

*nomy

Gastronomisch wertvoll.

_03_08



Neue Läden Reingold, Berlin, King Kamehameha, Köln **Trends** Pomme Bébé,
Dine and Dance, Winter Beachclubs **Bits & Pieces** Mjunik Disco, Indie Travel
Guide, SMS-Guerilla Paderborn **Feature** Neuentwicklungen von der Brau Bevale 2008
Cook it yourself! Im Restaurant selbst mal Hand anlegen

EMPFOHLEN VON



***nomy_03_08**

3 ***nomytorial**
Ein paar **Worte** - zu Bar-Machern und Popsongs

4 ***nomytrendspot**
Cook it yourself - neu im Markt: "Selfaurants"

7 ***nomytrend**
Bits & Pieces - Fundsachen aus dem Info-Sektor
Winter-Fest - Beach-Gastronomie im Winter
Dine & Dance - jetzt kommen die Clubs
U3: die neue Zielgruppe? - Baby Gastro in den USA
Überblick - wer hat aufgemacht, wer zu?

10 ***nomyläden**
Reingold, Berlin
King Kamehameha, Köln

12 ***nomyfeature**
Brau Beviale - Getränke 09: natürlicher, kalorienärmer



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

es sind immer wieder inspirierende Gespräche,
die wir mit den Machern der Bar-Gastronomie füh-
ren. Warum?

Weil hier der Anteil der "Überzeugungstäter" nach
Wahrnehmung von ***nomy** überproportional hoch
ist. Weil hier die internationale Vernetzung - nicht
nur per neuer Medien - einen extrem hohen Stan-
dard hat. Und weil hier die Experimentierfreude im
Dienste des Gastes mit Lust und Commitment be-
trieben wird.

Einen Gast mit einem neu kreierten Drink zu begei-
stern, so sagte uns neulich ein befreundeter Bar-
chef, das sei "wie einen guten Pop-Song geschrie-
ben zu haben" - und der Gast wird zum Fan.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen auch für das
kommende Jahr viele Hits und viele Fans. Genießen
Sie eine prosperierende Weihnachtszeit und ein
erfolgreiches 2009.

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





Gastronomie zum Mitmachen:
Cucinaría, Hamburg

Cook it yourself

Kochen ist hip. Man denke nur an die Stars Jamie Oliver und Tim Mälzer, deren Rezeptbücher - gerade in der Vorweihnachtszeit - massenhaft gekauft werden. Gleichzeitig nimmt der Außer-Haus-Verzehr seit 1996 Jahr für Jahr ein gutes Prozent zu (Quelle: AHGZ). Aktuell entsteht ein neuer Betriebstyp derzeit, der beide Tendenzen vereint: Ausgehen und Selbst-Kochen. *nomy hat mit "Selfaurant"-Pionieren gesprochen.

So müssen sich Fische im Aquarium fühlen: Wer drinnen steht im neuen Düsseldorfer **Room To Cook** (Klosterstraße 34), ist neugierigen Blicken ausgesetzt. Alle paar Minuten drücken sich interessierte Passanten die Nase an der Fensterfront platt. "Was ist das denn für ein Laden?", kann man in ihren Blicken lesen. Room-To-Cook-Macher **Tim Koch**: "Auf den ersten Blick sind wir ein Shop für Küchenbedarf. Das verringert die Hemmschwelle, einfach mal reinzukommen". Im Angebot: typische Küchenutensilien wie Messer oder Töpfe, Kochbücher und die stolze Eigenkreation des Hauses, **Körri-saft**, der offizielle Ketchup des FC St. Pauli, mit Cola, Karameell und Aloe Vera "premiumisiert".

...früher mal Lehrküche genannt

Auf den zweiten Blick dann der Unterschied: Hinter dem Verkaufsraum mit seinen trashig-schönen Oriental-Sitzkissen ("die wollen ständig Leute kaufen, verkaufen wir aber nicht"), öffnet

sich der Gastraum. Hier sieht zunächst alles aus wie in einem typischen, modern-unkomplizierten Restaurant: große "soziale" Tische, an denen gemeinsam gespeist wird, Wohnzimmer-Atmosphäre mit Bauernhausschränken und knallrosafarbener Kuckucksuhr. Den Kaffee gibt es ohne Untertasse - so kann er in die Küche mitgenommen werden, ohne dass überall verlassenes Geschirr herumsteht.

Das, was man früher mal "Lehrküche" nannte, ist im Room to Cook topmodern und schick eingerichtet. Alle Utensilien einer typischen Restaurantküche sind vorhanden, nur eben in x-facher Ausführung: An den Induktionsplatten stehen alle Zutaten für das Drei-Gänge-Menü schon bereit. 20 Personen werden es später kochen. Zur Zeit arbeiten zehn Freelancer-Köche mit den Teilnehmern. Thematische Schwerpunkte setzen deutsche und internationale Gerichte. 2009 werden Themen wie **Kochen für Singles** oder **Cocktails und Food** dazukommen.



