



## Einkauf im duty-free Bereich - ein Rückblick

Seit ca. 1970 beschäftige ich mich mit Scotch Malt Whisky - als Importeur, Verkäufer - und Konsument, denn natürlich gehört eine Verkostung zum Einkauf der Ware. Um 1970 war es noch ungewöhnlich, dass ein deutscher Privatmann Interesse an Erwerb und Vertrieb von Scotch hatte. Dies öffnete viele noch heute bestehende Geschäftskontakte.

Eine Reise nach Schottland war in dieser Zeit eine Reise in das unbekannte Ausland und stets wieder aufregend. Aufregend auch, weil in den Flughäfen der duty-free Bereich auch für Reisende innerhalb Europas offenstand. Doch was bot dieser Bereich?

Nehmen wir das Beispiel der Glenlivet Brennerei, die lediglich einen *The Glenlivet 12 years old* im Angebot hatte - mit 40% für den britischen Markt und mit 43% für den Export, jeweils abgefüllt mit 75 cl(!). Und im duty-free Bereich kam dann die Literflasche hinzu. Allerdings ohne die Verbrauchssteuern und damit zum verbraucherfreundlichem Preis. Interessant war natürlich für einen Konsumenten und Sammler auch das Angebot in den duty-free Läden. London Heathrow, über den damals eigentlich alle Flüge nach Schottland führten, bot Abfüllungen

von Brennereien an, die im deutschen Markt damals nur in ganz wenigen Läden zu haben waren - wie bei Slim Cowell in Hamburg, einem britischen Soldaten, der in Hamburg irgendwie hängen geblieben war.

In London Heathrow konnte auch schon mal eine Sonderanfüllung vom britischen Markt auftauchen. Die damalige Einstufung des duty-free Verkaufes ist aus dem Kommentar ersichtlich, den ich vom Juniorchef einer großen privaten Brennerei erhielt nach meinem Hinweis, dass ich im duty-free Laden als Konsument nahezu den gleichen Preis zahle wie bei ihm direkt als Händler. Seine Antwort lautete: *Der duty-free Bereich ist für uns der wichtigste Werbeträger, den wir uns vorstellen können. Daher machen wir diesem Bereich einen besonders interessanten Preis.* Und so ist es wohl auch heute noch! Eine andere Erfahrung untermauert ebenfalls die Bedeutung des Bereiches duty-free/travel-value für die Produzenten. Ein oberbayrischer Produzent von Whisky stellte sein Destillat auf einer der ersten Müncher Whiskymessen vor. Die Spirituose konnte zwar probiert, aber nicht erworben werden (Begründung: leider ausverkauft). Der enttäuschte Mes-

sesbesucher konnte das Destillat aber im travel-value Laden des Münchener Flughafens in großer Stückzahl kaufen! Dem Produzenten war also eine gesicherte Nachfrage im Reisebereich wichtiger als eine ausreichende Bevorratung auf der Messe, der japanische Fluggast also wichtiger als der deutsche Konsument?

Europa hat sich seit dem *Vertrag von Rom* (1957) von der EWG zur EU weiter entwickelt. 1973 tritt auch Großbritannien der Gemeinschaft bei, 1986 wird die *Einheitliche Europäische Akte* unterzeichnet nur Schaffung eines europäischen Binnenmarktes. Die Grenzen zwischen den Mitgliedstaaten sind offen und der duty-free Bereich ist für Reisende innerhalb der EU nicht mehr zugänglich. Damit verbunden ist natürlich ein Umsatzausfall, der früher von Reisenden innerhalb der EU generiert wurde. Wie konnte diese Umsatzeinbuße aufgefangen werden? Als Ausgleich wurde der Bereich *travel value* geschaffen, in dem auch weiterhin die Literflaschen im Angebot sind zu Preisen, die nur wenig unter den Preisen im normalen deutschen Handel liegen. Literflaschen - früher nur im duty-free erhältlich - haben inzwischen durch die offenen

Handelswege zwischen den Mitgliedsstaaten der EU auch den Weg in den normalen Handel gefunden haben. Da im travel value die Verbrauchssteuern in den Preisen enthalten sind, kann hier ein niedriger Preis nur einen besonders günstiger Einkaufspreis diese Preisfindung erlauben.

