

BOTTLE

DAS BOTTLE MARKET MAGAZIN

AUSGABE 2019

GIN FACTS

Von London Dry
bis Old Tom.

INTERVIEWS

Alles über die Welt von
Whisk(e)y, R(h)um und Gin.

BRENNEREI REVIEWS

Wo man mal gewesen sein muss.

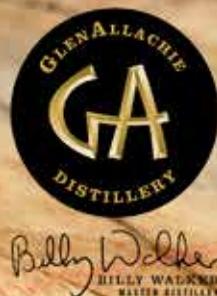


THE GLENALLACHIE

SPEYSIDE SINGLE MALT SCOTCH WHISKY



- Aged 15 Years
- Bourbon Cask Matured
- Sherry Cask Finish: Oloroso- & Pedro Ximenez
- Non-Chillfiltered
- Natural Colour
- Blended by Billy Walker
- Hier auf der Messe probieren: Halle 7 D20



Import und Vertrieb durch: Kirsch Spirituosen e.K. - Distribution of Spirits • www.kirschwhisky.de

EDITORIAL



© M3B / Christian Himmel

Hans Peter Schneider
(Geschäftsführer MESSE BREMEN)
Anja Rickmeier
(Projektleiterin BOTTLE MARKET bei der MESSE BREMEN)

HANS PETER SCHNEIDER & ANJA RICKMEIER:
Liebe Spirit-Fans, we proudly present:
die erste Ausgabe des BOTTLE Magazins!

HANS PETER SCHNEIDER: Seit 2014 ist unsere Messe BOTTLE MARKET in Bremen und umzu ein fester Termin im Kalender vieler Freunde hochprozentiger Tropfen.
Ob Whisk(e)y, R(h)um oder Gin: Wenn es um erstklassige, rare, ausgefallene Spirituosen oder aber auch um junge und experimentierfreudige Brennereien geht – wir haben sie alle.

ANJA RICKMEIER: Daher ist der BOTTLE MARKET in der MESSE BREMEN für viele Kenner und auch für die Einsteiger mittlerweile DIE Anlaufstelle in Norddeutschland. Da war es naheliegend, dass wir unsere Leidenschaft für Genuss und hochwertige Produkte mit unseren treuen und neuen Besuchern in einem Messemagazin teilen.

HPS: Achtung! Das Heft, das Sie in den Händen halten, ist kein klassisches 08/15-Messemagazin – oder, Frau Rickmeier?

AR: Stimmt genau, Herr Schneider! Im BOTTLE Magazin informieren wir Whisk(e)y-Nerds, holen gleichzeitig Einsteiger ab und berichten in ausführlichen Interviews über die internationale Spirituosenzene.

HPS: Und diese Internationalität spiegelt sich auch bei den Ausstellern wider. Sie lockt jedes Jahr Tausende Besucher, auch von weit her, zu uns nach Bremen. Der BOTTLE MARKET hat sich zu einem festen Bestandteil unseres Portfolios entwickelt – und hat mit dem Anteil internationaler Aussteller großes Potenzial.

AR: Trinken Sie eigentlich Whisk(e)y, Herr Schneider?

HPS: Ehrlich gesagt, bevorzuge ich R(h)um und habe eine Vorliebe für gut gemachte Obstbrände. Das ist das Tolle am BOTTLE MARKET, obwohl der Schwerpunkt auf Whisk(e)y liegt, ist die Auswahl dennoch für alle Geschmäcker enorm.

AR: Wir ergänzen uns gut, Herr Schneider, denn mein Herz schlägt für Whisk(e)y und Gin. Im Magazin erklärt Florent Beuchet von Compagnie des Indes, was einen „ehrliehen“ Rum ausmacht und zu welchen Speisen man ihn am besten trinkt. Angela D'Orazio, Master Blenderin und „Chief of Nose“ der schwedischen Brennerei Mackmyra, erzählt uns, wie mithilfe künstlicher Intelligenz hergestellter Whisky schmeckt. Und wer schon immer wissen wollte, wie man Whisk(e)y richtig verkostet und welche Gin-Sorte die passende für einen selbst ist, erfährt das alles in unserem Heft.

HPS: Klingt spannend. Vielleicht entdecke ich noch eine Vorliebe für Whisk(e)y oder Gin.

HANS PETER SCHNEIDER & ANJA RICKMEIER:
Slainté und viel Spaß beim Lesen! 🍷



Titelbild: @Mackmyra Whisky

INHALTSSTOFFE

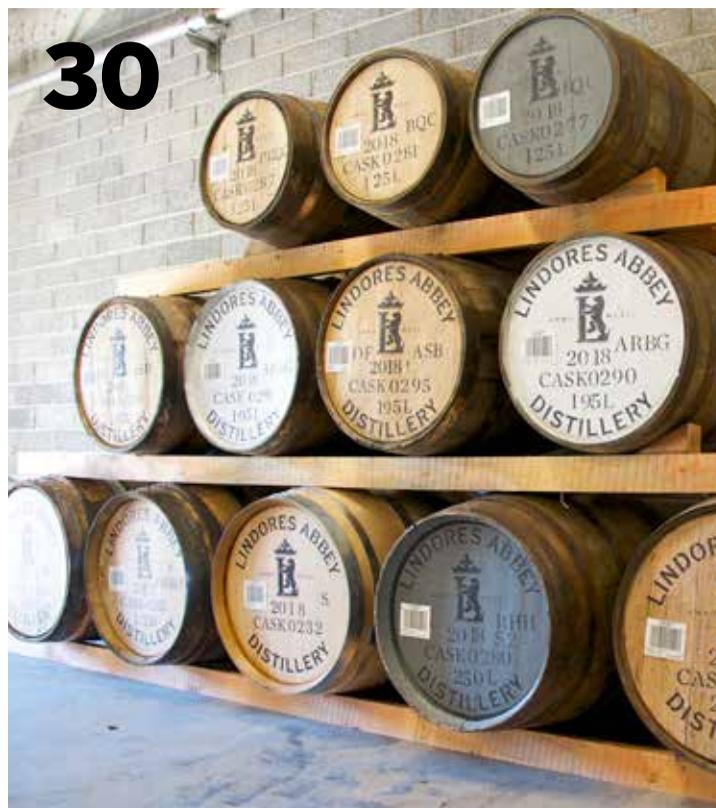


20

80
**AUSSTELLER-
 VERZEICHNIS**



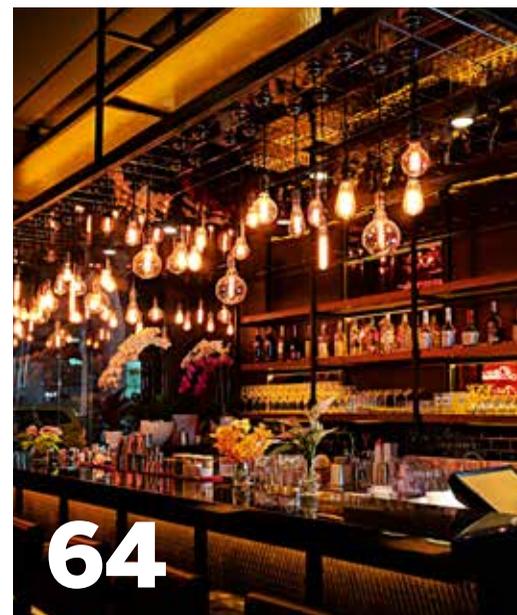
42



30



24



64



52

- 06** „Das Aroma eines einzigen Augenblicks.“
- 10** Landeskunde im Glas
- 16** „Die Welt der Rums ist eine Welt der Piraten!“
- 20** „Ein Whisky muss den Trinkenden in Bann schlagen.“
- 24** Skandinavischer Whisky: Nur die besten werden überleben.
- 30** Liebe auf den ersten Schluck
- 42** Gin Facts
- 46** Rum predigen und Wein trinken
- 52** Deutscher Whisky: Vom Außenseiter zur echten Konkurrenz
- 56** Whisky-Verkostung
- 58** „Gut ist das, was schmeckt.“
- 64** Cocktail-Rezepte
- 70** Wissenswertes über das richtige Werkzeug vor dem Zigarren Genuss
- 72** „Guten Whisky kann man überall herstellen.“
- 78** Winterliche Rezepte mit feinen Likören
- 80** Ausstellerverzeichnis

IMPRESSUM

Erscheinungstermin: Ausgabe 1, 15. November 2019
Verantwortlich für die Inhalte: M3B GmbH, Findorffstraße 101, 28215 Bremen, Deutschland
Redaktion: Anja Rickmeier (verantwortlich), Canan Sevil und Imke Zimmermann (alle M3B GmbH); Leon Schuster (Malt Mariners), Alice Kupermann Nogueira (Schlumberger) und Dr. Birgit Bornemeier (Reisekulturen)
Gestaltung und Realisierung: eszett kreativagentur
Auflage: 6.000 Stück

„Das Aroma eines einzigen Augenblicks.“

THE SCOTCH MALT WHISKY SOCIETY
ESTD THE VAULTS
LEITH, SCOTLAND



Grüne Flaschen, ein Nummerncode, dazu Tasting-Notizen wie „Nackt im Wald“ oder „Blutvergießen im alten Sägewerk“ auf dem Etikett: Sie sind das Markenzeichen der Scotch Malt Whisky Society (SMWS), größter unabhängiger Abfüller von Einzelfass-Scotch weltweit.

Seine ganz besondere Note: Produziert wird fast ausschließlich für Mitglieder, denn die SMWS ist zugleich der größte Whisky-Club der Welt – der sich auf dem BOTTLE MARKET erstmals in Bremen vorstellt. Ein außergewöhnliches Konzept. Darüber sprach das BOTTLE Magazin mit Markenbotschafter John McCheyne ebenso wie über die Eigenheiten von Einzelfass-Whisky und die Zukunft des Scotch.

BOTTLE: Wie ist die SMWS entstanden?

JOHN McCHEYNE: Am Anfang war ein kleines Einzelfass Glenfarclas Ende der 1970er-Jahre. Dieses Fass hatte ein Whiskyfan ergattert – Phillip „Pip“ Hills in Edinburgh, um genau zu sein, und zwar nachdem ihn ein Freund mit der Grant-Familie von Glenfarclas bekannt gemacht hatte. Das war eine Rarität in einer Zeit, in der noch Blends dominierten. Hills lud alle seine Freunde ein, sich Whisky abzufüllen – und die genossen es. Ein paar Jahre später reifte der Entschluss, den Verein zu gründen, um noch mehr Menschen die Freude an Einzelfässern nahezubringen.

Was ist so besonders an Single Malt aus Einzelfässern?

Das ist ein absolut naturbelassenes Produkt. Jedes einzelne Fass ist anders. Das liegt am Holz, an dem, was vorher darin gelagert wurde, am Klima und den brennereispezifischen Produktionsverfahren. Das Wunder eines Einzelfasses besteht darin, dass der Geschmack eines einzigen Augenblicks eingefangen ist. Und es kann etwas sehr Emotionales sein, einen Single-Cask-Whisky zu trinken, wenn Sie mit diesem Augenblick etwas Bedeutungsvolles verbinden. So ein Whisky ist für mich übrigens der beste: einer, der mehr ist als ein Drink, der Gefühle weckt.

Verachtet die SMWS Blends?

Nein, gar nicht – das ist ja eine Geschmacksfrage. Ich selbst trinke auch manchmal Blends, da gibt es gute Sachen! Übrigens hat auch die SMWS in jüngerer Zeit welche abgefüllt,

zum Beispiel Whisky aus verschiedenen Sherry-Fässern oder Islay-Sorten, die wir ‚Exotic Cargo‘ und ‚Peat Faeire‘ genannt haben. Auch einen Cognac-Blend haben wir gemacht.

Und wie fanden die Mitglieder das?

Die waren begeistert, sodass wir das gelegentlich auch weiter Blends und andere Spirituosen ins Programm nehmen werden. Wir möchten den Mitgliedern ja unterschiedlichste Erlebnisse ermöglichen. Ein Einzelfass ist eine ganz eigene Erfahrung. Andere Sorten ergänzen unser Spektrum, sie ersetzen es nicht.

Wie findet die SMWS interessante Brände?

Da gibt es verschiedene Wege: Das Spirits Team der SMWS spricht mit Brennereien über deren Fässer, manchmal tritt auch eine Brennerei an uns heran oder eins unserer Mitglieder bietet uns ein Fass an, das es einige Jahre zuvor gekauft hat. Für die SMWS und andere unabhängige Abfüller kann es bei manchen Destillieren schwierig sein, etwas zu bekommen, weil sie ihre Fässer lieber selbst behalten. Sehr schwer ist es zum Beispiel mit Glenfiddich und Talisker. Wir haben aber Fässer von 130 Brennereien in unseren Lager. Wenn wir überlegen, etwas abzufüllen, kostet das Spirits Team den Whisky vor und reicht ihn, wenn er für gut befunden wurde, an unser eigentliches Tasting Panel weiter.

Wie setzt sich diese Jury zusammen und wie arbeitet sie?

So eine Jury besteht aus sechs bis sieben Mitgliedern. Für die Besetzung können wir aus einem Kreis von ungefähr 20 externen Experten wählen. Das Panel tagt zweimal pro Woche und verkostet dann etwa sechs bis zehn Whiskys. Der Vorsitzende fasst die Einschätzungen anschließend in Tasting-Notizen zusammen. Was die Jury befürwortet, nehmen wir in unsere Abfüllungen auf, setzen die Notizen auf das Flaschenetikett und veröffentlichen sie in unserem monatlichen Mitgliederjournal „Outturn“. Insgesamt füllen wir pro Jahr 500 Fässer ab.



Fotos: Ewan Saldarini & David Parry

Die SMWS hält die Identität der Mitglieder streng geheim. Warum?

Die Jurys sind ja immer wieder unterschiedlich besetzt. So sind die Tasting-Notes zu den verschiedenen Abfüllungen von vielen unterschiedlichen Experten. Es wäre nicht hilfreich, wenn diese Leute dauernd angesprochen werden und erklären sollen, warum sie dies oder das gesagt haben, wenn sie an der Bewertung einer bestimmten Abfüllung gar nicht beteiligt waren. Aber zwei von ihnen kann ich doch verraten, gute Jury-Vorsitzende, weil sie sehr eloquent sind und über Schottland hinaus bekannt. Der eine ist Charles MacLean, der schon fast 20 Whisky-Bücher herausgebracht hat. Der andere wird auch „Der Whisky-Barde“ genannt: Es ist der Folk-Musiker und Autor Robin Laing.

Ein Geheimnis macht die SMWS auch um die Destillieren. Sie werden auf dem Etikett nicht genannt, sondern verbergen sich in einem Nummerncode. Warum? Und wie liest man den Code?

Zwei Gründe: Unsere Mitglieder sollen eine Sorte nur deshalb nicht probieren, weil sie sonst die Whiskys einer bestimmten Brennerei nicht mögen. Auch wollen manche Destillieren die Markenkontrolle behalten. Einzelfassabfüllungen schmecken anders als die üblichen Erzeugnisse dieser Brennereien. Sie verkauften ihre Fässer darum nur dann an Abfüller und Blender, wenn ihr Name nicht genannt wird – das war ganz besonders in den 1980ern so. Aber nun zu dem Code. Unsere

erste Abfüllung war – natürlich – ein Glenfarclas und der bekam die Nummer 1.1, wobei die vordere 1 für die Brennerei steht, die hintere für das erste Fass aus dieser Produktion. Darüber hinaus äußern wir uns nicht. Hier aber ein Tipp: In den Tasting-Notizen auf den Flaschen verstecken wir kleine Hinweise. Und im Internet kursieren Listen ...

Heute spricht man von den fünf Whisky-Regionen Lowlands, Highlands, Speyside, Islay und Campbeltown. Wie unterscheiden sie sich?

Die Einteilung ist über viele Generationen gewachsen und fasst bestimmte Geschmacksrichtungen zusammen. Demnach gelten Highland-Whiskys als besonders würzig, mit der Speyside werden zum Beispiel Süße und Fruchtigkeit assoziiert, mit Islay-Sorten Noten von Torf. Da geht es aber

*„Das Wunder eines
Einzelfasses besteht darin,
dass **der Geschmack eines
einzigsten Augenblicks**
eingefangen ist.“*

auch um Marketing. Sie können natürlich getorfte Speyside-Whiskys finden und ungetorfte Islays. Das Regionen-Denken entstand über die Zeit in Reaktion auf die Nachfrage von Blendern, die von Brennereien bestimmte Aromen erwarteten. Aber Destillieren in allen Regionen können innovativ sein und sind das auch. Auch sagen manche, dass etwas sehr faszinierendes am Standort einer Brennerei ist, das sich anderswo nicht wiederholen lässt.

Die SMWS setzt vermutlich keine regionalen Schwerpunkte – aber welche Herkunft schätzen Sie besonders?

Ich mag Islay-Whiskys sehr und insbesondere Laphroaig. Da kommt das Gefühl ins Spiel, von dem ich sprach. Die Laphroaig-Destillerie war die erste Brennerei, die ich jemals besichtigt habe – und zwar 1983 im Jahr der Gründung der SMWS. Das ist eine tolle Geschichte – ich freue mich schon, sie einmal unseren deutschen Mitgliedern zu erzählen. Der Besuch damals war eine sehr schöne, freundschaftliche Erfahrung. Jeder Tropfen Laphroaig erinnert mich daran.

Wie geht es der Scotch-Industrie insgesamt aktuell?

Zurzeit würden Bourbons und irische Whiskys boomen, sagen viele. Aber tatsächlich gehen Scotch-Verkaufszahlen hoch, insgesamt um 7,8 Prozent und Single Malt im Speziellen um 11,3 Prozent. Letzterer hat sich zu einem Riesenphänomen entwickelt, sodass die Brennereien große Anstrengungen unternehmen müssen, um die Nachfrage zu befriedigen. Sie können die Lage auch daran ermessen, dass

es aktuell mehr als 120 Destillieren in Schottland gibt. Davon haben allein in den vergangenen zwei bis drei Jahren 16 neu aufgemacht und weitere Eröffnungen sind absehbar. In Großbritannien haben wir 900 Milliarden Liter Regen pro Jahr. Wir bemühen uns sehr, so viel wie möglich davon in Whisky zu verwandeln! Zumal bei uns mehr Gerste pro Hektar Land wächst als in irgendeinem anderen Land.

Gibt es da auch innovative Entwicklungen?

Wir müssen die geltenden Bestimmungen dazu beachten, was Whisky ist. Manche anderen Länder haben, anders als Schottland, nicht so strenge oder gar keine Richtlinien dafür, was man Whisk(ey nennen darf. Zum Beispiel dürfen wir keine Aromen zusetzen. Natürlich experimentieren unsere Brenner aber mit den Gerstensorten, den Hefen, dem Torf oder dem Produktionsprozess. Ganz besonders setzen sie für Innovationen auf die Arbeit mit unterschiedlichen Fässern. Die meisten Single-Malt-Destillieren habe unterschiedliche Stile im Angebot.

Würden Sie sagen, Scotch ist besser als amerikanischer oder irischer Whiskys?

Manche werden sagen, ich bin voreingenommen. Aber ich mag den Gedanken, wenn das auch ein weites Feld ist und manche Sorten aus den USA, aus Irland oder anderen Ländern exzellent sind. Vergleich sind immer schwierig – zum Beispiel wenn man einen Premium-US-Bourbon und einen schottischen Blend der Einstiegsklasse betrachtet. Scotch hat Vorteile wegen seiner Geschichte, dem Brennverfahren und der enormen Vielfalt. Whisky gehört seit Hunderten von Jahren zum Leben in Schottland. Aber ich würde nie sagen: „Probiert bloß nie was anderes“! Die Westland Distillery in Seattle/USA zum Beispiel produziert einen tollen Single Malt, auch die John Paul Distillery in Indien erzeugt erstklassige Whiskys. Ich habe demgegenüber auch schon schlechten Scotch getrunken. Kommt allerdings nicht oft vor ...

Welche nicht schottischen Whiskys haben Sie in den vergangenen Jahren am meisten überrascht?

Der erwähnte Westland, aber auch Armorik aus Frankreich oder der Whisky von Mackmyra in Schweden, St. Gorges in England und der irische Midleton Barry Crockett. Unter den deutschen Whiskys mag ich Slys am liebsten – vielleicht kauft die SMWS irgendwann ein Fass.

Wenn Sie nur eine SMWS-Flasche kaufen dürften – welche wäre das?

Die mit der Nummer 29.156 – natürlich ein Laphroaig, dieser hier wurde im Sherry-Fass gelagert. Ist aber leider ausverkauft. Ich wünschte, ich hätte eine Kiste erworben. Na ja, andererseits erleben wir bei der SMWS jeden Monat neue Geschmacksoffenbarungen. 🍷

Landeskunde IM GLAS

Das Spannende am Whisky ist seine extreme Vielfalt, bezogen auf die Aromen im Glas und auf den Erlebniswert, der mit dieser Spirituose verbunden ist. Mit ihrem Spezialveranstalter Reisekulturen bringt Dr. Birgit Bornemeier Whisky-Wissen touristisch auf den Punkt und Enthusiasten an den Ort des Geschehens. Die Expertin verriet dem BOTTLE Magazin Tipps für die perfekte Whisky-Reise.



Ich komme aus der Geografie und verstehe meine Whisky-Reisen als „Landeskunde im Glas“. Ich lege großen Wert darauf, neben geschmacklichen, regionalen und technischen Fragen auch historische, soziale, kulturelle und wirtschaftliche Aspekte einzubinden.

Tatsächlich ist für die meisten meiner Kunden Whisky der Auslöser, eine Reise nach Schottland oder Irland zu planen. Qualität und Geschmack der Destillate sind für meine Arbeit daher wichtig, denn sie sind der Dreh- und Angelpunkt, an dem sich das Interesse der Genießer verankert. Sie machen neugierig darauf, Whisky vor Ort zu erleben.

Whisky ist weit mehr als ein Hobby, er verbindet als Lebensstil. Das Erlebnis hat mit Aromen zu tun, vor allen Dingen aber auch mit Menschen. In den letzten Jahren ist der Kreis der Whisky-Freunde stark gewachsen. Man trifft sich in privaten Gruppen und Whisky-Clubs, bei Tastings, in Fachgeschäften, bei Whisky-Dinners oder Messen. Vielfältiger und unterhaltsamer als auf Veranstaltungen wie dem BOTTLE MARKET kann kaum verkostet werden und Whisky-Reisen führen dieses gesellige Erlebnis noch weiter.

Schottland, wo aktuell 137 Malt-Whisky-Destillieren produzieren, ist nach wie vor das wohl stärkste Sehnsuchtsziel vieler Whisky-Reisenden. Kürzlich las ich, dass der Whisky-Tourismus hier seit 2010 um 56 Prozent zugenommen hat. Doch auch Irland hat sich z. B. in den vergangenen Jahren mächtig entwickelt, die deutschen Brennereien bieten hervorragende Touren an und die Schweizer haben schon vor Jahren einen „Appenzeller Whisky-Trek“ entwickelt.

Bleiben wir bei der Whisky-Reisedestination Schottland: Hier gibt es mittlerweile ein vielfältiges Angebot an Gruppenreisen mit thematischem Schwerpunkt. Bei vielen Anbietern ist die Reisegruppe international, die Bordsprache somit Englisch, der Busfahrer ist gleichzeitig Reiseleiter und das Whisky-Programm ist nicht inklusive. Deutschsprachig geführte Whisky-Reisen gibt es nicht mit einer vergleichbaren terminlichen Vielfalt, doch oft sind sie thematisch intensiver, speziell dann, wenn sie von Whisky-Experten geleitet werden. Dabei sind vielfältige Blicke auch hinter die Kulissen der Produzenten und Abfüller möglich und es öffnen sich (Warehouse-)





sich von der Landschaft kaum losreißen und möchte bei jeder Gelegenheit für einen Fotostopp halten. Whisky-Enthusiasten haben individuelle geschmackliche Vorlieben und ihnen eine passende Flasche als Geschenk auszusuchen ist oft gar nicht so leicht. Bei Whisky-Touren wird es noch anspruchsvoller, da neben den Whisky-Präferenzen auch andere Reisewünsche zu berücksichtigen sind. Schließlich soll es kein trockenes Seminar zur Wissensvermittlung, sondern ein erlebnisreicher Urlaub werden. Eine allgemeine Schottlandreise ist daher oft nicht das Richtige. Wird eine Whisky-Reise als Geschenk geplant, hilft der Blick in den Barschrank, das Whisky-Regal oder – auch das gibt es – das Whisky-Zimmer des Beschenkten. Dort lassen sich Wünsche quasi an den Flaschen ablesen und die geben mehr preis als nur die Lieblingsmarken und bevorzugten Regionen. Sie lassen erkennen, ob eine Standard-Rundreise für den ersten Überblick das Richtige ist oder ob spezielle Warehouse-Tastings mit dem Destillier-Manager und Masterclasses bei unabhängigen Abfüllern die passenden Highlights wären.

Ein wichtiger Aspekt ist, ob es eine hundertprozentige Whisky-Reise sein soll. Whisky-Freunde bejahen dies meist, doch wenn die Begleitperson (noch) nicht für das Thema brennt, kann eine Kombination mit Kultur- und Landschaftserlebnis passender sein. In Schottland stehen Outdoor-Erlebnisse naturgemäß oft ganz weit oben auf dem Reise-Wunschzettel. Whisky-Wanderungen, Torfstechen oder eine Landrover-Tour sind gute Ergänzungen zum klassischen Verkostungsprogramm, während Whisky-Segeltörns eine eigenständige, sehr beliebte Reiseart sind. Das schwimmende Hotel ankert dann am Pier vor der Destillerie und Schottland, so sagt man, sieht vom Wasser noch schöner aus.

