



Entwicklung der Umsätze im Jahr 2011

Für das vergangene Jahr werden nun kontinuierlich mehr Zahlen zum Absatz verschiedener alkoholischer Getränke bekannt. Die Angaben beziehen sich aber noch nicht immer auf das komplette Kalenderjahr, da viele der betreffenden Firmen ihr Geschäftsjahr nicht in Einklang mit dem Kalenderjahr haben. So bevorzugen amerikanische Unternehmen häufig ein Geschäftsjahr, das im November des Kalenderjahres endet. So wird vielfach nur von einer Teilspanne des Jahres berichtet und gegebenenfalls auf das Jahr nach Augenschein der Verkäufe in der geschätzten Zeitperiode hochgerechnet. Stimmt der beim Umsatz betrachtete Zeitabschnitt nicht mit einem Kalenderjahr überein, dann ist doch immer ein Vergleich mit dem gleichen Betrachtungszeitraum vor dem jetzigen recht aussagekräftig.

Wie vorstehend berichtet leidet der Scotch in **Großbritannien** sehr unter den Bemühungen der Regierung, den übermäßigen Konsum von Alkoholika durch höhere Besteuerung und andere Maßnahmen (Verbot der Bewerbung von Angeboten wie *nimm drei, bezahl zwei*, Dumpingpreise bis unter den tatsächlichen Einkaufspreis als Lockvogel, etc.) einzudämmen. Doch im weltweiten Verbrauch strahlt der Scotch und der Absatz blühte besser den je (sprich Vorjahr). So erwartet der Dachverband der schottischen Whiskyindustrie, die *Scotch Whisky Association SWA*, für das Jahr 2010 einen erneuten Rekordabsatz - nunmehr den fünften in Folge. Der Export von Scotch legte Januar bis Oktober im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Vorjahr um satte 12 % zu, erreichte 2,8 Mrd.£ und über-

traf damit bereits das komplette Jahr 2007. Für alle 12 Monate in 2010 wird ein neuer Rekordabsatz erwartet, der den bisherigen Spitzenwert von 3,13 Mrd.£ übertreffen könnte.

Spitzenreiter in der Entwicklung des Konsums von Scotch Whisky ist laut SWA Russland mit mehr als 100% Steigerung, gefolgt von Indien (65%) und China (46%). Diese Steigerungen erfolgen allerdings auf der Basis von bislang geringeren Umsätzen als bei den großen Märkten USA und Europa.

Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS) ist die 1973 gegründete Dachorganisation der US-amerikanischen Produzenten und Distributeuren von destillierten alkoholischen Getränken. DISCUS spricht von deutlichen Anzeichen der Erholung aus dem von der Wirtschafts- und Finanzkrise verursachten Absatztief. Im kompletten Kalenderjahr 2010 stieg der Verkauf von destillierten Alkoholika um 2% auf 1,7 Mrd. Liter Destilliertes mit einem Verkaufswert von 19,1 Mrd. US\$ (ein Plus von 2,3%). Noch 2009 war der Absatz durch den Trend, die Gastronomie zu meiden und daheim zu konsumieren, um 1% gesunken mit gleichem Verkaufswert wie in 2008.

In 2010 kehrt der Konsument zwar zu den Premiummarkenzurück, jedoch hat der Umsatz in der Gastronomie noch nicht wieder das einstige Niveau erreicht. Daher warnt DISCUS vor möglichen Steuererhöhungen oder verschärften Verkaufbestimmungen, die besonders negative Auswirkungen auf die sich gerade erholende Gastronomie haben würden.

Doch wie teilt sich der US-Markt für Destilliertes auf?

USA - das Land der Bourbontrinker? Weit gefehlt! Der Absatz von Wodka macht vom Volumen her gut ein Drittel des Marktes aus und stieg in 2010 um 6% auf 531 Mill. Liter. Im Premiumsegment stieg der Absatz vom Werte her um 14%, beim Volumen sogar um satte 18%.

