

*nomy

Gastronomisch wertvoll.

_02_09

Work, eat, party!

Neue Läden Bond Bar, Berlin, Flamingo Royal, Köln **Bits & Pieces**

Drink Tray, Restaurant sucht Chef **Trends** Location Based Services, Null-Sterne-Hotel

Work, eat, party! Die neuen gastronomischen Konzepte

EMPFOHLEN VON



*nomy_02_09

3 *nomytorial

Ein paar Worte - zu neuen Business-Möglichkeiten

4 *nomytrendspot

Work, eat, party! - Arbeiten, Neo-Kantinen & Privat-Parties

7 *nomytrend

Bits & Pieces - Fundsachen aus dem Info-Sektor

Location Based Services - Gastro auf dem Handy

Mixopedia - die Drink-Datenbank von Schweppes

Überblick - wer hat aufgemacht, wer zu?

Null-Sterne-Hotel - ungewöhnliches Konzept in St. Gallen

10 *nomyläden

Bond Bar, Berlin

Flamingo Royal, Köln



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das "Immer-Besser-Werden", es ist eine zentrale Eigenschaft jeder wirtschaftlichen Unternehmung. Egal, ob man sich die Automobil- oder die Getränkebranche ansieht. Wir bei ***nomy** nennen dieses "Immer-Besser-Werden" in bestem Neudeutsch "Upgrading". Und die Gastronomie ist traditionell eine Branche, wo Upgrading - schon durch die stetig steigenden Ansprüche, die der Gast stellt - eine lange Tradition hat.

Darum haben wir uns für diese Ausgabe von ***nomy** einmal in den kreativen Nischen der Gastronomie umgesehen, wie immer direkt mit den Machern hinterm Tresen gesprochen, Entwicklungen skizziert und analysiert.

Ergebnis: Immer mehr fließen die alltäglichen Bedürfnisse der Menschen und die Angebote der Gastronomie zusammen. Egal, ob es um ein "outgesourctes" Home-Office an gastronomischer Stelle oder die Aufwertung der guten alten Kantine in Richtung "Asia/Italia 2.0", metropolitan inszeniert geht. Von der Casual Gastronomie bis hin zu Privatpartys, für die professionelle Gastronomie die "upgegradete" Bühne bietet, schafft Upgrading neue Konzepte und neue Möglichkeiten.

Viel Spaß beim Lesen!

IMPRESSUM

***nomy - gastronomisch wertvoll**

wird herausgegeben von der brand.m GmbH,
Leithestraße 111, 45886 Gelsenkirchen,
Telefon: 0209. 9 47 87 0.

Redaktion: Stefan Niehues (V.i.S.d.P.),
Jan-Peter Wulf (Ltg.), Jasmin Ulrich

Layout und Grafik: Anna Canté

Fotos: Wolfgang Brückner, Dave Brüllmann





Work, eat, party!

Drei neue Phänomene tauchen auf am Gastromarkt 2009: **1. Locations zum Arbeiten**, **2. Neo-Kantinen** und **3. Partys mit privatem Flair**. Wo schon "neu" gearbeitet, gegessen und gefeiert wird? *nomy mit Beispielen und Insights der Macher.

1. Neues Arbeiten

Haben Sie sich schon mal Gedanken darüber gemacht, dass Ihre Gastronomie zugleich ein **"out-sourced" Büro** sein könnte? Immer mehr Berufstätige sind viel unterwegs und benötigen auch "on the go" eine gute Infrastruktur zum Arbeiten. **WLAN in Cafés** ist mittlerweile fast zum Standard geworden, aber was ist mit einem Drucker, Fax, Scanner - oder vielleicht sogar einer separaten Ecke, in die sich das dreiköpfige Projektteam oder der Kunde mit seinem Klienten zur Besprechung zurückziehen kann? Das bieten bislang nur wenige Gastronomien. Als "smarte", weil günstige und **hippe Alternative** zu den Hotel-Konferenzräumen kann hier prinzipiell jeder Cafébetreiber eine ganz neue Gästegruppe erschließen.

Gastronomien "upgraden"

Die **Initiative "Hallenprojekt"** aus **Berlin** will genau das erreichen: Die Webseite listet bundesweit "neue Orte für neues Arbeiten" auf. Zum großen Teil sind es Tagesgastronomien wie das **Berliner Café Upstream**, das **Essener Unperfekthaus** oder das **Haus III&70 in Hamburg**. "Solche Locations nennen wir Ad-hoc-Orte", erklärt Hallenprojekt-Begründer **Sebastian Sooth** seine Idee. "Unser Ziel ist es, diese Orte 'upzugraden': Stuhlsituation, Steckdosenanzahl und Zusatzgeräte wie Drucker, sodass ein Standard fürs Arbeiten geschaffen wird."