Erfolg ist messbar

Getränke gibt es in Selbstbedienung, wer eine Flasche Wein vor Ort verzehren möchte, bezahlt pauschal sieben Euro extra - sozusagen "Korkgeld". Wichtig ist die Online-Präsenz: "Wer unbedingt mal lernen will, wie ein Gänsebraten geht, kann uns einfach mailen und das vorschlagen. Anmeldungen und Kurse verwalten wir komplett online", erklärt Koch. So wird auch gleich der Erfolg des jeweiligen Angebots messbar. Mit gastronomischer Erfolgsmessbarkeit kennt Koch sich aus - schließlich war er schon Geschäftsführer der **Stockheim-Gruppe** (Betreiber diverser Messe- und Flughafengastronomien sowie der Gastro-Outlets **Cafetiero** und **Sushi Factory**). Wieso lässt er jetzt die Leute selbst kochen? "Unsere Teilnehmer haben großes Interesse, zu lernen, wie bestimmte Gerichte funktionieren. Aber noch wichtiger ist ihnen der Spaß dabei, gemeinsam etwas zuzubereiten und es sich dann sozusagen selbst zu servieren." Mise en place und Abwaschen erledigt deshalb auch das Room-To-Cook-Team selbst - das macht nämlich weniger Spaß.

Ich will Spaß, ich will Spaß...

Erleben vor Erlernen, so sieht das auch **Rolf Jehring**. Er ist Inhaber der **Cucinaria Hamburg**, einem Küchenausstatter mit integrierter Eventküche. Wichtig bei diesem Geschäft: "Die Events müssen in einem ästhetischen Umfeld stattfinden" (Jehring). Wie in Düsseldorf, so sind auch in Hamburg alle zeitnahen Kochtermine fast komplett ausgebucht. Und Hanseaten blättern für die Teilnahme knapp hundert Euro hin. Im Preis inkludiert: Der Umgang mit hochwertigem Material und viele Tipps und Tricks von den Profis. Jehring kennt seine Zielgruppe genau: "Unsere Teilnehmer wollen nicht nur kochen, sondern ein Gastro-Event zum Mitmachen. Und genau das bekommen sie bei uns."



Room to Cook: Jeder Teilnehmer kocht sein Menü komplett durch



"Moderiert" in seiner Kochschule Business-Größen: Christoph Nauheimer

Im Süden was Neues

Auch in München wächst das "Selfaurant"-Segment: Das **Cookyourown** am Viktualienmarkt, einem der Feinschmecker-Hotspots an der Isar, liegt mit Selbstkoch-Kursen um 150 bis 200 Euro preislich auf Fine Dining-Niveau. Wer bitte bezahlt so viel, um erst selbst am Topf zu stehen, bevor er sein pochiertes Ochsenfilet verzehren darf? Cookyourown-Chef **Christoph Nauheimer**: "Business-Leute, die sonst für dieses Geld essen gehen." Sprich: Top-Management und Unternehmensleitung samt Business-Partnern. Und dabei wird die Koch-Arena auch für handfeste Business-Zwecke genutzt. Nauheimer. "Es ist beliebt, Personal-Recruiting in unserer Kochatmosphäre zu betreiben". Warum? Ganz einfach: "Beim Kochen kommen sich die Leute viel näher, als wenn sie sich nur am Restauranttisch gegenüber saßen." Und der hoffnungsvolle Bewerber auf die Leiter-Position kann in der Realität schon vorab etwa auf seine Teamfähigkeit gecheckt werden. Team-Building durch das Erfolgserlebnis "Gemeinsam-etwas-geschaffen-haben". Notiz am Rande: Bevor die Schürze umgebunden wird, ziehen die Gäste erst ihre Schuhe aus - ganz wie in vielen asiatischen Gastronomien - und schlüpfen in Schlappen. Ein Trick, mit dem Nauheimer einen Schlüssel-Effekt erzielt: "Die Führungskräfte lassen damit etwas vom stressigen Business-Alltag buchstäblich vor der Tür stehen."

...ab sieben Personen daheim zu eng

Szenenwechsel: Aus dem Süden in den Norden. Rund 200 Euro kostet der Kochspaß im **Gekreuzte Möhrchen** in Hamburg. Allerdings für die gesamte Gruppe, die zwischen acht und 20 Personen groß sein kann. Dafür gibt es dann: den Raum. Zutaten und Getränke müssen die Mieter der Möhrchen selbst mitbringen, auf Wunsch vermitteln die Betreiber **Frank Gautier** und **Ulf Mahn**





Room to Cook: Vorne Laden mit trashig-schönen Orientalkissen, hinten Gastraum mit "sozialem" Tisch.



Gekreuzte Möhrchen: WG-Flair (links). Dazu würde auch die Kuckucksuhr aus dem Room to Cook passen.

einen Koch, wenn die Gruppen sich schulen wollten. Wer kocht hier? Gautier: "Vereine, Freunde, Firmen, ein Gourmet-Zirkel und sogar eine Krankenkasse, die hier Präventionskurse zur gesunden Ernährung anbietet". Entstanden sind die Möhrchen aus der privaten Passion Gautiers, daheim für Freunde zu kochen. Als ambitionierter Gastgeber für Menschen, die gern essen. Das klappte so gut, dass die Zahl der Bewirteten stetig anstieg. Bis es irgendwann zu beengt wurde. Gautier: "Bis zu sieben Personen kann man zu Hause bekochen, dann wird es fast überall zu klein." Nachhaltige Abhilfe schufen da die Gekreuzten Möhrchen.

Sukzessiv zur Gastronomie geworden

Aus dem Mangel wurde auf diese Weise das Konzept: Ein Koch-Raum, der roundabout 16 bis 20 Personen Platz bietet. Sechs Herdplatten

stellen die Gekreuzten Möhrchen zur Verfügung, Dampfgarer und Friteuse gibt es nicht. Denn wichtig für die Zielgruppe ist, dass keinerlei technische Barrieren aufgebaut werden. Gautier: "Wir sprechen schließlich keine Koch-Profis an, sondern Leute, die sich für ambitioniertes Essen begeistern und das gemeinsame Koch-Erlebnis suchen." Und da ist das Equipment zwar auf dem neuesten technischen Stand, aber keinesfalls mit kryptischen oder undurchschaubaren Technologien gekoppelt. Gautier: "Die Leute müssen sich beim Kochen wie zu Hause fühlen, sonst kommen die vor lauter Angst, Fehler zu machen, nicht in die Spur."

