



Der Whisky, der aus der Kälte kam: *The Glenfiddich Snow Phoenix*

An den 7. Januar 2010 werden sich die Mitarbeiter und Freunde von Glenfiddich lange erinnern. Denn an diesem Abend ließen die schwersten Schneefälle seit Jahren einige Dächer der Lagerhallen einbrechen. Die Whiskies waren plötzlich Temperaturen von bis zu -19°C ausgesetzt.

Sofort wurden Rettungsmaßnahmen eingeleitet um die Fässer zu bergen. Rund um die Uhr arbeiteten Mitarbeiter der Brennerei in den vier beschädigten Hallen. Am frühen Morgen des darauf folgenden Tages war es endlich möglich, den Schaden zu überschauen. Glück im Unglück: Nur eine Handvoll Fässer ging verloren.

Malt Master Brian Kinsman erinnert sich: *Wir standen zwischen den Trümmern und ich dachte, welch wunderbarer Whisky in den Fässern ruhte. Da kam mir die Idee, dass sie einen fantastischen Non-Aged Single Malt ergeben könnten. Eine Limited Edition als Hommage an den Einsatz und Pioniergeist unserer Mitarbeiter.*

Glenfiddich überlässt normalerweise nichts dem Zufall. Aber die Ereignisse vom 7. Januar 2010 hatten mit einem Normalfall absolut nichts zu tun. Die jahrelange Planung eines neuen Produktes - vom Alter über den Geschmack bis hin zur Gestaltung der Ausstattung - war hier aufgrund der Umstände unmöglich. So entstand der spontanste Whisky, den Glenfiddich jemals produziert hat. Aber auch hier bestätigt die Ausnahme die Regel. Und entsprechend beeindruckend ist der Geschmack: **Aroma:** Sahlige Vanille mischt sich mit lebhaften Noten von Apfel und Birne, ergänzt durch den Duft frischer Blüten.

Geschmack: Ein Glenfiddich aus freier Wildbahn mit den Geschmack von Bratäpfeln vom



Lagerfeuer, dazu die Süße von Heidehonig und ein Anklang von Schokolade, reich und komplex mit einer Spur karamellisiertem Zucker, Kaffee und Holzrauch.

Nachklang: Außergewöhnlich lang - reine Sherrynoten verschmelzen dabei zu einer angenehmen Süße.

Als Non-Aged Single Malt besteht der **Snow Phoenix** aus einer Melange von Fassstärke-Whiskies ohne Kältefiltration. Altersstufen von 13 bis zu 30 Jahren und Finishes aus den Fässern aus amerikanischer Eiche (Bourbon) und europäischer Eiche (Oloroso Sherry) tragen ihren Teil zu seiner Unverwechselbarkeit bei.

Die Einflüsse unterschiedlicher Temperaturen auf die Entwicklung eines Whiskies faszi-

nierten unseren Malt Master Brian Kinsman schon vor dem winterlichen Schneeeinbruch. Aber das Ereignis bot ihm nun die Möglichkeit, unter Gewährleistung sämtlicher Qualitätsstandards zu experimentieren. Das Ergebnis ist ein Non-Aged Single Malt von Glenfiddich, dessen Geschmack und dazu die bewusst einfarbig gehaltene Verpackung etwas von der dramatischen Entstehungsgeschichte erahnen lässt.

Wie es zu dem Namen kam schildert Malt Master Brian Kinsman: *Ein Fotograf machte Aufnahmen vom Unglücksort. Als wir uns die Bilder später anschauten, sahen wir auf einem Foto die Wintersonne durch das eingestürzte Dach auf die Fässer scheinen. Die Form, die sich abzeichnete,*

*entspricht dem eines Phönix. Und wie der Phönix aus seiner eigenen Asche entstand, so wurde auch der **Snow Phoenix** aus den Ereignissen des 7. Januar 2010 geboren.*

