



The Dalmore Trinitas

Immer wieder öffnen die Brennereien ihre Tore zu den Lagern der Fässer mit (ur)altem Whisky. Das Ergebnis ist dann die Abfüllung eines solchen Fasses mit sehr altem Single Malt oder eines spektakulären Restes.

Als momentan ältester Whisky brachte Gordon & MacPhail Anfang des Jahres den *Mortlach 70 Jahre* in 70 cl- und 20cl-Flasche in Tropfenform. The Edrington Group folgt just mit einem *50jährigen Highland Park* und nun ist auch Whyte und Mackay wieder dabei mit dem *The Dalmore Trinitas*.

Hierbei ist die Bezeichnung Trinitatis kein zusätzlicher Hinweis auf den Single Malt selbst, sondern allein auf die Zahl der abgefüllten Flaschen. Gerade mal drei Flaschen zu 70 cl konnten abgefüllt werden aus einer Mischung spektakulärer „Reste“. Sie enthält Dalmore Single Malt der Jahrgänge 1868, 1878, 1926 und 1939. Da die jüngste Komponente einer Mischung das zu deklarierende Alter vorgibt, wurde ein Dalmore mit einem Alter von 64 Jahren abgefüllt, so ungewöhnlich wie selten als auch teuer.

Die Mischung reifte für zwei Jahre in einem 9-Liter-Fass, dass der Master Distiller Richard Paterson selbst aus Holz der weißen amerikanischen Eichen zusammensetzte. Nach dem Ausspülen mit altem Dalmore Sin-



gle Malt wurde einige Zeit alter Sherry von Gonzales Byass in das Fässchen gefüllt: Matusalem Oloroso und Pedro Ximenez Sherry, deren Farbe und Aromen die später eingelagerte Mischung uralter Dalmore Malts zusätzlich prägte.

Die drei Decanter sind natürlich mundgeblasen. Die Präsen-

tationsschatullen aus solidem englischen Eichenholz gefertigt und mit Macassar-Ebenholz furniert. Deren Fertigung und der Überzug mit 12 Lackschichten verschlang über hundert Arbeitsstunden. Eine Abbildung dieser wertvollen Schatullen für diese News konnte aus der vorliegenden

Broschüre nicht extrahiert werden, da der Knick der Doppelseite just über das Bild der Schatulle verläuft.

Da wohl kaum einer der Leser den geforderten - und auch erzielten Preis von 100.000 £ je Flasche wird zahlen wollen oder sein Kaufinteresse rechtzeitig anmelden kann - also nicht den edlen Tropfen selbst wird genießen können, folgt hier ein Auszug aus der offiziellen Verkostungsnotiz:

Aroma: kräftige Noten von Rosine, starkem kolumbianischen Kaffee, Walnuss-Splitter und Bitterorange, gefolgt von einer herrlichen Mischung aus Grapefruit, Sandelholz und indonesischem Patschuli.

Geschmack: Süße Sultaninen, Feigen, karamellierte Sevilla-Orangen, Äpfel, Mango und Datteln, gefolgt von der Süße des Muskatellerweins, Marzipan, sanften Lakritznoten und Röstkaffee. Ein Anflug von Trüffel und Walnuss geht über in einen makellosen Nachklang.

Eine Flasche wurde an einem US-Amerikaner verkauft, der teure Malts bevorzugt. Die zweite Flaschen erwarb ein als Sammler teurer Maltabfüllungen bekannter Brite. Die dritte Flasche ist bei The Whisky Exchange in London ausgestellt und soll Ende Oktober während der Whisky Show in London den Besitzer wechseln. *Dr. Setter*

Vermischtes

JWDB startet durch

Nach einer mehrmonatigen, erfolgreichen Verkaufsphase in 6 ausgewählten Flughäfen (u.a. JFK in New York, Dubai International und Singapore Changi) zur Ermittlung der Akzeptanz bei den Käufern von Johnnie Walker Blended Scotch startet er nun durch: Johnnie Walker Double Black ist die deutlich torfig-rauchigere Variante des

Johnnie Walker Black Label und soll ab März 2011 weltweit in den Reiseläden der Flughäfen angeboten werden. JWDB ist als Konkurrent zur *Black Grouse*, der rauchig-torfigen Variante des erfolgreichen *The Famous Grouse Blended Scotch* der Edrington Group einzustufen im Kampf um die Gunst der Liebhaber von rauchig-torfigen Whiskysorten.

