

*nomy

Gastronomisch wertvoll.

_01_09



Cheers 2009!

Alles bleibt anders

Neue Läden Ocui, München, Mikatronic, Berlin **Bits & Pieces** Teamaker,

Food-Fotografie, Flyerflimmern **Trends** Joost Greenhouse, Mjunik Disco, Imbisswagen 2.0

Cheers 2009! Der Gastromarkt im neuen Jahr

EMPFOHLEN VON



*nomy_01_09

3 *nomytorial
Ein paar Worte - zum Neuen Jahr und der Vorausschau

4 *nomytrendspot
Cheers 2009! - und alles bleibt anders!

7 *nomytrend
Bits & Pieces - Fundsachen aus dem Info-Sektor
Imbisswagen 2.0 - Pimp my mobile Verkaufseinheit
Mjunik Disco - die Geschichte des Münchner Nightlifes
Überblick - wer hat aufgemacht, wer zu?
Joost Greenhouse - Bio: do statt don`t

10 *nomyläden
Mikatronik, Berlin
Ocui, München



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

diesmal genießen auch wir zusammen eine spannende Vorschau auf das neue Jahr. Wie wird 2009? Das fragen die Medien ja allzu oft, und den Optimismus und die Zuversicht sucht man dabei aktuell vergeblich.

Aber genau das interessiert uns Profis natürlich. ***nomy** will dabei effektiv und kompetent unterstützen und möchte wissen, welche wichtigen Gastronomie- und Entertainment-Trends sich für 2009 abzeichnen und welche geschäftlichen Chancen sich daraus ergeben.

Dazu haben wir uns die Bereiche angeschaut, die besonders von Veränderungen und Trends betroffen sind: Lifestyle-Themen, Food und Drinks natürlich und ganz aktuell Chancen während der Finanz- und Wirtschaftskrise. Was die befragten Gastro-Profis dafür prognostizieren, lesen Sie ab der folgenden Seite.

Ansonsten: Es tut sich einiges, die Branche kennt ja keine Winterpause. Wir wünschen Ihnen 2009 viel Erfolg. Und wir bleiben dran für Sie.

Stefan Niehues und das ***nomy**-Team

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





Cheers 2009!

Eins steht schon jetzt fest: Alles bleibt anders. Live-Musik, Preissensibilität, Gesundheitsbewußtsein und nicht zuletzt die Suche nach Genuss-Innovationen im Drink-Sektor produzieren neue Märkte und neue Risiken. *nomy analysiert die Lage.

Damit dieses Thema gleich eingangs vom Tisch ist: Was ist eigentlich mit der vielbeschriebenen Rezession in der Gastronomie? "Ich glaube, dass wir sogar davon profitieren werden" sagt **Jörn Hoppe** vom Hamburger Design-Hostel **Superbu-de**. Mit ihrer Preisstruktur (siehe *nomy 01) liegt die Superbude "preislich unter den Standardangeboten im Beherbergungssektor." Und das wissen die Touristen, die die Hansestadt besuchen, zu schätzen. Hoppe: "Ich habe den wirtschaftlichen Abschwung nicht in meine Kalkulation für 2009 einfließen lassen. Mein Ziel: Die gute Auslastung und die Zimmerpreise gleichermaßen halten".

Das Preisargument führt auch **Simi Berst**, **ocui Restaurant München** (siehe auch *nomyläden) ins Feld: "Wir nutzen die Befindlichkeiten der Zeit und bieten Essen und Getränk unter zehn Euro. Mit dieser Strategie sind wir aktuell die Gewinner der wirtschaftlichen Lage. Die Leute wollen ja trotzdem hochwertige Produkte und für 6,50 kriegt niemand zu Hause ein asiatisches Essen auf den Tisch, wie er es bei uns bekommt." Tourismus, das ist auch für **David Wiedemann**

von der **Reingold-Bar**, Berlin, der Garant für wirtschaftlichen Erfolg. Wobei die Hauptstadtlage den Unterschied macht: "Das Barbusiness wird nicht tangiert, getrunken wird immer. Gerade in Berlin - Touristen, Events, Messen." Die Verlierer verortet Wiedemann dagegen im Sektor der "klassischen Eckkneipen" - und damit ist Berlin dann wohl wieder gesamtdeutsch keine Ausnahme.

