

SONDERVERÖFFENTLICHUNG
Nr. 262 - 46. Woche MA11

Blick in die Zukunft

Die Kneipe macht mobil

Gastronomie der Ersatzwelten für Stress-geplagte Menschen

Pierre Nierhaus reist viel. Reisen gehört zu seinem Job. Reisen und aufstößern. Neue Trends in der Gastronomie nämlich.

Als Trendscout ist der 47-jährige Unternehmensberater spitze. So eine Art Guru. Was Nierhaus als Trend erkennt, wird Trend. Weshalb Spitzen-Gastronomen gerne gemeinsam mit ihm reisen. Häufig in die USA. Nach New York. Globale Trend-Hauptstadt. Immer öfter aber auch nach Asien. Japan, China, Thailand. In den USA ist Asien längst in aller Munde. Buchstäblich. „Bis zum Ende des Jahrzehnts wird Fernost auch in Deutschland das große Thema sein“, sagt Pierre Nierhaus.

Ein Trend. Und dann, „so zwischen 2015 und 2018“, kommt ein neuer: Südamerika. Weshalb er unlängst Guatemala durchstreift haben wollte. „Hat terminlich nicht geklappt. Aber ich habe ja auch noch ein wenig Zeit“, sagt Nierhaus.

Zeit ist das, was die Gastronomie neben Geld scheinbar am wenigsten hat. Die kleine Kneipe in unserer Straße hat nach Jahrzehnten den Zapfhahn hochgedreht. Vorbei die Zeiten, da unter jeder besseren Baumansammlung ein „Haus Waldesruh“ vom Verkauf überdimensionaler



„Felderwirtschaft“ heißt dieser Entwurf von Sandra Lutz. Die Gäste gruppieren sich um Glaszylinder.

Fotos (3): Gastronomie-Report

Schnitzel mit klebriger Jäger- soße und Champignons aus der Konservendose prima leben konnte. Sonntags mit Waffeln („heute frisch“) und Kaffee („draußen nur Kännchen“) die Ausflügler lockte.

Die Kunden sind anspruchsvoller geworden – und die Trends schneller. In immer kürzeren Intervallen wechseln die Konzepte. Und die Geschmäcker. Wir trinken Bier in mannigfachen Variationen statt wieder und wieder unser Heimat-Pils. Wir

finden Alcopops ultracool, obwohl es Wodka/Limon und Whisky/Cola doch eigentlich immer schon gegeben hat. Wir schlürfen Latte macchiato statt einfach nur Kaffee – wegen des mediterranen Feelings. Apropos Feeling: Wir fühlen uns einfach gerne wohl und haben damit das Entstehen einer ganz neuen Industrie provoziert: der Wellness-Branche.

Innovativ

Das alles ist heute. Und morgen? Die Frage nach dem Restaurant der Zukunft hat Willy Faber, Herausgeber der Fachzeitschrift „Gastronomie-Report“. Anfang dieses Jahres jungen Menschen zwischen 19 und 30 Jahren gestellt. Ganz offiziell im Rahmen eines Wettbewerbs, betreut vom Lehrstuhl für Raumgestaltung an der Akademie der Bildenden Künste München.

Die Ergebnisse trugen Arbeitstitel wie „from dusk till dawn“, „Orbit“, „Felderwirtschaft“ oder „27.5° Wohlfühltemperatur“ und strotzten derart vor innovativer Kraft, dass der zweite Platz gleich dreimal vergeben wurde. Es

gewann Stefanie Rack mit ihrer Idee eines Ladens, der tagsüber schicke Szene-Boutique ist und sich abends in ein nicht minder flippiges Lokal verwandelt. Die Kleiderständer werden einfach mit Motorenkraft unter die Decke gezogen und bilden gleichermaßen die originelle Restaurant-Deko. Dass sich auf diese Weise rund um die Uhr Umsätze generieren lassen, ist nur ein Randauspekt. Wiewohl ein durchaus verlockender.

In Julia Schiffners „Orbit“ können sich die Gäste in kleine Kapseln zurückziehen, die rund um Restaurant, Bar und/oder Diskothek wie Planeten in einem interstellaren Raum angesiedelt sind. Sogar Musik und Licht lassen sich in den intimen Mini-Kugeln individuell gestalten. Futuristisch.

Der Wandel

Wobei, so Trend-Experte Pierre Nierhaus (www.nierhaus.com), der bis heute mehr als 50 Gastro-Konzepte umgesetzt und diverse New York-Guides geschrieben hat – unter anderem für das Lifestyle-Magazin MAX: „Was sich in der Gastronomie maß-

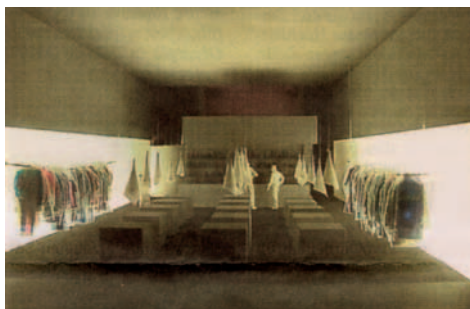
sische Restaurant mit Vollservice auf, sondern eher das komfortable Halb-Selbstbedienungs-Lokal, in dem sie schnell und freundlich mit frisch zubereiteten Speisen versorgt werden.

„Die Menschen“, hat Pierre Nierhaus erkannt, „arbeiten immer länger; haben immer weniger Urlaub, immer mehr Stress. In der Gastronomie suchen sie sich ihre Ersatzwelten.“ Wie jene von Sandra Lutz. Ihr prämiierter Wettbewerbsentwurf „Felderwirtschaft“ basiert auf großen Glaszylindern, in denen Landschaften nachgebildet sind. Die Gäste sitzen um diese „Raumstationen Erde“ herum und blicken auf tropische Gewächse, ein Rosen-Meer, Kürbisse, Weinreben oder einen Kakteen-Garten.

Kurzurlaub an Latte macchiato. • Frank Fligge

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe: Der Jahresumsatz 2003 betrug 55,5 Milliarden Euro, davon 33,3 Mrd. im Gaststätten- und 18,1 Mrd. Beherbergungsgewerbe. Der Rest entfiel auf Kantinen und Caterer. Die 248 763 Betriebe (Stand: 2001) beschäftigten im vergangenen Jahr 992 000 Mitarbeiter und 93 535 Auszubildende (Quelle: Deutscher Hotel- und Gaststättenverband/DEHOGA)

www.dehoga-berlin.de



Siegerentwurf von Stefanie Rack: Tagsüber beherbergt dieser Raum eine schicke Szene-Boutique...



...abends verwandelt sie sich in ein flippiges Restaurant. Die Kleider werden unter die Decke gezogen und dienen als Deko.