März 2016
EURO 7,20 · D13971
www.fizzz.de

MEININGER - SINCE 1903

fizzz®

GASTRO.CULTURE.NOW!

03

QUER KOPF

ARDI GOLDMAN kann's nicht lassen: Dem Investor und Stadtentwickler droht eine Haftstrafe – doch er hat schon neue Projekte in der Pipeline.

PLUS Brunch / London / Investoren / Markenschutz / Weintrends / Scotch

Das ZWEITE Leben

Sie haben ihr Geld mit Mode, Pharmaprodukten, in der Lebensmittel- oder Werbebranche verdient, doch sie lockt die Lust auf ein zweites Leben in der Gastronomie. Investoren, die eine Unternehmensphilosophie verbindet: Quality first!

Text: Barbara Becker

Gastronomisch betrachtet ist das kleine Saarland ganz groß: Es gibt eine hohe Affinität zu gutem Essen, eine große Ausgehbereitschaft und eine niedrige Preissensibilität, viele Läden kalkulieren durchaus auf Metropolen-Niveau. Zahlreiche Gäste kommen aus dem benachbarten Frankreich, und die Restaurant- und Kneipendichte ist besonders in den Ballungszentren Saarbrücken und Saarlouis enorm. Abseits des Mainstream haben sich Betreiber etabliert, die den Qualitätsgedanken in den Mittelpunkt ihrer Konzepte stellen und aus persönlicher Passion, aber auch zur Erhaltung einer besonderen Immobilie oder der Entwicklung eines historischen Standortes gastronomisch aktiv sind.

„Manin", Saarbrücken und St. Wendel:

Das „Manin" ist ein Lifestyle-Objekt mit besonderem Augenmerk auf Material, Raum und Licht, mit italienischem Leder, warmen Nuss- und Palisanderhölzern und Marmor aus den Steinbrüchen der Toskana. Ein Bar-Restaurant mit 40 Metern Fensterfront, 200 Indoor- und 180 Terrassenplätzen. Im Eingangsbereich steht ein Porsche 356 B 1600 Super Cabriolet Baujahr 1963, der 20 Jahre lang Schauspieler Harrison Ford gehörte. Der Mann hinter „Manin" heißt Klaus Körner, ist ein erfolgreicher Modeunternehmer und betreibt seit 15 Jahren zahlreiche Vero Moda- und Jack & Jones-Stores. In seinem früheren Leben war er einmal Deutschlands jüngster Konditormeister und arbeitete für Intercontinental Hotels. In Saarbrücken und St. Wendel hat er Gastronomieobjekte eröffnet, die vielleicht auch bald außerhalb des Saarlandes für Aufsehen sorgen könnten. Das erste eigene Lokal, das „Manin"-Café in St. Wendel, wurde vor zehn Jahren aus nur einem Grund eröffnet: Klaus Körner wollte guten Kaffee trinken. Vor rund fünf Jahren kam das erste „Manin"-Restaurant hinzu: Als ein wunderbares Haus aus dem Jahre 1850 im Zentrum von St. Wendel zum Verkauf stand und Burger King Interesse anmeldete, kaufte Körner das Objekt kurzerhand selbst und sanierte es. In Ermangelung eines passenden gastronomischen Betreibers entschloss er sich, das Objekt auch noch selbst zu bespielen. Mit Erfolg, denn seit Mai 2014 gibt es auch ein „Manin"-Restaurant in Saarbrücken. „Damals war klar, dass das Konzept weiter wachsen sollte. Das Saarbrücker Restaurant wurde zum Vorzeigeobjekt, um ein Statement zu setzen", erzählt Geschäftsführer Cornel Hahnenberg. „Jetzt geht es an die strategische Weiterentwicklung." Am Wochenende sind die Tische oft doppelt belegt, auf dem Weg zur Dreifach-Belegung wird die Bar im vorderen Teil des Raumes mit eingebunden. „Voll ist gut, aber es soll brechend voll werden, daran arbeiten wir", lacht Hahnenberg. Am Wochenende steht in der Bar ein DJ am Mischpult, dann pulsiert das Lokal und viele Restaurantgäste bleiben, um

Flagship-Gastronomie: „Manin" in Saarbrücken

Multifunktions-Gastronomie „Esplanade", Saarbrücken

zu feiern. Bei den Getränken gibt es viele Eigenmarken: Weine, Prosecco, Kaffee, Limonade und Kräuterlikör werden eigens für das „Manin" hergestellt. „Die Themen Qualität und Transparenz sind unglaublich wichtig. Wo unser Name drauf steht, muss auch Qualität drin sein, das gilt für das sizilianische Bio-Olivenöl, für das portugiesische Meersalz und vieles mehr. Alle Produkte gibt es auch im Online-Shop. Neben den klassischen Kommunikationskanälen läuft unsere Werbung vor allem über die eigenen Veranstaltungen", so Hahnenberg. Im Mai präsentiert ein dreitägiges Wein-Event 16 renommierte Winzer aus ganz Europa. Weil das Lokal dafür zu klein ist, wird ein Zelt vor die gegenüberliegende Congresshalle gebaut. In Saarbrücken soll noch ein anderes Lokalkonzept eröffnet werden und vielleicht ein Hotel. Hahnenberg: „Wir wollen erst vor Ort wachsen, und dann denken wir darüber nach, mit welcher Marke wir wohin expandieren." www.manin.de