Zum Schluss noch die Antwort auf die häufigste Frage rund um Schottlandreisen - die nach der idealen Reisezeit. Speziell für hundertprozentige Whiskytouren sind es Frühjahr und Herbst. Die klimatischen Bedingungen sind meist recht mild und angenehm, häufig sogar sonnig. In den Destillieren ist es ohnehin immer warm und sollte es tatsächlich mal regnen, denken Sie wie die Schotten: „Today's rain is tomorrow's whisky!“ ☔

Türen, die Touristen in der Regel verschlossen bleiben. Den Vorteil von Kleinstgruppen mit Chauffeur-Guide im Neunsitzer-Van sehe ich vor allen Dingen in der sehr persönlichen Reiseleitung und maximalen Flexibilität.

Auch als Selbstfahrer mit eigenem Pkw lässt sich Whisky erleben, selbst wenn der Fahrer tagsüber bei den Verkostungen verzichten muss. Einige Brennereien denken mit und geben Verkostungsmuster zum Mitnehmen aus. Mit Sach- und Ortskenntnis lässt sich die Reise zudem so planen, dass die Unterkunft in fußläufiger Entfernung oder kurzer Taxi-Distanz zur Destillerie liegt. Die Auswahl in der Hotelbar oder im Pub um die Ecke ist nicht selten außergewöhnlicher als die Whiskys, die im Rahmen von Standard-Touren ausgeschenkt werden. Eine geschickte Planung berücksichtigt bei Selbstfahrertouren daher Unterkünfte mit oder in der Nähe von einer Whisky-Bar. Eine schottische Eigenart sind ‚honesty bars‘ auf Vertrauensbasis, wie sie einige B&Bs und Guesthouses pflegen. Auch wenn ein Haus nur wenige Zimmer hat, umfasst die Bar oft einige Hundert Abfüllungen. Ehrensache unter Whisky-Freunden, dass nicht betrogen wird.

Wie Wasser, Gerste, Hefe und ein Eichenfass nur die Grundzutaten für Whisky sind, sind Flug, Mietwagen, Hotel und der Destillierbesuch nur reisetechische Basisleistungen. Beim Whisky wie auch bei Reisen ist die Herausforderung, aus diesen Zutaten ein unvergessliches Erlebnis zu kreieren.

Plant man selbst, sind einige Punkte zu bedenken. Hektik passt so gar nicht zu Schottland. Hier ticken die Uhren langsamer. Auf der berühmten Whisky-Insel im Westen des Landes nennt man das ‚Islay time‘. Man braucht Zeit und Muße für die exakte Vorausplanung der Tour oder unterwegs vor Ort. Für inhaltsreiche und hochprozentige Whisky-Reisen ist eine relativ kurze Reisedauer von vier bis sieben Tagen optimal. Organisatorisch wird eine kompakte Reiseplanung mit Öffnungszeiten und Führungsterminen der Destillen damit schnell zum komplexen Schiebepuzzle, gerade dann, wenn Fähren involviert sind. Schottische Distanzen lassen sich in Meilen messen, doch der Zeitaufwand wird insbesondere aus hiesiger Sicht tendenziell unterschätzt. Viele Straßen sind einspurig und/oder sehr kurvig. Zudem ist die Fahrzeit stark witterungsabhängig. Scheint die Sonne, kann man



„Die Welt der Rums ist eine Welt der Piraten!“



„Compagnie des Indes“: In dem Namen des unabhängigen Abfüllers und Handelshauses schwingt Geschichte mit – Wirtschaftsgeschichte. Das französische Unternehmen sieht sich in der Tradition der Handelsflotten des 17. und 18. Jahrhunderts, die aus Indien und anderen fernen Ländern exotische Güter in ihre europäische Heimat importierten.

Der erst 31 Jahre alte Florent Beuchet ist der Mann hinter der Compagnie des Indes, die in Deutschland und darum auch auf dem BOTTLE MARKET von der Perola GmbH vertreten wird. Mit dem BOTTLE Magazin sprach der Rum-Liebhaber unter anderem über guten und schlechten Rum und darüber, wie man zu einem Kenner wird.

BOTTLE: Aus der Vielzahl der klassischen Spirituosen haben Sie sich Rum zum Beruf erkoren. Warum?

FLORENT BEUCHET: Schicksal. Ich habe in Frankreich einen Master in Internationalem Wein- und Spirituosenhandel erworben. Dann ergab sich die Möglichkeit, nach New York zu gehen und als Brand Manager für den unabhängigen Abfüller Banks Rum zu arbeiten, der auf Blends spezialisiert ist. Dort habe ich gemerkt, wie vielfältig die Welt der Rums ist, wie viele Geschmacksrichtungen es gibt – ich war gefangen.

Wie oft reisen Sie, um neue Rums zu entdecken, und wie lange dauert es, bis Sie einen finden?

Reisen kostet sehr viel, darum bin ich nicht so viel unterwegs, wie ich es gern wäre. Ich mache alle zwei Jahre eine große Tour – zuletzt Anfang 2018. Damals habe ich in 30 Tagen 30 Destillieren in neun Karibikstaaten besucht. Mit sieben Brennern bin ich gleich vor Ort ins Geschäft gekommen. Manchmal klappt es aber auch nicht oder es dauert Jahre – das hängt zum Beispiel von den geforderten Preisen, der Qualität oder auch der produzierten Menge ab.

Vielfach ist zu lesen, nach dem Gin werde Rum der nächste große Hype. Stimmt das?

Für Europa ja. Hier ist Rum ziemlich populär geworden. Den Weg dahin haben die leicht trinkbaren, sehr kommerziellen Marken bereitet, die dunkel und sehr süß sind. Inzwischen beobachten wir aber, dass die Verbraucher immer sachkundiger werden und zu ehrlicheren Sorten greifen. Die Menschen werden immer empfindlicher in Sachen Qualität und machen sich Gedanken über Zusatzstoffe. Darum ist Europa ein guter Markt für Qualitätsrum.



„Mein Hauptmarkt ist Frankreich, aber Deutschland kommt an zweiter Stelle – und hier verzeichne ich Zuwächse von 20 Prozent jährlich.“

Gut sind natürlich auch Sorten aus Brennereien, die ihren Betrieb eingestellt haben – da kommt ja nichts mehr nach.

Welchen Rum empfehlen Sie Einsteigern?

Etwas Einfaches, aber doch Ehrliches. Da kommen Rums aus der französischen Karibik, etwa von Martinique, in den Sinn. Oder von Jamaica und aus Südamerika.

Haben Sie selbst einen Favoriten?

Ja, unseren Jamaica Navy Strength mit 57 Prozent Alkohol. Weil der so hochprozentig ist, entfalten sich die Aromen besonders gut – man trinkt davon natürlich nur wenig. Er eignet sich aber auch sehr gut für Cocktails, zum Beispiel einen Hemingway Daiquiri, einen Old Cuban oder einen Old Fashioned.

Food-Pairing ist ja in aller Munde – was isst man zu einem guten Schluck Rum?

Rum passt gut zu scharfen Speisen, aber auch zu Austern, Shrimps und geräuchertem Fisch oder Gebäck.

In Deutschland stagniert der Absatz von Rum nach Zahlen des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure. Machen Sie diese Erfahrung auch selbst?

Nein, kann ich nicht sagen. Mein Hauptmarkt ist Frankreich, aber Deutschland kommt an zweiter Stelle – und hier verzeichne ich Zuwächse von 20 Prozent jährlich. Das liegt sicher auch daran, dass ich viele Präsentationen in Bars und Spirituosengeschäften mache – oder auf Messen.

Sie haben ja eigens für den deutschen Markt einen Rum kreiert, der im Bierfass gereift wurde. Wie ist die Resonanz darauf?

Oh, ziemlich gut, soweit ich weiß. Den Leuten gefällt die Verpackung des „Oktoberum“ und auch das Etikett ist hübsch. Und wenn Sie jetzt gleich fragen wollen, ob wir noch mal was Ähnliches machen werden: Kann sein, aber aktuell ist nichts in Planung.

Wird hier auch am meisten Rum getrunken?

Nein, da sind die USA ganz vorn. Die Amerikaner bevorzugen allerdings die schlechtesten Sorten.

Was nennen Sie „schlecht“?

Eine schlechte ist das Gegenteil von einer ehrlichen Sorte. Damit meine ich Rums, die stark mit Zucker, Vanille und Farbstoffen versetzt sind. Die Welt der Rums ist eine Welt der Piraten!

Ist Alter ein Qualitätsmerkmal?

Das glauben Kunden oft, zumal alter Rum meist teurer ist. Aber er ist deshalb nicht per se gut, sondern kann total trocken und holzig sein, unausgewogen. Demgegenüber kann auch ein sehr junger Rum schön kraftvoll schmecken. Lassen Sie mich auch ausdrücklich betonen, dass die Farbe des Brandes nicht das Geringste mit seiner Qualität zu tun hat. Verbraucher halten oft, aber irrtümlich eine dunkle Färbung für ein Zeichen von Alter und damit Qualität. Darum setzen Brenner 90 Prozent der Rumsorten Farbstoffe zu. Ich mache das nicht – ich habe darum zum Beispiel einen 20 Jahre alten Rum im Angebot, der so hell wie Weißwein ist.

Weil manche Erzeuger und Händler sich weigern, ihre Brände am Alter messen zu lassen, gibt es in der Whisk(e)y-Welt auch Abfüllungen ohne Altersangabe auf dem Etikett. Ist das bei Rum ebenso?

Ja, solche „No Age Statement“-Rums gibt es inzwischen. Einer der Hauptgründe ist, dass viele Angaben auf Etiketten in die Irre führen. Nehmen wir zum Beispiel die Angabe „Sistema Solera“. Sie bezeichnet einen bestimmten Reifungsprozess und trickst zugleich Verbraucher aus. Wenn da nämlich steht „Sistema Solera 23“, neigen die Verbraucher zu der Annahme, der Rum sei 23 Jahre alt. Wegen des Reifeprozesses kann aber tatsächlich nur ein einziger Tropfen in der Flasche so alt sein – der Rest dieses Rums aber viel jünger.

Gibt es wie bei Whisk(e)y einen Rum-Sammlermarkt? Wenn ja, was erzielt da welche Preise?

Ja, das nimmt zu. Meines Wissens hat ein Rum da schon mal mehr als 5.000 Euro erzielt.

Wenn ich ins Rum-Sammeln einsteigen will, was raten Sie mir?

Konzentrieren Sie sich auf die Einzelfass-Rums, die Single Casks also, und auf limitierte Abfüllungen.

Sie bieten viel mehr Rum als Rhum agricole an, landwirtschaftlich erzeugten Rum unmittelbar aus frischem Zuckerrohrsaft. Warum? Und bedauern Sie das?

Ja, das ist sehr schade. Tatsächlich ist dieser Rum von besonders guter Qualität, denn er wird nur in kleinen Mengen destilliert. Aber zum einen gibt es nicht so viele Brennereien, die darauf spezialisiert sind. Und zum anderen erzeugen sie eben alle nur recht wenig, sodass ich nicht mehr einkaufen kann.

Gibt es in Ihrem Produktspektrum noch echte Leerstellen, die Sie gern füllen würden?

Durchaus. Ich würde gern auch Rum aus Japan oder aus Südafrika anbieten. Ich bin sicher, dass es da feine Brände gibt – aber ich hatte noch nicht die Zeit, mich damit eingehender zu beschäftigen.

Sie haben sehr jung angefangen – wo sehen Sie sich und Ihr Unternehmen in 20 Jahren?

Hoffentlich lebe ich dann in der Karibik und habe neben der Compagnie des Indes auch meine eigene Brennerei. 🍹

SPA HNS
SCOTCHWAREHOUSE

Schottische und Irische
Whiskys

**EIGENE
EINZELFASS-
ABFÜLLUNGEN**

**Tastings
Whisky-Talks
Whisky-Events**

Holger & Manuela Spahn GbR
64807 Dieburg - Alte Mainzer Landstr. 27
06071/9899021
www.scotchwarehouse.de info@scotchwarehouse.de

Glenallachie
Spezial Single Malt Scotch Whisky
2008
2018
ISW
GOLD
2018

„Ein Whisky muss den Trinkenden in Bann schlagen.“

Ursprünglich wollte John Glaser Winzer werden, doch ein Mentor brachte den Amerikaner davon ab: Er würde dann nur am Ende einer langen Reihe stehen. Also zog es Glaser in die Weinwirtschaft. Er machte seinen Master of Business Administration und ging 1994 ins Marketing von „Johnnie Walker“.

Eine wegweisende Erfahrung, denn hier lernte er Scotch und die Kunst des Blendings kennen. Aus dem Hobby wurde Beruf. Nach dem Umzug von New York nach London gründete Glaser das Unternehmen „Compass Box“, auf dem BOTTLE MARKET von der Prineus GmbH vertreten. Mit dem BOTTLE Magazin besprach Glaser Legenden über schottischen Whisky, das Wesen des Mischens und seine Abneigung gegen die Bezeichnung „Master Blender“.

BOTTLE: Sie nennen sich „Whisky-Macher“. Das klingt nach Handwerk, nicht nach Kunst. Ist das Absicht?

JOHN GLASER: Der Begriff ist eine Wortschöpfung von uns. Er soll all das ausdrücken, was dazu gehört, einen Whisky in Flaschen zu füllen. All die Entscheidungen, die dafür zu treffen sind. Das Wort ist inspiriert vom englischen „winemaker“. Ein Winzer vergärt ja auch nicht nur Trauben, er pflanzt sie, er erntet sie, er mischt sie ... Wie ein Winzer ist ein Whisky-Macher zu vergleichen mit dem Dirigenten eines Orchesters, der alle Stimmen zusammenführt. Und so ist es schon Kunst, wie das Whisky-Machen anzugehen ist.

Wie wollen Sie nicht genannt werden?

Man schreibt und sagt das zwar ständig über mich, ich sei ein „Master Blender“. Den Ausdruck mag ich aber nicht. Das ist ein Begriff aus dem Marketing, dem keine formalen Standards zugrunde liegen.

Compass Box ist auf Blends spezialisiert – woher rührt Ihre Liebe fürs Mischen?

Richtiger ist zu sagen, wir sind Spezialisten für Scotch Whisky und wir erzeugen ihn durch Mischen. Blending ist für uns eine Plattform, um kreativ zu sein. Daraus entsteht dann etwas ganz Eigenständiges.

Was macht für Sie einen guten Verschnitt aus?

Dafür muss er ausgewogen und bezaubernd sein. Das heißt, es geht nicht nur um die Qualität des Whiskys. Er muss den Trinkenden in Bann schlagen, ihn wieder und wieder zurück ans Glas rufen.

Blends hatten lange kein gutes Image. Und bis heute gelten sie bei vielen als Whiskys von minderer Qualität.

Der negative Ruf rührt her von schlechtem Blending-Handwerk, nicht Blends per se sind schlecht. Schlecht sind nur langweilige Whiskys, die nicht fesseln.

Kann man einem schlechten Whisky durch geschicktes Blending zu großartigem Geschmack verhelfen?

Kurz und knapp: nein. Gute Blends entstehen aus guten Whiskys.

Was sagen Sie Blend-Verächtern?

Dass tatsächlich fast jeder schottische Whisky ein Blend ist – mit Ausnahme von Single Cask, der aus einem einzigen Fass stammt. Der Ausdruck Single Malt jedenfalls besagt schlicht, dass der Whisky aus Fässern einer einzigen Destillerie gemischt wurde. Das macht man, damit ein bestimmter Single Malt immer ähnlich schmeckt. Hintergrund: Die Fässer, in denen Whisky lagert und die seinen Geschmack wesentlich prägen, sind alle unterschiedlich – je nach Holz, Häufigkeit der Verwendung und so weiter. Glenmorangie etwa ist ein Beispiel für meisterliches Blending verschiedener Fässer.

Was steht am Anfang eines Blend-Prozesses? Ist es eine Vorstellung, etwa: „Das, das und das müssten gut harmonieren“? Oder ist am Anfang ein Brand, den Sie gut finden, aber für veredelbar halten?

Da gibt es nicht den einen, einzigen Weg. Manchmal beginnt es mit einem Einzelfass, bei dem wir uns fragen:

Was könnten wir hinzufügen, um den Geschmack noch ein bisschen interessanter zu machen? Manchmal gehen wir auch von einer Situation aus: Wie zum Beispiel muss ein Whisky für einen Sommernachmittag sein?

Wo ist der Hauptabsatzmarkt für Verschnitte?

Es gibt schon Gegenden in der Welt, wo Blends nicht stigmatisiert sind. Brasilien und Thailand etwa, Griechenland – Deutschland ist auch ein guter Markt, allerdings ein kleiner in Relation zur Größe des Landes. Wir selbst denken in anderen Kategorien. Wir schauen uns nach Leuten um, die sich für Whisky wirklich interessieren, Whisky-Enthusiasten also, die aufgeschlossen sind und nicht nur nach Markennamen gehen.

Haben Sie alles, was Sie können und tun, von Ihren Lehrmeistern bei Johnnie Walker gelernt, oder gibt es Verfahren, auf die Sie selbst quasi das Copyright haben?

Kein Copyright – aber wir machen manches schon anders als andere. Zum Beispiel blenden wir für eine unserer Serien zehn Jahre alte Single Malts aus drei Brennereien. Dann füllen wir die Mischung in Fässer, die extra für uns gemacht worden sind – mit Deckeln und Böden aus stark gerösteter französischer Eiche. Darin reift der Blend weitere drei Jahre und bekommt seine typische Note.

Wie finden Sie die richtigen Komponenten für einen neuen Whisky? Und wie geht das eigentliche Blending? Stehen Sie im Labor und mischen drei Teile von Brand A mit sechs Teilen von B und probieren? Und wenn die Mischung nicht schmeckt, testen Sie die nächste?

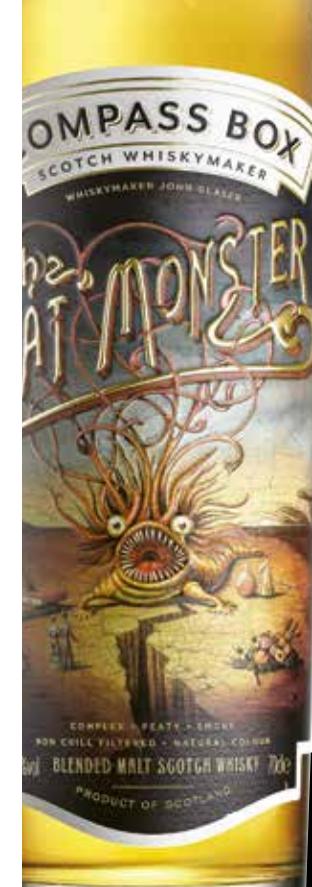
Das ist nicht falsch, wohl aber der Ausdruck Labor. Während wir sprechen, stehe ich gerade in unserem Blending Room. Das ist ein ruhiger Raum mit Schränken und Regalen an der Wand und einem großen Holztisch in der Mitte, auf dem viele, viele Probefläschen stehen – mehr ein Designerstudio als eine Werkstatt. Hier entwickeln wir Prototypen von jeweils 0,1 Litern. Das kosten und diskutieren wir, und wenn es uns nicht gefällt, machen wir weiter. Manchmal müssen wir dieses Prototyping ganz oft wiederholen, bis wir zu einem Ergebnis kommen.

Und wie lange dauert es, eine neue Rezeptur zu entwickeln?

Normalerweise rechnen wir mit drei bis sechs Monaten. Manchmal dauert es aber auch Jahre. Zum Beispiel wollte ich immer etwas stark Getorfte mit Ardbeg machen – ich liebe diesen Islay-Whisky. Ich habe aber nie welchen bekommen, weil die Brennerei nichts an uns verkaufte und die Marke insgesamt schwer zu bekommen ist. Dann klappte es doch, weil wir vor einigen Jahren zwölf Fässer erwerben konnten.



©Owen Biltliff



PRINEUS GmbH IMPORT & GROSSHANDEL FEINER SPIRITUOSEN

10% Rabatt

auf Flaschenkauf am Stand
7C30 – bei Vorlage dieser
Anzeige!

Grenzen verschieben,
neue Horizonte entdecken ...

Internationale Qualität ohne Schönfärberei.



PRINEUS GmbH | Preetzer Str. 10 | 24143 Kiel | 0431 - 77 59 15 92 | www.prineus.com

„Wie ein Winzer ist ein Whisky-Macher zu vergleichen mit dem **Dirigenten eines Orchesters**, der alle Stimmen zusammenführt.“

Kann ich selbst das Blenden lernen und wenn ja, was muss ich tun?

Prinzipiell können Sie das lernen, sofern Sie eine mindestens durchschnittliche Fähigkeit besitzen, unterschiedliche Aromen zu erkennen. Und sofern Sie große Lust dazu haben. Sie müssen nämlich zuvor jahrelang Whisky getrunken und sich im Schmecken geübt haben, um die Intuition dafür zu entwickeln, was funktionieren könnte, was ein spannender Whisky werden könnte im Unterschied zu einem gewöhnlichen. Das ist wie mit der Weisheit im Leben: Sie wächst über die Zeit.

Sie haben vor Kurzem den ersten Blend aus Whisky und Calvados herausgebracht. Puristen würden sagen: Warum begibt er sich auf Abwege?

Ich liebe die Kombination – und sie ist fesselnd. Die Geschichte dahinter ist die: Immer wenn meine Frau Amy früher Tarte Tatin oder Apfelkuchen machte, trank ich zu

dem Kuchen ein Glas Calvados. Irgendwann begann ich, ihn mit einem unserer Whiskys zu mischen – und schließlich ist dieser Blend herausgekommen.

Ihr neuestes Projekt?

Wir haben gerade eine Serie aufgelegt, die mit Legenden über schottischen Whisky aufräumen will: Zum Beispiel, dass Single Malt nicht geblendet sei – darüber sprachen wir ja schon. In den Bereich der Mythen gehört auch, dass „Regionen“ den Charakter eines Whiskys prägten. Dafür sind jedoch sämtliche Entscheidungen des Brenners verantwortlich – die Gerste, wie getorft sie ist (wenn überhaupt), die Hefen, die Dauer der Gärung, das Tempo der Destillation, das Fass. Das zeigen wir an einem Blend aus Speyside-Bränden. Whiskys berühmter Brennereien sind auch nicht zu kostbar, um gemischt zu werden – der Blend macht sie noch edler, das wollen wir belegen. 🍷

Skandinavischer Whisky: Nur die besten werden überleben.

78 spannende Editionen, 117 Auszeichnungen, 43 Goldmedaillen in 20 Geschäftsjahren. Mackmyra, die erste Single-Malt-Destillerie Schwedens, gehört zu den Abräumern der Whisky-Szene. Hinter diesem Erfolg steckt eine Frau: Angela D'Orazio.

Als Master Blenderin hat sie einen untrüglichen Geschmacksinn für gute Rezepturen, die sie im Moment der Inspiration auch mal mitten in der Nacht in ihrer Küche kreiert. Dem BOTTLE Magazin erzählt die Expertin, wie der Alltag eines Master Blenders aussieht, wie es als Frau in der Branche ist und wie man auf die Idee kommt, Whisky mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI) herzustellen.

BOTTLE: Jetzt mal im Ernst: Wachen Sie wirklich mitten in der Nacht auf, haben eine geniale Idee und rennen im Pyjama ins Labor?

ANGELA D'ORAZIO: (Lacht.) Ja, das kann mal vorkommen. Ich habe zu Hause ein kleines Küchenlabor, und wenn mir eine Idee kommt, teste ich sie sofort – auch wenn ich im Nachthemd stecken sollte. Die Idee nehme ich dann später mit ins große Labor im Büro und arbeite dort an ihr weiter.

Sie haben viele erfolgreiche Whiskys entwickelt. Wie kommen die Ideen?

Sie kommen in Gesprächen mit anderen, beim Essen oder Trinken, wenn ich andere Spirituosen probiere. Es gibt viele Wege, um auf eine gute Idee zu kommen. Das Wichtige ist aber, sie zu sammeln und sofort aufzuschreiben, damit sie nicht verloren gehen.

Und welcher Weg hat Sie auf die Idee gebracht, Whisky mit Hilfe von KI herzustellen?

Die Idee stammt von Mackmyra und ich wurde gefragt, ob ich Lust auf das Projekt hätte und Lust, Mentorin zu sein. Die Idee war wirklich unkonventionell und Neuland in Bezug auf Whisky. Ich bekam ein aufgeregtes Gefühl in der Magengegend und wusste: Das müssen wir tun!

Whiskyrezepturen zu kreieren ist ein komplexer Schaffensprozess. Man riecht, schmeckt, probiert. Wie macht man das mit KI?

Zusammen mit dem finnischen Technologieunternehmen Fourkind und den Cloud-Computern von Microsoft wurde ein Künstlicher-Intelligenz-Ansatz entwickelt. Dabei wurde die Produktionsmethode nicht berührt, nur der Mischteil. Dazu haben wir die KI mit detaillierten Informationen über unsere bisher mehr als 75 einzelnen Abfüllungen, Daten zur Reifung, Fermentation, Destillation, Geschmack, Beliebtheit bei Kunden und Auszeichnungen gefüttert. Die KI hat dann eine breite Palette verschiedener Rezepte ausgespuckt, einige interessanter als andere. Nach mehrmaligem Ausprobieren haben wir das Rezept identifiziert, für das wir uns letztendlich entschieden haben.

Ist Ihr Job jetzt in Gefahr?

(Lacht.) Nein! Die Expertise und den Geschmack eines Master Blenders oder eines Menschen kann die Maschine nicht ersetzen.

Das neue Produkt „Intelligens AI:01“ wird auch auf dem BOTTLE MARKET verkostet. Verraten Sie uns doch bitte, wie es schmeckt.

Intelligens ist ein goldgelber schwedischer Single Malt mit einem Aroma von Vanille, Karamell, Zitrusfrüchten und Birne. Der Geschmack ist ungewöhnlich tief und erdig, fruchtig mit deutlich würziger Eichennote und ist im Abgang wechselnd trocken und süß mit langem, einnehmendem Nachklang.

