

*nomy

Gastronomisch wertvoll.

Asia 2.0

Fernost reloaded - ein Trend kehrt zurück!

Neue Läden MonBerg, Monheim, Bellatirolia, Köln **Bits & Pieces**

Speedopener, scharfe Drinks, Gastrosound-CD **Trends** Design Hostels, After Work Comeback,

Moscow Mule **Auf und zu** Die Gastrolandschaft im Überblick **Es muss**

rocken! Der Club Watt erzeugt seinen eigenen Strom

EMPFOHLEN VON



*nomy_01_08

3 *nomytorial

Ein paar Worte zu *nomy

4 *nomytrendspot

Asia 2.0 - die neue Trend-Themenwelt

6 *nomytrend

Bits&Pieces - Fundsachen aus dem Info-Sektor

Designhostels - neuer Betriebstyp

Überblick - wer hat aufgemacht, wer zu?

After Work Comeback - altes Thema, neuer Umsatz

Moscow Mule - der neue Hype-Drink

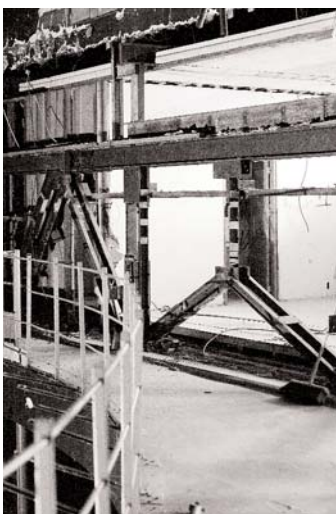
10 *nomyfeature

WATT Rotterdam - mit eigener Stromerzeugung

12 *nomyläden

MonBerg, Monheim

Bellatirolia, Köln



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ein paar Worte zum neuen ***nomy - gastronomisch wertvoll**. Es ist ein spezieller, exklusiv erstellter Trendletter für Macher und Macherinnen in der innovativen Gastronomie Deutschlands. Wir, die ***nomy**-Redaktion, werden Sie künftig einmal pro Monat über Trends und Tendenzen informieren. Und zwar über Trends und Tendenzen aus der gesamten Popkultur, die Bedeutung für das gastronomische Tagesgeschäft von heute und morgen haben. In der Marke Schweppes haben wir den kompetenten Partner gefunden, der uns in dieser Mission unterstützt.

Warum ausgerechnet Sie ***nomy** bekommen? Weil Sie zum Kreis der innovativen Gastronomen Deutschlands zählen, über die und für die wir berichten.

In diesem Sinne herzlich willkommen! Wir wünschen Ihnen Gäste, die genauso konstruktiv und offen mit Ihnen kommunizieren, wie Sie es mit uns tun. Danke!

Stefan Niehues

P.S. Sagen Sie uns doch mal bei Gelegenheit, wie ***nomy** bei Ihnen ankommt.

IMPRESSUM

***nomy - gastronomisch wertvoll**
wird herausgegeben von der brand.m GmbH,
Leithestraße 111, 45886 Gelsenkirchen,
Telefon: 0209. 9 47 87 0
Mail: nomy@brand-m.de

Redaktion: Stefan Niehues (V.i.S.d.P.),
Jan-Peter Wulf (Ltg.), Jasmin Ulrich
Layout und Grafik: Stefanie Lankers
Fotos: Presse, Studio Roosegaarde



ASIA 2.0



ASIA 2.0

Nach Oriental schickt sich Asia an, die bestimmende Trend-Themenwelt zu werden. Treiber für diese Entwicklung sind die neuen gastronomischen Konzepte der Marke Asia 2.0: Food, Beverage, Clubbing.

"...unglaubliche Gewürze": Bernd Arold, Maitre im Gesellschaftsraum, München

Berlin, Szenezeile Torstraße, Nummer 195, Gastronomiebetrieb. Bis zum letzten Jahr war hier nur der typische **Mitte-Döner** zu haben. Jetzt grüßt stilisiert Mao Tse Tung aus dem Laden-Logo, Designlampen von Stiletto und TFT-Bildschirmen am Counter stehen vor rot-weißgestreiften Wänden. Auf der Karte Leckerbissen wie **Deep Throat** oder **Red Black Honey Girl** - das **Toca Rouge**, Betriebstyp **Asia-Imbiss 2.0**.

"Positive Eating"

Asia 2.0, das ist eine diffuse, spannende Themenwelt aus Aromen, Düften, Ornamenten und Tönen. Alles "irgendwie asiatisch" - so, wie in den 90ern der TexMex-Trend alles "irgendwie mexikanisch" werden ließ. An die Stelle von Jalapenos und Burritos sind heute Koriander, Fischsauce und Tees getreten (warm und kalt). **Kamil Zaremba** von der Bar **Lorbass**, Köln: "Ingwer-Beer im Long-

drink, Sate-Spießchen als Fingerfood zum Cocktail, Buddha auf dem Fenstersims. Da wird quer durch den Kontinent gemixt, und es funktioniert."

Im Food-Bereich natürlich nicht zuletzt deshalb, weil asiatisch Aromen und Zubereitungsarten dem herrschenden Wellness-Bewusstsein in den Lauf spielen. **Werner Köpper**, VV der expandierenden Asia-Casual-Food-Kette **cha chà**: "Wir nennen das positive eating." Bedeutet: Kaum tierische Fette, viel Obst, viel Gemüse. Beim **Green-Curry-Frühlingsrollen-Salat** greift man dabei natürlich nicht zur Cola, sondern zum Grüntee. Übrigens: Die vier cha chà-Outlets (zwei Hamburg, Essen, Düsseldorf) drehen ihre durchschnittlich 200 Plätze locker mehrmals am Mittag wie am Abend.

Garküche im Franchise-System

In die gleiche Kerbe wie das **cha chà** schlagen Konzepte wie **Kerstin Schwans Mosch Mosch**



*nomytrendspot



200 Plätze, mehrmals täglich gedreht: Asian-Casual-Food im cha chà (I.) - Galionsfigur für Asia 2.0 in der gehobenen Restauration: Tim Raue (mit Gattin Marie-Anne, r.)

