



The Glen Els Hercynian Single Malt Whisky

Seit dem Jahre 2002 wird bei *Hammerschmiede Spirituosen* in Wieda (Harz) neben anderen Spirituosen auch ein Single Malt Whisky destilliert. Ein junges Unterfangen in einem Gebäude mit uralter Tradition und einer recht wechselhaften Geschichte. Die Fässer mit reifendem The Glen Els Whisky lagern im Stammhaus der Manufaktur - in der alten Hammerschmiede, die auch Namensgeber des Unternehmens ist. Der Grundstein zu der alten oberen Hammermühle wurde zwischen 1250 und 1270 gelegt, mitten in einer Zeit großer Unruhe und Umbruchs nach dem Ableben des Stauffer Kaisers Friedrich II. Die wirtschaftliche Entwicklung der Region Harz ist durch das Zisterzienserkloster Walkenried geprägt. Eine besondere Rolle spielte hierbei der Bergbau (Kupfer, Eisen) und das Eisenhüttenwesen. Doch der wirtschaftliche Aufschwung wurde immer wieder durch Besitzerwechsel der Region Harz und Katastrophen gedämpft. Die Ereignisse beeinflussen natürlich auch die Entwicklung der Hammerschmiede:

- 1360** die Pest bricht über Europa herein
- 1618** der Dreißigjährige Krieg bricht aus
- 1625** die Schweden verwüsten den Harz
- 1642** der Bruch eines Damms oberhalb der Hammerschmiede macht diese unbenutzbar
- 1808** erneuter Dambruch
- 1820** Niedergang der Hütte zu Wieda mit Leerstand der Hammerschmiede
- 1895** ein Vorfahre der heutigen Eigentümer erwirbt das Gebäude und baut einen ersten Kontakt zum Brenn- und Brau-



gewerbe auf: Er fertigt Holzschaukeln für die Zucker- und Malzindustrie! Mit seinem Ableben wird die Schaufelfertigung eingestellt und das Gebäude versinkt in einen Dornröschenschlaf.

- 1973** ein Feuer vernichtet die Hammerschmiede fast gänzlich
- 1984** umfangreiche Restaurierungs- und Renovierungsarbeiten werden aufgenommen
- 1985** eine Gaststätte eröffnet in den alten Mauern - mit Spirituosenherstellung, zwar noch kein Whisky, aber es geht wieder bergauf
- 1998** durch rückläufige Urlaubszahlen wird die Gastronomie unrentabel, Umstellung zugunsten der Spirituosenherstellung
- 2002** Aufnahme eines Whisky in die Produktpalette
- 2006** erfolgreiche Präsentation des dreijährigen **The Glen Els Single Malt Whisky**. Verlagerung von Produktion und

Verkauf aus sollte.

Mangel an Platz in der alten Hammermühle nach 37449 Zorge

2007 die seit 2005 verwaiste Hammermühle wird wieder als Fasslager reaktiviert.

2009 Erweiterung der Produktion von Whisky, der nunmehr in über 250

Fässern reift, je eine Hälfte in Zorge und in der Hammermühle zu Wieda.

Doch nach der Historie zu Gebäude und Unternehmen nun mehr zum Whisky. Zwar seit 2005 auf dem deutschen Markt angekommen ist dieser Whisky aus dem Harz in der großen Gemeinde der Genießer noch nicht so recht bekannt. Liegt es an der Vielzahl der in den letzten Jahren im deutschen Sprachraum erschienen Whisky, deren Aroma und Geschmack beim Vergleich mit den Destillaten aus Schottland und Irland meist nicht überzeugt? Alexander Buchholz, Juniorchef des Unternehmens, betont, dass der Glen Els Whisky zwar einen gälischen Namensbestandteil habe, aber nicht mit den Namensvettern aus Schottland verglichen werden möchte. Er sei weicher, intensiver durch die Reifung im vorgeutzten Fass geprägt und weiß den Konsumenten durch seinen Charakter, Geschmack und Duft zu überzeugen - wenn dieser sich von einem Vergleich mit schottischen Destillaten lösen kann und dies auch

Die Namensgebung geht auf das Elstal zurück, wobei dann die gälische Version Glen für Tal nahe lag. Der Name wurde gewählt in der Überzeugung, dass die Scotch Whisky Association (SWA) ihre Bissigkeit gegenüber der Verwendung gälisch(= schottisch) klingender Namen nach dem Misserfolge beim kanadischen Glen Breton abgelegt hat und hier nicht gleich wieder eine Unterlassungsklage anstrebt - wie Robert Fleischmann noch vor Jahren bei seinem Glen Mouse bitter erfahren durfte.