Musik: Electro auf dem Rückzug

Was erwartet uns bei den musikalischen Stilen im neuen Jahr? **House**, die gute alte universelle Konsensmusik steht vor einem (mittlerweile schon) dritten Frühling. **Melih Celik**, Booker **One Family Music Management**, München (verbucht DJs wie **Richard Grey**, **Tomcraft** oder **George Morel**):

"House wird 2009 ganz massiv zurückkommen. Die Leute wollen einfach kein Electrogedöns mehr hören - auch und gerade die Jüngeren, das ist sehr auffällig. Nimm nur die neuen Releases von den **Pussycat Dolls** oder **Christina Aguilera** - alles housige Sachen, wo vorher noch R'n`B den Ton angegeben hat."

Dem stimmt auch **Axel Strelitz** vom **Elbwerk** in



Hamburg zu, wenn es um die Beschallung im gastronomischen Tagesgeschäft geht: "Der Trend verlagert sich deutlich weg von elektronischer Musik. Stattdessen hört man nicht nur bei uns immer öfter vor allem Retro, Funk und deutschen Rock." Daneben macht Strelitz den großen Mainstream der Black Music als zweiten thematischen Pol aus.

Auch **Roland Hoppenheit, Sapphire Bar**, Berlin, sieht die elektronische Musik auf dem Rückzug: "Entgegen dem internationalen Trend (v.a. Asien, Amerika), wo elektronische Musik immer stärker und minimalistischer wird, schrumpft in Deutschland das Publikum für elektronische Musik. Hier geht der Trend in Richtung Jazz, R'n'B, vor allem Retro." Hoppenheit identifiziert dabei auch eine psychologische Komponente: "Vielleicht hat das was mit der aktuellen Krise zutun, die Leute wollen sich einfach per Sound zurückdenken in die ‚gute, alte Zeit‘."

Net Audio kommt

Beim Thema Musik wird 2009 in der gesamten Gastronomie ein Thema an Brisanz und Relevanz zulegen: lizenzfreie Musik. Hintergrund: Musik, die in sogenannter **Creative Commons**-Lizenz (etwa: "schöpferisches Allgemeingut") produziert wurde und deren Urheber/Künstler sich nicht für die GEMA angemeldet haben, kann in Gastronomien unbeschränkt genutzt werden - und obendrein ohne GEMA-Gebühren. Das Klangambiente für die gastronomische Inszenierung zum Nulltarif- Was in immer mehr Objekten praktiziert wird.

Saskia Peruza vom Berliner **Breipott**: "Wir haben da 2008 einen regelrechten kleinen Boom mit lizenzfreier Musik ausgelöst". Denn der Breipott zeigte der umliegenden Gastronomie und auch dem Handel, wie kosteneffizient der Einsatz von



Saskia Peruza, Breipott, Berlin: Trend für CC-Musik in der Nachbarschaft ausgelöst

"CC"-Musik ist. Nochmal Saskia Peruza: "Unsere Nachbarn, zum Beispiel Tattooläden oder kleine Einzelhandelsgeschäfte, fragen uns schon an, ob sie von uns lizenzfreie Pakete zur Verfügung gestellt bekommen können." Was allerdings eine Menge Handling nach sich zieht. Peruza: "Natürlich müssen wir uns immer bei der GEMA absichern, dass die CC-Künstler tatsächlich nicht bei ihnen gemeldet sind, sonst müssen wir doch zahlen." Ergo: Ein Tarifmodell sollte entwickelt werden, das unkomplizierter ist. Denn: "Die Entwicklung unter den Musikern geht zu alternativen Copyrights, und die Verwerter müssen da nachziehen."

Food: Klare Aussagen sind gefordert

Im Foodbereich dominieren 2009 drei Themen: Als erstes sind da das Self-Cooking (siehe auch trendspot in *nomy 03_08), und der Faktor "schnell und gesund". Das auf breiter Basis verankerte neue Nachhaltigkeitsdenken (Stichwort LOHAS) will eben auch bei reinen Versorgungsanlässen in der Gastronomie auf entsprechendem Niveau konsumieren.