„Esplanade", Saarbrücken:

Ein denkmalgeschütztes Haus aus dem 19. Jahrhundert, ein hochfrequentierter Platz im Szene-Viertel Saarbrückens und ein kreativer Unternehmer mit Liebe zur Gastronomie: Als die historische Immobilie im Herzen des Nauwieser Viertels zum Verkauf stand, hat Michael Zimmer, Geschäftsführer der Kreativagentur m&r mit Niederlassungen in Saarbrücken, Trier und Paris, zugegriffen. In den weitläufigen Räumlichkeiten ist ein multifunktionales Konzept entstanden: Eine Verbindung von Restaurant, Bar, Feinkost, Street Food und Räumen zum Feiern und Tagen. Vor dem Haus steht eine Camionette, ein liebevoll restaurierter und zum Food Truck umgebauter Citroën Typ H. In der kleinen Küche auf Rädern werden knusprig-frische Flammkuchen gebacken. So viele Zutaten wie möglich kommen aus der Region, alles soll besonders frisch, nachhaltig und von guter Qualität sein. Trotzdem ist das Angebot günstig und bewusst auf Kunden zugeschnitten, die nicht das Budget haben, um im Restaurant zu essen. Eine Besonderheit ist auch das „Lädchen": Hier gibt es Weine, regionale Feinkost und hausgemachte Antipasti. Um dem Wegwerftrend entgegenzuwirken, kann man fast alles genau in den Mengen kaufen, die man gerade braucht. Der Konzeptbaustein liefert auch viele Zutaten für das Restaurant und dient als Frühstückslokal. Die Bar ist nicht nur eine Anlaufstelle für leckere Drinks, sie wird auch sonntags zum Brunch genutzt. Die warmen Speisen holt sich der Gast dabei aus der Küche direkt bei den Köchen. Im ersten Stock des ehemaligen Möbelhauses liegen die Event-Räume für Tagungen, Konferenzen, Seminare und rauschende Feste. Auch hier gilt: Alles ist möglich.

www.esplanade-sb.de

„Leo's Kitchen & Bar", Spiesen-Elversberg:

Sportengagement und hochwertige Gastronomie gehen bestens zusammen: „Leo's Kitchen & Bar" im beschaulichen Spiesen-Elversberg, rund 15 km nordöstlich von Saarbrücken, ist eine Mischung aus Sportsbar und Top-Restaurant. Den Eingangsbereich bestimmen ein Bartresen, legere Tische und Bildschirme, auf denen Sportereignisse übertragen werden. Auf dem Weg zum Restaurant verändert sich das Ambiente: Ein gläserner Reifeschrank lenkt den Blick auf die kulinarischen Schätze des Hauses, die Fleischspezialitäten, die hier bis zu ihrer geschmacklichen Vollendung ruhen. Daneben ein Weinklimaschrank – die meisten Gäste bestellen zum Fleisch eine Flasche Wein – und eine Glasvitrine für edle Spirituosen. Vor rund einem Jahr eröffnet, hat sich „Leo's Kitchen & Bar" schnell etabliert. Die Gäste kommen aus der ganzen Umgebung, viele sogar aus Saarbrücken. Abseits überlaufener Innenstadtrestaurants mit Parkplatznot haben sie in Spiesen-Elversberg ihr gastronomisches Eldorado gefunden: „Das Restaurant ist derart stark frequentiert, dass wir sogar anbauen müssen", erzählt der Geschäftsführende Gesellschafter und Küchenchef Benedikt Dorscheid. „Der Anbau wird hoffentlich Mitte des Jahres fertig sein, geplant sind 25 bis 30 zusätzliche Plätze." Im Mittelpunkt des Angebots stehen Côte de Boeuf, Highlandrind aus Irland, amerikanisches Tomahawk-Steak, deutsche Pe-se und Filet-Spezialitäten. Besondere Fleischstü-cke werden am Tisch präsentiert und geschnit-ten. Aus Platzmangel ist die Sportsbar aktuell auch mit Gästen belegt, die im Restaurant keinen Platz mehr finden, und kann ihre Stärke als legeren Treffpunkt daher nicht ausspielen. Mit dem Anbau soll auch der Sport, insbesondere der Fußball, wieder punkten. Denn hinter dem Konzept steht die Familie Holzer, die nicht nur die Ursapharm Arzneimittel GmbH in Saarbrücken führt, sondern auch ein großer Förderer des regionalen Fußballs ist. Wenn das benachbarte Stadion, die vom Unternehmer finanzierte Ursapharm-Arena, in Betrieb genommen wird, soll das Top-Restaurant noch stärker in den Fokus rücken. www.leos-kitchen-bar.de

„Oh!lio", Homburg:

