

*nomy

Gastronomisch wertvoll.

_06_09

Ibiza 2009

Neue Läden Colours, München, Loft, Neuss **Bits & Pieces** Doppelglas

Solboy, pregas.de **Trends** Nachbericht Barzone, Hotel Es Vive Ibiza-Stadt, Signature-Drinks

Die weiße Insel Steckt das Nightlife in der Krise?

EMPFOHLEN VON



*nomy_06_09

3

*nomytorial

Ein paar Worte - Zum Einstieg

4

*nomytrendspot

Ibiza 2009 - Neues von der "weißen Insel"

7

*nomytrend

Barzone - Nachbericht von der Messe

Hotel Es Vive - Ibiza-Stadt

Bits & Pieces - Fundsachen aus dem Info-Sektor

Überblick - Wer hat aufgemacht, wer zu?

Intern - Hausmitteilungen der Krombacher Gruppe

10

*nomyfeature

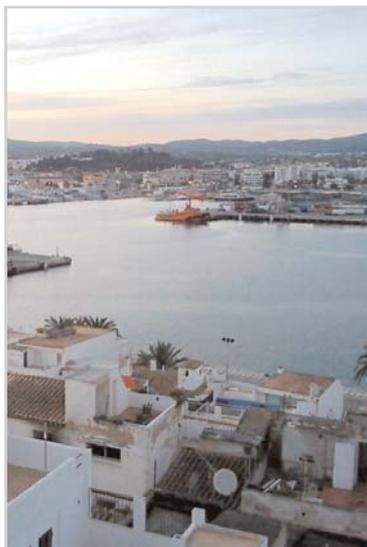
Signature-Drinks - Was bringen sie, was brauchen sie?

12

*nomyläden

Colours, München

Loft, Neuss



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Ibiza, ist das nicht auch eine von diesen Ballermann-Inseln im Mittelmeer? Wenn Sie das denken, sollten Sie besonders unseren ***nomy**trendspot lesen. Denn wir waren für Sie vor Ort und haben dabei ein Eiland voller gastronomischer Inspirationen gefunden. Weit weg von allem, was den mediterranen Partytourismus so berüchtigt gemacht hat.

Was sich 2009 in dieser Metropole für visionäre Macher tut, das verbreitet Aufbruchstimmung. Hier werden die Ärmel hochgekrempelt, um aktiv dem allgemeinen Trend zum "Ich halte mein Geld zusammen für noch schlechtere Zeiten" zu begegnen. Hier arbeiten Legenden und Visionäre gleichermaßen einträchtig nebeneinander. Klar, dass ***nomy** da auch vor Ort sein musste, um sich ein Bild der Lage zu machen.

Und wie auch diesmal der Hinweis darauf, dass diese - wie alle vorherigen ***nomy**-Ausgaben - auf der Website unseres Markenpartners Schweppes - www.schweppes.de/nomy - als PDF-Download für Sie erhältlich ist.

Und jetzt - viel Spaß beim Lesen!

Stefan Niehues

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.), Pia Mazursky

Layout und Grafik: Anna Canté

Fotos: Jan-Peter Wulf, Presse

Titelfoto: Party im Es Vive, Ibiza





Durchdachtes Konzept nahe der Brandung: Amante Beach Club

Ibiza 2009: Was ist los?

Seit rund 20 Jahren ist Ibiza die europäische Hauptdestination für Party-Touristen. Die Dichte an Clubs, Bars, Restaurants und Lounges ist so hoch wie in so mancher Millionenstadt. Was tut sich 2009 auf der "weißen Insel"? Wie gehen die Szenegastronomien mit der Krise um? *nomy hat mit Machern, Insel-Insidern und Experten aus der Musikbranche gesprochen.

Der erste Eindruck beim Check-in macht Mut, dass Ibiza weiterhin szeniges Clubbing ist und weit weg von allen Klischees, die über den Partytourismus der Mittelmeer-Inseln kolportiert werden: In der Schlange Richtung Ibiza sieht man Plattenkoffer, Kopfhörer und Umhängetaschen, die mit dem Konterfei angesagter Labels oder Technikerhersteller verziert sind. Das lässt auf popkulturell aktive "Überzeugungstäter" schließen, und keineswegs auf "Sangria bis zum Abwinken". Wir starten also mit angemessener Vorfreude unsere *nomy-Exkursion.

Ende Mai ist nicht nur Saisonstart auf Ibiza mit den traditionellen Openings der Großclub-Platzhirsche **Pacha**, **Space**, **Privilege**, **Amnesia** und **El Divino**, sondern es findet auch zum zweiten Mal der **International Music Summit (IMS)** statt, auf dem Mitausrichter und BBC-DJ-Legende **Pete**

Tong dieses Mal das Motto "Back to Business" ausgerufen hat. Soll heißen: Nach jahrelanger Selbstbeweihräucherung und anschließendem Zähnegeklapper sollen Musik- und Partybusiness nun wieder die Ärmel hochkrempeln.