Investition

The Edrington Group plant eine 10 Mill. £ teure Modernisierung der Lager- und Abfüllkapazitäten des Unternehmens in Glasgow durch den Austausch der bisherigen Abfüllanlage und den Bau zusätzlicher Lagerhäuser.

Vorgesehen ist der Einbau von 33 neuen Mischbehältern (vats) zum Homogenisieren des In-

haltes (marriage) der zur Abfüllung vorgesehenen Fässer. Die neuen Mischbehälter sollen ab Sommer 2011 einsatzbereit sein und dann einen schnelleren und flexibleren Mischvorgang ermöglichen. Auch die Fertigstellung der neuen Lagerhäuser ist für Mitte 2011 geplant.

Die neue Flaschenabfüllanlage ist bevorzugt für Macallan und Highland Park Single Malt vor-

gesehen, für 150 Flaschen/Minute konzipiert und damit zweieinhalb Mal schneller als die zwei momentan in Glasgow betriebenen Abfülllinien. In die neue Abfüllanlage ist eine Überwachung der abgefüllten Flaschen per Kamera auf Partikel im Whisky vorgesehen - natürlich nach dem neuesten technischen Stand.

Wo soviel Erfreuliches zu berichten ist, ist auch Schatten zu finden. Die Modernisierung ist mit dem Verlust von 23 Arbeitsplätzen verbunden. In Abstimmung mit den Arbeitnehmern soll auf Kündigungen verzichtet werden. Die Geschäftsführung setzt vielmehr auf Frührenten und freiwilliges Ausscheiden.
just-dinks ; 27.09.2010

Neue Brennerei???

Erste Spekulationen machen die Runde, dass Diageo bei weiter anhaltender Nachfrage nach den Kernsorten Johnnie Walker, J&B und Buchanan's nach Roseisle eine weitere neue Brennerei bauen könne. Zwar nimmt der Neubau der Roseisle Brennerei erst in diesem Quartal den Produktionsbetrieb auf und reiht sich mit einer Jahreskapazität von 10 Mill. Liter in die Liga der Großen unter den Whiskybrennereien ein. Doch bei der langen Reifezeit für Whisky ist eine rechtzeitige Anpassung an die Nachfrage im Markt durch Erweiterung der Produktionskapazität an die Nachfrage zeitig (ein) zu planen. Und die Absatzzahlen im letzten, im Juni 2010 beendeten Geschäftsjahr sprechen für sich: Steigerung der Nachfrage nach Johnnie Walker Scotch in Asien und Lateinamerika um 7% im Wert und um 11% vom Volumen. Die weltweite Nachfrage nach Scotch stieg um 3% im Werte und um 4% vom Volumen. Ein weiteres Wachstum auch in der 2. Hälfte 2010 wird erwartet, ist aber noch nicht mit veröffentlichten Daten untermauert worden.

Allerdings ist eine Disharmonie zwischen Diageo und dem Hauptkonkurrenten Pernod Ricard zu beobachten. Diageo war nicht über deren neueste Werbekampagne „The Age Matters“ informiert und ist über diese Werbung „not amused“.

Die Kampagne fokussiert auf die Bedeutung des Alters der angebotenen Whiskies als ein Qualitätsmerkmal. Diese Betonung des Alters mag für Pernod Ricard wichtig sein, da deren Whisky Marken mit deklarierendem Alter angeboten werden, während Diageo bei den Kernmarken im Sektor Blended Scotch weniger das Alter hervor hebt, sondern auf andere Bezeichnungen setzt - wie bei Johnnie Walker Red, Black, Double Black, Blue oder Gold Label. *just-drinks ; 29.09.2010*

