

*nomy

Gastronomisch wertvoll.

_02_10

Erster!

Neue Läden Etage Zwo, München, Café Lotte, Dortmund **Trends**

Twittagessen, Rü-diger, Gastro-Umfragen **Bits & Pieces** Buch-Tipps

Wir gehen schon mal vor ... Europäisches Leaders Club

Treffen in Stuttgart mit den wichtigsten Trends

EMPFOHLEN VON



***nomy_02_10**

3 *nomytorial

Ein paar Worte – Zum Einstieg

4 *nomytrendspot

Wir gehen schon mal vor... – Neues vom Leaders-Club-Treffen

7 *nomytrend

Termin Twittagessen – Digital verabreden zum Lunch

Mixciting & SINNES ALARM – Schweppes auf Tour

Rü-diger – Gastro Award in Essen-Rüttenscheid

Getränke und Ausgehen – Umfragen zu Gäste-Präferenzen

Bits & Pieces – Fundsachen aus dem Info-Sektor

Überblick – Wer hat aufgemacht, wer zu?

Intern – Hausmitteilungen der Krombacher Gruppe

11 *nomy moodboard

Poncho No. 8 – Spitalfield, London, GB

12 *nomyläden

Etage Zwo, München

Café Lotte, Dortmund



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

auf dem diesjährigen Leaders Club Award konnte man es mit Händen greifen: Das einzig stetige in der Gastro-Branche ist **der Wandel**. Die fortschreitende Professionalisierung der Branche (nicht nur gegenüber den vergangenen Dekaden), der Einzug neuer Kommunikationstechnologie als effizientes Akquise-Tool, die Apps, die gerade in aller Munde und auf immer mehr iPhones sind – wir von ***nomy** fanden uns irgendwie darin sehr zu Hause.

Denn nicht nur der Gast wandelt sich, sondern mit ihm der Gastronom und sein Angebotsspielfeld, die Gastronomie. Und es ist zu beobachten, dass längst nicht mehr der Gastronom mit Schürze und Bierhahn-Expertise dominiert. Was man landauf, landab in neuen und alten erfolgreichen Konzepten erlebt, das sind **Unternehmer**, die sich das Ertragsfeld **Gastgebertum** ausgewählt haben.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, wie immer eine inspirierende Lektüre, die Sie und Ihren ganz persönlichen Erfolg unterstützen möge.

Stefan Niehues

P.S. Wie immer ist diese, wie alle vorherigen ***nomy**-Ausgaben, auf **www.nomyblog.de** als PDF-Download für Sie erhältlich – und außerdem weitere spannende Themen aus der innovativen Gastronomie.

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: Isabel Niehues

Fotos: Jan-Peter Wulf, Presse





Gewinner des Leaders Club Award: myindigo, ein Healthy Fastfood Konzept mit sechs Outlets

Wir gehen schon mal vor...

Anfang Februar war *nomy zu Gast auf dem Europa-Treffen des Leaders Club in Stuttgart. Bevor am Abend das beste Gastro-Konzept 2010 gekürt wurde, gab es einen ganzen Tag geballter Branchen-Information – von Machern für Macher!

Social Media und Gastronomie – zu diesem Thema lässt sich eine Menge referieren. Umso schöner war es zu sehen, dass in diesem Fall ein waschechter Gastronom selbst die Bedeutung von Facebook, Qype, Twitter und Co. für die Branche herausstellte: **Michael Kuriat** betreibt zusammen mit **Steffen Wendler** drei **Sol-y-Mar**-Outlets in Leipzig, Erfurt und in Hannover, ein All-in-One mit asiatisch-südländischem Touch und eines der ersten Konzepte, die hierzulande überhaupt mit Bambus, Rattan und Co. arbeiteten.

Aber auch mit der digitalen Welt kennt Kuriat sich aus: Unter anderem stellte er vor, wie sich mit Werbung auf **Facebook** zielgenaues Gäste-Targeting (Alter, Geschlecht, Wohnort, Interessen) betreiben

lässt, das ebenso zielgenau mit „Cost per Click“ abgerechnet wird. Weitere Beispiele: Qype, Twitter (z. B. in Form eines geschlossenen Kanals – als Tool für die interne Kommunikation) und zuletzt ein Ausblick in das Thema **Gastronomie-Apps** – mit einer Pizza-Hut-App, auf der sich der gewünschte Belag per Fingertipp auf den digitalen Pizzaboden ziehen und bestellen lässt. „Diese Kommunikationswege werden nie wieder einschlafen“, so Kuriats Fazit vor einer angesichts dieser technischen Novitäten sehr beeindruckten Top-Gastronomen-Riege.

„Diese Kommunikationswege werden nie wieder einschlafen!“

[Michael Kuriat]





Die Referenten des Leaders-Club-Treffens

East-Casting

„Ihr habt ja ein super eingespieltes Team. Wie habt Ihr das hinbekommen – Ihr habt doch gerade erst aufgemacht?“ Diese Frage bekam **Christoph Strenger** 2004 öfter von Gästen des frisch eröffneten **east Hotels** in Hamburg St. Pauli zu hören. Die Antwort gab es auf dem Leaders Club-Treffen: 300 Personen hatten sich beworben, rund 80 wurden gebraucht. Nach einer Vorauswahl wurden 85 in den „Recall“ eingeladen und mussten einen Tag lang gruppenweise Aufgaben lösen – inklusive Gastro-Prüfung in Strengers Kiez-Kneipe **Herzblut**. Wer sich als teamfähig und kompetent erwies (in jeder Gruppe gab es einen „Spion“), der schaffte es ins east-Team.

