

SVĚT BARMANŮ

Oficiální časopis České barmanské asociace



Václav Vojíř:

Bar je tvrdá řehole

TÉMA:

Barman v roli prodejce

JAK TO VIDÍ:

Radim Hamrosi:
Čím méně víte, tím víc se
toho dá vymýšlet

TRENDY:

Moderní koktejly využívají
molekulární mixologii
i tradici

impresum

vydavatel:

1. Press Real Group, spol. s r.o.
vydavatel odborného tisku
svět barmanů, svět gastronomie,
svět hotelnictví, svět obchodu
IČO: 28459971
DIČ: CZ28459971

adresa:

U lip 100, 155 31 Praha 5
tel.: + 420 257 219 241
fax: + 420 284 686 187
www.svetbarmanu.cz
www.cbanet.cz

Jednatel:

Michal Dušek
dusek@svetobchodu.cz

redakce:

Michal Král, Roman Peterka,
Karolína Otcovská, Jakub Havel
redakce@svetobchodu.cz

obchodní oddělení - příjem inzerce:

Zdeněk Dušek
zdenek.dusek@svetobchodu.cz
tel.: +420 724 990 646

marketingové oddělení:

Jaroslava Chudá, DiS.
chuda@svetobchodu.cz
tel.: +420 776 591 940

předplatné:

predplatne@svetobchodu.cz
roční předplatné: 400 Kč + DPH

fotografie:

redakce, SAMphoto.cz/@PurestockX,
SXC, studio RAF, redakce

autorizace:

MK ČR E 19468
povoleno Ministerstvem kultury ČR

Neoznačené materiály jsou vybrány ze servisu ČTK. Redakci nevyžádané rukopisy, fotografie a kresby se nevracejí. Za věcnou správnost textů a obsah článků odpovídají autoři. Za text a obsah inzerátů odpovídají zadavatelé. Zveřejněné příspěvky nemusejí vyjadřovat názor redakce. Publikování nebo šíření jakéhokoli materiálu z časopisu či týdenního zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.



**GASTRONOMIE
HOTELNICTVÍ
OBCHODU**

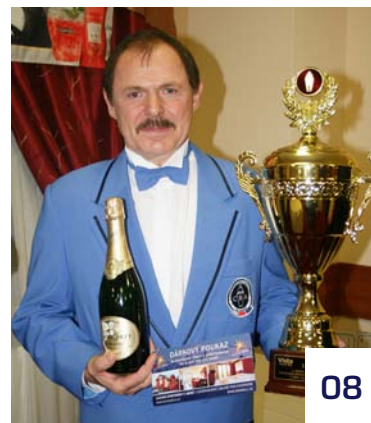
05



09



04



08

OBSAH

» JAK TO VIDÍ

Radim Hamrosi:
Čím méně víte, tím více toho vymyslíte 03

» TRENDY

Moderní koktejly využívají
molekulární mixologii i tradici 04

» INSPIRACE MĚSÍCE

Kateřina Kluchová - Hemingway Daiquiri 04

» OSOBNOST

Václav Vojíř: Bar je tvrdá řehole 05

» REPORTÁŽ

Ostravský hotel Vista
hostil barmanskou špičku 08

» TÉMA

Barman v roli prodejce 09



RADIM HAMROSI: Čím méně víte, tím více toho vymyslíte

ABYSTE MOHLI ŠÍŘIT OSVĚTU ZA BAREM, MUSÍTE ZÍSKAT ZKUŠENOSTI A ROZHLED V OBORU. O TOM, ŽE BYSTE SE ZA BAREM MĚLI NEUSTÁLE ZDOKONALOVAT A SLEDOVAT NEJNOVĚJŠÍ TRENDY, JSME HOVOŘILI S RADIMEM HAMROSI, LEKTOREM CBA.

CO VÁS PŘIVEDLO K PRÁCI ZA BAREM? PŘIPRAVOVAL JSTE SE NA SVÉ PŮSOBNÍ V TOMTO OBORU V DOBĚ, KDY JSTE BYL JEŠTĚ VE „ŠKOLNÍCH LAVICÍCH“, NEBO VÁS K NĚMU PŘIVEDL AŽ ŽIVOT?

Již na škole jsem koketoval s barmanstvím, ale tehdy pro mě byla malinko silnější láska k fotbalu. Má sestra tvrdí, že jsem vždy říkal, že když nebudu hrát fotbal, tak budu barman. A když mě potkala série nepříjemných zranění, bylo rozhodnuto.

DLOUHOU DOBU JSTE SE TOULAL PO EVROPĚ. JAK HODNOTÍTE ÚROVEŇ BAROVÉ KULTURY ZA HRANICEMI A TADY V ČR? A JAK JE NA TOM SEVERNÍ MORAVA?