Krise ist angekommen

Neue Ideen und Konzepte sind in der Tat gefragt, gerade in ökonomisch schwierigen Zeiten. Als hätte Ibizas Szene aufgrund rigider Inselpolitik - Schließung von Clubs (u.a. das **DC 10**), Tanzverbot in Strandlocations (u.a. **Bora Bora**) oder Abschaffung der Afterhours (seit 2008 darf zwischen 7 und 18 Uhr keine Party mehr stattfinden) nicht genug Hürden zu meistern, tun sich 2009 Fragezeichen ob der Wirtschaftskrise auf. "Im Moment ist es noch sehr ruhig. Wir sind sehr gespannt, wie die Saison verlaufen wird", sagt **Francesco Ferrer**, Betreiber des **Pacha** am Ha-





Beachclub-Systemgastronomie: Nikki

fen. "Die Clubber sind verunsichert wegen der Verbote. Nightlife ist aus Sicht der Regierung etwas Negatives, Lautes. Dabei braucht Ibiza uns. Die Leute kommen wegen der Clubs zu uns!" Dem stimmt **Louis Puig** zu, der das mit dem Pacha - gelinde gesagt - rivalisierende **Space** auf dem IMS vertritt (er ist Betreiber des Space-Outlets in Miami) und eine Clubkommission für Ibiza fordert, wie sie z. B. in Berlin die Interessen der Gastronomen gegenüber den Behörden vertritt. "Man könnte fast eine Clubbing-Gewerkschaft aufziehen. Auf Ibiza arbeiten im Sommer mehr gastronomische Servicekräfte als hier Menschen im Winter leben!"

Freier Eintritt im August?

Für Ibiza jedoch, wo hinter jeder Disco eine eigene Weltanschauung steht und die Clubs sich gegenseitig so gern haben wie Fußballvereine im Ruhrgebiet, dürfte eine Union schwierig werden. Wechselt ein DJ von X zu Y, wie in diesem Jahr Superstar **Roger Sanchez** vom Pacha ins **Amnesia**, dann ist das genauso Inselgespräch wie die Transfergerüchte eines FC Barcelona. Dass es trotz der Superclub-Landschaft ein Jahr der Konsolidisierung wird, davon geht der Wahl-Ibizenker **Paul Walden** fest aus. Walden ist besser bekannt als **Guru Josh** (1990 und im Remake 2008 mit "Infinity" weltweit erfolgreich): "Gerade die englischen Partyreihen werden es super schwer haben, schon wegen der Wechselkurse. **Survival of the fittest** ist angesagt. Und: Freier Eintritt im August. Da wette ich drauf."



Erfinder der Chill-Romantik: das Km5 in San Jordi

Starke Töne hinsichtlich des bislang traditionell stärksten Monats auf der Insel, in dem das Pacha allabendlich bis zu **70 Euro Eintritt** nimmt und das Wasser so viel kostet wie hierzulande ein Gin Tonic mit Upgrade-Spirituose. Guru Josh könnte recht behalten: Die UK-Partyreihe **Cream** im **Amnesia** legt vor und bietet schon jetzt bis zu 40% vergünstigte Tickets an. Und das Space wird unter den Top-Five-Clubs der Insel als größter Wackelkandidat gehandelt.

Der Style bleibt...

An der Preisschraube mag gedreht werden, doch das szenegastronomische Niveau wird bleiben. "Itzi bitzi Ibiza" gibt es nur in ollen Karl-Dall-Kamellen. Das beweisen die neuen Konzepte, derer es auch 2009 wieder viele gibt: Zum Beispiel das **Boutique Hostel Salinas**, ein Design-Hostel (s. **nomy 0108**) auf internationalem Standard, oder die Neueröffnung von Gastro-Multi **Jason Bull**, der **Club Boho** (Ex-Discothek Extasis in San Antonio). Besonderes Augenmerk liegt 2009 auf den Beach Clubs: Jason Bull startet diesen Sommer auch die **Beach-Bar Sands** am Playa d'en Bossa, in Santa Eulalia eröffnet das erste Ibiza-Outlet der "Beach Club-Systemgastronomie" **Nikki** (13 Locations von Miami über Marbella bis Koh Samui), und der Beach Club **Amante** (Ex-Sol d'en Serra, Santa Eulalia) wurde von DJ **David Piccioni** übernommen und aufgemöbelt: Durchdesignte und durchdachte Konzepte nahe der Brandung, die trotz ihrer Saisonalität so gar nichts vom Sponsorenfriedhof-Flair mancher deutscher Beachclubs haben, bei denen noch das Kinderplanschbecken gebrandet ist. Hier hingegen: Sofas und gepolsterte Stühle im dezenten, Ibiza-typischen Weiß, massives Holzmobiliar und hochwertige Restaurant-Ausstattung.

...und der Spirit auch

"Der Spirit, den Ibiza ausmacht, kann der Insel auch keine Krise nehmen", sagt **Simone Ku-**





Paul Walden alias Guru Josh: "Survival of the fittest"

bierschky, stellvertretende Direktorin des **Hotel Es Vive** (siehe *nomytrend), das ebenfalls Jason Bull gehört. Im Gegenteil: Aufwertung ist angesagt: "Am Playa d'en Bossa, der mal als billige Bettenburg galt, haben in den letzten Jahren mit dem Nassau, dem Delano, dem La Plage von den Machern des L'Elephant und jetzt unser Sands echte Top-Läden aufgemacht." Die szenegastro-nomische Landschaft ist üppig. Da ist der Ruf nach einer Saisonverlängerung durchaus gerechtfertigt. "Vor Mai und ab November brechen die Direktflüge drastisch ein. Wir überlegen, das Es Vive auch im Winter zu öffnen, dafür wären solche Flugverbindungen natürlich sehr hilfreich", so Kubierschky. Der **Boho Club** jedenfalls ist ganzjährig konzipiert und soll im Winter die Da-gebliebenen mit Partyprogramm versorgen.

Stagnation auf hohem Niveau?