Klingt verdammt vielversprechend. Wie sind die Reaktionen bis dato?

Das hat weltweit für viel Aufsehen gesorgt und zweifellos hat es einige Puristen verärgert. Einige Leute dachten sogar, es sei alles eine Art Marketinglist, um Aufmerksamkeit zu erregen. Aber das war es nicht. Wir sehen die KI als Teil unserer digitalen Entwicklung und es ist sehr aufregend, sie in den Herstellungsprozess von Whiskey zu integrieren. Für mich als Master Blenderin ist es großartig sagen zu können, dass ich jetzt Mentorin für den ersten KI-Whisky der Welt bin.

Wie viele Fässer verkosten Sie so am Tag?

Beim Sampling, also der Zusammenstellung eines Produktes, etwa 30 bis 50 Fässer am Tag.

Da ist man den ganzen Tag bestimmt gut drauf.

(Lacht.) Ich trinke nichts, ich teste und spucke dann aus.

Woran merken Sie, dass ein Fass reif zur Abfüllung ist?

Das hat viel mit Wissen und Erfahrung zu tun. Beispielsweise kenne ich unsere Mackmyra-Produkte und weiß, wie sie sich verhalten. Ebenso kenne ich unsere Fässer und weiß, nach wie vielen Jahren sie reif sind. Wenn ich ein neues Produkt kreierte und am Ende zehn Fässer davon brauche, lasse ich 15 Fässer mit dem Destillat füllen. Nach der Lagerzeit probiere ich alle 15 Fässer durch und weiß: Okay dieses Fass ist jetzt fertig, dieses nicht oder dieses schmeckt fantastisch, setze meinen Haken dahinter und gebe die Auswahl zur Abfüllung.

Trinkt man als Master Blenderin privat eigentlich noch gerne Whisky?

Ja, sehr gerne. In Phasen, in denen ich blende und viel Whisky probiere, trinke ich privat weniger, um meine Zunge für die Arbeit zu schonen. Dann trinke ich abends Tee,

„Whisky ist eines der wirklich angenehmsten Dinge im Leben, die ich persönlich nicht missen möchte.“

damit meine Geschmacksnerven runterkommen und sich meine Zunge entspannt.

Sie wurden mal in einem Interview folgendermaßen zitiert: „Whisky ist eines der wirklich angenehmsten Dinge im Leben, die ich persönlich nicht missen möchte.“ Würden Sie das ein wenig erklären?

Es ist einfach schön, mit Whisky zu arbeiten. Es ist ein so tolles Material, das beim Produzieren in so vielfältigen und verschiedenen Varianten herauskommt. Zudem trifft man so viele wundervolle Leute, die auch Whisky mögen.

Wie wird man zur Master Blenderin?

Viele kommen aus der Chemiebranche, haben jahrelang in einem Labor gearbeitet oder waren Assistent eines großen Master Blenders und haben sich weiterentwickelt. Bei mir war es ein bisschen anders. Im Nachhinein glaube ich, es war Schicksal. Zumindest sieht es rückblickend danach aus (lacht). Als ich damals den Geschäftsführer von Mackmyra, Magnus Dandanell, getroffen habe, hatte ich bereits jahrelang mit Whisky gearbeitet und Whisky getestet. Zudem hatte ich sehr gute Mentoren aus dem Business, die mich unterstützt haben. Als ich dann schließlich bei Mackmyra eingestiegen bin, war ich die einzige Person mit guten Sensoren für die Geschmacksnuancen.

Sie sind nach Helen Mullholland von Bushmills Irish Whiskey die zweite Frau, die von der Fachzeitschrift „Whisky Magazin“ in diesem Frühjahr in die „Whisky Hall of Fame“ aufgenommen wurde. Wie ist es als Frau in der Whisky-Branche?

Ich kann natürlich immer nur für mich selbst sprechen und ich habe gute und schlechte Erfahrung gemacht. Im Großen und Ganzen ist das Klima gut. Aber es gibt auch sexistische Sprüche und Attitüden.

Nach dem Motto: Gib der Frau ein leichtes Likörchen, die hat von Whisky gar keine Ahnung?

Das wäre nicht sexistisch, sondern einfach nur dumm. Es werden Witze darüber gemacht, wie man als Frau aussieht, dass man seinen Job nur deswegen bekommen hätte, weil man sexy sei, wegen des Looks oder wie man sich bewegen würde. Ein Mann würde solche Kommentare nie zu hören bekommen. Einmal sagte jemand vor versammelter Mannschaft zu mir, ich würde Whisky trinken, als ob ich einen Penis in den Mund nehmen würde.

Bitte?!

Das ist eine sehr sexistische Art und Weise, um eine Kollegin, eine Frau herabzusetzen und zu demütigen. Hinterher habe ich den Mann angesprochen und wir haben es aus der Welt geschafft. Aber so etwas vergisst man nicht und das sind Sprüche, die kriegen Sie auch nicht mehr aus den Köpfen der Kollegen. Das brandmarkt. Das ist nur ein Beispiel von Sexismus und von einer sehr, sehr niveaulosen Art, die einem wiederfahren und einen auch beeinflussen kann. Und wenn Sie nicht aufpassen, können Sie unsicher werden und fühlen sich nicht mehr wohl.

Spielt Neid auch eine Rolle?

Whisky zu blenden ist ein Traditionshandwerk, das von Männern ausgeübt wurde und zum größten Teil heute auch noch wird. Und das Master Blending ist ein sehr respektierter Bereich. Er ist quasi die Krönung, die man in dem Segment erreichen kann. Es gibt eine Art Widerstand gegen Frauen in der Branche, nach dem Motto „Frauen haben hier nichts zu suchen!“. Auch sind Männer in der Branche höher angesehen, deswegen kann es für Frauen sehr schwer sein, sich durchzusetzen.

Gibt es viele Frauen in der Branche?

Außerhalb von Schottland ist es für Frauen einfacher, im Whisky-Business zu arbeiten, weil die oben beschriebene Traditionsbehaftung in dem Maße nicht vorhanden ist wie in Schottland. Zwar gibt es auch dort ein, zwei Frauen, die sich da durch- und hochgearbeitet haben, dennoch ist es in Schweden, den USA oder Deutschland einfacher, sich als Frau dem Whisky-Business über einen ganz anderen Werdegang zu nähern.

Was würden Sie Frauen raten, die in der Industrie arbeiten wollen?

Sie sollten ihrem Herzen folgen und an sich glauben. Wenn sie mit Whisky gerne arbeiten, sollten sie es auch tun. Es bedeutet harte Arbeit und braucht Leidenschaft. Sie müssen sich schon reinhängen. Wenn es allerdings keinen Spaß macht, dann ist es nicht das richtige für sie. Dieser Rat ist für alles im Leben gültig. (Lacht.)

Kommen wir zu Skandinavien, also Norwegen, Finnland, Schweden, Dänemark, Island, als eine junge Whisky-Region. Was unterscheidet den skandinavischen Whisky von denen der Traditionsländer?

Aktuell gibt es kein skandinavisches Erkennungsmerkmal oder ein bestimmtes Whisky- oder Geschmacksprofil. Das liegt daran, dass viele in Skandinavien das Ziel verfolgen, außerhalb Schottlands einen Whisky zu produzieren, der genauso gut ist wie ein schottischer. Aber es gibt auch Hersteller, die ihren eigenen Weg suchen und gehen. Wir von Mackmyra orientieren uns zwar auch am schottischen Whisky, aber wir wollen dabei schwedisch sein. Und dafür nutzen wir schwedische Zutaten, wie beispielsweise Gerste oder Backhefe aus der Umgebung. Der finnische Hersteller Kyrö zum Beispiel nutzt seinen eigenen Roggen zur Whisky-Herstellung.

Gibt es in der Branche denn eine skandinavische Gemeinsamkeit?

Die einzige Gemeinsamkeit, die wir haben, ist, dass wir den Regeln der europäischen Whisky-Verordnung folgen. Es gibt weder einen einheitlichen Geschmack noch einen Weg. Jeder macht sein eigenes Ding. Ansonsten unterscheiden sich die skandinavischen Produkte in ihren Herstellungsarten. Beispielsweise gibt es einen schwedischen Produzenten, der einen blumigen, aromatischen Whisky herstellt, weil er in warmen Hallen gelagert wird.

Wo sehen Sie den skandinavischen Whisky in den nächsten 15 Jahren, wie wird er sich weiterentwickeln?

Die Brennereien, die ihren eigenen, erkennbaren Weg finden und verfolgen, werden überleben. Das ist auch wichtig, um sich auf dem Markt hervorzutun. Alle anderen werden es schwer haben. Was mir persönlich wichtig ist, ist Whisky umweltbewusst und -schonend herzustellen. Und genau das könnte dann der skandinavische Weg oder eine skandinavische Marke sein. 🍷



50 Meter unter der Erde führt D'Orazio den KI-Experten Jarno durch die Mackmyra-Whisky-Mine.

SANSIBAR WHISKY

Alles andere ist Sytt!

Es begann als Kooperation mit der berühmtesten Bretterbude Deutschlands – *der Sansibar auf Sylt*. Heute sind wir Dein Spezialist für erstklassige Single Malt Whiskys und Importeur für internationale Exklusiv-Marken!

Als unabhängiger Abfüller suchen wir nach den ‚hidden gems‘. Den Whiskys, die jeden Scotch-Liebhaber mit ihrer Aromenvielfalt in den Bann ziehen. In den Highlands, der Speyside oder auf den schottischen Inseln selektieren wir die Fässer für unsere Sansibar-Bottlings. Was wir auf den Markt bringen, ist für Individualisten! // www.sansibar-whisky.com



Sansibar Gold Label

So pulsierend wie das sommerliche Inselleben, so beruhigend wie ein Kaminfeuer bei rauer See, so elegant wie ein Abendessen in der Sansibar – das sind unsere Gold-Label-Abfüllungen.

Sie sind aromastark, gut trinkbar und lassen sich perfekt auf Speisen und Anlässe abstimmen. Bei Sonnenschein passt ein fruchtiger Whisky. Abends zum Steak auch mal ein rauchiger Dram. Und in der kälteren Jahreszeit schmeichelt ein vollmundiger, im Sherry-Fass ausgebauter Tropfen dem Gaumen. Das Experimentieren steht bei diesen Whiskys eher im Hintergrund. Sie sind eine verlässliche Geschmacksgröße und kombinieren Genuss und Lebensart.



The Clans-Serie

Die neueste Design-Edition in unserem Portfolio geht back to the roots! Historische Clan-Führer zieren die Labels dieser Einzelfassabfüllungen, passend zur jeweiligen Herkunftsregion des Whiskys. Die dazugehörigen Tartan-Farben des Clans finden sich ebenfalls wieder.

The Clans ist ein Tribut an die tiefe Verbundenheit der Schotten zu ihrem Land, ihrer Geschichte und ihrer Unabhängigkeit – und ihrer Whisky-Tradition, nicht zu vergessen.



Art Lable-Serie

Whisky führt Menschen zusammen. Eine dieser Whisky-Begegnungen fand im Februar 2018 in einem Glasgower Pub statt. Dort traf *Sansibar Whisky-Chef* Jens Drewitz auf die schottische Malerin Ronnie Cruwys, ehemalige Architektin, die heutzutage mit Vorliebe schottische Architektur auf Papier bannt.

‘Scotland is an ongoing adventure. Drawing helps me to connect with a place and it’s people.’ Und so entstand aus einer Trinklaune heraus eine freundschaftliche Zusammenarbeit und handgemalte Flaschenlabel, u. a. mit Destillerie-Motiven.

SANSIBAR'S FRIENDS

Unsere Exklusiv-Marken



North Star

Iain Croucher, ehemals AD Rattray Brand Ambassador, gründete 2016 die Firma *North Star Spirits*. Mit seinem exzellenten Netzwerk in Schottland schafft Iain es immer wieder, erstaunliche Einzelfässer ausfindig zu machen.

Die Small-Batch-Abfüllungen erscheinen in sogenannten Cask-Serien und umfassen jeweils verschiedene Bottlings. Besonderes Merkmal sind die Flaschenlabel der Whiskys – sie sind Sternbilder nachempfunden. Nach eben jenen sind die Abfüllungen auch benannt. Die verschiedenen Reihen *Spica*, *Vega* und der neueste *Sirius* sind wahre Krönungen des Trinkgenusses!

Hidden Spirits

Die Mission des unabhängigen Abfüllers Andrea Ferrari ist es, Fässer mit feinstem Single Malt Scotch zu entdecken und zu erschwinglichen Preisen auf den Markt zu bringen.

Seiner Leidenschaft und Sorgfalt ist es zu verdanken, dass *Hidden Spirits*, 2013 in Italien gegründet, unvergesslich komplexe Whiskys ins Glas bringt, allesamt in limitierten Auflagen. Und das Besondere: Für jede Abfüllung designt eine italienische Künstlerin die Flaschenetiketten.



Svenska Eldvatten

Hinter dem Label ‘*Schwedisches Feuerwasser*‘ stecken die Whisky-Enthusiasten Tommy Andersen und Peter Sjögren. Die Zwei haben mittlerweile über 140 Fässer Whisky und Rum abgefüllt und beweisen dabei nicht nur ein ausgesprochen gutes, sondern auch kraftvolles Händchen – was wohl die Namensgebung des unabhängigen Abfüllers erklärt!

Mittlerweile produzieren die Jungs neben dem ehrlichen *Göteborg Gin* auch den *Göteborg Snaps* (Aquavit) mit kreativen Pop Art Label.

S-Spirits-Shop

Die asiatischen Schriftzeichen auf den Etiketten des taiwanesischen Abfüllers sind kunstvoll und erzählen manchmal ganze Geschichten. Aber nicht nur die Flaschenlabel lassen jedes Sammlerherz höher schlagen.

Gegründet wurde *S-Spirits-Shop* von Eric Huang, der es sich zum Ziel setzte, besondere Fässer mit alten oder seltenen Whiskys für den asiatischen Markt zu finden. Die Abfüllungen aus handverlesenen Fässern sind für den Hong Kong- und Taiwan-Markt bestimmt. Und nur in kleinen Mengen auch bei uns in Deutschland im Verkauf erhältlich.



Liebe AUF DEN ERSTEN Schluck

Ein zehn Jahre alter Ardbeg, ein goldgelber, sehr klassischer und rauchiger schottischer Whisky, haut 2008 Leon Schuster um. „Es war Liebe auf den ersten Dram“, sagt der 35-Jährige lachend. 2014 erwischt es ihn vollends: Auf seiner ersten Schottlandreise verliebt er sich unsterblich in das Land und die Leute. Schuster macht ernst. „Ich kündigte in Deutschland meinen Job als Sozialpädagoge, um mehrere Monate durch das Land zu reisen und so viele Whisky-Brennereien wie möglich zu besuchen“, erzählt er. Dort arbeitet Schuster als Tour-Guide bei der Brennerei „Glendronach Distillery“, bildet sich weiter und entwickelt sich zum Whisk(e)y-Experten.

Seit 2015 ist er Inhaber des unabhängigen Tasting-Unternehmens Malt Mariners in Lüneburg. Eine mehrköpfige Crew unterstützt ihn bei der Arbeit – allesamt Whisk(e)y-Narren. Schuster und sein Team bereisen den norddeutschen Raum um Hamburg, Lüneburg und Bremen, sind dort auch auf der Messe BOTTLE MARKET. Bei privaten und gewerblichen Tastings teilen sie ihr Fachwissen und ihre Begeisterung für das „Wasser des Lebens“ mit. „Whisk(e)y ist nicht nur ein Getränk, sondern Leidenschaft“, sagt er. Sowohl unterhaltsame Anekdoten als auch tiefe Einblicke in die

Whisk(e)y-Produktion und die Regionen sind fester Bestandteil seiner Tastings. Dabei stehen Genuss und Whisk(e)y-Erlebnis im Vordergrund.

„Whisk(e)y ist nicht nur ein Getränk, sondern Leidenschaft“

Als gebürtiger Franke, aber im Herzen Schotte, ist Schuster jedes Jahr bis zu sechs Monate in Schottland, kennt dort und in Irland mittlerweile rund 140 Brennereien und hat über 700 Whisk(e)y-Sorten professionell verkostet und bewertet. „Probiert habe ich vermutlich gut die doppelte Menge und liege bestimmt bei über 1.000 Sorten“, sagt er. Whisk(e)y ist für Schuster nicht bloß ein Getränk, sondern „flüssige Kultur“. „Das spannende an Whisk(e)y ist, dass er die Lebensart, das Klima, die Tradition eines Landes oder einer Region sowie den Charakter der Brennerei, all diese Feingliedrigkeit, widerspiegelt.“ Im BOTTLE Magazin berichtet der Whisk(e)y-Kenner von seiner jüngsten Reise nach Irland und stellt unter anderem zwei seiner Lieblingsbrennereien in Schottland vor. 🍷



Edradour

EXPERIMENTIERFREUDE IN PITTORESKER ATMOSPHÄRE

Edradour gehört zum malerischen Städtchen Pitlochry in Perthshire und ist weniger als zwei Autostunden vom Flughafen Edinburgh entfernt. Die Landschaft lässt Highland-Feeling aufkommen, in der Gegend gibt es kleinere Lochs und Wälder, ideal für ausgedehnte Spaziergänge.

Pitlochry selbst ist touristenfreundlich und lädt zum Bummeln in den Shops ein. Im Ort finden sich Tweedläden, Cafés und Übernachtungsmöglichkeiten. Nach einem langen Nachmittag hat man aber auch das Beste der Stadt erkundet. Mitten im Ort liegt außerdem die Whisky-Destillerie Blair Athol, eine weniger bekannte Brennerei, die viel Whisky für Bell's Blended Scotch Whisky produziert. Auch sie hat ein Besucherzentrum und bietet Touren an.

Edradour liegt nicht direkt in Pitlochry und ist zu Fuß nur über einen Waldwanderweg zu erreichen, der an einem zauberhaften Wasserfall entlang führt. Der Fußmarsch vom Stadtzentrum aus dauert ca. eine Stunde. Zögert also nicht, Einheimische nach dem Weg zu fragen, und plant ausreichend Zeit für Euren Besuch ein. Wer mit dem Auto anreist, findet auf dem großen Parkplatz der Brennerei ausreichend Parkmöglichkeiten. Denkt aber immer an die Null-Toleranz-Grenze der Schotten in Sachen Alkohol am Steuer!

Auf Tour durch die Brennerei

Damals, bei meinem ersten Besuch, noch beworben als „kleinste“ Brennerei Schottlands, machte Edradour auf mich wirklich einen goldigen Eindruck. Die weiß getünchten Häuser mit den roten Toren, das viele Grün und der kleine Fluss, der sich plätschernd durchs Gelände schlängelt, gaben mir das Gefühl, direkt in eine Tolkien-Verfilmung gestolpert zu sein. Mittlerweile hat Edradour sich von dem Titel der kleinsten Brennerei gelöst und auf dem Eingangsschild einen Ersatz gefunden: „Scotlands little gem“ – „Schottlands kleines Juwel“.

Einen passenderen Titel hätte sich die Destillerie nicht verleihen können, zählt sie doch aus meiner Sicht zu den sehenswertesten des Landes. Um der großen Nachfrage nach den Single Malts aus dem Hause Edradour Herr zu werden, hat das Unternehmen mittlerweile expandiert. Auf dem Gelände wurde eine Kopie der Original-Brennerei erbaut, um nun auch den torf-rauchigen Ballechin und den nicht rauchigen Edradour Whisky in zwei verschiedenen Anlagen produzieren zu können.

Edradour gehört zum unabhängigen Abfüller Signatory Vintage und so finden sich im Shop eine ganze Reihe Abfüllungen sowohl von Signatory als auch von der Brennerei selbst. Die vielfältige Auswahl lässt mich fast jährlich bei Edradour vorbeischaun, denn das Sortiment war und ist das eigentliche Kronjuwel der Brennerei. Hübsche Gebäude und malerische Landschaften sind schön, aber am Ende zählt für uns Genießer, was ins Glas kommt.

Edradour präsentierte sich mir mit einer derart großen Zahl von Standardabfüllungen, Finishes und Fassstärken, dass mir fast schwindelig wurde (ohne Whisky intus). Insbesondere die vielen Fassstärke-Abfüllungen aus der „Straight from the Cask“-Serie ließen mein Genießerherz höherschlagen. Hier bekommen wir Whisky, wie er unverfälschter nicht sein könnte.

Teilweise werden hier Fässer als „Vollreifungen“ abgefüllt, die sonst meist nur zum Nachreifen von Whisky genutzt werden. Wo sonst bekommt man einen Single Cask mit gesamter Reifezeit in einem Portwein-, Marsala- oder Rumfass? Die vielen Fassarten, mit oder ohne Torfrauch, lassen keine Wünsche offen.

Edradour ist Whisky der alten Schule, ohne große Kosmetik und Marketing-Feuerwerk. Bis auf die zehnjährig Standardabfüllung verzichtet die Brennerei gänzlich auf Kühlfilterung und Farbzusatz und füllt mit mindestens 46% Vol. ab. Kurz gesagt:



Fotos: © Leon Schuster

ein Schlaraffenland für Whisky-Liebhaber! Preislich bewegen sich die Highlander in den höheren Etagen, was aber für eine Brennerei dieser Größe, mit einer solchen Bandbreite, aus meiner Sicht völlig in Ordnung ist. Der Charakter des Whiskys von Edradour ist schwer, würzig und bringt eine gewisse Schärfe mit – ein „typischer“ Highland-Whisky. Kräftig und äußerst komplex. Vielleicht nicht der Single Malt, mit dem man seine persönliche Whisky-Reise beginnen sollte. Andererseits: Bei Whisky gibt es kein „richtig“ oder „falsch“. Mein erster Single Malt war ein Ardbeg zehn Jahre alt, wohl einer der heftigsten Scotch Whiskys am Markt.

Die Brennerei-Tour empfand ich als knuffig und persönlich, passend zum Gesamteindruck. Ein Grenzgang zwischen Omas Wohnzimmer und zeitlosem Auenland-Charme. Die Verkostungs-Whiskys wurden zu Beginn der Tour gereicht, etwas ungewöhnlich, aber eine willkommene Abwechslung.

Nachdem meine vorherigen Brennerei-Besuche bei Talisker, Oban und Dalwhinnie stattgefunden hatten, war ich damals noch auf das Fotoverbot eingestellt und ließ daher meine Kamera im Auto – grober Fehler! Während bei Großkonzernen das Fotografieren innerhalb der Anlage mit der „Health & Safety“ untersagt wird, sind viele der kleineren Highland- und Insel-Destillieren hier deutlich entspannter unterwegs. So auch Edradour. Das Tour-Glas durften wir behalten, womit Edradour damals in Sachen Preis-Leistungs-Verhältnis an die Spitze der schottischen Brennereien schoss. So ist es bis heute geblieben.

Das Highlight der Tour war aber der Zutritt zur Bar bzw. zum Café. Ein eigenes Gebäude mit einer kleinen Bar und Kaffeetischchen, die Großmutter Herz höherschlagen lassen. Das „Menü“, das mir vorgelegt wurde, war ein Augenöffner, wie es die

Hobbits formulieren würden. Eine zweiseitige DIN-A4-Seite mit Abfüllungen aus dem Hause Edradour und von Signatory, alles zu sehr humanen Preisen zu haben. Und ich Idiot musste am selben Tag noch zum Flughafen fahren.

Ich konnte mit gutem Gewissen nur noch einen kleinen Schluck der Ballechin-Abfüllung probieren, bevor ich mich mit einer Mischung aus Begeisterung und Frustration zum Auto aufmachte. Wer Edradour besuchen möchte, sollte genug Zeit und wenn möglich einen gutmütigen Fahrer mitbringen. Ihr solltet Eure Tour im Voraus buchen, da die Brennerei bei Touristen sehr beliebt ist. Empfohlen ist, eine Unterkunft im Ort zu suchen, und den schönen Fußweg zur Brennerei zu nutzen. Im hauseigenen Café lässt es sich definitiv aushalten!

Ich jedenfalls plante sofort meinen nächsten Schottland-Aufenthalt, um in dieses Mini-Whisky-Eldorado zurückkehren zu können. Mittlerweile konnte ich dieses Erlebnis mehrfach nachholen und mich glücklich durch eine Reihe genialer Whiskys aus dem Hause Edradour und Signatory Vintage kosten. Edradour ist bis heute ein gern genutzter Whisky in unseren Tastings, um die Highland-Region zu repräsentieren.

Fazit:

Edradour ist eine pittoreske Destillerie mit einem großmütterlichem Charme und der dazu passenden Gelassenheit. Die Experimentierfreude und Vielfalt der Abfüllungen stehen auf angenehme Weise im Widerspruch zum traditionell anmutenden Brennerei-Stil. Edradour legt ein unschlagbares Preis-Leistungs-Verhältnis vor und hat auch heute, nach gut 60 nachfolgenden Destillerie-Besichtigungen, noch immer einen Platz in den Top 5 der sehenswertesten Brennereien Schottlands. Der Besuch ist ein absolutes Muss! 🍷

Lindores Abbey

EIN WAHRHAFT „SPIRITUELLER“ ORT

Das Kloster „Lindores Abbey“ wurde im 12. Jahrhundert vom Earl of Huntingdon gegründet. Die Überreste und Ruinen des Tironenser Klosters sind noch heute zu sehen. Aus diesem Kloster stammt die derzeit früheste schriftliche Erwähnung einer umfangreichen Produktion von ‚Aqua Vitae‘, dem Destillat, aus dem sich später unser geliebter Whisky entwickelte. Ein Dokument des Schatzmeisters von 1494, mit einem Auftrag des Königs James IV., besagt, der

Mönch Friar John Cor solle mit „acht Bollen Malz“, zum Zwecke der Produktion von „Aqua Vitae“, beliefert werden. Dies ist der erste Beleg für die Herstellung von Destillat auf Gerstenmalz-Basis und macht Lindores Abbey in der Whisky-Szene zu einem bedeutsamen Ort.