Der Whisky reift in sorgfältig und kompromisslos ausgewählten europäischen und nordamerikanischen Eichenholzfässern, bevorzugt in vorgeutzten Fässern, die bereits mit Madeira, Marsala, Malaga, Port und Sherry, aber auch mit Bordeaux und Bergerac belegt waren.

Die Lagerung im Fass ist bekanntlich für den größten Anteil der Geschmacksentwicklung des Inhaltes verantwortlich. Gut 60-70% des Aromas eines Whiskys werden auf den Einfluss des Fasses zurückgeführt. Den restlichen Anteil an der Aromenentwicklung teilen sich der Einfluss des Klimas bei der Fasslagerung und der Brennvorgang (Form der Brennblase, Gerstensorte). Zumindest gilt dies für Destillate aus ungetorftem Malz - und der Glen Els ist aus ungetorftem, deutschem Malz aus der Region Braunschweig gebrannt. Die Maische wird übrigens mit klarem Gebirgsquellwasser aus dem Harz angesetzt.

Die Reifezeit für den Glen Els variiert momentan zwischen 3 1/2 und fast 5 Jahren. Längere Lagerzeiten werden angestrebt. Die Lagertempe-

aturen schwanken zwischen 2°C im Winter und mehr als 30°C im Sommer. Die Ausdehnung der Flüssigkeit bei wärmeren Lagertemperaturen presst den Whisky tief ins Holz. Bei kälteren Temperaturen ist der Prozess rückläufig und zieht dadurch viel Aroma und Farbe aus dem Fassholz.

Abgefüllt werden - ohne Kältefiltration und ohne Zugabe von (Zucker)Farbstoff - gezielt nur Einzelfässer, vom Quarter Cask mit 100 Litern bis zum Cognacfass (400 Li-

Wie bereits berichtet, litt der Absatz von Single Malt Scotch im Krisenjahr 2009 nicht nur durch den verhaltenen Konsum, sondern auch unter der vorbeugenden Reduzierung der Lagerbestände bei Importeuren und Großhändlern in den Hauptmärkten für den Scotch. Beide Einflüsse ließen den Absatz in 2009 um 4,8% auf 54,9 Mill. Liter sinken. Inzwischen mehrten sich aber die Anzeichen für eine rasche Überwindung dieser Absatzdelle bereits in den Jahren 2010 und 2011. Geschätzt ist z.B. für Single Malt Scotch eine Umsatzsteigerung bis 2015 um 14,7% auf dann 63 Mill. Liter. Einen Grund für den Optimismus liefert die schnelle Erholung des Tourismus und dem damit verbundenen gesteigerten Umsatz in den Läden der Reisehandels. Die Wirtschaft im asiatisch-pazifischen Raum entwickelt sich rasch und gut. Selbst in den von der Wirtschaftskrise gebeutelten Märkten in Europa und den USA zeichnet sich eine rasche Erholung ab - allerdings mehr für Europa als für die USA. Weiterer Anlass für eine positive Aussicht

ter). Hieraus resultiert eine begrenzte Flaschenzahl mit dem spezifischen Geschmack und Duft eben dieses einen Fasses. Eine erste Ausnahme bildet der