Einen, der Ibiza seit den Hippie-Zeiten der frühen Siebziger besucht und sich in der dortigen Gastro-Szene so gut auskennt wie in der hiesigen, treffen wir am Pool des 2007 eröffneten **Ibiza Gran Hotels** (60 Mio. Euro Invest, 27.000 qm, 157 Suiten): **Paul Kestermann** von PK beverage und dem von der *nomy-Redaktion geschätzten **Club 100**-Magazin. Der Eindruck des Profis? "Die Infrastruktur ist sensationell. Aber Ibiza **stagniert aktuell auf hohem Niveau.**" Es wird nicht mehr so improvisiert wie früher, findet Kestermann, typisch balearische Deko-Elemente verschwinden immer mehr. Es wird internationaler: "Vor zehn Jahren kamen die Trends von hier. Das **Km 5** in Sant Jordi mit seinen Beduinenkissen und -zelten war der Erfinder der Chill-Romantik." Jetzt, so hat er beobachtet, ist es umgekehrt, jetzt schauen die Macher der Insel nach London oder München, was dort funktioniert.

Grund ist die **stetige Premiumisierung**: "Wenn man 40 Euro für einen Rinderlappen in einer Strand-

location hinlegen soll, dann muss der Laden natürlich ein entsprechendes Design fahren."

Aber es gibt auch immer noch den völligen Non-konformismus auf der Insel: Zum Beispiel die momentan wohl hipste Partyreihe der Insel, das **Zoo Project** im ehemaligen Zoo nahe San Antonio, wo sich die Partygäste standesgemäß in Tierkostüme schwingen. Oder Mundpropaganda-Partys, die Ibizas Afterhour-Verbote umgehen, indem sie mit gecharterten Booten aufs Meer hinausfahren oder sich in abgelegene Höhlen begeben. Da ist die Akustik sowieso besser - und namhafte Sponsoren sind trotz des nicht angemeldeten Events (oder vielleicht gerade deswegen?) regelmäßig mit dabei.

What's next? Ibiza!

Wie in jedem Jahr wird natürlich gemutmaßt, welche Destination Ibiza denn in Kürze ablösen könnte. Was haben wir da nicht schon alles gehört in der Vergangenheit: Kroatien, Zypern, die Krim. In diesem Jahr heißer Favorit auf den Gesprächen des International Music Summit: Rumänien. Sicher, der **Kristal Club** in **Bukarest** ist gerade "le dernier cri". Und sicher, die Festivals **Creamfields Romania** und **TM08Base** haben im vergangenen Jahr für Aufsehen gesorgt. Aber langfristig - da legen wir uns fest - wird Ibiza die Nase vorn behalten. Und kurzfristig könnte es sogar heißer zugehen als je zuvor. Denn wer im Alltag krisengeschüttelt ist, dreht im Urlaub vielleicht sogar noch mehr auf. Das vermutet zumindest Top-DJ **Sander Kleinenberg**, der in diesem Sommer eine Residency im Pacha übernommen hat: "Die Welt ist im Aufruhr und die Leute flüchten davor. Sie werden es mehr denn je genießen, aus der Routine zu entfliehen. Dieser Sommer wird ein besonders wichtiger."



Dj Sander Kleinenberg



www.internationalmusicsummit.com
<http://twitter.com/bohoclubibiza>
<http://sandsibiza.com>
www.nassaubeachclub.com
www.nikkibeach.com
<http://laplageibiza.com>
www.km5-lounge.com
www.pk-club100.de
www.clubkristal.ro



Barzone 2009: Unser Messenachbericht

"Kalte Muschi" und Krisenkonzepte

Anfang Mai besuchte *nomy erstmals die Barzone in Berlin, die 2008 ins Leben gerufene Fachmesse für die Szenegastronomie. Neue Ideen, neue Trends, neue Herausforderungen warten auf die Branche - hier ist unser Review.



Der Profi am Werk: Barmixer Mike Meinke (Triobar, Berlin) auf der Barzone

Den zweiten Messetag für den Besuch gewählt zu haben, war ganz offensichtlich eine gute Entscheidung. Denn während es am ersten Tag äußerst trübelig zugegangen und der Andrang der Besucher auf die rund 70 Stände enorm gewesen sein soll, wie *nomy von allen Seiten berichtet wurde, bietet die entspannte Atmosphäre eine gute Basis, um mit einigen Köpfen der Branche ins Gespräch zu kommen. Zum Beispiel mit **Oliver Mannal**, Betreiber der **Jansen Bar** in Berlin-Schöneberg, der dem "Education Area"-Panel "GEMA-Alternativen" (mit **Saskia Peruza** aus der Netlabel-Bar **Breipott**, Berlin, mehr dazu in *nomy 01_09) aufmerksam gelauscht hat. "Wäre die GEMA nicht so eine starre Einzugszentrale, sondern eine Institution, die Musik fördert, hätten wir viel mehr davon", so Mannal. Während das niederländische GEMA-Pendant Buma/Steemra Mischkonzepte aus lizenzierter und lizenzfreier Musik für Künstler entwickelt hat, muss sich eine Gastronomie hierzulande noch immer entscheiden: Entweder ganz oder gar nicht. Sobald nur ein GE-

MA-gelisteter Song gespielt wird, fällt gleich die gesamte Gebühr an. Peruza und ihr Panel-Partner **Volker Tripp** vom **Netlabel id.EOLOGY** wollen - damit rücken sie schon mal raus - demnächst ein Download-Portal zum bequemen Erwerb lizenzfreier Musik für Gastronomen eröffnen. Klingt doch spannend. Wir bleiben dran.