To je těžké soudit, ale je třeba říci, že pár barmanských metropolí Evropa má a dle mého názoru do ní zaslouženě patří i Praha a Bratislava. Také si myslím, že československou scénu ovlivnil velký odliv barových

naděnců, kteří nám však dělají ve světě velkou čest a slávu. Domnívám se, že právem je československá barová škola vítaná i za hranicemi. Velmi rád jezdím pro inspiraci do Londýna, ale v poslední době na to nějak nezbyvá čas. A Moravskoslezský kraj? Snad si jen povzdechnu, že to tady malinko zamrzlo. Barmanská scéna se velmi globalizuje a díky internetu je obrovský přísun k informacím – stačí jen chtít. Ale sem buď internet ještě nedorazil, anebo nikdo nechce, nevím. Spočítám na prstech jedné ruky lidi, kteří se tady snaží jít kupředu.

CO VÁS PO DEVĚTI LETECH PŘIVEDLO ZPĚTKY „DOMŮ“?

Rodina.

JAKO BARMAN MÁTE NA SVÉM KONTĚ UŽ MNOHÉ „CENNÉ KOVY“. CO PRO VÁS ZNAMENÁ ÚČAST V BARMANSKÝCH SOUTĚŽÍCH?

Inspiraci, seberealizaci svých představ a nápadů. Pravá soutěž je však za barem a já už za ním dlouho nestál, to mi moc chybí. Jednou mi jeden barman řekl, že ti nejlepší nejsou na soutěžích, ale za barem a naplno každý den bojují o své hosty. Po dvanácti letech praxe přidávám „amen!“



PRACOVAL JSTE JAKO PROVOZNÍ HOTELU DUO, ODKUD ODCHÁZÍTE - JAKÝM SMĚREM SE BUDE VAŠE KARIÉRA ROZVÍJET DÁL?

Rád bych se co nejdříve postavil zase za bar a dělal to, co mám rád.

DÁ SE JEŠTĚ VYMYSLIT SKUTEČNĚ ORIGINÁLNÍ DRINK? NEBO UŽ BYLO VŠECHNO VYMYŠLENO A COKOLI NOVÉHO JE NUTNĚ UŽ JEN VARIACE NA DÁVNO OBJEVENÉ TÉMA?

Čím méně víte, tím víc se toho dá vymyslet, vážně! Dnes se každý snaží být originální a přijít s řadou vlastních drinků. Mně se ale zdá, že v té staré škole je toho napsáno nejvíce a jedině, co bych doporučoval, je se jí snažit twistnout.

red



Je vaší prioritou spokojený zákazník?



staňte se členy CBA a získáte:

- aktuální informace z oboru
- vstup na semináře a školení
- výcvik zaměstnanců
- účast na prestižních soutěžích
- nové obchodní partnery
- možnost zviditelnění

Česká barmanská asociace
Šimáčkova 1361/147, 628 00 Brno-Líšeň
gsm: 777 628 333, email: svojanovsky@tiscali.cz
www.cbanet.cz

Moderní koktejly využívají molekulární mixologii i tradici

Koktejly ve formě pěny, žele nebo cukrové vaty doplňují rozmanitou nabídku moderních barů. Podobně jako v gastronomii se při přípravě drinků využívají extravagantní techniky, jako například molekulární mixologie. Chuť nápojů pak mimo vína, destilátů, ovocných šťáv nebo cukrů stále častěji ovlivňuje pikantní koření a bylinky.



Foto: Martin Bařha

„V současné době se příprava koktejlů snoubí s kuchařským řemeslem. Populární je louhování koření v destilátech. Barmani, podobně jako kuchaři, si hrají se skupenstvím různých koktejlů,“ řekl barman **Martin Bařha**. Upozornil, že díky moderním technologiím se becherovka může vychutnat jako cukrová vata. „Becherovka se vysuší a z cukru se vytvoří vata. Chomáč vaty pak může ozdobit koktejl, který tvoří becherovka s tonikem a ledem. Vata se ale také může jíst a zapíjet tonikem,“ vysvětlil současné praktiky.

Podle barmana **Romana Vágnera** z pražského **hotelu Alcron** je molekulární mixování oblíbeným zpestřením zábavných akcí a párty pro větší společnost. Barman se ovšem musí na přípravu podobných koktejlů náležitě připravit. Pracuje totiž s látkami, které tekutiny mění

v pěnu, prášek nebo žele. „Například sekt se může jíst lžičkou. Určitou úpravou vznikne žele, v němž jsou zachovány i bublinky,“ uvedl. Zajímavou ozdobou pro koktejl **Bloody Mary** pak může být například zelený pepř, nikoli však ve tvaru kuličky, ale načechrané pěny.

Bylinky, které jsou oblíbené součástí moderní barmanské „kuchyně“, se pak nemusejí používat přímo do koktejlů, jako například máta k mojitu. „Destilát se může ‚infúzovat‘. Několik vanilkových tyčinek se na několik dnů naloží do rumu a vznikne skvělý vanilkový rum,“ uvedl Vágner. Do ginu se může přidat tymián, rozmarýn nebo estragon. „Ani ty nemusí být přímo v koktejlů. Ochutí se tím čirý destilát, který se pro přípravu drinku používá,“ uvedl.

Podle Vágnera využívají současné trendy v barmanství evergreenové kombinace známé několik desítek let. „Každý barman jim ale dává svůj osobní twist,“ uvedl. Zaměřují se sice některé ingredience, ale základ zůstává. „Klasický Cosmopolitan z vodky, pomerančového likéru a brusinkového džusu má spousty variant. Může tam být džus z bílých brusinek, používá se také granátové jablko, místo čiré vodky se přidávají ochucené rummy či giny,“ vysvětlil.