Vor allem aber wird uns 2009 die Frage beschäftigen, ob Restaurants mit klarer Kernkompetenz oder Konzepte mit Rundum-Produkt-Palette die Nase vorn haben werden. Für **Michael Krüper, Meerbar**, Düsseldorf, ist das ein Rennen mit klarem Ausgang: "Wenn irgendwann jeder Fusionfood anbietet, werden die Restaurants immer austauschbarer und der Markt für den Gast uninteressant. Da wird dann derjenige punkten, der eine neue/alte Marktnische besetzt. Ein italienisches Restaurant ist dann wieder ein italienisches Restaurant und kein Crossover-Tempel. Klare Aussagen sind die stärksten Aussagen." Auch das Sortiment und damit die Warenhaltung und der Wareneinsatz profitieren von einer thematischen Straffung. **Michael Kuchenbecker** vom



Simi Berst, Ocu, München: Essen und Getränk unter zehn Euro



Les Halles, Düsseldorf: "Im Restaurantbereich wird es verstärkt zurück in die klassische Rich-



cha cha, Essen: Auch schnell muss gesund sein, das LOHAS-Bewusstsein will es so

tung gehen, keine Mischkonzepte oder ähnliches. Die Gäste fordern immer mehr Qualität, die man häufig nur in einem klassischen Restaurant erbringen kann."

...Dinkelnudeln in Italien

Apropos Qualität: Sie wird aktuell oft gleich gesetzt mit "schnell und gesund". Konzepte wie **Vapiano** oder **cha cha** bauen darauf einen wichtigen Teil ihrer Marktpositionierung auf. **Constanze Nehring, Rossi Club, Essen:** "Das ständig wachsende Gesundheitsbewusstsein der Gäste wird die Gastronomie dazu zwingen, ihr Foodangebot zu erweitern. Immer mehr Menschen leiden unter Allergien, z.B. Weizenallergie. In Italien gibt es beispielsweise in jedem Restaurant Dinkelnudeln und ähnliches, dort wurde das Angebot bereits an die Bedürfnisse angepaßt. Deutschland könnte 2009 nachziehen." Noch einmal dazu **Michael Kuchenbecker:** "Der Gast will mehr Nachhaltigkeit und lebt bewusster. Diesen Bedürfnissen wird sich die Gastronomie stärker anpassen müssen, wenn sie die hier vorhandenen Marktpotentiale nutzen will."

Drinks: Das Gin-Revival steht an

Das wichtigste zum Schluß: Welche Genuss-Innovationen hält der (Long)Drink-Sektor bereit? Als Revival-Spirituose des Jahres empfiehlt sich für 2009 vor allem Gin. **Frank Ulbricht, Frank's Bar, Dresden:** "Bezüglich der Geschmacksrichtungen, die sich 2009 verstärken könnten, glaube ich an Getränke, die mit Gin hergestellt werden. Gin & Schweppes Tonic Water werden 2009 definitiv ein Revival erleben." Auch **Axel Strelitz** hat im Hamburger **Elbwerk** beobachtet, dass "Gin bei qualitätsbewussten Gästen zunehmend in den Fokus rückt. Und damit auch die Gin-Longdrinks."

Wodka dominiert

Unbeschadet davon wird Wodka auch in diesem Jahr der Big Player des Spirituosen- und Longdrink-Segmentes bleiben. Nicht nur, weil er, wie Dancefloor-Kenner **Klaus Niester** (Disco Magazin) konstatiert, "in den Großdiscotheken als Wodka Energy dominiert. Da wird sich auch 2009 nichts dran ändern".

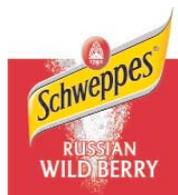
Vor allem aber von neu etablierten Mixvarianten werden Impulse kommen: etwa als Wodka-Tonic ausgehend von Berlin, oder als Wodka mit Rhabarbersaft in Düsseldorf, "was vermutlich im Februar dann auch das Ruhrgebiet erreichen wird." (Constanze Nehring).

Neue Impulse setzen auch Wodka und Schweppes Wild Berry: Hier wird das Cranberry-Aroma mit der Bitterness von Schweppes kombiniert. Nochmal Constanze Nehring: "Cranberry ist nach wie vor ein sehr populärer Geschmack zusammen mit Wodka." Und hat durchaus das Zeug zum kommenden Klassiker.

...Akzeptanz wird weiter wachsen

Ganz vorn im Urteil der Experten rangiert auch die Geschmacksrichtung Maracuja. Constanze Nehring: "Wodka Maracuja kam ja 2008 auf und wurde schnell beliebt. Ich denke, in diesem Jahr wird die Akzeptanz weiter wachsen."

Auch **Marco Alberti** vom **Rheingold, Mainz,** sieht das Maracuja-Flavour mit enormem Erfolgspotential ausgestattet: "Eine absolut interessante Geschmacksrichtung, übrigens auch für den AfG-Bereich. Damit kann man viel machen, pur und gemixt. Die Gäste mögen es einfach, und es ist gerade bei den Über-25jährigen noch nicht so abgenudelt wie Wodka Red Bull."