Und dieses Team musste erst einmal streichen, verputzen, Möbel zusammenbauen und andere handwerkliche Dinge tun: Denn durch eine Zeitverzögerung von mehreren Wochen standen Strenger, Partner **Marc Ciunis** und Hotelchefin **Anne-Marie Bauer** vor einem Problem: Den Laden (zuvor eine völlig heruntergekommene Eisengießerei) zu Ende aufbauen – oder die Mitarbeiter, alle schon mit Verträgen in der Tasche, auszahlen? Man entschied sich für beides. Mit **großartigem Team-Effekt**: „Alle Mitarbeiter haben sich und das gesamte Haus dadurch bereits kennengelernt. Deswegen behandeln sie alle Materialien und Einrichtungsgegenstände so, als sei es ihr Haus – weil sie es mit aufgebaut haben“, so Strenger. Ein großer Teil



„Meine Mitarbeiter behandeln das Haus, als sei es ihres. Weil sie es mit aufgebaut haben.“

(Christoph Strenger)

des aktuellen Personalstocks stammt denn auch noch aus der ersten Stunde. Und wenn die Chemie stimmt, tun das auch die Zahlen: 2004 machte man 5,7 Mio. Euro Nettoumsatz, 2009 – zwischenzeitlich kamen 50 Zimmer hinzu – sind es schon 14,1 Mio. Euro. Der Club **upper east** bringt es bei 520 Öffnungszeiten auf einen Bruttoumsatz von 1,8 Mio. Euro über Getränke. Strengers Pläne für die Zukunft: 2011 wird eine **east-Gastronomie** (kein Hotel) im neuen Yachthafen Port Adriano auf Mallorca eröffnen, eine weitere ist für den Hamburger Yachthafen geplant. Zusätzlich gibt es ja noch die Kooperation mit der Sylter Restaurant-Legende **Sansibar** (s. ***nomy** 1/2010). Und im east setzt man ab sofort auf „Kitchen-Partys“ – Selbstkoch-Event für bis zu 150 Personen. „Auch, wenn die Küche danach immer das reinste Chaos ist“, so Strenger. Aber für seine Gäste tut man eben alles!

Monster-Architektur

Von den selbst gezeichneten Monster-Comics seiner Jugend zum richtungsweisenden Design für Gastronomie-Konzepte: Spannende visuelle und konzeptuelle Einblicke in sein Schaffen gewährte Star-Architekt **Jordan Mozer**. Mozer ist bekannt für seine wuchtigen Strukturen und runden, spielerischen Formen, die ein Stück weit Antipode zum streng geradlinigen Bau seiner Heimatstadt Chicago sind. Doch hinter den „exciting worlds“, die er kreiert, steht ein genau durchkalkulierter Grundriss, der optimale (Sitz-)Platzausnutzung und Flexibilität für spätere Gastro-Angebotsumgestaltung als Basis hat. „The goal is to hide functionality behind design“, so Mozer. Übrigens: Monster zeichnet er neben seinen zahlreichen Gastro- und Hotellerie-Projekten immer noch.



Die Sieger des internationalen Leaders Club

Awards: Doris und Heiner Raschhofer von myindigo, einem Healthy Fastfood-Konzept mit sechs Outlets in Salzburg (4), Innsbruck (1) und München (1, demnächst ein weiteres).





cha chà: trifft Trends Nr. 3 und Nr. 7



Beispiel für einen wilden Afg-Mix: „Wild Berry Dreams“ – Schweppes Russian Wild Berry, Limettensaft und Zuckersirup

Elf Trends für die Gastronomie

Wohin entwickelt sich der Außer-Haus-Markt? Was sind die Trends und Bedürfnisse der Zukunft? Dazu referierte abschließend **Gretel Weiß, food-service- und Cafe-Future.net-Chefredakteurin**. Sie präsentierte elf überzeugende Trendthesen für die Branche, die wir an dieser Stelle mitsamt der Erläuterung durch die Referentin wiedergeben möchten:

1. Wachstum an Schnittstellen zwischen Arbeit, Freizeit, Handel und Verkehr

Outdoor ist in, weil der Großteil der Arbeit sich drinnen abspielt.

2. Konsummuster sind so patchworkhaft wie die Lebensmuster

Speisekarten werden femininer, Frischeanspruch und Individualität steigen, Gesundheit und Genuss sind ab sofort ein Duo. „Wir brauchen raffinierte Normalität.“

3. Kulinarische Kulturen stehen nebeneinander

Heimisches steht neben Ethno, Asia-Food wird durch Thailand dynamisiert, Saucen vermitteln die Food-Welt. „Positive Klischees und Bilder müssen her, um die Sache simpel zu kommunizieren.“

4. Man isst und trinkt wieder Heimat

Europaweites Phänomen, trendige Tradition, 70% Vertrautheit und Sicherheit werden mit 30% Neuem (leichter, knackiger, frischebetonter) kombiniert.

5. Backen wird immer gleichwertiger mit Kochen

Brotmahlzeiten werden zu echten Universalisten, neue Technik macht Gebackenes jederzeit frisch

verfügbar. „Frühstück wird zum Zentrum für den Quickservice-Markt!“

6. Coffeebars sind Trendtreiber

Teil der innerstädtischen Infrastruktur, täglicher kleiner Luxus, jetzt auch z. B. für Krankenhäuser denkbar.

7. Frisch, schnell, schön

Fast Casual ist das Konzept der Stunde, Beispiele: Vapiano und cha chà.

