Pernod Ricard Deutschland bietet globale Bartender-Ausbildung Exklusives Maison-Programm erfüllt höchste Standards

(Mynewsdesk) Köln, 27.01.2015. Bartending ist mehr als ein Beruf. Es ist eine Lebenseinstellung. Pernod Ricard Deutschland bietet darum mit dem exklusiven ?Maison?-Programm eine weltweit einzigartige Bartender-Ausbildung. Sie richtet sich an Einsteiger und erfahrene Bartender, die ihre Fähigkeiten weiterentwickeln und ihr Wissen vertiefen möchten. Ziel ist es, verbindliche Standards zu setzen und Experten zu Top-Bartendern auszubilden, die ihre Leidenschaft für Spirituosen in Bars auf der ganzen Welt weitergeben. Durch das akkreditierte Programm erhält der Berufstand den Stellenwert, den er verdient. ?Maison? wurde 2013 in acht Ländern gestartet, darunter auch Deutschland. Die ersten 79 Bartender erwerben in Deutschland im Januar 2015 ihren Abschluss. Aufgrund des großen Erfolgs nehmen derzeit bereits 20 Länder an der internationalen Bartender-Ausbildung teil.

Innovatives Schulungssystem inklusive Tasting

Pernord Ricard hat das Programm über einen Zeitraum von drei Jahren in enger Kooperation mit internationalen Experten entwickelt. Das Konzept ist von unabhängigen Branchenkennern und Weltklasse-Bartendern geschrieben und exakt auf die Bedürfnisse moderner Bartender abgestimmt. Herausgekommen ist ein einzigartiges, flexibles Programm, das eine innovative Kombination aus persönlicher Betreuung durch geschulte Pernod Ricard Trainer sowie digitalen Einheiten via iPad-App bietet. Die Ausbildung umfasst elf interaktive Module, in denen jeweils eine Abschlussprüfung bestanden werden muss. Jedes Modul beschäftigt sich intensiv mit einer bestimmten Spirituosenkategorie, befasst sich mit deren Herstellung, Produktion, Geschichte und Cocktails und beinhaltet eine Degustation. Dabei wird auf nationale Gepflogenheiten hinsichtlich der Zusammenstellung aufmerksam gemacht und es werden lokale Unterschiede beim Mixen erläutert. Auf dem Lehrplan stehen Rum, Champagner, Tequila, Wodka, Whiskey, Scotch Whisky, Anis/Absinth, Cognac und Gin.

Hinzu kommen zwei weitere Module, die sich explizit dem ?customer service? und den ?bartending skills? widmen. Dabei geht es ausschließlich um Themen, mit denen jeder Bartender in seiner täglichen Berufspraxis konfrontiert wird. Inhaltlich stehen hier Servicequalität, Barausstattung, rechtliche Verpflichtungen, Verhaltenskodex und der professionelle Umgang mit Gästen im Fokus. ?Das Maison-Programm ist ein tolles Format, das die perfekte Mischung aus Theorie und Praxis bietet. Es steigt sehr tief in die Inhalte ein und vermittelt Informationen, die weit über das hinausgehen, was man sonst in Fachbüchern oder im Internet findet. Das ist einzigartig und durch die intensiven Produktschulungen habe ich unglaublich viel dazugelernt. Dank kleiner Gruppengröße und interaktiver iPad-Nutzung war es außerdem viel leichter, sich auf die Inhalte zu konzentrieren. Besonders beeindruckt hat mich, dass die Kurse in verschiedenen Bars stattfanden ? so war es leicht, neue Häuser kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen?, sagte René Brucks, Chef de Bar, Kempinski Hotel Bristol Berlin.

Vernetzung der Szene fördern

Als einziges Ausbildungsprogramm der Industrie betrachtet ?Maison? jeweils die gesamten Spirituosenkategorien neutral und wettbewerbsübergreifend. ?Maison? bezieht nicht nur Erzeugnisse von Pernod Ricard mit ein, sondern verfolgt einen produktneutralen Ansatz, der von Bartendern besonders geschätzt wird. Dadurch ermöglicht Pernod Ricard Deutschland Bartendern jeder Klasse eine komplexe, unabhängige Ausbildung, die höchste Qualitätsansprüche erfüllt. ?Mit dem ‚Maison?-Programm investiert Pernod Ricard in die Zukunft des Marktes und bietet Bartendern eine fundierte und weltweit anerkannte Ausbildung. Daneben geht es auch darum, die Vernetzung in der Bartender-Szene zu fördern und zudem das Image der Berufsgruppe zu verbessern. Das ist eine absolut innovative Herangehensweise, die den Grundstein für ein neues Selbstverständnis und erfolgreiches Kundenmanagement legt?, betont Kaja Weiss, zertifizierte Trainerin und Leiterin Maison Deutschland.

Die Ausbildung dauert in der Regel ein Jahr und schließt mit einem Zertifikat der Ecole Hoteliere de Lausanne ab. Für Bartender aus der Hotellerie gibt es zudem die Möglichkeit, Kompaktkurse zu besuchen, die schneller absolviert werden. Die Kursgröße ist auf zwölf Teilnehmer begrenzt. Der nächste Ausbildungsjahrgang startet bereits in diesem Frühjahr. Weitere Informationen und regionale Ansprechpartner erhalten Interessenten unter der E-Mail-Adresse maison@pernord-ricard-deutschland.com.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im Pernod Ricard Deutschland GmbH .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/qe9rlz

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/essen-trinken/pernod-ricard-deutschland-bietet-globale-bartender-ausbildung-exklusives-maison-programm-erfuellt-hoechste-standards-53596

Pressekontakt

-

Anke Erdt
Habsburgerring 2
50674 Köln

presse@pernod-ricard-deutschland.com

Firmenkontakt

-

Anke Erdt
Habsburgerring 2
50674 Köln

shortpr.com/qe9rlz
presse@pernod-ricard-deutschland.com

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit führender Marktposition in allen Kontinenten. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 19.000 Mitarbeitern in 80 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 Premiumspirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine´s, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 185 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2013/14 einen Bruttoumsatz von 636 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Bereits 2012 wurde das Unternehmen vom Internationalen Spirituosen Wettbewerb ISW zum Spirituosen-Importeur des Jahres gewählt.

Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Für die Aufklärungsinitiative Mein Kind will keinen Alkohol wurde das Unternehmen im Bereich der Gesundheitskommunikation mit dem Health Media Award 2014 ausgezeichnet. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein.