

Irischer Whiskey – Von der Krise zur Renaissance

Mit vorliegender Arbeit konnte ich meine eigene Herkunft mit einer aktuellen Thematik aus der Spirituosen Branche verbinden. Vermehrte Artikel in Fachzeitschriften über das rasante Wachstum des irischen Whiskeys auf dem Weltmarkt haben mich dazu bewogen mich intensiv mit der Entwicklung des ehemaligen Weltmarktführer in eine Krise bis zur aktuellen „Wiedergeburt“ zu beschäftigen.

Wichtig war es mir die kausalen Zusammenhänge der Geschichte des irischen Whiskeys darzustellen, sowie anhand der aktuellen Marktsituation auf wichtige zukünftige Entwicklungen schließen, bzw. hinweisen zu können.

Dazu bediente ich diverse Fachzeitschriften, das Internet, Fachbücher und verschiedene Persönlichkeiten aus der Whiskey Branche.

Feststellen konnte ich, dass Irland eine genauso romantische und bedeutende Geschichte besitzt, wie das bekanntere Land für Whisky: Schottland. Irland hatte bis zum Ende des 19. Jhd. gar die Herrschaft auf dem Weltmarkt des Whiskies. Bis Ende des 19. Jahrhunderts stellte Irland 25 % der gesamten Whisky-Produktion Großbritanniens dar.¹

Diverse Faktoren jedoch sorgten für eine zerstörerische Krise der irischen Spirituose. Die Industrialisierung der kontinuierlichen Destillation, die Anti-Alkohol-Kampagne in Irland, die Prohibition von Alkohol in dem bedeutendsten Exportmarkt, USA, billige Pure Pot Still Blends, der irische Bürgerkrieg und der erste Weltkrieg sorgten alle für einen Rückgang des Weltmarktanteils des irischen Whiskies. Die 60 % Anteil am Whiskymarkt weltweit in den 30er Jahren des 19. Jahrhunderts verkümmerten bis in die 60er Jahre des 20. Jahrhunderts auf knapp 2%. Der Export von irischem Whiskey betrug um 1952 keine 500.000 m^3 . Schottland konnte mittlerweile dagegen Whisky im Wert von 32,5 Mio m^3 exportieren.²

Zu den wichtigen aktuellen Entwicklungen zählen sicherlich seit Ende der 80er Jahre der Auftritt der Global Player auf dem Markt der irischen Whiskeys. Den Anfang machte Pernod Ricard, danach folgten Diageo und William Grant & Sons. Die neuen Distributionskanäle, welche sich der Spirituose eröffneten trugen einiges zu ihrem bisherigen Wachstum bei.

¹ Cronin, Michael/ O'Connor, Barbara, Irish Tourism: Image, culture and identity, 2003, Seite 87

² Magee, Malachy, Irish Whiskey – A 1000 Year Tradition, 1980, Dublin, O'Brien Press Ltd., Seite 88

Insbesondere jedoch ist die stärkste Marke Jameson(Pernod Ricard) zu erwähnen, welche sich innerhalb der letzten zehn Jahre „explosionsartig“ auf dem US-Markt entwickelt hat.

Im Jahre 2000 ist der Whiskey bei einem Volumen auf 1,3 Millionen 9 Liter Cases angelangt. ³ 3.5 Mio. 9 Liter Cases sind im Jahr 2011 weltweit verkauft worden. Langfristig scheinen 10 Millionen 9 Liter Cases nicht weit entfernt zu sein bei anhaltenden zweistelligen Zuwachsraten.⁴

Anhand einer SWOT-Analyse des irischen Whiskeys sieht man klare Vorteile, welche für eine erfolgreiche Entwicklung des Marktes sprechen, wenn sie seitens der großen Unternehmen am Markt genutzt werden. Die Stärken mit dem größten Potential sind sicherlich die Stellung als Premium Produkt, der USP Single Pot Still und das zugängliche Geschmacksbild des irischen Whiskey.

Die größten Chancen bergen die Premiumisierung, die starke Distribution durch die Global Player und die Investition in neue Destillieren.

Die Risiken sind im Vergleich zu den Chancen eher niedrig. Der wichtigste Punkt hierbei ist die mangelnde Kapazität zur Produktion bei gleichbleibend starken Wachstumsraten am Markt.

Der Markt für irischen Whiskey hat momentan die Möglichkeit seinen Anteil zu steigern, um sich eine ebenbürtige Stellung unter den wichtigsten Whiskyländern zu erarbeiten.

Mit der starken Marke Jameson und dem großen Wachstumspotential auf verschiedenen Märkten weltweit steht dem Erfolgskurs des irischen Whiskeys momentan nichts im Weg.

³ Pernod Ricard General Meeting Shareholders, 2008

⁴ Davy Research, Equity Report: Pernod Ricard, July 25 2011