8. Beverage: revolutionäre Trinkrituale

Geschmacksintensivierung, wildes Mixen, added values, Eventisierung der Werbung, Trinkflasche gewinnt an Bedeutung.

9. Lebensstil ersetzt Lebensstandard

Reine Funktionalität ist out – Stil, Charakter, Ästhetik und kommunikative Wohlfühlatmosfera sind in.

10. Suche nach neuer Wertewelt

Gast spart beim Alltäglichen (z. B. Handel), gibt aber gerne Geld für Dinge aus, die Mehr-Wert für ihn haben. „Die Wertschätzung des Konsumenten ist eine individuelle Größe. Hier muss Markenarbeit geleistet werden.“

11. Der Gast sucht nicht. Er findet.

Innovation ist gastronomische Bringschuld, Andersheit und Abwechslung werden erwartet.

Mehr Infos zum Award:
www.leadersclub.de





Foto: Michael Reuter

Das Echtzeit-Web bringt Menschen live zusammen: Twittagessen-Treffen im Nam Nam, München

Digital verabreden zum „Lunch Break“:

Termin Twittagessen

Die bislang spannendste gastronomische Nutzungsform des Kurznachrichtendienstes Twitter heißt „Twittagessen“: Personen, die sich im Web kennen gelernt haben, treffen sich zum Lunch. In ganz Deutschland finden solche Treffen bereits statt. Doch wirklich genutzt wird dieses Potential gastroseitig bislang noch nicht.

Mensch, es müsste doch eine Möglichkeit geben, Leute ausfindig zu machen, die wie wir mal aus dem einsamen Büro raus wollen, um ein bisschen mit anderen zu quatschen.“ Mit diesen Zeilen erklären **Roman Zenner** und **Christoph Zillgens**, wie sie darauf gekommen sind, Twitter als Verabredungstool zum Mittagessen zu nutzen.

Denn tatsächlich haben viele Nutzer des Kurznachrichtendienstes Twitter einen Großteil ihrer Follower (Leute, die ihre Statusmeldungen abonniert haben) in der gleichen Stadt bzw. folgen ebenda wohnenden und arbeitenden Personen. Gerade mittags bietet sich die Möglichkeit, sich zum „Offline-Treff“ zu verabreden, bekannt

aus vielen großen Unternehmen, wo Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen sich via „Lunch-Date“ auch einmal persönlich kennen lernen.

Digitaler Stammtisch

Der Unterschied zum klassischen Business-Lunch ist, dass die Twittagessen **für alle Interessierten** zugänglich sind. Findet in einer Stadt ein Twittagessen statt, können sich also auch weitere Personen dafür eintragen. So entsteht ein digitaler Stammtisch, zu dem sich immer mehr Teilnehmer gesellen können. Wenn noch kein Termin angelegt wurde, kann jeder auf dem Portal eingetragene Twitterer selbst ein solches anlegen. Datenbasis ist der Gastronomie-Bestand von Qype: Hier eingetragene

BITS & PIECES

++ Mit 71.000 Beschäftigten ist der Frankfurter Flughafen nicht nur Deutschlands größte Arbeitsstätte, sondern durch viele unterschiedliche Nationalitäten auch einer der größten „Melting Pots“. Mit **Frankfurt Airport à la carte**



wird diese Vielheit jetzt kulinarisch dokumentiert: Ein multikulturelles Kochbuch, in dem 23 Mitarbeiter-Re-

zepte aus ihrer Heimat verraten, von Island über Mauritius bis Montenegro. Zusätzlich steuern sieben Köche (u.a. Tam Spaade vom MoschMosch-Outlet am Flughafen) ihre Kochtipps bei. Erhältlich im k bookstore (15 EUR), Terminal 1. ++ Noch ein Buchtipp: Die **Zürcher Kronenhalle Bar** gibt es schon seit 45 Jahren, sie ist ein dauerhafter „place to be“ der Szene, von Stars und Promis und allen, die dazu gehören wollen. Kurzum: Wo in illustrierter Runde Cocktails getrunken werden, entstehen natürlich Geschichten. Beides – Storys und Drinks – haben Peter Roth, seit 1984 hier Barchef und Carlo Bernasconi (Cucina e Libri, Zürich), jetzt in einem Buch zusammengeführt: Kronenhalle, Orell Füssli Verlag, 29,90 Euro. ++ Wer noch mehr Buchtipps braucht: Neu im **Berliner Regierungsviertel** und im **Web** ist der **Dehoga Shop** mit Publikationen für Betreiber, Mitarbeiter, Existenzgründer und alle, die sich für Essen, Trinken, Design und Lebensart interessieren. www.dehoga-shop.de ++





Aktuelle Termine: www.twittagessen.de

Locations können als Austragungsort über die Twittagessen-Webseite ausgewählt werden. Terminverschiebungen, Fragen, Antworten – alles läuft auf der Seite zusammen und kann auch über den Twitter-Account von Twittagessen (natürlich!) abgerufen werden.