Erhitzend statt erfrischend: Rotwein mit Cola

Von der lizenzfreien Musik zum lizenzierten Drink: **Spiridon Soukas**, Kopf der **Mongo's**-Systemgastronomie-Kette, hat sich mit **Tim Koch** vom **Room To Cook** (s. *nomy 03_08) zusammengetan und Rotwein mit Cola zusammengetan: Kalte Muschi heißt der Ende Mai offiziell gelaunchte Szenedrink, der "das erste offizielle Kaltgetränk" des FC St. Pauli ist, nachdem Tim Koch bereits seinen "Körri-saft" in Schirmherrschaft des Hamburger Kiezvereins verkauft. "In der Hockey-Szene ist Kalte Muschi ein sehr beliebtes Getränk. Wir wollen damit vor allem Frauen zwischen 20 und 30 ansprechen", er-



++ Eine neue Community will eine dauerhafte Bindung zwischen der Presse und der Gastronomie herstellen: Auf Pregas (www.pregas.de) können registrierte Gastronomen derzeit kostenlos ihre Monatsprogramme, Sonderveranstaltungen und sonstigen Presseinformationen eintragen. Journalisten wiederum können darauf zugreifen, zum Beispiel für Eventkalender oder Spezialthemen, aber auch eine Locationvermittlung für TV- und Magazinproduktionen gibt es, zum Beispiel Hotelgesuche für einen bundesweiten Gastro-Check oder Bars für Lifestyle-Features. ++ Der Barkeeper

Fatih Akerdeem hat einen Cocktailchiller erfunden: Das **Doppelglas**, das außen mit Crushed Ice und innen mit dem Cocktail befüllt



wird, verhindert Schmelzen und Geschmacksveränderungen. Dafür kann der Gast nicht mehr in seinem Würfel-Eismeer herumstochern und -rühren. ++ Praktisch: der **Solboy** ist ein Schirmständer, der nicht eingegraben werden



muss und deshalb auch auf dem Pflaster oder in der dünnen Beach-Club-Sanddecke guten

Halt findet. Mehr Infos: www.solboy.com ++





Regener Andrang an den Messeständen

Krisenmenüs: "Nudeln für drei Euro kann schließlich jeder, damit setzt sich niemand ab."

100% Agave

Aus Drink-Sicht das unangefochtene Highlight der Messe: Tequila aus 100% Agave. Den präsentieren fast alle Spirituosenfirmen als Flaggschiff an ihren Ständen. **Sonja Erler** von **Sierra Madre** ist in der Branche als ausgewiesene Tequila-Kennerin bekannt: "Tequila war in der Gastronomie in Deutschland bisher immer nur ein Shot: Salz, Zitrone, Kopfschmerzen. Wir zeigen jetzt die enorme Vielfalt und Mixbarkeit von Tequila. Die Wahrnehmung dreht sich momentan völlig."

Weitere Highlights im Ticker

Für die mobile Klapp-Bar **Justincase** gibt es jetzt einen Skater (für ein oder zwei Barsysteme), mit dem der Transport bequemer wird. Die Frontabdeckung besteht aufgrund vielfachen Wunsches von Gastronomen (Sie sehen: Ihre Meinung wird gehört!) jetzt aus massivem Hard Cover, und mit der Frontplane V2.0 können Brandings superschnell ausgetauscht werden, z. B. wenn Sie an einem Wochenende zwei Markenveranstaltungen durchführen. ++ Eis Age: **Mike Meinke** von der Triobar präsentierte in der Show Area **tennisballgroße Eiskugeln**, die nicht nur langsamer abtauen und das Schmelzen minimieren, sondern auch optisch was hermachen. Davon konnten wir uns abends im Vis-a-vis am Helmholtzplatz (s. *nomy 04_09) überzeugen, hier sind die Eisbälle auch schon im Einsatz. Optisch wie gustatorisch eine klasse Idee! ++ Spannend: Das afrikanische **DjuDju Bier**, pur oder mit Mango, Passionsfrucht oder Banane (CAB Banana & Beer lässt grüßen!), gibt es schon in vielen Berliner Gastronomien. Mehr zum Af-



Vortrag von Saskia Peruza und Volker Tripp

klärt uns Soukas. Frauen. Kalte Muschi. Vulgo abgeleitet vom spanischen Calimoch (dort ein beliebtes Vorglührezept), hagelt es nun - so überraschend ist das nicht - massiven Protest gegen den Produktnamen in diversen Fanforen des politisch korrekten Clubs. Bleibt abzuwarten, wie es da weitergeht...

Kleine Portionen, großer Effekt

Während am Stand des Leaders Club die Auszeichnungen verteilt werden, berichtet uns **Michael Meier** vom Hamburger **Chilli Club**, wie die "Asian Brasserie" die Krise zu spüren bekommen hat: "Vor allem beim Business Lunch macht sich bemerkbar, dass das Geld nicht mehr so locker sitzt." Schließlich werden viele dieser Essen auf Firmenkosten abgerechnet, und dort werden derzeit die Budgets schonungslos gekappt. Der Chilli Club steuert mit preiswerten Mittagsangeboten dagegen - unter zehn Euro bleiben die Positionen, erster Gang 4,50 EUR, zweiter Gang 6,50 EUR, im Menü 9,90 EUR. Meier: "Zu diesem Preis bieten wir hochwertige Speisen an. Es müssen Alleinstellungsmerkmale geschaffen werden, gerade jetzt." Und bloß keine billigen

++ **Russian Wild Berry**, das jüngste Produkt in der **Schweppes-Range**, ist die beerig-fruchtige Ergänzung zu den bekannten Klassikern wie Indian Tonic Water, Original Bitter Lemon und American Ginger Ale. Die **Mixability** ist hervorragend: Vor allem mit den klaren Spirituosen-Darlings wie Wodka und Gin lassen sich charakteristische Longdrinks wie **Wild Berry Wodka** mixen.