Doch auch ein bedeutsamer Wandel im Angebot der duty-free und travel value Bereiche ist zu vermerken. Diese Bereiche, die früher nur die preisgünstigere Literware im Angebot hatten, sind inzwischen auch zu einem Experimentierfeld der Produzenten geworden. Beim beliebten *Smokehead* wurde die erste Abfüllung (70 cl/43%) auf der Whiskymesse in München vorgestellt, der *Smokehead Extra Rare* (100 cl/40%) ist dem Reisebereich vorbehalten, *Smokehead Extra Black* (18 y.o./70 cl/46%) ist wiederum auch im normalen Handel erhältlich.

Neue oder recht rare und somit sehr teure Abfüllungen werden gezielt nur für diese Bereiche geschaffen (siehe Rubrik *Neue Abfüllungen*) oder der Verkauf getestet. Bei Akzeptanz der Abfüllung durch den reisenden Konsumenten findet sie dann auch den Weg in den normalen Handel finden. Dies geschah zum Beispiel mit dem *Ardmore Quarter Cask*, den *Fortune*



Brands, neuer Eigentümer der Brennerei zuerst in den Läden der europäischen Flughäfen vorstellte. Einige Monate später war er dann auch beim deutschen Importeur gelistet.

Eine weitere Veränderung durch die EU ist bei der Spirituo-

senflasche erfolgt, die von ursprünglich 75 cl auf nur noch 70 cl schrumpfte. Dafür wuchs die Weinflasche von 70 cl auf nunmehr 75 cl an.

Spirituosenflaschen mit 75 cl sind laut momentaner EU-Regelung im Bereich der EU nicht

verkehrs-fähig - es sei denn, sie wurden nachweislich vor der Umstellung abgefüllt. Dies bitte nicht verwechseln mit der 75 cl Flasche, die noch immer für den Export in die sogenannten Drittländer (z.B. für die USA) abgefüllt wird. Was tun, wenn eine

für die USA bestimmte Flasche sich zu einem Händler in der EU verirrt? Der Konsument, der eine solche 75 cl-Flasche während einer Reise erwirbt, kann diese aber getrost mit in die EU bringen solange er sich an die erlaubte Importmenge hält

### Vermischtes

#### Algen contra CO<sub>2</sub>

In der Glenturret Brennerei wurde im letzten Monat ein mit Algen besetzter Bioreaktor angefahren, durch den die Abgase aus der Whiskyherstellung geleitet werden. Die Algen verbrauchen das in der Abluft enthaltene Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) und stellen daraus Proteine, verwertbare Öle und Sauerstoff her. Interessant ist die CO<sub>2</sub>-Bilanz. Zur Herstellung von 1 Liter Öl verbrauchen die Algen 8 kg Kohlendioxid. Beim Verbrennen des so gewonnenen Öls entstehen wieder 3,3 kg CO<sub>2</sub>, bei der Energiegewinnung für das Wachstum der Algen werden nur 0,3 kg CO<sub>2</sub> freigesetzt. Daraus resultiert eine negative Bilanz von 4,4 kg Kohlendioxid je produziertem Liter Öl. Die Differenz ist u.a. in Proteinen gebundener Kohlenstoff. Das System wurde von Scottish Bioenergy errichtet und von Shell, dem Scottish Environmental Technology Network und der Edrington Group gefördert.

*div. Quellen ; 05.10.09*

#### Optimismus

Shetland Times sieht wieder eine Silberstreifen am Horizont für die Pläne zum Bau einer Brennerei auf dieser Inselgruppe. Die ersten Pläne kamen von Caroline Whitfield, die dafür die *Blackwood Distillers Holding* gründete mit den Töchtern *Shetland Spirit Company* - zum Vermarkten der zugekauften weißen Spirituosen - und *Blackwood Distillers Ltd.* die das Brennereiprojekt betrieb. Der Verkauf der weißen Spirituosen unter dem Namen Blackwood kam zwar voran, doch das Brennereiprojekt dümpelte vor sich hin und verursachte nur Ko-

sten. Irgendwann zog die Bank of Scotland den Stecker und die Lichter gingen aus.

Caroline Whitfield gründete mit *Catfirth Ltd.* eine Auffanggesellschaft für übertrittswillige Aktionäre und ging auf die Suche nach neuen Geldgebern. Diese sollen nun laut Shetland Times in Kanada gefunden worden sein. Es wird erwartet, dass die potentiellen Investoren nach dem Studium des aktualisierten Geschäftsplanes von Catfirth Ltd. innerhalb von 6 Monaten zu einer Entscheidung kommen werden.