Deutschlandweite Treffs

Die Twittagessen finden schon jetzt in ganz Deutschland statt – in Delmenhorst, Hamm, Magdeburg und Leer ebenso wie in den A-Städten. Heißt: **Jeder Gastronom, der ein Mittagsgeschäft betreibt, kann**

von dem Trend profitieren. Doch bislang ist das kaum der Fall: „Von Gastronomen direkt haben wir bisher noch gar kein Feedback bekommen; in vielen Fällen ist es wohl auch so, dass die meisten gar nicht wissen, aus welchem Grund dieses bestimmte Grüppchen an ihren Tischen sitzt“, erklärt Mitbegründer Roman Zenner. „Mir ist auch noch kein Fall bekannt, in dem es ein spezielles Twittagessen-Menü oder einen Twittagessen-Rabatt gegeben hätte.“

Das soll nicht so bleiben: Gastronomen, die ihre Räumlichkeiten für ein solches Treffen anbieten möchten – z. B. durch ein spezielles Angebot (Freigetränk, Twitter-Dessert) an die Teilnehmer – können sich gerne per Mail bei Twittagessen melden. Zenner: „Wir erwähnen das gerne in unserem Blog oder nehmen dies in unsere Programmierung auf!“



www.twittagessen.de
www.twitter.com/twittagessen



„Man sieht sich auf Twitter“ – Tweetup in Köln

Foto: bindemichi



Kernige Innovation in der Gastronomie: CAB CHERRY & BEER!

Nach dem Erfolg von **CAB BANANA & BEER** kommt jetzt ein neuer, aufregender Weizenbiernix flavoured with Dragonfruit: **CAB CHERRY & BEER**, der fruchtige Biernix aus 50 % Weizenbier und 50 % Erfrischungsgetränk mit Kirschgeschmack bei 2,5 % vol. Alkohol. CAB CHERRY & BEER ist einzigartig im Geschmack durch eine besonders fruchtige Kirsch-Note und dem CAB-typischen Schuss Dragonfruit. Mit dem neuen Drink gibt es Kirsch und Weizen erstmals als genussvollen Mix direkt aus der Flasche. Mit stylischem Auftritt **im neuen, aufmerksamkeitsstarken Design** sowie verschiedenen Werbemitteln zur Aktivierung und Bekanntmachung bringen Sie Bewegung in Ihre Gastronomie. Unterstützt wird der Launch durch Citylight-Werbung, Funkspots und eine Social-Media-Kampagne auf StudiVZ (insgesamt 658 Millionen Kontakte).

CAB CHERRY & BEER: Das Weizen mit Kirschgeschmack. Jetzt bei Ihrem Krombacher-Ansprechpartner bestellen!

Informationen:
www.cab-drink.com



Schweppes tourt durch Clubs und Discos

"Mixciting" & "SINNES ALARM"

Aufregender kann ein Nachterlebnis nicht sein: Schweppes bringt zusammen mit der Bielefelder Agentur CARTEL gleich zwei neue Event-Konzepte ins Nightlife. Die Club-Tour „Mixciting“ ist für ausgewählte Premium-Locations konzipiert und wird die Event-Besucher in eine neue Party-Dimension der Nachterlebniswelt versetzen.

Hinter den Decks der Tour steht das DJ-Duo Plastik Funk, das nicht nur in Deutschland, sondern auch auf der Partyinsel Ibiza regelmäßig die Crowd zum Kochen bringt.

Erlebnis für die Sinne

Auf der Disco-Tour „SINNES ALARM“, die ebenfalls für ausgewählte Locations konzipiert ist, erleben die Gäste den Ausnahmekünstler, DJ und VJ Aleksey live auf der Bühne und an den Turntables. Und natürlich sind auf jeder Party die vier Schweppes-Stars Indian Tonic Water, American Ginger Ale, Original Bitter Lemon und Russian Wild Berry mit dabei! Erfrischungs- und Videoeffekte, VJ- und DJ-Sets auf Videowalls,



CO2- und Duft-Effektmaschinen, beleuchtete Stellwände und Tanzpodeste sowie atemberaubende Showakteure verwandeln jede Location in ein absolutes Sinneserlebnis. Nutzen Sie die positive, innovative Umsetzung einer umfangreichen Markenpositionierung in ein neuartiges Erlebnis-konzept von Schweppes und Cartel!

Jetzt buchen:

CARTEL Events & Entertainment GmbH
Tel. 0521. 164 65 83

Hinweis:

Die Namen „Mixciting“ und „SINNES ALARM“ dürfen nicht ohne Buchung der Eventproduktion von CARTEL verwendet werden. Zuwiderhandlungen führen zu strengen Abmahnungen und schließlich zur Untersagung der Veranstaltung!



www.cartel-events.de
info@cartel-events.de

ÜBERBLICK

Berlin

++ Aus für das **Rechenzentrum**: Die Reederei Riedel (Sightseeing auf dem Wasser) expandiert auf das Gelände. Schade, das hinterlässt eine Lücke in der Rubrik „einzigartiges Berlin-Clubbing“. ++ Das **Bangaluu** heißt ab sofort **China Lounge**. Die soll dunkler werden als der bisher ja bekanntlich schneeweiße Bangaluu. Wir sind gespannt. ++ **Cookie** expandiert: **Heinz Gindullis**, wie er mit bürgerlichem Namen heißt, will zusammen mit Week12-End-Macher **Markus Trojan** ein hippestes Hotel für ebensolche Nachtschwärmer eröffnen. Und wie es zur Philosophie des guten alten Cookie gehört: Man gibt sich äußerst geheimnisvoll über das Wie und Wann. ++ Neu in der Baulandschaft von Mitte: das **Charlotte 43** (Charlottenstraße). Macher ist **Lorenz Becker**, seines Zeichens sterneerprobter Koch (u. a. Hugo). Ernsthaft gehobene Küche ist das Konzept. ++ Aus für den Edel-Asiaten **Shiro i Shiro**, Auf für das **Luchs** (Rosa-Luxemburg-Straße): Die hellen Räume wurden warmbraun getüncht, die Karte edel-italienisch getunt. Und bereits ab 7 Uhr täglich gibt es Frühstück. Schickes All in One. ++

