in den ersten Quartalen in diesem Jahr bahnen sich allerdings für das letzte Quartal 2008 negative Entwicklungen an.

The Scotch Whisky Association, Dachverband der Whisky Industrie Schottlands, konnte für den Export im Jahr 2007 einen Anstieg von 14 % vermelden. Für den Monat September 2008 bricht der Export nun aber um 3,4 % ein, bei einer Steigerung von 12,4 % im Vorjahresmonat, also dem Vergleichsmonat. Analysten sehen hierin die ersten Anzeichen dafür, dass die sich weltweit anbahnende Rezession doch nicht spurlos am Scotch vorbei gehen wird.

Auch für das letzte Quartal in 2008 wird nun ein weiterer Abschwung im Export erwartet. Allerdings haben die letzten zwei Jahre eine rasante Steigerung gebracht, so dass man nun von dem hohen Niveau zweier „fetten“ Jahren absteigt. Fachleute hoffen daher, dass der sich andeutende Abschwung nicht zu heftig ausfallen wird und man möglicherweise das Absatzniveau von „normalen“ Jahren wieder halten können. In vielen Ländern wird der Abschwung

sicherlich noch durch das traditionell starke Weihnachtsgeschäft (vielleicht) nicht zu stark sein. Das was bringt dann das erste Quartal in 2009?

In den letzten 18 Monaten hat die schottische Whisky-Industrie gut 500 Mill. £ in Renovierung, Erweiterung oder Neubau von Brenn-, Lager- und Abfüllkapazitäten gesteckt. Neubauten sind Ailsa Bay und Roseisle, renoviert und wieder eröffnet wurden Braeval und Glenglassaugh. Einige Neubauten sind noch in Planung oder Bau.

Und dann jetzt der Einbruch in der weltweiten Nachfrage. Sollten etwa die Eigentümer von J & A Mitchell mit der gegen den aktuellen Trend erfolgten (vorübergehenden?) Schließung der Brennereien Springbank und Glengyle doch richtig liegen? Wohl doch nicht, denn dort soll laut letzten Informationen die Produktion zu Beginn des kommenden Jahres wieder anlaufen. *Business ; 22.12.08*

Whiskymesse(n) München

Erst gab es keine Whiskymesse in der bayrischen Metropole - und in diesem Jahre werben dafür zwei Veranstaltungen um die Gunst von Aussteller und Konsumenten. Da beide Veranstaltungen auch noch im Abstand von nur zwei Wochen stattfinden, geht es wohl auch um die Whiskymesse München per se.

Die erste Münchener Whiskymesse startete 2004 im Erdgeschoss der alten Fabrikationsanlage des Spirituosenherstellers Riemerschmid auf der Praterinsel in der Isar. Die neue Messe kam trotz Ferien und gutem Wintersportwetter bei den Besuchern an - wohl auch wegen des Flairs der Umgebung. Im folgenden Jahr zog die Messe eine Etage tiefer in die Gewölbekeller. Auch diese Veranstaltung war erfolgreich. Das nächste Jahr aber blieb ohne Messe, da es hinter den Kulissen Zwist zwischen den Veranstaltern gab. Übrig blieb von der Startmannschaft nur Frank Böer, der mit Christian Rosenberg, dem Initia-

tor der InterWhisky Frankfurt dann 2007 die Whiskymesse in München wieder aufleben lassen konnte.

Geplant war von Ch. Rosenberg, neben der etablierten jährlichen InterWhisky Frankfurt künftig im zweijährigen Wechsel eine InterWhisky in München und in Hamburg zu veranstalten. Die erste InterWhisky in München fand gemäß dem in Frankfurt bewährten Konzept im Hotel Kempinski statt. Der Messesaal wurde aber von den vom Flair eines Riemer-

schmid-Gebäudes auf der Praterinsel verwöhnten Besuchern nicht im gewünschten Maße angenommen. Dies bewog dann F. Böer u.a. die eigene Messe auf der Praterinsel wieder aufleben zu lassen und um neue Bereiche zu erweitern, wie die Aufnahme auch anderer Spirituosen (Rum) und die Einbindung der lokalen Gastronomie mit geführten Bar-Touren.

2009 wird nun das Jahr der Entscheidung für die Whiskymesse(n) in München. F. Böer tritt als Erster an mit den im letz-

ten Jahr erfolgreichen Erweiterungen. Zwei Wochen später folgt dann die InterWhisky mit dem in Frankfurt über mehrere Jahre bewährten und und in zwischen auch in Hamburg erfolgreichen Konzept von Ch. Rosenberg.