Die Rettungsaktion hat unseren Mitarbeitern gezeigt, was es bedeutet, unter eisigen Extrembedingungen zu arbeiten und zu helfen. Daraus entstand die wunderbare Idee, Snow Phoenix dem **Cairngorm Rescue Team** zu widmen. Dieses Team hilft selbst bei Schnee und Eis im Speyside-Gebiet, Leben zu retten. *Pressemitteilung*

Anmerkung:

Bereits auf der InterWhisky 2010 in Frankfurt konnte der mit 47,6 Vol% abgefüllte Snow Phoenix probiert werden. Auch haben einige ausländische Großhändler dem deutschen Markt in den letzten Wochen bereits vorab eine geringe Menge von Flaschen zur Verfügung gestellt. Doch die Hauptmenge dieser vermutlich einmaligen Abfüllung soll nach vorliegenden Informationen erst ab Januar 2011 (ab dem Jahrestag des Dachschadens?) dem Markt angeboten werden.

Dr. Setter

Vermischtes

Markenschutz

Die Volksrepublik China hat ihre Zusage zum Schutz von regionalen Bezeichnungen aus dem EU-Gebiet umgesetzt.

Am 8. November trafen sich Vince Cable, Staatssekretär im britischen Wirtschaftsministerium und Zhi Shuping, Chinas Minister für Qualitätsüberwachung in Peking und unterschrieben die neue Vereinbarung. Damit ist der Begriff Scotch künftig auch in China als Gebietsbezeichnung anerkannt und genießt in China einen besonderen Schutz.

Der Export von Scotch nach China betrug 2009 80 Mill.£ ge-

genüber 1,5 Mill.£ vor einem Jahrzehnt. Zwar betrug 2009 der Direktimport nach China nur 44 Mill.£, der Rest gelangt über Zwischenhändler in anderen asiatischen Ländern nach China. Eine wichtige Drehscheibe für den Verkauf von Spirituosen nach China ist hier Singapur.

Das Abkommen zum Schutz von Scotch als eine Gebietsbezeichnung wurde zusätzlich auch direkt in Schottland besiegelt und zwar durch Chinas Generalkonsulin Tan Xiutian und den schottischen Ministerpräsidenten Alex Salmond. WO? In der Glenglassaugh Brennerei, wo das Ereignis zum Signieren einer Octave (50-Liter Fass) durch beide VIP genutzt wurde. Das Fass soll dann nach 5 Jahren Reifung abgefüllt und die erwarteten ca. 50 Flaschen für wohltätige Zwecke versteigert werden.



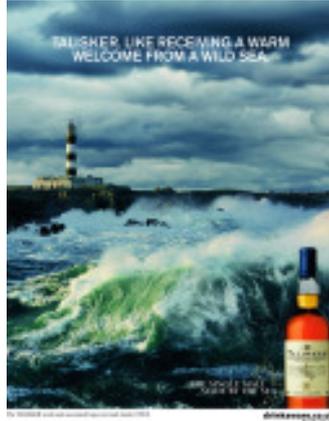
Sammler: Termin vormerken!
div. Quellen, 11/2010

Werbekampagne

Diageo hat eine weltweite Werbekampagne für den Talisker Single Malt ausgelöst und setzt dabei auf eine maritime Assoziation durch die Lage der Brennerei direkt an der See. Dieses wurde ja auch schon in den letzten Monaten durch die recht maritime Verpackung des Talisker 10 year old in einem blauen Seesack, Fender und ähnlichen Hüllen betont.

Für die auf 1,6 Mill.£ veranschlagte Werbeaktion wurde Jean Guichard, Meeresfotograf aus Frankreich, verpflichtet.

Das Werbematerial der Aktion soll mit den maritimen Elementen auf die einzelnen Länder zugeschnitten werden.



Gute Umsätze

Der Scotch Whisky hat allem Anschein nach den durch die weltweite Wirtschaftskrise ausgelösten Einbruch überwunden. Die ersten Monate in 2009 litten bekanntlich besonders unter dem Abbau der vorhandenen Vorräte bei Importeuren und Großhändlern weltweit.