Bremen

++ Normalerweise hat der Deutsche ja so seine Probleme mit dem Thema „scharf essen“. Nicht so in Bremen: Da geht am 20. März im Foodcourt des Einkaufszentrums Waterfront unter der Regie der QSR-Mexikaner-Kette **Speedy Taco** die bereits 5. Deutsche Meisterschaft im Chilischarfessen über die Bühne. ++ Alle waren überrascht, als im Winter das **Leos** (Parkallee Schwachthause) seine Tore schloss. Jetzt ist es mit neuem Betreiber (Andre Scheulenburg, macht auch die Disco **LA Vida**) wieder am Start. Konzept: neue internationale Küche auf unkomplizierte Weise. ++ Das **Elf2** in der Über-



Von Gästen verliehen: Award für beste Gastro in Essen-Rüttenscheid

Den Rü-diger für beste Gastro

Essen ist nicht nur Kulturhauptstadt 2010, Essen – vor allem der südliche Stadtteil Rüttenscheid – hat auch eine Menge spannender Gastronomien vorzuweisen. Zum Beispiel: **Axel Klubescheidts** wunderbar designte und mit Top-Drinks ausgestattete Cocktail-Lounge **FCUK Yoga**. Oder das **Miamamia** am Rüttenscheider Stern, das mit selbstgemachten Süßigkeiten, üppig-italienischen Broten und diversen Caffé-Spezialitäten besonders bei Frauen beliebt ist. Sweet Coffee Pirates, Zucca, love and hate – die Liste der Szene- Outlets ist lang. Grund genug also, einen Gastro-Award ins Leben zu rufen für diese vitale Infrastruktur: Am 20. März wird der Rü-diger in den Kategorien Lokal/Bar, Veranstaltung, Tanzfläche (für Clubs) vergeben, hinzu kommt ein Ehren-Award für das „gastronomische Lebenswerk“. Besonders schön: Das Ganze läuft auf Basis eines Online-Gästevotings. Jeder Stammgast kann also seinen Lieblingsladen „pushen“. Die Erlöse des Awards im



Rü-diger: Gastro-Preis in Essen-Rüttenscheid

Katakomben-Theater des Girardethauses sowie der anschließenden Party im „Bliss“ kommen dem KinderPalliativNetzwerk Essen zugute. Rü-Award-Erfinder ist **Dirk Grünstäudl**: Er hatte seinem Stammladen **plan b** 2008 einen ganz persönlichen Award in Kohle gezeichnet. Und daraus entstand die Idee, das für den gesamten Stadtteil zu machen. Schöne Idee! Ein Interview mit dem Erfinder gibt es auf www.nomyblog.de. ++

www.rue-award.de

+++++

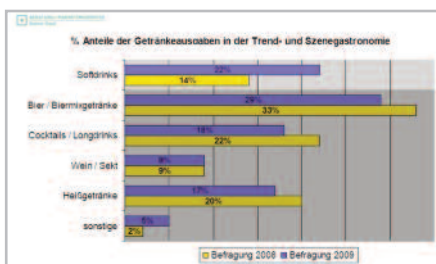
Umfragen im Nightlife zu Gästepräferenzen

Getränke und Ausgehen

Neue Studie zum Thema Getränkekonsum beim Ausgehen: Im Dezember 2009 befragte die Rainer Daut Beratung aus Nürnberg in der bundesweiten Szenegastronomie 300 Gäste zum Ausgabeverhalten bei Getränken. Ein Resultat: Immer mehr Gäste greifen zu Softdrinks. 2008 gaben 14% diese Sparte als Favorit an, 2009 sind es

deutlich mehr: 22% trinken Limonaden, Bittergetränke und Co. beim Ausgehen am liebsten.

Was den Gästen beim Ausgehen insgesamt am liebsten ist, dieser Frage geht derzeit das Ausgeh-Portal www.virtualnights.com mit seiner Studie **going out** nach. Partygänger und Gastro-Besucher werden hier befragt, worauf es ihnen beim Weggehen ankommt: gute Musik, gutes Preis-Leistungsverhältnis oder Hipness-Faktor des Ladens, aber auch das soziale Ausgeh-Verhalten wie „neue Leute kennen lernen“, „etwas mit Freunden unternehmen“ und natürlich „flirten“ werden erfragt. Die Ergebnisse sollen Ende März veröffentlicht werden. Mehr Infos hier: www.virtualnights.com/go/goingout. ++



Getränke-Studie: Softdrinks sind angesagt

seestadt hat umfirmiert: Es heißt jetzt **UnderDock** und widmet sich der Welt der elektronischen Dancefloor-Klänge. ++ Nach einer Zeit des Herumvagabundierens ist der **Moni Dance Club** jetzt im Kulturzentrum Lagerhaus (Dritte Etage) sesshaft geworden, vorläufig zumindest. ++

Dresden

++ Die **Gastronomie in der Semperoper** bekommt einen neuen GMD (General-Mangiare-Direktor): **Stefan Hermann**. Er hat sich bereits einen Michelin-Stern erkocht, betreibt aktuell das **Bean & Beluga** und wird nach der Sommerpause seinen Dienst im Opernhaus antreten. ++ Nachdem die Dancefloor Lounges der Republik sich mehr und mehr mit Germany´s Next Topmodels und Society-Surfers füllen, will die Crowd von **Beat The Street** das ursprüngliche Feiern wiederbeleben. Ab-Hotten, Ab-Schwitzen, Ab-Feiern. Alles zu elektronischen Beats in der **Fahrenheit**-Eventlocation (Werner-Hartmann-Straße). ++