Klar, dass eine so gastrotekompetente Marke wie Schweppes sich auch für die Meinung der Branchenfachleute, der Bartender interessiert. Dazu hat man nun mit dem uns lieb und werten **Mixology-Mag** zu einem Ideenwettbewerb aufgerufen.



Zwischen dem 4. Juni und dem 31. Juli ist auf der Website **www.mixology.eu** ein Forumspfad geöffnet, in den Bartender und Connaisseurs ihre Inspirationen und Vorschläge eintragen können. Aus allen Vorschlägen wählt eine von Schweppes und Mixology geleitete Jury die 10 besten Vorschläge aus. Aus diesen wird wiederum der Gewinner gekürt, der dann mit seinem Namen für die neue Wild Berry-Signature-Kreation steht. In diesem Sinne: Los geht's.

++ www.schweppes.de ++
++ www.mixology.eu ++





Vorträge auf der Barzone: vor allem der Nachwuchs lauscht

rika-Trend in *nomy 05_09. ++ Will in die Clubszene, wo es Wein bislang schwer hat: **Acht Grad**, eine neue Bio-Weinschorle in der Longneck-Flasche ++ Geschmacksecht: **Quitte** als Drink, aber nicht aus der Rhön, sondern von **Carpe Diem**. ++



In Berlin angesagt: DjuDju Bier aus Afrika



Kann gebrandet werden: Klapp-Bar Justincase

Barzone: für gesamte Branche

Unser Fazit: Ein Besuch der Barzone lohnt sich für Gastronomen. Nicht allein für die Barszene (das könnte der Name ja vermuten lassen), sondern gerade auch für andere Betriebstypen der Szenegastronomie, da sich die Vorträge von Brauereiverträgen über WKZ bis zu internationalen Design-Trends an die gesamte Branche richten, ebenso das Angebot und die Bandbreite der Aussteller. Lediglich die Bar Hopping Tour am ersten Abend ist betriebstypenspezifischer ausgerichtet - die ist vor allem für Bar-Macher interessant. ++



Partystimmung auf der Messe

www.barzone.de
www.jansen-bar.de
www.breipott.cc
www.ideology.de
www.kaltemuschi.de
www.chilliclub.de
www.justincase.at
www.djudjubeer.com
www.8-grad.net

ÜBERBLICK

Berlin

++ Das **Sage**-Imperium expandiert weiter: Mit dem **Sage Restaurant** erweitert man die Kompetenz und das Angebot um Food, und zwar hipbes, internationales Food. **Sascha Disselkamp**, **Niko Hesslenberg** und **Jan Schröder** (das Sage-Team eben) haben sich dafür mit **Sanjay Shrestha** und **Hain Bui** vom japanischen Restaurant **Sumo** zusammengetan. ++ Die Techno-Partyszene streitet sich - um die Innenstadtparks der Hauptstadt. Hintergrund: Parks per Partys zu "besetzen", das war vor vier, fünf Jahren echt hip. Isses aber nicht mehr, weil Wildwuchs und mangelnde Absprachen die Öffentlich-Partys schwächen. Jetzt haben die **Wir sind Park**-Veranstalter, Urgesteine der Szene, als erste die Segel gestrichen. ++

Bremen

++ **Ulrike Nordloh** (früher Glashaus, Brinkum) und **Peer Schmidt** haben das **Filz** am Steintor eröffnet: "lecker essen und trinken." Tja, ist ja eigentlich nie verkehrt. ++ Im ehemaligen **Haus Wieseneck** ist der **Platzhirsch** eingezogen. Bemerkenswert daran vor allem der üppige Biergarten in bester, von Naherholungsangeboten geprägter Frequenzlage. ++ Und schließlich: Die **Hudson**-Family wächst. **Hansen** heißt das dritte Outlet der Hudson-Macher, modern-deutsches Restaurant mit Style. ++

Dresden

++ Das Kaffeehaus **Central** ist eine neue Ganztagesgastronomie am Altmarkt, die sehr geschmackvoll das gründerzeitliche Dresden im Ambiente zelebriert. Betreiber **Ralph Krause** setzt aber dennoch beim Angebot auf einen internationalen Fusion-Mix



*nomyfeature

"Das sind wir - so schmeckt es bei uns!"

Signature Drinks

Sie sind so eine Art Grundrauschen im Mix-Konzert der Gastronomie: Signature Drinks. Aber was bringen sie, und was brauchen sie?

*nomy hat sich in die Materie eingemischt.



Dem Anspruch verpflichtet:
Volker Seibert, Capri Lounge



Mit Schweppes Ginger Ale:
Absolut Vanilla Mule

Für uns sind Signature Drinks ein wichtiges Tool, um bei Produktaktivierungen oder Produkteinführungen den Bartendern direkt eine attraktive und funktionierende Einsatzmöglichkeit im gastronomischen Alltag zu bieten." **Marc Kerger**, Brand Ambassador von **Absolut Vodka**, bringt die Bedeutung der Referenzmixturen für die Marke auf einen griffigen Nenner. Im Hause Absolut will man schließlich, dass z. B. Flavours ohne langes Kopfzerbrechen und Herumtüteln in den Mix-Einsatz kommen. Kerger: "Dafür arbeiten wir zusammen mit Experten Rezepturen aus, die wir unseren Kunden für die Verwendung in der Bar an die Hand geben." Und die Experten stellen sicher, dass die Rezeptur weder zu simpel noch zu handlingsintensiv gerät.