("Japanische Nudelbar", sehr gesund!) oder das bayerische **Kaimug** ("Thailändische Garküche", sehr gesund!). **Jens Trenner**, Betriebsleiter **Kaimug München**: "Wir hatten von Anfang an mit dem typischen China-Food nichts zu tun. Das hat sich rumgesprochen." Kaimug-Chef **Bernd Ungewitter** denkt ebenfalls expansiv und steuert aktuell neben den beiden Münchner "Garküchen" zwei weitere Franchise-Objekte in Berlin und Stuttgart.

Der neue Fusions-Baukasten

Für alle, die keinen reinen Asia-Laden haben, gilt: Nutze die Bausteine. Hier ein Beispiel: Im **Gesellschaftsraum** (angerocktes Fine-Dining, München) montiert Maitre **Bernd Arold** deutsche, italienische und asiatische Bausteine zum **New Fusion Food**. Kostprobe? Rosmarin-Lychée-Sorbet auf Basilikumerdbeere etwa, oder Eucalyptus-Hafer-Lamm mit Pfifferlings-Mango und Garnele. **Arold**: "Den Unterschied machen die unglaublichen Gewürze. Würze einen braven Schweinebraten asiatisch, schon entsteht ein komplett neues Gericht". Auch das Kölner **Bellatirolia** (s. **nomyläden**) bedient sich für sein **Austroasiatisches Food** aus diesem Baukasten. Und die Trendforschung hat bereits in diesem Zusammenhang analysiert: "Die Integration von Kartoffeln, Tomaten, Auberginen vor mehreren Hundert Jahren war nicht weniger Integration, Immigration oder Fusion als die heutige Integration von Soja, Ingwer und Zitronengras", so Trendguru **Matthias Horx** in einer Studie seines Kelkheimer **Zukunftsinstituts**.

Und was ist mit Beverages?

Während **Tim Raue** in seinem Berliner Restaurant **MA** (direkt im **Adlon**) Asia auch in der Top-

Gastronomie zelebriert (er mixt beispielsweise Fleisch der brandenburgischen Region mit der Schärfe und Geschmacksintensität asiatischer Wurzeln, Samen und Kräuter) kümmert sich in der angegliederten **Shoshu Bar** Barmanager **Matthias Reeder** um Asia 2.0 auf der Getränke-Ebene. Shoshu, die japanische Spirituose, ersetzt bei ihm wahlweise Wodka, Kornbrände oder Rum als Mix-Zutat. Mixability hervorragend. **Reeder**: "Das Interesse an Asien ist unter uns Barkeepern enorm gestiegen. Das begann vor drei, vier Jahren mit der Wiederbelebung des Ginger-Beers, das heute in jeder Bar zum Standard gehört." Und die Gäste lieben das elegante **Japanese Bartending**. Nochmal Reeder: "Das Eis schlagen wir vom Block ab. Alte Schule und einfach immer ein Hingucker und bei den Gästen."

Boom bei Japan-Ausstellern

Denn auch für die Inszenierung des Drumherum (um Food und Beverage) liefert der Asia-Baukasten Material. **Joseph Geiss** von der Dekorations-Messe **Ambiente**, Frankfurt: "Das Asien-Interesse ist riesig. Allein bei den japanischen Ausstellern sind wir von 35 im letzten Jahr auf 107 in 2008 geklettert." Ganz oben bei den Käufern stehen aktuell Möbel, Lampen und Accessoires. Im kommenden Jahr soll deswegen eine separate Halle für asiatische Aussteller angeboten werden - Asia 2.0 ist die neue Trend-Themenwelt.

DER TIPP ZUM SCHLUSS

Wer das Thema Asia 2.0 musikalisch aufgreifen will: Moderne Loungesounds aus Asien bietet die Compilation **China Lounge** (blue flame Records). Hier können die Tracks angehört werden:

→ www.asialounge.com/cd_asia



*nomy 01_08



Neuer Betriebstyp

Design Hostels

Günstig wie ein Hostel, schick wie ein Hotel - die neuen Design-Hostels wie die Superbude, Hamburg, das Hotel Cocoon in München oder das Citizen M am Flughafen Schiphol, Amsterdam, vereinen das Beste beider Seiten.



Das bedeutet: Kein Schnickschnack, den der Gast sowieso nicht braucht, wohl aber ein stiliches Ambiente - denn das ist alles andere als überflüssig. Im **CitizenM**, Amsterdam, konsequent ausgelegt auf Durchreisegäste, haben die Zimmer üppig dimensionierte Leinenbetten und eine Komplettverglasung für ausreichend natürliches Licht. Beleuchtung, Helligkeit und Farbe des (Kunst)Lichts sowie Raum-Temperatur und Musik können individuell eingestellt werden. Eine schlichte, aber schicke Übernachtungsmöglichkeit, die ab 69 Euro zu haben ist.

Style Marke Eigenbau

Gut aussehen muss es, viel kosten darf es aber nicht. Da sind natürlich innovative Wege des Ambiente-Design gefragt. **Jörn Hoppe** von der **Superbude**, Hamburg: "Wir haben mit unserem Designer Sofas aus Europaletten gebaut, Schiffs-taue für die Stühle verwendet und Lampen aus Pappbechern kreiert." Klar, man ist auf dem Hamburger Kiez, da erwartet der Gast schon ein bisschen was Ausgefallenes. Nochmal **Hoppe**: "Aber schick muss es sein."

Raus mit der Minibar

Ausgangsfrage bei der Planung: Was braucht der stilbewusste, aber preissen-

sitive Hotelgast wirklich? "Wir haben quasi am Reißbrett ein Zimmer kreiert. Dann haben wir rausgeworfen, was unnötig ist, und reingepackt, was der moderne Gast braucht", erklärt **Hoppe**.

