

Nr. 410
12
17

MONAT
KÄRNTNER

Das Magazin für Kärnten. Seit 1981

Wörthersee, 36. Jg. Nr. 12, Dezember 2017, Euro 3,20

Freizeit



KENNER. Valentin Latschen brennt nicht nur Schnaps. Besonders stolz ist er auf den Whisky in seinem Sortiment

Er brennt für SEIN LEBEN

Die Pfau-Edelbrände von Valentin Latschen stehen weltweit für höchste Qualität aus regionalen Produkten. Zum Jahresende hat der Schnapsbrenner gleich drei Mal Grund zu feiern. Der MONAT traf ihn an seinem Lieblingsplatz: der Klagenfurter Brennerei.

Text Eva-Maria Peham Fotos Peter Just (3)

Seine Profession ist es, das Beste, was die Natur hervorbringt, ins Glas zu zaubern. Valentin Latschen, Gründer der Kärntner Brennerei Pfau, blickt zum Jahresende auf 30 Jahre als gewerblicher Schnaps-Brenner zurück. Doch damit nicht genug. Im Dezember stehen für den Kärntner noch zwei weitere Jubiläen an. „Am 9. Dezember feiere ich meinen 60. Geburtstag und präsentiere meinen Jubiläums-Whisky, der 15 Jahre lang gereift ist“, freut sich Latschen. Vom „Nobel-Whisky“ existiert übrigens nur ein einziges Fass.

Latschen, Träger des „falstaff“-Titels „Meisterbrenner Lebenswerk“, wuchs in Ruden auf. „Meine Eltern führten eine Landwirtschaft mit dazugehöriger Gaststätte“, erzählt er. Nachdem er die

Hotelfachschule in Villach absolviert hatte, legte er 1985 die Obstbaumeister-Prüfung in der Steiermark ab. Später folgte die Prüfung zum Weinbau-

„ICH WILL WISSEN,
AN WEN JEDE
EINZELNE
FLASCHE GEHT.“

Valentin Latschen

und Kellermeister. Aus dem Hobby seines Vaters erfolgte im Lauf der Jahre die Spezialisierung zum Erwerbsobstbaubetrieb. Um dem Konsumenten ei-

nen Bezug zum Produkt zu vermitteln, kam Latschen damals die Idee von Patenschaften. „In drei Monaten waren es 500, in zwei Jahren rund 2.000 Paten.“

Für seinen ebenfalls mehrfach prämierten Whisky, zu dem der Grundgedanke 2002 entstand, möchte er die Patenschaften wieder aufleben lassen. Mittels Crowdfunding sucht Latschen nun erneut Paten und Unterstützer. Rund 100 Whisky-Fässer kosten den Unternehmer immerhin 250.000 Euro.

Im Keller. Im mehrere hundert Jahre alten Kellergewölbe am Klagenfurter Schleppeplatz brennt er seit dem Jahr 2000 seine Schnäpse – in einer Anlage, die rund eine halbe Million Euro wert ist. Später kam noch der Whisky hinzu. An diesem Ort vereinen sich die alte



IN KOMBINATION. Die Pfau-Edelbrände gibt es auch gemeinsam mit anderen hochwertigen Produkten zu kaufen, wie hier mit Schokolade



Tradition des Schnapsbrennens und des Bierbrauens. „Von Mitte September bis jetzt haben wir für die Schnäpse 80 Tonnen heimisches Obst verarbeitet, Zucker oder Aromen werden nicht hinzugefügt“, sagt Latschen. Sein selbstauferlegtes „Reinheitsgebot“ für Schnaps und der Grundsatz des doppelten Brennens mittels Rau- und Feinbrand ist Garant für die hohe Qualität. „Die wächst im Garten. Ich kann nur aus dem Besten das Beste machen“, unterstreicht Latschen. Die Mengen an Obst, die Latschen benötigt, sind enorm. „Für 35 Liter brauchen wir rund eine Tonne Himbeeren, die wiederum bis zu 4.000 Euro kostet“, erklärt Latschen die Dimensionen.

Vorreiter. Mit seinem Konzept, das sich an „Natur pur“ orientiert, war Latschen Vorreiter für viele aus seiner Branche. Zu seinen Mitstreitern zählen viele Kärntner Gastro- und Genussprofis, darunter die Kärntner Haubenköchin Sissy Sonnleitner, Edelgreißler Herwig Ertl aus dem Gailtal, Hans Melcher vom Karnerhof und viele mehr.

Die vielfach preisgekrönten Pfau-Edelbrände verkauft Latschen von Klagenfurt aus, überall dorthin, wo gute Qualität geschätzt und die Schnaps-Kultur gepflegt wird: „Vom einfachen Gasthaus bis hin zum noblen Hotel“, sagt Latschen, für den die Qualität stets über der Quantität liegt. Eines der noblen Hotels ist das Sacher in Wien. „Dort habe ich meine Schnäpse im Jänner 1988 präsentiert“, erinnert er sich. Heute vertreibt er sie nicht mehr nur in Österreich. Die Pfau-Brände sind international gefragt. In Hamburg und Berlin, Schweden, Belgien, den Niederlanden und sogar auf den Bermudas gibt es die edlen Tropfen. Latschen, Vater einer 21-jährigen Tochter und eines achtjährigen Sohnes, legt großen Wert darauf, sich seine Kunden genau anzuschauen: „Ich möchte am Schluss immer wissen, wer jede einzelne Flasche von mir bekommt.“