Was wird das Resumée nach beiden Veranstaltungen sein. Die deutschen Importeure bilden ein gespaltenes Lager - Teilnahme an dem Munich Whisky & Bar Festival von F. Böer, an der InterWhisky von Ch. Rosenberg oder an keiner der bei-

den Veranstaltungen, da das Messebudget meist nicht für eine Teilnahme an beiden Veranstaltungen reicht? Ihre Standgebühren sind aber neben den Eintrittsgeldern der Besucher ein wichtiger Faktor für den Erfolg einer Messe. Werden die bayrischen Konsumenten beide Whiskymesse annehmen und in ausreichender Zahl besuchen? Oder muss einer der Veranstalter aufgeben? Oder hat München ab 2009 etwa keine Whiskymesse mehr zu bieten? Hoffentlich nicht! *Dr. Setter*

Neue Abfüllungen

Auf dem Markt angekommen ist inzwischen der



The Arran Malt

12 years old ; 46 %

abgefüllt ungefärbt und ohne Kältefiltration.

folgte dann die offizielle Wiederinbetriebnahme. Und schon erscheint die erste Abfüllung der neuen Besitzer mit einer Flasche mit Tropfenform, die nach der Altersangabe aus einer der letzten Produktionen vor der Stilllegung stammt:

Glenglassaugh

21 years old ; 46 %

Verkostung:

Aroma: Wassermelone, Noten vom Malz dunklen Brotes und zarten Holznoten

Geschmack: Malz, grasige Noten, Anflug von Holz mit einer angenehmen Süße

Nachklang: Würzig, leichte säuerliche Noten vom roten Tafelapfel.

Gründungsjahr der Woodford Reserve Distillery erinnern. Das alte Verfahren der Bourbon-Herstellung nach dem Sweet mash-Verfahren wurde Ende des 19. Jahrhunderts durch das Sourmash-Verfahren abgelöst. 1838 Sweet Mash dürfte seit langer Zeit der erste Bourbon sein, der wieder nach diesem alten Verfahren hergestellt ist.

Ian Macleod stellte kürzlich auf der TFWA-Messe in Cannes eine weitere Variante des erfolgreichen Smokehead vor, den

Smokehead Extra Black

18 year Old Islay

Die schwarz gefrostete Flasche wird durch die aufgedruckten Begriffe *deep, smoky* und *earthy* geprägt, welche auf die intensiv-torfigen Aromen des Malts hinweisen sollen.

Morrison Bowmore hat nach dem letztem Black Bowmore nun die Farbe gewechselt mit dem

White Bowmore 1964 ; 43 years old

gereift in Bourbon-Fässern, abgefüllt mit 42,3 %. Mit einem Preis von 2,500 £ hebt es sich deutlich vom schwarzen Vorgänger ab.

Whyte & Mackay füllt wieder uralte Schätze ab mit dem

The Dalmore 50 years old

der bis zu 140 Jahre alten Whisky enthalten soll. Abgefüllt wurde mit 52,8 Vol% in 191 Decanter aus portugiesischem Kristall mit 10 cl Inhalt, die für 700 £ im britischen Fachhandel zu haben sind. Eine Flasche mit 70 cl hätte umgerechnet damit also den stolzen Preis von rund 5.000 £.



Erst im Februar 2008 übernahm eine niederländische Investorengruppe -*The Scaent* - vom Vorbesitzer The Edrington Group die 1986 geschlossene Glenglassaugh Brennerei. Bereits am 24. November 2008 er-

Beam Global Spirits & Wine will der steigenden Nachfrage nach Roggenwhiskey mit dem

(ri)1 - sprich Rye One,

nachkommen. Das Unternehmen möchte mit einer modernen Aufmachung des (ri)1 dem traditionellen Rye eine zeitgemäße Anstrich geben. Laut Beam hat der (ri)1 einen sanften, leicht pfeffrigen Duft und einen leicht würzigen Geschmack mit langem Nachklang.

Brown-Forman bringt in der Reihe Woodford **Reserve Master's Collection Serie** nach dem *Four Grain Bourbon* und dem *Sonoma-Cutrer Finish* nun den

1838 Sweet Mash.

Man möchte mit 1838 an das



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

e-mail : info@scoma.de

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