Der moderne Gast ist in diesem Fall jemand, der so aussieht: Mitte 30, mit 2.500 Euro Bruttoeinkommen, verheiratet, ein Kind. (Kalkulation: **Treugast**) "Solche Leute brauchen kein Pay-TV, keine Minibar und kein Zimmertelefon. Also raus damit!"

In der Superbude gibt es im Doppelzimmer (59 bis 89 Euro) statt dessen WLAN gratis ("solche Leute arbeiten von unterwegs") und Skype-Telefone gegen geringe Leihgebühr. Das TV-Gerät ist obligatorisch (Hoppe: "unentbehrlich"). Resultat dieser Ausstattungspolitik: "Die Leute lassen abends mehr Geld an der Bar, wo die Gäste ins Gespräch kommen." Sogar die Backpacker, die für 16 Euro unterkommen. Damit können wir unsere knapp



BITS & PIECES

++ Scharf als Geschmackswelt: Der Minz-Chili-Drink **Chillmi** oder **Chili con Lemon** von Warsteiner versuchten bereits, mit Chili-Schärfe in der Vielfalt der Drinkwelt aufzufallen - jetzt kommt **Yxaiio** (online bestellbar über www.yxaiio.com) aus Österreich und packt neben Chili-Flavour auch noch Pheromone (Sexual-Lockstoffe) ins Getränk. Da wird also doppelt scharf gemacht. Auf Ibiza wird das schwer auszusprechende Produkt promotet, indem freundliche Mitarbeiterinnen des Unternehmens Pheromone per Sprühdosen ins Clubpublikum (u.a. **Pacha** und **El**



Divino) befördern. Wir geben Laut, sobald die Kanonen für deutsche Clubs schussbereit gemacht werden. ++

++ Ein praktisches Tool für Gastronomen bekamen wir aus dem ostfriesischen Schortens in die Redaktion: Der **Speedopener** eignet sich hervorragend, um Massen-Flaschenbestellungen an der Theke sekundenschnell



abzuarbeiten. Zu kriegen unter www.speedopener.de ++

++ Wer die Geräuschkulisse verstärken will, wenn es mal nicht so voll ist im Laden, der bekommt mit **Ohrenschaus - der Sound Hamburger Restaurants** den perfekten Soundtrack dazu auf





Multimedia-Tools statt Zimmertelefon

kalkulierten Zimmer- und Frühstückspreise gegenfinanzieren." Stichwort Frühstück: Sowohl in Hamburg als auch in Amsterdam werden außerhalb der - bis in den Mittag gehenden - Frühstückszeiten do-it-yourself-Angebote für die Gäste bereitgestellt. In der Superbude gibt es drei Kühlschränke, aus denen mit der Zimmerkarte Speisen in drei Preisklassen entnommen werden können. Küchengeräte zum Selberkochen oder Erhitzen stehen ebenfalls zur Verfügung. In Schiphol gibt es dafür die **canteenM**: Sandwiches, Sushi und einfache warme Gerichte 24 Stunden am Tag.

Neuer Gästetypus

Jörn Hoppe prognostiziert einen Wandel der Gästepreferenzen: "Den Sterneturismus für betuchte, ältere Gäste wird es immer geben. Aber der junge neue Gästetyp, der mobil und preissensitiv ist, das



24-Stunden-Foodservice: die canteenM

ist ein kommender Markt." Einstweilen schon ist die Superbude "fantastisch ausgelastet." Und das CitizenM will 20 weitere outlets in den nächsten Jahren eröffnen.

Einen haben wir noch...

Aufmerksamkeitsstark ist das, was derzeit am Stockholmer Flughafen Arlanda heranwächst: Hotelier **Oscar Diös** (drei Hostels in Uppsala) funktioniert dort eine in Ruhestand getretene Boeing 747-200 in ein **Jumbohostel** um. Der gegründete Jet hat 25 Kabinen mit 80 Betten, pro Raum einen Flatscreen-TV und kostenloses WLAN. Dusche und WC gibt es auf dem Korridor, eine Suite und ein behindertengerechtes Zimmer haben ihr eigenes Bad. Zusätzlich wird den Gästen eine Lounge im oberen Bereich des Fliegers sowie ein Frühstücksraum zur Verfügung stehen.



Jumbohostel: 25 Kabinen und eine Suite beherbergt dieses besondere Design-Hostel

CD: 12 Tracks mit Gesprächsfetzen und Gelächter, Teller-scheppern, Gläserklirren und zischender Espressomaschine. Aufnahmeorte: Hamburger Locations wie das **NIL**, das **Tafelhaus** oder das Restaurant **Goldfisch**. Besonders geil: der Bonustrack **Jugendherberge auf dem Stintfang** als akustisches Besteck-Abraum-Finale. Das alles für schlappe fünf Euro auf www.cucinaria.de zu haben. Und ein Euro pro verkauftem



Exemplar geht davon an die **Hamburger Tafel**. ++

++ Gar nicht lustig hingegen: DJ **Tom Novy** berichtet in der **rave-line**, dass in spanischen und französischen Clubs immer häufiger **K.O.-Tropfen** in die Getränke junger, attraktiver Clubbesucherinnen geschüttet werden. Erste Clubs in Paris sind schon dazu übergegangen, offene Getränke nur noch mit einem aufgelegten Bierdeckel über den Treisen zu reichen. Auch aus deutschen Discos ist das Problem bekannt. ++

++ Wie sieht die **Zukunft der Hotellerie** aus? Darüber diskutieren Designer, Konzepter, Caterer und natürlich Hoteliers auf dem **Future Forum** vom 15. bis 17. Oktober in Berlin. In **Usability Workshops** werden Macher und Experten erfolgreiche Beispiele aus der Branche analysieren. www.designhotels.com/futureforum ++

F*** You Afterwork!

After Work-Comeback

In den 90ern einer der prominentesten Party-Hypes, danach in der Versenkung oder der Provinz verschwunden. Jetzt darf auch wieder am Feierabend gefeiert werden. *nomy fragte bei berufener Quelle nach.