Aktuell tüftelt Sooth mit den Betreibern des **St. Oberholz** in **Berlin** aus, wie das Obergeschoss zur Arbeitsebene "upgegradet" werden kann. Das



*nomytrendspot

Café am Rosenthaler Platz ist seit Jahren Berlins Treffpunkt Nummer eins für Freiberufler und Kreative, die hier hinter ihren Laptops neue Ideen ausbrüten. Jetzt soll auch **Platz für Meetings und Besprechungen** geschaffen werden - denn längst sind es nicht nur die freiberuflichen "digitalen Bohème", die hier arbeiten. Sooth: "Immer mehr Firmen erlauben ihren Mitarbeitern, auch außerhalb des Büros und des home offices zu arbeiten". Letztlich zählt nur das Ergebnis - und dafür soll ein inspirierender Ort wie die Gastronomie schon öfters Wunder gewirkt haben...

In Kürze werden alle Gastronomien, die den Standortanforderungen des Hallenprojekts genügen, eine **Plakette** bekommen: Wer einen Ort zum Arbeiten sucht, weiß dann sofort, dass die Location die entsprechende Struktur bietet - und dass "auch die Nachmittagschicht weiß, wie das WLAN neu gestartet werden kann, wenn es mal ausfällt", sagt Sooth.

Und auch die **Möbelindustrie** erkennt den Trend: Bequeme, aber funktionale Stühle, die für die Konferenz- wie für die Verzehrsituation im Restaurant nutzbar sind, gibt es zum Beispiel in der neuen Kollektion von **Wilkhahn** (Modelle: Ceno und Velas).

Neue Zielgruppe

Überall Laptops auf den Tischen? Das ist nicht Ziel der Hallenprojekt-Idee. Sondern: neben dem



Neues Freestander-Konzept: Fino-Gusto d'Italia

normalen gastronomischen Geschäft, vor allem tagsüber, Bereiche zu schaffen, in denen gearbeitet werden kann. Und in denen sich auch Unbekannte austauschen können: Wer sich in der Hallenprojekt-Community anmeldet und seinen Standort angibt, sieht sofort, wer gerade noch vor Ort arbeitet. Das schafft eine ganz neue Form der Kommunikation in der Location. Dass es funktioniert, ohne die Idee des Ladens auszuhebeln, berichtet uns **Laura Hopper**, Betreiberin des **Café Karma** am **Berliner Ostkreuz**: "Das ist eine zusätzliche Erlösquelle. Die Leute kommen zu ruhigeren Tageszeiten wie am späten Vormittag oder nach dem Mittagsgeschäft - damit haben wir zusätzliche Auslastung! Mittlerweile halten Firmen und Verbände bei uns sogar schon monatlich ihre **Meetings** ab."

2. Neues Essen

Auch im Bereich der food-lastigen Gastronomie tut sich derzeit einiges: Die **"Neo-Kantine"**, wie der Trendforscher **Matthias Horx** das dahinter liegende Konzept mal genannt hat, eröffnet in einer Stadt nach der anderen, bringt System nach System hervor: **Vapiano**, **Cha chà**, **Waku Waku**, **coa** und **ocui** bringen es zusammen auf rund 40 Objekte in Deutschland.

Schnell, aber frisch

Neo-Kantine bedeutet: Essen an großen "sozialen Tischen", geringe Zeiten von der Bestellung bis zum Verzehr und - etwa beim Vapiano oder dem ocui - Bestellung der Speisen direkt bei den Köchen. Hier ist die Idee denkbar dicht an der typischen Betriebskantine.

Das "Neo" bedeutet: Frisch zubereitete und hochwertige Speisen stehen auf der Karte, Design, Mobiliar und Ambiente sind auf Höhe der Zeit - das ist der szenegastronomische Aspekt der Idee.

Was ist der Reiz an der Idee? "Die Leute sehen schon von draußen, dass es kein typisches Res-



Hallenprojekt: Jede Gastronomie ist auch ein Büro





International erfolgreich mit seinem Neo-Kantinenkonzept: Vapiano

restaurant ist, wo jeder nur an seinem separaten Platz sitzt. Die **Kommunikation** und die **Bewegung** sind sichtbar - und das finden sehr viele interessant. Unser Anteil an Laufkundschaft ist enorm hoch", erklärt **ocui-Mitbetreiber Simi Berst**. Was ihn verblüfft: "Gerade ältere Zielgruppen ab 50 Jahren finden das offene Konzept und das moderne Design attraktiv." Mögliche Erklärung: Für die **Fiftysomethings** gibt es jenseits von Fine Dining und Wirtshaus-Tradition kaum ansprechende Angebote. Und dabei ist diese Zielgruppe kaufkräftig, weltoffen - und sie wächst!

Frisches aus allen Welten

Was das eigentliche Essen angeht: Ob vorwiegend italienisch (**Vapiano**), vorwiegend asiatisch (**Cha chā, Waku Waku, coa**, siehe dazu auch *nomy 01_08) oder italienisch-asiatisch (**ocui**), das ist eine Frage der Food-Ausrichtung. Nach dem Prinzip "Neo-Kantine" sind sogar ganze **kulinarische Meilen** mit dem "Besten aus allen Welten" für den hiesigen Markt denkbar - in asiatischen Shopping Malls gibt es solche Foodcourts mit frischen Gerichten schon längst.