Hinter dem „Oh!lio" im Herzen von Homburg steht Giuseppe Nardi, der nicht nur Geschäftsführer des internationalen Unternehmens Dr. Theiss Naturwaren ist, sondern auch Chef einer kleinen Pasta-Produktion. Die Pasta Romana produziert feinste Ravioli, Tortelli, Cappelletti und andere italienische Nudelspezialitäten. „Im

„Oh!lio"-Chef Giuseppe Nardi mit Mama Vincenza

Oh!lio haben wir die wunderbare Gelegenheit, die Produkte zu testen und zu sehen, wie sie ankommen", so Giuseppe Nardi. Zuerst war nur ein kleines Restaurant geplant, doch als am Marktplatz zwei Häuser zum Verkauf standen, habe man die Gelegenheit ergriffen und das große Lokal mit einem mächtigen Pizza-Holzofen, offener Küche und großem Outdoor-Bereich realisiert. „Dann haben wir die Ärmel hochgekrempelt und den historischen Marktplatz um dieses Restaurant bereichert." Das Konzept basiert auf Giuseppe Nardis kulinarischer Tradition: „Pizza, Pasta, Fischspezialitäten und frische

Zutaten waren Teil meiner Jugendküche in Italien". Nun wird das von einem 50-köpfigen Team in Homburg zelebriert. Für die benachbarte Karlsberg-Brauerei hat sich der Unternehmer ebenfalls etwas Besonderes einfallen lassen: „Wir haben uns auch der Tradition der Stadt Homburg verschrieben, wir wollen unser Bier inszenieren, das nur einen Steinwurf entfernt produziert wird. Daher haben wir ein besonderes Glas mit einem langen Stiel entwickelt, bei dem man den Kelch nicht anfassen muss, und haben auch auf eine gute Temperatur geachtet. Der Zuspruch der Gäste gibt uns Recht. Und die Italiener trinken zur Pizza sowieso am liebsten Bier!" Gibt es Expansionspläne? „Das Konzept Oh!lio mit seiner Küchenmannschaft ist nicht für eine Vervielfältigung geeignet. Wenn wir die richtige Truppe zusammen haben, könnte trotzdem ein weiteres Lokal entstehen, vielleicht in kleineren Dimensionen."

www.ohlio.de

„Pastis" (Bild unten) und „La Maison" vereinen Design- und Vintage-Elemente

„La Maison" und „Pastis", Saarlouis:

„Das Wichtigste sind zufriedene Gäste als Maxime – das war schon bei der Pizza so. Du musst einen guten Job machen." Das sagt der Unternehmer Günter Wagner, der 2012 seine Firma Wagner Pizza nach 30 Jahren an Nestlé verkauft hat und vergangenes Jahr in Saarlouis das Boutique Hotel „La Maison" und das Bistro „Pastis" eröffnete. Die beiden Schmuckstückchen wurden mit viel Leidenschaft und üppigem Budget – man spricht von zehn Millionen Euro – realisiert. Die historische Villa mit modernem Anbau ist eine Hommage an die Stadt Saarlouis, die im 17. Jahrhundert vom Sonnenkönig Ludwig XIV. gegründet worden war. Im Bistro „Pastis", das der Gast durch den angeschlossenen Feinkostladen betritt, wird locker-leichte französisch orientierte Küche auf hohem Niveau gekocht. Zum Lokal gehört ein gläserner Wintergarten, der über dem angrenzenden Park schwebt und Open-Air-Gefühle weckt. Das ist nicht nur im Sommer beim Öffnen der Glasflügel ein Naturschauspiel. Die waldartige Parkanlage wurde von einem englischen Landschaftsplaner gestaltet.

Schon ein halbes Jahr nach der Eröffnung wurde „Pastis" mit dem Bib Gourmand ausgezeichnet. „Das war für uns sehr wichtig, seitdem laufen uns die Gäste die Tür ein, wir sind fast jeden Abend ausgebucht", so Günter Wagner. Das Bistro fungiert auch als Hotelrestaurant. Wenn es – wie oft in letzter Zeit – voll belegt ist, finden die Hausgäste im „Louis"-Restaurant ein Ausweichquartier. Auf der Rückseite des Hotels steht im Sommer eine Terrasse mit 70 Plätzen zur Verfügung, mit direktem Zugang zur „Louis Bar" und dem Gourmet-Restaurant. Günter Wagner hat das Gebäude 2011 gekauft, weil er eine Vision mit dem Haus hatte. Er ist viel gereist, hat viel gesehen – auch viele Hotels. „Ich weiß schon, was ich hier tue – wenn auch mit ganz viel Unvernunft." Das Boutique-Hotel überrascht mit einer Mischung aus Design, Kunst und Vintage-Elementen: „Mein Ziel war ein Wohlfühl-Ambiente mit gutem Personal in allen Bereichen – was nicht einfach ist, das merke ich jetzt", so Wagner. Er sei im Hotel des Vaters mit Laden und Bäckerei groß geworden. Nach einem Urlaub in Italien wurde die Idee mit der Pizza geboren, aber der Ursprung der Familie sei die Gastronomie. „Für mich ist das eine Reise back to the roots", so Wagner.

www.lamaison-hotel.de ■