Glen Els - Unique Distillery Edition 2007-2010, 45,9%

Die Glen Els Unique Distillery Edition ist der erste „normale“ aber doch in jedem Falle besondere und außergewöhnliche Single Malt Whisky. Insgesamt wurde er aus 9 verschiedenen 1st fill Sherry-Fäs-

beim Absatz von Single Malt ist der Fakt, dass dieser innerhalb des letzten Jahrzehns im Gesamtabsatz von Scotch seinen Anteil von 6% auf heute 7,1 % anheben konnte. Wächst die allgemeine Nachfrage nach Scotch weltweit, so wird auch eine fast automatische Steigerung des Absatzes von (Single) Malt postuliert. Die schnell wachsende Absatzmärkte für Scotch in Asien, Lateinamerika und Osteuropa bevorzugen zwar momentan den Blended Scotch, doch mit dem zunehmenden Konsum in diesen Märkten wird auch der Anteil der Geniesser und Liebhaber von Single Malts steigen - wie die bisherige Erfahrung aus den alten Märkten Europa und Nordamerika gezeigt haben. Erst kommt der Blended Scotch für die Masse der Konsumenten, aus der sich dann durch die Suche nach noch interessanterem Whisk(e)y das Klientel für den Single Malt entwickelt. Zur Erhaltung der Vielfalt von Brennereien als Quellen für den Single Malt ist aber ein aufnahmefähiger Markt für Blended Scotch oder Irish Whisk(e)y zwingend notwendig.

sern und einem 2nd fill Cognac-Fass komponiert:

Fino-, Amontillado-, Manzilla-, Oloroso-, und Cream-Sherry-Fässer in Kombination mit einem feinen alten Cognac Fass erzeugen eine wahre Aromafut, ohne dabei die Glen Els typische Milde oder Geradlinigkeit zu überdecken.

So ergibt sich ein herb-süßer, komplexer und vollmundiger Single Malt Whisky, mit leichter Mandarinen- und Vanillenote. Er beginnt in der Nase etwas ölig mit feinherbem

Steinobst und entfaltet dann sein komplettes Aroma von fein-fruchtiger Vanille mit leichter Eichenholznote. Der Geschmack ist durch eine blumig-fruchtige Süße und einen angenehmen Holz-Vanilleton geprägt.

Quelle: Hammerschmiede Nachtrag: Hercynian (=Harz) im Namen des Whisky ist historisch von dem Herkynischen Wald der Vorzeit abgeleitet, der einst vom Rhein bis weit in den Osten Europas reichte, heute genutzt. Dr.Setter

Vermischtes

Die Hersteller von Single Malts hoffen schon seit vielen Jahren auf die Öffnung des asiatischen Marktes für ihre Produkte - ohne das sich wirklich viel bewegte. Analysten sehen aber jetzt echte Chancen für eine steigende Nachfrage aus diesem Markt nach Single Malts. So erwartet International Wine and Spirits Research (IWSR) von 2009 bis 2015 in Asien folgende Entwicklung für den Single Malt Scotch:

Asien insgesamt	35%
Indien	199%
China	114%
Vietnam	51%
Südkorea	34%

Doch nicht in allen Märkten sah das Jahr 2010 eine Erholung: Im UK wirkte sich neben restriktiven Verordnungen zur Eindämmung der Alkoholmissbrauches auch die Anhebung der Mehrwertsteuer von 17,5% auf 20% absatzbremsend aus. Zwar sank der Absatz von Single Malt allgemein nur um 1,8%, doch im Segment der Ultra-Premium Marken brach der Konsum um 42,9% ein!

Für den deutschen Markt belegen die Absatzzahlen für das Jahr 2010 ebenfalls einen ne-

gativer Trend in der Nachfrage. Das Zahlenmaterial für die nachfolgende Aufstellung stammt allerdings vorwiegend von den deutschen Importeuren. Daher sind diese Angaben gerade für den Single Malt mit Vorsicht zu interpretieren. Sehr viel Single Malt findet den Weg in den deutschen Markt über deutsche Parallelimporteure, deren Mengen in den offiziellen Statistiken nicht erfasst sind. Zusätzlich kaufen zahlreiche Fachhändler direkt bei Großhändlern in EU-Mitgliedsstaaten westlich oder südlich der BRD. Auch diese Zahlen gehen nicht in das Material der offiziellen Statistiken ein. Die Statistikdaten geben also nicht den gesamten Absatz von Single Malt in Deutschland wieder. Trotzdem ist der Trend aus den vorliegenden Daten eindeutig zu ersehen, da ja in 2009 und 2010 die Erhebung der Daten bei den gleichen Importeuren erfolgte.