Denn genau da trennen sich die Welten in der Gastronomie. **Bastian Heuser**, Bar-Experte vom **Mixology-Magazin**: "In der Hektik einer Hochfrequenz-Disco kannst du einfach nicht ein halbes Dutzend Zutaten sicher handhaben. Das kann nur schief gehen." Heuser sieht vielmehr grundsätzlich zwei Arten von Signature Drinks: Die eine für den schnellen, aber

leckeren Output, die andere für Connaissure, die ihre Drinks mit besonderem Anspruch ordern: "Das muss eben nach Outlet-Kategorie ausgerichtet sein." **Volker Seibert, Capri Lounge**, Köln: "Klar, die Leute kommen schließlich in eine gehobene Bar, um ein ganz besonderes Geschmackserlebnis zu haben. Da sind wir in Aufwand und Zubereitung einfach diesem Anspruch verpflichtet." Schließlich bilden hauseigene Signature Drinks auch ein wichtiges Werkzeug für die **Eigenvermarktung**. Nochmals Bastian Heuser: "Locations mit eigenem Signature Drinks sagen durch diesen Drink gewissermaßen: `Das sind wir, so schmeckt es bei uns.'" Es lohnt sich also, Sorgfalt und Kreativität darauf zu verwenden, schließlich geht es um die eigene "Visitenkarte".

Bastian Heusers Tip für die laufende Saison ist übrigens **Horse`s Neck**: Eine gute Spirituose, meist Bourbon oder Scotch, mit Schweppes Ginger Ale auffüllen, ein paar Dashes Angostura dazu und mit einer üppigen Zitronenspirale dekorieren. Eis ist obligatorisch. Sieht gut aus, erfrischt und hat Stil. ++

ÜBERBLICK

aus Food und Beverage. ++
Neues Restaurant in der Topliga ist das **Henricus** (Neumarkt), das in der ebenfalls historischen Heinrich-Schütz-Residenz residiert. ++

Düsseldorf

++ **Herr Spoerl**, das ist eine Gastroinstitution der Stadt. Um die man in letzter Zeit bangen musste: Nachdem die Filiale im Museum schon ausgezogen ist, steht die Schließung in der Tussmannstraße für den September an. D'dorf mit Herrn Spoerl auf dem Rückzug? Geht gar nicht. Eben: Wachstum kommt mit dem Ex-**Mengwasser** (Friedrichstraße). Und zwar asap. *nomy bleibt dran. ++ Das **canoos** ist ein neues Lifestyle-All-in-One, das am Robert-Lehr-Ufer mit direktem Rheinblick aufwartet. ++

Frankfurt

++ Das **Schweizer's** in Sachsenhausen hat als Style-Bar das Erbe der Keepers Lounge angetreten. Nicht ganz leicht, genoss die Lounge doch den Ruf, ein zentraler Network-Knoten des Viertels zu sein. Nach der Eröffnung wurde auch schon verlautbart, dass man das Konzept nachjustieren will. ++ Gastro-Urgestein **Gerd Schüller** macht nun auch in Sand: Zusammen mit **Wolff Holtz** hat er den **Opernstrand** an der Alten Oper (Terrasse des **Kubu**-Restaurants) am 3. Juni eröffnet. Folgen wird in diesem Monat noch das **Nice Plage**, der Beach Club des Restaurants **Nizza**. Direkt am Main. ++ **Mengi, Taff und Yeshi Zeleke** sind nicht nur Brüder, sondern auch die Macher des **Unity**. Insofern bringen sie geballte Erfahrung in



Art-Déco-Flair am Figueretes Beach:

Es Vive Hotel, Ibiza

Das Lieblingshotel der Musik-Branche



Ein wahres Art Déco-Schmuckstück zwischen den touristischen Betonbauten, die sich um den Stadtstrand Figueretes von Ibiza-Stadt ranken: Das Es Vive Hotel bringt ein Stück Miami/Paris auf die Insel. In den 1950er Jahren erbaut, funktionierte es bis zu seiner Übernahme 2001 als Zwei-Sterne-Hostal. Der "Upgrade" auf vier Sterne wurde baulich behutsam vorgenommen: Die Fassade, inklusive Fenster und Rolläden, blieb erhalten. In den 54 Zimmern, darunter drei Suiten und sechs Einzelzimmer, wohnen in der Saison viele Veranstalter, DJs und Musikindustrielle. Bei der Gästestruktur nur konsequent: Dauer-Geheimtipp sind die nächtlichen Partys (u.a. die angesagte Reihe hedkandi) in der hauseigenen Bar, eigentlich ein Club: 2003 vom Lagerraum zur Location umgebaut, dient sie seit 2004 als stilvoller Branding-Showroom für den Spirituosenhersteller Smirnoff. Auf der Holz-Terrasse spielen täglich von 14 bis 18 Uhr DJs den Ibiza-typischen Chillout-Sound, parallel dazu wird das Food-Angebot gefahren. Eben ganz dem Zeitrhythmus der Gäste entsprechend, irgendwo zwischen Mittag- und Abendessen. ++

www.hotelesvive.com



ÜBERBLICK

ihr jüngstes Projekt, den **Nu Soul-Club** in der Sonnemannstraße ein. Konzept: mwa - music with attitude. Dürfte ein Impuls für das Frankfurter Ostend werden. ++

Hamburg

++ Lange schon sprach TV-Kochpromi **Tim Mälzer** über sein **Bullerei**-Projekt: Jetzt hat er zusammen mit **Patrick Rütter** endlich seinen Restaurant-Traum eröffnet (Lagerstraße). Inklusive Kaminzimmer und großen "sozialen Tischen" geht es hier "mediterran kommunikativ" zu, so Mälzer. ++ Aus dem Allegria in Winterhude ist das **Cocco** (Hudtwalckerstraße) geworden. Konzept: Edle Küche und asiatisch-meditatives Ambiente. ++

Hannover

++ Neu in der Open-Air-Liga spielt die **Leine Suite** (Am Hohen Ufer) von Amici Mie-Macher **Maurizio Manioli**. Es spiegelt deutlich, was wir im letzten *nomy schrieben: Auch die Beach Clubs werden immer professioneller und kompetenter. ++ Das **Tremendo** von **Matthias Kubiska** etabliert sich gerade als karibisches Restaurant im ehemaligen Kartoffelhaus am Listner Platz.