ACTA vor dem Abschluss
Der Text des Abschlussdokumentes eines neuen internationalen Abkommens zur Bekämpfung von Fälschungen (*Anti-Counterfeiting Trade Agreement, ACTA*) ist abgestimmt, mit dem speziell die Getränkeindustrie künftig vor Fälschungen geschützt werden soll. Die Verhandlungen fanden Mitte Oktober in Tokio zwischen der EU und den USA statt unter dem Vorzeichen der Verteidigung von Markenrechten und (oder gegen?) Gebietsbezeichnungen. Washington befürchtete bei Vertragsabschluss etwa ein Vorgehen der EU gegen Sherry und Burgunder made in USA, Brüssel hingegen eine Verwässerung der aus europäischer Sicht zu

schützenden Gebietsbezeichnungen wie Champagne. Die Vertragspartner einigten sich auf *...wirksame Grenzkontrollen, die nicht unzumutbare Unterschiede in den gewerblichen Schutz- und Urheberrechten machen und Handelsbarrieren vermeiden...*, hoffen ein Abkommen zu beiderseitigem Nutzen abgeschlossen zu haben und sehen in dem Dokument die Möglichkeit, nun mit drastischen Strafen gegen Produktpiraterie vorgehen zu können.
just-drinks ; 08.10.2010

Partner gesucht

In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach Irish Whiskey permanent angestiegen. Sei es durch Werbemaßnahmen und ein weltweites Vertriebsnetz bei Diageo (*Bushmills*) oder Pernod Ricard (Irish Distillers mit dem Flaggschiff *Jameson*) oder die just erfolgte Übernahme des *Tullamore Dew* von Wm Grant & Sons. Neben den Großen, die sich Marken aus dem Segment Irish Whiskey einverleibt haben und im weit gefächerten Sortiment mit bewerben und verkaufen, ist noch ein rühriges, kleineres Unternehmen im Bereich Irish aktiv: Cooley Distillery.

Das Unternehmen hat zwei Brennereien, die anderen haben jeweils nur einen Betrieb. Diageo und Wm. Grant & Sons haben nur eine Marke, Pernod Ricard hat deutlich mehr, aber auch hier kann Cooley mithalten (Cooley, Kilbeggan, The Tyrconnell, Greenore).

Jährlich werden 45 Mill. Liter Irish Whiskey verkauft, davon sind allein 27 Mill. Liter Jameson (Pernod Ricard). Erwartet wird für den Irish Whiskey bis 2014 eine Steigerung um 9 Prozent.

John Teeling, Geschäftsführer bei Cooley, sieht mittelfristig ein weiterhin steigendes Interesse - auch bei den jungen Konsumenten - an dem leichteren Irish Whiskey und möchte an dieser Entwicklung teilhaben. Die Großen haben viel Geld für Werbung, etc, Cooley hat nur wenig - und sucht daher neue Ver-

Umsätze beim Reiseverkehr

Die jährliche Liste der Top-20-Spirituosen der in den Läden des internationalen Reiseverkehrs abgesetzten Spirituosen gibt auch für 2009 interessante Einblicke.

Platz	Sorte	Kategorie	Besitzer	Volumen*	%**
1	Johnnie Walker	Scotch Whisky	Diageo	9,011	9,5
2	Absolut	Vodka	Pernod Ricard	7,654	5,4
3	Bacardi	Rum	Bacardi-Martini	5,468	3,9
4	Chivas Regal	Scotch Whisky	Pernod Ricard	5,423	3,8
5	Baileys	Liqueur	Diageo	5,277	3,7
6	Smirnoff	Vodka	Diageo	5,118	3,6
7	Jack Daniel's	US Whiskey	Brown-Forman	3,913	2,8
8	Famous Grouse	Scotch Whisky	Edrington Group	3,407	2,4
9	Ballantine's	Scotch Whisky	Pernod Ricard	3,137	2,2
10	Grant's	Scotch Whisky	Wm Grant & Sons	2,945	2,1
11	Gordon's	Gin	Diageo	2,912	2,1
12	Finlandia	Vodka	Brown-Forman	2,416	1,7
13	Hennessy	Cognac	LVMH	2,408	1,7
14	Rémy Martin	Cognac	Rémy Cointreau	2,302	1,6
15	Jameson	Irish Whiskey	Pernod Ricard	2,201	1,6
16	Bombay	Gin	Bacardi-Martini	2,119	1,5
17	Jim Beam	US Whiskey	Beam Global	2,077	1,5
18	J&B	Scotch Whisky	Diageo	1,598	1,1
19	Campari	Bitter	Campari	1,426	1,0
20	Crown Royal	Candian Whisky	Diageo	1,405	1,0