Zusätzlich beim Single Malt ist ein Blick auf die Absatzzahlen in den unterschiedlichen Geschäftsformen Einzelhandel (Fachhandel) und Ladenketten (Getränkemärkte, Supermärkte, etc.) recht interessant.

Hierbei sei noch einmal auf den oben ausgeführten Unsicherheitsfaktor des Einkaufes von Single Malt bei Parallelimporteuren oder ausländischen Großhändlern hin-

Absatz von Whisk(e)y in der BRD 2009/2010 (Angaben in Litern, gerundet)					
	Nordamerika	Irish	Scotch	Malt	gesamt
2009	10.216.000	953.000	11.092.000	1.744.000	23.257.000
2010	11.024.000	1.051.000	11.457.000	1.709.000	24.543.000
Differenz	+ 808.000	+ 98.000	+ 365.000	-35.000	+1.290.000
Veränderung	+ 7,9%	+ 10,2%	+ 3,3%	- 2,0%	+ 5,5%

gewiesen. Viele Fachhändler mit Versorgung durch die vorgenannten Lieferanten haben nämlich für das abgeschlossene Geschäftsjahr *keinen* Ein-

bruch beim Umsatz von Single Malt - egal aus welchem Ursprungsland - zu verzeichnen!
div. Quellen ; 02/2011.

	Einzelhandel	Ladenketten	Summe
2009	1.507.000	237.000	1.744.000
2010	1.450.000	258.000	1.709.000
Differenz	57.000	21.000	- 35.000
Veränderung	- 3,8%	+ 9,0%	- 2,0%

Vermischtes

Meldung

Die Ankündigung von Fortune Brands, die drei recht unterschiedlichen Sparten des Unternehmens verselbstständigen oder verkaufen zu wollen, führte bereits zu Spekulationen über mögliche Übernahmekandidaten für die Spirituosenpartie Beam Global Spirits & Wine. Doch nicht nur die möglichen Käufer des Spirituosenpakets bringen sich hinter den Kulissen in Position. Jetzt meldet sich mit Wm Grant & Sons auch schon ein erster Interessent an Marken aus den nachfolgenden Verkäufen nach der noch nicht angelaufenen Übernahme des Pakets durch einen oder mehrere der Großen. Wm Grans & Sons spekuliert - wie auch andere, bislang nur im Hintergrund agierende Firmen - auf die kleineren Marken, von denen sich die Käufer wegen zu erwartender Auflagen der Kartellbehörden trennen müssen oder die nicht sonderlich in die Produktpalette des Käufers passen.

just-drinks ; 27.01.2011

Tullamore Dew

Nach anfänglichem Schweigen über Pläne zum Bau einer neuen Brennerei für den Tullamore Dew Whiskey denkt Wm Grant & Sons nun offiziell zumindest schon mal über einen solchen Bau nach. Im letzten Jahr hatte Wm Grant & Sons die Marke von der irischen C&C Group übernommen und damit Spekulationen zum Bau einer eigenen Brennerei in Irland ausgelöst. Bislang wird der Whiskey bei Irish Distillers (Pernod Ricard) in Middleton gebrannt und in der Abfüllanlage von Wm Grant & Sons in Clonmel, Irland, abgefüllt. Nun heißt es, man habe etli-

che Brennereien weltweit und könne sich im Laufe der Jahre auch den Bau einer weiteren Brennerei, auch in Irland, vorstellen. Es kommt also Bewegung in die Idee einer Brennerei namens Tullamore Dew!

just-drinks ; 31.01.2011

Sportlicher Wettstreit?

Beam Global Spirits & Wines tritt mit ihrem Jim Beam Bourbon zu einen sportlichen (?) Wettkampf an gegen den Jack Daniel's Tennessee Whiskey. Im United Kingdom hat Bourbon allgemein beachtliche Zuwachsraten (2005-2009 um 25%). Hier ist der Jack Daniel's im letzten Jahrzehnt zum Marktführer geworden. So hat er u.a. mit Werbung um und für Sportveranstaltungen bei den Konsumenten gepunktet. Und daher möchte Beam Global dieses Feld nicht allein dem Konkurrenten überlassen. Für den Beginn des Gegenangriffs hat die Vertriebsorganisation MaxXium UK die Stadt Newcastle als Testort ausgewählt. Werbekampagnen mit Sportthemen werden begleitet von Wettbewerben, Verkostungen und gar dem Entsenden von Einpeitschern (Cheerleader) in Bars und Lokalen im Umfeld von Sportstätten.