2009 im Fokus: Schweppes Wild Berry Gin



"Pimp my mobile Verkaufseinheit":

Imbisswagen 2.0

Was haben sich innovative Gastronomie und Imbisswagen zu sagen? Was die "Gastronomie" angeht, eine Menge: Viele Betreiber verkaufen und servieren mit mobilen Gerätschaften auch auf Festen, Events und in Off-Locations. Wie sieht es mit der "Innovation" dabei aus? Eher dürftig. Muss nicht sein: Hier kommen Beispiele, wie Sie Ihre Verkaufswagen für den kommenden Sommer "pimpen" können!



Beispiel eins: Der "komplettvergraste" **Dancing Grass Van** mit Lautsprechern und Kuhfellbezügen (oberes Bild). Mit diesem Gefährt ist der britische Smoothie-Hersteller **Innocent** unterwegs auf den Straßen der Insel, um seine Produkte auf Events, aber auch mitten in Wohngebieten zu verkaufen und zu promoten.

Beispiel zwei: Der "erwachsene" Eiswagen von **HeartsChallenger** im Retro-Look mit hippen Blassrosa. Er fährt durch Los Angeles und ganz Kalifornien, um Sorten wie persisches Ingwer-Rosenwassereis mit Pistazienstücken unter die Leute zu bringen.

Beispiel drei und eine echte Weltpremiere in ***nomy**: Der **Roadrunner** von **Fino - Gusto d'Italia**, ein neues Gastrokonzept, über das wir in Kürze ausführlicher berichten werden. Er beamt uns mit seiner Retro-Farbgebung und einem an Mineralölanbieter angelehnten Retro-Logo zurück in La Dolce Vita-Zeiten. Ach ja: Und wer noch einen ausgedienten Wohnwagen auftreiben kann: Auch damit fällt man auf.



Direkt am Gast: Schwegges Mobil-Stand (o.), Retromobil von HeartsChallenger (u.)



BITS & PIECES

++ Food-Fotografie, Sie alle wissen es, ist eine sehr aufwendige und anspruchsvolle Angelegenheit. Im Web 2.0-Zeitalter, wo jeder selbst schreibt, fotografiert und filmt, muss nun jedes Gericht ansehnlich sein: Auf US-Portalen wie **www.eatbite.com** oder **www.dishola.com** sind die Fotografen (und Kritiker!) nämlich die Gäste selbst und laden Schnappschüsse ihrer Bestellungen hoch. Bis solche Seiten auch hiesige Gastronomie dokumentieren, ist es nur eine Frage der Zeit. ++

Eatbite.com | NYC



Ist **Tee** doch ein **to go-Getränk**? Die Tee-Experten von **Shuyao** aus Düsseldorf haben jetzt einen mobilen Tea Maker mit integriertem Sieb im Programm, mit dem sich überall frischer Tee trinken lässt - einfach immer wieder Heißwasser aufgießen. Die Teeblätter verbleiben in dem schicken Behälter (400 ml, doppelwandiger durchsichtiger



Kunststoff), mit dem die Coffee-to-go-bewaffneten Flaneure garantiert ausgestochen werden.



Wir waren dabei!

Mjunik Disco

Ganz offensichtlich hat das Münchner Nachtleben besonders viele Geschichten zu erzählen: Der Interview- und Bildband "Mjunik Disco" blickt auf imposante 60 Jahre Clubkultur in der heimlichen Hauptstadt zurück.



Türsteher (links) kennt man ja. Aber Michi Käfer (rechts) im Miami-Vice-Look eher nicht...

Vom Rock'n'Roll der Nachkriegszeit, der Revolutionsromantik der Sixties, die Disco-Welle der Seventies und die Kir-Royal-Dekadenz der Achtziger bis zu den Gegenwartsclubs à la **Registratur** und **Rote Sonne**: **Mjunik Disco** bildet auf satten 232 Seiten das Nightlife à la München ab. Schlaglichter: Giorgio Moroders "Electronic Disco"-Sounds, zu denen in legendären Clubs wie **Big Apple**, **Blow Up**, **Sugar Shack** oder **Charly M.** getanzt wurde. Das München der Siebziger: So hip, dass Bands wie die Stones und Queen in den Clubs der Stadt ein und ausgingen. Außerdem: Oskar Kokoschka im **P1**, Jimi Hendrix im **Big Apple**, Freddie Mercury im **Henderson**, der blutjunge Thomas Gottschalk im **Why Not**, die Bee Gees auf dem **Oktober-fest** und jede Menge Momentaufnahmen mit Nachtgestalten, die zu Stars werden sollten.