Noch ist unklar, ob die Krise wirklich überwunden ist, aber die just veröffentlichten Zahlen zu den Umsätzen für das erste Halbjahr 2010 deuten eine Überwindung an:

Exportanstieg insgesamt 3 %,
Single Malt um 31 %
Blended Scotch um 9 %
verkaufte Flaschen: 447 Mill.

Der Export betrug im Zeitraum Januar-Juni 2010:

1,47 Mrd.£, hiervon:
Single Malt 17 % = 242 Mill.£
Blended Malt 8 % = 128 Mill.£
Scotch Blend 75 % = 1,1 Mrd.£
Allerdings muss der Absatz in der zweiten Jahreshälfte noch zulegen um das Rekordergebnis von 3 Mrd.£ in 2008 zu erreichen oder gar zu übertreffen.

just-drinks ; 05.11.2010

Verzögerung

Im September 2010 hatte United Spirits, Indien, die Übernahme von 54,7 % der Aktien an der Pioneer Distilleries angekündigt. Diesen Kauf von Anteilen hat nun die indische Aufsichtsbehörde Securities and Exchange Board of India (SEBI) vorerst gestoppt. Man möchte

mehr Informationen zu dem geplanten Kauf und dem nach indischem Aktiengesetz notwendigen zusätzlichen Übernahmeangebot von weiteren 20 % der Anteile. Die von Vijay Mallya kontrollierte United Spirits sieht hierin allerdings nur eine Verzögerung und ist recht sicher, den Kauf schon bald mit der Vertragsunterschrift abschließen zu können.

United Spirits ist der Spirituosenarm von United Breweries, die unter Viljay Mallya im Sturmschritt auf dem Weg zum weltgrößten Getränkekonzern ist und Diageo, dem augenblicklichen Führer, gerne diese Position abnehmen möchte.

just-drinks ; 04.11.2010

Theorie und Praxis

Diageo vermarktet die 1608 von König James I an Sir Thomas Phillipps in der Grafschaft Antrim - nicht jedoch direkt an die erstmals 1743 erwähnte Old Bushmills Brennerei - erteilte Brennlizenz weiter bei der Aufmachung für die Altersstufen 10, 16 und 21 Jahre. Begründet wird die Aktion mit dem Interesse des Konsumenten an mehr Informationen zum Getränk, über Herkunft und das Jahrhunderte alte Handwerk des Brennens von Whiskey.



Theoretisch war die Lizenz für den Bereich der heutigen Brennerei, praktisch gab es Bushmills aber 1608 noch nicht

just-drinks ; 04.11.2010

Johnnie Walker Special

Diageo Global Travel and Middle East (GTME) hat zur Eröffnung des neuen Terminal 3 des Indira Gandhi International

Airport in Delhi einen neue Altersstufe geschaffen mit dem

Johnnie Walker XR ; 21 y.o.



Die Abfüllung ist (bislang) nur an diesem Ort zu erwerben für ca. 100 US\$! Die Kreation des Johnnie Walker 21 y.o.basiert auf Notizen von Sir Alexander Walker, dem Enkel des Firmengründers John Walker. Hierfür öffnete der zuständige Master Blender die Schatzkammer mit sehr alten Fässern - auch mit altem Whisky von längst geschlossenen Brennereien. Es entstand ein angenehmer, abgerundeter und vielschichtiger Blend. Der Whisky startet mit weichen süßen Honig- und Vanillenoten, zu denen sich langsam ausgewogene Aromen aus der Reifung im Eichenfass gesellen.

The Modie Report ; 09.11.10

Abgeschmettert

Die Regierungspartei im schottischen Parlaments brachte vor etlichen Monaten einen Gesetzentwurf ein zur Reduzierung des Alkoholkonsums ein.

Angedacht war eine Mindestpreis (*minimum pricing*) für alle alkoholischen Getränke, ein Verbot von sog. *flatrate*-Angeboten oder ähnlichen verdeckten Tiefstpreisen wie *kauf drei - bezahl zwei*, etc.