just-drinks ; 02.02.2011

Misserfolg

Beam Global Spirits & Wines fährt nicht nur Erfolge ein. 2007 wurde die Whiskysorte NYC in Indien eingeführt. NYC war preislich und qualitativ im Bereich der Indian Made Foreign Liquor (IMFL) unterhalb des Segmentes der Premiumwhisky angesiedelt. Der Absatz von NYC Whiskey blieb aber deutlich hinter den Erwartungen zurück und so endet nun die indische Epi-

sode für NYC. Beam Global möchte statt für NYC lieber Werbung für bekanntere - und daher erfolgreichere - Marken betreiben. So wird bereits seit dem letzten Jahr intensiv Werbung für Tequila, Bourbon, Single Malt Scotch und Courvoisier Cognac aus dem Hause Beam Global geschaltet.

just-drinks ; 04.02.2011

Sportliches Huhn

MaxXium UK hat im Rahmen der Förderung der schottischen Rugby-Nationalmannschaft eine Vielzahl von Werbeaktionen für das Flaggsschiff The Famous Grouse Blended Scotch gestartet. Vor dem Murrayfield Stadion begrüßt nun eine überdimensionale Figur des Moorhuhnes die Besucher. Im Stadion selbst wurde eine Bühne errichtet, auf der an Spieltagen der Rugbymannschaft ein Programm zur Unterhaltung der Besucher ablaufen wird. An jeder Dose des Mixgetränkes The Famous Grouse & Cola hängt eine Anstecknadel. Käufer einer 70 cl-Flasche des Blends in einem Laden der Sainsbury's Supermarktkette erhalten gar eine besondere Geschenkpackung mit Rugby-Utensilien. Eine gut geplante Werbeaktion will möglichst viel potentielle Käufer erreichen, daher ist diese Kampagne zeitlich direkt auf den Rugby-Sechsländer-Wettkampf mit teilnehmenden Mannschaften aus Schottland, Irland, England Wales, Frankreich und Italien abgestimmt.

just-drinks ; 17.02.2011

Beam Global und Diageo

Analysten zeigen immer deutlicher die Chancen für den Getränkeriesen Diageo auf, durch den Erwerb von Beam Global Spirits & Wines

die Schwachstellen in der Getränkepalette des Unternehmens zu beseitigen. Als solche werden das Fehlen von (umsatzkräftigen) Marken in den Sparten Bourbon und Cognac angesehen. Der von Diageo im chinesischen Markt in 2010 schmerzlich hinzunehmenden Umsatzrückgang von gut 3% wird dem Fehlen eines Cognac mit guter Reputation angelastet. Diageo hat im letzten Jahr bereits vergeblich versucht, von LVMH das MH abzukaufen, nämlich Moët Hennessy mit den entsprechenden Cognac-Sorten. Im Vorfeld der Übernahme der schwedischen Staatsfirma Vin&Sprit (Absolut Vodka) durch Pernod Ricard hatte Diageo das bis dahin in der Produktpalette fehlende Segment Irish Whiskey durch den Kauf der Bushmills Brennerei in Nordirland von Pernod Ricard aufgefüllt. Analysten empfehlen daher ein Vorpreschen von Diageo im Fall Beam Global mit einem Kauf der Bourbonsparte (Jim Beam, Maker's Mark) und/oder einem Gebot für den Couvoisier Cognac. Jedes dieser Segmente würde helfen, die aufgezeigten Schwachstellen in der Produktpalette von Diageo zu beseitigen. Damit hätte Diageo in den momentan intensiv umkämpften asiatischen Märkten (und besonders in China) eine deutliche bessere Ausgangsposition. Auch könnte der Konzern der intensiven Aufholjagd durch die indische United Breweries Gruppe mit der Spirituosenpartie United Spirits gelassener entgegen sehen. Denn wer lässt sich schon gern von der Spitzenposition in der Liste der Welt größten Spirituosenproduzenten vertreiben!