In Kürze wird ein neues italienisches System in den deutschen Markt eintreten: **Fino-Gusto d'Italia**. Geschäftsführer Thomas Prantner: "Schnell und hochwertig - das liegt im Trend. Entsprechend muss sich das To-go- und Inhouse-Geschäft darauf einstellen. Fino arbeitet mit Produkten, die in Italien - ohne Konservierungsstoffe - hergestellt, dann schockgefroren und monoporportioniert werden." Das ermöglicht eine schnelle Zubereitungszeit und hohe Transparenz beim Wareneinsatz. Bis 2014 will Fino auf Franchise-Basis in Deutschland 30 Freestands und zusätzlich 30 Roadrunner (mobile Verkaufswagen, s. *nomy 01_09) in Städten über 50.000 Einwohnern etablieren."



Asia 2.0 auf Deutschland-Expansion: coa

3. Neues Feiern

Immer häufiger liest *nomy in den City- und Stadtmagazinen von erfolgreichen, intimen Partyreihen, die mit innovativen Konzept-Ideen den regulären Club-Programmen Konkurrenz machen. Was steckt dahinter?

Beispiel **Hannover**: Hier sind gerade die **Zaza-Partys** schwer angesagt, die jeden Donnerstag stattfinden (Zaza, Hamburger Allee). In der Stadt, die zuletzt vor allem durch zahllose Flatrate-Partys hat von sich reden machen, sind die Events ein bewusster Kontrapunkt. Sagt schon die Homepage: "Wir unter uns, in entspannter Atmosphäre, **ohne Geiz-ist-Geil-Massenandrang**, mit lecker Häppchen, was für's Auge und **Exklusivität**." Die wird schon dadurch gewährleistet, dass nur reinkommt, wer es auf die **Gästeliste** schafft. Und Anfragen für die gibt es wiederum nur online auf dem **StudiVZ/MeinVZ**. Sonst heißt es draußen bleiben.

Beispiel **Köln**: Partyreihe to be ist derzeit der **Yamabooki Club**, der schon im **Engel&Weiss** und in der neuen Domstadt-Location **Opernterrassen** stattfand. Hinter der Eventreihe steckt das

gleichnamige Plattenlabel yamabooki. Labelpartys sind in Köln, Sitz vieler Plattenfirmen, nun keine Seltenheit. Der Unterschied, so **Michael Köhler** vom **yamabooki-Team**: "Wir machen das ganzheitlich: yamabooki-Deko, Tänzerinnen, unsere Live-Acts und unsere DJs werden gemeinsam inszeniert. Das bindet die Leute viel stärker an die Marke."

Wobei die Selbstinszenierung der Gäste eindeutig im Vordergrund steht: "Der persönliche Auftritt der Leute ist das Wichtigste. Deswegen heißt unser Motto auch: Der Style geht feiern!"

Und wie sieht es in **München** aus? **Mirko Hecktor**, Autor von **Mjunik Disco** (s. nomy 01_09), gibt uns Einblicke: "Eine Zeitlang war das Clublife ja sehr professionalisiert in der Stadt. Jetzt finden aber immer mal wieder Partys statt, die privaten, intimen Charakter haben." Sein Tipp: **Under13** in der Städtischen Kunsthalle in der Lothringer Straße. Genauer: **Unter der Städtischen Kunsthalle**. Eine schmucklose Holzklappe führt in den Keller der Location, wo regelmäßig Live-Gigs und Vernissagenpartys steigen. Viel undergroundiger geht es nicht!



Weg vom Party-Mainstream: Feiern in privatem Flair ist hoch im Kurs

Location Based Services

Was bringen mobile Infodienste?

Hier stehe ich, mitten in einer fremden Stadt. Welche Gastronomien gibt es in meinem Umkreis? Und wie bewerten andere Leute die Läden? Ab sofort bringen Location Based Services die Antwort direkt auf das Handy. Für jeden Gastronom ist die neue Technologie eine Herausforderung - und Chance für mehr Umsatz!



Wo ist der nächste Laden mit Bistro-Food und Happy Hour für Cocktails? Gibt es einen Raucherbereich? Küche nach 22 Uhr? Ist nebenan ein Laden, wo wir noch ein bisschen tanzen können? Wie ist der Flirtfaktor? Hat der Laden nach seiner Renovierung schon wieder geöffnet? **Typische Fragen**, die sich ein potentieller Gast stellt. Mit Online-Services wie **Qype** oder regionalen Gastro-Portalen werden viele dieser Fragen mittlerweile recht gut beantwortet, und wer ein internetfähiges Handy hat, kann das Ganze jetzt auch mobil abfragen.

Zielgerichtete Information

Bislang hatte das Ganze jedoch noch nicht seine "kritische Masse" erreicht. Das wird sich bald ändern, weil Internet-

Flatrates auch für das Handy oder andere mobile Endgeräte massenkompatibel (weil erschwinglich) geworden sind.

