

Whisky made in Landshut

Wer Whisky hört, denkt an Schottland oder Irland. Doch der hochprozentige Gerstensaft wird auch in Bayern destilliert. Zwei **studentische Jungunternehmer** wollen das Angebot erweitern.

Von Verena Wannisch

Whisky und eine niederbayerische Hochschule – ein Getränk und eine Institution, die ihre Gemeinsamkeit nicht sofort offenbaren. Doch Christoph Solka und Benjamin Schwiewagner bringen das „Wasser des Lebens“ und angewandte Wissenschaft zusammen.

Mit Bücherstapeln bepäckte Studenten hetzen durch die Gänge der Hochschule für Angewandte Wissenschaft in Landshut, Lerngruppen sitzen in den Innenhöfen zusammen – es ist Prüfungszeit. In einem kleinen Besprechungszimmer sitzen die beiden BWL-Studenten Schwiewagner und Solka. „Bayern und Whisky, das passt hervorragend zusammen“, sagt Schwiewagner. Schließlich sei die Hauptzutat für das bayerische Bier wie für den Whisky Gerste, die zu Malz verarbeitet wird. Fachmännisch schüttelt der 24-Jährige ein kleines Fläschchen, gefüllt mit einer goldenen Flüssigkeit, bevor er den Deckel abschraubt. „So können sich die Aromen besser entfalten.“ Süßlicher Duft, der an Honig

Von der „Schnapsidee“ zum Unternehmen

erinnert, strömt aus dem kleinen Behältnis, gefolgt von einer rauchigen, erdigen Note. Seit Ende April reift die goldgelbe Substanz bereits in einem großen Eichenfass. In drei Jahren wird daraus Landshuts erster Whisky abgefüllt.



Ein Landshuter Whisky soll es sein, den das Start-Up „Landshut Malts & Spirits“ der BWL-Studenten Benjamin Schwiewagner (l.) und Christoph Solka (r.) zur nächsten Landshuter Hochzeit 2017 auf den Markt bringen will. Bernsteinfarben (kl. Foto l.) soll der Whisky in drei Jahren sein. Schon nach gut drei Monaten hat er einen goldgelben Ton angenommen (r.). Die Gerste wurde über Buchenholz geräuchert. – Fotos: Schwiewagner/Wannisch

Was im Spätherbst 2013 als „Schnapsidee“ im Irish Pub „Unicorn Inn“ bei einem Glas Whisky begann, ist heute ein Start-up-Unternehmen. Das Pilotprojekt „Unternehmerische Kompetenz“ ihres Lehrstuhls diente als Initialzündung. Diese Initiative soll BWL-Studenten animieren, ihr erlerntes Wissen in die Praxis umzusetzen. Zwar kann sich keiner der beiden mehr daran erinnern, bei welchem Glas „Lebenswasser“ – so die Bedeutung des gälischen „uisge beatha“, aus dem der Name Whisky entstand – der Gedanke an einen Landshuter Whisky aufkam, doch sie waren sich sicher: „Diese Idee hat Potenzial.“ Aus den Studienfreunden Schwiewagner, der in Passau geboren wurde und in Landshut aufwuchs, und dem aus

Rotthalmünster stammenden Solka wurden Geschäftspartner.

Die Rollen sind klar verteilt: Benjamin ist der Whisky-Kenner, der sich das nötige Fachwissen rund ums Destillieren angeeignet hat. Christoph ist für Marketing, Kunden-Akquise und den Online-auftritt des Unternehmens zuständig. Über das nötige unternehmerische Wissen verfügen beide nicht nur aus dem Studium. Als gelernter Bankkaufmann und Handelsfachwirt hat Schwiewagner ebenso erste Einblicke ins Unternehmertum erhalten wie Solka. Der 23-Jährige war längere Zeit nach dem Abitur für ein Start-up-Internetportal tätig und dort für Online-Marketing und Akquise zuständig. „Natürlich hatten wir Bedenken, ob sich eine unternehmeri-

sche Idee, die sich um die Herstellung von Alkohol dreht, bei Professoren und Dozenten als Projekt durchsetzen würde“, erinnert sich Schwiewagner. Doch die Resonanz war positiv und „Landshut Malts & Spirits“ war geboren.