Übrigens: Gastronom wollte Gautier eigentlich nie werden. "Biste jetzt aber", hat ihm ein guter Freund kürzlich gesagt. So kann es gehen.



Beachclubs in der kalten Jahreszeit

Winter-Fest statt winterfest

Temperaturen auf dem Nullpunkt, nicht aber die Stimmung: *nomy ließ sich zeigen, wie auf Beachclub-Flächen auch im Winter gefeiert werden kann.



Im Sommer citybeach, im Winter Eislaufbahn: Dach des Konstabler Parkhauses in FFM

Der Impuls, den Bundespressestrand auch im Winter zu öffnen, war "nachfrageinduziert", wie es **Ursula Pohland** vom Team des Hauptstadt-Strandes nennt. Und diese Nachfrager sitzen in diesem Winter zum ersten Mal in einem pompösen zweigeschossigen Glaspavillon. Unten wie eine **Skihütte** eingerichtet (mit Strohlounge!), oben als aufwändig gestaltete **White World** mit Schneeflockendeko und weißen Palmen ausgestattet (Bild rechts). Dafür wurde eigens eine Heizung in den Pavillon eingebaut. Pohland: "Ob sich das Ganze finanziell wirklich lohnt, werden wir nach der Wintersaison sehen." Die hohen Fixkosten für die halbjährlich unbenutzte, 5.000 Quadratmeter große Fläche direkt neben dem Kanzlerbungalow fallen ja ohnehin an.

Eislaufen auf dem Dach

Schon zum zweiten Mal wurde der **city-beach** Frankfurt als **Frankfurter Winterzauber** umgestaltet: 100 Tannenbäume, tonnenweise Kunstschnee und eine 400 Quadratmeter große Eislaufbahn wurden auf das **Konstabler Parkhaus** (2.200 qm, 35 Meter hoch) gehievt. Für den Indoor-Bereich hat sich das Team um **Patrik Fuchs** mit Opel einen Partner aufs Dach geholt, der in der Insignia-Skylounge sein neues Modell präsent-

tiert. Das Catering im Premium-Zelt besorgen **Britta Hirsch** und ihr 30-Köpfe-Team von **Bumb's Junior**. Saisonabschluss ist der 15. Januar 2009.

Nächster Winter: planbar

Leider schon jetzt geräumt ist die Winter-Offlocation der **Gerbermühle**, Frankfurt: Das Zelt **five months only**



wollte mit Samtvorhängen, Velourstep-pich und Kronleuchtern die Mainhattaner ziehen. Das scheiterte allerdings am Veto der Baubehörde. Nicht verzagen: Der nächste Winter kommt bestimmt.

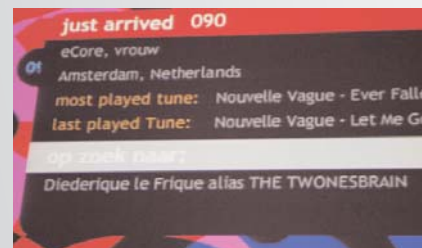
Eislaufen auf dem Dach

Noch zwei Locationtipps zum Schluss: Das **Play** in Köln, Indoor-Beach Club mit Strandbar, Palmen und Sonnensegeln und der Dortmunder Beach Club **Solendo**, der schon zum dritten Mal eine winterfeste Location "in den Sand" setzt.



BITS & PIECES

++ Im neuen **Indie Travel Guide** (19,90 EUR, Rockbuch Verlag) verraten 80 Bands wie **The Kooks** oder die **Kaiser Chiefs**, wo sie in ihren Heimatstädten am liebsten shoppen, essen und ihr Bier nach dem Konzert trinken gehen. Nicht die "üblichen Verdächtigen" wie London, Paris oder Berlin werden dabei vorgestellt, sondern auch Nürnberg oder Newcastle. Lieblingsort von **Maximo Park** ist übrigens die dortige Brauerei. Mit dem Indie Travel Guide landet der gastroaffine-Städte-Tourist im Zweifelsfall eher in der coolen Spelunke, wo der Bassist der Band regelmäßig abstürzt, als in der überfüllten Teenie-Disco, die der "offizielle" Stadtführer als In-Location beschreibt. Super Buch! Mehr Infos: **www.rockbuch.de** ++ "Tschuldigung, kannst Du mal Madonna spielen?" Kennt jeder DJ. Das geht auch anders: **Tony Player** überträgt via Handy-Bluetooth Lieblingsstücke der Gäste zum DJ. Tracks, die sich die Gäste vorher online angehört haben (zum Beispiel auf **My-Space**, **Last.FM** oder **iTunes**), werden als Liste gespeichert und im Club automatisch an den DJ-Laptop ge-



sendet. Der DJ sieht dann, welche Stücke besonders oft in Gäste-Playlisten auftauchen und kann damit seinen Dancefloor füllen. Oder neue Stücke testen. Ein bisschen Zukunftsmusik, schon jetzt testbar: **www.tonyplayer.com** ++



Essen und Tanzen? Kombi gefällig?

Dine&Dance

Erst essen, dann tanzen: In vielen All-in-One-Gastronomien ist das schon ein fester Angebotsposten. Nun kommen die Clubs und legen in puncto Style und Design noch eins drauf. Funktioniert diese Kombi?



