

# Old Irish Pubs

The Real Ones

„Die wahren Werte im Leben“



Michael Nagl  
Robert v. Aufschnaiter

HÄDECKE 



# Irish Whiskey

Die Geschichte der großen Brennereien

„Dieser berühmte Whisky ist der feinste aller Spirituosen, hergestellt nur aus Malz, höchst vorsichtig destilliert. Sein reicher, voller Geschmack ist frei von Rauch und er wurde, wo immer man ihn reichte, ausnahmslos als das beste und sicherste Stimulans empfohlen. Unser Whiskey wird nur von führenden Weinhändlern, so wie ihn das Unterhaus seit vierzig Jahren bezieht, vertrieben.“ Gezeichnet Robert A. Taylor, Distillery, Coleraine, Ireland.

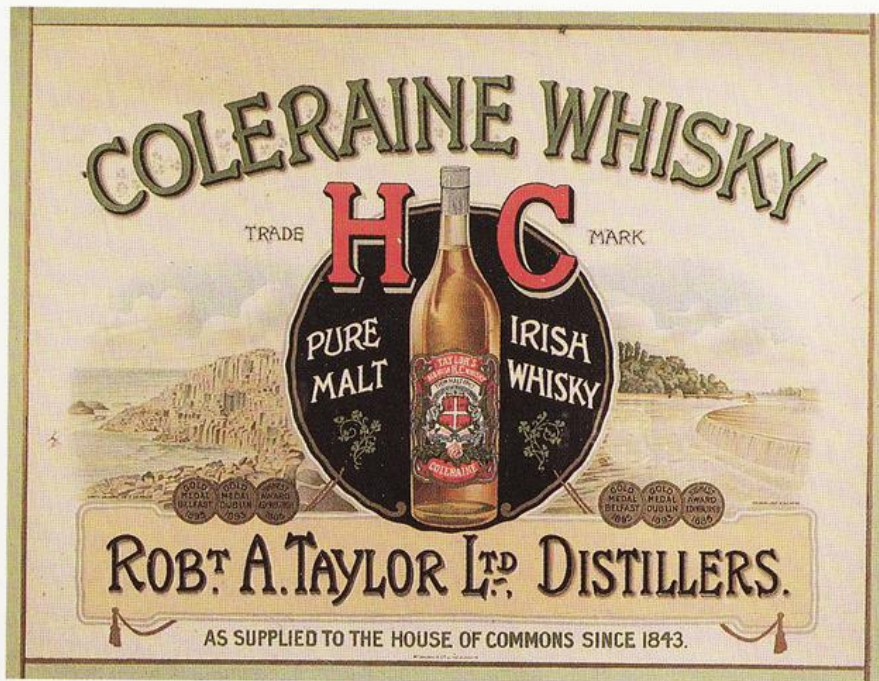
**D**iese Anzeige erschien 1897, als die Whiskeywelt auf der Insel noch in Ordnung war. Bestellungen aus dem ganzen Commonwealth waren an der Tagesordnung; die exportfreudigen Iren heimsten auf Weltausstellungen eine Goldmedallie nach der anderen ein. Ihre Produkte standen im Ausland, vornehmlich in England, auf der Wunschliste ganz oben. Qualitätsmerkmal war die Destillation in riesigen Kupferkesseln, das sogenannte *pot still* Verfahren. Ziel war die Erzeugung von absolut purem, jahrelang im Holzfaß gereiftem Whiskey, der mit keinen leichteren oder unreifen Destillaten verschnitten wurde. Manche Destillieren ließen ihre

besten Whiskeys über zwanzig Jahre im Faß. Danach lieferte man ihn entweder aus – ließ man ihn länger reifen, nahm er einen holzigen Geschmack an – oder füllte ihn in Flaschen ab. So konnte man den hohen Reifegrad konservieren, denn einmal abgefüllt, reift Whiskey nicht mehr weiter. Weitere Kennzeichen fabrikgereifter irischen Whiskeys waren (und sind) die Mitverwendung von ungemälzter Gerste, das dreifache Brennen des Destillats und das Fehlen eines Rauchtons, da zum Heizen der Darre in Irland aus geschmacklichen Gründen kein Torf, sondern Kohle benützt wird.

