



Hat sich gegen 17 der talentiertesten Bartender Deutschlands durchgesetzt: Susanne Amirpour

24.08.2017 15:44 CEST

Die Academia del Ron 2017 hat ihre Siegerin der Next Generation gefunden!

Susanne Amirpour aus Bonn gewinnt die Academia del Ron Next Generation 2017

Mit Fachwissen, Kreativität und der gelungenen Präsentation ihrer Cocktails „La Cuna“ und „Gimme Mohr“, konnte sich Susanne Amirpour gegen 17 der besten Nachwuchs-Bartender Deutschlands durchsetzen und die achte Ausgabe des renommierten Cocktail-Wettbewerbs von Havana Club für sich entscheiden. Der Bonnerin sicherte sich mit dem Sieg in Berlin das Ticket für den Havana Club International Cocktail Grand Prix auf Kuba und wird dort im nächsten Jahr Deutschland vertreten.

Berlin Calling

Die ACADEMIA DEL RON gilt seit 2010 nicht nur als Wettbewerb mit fordernden Challenges und guten Drinks, sondern vor allem auch als Wissensplattform mit interessanten Workshops von nationalen und internationalen Größen der Barszene. Seit diesem Jahr richtet sich die Competition speziell an junge Talente mit weniger als drei Jahren Berufserfahrung am Tresen. Mit dieser konzeptionellen Neuausrichtung rückte der einzigartige Aus- und Weiterbildungsanspruch mehr denn je in den Fokus. Mit Top-Bartendern als Mentoren, bereiteten sich die Finalteilnehmer bereits über Wochen auf die Tage in Berlin vor. Hier drehte sich vom 21. bis 23. August dann alles um die Themen Bar, Genuss, kubanische Lebensart und natürlich Rum.

In mehreren Workshops vertieften die Teilnehmer zunächst ihr theoretisches Wissen, schmeckten sich mit Meimi Sanchez, der internationalen Markenbotschafterin für Havana Club, durch die Welt des Rums und bekamen vom amtierenden Mixologen des Jahres, Lukas Motejzik, nützliche Tipps für die perfekte Cocktailpräsentation. Bei anspruchsvollen Aufgaben waren dann anschließend wieder die praktischen Skills, Geschwindigkeit und Kreativität am Shaker gefordert: Über ein Blind Tasting, Speed Challenge, die Kreation eines eigenen Highball Fillers sowie ein Team-Foodpairing zum Menü des Berliner Szene-Restaurants Eins44, ebnete sich für alle Bartender der Weg zum Finaltag der ACADEMIA DEL RON 2017. Hier galt es schließlich mit dem zuvor eingereichten Drink vor der internationalen Jury um Meimi Sanchez, Christian Balke, Thomas Henry Brand Ambassador Phum Sila-Trakoon und Vorjahressieger Lars Bender zu bestehen.

Köln, Bonn und Berlin im Finale

Die besten drei Teilnehmer stellten sich mit ihren Cocktails und einer Zusatzaufgabe auf der Bühne des Kreuzberger Clubs Prince Charles noch einmal Jury und Publikum. Dabei gelang es Susanne Amirpour am besten, mit ihrer charmant-kreativen und selbstbewussten Präsentation ihrer Cocktails „La Cuna“ und „Gimme Mohr“ zu überzeugen und so das Ticket zum internationalen Cocktail Grand Prix zu lösen. Auf dem zweiten Platz landete der Berliner Tarek Nix, Dritter wurde Katrin Löcher aus Köln.

Insbesondere Christian Balke, Markenbotschafter für Havana Club in Deutschland, freute sich über das hohe Niveau der Teilnehmer: „Es ist

wirklich schön zu sehen, wie ehrgeizig und motiviert alle dieses Jahr bereits in den Vorrunden waren und welch großes Potential an jungen Bartendern in Deutschland steckt. Jetzt im Finale zu erleben, auf welchem Niveau bereits gemixt wird, ist einfach großartig. Ich bin sehr glücklich, dass unser neues Konzept für die ACADEMIA DEL RON und unsere Vision der Nachwuchsförderung so gut angenommen werden. Und ich bin mir sicher, dass Susanne Deutschland beim Cocktail Grand Prix auf Kuba gebührend vertreten wird.“

Damit das Vorhaben gelingt, startet für Susanne Amirpour und den Gewinner des österreichischen Finales nun ein einmaliges Vorbereitungsprogramm. Dem Motto „Create a Champion“ folgend, gilt es Warenkunde, Präsentationstechniken und Mixology auf höchstem Niveau weiterzuentwickeln. Neben mehreren Gastschichten in Deutschland und Österreich stehen den Siegern auch verschiedenste Größen der flüssigen Szene als Mentoren zur Seite, die mit ihnen gemeinsam daran arbeiten, die Grundsteine für einen unvergesslichen Erfolg zu legen.

Weitere Informationen zur ACADEMIA DEL RON, Impressionen und ein ausführlicher Nachbericht auf:

www.academiadelron.de

Die Siegerdrinks von Susanne Amirpour

„La Cuna“

6 cl Havana Club 7 Años

1.5 cl Honig

3 cl Eiweiß

6 cl hausgemachte Ananas-Limonade*

1 Sprühstoß Essence of Cuba Honig

Zubereitung: Alle Zutaten bis auf Limonade und Spray kräftig auf Eis shaken und doppelt in das vorgekühlte Gästeglas abseihen. Mit der hausgemachten Limonade floaten und mit einem Essence of Cuba Honig Sprühstoß aromatisieren.

Garnitur: Goldenes Lorbeerblatt

Glas: Coupette

***hausgemachte Ananas-Limonade:**

Ananas in Stücken und Ingwer in einem Weckglas muddeln, Chili, Demerara-Zucker, Limettensaft, eine Zimtstange und Wasser hinzugeben und bei Raumtemperatur 24 Stunden ziehen lassen. Danach die Flüssigkeit abseihen und gut verschlossen kühl lagern.

„Gimme Mohr“

6 cl Havana Club 7 Años

1 cl Campari

2 cl frischer Limettensaft

2 cl hausgemachter rosa Beeren-Sirup*

4 cl Wasser

Zubereitung: Alle Zutaten in einer druckfähigen (PET)Flasche durch Zusetzen von Kohlenstoffdioxid karbonisieren und auf Eis servieren.

Garnitur: Orangenzeste

Glas: Tumbler

***hausgemachter rosa Beeren-Sirup:**

9 Gramm rosa Beeren und 350 Milliliter Zuckersirup im Blender mixen und anschließend fein abseihen.

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 18.500 Mitarbeitern in 85 Ländern Spirituosen und Weine. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium- und Prestige-Spirituosen und Weinen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 223 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2015/16 einen Bruttoumsatz von 720 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Pernod Ricard Deutschland ist sich seiner unternehmerischen Verantwortung bewusst und setzt sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit ein. So stammt das gesamte Wellpappe-Verpackungsmaterial aus verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung und ist FSC-zertifiziert. Für seine Nachhaltigkeits-Kampagnen wurde Pernod Ricard bereits mehrfach ausgezeichnet.

Mehr Informationen unter: www. Pernod-Ricard-Deutschland.de