Upozornil, že velmi populární jsou poslední dobou také koktejly z různých vín. „Samo o sobě má víno ovocnou příchut. Může se tam přidat čerstvá ovocná šťáva nebo likér, želírovat nebo servírovat studené. Hodí se pro mixování se sekty i destiláty,“ řekl Vágner.

Velmi důležitý je pro moderní koktejly také vzhled. Se zdobením by se ale prý nemělo přehánět. „Pryč jsou časy, kdy koktejl dostal svěmu názvu jako například Kohoutí ocas.“

Hemingway Bar

Karolíny Světlé 26, Praha 1



INSPIRACE MĚSÍCE

NÁZEV DRINKU:

HEMINGWAY DAIQUIRI

PŘÍPRAVA:

Kateřina Kluchová

INGREDIENCE:

- 5 cl Havana Club Anejo Blanco
- 1 cl Luxardo Maraschino likér
- 0,5 cl cukr. sirup
- 3 cl grapefruitový džus
šťáva z 1/2 limety



Kateřina Kluchová je členem CBA.



Foto: Buggy's bar, Praha

Václav Vojíř: BAR JE TVRDÁ ŘEHOLE

Václav Vojíř je jednou z ikon českého barmanství. Spolu se Zdeňkem Šulcem a Zdeňkem Doubkem stál u zrodu podniku, který byl v době svého vzniku doslova zjevením, fenoménem, který otevřel novou, do té doby netušenou kapitolu českého barmanství. V té době na tuzemské barové scéně vládli hluboký „pravěk“, pod pojmem míchaný drink si drtivá většina lidí představila „houbu“, „beton“, „magické oko“ nebo „šavle a meče“, z těch skutečných tak maximálně ginfizz, a pojem koktejlový bar tu byl prakticky neznámý. A přitom všichni chtěli jeho význam poznat. „V prvních letech jsme obsluhovali hosty i na chodníku, neboť se nám do baru nevešli,“ vzpomíná s úsměvem Václav Vojíř. Dnes už je mnohé jinak – Česko už dávno není z pohledu barové kultury zaostalou zemí, Buggy's baru za ta léta vyrostla početná konkurence a jeho hosté se už netlačí na ulici. Václav Vojíř ale na tento vývoj nezhěrá. „Na druhou stranu dnes máme na své hosty více času, máme šanci jim poskytnout adekvátní službu jejich investicí a tím pádem, pokud to děláme dobře, vytváříme vztahy, které dříve neměly šanci existovat,“ říká. „Měli jsme šanci zapojit upselling, byl prostor představovat kvalitní produkty a výsledkem je to, že dnes např. více než třetinu obrátu tvoříme v kategorii Champagne.“

BUGSY'S BAR VYCHOVAL CELOU ŘADU BARMANŮ, MEZI NIMI I ŘADU SVÝCH BUDOUCÍCH KONKURENTŮ. NEMRZÍ VÁS, ŽE SE TAHLE „BAROVÁ OSVĚTA“ SVÝM ZPŮSOBEM OBRÁTILA PROTI VÁM?

Já bych určitě neřekl, že se to obrátilo proti nám. Rozmnožením fungujících barů jsme ztratili na kvantitě hostů, rozhodně ale ne na obrazech. To víte, že jsem byl ve svých čtyřiašedesáti letech, když jsme s kolegy otvírali, idealista a doufal, že naši barmani, vrstevníci, s námi zůstanou až do skonání. Neuvědomoval jsem si tehdy, že ti šikovní, až nasají vše, co jsme jim mohli předat, budou mít vlastní ambice. Nicméně dnes když vidím nominace na Bar Awards pro nejlepší koktejlový bar a vidím, že kolegové provozující čtyři ze šesti nominovaných barů, měli či mají něco společného s Buggy's barem, cítím uspokojení. Uvědomuji si totiž, že ať už budeme existovat ještě jakkoli dlouho, nebyli jsme tu zbytečně.

JAK HODNOTÍTE SOUČASNOU LAŤKU KVALITY MEZI KOKTEJLOVÝMI BARY V PRAZE? A JAKÁ JE PODLE VÁS ÚROVEŇ ČESKÝCH BARMANŮ?

Asi si nebudeme nalhávat, že patříme v řemeslu ke světové extratřídě, nicméně stydět se nemusíme. Mnozí kolegové jsou ve světě hodně vidět, daří se i v barmanských soutěžích pod záštitou CBA.

Nicméně, jako všude je to i v našem oboru velmi individuální a zatímco v některých barech cítíte úctu a zájem o hosta, sotva jste vešel, jinde si odnesete jako „zážitek“ jen hromadu přezíravosti, arogance a nezájmu obsluhy. Jsem skromný a přál bych si jen, aby se lidé u nás - nejen v barech, ale ve službách obecně - začali alespoň usmívat a dali najevo, že vědí, proč tu práci dělají. Pak uděláme kvalitativně nejvyšší skok a výsledek bude radost pro všechny.