Vier-Gänge-Menü oder Fingerfood im Club: Das Restaurant Cube tischt im Meinburk auf

Das **Felix im Adlon** oder das Mini-Restaurant **Cream** über dem **Cookies** (beide Berlin), das Club-Restaurant **Nektar** in München oder ganz aktuell die neue **KingKa Suite** in Köln (siehe *nomy-läden): Alles Objekte, die mit Dine and Dance-Angeboten arbeiten.

Ganz aktuell kommen jetzt auch die Clubs, selbst wenn sie bislang wenig mit Essen zu tun hatten: Das **Meinburk** in München zum Beispiel hat sich für seine Gay- und Lesbian-Veranstaltung **Queer Kitchen** mit dem **Cube** Restaurant zusammengetan. 25 Personen werden schon eine Stunde vor Partybeginn in die Location geladen und tafeln beim Vier-Gänge-Menü: Carpaccio vom Rind, Tomaten-Olivensuppe, Ravioli mit Pilzfüllung und weißes Schoko-Vodkamousse. Kostenpunkt 105 Euro, Vorbestellung obligatorisch.

Clubgedeck für den plötzlichen Hunger

Spontan Hungrige werden mit speziellen Clubpaketen angesprochen: Fingerfood plus Wodkaflasche und fünf bzw. zehn "Flügerl"-Dosen, das klassische Münchner "Clubgedeck", ergänzt um einige delikate Häppchen. Preis: 85 Euro.

Benefit? Cube-Betreiber **Thomas Mensch**: "Das Meinburk bietet ein Novum, und wir vom Cube können unser Food-Angebot in einem anderen Umfeld präsentieren." Vorerst als Testlauf. Mensch: "Wir haben sechs Termine und schauen uns dann im Januar 2009 die Zahlen an. Danach wird entschieden."

Rundum sorglos

Auch in Düsseldorf dürfen Clubber jetzt speisen: Im **Nero**, feste Dance-Institution für die Ü 25-Fraktion der Stadt, wird samstags schon um 19:30 geöffnet. Chefkoch **Daniel Linder** tischt ständig wechselnde Menüs und à la carte-Gerichte auf. Fokus: World Cuisine. Club-Mitnhaber **Erik Ludwig** (auch **Tribehouse**, Neuss): "Erst essen, dann trinken, dann tanzen - wir bieten den Leuten ein Rundum-Sorglos-Paket für den Abend." Das, so Ludwig, sei schon sehr gut angenommen worden. Übrigens auch von potenziellen Kunden des dritten Nero-Standbeins, dem Eventmanagement. Nochmals Ludwig: "Die Interessenten kommen einfach zu den Clubterminen zum Essen vorbei und schauen sich an, wie gut der Service funktioniert."



BITS & PIECES

++ Böse SMS: "Liebe Ox-Fans! Leider müssen wir die **Neueröffnung** um eine Woche verschieben! SORRY. Sind nicht fertig geworden. Wir freuen uns, Euch nächsten **SA 22.11** zu sehen!" Diese Massen-SMS wurde in **Paderborn** verschickt. Aber nicht etwa aus dem SMS-Verteiler des **Ox**, sondern von einer Mitbewerber-Disco. Dem Re-Opening hat es keinen Abbruch getan: Rappel war's. **++ Gute SMS:** "Guten Morgen, der Besitzer dieser Nummer hat sein Handy samt Jacke im **Fifty Fifty**, Kranichsteiner Straße 2 vergessen." Diese Nachricht von der Nummer eines Freundes bekam der *nomy-Redakteur und konnte den Fund weitervermitteln. **Super Gästeservice und vielen Dank, liebes Fifty Fifty-Team aus Frankfurt! ++** Ein Weg aus der Finanzkrise? **Die Welt** berichtete kürzlich, dass sich viele geschasste New Yorker Banker für **Bartender-Kurse** anmelden. Mit Abstürzen



kennen sie sich ja aus... **++** Musiktipp für kalte Tage: Das britische Label **Defected** hat in seiner Compilationreihe **bar-grooves** die Ausgabe **Winter Warmers** veröffentlicht, gemixt von DJ **Andy Daniell** und mit Nummern von den **Kings of Tomorrow**, **ATFC** und **Mike Dunn**. Wir verlosen drei musikalische Aufwärmer: Einfach "bar-grooves" an nomy@brand-m.de mailen! Mehr Infos: www.defected.com **++**



Kalifornien setzt auf Baby-Gastro

U3: neue Zielgruppe ?

Kaum zeigen Studien, dass die Ausgeher immer älter werden, steuert man auch schon in die andere Richtung. Nichts mehr mit Ü30 und 80er-Hits - U3 wird Trend. Mit Kinder-musik, Bugaboo-Kinderwagen und verantwortungsvollst zubereiteter Babynahrung.



Sushibar-Style für die U3-Zielgruppe: Das pomme bébé spricht Babys an. Oder deren Eltern?

Nein, wir haben keine Null vergessen, es geht tatsächlich um die Unter-Dreijährigen. In Newport Beach, Orange County, Kalifornien, Tummelplatz der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability), hat eine Gastronomie eröffnet, die "fresh organic baby food" anbietet: Das **pomme bébé**.

Baby-Lounge und Sterne-Koch

Flair: Eine Mischung aus Sushi-Bar und Möbelhaus-Kinderparadies. Die Kleinsten sitzen auf Designer-Hochstühlen an der Tasting-Bar, die Großen auf stylischem Mobiliar in Griffweite ihrer Sprösslinge. Wahlweise können beide Altersgruppen auch an der **bébé lounge** Platz nehmen. Auf den Teller und in die Schälchen kommt ausschließlich Premium-Babynahrung. Die heißt dann etwa **Butternut Squash** oder **Chix Ragout** und wird von Fünf-Sterne-Chefkoch **Laurent Brazier** frisch zubereitet.