Die Besitzer in dritter Generation, Drew Mackenzie Smith und seine Frau Helen, wollten schon lange eine Brennerei auf dem Gelände errichten und so dem Ruf als „spirituelle Heimat des Scotch Whiskys“ Rechnung tragen. 2013 schließlich konnte Mackenzie Smith bei drei europäischen Investoren zehn Millionen britische Pfund akquirieren. Beim Bau der Brennerei stieß man allerdings auf Grundmauern einer alten Molkerei, wohl Teil des Klosters. Die archäologischen Ausgrabungen verzögerten die Arbeiten bis zum Juli 2016. Im Oktober 2017 konnte die Brennerei samt Visitor Center schließlich öffnen.

Auf Tour durch die Brennerei

Das Gebäude ist eine interessante Collage aus neuen und alten Bestandteilen. Von der Parkplatzseite betrachtet, wirkt Lindores Abbey eher bescheiden. Von der Straßenseite gesehen, macht die Brennerei allerdings mächtig was her. Ein schöner Innenhof mit Steinmauern lässt den Eindruck eines Kloster-Innenhofs entstehen. Die hohen Glasfenster des Still House erinnern an eine kleine Kirche. Die spirituellen Anklänge sind deutlich und stimmig. Ich betrete das Besucherzentrum und mein Bauchgefühl wird bestätigt. Diese Brennerei ist als Pilgerstätte konzipiert. Der Shop befindet sich in einer kleinen Halle, die nicht zufällig einem Kirchenschiff ähnelt. Wenngleich hier alles neu und modern ist, ist doch deutlich der Bezug zur Geschichte zu spüren.

Ich löse mich zunehmend davon, die Brennerei-Besuche anhand der Tour-Guides zu beurteilen, und konzentriere mich eher auf den Aufbau der Führung und die Gestaltung der Gebäude. Da ich selbst als Guide gearbeitet habe, weiß ich, dass jeder mal gute und mal schlechte Tage hat. Bei Lindores bekommt

man in jedem Fall reichlich zu sehen! Selbst ohne Tour-Guide wäre eine Besichtigung der Brennerei jede Reise wert.

Echte Meisterwerke aus dem Hause Forsyths

Das Still House ist wunderbar hell und offen gehalten, die großen Fenster lassen viel Licht herein. Nähert man sich den Brennblasen, so blickt man durchs Fenster direkt auf die Überreste der historischen Lindores Abbey auf der anderen Straßenseite! Dieser Anblick von neuen, glänzenden Kupferbrennblasen und alten Ruinen lässt das Herz jedes Whisky-Liebhhabers aufblühen.

Als Distillery Manager konnte Gary Haggart gewonnen werden, der einst für die Produktion des Speyside Single Malts Cragganmore verantwortlich war. Know-how ist also reichlich vorhanden. Die wunderschönen Pot Stills stammen aus der Tradition-Kupferschmiede Forsyths. Wenngleich die meisten schottischen Destillieren auf diesen handwerklichen Meisterwerken brennen, ist eine Erwähnung ihrer Herkunft heutzutage doch sinnvoll. Der Brennereien-Boom hat die Nachfrage nach den wertvollen Brennblasen derart explodieren lassen, dass Forsyths mittlerweile eine mehrjährige Wartezeit an Neukunden weiterreichen muss. Als Resultat haben viele neue Destillieren andere Kupferschmieden mit dem Bau von Pot Stills beauftragt. Ob sich diese mit der Qualität des Endprodukts behaupten können, wird die Zeit zeigen.

Die Tour führt durch eine kleine Bar, ebenfalls mit schönem Blick auf den Hof, weiter ins Lagerhaus. Anders als viele neue schottische Brennereien zeigt Lindores den Besuchern die eigenen Lagerhäuser. Diese sind natürlich sehr modern, halten aber dennoch den betörenden Angel's Share, die Verdunstung des Whiskys durch die Fasswand, für die Nase bereit. Im Zuge des fast religiösen Themas der Brennerei muss ich beim Gedanken an das Wort „Engelsanteil“ schmunzeln.

Die Destillerie experimentiert mit unterschiedlichen Lagerbedingungen, ein Vermächtnis des 2017 verstorbenen Whisky-Experten Jim Swan. Dieser arbeitete eng mit dem jungen Projekt zusammen und forschte mit an neuen Methoden zur Lagerung von Whisky, unter anderem in temperaturregulierten Lagerhäusern. Rund 25 Prozent der Produktion reift in diesen beheizten Lagern. Wir dürfen auf die Ergebnisse in ein paar Jahren gespannt sein. Lindores Abbey hat also weit mehr als nur eine

Sehenswürdigkeit zu bieten. Auch aus Whisky-Sicht ist die Brennerei äußerst spannend!

Die Tour endet in einem kleinen „Alchemielabor“. Nun erwartet uns wieder die altbekannte Frage: „Was bekommen wir zu trinken?“ Schließlich hat Lindores noch keinen fertigen Whisky. Auch hier hat man aus meiner Sicht eine elegante Lösung gefunden. Wir bekommen einen Cragganmore 12 als „Beispiel-Whisky“ eingeschickt, dazu den New Make Spirit der Brennerei, der mir hervorragend mundet.

Besonders begeistert hat mich aber das derzeitige Eigenprodukt der Brennerei. Ganz im Zuge der Geschichte stellt Lindores Abbey nämlich nicht wie die meisten Brennereien auch Gin oder Wodka her, sondern Aqua Vitae. Die Spirituose aus klarem Malz-Destillat ist mit Kräutern und Honig versetzt. Das Gebräu schmeckt obendrein und ist somit für ein geschichtsorientiertes Whisky-Tasting der perfekte Einstieg.

Im kleinen Café des Besucherzentrums kann man sich vor seiner Abreise noch mit Kaffee und Kuchen stärken. Einen kurzen Besuch des Ruinengeländes kann ich außerdem empfehlen. Dort wandeln wir im wörtlichen Sinne in den Fußstapfen von besagtem Friar John Cor.

Fazit:

Lindores Abbey ist aus meiner Sicht die perfekt gelungene Kombination von Alt und Neu, von Geschichte und Moderne, von Storytelling und echtem Handwerk. Bei all den neuen Projekten und Whisky-Brennereien, die derzeit aus dem Boden schießen, hat Lindores für mich in der Architektur den idealen Mittelweg zwischen schicken, modernen Elementen und bodenständiger Authentizität gefunden.

Meine Sorge, auf eine lieblos gemachte Touristenattraktion zu stoßen, hat sich nicht bestätigt. Diese Brennerei möchte guten Whisky machen. Ansonsten hätte sie nicht so viel Zeit und Kapital ins Know-how und den experimentellen Ansatz gesteckt. Ich kann einen Besuch nur wärmstens empfehlen und rate jedem Whisky-Fan, Augen und Ohren nach den ersten Veröffentlichungen von Single Malt aus der Lindores Abbey offen zu halten. 🍷



Kilbeggan

UNTERWEGS IN IRLANDS ÄLTESTER DESTILLERIE

Gegen Ende meiner diesjährigen Irland-Reise machte ich Halt in den Midlands. Zu diesem Zeitpunkt hatte ich bereits einige Brennereien besucht. An einem meiner persönlichen Highlights möchte ich Euch teilhaben lassen.

Ein kurzer Exkurs in die Geschichte des Irish Whiskeys rückt die Bedeutung dieses Besuchs in das rechte Licht. Die irische Whiskey-Industrie war bis in die 1980er-Jahre quasi vom Aussterben bedroht. Eine kuriose Tatsache für die Nation, in der vermutlich die Wurzeln der Whisk(e)y-Geschichte liegen. Nach einem gravierenden Brennereien-Sterben zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren in Irland nur noch ganze drei Whiskey-Produzenten übrig.

Ausgelöst wurde diese Tragödie durch eine Reihe historischer Ereignisse. Irland traf es dabei härter als Länder wie beispielsweise Schottland. Neben den beiden Weltkriegen hatte man mit der eigenen Unabhängigkeit und dem Verlust der wichtigsten Exportmärkte zu kämpfen. Auch die Prohibition in den USA traf Irlands Whiskey-Industrie schwer. Die Folge war ein beispielloses Brennereien-Sterben, das bis auf wenige Ausnahmen allen Whiskey-Produzenten den Garaus machte.

Kilbeggan, zu diesem Zeitpunkt im Besitz der Familie Locke, kämpfte bis 1957 weiter, musste jedoch im selben Jahr auch die Tore schließen. Die übrigen Produzenten erkannten, dass sie als Konkurrenten nicht überlebensfähig waren. Und so schlossen sich



Fotos: © Leon Schuster



Fotos: © Leon Schuster

die Cork Distilleries Company, John Jameson & Son und John Power & Son schließlich zur Irish Distillers Limited (IDL) zusammen und konzentrierten sich auf Jameson als Marke.

Als 1972 auch die nordirische Bushmills Distillery dem „Bündnis“ beitrug, hatte die IDL faktisch ein Monopol. Im Zuge der Konzentration auf leichten Blended Whiskey entwickelte sich der heutige Ruf des „leichten“ Irish Whiskey. Als 1988 der französische Getränkekonzern Pernod Ricard die IDL aufkaufte, war der gesamte Irish Whiskey nicht mehr in heimischer Hand. Ein herber Schlag für die stolze irische Volksseele.

Jedoch war dies aus heutiger Sicht womöglich eine Entwicklung, die der Industrie schlussendlich wieder auf die Beine half. Fast zeitgleich trat ein irischer Unternehmer namens John Teeling auf den Plan, mit dem Kauf einer alten Kartoffelschnaps-Brennerei Cooley. Von seinen Zeitgenossen als Wahnwitz tituliert, leitete John Teeling mit dem Kauf der ersten unabhängigen Destille die Wiederauferstehung des Irish Whiskey ein. 1987 erwarb Teeling auch die Kilbeggan Distillery, die seit 1982 als Museum diente. Neben der Brennerei kaufte er die Markenrechte.

Aus der Cooley Distillery stammen die Marken Connemara (der bislang einzige getorfte Irish Whiskey), Tyrconnell und eben Kilbeggan.

2011 verkaufte John Teeling die Brennereien dann an den Spirituosenkonzern Beam Suntory und hier endet sozusagen die „rebellische“ Geschichte. Wie kaum eine andere Destillerie spiegelt Kilbeggan die Geschichte des irischen Whiskeys wider. Sie ist mit ihrer Gründung im Jahr 1757 dem derzeitigen Kenntnisstand nach die älteste, durchgehend lizenzierte Whiskey-Brennerei Irlands, möglicherweise sogar der ganzen Welt. Bushmills macht ihr den Titel zwar streitig, jedoch liegt der nachweisbare Beginn Bushmills deutlich nach Kilbeggan.

Auf Tour durch die Brennerei

Gleich bei meiner Ankunft sprangen mir die alten Gebäude und die vielen Whiskey-Fässer ins Auge. Nachdem ich nicht bei allen irischen Brennereien auf authentisches Equipment gestoßen war, freute mich dieser aus Schottland vertraute Anblick sehr.

Im Besucherzentrum wurde sofort klar, dass man hier historischen Boden betritt. Auf der Tour wurde offen über den Besitzer Beam Suntory gesprochen.



Fotos: © Leon Schuster

Auch die Tatsache, dass die Whiskeys, denen Kilbeggan als Markenheimat dient, nicht in der Brennerei selbst, sondern bei Cooley produziert werden, wurde erläutert.

Ein erfrischend transparenter Umgang mit dem Thema Sourcing, dem Zukauf von Whiskey anderer Brennereien. Auf Grund des akuten Mangels an alt-gereiften Whiskeys bezogen bislang die meisten neuen irischen Brennereien ihren Whiskey von etablierten Destillieren wie Cooley, Midleton oder Bushmills. Nicht allen kann ich das Selbstbewusstsein attestieren, hier mit offenen Karten zu spielen.

Auf der Tour sieht man haufenweise extrem altes und authentisches Equipment von vor der Stilllegung der Brennerei. Ein Traum für jeden Whiskey-Enthusiasten. Highlights waren etwa eine alte Dampfmaschine, gebaut 1887 in Glasgow, oder die originalen Mash Tuns (Maischbottiche) von 1892. Auch die ausrangierten Pot Stills und eine Coffey Still kann man bestaunen.

Besonders spannend – die Brennerei destilliert mittlerweile wieder selbst. 2007 wurden ihre alten, originalen Pot Stills wieder installiert. So wurde aus der einstigen Großbrennerei quasi eine Mikro-Destillerie in historischem Gewand. Der zweifach destillierte New Make aus diesen ungewöhnlichen Brennblasen durfte verkostet werden und dabei fachsimpelten wir mit dem sehr sympathischen Master Distiller Padge.

Der Brand ist recht interessant, deutlich herbal und würziger, anders als man ihn aus Irland gewöhnt ist. Die zweifache Destillation in den kleinen Kupferbrennblasen von 3.000 und 2.000 Litern hat einen einprägsamen Geschmackseindruck. Sehr vielversprechend!

Natürlich stellte sich sofort die Frage, ob schon Whiskey aus den alten Kilbeggan Stills verfügbar sei. Es gab bereits einen Small Batch Rye Whiskey und einen achtjährigen Handfilled Single Malt für 25 Euro für 20 Zentiliter. Köstlich, sehr aromatisch mit klassischen irischen Birnen-Noten und einer Menge Vanille- und Gebäckaromen.

„Die Kilbeggan Distillery ist für Whiskey-Fans in Irland ein absolutes *Muss*.“

Selbstverständlich schafften es ein paar Flaschen dieses Kilbeggan Only mit nach Hause! Die 20-Zentiliter-Flaschen waren leider mit einem enorm billigen Schraubverschluss versehen und mit handelsüblichem Tesafilm „versiegelt“. Eine der vier Flaschen machte sich daher später im Auto selbstständig und bescherte uns einen äußerst angenehmen Duft von Irish Whiskey. Wer braucht schon Duftbäume?

Es ging weiter ins Lagerhaus, in dem heute wieder richtige Whiskey-Fässer lagern. Ich genoss den traumhaften Angles Share, den man in einigen irischen Whiskey-Brennereien vermisst. Die Tour endete im Tasting Room, wo jeder vier Whiskeys verkostete: Kilbeggan Single Grain, Kilbeggan Blended, Tyrconnell Single Malt und Connemara Peated. Es wurde großzügig ausgeschenkt. Eines der kleinen Gläser durfte man als Andenken behalten. Ein perfektes Ende für eine wirklich schöne Tour. Die Preise der Flaschen im Shop, mit Ausnahme des

Bottle Your Own, sind allerdings horrend hoch. Wie so oft sind diese bei uns in Deutschland deutlich günstiger. Wer also Tyrconnell oder Connemara Whiskey kaufen möchte, sollte dies zu Hause tun! Eine Kostprobe der Cooley Whiskeys, mit Kilbeggan als Markenheimat, kann ich als Single-Malt-Fan nur empfehlen. Tyrconnell bietet einen nicht-rauchigen, aber zweifach destillierten, komplexen und würzigen Single Malt. Besonders die Fass-Finishes, wie der zehnjährige mit Madeira Cask Finish, haben es mir angetan. Beim Connemara kommen auch Rauch-Fans auf ihre Kosten. Vor allem der Peated ohne Altersangabe bleibt mit unter 25 Euro bis heute einer der preiswertesten getorften Whiskeys am Markt.

Fazit:

Die Kilbeggan Distillery ist für Whiskey-Fans in Irland ein absolutes Muss. Ich würde allen Reisenden in der Region definitiv einen Besuch empfehlen. Die Brennerei ist nicht nur ein lebendiges Museum, sie hat außerdem auch ein sehr schön hergerichtetes Besucherzentrum. Es gibt viel zu sehen und zu probieren. Das Besucherlebnis hat somit ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis. 🍷

Whisk(e)y and More
Edle Spirituosen & Präsente
Ihr Fachgeschäft im Norden

In unseren Läden finden Sie alles zum Thema Whisk(e)y, ein umfangreiches Rum- und Gin- Sortiment sowie diverse andere Spirituosen. Besuchen Sie unsere Geschäfte und entdecken Sie die Vielfalt unseres Angebotes. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Schwachhauser Heerstr. 2A, 28203 Bremen
Öffnungszeiten: Mo. - Fr. 10.00 - 19.00 Uhr
Sonnabend 10.00-14.00 Uhr
Tel.: 0421 2778810

Mediterraneo
Am Längengrad 12, 27568 Bremerhaven
Öffnungszeiten: Mo - Sa. 10.00-19.00 Uhr

Am Kluswall 19, 27619 Spaden - Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 13.00 - 18.00 Uhr
Sonnabend 10.00-13.00 Uhr od. nach tel. Vereinb. Tel.: 0471 803287

www.whiskey-and-more.de

NORDIC HARBOUR

THE NORDIC GIN
INSPIRED BY THE NORTH SEA

DIESER EINZIGARTIGE GIN VEREINT DIE KLASSISCHEN GIN AROMEN MIT DEN SALZIG MARITIMEN NOTEN DER NORDSEE. EIN GENUSS: PUR, AUF EIS ODER ALS GIN TONIC. SERVIEREMPFEHLUNG: MIT GURKENSCHNITTELN

SMALL BATCH PREMIUM GIN
HANDCRAFTED IN GERMANY FOR

NORDIC HARBOUR SPIRITS GMBH
WWW.NORDIC-HARBOUR.COM



Piekfeine Brände – CRAFT DISTILLERY AUS BREMEN

War es am Anfang eher das Interesse an der Aromenvielfalt feiner Obstbrände, so entwickelte sich daraus bei der Bremerin der Wunsch, das diffizile und umfängliche Handwerk des Brennens professionell zu erlernen. Nach einer zweijährigen Ausbildung zur Brennerin in Bayern wurde Birgitta Schulze van Loon stolze Besitzerin des Gesellenbriefes. Mittlerweile bildet sie selbst zum Destillateur aus.

Ihre gläserne Manufaktur wurde in der Bremer Überseestadt am 11. November 2011 um 11.11 Uhr eröffnet. Diese Schnapszahl hat Glück gebracht. Mittlerweile sind ihre Piekfeinen Brände ein fester Bestandteil der Spitzengastronomie. Ein weiterer Standort ist 2018 hinzugekommen. Ihr Whiskylager ist auf dem Gelände der Union Brauerei in Walle. An beiden Standorten bietet sie Führungen, Tastings und Workshops an.

Für weitere Informationen:
www.br-piekfeinebraende.de



RUM

ALMA NORTE (nordische Seele) ORO ist ein echter Rum aus Zuckerrohr-Melasse aus Guatemala, vergoren, gebrannt und fassgelagert in Bremen. Der ALMA NORTE SPICED SPIRIT auf Rumbasis ist eine Spirituose mit wärmenden Gewürzen, getrockneten Früchten und natürlichen Aromen, wie Tonkabohne, Vanille und Orangenzeste. Aus dem fassgereiften Rum Alma Norte Oro und mit etwas Süße abgerundet, ist so eine hocharomatische, gewürzte Spirituose entstanden.



GIN

Sitz der Brennerei ist am Europahafen, einem ehemaligen Stückguthafen. Dort wurde früher Kaffee und Tee umgeschlagen und ist Thema der Ginvarianten. Der Triple Peak Yellow Label wird u.a. mit Earl Grey Tee hergestellt. Die Bergamotte-Note macht ihn einzigartig. Der Gin Triple Peak Brown Label ist ein aromatischer Gin für echte Kaffeeliebhaber. Nach dem Motto „Dreimal ist Bremer Recht“ wird die Trilogie ergänzt durch den Sloe Gin Blue Label, eine fruchtige Variante aus Schlehen auf Gin-Basis.



OBSTBRÄNDE

Bei der Destillation der piekfeinen Brände wird das traditionelle und aufwendigere Rau- und Feinbrandverfahren eingesetzt, welches die Destillate ganz besonders mild macht. Das Obst bezieht die Brennerin hauptsächlich von ihr persönlich bekannten Obstbauern, die sie während ihrer Ausbildungszeit in Süddeutschland kennengelernt hat. Darüber hinaus nutzt sie regionale Quellen aus Norddeutschland, wie z. B. dem Alten Land an der Niederelbe.



WHISKY

Seit 2012 wird in der Craft-Distillery Single Malt Whisky VAN LOON hergestellt. Das seit 2018 begehrte Whiskylager auf dem Hof der Union Brauerei in Walle ist einmalig in Norddeutschland. Der aktuelle Jahrgang ist der VAN LOON 2014 / 5 Jahre / Finish Portweinfass. Er steht in Trinkstärke 45 % Vol. und Fass-Stärke zur Verfügung. Es gibt aber auch einen sechsjährigen Distillers Cut und Einzelfass-Abfüllungen aus Bourbon- und Rotweinfässern zu verkosten sowie einen Unaged Single Malt mit Rauchnoten.



WAS IST EIGENTLICH GIN?

Dem einen regelt die EU zu viel, dem anderen nicht genug. Fakt ist – die EU hat in einer Spirituosenverordnung definiert, was Gin ist und welche offiziellen Sorten es gibt. Hier ein Auszug aus der überarbeiteten Verordnung vom Mai 2019:

Gin ist eine Spirituose, die durch Aromatisieren von Ethylalkohol* landwirtschaftlichen Ursprungs mit Wacholderbeeren (*Juniperus communis* L.) hergestellt wird.

Ihr Mindestalkoholgehalt beträgt 37,5 % Vol.

Bei der Herstellung von Gin dürfen nur Aromastoffe und/oder Aromaextrakte verwendet werden, wobei der Geschmack nach Wacholder vorherrschend bleiben muss.

Die Bezeichnung „Gin“ darf grundsätzlich durch den Begriff „dry“ ergänzt werden, wenn der Gehalt zugesetzter süßenden Erzeugnissen nicht mehr als 0,1 g/Liter des Fertigerzeugnisses beträgt.

Soweit das Amtsdeutsch. Und welches sind nun die offiziellen Sorten der beliebten Wacholderspirituose? Es sind tatsächlich nur drei! Nämlich London Gin, Distilled Gin und Sloe Gin, die sich nicht auf den Geschmack beziehen, sondern vielmehr auf das Herstellungsverfahren. Alle anderen Sorten sind entweder historische oder haben sich „eingebürgert“. Sie sind aber inoffiziell, weshalb im Internet, in Zeitungen und Zeitschriften unterschiedlichste Informationen zu finden sind.

* Ethylalkohol ist ein Neutralalkohol ohne erkennbaren Eigengeschmack, üblicherweise aus Getreide, mit einem Alkoholgehalt von mindestens 96 % Vol., der durch einen natürlichen Gärungsprozess entsteht und nicht künstlich synthetisiert wird.

KATEGORIEN

London Gin

Diese Bezeichnung bezieht sich nicht auf die Herstellungsregion, die Sorte kann überall hergestellt werden. Ihr Aroma wird ausschließlich durch die Destillation von Ethylalkohol unter Zusatz ALLER verwendeten natürlichen, pflanzlichen Stoffe erzeugt. Wobei der Zusatz der Botanicals beim London Gin gesammelt und zu Beginn der Destillation erfolgen muss. Das daraus entstehende Destillat hat einen Mindestalkoholgehalt von 70 % Vol. und wird nicht gefärbt.

Distilled/Dry Gin

Hier darf der Botanical-Zusatz zu einem beliebigen Zeitpunkt während des Destillationsverfahrens erfolgen. Auch eine Kombination aus dem gewonnenen Destillat und Ethylalkohol der gleichen Zusammensetzung, Reinheit und gleichem Alkoholgehalt ist möglich.

Zur Aromatisierung dürfen naturidentische Aromastoffe und/oder Aromaextrakte verwendet werden. ABER – Gin, der durch den einfachen Zusatz von Essenzen oder Aromen zum Ethylalkohol hergestellt wird, sprich ohne Destillationsverfahren, gilt nicht als Distilled Gin.



Sloe Gin

Streng genommen ist Sloe Gin ein Schlehen-Likör. Er entsteht durch Mazeration (Einweichen) von Schlehen (engl. sloe) in Gin, wobei die löslichen Bestandteile der Früchte in den Gin übergehen. Gegebenenfalls wird auch Schlehensaft hinzugegeben. Es dürfen nur natürliche Aromastoffe und Aromaextrakte verwendet werden. Der Mindestalkoholgehalt dieser Sorte beträgt 25 % Vol. und wegen seiner Herstellung ist er grundsätzlich rötlich. Die vorgeschriebene Bezeichnung Sloe Gin darf durch das Wort „Likör“ ergänzt werden.

INOFFIZIELLE KATEGORIEN

Compound-Bathtub Gin

Compound Gin bezeichnet ein Herstellungsverfahren (engl. to compound = etwas anrühren, vermischen) und ist von geringster Qualität. Die Botanicals werden bei der Herstellung quasi einfach in neutralem Alkohol eingelegt (mazeriert), eine Destillation findet hier zu keinem Zeitpunkt statt. Die löslichen Aromastoffe gehen beim Mazerationsverfahren in die Flüssigkeit über. Nach dem „Bad“ in Neutralalkohol werden die Botanicals aus der Flüssigkeit gefiltert und hinterlassen einen trüben, meist bräunlichen Alkohol. Schwups ... fertig! Es entwickelte sich dann irgendwann während der Prohibition der Begriff Bathtub Gin – der Grund liegt wohl auf der Hand. Ableforth's aus Großbritannien stellt Bathtub Gin her, aber natürlich nicht in der heimischen Badewanne!