"Hier ist doch eh keiner"

Zum Beispiel Münchens ehemaliger Gastro-Platzhirsch **Michi Kern**, der unter anderem das **Café Reitschule**, das **Babalu**, das **Pacha** und die **Nachtkantine** betrieb. Er begann seine Gastro-Karriere als Türmann, musikalisch und popkulturell völlig unbeleckt, im Club **Größen-**

wahn: "Ich war an der Tür, es war brüll-laut und kein Mensch war drinnen. Ich las an der Tür Reclam-Hefte für mein Studium. Einmal legte ich mein Buch zur Seite und ging hinein: Helli, warum muss die Scheiße so laut sein? Hier ist doch eh keiner und die Musik ist furchtbar." Das war, bevor Techno groß und "Helli" zu **DJ Hell** wurde, heute einer der begehrtesten Techno- und Disco-DJs überhaupt. Auch ein gewisser **Tom Novy** ist in blutjungen Jahren als DJ im **Babalu** zu sehen.

Herausgeber **Mirko Hecktor** hat ein Jahr für das Buch recherchiert: "An die Betreiber der ersten Clubs der Stadt gelangten wir, indem wir ehemalige Geschäftsführer von Clubs interviewten - die wiederum kannten ihre Vorgängergeneration. Und am Ende sitzt man bei einem Achtzigjährigen auf dem Sofa, der aus der Disco-Ära der Fünfziger Jahre berichtet!" Oral history, Abteilung Szenegastronomie. Unbedingt lesenswert!

Mjunik Disco

Von 1949 bis heute
Mirko Hecktor (Hrsg.)
Bildband, 232 Seiten, EUR 32
ISBN 978-3-936738-47-6



BITS & PIECES

++ Eine interessante Ausstellung gibt es vom 23. bis 30. Januar in Essen: **Flyerflimmern** heißt sie und zeigt im **Banditen wie wir** (Cäcilienstraße 8) kleine Handzettel-Kunstwerke der örtlichen Clubkultur. Hier gibt es Flyer von legendären Locations wie der **Roten Liebe** oder dem **Baikonor** zu sehen und natürlich von aktuellen Club-Platzhirschen wie dem **Hotel Shanghai** und dem **Goethe-Bunker**. Mehr Infos: www.ruhrpop.de ++

ÜBERBLICK

Berlin

++ Schauspieler **Kirk Kirchner** ist unter die Gastronomen gegangen und betreibt am Paul-Lincke-Ufer das **Kirk Royal**. Küche: süddeutsch und französisch. ++ "Der Name ist rechtlich geschützt", bekamen die **Guapo**-Betreiber Murat und Deniz schriftlich mitgeteilt. **Bling-Bar** heißt die Location auf der Winterfeldtstraße jetzt und hat für die neue Karte auch gleich Molekular-Drinks mit reingenommen. ++ **Nina Queer** hat im Ex-Kinzo das **Loreley** eröffnet, nachdem der Club auf der Karl-Liebknecht-Straße monatelang mit erfolglosen Einzel-events bespielt wurde. Ob an alte Kinzozeiten angeschlossen werden kann? ++ Schon wieder dicht: das **Badlands**, das den temporären **Club 9005** (siehe *nomy_02) beerben sollte. Es ging jedoch nahtlos weiter: Unter dem neuen Namen **Violet** und hellerem Interieur wird hier jetzt gefeiert. ++ Zu: **Die Waldohreule**, Treffpunkt aller Exilhessen und Kneipenhipster auf der Köpenicker Straße. ++ Das **BOND** bekommt Zuwachs:



*nomytrend

100% biologisch abbaubar!