Location Based Services (LBS) werden damit für jeden Gastronom ein wichtiger Informations- und Marketingkanal. Über GPS, Ortung über WLAN-Spots und andere Tools "weiß" der jeweilige LBS-Dienst nämlich, wo sich die entsprechende Person befindet, und kann ihm relevante Informationen (zum Beispiel Bistro-Food, Küchenzeiten oder Flirtfaktor) zukommen lassen: ein digitaler, ständig **aktueller Umgebungsplan mit Info-Mehrwert**. Promotion-Codes (Frei-Getränke, Gästeliste), Ankündigungen, Kooperationen mit dem Getränke-Partner - all das machen die standortbezogenen Dienste möglich. Das bedeutet: weniger Streuverluste und mehr Frequenz!

BITS & PIECES

++ Hefeweizen mit Banane - ein Gastro-Klassiker. Gibt es ab sofort auch als Premix: **Cab Banana & Beer** besteht zu 50% Weizenbier und zu 50% aus Erfahrungsgetränk mit Bananensaftkonzentrat (2,5 Vol. % Alkohol). Wie immer bei Cab mit einem Schuss Dragonfruit. Probieren? **Sample-**



Bestellungen nimmt die nomy-Redaktion gerne entgegen: 02 09. 94 78 10 ++ Natürlich sollte jede routinierte Servicekraft ein Tablett auf den gespreizten Fingern durchs Lokal transportieren können - was aber ist, wenn der **Laden proppenvoll** ist (Fußball läuft, Sonderveranstaltung etc.) und



sich die Gäste gerne mal selbst am vorbeihuschenden Tablett bedienen? Dann kommt der **Drink Tray** ins Spiel: Mit form-schönen Einlassungen für die Finger bestens gerüstet gegen Fremdzugriff und Stöße. Ligne Roset hat ihn schon ins Sortiment aufgenommen.

http://tinyurl.com/drinktray
++ Reservierung bestätigen per SMS? In den USA gibt es das jetzt: Im New Yorker Sushi-Restaurant Cube 63 spricht der Anfragende die gewünschte Uhrzeit und Personenzahl



Redaktionen beliefern

Woher kommen die LBS-Informationen, die der mobile User auf sein Gerät gespielt bekommt? Zum einen bieten die Telekommunikationsdienstleister eigene Infoservices an, meist in Zusammenarbeit mit so genannten **Trusted Sources**, das sind zum Beispiel Stadtmagazine oder Online-Infodienste. Hier kann z.B. Werbung geschaltet werden - die Location Based Ads, die Passanten in der Nähe des Objekts auf das Handy gesendet werden. Außerdem sollten Gastronomen die jeweils zuständige Redaktion fragen, wie ihre Location mit in den Dienst aufgenommen werden kann - manchmal muss dafür nur eine Mail mit den Stammdaten geschickt werden. Bei einigen Services kann jeder sein Angebot direkt selbst einstellen, indem er eine Location anlegt und Basisdaten angibt (Öffnungszeiten, Angebot, Webseite, Schlagwörter wie "Brunch" oder "Longdrinks" etc.).

Zukunft: Offene Karten

Auch Open-Source-Angebote werden bald in der LBS-Welt eine Rolle spielen. Wie einst Wikipedia entstehen derzeit als offene Alternative die "Social City Maps", Stadtkarten mit nutzergenerierten Inhalten, Beispiele unten. Wie groß das Interesse weltweit ist, solche geografischen Dienste mitzugestalten, zeigt das

Projekt "Open Street Map", mit dem bereits ganz Amerika und UK nicht-kommerziell kartografiert wurden. Dafür laufen ganze Karten-Fanscharen GPS-bewaffnet durch die Gegend. Klingt nach Spinnerei, aber: Noch in diesem Jahr wird **Hamburg** als erste deutsche Stadt bei Open Street Map **komplett kartografiert** sein - inklusive Trampelpfaden im Stadtpark! Darauf basierend werden neue Dienste entstehen, an denen jeder mitarbeiten kann. Dann kommt während der Autofahrt eine Meldung auf das mobile Endgerät, dass in 200 Metern frischer Spargel gekauft werden kann...

Ausprobieren!

Was tun? Aktuell empfiehlt sich: Schon mal einige der Dienste anschauen (auch ausländische), sich gegebenenfalls einen Account (Basis-Versionen i.d.R. kostenfrei) beschaffen und Locationdaten anlegen. Und: **Mit den Usern in Dialog treten**. Mittelfristig sollte geprüft werden, ob es sich nicht lohnt, ein Teil des Werbebudgets statt für das Stadtblatt teilweise in einen mobilen Service zu investieren, zumal der Erfolg gut messbar ist. Wer sich jetzt einarbeitet, punktet langfristig - denn die Nutzung dieser Dienste, da ist sich das *nomy-Team sicher, wird bald so **selbstverständlich** sein, wie es Qype und Co. binnen zwei Jahren geworden sind. ++

BITS & PIECES

aufs Band, kurz darauf kommt eine Kurznachricht auf sein Handy zurück. Pragmatische Lösung für Hochfrequenzen!
www.cube63.com ++