div. Quellen ; 02/2011

Interessantes China

Zum vorstehenden Artikel passt die Information aus dem Hause Pernod Ricard über eine sehr positive Entwicklung des Absatzes von Cognac und Scotch Whisky auf dem chinesischen Markt. China konnte sich für Pernod Ricard in 2011 sogar zum zweitstärksten

Markt weltweit entwickeln. Das Unternehmen reklamiert für das Segment Scotch Whisky auf dem chinesischen Markt mit einem Anteil von 50% sogar die Marktführerschaft. Diese Position wird getragen durch den Umsatz von Chivas Regal, Ballantine's und Royal Salute. Die Absatz-

steigerung von 32% für Martell Cognac im Jahresumsatz 2010 wird auf die guten Umsätze im chinesischen Markt zurück geführt. Im letzten Geschäftsjahr, das im Juni 2010 endete, erreichten die Nettoumsätze in China 9% des Gesamtvolumens. Damit rückt China bedenklich nahe an den Um-

satz der Kern- und Mutterlandes des Unternehmens heran: Frankreich steht für einen Nettoumsatz von 10% des gesamten Jahresumsatzes. Übrigens beansprucht Pernod Ricard für seine Marke Martell Cognac einen Anteil von 41% am chinesischen Markt für Cognac!

just-drinks ; 17.02.2011

Scotland

Morrison Bowmore hat für die Lowland Brennerei des Unternehmens 2 Jahrgangsabfüllungen in Fassstärke gebracht mit den:



Auchentoshan 1977
240 Flaschen ; 49,0%

gereift in Oloroso Sherry-Fässern aus europäischer Weißeiche.



Auchentoshan 1998
6.000 Flaschen ; 54,6%

gereift in Fino Sherry Fässern

Zur Erinnerung an die Gründung der Brennerei vor 175 Jahren wurde von *Grant & Sons* ein besonderer Malt geschaffen:

18 der besten Fässer, je **3** der letzten **6** Jahrzehnte: Diese Zahlen stehen für das Gründungsjahr der Glenfarclas Brennerei: 1836.



Glenfarclas 175

6.000 Flaschen weltweit mit 43%

Die Geschenkpäckung zielen Etiketten aus den letzten 6 Jahrzehnten:

Schwere Sherry-Editionen aus den 50er und 60er Jahren, leichte fruchtige Abfüllungen der 70er und 80er Jahre und letztendlich die Frische aus den 90er und 2000er Jahre.

Dieser Malt ist unglaublich cremig im Geschmack - mit dem typischen Sherryaromen, für den Glenfarclas Single Malt in der ganzen Welt berühmt ist. Hinzu kommt ein Hauch von getrockneten Früchten.

Der Abgang ist lang, elegant und erinnert an Schokolade-Vanille-Kuchen.

Neue Abfüllungen

USA

Brown-Forman beliefert vorerst nur die Märkte der US-Bundesstaaten Florida, Kentucky, Louisiana und Texas mit dem neuen



Collingwood Canadian Whisky
Maplewood mellowed ;

Der Collingwood ist dreifach destilliert, reift in Fässern aus Weißeiche und wird dann dem *maplewood mellowing* unterworfen, das als die kanadische Variante des für die Herstellung von Jack Daniel's Tennessee Whiskey bekannten *Lincoln county mellowing* Verfahren anzusehen ist. Die Flasche ist sicherlich noch recht gewöhnungsbedürftig, erinnert sie doch intensiv an eine überdimensionale Parfümflasche - wie einst die heute bei Sammlern begehrte Flasche für Tomintoul Single Malt Scotch.

hat für den Verkauf im Reisebereich eine besondere Verpackung für ihren Maker's Mark Bourbon entwickelt, die auch den Sammler mobilisieren wird. Die Sonderverpackungen sind ab sofort bis zum Jahresende exklusiv nur in den Läden der Flughäfen der ausgewählten Städte erhältlich. Diese sind momentan in Europa Amsterdam, Barcelona, London, Madrid, Moskau, Paris. In den USA gibt es die Verpackung in Chicago, Los Angeles, Miami, Manhattan, Washington DC und San Francisco. Weitere Städte mit einer auf sie abgestimmten Verpackung sollen folgen.



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.