Kein Mensch dachte damals an einen Abschwung des florierenden Geschäfts. Die Probleme der irischen Whiskeyerzeuger reduzierten sich auf die ohnehin immer geringer werdende Konkurrenz der heimischen Schwarzbrenner und auf den Mißbrauch der Bezeichnung *Irish Whiskey* im Ausland. Gegen Ende des neunzehnten Jahrhunderts gab es gewichtige Probleme mit unlauterem Verkauf von Fusel, der unter der ungeschützten, aber qualitätstragenden Bezeichnung *Fine Old Irish Whiskey* das echte, qualitativ hochwertige Produkt in Verruf brachte. Um Whiskey als Irish etikettieren zu dürfen, reichte es innerhalb des Vereinigten Königreiches nämlich aus, minderwertigen Whiskey jeglicher Herkunft mit einer geringen Menge irischen Whiskeys anzureichern, was seriösen irischen Brennern natürlich ein Dorn im Auge war. Ihrer Ansicht nach bedurfte es einer klaren Ausweisung der Attribute *pure, unblended, pot still*; darüber hinaus sollte Whiskey nur dann das Prädikat Irish tragen dürfen, wenn er zu hundert Prozent aus Irland stammte. Als der geschäftsschädigenden Praxis 1907 durch einen Regierungsbeschluß endlich ein Riegel vorgeschoben wurde, nahte jedoch bereits ein weitaus gravierenderes Problem.

Kurz nach der Jahrhundertwende trat eine Wandlung in den Trinkgewohnheiten der Kunden jenseits der irischen See ein. Es gelang schottischen Brennern, unreife Destillate so mit rei-





Lieferte seinen  
Malzwhiskey ans  
Unterhaus:  
Robert A. Taylor



Einst Konkurrent für  
seinen Bruder John,  
heute vergessen:  
William Jameson

lem Whiskey zu vermischen, daß er auf dem englischen Markt angenommen wurde. Leichtere Verschnitte, die zudem billiger waren, eroberten nun die Gunst der Kunden. Bald darauf kollabierte der amerikanische Markt. Die Prohibition zeigte erste Auswirkungen; die ausfuhrorientierten irischen Unternehmer mußten ihre Erzeugung drosseln. Als sich der Markt wieder öffnete, war man auf der irischen Seite wegen der eingeschränkten Produktion und der langen

Reifezeit nicht in der Lage, ad hoc genügend Whiskey in die U.S.A. zu liefern. Die Schotten nutzten die Gunst der Stunde und füllten das Vakuum mit ihren Erzeugnissen. Für den *Irish* begann fortan eine schwere Zeit. Mit den zusätzlichen Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise belastet, mußten viele Destillereien, darunter die beiden einzigen noch verbliebenen in Belfast, ihre Tore schließen. Die anderen standen vor einer dringend anstehenden Ent-





Gängiges Spirituosenangebot eines irischen Pubs in den zwanziger Jahren

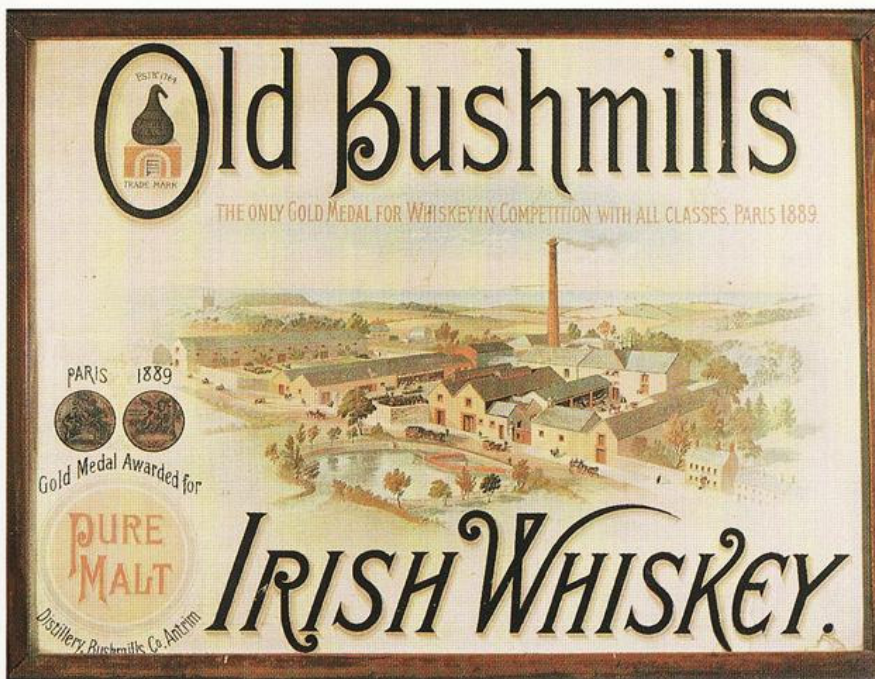
scheidung. Sollte man dem im Ausland herrschenden Trend nach leichteren Erzeugnissen nachgeben oder am eigenen Gütemaßstab festhalten? In Irland setzte die überwiegende Zahl der Verantwortlichen weiterhin auf das *pot still* Verfahren. Der traditionsorientierte Entschluß führte zwar zur Beibehaltung des hohen irischen Qualitätsstandards und der monopolartigen Beherrschung des heimischen Marktes; der Auslandsmarkt ging jedoch fast vollständig verloren. Erst in den sechziger Jahren erhielt die irische Whiskeyindustrie neue Impulse. Zugeständnisse an den Geschmack der Verbraucher ließen die Exportraten wieder ansteigen. 1966 schlossen sich die verbliebenen Brennereien zum Verband der *Irish Distillers Group* zusammen, einer Kooperative der Firmen John Jameson & Son, John Power & Son, Cork Distilleries Company, Old Bushmills und Tullamore Dew.