Cornelia und Hannes Graurock, bekannt geworden durch **"Mein Restaurant"** auf VOX (2. Platz), wollen an ihrem Gastro-Traum festhalten und **suchen** in Hamburg gerade ein **Objekt** - 40 Plätze und idealerweise mit einigen Hotelzimmern.
www.graurocks.de ++ Neues Gastro-TV-Format ab dem 16. Februar: **Restaurant sucht Chef**. Die Jury aus Fernsehkoch **Stefan Marquard**, Münchens Szenegastronom **Carl von Walderdorff (Nage und Saage, Le Florida)** und Privatköchin Harriet Deris lässt 28 Teilnehmer um den Posten wettbrutzeln. ++ Bar-Blogger **René Pieslinger** (Café Sol, Prien am Chiemsee) hat die Kühlwirkung unterschiedlicher Eiswürfel untersucht: **Doppelt gefroster Würfel** (ca. -18 Grad) sind besser geeignet für Drinks aus gekühlten Zutaten oder kalt geschüttelte Drinks, denn sie geben weniger Schmelzwasser ab. Für schnelle Kühlung sind normale Eiswürfel (knapp unter null) besser geeignet, weil sie kurzfristig einen besseren Temperaturexaustausch ermöglichen. Alle Infos zum Eis-Test: **http://tinyurl.com/cafesol ++**

++ Beispiele

Applikationen:

www.qype.com/qype-radar iPhone-Version von Qype, die Locations und User-Bewertungen am aktuellen Standort des Nutzers anzeigt

www.citysense.com Applikation für iPhone / Blackberry, mit dem die Nightlife-Aktivität in Chicago und San Francisco in Echtzeit abgebildet wird: Wer ist wo?

www.tworld.co.kr Service des koreanischen Mobilfunkbetreibers SK Telekom, funktioniert ohne GPS. Kosten: 50 Cent im Monat

Communities:

www.brightkite.com Mobiles Netzwerk, User beschreiben Locations und Aktivitäten von unterwegs

www.aka-aki.com Soziales Netzwerk aus Berlin, basiert auf Bluetooth, Zellortung, WLAN und GPS, ortet Freunde und Spots in der Umgebung

www.foodlily.com Micro-Blogging rund ums Essen: Gastronomiebewertungen vor Ort vom Handy aus (USA und Hong Kong)

Social City Maps:

www.openstreetmap.de
www.nulaz.net

Bei Fragen zu LBS und den Diensten steht das *nomy-Team gerne zur Verfügung!



Umfangreiche Cocktail- und Longdrink-Datenbank:

Schweppes Mixopedia

1.000 Drinks mit und ohne Schweppes: Klassiker und neue Kreationen, ansprechend fotografiert und mit übersichtlicher Navigation ansteuerbar. Das alles gibt es in der neuen, praxisgerechten Drink-Datenbank www.schweppes-mixopedia.de. Inspiration für jede Gastronomie!



Wild Berry Wodka: eine von vielen Longdrink-Kreationen auf Basis von Russian Wild Berry

Die übersichtliche Navigation bringt den Nutzer schnell zum gewünschten Ziel: In der Kategorie "Alle" findet sich die gesamte Rezeptausswahl von A wie "Acapella" bis Z wie "Zorro". Darüber hinaus werden die Drinks in den Modulen "Genussvoll", "Ausgelassen" oder "Einzigartig" nach Geschmacksrichtungen, nach Alkoholsorten oder den Schweppes-Drinks sortiert angezeigt.

Daneben gibt es hier auch Vorschläge ohne Schweppes-Produkte. Möchte z. B.

ein Barkeeper auf Basis seiner vorhandenen Zutaten einen Drink vorgeschlagen bekommen, kann er sich mit der Freisuche eine Auswahl an pass-

senden Rezepten anzeigen lassen. Jede Kreation ist eigens für die Mixopedia-Datenbank neu fotografiert worden - so sieht der Nutzer auf einen Blick, welche optische Wirkung der jeweilige Drink hat. Damit können die Drinks sogar auf das

jeweilige Ambiente der Bar, der Lounge, des Clubs - kurz: der jeweiligen Gastronomie abgestimmt werden!

Mischen um die Welt

Über die Rezeptsammlung hinaus präsentiert www.schweppes-mixopedia.de auch redaktionelle Inhalte, die regelmäßig aktualisiert werden. Welche Drinks passen zu welchem Food-Angebot? Mit welchen Kreationen stattete ich meine Beach-Party aus? Und passend zur internationalen Marke gibt es auch den Blick ins Ausland: Was ist der Lieblingsdrink der New Yorker? Welche Bars bestimmen die Moskauer Szene? "Mischen um die Welt" bringt alles zu den Themen Mixen, Nightlife und Barkultur in den angesagtesten Metropolen dieser Welt. Und spätestens damit ist Schweppes-Mixopedia das praktische Online-Tool für Bars, Restaurants, Clubs und Kneipen!