NEŽ JSTE SPOLU SE ZDEŇKY ŠULCEM A DOUBKEM ZALOŽILI BUGSY'S BAR, NASBÍRAL JSTE POČETNÉ ZKUŠENOSTI S FUNGOVÁNÍM BARŮ V CIZINĚ. MĚL BUGSY'S NĚJAKÝ PŘEDOBRAZ V NĚKTERÉM Z KONKRÉTNÍCH ZAHRA- NIČNÍCH BARŮ?

Asi se tomu dá těžko uvěřit, ale neměl. A jsem za to dnes moc rád, protože právě ta jedinečnost je důvod, proč přetrváváme v čase. Pochopitelně, že jsme do té doby chodili po barech v zahraničí s otevřenýma očima, ale snažili jsme se přesunout domů myšlenku, filozofii nápojové kultury, nikoli konkrétní bar.

JAK SE ZRODIL NÁZEV BARU?

Velmi těžce... Chtěli jsme původně český název srozumitelný i turistům, ale nic chytrého nás v té době nenapadlo. A tak ve chvíli, kdy už nám časově teklo do bot, domluvili jsme se na tom, že druhý den ráno každý z nás přijde s názvem a jeden zkrátka vybereme. Vzhledem k tomu, že v době, kdy jsme stavěli bar, nás mnozí kolegové i renomovaní gastronomové od našeho zá- měru zrazovali a asi by se v té době nena- šel nikdo, kdo by na nás vsadil byt i jedinou korunu, připomnělo mi to příběh Benjamina „Bugsyho“ Siegela, který se rozhodl na sklonku své neobdivuhodné kariéry vystavět v nevadské poušti hotel, který pojmenoval Flamingo a jenž se stal základním stavebním kamenem města Las Vegas. I my jsme přišli s konceptem, který byl velmi nestandardní a vzhledem k faktu, že American Cocktail Bar v Praze v té době nebyl, našli jsme se v jeho příběhu. Až následující roky ale uká- zaly, že to byla správná volba.

TÉ NEDŮVĚŘE OKOLÍ SE ALE NELZE DI- VIT - V DOBĚ, KDY BUGSY'S ZAČÍNAL, BYLA BAROVÁ KULTURA V ČESKU JEŠ- TĚ V PLENKÁCH. JAKÉ BYLY ZAČÁTKY BUGSY'S BARU?

Těžko tomu dnes někdo uvěří, ale před pat-

Foto: Buggy's bar, Praha



nácti lety nebyl v Česku k dostání např. Havana Club rum, pro třetinový cukr, brčka, skleničky, shakery a spoustu lihovin jsme si jezdili co dva týdny do Německa, s dodavate- li jsme organizovali první dovozy máty ve větším množství a co víc, naši hosté byli prosáklí obecnou nedůvěrou ke koktejlům. Na denní bázi jsme jim vysvětlovali, že cock- taily nejsou ani jedovaté, ani nezpůsobují bolest, pokud jsou připravovány z těch nejlepších surovin. S každým jedním hos- tem jsem vedl debatu, proč ne u nás pivo, Becherovku nebo Fernet a snažili se získat jejich důvěru. Byla to úmorná práce, ale s odstupem času asi ta nejkrásnější. Z té euforie, že se nám podařilo zakomponovat cocktail do stravovacích zvyklostí našich kli- entů, žijeme dodnes.

JAK JE TO S DOSTUPNOSTÍ KVALIT- NÍCH SUROVIN DNES?

Úplně jinak... Lze sehnat téměř vše, na co si vzpomeneme. Segment nápojové gastro- nomie se rozjel na plné obrátky a trh rea- guje. Jedinou pihou na krásu a rozmanitosti jsou různá legislativní omezení (např. kolko- vání lihovin), které řeší pravděpodobně velké daňové úniky, ale mají svůj dopad i na pes- trost nabídky. Nicméně pokud se najde ve světě něco, s čím bychom chtěli pracovat, jsou tu současní či bývalí kolegové, kteří se importem zabývají a je jen otázkou času sem danou věc dostat.

OD TĚCH DOB VYROSTLA BUGSY'S ŘADA KONKURENTŮ. JAK SE ŽIJE BARU NYNÍ? JE TO SLOŽITĚJŠÍ NEŽ NA ZAČÁTKU?

Řekl bych, že složité to bylo na začátku. Přesvědčit a ukázat cestu... Pro všechny další to bylo mnohem jednodušší, neboť stavěli na hotových základech. Přesto bylo mnoho takových, kteří si, spoléhajíc se na to, že plagiát je zárukou úspěchu, vylámali zuby a promrhali investici. Klientela je stá- le poučenější a stále více zcestovalá a tím pádem i čím dál náročnější, což je pro nás všechny výzva. Prostředí se mění každým rokem a pokaždé je to jiné. Je třeba vnímat a přizpůsobovat se...

ZMĚNIL SE I BUGSY'S BAR – LETOS V LÉTĚ PROŠEL JEHO INTERIÉR RE- KONSTRUKCÍ SPOJENOU S VÝRAZNOU PROMĚNOU.

