

Der Blitzwhiskey

„Gut Ding will Weile haben“. „Alles braucht seine Zeit“ – oder auch „In der Ruhe liegt die Kraft“: Sinnsprüche verweisen auf den Wert der Zeit, damit etwas gut gelingt. Nun schicken sich US-Firmen wie „Bespoken Spirits Inc.“ an, die Geschwindigkeit bei der Whiskeyproduktion enorm zu erhöhen. Demnach wäre der in nur 30 Reifetagen fertig – und nicht nach 30 Jahren.

Von Matthias Lauerer



Foto: AditusStock

Man kann es so machen wie der ehemalige argentinische Banker, der sich jahrelang auf die Spur von Kräutern in Chiles Patagonien machte, um ein neue Spirituose namens „TRÄKAL“ zu ersinnen. Oder man erfindet etwas Neues wie die Start-ups in Kalifornien und startet eine Spirituosenrevolution. Beiden Ansätzen gemeinsam: Geld, viel Geld, denn günstig und simpel fallen Ideen und Innovationen in jenem Metier nicht vom Himmel. Schauen wir zu den beiden Whiskey-Hasardeuren Stuart Aaron und Martin Janousek. Die erfanden mit ihrer Firma „Bespoken Spirits Inc.“ eine Methode, um Spirituosen in nur wenigen Tagen präzise auf Aroma, Farbe und Geschmack zuzuschneiden und

schmack verbessern, kurz ACT. Doch wir machen dies mit Präzision, Kontrolle und Geschwindigkeit.“ ACT steht als Abkürzung für die englischen Wörter „aroma, colour“ und „time.“ Doch ist das überhaupt möglich? Ein Blitzwhiskey, der in nur wenigen Tagen das erreicht und geschmacklich leistet, worauf Connaissseure gerne zwischen 120 und 360 Monate warten? Ist so ein edler Trunk dann in aller Ruhe ausgereift, wird es mitunter sehr teuer. So kostet ein „1989 Bowmore“ im Verkauf 2.290 Euro und für einen „Suntory Hibiki“ in der „0,7 Liter Flasche“ werden 4.599 Euro fällig. Beim Anbieter „Amazon“ schreibt Nutzer „Arda“ dazu: „Vorteil: Schmeckt brutal. Nachteil: musste mein Auto dafür verkaufen.“ Ein zweiter Käufer fügt dem hinzu: „Es ist ok, einziger Nebeneffekt, dass mir beim Genuss Tränen übers Gesicht liefen, weil es so teuer ist. Fände es besser, wenn ich ihn mit Eis und Diät-Cola trinke.“ Diät-Cola bei einem Drink, der im 4 cl-Schwenker über 26 Euro kostet? Herrje. Dessen Namen geht wohl auf die Worte „uisge beatha“ zurück, wie es das Lexikon „Wikipedia“ weiß. Dies bedeutet übersetzt „Wasser des Lebens“ und tauchte 1736 zum ersten Mal auf – selbst wenn die Methode viele Jahrhunderte älter sein dürfte.

Auf in die Start-up-Hexenküche: Dort nutzen sie Hitze, Druck, Alkohol und kleine Holzstücke, die der Neuspirituose ihren charakteristischen Geschmack und die perfekte Farbe verleihen. Dies gelingt mit „modernē Materialwissenschaft und Datenanalytik“, sagt Mr. Aaron dazu. Anstelle eines Holzfasses verwendet das Unternehmen Tausende von Holzstücken, die es „Mikrostaves“ nennt. Die werden zusammen mit dem jungen Whiskey in Stahltanks gekippt. Durch schnelles Anheben und Absenken des Drucks und der Hitze im Inneren zwingt das Gerät, das die Gründer „Aktivator“ nennen, den Whiskey mehrmals am Tag ins Holz. Die 20.000 Holzstückchen werden exakt auf das

blitzschnell altern zulassen. Aus Kalifornien heißt es dazu: „Wir gestalten den antiquierten und verschwenderischen Prozess der Fassreifung durch nachhaltige Wissenschaft und Technologie neu.“ Weiter sagen sie: „Bespoken's 'ACTivation'-Technologie ermöglicht es, Schlüsselemente des Holzfasses zu extrahieren, die Aroma, Farbe und Ge-