John Jameson gilt heute als *father figure of the Irish distilling trade*. 'Old John' kam 1770 aus Schottland nach Irland und kaufte sich bald darauf in eine der vielen kleinen Dubliner Destillieren ein.

Nachdem er um 1800 die Hauptanteile an der Fabrik erworben hatte, führte er seine Söhne in das Geschäft ein. Nach seinem Tod übernahmen sein ältester Sohn John die Bow Street Distillery (John Jameson & Son) und sein zweiter Sohn William die in der Zwischenzeit erworbene Marrowbone Lane Distillery (William Jameson & Co.) Der Whiskey aus der Bow Street Distillery galt als der Aristokrat unter den irischen Whiskeys. Der Werbespruch der Firma „*not a drop is sold till it's seven years old*“ offenbarte John Jamesons Anspruch, jeden anderen Whiskey an Qualität zu übertreffen. Er legte großen Wert auf die Verwendung bester Materialien, darunter feinsten irischer Gerste, für die er die höchsten Preise zahlte. Seine Mühe zahlte sich aus: In Dublin und den USA galt Jameson als der begehrteste irische Whiskey.

Kopfzerbrechen bereitete dem erfolgsverwöhnten Geschäftsmann allenfalls sein ebenfalls in Dublin ansässiger Konkurrent John Power, der mit seinem Produkt bereits damals den ländlichen Markt dominierte. (In einigen der we-





Auch über 100 Jahre nach Erhalt der Only Gold medal for Whiskey in Competition with all classes, Paris 1889...



...noch immer verträumt und einladend:  
Bushmill's Distillery

nigen noch existierenden Dorfkneipen alten Stils ist die Beliebtheit dieser Marke auch heute noch so eindeutig, daß dort reihenweise Powers Flaschen über die ganze Stellage verteilt sind und kein anderer Whiskey angeboten wird.)

John Power hatte mit seinem Produkt den Geschmacksnerv der Nation getroffen. Ein anderer Grund für Powers Popularität war seine Nähe zur ländlichen Bevölkerung. Power, der selbst aus Wexford kam, beschäftigte von September bis März Bauern aus Wexford in seiner Brennerei und schickte sie danach wieder nach Hause auf die Felder, um für ihn Korn anzubauen. Den Weg von und nach Dublin gingen die Bauern gemeinsam zu Fuß. Höhepunkt wäh-

rend des halben Jahres in Dublin war für die Arbeiter eine Einladung zu einem besonderen öffentlichen Ereignis. Im Centenary Wexford Stores Pub in Wexford hat ein Beweisstück dieser Verbundenheit überlebt: eine aufwendige Großphotographie aller Farmer des County Wexford, die 1896 der Einladung John Powers auf die *Dublin Agricultural Winter Show* gefolgt waren.

John Power, der die von seinem Vater im Jahre 1791 an der damaligen Westgrenze der Stadt gegründete John's Lane Distillery übernahm, trat immer wieder als Vorreiter auf, wenn es darum ging, Neuerungen einzuführen. Auf seine Initiative hin erschienen die ersten Miniatur-Whiskeyflaschen, die



Trumpfte einst mit eigener Kapelle auf: Cassidy's Distillery in Monasterevan, Co. Kildare



*Baby-Powers*, auf den Thekenblättern der Nation. Aufsehen erregte er auch mit seinem Entschluß, einen Teil seiner Produktion bereits in der Brennerei in Flaschen abzufüllen. Früher hatte auch er all seinen Whiskey in Fässern an die Wirte oder Zwischenhändler geliefert. In den Pubs wurde er dann direkt vom Faß gezapft und an den Kunden gereicht. Wer sich Flaschen leisten konnte, ließ sich hin und wieder eine Flasche abfüllen. Die meisten Pubbesucher tranken jedoch – so wie es heute noch Usus ist – lieber im Whiskey Shop als zu Hause. Wirte und Händler kennzeichneten den Whiskey mit Etiketten, die mit dem Namen des Herstellers, des Produkts und ihrem eigenen versehen waren. Ein Teil der Spirituosenhändler verzichtete sogar auf die Benennung der Marke und stellte ihr eigenes Warenzeichen in den Vordergrund. Der im Norden Irlands weithin bekannte *McConnell's Whisky* war kein Erzeugnis einer bestimmten Destillerie, sondern eine streng geheim gehaltene Rezeptur verschiedener Whiskies, die der gleichnamige Händler aus Belfast in seinem Sortiment hatte. Die Whiskeyhändler Millar & Co., Gilbey & Co. und Bagot, Hutton & Co., um nur einige Dubliner Pendanten zu nennen, erreichten ihre Berühmtheit auf dieselbe Weise.