Interiér nebyla jediná změna, představili jsme též nové cocktailové menu v podobě knihy, druhou knihu mapující 15 let exis- tence baru, která shrnuje milníky existence baru a také zde dostali příležitost vyjádřit se všichni, kteří kdy v baru pracovali, nový web atd. Já osobně jsem velmi rád za to, že genius loci se nevytratil, že dispozici i atmo- sféru jsme zachovali takovou, jakou naši kli- enti očekávají. Jen jsme jim zvýšili komfort, udělali jsme bar pohodlnějším, vyměnili jsme některá místa na stání za sezení a také jsme

***Nejpodstatnější složkou baru byli,
jsou a vždy budou lidé, kteří zde pracují.***



Foto: Buggy's bar, Praha



„Naše řemeslo nutí být barmany velmi komplexní. A v tom je krásné. Mnohé dovednosti se dají naučit, většina je jen otázkou píce a času. Co ovšem naučit a změnit nelze, je charakter, loajalita a odhodlanost. Jsem přesvědčen, že ve stávajícím týmu Buggy's baru v tomto ohledu není slabé místo.“

vypíchlí podstatu naší práce a to tím, že se nám podařilo prosvítit sklenice a shakery při přípravě drinků na pracovní ploše. Tím jsem opět nastartoval podvědomý zájem hostů o dění za barovým pultem, neboť vznikající drinky vypadají neskutečně šťavnatě. Zkrátka snažili jsme se učinit vše tak, aby našim hostům v baru více chutnalo. Nemyslím tím, aby více konzumovali, ale aby když se rozhodnou zajít si na drink, měli možnost dostat komplexní zážitek. Precizní drink, přívětivou obsluhu a příjemné, čisté a bezpečné prostředí.

JAK REAGOVALI NA ZMĚNY HOSTÉ?

Positivněji než jsem očekával. Byla spousta věcí, ze kterých jsem měl oprávněné obavy, zda je hosté přijmou, či zda budou fungovat tak, jak jsem si představoval a do poslední chvíle jsem se strchoval. Nicméně mnoho SMS v pozdních nočních hodinách od hostů, se kterými se např. „jen vnímáme“, reagujících spontánně a hlavně pozitivně na změny, které jsme jim připravili, mi udělaly nesmírnou radost a definitivně rozptýlily mé obavy.

KDYŽ JSME U TĚCH ZMĚN – ZMĚNILA SE I VLASTNICKÁ STRUKTURA KOLEM BUGSY'S BARU. PŮVODNĚ JSTE HO NEVEDL SÁM, MĚL JSTE SPOLUMAJITELE. PROČ SE VAŠE CESTY SE ZDEŇKEM ŠULCEM A ZDEŇKEM DOUBKEM NAKONEC ROZEŠLY?

Ono je to tak, že pokud chcete práci v baru dělat naplno, pak jde vždy něco stranou. Život převážně v noci, víkendy a svátky neexistují a tím pádem jdou stranou i rodinné hodnoty. Buď to člověk vezme jako řeholi, nebo dá prioritu jiným hodnotám. To myslím byl důvod, proč jsem zůstal sám a také asi důvod, proč dosud rodinu nemám. Oba bývalí společníci zůstali u gastronomie, ale rozhodli se pro restaurační provoz. Se Zdeňkem Šulcem pořád společně provozujeme bary na klubovém patře O2 Arény.

BUGSY'S BAR BÝVAL PŮVODNĚ KLASICKÝ AMERICKÝ PIANO BAR. V TÉ DOBĚ TO BYLA „BOMBA“, DNES SE V DESIGNU BARŮ OBJEVUJÍ RŮZNÉ MODERNÍ TRENDY. NEPŘEŽILA SE

UŽ KLASICKÁ PODOBA COCKTAIL BARU?

Jsem přesvědčen, že cocktailové bary se nepřežívají a ať už kdo zvolí jakýkoli styl, pokud bude svou práci dělat s vášní a poctivě, je úplně jedno, jaké bude mít židle, světla, či barový pult. Nejpodstatnější složkou baru byli, jsou a vždy budou lidé, kteří zde pracují.

JE TĚŽKÉ NAJÍT NA TRHU PRÁCE „HOTOVÉ“ KVALITNÍ BARMANY? NEBO SI SVÉ LIDI VYCHOVÁVÁTE SAMI?

V prvních letech jsme museli každého nového kolegu naučit celému portfoliu, zbožiznalství, komunikaci s hostem, recepturám koktejlů, zkrátka všemu, co obnáší barmanství. Dnes je situace jednodušší v tom, že je již obecně velký zájem a povědomí o této práci a tak lze potkat kvalitní lidi. Hotové ovšem nikoli, neboť klademe vysoké nároky na každého nového kolegu a tak trvá velmi dlouho, než získá status plnohodnotného barmana.

CO VŠECHNO PATŘÍ K VÝBAVĚ SPRÁVNÉHO BARMANA BUGSY'S BARU?