www.schweppes-mixopedia.de

ÜBERBLICK

Berlin

++ Nach dreijähriger Pause ist eine Legende zurück: Das **WMF** hat auf der Klosterstraße 44 wiedereröffnet. ++ In Dimitri Hegemanns Technoclub **Tresor** auf der Köpenicker Straße gibt es ab sofort Brötchen, Kaffee und Co. für hungrige Raver. ++ Ganz neu auf der Voltairestraße: Der **Club Dice**. Betreiber ist **Isan Oral** - zuvor Geschäftsführer des Bangaloo. ++ Die **Queer-Partyreihe Milkshake** ist umgezogen, vom Festsaal Kreuzberg in die Kantine des Berghain (Wriezener Bahnhof). ++ **Bauer sucht Afterhour**: Unter diesem unschlagbaren Namen finden neuerdings unregelmäßige **Sonntagspartys im Umspannwerk** statt. ++ Auch neu: Das **Konsumat** auf der Hübnerstraße. Nach endlosem Leerstand finden in dem Ex-DDR-Supermarkt jetzt Konzerte, Partys und Events statt. ++ **Stefan Schneck** (Nola's am Weinberg, Schnitzerei) hat das **Nola's** in Moabit komplett umgekrempelt und bietet unter dem neuen Namen **ProbiertMahl** jetzt kleine Gerichte zu Preisen unter fünf Euro an. ++

Bremen

++ **Kristin Geimke** hat auf der Violenstraße das **Café 11** eröffnet. Eyecatcher: der 100 Jahre alte Tresen. ++ Nicht mehr italienisch: das neue Konzept der **Schalterhalle** (Oslebshauer Bahnhof). **Birgit Giese** hat komplett auf moderne deutsche Küche umrangiert. ++ Schon das dritte afrikanische Restaurant (nach Christy's und Salsa Africando) innerhalb eines halben Jahres startete mit dem **Bendula** von **Ansumana Suwa**. Schwerpunkt: Food aus Gambia, z. B. Antilope an Erdnuss-Chili-



Umfunktionierung eines Schweizer Luftschutzbunkers:

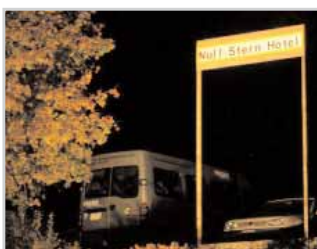
Null-Sterne-Hotel

Konzept soll als Franchise systematisiert werden



Die Schweiz hat so viele **Luftschutzeinrichtungen**, dass jeder Schweizer Platz darin findet. Insgesamt sind es rund 270.000 Räume und 3.500 Anlagen! Viel Sicherheit, viele ungenutzte Ressourcen - und genau hier setzt das Konzept des Null Stern Hotels der Künstlerzwillinge Frank und Patrik Riklin an: Sie haben in Sevelen (zwischen St. Gallen und Chur) einen unterirdischen Luftschutzraum zu einem Hotel umdefiniert. Null Sterne? Patrik Riklin: "Die Idee ist **bewusst antitheatrisch**, das Gegenteil des Sternewahns à la Dubai. Hier gibt es nicht mal Handy-netz." In der "Luxusklasse" (20 Euro/Nacht) steht ein Original Biedermeierbett, in der "First Class-Kategorie" Luxusbetten aus einem ehemaligen Top-Hotel. Bewusster Umgang mit Ressourcen ist ein weiteres Thema: Schweizer Armeedecken statt Bademäntel, Wärmflaschen statt Heizung, Rentner und Schüler als Personal. Nach einem CNN-Bericht liegen schon Anfragen für Zero-Star-Hotels aus Indien und den USA vor. Die Riklin-Brüder planen zunächst ein Franchise-Package - als Verkaufs- und Lizenzprodukt für Gemeinden in der Schweiz. ++

www.null-stern-hotel.ch



ÜBERBLICK

Sauce. Standort: **Ex-Maybach**, Münchener Straße. ++

Düsseldorf

++ 14 Jahre Dauerparty, jetzt ist Schluss: **Erik Ludwig** schließt am 3. Mai das **Tribehouse** in **Neuss**. Partys in anderen Clubs und Off-Locations wird es aber weiterhin geben. ++ Zu einem der "Restaurants to be" mausert sich das neue **D`Vine** von **Antonios Askitis** und **Christoph Suhre** auf der Lorettostraße. Ganz im Selbstkoch-Trend (s. nomy 03/09): Kochkurse in der Location. ++ Passend dazu: **Guy de Vries** und **Martina Wiehl** bieten in der ersten Etage des **Land-haus Münchenwerth** (Meerbusch) seit Ende 2008 ebenfalls Schulungen am Herd an. ++

Frankfurt

++ Relaunch der Sponti-Legende: **Judith Ott** hat das **Strandcafé** im Nordend übernommen. ++ Den Burlesque-Trend adaptiert hat das **King Kamehameha**: Unter dem Motto "Rose Club" gibt's extravaganten Style, eine Zigarrenlounge und Burlesque-Sounds. ++ Winke winke macht **Sven Conrad** auf der Homepage der **Cantina**: Mitte Januar stieg die letzte Party auf dem Milchsackgelände. ++