Zwischenhändler sind heute die Ausnahme. Dafür sind die wenigen, die sich über die Zeit retten konnten, in der glücklichen Lage, zum Teil große Bestände alten Whiskeys in ihren Kellern ihr eigen nennen zu können. Die in Waterford ansässige Weinimportfirma Henry Downes & Co., deren ehemalige Lager Räume heute ein Ausschanklokal beherbergen, verkauft auch zweihundert Jahre nach der Gründung im Jahr 1797 noch immer ihren mit eigenem Trademark versehenen *Irish Whiskey No. 9*. Nur einen Steinwurf von Downes' entfernt, in Waterfords Moondharig House, 20 O'Connell Street, hat sich ein kleines Pub mit eigener Philosophie gehalten, in dem die geheime Kunst der hauseigenen Whiskeyabfüllung aufrechterhalten wird. Hält man sich an die Regeln des Wirtes, Thomas Maher, hat man auch die Chance, eine Flasche der Mixtur zu ergattern. (Freilich hilft alles nichts, wenn er wieder einmal ausverkauft ist.) Sein erster Grundsatz betrifft die Handhabung seiner Öffnungszeiten und seinen zweiten nennt er gleich im Anschluß: „*Not too early, not too long, not too late, – and no women in here.*“ Seine Öffnungszeitregelung (12.00 – 14.00, 17.00 – 19.00, 20.00 – 21.30 Uhr) dient zur Abschreckung allenthalben vorhandener, notorischer



Trinker, und Frauen, sagt er schmunzelnd, brächten den Betrieb durcheinander. Wer dem Meister jedoch genügend erscheint, erhält auch außerhalb dieser Zeiten Zutritt in das letzte genuine Pub Waterfords. Das gilt auch für Frauen, denn Thomas Maher ist auch nur ein Mann, wenn auch der alten Schule.

John Powers Entscheidung, in der Brennerei auf Flaschen zu füllen, geht zurück ins Jahr 1886. (Die erste Flaschenabfüllung in Jameson's Bow Street Distillery erfolgte erst 1963.) Als Alternative zum gewohnten weißen Power's Etikett der Wirte wurden die fertigen Flaschen in der John's Lane Distillery mit einem goldenen Etikett versehen. Power's Initiative hatte Vor- und Nachteile. Der Vorteil lag darin, daß der Kunde bei der Forderung nach einem *Gold-Label* immer mit gleichbleibender Qualität des Inhalts rechnen konnte. Beschwerden über Panscher-eien oder ein schlecht gelagertes Faß konnte so vorgebeugt werden. Auf der anderen Seite war diese Praxis der Anfang vom Ende der irischen Whiskeyvielfalt. Obwohl John Power auch weiterhin Fässer lieferte, sank für die Wirte die Rentabilität der Eigenabfüllung. Der bequemeren Lösung einer Direktlieferung abgefüllter Flaschen stand ein arbeitstechnischer Mehraufwand mit Faktoren wie Fässerlagerung, Flaschenreinigung und Verkorkung gegenüber. Auch die Kontrolle der Stärke des selbstgemischten Whiskeys gestaltete sich aufwendig. So mußte für eine Prüfung des Alkoholgehalts ein speziell befugter Inspektor herangezogen werden, der mit Hilfe eines sogenannten Hydrometers den Wasseranteil im Whiskey testete. Man konnte natürlich auch ohne Inspektor und Hydrometer die Stärke des Alkohols messen. Die äußerst eigenwillige Art und Weise einer solchen Prüfung beschreibt John McGuffin in seinem Buch *„In Praise of Poteen“*: „Ein kleines Häufchen Schießpulver wurde mit dem zu testenden Whiskey benetzt und angezündet. Ergab das Gemisch eine stete Flamme, war die gewünschte

Stärke erreicht. Eine zu schwache Zusammensetzung brachte das Gemisch lediglich zum glimmen, ein zu starkes „*might get your silly head blown off*“. Soviel zu den Testmethoden in der guten alten Zeit.