Bei den braunen Spirituosen legte der Whisk(e)y um 8 % zu auf 1,1 Mrd. US\$. Hierbei entickelten sich besonders gut Irish, Biurbon und Tennessee Whiskey. Superpremium Cognac erreichte mit einer Umsatzsteigerung von 10% einen Umsatz von 315 Mill.US\$. Für den Export von Spirituosen *distilled in USA* erwartet DISCUS ein Übertreffen des bisherigen Absatzrekordes von 2008 mit erreichten 1,1 Mrd. US\$!

FEBE, das Gegenstück zu DISCUS und SWA in **Spanien**, klagt hingegen heftig über Absatzrückgänge für die spanische Spirituosenindustrie. Im Jahre 2009 war ein Umsatzeinbruch von 12 % gegenüber dem Vorjahr zu verkräften. Auch in 2010 mieden die spanischen Konsumenten die Marken des teuren Premiumsegmentes und liessen den Absatz von spanischen Spirituosen zwar leicht steigen, er lag aber mit 7 Mrd. € immer noch um 10% unter dem von 2008. Als ursächlich für die geringe Erholung sieht man bei FEBE die spanische Steuerpolitik, die im Juli 2010 geändert wurde. Jetzt - so FEBE - erzielt der spanische Staat 75% der Steuereinnahmen aus den Destillaten, 23 % steuert Bier bei und Wein nur schlappe 2% !

Spirituosenpreise enthalten 40% Steuer. Dies fördert zusätzlich den illegalen Import von ausländischen oder gefälschten spanischen Spirituo-

sen und macht der spanischen Spirituosenwirtschaft zusätzlich zu schaffen.

Das *Bureau National Interprofessionnel Cognac (BNIC)* in **Frankreich** vermeldet für die 12 Monate bis Dezember 2010 beim Export von Cognac mit einem Warenvolumen von 1,86 Mrd.€ eine Steigerung von 30% und damit einen neuen Rekord. Getragen wird der Rekord von den Verkäufen nach Fernost mit einem Zuwachs um 34% auf 50,9 Mill. Flaschen, China mit einer Steigerung von 55% auf 18,8 Mill. Flaschen, Europa erzielt ein Plus von 11,7% auf 46,7 Mill. Flaschen. Der Export nach Nordamerika stieg um 7,5% auf 49,2 Mill. Flaschen.

div. Quellen ; 01/2011

Neues von The Dalmore

Whyte & Mackay informierte zum Monatsende alle registrierte Empfänger von Zusatzinformationen über die neueste Abfüllung eines Single Malts aus der Brennerei des Unternehmens in den Northern Highlands. Vorgestellt wurde der

The Dalmore Astrum

40 y.o. ; 42,0 Vol%

destilliert 1966 reife der Dalmore für fast 40 Jahre in Fässern aus amerikanischer Weißeiche und erhielt letztlich eine Nachreifung für 18 Monate in ein 30 Jahre alten MatusalemFässern, die Gonzales Byass zuvor zur Reifung von Sherry nutzte.

Die Ausbeute der Abfüllung beträgt 500 Flaschen, der stolze Preis liegt um 1.500.-€.



Vermischtes

Durchmarsch?

Nach der endlich genehmigten Übernahme der *Balaji Distilleries* im Bundesstaat Tamil Nadu mit einer Jahresproduktion von mehr als 100 Mill. Litern Spirituosen greift die von Vijay Mallja kontrollierte United Spirits auf dem Weg auf die Führungsposition der Liste der Welt größten Spirituosenproduzenten nach weiteren Produktionskapazitäten. So sollen *Pioneer Distilleries* bereits am 3. Februar 2011 geschluckt werden und die Übernahmeverhandlungen für *Sovereign Distilleries* seien gut und weit voran geschritten.