New Western Gin

Diese noch recht junge Kategorie zeichnet sich dadurch aus, dass die Wacholdernote geschmacklich nicht mehr dominieren muss. Die anderen Botanicals können gleichwertig in ihrer Intensität sein oder den Wacholder sogar in den Hintergrund rücken. Tanqueray, eine Traditionsbrennerei, die heute zum Weltkonzern DIAGEO gehört, war wohl einer der ersten Hersteller, der dem Wacholdergeschmack seine Dominanz nahm. Hendricks Gin ist ein weiterer, weltbekannter Pionier dieser geschmacklichen Stilrichtung. New Western Gin wird wie Destillierter Gin und London Gin hergestellt, was eine hohe Qualität dieser Kategorie garantiert.

Old Tom Gin

Der Old Tom ist der Vorgänger unserer Gins, wie wir sie heute kennen und hat seine Wurzeln im 18. Jahrhundert. Zu seiner Zeit waren feine Destillationsverfahren und -gerätschaften noch nicht entwickelt, was sich leider in der Destillatqualität widerspiegelte. Er hatte nach der Herstellung noch einen sehr hohen Alkoholgehalt und war wegen der starken Wacholdernote schwer genießbar. Um das Problem zu lösen, gab man Süßholz oder Zuckersirup hinzu, um den Geschmack harmonischer zu machen. So gesüßt wurde er häufig für Cocktails verwendet, z. B. den Tom Collins. Heute verhelfen Marken wie Hayman's, Citadelle und Both's dem Old Tom zu seinem Comeback.

Cream Gin

Dieser Gin ist das schwarze Schaf der Wacholder-spirituosen. Er ist quasi die Evolution des Old Tom und wurde aus geschmacklichen Gründen nicht nur mit Zucker, sondern auch mit Sahne versetzt, um zu retten, was noch zu retten ist, und dieses Vorgehen war erfolgreich in seiner Zeit. Aber auch für den Cream Gin gibt es einen modernen Ansatz, und zwar von Masters of Malt. Anders als damals, wo die Sahne dem fertigen Destillat zugesetzt wurde, wird die Sahne heute bereits während der Destillation

hinzugegeben und wie ein Botanical behandelt. So gewinnt man die Sahnearomen, nicht aber den öligen Fettfilm und das Destillat bleibt klar. Hierfür wird das Kälte Destillationsverfahren genutzt.

Cordial Gin

Im 19. Jahrhundert wurden Destillationsverfahren verfeinert und hochwertigere Gins konnten gebrannt werden. So folgte auf den Old Tom und vor dem Dry Gin der Cordial Gin, welcher aktuell seine Renaissance erfährt. 2017 wurde er in Archivtexten entdeckt und von Sipsmith's und Hayman's hergestellt.

Da sich die Konsumenten an die Süße vom Old Tom gewöhnt hatten, wurde auch der Cordial gesüßt. Er war damals eher ein Likör, hatte also einen niedrigeren Alkoholgehalt, darf sich heute aber dank höherer Volumenprozent als Gin bezeichnen.

Reserve Gin

Anders als üblich wird ein klassischer Distilled Gin oder London Gin hier nicht direkt nach der Produktion in Flaschen abgefüllt, sondern noch für einige Zeit in Holzfässern eingelagert. Anders als bei Whisky gibt es hier keine Vorgaben, wie lang die Lagerzeit sein muss. Üblicherweise waren die Fässer vorher von anderen Spirituosen wie Whisky, Brandy, aber auch Wein belegt. So färben zusätzlich

zu den Holznoten auch die Aromen der Vorbelegung auf den Reserve Gin ab. Durch die Fasslagerung ist er meist gelblich/bräunlich, weshalb er auch Yellow Gin genannt wird. Was auf den ersten Blick wie eine neue Stilblüte im Gin-Bereich anmuten mag, hat aus praktischen Gründen tatsächlich eine lange Tradition. Die britische Royal Navy erhielt beispielsweise täglich eine erhebliche Menge Gin, um die Motivation der Matrosen hochzuhalten und auch aus medizinischen Gründen. Gin Tonic schützte die Soldaten wegen des Chinins im Tonic gegen Malaria. Und da Flaschen auf einem schwankenden Schiff nicht nützlich sind, lagerte der Gin in Fässern. Beefeater, Jodhpur, Alambics oder Dictator sind ein paar der neuzeitlichen Brands mit Reserve Gin.



20% RABATT

Gegen Vorlage dieser Anzeige am Mackmyra-Stand erhalten Sie einmalig 20% Rabatt auf eine Flasche Mackmyra Whisky oder Lab + Distillery Gin. Nur gültig auf dem Bottle Market in der Zeit vom 15.-17.11.2019.

WWW.MACKMYRA.COM

GEOGRAFISCHE KATEGORIEN**Plymouth Gin**

Es handelte sich hierbei um eine bis vor wenigen Jahren geschützte Namensbezeichnung wie beim Scotch. Entsprechend musste ein Plymouth Gin auch in der namensgebenden englischen Stadt produziert werden. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts war dieser Gin sehr populär. In der Royal Navy war es sogar Tradition, dass jedes neue Schiff mit einer hölzernen Box ausgestattet wurde, in der zwei Flaschen Plymouth Gin Navy Strength und die passenden Gläser waren. Heute gibt es nur noch eine einzige Plymouth-Gin-Brennerei, die diese traditionsreiche Spirituose produziert, und zwar Black Friars Distillery. Nach einigen Verkäufen gehören sie aktuell zum Konzern Pernod Ricard. Ihre Wurzeln gehen aber zurück bis ins Jahr 1793. Der Plymouth Gin hat eine dezentere Wacholdernote als die offiziellen Sorten und verzichtet auch weitestgehend auf Bitternoten.

Vilnius Gin

Dieser Gin darf nur in Vilnius, der Hauptstadt Litauens, hergestellt werden. Für den Weltmarkt

ist er allerdings irrelevant und eher ein regionales Erzeugnis. Seit 1907 wird der Vilnius Gin von einer einzigen Brennerei produziert, seine Aromen sind im Schwerpunkt Wacholder, Koriander, Orangenschalen und Dill. Er wird wie ein London Gin hergestellt, hat aber mit rund 45 % Vol. einen höheren Alkoholgehalt als der klassische London Gin.

Mahón Gin

Dieser Gin darf nur in Mahón, der Hauptstadt Menorcas (Nachbarinsel von Mallorca), hergestellt werden. Auch dieser Gin spielt international keine wirkliche Rolle. Anders als alle anderen Gins basiert er nicht auf einem Destillat aus Getreide, sondern aus Wein. Auch diesen Gin hat die Welt den Briten zu verdanken, die im 18. Jahrhundert die Insel Menorca besetzten, aber nicht auf ihren geliebten Gin verzichten wollten. Kurzerhand entschied sich die Familie Xoriguer, einen Gin zu kreieren, der sich schnell inselweiter Beliebtheit erfreute. Von ca. 1750 bis heute produzieren die Xoriguers ihren Mahón Gin und hüten das Geheimnis ihrer Gin-Rezeptur wie ihren Augapfel. Sie sind heute der einzige Produzent auf der Insel. 🍷

Rum predigen und Wein trinken

Seine hochprozentige Ware holt Cornelius Bockermann aus Übersee – per Windkraft mit einem Segelschiff. Dafür ist der ehemalige Containerschiff-Kapitän manchmal bis zu neun Monate mit seinem Zweimaster, der „Avontuur“, unterwegs und importiert damit ökofaire, gesegelte Ware. Sein Ziel ist „Mission Zero“ – null Emission. Besucher der BOTTLE MARKET können seine Spirituosen auf der Messe probieren.



Im Gespräch mit dem BOTTLE Magazin erzählt der 60 Jahre alte Kapitän, wie die Resonanz auf sein umweltfreundliches Projekt ist, wie man sich die Zeit auf hoher See vertreibt, warum er einmal in einer Kneipe mitten im Atlantik versackt ist, obwohl er nur kurz auftanken wollte, und warum sein gesellter Rum einfach besser schmeckt.

BOTTLE: Herr Bockermann, klären wir erst mal die wichtigen Fragen: Was ist Ihr Lieblingsgetränk?

CORNELIUS BOCKERMANN (Leise): Ach ... naja ...

Haben Sie gerade die Qual der Wahl?

Nee ... um ehrlich zu sein, es ist Weißwein.

Ist nicht Ihr Ernst?! Sie stechen für Gin und Rum in See, segeln meilenweit und trinken lieber Weißwein? Ich habe mir das klassischer vorgestellt: Sie abends allein an der Reling, in der Hand ein Glas Rum, auf das weite Meer schauend ...

Ja, wirklich! Ich trinke abends sehr gerne ein Glas Weißwein. Tatsächlich ist Alkohol auf See auch verboten.

Es heißt doch, die Seefahrt und der Rum gehören unzertrennbar zusammen.

Früher haben die Seefahrer an Bord das Wasser mit Rum oder Alkohol desinfiziert. Deswegen hatten sie auch ständig einen im Tee. Denn das Wasser, das sie in Fässern mit an Bord hatten, wurde nach zwei, drei Wochen schlecht und verfaulte zur Brühe. Viele Seemänner litten an Infektionskrankheiten und sind deswegen gestorben. Rum eignet sich hervorragend zum Desinfizieren. Heute kann man an Bord sein frisches Wasser selbst erzeugen.

Das heißt, bei Ihnen gibt es gar keinen Alkohol an Bord?

Einmal in der Woche lade ich meine sieben- bis achtköpfige Crew zum Kapitänsempfang ein. Dann gibt es für jeden ein Glas Rum. Den trinken wir und klönen zusammen. Rum trinke ich mittlerweile auch sehr gerne. Wir haben einen hervorragenden 21 Jahre alten Rum. Ganz besonders gut schmeckt er, wenn man dazu ein Stück Schokolade ist. Mmhh, ich sage Ihnen: Das ist ein Gedicht!



Cornelius Bockermann, geboren 1959, gründete in Australien 2013 die Reederei „Timbercoast Pty. Ltd.“.

„Bei ständig schwankenden Temperaturen auf dem Schiff werden die Fässer hin und her geschaukelt, vom salzigem Meerwasser umspült, und wir haben festgestellt:

Das ist genial!“

Die Avontuur ist jetzt bereits zum vierten Mal von Elsfleth in der niedersächsischen Wesermarsch aus, dort liegt Ihr Zweimaster, in die Karibik in See gestochen. Wie ist die Resonanz auf das umweltfreundliche Projekt?

Ganz zu Anfang hieß es noch: „Wer braucht denn so was?“ Mittlerweile könnten wir das Segelschiff dreimal vollladen, so viele Anfragen haben wir. Unsere Kunden sind sehr zufrieden und sagen: „Mensch, wir wollen, dass ihr unsere ganze Fracht transportiert, aber das sind 1.200 Tonnen aus Mexiko, dafür habt ihr gar nicht die Kapazität, das könnt ihr nicht.“ Nö, können wir auch nicht – aber bald! Die Nachfrage ist so groß, dass wir jetzt ein weiteres Schiff, einen Dreimaster, gekauft haben und größere Schiffe bauen werden. Geplant ist für den Anfang ein Neubau mit einer Kapazität von ca. 5.000 Tonnen, aber damit soll es natürlich nicht aufhören.

Fast 40 Jahre waren Sie für die internationale Schifffahrt tätig und sind große Brummer gefahren. Wie ist die Idee für einen umweltfreundlichen Frachtsegler entstanden?

Das war ein schleichender Prozess. In Nigeria habe ich über 20 Jahre viel für die Ölindustrie gearbeitet, habe Öltanker geborgen, Wracks beseitigt und Schwertransporte für international bekannte Mineral- und Erdgasunternehmen gemacht. Das Nigerdelta ist der schlimmste zerstörte Ort, was die Umwelt angeht. Der Betrieb von Schiffen mit Schweröl ist nichts anderes als legalisierte Giftmüllverbrennung auf See. Meine Frau und ich sind nach Australien ausgewandert, weil wir dachten, das ist ein schönerer Ort, um dort mit der Familie zu leben. Wir wollten am Great Barrier Reef, an der Nordostküste Australiens, arbeiten. Doch das Korallenriff ist in einem katastrophalen Zustand. Da dachte ich: Das reicht jetzt, da musst du etwas gegen tun, so geht das nicht weiter, wir machen jetzt eine Segelschiffreederei auf. Das war 2013. 2014 habe ich dann die Firma Timbercoast gegründet.

Ihr Ziel ist „Mission-Zero“, also null Emission, wie das Label, mit dem Sie Ihre per Segelschiff transportierten Produkte auszeichnen?

Genau. Timbercoast war von Anfang an dafür gedacht, Menschen zu erreichen und sie zum Nachdenken zu bringen.

Ganz zu Anfang wollte ich nur die australische Küste hoch- und runterfahren. Aber jetzt fühle ich mich verpflichtet, das Projekt zu vergrößern und zu zeigen, dass wir eine echte Alternative zum Hochseetransport sind. Und das haben wir geschafft. Produkte weltweit emissionsfrei zu transportieren – das ist möglich, davon bin ich überzeugt. Natürlich müssen wir auch Geld verdienen, aber es geht nicht nur ums Geld, es geht um die Botschaft. Unsere Waren aus Übersee sind die Botschafter unserer Mission und die soll verbreitet werden.

Haben Sie Nachahmer?

Abgesehen von uns gibt es noch eine Handvoll Frachtsegelschiffe, wie die „Tres Hombres“ aus Österreich und die Norys von „Fairtransport“ aus Holland. Erstere sind schon seit gut zehn Jahren dabei, letztere sind noch im Bau, werden aber voraussichtlich nächstes Jahr den Betrieb aufnehmen. Der Transport mit Segelfrachtschiffen wird sich auch weiterentwickeln. Dazu gehört auch, dass wir unser Konsumverhalten einfach überdenken müssen. Norwegen und die Niederlande wollen ab 2030 keine Verbrennungsmotoren mehr zulassen. Das wird auch in der Seefahrt kommen. Ich bin sicher, dass wir in 30 Jahren keine fossilen Brennstoffe mehr benutzen werden. Wir brauchen sie eigentlich schon heute nicht mehr!

Sie verschiffen und verkaufen auch eigene Produkte wie Kaffee, Kakao, Salz, Honig, Schokolade, Gin, Korn und Rum der Marke ‚Avontuur gesegelte Waren‘. Was unterscheidet Ihre gesegelte Ware von anderen?

Wir haben Produkte, die einen hohen Wert haben, verhältnismäßig einfach zu transportieren sind und die es in Deutschland so nicht gibt. Es sind keine lokalen Produkte, weil wir die Regionalität unterstützen und nicht mit lokalen Produkten konkurrieren wollen. Deswegen verschiffen und vertreiben wir auch keine Kartoffeln, die gibt es hier in Deutschland genug. Wir wollten gesegelte Produkte anbieten. Dazu gehören eben Kaffee, Kakao oder auch Rum aus Übersee. Okay, Rum wird auch hier in Bremen gebrannt, aber aus importierter Melasse, und wir von Timbercoast haben ganz bewusst keinen Melasse-Rum, sondern Rhum agricole.

Sie verschiffen auch Honig, den gibt es hier in Deutschland doch auch?

Der Honig, den wir verschiffen, ist von den Azoren. Dort subventioniert der Staat den Export von Honig zu 90 Prozent. Was passiert? Er wird quer durch die Welt geflogen. Da haben wir gesagt, wir nehmen euch das ab und verschiffen die Ware emissionsfrei.

Okay, und wo ist der Unterschied zwischen Melasse-Rum und Rhum agricole?

Melasse ist eigentlich ein Abfallprodukt, eine Art Sirup, der bei der Zuckerraffinade übrig bleibt und so viel Zuckergehalt hat, den man nicht kristallisieren, aber verwenden kann. Verdünnt man ihn, setzt ihn mit Hefe an und lässt ihn vergären, hat man Alkohol. Rhum agricole dagegen wird aus frisch-gepresstem Zuckerrohrsaft hergestellt. Der wird vergärt und dann zu Rhum agricole destilliert, der ein viel breiteres Aromenspektrum hat und frischer schmeckt. Diese Sorte Rum ist selten. Lediglich zwei bis drei Prozent der Weltproduktion an Rum sind agricole. Außerdem muss Rum auch gesegelt sein.

Warum?

Fassgelagerte Spirituosen reifen für gewöhnlich ruhig im Keller, bei immer gleichen Lagerbedingungen. Wir wollten das Gegenteil ausprobieren: Bei ständig schwankenden Temperaturen auf dem Schiff, werden die Fässer hin und her geschaukelt, vom salzigem Meerwasser umspült, und wir haben festgestellt: Das ist genial! Die Reifung geht viel schneller, ist viel intensiver. Der Rum verändert sich sehr positiv. Und wir dachten, wenn das mit Rum geht, geht das auch mit Korn! Unsere ersten drei Rumfässer haben wir dann mit Korn von der norddeutschen Edeln Kornbrennerei Joseph Rosche in Haselünne befüllt. Herr Rosche meinte noch:



„Vergiss das mal, das bringt nichts, lass uns den Korn hier im Keller fünf bis sechs Jahre lagern, dann ist er reif.“

Und?

(Lehnt sich leicht über den Tisch, schmunzelt, hebt seinen Zeigefinger und betont): Unser Korn – ich will da ja nicht übertreiben – ist der beste Korn der Welt. Es gibt nichts Leckereres auf der Welt als unseren Korn! Er ist weltweit der einzige gesegelte Korn und überquerte auf der Avontuur zweimal den Nordatlantik, 13.000 Seemeilen auf der ersten Reise und 18.600 Seemeilen in ehemaligen Rotweinfässern auf der letzten Reise! Er ist einer unserer Botschafter für sauberen Seetransport.

Brauchen Kaffee und Kakao auch das Meer für ein besseres Aroma?

Ganz und gar nicht! Das ist eine ganz empfindliche Ladung, da müssen die Temperatur und die Luftfeuchtigkeit stimmen. Kakao- und Kaffeebohnen sind biologische Waren, die sehr empfindlich sind. Das ist die Herausforderung beim Segelfrachtschiff: Die Fürsorge für die Ladung muss gewährleistet sein.

Rösten Sie die Bohnen sofort?

Nein, sonst gehen die ätherischen Öle raus. Unseren grünen Kaffee aus Mexiko beispielsweise lagern wir in Deutschland in Säcken und rösten ihn je nach Bedarf. So bleibt er länger frisch und verliert seine Aromen nicht.

Wie kommen Ihre Waren bei den Verbrauchern an?

Sehr gut. Beispielsweise haben wir unsere eigene Schokolade in drei unterschiedlichen Sorten entwickelt, eine cremig-salzige, eine mit Schokosplittern und eine mit Chili. Wir haben mal aus Spaß 300 Tafeln machen lassen, 100 von jeder Sorte – in zwei Wochen waren die verkauft! Jetzt haben wir 1.000 Tafeln von jeder Sorte nachbestellt und hoffen, dass es für das Weihnachtsgeschäft reicht (lacht).

Sie verkaufen ja jetzt auch Gin.

Gin von den Azoren, von Peter Café Sport, einer Kneipe in Horta, dem Hauptort von Faial. Das Lokal stammt aus den 1920ern. Der Ur-OPA, der erste Peter, hat es gegründet. Sie ist die berühmteste Kneipe mitten im Atlantik. Die Insel ist eine Art Zwischenstation für Seeschiffe auf dem Weg über den Atlantik. Damals sind dort auch Postflugzeuge gelandet und haben getankt. Im Peter Café Sport gab es schon immer Gin Tonic. 1984 wollte ich dort nur kurz anhalten, auftanken und Proviant einkaufen. Wir haben damals eine Yacht von Guadeloupe zurück nach Deutschland überführt. Nach 30 Tagen meinte ich: „Wenn wir uns nicht jetzt auf den Weg machen, kommen wir hier nie weg (lacht)!“ Der Gin dort war schon immer lecker. Mittlerweile produziert Peter Café



Sport seinen eigenen Gin und jetzt sind wir die Einzigen, die diesen auf dem Festland anbieten. Wer ihn trinken will, muss sonst auf die Insel mitten im Atlantik segeln.

Die Schifffahrt aus dem norddeutschen Elsflth über die Nordsee, den Atlantik bis in die Karibik und zurück kann gut und gerne neun Monate dauern. Wie vertreiben Sie sich die Zeit an Bord?

Mit Arbeit.

Sie arbeiten doch nicht die ganze Zeit?

Doch natürlich! Wir arbeiten 24/7. Da wird Ruderwache gegangen, dabei muss jemand 24 Stunden am Steuer stehen, man wechselt sich stündlich ab, denn wir haben keine Selbststeueranlage. Dann wird repariert, gestrichen, die Segel müssen bedient werden, es wird gesetzt, geborgen, gerefft und ausgerefft. Das ist physisch anstrengende Arbeit! Früher hat man junge Männer um die 20 auf See mitgenommen, die körperlich fit waren. So fit sind wir heute gar nicht (lacht). Aber Pausen haben wir natürlich auch.

Und was machen Sie oder die Crew-Mitglieder in den Pausen?

Schlafen, Lesen, Backgammon spielen. Heute kann man ja auch mal auf dem Laptop Filme sehen. Allerdings habe ich das bis heute nur zweimal erlebt, dass jemand auf See seinen Laptop mit dabei hatte und einen Film sehen wollte. Die meisten wollen das Meer genießen. Da sitzt man gerne oben im Mast, das sind die besten Plätze, und schaut auf das Meer. Den Platz müssen sie aber erst mal ergattern (lacht)! Und nachts, nachts gibt es nichts Schöneres als den Sternenhimmel auf See. Das haben Sie an Land so gar nicht. An Land haben wir überall Licht und Rückstrahlung, das gibt es auf dem Meer nicht. Das Licht, die Details, die Tiefe, die der Sternenhimmel auf See hat – das ist einmalig.

Seit Februar sind Sie wieder an Land. Scharren Sie schon mit den Füßen und wollen bald wieder in See stechen?

(lacht.) Ich strebe immer zum Meer und aufs Wasser. Wissen Sie, es ist wie beim Bergsteigen: Man klettert, erreicht einen Gipfel und sieht: „Ach, dahinter ist ja noch etwas“, und will immer mehr und immer weiter hinter den Horizont schauen. Auf dem Meer ist der Horizont zwar rund, aber trotzdem: Ich will immer weiter und schauen, was dahinter ist. 🍷

Deutscher Whisky: Vom Außenseiter zur echten Konkurrenz



Schon als Säugling krabbelte sie in einer Brennerei rum. Mit sechs Jahren hat sie das erste Mal destilliert. Sie kennt die Branche und die Spirituosen seit ihrer Kindheit: Michaela Habel ist in vierter Generation Destillateurin und Geschäftsführerin der „Destillerie & Brennerei Heinrich Habel“ und Präsidentin des Verbands Deutscher Whiskybrenner.

Dem BOTTLE Magazin erzählt die 30 Jahre junge Betriebswirtin, wie sich der deutsche Whisky national und international macht, wie sich die Zielgruppe verändert hat und was die Wahl der richtigen Whiskysorte mit dem Einkauf beim Bäcker zu tun hat.

BOTTLE: Frau Habel, was schätzen Sie an Whisky?

MICHAELA HABEL: Ich finde, Whisky ist ein Produkt, das viel Leidenschaft weckt. Ein Destillateur verbringt wegen der gesetzlich vorgeschriebenen Reifezeit mindestens drei Jahre und einen Tag mit seinem Produkt. Da entwickelt man regelrecht eine Beziehung zu seinem Destillat (lacht).

Wann haben Sie Ihren ersten Whisky getrunken?

Mit 21 Jahren. Das war ein zwölf Jahre alter Bowmore, ein leicht getorfter Whisky.

Und?

Ein schönes Produkt, mit einer wahnsinnig schönen Aromenvielfalt. Der Bowmore ist sehr facettenreich und vereint wunderschön den Geschmack des Getreides, des Holzes und des Torfes. Ich persönlich stehe auf Torf.

Was macht den deutschen Whisky aus?

In Deutschland stellen wir den Whisky in Manufakturen her. Das ist ein gravierender Unterschied zu den großen, industriell hergestellten Spirituosen wie in Schottland, USA, Indien oder Taiwan. Da gibt es riesige Anlagen mit 200 bis 300 Fässern, die werden in einer riesigen Rinne entleert und die Spirituose läuft von dort in die Flaschenabfüllanlage. Wir haben keine automatischen Füllstraßen, es wird noch händisch abgefüllt, das sind alles Kleinstauflagen und Einzelfassabfüllungen.

Wenn die Manufakturen nur in Kleinstauflagen produzieren, kommen sie dann der Nachfrage überhaupt hinterher?

Die Nachfrage ist viel größer als die Kapazität. Der Markt ist schnell leergefegt. Das ist natürlich ein luxuriöses Problem. Wir bringen ein Produkt raus und es ist nach ein paar Wochen ausverkauft. Entsprechend haben die Brennereien viel investiert und ihre Kapazitäten für die nächsten Jahre massiv erhöht. Außerdem haben wir Verfahren entwickelt, die eine schnellere Reifung der Destillate ermöglichen.

Wie sehen die aus?

In Deutschland, und das ist typisch deutsch, gehen wir etwas technischer an die Sache ran und überlegen uns, welches Destillationsverfahren wir anwenden können, damit ein fünf Jahre alter Whisky so schmeckt wie ein 15

Jahre alter schottischer. Man schließt an die Pot Stills Verstärkungskolonnen an. Das müssen Sie sich so vorstellen wie einen Turm mit ganz vielen Böden darin. Die Anzahl der Böden kann variieren. Dadurch haben wir die Möglichkeit, etwas feiner zu brennen und das Destillat so aufzubereiten, dass es nicht mehr ganz so viel Lagerungsbedarf hat.

Gibt es einen geschmacklichen Unterschied?

Nein. Wir sparen uns damit nur einige Jahre Fasslagerung.

Wann wurde Whisky das erste Mal in Deutschland destilliert?