Düsseldorf

++ Die Messe **ProWein** bricht für dieses Jahr aus dem Messegelände aus und entert die Stadt: In insgesamt 50 Veranstaltungen werden Bars, Hotels und Restaurants mit Fachevents überzogen. ++ In der Altstadt (Ratinger Straße, ehemaliges Bagel) ist das Restaurant **Parlin** entstanden. Hier kocht man ernsthaft und mit Weinkenntnis. Zweifellos eine Aufwertung der Fast-Food- und Feiermeile. ++ Noch ein Restaurant mit Ambitionen ist das **Em Brass** (Moltkestraße). Auf der Karte: Crossover Cuisine mit rheinischem Akzent. Zubereitet von einer Crew, die schon u. a. im **Spoerl** oder **Fame Fatale** Erfahrung sammelte. ++ Und ein Glückwunsch an uns besonders liebe Menschen muss ***nomy** hier unbedingt aussenden: **Kerstin Schwan** und



Mexikanischer Metropolen-Mittag:

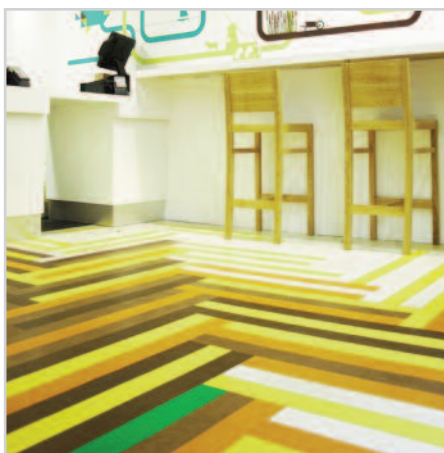
Poncho No. 8, London

Leichte kalifornisch-mexikanische Küche im Stadtteil Spitalfields



Frisch zubereitete Burritos sind die Spezialität des neuen Poncho No. 8 im Londoner Stadtteil Spitalfields. Die Betreiber **Frank Yeung** und **Nick Troen** (zuvor bei **Goldman Sachs** bzw. **Innocent Drinks** tätig) bieten **kalifornisch-mexikanisches Food mit leichteren und gesünderen Zutaten**. Zusätzliches Feel-Good-Element: organisches Rindfleisch sowie Hühner- und Schweinefleisch aus Freilandhaltung. Zu trinken gibt es u.a. frische Säfte und den Mexiko-Klassiker Agua Fresca (Früchte, Getreide, Wasser, Zucker). Klar im Fokus: das Mittagsgeschäft. Bei gerade mal 46 qm und 12 Plätzen trifft es sich gut, dass „queuing“ inoffizieller britischer Volkssport Nr. 1 ist – viele Kunden bestellen vor und holen sich ihr Essen dann zum Take away ab. Doch schon bald soll ein weiteres größeres Outlet folgen. ++

www.ponchono8.com



ÜBERBLICK

Martin Rapp, zwei trotz des jungen Alters „Urgesteine“ der Düsseldorfer Gastro-Szene, **haben geheiratet**. Wir wünschen Euch ein wundervolles gemeinsames Leben! ++

Frankfurt

++ Im Bahnhofsviertel gibt es frischen Fisch, und zwar im neuen **Sushiedo** (Taubenstraße). Klassisch auf den beliebten farbig beringten Tellern. Und auch noch zum All-you-can-eat-Tarif. ++ Statt italienisch wird im ehemaligen **Marcellino Pane e Vino** (Günthersburgallee) jetzt spanisch gekocht. **Mi casa tu casa** heißen das Motto und das Restaurant. ++ Neu in der Main-Gastronomie: die **Tour de menu**. Konzept: 17 Restaurants kochen zu Motti wie „würzig und heimisch“ und stellen sich dem Urteil der Gäste. Die haben den Metro-Gourmet-Pass und können darin beurteilen, wie es geschmeckt hat. Schlussendlich werden die besten Restaurants (nach Gästeteil) prämiert. Mit dabei u.a. Größen wie die **Kameha Suite** oder das **Silk Bed Restaurant**, der pinke **Nektar**-Clon vom Main. ++

Hamburg

++ Das **Amadee** (Max-Brauer-Allee) legt das Abenteuer Asia 2.0 zu den Akten: **Olaf Niemeier**, als Küchenchef für die fernöstlichen Experimente zuständig, hat das Haus verlassen. Und dort ist man nun zurückgekehrt zu den österreichischen Wurzeln. Alpenküche 2.0 funktioniert in Altona wohl besser. ++ Das **Dorf** in St. Georg wurde durch **Axel Strehlitz** und **Sebastian Weskamp** übernommen. So wird aus dem ehemaligen Künstler-Hangout ein urdeutsches Szene-Restaurant. ++ Mit dem Umzug an den Valentinskamp hat man im **Bacco** auch den aktuellen Trend zum Edel-Grill (siehe **Rach & Ritchy** und Konsorten) aufgegriffen. Ansonsten ist man italienischer Cucina treu geblieben. ++



Etage Zwo

Konzept

Hochwertiges Food in lässiger, ungezwungener Atmosphäre: Im zweiten Geschoss des Ex-Zerwirk gibt es international-südländische Küche (u. a. Saltimbocca vom St. Pierre-Filet oder argentinische Rinderlende) mit einigen bayerischen Flanken. Die neuen Betreiber der Fläche, **Carl von Walderdorff** und **Stefan Oelze** arbeiteten gemeinsam im Szenegastro-Urgestein Nage-&Sauge, Stefan kochte zudem im Vier Jahreszeiten Hamburg und im Münchner Le Gourmet – beste Voraussetzungen, um nonchalantes Szene-Flair und Fine-Food-Kompetenz zusammenzuführen. Ebenfalls (neu) im Haus: Die erste Deutschland-Filiale der Feelgoodfood-Kette **Daylesford** und der **Club Crux**.