Joost Greenhouse

Kein Widerspruch: Gastro temporär und nachhaltig



Erinnern Sie sich? In *nomy 002 haben wir Ihnen temporäre Gastronomiekonzepte vorgestellt. In Melbourne, Australien, gibt es derzeit eine ganz besondere Version dieser "Pop-up"-Gastronomien: Das **Joost Greenhouse** ist nämlich komplett ökologisch-nachhaltig aufgebaut. Der Boden wurde aus Sperrholzkisten gezimmert, alte Plastikpaletten wurden mit wilden Erdbeeren dekoriert und dienen als Außenwand. Die Tische waren früher einmal Hydranten, die Stühle im Außenbereich Straßenschilder und die originellen Trinkgläser wurden aus Altglas (Braunglas-Bierflaschen) hergestellt. Gepresste Getränkedosen oder kubische Behälter mit durchgebrannten Glühbirnen sind Design-Hingucker und unaufdringlicher Hinweis auf global wachsende Müllberge zugleich. Seinen Gästen bietet Betreiber Joost Bakker selbstverständlich ausschließlich Bio-Food an, teilweise wird es im eigenen Gewächshaus auf dem Dach angebaut. Ende Januar wird das Greenhouse wieder abgebaut, ohne dabei ein Gramm Müll zu hinterlassen. So will es das Konzept. Im April ist es dann in Europa zu begutachten - zur Möbelmesse in Mailand wird es wieder "ausgepackt".



www.greenhousebyjoost.com



ÜBERBLICK

Geschäftsführerin **Claudia Eßwein** eröffnet die **BarBOND** direkt neben ihrem Restaurant. ++

Bremen

++ Nach langen Renovierungsarbeiten eröffnet **Kolja Beckmann** (auch Macher der Vision Parade) im Ex-Gleis 9/Ex-Disco Nightlife das **Gleis 9 ¼** auf der Bürgermeister-Smidt-Straße. ++ Das **Beluga** auf den Höfen feiert seinen sechsten Geburtstag. Gratulation an Betreiber **Milan Mitrovic**. ++ Speziell: **Das Vegefarm**, Hamburger Straße, bislang veganer Online-Feinkostladen, ist jetzt auch ein Offline-Restaurant mit moderner taiwanesischer Küche. ++ Auch speziell: Das **Mado** (Martinistraße) von **Thore Müller** - hier gibt es kretische Küche. Mittags als "Flatrate"! ++

Düsseldorf

++ In Pempelfort haben **Michele Salomone** und **Sascha Nick** die **Brasserie** eröffnet - tagsüber gibt es casual, abends fine dining. ++

Dresden

++ Barrierefreier Zugang? Ein interessantes Projekt führt gerade der **Lebendiger Leben e.V.** durch: Er lässt Rollstuhlfahrer testen, wie nightlifetauglich Dresden für gehbehinderte Menschen ist. ++ Steffen Weyland von der **Bar Brasserie Cassis** auf der Alaunstraße hat um die Ecke in der Louisenstraße ein Spinoff eröffnet: Das **BBC** - steht in diesem Fall übrigens für **Bla Bla Café**. Echt! ++ Im **Haus Altmarkt** auf der Wilsdruffer Straße, schon jetzt Restaurant, Café und Club, finden ab sofort auch Konzerte statt. ++ Ein paar Häuser weiter wurde die Fläche verdoppelt: Das **Café Max** gastiert jetzt auf zwei Etagen. ++





Ocui

KONZEPT

Der Name leitet sich so ab: Open Cuisine. Nach dem seit dreieinhalb Jahren erfolgreichen offenen Küchen-Konzept **Gast** (Rosenheimer Straße) hat das Trio **Springer, Berst** und **Uebelherr** nun einen eigenständigen Ableger der "Neokantinen"-Idee im Oberanger (Zugang zum Marienplatz) geschaffen und damit das zuvor unwirtliche Areal erschlossen. Das Foodangebot (40 % Asia, 40 % Pasta, 30 % Pizza) ist fast identisch mit der Karte des **Gast**, auch das Personal kann das Betrieberteam bedarfsweise zwischen den Objekten rotieren lassen - eine Art Mini-Systematisierung. "Das ocui selbst wollen wir mittelfristig expandieren lassen - in München und umliegenden Städten in Bayern", sagt **Simi Berst**.

AMBIENTE

Das ocui wurde bewusst mit weiblichem Touch eingerichtet: Gelb, Pink und Lila im Loungebereich, viel Weiß mit handgeschnittenen Delfter Kacheln an der Kochinsel, die ein wenig Großmutter-Flair verbreiten will. Große Fensterfronten und komplettverglaste Türen sorgen für viel Helligkeit: "Das zieht Frauen in unsere Location. Hat sich in München schon herumgesprochen", berichtet

Berst. Und wo die Frauen sind ... na ja, altes gastronomisches Thema.