Warum dieses Revival? "Eine Statusfrage", analysiert **Christian Becker** vom **bangaluu**, Berlin, "wer als Gast auf eine After Work-Party geht, der zeigt: Ich kann es mir leisten, unter der Woche einen drauf zu machen". Diese "Zeigefreudigkeit" hat die heutige After Work-Generation von der Gründergeneration der 90er Jahre übernommen. Anders aber als früher gibt es drei Dinge zu beachten.

Erstens: "Bloß nicht einfach nur After Work nennen." Darum heißt die bangaluu-Version auch **Fuck You ... After Work**. Wir finden: Eine gekonnte Weiterentwicklung des Themas.

Zweitens: "Nicht mit einem einzigen Musikstil verbandeln." **Becker:** "Wenn ich House und R'n'B drauf schreibe, kommen nur Leute, die genau das mögen. Besser die Ankündigung musikalisch offen lassen, was man dann spielt, ist eine ganz andere Kiste."

Drittens: Einen Entertainment Added Value bieten. Im bangaluu ist das **Joe Lennox** - eine Kunst-Figur. Lennox ist ein Familienvater, der "after work" die Sau rauslässt. **Becker:** "Wir inszenieren das Thema Joe jede Woche neu und erzählen die Geschichte weiter. Die Leute wollen dranbleiben und kommen wieder." Das ist dann wie Sex and the City - man ist gespannt, was jetzt wohl wieder passiert...

++



www.bangaluu.com, Foto: nightpaper.com

ÜBERBLICK

Berlin

++ Das **Rechenzentrum** pirscht sich seit Anfang des Jahres an die Top-Technoclubs der Stadt heran. Im Außenbereich, Gelände des Ex-DDR-Rundfunks, haben die Macher zusätzlich den **Funkpark** eröffnet - Liegestühle, Tapas, Matsch- und Planschbecken für die Raver-Kinder, wochenends ab 11 Uhr

++ **Matthias Rischau** will seine Bio-Fast-Food-Kette **Gorilla** (fünf Filialen) deutschlandweit als Franchise expandieren lassen.

++ Neu ist der **breiPott** von **Saskia Peruzza**: Milchreis in allen Variationen, zum Beispiel mit Paella gefüllt, gibt es hier auf der Skalitzer Straße.

Außerdem: lizenzfreie **Netaudio**-Musik, die sich die Gäste an Dock-Stationen kostenlos runterladen können.

++ Nochmal Kreuzberg: **Tosh Dirschka (Würgeengel, Hefner)** hat auf der Schlesischen seine eigene Bar eröffnet: das **Homes**.

++ Der **Club 103** schließt im September seine Pforten. Ob es an anderer Ort und Stelle weitergeht ist noch nicht bekannt

++ Das **tanzngen** schließt sich an: auch für die Berliner Bar in der Eberswalder Straße ist Schluss.

++

Bremen

++ Schnell, gesund: **Suppito** nennt **Gabi Blösch** ihre Suppen- und Salatbar auf dem Richtweg in Mitte, die von 11 bis 18 Uhr geöffnet ist.

++ **Oscar, Riva** und jetzt **Babilon**: Mit **Manucehr Khatouni** versucht sich schon der dritte Gastronom mit einem Restaurant in dem Objekt in der Friedrich-Karl-Straße. Hoffentlich mit Erfolg. Die Küche: vorwiegend italienisch. Die Wände:



Der beste Esel im Stall:

Moscow Mule

In den 40er Jahren des 20. Jahrhunderts kreiert, aktuell in der Barszene Hype-Drink 2008: Moscow Mule, auch verballhornt als "Wodka Gurke" anzutreffen, verhilft Ingwer-Aromen im Generellen und Ginger Beer im Besonderen zu neuer Bedeutung.



Originalversion des Mule: Wodka, Limettensaft, Ginger Beer. Die häufig anzutreffende "clubbige Version hingegen: Wodka, Ginger Ale und Gurke

5 cl Wodka, 1 cl Limettensaft, Würfel-
eis und Ginger Beer als Filler, alles
serviert im Kupferbecher - das ist die
Originalrezeptur.

Für Puristen der einzige Weg, den Esel
aufzuzäumen (abgesehen vom
Kupferbecher vielleicht). Und auch für
viele Gäste. Wie die strukturiert sind?

Volker Seibert, Capri Lounge Köln:

"Moscow Mule spricht vor allem das das
erwachsenere Publikum über 25 an."

Auch **Dominik Galander, Bar Nou,**
Berlin, hat die Mule im Programm: "Ist
eigentlich aktuell gar nicht mehr wegzu-
denken. Das würde eine Lücke im
Angebot hinterlassen."

Aber selbstverständlich fordert auch die
breiter angelegte Gastronomie ihr Recht
am Hype. Und wandelt das Ur-Rezept
ab: mit Ginger Ale und Gurke. Was vor
allem in clubbigeren und Party-Objekten
so praktiziert wird. **Cecchia Silvano**
aus der Münchner **Partybar aksniBuk.**
"Ich verkaufe Moscow Mule mit
Schweppes Ginger Ale und Gurke. Klar,
im Originalcocktail ist die nicht drin,
aber es bestellen eben alle Wodka
Gurke". Übrigens auch in Berliner Clubs
wie dem **Tape** oder dem **White Trash** -

und das, obwohl der Moscow Mule-Trend
in der Hauptstadt begann. Bleibt abzu-
warten, ob möglicherweise Promotion-
Aktivitäten (ein Spirituosenhersteller will
das Originalrezept im Rahmen einer
Gastrotour landesweit bekannt machen)
dem Original auf die Sprünge helfen.