Ambiente

Nonchalant geht so: **OSB-Grobspanplatten** als Wanddekoration, darauf indirekt beleuchtete **Bilder** hier ausstellender Künstler, gebrauchtes Mobiliar aus einer Gemeinschaftsverpflegungs-Kantine, umlaufende Bänke und flexibel verstellbare Hockertischchen in drei Räumen. **Altbau-Charme** (das Haus ist das zweitälteste der ganzen Stadt!) versprühen weiße bzw. altrosafarbene Wände, hohe Türen und Parkettboden. „In vielen Läden stört uns, dass man zwar gut essen kann, sich aber nicht hei-

melig fühlt“, erklärt Stefan Oelze den stilistischen Kontrapunkt. Drei Speiseräume gibt es, im vierten Raum befindet sich die Bar, in der eine Vielzahl von Klassikern der Longdrink- und Cocktailwelt serviert werden.

Publikum

Die zusätzliche Bar-Atmosphäre der Location lockt auch Gäste an, die später im Crux feiern gehen wollen. Nicht nur junges Partypublikum, auch und gerade **Mittdreißiger** kommen zum Essen und Trinken, bevor es zum Tanzen geht. Oelze: „Wir zielen durchaus auch auf die etwas ältere Zielgruppe ab, die am Clubbing noch interessiert ist und über die Etage Zwo in den Abend einsteigt.“ Und die muss sich mit dem Locationwechsel nicht beeilen: An Wochenenden ist die Etage Zwo bis drei Uhr nachts geöffnet.

++ facts

- + Größe: 100 qm
- + Kapazität: 75 PAX
- + Betreiber: Carl v. Walderdorff, Stefan Oelze
- + weitere Objekte: keine

Ledererstraße 3
80331 München
Tel. 0 89. 23 23 29 73



www.etagezwo.info

ÜBERBLICK

Glückwunsch an das **Übel & Gefährlich**: Vier Jahre ist man nun auf Sendung. Das wird natürlich im Bunker gefeiert. ++

Hannover

++ **Anna Limmer** heißt das neue All in One in Linden (Leinaustraße), wo man in einer Designer-Sperrmüll-Inszenierung neue internationale Küche wie Bananensüppchen mit gebratener Gamba konsumieren kann. ++ Das **Sesam** (Große Packhofstraße) tischt Fast-Casual-Küche aus der Türkei, Italien und Deutschland (vornehmlich Backwaren) auf. Alles in einem Ambiente, das wie eine Bäcker Lounge wirkt. ++ Das Prinzip „Essen im Dunkeln“ wird aktuell vom **Copthorne Hotel** in Laatzen aufgegriffen. Nur schmecken und riechen, nichts sehen. ++ Das **Havana** (Scholvinstraße) beerbt im Sternortviertel das ehemalige **Schurgis** und hat sich dem Latino-Genre verschrieben. Chef ist Latino-Spezialist **DJ Ferdi**. ++ **Der Bismarck Bahnhof** (Südstadt) ist nach Renovierung nun der momentan angesagteste Party-Anlaufpunkt an der Leine. ++

Köln

++ Glückwunsch an die **Live Music Hall**: seit 20 Jahren besteht das Live-Urgestein in Ehrenfeld. ++ **Feldküche** nennt sich gut deutsch das ehemalige **Tavernaki** in der Südstadt (Alteburgerstraße), jetzt ein Restaurant mit trashigem Designerschick und internationalem Cross-over auf der Karte. ++ In Poll, genauer gesagt in der Siegburger Straße, hat **Ex-Osman** Betriebsleiter **Bajram Meta** jetzt das **Meta** eröffnet. Ein All in One – mit einem Koch mit Sterneküche-Erfahrung als Begleiter durch alle gastronomischen Anlässe des Tages. ++ Die legendäre Absturz-Location **Bei mir** ist umgezogen: vom Eifelplatz in die Vorgebirgsstraße. Ärger mit dem Hausbesitzer. Also: Auf ein neues. ++ Das **Maison Blue**





Café Lotte

Konzept

Mit dem Ende 2009 eröffneten Café Lotte ziehen Kaffeehauskultur und Latte Art ins Dortmunder Kreuzviertel ein. Espresso in diversen Variationen ist Kernkompetenz, er wird wie alle Kaffee-Produkte mit speziell für den Laden gerösteten Sorten zubereitet und auch für zu Hause verkauft. Außerdem: ausgesuchte Tees und AfG wie Säfte und Orangina. Ganztägig gibt es frisch zubereitetes Bistro-Food, Käse- und Apfelkuchen, französische Tartes (u. a. weiße Trüffeltarte mit Himbeeren) und Amerikanisches von Cheesecake mit Süßkartoffel bis zu Brownies. Farbenfrohe, handbemalte Schweine, Teller, Tassen und Krüge aus Frankreich werden nicht nur dekorativ eingesetzt, sondern auch verkauft. „Viele Gäste sehen den Kauf als Teil des Café-Besuchs. Das passiert nebenbei“, beschreibt Mitbetreiberin **Marina Ulrich**. Ein echtes Zusatzgeschäft.