Diese Bestrebungen fanden naturgemäß nur eine halbherzige Unterstützung der Getränkeindustrie und lösten vermutlich eine intensive Lobbyarbeit aus. Jetzt jedenfalls ist der Mindestpreis nach dreimaligem Scheitern aus dem Gesetzentwurf ge-

strichen. Die letzte Abstimmung war mit 76 Ablehnungen gegen 46 Zustimmungen eine klare Absage an die regierende Scottish National Party (SNP). Ebenso abgelehnt wurde der Plan, das Alter zum legalen Erwerb von Alkoholika von jetzt 18 auf 21 Jahre anzuheben.

Nach diesen Entscheidungen forderte der Sprecher der Scotch Whisky Association alle Parteien auf, gemeinsam eine Lösung zur Bekämpfung des Alkoholmissbrauches auf der Basis einer alternativen, aber wirkungsvolleren Besteuerung von Alkohol zu finden.

In den Folgegesprächen zeichnet sich nun eine Zustimmung ab zu einem Verbot von jenen verdeckten Tiefpreisen wie *flat-rate-Trinken, kauf drei - bezahl zwei*, etc. Den örtlichen Verwaltungen soll zusätzlich die Möglichkeit der Erhebung einer *Abgabe zur sozialen Absicherung* für den Handel mit Alkoholika in gefährdeten Wohnbezirken eingeräumt werden.

just-drinks ; 10.11.2010

Werbung für Jameson

Pernod Ricard startete Mitte November für Jameson, dem Flaggschiff im Sortiment des Unetrnehmens von Irish Whisky, eine Werbeaktion mit dem Namen *Easygoing Irish*. Die Kampagne startet gleichzeitig in Irland und Russland mit zwei Plakatwerbungen *Crocogator* und *Meteor*. Zwei weitere Motive sollen kurzfristig fol-

gen. Schrittweise soll die Werbeaktion auf weitere Länder mit interessantem Konsumentenpotential ausgedehnt werden.

Schwerpunkt der Werbung wird auf Lifestyle-Magazine liegen. *just-drinks ; 18.11.2010*

Schutzschirm

Die geografische Bezeichnung **Scotch** wurde erst kürzlich ebenso wie Cognac, Champagner, etc. durch die EU-Gesetzgebung geschützt.

Verhandlungen auf der Basis der EU-Gesetze fruchten nun auch bei anderen Nationen, die sonst nicht unbedingt als zimperlich bekannt sind bei der Kopie von Namen, die in der Gunst der Konsumenten stehen. Als erstes Land erkannte die Volksrepublik China Scotch als geografische Bezeichnung an, jetzt folgt Panama. Zwar belegt Panama nur den 20sten Platz auf der Exportliste für Scotch, aber von 2000 -2009 stieg der Export von Scotch nach Panama um satte 150% und erreichte 42 Mill. £.

just-drinks ; 23.11.2010

Rekord-Erlös

Im augenblicklichen Rennen um den ältesten und/oder teuersten Single Malt Scotch ist nun auch The Edrington Group dabei mit nur einer einzigen Flasche des

The Macallan Cìre Perdu

64 y.o. ; 42,5 %

Cìre perdu (verlorenes Wachs) ist die französische Bezeichnung

für das Wachsausschmelzverfahren, ein Formverfahren für den Metall- und Glasguss. Es werden meist einteilige Formen hergestellt. Die Modelle sind traditionsgemäß aus Wachs, seit einigen Jahren zunehmend auch aus Kunststoffen hergestellt. Im Verlauf des Verfahrens wird sowohl das Modell als auch die Form zerstört.

Abgefüllt in eine einzige Flasche* und eine nicht näher benannte Zahl von 10 cl-Miniaturen aus dem Hause Lalique ging der edle Tropfen am 6. April des Jahres auf eine Ausstellungsreise rund um die Welt mit Stationen in Madrid, London, Moskau, Seoul, Hongkong, Taipei, Shanghai, Singapur, Tokio und Beverly Hills.

An jeder Station wurden 10 cl-Fläschchen versteigert. Hierbei kam ein Betrag von 145.000 US\$ zusammen, der als *Spende an charity:water* ging, eine Organisation zur Bereitstellung von Frischwasser in Entwicklungsländern.