Die ersten Ansätze gab es schon im 18. Jahrhundert. Da hat sich die Steinwälder Hausbrennerei Schraml aus dem bayerischen Erbendorf mit Whisky auseinandergesetzt. Erst ab den 80ern durfte man in Deutschland reinen Single Malt aus dem reinen Rohstoff Malz brennen. Das lag daran, weil es vorher monopolrechtlich nicht anders erlaubt war. Die „Blaue Maus“ war dann die erste Brennerei, die einen deutschen Single Malt destilliert hat.

Das ist eigentlich noch gar nicht so lange her.

Daran merkt man auch, dass wir noch in den Kinderschuhen stecken. Da sind wir jetzt langsam rausgewachsen. Dafür haben die Brennereien aber auch eine Menge getan. Ganz zu Anfang haben wir in Deutschland noch so viel Whisky gebrannt wie bei Glenfiddich verdunstet ist. Das ist jetzt natürlich nicht mehr so.

Die deutschen Whiskybrenner kommen ursprünglich von der Obstbrennerei. Was unterscheidet die Brennblasen einer Obstbrennerei von den klassischen Whiskybrennblasen?

Die Form und die Verstärkungskolonnen. Die Form der Brennblasen einer Obstbrandanlage hat etwas Birnenförmiges und die schottische Pot Still ist unten eher sehr bauchig und läuft dann oben wie ein Schwanenhals zu.

Hat das einen Einfluss auf den Geschmack?

Da scheiden sich die Geister. Als Geschäftsführerin unserer Brennerei habe ich extra eine Whisky-Brennerei bauen lassen, weil ich mit meinen Obstbrandgeräten nicht so ideale Destillate hinkriege wie beispielsweise mit einer Pot Still. Aber es gibt viele Obstbrenner, die haben nur eine Anlage und sagen: „Ich kenne meine Brennanlage so gut, ich muss die nur einstellen, dann noch ein paar Böden von der Kolonne wegnehmen und am Ende habe ich das gleiche Ergebnis.“

„In Deutschland stellen wir den Whisky nicht industriell, sondern **in Manufakturen** her.“

Apropos Geschmack, aus welchen Getreidearten wird in Deutschland Whisky gebrannt?

Grundsätzlich alles, was die heimischen Felder hergeben und was natürlich der EU-Spirituosenverordnung nicht im Wege steht. Mais, Dinkel, Hafermalz, Roggen und Weizen wird in den deutschen Brennblasen destilliert. Aber auch Ur-Getreide wie Emmer oder Einkorn.

Wie schmeckt Whisky aus Ur-Getreide?

Getreidiger, brotlicher. Wenn mich Leute fragen, was der Unterschied zwischen einem Roggen-, Malz- oder Weizen-Whisky ist, vergleiche ich das mit dem Brotkauf beim Bäcker: Wer Roggenbrot kauft, mag es lieber kräftiger und burschikoser, dem würde ich einen Roggen-Whisky empfehlen. Wer dagegen ein Weizenbrot lieber mag, dem gefällt ein milder Whisky vermutlich eher, und wer es wiederum ein wenig süßer mag, ist mit Malz gut aufgehoben, denn Malz hat immer eine natürlich Süße. Für den Einstieg ist das eine gute Eselsbrücke.

Wie macht sich der deutsche Whisky auf dem Weltmarkt?

Da ist er noch nicht angekommen. Zwar haben wir hier rund 200 Manufakturen, das ist viel mehr als in Schottland, dort gibt es rund 130. Trotzdem haben wir derzeit einen Weltmarktanteil von 0,4 Prozent.

Woran liegt das?

Die Produktionskapazitäten waren vorher nicht gegeben und sind erst in den letzten sechs Jahren größer geworden. Zum Vergleich: In Deutschland wird Whisky wie zuvor erwähnt in Manufakturen hergestellt. Wir haben hier gerade mal 300-Liter-Anlagen. In Schottland dagegen laufen in den Brennereien mehrere tausend Liter in zig Pot Stills. Natürlich können wir dann nicht in schottischen Mengen produzieren. Zudem ist Whisky ein Produkt, das Zeit braucht, und entsprechend brauchen wir Zeit für den Vertrieb. Deswegen ist der Weltmarkt für die deutschen Brenner erstmal noch zweitrangig.

Es heißt, der deutsche Whisky sei ein Außenseiter – auch auf dem deutschen Markt?

Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass der deutsche Whisky es am Anfang sehr, sehr schwer hatte, sich in Deutschland durchzusetzen. Mittlerweile ist es das absolute

Gegenteil. Die Menschen sind wahnsinnig offen. Wir haben heute eine komplett neue Verbraucherschicht für den deutschen Whisky. Darunter sind viele viele junge Menschen, vor allem Frauen.

Wie kam das?

Wir deutschen Brenner verwenden nicht nur die für Whisky bekannten Getreidesorten wie Gerste oder Roggen, sondern beispielsweise auch Weizen. Weizen ist von Natur aus milder und gibt uns die Möglichkeit, ein mildes Produkt rauszubringen. Dadurch können wir wiederum mit unserem deutschen Whisky ganz andere Zielgruppen erreichen. Mittlerweile ist es so, dass Scotch-Liebhaber oder Alteingesessene der Branche den deutschen Whisky wirklich ernst nehmen, weil sich die Qualität in den letzten zehn Jahren massiv verbessert hat.

Sie sagten, die Zielgruppe sei jünger geworden. Was zeichnet sie aus?

Die jüngeren Whisky-Liebhaber wollen ein Produkt aus ihrer Region, wenn man so will, ein Stück Heimat. Dabei stehen für sie Nachhaltigkeit und Regionalität im Vordergrund. Das ist aber auch der Zeitgeist. Zudem beschäftigen sie sich mehr mit dem Produkt. Das bekommen wir aus der Spirituosenbranche auch zu spüren.

Inwiefern?

Der Trend geht dahin, dass Verbraucher wissen wollen, was sie konsumieren und was hinter dem Produkt steckt. Dafür besuchen sie Brennereien, wollen die Zutaten sehen, wie dort gearbeitet wird, sprechen den Brandmeister vor Ort – sie wollen ein Gesicht zum Produkt. Sie lesen und informieren sich, besuchen Messen und Tastings. Whisky ist für sie nicht nur etwas, was sie trinken. Da steckt eine ganze Kultur dahinter. Das ist typisch für die jüngere Zielgruppe.

Es geht ihnen also nicht ums „Bechern“?

Nein! Ihnen ist Qualität sehr wichtig. Sie zahlen für eine Flasche lieber mehr Geld als für eine ganze Kiste, mit der sie sich „abschießen“ können. Ob jung oder alt: Whisky wird immer mehr als Genussmittel wahrgenommen und das ist auch das, was wir deutschen Brenner möchten. Wir geben uns viel Mühe bei der Destillation, lassen die Spirituose über Jahre reifen, Fässer werden nicht nur einmal belegt, da steckt ein ganz nachhaltiges Fassmanagement dahinter.

Jede Brennerei hat ein Konzept, wie man nachhaltig mit der Natur arbeiten kann. Dann ist es auch schön, wenn der Kunde sich mit dem Produkt auseinandergesetzt hat und den Dram Whisky entsprechend wertschätzt und genießt.

Wie sieht der typische Whisky-Trinker 2019 aus?

Er ist zwischen Mitte/Ende 20 bis 90 Jahre alt. Geschlecht: egal. Nationalität: egal. Sexualität: auch egal. Eine total bunte Mischung eben und das finde ich mega. Was sie verbindet, ist, dass es Genussmenschen sind.

Wie sehen Sie die Entwicklung des deutschen Whiskys in den nächsten 15 Jahren?

Mit großen Schritten nach vorne! Mit wesentlich höheren Marktanteilen, mit wesentlich höheren Produktionskapazitäten. Dabei werden auch qualitativ ganz, ganz große Sprünge gemacht. Vom Austausch mit den

Kollegen weiß ich, was für exotische Experimente teilweise in den Brennereien laufen. Das sind Ergebnisse, die haben wir in sechs bis zehn Jahren in der Flasche. Von daher bleibt es spannend. Es sieht nicht schlecht aus für die deutschen Brenner. Da wird noch einiges passieren in den nächsten Jahren.

Zum Schluss ein wenig „spirituelle“ Blasphemie: Darf man Whisky mit einem anderen Getränk mischen – beispielsweise mit Cola oder Orangensaft?

Wenn das Destillat acht oder neun Jahre im Fass gelegen hat, würde ich mir sehr wünschen, dass man es pur trinkt. Wenn ich aber gerade ein sehr junges Produkt habe, das noch die Spritzigkeit vom Alkohol hat und mir noch ein bisschen zu stark ist – ja, warum nicht. Dann kann man daraus einen Cocktail mit vielen guten Komponenten mixen. Dann ist das für uns in Ordnung. ☺





Whisky-Verkostung

Empfehlungen der Scotch Malt Whisky Society für private Verkostungen

Zusammengestellt von dem
SWMS-Markenbotschafter für Australien, Matt Bailey.

Vorbereitung & Materialbedarf – was man braucht:

- Notizbuch für Tasting-Notizen
- Gläser, gerne leicht bauchig
- Freunde! Notfalls auch virtuell zugeschaltet
- Spucknapf (optional, wenn man viele Brände verkostet, muss man verantwortungsbewusst mit dem Trinken umgehen)
- Knabberzeug – unsere Favoriten: harte Käsesorten und dunkle Schokolade

Anschauen – Whisky optisch beurteilen

Farbe und Aussehen allgemein können schon etwas über seine Erzeugung aussagen, etwa über die Filtermethode und den Alkoholgehalt.



Riechen – das Aroma aufnehmen

Whisky fürs Tasting möglichst mit Zimmertemperatur servieren. Bitte das Glas nicht energisch schwenken! Sonst verbrennen die feinen Härchen in der Nase, die wir fürs Riechen benötigen. Das gilt besonders für Whisky in Fassstärke.

Nun das Glas etwa von der Taille langsam hochheben, bis man etwas riecht. Innehalten, tief durch die Nase ein- und durch den Mund wieder ausatmen.

Um den Geruch des Whiskys zu beurteilen, eignen sich die Kategorien von F. Paul Pacult.

Der Herausgeber des amerikanischen „Spirit Journal“ unterscheidet folgende Aromen:

Blumen: Rose, Veilchen, Nelke, Jasmin, Geißblatt

Nüsse: Mandel, Erdnuss, Haselnuss

Backgewürze: Zimt, Vanille, Muskatnuss, Gewürznelke, Piment

Küchengewürze: Schwarzer Pfeffer, Cayenne-Pfeffer, Salbei, Thymian, Petersilie, Rosmarin, Basilikum

Früchte: Gartenobst, Beeren, Zitrusfrüchte, tropische Früchte

Schmecken – Aromen verstehen (auch bekannt als „der Spaßfaktor“)

- Einen kleinen Schluck auf die Zunge nehmen und im Mund herumlaufen lassen.
- Ausspucken oder herunterschlucken.
- Einen zweiten Schluck nehmen, um den Whisky besser kennenzulernen. Bei Fassstärken wird nun meist etwas Wasser zugegeben und dann werden die Schritte 2 bis 4 wiederholt.

Natürlich lässt sich nun assoziieren: Erinnert das an die zarten Noten von Sherry-Fässern, den Vanille- und Pfirsich-Touch der Speyside, die geringere Torfigkeit älterer Islays und so fort?

Am besten ganz auf die Flüssigkeit im Glas konzentriert bleiben, um sie angemessen zu beurteilen.

Zeit – lassen Sie sich Zeit!

Nur die Ruhe, wenn Sie Whisky wirklich würdigen wollen. Ein kluger Gedanke ist auch, dass Qualität vor Quantität geht.

Nun haben Sie alle Zutaten für Ihr persönliches Whisky-Tasting beisammen. Slainté!

Unser Korn – Im Holzfass gereift



 **HEYDT**
Manufaktur

„Gut ist das, was schmeckt.“



Ob Whisk(e)y, R(h)um, Grappa, Obstbrand oder Gin: Wenn es um Spirituosen geht, kann keiner Julia Nourney etwas vormachen. Die international tätige Expertin ist bereits seit über 25 Jahren im Geschäft und entwickelt Gin und anderes Hochprozentiges.

Die selbstständige Spirituosen-Fachfrau berät und begleitet ihre Kunden bei der Herstellung und Produktion, gibt regelmäßig Workshops, ist Jury-Mitglied bei internationalen Spirituosen-Wettbewerben und wurde schon mehrmals weltweit für ihre Arbeit ausgezeichnet. Dieses Jahr ist sie wieder auf dem BOTTLE MARKET – mit einem neuen, von ihr kreierten Gin. Dem BOTTLE Magazin erklärt die Gin-Koryphäe, wie man für sich den richtigen Gin entdeckt, was in einen guten Gin alles rein muss und was Tonic Water mit Malaria zu tun hat.

BOTTLE: Gin, Whisk(e)y oder R(h)um – was trinken Sie am liebsten?

JULIA NOURNEY: Das kann ich gar nicht so pauschal beantworten. Das ist immer von der Jahreszeit oder von meiner Laune abhängig.

Und was ist mit einem Absacker zum Feierabend?

Wenn man so wie ich den ganzen Tag mit Spirituosen zu tun hat, hat man auch mal die Schnauze voll davon (lacht). Aber ja, manchmal trinke ich auch mal ein Glas Gin Tonic, um nach Feierabend die Füße hochzulegen und runterzukommen.

Was kann man beim Gintrinken alles falsch machen?

Gar nichts. Da gibt es kein richtig oder falsch, das ist einfach individuell. Ich finde, man sollte immer so trinken, wie es einem gefällt – und das gilt für alle Spirituosen. Es gibt beispielsweise Menschen, die trinken Gin gerne ohne Eis, lieber warm und pur. Mein Gott, dann ist es so. Ich persönlich mag ihn mit Eis, weil er so erfrischend ist.

Und woran erkenne ich einen guten Gin?

Gut ist das, was schmeckt. Da sollten sich Verbraucher auch nicht von den ganzen Etiketten beeinflussen lassen, auf denen steht, dass beispielsweise 80 Botanicals, also Aromen gebende Zusätze, im Gin sind. Die 80 können sie gar nicht mehr schmecken! Das ist nur Marketing. Bei all den Gins, die ich bisher entwickelt habe, bin ich nie über 15 Botanicals gekommen.

Stichwort Botanicals: Sind da der Kreativität Grenzen gesetzt, oder kann ich wirklich alles reinhauen, was mir in den ‚Ginn‘ kommt?

Es gibt da einige sehr verwegene Botanicals, mit denen Hersteller versuchen zu glänzen, die aber keinen Sinn machen. Da fällt mir spontan der „Ant Gin“, also Ameisen-Gin, ein. Da arbeiten Hersteller mit australischen oder südamerikani-

schen Riesen- oder Feuerameisen. Ich weiß nicht, ob ich das in meinem Glas haben muss (lacht).

Welche Botanicals müssen in den Gin?

Es gibt ein paar, auf die man schlecht verzichten kann. Ganz klar – Wacholder: Ohne den geht es nicht, sonst ist das ja auch kein Gin. Dann der Koriander: Der komplementiert gut und gibt dem Ganzen eine sehr schöne Balance sowie Komplexität und schließlich kommen die Zitrusfrüchte. Ich bin ein großer Fan von frischen Zitrusfrüchten, aber – nur von der Schale! Die machen einen Gin frisch und gut. In meinen Gins ist auch immer Kardamom, weil ich finde, dass er dem Gin eine ganz besondere Würze verleiht. Und ganz wichtig: Kein Gin ohne ein grünes Element!

Welches könnte das sein?

Zum Beispiel Lavendel, Melisse, Minze. Sie machen den Gin runder und komplexer. Es gibt zwei Botanicals, auf die man auf gar keinen Fall verzichten kann: die Angelika- und Veilchenwurzel. Ihre Aufgaben sind technischer Natur. Angelika verbindet die Aromen der Botanicals, Veilchenwurzel sorgt dafür, dass der Gin im Glas nicht verfliegt. Das sind Minimum-Botanicals, die man braucht. Man kann aber auch dem Ganzen seine eigene, regionale und individuelle Note geben. Ein Gin-Produzent aus Oberursel, er ist Förster, der holt sich aus dem Wald Brennnesseln. Ein Kunde aus Irland verwendet gerne Seefenchel von den steinigen Stränden an der Küste Südirlands. Das sind dann sogenannte Signature Botanicals, die reflektieren die Persönlichkeit des Herstellers oder die Besonderheiten der Region.

Wie finde ich den richtigen Gin für mich?

Da hilft nur probieren. Gehen Sie in ein Fachgeschäft und kaufen Sie sich drei verschiedene Flaschen Gin in unterschiedlicher Stärke. Nehmen Sie beispielsweise einen Distilled Gin, einen London Dry und dann vielleicht noch einen mit Farbe und Süßung. Dazu holen Sie sich drei verschiedene Tonics, dann eine Limette, Orange, eine Grapefruit und Eis. Und dann kann man ein wunderschönes 3x3-Spielchen spielen und da ist man lange mit beschäftigt (lacht). Da können Sie probieren, welcher Gin mit welchem Tonic und welchem Garnish, also Fruchtstück, am besten für Sie passt.

Ist Garnish ein Muss?

Es gibt einige Gin-Puristen, die sagen: „So was kommt mir nicht ins Glas!“ Das ist in Ordnung. Aber auch da gibt es kein richtig oder falsch. Ich persönlich bin ein Garnish-Fan, weil es für mich die dritte Dimension im Gin darstellt. Die Zitrone finde ich persönlich als solche etwas hart, denn sie dominiert den Geschmack. Wenn ich zum Beispiel im Flieger

einen Gordons mit Goldberg-Tonic und Zitrone bekomme, rege ich mich schon immer auf. Da brauche ich weder den Gordons noch das Goldberg, da kann ich gleich an der Zitrone lutschen.

Es heißt, dass man vom „gefärbten“, also grünen, pinken, gelben Gin die Finger lassen sollte: Wieso?

Das Problem bei den gefärbten Gins ist, dass die Farben in den seltensten Fällen natürlich, sondern meistens eher künstlich hergestellt werden. Zudem sind diese Gins häufig gesüßt. Aktuell schwappt aus Großbritannien eine große Welle solcher Gins zu uns rüber. Es gibt viele, die das so mögen. Für mich ist das allerdings kein richtiger Gin mehr, sondern eher ‚geflavourter Wokda‘, da auch die Wacholdernote nicht mehr so deutlich zu schmecken ist. Und nach der Gesetzgebung muss sie deutlich dominant sein, damit sich der Gin so nennen darf.

Wie wird Gin hergestellt?

Da gibt es unterschiedliche Methoden, die schlichteste ist der ‚Compound Gin‘. Da nimmt man klaren, hochprozentigen Neutralalkohol und verdünnt diesen auf 40 bis 60 Prozent. Dann mischt man die Wacholderbeeren und Botanicals rein, lässt das Ganze eine Zeit lang ziehen, trennt die Flüssigkeit sowie die Botanicals und dann hat man im Prinzip schon Gin. Das ist die schlichteste Form der Herstellung. Dieser Gin sieht nicht besonders schön aus, ist gelblich-bräunlich schmutzig und hat die niedrigste Qualitätsstufe. Die Amerikaner sagen dazu auch Bathtub Gin, also Badewannen-Gin. Das zeigt uns auch, wie in den USA oftmals Gin hergestellt wird: Schnaps und Botanicals in die Badewanne rein, rumrühren, bisschen warten, schlürfen (lacht). Trennt man die Flüssigkeit und Botanicals nicht, sondern destilliert sie zusammen, fügt dann nur Wasser zum Verdünnen hinzu und keinen Zucker, darf sich das Destillat London Dry Gin nennen.

Ist es von Vorteil, dass Gin nicht wie Whisk(e)y viel Zeit und Raum zum Reifen braucht?

Das ist der ganz große Vorteil von Gin! Deswegen gibt es auch so viele Produzenten. Man kann in zwei, drei Wochen Produkte in die Flasche bringen, ohne dass man wie beim Whisk(e)y mindestens die vorgeschriebenen drei Jahre warten muss, um das Produkt überhaupt Whisk(e)y nennen zu dürfen. Gin ist in wenigen Wochen marktreif.

Wie finden Sie die richtigen Komponenten für einen neuen Gin?

Das ist immer ganz unterschiedlich. Erst lerne ich den Kunden und die Region kennen, bevor ich mich an die Erstellung einer Rezeptur mache. Ich erfahre, was der Kunde

„Ich finde, man sollte immer so trinken, wie es einem gefällt – und das gilt für alle Spirituosen.“

für Wünsche hat, was er mag oder nicht mag, dann schaue ich mir die regionalen Besonderheiten an.

Wie lange dauert es dann, bis Sie eine neue Rezeptur entwickeln?

Zwischen vier und zehn Tagen. Erst teste ich die einzelnen Botanicals, für die wir uns entschieden haben, in einer kleinen Probekochblase, um zu sehen, ob sie überhaupt schmecken. Manchmal möchten Kunden nämlich eine ganz besondere Pflanze aus ihrer Region, vielleicht eine berühmte Distel oder eine seltene Blüte, die aber vielleicht gar nicht zum Gin passen würden. Wenn der erste Testdurchgang gut war, geht es an die große Brennblase. Dann verkoste ich mit dem Kunden zusammen und finde so den Weg zu dem, was er sich vorstellt. Bis dahin ist es sehr viel Trial and Error: ausprobieren und kleine Veränderungen vornehmen.

Was unterscheidet den Blended Gin vom herkömmlichen Gin?

Der Blended Gin gehört in die Kategorie „Distilled Gin“ und hat für mich persönlich die höchste Qualitätsstufe. Denn im Blended Gin werden die Botanicals einzeln verarbeitet, und zwar dann, wenn sie am besten sind. Sie werden nicht erst getrocknet und ein halbes Jahr im Jutesack gelagert, sondern direkt verarbeitet, wenn sie noch frisch oder reif sind. Beispielsweise sind Zitrusfrüchte im Winter und Kräuter oder Blüten im Sommer am besten. Der Destillateur fügt dann nur noch die Einzeldestillate nach einer festgelegten Rezeptur zusammen, wenn er wieder eine Gin-Abfüllung machen muss.

Viele deutsche Obstbrenner brennen ja heute auch Whisky – kann man mit den Brennblasen auch Gin brennen?

Unbedingt. Die deutschen Obstbrenner, gerade die Kleinstbrenner, haben meist kleine Brennblasen, die 150 Liter groß sind, und das ist eine tolle Größe für Gin! Dabei handelt es sich um Hybridbrennblasen, die unten so einen kupfernen Kessel für die zu destillierende Flüssigkeit haben, und oben, statt eines Helms, wie man das von Whisky-Brennblasen kennt, eine Brennkolonne mit drei Böden.

Sind Gin und Genever ein und dasselbe?

Nein, der Genever ist die niederländische und ursprüngliche Form des Gins. Sie wird allerdings etwas anders hergestellt. Es ist ein mehrfach gebranntes Destillat und nicht wie der Gin aus Neutralalkohol gemacht. In Genever ist meist Weizen und Malz enthalten und erst während der Destillation werden Wacholderbeeren dazugegeben.

Kommen wir zu Gin und Tonic, aber vorab: Was ist Tonic Water eigentlich genau?

Ganz vereinfacht ausgedrückt ist Tonic Water Zitronenlimonade mit Chinin. In früheren Zeiten mussten die Besetzer in den meisten Kolonien Chinin, die gemahlene Rinde des China-Baumes, als Malaria-Prophylaxe einnehmen. Weil das Zeug fürchterlich bitter ist und grausam schmeckt, hat man es mit gesüßtem Zitronenwasser gemischt. Man hat die Limonade also in ein medizinisches Tonicum verwandelt. Daher kommt letztendlich der Name Tonic Water.

Wie haben Gin und Tonic Water zueinander gefunden?

Aus den gleichen Gründen: Die Leute haben festgestellt, dass ihr tägliches Tonicum mit Gin noch viel besser schmeckt.

Der Gin-Hype scheint ungebrochen. Wo entwickelt sich der Markt hin?

Wenn ich jetzt in eine Kristallkugel schauen könnte (lacht). Ich denke, dass es in den kommenden Jahren noch mehr Spezialisierungen mit regionalen Besonderheiten geben wird. Insofern wird es noch eine ganze Menge neuer Gins geben, die sich durch spezielle Botanicals und Marketingideen auszeichnen werden. Gleichzeitig glaube ich, dass das Thema Gin immer mehr verwässert wird – im wahrsten Sinne des Wortes. Denn es wird immer mehr Gins geben, die süßer und fruchtiger werden, in denen der Wacholder dann kaum noch zu schmecken sein wird und das entspricht nicht der Gin-Tradition. Wie bereits gesagt: Das ist für mich gefärbter und geflavourter Wodka, aber kein Gin. Also ich brauch das nicht (lacht).

Haben Sie einen Trinktipps für unsere Leser?

Ich persönlich mag unglaublich gerne Gin-Cocktails und finde, Gin ist eine super Spirituose zum Mixen. Jeder, der gerne Gin Tonic trinkt, sollte mal in die Richtung eines ‚Basil Smash‘ gehen oder den ‚Negroni‘ ausprobieren. Basil Smash ist ein Cocktail aus Gin, Zitrone oder Limette, Zuckersirup und Basilikum. Beim Negroni mit einigen Eiskwürfeln, Gin, rotem Wermut und Campari verrühren und mit einer halben Orangenscheibe garnieren. Da gibt es so viele Spielmöglichkeiten ... 🍸

Vielfältig. Wie unsere Küsten.





Wir lieben Kreation ... und Whisky

Es war im Oktober 2018, da klopfte es an die Tür: „Moin, wir sind der BOTTLE MARKET und suchen eine neue Agentur. Habt Ihr Bock, an unserem Pitch teilzunehmen?“ Die Antwort lag auf der Hand, denn wir sind Spirituosenliebhaber und hatten RICHTIG Bock! Wegen unserer Liebe zum Genuss haben wir immer eine Flasche Single Malt Scotch in der Agentur – derzeit einen Ardmore – für Momente, die einen erstklassigen Whisky verdienen. Die Einladung zum Pitch bei der MESSE BREMEN war so einer.