Aufgeteilt sind die pürierten Gerichte in Basics (ab sechs Monaten), Blends (ab acht Monaten) und Tots (ab einem Jahr). Alle diese Delikatessen - natürlich ohne Konservierungs-, Farb- und sonstige

Zusatzstoffe - können auch nach Hause mitgenommen oder für zu Hause bestellt werden. Mindesthaltbarkeit einen Monat, Preis: ab drei Dollar aufwärts. Dafür



bekäme man schon drei Allerwelts-Baby-Gläschen - aber eben keinen Style.

Baby-Lounge für bestimmte Standorte

Ob ein gastronomisches Konzept wie pomme bébé auch in Deutschland laufen würde? Sicher, denn das ist eine reine Standort-Frage: Im Prenzlauer Berg (Berlin), in Winterhude (Hamburg) und im Glockenbachviertel (München) dürfte das Potenzial für eine U3-Lounge durchaus vorhanden sein.

www.pommebebe.com

ÜBERBLICK

Berlin

++ Friedrichshain eins: Heimatkult gibt's im **Frollein Palisander**. So heißt ein neuer Wohnzimmerclub auf der Gärtnerstraße in Friedelshain. Hier gibt es Vesper- tafeln, Kaffeekränzchen und Ge- weihe an der Wand. **++**

Friedrichshain zwei: Das **Minis- terium für Entspannung** in der Laskerstrasse hat geschlossen, Trance und Goa gibt es hier aber weiter unter neuem Titel: **Tanz- agentur Ost**. **++ Friedrichshain drei:** Im **Michelberger Hotel** hat der temporäre **Club Hotel Berlin** aufgemacht, immer freitags wird zum Tanz gebeten. **++** In Mitte läuft gerade ein ganz ähnliches Konzept: **chb** heißt eine **Under- ground-Partyreihe** im **Haus Ungarn** auf der Karl-Liebknecht- Straße. **++** Feierabend hingegen im **Pulp Mansion: Jürgen Halm** muss raus aus dem Gebäude auf der Saarbrücker Straße. Zukunft: ungewiss. **++**

Bremen

++ "Club, Lounge, Bar" ist der Subtitel des neuen **Starlight** in **Bremen**. Das täuscht: Die große Location im alten Postamt ist eine waschechte Disco mit Mischpro- gramm von Pop bis House. **++** Das **Casa Trulli** an der **Schlachte** gilt als einer der besten Italiener der Stadt. Damit das so bleibt, wurde relaunched und neben einem neuen, patentierten Pizzateig auch gleich der Name ausge- tauscht: **Pizza Pazza** heißt die Location jetzt. **++**

Düsseldorf

++ Outlet Nummer drei: Gesine Wollburg hat an der Rheinufer- promenade das zweite **Zin-Zin- Outlet** eröffnet, ein weiteres steht in Köln. Die Zielgruppe der Bar & Lounge ist Ausgehpublikum ab 25 Jahren, unter der Woche





Reingold

KONZEPT

Live-Networking für die junge Barszene: Über Internet-Applikationen wie Facebook, Twitter und Blogs wie Mixology.eu bestens vernetzt, kreieren Barkeeper im **Reingold** abendweise Drinks und gestalten auch das Musik- und Rahmenprogramm. Fast schon wie Clubs, die separate Partyreihen fahren. Betreiber **David Wiedemann**: "Statt einem Kopf, der für die Bar steht, haben wir den ständigen Wechsel als Prinzip." Gerade liegt ihm eine Anfrage einer Bar aus Paris vor, die die ihr Team zehn Tage lang mit den Reingold-Leuten tauschen will. Ungewöhnlich: Nur vier Wodkas, dafür 70 Tequilas im Angebot: 100% Agave, darunter einige Mezcal-Raritäten. Mit Tequila wird zum Beispiel eine Variante des **Negroni** gemixt, der **Chocolate Agavioni** (Tequila statt Gin, Schokolikör, Vermouth, Campari). Wiedemann: "Wodkas haben wir bewusst nur vier Stück."

AMBIENTE

Gesetzt metropolitaner Look dominiert den langen Raum der Location: David Wiedemann hat dem Reingold ein goldfarbenes Facelifting gegeben. Viele Elemente - wie der sagenhafte 17 Meter lange Tresen und das Rückbuffet - wur-

den von der Vorbesitzerin übernommen. Und auch der Name: "Reingold ist eine Qualitätsmarke in Berlin."

PUBLIKUM

Genießer, von älteren Twentysomethings bis Ü 60. "Zu uns kommen vor allem Connaissseure", so Wiedemann. "Leute, die sich mit Genuss identifizieren". Und das sind, stellt er fest, langsam aber sicher auch immer mehr jüngere Leute. "Das Berufsbild des Barkeepers ändert sich. Das ist nicht mehr der Dienstleister, der loslegt, wenn der Bestellbon rausrattert, sondern ein Typ, der spannende Sachen inszeniert." Ein bisschen Popstar hinter dem Tresen. Vielleicht beerben die jungen Barkeeper ja bald die TV-Köche?

++ facts

- + Größe: 140 qm
- + Sitzplätze: 80 (PAX)
- + Betreiber: David Wiedemann, Stefan Schneck
- + Weitere Objekte der Betreiber: Barschule Berlin, Cocktailbar KdW, Nola's am Weinberg, Schnitzerei u.a.