PUBLIKUM

Entsprechend der "Designvorgabe" viele Singles (München hat 55 % Singleanteil), außerdem Familien mit Kindern und viele ältere Gäste. Interessant: "Gerade die Älteren greifen beim Asiafood zu. Das überrascht uns ziemlich." Das vorgesehene "Drei Generationen-Konzept" geht auf. Der aktuelle Tagesdurchlauf lag schon im dritten Monat bei 400 Gästen, Tendenz steigend - vor allem durch Laufpublikum vom Marienplatz. Berst: "Die schauen alle rein und kommen zwei, drei Tage später wieder." Glas macht's möglich.

++ facts

- + Größe: 140 qm
- + Sitzplätze: 80 (PAX)
- + Betreiber: Uli Springer, Simi Berst, Marc Uebelherr
- + Weitere Objekte der Betreiber: Gast u.a.

Oberanger 31-33,
80331 München

Tel. 089. 45 22 60 01

www.ocui.de

Frankfurt

++ 70er-Jahre-Esstischlampen, abgewetzte Omasessel, Setzkastenregale an den Wänden. Das neue **Café Stilbruch** bietet für viele eine kleine Reise in die eigene Vergangenheit. Als "schräg, aber gemütlich" bezeichnet Besitzer **Jark Beckschäfer** seine Kneipe in Bornheim. ++ Klassisch, französisch: **Alex Urseanu, Lior Ehrlich** (**Sam's Sportsbar, Pizza Pasta Factory, Pravda**) und **Michael Rosen** haben in der Sandhofpassage **Le Bar** eröffnet. ++

Hamburg

++ Umstyling im **Waagenbau**: neue Bar, neue Raumaufteilung, neue Lichttechnik - und das scheint nur der Anfang der Rundumerneuerung der Schanzenlocation zu sein. ++ Der wohl bekannteste Gay-Club der Stadt wird 17: Glückwunsch **Wunderbar**. ++ Ein Teemuseum, eine Teelounge und ein Blick auf die Herstellung von Teemischungen: Zu sehen auf 600 qm in der Hafencity, im **Flagship-Store** des ostfriesischen Teetraditionalisten Messmer. ++ Die kleinen **Saliba**-Ableger breiten sich aus: Nach dem Heußweg bekommt nun auch das Schulterblatt einen **Grill of Arabia**. Inhaber: **Hanna Salibas** ++ Ein neues Restaurant gibt es im **East** von Gastro-Fernsehstar **Christoph Strenger**: **Nigma Sherpa** führt die **East Sushibar**. ++ **Katze**: So heißt die Kiez-Bar, die das **KafeX**, Standort Schulterblatt, beerbt. ++ Auch neu: der **Club Aston** in einer Villa auf der Rothenbaumchaussee. ++

Hannover

++ Aufmöbeln gegen das Langeweile-Image? Gleich vier neue Clubs gibt es: **Rejhan Muric** will mit dem **Studio 6** im Ex-





Mikatronic

KONZEPT

Berlin-Style nach Essen bringen: DJs mit eigener "Handschrift", eine gute Akustik und überhaupt klarer Fokus auf Musik, das ist das Ziel, das **Dana Majid** und **Alexander Klein** mit ihrem Club **Mikatronic** verfolgen. Dresscode und Co. bleiben vor der Tür, dafür schließt die sich erst, wenn der letzte gehen will sagt Alexander Klein: "Es wird so lange aufgelegt, bis wirklich keiner mehr Kraft hat, zu tanzen." Das kann dauern, wie Klein weiß - er hat drei Jahre für das **Week12End** am Berliner Alexanderplatz gearbeitet, wo oft erst am späten Vormittag Zapfenstreich ist.

AMBIENTE

Ein witziger Mix aus Szeneclub und Chinarestaurant: Die supermoderne LED-Anlage, wie man sie aus dem Berliner Techno-Laden **Watergate** kennt, zaubert eindrucksvolle Visuals an die Decke. Fast uriges Flair hingegen versprühen allerlei asiatische Holz- und Stoffelemente an den drei Theken und rund um die Sitzgelegenheiten hinter dem DJ-Pult und im Separée. Sie lassen teilweise noch die Vorgängerlocation **Dancing Vegas** erahnen. Wenn auch kein genuiner Ambiente-Aspekt, so sei an dieser Stelle dennoch die trockene, sehr gute Akustik erwähnt, die das Macher-Duo im Vorfeld lange feinjustiert hat.

Mit Erfolg, wie Klein sich freut: "Es haben uns schon viele Gäste darauf angesprochen."