DIE Whisky- & Spirituosenmesse in Norddeutschland in komplett neuem Glanz – das war unsere Aufgabe. Also schnell einen after work dram eingegossen und erste Ideen ausgetauscht. Aus after work wurde eine kreative late night session und im Laufe der nächsten Tage und Wochen passierte es – das neue Design für den BOTTLE MARKET war geboren. Drei wundervolle Keyvisuals erblickten das Licht der Welt, waren on point und konnten sich im Wettbewerb gegen andere Agenturen durchsetzen. Weil wir da sind, wo wir zu Hause sind – bei unserer Liebe für Kreation & Werbung.

Und heute, ein Jahr später, ist Bremen der BOTTLE MARKET, denn überall entdeckt man unser Design für die coolste Messe der Stadt. Unser Team ist nicht groß und will es auch nicht sein. Mit einer Handvoll junger Kreativköpfe setzen wir auf bleibende Ansprechpartner und kurze Kommunikationswege. Wir sind konstruktiv, lässig und witzig und haben mit dem BOTTLE MARKET den passenden Geschäftspartner. Es hätte gar nicht besser kommen können. Geiles erstes Jahr mit euch! Wir sind die eszett kreativagentur und wir lieben die Kreation!

eszett kreativagentur
www.eszett.studio
moin@eszett.studio
Tel: 0421 43 77 96 96





Cocktails

REZEPTE



ALICE KUPERMANN NOUGEIRA

Was haben Kochen und Cocktails mixen miteinander zu tun? „Die Balance“, sagt Alice Kupermann Nogueira. „Man darf von keiner Zutat zu viel oder zu wenig beimischen, denn das könnte den Geschmack ruinieren.“ Die 30 Jahre junge Frau aus Berlin ist Brand Activation Manager bei Schlumberger, einer Vertriebsgesellschaft für Wein, Schaumwein, Spirituosen und Spezialitäten der gehobenen Klasse. Geboren in Rio de Janeiro, mixt sie seit ihrem 23. Lebensjahr Cocktails, kreiert neue Rezepte und pimpt sie mit selbst gemachten und unkonventionellen Zutaten – wie mit Salz oder Sojasauce. Für die Leser des BOTTLE Magazin hat sie eigens einige Rezept kreiert. **Taste the Spirit.**

Brandy Old Fashioned



ZUTATEN

6 cl Brandy
1 cl Zuckersirup
3 Dashes Angostura Bitters



EIS & GARNISH

Ein großer Eisball oder ein großer Eiswürfel
Orangenzeste

Brazilian Highball



ZUTATEN

4 cl Cachaça
2 cl Ananassirup
2 cl Limettensaft



EIS & GARNISH

Eiswürfel
Grapefruitzeste und Chilifäden

William Runner



ZUTATEN

3 cl Sloe Gin
3 cl Williamsbirnenschnaps
1 cl Vanillesirup
1,5 cl Limettensaft



EIS & GARNISH

Ohne Eis
Getrocknete Birnenscheibe



Japanito

ZUTATEN
 3 cl junger, japanischer Whisky
 3 cl Yuzulikör
 Mit Sodawasser auffüllen

EIS & GARNISH
 Crushed Ice
 Minze und getrocknete Zitronenscheibe

Manhattan

ZUTATEN
 5 cl Rye Whiskey
 2 cl Roter Wermut
 3 Dashes Angostura Bitters

EIS & GARNISH
 Ohne Eis
 Orangenzeste

Wakaterie

ZUTATEN
 3 cl White Rum
 2 cl Cachaca (durch Infusion mit Koriander aromatisieren)
 1 cl Falernum
 3 cl Mangosaft
 1 cl Kokoscreme

EIS & GARNISH
 Crushed Ice
 Cassava Chips und Korianderblätter

ROSÉ SAVES THE DAY

Vertrieb Deutschland: schlumberger.de
 @schlumbergerspirits

DER WELTWEIT EINZIGE GESEGELTE KORN!

AVONTUUR MISSION ZERO
 cargo under sail

AVONTUUR
 cargo under sail

SCHOONER KORN
 NATÜRLICH NORDDEUTSCH
 34%

Timbercoast
 cargo under sail

FIND US: STAND 7F42
www.timbercoast.com

DIE MANUFAKTUR FÜR BESONDERES

Die Steintor-Pressen und die Medienhaven GmbH im Bremer Szene-Viertel Steintor stehen für die Leidenschaft des Druckens. Zu wahren und edlen Kunstwerken werden so manche Produkte wie Visitenkarten, Briefbogen oder auch eine besondere Cartonage, die auf historischen Maschinen von 1890, 1930 oder den 1960er-Jahren mit traditionellem Fachwissen in alter Buchdruck-Technik im hauseigenen Letterpress-Studio mit viel Liebe zum Detail hergestellt.

Wer haptische und visuelle Erlebnisse wünscht, ist hier am richtigen Ort. Selbst die kleinste Auflage wird realisiert, ganz gleich ob selbstklebende Flaschenetiketten, außergewöhnliche Bierdeckel oder gebundene Bücher. Werden exzellente Fotodrucke vom 10x15-Abzug bis A0-Format benötigt oder Fine-Art-Prints in herausragender Museumsqualität auf feinsten Papieren, lichtecht und PH-neutral kommt hochmoderne digitale Technik zum Einsatz.

Produziert wird für einzelne Künstler*innen ebenso wie für die Großindustrie, welche neben der personalisierten

Geschäftsausstattung auch besondere Broschüren, Magazine oder Kataloge benötigen. Zur Weiterverarbeitung wie Stanzen, Heften, Kleben oder Nähen stehen selbstverständlich entsprechende Maschinen zur Verfügung. Manches Mal aber muss das mehrköpfige Team um Heide und Peer Rüdiger auch mit den eigenen Händen ran, wenn Maschinen an ihre Grenze stoßen.

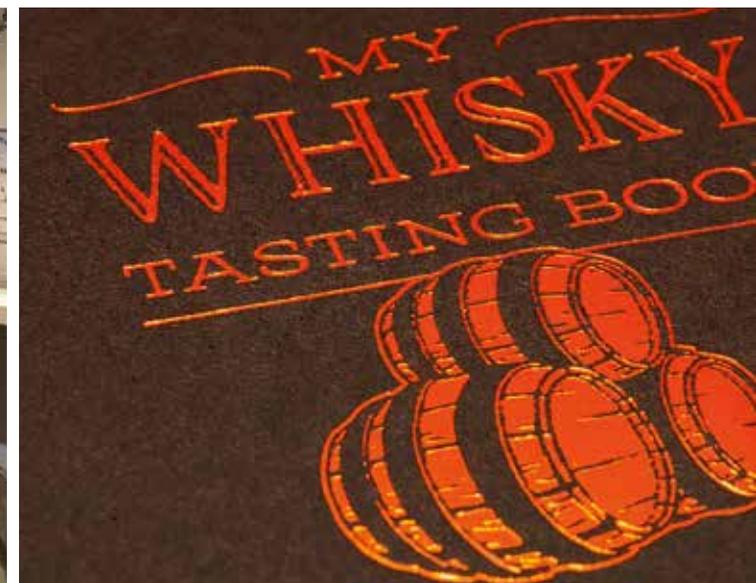
Keine Massenware, sondern individuelle Produktionen auch kleinster Auflagen sind die besondere Qualität der Rüdigers, die sich der noch so ausgefallensten Anforderung an besondere Drucksachen stellen, zudem preiswert anbieten und flexibel agieren. Im Vorraum ihrer Druckerei in einem mehrstöckigen Hinterhaus werden unter dem Namen PAPER YARD auch Eigenprodukte angeboten. In Zusammenarbeit mit Grafikdesignern entstehen Tasting-Books für edle Spirituosen oder auch Craft-Biere, Hefte, Postkarten oder kleine Verpackungen.

STEINTOR-PRESSE, Vor dem Steintor 34, 28203 Bremen
Telefon 0421 - 72 66 00, office@medienhaven.de
www.steintorpresse.de

Fotos: Toma Babovic, Julia Windhoff, Peer Rüdiger



Inhaber Peer Rüdiger vor seiner Druckerei



Wissenswertes über das richtige Werkzeug vor dem Zigarrenenuss



Vor dem perfekten Zigarrenenuss steht der vollendete Schnitt. Dieser entscheidet letztlich über Qualität des Zuges und die Feinheit des Aromas. Für Zigarrenliebhaber gilt, das Werkzeug muss zum Raucher passen. Wie die Wahl ausfällt, entscheiden Vorkenntnisse, Vorlieben oder einfach die Neugier, was der Markt beziehungsweise der Handel zu bieten haben. Dabei lohnt sich der Weg zum Fachhändler des Vertrauens. Er oder sie hat in der Regel eine Auswahl an Cuttern, Bohrern, Scheren oder Kerbschneidern im Sortiment und berät den Zigarrenliebhaber gern. Darüber hinaus finden sich im Internet Zigarren-Tutorials, darunter jenes von „Alles André“ im gleichnamigen youtube-Kanal.

Dort nimmt Didi Hoffmann seine Zuschauer Schritt für Schritt auf den Weg zum richtigen Schnitt mit. Dieser setzt Ruhe und Sorgfalt des Anwenders voraus. Wer mag, „trainiert zunächst in den eigenen vier Wänden, bevor er beziehungsweise sie sich einen Longfiller in der Öffentlichkeit gönnt“, sagt Hoffmann im Tutorial. Während viele Shortfiller

bereits angeschnitten sind, besitzen Longfiller dagegen meistens noch ihre Kappe, die sogenannte Capa. Sie ist das letzte Stückchen Deckblatt, das die Zigarre abschließt. Vor dem Anzünden muss sie entfernt oder angeschnitten werden.

Dazu eignet sich der Doppelklingencutter (1). Er zählt zu den beliebtesten und bekanntesten Werkzeugen. Die Funktionsweise ist relativ einfach. Man nimmt die Zigarre, führt sie in den Cutter ein und schneidet mit gleichmäßigem Druck die Kappe ab. Je nach Zigarrenformat sollte darauf geachtet werden, nicht zu viel wegzuschneiden. Darüber hinaus ist es wichtig, einen geraden Schnitt zu machen, der zügig ausgeführt werden sollte. Und schon kann man sie anzünden. Experten wie Hoffmann raten, beim Schnitt die Rundung nicht ganz zu entfernen. Im Idealfall sind die Rauchkanäle in der Öffnung sichtbar. Der Cutter eignet sich insbesondere für kleine Zigarren mit geringen Ringmaßen, etwa für eine Petit Corona, oder bei spitz zulaufenden Formaten wie Figurado oder Perfecto.

Eine andere Möglichkeit, eine Zigarre zu rauchen, ist sie anzubohren (2). Der Zigarrenbohrer ist nichts anderes als ein Rundcutter, mit dem in die Mitte des Zigarrenkopfes ein Loch gebohrt wird. Sein Vorteil ist, dass er das Deckblatt besonders sauber öffnet. Man verhindert mit dieser Methode unter anderem, das Deckblatt zu beschädigen, und kann die Zigarre ohne Schnittreste genießen. Allerdings sollte man diesen Vorgang vorher üben, raten Experten. Wichtig ist, dass man die richtige Größe des Bohrers wählt, damit sich die Aromen voll entfalten können. Die Funktionsweise eines Bohrers ist relativ einfach und somit auch für Anfänger gut geeignet. Man nimmt die Zigarre und den Bohrer und dreht den Bohrer in einer runden Bewegung in die Kappe, durchstößt sie damit und stellt somit eine Öffnung für einen schönen Rauchverlauf her. Der Bohrer eignet sich für klassische Formate wie Robusto, Toro, Gigantes oder Churchill. Zigarrenbohrer sind ähnlich wie der Cutter klein und handlich. Sie passen in Hosen und Jackentaschen und können immer mitgeführt werden.

„Die Klinge muss scharf sein.“

Bei vielen Aficionados besonders beliebt ist die Zigarrenscheren (3). Sie ist quasi das Allround-Talent unter den Zigarrenschnidern. Sie hat den großen Vorteil, dass sie praktisch für alle Formate geeignet ist. Ihre Funktion erklärt sich von selbst und ist im Prinzip wie die einer Schere. Man schneidet

einfach die Spitze der Kappe ab und hat damit einen schönen Schnitt. Zigarrenscheren gibt es in verschiedenen Ausführungen aus Edelstahl oder verchromt. Die Schere ist das universellste Werkzeug des Zigarrenliebhabers.

Der Kerbschneider ist ein Klassiker unter den Zigarren-Werkzeugen (4). Er kommt ursprünglich aus dem Shortfiller-Bereich, ist allerdings auch für Longfiller-Zigarren geeignet. Seine Handhabung ist relativ einfach: Man setzt den Kerbschneider an den Zigarrenkopf an und drückt mit Kraft nach unten. Und schon hat man einen V-förmigen Schnitt in seine Zigarre gemacht. Dieser spezielle Schnitt soll, so eingefleischte Aficionados, den Zigarrenrauch im Mundraum auf besonders günstige Weise verwirbeln und dabei die Aromen des Tabaks am besten zur Entfaltung bringen. Formate wie Corona, Robusto, Churchill oder Toro lassen sich auf diese Weise schneiden. Allerdings merken Kritiker des Kerbschneiders an, dass die bei Longfillern angelegten Zugkanäle beim Anschneiden nicht getroffen werden, was sich wiederum negativ auf den Genuss auswirkt. Für alle Geräte gilt insgesamt, bei der Anschaffung nicht zu sehr zu sparen und auf die Schärfe des Geräts zu achten. Stumpfe Cutter, Bohrer oder eine schartige Schere würden das Deckblatt nicht schneiden, sondern reißen.

Fazit: Die Klinge muss immer scharf sein. 🍷

Weitere Informationen unter www.alles-andre.de oder im youtube-Kanal von Alles André – Das Zigarrenportal, Text: Kerstin Kopp, Quelle: Smokers Club 03/19



„Guten Whisky kann man überall herstellen“



„Nektar der Götter“: Das bedeutet der Brennerei-Name Amrut, übersetzt man ihn aus dem Sanskrit. Wer sich so nennt, traut sich etwas zu. Und tatsächlich kann das 1948 gegründete indische Unternehmen für sich unter den mehr als 150 Brennereien des Landes Einzigartigkeit reklamieren: Es war das erste und ist bis heute eines von wenigen, das sich mit einem eigenen Single Malt auf den schottischen Markt traute.

Auf dem BOTTLE MARKET lernen Besucher die Produkte des Hauses bei Importeur Kirsch Whisky kennen. Im Vorfeld sprach Markenbotschafter Pramod Kashyap mit dem BOTTLE Magazin über Aspekte der Whisky-Herstellung auf dem Subkontinent.

BOTTLE: Amrut war die erste indische Destillerie, die außerhalb Indiens einen Single Malt herausbrachte. Wie kam es dazu?

PRAMOD KASHYAP: Unser Firmenchef Rakshit N. Jagdale war ursprünglich auf Blends spezialisiert, wie das für Indien typisch ist, brannte aber auch schon Malts für andere Blender und einen Single Malt. Im Jahr 2000 ging Jagdale zum Management-Studium an die Universität von Newcastle und stellt sich in diesem Rahmen irgendwann die Frage, ob indische Whiskys Marktchancen in England haben würden. Er veranstaltete viele Blindverkostungen seines Single Malt in einigen britischen High-end-Bars – und der Whisky kam an, ja wurde sogar mit den besten schottischen verglichen.

Also war ihr Marktstart einfach?

Wir haben zunächst in Glasgow angefangen. Als wir 2004 begannen, unseren Single Malt zu exportieren, freuten sich Kenner. Auf die breite Öffentlichkeit bezogen hingegen fanden wir den Marktstart schwierig, wirklich herausfordernd – weil alle an betagte Whiskies gewöhnt waren und die Leute sich nicht vorstellen konnten, dass man überall auf der Welt guten Whisky herstellen kann. Um unseren Whisky vorzustellen, haben wir uns daher an Whisky-Festivals überall in Europa beteiligt. Und wir veranstalten auch immer noch viele Tastings. Das ist der einzige Weg, um Endverbraucher zu erreichen und sie mit unserem Produkt vertraut zu machen.

Woran liegen die Schwierigkeiten?

Wir verkaufen unsere Whiskys in der Regel ohne Altersangabe – darauf legen jedoch die durchschnittlichen Whisky-Trinker vielfach Wert und verstehen den Hintergrund nicht.

Wie stellt sich der dar?

Unser Whisky reift aufgrund des Klimas sehr viel schneller als in Schottland. Wenn er hier viereinhalb oder fünf Jahre alt ist, schmeckt er wie ein zwölf Jahre alter Scotch, weil der Angel's Share bei uns viel höher ist. Das macht ihn so einzigartig, tatsächlich wäre ich begeistert, wenn wir auch einen 25 Jahre alten Single Malt anbieten könnten – das geht aber nicht, weil der Whisky verdunstet ist, bevor er so alt werden könnte.

Wie produzieren Sie, kaufen Sie zum Beispiel die Brennblasen in Europa?

Unsere Rohstoffe beziehen wir aus Indien. Die Gerste für das Malz zum Beispiel wächst am Fuß des Himalaya, das Wasser aus dem Himalaya enthält eine Fülle an guten Mineralstoffen. Sie machen den Boden sehr fruchtbar, sodass hier gutes Getreide wächst. Die Brennblasen bauen wir auch

*„Wenn man von **10 Prozent Kennern von 1,2 Milliarden Einwohnern** ausgeht, haben wir es nicht mit einem kleinen Markt zu tun.“*



auf unserem Brennereigelände in Bangalore. Wir haben nie Brennblasen in Schottland gekauft und werden das auch nie tun.

Indien ist ein exzellenter Absatzmarkt für Whisky, allerdings vor allem für billige Blends. Sie arbeiten demgegenüber heute fast ausschließlich im gehobenen Segment. Wie stehen Sie in Indien da?

In Indien leben rund 1,3 Milliarden Menschen. Von denen weiß ca. zehn Prozent, was Single Malt ist, und kennt vor allem Glenfiddich oder Johnnie Walker Black Label. Wir haben unseren Single Malt anfangs ausschließlich exportiert und ein bisschen davon an unserem Werksstandort Bangalore verkauft. Erst seit fünf Jahren bauen wir unseren Vertrieb in Indien aus und wollen bis 2023 überall im Land vertreten sein. Tatsächlich fangen die Menschen an, hochwertigen Whisky zu schätzen, und wenn man von zehn Prozent Kennern von 1,3 Milliarden Einwohnern ausgeht, haben wir es

nicht mit einem kleinen Markt zu tun. Andererseits werden Single Malts in Indien generell nie die Popularität von Blends erreichen.

Welches sind für Sie die wichtigsten nicht indischen Märkte und wo sehen Sie das größte noch nicht ausgeschöpfte Absatzpotenzial?

Frankreich, Deutschland, die USA, Kanada und manche andere Länder. In den Vereinigten Staaten sehen wir schon aufgrund der Größe des Landes Chancen. Uns interessiert auch Großbritannien. Kein Vertriebsgebiet ist für uns – anders als für andere indische Brenner – der Mittlere Osten, obwohl da sehr viele Inder leben. Viele arbeiten dort zum Beispiel auf dem Bau und können sich unsere Produkte nicht leisten.

Ihre Abfüllungen mit Altersangabe bringen es teils auf stolze Preise. Eine kürzlich aufgelegte zehn Jahre alte Sorte kostet 800 Euro pro Flasche. Wo finden Sie für so etwas Kundschaft?

Das ist natürlich ein Nischen-Whisky, für den sich Konsumenten lange im Voraus vormerken lassen. Bei unserem deutschen Importeur Christoph Kirsch warteten 150 Kunden auf diese Abfüllung. Wir haben 30 Flaschen hingeschickt und waren in wenigen Wochen ausverkauft. Wir liefern demnächst noch einmal 40 nach (Anm. d. Red.: Interview wurde im Oktober 2019 geführt). Auf so eine Nachfrage waren wir nicht gefasst und können sie auch nur schwer befriedigen. Bis zum November letzten Jahres konnten wir maximal 360.000 Liter New Make im Jahr produzieren. Dann haben wir unsere zweite Brennerei auf unserem Werksgelände eröffnet – nun können wir den Ausstoß auf eine Million Liter jährlich steigern. Trotzdem sehen wir unsere Mission in Qualität, nicht Quantität.

Es gibt neben indischem auch Whisky aus Indonesien, Japan und anderen Ländern. Welchen asiatischen Whisky würden Sie Einsteigern empfehlen oder würden Sie sich an die Schotten halten?

Ich würde einen Kavalan aus Taiwan empfehlen. Das ist ein fabelhafter Whisky, der die ganze Welt aufhorchen lässt und von den asiatischen Bränden die meisten Prämierungen eingeehmt hat. Aber natürlich muss man als Einsteiger auch Scotch probieren – sonst hat man was verpasst im Leben.

Welchen schottischen Whisky mögen Sie am liebsten?

Ich liebe Glenfarclas, Ben Nevis oder alten Benriach. Je nach Stimmung mag ich auch Islays, Talisker zum Beispiel.

Und was ist ihre Lieblingsspirituose eines anderen Herstellers?

Mein persönlicher Favorit ist Chichibu-Whisky aus Japan. 🍷

SO EINZIGARTIG WIE DIE

Nordseeküste

EHRlich. KOMPLEX. NORDISCH.

STAND: 7C56

WWW.NORGIN.DE

LANDGENUSS-Rezepte

Apfel-Zimt-Likör mit Rum

Zutaten für 4 Flaschen à 300 ml

- 1 Vanilleschote und 2 Stangen Zimt
- 1 Apfel und 750 ml klarer Apfelsaft
- 250 g brauner Kandis
- 2 Sternanis, 4 Gewürznelken
- 350 ml brauner Rum

1. Die Vanilleschote der Länge nach halbieren und das Mark herauslösen. Die Zimtstangen grob in Stücke brechen. Den Apfel waschen und schälen, dann vierteln, entkernen und würfeln.

2. Apfelsaft, Vanillemark und -schote, Zimt, Apfelfügel und -schale, Kandis, Anis und Nelken in einen Topf geben und aufkochen. Anschließend zugedeckt etwa 10 Min. köcheln lassen.

3. Den Topf vom Herd nehmen, den Rum zugießen und gut vermengen. Den Likör in ein großes, verschließbares Gefäß umfüllen und 4 Tage an einem kühlen, dunklen Ort ziehen lassen. Anschließend filtern und in sterile Flaschen füllen.



© Falkenmedia/Frauke Antholz



© Falkenmedia/Anna-Gieseler

Bratapfellikör mit Korn

Zutaten für 4 Flaschen à 500 ml

- 2 kg kleine, feste Äpfel (z. B. Cox Orange)
- 120 g Zucker
- 3 Vanilleschoten
- Je 2 unbehandelte Orangen und Zitronen
- 700 g brauner Kandis
- 5 Zimtstangen, 6 Anissterne und 6 Gewürznelken
- 2,5 l Korn

1. Den Backofen auf 180 °C Umluft vorheizen. Die Äpfel schälen und das Kerngehäuse so entfernen, dass die Äpfel intakt bleiben, den Boden nicht ganz durchstechen. Den Zucker in die Aushöhlungen streuen. Anschließend die Äpfel auf ein Blech mit Backpapier setzen und auf mittlerer Schiene etwa 15 Min. garen, bis sie leichte Risse bekommen, aber nicht aufplatzen. Sie sollten weich sein, aber noch ihre Form behalten. Das Blech aus dem Ofen nehmen und die Äpfel abkühlen lassen.

2. Die Vanilleschoten längs halbieren und das Mark herauslösen. Die Orangen und Zitronen heiß abspülen und mit einem Zestenreißer oder feinen Sparschäler die Schalen sehr fein entfernen. 3–4 große, weite, verschließbare Bügelgläser heiß ausspülen. Kandis,

Vanillemark, Zitruschalen und Gewürze gleichmäßig darauf verteilen. Die ausgekühlten Äpfel obenauf legen und alles mit Korn begießen.

3. Die Gläser verschließen und den Ansatz etwa 4 Wochen durchziehen lassen. Zwischendurch immer wieder gut durchschütteln.

4. Den Likör durch ein feines Sieb in heiß ausgespülte, trockene Flaschen füllen und sofort verschließen. Der Bratapfellikör hält so etwa 1 Jahr.



Das Magazin serviert Ihnen zahlreiche bodenständige, regionale und saisonale Rezepte, die zum Nachkochen und In-Erinnerungen-schweigen anregen. Die Redakteure besuchen die Menschen vom Lande, stöbern die besten, auch verloren geglaubten Rezepte auf, treffen sich zum Kaffeeklatsch mit den Tortenbäckern der Hofcafés und verraten Ihnen, warum Omas Rotkohl immer so besonders gut schmeckt. www.landgenuss-magazin.de



Fever-Tree: So gelingt der perfekte Gin & Tonic

Das Geheimnis eines perfekten Drinks sind die richtigen Zutaten: Einfach ¼ Premium Gin mit ¾ Fever-Tree Tonic Water mixen und ein frisches Garnish wie Zitrone hinzugeben – und genießen! Unter dem Motto „If ¾ of your drink is the mixer, mix with the best“ überzeugen alle Fever-Tree Tonics mit ihrer feinperligen Kohlensäure und hochwertigen natürlichen Zutaten. Das Chinin, maßgeblicher Bestandteil für Tonic Water stammt von Chinarindenbäumen aus dem Kongo. Durch die raffinierte Mischung von mediterranen Kräutern wie Zitronenthymian und Rosmarin entsteht unser Mediterranean Tonic Water mit floraler Note.