Köln

++ Der Skulpturenpark ist ja nun nicht gerade der erlebnistechnische Boiling Pot in Köln. Aber jetzt hat er zumindest eine angenehme Gastronomie bekommen: In der **Parklounge** kann man angenehm inmitten eines stylischen 50ies-60ies-Ambientes genießen und sich inspirieren lassen. ++ Asia 2.0 im Belgischen Viertel: Das **Bep Viet** benutzt das bewährte Konzept "stylisches Ambiente, asiatische Küche". Punkt. ++ Im ehemaligen **Eiskeller der Süner-Brauerei** zischt nun das





Colours

Konzept

Ein klassisches Café-Bistro, das durch seine farbliche Akzentuierung auffällt: Betreiber **Markus Mensch** (Cube) bespielt seit Anfang Mai die Nordendstraße in der Maxvorstadt mit seinem zweiten Outlet, das täglich und ganzjährig ohne Ruhetag geöffnet sein wird. Das F&B-Angebot hat der anerkannte Sommelier bewusst unkompliziert gehalten: Frühstück, Bistro-Food (Pasta Toskana, Penne Arrabiata oder Club-Sandwichs), ein Business-Menü unter zehn Euro, Kuchen am Nachmittag, warme Küche bis 1 Uhr nachts und Barbetrieb. In der Küche gibt **Dominik Schulz** den Ton an, der zuvor Thomas Schatner zuarbeitete, Chef de cuisine in Menschs Restaurant **Cube**. Sondertag: Mittwochs wird "Wochenhalbezeit" mit reduzierten Getränkepreisen gefeiert; so soll ein noch nicht allzu umkämpfter Tag ergattert werden. Das Colours wird auch für Firmen- und Privatevents vermietet.

Ambiente

Farbenfroh, ohne aufdringlich zu sein: Bunte, pastellige Punkte im Polka-Dot-Design, gekontert von ganzflächigem Orange, Rosa, Gelbgrün oder Weiß. Die Tische stehen an der umlaufenden,

Retro-Charme versprühenden Eckbank, die so eine dezente Verbindung zwischen den einzelnen Tischen herstellt. Ledersessel und ein dunkler Parkettboden verleihen dem fast verspielten Ambiente eine Spur "Erdigkeit".

Publikum

Zielgruppe des Colours sind die Nachbarschaft, umliegende Büros und Shops, so Mensch: "In der Maxvorstadt gibt es ganztagig Frequenz aus Anwohnern, Mitarbeitern umliegender Büros und Einkaufspublikum. Großstadtmenschen also, und die wollen wir mit unserem modernen Café-Bistro-Konzept ansprechen."

++ facts

- + Größe: 75 qm
- + Kapazität: 45 Sitzplätze
- + Betreiber: Marcus Mensch (Lifestyle Gastronomie)
- + weitere Objekte: Cube

Nordendstraße 24
80799 München
Tel. 01 51. 23 03 79 47



www.colours-muenchen.de

ÜBERBLICK

Kölsch zwischen historischen Backsteinwänden tief unter der Erde auf den Tisch. ++

Leipzig

++ Die Low-Budget-High-Design-Hotelkette **Motel One** besitzt jetzt auch einen Standort in **Leipzig**. Am Westrand des Nikolai-Kirchhofs, in zentraler Lage, kann man preiswert nächtigen und sich gleichzeitig auf Höhe des Ambientedesigns fühlen.

München

++ Das **Lebenswert**, lang bekannt an der Isar, hat sich rundumerneuert: helleres Ambiente, loungigere Atmosphäre, die Karte modernisiert und optisch aufgestylt. ++ Ebenfalls rundumerneuert hat **Markus Ciletti** (Cafe Schall und Rauch an der Uni) den **Mariannenhof** (Mariannenstraße). Skurriler und hipper ist diese Anlaufstelle der gesetzten Mittvierziger geworden. Das soll nun auch Studis und Szenemenschen anziehen. ++ Die **Neue Freiheit** auf dem Optimolgelände bringt Großdiscotheken-Preise (sehr gnädig kalkuliert für München) und Partysounds in die Theaterfabrik. Glamour für die breite Masse. ++

Nürnberg

++ Eine Achterbahnfahrt der Gefühle im **Casa-blanca**: Nachdem das Traditions-Kultkino im März schließen musste, hat nun die Casa-Nova-Initiative das Heft des Handelns in die Hand genommen und will nun ein Zentrum für Gastronomie, Kleinkunst und Film an gleicher Stelle etablieren. ++

Ruhrstadt

++ **Bochum** - Das **Zocas** (Neuer Kamp) hat sich für die Schönwetterseason mit einem Beach





Loft

Konzept

Gerade erst hat das legendäre **Tribe-house** im Industriegebiet am Schlachthof in Neuss seinen Clubbetrieb eingestellt, da nimmt ein neuer Club auf dem Areal seinen Betrieb auf: Das **Loft**, zugleich Event- und Clubbinglocation. Betreiberin **Evi Papadopoulou** ist langjährige PR-, Künstler- und Eventmanagerin und griff spontan zu, als sie von der Fläche erfuhr: "Mit dem LOFT erfülle ich mir einen persönlichen Traum. Die Location ist einzigartig und bietet Raum für Events jeglicher Art." Ihre Szene-Connections bringt sie hier in das Konzept ein: Freitags ist mit der "Come together"-Partyreihe entspanntes Networking angesagt, vor allem die Düsseldorfer Kreativszene wird hier angesprochen. Clubber wiederum kommen mit der elektronischen Partyreihe "**red room**" auf ihre Kosten, die vom Stilvoll ins Loft wechselte.

