

03 | DRINKS

DRINKS

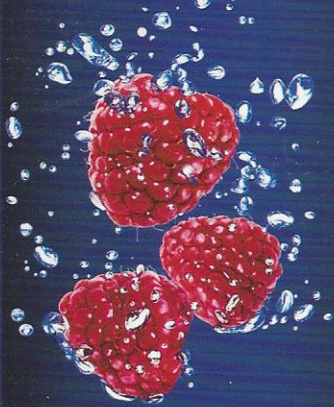
MAGAZIN FÜR BARKEEPER & GÄSTE

Nr. 3 Mai/Juni 2011 | 6,- €
www.drinks-magazin.com

SKYY

INFUSIONS™

RASPBERRY



37,5% vol - 37,5% alc/vol 700 mL e



Spanien

Sonne, Siesta & Kastagnetten

Wodka

Klassische Wodka-Drinks an der Bar



03

4 197347 306009

4. Internationaler Cognac Summit (ICS) 2011

„Can we measure pleasure?“



Das Thema des 4. Internationalen Cognac Summits im Herzen der Cognac Region hatte es in sich: Kann man das „aromatische Genussvergnügen“ messen – zusammengefasst in dem provokanten Satz „Can we measure pleasure?“

Knapp 50 erfahrene Spezialisten aus den Bereichen Bartending, Sommelier und Journalistik trafen sich auf Einladung des BNIC (Bureau National Interprofessionelle de Cognac), um diesem Thema auf interessante Weise näherzukommen. Internationale Spezialisten, unter ihnen zum Beispiel Dave Broom aus Schottland, Dominic Roskrow, Esther Medina und Thomas Sorcinelli aus UK, Andy Seymor, Michele Duval oder Marcos Tellos aus den USA, Andreas Obermeyer aus Österreich oder Thomas Huhn aus der Schweiz versuchten dieses Thema zu untersuchen. Aus Deutschland wurden sie von den Sommeliers Sybille Herbst, Evangelos Pattas und Holger Schramm, den Journalisten Kristian Dietlev Jensen und Mari-

on Swoboda sowie den Bartendern Cihan Anadologlu, Philip Bischoff sowie Ban Piva unterstützt. Begleitet wurde die deutsche Gruppe von David Ecobichon, Leiter des deutschen Cognac Büros.

Jérôme Durand, Marketing Director und die Directorin des BNIC, Mme. Le Page, eröffneten mit der provokanten Frage nach der „Messbarkeit von Genuss und Vergnügen“ drei Tage intensiver Arbeit und dankten den Teilnehmern für ihr Erscheinen. Unter der Leitung des First Cognac BNIC Educators und Internationalen Spirituosenfachmanns Jürgen Deibel aus Deutschland bewältigten die Teilnehmer in drei Tagen intensiver Workshoparbeit und bei Besuchen von Cognac-Häusern (Frapin, Martell, Rémy Martin, Courvoisier, Hennessy) ein straffes, spannendes, kulinarisch reiches und lehrreiches Programm.

Hinter der provokanten Frage der „Messbarkeit“ steht ein interessantes Phänomen: Bisher beschränkte sich die Katego-

risierung und Analyse der Spirituosen fast ausschließlich auf deren aromatische Seite, sowohl in der Analyse der Duftstoffe (Aroma-Räder) als auch in der Sensorik in Mund und Rachen (Nachklang). Die quantitativ messbare Intensität wurde dagegen bisher weitestgehend vernachlässigt.

Cognac, mit seiner ungeheuren Vielfalt an Aromen und seinem teilweise extrem langen Nachklang, bietet für die messbare Bestimmung der Intensität ein optimales Beispiel, denn viele Produkte aus dieser Kategorie glänzen durch eine sehr lang anhaltende und außerordentliche Intensität.

Mit Hilfe moderner Computertechnologie und der „sensorischen Empfindlichkeit“ der Teilnehmer wurde in den drei Tagen der Versuch unternommen, diese Intensität zu quantifizieren. Die Versuche erbrachten erwartete, aber auch teilweise erstaunliche Ergebnisse. So waren in den ersten Reihen die weiblichen Teilnehmer durchaus sensibler und bereitwilliger, höhere Intensitätsnoten zu vergeben als deren männliche Gegenparts. Auch wurde schnell klar, dass Sommeliers, die den Geschmack und die Intensität eines Weines beurteilen können, die kräftigeren Spirituosen insgesamt intensiver wahrnahmen als die Spezialisten der Bar oder der Spirituosen.

Nach erfolgter praktischer Erprobung und Generierung der Werte waren die Teilnehmer in einzelnen Gruppen dann aufgefordert, Schlüsse aus den Ergebnissen und deren Auswirkungen zu ziehen, diese zu beurteilen und zu versuchen, eine Darstellbarkeit zu erreichen – kein einfaches Unterfangen.

Als Ergebnis stand nach drei Tagen der Arbeit fest, dass eine einfache Antwort auf die provokante Frage grundsätzlich nicht zu geben ist, daher ein „Nein“ als erste Antwortet. Doch folgte diesem „Nein“ immer sogleich auch ein „Aber“, denn die Ergebnisse legen nahe, dass Cognac (aber auch einige der anderen Spirituosen, die zum Vergleich herangezogen wurden) sehr wohl im Rahmen der Messmethodik in der aromatischen Intensität gemessen werden kann. Allerdings sind die Resultate nicht generell mit einem „aromatischen Vergnügen“ gleichzusetzen. Ein einzelner quantitativer Indikator ist hingegen messbar. Seine Aussagekraft ist aber limitiert, und es reicht nur begrenzt aus, einen quantitativen Indikator (die gemessene Intensität) zu verwenden. Offensichtlich ist hingegen, dass die „gemessene“ Intensität in der täglichen Anwendung, sowohl für Sommelier als auch Bartender, helfen kann, Cognac gemäß seiner Aromenintensität erfolgreich zum Wohl der Gäste einzusetzen.

Für einige der Teilnehmer war dies sicherlich eine wichtige Erfahrung, die sie so nicht erwartet hatten. Eine Quantifizierung, die sogar numerische Resultate ergibt, ist für viele gewöhnungsbedürftig und wird sicher auch in Zukunft kontrovers diskutiert, aber sie ist unter bestimmten Rahmenbedingungen messbar.

Bei größerer Datenbasis ergeben sich mit Sicherheit noch mehr spannende Ergebnisse, die es in der Zukunft zu diskutieren gilt.

Wie bisher immer, war somit auch der International Cognac Summit 2011 eine Inspiration für alle Teilnehmer. Sie verließen Cognac mit dem positiven Gefühl, Neues und Spannendes aus der faszinierenden Welt des Cognac erfahren zu haben und werden diese Informationen mit Sicherheit in der täglichen Arbeit einsetzen können.

www.cognac.fr
www.deibel-consultants.de

Jürgen Deibel



„Ist Genuss messbar?“ Dieser Frage gingen die Teilnehmer des Cognac Summit nach.



v.l.: Philipp Bischoff, (Headbartender, Amano, Berlin), Cihan Anadolglu (Headbartender, Vierjahreszeiten Kempinski, München), Branimir Hrkac (Headbartender, Roomers, Frankfurt), Thomas Huhn (Headbartender, Les Trois Rois, Basel), Andreas Obermeier (Headbartender Nightflys, Wien), Holger Schramm (Chefsommelier, Zirbelstube Schlossgarten, Stuttgart), Sybille Herbst (Chefsommelière, Ketschauer Hof, Deidesheim) und Evangelos Pattas (Chefsommelier, Délice, Stuttgart)