*Shetland Times ; 10.10.09*

#### Neues vom Altöl

Die *Harviestoun Brauerei* im schottischen Clackmannanshire braut ein Bier in Anlehnung an alte Rezepturen für ein Porter und Ale aus imperialen Zeiten. Das Bier hat 8 Vol%, ist dunkelbraun, zäh und ölig - erinnert also von der Konsistenz an altes Motoröl und hat davon den Namen *Old Engine Oil* bekommen. In Zusammenarbeit mit der Highland Park Brennerei wurde eine Gepflogenheit auf den Kopf gestellt. Nicht Whisky reift in für die Lagerung von Sherry, Port oder eine sonstige Spirituose vorgegenutztes Fass, sondern hier reift das Ale in einem für die Lagerung von Whisky vorgegenutzten Fass!

Eine zusätzliche Besonderheit ist die Nummerierung der Flaschen mit der hieraus resultierenden Nachverfolgbarkeit hin zu den für die Reifung genutzten Whiskyfässern. Und so ist auf dem Flaschenetikett auch das Alter des Whisky ausgeworfen, von dem das Bier Aromen übernahm! Die Reihe der bisher genutzten Fässer lautet

12, 16, 18, 30 und 40 Jahre. Eine Anfrage bei der Brauerei zum Erwerb einer Flasche des im Whiskyfass gereiften **Ola Dubh Ale** (*Ola dubh* ist gälische für schwarzes Öl) soll wenig Erfolg versprechend sein, da eine lange Liste mit Vorbestellungen besteht.

#### Traumland Indien

Die 1983 gegründete *Scotch Malt Whisky Society* (SMWS), einst unabhängig mit Clubräumen in einem alten Lagerhaus in Edinburgh, ist seit der Übernahme durch Glenmorangie plc. auf Expansionskurs getrimmt. Einst ein Club mit dem Image einer gewissen Exklusivität zählt die SMWS inzwischen weltweit 26.000 Mitglieder, hat sich einen zusätzlichen Clubraum in London zugelegt und peilt nun den indischen Markt an. Die Einführungsveranstaltung fand standesgemäß im Taj Mahal Hotel in Delhi statt. Paul Miles, Geschäftsführer der SMWS, sieht ein großes Entwicklungspotential für die Gesellschaft in Indien und wohl einen interessanten Absatzmarkt für die Clubabfüllungen! *Scotland on Sunday ; 11.10.09*

#### Ende der Durststrecke

Und das ist wörtlich gemeint. Im Juli 2009 hatte Jim Beam in Werbeanzeigen im *The Wall Street Journal* und *The New York Times* darauf hingewiesen, dass die heutige Nachfrage nach dem Knob Creek Bourbon vor 9 Jahren nicht voraus zu sehen war und daher eine zu geringe Menge hergestellt wurde. Der Vorrat mit dem für die Abfüllung notwendigen Alter von 9 Jahren sei aufgebraucht und Nachschub würde erst im No-

vember 2009 die notwendige Lagerzeit von 9 Jahren erreichen. Es sei nicht beabsichtigt, das Alter für die Abfüllung eines Knob Creek zu senken. Man setze vielmehr auf das Verständnis der Konsumenten und deren Bereitschaft, auf die nächste Abfüllung zu warten.

Und jetzt ist es soweit. Jim Beam heizt bereits jetzt die Nachfrage an mit der Meldung, dass der Knob Creek Anfang November ausgeliefert würde.

*Kentucky.com ; 12.10.09*

#### Werbekampagne

*Burn Stewart Distillers* starten eine globale Werbekampagne für den Bunnahabhain 12 y.o. Die Außenverpackung erhält Überzüge mit drei unterschiedlichen Motiven. Auf der Rückseite der Überzüge wird in Englisch, Deutsch, Französisch und Russisch auf den Wettbewerb *Discover the Golden Cork* hingewiesen. Dem glücklichen Gewinner winkt ein all-inclusive Wochenende für 2 Personen auf der Insel Islay und in der Brennerei. Wer keine dieser speziellen Flaschen im Handel findet - oder nicht erst suchen möchte, der kann auch direkt über [www.bunnahabhain.com](http://www.bunnahabhain.com) an dem Wettbewerb teilnehmen.

*just-drinks ; 13.10.09*

#### Umweltfreundlich

Diageo hat die neue Großbrennerei Roseisle nahe der eigenen Mälzerei in Burghead gebaut. Die Brennerei ging im Oktober 2007 mit 14 pot stills in Betrieb. Eine Bio-Energie-Anlage versorgt die Brennerei mit der notwendigen Energie aus erneuerbaren Materialien, auch unter Verwendung in der Produktion anfallender Abfälle.