* in Mill. Liter ** Anteil am Gesamtumsatz

triebspartner, die das Unternehmen mit eigenfinanzierten Werbemaßnahmen unterstützen können. Er erwartet in den nächsten Monaten etliche Wechsel bei den augenblicklichen Vertragspartnern der Großen und erklärt bereits seine Verhandlungsbereitschaft mit eben diesen künftigen ehemaligen Partnern der Großen. Als Beleg für seine these verweist er darauf, dass Wm Grant & Sons bereits den Vertrieb für den Tullamore Dew in die eigene Vertriebsstruktur übernommen.

just-drinks ; 08.10.2010

Immer älter

The Edrington Group öffnet das Lager in der Highland Park Brennerei und hat 275 Flaschen in Fassstärke (44,8Vol%) abgefüllt mit dem

Highland Park 50 y.o.

Das Recht des alleinigen Verkaufs bis Ende Oktober hatte das Kaufhaus Harrods in London. Jetzt werden die verbliebenen Flaschen weltweit über Maxxium angeboten. Maxxium ist die gemeinsame Vertriebsorganisation von The Edrington Group und Beam Global Spirits & Wines. Verkaufspreis für den Highland Park 50 y.o. ist 10.000€ / 70 cl-Flasche! Im Vergleich zum The DalmoreTrinitas ein echtes Schnäppchen!

Die Verzierung der Flaschen ist aus purem Silber, wurde vom schottischen Künstler Maeves Gillies entworfen und vom Silberschmied Jonathan Winter gefertigt.

Der Brand Ambassador Gerry Tosh erwartet, dass die Käufer für den Highland Park 50 y.o. bevorzugt aus den USA, dem UK und dem europäischen Festland beheimatet sein werden, allerdings Rußland eingeschlossen! *just-drinks ; 10/2010*

Unruhe

Irlands Alcohol Beverage Federation (ABF) ist alarmiert und besorgt über die von Parlamentariern geäußerte Absicht, ein Verbot der Werbung für Alkoholika bei Sportveranstaltungen

anzustreben. Die Parlamentarier wollen damit dem übermäßigen Alkoholkonsum bei den Jugendlichen entgegen wirken.

Die Spirituosenunternehmen sind wichtige Förderer im Sportgeschehen Irlands. Heineken fördert mit dem *Heineken Cup* die Europäische Rugby Union, Diageo unterstützt über Guinness internationale Rugby- und Fußballspiele.

Die Parlamentarier möchten mit ihrer Initiative die in den Köpfen vieler Jugendlicher entstandene Verbindung von Alkohol und Sport wieder trennen. ABFI sieht keinen Zusammenhang zwischen verantwortungsbewußter Förderung und Werbung für alkoholische Getränke im Sport und dem Mißbrauch von Alkoholika durch den Sportereignissen beiwohnenden Jugendlichen. Vielmehr erwartet die ABFI mit einem Ende der Förderung des Sportes durch die Getränkeindustrie den Niedergang der großen, kosten trächtigen Sportveranstaltungen.

just-drinks ; 11.10.2010

Verdrängung

Diageo und Pernod Ricard haben die Plätze getauscht. Nicht auf der Liste der Welt größten Spirituosenersteller, sondern als Vertragslieferant für alle Weinsorten in Wimbledon. Diageos *Blossom Hill* weicht also Pernods *Jacob's Creek*.

Pernod hat einen 5-Jahres-Vertrag mit dem *The All England Lawn Tennis Club (AELTC)* abgeschlossen mit dem die australische Weinmarke zum *Official Wine of Wimbledon* wird. Finanzielle Einzelheiten des Vertrages wurden nicht bekannt.

Diageo will seine Werbemaßnahmen auf die Sommerzeit außerhalb des Wimbledon Tennisturniers ausrichten und so verlorene Umsätze zurück gewinnen. *just-drinks ; 12.10.2010*

Werbekampagne I

The Edrington Group möchte die Reputation ihres *The Macallan Single Malt* in den Läden

des Reisebereiches verbessern - speziell im asiatisch-pazifischen Raum. Geplant ist, eine nicht näher bezifferte Summe in die Werbung für die eigentlich auf diesen Bereich bestimmte Reihe *The 1824 Collection* zu investieren.