Mix at home: „Gin Tonic“

Longdrinkglas mit Eiswürfeln füllen, 50ml Gin (z. B. Bombay Sapphire) hinzugeben, mit Fever-Tree Mediterranean Tonic Water auffüllen und z. B. mit einer Zitronenscheibe und Rosmarinzweig garnieren. Cheers!

Weitere Informationen und Drinkrezepte unter www.fever-tree.de sowie auf Instagram und Facebook (@Fever-Tree Deutschland)



Fever-Tree: Wegbereiter der Premium-Mixer

Die Geschichte von Fever-Tree begann im Jahr 2003, als sich die beiden Gründer Charles und Trim trafen, um sich einem einfachen Motto zu verschreiben: „If three quarters of your G&T is the tonic, wouldn't you want it to be the best?“ Charles und Tim gingen ihr Geschäft von Anfang an anders an, denn bei Fever-Tree sollten keine Kompromisse eingegangen werden. Der Geschmack und die Qualität nahmen schon immer den höchsten Stellenwert ein. Diese Denkweise ließ sie zu einem 18-monatigen Abenteuer aufbrechen, das in den Archiven der British Library begann und sie bis in die Demokratische Republik Kongo führte. Im Jahr 2005 kam das Premium Indian Tonic Water auf den Markt und das Motto hat sich bis heute nicht verändert. Für Fever-Tree Mixer werden nur die besten natürlichen Zutaten verwendet – für die hochwertigsten Zutaten ist kein Weg zu weit ist.

Nur auf dem BOTTLE MARKET: Die Stefan-Gabányi- Edition der Scotch Malt Whisky Society



Liebhaber fassstarker Whiskys kennen die grünen Flaschen der Scotch Malt Whisky Society aus Edinburgh. Seit 36 Jahren versorgt der renommierte Whisky Club seine Mitglieder mit exklusiven Einzelfassabfüllungen unterschiedlichster Destillieren.

Für die jüngste Deutschland-Edition der Society konnte die Münchner Bar- und Whisky Legende Stefan Gabányi als Partner gewonnen werden. Der Autor von Schumann's Whisk(e)y Lexikon und Betreiber der Bar Gabányi hat dafür unterschiedliche Fassproben verkostet, seinen Favoriten gewählt und die Tasting Notes verfasst.

Besuchen Sie uns an unserem Messestand und probieren Sie die Nummer 66.158 mit dem sprechenden Namen „Someone left a cigar in the boudoir“. Dahinter verbirgt sich ein 20 Jahre alter Whisky aus den schottischen Highlands, der u.a. mit Noten von süßem Rauch, Himbeeren, Baumrinde und dunkler Schokolade aufwartet. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



**The Scotch Malt
Whisky Society**
www.smws.com
Stand Nummer 7 C 31



1423 World Class Spirits GmbH
7 A 11
www.1423.eu
div. Rumsorten, u.a. Ron Compañero, Ron Esclavo, S.B.S., Rammstein Rum, BVB Rum, Worthy Park, 24 Days of Rum-Adventskalender, Gin-Box

4anchors GmbH
7 C 42
www.4anchors.de
Knut Hansen Dry Gin

Abonauten UG
7 B 50
www.abonauten.de
Gin-Abos, Tastingboxen

Alba Import oHG
7 E 31
www.albaimport.de
Whisky wie z. B. Armorik, Kilchoman, Kingsbarns, Bladnoch, The Quiet Man und Hyde sowie die Celtic Gin Collection bestehend aus schottischen und irischen Gins

Anam na h-Alba
7 A 21
www.anamnahalba.com
Eigenabfüllungen, The Scotch Single Malt Circle, Strathearn, Glen Wyvis

Arnold André GmbH & Co. KG
7 A 40
www.alles-andre.de
Cigarren und Cigarillos

Artful Spirits e.K.
7 F 50
www.artful-spirits.de
Vodka und Liköre

ATF GmbH
7 G 41
www.atf.hamburg
Ron Jaguar, Ron 1914, Sister Isles, Roble Viejo, Ron Aldea, Ron Canaleto

**Birgitta Rust –
Piekefine Brände e.K.**
7 F 33
www.br-piekefinebraende.de
Brände und Liköre, Gin, Whisky, Wodka, Rum

**BORGWARD Zeitmanufaktur
GmbH & Co. KG**
7 F 02
www.borgward.ag
BORGWARD Armbanduhren, Uhrenseminare

**Bremer Spirituosen
Contor GmbH**
7 D 30
www.bsc-bremen.de
Douglas Laing, Writer's Tears, Säntis Malt, Paul John, Tomintoul, Akashi, Togouchi, Rum Malecon, A.H. Riise Rum, Kirk & Sweeney, Pusser's Rum

Bremer Spirituosen Contor GmbH
7 C 41
www.bsc-bremen.de
Copperhead Gin, Gin 27, Le Gin by Drouin, Gunroom Gin, Studer Swiss Highland Gin und Uncle Val's Gin

Brennerei Henrich
7 F 32
www.brennerei-henrich.de
Gilors Single Malt Whisky, Rum und Gin Sieben

Burgen-Drinks Vertriebs GmbH
7 D 43
www.burgen-drinks.de
Schlitzer Whisky, Burgen Dry Gin

crazyirishshop.de
7 D 52
www.crazyirishshop.de
Irische Souvenirs, Whiskeys, Rum und Liköre, St. Patrick's Day Artikel, hauseigener und anderer Gin

DEIN GIN Punkt
7 B 64
www.deingin.de
Stelle Deine eigene GINstallation zusammen.

**Destillerie
Kammer-Kirsch GmbH**
7 B 24
www.kammer-kirsch.de
Loch Lomond Whiskies

Destillerie Thomas Sippel
7 G 20
www.destillerie-sippel.de
Pallatinatus Whisky, Gin, Rum, Liköre, Obstbrände

Die Brau- & Brennwerkstatt
7 D 42
www.highfir.de
Verschiedene Manufaktur-Gins und andere Produkte aus eigener Herstellung

Die Whiskybotschaft GmbH
7 F 10
www.diewhiskybotschaft.de
Scotch Single Malt Whisky Raritäten, Einzelfassabfüllungen und Private Editionen

Distillerie Belmont
7 B 63
www.belmont-fruits.ch
Red, Green, White Skull Gin sowie Dahlias Delight und Aloe Vera Gin

Dorfbrand GmbH & Co. KG
7 F 25
www.dorfbrand.com
Danne's schwäbische Whiskys, Tecker Whisky, Dorfbrand, Tecker Gin, Whisky-Kuchen, Whisky-Gelee, Gläser, Glasportionierer

Eimverk Distillery
7 C 27
www.flokiwhisky.is
Floki Whisky, Vor Gin, Viti Aquavit

Elch-Whisky
7 F 21
www.elch-whisky.de
Whisky

Fancy Food & Lifestyle
7 G 51
www.fancyfood.eu
Rum – Chamarel, Rum – Labourdonnais, Rum – Bougainville

FERRAND DEUTSCHLAND GmbH
7 E 20
www.ferrand-spirits.de
Whiskys von THE TORRAN, MCCRAE'S, ROZELIEURES sowie Rum Plantation, Gin Citadelle, Rhum Clément, Cognac Pierre Ferrand

FIEV SINN Genuss-Manufaktur UG
7 C 50
www.fievsinn.de
Gin-Eis

finch® Whiskydestillerie
7 F 30
www.finch-whisky.de
finch® Schwäbischer Hochlandwhisky, Albfink® Gin, Wodka, Rum und More

Finest Whisky
7 B 20
www.finestwhisky.de
DIAGEO Range, Lagavulin, Talisker, Dalwhinnie, Coal Ila, Cardhu, Oban, Zacapa, Johnnie Walker

Gentle Spirits GmbH
7 C 53
www.gentlegin.com
Gentle Gin

Geschmacks Kreation
Freigelände
Hot Dogs - Zubereitung und Verkauf

Geschmacks Kreation
Freigelände
Burger und Pommes – Zubereitung und Verkauf

Gin de Cologne
7 C 51
www.gin-de-cologne.com
Gin de Cologne, Gin de Cologne Rosé, Gin de Cologne & Tonic (auch mit Rosé), Gin-Mule

Ginneslust GbR
7 B 42
www.ginneslust.de
Gin von Sharish (Portugal), Destilería Urbana Santamanía (Spanien) und Isle of Harris (Schottland); Rum von Destilería Urbana Santamanía und William Hinton (Portugal) GINsel

Hambuca UG & Co. KG
7 D 44
www.hambuca.com
Anislikör

Hausberg Spirituosen GmbH
7 B 61
www.hausberg-spirituosen.de
Hausberg Gin No. 1 und No. 2

High Coast Distillery
7 C 11
www.highcoastwhisky.se
High Coast Single Malt Whisky

Highland Games Bremen e.V.
7 B 33
www.highlandgames-bremen.de
Highland Games für Amateure

Edelbrennerei & Spirituosenmanufaktur

Wollen Sie mehr über die Herstellung edler Brände erfahren? Besuchen Sie unsere Brennseminare oder Whisky tastings.

Finden Sie auch, dass es dort am Besten schmeckt, wo noch echte Handarbeit & altes Wissen vereint werden?

Bei uns wird **liebevolle Handarbeit** großgeschrieben, denn wir stehen für **Spezialitäten & Tradition**.

Wir stellen sicher, dass nur die **besten Zutaten** in unseren Produkten Verwendung finden und bei unserer manuellen Endkontrolle prüfen wir jede Spezialität auf ihre **besondere Qualität**. Unsere Produktqualität liegt uns am Herzen und deshalb gehen wir hier auch keine Kompromisse ein.

Nutzen Sie all Ihre Sinne um die Welt der Aromen und Genüsse zu erleben.

NORDIK Edelbrennerei GmbH & Co. KG · Osterjork 140 · 21635 Jork · Tel.: +49 4162 908 56 01 · www.nordik-edelbrennerei.de

InTraGer GmbH & Co. KG

7 H 20
www.intrager.de
BAYEDE! Wein, Margaret Wein,
B-Royal Wein, GINOLOGIST Gin
und KALEIDO Gin

Irish Whiskeys

7 D 52
www.irish-whiskeys.de
Irischer Whiskey, Gin, Poitin,
Liköre und Vodka

JB Trade UG

7 F 01
www.jwhisky.de
Japanische Whiskys, Gins, Liköre,
Suntory, Nikka, Akashi, Mars, Yama-
zakura, Kirin, Helios

Julius Kalbhenn oHG

7 C 50
www.kalbhenn.de
MITNIG Gin, Ginlikör

Kirsch Spirituosen e.K.

7 D 20
www.kirschwhisky.de
Whisky, Rum und Gin

**Konditorei van Heyningen
Bremen**

7 F 12
www.konditorei-bremen.de
Handgemachte Pralinen

Kopfgetriebeöl GmbH & Co. KG

7 I 01
www.kopfgetriebeoel.de
Verschiedene Liköre, Barbados Rum

**Kornbrennerei H. Heydt
GmbH & Co. KG**

7 F 13
www.heydt-manufaktur.de
HEYDT Manufaktur Produkte –
fassgereifte Destillate, holzfassgela-
gerte Edel-Obstbrände

Lederey Aralf Rinshout

7 G 21
www.aralf-rinshout.de
Lederwaren wie z. B. Portemonnaies,
Gürtel, Uhrenarmbänder, Taschen
sowie Hüte und Mützen von Stetson

Leipziger Whisky Kontor

7 B 30
Cooper's Choice, Lady of The Glen,
Schlosswhisky, Königsmann Abfül-
lungen, Abfüllungen von M. Hempel

MACKMYRA

Swedish Whisky GmbH
7 C 10
www.mackmyra.com
Schwedischer Whisky und 30L Fäs-
ser, Abfüllungen wie Brukswhisky,
Svensk Ek und Svensk Rök, Seasons
Range, Moment Range, LAB Organic
Gin, sowie Kreatör Jin

Malt Destill GmbH

7 F 23
www.theluebbehusen.com
The Lübbehusen Whisky, Gin

Malt Mariners

7 C 01
www.malt-mariners.com
Mobile Whisky Tastings für Privat-
personen und Gastronomie, Whisky,
Whiskey, Scotch, Single Malt,
Bourbon

Manufaktur Reinhardt

7 B 23
www.manufaktur-reinhardt.de
Whisky-Kuchen in der Dose,
Whisky-Creme, Whisky-Pralinen,
Whisky-Gelee, Weinkuchen in der
Dose

**Märkische Spezialitäten-
brennerei KG**

7 B 61
www.maerkische-spezialitaeten-
brennerei.de
Edelstahl-Gin und Gin-Likör

**Märkische Spezialitäten-
brennerei KG**

7 C 45
www.maerkische-spezialitaeten-
brennerei.de
Edelbrände aus der Kategorie
Bonum Bono, DeCavo Single Malt,
Geiste und Liköre sowie Speisen aus
der märkischen Region

McWhisky.com

7 G 42
www.mcwhisky.com
Whiskyspezialitäten und
Abfüllungen des unabhängigen
Abfüllers Blackadder

Mellifica Blends GbR

7 D 41
www.mellifica-blends.de
Ernst Doppelwacholder, 1766 Müns-
terländer Kaffeelikör, 4 Seasons
Honey Quitten-Bergamotte-Likör, 4
Seasons Honey Walnuss-Likör

Mosgaard Whisky A/S

7 C 20
www.mosgaardwhisky.dk
Organic Gin und Organic
Single Malt Whisky

Myken Destilleri AS

7 B 10
www.mykendestilleri.no
Myken Arctic Single Malt Whisky
– Hungarian Touch, Myken Arctic
Single Malt Whisky - Peated Sherry,
Myken Arktisk Sommergin

No. 2 - Die Altstadtkneipe

7 B 31
Whisky aus Schottland wie Wilson &
Morgan, C & S Dram Collection und
Carn More sowie Bücher, Zeitschrif-
ten, Karten und Feinkost

NORDIK GmbH

7 G 11
www.nordik-edelbrennerei.de
Whisky von Nordik und Elbe Valley,
Acai Gin und Buxtehuder Gin sowie
Rum, Akvavit, Eierlikör, Korn und
Obstbrand

ST. KILIAN
DISTILLERS



IN GUTER GESELLSCHAFT.

**DASS DU UNS HIER FINDEST, MACHT UNS EIN BISSCHEN STOLZ.
DER GRUND? UNSERE ERSTEN SINGLE MALT WHISKYS.
LASS DICH VON UNSEREM WHISKY MADE IN GERMANY ÜBERRASCHEN
UND BESUCHE UNS AN UNSEREM STAND IN HALLE: 7 STAND: F 22**



Für unseren Single Malt bringen wir das Beste zusammen: irisch-schottisches Whisky-Know-how, fränkisches Brauerwissen und Ingenieurskunst made in Germany.



Unseren Whisky stellen wir aus 100% Gerstenmalz her – aus Deutschland und den schottischen Highlands.



Echt St. Kilian heißt: Traditionell doppelt destilliert in echten schottischen Pot-Still-Brennblasen aus Kupfer.



Unser Whisky reift in über 90 verschiedenen Fass-typen aus der ganzen Welt. Abgefüllt immer in natürlicher Farbe und nicht kühlgefiltert.

Nordmarkens Destilleri AB
7 C 23
www.nordmarkensdestilleri.se
Single Malt Whisky, Vodkabased Products, Aquavit, Snaps, Limoncello

Norgin
7 C 56
www.norgin.de
Gin und Norgin Gläser

Nork GbR
7 C 44
www.thisisnork.com
Korn und Liköre

O'Donnell Moonshine GmbH
7 D 33
www.odonnell.de
Schnaps und Liköre im amerikanischen Einmachglas

Perola GmbH
7 C 43
www.perola.eu
Brockmans Gin, Cihuatan Rum, Bellamy's Reserve Rum, Ableforth's Bathtub Gin, Rumbullion Rum, Compagnie des Indes Rum

Pinkernells Whisky Market
7 B 10
www.pinkernells.de
Claxton's – The Single Cask, Jack Wiebers

PRINEUS GmbH
7 C 30
www.prineus.com
Whisk(e)y von u. a. Compass Box, English Whisky Co.

Regenerate
7 C 52
www.regenerate.de
Gin aus Eigenproduktion

REISEKULTUREN GmbH
7 E 23
www.reisekulturen.de
Reisen, Whiskykarten, Literatur

Sansibar-Whisky GmbH
7 B 21
www.sansibar-whisky.com
Whisky und Rum, North Star, Hidden Spirits, Eldvatten, S-Spirits Shop, Shinanoya, Sansibar-Whisky

Schlumberger Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG
7 D 10
www.schlumberger.de
Whiskys u.a. von Pendery, Benromach, Blanton's und Spey sowie Gin, Rum und andere Spirituosen

Schraml – Die Steinwald-Brennerei e.K.
7 E 22
www.brennerei-schraml.de
Stonewood Whiskys und Kaiser Hill 16 Bavarian Gin

Schwarzer Rabe Delikatessen
7 G 42
www.schwarzer-rabe-delikatessen.de
Chutneys, Marmeladen und Senf mit Whisky, Gin, Rum und ohne Alkohol

SCOMA – Scotch Malt Whisky GmbH
7 E 32
www.SCOMA.de
Whisky u. a. aus Schottland, Irland und USA, Whiskyzubehör, Marmelade und Schokolade mit Whisky

Scotch-Club Bremen e.V.
7 E 11
www.scotch-club-bremen.de
Single Malt Whisky

Scotland-and-Malts
7 E 40
www.Scotland-and-Malts.com
Über 130 Sorten Whisky, Einzelfassabfüllungen, außerdem Rum, Gin und Liköre, schottischer Cider und irisches Bier vom Fass, Zigarren, Süßwaren

Ship it GmbH
7 C 40
www.bembelgin.de
Bembel Gin, Goldenes Mispelchen, Private Gin

Sierra Madre GmbH
7 B 12
www.sierra-madre.de
Remedy Rum, Enso Whisky, Centenario Rum, Botucal Rum, Don Papa Rum, Elephant Gin

Sierra Madre GmbH
7 D 51
www.sierra-madre.de
Elephant Gin, G'Vine Gin, Kyrö Gin, Hayman's Gin

Skin Gin GmbH
7 B 40
www.skin-gin.com
Skin Gin, Skin Gin Cask Age, Skin Gin Tea Kiss

Slyrs Destillerie GmbH & Co. KG
7 F 31
www.slyrs.de
Whisky und Rum

Spahn Scotch Warehouse GbR
7 D 31
www.scotchwarehouse.de
Einzelfaßabfüllungen z. B. von Tullibaredine, Islay Malt, Glenallachie, North British, Glen Moray, sowie Walker Kekse, Mackies Kartoffelchips

Speyside Distillers Company Ltd
7 D 10
www.speysidedistillery.co.uk
SPEY Whisky

Spirit of Rum Event GmbH
7 E 50
www.spiritofrum.com
DON Q, Real McCoy, DEPAZ, St. James, HSE, Origenes, Gold of Mauritius, Nine Leaves, Lazy Dodo, Tres Hombres, Ingenious Swiss Gin

Spirits of Scandinavia UG
7 C 22
www.spirits-of-scandinavia.de
Whisky und Gin von Spirit of Hven, Fary Lochman, Trolden und Nyborg Distillery sowie Gin von Aurora Spirit und Aquavit

Spirits4me
7 B 62
www.spirits-4-me.de
Compound Gin – verschiedene Sorten

SpiritsONE
7 G 10
www.spiritsone.de
Whiskey von amerikanischen Micro-Destillieren

Spirituosenschmiede
7 F 24
www.halber-mond.com
Freiheit 1848 Single Malt Whisky, Grasbrook German Rum, Lunatic Moon Dry Gin

Spitzmund
7 D 40
www.spitzmund.com
Spitzmund Gin und Klötenköm Eierlikör

Spreewood Distillers GmbH
7 F 23
www.spreewood-distillers.com
Stork Club Whisky, Butterbird Rum, Spreewood Destillerie Liköre und Geiste

St. Kilian Distillers GmbH
7 F 22
www.stkiliandistillers.com
Whisky (Single Malt), New Make/Spirits, Liköre, Marzipan

Stauning Whisky A/S
7 C 25
www.stauningwhisky.dk
Stauning Whisky (Rye & Malt)

Steintorpresse im Medienhafen
7 E 21
www.medienhafen.de
Drucksachen und Etiketten

Stobbe 1776 / Uta Stobbe
7 C 45
www.stobbe1776.de
Stobbe Gin und Gin Tonic

STV-Grafikdesign
7 E 21
www.stv-grafik.de
Grafikdesign

SUCOs DO BRASIL GmbH
7 B 11
www.sucos.com
Ron Cubaney, Ron Quorhum, Ron Unhiq, Belmont State Golden Coconut Rum, Deadhead Rum, Mezcal Miel de Tierra, Ron Serum, Ron Cartavio, Spirits of Old Man, Cachaça Velho Barreiro

Tastillery GmbH
7 D 45
www.tastillery.com
Cinecane Popcorn-Rum

Team Spirit GmbH
7 D 50
www.diversa-spez.de
LAW Gin, Ettaler Gin

WORLD WHISKIES AWARDS
BEST SCOTCH SPEYSIDE SINGLE MALT

BENROMACH 15 YEARS OLD - BESTER SPEYSIDE SINGLE MALT

Taste Rediscovered

BENROMACH.COM
VERTRIEB DEUTSCHLAND: WWW.SCHLUMBERGER.DE

Team Spirit GmbH

7 A 30
www.diversa-spez.de
Whisky von Distill und Buffalo Trace

The Fudge Shop

7 D 01
www.british-fudge.com
Fudge, Toffees, britische Spezialitäten und Souvenirs

The Scotch Malt Whisky Society

7 C 31
www.smws.com
Internationaler Whisky-Club, eigene Abfüllungen

The Stillman's DE

7 B 30
www.stillman.de
Malt Scotch Whisky, Eigen- bzw. seltene Einzelfassabfüllungen, Signatory Waldhaus

The Whisky Warehouse No. 8

7 B 41
www.whisky-warehouse.net
The Warehouse Collection, The Warehouse Dram, The Warehouse Auld & Rare

thebrandbuilder GmbH & Co.KG

7 A 31
www.thebrandbuilder.de
Flaming Pig Whiskey, Malfy Gin, Corinthian Gin, Spytail Rum, Pravda Vodka

Timbercoast GmbH

7 F 42
www.timbercoast.com
AVONTUUR Rum, Korn, gesegelte Waren wie Salz, Honig und Schokolade

Van Weringh's Whisky

7 B 22
www.vanweringhswisky.world
Raritäten, limitierte Auflagen, eingestellte Abfüllungen

Viehweg Spezialitäten

7 B 01
www.viehweg-spezialitäten.de
Highland-Galloway-Salami und Whisky-Salami, Wagyu-Spezialitäten

Villa Konthor – Whisky, Chocolate, Wine

7 A 30
www.villakonthor.de
Unabhängiger Abfüller, Einzelfassabfüllungen

VirGINity

7 C 55
www.tischcultura.de
Gin, auch faßgelagert, Produkte rund um Gin wie Gin-Tonic-Weingummi und Aufstrich

Wagemut

7 C 32
www.nkroeger.de
Rum, Wagemut PX-Cask, Wagemut Frühstücks-Rum, Gin

Wein & Whiskyshop Maintal

7 G 50
www.whiskytasting-4you.de
Whisky, Gin und Rum

Whisk(e)y and More

7 A 20
www.whiskey-and-more.de
Edradour, Ballechen, Signatory West Cork, Nordic Harbor Gin

Whisky Druid

7 G 01
www.WhiskyDungeon.com
Best Dram, scotch Universe, The Old Friends, The Whisky Chamber

Whisky Experience

7 F 11
www.whisky-experience.de
diverse schottische Single Malts aus dem Speyside, Highlands, Islands, Islay, Campbeltown sowie Armorik aus Frankreich und Verkostungen von Whiskys

Whiskyburg Wittlich

7 D 32
www.whiskyburg.de
Handfills, Raritäten, Eigenabfüllung, u. a. Kilchoman und Bruichladdich

Whiskydestillerie Blaue Maus

7 F 20
www.fleischmann-whisky.de
Selbstgebrannte Single Cask Malt und Grain Whiskys, Whisky-spezialitäten wie z. B. Konfitüre und Schokolade

whiskyfässer.com

7 D 11
www.whiskyfässer.com
Whiskyfässer und Fassdeckel aus Schottland, Accessoires und Geschenke für Whiskyliebhaber und Wemyss Malts im Ausschank

WOODEN Germany GmbH

7 F 50
www.wooden-germany.com
Leuchten, Leuchtelemente, beleuchtete Möbel

Zum Dornbusch

7 A 10
www.zumdornbusch.de
Verschiedene Biersorten, darunter Guinness, Kilkenny, Schwarzbier und helles Bier, Zum Dornbusch-Gin, sowie alkoholfreie Getränke

DIE GANZE WELT DES GUTEN GESCHMACKS!

Whisk(e)y-Spezialitäten vom Bremer Spirituosen Contor



„Spirituosen-Importeur des Jahres“ 2014, 2016, 2017, 2018 (ausgezeichnet beim Meiningers International Spirits Award ISW)
Das Bremer Spirituosen Contor empfiehlt hanseatische Zurückhaltung und Alkoholgenuss bitte erst ab 18 Jahren.
Import durch Bremer Spirituosen Contor GmbH | info@bsc-bremen.de | www.bsc-bremen.de | BremerSpirituosenContorExklusivmarken

SAVE
~ THE ~
DATE

WIR FREUEN UNS AUF DEN NÄCHSTEN BOTTLE MARKET!

20. – 22.11.2020



bottle-market.de

AVONTUUR GESEGELTER RUM

Sea aged Rum Agricole
Origin La Palma
Limited Edition

Dieser auf zwei Frachtsegelreisen
vier Mal über den Atlantik gesegete Rum
ist einer unserer Botschafter
für sauberen Seetransport
und wirklich nachhaltigen Konsum



FIND US:
STAND 7F42

www.timbercoast.com