Momentan graben sich Bau-trupps von der Brennerei zur Mälzerei um ein eine Rohrleitung zu verlegen, in der überschüssiger Dampf aus der Brennerei zur Mälzerei geleitet werden soll. Hier kann der Dampf z. B. in der Trocknung des grünen Malzes eingesetzt werden und so Kosten senken.

*Press & Journal ; 16.10.09*

### Kehrtwende ?

Bislang klagten die Fachgremien über einen deutlich zu hohen Alkoholkonsum durch die britische Bevölkerung - mit einer steigenden Tendenz in den jüngeren und den weiblichen Bevölkerungsschichten. Nun meldet die British Beer & Pub Association (BBPA) für die ersten 6 Monate in 2009 mit einem Minus von 8% den stärksten Rückgang im Alkoholkonsum seit 60 (!) Jahren. 1948 wurde im Vergleichszeitraum ein Umsatzeinbruch von 11% verzeichnet. *just-drinks ; 19.10.09*

### In der Klemme?

Über Monate hielten sich un-

bestätigte Gerüchte über Verhandlungen zwischen Diageo und United Spirits (Indien) über einen Einstieg von Diageo. Die erste Bestätigung seitens Diageo kam im August 2009 mit der Bekanntgabe des Abbruchs der Gespräche. Um die aus der Übernahme von Whyte & Mackay resultierenden Schulden von 625 Mill. US\$ abzubauen, sah sich United Spirits gezwungen, für die im September fälligen Bankverbindlichkeiten neue Aktien im Werte von 225 Mill. US\$ auf den Markt zu werfen und Gespräche mit (privaten) Investoren zu suchen. Diese wurden nun ebenfalls als gescheitert erklärt. Und so sollen wieder neue Aktien, dieses Mal im Werte von 300 Mill. US\$, ausgegeben werden. *Just-drinks ; 19.10.09*

### Scotch & Recession

In den letzten Wochen tauchen vermehrt Hinweise aus den Jahresberichten der Whiskyindustrie auf, die belegen, dass der Scotch in der momentan schwierige Lage der Weltwirtschaft und Finanzwelt doch

nicht ganz ungeschoren bleibt.

*Pernot Ricard* vermeldet bei den Flaggsschiffen der Scotch Blends des Unternehmens einen Einbruch von 7% für den Chivas Regal und von 15% für den Balantine's, für das dritte Quartal 2009 sogar von 17%, bzw. 13%. Ursächlich für den Einbruch von 8% für Chivas im asiatischen Raum war in Japan der Übergang vom bisherigen Vertriebspartner Kirin Holding auf ein eigenes Unternehmen. Die Umstellung verursachte logistische Probleme bei vorhandener Nachfrage im Markt.

Für Pernot Ricard war Asien - und hier besonders China - die einzige Region mit Wachstum - allerdings mehr für die Cognacmarken, weniger für den Scotch.

*Diageo* macht keine näheren Angaben zum Umsatzeinbruch von 6% im ersten Quartal 2009. Für das im Juni endende Geschäftsjahr kristallisiert sich bei Johnnie Walker im Vergleich zum Vorjahr ein Umsatzrückgang von 6% im Volumen und von 11% im Warenwert heraus, also ein Rückgang zu Lasten der hö-

herwertigen Sorten von Johnnie - still going strong?

*Fortune Brands* hält über die Tochter Beam Global Spirits & Wine die Brennereien Laphroaig und Ardmore mit deren Marken und den Teacher's Blend. Hier wird von einem gemischten Absatz berichtet mit Steigerungen in den starken Märkten, die den Einbruch im UK-Markt kompensiert haben.

*The Scotch Whisky Association* berichtet, dass der Scotch momentan Turbulenzen ausgesetzt ist, die alles in den letzten Jahren Dagewesene übertreffen. Zwar erreichte der Absatz von Scotch in 2008 die Rekordsumme von 3 Mrd. £. - allerdings einhergehend mit einer Volumeneinbuße von 5%. In den USA, einem der wichtigsten Absatzmärkte für den Scotch, sank der Wert des Umsatzes um 11%!

Dies sind Signale, die in der Euphorie um das Überschreiten der „magischen Grenze“ von 3 Mrd.£ wohl untergingen oder nicht richtig gewichtet wurden.