Die große Flasche wurde nun am 15. November 2010 beim Auktionshaus Sotheby's in New York versteigert. Erhofft und erwartet wurde ein Erlös von 100.000 \$, doch ein unbekannter Käufer erwarb die Flasche letztendlich für ganze

460.000.- \$.

* Flascheninhalt 150 cl - als Anspielung auf den 150sten Geburtstag des Firmengründers René Lalique?

div. Quellen

Es weihnachtet

Pernod Ricard rüstet sich auf das anstehende Weihnachtsgeschäft mit besonderen Verpackungen für die Marken Ballantine's, Beefeater, Chivas Regal und The Glenlivet. Diese werden weltweit angeboten - also in hoher Stückzahl.

Die Sonderverpackung für *Chivas Regal* schuf der Künstler Alex Trochut. Das Design zeigt ein Monogramm aus Metallband, die Dose hat einen metallischen Glanzeffekt.



Ballantine's Finest kommt in einer Metalldose, die auf den 100sten Geburtstag der Marke abgestellt ist. *Ballantine's 12 Jahre* erhält einen Karton mit einem 3D-Effekt, welcher die Illusion einer Verpackung mit einer Schleife aus Tartanstoff und den Verschluss mit einem Metallsiegel erzeugt.

The Glenlivet 12, 15 und 18 y.o. erhalten für die Aktion einen grünen, roten, bzw. blauen Karton. *just-drinks ; 29.11.2010*

12. InterWhisky

Ein weiterhin ungebrochenes Interesse an der Spirituose Whisk(e)y zeigte sich wieder recht deutlich auf der 12. InterWhisky, Europas älteste bestehende Whisk(e)y-Messe. Sie fand vom 26. - 28. November 2010 im Hotel InterContinental in Frankfurt am Main statt. Dies Jahr kamen laut Veranstalter über 7400 Besucher, davon 1100 Fachbesucher.

Die Schirmherrschaft hatte erneut der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI). Zahlreiche Aussteller präsent-



Crocogator



Meteor

tierten dem Publikum an ihren Ständen die aktuellen Neuheiten auf dem Markt. Vertreten waren wieder die großen Marken, aber auch kleinere Brennereien aus Schottland, Irland, Kanada und den USA. Die Zahl der großen Importeure erschien mir geringer, bzw. die Standgröße war verkleinert. Dadurch entstand aber Platz für kleinere Importeure und Händler von Raritäten oder Spezialitäten. So auch für eine Ausstellergruppe

mit Whiskies aus dem Alpenländern (A,CH,FL) und aus deutschen Brennereien, die sicherlich alle einen ersten Versuch wert waren. Insgesamt standen für den Besucher an den Ständen aller Aussteller über 500 Whiskies zur Verkostung bereit: Von *Glenfiddich Snow Poenix* über den *Flaming Heart* von Compass Box hin zum *Amrut intermediate Sherry Matured*.

Die Fachaussstellung wurde

begleitet von Vorträgen und Seminaren zum Thema *uisge beatha*, dem Wasser des Lebens. Diese erwiesen sich wieder als echte Publikumsmagneten, waren doch über 60 renommierte Referenten für diese Veranstaltungen verpflichtet. Viele der Seminare waren wohl ob der Referenten bereits vor Beginn der Messe restlos ausverkauft.

Eine Besonderheit in diesem Jahr waren die in erstmals an zwei Abenden stattfindenden

Whisky Talk & Dinner, professionell geführte Whisky-Verkostungen, begleitet von einem exklusiven schottischen Viergänge-Menü. Über das Thema *Whiskies der Speyside* referierte Jürgen Deibel (Spirits Consultant), das Thema *Islay & Jura* brachten die Top-Referenten Richard Paterson (Master Blender Whyte & Mackay) und Robert Hicks (Brand Ambassador Laphroaig) den Teilnehmern näher. *Dr.Setter*

Neue Abfüllungen

Scotland

Zum zehnjährigen Bestehen von *Compass Box* hat John Glaser zwei Klassiker wieder neu aufgelegt:

Double Single

876 Flaschen ; 53,3 Vol%

Double Single ist ein Blended Scotch aus nur einem Single Malt und einem Single Grain. Er besteht zu 76% aus Glen Elgin 18 y.o. und 24% Port Dundas 21 y.o., beide gereift in amerikanischen Weißeiche.