Novalisstraße 11
10115 Berlin
Tel. 030. 28 38 76 76

www.reingold.de

ist die Location als **Coffee & More** für das Tagesgeschäft geöffnet. 2009 will Wollburg auch in FFM ein Zin-Zin starten. ++ **Balla balla** bietet die neue **Fun-Arena** (Adersstraße), Ex-**La Rocca**. Herren über die 1.100 qm sind **Christoph Müller** und **Umut Torbali**. ++

Dresden

++ Ostalgie-Gastronomie: Auf der Königsbrücker Straße hat das Selbstbedienungslokal **Ostpol** aufgemacht, natürlich ganz im real existierenden Sozialismus-Design. ++ Umzug in die Pferdeborse: Das **Flower-power** und der **nubeatzz Club** von **Jens Fuhrmann** sind von der Eschenstraße in den Alten Schlachthof umgezogen. Nicht mitgezogen sind allerdings einige Mitarbeiter: Sie führen die Räume der Ex-Locations unter den Namen **SunFlower** und **sun-beatz** weiter. ++ Nachtrag: Der **Motown Club**, gerade erst zehn geworden (s. nomy 001), ist Geschichte. Betreiber **Abdulaye Balde** zieht sich aus dem Nightlife zurück. ++

Frankfurt

++ Großes Tamtam vor der Eröffnung des neuen Gay-Tanztempels **The Saint** (Ex-**Construction Five**, Alte Gasse). Dann: Enttäuschung. Schlechter Sound, schlechte Deko. Qype dazu: "Frankfurt hat noch immer keinen schwulen Club zu bieten." ++ **Antje Gutfleisch** (**Nomen est Omen**) serviert ihre Bio-Variationen jetzt nicht mehr nur in der mobilen Straßenkantine an, sondern auch stationär: Im **Nordend** (Berger Straße 77) hat sie mit ihrem Mann die **Chili Queen** eröffnet. ++ Nochmal Bio: **Maria Brauchbach-Torremante** möchte mit ihrer **Bio**





King Kamehameha

KONZEPT

Expansion eines Erfolgsrezepts aus Clubbing und Dining. Was in Frankfurt seit 1999 erfolgreich arbeitet - mittlerweile auch auf Mallorca - soll jetzt am Kölner Rheinauhafen funktionieren. Dafür stehen mehrere gastronomische Bausteine zur Verfügung: Im **Stage Restaurant** (Erdgeschoss) gibt es mittags Lunch-Klassiker, saisonale Mittagsmenüs und eine wechselnde Tageskarte. Abends öffnet oben das **Next Level-Restaurant** mit mediterranen Gerichten. Außerdem: die **Club-Lounge**, in der mittwochs und donnerstags Livemusik bzw. After Work-Partys stattfinden - die Kernkompetenz des KingKa-Clubs schlechthin. Marketing-Chefin **Anne Schmidt**: "Wir passen uns an die Bedürfnisse der Kölner an. Wenn es sich als erwünscht herausstellen sollte, werden wir auch an Sonntagen öffnen." Mit **Stefano von Berg** (**Kap am Südkai**, **Cana**, **Fährhaus**) leitet den Betrieb jedenfalls ein ausgewiesener Gastronomie-Kenner der Domstadt.

AMBIENTE

Ohne Ecken und Kanten: Geschwungene Formen und fließendes Design ziehen sich durch die ganze Location. Zentrum ist die gewundene Treppe, über der als Eyecatcher ein Kronleuchter mit einigen hundert separat ansteuerbaren LEDs

hängt. Warme Farben dominieren: Brombeer, Schwarz, Braun und Bronzetöne. Bodentiefe Fenster öffnen den Blick auf das Rheinufer. Das Mobiliar: Spezialanfertigungen neben Design-Stücken von Philippe Starck oder Marc Sadler.

PUBLIKUM

Abends: Tendenz Ü 30. Gehobene Klientel, finanziell für eine lange Verweildauer vom Apéro über das Menü bis zum Absacker nach dem Tanzen bestens gerüstet. Tagsüber: Gemischtes Publikum. Neben Geschäftsleuten sollen mit dem preislich moderat kalkulierten Mittagsangebot auch die Anwohner und Besucher des nahen Schokoladenmuseums angesprochen werden.

++ facts

- + Größe: 700 qm
- + Sitzplätze: 600 (PAX)
- + Betreiber: King Kamehameha AG
- + Weitere Objekte des Betreibers: KingKa Club Frankfurt, KingKa Suite Frankfurt, Apartment Frankfurt, KingKa Mallorca

Im Zollhafen 4
50678 Köln
Tel. 0221. 27 22 86 0

www.king-kamehameha.de

ÜBERBLICK

Gourmet Box am Weingarten vor allem junge Familien ansprechen und bietet dampfgearte Kartoffelsticks oder handgemachte Pasta an. ++

Hamburg

++ **Annette** und **Max** heißen die beiden Macher des neuen **Fliker**, einem Kaufcafé, das neben Kuchen, Keksen und Co. auch Mode und Accessoires von kleinen Modelabels anbietet. Standort: Bornstraße. ++ Nach **Hammerbrook** hat es die Partymacher des Pferdestall-Kollektivs rund um Falk Hocqué und Philipp Müller verschlagen: Ende November wurde der **Festplatz Nord** eröffnet. Ob die ehemaligen Studiparty-Macher an diesem bislang so erfolglosen Standort (**Pacha**, **Nightfever**, **Patenbrigade** - alle gescheitert) endlich etwas reißen können?

