

Neue Barkonzepte: Bar in Store



Die Mixologen

Matthias Knorr, Ehefrau Anna und Thomas Weinberger (Barschule München) informieren mit „hochprozentigem Wissen“ und diskutieren über Barkultur und World of Bartending. Sie nehmen die spannenden und vielschichtigen Themen wie neue Barkonzepte, Qualitäten eines Bartenders, Cocktailwettbewerbe und vieles mehr in den nächsten Ausgaben unter die professionelle Lupe.

Die Barschule München, gegründet 2003, ist eine staatlich anerkannte berufsbildende Privatschule, die von Matthias Knorr zusammen mit seiner Ehefrau Anna und Thomas Weinberger geführt wird.

Barschule München
by modernbartending



Die Mixologen

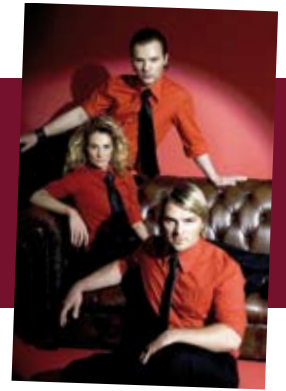
Wer kennt das nicht? Es ist Samstagmorgen und man(n) überlegt sich: „Schatz, wollen wir heut' was zusammen unternehmen?“ Im selben Augenblick denkt er sich: „Hab ich das wirklich laut gefragt?“ – „Ja, lass uns doch mal wieder shoppen gehen, das haben wir schon so lange nicht mehr gemacht!“ Die Antwort kam schneller als gedacht. Jetzt gibt's kein Zurück mehr. Der Horror eines jeden Mannes beginnt. Aber muss es wirklich ein Horror sein?



Aber nicht nur dem Mann geht es so. Wer schon einmal an einem Samstag im Modeeinzelhandel gearbeitet hat, weiß, wie hart ein Job sein kann. Überall sitzen oder stehen abgelegte Männer, die im Winter auch noch mit dicken Jacken von sich und natürlich ihrer Partnerin, über dem Arm hängend, in der Nähe der Umkleidekabinen geparkt werden und nur darauf warten, dass Frau auch noch die letzten 15 Teile anprobiert hat. Als Verkäufer/-in kommt man kaum an den vielen dazu gemachten „Kleiderständen“ vorbei, kann die Kundinnen nicht beraten und kommt auch nur schwer an die Verkaufsware heran. Genauso geht es Frauen, wenn es darum geht, sich in beispielsweise Elek-

trofachmärkten oder Autohäusern aufzuhalten, jedoch sind sie viel ungeduldiger als Männer. Sie werden unruhig, schauen so lange genervt auf die Uhr, bis man(n) aufgibt und man gemeinsam den Laden verlässt. Ikea kam auf eine wunderbare Idee: das Småland, ein Spieleparadies für Kinder. Während Mama und Papa sich ganz in Ruhe die Ware anschauen, aussuchen und kaufen können, dürfen die Kleinen sich austoben. Notfalls ertönt es aus den Lautsprechern: „Der kleine Max möchte aus dem Småland abgeholt werden!“ Wäre so etwas nicht auch für Männer und Frauen möglich? Dies würde dann so klingen: „Herr Müller würde gern von seiner Frau an der Bar abgeholt werden!“

Die Mixologen



Wir sind auf Tour gegangen, um einige „Bars im Shop“ zu finden

Könnte man nicht wesentlich mehr Umsatz erzielen, wenn Mann und Frau gleichermaßen zufriedengestellt würden? In speziellen Branchen ist es seit Langem üblich, den Kunden ein spezielles Wohlgefühl zu vermitteln. So bekommen beispielsweise in Brautgeschäften die Frauen meist ein paar Gläser Champagner – nicht nur, damit sie sich wohlfühlen, sondern sich eventuell auch für das eine oder andere Extra entscheiden. Auch in Friseurläden bekommt man zumindest einen Kaffee oder ein Kaltgetränk angeboten, was zur Kundenzufriedenheit beiträgt.

Im März 2006 eröffnete die Firma Newben (United Colors of Benetton) in München den ersten und einzigen Megastore mit integrierter „Bar im Shop“. Es ist der einzige Benetton-Store in ganz Deutschland, der dieses Konzept realisiert hat. Eine super Idee, finden Angestellte, Kundinnen und Männer.