*just-drinks ; 26.10.09*

## Neue Abfüllungen

Am 24. Oktober 1933 ließ *George Willshire & Co. Ltd.* die Marke Black Bull für einen Blended Scotch registrieren, der vorwiegend in den USA und in Großbritannien vermarktet wurde. 2001 ging Black Bull mit dem Kauf des Unternehmens an Duncan Taylor über. Neben einem Zwölfjährigen wird ebenfalls angeboten:

### Black Bull

**30 Year Old ; 50 Vol%**

Die Mischung von je 50% Malt und Grain Whiskies erfolgte direkt nach der Destillation der Komponenten, die dann für 30 Jahre im Sherryfass reifte.

Aroma: Schokolade mit einem Anflug von türkischem Honig, Rhabarbermus, zarte Noten von schwarzen Kirschen.

Geschmack: Deutliche Sherrynoten, Schokolade und rote Beerenfrüchte.

Nachklang: Sherrynoten mit Anflug von Zimt.

*Ian Macleod Distillers* bieten einen alten Jahrgang aus ihrer Glengoyne Brennerei an mit

### Glengoyne 40 years old

250 Flaschen ; 45,9 %

Die Kristall-Decanter aus dem Familienbetrieb Glencairn Crystal sind mundgeblasen und verpackt in einer Eichenschatulle, die 11 Mal (!) mit Klavierlack überzogen ist. Die Abfüllung wird weltweit mit einem Preis von 3.750 £ angeboten. Der Flasche liegt ein in Leder gebundenes, vom Brennerei Manger Robbie Hughes signiertes Büchlein bei mit Verkostungen und Hintergrundinformationen zur Geschichte der Brennerei.

Eine neue Aufmachung erhält der exklusiv nur für den Reisebereich vorgesehene

### Glengoyne Burnfoot

100 cl ; 40%

Auf den bislang eingesetzten Karton war in U-Form ein Metall-

streifen aufgesetzt, der zum Öffnen der Verpackung abgenommen werden mußte und dabei häufig die Verpackung beschädigte. Nun wird der Karton durch eine Röhre ohne Metallaufsatz ausgetauscht. Burnfoot



war der Name der Brennerei bis 1908 ein Wechsel in Glengoyne erfolgte.

*Morrison Bowmore Distillers*

haben für die Abfüllung eines neuen Bowmore in Fassstärke

### Bowmore Tempest

**10 years old ; 53,5%**

die einheitliche Aufmachung der anderen Abfüllungen verlassen.

### Verkostung:

Noten von Orange, Limone und Honig im Mix mit einer Meeresbrise. Im Nachklang blumige Noten und Orange mit einem Anflug von Torf.

Aus der Lowland Brennerei des Unternehmens wird die Anfüllung einer seltenen Altersstufe in Fassstärke angeboten mit

### Auchentoshan 1978

**30 Years Old ; 53,5%**

abgefüllt 480 Flaschen

*J&A Mitchell* erfreut die Konsumenten mit einem interessanten Probierset der 3 Malts der Springbank Brennerei.

### The Campbeltown Malts CV Springbank CV Haselburn CV Longrow CV je 20 cl ; 46%

Anmerkung: als Abfüllung mit 70 cl wird der *Springbank CV* erst im Januar 2010, der *Haselburn CV* zu einem noch späteren Zeitpunkt auf den Markt kommen.

Auch in diesem Monat geht der Angriff auf den in weihnachtlicher Kauflaune einer größeren Investition nicht abgeneigten Konsumenten weiter mit folgenden Abfüllungen:

*Whyte & Mackay* füllte ganze 12 Decanter mit dem einprägsamen Namen



### The Dalmore - Sirius Vintage 1951 ; 45 Vol%

ab, die auf die Geldelite unter den weltweiten Whiskyliebhabern ausgerichtet ist. Laut Pressesprecher von W&M will man besonders diese Elite in den Ländern Frankreich, Taiwan und die USA mit dieser raren Abfüllung ansprechen, kostet jeder Decanter „nur“ 10.000 £ oder 12.500 €.

Die erste Flasche wird natürlich im Flughafen London Heathrow, Terminal 5 dem staunenden Publikum vorgeführt.