++ Neues Design-Hotel: **The George**, in dem **Kai Hollmann** (Fortune-Gruppe) klassisch britischen Upper Class-Style mit ein wenig Working-Class-Punk würzt. Die Gastro macht **Renzo Ferrario**, dessen italienisches Restaurant **DaCaio** dafür extra vom **Gastwerk** (gehört auch zum Fortune-Imperium) übergesiedelt wurde. ++ Die Bar **Imood** (Kühnehöfe) hat aufgemöbelt und bietet mit dem **I-Klub** eine neue Partyreihe an. ++

Hannover

++ Nicht allzu viel Neues an der Leine: Am Wedekindplatz hat neben dem **Café Lulu** das **Tulipano** eröffnet, ein Bistrorant mit unregelmäßigen kleinen Events. ++ In der Ferdinand-Wallbrecht-Straße hat die **SuppenZEIT** eröffnet. ++

Köln

++ Kölns angesagteste Party-





BrauBeviale: der behäbige Name täuscht. Hier gibt es echte Drinktrends zu sehen!

Getränke 2009: natürlicher und kalorienärmer

Brau Beviale Nürnberg

Oft bekommt man als Gastronom ja erst mit, welche Trends in Sachen Getränke angesagt sind, wenn der Sales Folder des Außendienstlers die Beverage-Innovation des jeweiligen Hauses abbildet. Damit Sie wissen, wohin es geht in Sachen Drinks, betrieb *nomy Grundlagenforschung und fuhr zur Brau Beviale nach Nürnberg.

Die neue Natürlichkeit

Dort nämlich gibt es nicht nur allerhand Technik und Ausstattung rund um das Brauwesen zu begutachten, sondern auch die neuesten Kreationen der grossen Aromen- und Grundstoff-Hersteller der Getränkebranche. Promo-Girls und aufwändige Markeninszenierungen, wie man es von Messen wie Internorga, Anuga und Co. kennt, gibt es in Nürnberg nicht. Statt dessen überall eher schmucklose Zapfstationen, an denen die Getränkeneuheiten der Hersteller verkostet werden können. Und bei diesen Verkostungen war der diesjährige Trend: Hin zu natürlich, exotisch, kalorienarm.

Goji und Aronia statt Zucker

Vor allem Drinks auf Tee-Basis (da lagen wir in *nomy 002 ja richtig) werden immer stärker. Kaltgetränke aus Weißtee und Holunderbeere, Granatapfel oder Lychee wurden vorgestellt, daneben Grün- und Schwarztee-Varianten, die das Eistee-Segment stärken sollen.

Ebenso im Kommen: AfG auf Malz-Basis, deutlich weniger süß und kalorienreich als das bewährte Malzbier und für ältere Zielgruppen gedacht. Ähnlich sieht es bei den Fruchtsäften aus: Da gab es zum Beispiel einen Mix aus bitteren Apfel- und Hopfenaromen (s.u.) zu probieren, überaus süffig und kein bisschen süß. Könnte ein perfektes Produkt für Autofahrer werden.



Bitter is better - weiß bald auch der Apfel.

Auffällig: Fast überall wurden Getränke vorgestellt, die einen Saftanteil von unter 30 %, teils nur bis zu 5 % aufwiesen.

reihe heißt **yamabooki** und wird von **Sven Kirschner** ausgerichtet. Nach dem **Engel & Weiss** und Terminen auf dem Eventschiff **Ocean Diva Futura** werden jetzt auch die **Opernterrassen** bespielt. ++ **Markus Schmitz** ist mit seiner erotischen Eventreihe **Party Pikant**. So erfolgreich, dass er mit der **Bar Pikant** nun eine feste Location in der Kamekestraße bezogen hat. ++ Das **Curry Cologne** (Antwerpener Straße) eröffnete auf der Berrenrather Straße einen Ableger. ++

Leipzig

++ **Regionales Food** steht auf der Karte des Kneipen-Restaurants **Vogue**, das **Hendrik Schade** auf der Körnerstraße eröffnet hat: Hier gibt es Röhrsdorfer Rind oder Ziegenkäse aus Chursdorf. ++ Name: **Grassi 20**. Anschrift: Grassistraße 20. Hier hat **René Günther** jahrelangen Leerstand in eine Musikkneipe mit Bistro-Food umgewandelt. ++ **Dietrich Enk** ist neuer Leiter der **Theatergastronomie** im **Centraltheater**. Damit kennt er sich aus: Er managt auch das Restaurant im **Museum der Bildenden Künste** und das **Stereo** in der Hochschule für Grafik und Buchkunst. ++

München

++ Neu am Isartor: Das **Jennifer Parks** von **Arne Philipp Brach**, eingerichtet im Seventies-Eighties-Stil und übergroßem Debbie Harry-Portrait an der Wand. ++ **Dominik Linneweber** hat auf der Neuhauser Straße den **Match Club** (im Ex-2 Rooms) gestartet. Tom Novy mischt hier als DJ und als Mitbetreiber mit. ++ Oben Bar, unten Disco: **First Club** heißt der neue Laden von **Jürgen und Wolfgang Zekl** auf





Bewährt: Mix-Prinzip Klassiker plus X.

Die Marketingleiterin eines österreichischen Aromenherstellers klärte *nomy auf: "Fruchtsaft ist Fruchtzucker, also Kalorien. Für Konsumenten ist eine geringstmögliche Menge an Zucker immer wichtiger - selbst im Saft."