Viel Einarbeitungszeit blieb den beiden nicht. „Die Idee war, zur Landshuter Hochzeit im Sommer 2017 ein besonderes Getränk auf den Markt zu bringen“, so Solka. Das Destillat muss aber drei Jahre reifen, bis daraus ein echter Whisky nach schottischer Art wird. Also wälzte Schwiewagner Fachbücher und recherchierte im Internet. Auch eine passende Schnapsbrennerei mussten die Jungunternehmer noch finden. „Wir wollten unbedingt eine bayerische Destillerie, um einen bayerischen Whisky zu

erzeugen“, betont Schwiewagner. Marketing-Profi Christoph Solka weiß: „Die Nachfrage nach bayerischem Whisky boomt.“ Gut zwei Dutzend Destillieren gibt es im Freistaat, darunter Liebl in Bad Kötzing, Drexler in Arrach und Slys Lantehammer in Neuhaus am Schliersee.

Auch die richtigen Fässer mussten noch beschafft werden: Amerikanische oder europäische Eiche, die Vorbelegung mit anderen Spirituosen wie Sherry und das Alter der Fässer spielen für das spätere Aroma des Whiskys eine große Rolle. Der Alkohol – zu Beginn hat das Destillat rund 60 Prozent Volumenalkohol – entzieht den Fässern Aromen und beeinflusst Geschmack und Farbe. Ob der Whisky später ein eher süßliches oder bitteres Aroma hat, entscheiden

die Fässer. „Bei der ersten Charge haben wir uns für Fässer aus amerikanischer Weißeiche entschieden, in denen etwa sechs Jahre lang Oloroso Sherry reifte“, erklärt Schwiewagner. Der Landshuter Whisky soll so eine fruchtige bis nussige Note bekommen.

Seit Ende April reifen in zwei Fässern rund 420 Liter Destillat zu Whisky heran. Wie viel davon – ein Name für den Whisky fehlt noch – die beiden Jungunternehmer in drei Jahren abfüllen werden, lässt sich nicht genau vorhersagen. Denn ein bestimmter Teil der Flüssigkeit, der sogenannte Angel's share (Engel-Anteil), verdunstet. Dennoch hoffen die beiden auf je 600 Flaschen à 0,2 und 0,5 Liter. Reservieren kann man sich keine der nummerierten Flaschen. Auch wie viel ihre potenziellen Kunden zahlen müssen, lässt sich schwer schätzen. Ein Blick zur Konkurrenz zeigt: Für bayerischen Whisky müssen Genießer zwischen 30 und 80 Euro pro Flasche hinblättern.

Lagerort der Fässer bleibt geheim

Wo genau die Fässer lagern, und welche bayerische Brennerei ihnen das Destillat verkauft hat, das bleibt ein Geheimnis der beiden. Was sie verraten können: Die Proben bestätigen, dass der Whisky später eine rauchige Note hat, da die verwendete Gerste über Buchenholz getrocknet wurde. „Wir hoffen, eine Marktnische zu füllen, da es in Deutschland wenig rauchigen Whisky, aber eine große Nachfrage gibt“, sagt Schwiewagner.

Geht es nach ihm, könnten schon im Herbst die nächsten Fässer befüllt werden. Die bisherigen Anfragen von Unternehmen, die den Whisky als Geschenk an Kunden weitergeben wollen, und von Privatsammlern ließen auf großes Interesse schließen, so Solka. Doch trotz der ersten Euphorie über die Nachfrage wollen sich die Jungunternehmer nicht unternehmerisch überfordern – das BWL-Studium gehe erstmal vor.