Vivanty im Gespräch mit Dr. Gundolf Ströhmer

1956 beendet der Experte sein Hochschulstudium als Diplom-Brennerei-Ingenieur an der „Humboldt-Universität zu Berlin“, 1962 folgt die Promotion. Danach forscht der heute über 90-Jährige am „Institut für Gärungschemie und -technologie“ und wird zum „Leiter der Abteilung Biochemie.“ Ab 1969 arbeitet Dr. Ströhmer als Hochschuldozent mit Lehraufträgen auf den Gebieten Spiritus-, Spirituosen-, Wein/ Sekt- und der alkoholfreien Erfrischungsgetränke-Technologie. Er forscht im Metier der Analytik von Aromastoffen alkoholischer Getränke und der Reifung von Spirituosen. Nach dem Eintritt in den Ruhestand 1996 macht der Berliner als Dozent für die Spiritus- und Spirituosenindustrie weiter. Der Experte ist Mitautor des legendären Standardwerks: „Spirituosentechnologie“.

Herr Dr. Ströhmer, was hat es mit dem Wunder aus Amerika auf sich? Dort stellen sie jetzt Whiskeys her, die nur 30 Tage altern. Und die schmecken dann so, als ob sie 30 Jahre wären. Funktioniert der Trick der US-Amerikaner? Es ist technologisch erklärbar, dass die Stoffe auf den Whiskey übergehen, doch man riecht und schmeckt

den Unterschied, der durch die Temperaturerhöhung bewirkt wird – und durch die Extraktion des Holzes. Die Gesamtheit eines natürlich gealterten Weinbrands wird nicht erreicht und der komplexe Eindruck kann nicht gelingen.

Woran hakt es? Nehmen sie die Samtheit oder die sensorische Empfindung. Diese wären, in meinen Augen, beim US-Novum nicht gegeben. Blicken wir als Beispiel auf den Unterschied zwischen Weinbrand und echtem Kognak. Diesen erkennt man sofort, wenn sie den Schwenker leer stehen lassen. Der echte Kognak riecht und duftet noch eine Stunde lang – und beim Weinbrand ist der Geruch sofort weg

Ginge so etwas bei uns als Whiskey in den Verkauf? Nein, sicher nicht. Bei uns muss ein Whiskey drei Jahre lagern. Dies wäre als ein Verstoß gegen das Gesetz. In Deutschland würde das Produkt dann den Namen Spirituose tragen. Der Hersteller kann natürlich die innovative Behandlung beschreiben und einen Fantasienamen vergeben, der an Whiskey erinnert. Rauchspirituose oder so etwas – eben schön klangvoll ...

gewünschte Aroma-, Farb- und Geschmacksprofil abgestimmt. Dann werden die Stücke getoastet und verkoht, um eine noch genauere Übereinstimmung zu erzielen. Im US-PR-Getrommel klingt dies so: „Wir wollen die antiquierte Industrie verändern.“ Immerhin sind das keine Wunschträume, denn die Gründer lieferten im Herbst 2020 erste Flaschen an den Handel. Der Clou: Während Whiskeyfässer in nur einem Holzfass reifen, gibt es Hunderte Sorten von „Mikrostaves“, die je nach Baumart und Behandlung dann den Geschmack variieren. So ergibt sich eine „nahezu unbegrenzte Auswahl an Stilen und Geschmacksrichtungen“. Was hinzukommt: Der neue US-Prozess verbraucht, laut des Unternehmens, „nur drei Prozent des Holzes und weniger als ein Prozent der Energie“, die bei der herkömmlichen Herstellung und Reifung anfallen. Und: Bei dieser Blitzspirituose gehen nicht, wie beim gewöhnlichen Whiskeyprozess, bis zu 20 Prozent des Volumens flöten.

Doch: Ist das dann noch Whiskey? Dr. Daniel Einfalt von der „Universität Hohenheim“ sagt Vivanty dazu: „Ja, dies funktioniert und die erzielten Sensorikpreise sprechen für die Qualität der Produkte und deren sensorischer Ähnlichkeit zu langzeitgelagertem Whisky.“ Außerdem fühlen sich die Traditionsbetriebe auf den Schlipps getreten, was sich gut verstehen lässt, bangen die doch um ihre Existenz.“