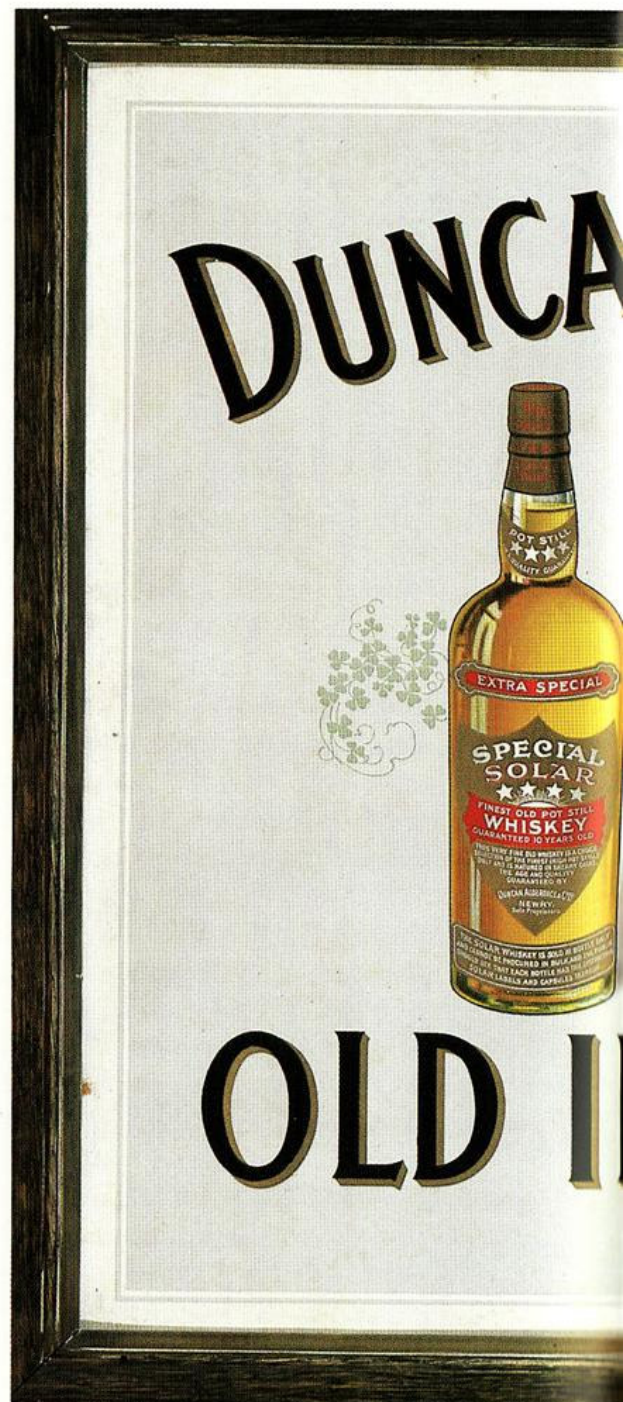
Die Verbreitung der Whiskeys war überregional. Aufzeichnungen des Wirtes John Reid aus Charlestown, Co. Mayo in den Jahren 1896–1903 belegen in etwa ebensoviele Lieferungen aus Newry (Matt Darey & Co.; Duncan, Alderdice & Co.) und Sligo (Foley & Co, Francis Higgins) wie aus Dublin und Belfast. O'Sullivan's Pub im Westen Irlands in Easkey, Co. Sligo, versorgte seine Kunden mit Whiskey aus dem Nordosten (Dunville's und Boyd's aus Belfast) und aus dem Süden (Cork Distilleries Co.). Mitverantwortlich für die Verbreitung eines Produktes war die Arbeit der *representatives*, der Vertreter. Der bekannteste von ihnen war ein gewisser Paddy Flaherty aus Cork. Aufgrund seines drahtigen Auftretens – gepaart mit einer gewissen Freigiebigkeit beim Spendieren seiner Proben – sprach man in Munster weithin von „Paddy, der den Whiskey bringt“. Mr. Flahertys Beliebtheitsgrad brachte die Leute in der zweiten Dekade unseres Jahrhunderts dazu, anstatt des umständlichen Markennamens *Cork Distilleries Company Whisky* lieber *Paddy's Whisky* zu ordern. In der Chefetage der Destillerie fiel alsbald der publikumswirksame Entschluß zu einer wohl einzigartigen Würdigung für die Verkaufserfolge eines Vertreters: Ein Extra-Etikett auf der Flasche trug von nun an Paddy Flahertys Schriftzug und einige Jahre später nannte man ihn dann ganz offiziell *Paddy's Whisky*. Auch die Entstehung anderer Markennamen birgt interessante Versionen irischen Einfallsreichtums. John Power's Etikettierung *Three Swallow Whiskey* zeigte drei Schwalben als Markenzeichen. Da *swallow* aber auch Schluck heißt, kommt der Genießer nicht umhin, beim Lesen dieser listigen Bezeichnung an drei genußvolle Schluck erinnert zu werden. Die Bezeichnung



'Tullamore Dew' beinhaltet ebenfalls ein Wortspiel. Der Werbeslogan „Give every man his Dew“ heißt in Anmünzung an das Wörtchen *dew* auch „Gib jedem Mann das, was er braucht“. Darüber hinaus stehen die drei Buchstaben für die Initialen des Firmengründers D.E. Williams. Wem das noch nicht reicht, der kann eine Parallele zur Poteenum-schreibung *mountain dew* erkennen. Inwieweit dies allerdings Absicht von Williams war, bleibt dahingestellt.