Já opravdu nerad vyjmenovávám všechny velmi často otřepávané atributy toho, jak by měl správný barman vypadat, neboť pokud by nějaký takový člověk existoval a všechny tyto vlastnosti měl, musel by být vystavován jako muzejní exponát dokonalého člověka. V každém případě - a to neplatí jen pro práci za barem, ale pro gastronomii obecně - nás naše řemeslo nutí být velmi komplexní. A v tom je krásné. Mnohé dovednosti se dají naučit, většina je jen otázkou píce a času. Co ovšem naučit a změnit nelze, je charakter, loajalita a odhodlanost. Jsem přesvědčen, že ve stávajícím týmu Buggy's baru v tomto ohledu není slabé místo.

BARMAN, KROMĚ TOHO, ŽE JE TÍM, KDO ZÁKAZNÍKOVÍ NAMÍCHÁ JEHO OBLÍBENÝ DRINK A ZÁROVEŇ MŮŽE BÝT I „VRBOU“, KTERÉ SE MŮŽE SVĚŘIT SE SVÝMI TRÁPENÍMI, JE TAKÉ POSLEDNÍM PRODEJNÍM ČLÁNKEM NA CESTĚ NÁPOJE KE KONEČNÉMU KONZUMENTOVI. NAKOLIK VELKOU MÁ MOC V TOM OVLIVNIT OBJEDNÁVKU HOSTŮ? JE MOŽNÉ NENÁPADNĚ ZÁKAZNÍKA PŘIMĚT K OBJEDNÁVCE NĚČEHO, ČEHO UŽ JE POTŘEBA SE ZBAVIT NEBO Z ČEHO MÁ BAR VYŠŠÍ MARŽI?

Bar naštěstí není mlíčňák, takže není nikdy potřeba násilně prodávat to, co by šlo jinak do odpisů. V každém případě však je barman tím nejdůležitějším faktorem při ovlivňování preferencí hosta. Je k tomu nezbytná empatie obsluhujícího, dobré komunikační schopnosti a také znalosti o produktu. Pokud toto klapne, pak se ubrání málokdo. Ovšem není prioritou dostat vždy a za každou cenu ze zákazníka vyšší útratu. Ideální je, pokud se podaří zkombinovat uspokojení jeho potřeb a zároveň naplnit jeho společenské ambice. Pokud zákazník utratí za jednu objednávku více, než plánoval, ale zároveň odchází z baru s dobrým pocitem, pak se barman stává adeptem na vstup do nirvány.

red





Zleva: Zdeněk Javorský, Petra Dvořáková (generální ředitelka hotelu Vista), Karel Zapalač (vítěz Koktejlového setkání 2010), David Štangler, Šárka Janová, Jaroslav Labounek, Aleš Svojanovský (prezident CBA).

Ostravský hotel Vista hostil barmanskou špičku

V říjnu se v ostravském hotelu Vista v rámci nultého ročníku akce Koktejlové setkání 2010 prezentovala barmanská esa jako Karel Mayer, Šárka Janová, Karel Zapalač, Zdeněk Javorský, Jaroslav Labounek a nadějný David Štangler, kterému se rýsuje slibná kariéra právníka a výtečného barmana v jedné osobě. Pořadatelem akce byl hotel Vista a CBA. Podstatou celé akce byla a je prezentace barmanských dovedností a osvěta odborníků.

V průběhu dne bylo možné sledovat praktické ukázky škol, prezentace firem a nechyběla ani možnost ochutnat výtečné koktejly soutěžících. „S takovou koncentrací pohárů a ocenění jsem se jinde nesetkal,“ okomentoval rozsáhlou výstavku a sbírku barmanských ocenění **Zdeněk Javorský**, exprezident CBA. Večerní program potom oživil svým flair vystoupením **Ondřej Slapnička** a obří číše s arménským brandy roztančil **Karel Mayer**.

Odborná porota složená ze zástupců firem a odborného tisku hodnotila nejenom vzhled a chuť soutěžních koktejlů, ale také jejich možnou úspěšnost v nápojových lístcích. Nejvíce bodů získal koktejl Tajemná čarodějka z dílny **Karla Zapalače**, jež si právem do své sbírky zařadil pohár hotelu Vista.

„Účelem akce bylo setření generačního odstupů mezi zasloužilými barmany a začínající generací. V oboru je potřeba inovací, ale zároveň se vyplácí respektovat a ctít tradici, kterou hosty nikdy nezklamete. Jsem rád, že se nám to v rámci příjemného podzimního setkání alespoň na chvíli povedlo,“ okomentoval své dojmy z celé akce Karel Mayer, předseda Moravskoslezské sekce CBA.

„Bylo nám potěšením akci realizovat v našem hotelu, který nedávno proběhl rozsáhlou kompletní rekonstrukcí. Je vždy inspirující vidět profesionály v akci a věřím, že celý den byl přínosný pro všechny zúčastněné strany. Na setkání přijaly pozvání i konkurenční podniky z blízkého okolí, které kvitovaly naši snahu o prezentaci barmanského umu. Již nyní bych vás chtěl pozvat na další ročník, který se u nás uskuteční v říjnu 2011,“ sdělil **Rudolf Žimulák**, obchodní ředitel hotelu Vista.



Akte se zúčastnil také Zdeněk Vondráček (vlevo), který díky svým letitým zkušenostem dělá poradce mladším kolegům.