Schwerpunkt der Werbemaßnahmen sollen die Länder Taiwan, China, Hong Kong, Korea und Singapur sein. Die Reihe *The 1824 Collection* umfasst die Abfüllungen *Select Oak*, *Whisky Maker's Edition*, *Estate Reserve*, *Oscuro* und *1824 Limited Release*, ist im europäischen Reisehandel und inzwischen auch beim gut sortierten Fachhändler erhältlich.

Verkauf

Und wieder trennt sich Pernod Ricard von einer Spirituosensmarke, dieses Mal von *Renault Cognac*. Die Marke geht für 10 Mill. € in bar an die finnische Altia Gruppe. Im Kaufpreis enthalten sind die Markenrechte und ein gewisser Vorrat an Fertigware. Allerdings müssen noch die Kartellbehörden in Schweden und Norwegen zustimmen.

Gilles Bogaert, Finanzchef bei Pernod Ricard, schließt weitere Verkäufe nicht aus, wenngleich das Ziel der Abverkäufe mit der Einnahme von 1 Mrd. € inzwischen erreicht sei.

just-drinks ; 14.10.2010

Smokehead

sucht die Superband!

Ian Maclead Distillers fördern im UK den *Marshall Ultimate Band Contest*. Der symbolische Gewinn für die beste Band ist eine Flasche *Smokehead Islay Single Malt Whisky* mit Beiwerk. Für die Gewinner dürften nach dem Leeren der Flasche die Zugaben allerdingsviel interessanter sein:

- Übernahme einer Jahresmiete für benötigte Instrumente,
- Aufnahme eines Demobandes in den Metropolis Studios,
- bei Eignung der Band Aufnahme einer Rock-CD!

Für Ian Maclead bedeutet der *Ultimate Band Contest* eine In-

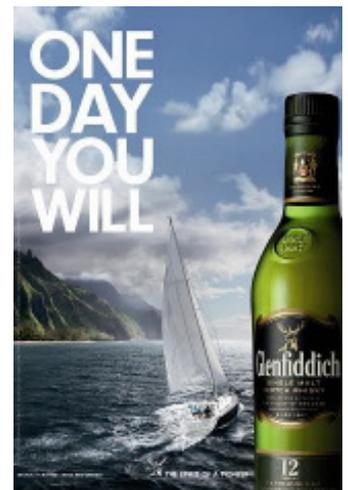
tensivierung der Zusammenarbeit mit dem *Classic Rock Magazine* und dem *High Voltage Festival* - und damit eine Möglichkeit, die optimale Reputation von *Smokehead Single Malt* in der Rockszene zu erreichen.

Interessierter Bands können sich anmelden unter

www.mashallubc.com

kommen mit Glück unter die Top 20 Bands, von denen dann fünf Gruppen im Finale antreten.

just-drinks ; 14.10.2010



Werbekampagne II

William Grant & Sons haben eine weitere, weltweite Werbekampagne für ihr Flaggschiff *Glenfiddich Single Malt* gestartet. unter dem Motto

One Day You Will.

Die Werbemaßnahme setzt das Bestreben des Unternehmens fort, für den *Glenfiddich* eine Nähe zu Forschern und Abenteurern zu vermitteln.

Die mehrere Millionen teure Kampagne startet im November in den Kinos des UK und ist auf die wichtigsten Märkte für den *Glenfiddich* ausgerichtet: Nordamerika, Asien und Europa. *just-drinks ; 18.10.2010*

Urlaubspläne

Für eine kleine Gruppe von Wagemutigen, die vor Nichts zurück schrecken, körperlich richtig fit sind und demnächst viel Zeit haben, bot die *Pulteney Brennerei* im Norden Schottlands eine wirklich ungewöhnliche Reise an mit dem Arbeitstitel *Row to the Pole!*

Der bekannte Abenteurer Jock

Wishart wird mit einer Gruppe von fünf Ausgewählten im Ruderboot eine Reise durch die Arktis unternehmen. Die Tour findet im Juli/August 2011 statt und startet in der Resolute Bay in Kanada. Die Reise wurde erst möglich durch den Klimawandel und der damit verbundenen längeren eisfreien Zeit in die-

ser Region. Der Rundkurs ist auf 450 Meilen und eine Zeitspanne von 4-6 Wochen geplant.