Die Bushmills Distillery im Norden Irlands steht im Ruf der ältesten lizenzierten Whiskeybrennerei der Welt. Ein Vertreter Jakobs I verlieh ihr im Jahr 1608 die entsprechende Erlaubnis. Das Vermächtnis von Old Bushmills besteht in der Wiederaufnahme der Produktion von Malz Whiskeys. Der Bushmills war bis vor einigen Jahren der einzige irische *single malt*, der an eine große Tradition erinnerte. Nahezu jedes Pub hatte früher Malz Whiskeys im Regal; der Wirt konnte auf eine große Anzahl an Brennereien zurückgreifen, die sie anboten. Mit dem Eingehen dieser Produktionsstätten verschwanden die *malts* von der Bildfläche. Erst der Initiative von Bushmills ist es zu verdanken, daß es 1984 wieder reinen irischen Malz Whiskey gab.

Um die Jahrhundertwende war Bushmills bereits weltbekannt. Auf den Weltausstellungen in Chicago (1893) und in St. Louis (1904) erreichte man ebenso die Goldmedaille für reine Malzwhiskeys wie vorher schon auf der *Exposition Universelle 1889* in Paris (vgl. S. 41), wo der Schah von Persien, umringt von Vertretern der Brennerei, mit einem *Bushmills pure malt* auf den gelungenen Bau des Eiffelturms anstieß. Die damals mit dem Export von Whiskey gesammelten Erfahrungen werden heutzutage geschickt umgesetzt und es sind im besonderen die Marken *Bushmills Malt* (ein zehn Jahre alter *single malt*, der in *pot stills* gebrannt wird), und *Blackbush* (ein *blend* mit hohem Malzanteil), die der Brennerei am Giant's



Causeway auch in Deutschland immer mehr Freunde beschere.

Während sich die Iren schon immer darüber einig waren, den besten Whiskey zu produzieren, waren sie sich in der Schreibung des Wortes Whiskey keineswegs immer einig. Die Amerikaner schreiben ihren Whiskey mit *-ey*, die Schotten den ihren mittlerweile gänzlich ohne *e* und auf der grünen Insel hat man sich letztendlich auf die *-ey* Schreibung geeinigt. Obwohl heute in



# ALDERDICE & Co. LIMITED



## FAMOUS IRISH WHISKIES NEWRY.

Irland vielerorts stolz auf das identitätssträchtige -ey verwiesen wird, waren bis vor nicht allzulanger Zeit beide Variationen bei den Irish Whiskies möglich. Am häufigsten fand man die Whisky-Schreibung im Norden – sie wurde insbesondere von Whiskybrennern, die aus Schottland eingewandert waren, bevorzugt-, doch auch in Dublin (William Jameson, Dublin Whisky Distillery DWD) und in Cork (*Paddy's Old Irish Whisky* wurde erst unlängst zu *Paddy's*

*Old Irish Whiskey*) existierte die kürzere Version. In manchen Companies wurde Whiskey für *pot still* Produkte verwandt und Whisky für *blended spirits*. So priesen Duncan, Alderdice & Co. aus Newry, Co. Down, ihr *finest old pot still* Destillat als *Special Solar Whiskey* an, während ihr anderes Erzeugnis – hier gehen wohl verschiedene Destillate Hand in Hand – als *Hand in Hand Irish Whisky* präsentiert wurde.