Ein Leben nach Lemongrass

So oder so: Ginger Ale und Ginger Beer
erleben durch den Mule natürlich einen
signifikanten Push bei Wahrnehmung und
Verzehr. Wobei Ginger Beer selbst von
Marktführer Schweppes noch stiefmüt-
terlich behandelt wird - das sollte sich
schnellstens ändern. Auch und weil
Ingwer als Aroma im gesamten Food und
Beverage-Bereich stetig wachsende
Popularität verzeichnet. **Jörg Meyer,**
Barchef im Le Lion - Bar de Paris,
Hamburg: "Barkeeper witzeln schon,
dass Ingwer das Lemongras des 21.
Jahrhunderts ist." Oder auch das kulina-
rische Parfum der "Post-Lemongrass-
Cocktail-Epoche". Das haben auch die
Aromen-Hersteller erkannt: Auf der **Brau**
Beviale werden neue Getränke-
Prototypen mit Ingwer vorgestellt.



ÜBERBLICK

vom Betreiber (studierter
Kunstmaler) selbst getüncht.

++ In der **Scharfrichter Lounge**
(Martinstraße) gibt's Premium-
Currywürste in zehn verschie-
denen Schärfegraden. Wer es
lieber sanft, aber edel mag,
greift in dem Laden von **Ingo**
Koopmann und **Thomas Tusk**
zur Wurst im Blattgoldmantel.
++ Nigerianische Küche gibt es
im **Christy's** an der Hanken-
straße. Den Chiligrad der
Gerichte hat Chefin **Christiana**
Weinheuer für europäische
Gaumen einreguliert. ++

Düsseldorf

++ Inspiration für Macher und
Gäste: Im **Architektur + Ess-**
kultur auf der Ackerstraße in
Flingern arbeitet das Gestal-
terteam **Petra Sievert** und
Gerhard Leister. Gleichzeitig
können hier auf 400 qm Gäste
euro-asiatisches Food consu-
mieren. ++ Eine winzige
Parkgastronomie hat **Matthias**
Böttger (Restaurant **Lieblings**)
am Florapark geschaffen - die
Florabar mit Biofood und
selbstgemachtem Kuchen. ++
Das Ex-**Minol** in der alten Tank-
stelle im Hafen hat wieder auf:
Leunar heißt das Kneipenbistro
jetzt - man bleibt also in der
Raffinerie-Metaphorik. ++

Dresden

++ Glückwunsch, **Abdulaye**
Balde: Zehn Jahre betreibt der
DJ nun die Black Music-Institu-
tion der Stadt, den **Motown**
Club (Petersburger Straße). ++
Das Restaurant **Dinglinger**
(Altstadt) bietet seit August
leichte deutsche Küche mit
internationalen Einflüssen. ++
Tagsüber ein klassisches Café
mit Frühstück, Kuchen- und
Eisangebot, wandelt sich das
Lloyd's abends in eine Cocktail-





MonBerg

KONZEPT

Outdoor-Gastronomie für eine möglichst breite Zielgruppe. Das Neusser **Tribe-house**-Team um **Erik Ludwig** verlässt damit den reinen Dance-Bereich. Gemeinsam mit **Frank Klement** und **Bayram Avucu** hat Ludwig (zusammen mit Bernhard Firneburg, **Monheimer Pfannenhof**) ein dreibeiniges Konzept aus **Biergarten**, **Beachclub** und **Eventlocation** für Familienfeiern und Feste konzipiert. Das **MonBerg** ist also eine Art **All-in-One** für den Open Air-Bereich. Mit Saisonverlängerung bis in den Herbst: zahlreiche Überdachungen und eine eigene Solarzellen-Anlage für die Beheizung machen es möglich. Standort ist eine neue Aussichtsplattform im Monberger Rheinpark, 200 Meter vom Fluss entfernt auf einer Anhöhe.

AMBIENTE

Rustikal mit viel Holzverbau und klassischen Sitztischen geht es im **MonBiergarten** mit passendem, herzhaften Food- und Beverage-Angebot zu. Am **MonStrand** wurden feiner Quarzsand ausgelegt und Palmen angepflanzt, kleine Holzhütten aufgebaut, Segel gespannt und **beachclubtypische** Liegestühle aufgestellt. Die Drinks sind clubbig (Trendbier, diverse Szenelimos, Longdrinks, Cocktails), für

den kleinen Hunger gibt es Crêpes. Der Bereich **MonEvent** ist ebenfalls sandbedeckt und von Palmen umrandet.

PUBLIKUM

Das Monberger Drei-Bereiche-Konzept zielt ab auf Familien, Ausflügler und Bakett-Gesellschaften. Ebenso aufgehoben ist hier zudem das typisch szenige Beach Club-Publikum aus den nahen Metropolen Köln und Düsseldorf (die **Monkey Island-Fraktion**). Die einen vergnügen sich im MonBiergarten, die anderen loungen und chillen am MonStrand. Betreiber Erik Ludwig: "Damit erreichen wir quasi jeden und jeder kann sich hier wohlfühlen."

++

++ facts

- + Größe: 3.000 qm
- + Sitzplätze: 350 (Biergarten)
- + Betreiber: MonBerg Gastronomie GmbH
- + Weitere Objekte der Betreiber: Tribehouse, Neuss (Avucu, Klement, Ludwig), Monheimer Pfannenhof (Firneburg)

Rheinpromenade 5
40789 Monheim
Telefon: 0 21 31. 5 65 70

ÜBERBLICK

bar mit Licht-Farbeffekten. ++

Frankfurt

++ Asia 2.0 auch im Nordend: die neue **Noodle Bar & More**. ++ Die Beachclub-Saison ist so gut wie vorbei, aber weil der **Club Longbeach** in Hattersheim-Okriftel erst Ende Juli startete, wird die Saison hier einfach ein paar Wochen verlängert. ++ In der neuen **Logic Bar** von **Matarise** in der Ottostraße steht alles im Zeichen des B: Bio-Tees, Bio-Limos, Bio-Food, die Gerichte sind von früh morgens bis spät abends verfügbar - das Laufpublikum des nahen Hauptbahnhofs soll angesprochen werden. ++ Alles Gute zum Zehnjährigen! Das **U 60311** feiert im September Jubiläum - mit am Start ist der neue Geschäftsführer **Alexander Eger**. Die Musik soll rein elektronisch werden, unter der Woche gibt es Konzerte, und die legendären Techno-Partys im Hafentunnel werden neu aufgelegt. ++