Karel Mayer na akci představil návštěvníkům své nejuspěšnější koktejly.

KOKTEJLOVÉ SETKÁNÍ 2010



VÍTĚZNÝ DRINK

NÁZEV DRINKU:

TAJEMNÁ ČARODĚJKA

PŘIPRAVIL:

Karel Zapalač

INGREDIENCE:

- 1 ks čerstvá mandarinka
 - 2 cl Southern Comfort
 - 3 cl jahodová vodka
 - 1 cl melounový sirup Fabbri
- dolít čerstvým grapefruitovým džusem, 2 x střík Campari
ozdoba: meloun Gália, koktejlová třešeň, máta peprná



Karel Zapalač je členem CBA.



BARMAN V ROLI PRODEJCE

ČLOVĚK ZA BAREM NENÍ JEN „ROZLÉVAČ NÁPOJŮ“, STEJNĚ JAKO ČÍŠNÍK, KTERÝ BĚHÁ PO PLACE, BY NEMĚL BÝT JEN „NOSIČEM JÍDLA“. V MNOHA ČESKÝCH BARECH A RESTAURACÍCH VŠAK STÁLE PŘEVLÁDÁ PŘÍSTUP K HOSTOVI VE STYLU „VYBERTE SI Z NÁPOJÁKU A JÁ VÁM TO UDĚLÁM“. BARMAN SE TAK VZDÁVÁ OBROVSKÉ MOŽNOSTI SMĚROVAT A OVLIVŇOVAT OBJEDNÁVKU HOSTA SMĚREM K PRÉMIOVĚJŠÍM PRODUKTŮM, Z NICHŽ MÁ PODNIK A TŘEBA I ON SÁM, POKUD JE NA JEJICH PRODEJI HMOTNĚ ZAJINTERESOVÁN, MNOHEM VĚTŠÍ ZISK.

Říká se, že šikovný prodavač dokáže prodat i mobil hluchému. I barman je svého druhu prodejce. Je posledním prodejním článkem na cestě nápoje od výrobce ke konečnému spotřebiteli. Z velké míry na něm záleží, co z nabídky si spotřebitel vybere. Na druhé straně nejde o to, aby hostu vnucoval něco, o co vůbec nestojí. Ono pořekadlo o prodavači schopném prodat mobil hluchému nelze brát úplně doslova – i když skutečně může fungovat, jak ukazují úspěchy různých pochybných obchodních společností, které využívají agresivních prodejních technik a dokážou díky nim prodat pře-dražené zboží.

Za bar – stejně jako do serioz-

ních obchodů – tyto prodejní techniky, které hraničí s klamáním zákazníka (a mnohdy jím skutečně jsou), určitě nepatří. Úkolem barmana není vnutit zákazníkovi něco, co nechce, ale vyjít vstříc jeho přáním. Pokud chce zákazník vodu a nic jiného než čistou vodu, není třeba snažit se ho „zlomit“ na rum. Pokud ale takhle jasno nemá, není dobré nechat ho zmateně bloudit dlouhým seznamem lihovin a exoticky znějících názvů míchaných nápojů. V tu chvíli by měl být barman schopen zákazníka přivést k tomu, co by mohlo splnit jeho chuťová očekávání – a může ho dovést tam, kde to bude přínosné jak pro zákazníka, tak pro bar.

VĚDĚT, CO PRODÁVÁM

Aby ale mohl barman zákazníka vést a třeba mu i vnuknout myšlenku na drink, který pro něj samotného je dobré prodat, musí v první řadě dobře znát to, co prodává. Jen tak může hostovi skutečně kvalifikovaně doporučit drink, který je podle jeho mínění pro hosta nejlepší nebo by pro něj mohl být novou, zajímavou zkušeností. Nejde jen o to znát rozdíl mezi skotskou a irskou whisky a složení jednotlivých míchaných nápojů. Je dobré vědět bližší podrobnosti o výrobě a historii jednotlivých destilátů, které jsou alkoholovými bázemi pro míchané drinky, hodí se znát i nějakou tu „veselou příhodu z natáčení“, historku, která se traduje o tom kterém destilátu nebo míchaném nápoji z něj. Tak třeba ta o historii vzniku mojita: říká se, že dělníkům pracujícím na třtinových plantážích dávali jejich zaměstnavatelé sudy se šťávou ze třtinového cukru, aby v horkých dnech uhasili žízeň. Jenže koho by bavilo pít stále jen tuhle šťávu? A tak do ní začali dělníci přilévat aguardientu, což byl předchůdce rumu. Pak ještě chuť vylepšili lístky máty a mnohem později pak napadlo někoho přidat ještě limetku. A nápoj, který okouzluje mimo jiné i slavného spisovatele Ernesta Hemingwaye a v posledních letech na barech doslova vede, byl na světě. Podobné historky, které sice nejsou z říše zaručeně ověřených historických faktů, nicméně barman si je „necucá“ z prstu, skutečně se o daném nápoji tradují, mohou

„Aby barman mohl zákazníka vést a vnuknout mu myšlenku na drink, musí v první řadě dobře znát to, co prodává.“

zaujmut hosta natolik, že si ten drink prostě musí vyzkoušet.