Ambiente

Fast ein halbes Jahr haben Marina Ulrich und **Herbert Lindenberg** die Location Ecke Saarlandstr./Dresdner Str. renoviert, bis aus einer ehemaligen Metzgerei ein charmantes Stadtteil-Café wurde. Bewusst ließ man sich die Zeit, um stilvoll Altes und Neues zu mischen: Eine beim Entfernen der abgehangenen Metzgerei-Decke freigelegte Wandfliesen-Zierleiste ist jetzt ein

echter Hingucker, ebenso wie der pittoreske Mosaik-Fußboden im hinteren Bereich, einst die Fleischwaren-Zubereitung. Zahlreiche farbenfrohe Details zieren das Interieur in Blassrosa und Lindgrün.

Publikum

Stadtteilbewohner, Shopper und Studenten, junge und alte Gäste: Das hochwertige, aber nicht hochpreisige Angebot soll jeden ansprechen. Bewusst daher der lässig-lockere Name und der nonchalante Interieur-Mix. Regelmäßig ist die Location mehr als gut gefüllt, mit leicht weiblichem Überschuss. Und dass während des Interviewtermins eine Tischreservierung für den frühen Samstagabend aufgenommen wird, erlebt die ***nomy**-Redaktion – zumindest in einem Café-Konzept – eher selten.

++ facts

- + Größe: 50 qm (Gastraum)
- + Kapazität: 35 Plätze innen, 20 außen
- + Betreiber: Marina Ulrich, Herbert Lindenberg
- + weitere Objekte: keine

Dresdner Straße 31
44139 Dortmund
Tel. 0231. 53 03 11 31

www.cafelotte.com

ist in der Südstadt zwanzig Meter weiter die Straße Im Ferkulum umgezogen. Französische Landhausküche gibt es jetzt im Sommer dort auch auf einer neuen Terasse. ++

Ruhrgebiet

++ **Dortmund**: Das **Barock** in der Kreuzstraße ist geschlossen. Aber nur vorübergehend: Mit neuem Betreiber-Team soll es in Kürze weitergehen. ++ Gleich gegenüber auf der Lindemannstraße eröffnet das **Lokales** (zuvor am Westpark) und beerbt das erfolglose **Comein-ski**. ++ **Essen**: Das neue Museum Folkwang hat natürlich auch eine vollwertige Gastronomie. Die wird gemacht von **Frank Heppner** und heißt **Vincent und Paul**. Heppner hat u. a. bei Koch-Papst **Witzigmann** Erfahrung gesammelt und will sein neues Baby zu einer metropolitanen Anlaufstelle für Gourmets mit Kunstsinn machen. Oder auch umgekehrt. ++ **Mülheim**: Lange, monatelang hat sich die Eröffnung des **Paparazzi** verzögert, jetzt hat die Ruhrstadt einen schicken, ambitionierten Italiener mehr. ++

Stuttgart

++ Das nennt man Re-Vitalisierung: Das **Rat-Rat**, in den 90ern angesagt und angesagt, hat sich neu in Schale geworfen und einen neuen Besitzer an Bord geholt: Die Schöning-Gastronomie bewirbt mit schwäbischen Klassikern wie Maultaschen und Spätzle im kalkuliert mit Patina überzogenen Ambiente. ++ **Remo Heine** vom **Grand Cafe Planie** hat die **Academie der schönen Künste** übernommen [Charlottenstraße]. Der französische Zungenschlag in Karte und Ambiente ist geblieben. ++ Im Mai geht **Erika Wilhelmer** mit ihrem **Schweinemuseum im Alten Schlachthof** inklusive großzügigem Open Air-Bereich an den Start. ***nomy** kommt darauf zurück. ++



WICHTIGE LÄDEN

Ausgabe 02_10

Berlin

++ Rechenzentrum ++ China Lounge ++
++ Cookie ++ Charlotte 43 ++ Luchs ++

Bremen

++ Speedy Taco ++ Leos ++ UnderDock ++
++ Moni Dance Club ++

Dresden

++ Gastronomie in der Semperoper ++
++ Bean & Beluga ++ Fahrenheit ++

Düsseldorf

++ Parlin ++ Em Brass ++

Erfurt

++ Sol y Mar ++

Frankfurt

++ Kameha Suite ++ Silk Bed Restaurant ++
++ Sushiedo ++ Mi casa tu casa ++

Hamburg

++ east Hotel ++ Herzblut ++ upper east ++
++ cha chà ++ ++ Amadee ++ Dorf ++
++ Bacco ++ Rach & Richty ++

Hannover

++ Sol y Mar ++ ++ Anna Limmer ++
++ Sesam ++ Copthorne Hotel ++
++ Havana ++ Bismarck Bahnhof ++

Köln

++ Live Music Hall ++ Tavernaki ++
++ Meta ++ Bei mir ++ Maison Blue ++

Leipzig

++ Sol y Mar ++

London

++ Poncho no. 8 ++

München

++ myindigo ++ Etage Zwo ++

Ruhrgebiet

++ FCUK Yoga ++ Miamamia ++ Zucca ++
++ Sweet Coffee Pirates ++ love and hate ++
++ plan b ++ ++ Vincent und Paul ++
++ Paparazzi ++ Comeinski ++ Lokales ++

Stuttgart

++ Schweinemuseum im Alten Schlachthof ++
++ Rat-Rat ++ Grand Cafe Planie ++
++ Akademie der schönen Künste ++

Sylt

++ Sansibar ++