Ambiente

Gehobener Industrie-Charme: Das Loft ist im ersten Obergeschoss eines alten, kernsanierten Backsteingebäudes auf dem Schlachthof-Gelände untergebracht. Das Interieur ist bewusst puristisch gehalten, um den Blick auf die eindrucksvolle Architektur zu lenken. Je nach Veranstaltung, die im Loft gefah-

ren wird, werden die Dekoration und der Look der Location angepasst.

Publikum

Das Publikum des Loft setzt sich - je nach Event - aus zwei verschiedenen Gruppen zusammen: Zum einen sind es die Clubber, die nach der Tribehouse-Schließung hier ein neues Zuhause für elektronische finden sollen, zum anderen wird die lokale Medienszene (darunter auch der eine oder andere Promi) angesprochen - und alle, die das VIP-Flair mitgenießen und mitgestalten wollen, ganz nach dem Motto des Loft: "Step into our world and express yourself".

++ facts

- + Größe: 600 qm
- + Kapazität: 800 - 1000 Personen
- + Betreiber: Evi Papadopoulou
- weitere Objekte: keine

Büdericher Str. 26
41460 Neuss
Tel. 0 21 31. 71 87 54 0



www.loft-neuss.de

ÜBERBLICK

Club verstärkt: **Zoca's Beach-club** und strahlt mit Thai-Buddha-Figuren eine fast meditative Ruhe aus. Eintritt frei. ++
Dortmund - In die Bedarfslücke "Raucherlocation" stößt das neue **Halbzeit** am Westentor (Hoher Wall). ++ Qualmen darf man auch in **Die Burg** (Hoher Wall). Dazu - in Übereinstimmung mit dem Claim "Die Kneipe, die rockt" - Rocksounds, bodenständige Küche von Eintopf bis Stullen. ++ Das Gelände der ehemaligen Thier-Brauerei beherbergt mit dem **Sixx.PM**, der **Liquid Lounge**, dem **Mendoza** und dem **zu-HOUSE-Club** Edelsteine des Nachtlebens. Damit ist aber im Juli Schluss: Hier wird ein Shopping-Center hochgezogen. Über die Aktivitäten von **Hubertus Brand & Co** werden wir in den nächsten *nomy - Ausgaben berichten. ++

Stuttgart

++ In der Altstadt - szenetechnisch eher Randlage, dafür rotlichttechnisch ganz vorn - hat **Axel Steinbeck**, Macher der Clubs Schräglage, jetzt den **Club Bounce** eröffnet. Steinbeck hat eine Menge vor. Musikalisch ist Electro dabei das Zentrum. ++ Ein "Heute top, morgen flop"-Standort war das **Eckhaus am Olgaeck** bislang. Mit dem **Shabu Shabu** soll sich das ändern: ein Design-Asiate mit Mittagsbuffet und intergriertem Take away mitten im Raum. ++ In den Räumen des ehemaligen Ascot hat die **Vitrine 22** eröffnet. Das ist ein Ganztageskonzept, das rund um das thematische Zentrum "70er Jahre" gebaut wurde. Betreiber **Suli Aslan** will zudem die studentische und die künstlerische Szene der Stadt anziehen. ++



WICHTIGE LÄDEN

Ausgabe 06_09

Berlin

++ Jansen Bar ++ Sage Restaurant ++
++ Sumo ++

Bremen

++ Filz ++ Platzhirsch ++ Hansen ++

Bukarest

++ Kristal Club ++

Dresden

++ Central ++ Henricus ++

Düsseldorf

++ ++ Herr Spoerl ++ canoo ++

Frankfurt

++ Schweizer´s ++ Opernstrand ++
++ Nice Plage ++ Nu Soul Club ++

Hamburg

++ Room To Cook ++ Chill Club ++
++ Asian Brasserie ++ Bullerei ++ Cocco ++

Hannover

++ Leine Suite ++ Tremendo ++

Ibiza

++ Boutique Hostal Salinas ++ Club Boho ++
++ Sands ++ Nikki ++ Amante ++ Pacha ++
++ Space ++ Privilege ++ Amnesia ++
++ El Divino ++ Bora Bora ++ Hotel Es Vive ++
++ Ibiza Gran Hotel ++ Km 5 ++

Köln

++ Parklounge ++ Bep Viet ++

Leipzig

++ Motel One ++

München

++ Colours ++ Lebenswert ++ Mariannenhof ++
++ Neue Freiheit ++

Nürnberg

++ Casa Nova ++

Ruhrstadt

++ Zoca´s Beachclub ++ Halbzeit ++ Die Burg ++
++ Sixx.PM ++ Liquid Lounge ++ Mendoza ++
++ zuHOUSE-Club ++ Bertels ++ blue:beach ++

Stuttgart

++ Club Bounce ++ Shabu Shabu ++ Vitrine 22 ++
++ Bar Baroque ++ San´s ++