Die Verschmelzung von *Pioneers Distilleries* in United Distillers war ursprünglich bereits für den November 2010 geplant, aber hatte sich durch Forderungen der Aufsichtsbehörde SEBI (Securities and Exchange Board of India) nach mehr Information und Transparenz zum Kaufvertrag verzögert. Im September 2010 hatte United Distillers die Übernahme von 54,7 % der Aktien an *Pioneer Distillers* bekannt gegeben und muss nun gemäß indischem Aktiengesetz die Übernahme von weiteren 20% anbieten. *Pioneer Distilleries* betreibt eine Brennerei nahe Nanded im Bundesstaat Maharashtra.

Sovereign Distilleries besitzt im Bundesstaat Karnataka eine Brennerei mit einer Tagesproduktion von 240.000 Litern. Das Unternehmen hat zwar erhebliche Bankschulden, brennt jedoch den von United Spirits für diverse Getränke dringend benötigten Neutralalkohol (Extra Neutral Alcohol = ENA) und ist somit ein idealer Übernahmekandidat. Neben zu geringer Produktionskapazität leidet die Herstellung von Alkohol für Spirituosen auch unter den drastisch steigenden Rohstoffpreisen, besonders bei Melasse. Melasse ist in Indien der Hauptausgangsstoff

für die alkoholische Gärung durch die auch der Alkohol für die Hauptmenge des Whisky *made in India* gewonnen wird. Single Malt Produzenten wie Amrut Distillers mit Gerstenmalz als Stärkelieferant sind die löbliche Ausnahme im indischen Whiskysektor.

United Spirits hat mit dem Aufkauf von Brennkapazitäten und der Übernahme der Marktanteile der geschluckten Unternehmen inzwischen auf der Liste der Spirituosen Giganten die Position 2 hinter Diageo von Pernod Ricard übernommen. United Spirits produziert aber auch „echten“ Whisky mit der schottischen Tochter Whyte & Mackay mit den Brennereien Dalmore und Isle of Jura!

Für die schottische Tochter vermeldet Vijay Rekhi, Geschäftsführer von United Distillers, allerdings für die letzten 12 Monate weniger erfreuliche Fakten mit einem Verkaufsminus von 2 % und einem Gewinneinbruch von 2,6%. Trotzdem verkündet Vijay Rekhi das stolze Ziel einer Verdopplung des Umsatzes innerhalb der nächsten fünf Jahre. Whyte & Mackay zieht sich mehr und mehr aus dem Geschäft des Abfüllens großer Mengen unter dem Eigenetikett großer Handelsketten zurück und setzt vermehrt auf den Verkauf der eigenen Marken. Hierbei dürfte der Verkauf von Marken und Abfüllungen von Whyte & Mackay auf dem von United Distillers dominierte indische Markt interessanter sein als das Beliefern von britischen Handelsketten mit Ware in deren Aufmachung und Etikett. Der indische Markt wächst und neigt zum Austrocknen während in Großbritannien der Preiskrieg um den nicht mehr sonderlich zahlungskräftigen Konsumenten tobt. Die Preise fallen und damit auch die Marge.

Vijay Rekhi begründet sei-

nen Fünfjahresplan mit anstehenden Kostensenkungen in der Herstellung durch gezieltere Kontrollen, mit einem zu erwartenden besserten Gewinn im Handel mit Bulkware (vermutlich durch gezieltes Bedienen des indischen Marktes) und moderaten Preiserhöhungen in den meisten Absatzländern für die Produkte aus dem Hause Whyte & Mackay. Eine solche Preisanhebung dürfte in den nächsten Monaten also auch den deutschen Konsumenten betreffen.

div. Quellen ; 01/2011

Ablösung

Beam *Global Spirits & Wine* gab bekannt, dass Bill Samuels jun. am 15. April 2011 die Führung der *Maker's Mark* Brennerei in Kentucky an seinen Sohn Rob Samuels übergeben wird. Bill Samuels übernimmt dann die Funktion eines Chairman emeritus, also die Rolle eines globalen Botschafters für die Marke *Maker's Mark*.