Aber auch für den normal betuchten Konsumenten sind weitere neue Abfüllungen auf den Markt gekommen mit: *Whyte & Mackay*

### Isle of Jura Prophecy heavily peated

abgefüllt mit 46 Vol% und limitiert auf jährlich nur 1.800 Kar-

ton weltweit. Malt Whisky ist üblicherweise im Sechserkarton verpackt. Das gäbe dann 10.800 Flaschen. In Statistiken wird aber bevorzugt der Whiskykarton mit 12 x 75 cl (= 9 Liter) berechnet. Hieraus errechnet sich die Jahresmenge von 21.600 Flaschen, wodurch auch der normale Konsument eine Chance bekommt, eine Flasche zu erhaschen. Der Name der Abfüllung spielt auf die wahre Geschichte um einen örtlichen „Seherin“ an, die den Niedergang des mächtigen Campbell Clans voraussagte, der in den frühen 1700ern die Isle of Jura beherrschte.

Während der Herrschaft des Clans wurde die Frau, der man die Gabe der Sicht in Zukunft nachsagte, von der Insel verwiesen. Beim Verlassen der Insel sagte sie voraus, dass der letzte Campbell, der die Insel verlässt, nur ein Auge hat und sein ganzes Hab und Gut auf nur einem, von einem Schimmel gezogenen Karren mitnehmen würde. Mehr als 200 Jahre später verließ mit Charles Campbell 1938 als letzter Campbell die Insel... mit nur einem Auge, denn das andere hatte er im 1. Weltkrieg verloren. Und er fuhr mit einem von einem Schimmel gezogenen Karren davon.



Willie Cochrane von der Jura Brennerei ist überzeugt, mit dem Prophecy einen weiteren legendären Malt geschaffen zu haben: Jura Prophecy ist ein dunkler und geheimnisvoller Malt mit kräftigen Noten von Torf, Gewürzen, Zimt und erdigen Noten von feuchtem Moos. Das auf der symbolisch abgebildete „dritte Auge“ wird die Konsumenten magisch anziehen!

### The Dalmore

18 y.o. ; 43,0 Vol%

wird bevorzugt in Europa, Asien, USA und den wichtigsten Flughäfen weltweit angeboten werden. Diese Abfüllung wurde laut W&M auf Nachfrage von Handel und Konsumenten geschaffen. Es ist der allererste 18-jährige Malt in den 170 Jahren der Geschichte der Marke Dalmore. Die erste Abfüllung betrug lediglich 3.000 Flaschen.

Die Reifung erfolgte in Ex-Bourbon casks mit einer Nachlagerung in Methusalem Sherry butts.

Eine Anfüllung mit 40 % ohne Angabe von Alter oder Jahrgang ist just aus der *Tullibardine* Brennerei erschienen:

### Tullibardine Aged Oak Edition

Aroma: Florale Noten, Zitrusfrucht mit Spuren von Bisquit und Honig

Geschmack: Weich, cremig, Vanille, Anflug von Gewürzen, angenehme Noten von Holz

Nachklang: kurz bis mittellang.

*The Drambuie Liqueur Co.* hat nicht nur der Standardabfüllung eine neue Flaschenform verpasst, sondern das Angebot um eine nur für den Reisebereich bestimmte neue Abfüllung ergänzt:



### Drambuie's

### The Royal Legacy of 1745

zur Erinnerung an die 1909 in Edinburgh erfolgte erste kommerzielle Abfüllung. Die Jahreszahl 1745 erinnert an die Landung von Bonnie Prince Charlie in Schottland, bei der er den nach altem Familienrezept produzierten Liqueur mit brachte.

### Wales

Nur direkt bei der Penderyn Brennerei in Wales zu kaufen ist die Einzelfassabfüllung eines

### Penderyn Port Wood Single Cask Edition

abgefüllt 207 Flaschen ; 60,6 %

### Ireland

Joe Lynch und Owen Brady gründeten 1994 die *First Ireland Spirits*, die sich inzwischen mit einem Jahresumsatz von 20 Mill. € zum größten Spirituosenunternehmen gemausert haben, das zu 100% in irischem Besitz ist. Hauptabsatzmärkte sind die USA und das UK, hier bevorzugt als Lieferant bekannter Handelsketten wie TESCO und Walmart. Zu dem *Feeney's Irish Cream Liqueur*, angeboten nur in Läden der irischen Flughäfen, gesellt sich der nur für den Verkauf in Läden des internationalen Reisebereiches bestimmte

### The Dubliner

### Irish Whiskey Liqueur

Er vereint die beliebten Aromen des Irish Whiskey mit Noten von Honigwaben und Karamell.



### 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, fototechnische  
Vielfältigung, auch auszugsweise  
und elektronisch, nur mit schriftlicher  
Erlaubnis.