Dr. Einfalt forscht am „Institut für Lebensmittelwissenschaft und Biotechnologie“ in der „Forschungsgruppe Hefegenetik und Gärungstechnologie“. Zum Thema Differenz sagt er: „Leider geht der Charme der Fasslagerung, also die Dauer, Erfahrung und das Klima verloren und bei einem guten Blitzwhiskey merkt der Mensch keinen Unterschied, doch bei der Analytik wird es kniffliger, wenn es bereits auch Forschungen zum ‚artificial aging‘ gibt, bei dem sich selbst analytisch kaum mehr ein Unterschied zum langzeitgelagerten Whisky feststellen lässt.“ Besonders bei der Nennung des New-Age-Produkts bleibt er, wie sein Kollege Dr. Gundolf Ströhmer – siehe Interview – skeptisch. Und: „Die EU Spirituosenverordnung gibt vor, wie ein Whiskey hergestellt werden muss. Dazu zählt die mindestens dreijährige Reifung des endgültigen Destillats in Holzfässern mit einem Fassungsvermögen von höchstens 700 Litern.“ Ganz wichtig wäre nach Dr. Einfalt auch: „Der Whiskey darf nicht aromatisiert werden. Gerade hier besteht ein noch nicht abgeschlossener Streit darüber, ob die Zugabe von Holzchips als ‚Fasslagerung‘ oder als ‚Aromatisierung‘ gewertet wird.“ Schade, denn das US-Verfahren bietet neben der Geschwindigkeit noch einen weiteren Vorteil. Bei „Yahoo Finance“ erzählten die Gründer Stu Aaron und Martin Janousek: „Wir haben das Fass dekonstruiert, sodass wir die gleichen

traditionellen, natürlichen Elemente wie Holz verwenden und benötigen keine Zusatzstoffe oder Chemikalien, da der Prozess neu gestaltet wurde. Wir sehen unser Unternehmen als Technologie- und Dienstleistungsanbieter für die Branche, um ihr zu helfen, den sich ändernden Anforderungen des Verbrauchers gerecht zu werden, der weniger markentreu, technisch versierter und umweltbewusster ist und gestalten die Hilfe selbst wirtschaftlich.“ Und weiter: „Bespoken Spirits‘ war als Mittel zum Zweck gedacht, um den Kunden zu beweisen, dass wir die Reifung als Dienstleistung für sie übernehmen können. Denn: Man glaubte uns nicht, dass wir über einen wiederholbaren Prozess verfügen, der in der Lage dazu ist, ein präzises Ergebnis zu entwerfen.“ Bisher gab es für das Novum über zwei Dutzend Medaillen in sechs prestigeträchtigen Wettbewerben, wie „Forbes“ notierte. Die Experten reagieren und scheinen das neue Produkt auch geschmacklich zu schätzen. Ein gutes Dutzend Firmen drängelt sich im Feld und bittet um das Geld der Investoren, denn das Segment



Foto: Bespoken

wächst kräftig. Die Konsumenten sind hungrig auf Neues und bereiten den bekannten Brennereien Kopfschmerzen. Fraglich bleibt: Passt so ein besonderes Produkt wie Whiskey, der innerhalb nur eines Monatslaufs der Sonne und des Mondes heranreift, tatsächlich zu Traditionen und gehegtem Prestige?

Dann gibt es da noch die Firma „Lost Spirits Distillery“ aus Los Angeles. Sie verfolgt seit 2010 einen ähnlichen Ansatz wie Aaron und Janousek, doch bei ihnen macht Licht den Unterschied. Denn neben der schwankenden Temperatur wird das benutzte Holz bei der Herstellung des Whiskeys „besonders grellem Licht ausgesetzt“. Jenes verändert die „molekulare Struktur des Holzes“ und hilft dabei, „komplexe Aromen zu erzeugen, die man mit gut gereiften Spirituosen verbindet.“ Nun, es bleibt abzuwarten, ob dieser Trend sich durchsetzt. Vielleicht bereiten ihm EU-Gesetze ein jähes Ende – oder Konsumenten, die doch das Wahre, Alte und Gute schätzen, wenn es um Whiskey geht. ♦

Digitalradio im Hosentaschenformat.

TECHNIRADIO RDR

Mit dem TECHNIRADIO RDR hören Sie dank des wechselbaren Akkus auch unterwegs Radio in exzellenter Klangqualität. Das kompakte Gerät empfängt neben digitalen Programmen via DAB+ auch UKW-Radio. Zudem spielt es MP3-Musikdateien von angeschlossenen USB-Datenträgern oder, via AUX-IN Schnittstelle, von externen Musikquelle ab. Praktisch: Per Knopfdruck wird das kleine Radio zu einer LED-Taschenlampe.

Erhältlich im Fachhandel oder im TechniSat OnlineShop.

www.technisat.de/dab

nur 29,- €*.

*Unverbindliche Preisempfehlung · 9230
TechniSat Digital GmbH ist ein Unternehmen der LEPPER Stiftung.
TechniPark · Julius-Saxler-Straße 3 · 54550 Daun/Eifel



TechniSat