Rob Samuels übernimmt zwar das Tagesgeschäft von seinem Vater, nicht aber dessen Titel. Rob wird vorerst weiter den Titel des Betriebsleiters tragen, den er bereits seit Oktober 2010 führt.

Bill Samuels jun. leitete *Maker's Mark* für 35 Jahre, sein Vater Bill Samuels sen. gründete Marke und Brennerei. Er brannte den „neuen“ *Maker's Mark* nach einem 170 Jahre alten Familienrezept in einer seit langer Zeit nicht mehr betriebenen Brennerei in Loretto, Kentucky. Die Abfüllung der ersten Flasche *Maker's Mark* erfolgte 1958 und wurde nach seiner Idee mit dem bekannten roten Wachs versiegelt. Dieses Wachssiegel ist unter der Nummer 73526578 als US-Warenzeichen eingetragen.

div. Quellen ; 2011

Aufschwung

Für die britische Tochter von MaxXium (in der BRD Beam

Global) hat sich der Wandel gelohnt. Die jetzige MaxXium entstand nach dem Ausscheiden des vorherigen Teilhabers Remy Cointreau durch engeren Zusammenschluss von The Edrington Group (Highland Park, The Macallan, The Famous Grouse) und Beam Global (Jim Beam, Sauza Tequila, Courvoisier Cognac). Als Motor für den Aufschwung erweist sich mehr und mehr die Neugründung der MaxXium Travel Retail Ltd., die gezielt den Reisebereich in den meisten Ländern Europas mit exklusiven Abfüllungen und Sonderangeboten bedient.

Die Zahlen für den Zeitraum von 12 Monaten, der im März 2010 endet, erzählen eine Erfolgsgeschichte. Der Umsatz stieg um 50% auf 210 Mill.£ und der Gewinn gar um 52% auf 2,7 Mill.£.

Gefährdet wird der Aufstieg von MaxXium allerdings durch die angekündigte Selbstauflösung von *Fortune Brands*, zu denen Beam Global gehört. Ist der mögliche Käufer von Beam Global an der Fortführung des joint ventures interessiert oder will er die hinzu gekauften Marken im eigenen Vertriebsweg vermarkten?

just-drinks ; 04.01.2011

Gesicherte Jobs?

Langsam sickern weitere Details zum geplanten Vertrag von Diageo und Heineken mit der Irischen C&C Group durch. Im Frühjahr hatte die C&C Group ihre Spirituosenmarken Tullamore Dew, Carolans, Frangelico und Irish Mist an Wm Grant & Sons verkauft. Der Umsatz beim Apfelwein Bulmers Cider sank in den letzten 3 Jahren kontinuierlich, im ersten Halbjahr 2010 vom Volumen sogar um 4,4%. Insgesamt hat die C&C Group nun eine zu geringe Auslastung der Abfüllanlage in Clonmel, Irland. Im Oktober 2010 wurde daher der

Abbau von 50 Arbeitsplätzen angekündigt, der möglicherweise noch durch einen Vertragsabschluss mit Diageo und Heineken verhindert werden soll. Doch was steckt hinter dem Vertrag? Durchgesickert ist, dass Diageo nur an einer Nutzung der Abfüllanlage in Clonmel für Aufträge interessiert ist, die die eigene Abfüllkapazität übersteigen. Dies hört sich nun nicht nach einer längerfristigen Sicherung der gefährdeten Arbeitsplätze an.