Zu diesem Zweck werden den Drinks exotische, besonders gesunde **Superfruits** beigegeben - Goji, Açaí, Aronia, aber auch der hierzulande bekanntere Sanddorn. In diesem Mixing-Zusammenhang ist außerdem festzuhalten: Das



Im Bild: Die Creme zum Trinken.

bunte Mixen nach dem Prinzip **Klassiker plus X** geht weiter. Beispiele gefällig? Cashew-Apfel mit Maracuja. Ananas mit Menthol und Granatapfel. Und schließlich Johannisbeere mit dem aktuellen Aromen-Darling Ingwer.



Werden stärker: Drinks auf Tee-Basis.

Energizer für Golfspieler

In Zukunft werden Energydrinks nicht mehr nur in Clubs und Discos eine Rolle spielen: Neue Rezepturen, zum Beispiel auf Kaffeebasis mit echtem Fruchtsaft, sollen vor allem die Mid- und Best Ager ansprechen (siehe auch *nomy 002). Schon jetzt gibt es in den USA einen Energizer, der speziell für Golfspieler konzipiert ist...

Das verblüffendste Getränk jedoch präsentierte ein amerikanischer Hersteller: eine Creme zum Trinken, sozusagen Hautpflege von innen. Zielgruppe: weiblich, ab 30. Geschmack: lecker, leicht joghurtartig. **Cosmeceuticals** nennen Fachleute Nahrungsmittel, die als Added Value zum Beispiel hautstraffende Effekte versprechen.

Nächste Themenwelt: Afrika

Geschmacklich ist in den vergangenen Jahren ja die ganze Welt zu uns gekommen - vor allem Südamerika und Asien (siehe *nomy 001). Als nächstes kommt das Thema Afrika: Kakao, kenianischer Kaffee oder Kardamom sollen die Aromen in Kaltgetränken bereichern. Ebenso der schon länger von heißen Tees bekannte **Roiboos** aus Südafrika, der als alkoholfähige Cider-Variante vorgestellt wurde. Selbst **afrikanischer Wodka** mit Honig- und Fruchtnoten von Honeybush und **Marula** (Elefantenbaum) ist in Vorbereitung - die WM 2010 kann kommen!



ÜBERBLICK

der Falkenturmstraße. Publikum: Ü 25. ++ Noch ein Club: die **Paradiso Tanzbar** von **Jürgen Mair** (Rumfordstraße), eine Neuauflage der legendären Travestiebar **Mr. Hendersen**. Hier feierte schon der selige Freddie Mercury. ++

Ruhrstadt

++ DORTMUND: Schock für Clubber: **Das Versteck** macht zu. Betreiber **Jessie Lehnert** und **Mirko Müller** hören auf. Lange, munkelt man, sollen die Lichter aber nicht ausbleiben. ++ Grün, Orange und Weiß dominieren das Kneipen-Restaurant **Wasser** von **Christoph Knecht** auf der Ruhrallee. Food: Hausmannskost - global ausgelegt. ++ **Isabell Robell** hat auf dem Körner Hellweg **The Australian** eröffnet. Unter anderem kommt hier Känguruh zwischen die Burgerbrötchen. ++ MÜLHEIM: **Jürgen Grunst (Freeland, Doctor's Club)** hat am Förderturm den Disco-Club **Nightstyle** eröffnet. ++ BOCHUM: Neuer Club in der Citypassage: **Underground**. Musikalisch reicht es von Alternativ und Rock bis zu Reggae und Trash. ++

Stuttgart

++ **Beat!Club**: So heißt Alex Spindlers (**RadioBar, Marshallbar, Zwölfzehn**) neuester Wurf, den er mit **Malte Gengenbach** in der Schulstraße in einem Ex-Thai eröffnet hat. ++ Nach dem **Basement** (s. *nomy 002) macht in Schorndorf nun der zweite Club auf: **Pascal Dollé** und **Mike Mash** eröffnen die **Villa Loco** (Robert-Bosch-Straße) Bar, Restaurant und Indoorstrand unter einem Dach. ++ Schick: das relaunched **Mash** (Forststraße). Ambiente, Design und Licht wurden nach Daylife-Nightlife getrennt. ++



WICHTIGE LÄDEN

Ausgabe 003_08

Berlin

++ Felix im Adlon ++ Cream ++ Frollein Palisander ++
++ Ministerium für Entspannung ++ Haus Ungarn ++
++ Tanzagentur Ost ++ Club Hotel Berlin ++

Bremen

++ Starlight ++ Casa Trulli ++
++ Pizza Pazza ++

Düsseldorf

++ Nero ++ Zin-Zin ++ Coffee & More ++
++ Fun Arena ++

Dresden

++ Flowerpower ++ nubeatzz Club ++
++ Sunflower ++ Sunbeatz ++
++ Motown Club ++

Frankfurt

++ Fifty Fifty ++ The Saint ++
++ Chili Queen ++ Gourmet Box ++

Hamburg

++ Room To Cook ++ Cucinaria ++
++ Gekreuzte Möhrchen ++ Flikker ++
++ Festplatz Nord ++ The George ++
++ Imood ++ DaCaio ++

Hannover

++ SuppenZEIT ++ Tulipano ++ Café Lulu ++

Köln

++ King Kamehameha ++ Ocean Diva Future ++
++ Bar Pikant ++ Curry Cologne ++ Engel & Weiss ++

Leipzig

++ Vogue ++ Grassi 20 ++
++ Centraltheater ++ Stereo ++

München

++ Cook Your Own ++ Meinburk ++
++ Cube ++ Match club ++ First Club ++
++ Paradiso Tanzbar ++

Ruhrstadt

++ Solendo ++ Das Versteck ++ The Australian ++
++ Nightstyle ++ Underground ++

Stuttgart

++ Beat!Club ++ Villa Loco ++ Mash ++