Wiesbaden: In der **Clöeb Frisch Multibar** werden rosa Plüschsofas und Barhocker, mit dunklen Holzregalen der denkmalgeschützten Apotheke von 1845 kombiniert. Vor allem regionale und lokale Bands sollen gebucht werden. ++

Hamburg

++ Die beiden Kindermöbelhäuser von **Kinderkamers** in Eppendorf und Winterhude haben jetzt auch ein Café: Das **Lekkerbies**, Inhaberin **Cornelia Stamenkovic**. ++ **Matthias Schäfer** und **Martin Pooch** haben das **Breitenberg** auf der Hospitalstraße übernommen und ihm den Namen **Stammheim** gegeben. Zu essen gibt es keine Knast-Kost, sondern vor allem modern interpretierte deutsche Küche unter zehn Euro. ++ **Tim Mälzer** wird Anfang 2009 mit



*nomyläden ++



Bellatirolia

KONZEPT

Wir sagen nur **Fusion: Alpenküche**, wie sie in Berlin verkauft wird (man denke nur an die XXL-Schnitzel), gemixt mit Asia-Aromen, serviert auf fine dining-Niveau. Betreiber **Alex Wurster** ist gelernter Hotelier und war lange Zeit in der Hauptstadtgastronomie tätig, unter anderem im legendären **WMF Club**. Aus einer "ziemlich verrückten Idee" wurde nach zwei Jahren Vorbereitung das **Bellatirolia: Austria meets Asia**. Crèmesuppe aus Zuckerschoten, Erbsen und Minze zur Vorspeise, im Hauptgang eine deftige Brotzeit mit Wacholderschinken und Tiroler Bergkäse. Oder gleich eine Kohlroulade, die mit dem koreanischen Nationalgemüse **Kimchi** umrollt ist? "Kein Problem", für Wurster. Finden auch die Gäste: "95 Prozent des Feedbacks ist super positiv."

AMBIENTE

Luftig alpin: Viel Weiß, mit Bergpanoramen im Rückbuffet und (das ist veritable Kachel-Kunst) in die Wand des Sanitärbereichs eingelassen. Kreisrunde Ausschnitte öffnen die recht niedrige Decke. Aus ihnen leuchtet der Berghimmel - durch unterschiedliche Illumination je Ausschnitt sogar im tageszeitlichen Verlauf. Ebenfalls kreisrund: das große "Guckloch" in den

Küchenbereich. Weiße Bambusrohre in den Fenstern stellen den **Asia-Touch** auf der Designebene her. Einen Eye Catcher trägt das Personal am Körper: Die Arbeitskleidung im Austria-Asia-Look, designt vom Kölner Modelabel **Chang 13**.

PUBLIKUM

Ab 25 aufwärts, **metropolitan** erfahren, mit internationalem Fusion Food vertraut. Dazu **Business People** und **Firmengesellschaften**. Das schafft eine gute Kalkulationsunsicherheit. Alex Wurster: "Ich habe schon jetzt 80 Prozent Stammgäste". Die wiederum Teil seiner Marketingstrategie sind - als Multiplikatoren: "Das Bellatirolia-Konzept lebt eindeutig von der Weiterempfehlung." Sozusagen ein alpin-asiatischer Schneeball-Effekt.

++ facts ++

- + Größe: 75 qm
- + Sitzplätze: 45 (plus 20 Außenplätze)
- + Betreiber: Alexander Wurster
- + Weitere Objekte des Betreibers: keine

Weißenburgstraße 30
50670 Köln
Telefon: 0 221. 16 84 82 10
www.bellatirolia.de

ÜBERBLICK

Patrick Rüter (City Beach Club) ein 1.000 qm-Restaurant mit 140 Plätzen eröffnen: Sternschanzen-Kiez, Hamburger Schlachthof. Da passt der Name: **Bullerei**. ++ **Empty-Bottle-Service** - was dahinter steckt? Eine Flasche Wodka, Gin etc., die der Gast nicht geleert hat, wird mit einem Namensschild versehen und fachgerecht gelagert, bis der Besitzer Gelegenheit hat, weiterzutrinken. Praktiziert im Restaurant **Wandrahm** in der Hafencity. ++