just-drinks ; 05.01.2011

Unerwarteter Aufstieg

Der britische Markt sollte eigentlich der wichtigste Markt für den Scotch Whisky sein, wird er doch im nördlichsten Teil dieses Marktes produziert. Doch der Konsum von Scotch sinkt in diesem Markt und der Gewinner ist - der Bourbon mit einem Umsatzsteigerung von 25 % von 2005 bis 2009. Und bis 2014 wird ein weiterer Abstieg um 22 % erwartet. Dann soll der Jahresabsatz bei 13,5 Mill. Litern Bourbon angekommen sein! Dem Bourbon folgt als zweiter Gewinner der Rum. Scotch verlor von 2005 bis 2009 einen Umsatzanteil von 13 % und soll bis 2014 auf dem heutigen Niveau von 5,5 Mill. Litern verharren. Der Absatz von Scotch bewegt sich somit auf einer anderen Absatzebene als der Bourbon!

just drinks ; 13.01.2011

Interessantes Urlaubsziel

Wer Mitte März 2011 im Großraum Las Vegas (USA) weilt und nicht den ganzen Tag an einem Spieltisch verbringen möchte, der kann sich zur Abwechslung auch mit Schottland beschäftigen, denn...

...Richard Paterson führt am 18. und 19.03.2011 in einer Lehrstunde durch die Produktion von The Dalmore mit der Verkostung von 6 verschiedenen Abfüllungen des The Dalmore Single Malt.

Wer seine Teilnahme an der *No 2011 Show* rechtzeitig un-

ter www.universalwhiskyexperience.com/tickets bucht, kann sogar eine von fünf Flaschen The Dalmore King Alexander III gewinnen.

Pressemitteilung

Werbung für Rugby

The Edrington Group wirbt seit über 20 Jahren mit dem bekanntesten Blend des Unternehmens, dem The Famous Grouse, für den schottischen Rugby. Für 2011 hat sich die PR-Abteilung eine Werbung ausgedacht, die an eine Werbung der Telekom in Deutschland erinnert. Die Telekom ließ Massen von Teilnehmern ein gemeinsames Lied aufnehmen - The Famous Grouse soll nun ebenfalls die Massen mobilisieren. Geplant ist für den 14. März die Errichtung eines überdimensionalen St. Andreas-Kreuzes (schottische Nationalflagge!) auf dem Haymarket in Edinburgh. Dieses Kreuz soll dann verzieht (?) werden mit Fotos aller Teilnehmer, die ein Bild mit geeignetem Motiv (was auch immer dies sein mag?) und geeigneter Druckqualität (Mindestauflösung 300 dpi) schicken. Ein-sendeschluss war zwar bereits am 21.01.2011 - aber vielleicht hat der Bildersturm doch nicht die Erwartungen erfüllt. Wer es also trotz Einsendeschluss versuchen möchte, sein Konterfei in Edinburg am Heumarkt zu sehen, der sende sein digitales Bild an: famousfans@framecreates.co.uk

Pressemitteilung

Marktprognose

Die Ausrichter der bekanntesten Spirituosen Messe VIN-EXPO sehen für den Spirituosenmarkt in den nächsten vier Jahren keine einheitliche Entwicklung. Zwar ist der Verkauf von Spirituosen von 2005 bis zum Jahresende 2009 im Durchschnitt um 8% vom Volumen her gestiegen. Doch für den Zeitraum von 2010 bis zum Ende von 2014 wird nur ein Wachstum von ca. 2% er-

wartet. Während der Absatz von Spirituosen in Europa nur noch geringfügig wachsen soll, wird für den asiatisch-pazifischen Raum und Amerika ein größeres Wachstum um 5% geschätzt. Diese Einschätzung wird aus vom renommierten Marktforschungsgesellschaft International Wine and Spirit Research (IWSR) geteilt.

Für den Scotch wird ein gesundes Wachstum für das Jahr 2011 erwartet. Irischer und japanischer Whisky wird ein kurz- bis mittelfristig Umsatzaufschwung zugeschrieben: Der Irish umwirbt momentan den US-amerikanischen mit interessanten Einstiegsangeboten, wobei Pernod-Ricard mit der Bewerbung der Kernmarke Jameson zurAntriebsfeder für einen Aufschwung des Irish beim US-amerikanischen Konsumenten werden dürfte.