PUBLIKUM

Kein Schickimicki, kein Dresscode versprechen die Macher. Klein: "Jeder, der Spaß an wegweisenden und tanzbaren elektronischen Sounds hat, ist gern gesehen." Ob langfristig dann neben den Musikfreaks auch zielgerichtet Leute kommen, die sich zuvorderst gerne sehen lassen? Das stylische Separée ist jedenfalls auch als VIP-Bereich buchbar - zumindest eine kleine Abweichung vom typischen Berliner Feier-Style.

++ facts

- + Größe: 950 qm
- + Sitzplätze: 1.000 (PAX)
- + Betreiber: Dana Majid, Alexander Klein
- + Weitere Objekte des Betreibers: keine

Schützenbahn 31,
45127 Essen
Tel. 02 01. 17 89 99 90

www.mikatronic.de

ÜBERBLICK

M.E.C. am Raschplatz die Zielgruppe U 45 ansprechen. ++
Neuer Club 2: Das **Platform** ("urbane Clubmusik") im **Ex-Soap Club**, Windmühlenstraße.
++ Neuer Club 3: Das **Famous** (Gay) im Tiedthof. ++ Neuer Club 4: **Das Reyna** (R'n'B) im **Ex-Avalon**, Varrelheidering. ++

Köln

++ 40. Geburtstag der Studenten-Partybude **Das Ding**: Damit ist sie die dienstälteste Kölner Location, unter selbem Namen, an selber Stelle und durchgängig unter dem selben Besitzer. Macher **Harald Riemer** feiert gleichzeitig seinen 70. Respekt!
++ **Armin Assadollahi** und **Marc Hombach** haben ihre Miami Style-Clubblounge **Flamingo Royal** eröffnet. ++ Der **Pure-Liner**, ein ehemaliges Rhein-Schleppschiff, dient nun am Niehler Hafen als schwimmende Eventlocation. Produktpräsentationen, Messen, Kick-Off 's und Betriebsfeiern mit bis zu 600 Personen können veranstaltet werden. Mit an Bord befinden sich außerdem ein Catwalk, eine Dachterrasse, ein Wintergarten sowie ein Theater. ++ Einen Ableger bekommen hat das **Sweet Sushi**: Neben dem Stammsitz Auf dem Berlich jetzt auch auf der Bunzlauer Straße.
++ Einst **Jimetto's**, jetzt **Sausalito's**: **Thomas Hirschberger** hat die 500 Quadratmeter-Fläche am Hohenzollernring übernommen. ++

Leipzig

++ Schöner Name, jetzt im Winter: **Wärmehalle Süd** hat **Johannes Metz** sein Kultur-Gastro-Objekt (Eichendorffstraße) genannt. Neben Café- und Kneipenbetrieb gibt es auch Live-Gigs und Lesungen. ++



WICHTIGE LÄDEN

Ausgabe 001_09

Berlin

++ Kirk Royal ++ Guapo ++ Bling Bar ++ Violet ++
++ Loreley ++ Badlands ++ Club 9005 ++
++Die Waldohreule ++Bar BOND ++

Bremen

++ Gleis 9 1/4 ++ Beluga ++ Vegefarm ++
++ Mado ++

Düsseldorf

++ Bar Brasserie Cassis ++ BBC ++ Café Max++
++ Lebendiger Leben e.V. ++ Haus Altmarkt ++

Frankfurt

++ Café Stilbruch ++ Pizza Pasta Factory ++
++ Sam's Sportbar ++Pravada ++ Le Bar ++

Hamburg

++ Waagenbau ++ Wunderbar ++
++ Flahship-Store ++ Saliba-Grill of Arabia ++
++ East Sushibar ++ Kafex ++
++Katze ++ Club Aston ++

Hannover

++ Studio 6 ++ M.E.C. ++ Platform ++
++ Soap Club ++ Famous ++ Reyna ++ Avalon ++

Köln

++ Das Ding ++ Flamingo Royal ++ Sausalito`s ++
++ Pure Liner ++ Sweet Sushi ++ Jimetto`s ++

Leipzig

++ Wärmehalle Süd ++

München

++Oberanger ++Alpenraum ++ 8Seasons ++
++Ocui ++ Club 9005 ++ Residenzpost ++
++ Privée ++ Rote Sonne Bar ++ Salon Erna ++
++ K41 ++ 089Bar ++ Max&Moritz ++ Zerwirk ++

Ruhrstadt

++ Stranddeck ++ Escortclub ++ BOSCH Bobby ++
++ Balke ++ Turock ++

Stuttgart

++ Rockfabrik ++ Ha.Bar ++ 7 Grad ++
++ Takeshii`s ++ Club Rumors ++ Club Prag ++

