



Genussbotschafter Markus Wurth setzt nicht mehr nur auf Obstbrände und Liköre, sondern produziert auch wunderbaren Whisky

## KUNST IN FÄSSERN

VON ULF TIETGE

WER WHISKY HÖRT, DENKT AN SCHOTTLAND, IRLAND ODER TENNESSEE. KENNER ABER ENTDECKEN ZWISCHENZEITLICH AUCH BADEN ALS HERKUNFT GROSSER WÄSSERCHEN

Ein Kilt würde ihm stehen. Aber den Schotten auch noch das Beinkleid nehmen, wenn man sich schon anschickt, in Baden einen Whisky zu brennen, der den Schotten das Fürchten lehrt – nein, das geht nicht.

Also steht Markus Wurth mit einer ganz normalen, kontinentaleuropäischen Hose in seiner Probierstube in Altenheim. Mit Obstbränden und Likören hat er schon alles erreicht, zig Medaillen und Plakate hat er bei der „Destillata“ eingeharbt, ist Genussbotschafter des Gault Millau und hat nun das Ziel, den besten Whisky der Welt zu brennen. Das braucht Zeit, keine Frage. Denn man muss ein paar Jahre warten, bis man beurteilen kann, wie sich ein Whisky entwickelt, der in einem Fass lagert, in dem früher einmal Tresterbrand vom Spätburgunder war.

MEW nennt Markus Wurth seinen Whisky. Das entspricht den Initialen der Familie und steht für Wurths Credo: Mein Eigener Weg. Oder: Mein Eigener Whisky.

1000 bis 3000 Flaschen Wurth-Whisky soll es pro Jahr geben. In erster Linie Single-Barrels, abgefüllt aus nur einem Fass. Verglichen mit den 18 Millionen Flaschen, die allein Glenfiddich herstellt, ist das ein Nasenwasser. Und doch ist Wurths Geschmackspalette schon jetzt beeindruckend breit. Denn jedes Fass, das er mindestens drei Jahre und einen Tag liegen lässt, hat seinen eigenen Charakter.

Mal kommt Wurths Whisky elegant-fruchtig daher, mit Birnen-Aroma und einem Hauch von Bananen-Chips, dann wieder mächtig und röstlastig mit Anklängen von Kaffee und Vanille, von dunkler Schokolade und Dörrfrüchten.

Was Wurth vom Obstbrennen in die Welt des Whiskys mitnimmt, ist neben der Leidenschaft fürs Produkt vor allem die Selbstverständlichkeit präzisen Arbeitens mit modernstem Gerät. „Mercedes baut auch keine Autos mehr wie vor 100 Jahren – warum also soll man Whisky wie anno dazumal produzieren?“, fragt Wurth und fügt hinzu. „Mir geht es darum, ganz neue Geschmackserlebnisse zu kreieren, sozusagen ‚liquid memories‘. Und dafür gehe ich gern neue Wege.“

Mit Erfolg. Aktuell reicht die Warteliste für Wurths Whisky bis in den September hinein. Und das ohne großen Handelspartner oder mordsmäßigen Marketing-Etat. Wurth: „Ich beobachte gern die Reaktion der Kunden, wenn sie bei mir in Altenheim etwas verkosten. Und dieser Dialog fließt in neue Produkte immer mit ein.“