Für den japanischen Markt wird eine Rückbesinnung auf die Wurzeln, die eigene Tradition erwartet (back to the roots). Hiervon wird der japanische Whisky profitieren, da er inzwischen ebenfalls auf eine lange Geschichte zurück blicken kann.

Interessant wird es werden, wenn der irische und der japanische Whisky die Expansion über die bisherigen Kernmärkte hinaus anstreben.

div. Quellen ; 01/2011

Spätfolgen

Vor gut einem Jahr verkaufte *Berry Bros & Rudds* (BB&D) den Blended Scotch **Cutty Sark** an The Edrington Group. Jetzt trennt sich BB&D in Griechenland von *W.S. Karoulias*, der Vertriebsgesellschaft, deren Kerngeschäft die Vermarktung von Cutty Sark war. Die Trennung soll als management buy-out unter der Leitung des bisherigen Geschäftsführeres Chris Argyrou erfolgen. Finanzielle Einzelheiten wurden bislang nicht bekannt. Im Hintergrund agiert die griechische Vertriebsgesellschaft IMA, die im Besitz einer Holding auf

Zypern ist. Mehrheitsanteils-eigner von IMA ist eben der Chris Argyrou. W.S. Karoulias soll nach dem Willen der künftigen Eigner den Vertrieb von Cutty Sark in Griechenland fortsetzen.

just-drinks ; 24.01.2011

Einkauf

Diageo steuert durch entsprechendes Engagement in Unternehmen im asiatisch-pazifischen Raum den Expansionsbemühungen der Nummer 2 auf der Liste der Welt größten Spirituosenhersteller, United Spirits aus Indien entgegen. Hierbei setzt Diageo gezielt auf join-ventures mit Firmen, die entweder in dem Getränke-segment im asiatisch-pazifischen Raum stark sind, eine ausgeprägte Dominanz in einem nationalen Markt haben oder denen Diageo eine gute Chance für eine Expansion aus einem nationalen Markt in den anderer Nationen zutraut.

Nach Einkäufen in derartige Firmen in Indien und China oder der Bildung von joint-ventures streckt Diageo nun auch die Fühler in den vietnamesischen Raum aus. Ende Januar 2011 wurde bekannt, dass Diageo für 33 Mill.£ einen Anteil von 23,6 Prozent an der *Hanoi Liquor Joint Stock Co.* (Halico) erworben hat.

Mit dem Einstieg bei Halico demonstriert Diageo ein weiteres Mal das stille Einschleichen in einen der interessanteren Märkte im asiatisch-pazifischen Raum, denen - zumindest in der Zukunft - ein beachtliches Entwicklungspotential zugerechnet wird.

Da bereits die 100%ige Tochter *Diageo Vietnam* in Vietnam tätig ist, darf der Einstieg bei Halico und die vertraglich geplante gemeinsame Entwicklung von Halico auch als Schaffung einer Plattform für Geschäfte angesehen werden, die Diageo als ausländische Firma ohne einen einheimischen Partner nicht wird tätigen können. *Dr.Setter*

Neue Abfüllungen

Scotland

Wemyss Castle bei Edinburgh ist Sitz der gleichnamigen Familie, die seit Beginn des letzten Jahrhunderts auch im Whiskygeschäft tätig ist. *Wemyss Malts* bringt Abfüllungen mit eigenwilligen, den Whisky beschreibenden Namen heraus. Exklusiv für den Reisebereich in Indien, Malaysia und Thailand bestimmt sind die Blended Malts:

Smoth Gentleman

12 y.o. ; 40%

Peat Chimney

12 y.o. ; 40%

Spice King

12 y.o. ; 40%



Laut Wemyss Malts wurde die Namensgebung vom natürlichen Geschmack und den Aromen hergeleitet. Mit der Alterstufe 12 Jahre möchte man die asiatischen Konsumenten begeistern, die bislang Abfüllungen mit 5-8 Jahren Reifung bevorzugte.