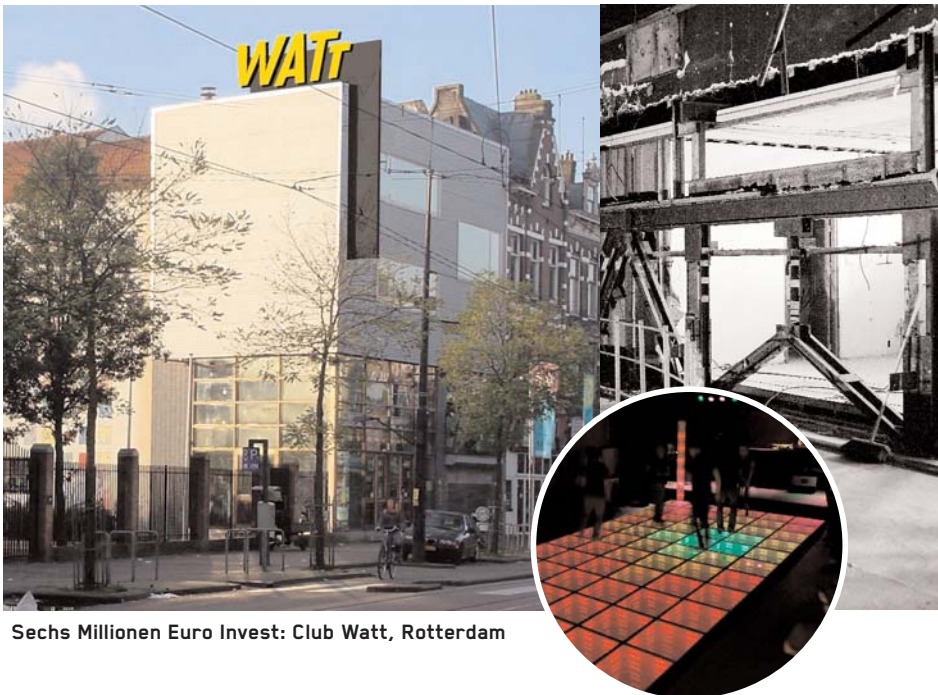
Hannover

++ Im Ex-Bö 29 (Bödekerstraße 29) hat **Cemal Can** das **Anesis** eröffnet, Ableger seines Griechen **Aresto** in der Altstadt. Imposant: die große Außenterrasse. ++ **Asia-Wellness** an der Berliner Allee: Das Restaurant **Mittagslounge** bietet neben mediterraner Küche, separate Entspannungsräume mit Massagesesseln, wahlweise im Lese- oder abgedunkelten Ruheraum. ++ Das **Café Lulu** ist zurück: Mit neuen Betreibern und veränderter Optik kehrt man nach mehrmonatiger Zwangspause zurück in seine alten Räumlichkeiten. ++

Köln

++ All-you-can-eat in der italienischen Variante fahren **Benjamin** und **Moritz Meise** sowie **Tunc Caglayan**, die Macher des **Tutto** im **Dumont Carée**. Unter anderem gibt es 30 Salatsorten. ++ **Acht** nennt **Armin Müller** sein durchdesigntes Bistro-restaurant in der Spichernstraße, (allerdings Hausnummer 10). In der Showküche wird nach traditionellen, ländlichen Rezepten aus Frankreich, Belgien und Deutschland gekocht. ++





Sechs Millionen Euro Invest: Club Watt, Rotterdam

Watt's up?!

Der Nachhaltigkeitstrend ist im Nightlife angekommen: Der Club Watt in Rotterdam ist der erste Club der Welt, der seinen Strom durch die kinetische Energie der tanzenden Nightlifer erzeugt.

Bio-Food, Öko-Limonaden und nachhaltige Fair Trade-Klamotten: **Green Living** ist hip und für die Gastronomie, vor allem Restaurants und All-in-Ones, ein starker Impulsgeber. Aber was soll das Thema schon groß in einer Disco ausrichten?

Darüber hat sich das Team der Agentur **Enviu** und das **Architekturbüro Döll** in **Rotterdam** Gedanken gemacht und eine schlicht geniale Idee geboren: Beim Tanzen Energie entstehen lassen. Gemeinsam mit der Technischen Universität Delft wurde der **Sustainable Dance Floor** entwickelt, ein Tanzboden, der aus den Bewegungen der Tänzer Strom erzeugt. Was wiederum die extrem hohen Energiekosten, die so ein Club produziert (Clubmacher wissen und hassen das) - auf charmante und politisch korrekte Weise re-finanziert.

Das Prinzip: Je mehr und heftiger getanzt wird, umso mehr Watt werden produziert. Der Boden kann bis zu zwei Zentimetern nachgeben, der Druck wird über einen Generator in Energie umge-

wandelt und speist dann eine Batterie, die den Strom liefert. Ein Drittel der benötigten Elektrizität soll so selbst gewonnen werden können. Immerhin.

Teuerster Dancefloor der Welt?

So weit, so schön und gut. Aber: "Jetzt muss die Praxis beweisen, ob es funktioniert", sagt der Rotterdamer Unternehmer **Aryan Tieleman**, der erste Kunde des Sustainable Dance Club-Konzepts. Er hat einen 36 qm großen, nachhaltigen Tanzboden in seinen neuen **Club Watt** in Rotterdam eingebaut, den er zusammen mit seinem Bruder **Willem Tieleman** und **Ted Langenbach** betreibt. Dass es beim Club Watt nicht um reines Gutmenschentum à la "wir tanzen wir eine bessere Zukunft" gehen kann, das machen schon die Zahlen deutlich. Rund sechs Millionen Euro Invest, so Tieleman, stecken in dem Drei-Area-Laden, der insgesamt 2.100 Leuten Platz bietet. Der Sustainable Dance Floor im Hauptraum (1.400 PAX) allein kostet um die 160.000 Euro - damit dürfte er zu den teuersten Tanzböden aller Zeiten zählen. Aber

ÜBERBLICK

Der **Takespace** ist ein Wellnessraum für eilige Gäste im **Radisson Hotel**: Eine automatische Massageliege, gleichzeitige Klang-, Licht- und Aromatherapie in 20 Minuten. Das Ausprobieren in der zweieinhalb mal vier Meter großen Kabine ist kostenlos. ++

München

++ Das von Stararchitekt **Matthéo Thun** entworfene **Vapiano** in der Salvatorpassage hat jetzt eine Terrasse bekommen - schon wegen des zeitweilig massiven Ansturms auf den Laden eine wirklich clevere Idee. ++ Zwei weitere **Vapianos** (Arbellapark und in Pasing) sind darüber hinaus in Planung. ++ Rote-Sterne-Küche: Mit Revoluzzerchic und ostdeutschen Trash-Möbeln hat **Bernd Arold (Lenbach, essneun)** seinen Gesellschaftsraum (s. ASIA 2.0) eingerichtet. ++ **M1** heißt nicht nur ein legendäres BMW-Sportmobil, sondern auch ein neues Café im sanierten Museum des Autoherstellers. Absolut Premium: eine ständig wechselnde Wasserkarte mit Literpreisen bis zu 30 Euro. Da hält (noch) kein Benzin mit. ++ Ein Mix aus vietnamesischer und kantonesischer Küche bietet das **Monsieur Hu**. An Decken und Wänden führen Lichtröhren in eine Lounge in lindgrünem Bambuslook. Wie war das mit Asia 2.0? ++

Ruhrstadt

++ Bochum: Bis 2003 hieß es **Playa**, dann **360 Grad**, und jetzt ist es beides: In der Großraumdisco am **Ruhrpark** ist ab sofort freitags Playa-Tag und samstags 360 Grad-Tag. Das Programm: House, Techno, Black und Charts, recht dek-





Hier muss es nachhaltig rocken: Allein der Tanzboden hat 160.000 Euro gekostet

das Geld sieht der Multi-Gastronom, der sieben Restaurants in der Stadt betreibt, sehr gut angelegt: "Unser Dancefloor ist ein echter USP, eine ganz neue Art der Annäherung an das Thema Clubbing!" Das werden auch die Gäste mitkriegen: **LED-Lichtelemente** im Boden und an der Wand zeigen an, wie hoch das Energielevel im Club gerade ist, wie viel Power produziert wird.