Die Kombination ergibt ein volles, weiches Aroma mit Noten von Birne, Malz, Vanille und Crème brûlée,

Flaming Heart

4.186 Flaschen ; 48,9 Vol%

Flaming Heart ist eine Mischung von Single Malts aus sieben verschiedenen Brennereien in den Highlands, Islay und den Inseln, bevorzugt aus den Orten Brora (Clynelish), Port Askaig (Caol Ila) und Tobermory (Tobermory/Ledaig). Die Reifung der einzelnen Single Malts erfolgte in benutzten Fässern aus amerikanischer Eiche (47%), frischen amerikanischen Eichenfässern (34%) und frischen Fässern aus französischer Eiche (19%). *Flaming Heart* ist ein komplexer und rauchiger Whisky mit kräftigen, süßen, würzigen Fruchtaromen.

Diageo erweitert das Angebot an Abfüllungen für die *Caol Ila* Brennerei mit einer weiteren Altersstufe bei der ungetorften und weiteren Abfüllungen bei der getorften Variante:

Caol Ila unpeated

12 y.o. ; 56,7 Vol%

Aroma: frisch und mineralisch, Malz, Karamell, Note von getrocknetem salzigem Seetang.

Geschmack: frisch und anregend, reich, ölig und süß, Sahnekaramell und frisch zerstoßener schwarzer Pfeffer.

Nachklang: lang anhaltend und warm mit zart-bitteren Noten.



Caol Ila Moch

getorft ; 43,0 Vol%

Aroma: sauber und frisch wie feuchter, salziger Sand bei Ebbe mit etwas Rauch eines alten Strandfeuers im Hintergrund.

Geschmack: süß und salzig mit ausgleichender Säure, frische Meeresbrise, sehr maritim mit angenehmer Textur.

Nachklang: ziemlich kurz, dabei trocknend und wärmend, ein wenig bitter - dabei anhaltend rauchig.

Caol Ila 25 y.o. ; 43,0 Vol%

Aroma: süß-würzig mit frischen Noten von Seeluft, Anflug von eingemachten Früchten

Geschmack: süß und fruchtig mit ausgleichende Bitternote,

wärmend, rauchig und lang anhaltend mit einer zarten rauchig-bitteren Note.

Nachklang: recht lang, süß und trocknend mit zunehmender Rauchnote - ein angenehmer Nachgeschmack.

In der Zeit von 1962- 1986, dem Jahr der Schliessung der *Glen-glassaugh* Brennerei bis 2008, lösten sich vier Manager in der Leitung des Betriebes ab. Nun wurde je ein Fass aus den Arbeitszeiten jedes Managers ausgesucht und abgefüllt.

Der Reigen beginnt mit:



The Manager's Legacy

Jim Cryle 1974

200 Flaschen, 45,3 Vol%

Jim Cryle war Betriebsleiter von August 1972 bis August 1974. Noch in 2010 folgt die Abfüllung eines Single Malts aus der Zeit von Dod Cameron, die restlichen zwei sind für Anfang 2011 geplant.

USA

Brown-Forman hat als jüngstes, fünftes Mitglied der Reihe *Woodford Reserve's Master's Collection* den



Woodford Reserve

Maple Wood Finish

47,2 Vol%

abgefüllt. Die Nachreifung erfolgte in Fässern aus dem Holze des Zuckerahorns - es ist dies eine erstmals durchgeführte, recht ungewöhnliche Nachlagerung.

Aus der *Koval Brennerei* in Chicago werden angeboten **Lion's Pride Organic Whiskey** in den Variationen

Lion's Pride Rye

Lion's Pride Oat

Dark Rye

Dark Oat

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.