The Edrington Group brachte im November 2009 eine spezielle Edition ihres Highland Park zu Ehren von Earl Magnus, einem von sechs heilig gesprochenen Norwegern des 11. und 12. Jahrhunderts - als die Orkney Inseln noch zu Norwegen gehörten:

The Earl Magnus

15 y.o. ; 52,6%

Die Abgabe der 5.976 Flaschen war nur für den Laden der Brennerei und ausgewählte Händler im UK vorgesehen, erreichte aber auch einige

Händler in anderen europäischen Ländern.

Im September 2010 mit 11.994 Flaschen abgefüllt, ist inzwischen ist auch der Nachfolger in der BRD eingetroffen:



Saint Magnus

12 y.o. ; 55,0%

Aroma: die Fassstärke bringt eine starke Intensität mit sich, welche die Süße getrockneter und Honig präsentiert. Es folgen herrliche Noten von Zimt, getrockneten Äpfeln und einer Spur exotischer Früchte mit einem Hauch von aromatischem (Torf)Rauch.

Geschmack: startet recht intensiv und reichhaltig mit einer perfekten Balance aus Süße und aromatischem Rauch
Nachklang: lang und anhaltend rauchig



In alten Schriften wird Magnus wie folgt beschrieben: „*Er war vornehm, groß, sah gut aus und soll intelligent gewesen sein. Zudem war er tapfer, siegte in den Kämpfen, die er austrug, war weise, sprachgewandt und großzügig. Groß-*

mütig gab er Geld und Ratsschläge. Er ist ein Mann des Friedens, der Besinnung und der Wissenschaft. Die spirituelle Kraft war eher sein Kennzeichen als Gewalt und Grausamkeit. Die Geschichte seines Lebens war die der christlicher Nächstenliebe, nicht gerade ein Markenzeichen von Wikingern und sie erzählt auch Begebenheiten von Krankenheilungen und der Pflege von Krüppeln, Blinden und Irnsinnigen.

Earl Magnus wurde von seinem Cousin Haakon umgebracht und bereits 20 Jahre nach seinem Tod heilig gesprochen.

Das Ganze soll 2011 eine Trilogie ergeben mit der letzten Abfüllung:

Earl Hakoon

18 y.o. ; cask strength

Ireland

Irish Distillers (Pernod Ricard) füllt zwei Einzelfässer mit Midleton Irish Whisky ab - allerdings bevorzugt für den heimischen Markt mit:

Midleton Single Pot Still

Vintage 1991

cask 48709 ; 53,7 Vol% exklusiv abgefüllt für den Irish Whisky Collection Shop Terminal 2, Dublin Airport

Midleton Single Pot Still

Vintage 1996

cask 71578 ; 46,0 Vol% nur erhältlich im

Celtic Whiskey Shop
Dublin, Dawson Street



USA

Nach der letzten Abfüllung eines Early Times Bourbon im Jahre 1983 beruft sich Brown-Forman bei der neuen Abfüllung auf die Nummer der Lizenz zum Brennen von Whiskey:



Early Times 354 Bourbon

Jack Beam baute 1860 in Kentucky eine Brennerei an einem Platz mit dem Namen *Early Times Station*. Als eine der wenigen Brennereien durfte bei Early Times in den Zeiten der Prohibition(1919-1933) weiter Whiskey gebrannt werden und der Bourbon stieg damit zu einem beliebten Getränk auf. Die *Brown-Forman Co.* übernahm 1923 die Brennerei und baute den Bourbon in den nächsten 30 Jahren zum meistverkauften Bourbon in den USA aus.

Heute ist Early Times in 40 Ländern der Welt erhältlich und zählt den vier meistverkauften Bourbons weltweit.

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 Vervielfältigung, auch auszugsweise und elektronisch, nur mit schriftlicher Erlaubnis.