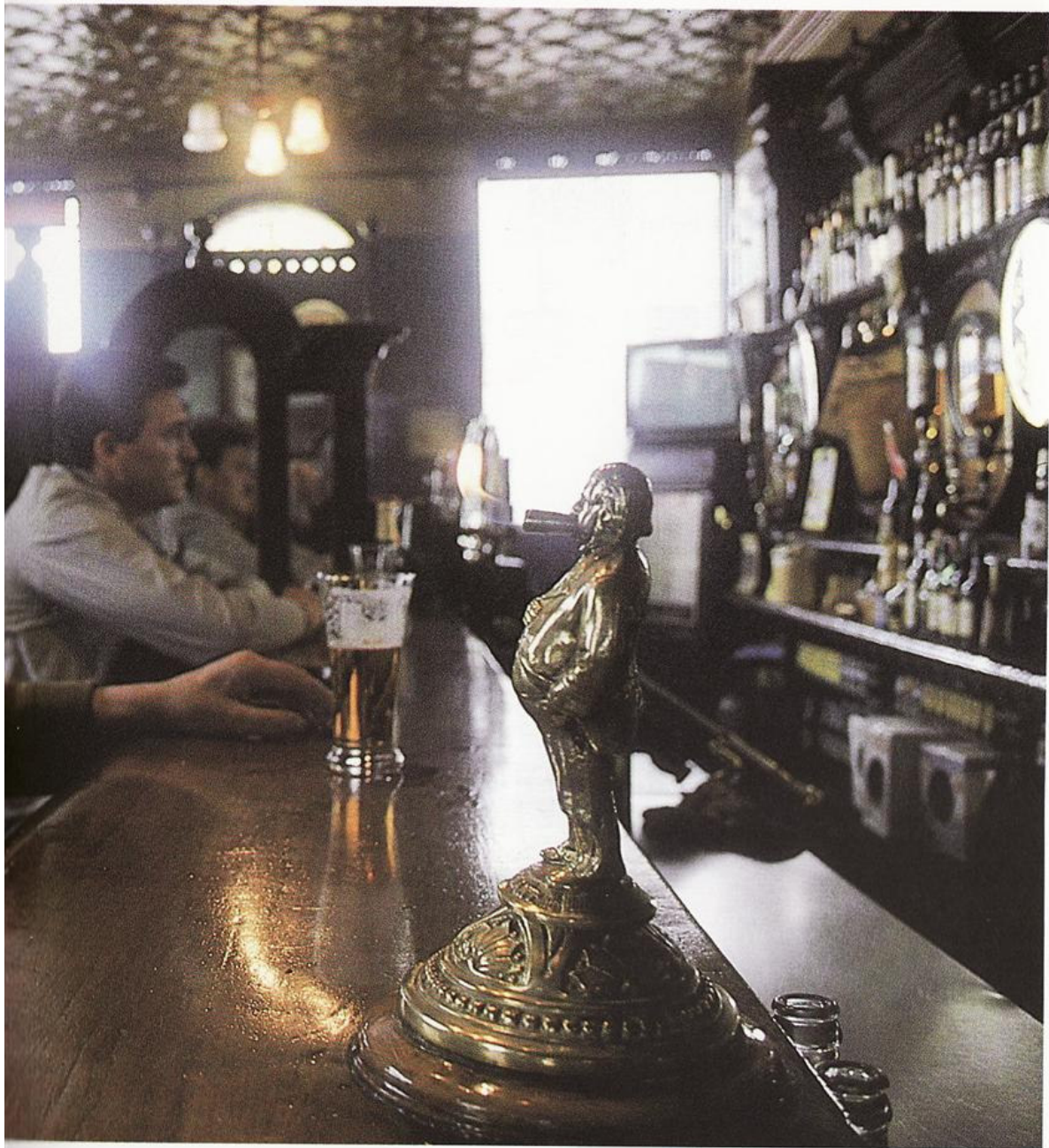


**E**r ist im besten Mannesalter, heißt Johann Kraft, kommt aus Dublin und wohnt seit seinem zwanzigsten Lebensjahr in Nordirland. Johann Kraft ist sehr kräftig und füllig. Auch ist er braungebrannt, obwohl er seine Behausung in Portadown, Co. Armagh, seit vielen Jahren nicht verlassen hat. Seine Beliebtheit – trotz seiner ständigen Anwesenheit geht er niemandem auf die Nerven – ist immens. Als ihn seine Familie in Dublin wegen seines reifen Alters zurückhaben, ja zurückkaufen wollte, regte sich Widerstand in seiner Anhängerschaft. Er blieb. Hier fühlte er sich wohl. Seine Unterkunft bezog Johann Kraft in einer prädestinierten Nische eines Lagerraums, wo er seitdem geduldig und in freudvoller Erwartung ausharrt. Jedesmal, wenn jemand sein Domizil betritt, regt sich in ihm die Hoffnung, endlich ans Ziel seiner Mission zu gelangen: Johann Kraft, alias *John Power*, wartet auf seine Abberufung in eines der eindrucksvollsten Pubs Irlands.



Ist es endlich soweit, wird zu seinen Ehren eigens eine kleine Zeremonie abgehalten. Äußerst vorsichtig führt ihn Eamon Molloy, der Geschäftsführer von McConville's Pub, an den Ort seines Wirkens. Er wird herausgeputzt und an einen repräsentativen, etwas nach oben abgesetzten Stellplatz hinter der Theke gebracht, von wo aus er für die gesamte Kundschaft sichtbar ist. Dann naht der Augenblick, auf den er so lange gewartet hat. In diesem kurzen, herbeigesehnten Moment, in dem





Johann Kraft, ein Stammkunde und ein stiller Beobachter: McConville's Wine and Spirit Store in Portadown, Co. Armagh.

er seinen Weg aus der Flasche ins Glas zurücklegt und auf der Theke endlich sein Bouquet entfalten darf, wird er mit dem Anblick eines Musterbeispiels viktorianischer Innenarchitektur belohnt.