Verrückt? Es werden sich genug Bewerber finden! Vermutlich deshalb war auch die Zeit zwischen eingehender Information per e-mail und dem Meldeschluss sehr kurz gefasst. Dieser war auf den 01.11.2010 ter-

minierte. Die Bestätigung der Anmeldung geht bis zum 05.11. raus. Bis zum 20. November erfolgt dann die Qualifizierungsprüfung, die Teilnehmer der Endrunde sollen am 07.01.2011 auf der London Boat Show verkündet werden. Ab Februar 2011 findet das Traininglager für die Finalisten statt, von denen letzt-

endlich die Crew zusammengestellt wird. Die Crew trainiert ab Mai 2011 gemeinsam weiter.

Wer hofft, auch als Nachzügler noch eine Chance zu haben, kann das Meldeformular herunterladen unter

www.oldpulteney.com

sofern es ab dem 1. November noch zugänglich ist.

Neue Abfüllungen

Scotland

Ian Macleod Distillers setzt auf die Sachkenntnis der Händler und hat die Serie **Merchants' Single Cask bottling** gestartet. Jeweils eine ausgewählte Gruppe von Händlern verkostet vorgestellte Fässer und wählt hieraus das Fass ihrer Wahl. Das erste Fass wählte ein Team aus schottischen Händlern. Nun folgt das Team aus England:

Glengoyne 13 y.o. - The English Merchants' Choice
European Oak Sherry cask
291 Flaschen ; 54,6 Vol%



Alle Jahre wieder erscheinen sie - die Abfüllungen in weihnachtlicher Verpackung:

Ballantine's

Christmas Reserve,
ein Blended Malt aus dem Hause *Pernod-Ricard*

Märkte: Frankreich, Polen, Spanien und Taiwan.

Glenfarclas Christmas Malt 1996

Sherry casks von J&G Grant

Märkte: weltweit

Art of Glengoyne

Glengoyne 10 y.o. von Ian Macleod

Märkte: weltweit

MacPhail's Christmas Malt
Single Malt von *Gordon & MacPhail*

ausgesuchte Märkte weltweit, Deutschland nur bei SCOMA.

Bruichladdich Distillery Co. Ltd. brachte in 2010 vier neue Abfüllungen, die hier noch einmal zusammengefasst sind:



DNA 1977

erschien erst Ende Oktober
884 Flaschen ; 46 %

The Organic 2010
schottische Gerste ; 46,0 Vol%
Port Charlotte An Turas Mor
40 ppm Torfrauch ; 46,0 Vol%



Octomore 3_152

18.000 Flaschen, 59 %
mit 152 ppm Torfrauch momentan der Welt Torfigster!

Eine weitere Serie wurde von Ian Macleod gestartet mit der *Art of Glengoyne*. Hierbei wird die Blechdose des Glengoyne 10 y.o. ein jährlich wechselndes, von einem anderen Künstler geschaffenes Bild erhalten. Ab Oktober 2010 kommt der Erstling auf den Markt, versehen mit einem Aquarell des in Edinburgh beheimateten Künstlers und Illustrators Dave Brogan. Für das UK sind 2.400 Flaschen bestimmt, der Rest der Welt teilt sich die weiteren 20.940 Fla-

schen. Art of Glengoyne soll künftig jeweils zu Weihnachten mit einer weiteren Edition erscheinen.

J&G Grant haben einen jungen Malt aus ihrer Brennerei mit 40 Vol% abgefüllt

Glenfarclas Heritage

J&A Mitchell brachten kürzlich eine Packung mit 3 x 20 cl der CV Abfüllungen der 3 Sorten des Hauses. Nun ist hiervon auch als 70 cl mit 46 Vol% auf den Markt gekommen:

Hazelburn CV

Aroma: Passionsfrucht, Orangenschale, Malz, Vanillesüße.

Geschmack: Vanille und Sherrysüße mit Anflug von Gewürzen.

Nachklang: lang mit süß-salzigen Noten.

Pernod Ricard erweitert die Zusammenarbeit mit dem französischen Modehaus *Christian Lacroix* und bringt hierzu eine auf 3.000 Flaschen limitierte Auflage des **Chivas Regal 18 y.o.** in verspiegelter Schatztruhe, ausgekleidet mit einem Jacquard-Stoff. Preis ca. 495 US\$.



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.