Hamburg

++ Auf der Paul-Roosen-Straße hat die **Hongkongbar** eröffnet und bietet von Mittwoch bis Samstag Pre-Party-Sounds. ++ Von der Großen Berg- zurück in die Große Elbstraße: Das **Hafenklang** ist aus seinem Club-Exil zurück an den Fischmarkt gekehrt. ++ Dining im Art-Déco-Ambiente: **Ajnur Komljen** (auch **Elba**) und **Horst Schäfer** haben auf der Großen Bäckerstraße das Restaurant **Le Caprice** eröffnet. ++





Bond Bar

Konzept

Die Bar ist der getränkelastrige **Ableger** des Anfang 2008 eröffneten Bond Restaurants gleich nebenan. Die internationale Fusion-Food-Küche wird hier auf internationaler Drink-Ebene weitergeführt: 50 Cocktail- und Longdrinkpositionen umfasst die Karte, darunter 25 Whisk(e)ys, acht Wodkas und fünf Sake-Sorten. "Japan ist gerade ein großes Thema in Berlin, die Leute wollen nicht nur Sushi essen, sondern auch Sushi trinken", sagt Betreiberin **Claudia Eßwein** augenzwinkernd. Die Bar verlängert die Gäste-Verweildauer, viele bleiben auf ein zusätzliches Getränk, bei gleichzeitig verkürzter Verweildauer im Restaurantbereich, also einer besseren "Drehung". Am Wochenende sind nämlich fast immer alle Plätze belegt.

Ambiente

Wie schon das Restaurant ist auch die Bar angelehnt an einen **mondänen Geheimagenten-Style**, in dem bourgeoise und poppige Elemente in Verbindung gebracht wurden: Eine goldfarbene Bar, verspiegelte Wände und dunkles Makassar-Holz treffen auf Wand-

Ornamente und Hängeleuchten im Sixties-Retrolook und indirekte rosafarbene Deckenbeleuchtung.

Publikum

Identisch mit dem Restaurant-Publikum: Ab 25 Jahren, vor allem **aus den umliegenden West-Berliner Bezirken**, die das Bond jetzt auch gezielt für einen Drink aufsuchen. Und: **Raucher**. Das Bond ist die einzige Bar im Umkreis, in der das Rauchen erlaubt ist.

++ facts

- + Größe: 40 qm
- + Kapazität: 30 PAX
- + Betreiberin: Claudia Eßwein
- + weitere Objekte: Bond Restaurant

Knesebeckstraße 16
10623 Berlin
Tel. 030. 50 96 88 44

www.bond-berlin.de

Erst **Käppchenkuchen** (Eppendorfer Weg), jetzt **Liebes Bisschen**: Cupcakes sind Trend in Hamburg. Im neuen Café auf der Eiffelstraße backen **Laura Seebacher** und **Sebastian Eggers**. ++

Hannover

++ Steintor goes Manhattan: **Lucia Wilhelm-Voigt** hat auf der Goethestraße das **Little Italy** gelauncht. Gleich nebenan leitet sie die Cocktailbar **Sansibar** - da kann zum Absacker kurzwegig gewechselt werden. ++ Neuer Club für die Gay- und Lesbian-Fraktion der Stadt: Das **Famous** (Goseriede/ Tiedthof) von **Steffen Bartels**. ++

Köln

++ Die **Kunstbar** von **Paolo Campi** und **Andreas Lichter** am Chargesheimerplatz präsentiert Installationen, Ausstellungen und Cocktails. Kulturschock: Kein Kölsch, dafür belgisches Bier. ++ Führungswechsel im **Café des Wallraff-Richartz-Museums**: Die Leitung übernimmt **Britta Treutel**. ++ Neue Partyreihe im **Room 69** (Mediapark): Der **La Cage Club** mit Schwerpunkt - na? - House. ++ Thema Afrika: Westafrikanisches Food gibt es im **The Root** von **Ricky Oghebor** auf der Luxemburger Straße. ++

Leipzig

++ **Martin Koslik** hat renoviert und seinem Restaurant **Koslik** auf der Gottschedstraße einen neuen Anstrich verpasst - gleichzeitig bereitet er die Eröffnung des **Café Clara** im März vor. ++ Nochmal Gottschedstraße: Hier gibt es jetzt Asia 2.0-Food im **Inside Asia**. ++ Geschlossen: Das Restaurant **Medici**. Soll unter neuem Namen bei ähnlichem Konzept aber in der Markgrafen-





Flamingo Royal

Konzept

Exklusives Get-together steht im Vordergrund: DJ-Sounds ja, Tanzen ist aber nur von zweitrangiger Bedeutung. Vor allem geht es um das Socializing in der neuen Location im Kölner Zentrum: Die vielen Sitzgelegenheiten wurden dafür zum Stehbereich an der Theke hin geöffnet, sodass die Kommunikation zwischen stehenden und sitzenden Gästen erleichtert wird. Als stilistische Vorlage diente ein Klassiker: **Boutique Hotel**. "Der Club wurde wie eine trendige und extravagante Lobby eines hippen Boutique Hotels in South Beach konzipiert", erklärt Betreiber **Marc Hombach** von der **Best Concepts GmbH**. An der Strandmeile von Miamis Stadtteil South stehen viele kleine, luxuriöse Hotels, die wegen ihrer Exklusivität Boutique Hotels genannt werden. Ihre Tradition geht bis in die 1850er Jahre zurück. Mit "alt-inspiriertem" Flair soll das Flamingo Royal nun für neue Impulse im Kölner Nachtleben sorgen. Ab Herbst 2009 auch in Düsseldorf.