Läßt er seinen wäßrigen Blick, der sich zwanzig Jahre mit der Ansicht der inneren Wölbung eines Holzfasses begnügen mußte, umherschweifen, bleibt er eine Weile an den herrlichen, im Originalzustand befindlichen *smugs* hängen. Die Menschenwesen, die er an der Theke entdeckt, erscheinen ihm skurril,

sind sie doch darauf aus, seine Fülle der ihren hinzuzufügen. Beugt er sich nach vorne links, blickt er auf ein großes altes Bild der nahegelegenen Comber Destillerie; einstmals favorisiertes Produkt in Armagh, heute stillgelegt. Schaut er nach oben in die Stellage, findet er alte Kameraden aus Glas, verstaubt zwar, aber in Reih und Glied. *McConville's Navy Rum* heißt es da, hergestellt aus feinstem Zuckerrohr, importiert aus Jamaica. In ihrer Nähe entdeckt er einige bejahrte Flaschen australischen Weines,

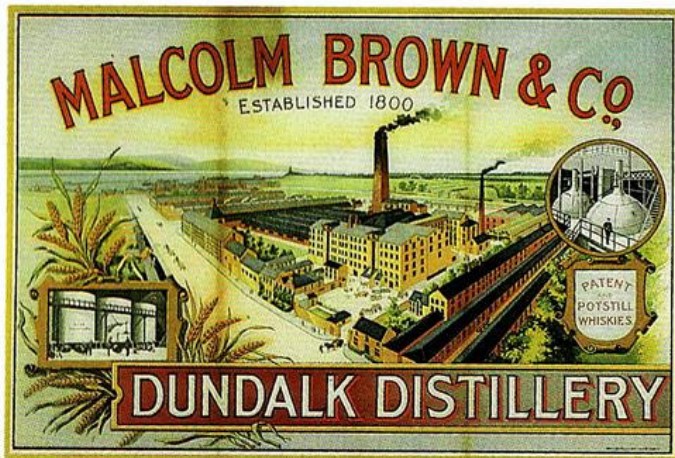




erzeugt in den besten Weinbergen des Commonwealth. Absolute Reinheit garantiert. Gerne wäre er zu ihnen hinaufgeklettert. In einer 'spirit-uellen' Gesprächsrunde hätten sie ihm sicher viel über die *good old days* des Pubs erzählen können. So aber wird er nie erfahren, daß das Pub, einschließlich der snugs, seit dem Bau des Hauses mittels eines ausgeklügelten Rohrleitungssystems zentral beheizt wird – mit ähnlichem Luxus konnte damals in Portadown nur die presbyterianische Kirche aufwarten. Aufgrund des ungünstigen Blickwinkels bleiben ihm auch die handbemalten Keramikfliesen, die auf der Vorderseite der Theke angebracht sind, verborgen. Da müßte ihn schon jemand durch das Pub tragen. Nicht verborgen bleibt ihm der *wee man*, der kleine Mann, der selbstbewußt mitten auf der Theke steht. Die als Männlein getarnte Gasflamme wurde während des ersten Weltkriegs installiert, als infolge der herrschenden Rohstoffknappheit keine Streichhölzer zur Verfügung standen. Nach dem Krieg hatte das Männlein den Status eines Stammkunden inne und man hütete sich davor, es zu entfernen. Als Johann Kraft in die Nähe des besagten Männleins gelangte, glaubte er ein Zwinkern in dessen Augen zu sehen. Just in dem Augenblick jedoch, als er zurückzwinkern wollte, war es um ihn geschehen. Ein anderer Stammkunde hatte ihn an seinen endgültigen Bestimmungsort gebracht.



**W**ie in vielen anderen irischen Städten befand sich auch in Dundalk, County Louth, am Anfang des neunzehnten Jahrhunderts eine mehr oder weniger erfolgreiche Whiskeybrennerei. Der Ausstoß war gering; der Ruhm hielt sich in Grenzen, man schien der Konkurrenz aus Dublin und Belfast nicht gewachsen zu sein. Erst als im Jahre 1812 der aus Schott-



land eingewanderte Malcolm Brown die Brennerei übernahm, wendete sich das Blatt. Mit ihm begann die hundertjährige Blütezeit der Dundalk Distillery. Mr. Brown destillierte mit seinen über hun-

dert Angestellten hervorragenden Whiskey und ließ die Anlage zum Vorteil der lokalen Industriebetriebe beständig modernisieren und vergrößern, wodurch er zur Freude der Stadtväter zu einem der größten Steuerzahler der Stadt avancierte. Die Früchte seiner harten Aufbauarbeit zu ernten, war ihm indes nicht vergönnt.

Als er 1836 achtundsechzigjährig starb, wurde er zu Dundalk auf dem Friedhof der Green Church (Church of Ireland) begraben. Er bekam jedoch – trotz seiner Verdienste als Arbeitgeber – kein Grab in der vornehmen Mitte des Friedhofs, sondern wurde am äußersten Rand an der Friedhofsmauer beigesetzt. Denn wer dazu beitrug, Menschen zum Alkohol zu verführen, hatte aus anglikanisch-protestantischer Sicht unabhängig von sonstigen Leistungen und Errungenschaften kein Recht darauf, in Kirchnähe neben unbescholtenen Mitbürgern begraben zu werden.