Erst schwitzen, dann spülen

Zusätzliche nachhaltige Elemente des Ladens sind die **Water Wall** und die **Relax Area**. An der Wasserwand läuft Regenwasser in ein Auffangsystem herunter und wird dann für die sanitären Anlagen verwendet. (Demnächst soll sogar das Kondenswasser der schwitzenden Partymeute eingespeist werden.)

Die Relax Area residiert auf dem Dach und bietet nicht nur Ausblick auf Rotterdam, sondern auch auf die zahlreichen Solarzellen, die zusätzliche Energie bringen. Die Stadt beteiligte sich übrigens finanziell an dem Club-Projekt. "Wir konnten die Kommune überzeugen, dass es nicht nur ein rein hedonistisches Unterfangen ist, sondern ein durchdachtes, sinnvolles Konzept, das auch der Stadt Publicity bringt", so Tielemann. Zudem wird es neben dem Musikprogramm - **Iggy Pop**,

nicht gerade die Ikone für nachhaltigen, gesunden Lebensstil, eröffnete den Club übrigens - auch Lesungen und andere Events geben. Und auch an der Bar wird auf Nachhaltigkeit gesetzt: **Zero Waste** lautet das Motto, wenn die Gäste die wiederverwertbaren Becher aus Hartplastik mehrfach verwenden. Damit das beim Tanzen nicht nervt, können sie sich sogar Umschnallgurte anlegen. Bei aller Sinnhaftigkeit: In einen Club gehen die Leute nur dann, wenn er gut ist. Nicht nur, wenn er Gutes tut. "Klare Sache: Es muss rocken", das weiß auch Tielemann. Eine Mischung aus Dance-Events und Konzerten soll das garantieren. Unter anderem spielten in den Startwochen der Liveact **Modeselektor** aus Berlin und die britischen New-Rave-Ikonen **The Klaxons**.

Nachhaltige Kalkulation

Was empfiehlt Tielemann Gastronomen, die sich für das System Sustainable Dance Club interessieren? "Alles, aber auch alles muss nachhaltig durchdacht sein, und damit meine ich nicht nur den ökologischen Aspekt, sondern auch den Return on Invest. Wir haben zweieinhalb Jahre dafür gebraucht, das Konzept muss langfristig gut laufen können!"



kungsgleich. ++
DORTMUND: **Lars van Josten** hat seinen **ZuHOUSE**-Club umdekoriert: Weiß dominiert, das DJ-Pult steht wie ein Eishockeytor mitten im Raum. Ein beachtlicher Invest, zumal der Club nur noch ein Jahr an der Hövelstraße residieren wird - dann wird das Gelände komplett umgegraben. ++ **ESSEN:** Nachfolger der **Capri Bar** wird das **Love & Hate** in der Alfredstraße. Edel-House, eröffnet wird im September. ++ Der **Rossi Club** stylt um. Der 70er-Jahre-Look ist Geschichte, das neue Design ist modern und minimal. ++ Für das **Freeland** in der Mühlheimer Sandstraße heißt es hingegen: Feierabend. ++

Stuttgart

++ Diner, Club und Lounge - so bezeichnet sich das neue **Wan-galuu**. Am 20. September 2008 wird im Stadtteil Kirchheim-Teck eröffnet. ++ Mit der Gay-Bar **Jenseitz** verabschiedet sich ein Klassiker aus der Stuttgarter Gastro-Szene. Alles Gute! ++ Noch Lust auf den Themen-Klassiker schlechthin? Er nennt sich "Anwohnerbeschwerde" und liest sich in diesem Fall wie folgt: Im Bohnenviertel betreibt **Markus Amesöder** seit November 2007 seinen Tee- und Schokoladenladen **Bitter Sweet**, abgeschlossener Gaststättenbetrieb im Hinterhof. Laute Stimmen, Geschirrkloppern, angeblich "illegaler Betrieb" so lesen sich nun die Anwohnerbeschwerden dazu. Also: Ab vor den Kadi. Amesöder will nun zweierlei: dem "geplagten" Bohnenviertel ein "anderes Gesicht verleihen" und "seine Ruhe". Tja, wie immer Ende offen und *nomy bleibt dran. ++



WICHTIGE LÄDEN

Ausgabe 001_08

*nomy



Berlin ++

++ Homes ++ breipott ++
++ Gorilla ++ Rechenzentrum ++

Bochum ++

++ Ruhrpark ++

Bremen ++

++ Suppito ++ Babilon ++
++ Scharfrichter Lounge ++
++ Christy´s ++

Dortmund ++

++ ZuHOUSE ++

Dresden ++

++ Motown Club ++ Dinglinger ++
++ Lloyd´s ++

Essen ++

++ Love & Hate ++ Rossi Club ++
++ Freeland ++

Frankfurt ++

++ Noodle Bar & More ++ Logic Bar ++
++ Club Longbeach ++
++ Clöeb Frisch ++ U60311 ++

Hamburg ++

++ Lekkerbies ++ Stammheim ++
++ Bullerei ++

Hannover ++

++ Anasis ++ Aresto ++
++ Mittagslounge ++ Café Lulu ++

Köln ++

++ Dumont Carée ++ Acht ++
++ Radisson Hotel ++

München ++

++ Vapiano ++ Monsieur Hu ++

Stuttgart ++

++ Wangaluu ++ Jenseitz ++
++ BitterSweet ++



TU, WAS DIR
SCHWEPPT.