Ambiente

Das fällt sofort auf: Für die Location wurde vergleichsweise **hochwertiges Material** wie Leder, Samt und Satin in fein abgestimmten Lila- und Sandfarben verbaut. Das Design fürs stilechte Boutique Clubbing wurde vom Bochumer

Planungsbüro Soda entwickelt. Neben den verbundenen Bereichen Club und Cocktaillounge wurde auch ein Raum für "Genussraucher" geschaffen.

Publikum

Das Flamingo Royal ist zugeschnitten auf die Medien- und Szenestadt Köln: Nicht nur beim Opening Ende 2008, sondern seitdem regelmäßig sind hier **Stars und Sternchen** der ortsansässigen TV- und Filmproduktionen zu sehen. Ebenso treffen sich hier bekannte Gesichter der lokalen Gastro-Branche. Insgesamt ein schickes, aber angenehm relaxtes Publikum ab 25 Jahren.

++ facts

- + Größe: 350 qm
- + Kapazität: 400 PAX
- + Betreiber: Armin Assadolahi, Marc Hombach
- + Weitere Objekte des Betreibers: in Planung

Friesenwall 86-90
50672 Köln
Tel. 02 21. 27 05 93 20

www.flamingo-royal.de
www.best-concepts.de

ÜBERBLICK

straße wieder eröffnen, lässt **Olaf Herzig** wissen. ++

München

++ **Stefano de Giglio** und **Flavio Chouquer** haben umgerüstet: Aus dem **Café Interview** am Gärtnerplatz wurde das Esslokal **Box** mit italienischer Regionalküche. ++ **Jürgen Mair** bittet ab sofort in der **Paradiso Tanzbar** zum Gay and Lesbian-Dance. ++

Ruhrstadt

++ **Bochum** - Im ehemaligen **Frizz** hat mit dem **Colonial** ein neues Restaurant eröffnet. Die Betreiber sind keine Neulinge im Gastronomiegeschäft. **Sabina** und **Thomas Canavan** (u.a. **Café Zentral**, **Küppersmühle**, **Casino Zollverein**) bieten Cross-Over-Küche mit deutschen, mediterranen und asiatischen Gerichten. ++

++ **Essen** - Neue Bar und Eventlounge in der Kettwiger Straße: Die Schwulen- und Lesben-Location **gentle-M** wirbt bewusst für ein Miteinander zwischen homo- und heterosexuellen Gästen. Montags ist die Bar geschlossen, so können junge Künstler Ausstellungen, Konzerte, etc. veranstalten. ++

Stuttgart

++ War abzusehen: Das **Wangaluu** heißt jetzt **Wanga**, wegen Namensähnlichkeit mit dem **Bangaluu** Berlin (das erst Bungalow hieß und ebenfalls zur Namensänderung gezwungen wurde...). ++ Ausgespielt hat der **Club Play** (Marienstraße), bislang Afterhour-Platzhirsch. ++ Für sein Restaurant **Schloss Solitude** hat **Jörg Mink** sein Berliner Lokal **Mink's** aufgegeben. Sein Food-Angebot: schwäbisch-internationale Küche. ++



WICHTIGE LÄDEN

Ausgabe 02_09

Berlin

++ Bond Bar ++ Café Upstream ++ St. Oberholz ++
++ Karma ++ WMF ++ Tresor ++ Club Dice ++
++ Wriezener Bahnhof ++ Umspannwerk ++
++ Konsumat ++ ProbierMahl ++

Bremen

++ Café 11 ++ Schalterhalle ++ Bendula ++

Düsseldorf

++ Tribehouse ++ D´Vine ++
++ Landhaus Mönchenwerth ++

Frankfurt

++ Strandcafé ++ King Kamehameha ++ Cantina ++

Hamburg

++ III&70 ++ Hongkongbar ++ Hafenklang ++
++ Le Caprice ++ Käppchenkuchen ++
++ Liebes Bisschen ++

Hannover

++ Little Italy ++ Sansibar ++
++ Famous ++ Zaza ++

Köln

++ Engel&Weiss ++ Kunstbar ++
++ Café des Wallraff-Richartz-Museums ++
++ Room 69 ++ The Root ++
++ Opernterrassen ++

Leipzig

++ Koslik ++ Café Clara ++
++ Inside Asia ++ Medici ++

München

++ Café Interview ++ Paradiso Tanzbar ++
++ Unter der Städtischen Kunsthalle ++
]] Nage und sauge]] Le Florida]]

Ruhrstadt

++ Colonial ++ gentle-M ++
++ Unperfekthaus ++ Café Zentral
++ Küppersmühle ++

Stuttgart

++ Wanga ++ Club Play ++ Schloss Solitude ++

* nomy