Während sich die Damen in Ruhe umschauen und anprobieren, gönnen sich die Männer einen leckeren Espresso oder Aperitif und dürfen eine exklusive Modenschau ihrer Partnerin erleben. Nachdem die eine oder andere Kaufentscheidung gefallen ist, trinkt man gemütlich aus, zahlt und verlässt zufrieden den Me-



Fotos: Barschule München



Die Mixologen

gastore. So schön kann eine gemeinsame Shoppingtour sein. Eine andere funktionierende „Bar im Shop“-Idee ist die Lounge2 im Mathäser-Kino. Jeder hat schon einmal Kinokarten vorbestellt, und wie jeder weiß, muss man diese mindestens eine halbe Stunde vor Filmstart abholen. Danach wartet man, bis endlich Einlass ist, oder man geht ins Mathäser.

Mit der Freundin oder dem Freund und den bereits abgeholten Karten lässt es sich bei einem Glas Wein in der Lounge2 viel leichter warten. Oder man trinkt nach dem gesehenen Film in der Bar noch einen Absacker.

Auf eine subtile Art und Weise schafft es die Marke O₂, ihre Produkte in der Bar zu platzieren. So entdecken wir bei genauem Hinschauen Handys in kleinen Schaufenstern. Die blauen Wassersäulen mit den Luftblasen assoziiert man direkt mit dem bekannten Mobilfunkanbieter. Ein absoluter Werbeeffekt. Zu dieser „Bar im Shop“ kann man einfach nur sagen: „O₂ verbindet.“

Wir sind auf dem Weg „back to the roots“!

Anfang des 19. Jahrhunderts gab es unter den Apothekern einen regelrechten Konkurrenzkampf: Wer entwickelt und verkauft die besten Tinkturen? Antoine Peychaud, ein Apotheker aus New Orleans, entwickelte eine Tinktur, den „Peychaud's Bitter“. Diesen

Anisbitter verkaufte er als gut schmeckende Medizin und schenkte ihn in kleinen Coquetiers (Eierbechern) aus. Eine Anekdote besagt, dass so der Begriff „Bar & Cocktail“ entstanden sei.

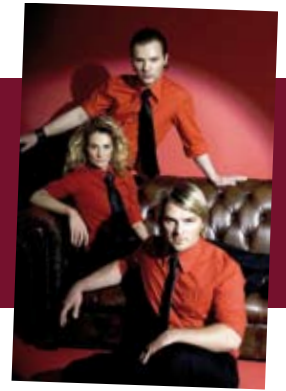
Peychauds Medizin war bei den Einheimischen so begehrt, dass alle immer mehr davon haben wollten; teilweise gab es sogar Streitigkeiten. Peychaud baute eine Barriere zwischen sich und seine Kundschaft, um sich zu schützen. Aus dieser Barriere entstand nach einiger Zeit der Begriff „Bar“. So war es auch mit seinen kleinen Coquetiers: Keiner wusste so genau, wie man dies richtig aussprach. So bestellte sich die Kundschaft nach einiger Zeit einfach einen „Cocktail“.

Aber Peychaud entwickelte nicht nur eine Tinktur, sondern auch einen dazu passenden Cocktail, um den reinen Anisgeschmack noch zu verbessern. Seine Lieblingsspirituose, der Cognac *Sazerac de Forge et Fils*, durfte in der Rezeptur natürlich nicht fehlen. So erhielt er seinen berühmten Namen: Sazerac. Weil alle von der Kreation so begeistert waren, eröffnete wenig später das Sazerac Coffee House in New Orleans. Einige Jahre später wurde das Coffee House übernommen, und die Rezeptur des bekannten „Sazerac“ wurde variiert.

Leon Lamoth, Barkeeper im Grunewald Hotel, in welchem auch der legendäre „Ramos Fizz“ kreiert wurde, ersetzte den Cognac durch Rye Whiskey – diese Rezeptur wird bis heute beibehalten.

Die „Bar im Shop“: Zukunft oder Vergangenheit? Man könnte sagen: Wir gehen mit der Zeit und die Zeit mit uns.

Die Mixologen



Rezeptur Antoine Peychaud

Sazerac

6 cl Cognac Sazerac de Forge et Fils
1 cl Zuckersirup
2 Dash Peychaud's Bitter
2 Dash Angostura Bitter
2 Dash Absinth
Zitronenschale/gerührt
Old-fashioned-Glas

Rezeptur Sazerac Coffee House

Sazerac

3 cl Cognac Sazerac de Forge et Fils
3 cl Rye Whiskey (Roggenwhiskey)
1,5 cl Zuckersirup
2 Dash Peychaud's Bitter
2 Dash Angostura Bitter
2 Dash Absinth
Zitronenschale/gerührt
Old-fashioned-Glas

Rezeptur Leon Lamoth

Sazerac

6 cl Rye Whiskey
(manchmal heute noch
halb Cognac, halb Rye)
1 cl Zuckersirup
2 Dash Peychaud's Bitter
2 Dash Angostura Bitter
2 Dash Absinth
Zitronenschale/gerührt
Old-fashioned-Glas