KOMUNIKACE PŘEDEVŠÍM

Základem úspěchu je zkrátka zvládnuté umění komunikace s hostem. Nápojového lístku pak často vůbec není třeba. „U nás v baru často ani nedáváme hostům lístek, protože sami nevědí, co by si v něm vybrali – místo toho se jich ptáme, zda jsou po jídle nebo se na jídlo teprve chystají, zda mají spíš chuť na něco sladkého nebo raději kyselějšího – a na základě těchto informací se pak snažíme připravit hostovi drink přesně na míru,“ říká barmanka pražského **Hemingway baru** Kateřina Kluchová. „Spousta hostů přijde do baru a ani pořádně neví, co by si dali – sednou si a čekají, co se bude dít. A pokud si je svým přístupem získáte, máte obrovskou možnost pracovat s jejich chutěmi,“ dodává. Je to podobné jako v klasické restauraci. Ani tam by se neměl číšník spokojit s tím, že „hodí“ hostům na stůl jídelní lístek a „uteče“ – a nechá nebohého hosta probírat se desítkami různých pokrmů, napospas jeho „traumatu volby“, které nakonec host vyřeší objednávkou obligátního „smažáku“. Místo tohoto přístupu – v českých restauracích stále zcela standardního – je mnohem lepší situace, kdy číšník zkusí provést hosta zákoutími nabídky, případně mu rovnou zkusí doporučit jídlo, které by mohlo podle jeho přesvědčení hostovi chutnat – jde o to nabídnout, a host se buď „chytne“ nebo ne. Pokud hosta nabídka nezaujme, pak si vybere raději sám, ale podobný přístup však jistě ocení.

ČAS JAKO LIMITUJÍCÍ FAKTOR

Nejde jen o hosty, kteří netuší, „která bije“ a rádi si nechají od barmana poradit, co by si mohli vybrat. I hostu, který má jasno co do druhu nápoje, lze nabídnout k úvaze třeba ten samý druh nápoje, ale v lepší kvalitě (či prestižnější značky) – obzvláště, když se na něj zrovna vztahuje nějaká akční sleva od výrobce a cenový rozdíl oproti hostem požadovanému pití není už tak znatelný jako obvykle. „Hosté většinou slyší na argument o poměru kvality k ceně – pokud jim místo požadovaného destilátu nabídnete jiný, stejného druhu, ale o třídu lepší – například místo klasického rumu rum stařený, dost často na takovou nabídku kývnou,“ říká **Kateřina Kluchová**. „Pokud



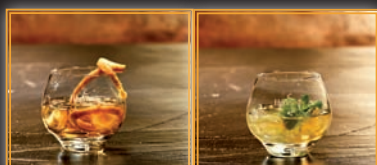
„Pokud barman chce, vždy dokáže prodat prémiovější produkt.“

Připlatit si za kvalitu? U PITÍ ANO

Přestože u lidí většinou vítězí nízká cena, mnohdy výrazně na úkor kvality, neplatí toto pravidlo absolutně. V koktejlovém baru jde spíš o poměr kvality k ceně – lidé si tu klidně i o něco připlatí za „lepší“. Dokládají to jak zkušenosti barmanů, tak data marketingových průzkumů. Zatímco u věcí denní potřeby, jako jsou základní potraviny, kartáčky na zuby či třeba prací prášky, se snaží lidé při nákupu co nejvíce ušetřit, u věcí zbytných, které jsou z kategorie „pro potěšení“, kam patří i kvalitní alkohol (stejně jako dobré jídlo v dobré restauraci nebo třeba nákup drahé, ale skutečně čokoládové čokolády) jsou dost často ochotni si připlatit za vyšší kvalitu. Samozřejmě jen do určité míry limitované jejich finančními možnostmi.

barman chce, vždy dokáže prodat prémiovější produkt – musí samozřejmě vědět něco o tom, co prodává, musí to umět nabídnout a pak už jde jen o správný přístup a dostatečné nasazení. A samozřejmě také o to, mít pro takový přístup potřebný časový prostor,“ dodává. Čas je tu samozřejmě limitujícím faktorem. Za barovým pultem na diskotéce nebo v rockovém klubu, kde se o slovo dere početný dav žízniců ve třech či pěti řadách za sebou, na práci s chutěmi zákazníka moc času nezbývá. V takové chvíli je hlavním úkolem barmana všechny co nejrychleji obsloužit. I v časovém tlaku lze však alespoň zkusit zákazníkovi nabídnout to samé v lepší kvalitě – a tím logicky i za vyšší cenu.

red



31.10. 2010 od 18:00 hod. - Buggy's Bar, Praha



THE ULTIMATE HENNESSY COCKTAIL CHALLENGE 2010



Výherce bude odměněn VIP výletem do Chateau Bagnolet, která je soukromou rezidencí rodu Hennessy a k tomu mu Hennessy poskytne barmana, jenž bude míchat Hennessy Remixed koktejly pro výherce a 20 jeho přátel!

Samer Selbak, tel.: +420 777 243 004, email: Selbak@sbgt.cz