THE IVORY CLUB EDITION **SACREBLEU!** MON AMIE MAXI - DER NEUE STERN AM FRANKFURTER GASTRO-HIMMEL **DIE SPANNENDSTEN THE AMBASSADORS** HOTELERÖFFNUNGEN FRANKFURTS MACHER VERRATEN **DER SAISON IHRE GEHEIMTIPPS** THE SHELTERING SKY MARRAKESCH -DAS PARIS DER SAHARA FRANKFURTS CHARMANTESTER **GASTGEBER PACKT AUS**

THE WORY CLUB DIE LEGENDE FEIERT IHREN FÜNFTEN GEBURTSTAG



IMPRESSUM

Herausgeber:

The Mook-Group
American Food Corporation
Deutschland GmbH
Rathenauplatz 2-8
60313 Frankfurt am Main
Tel.: 069 289895
Geschäftsführer:
Christian Mook
info@mook-group.de
www.mook-group.de

Redaktion und Realisation:

Viermament GmbH
Wilhelm-Leuschner-Straße 14
60329 Frankfurt am Main
Tel.: 069 40032841
Fax: 069 40032842
Geschäftsführer:
Robert Hofmann
info@viermament.de
www.viermament.de

Chefredaktion: Christian Mook, Robert Hofmann Creative Director: Sarah Dörries Chef v. Dienst: Sarah-Ann Law Fotoproduktion und Bildbearbeitung: Antonio Reinhart Sabine Schmitt Redaktionelle Mitarbeit: Stefanie Reichel Jens Schweinfurth Bildredaktion: Jessica Nowotny Layout: Yannic Heinz Sarah Dörries Lektorat: Britta Werner Anzeigendisposition: Ioana Andrei

Verlag:

Viermament GmbH Wilhelm-Leuschner-Straße 14 60329 Frankfurt am Main

Titelbild:

Fotograf Stephan Schramm Model Daniela Sudau

Vertrieb:

Viermament GmbH Der Export von RARE und der Vertrieb im Ausland sind nur mit Genehmigung gestattet.

Druck:

KESSLER Druck + Medien GmbH & Co. KG Michael-Schäffer-Str. 1, 86399 Bobingen

Copyright:

© 2011 (für den Inhalt, soweit nicht anders angegeben) by Viermament GmbH

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bilder usw. wird keine Haftung übernommen.

Hello raving Fanz,

wir waren wirklich überrascht von den Mengen begeisterter Fanbriefe, die unsere
Redaktion nach Erscheinen des
RARE Volume I erreicht haben. Vielen
Dank, ich freue mich immer über Euer
Feedback zu meinen Berichten, Magazinen oder Gastropeditions.

Auch möchte ich mich an dieser Stelle noch für eine andere Sache bedanken. Das letzte Jahr war das spannendste und umsatzstärkste der kompletten Firmengeschichte und das ist ausschließlich Euer Verdienst. Wir haben mit unseren Konzepten immer neue Wege beschritten und sind damit natürlich auch immer ein immenses Risiko eingegangen. Nie wollten wir uns wiederholen oder bestehende Konzepte imitieren. Nie haben wir Kompromisse akzeptiert oder haben uns in irgendeiner Form verbogen. Ihr habt uns verstanden und uns bei allen Spinnereien begleitet. Dank Euch sind wir mittlerweile das erfolgreichste Restaurantunternehmen in ganz Frankfurt. Niemand bewirtet mehr Gäste im Restaurantmodus als wir. Auch bin ich sehr stolz auf meine Stammgäste. Sicherlich, nicht jeder mag uns und auch nicht jeder versteht unsere Konzepte. Unsere Restaurants sind immer innovativ und konsequent. Wir polarisieren und das ist auch immer unser Ziel. Aber unsere Gäste sind die treusten und besten, die man sich als Gastronom nur wünschen kann. Mit vielen verbindet uns mittlerweile eine echte und langjährige Freundschaft. Wir tauschen uns aus. Wir feiern gemeinsam und mit manchen trifft man sich mittlerweile sogar privat. Wir wollten immer mehr sein als nur ein Restaurant und nun haben wir es geschafft. Vielen Dank für all die tollen Jahre!

Nach so vielem Passé werfen wir aber noch einen Blick in eine vielversprechende Zukunft: Ich bin très stolz, Euch bekannt geben zu dürfen, dass wir wieder ein neues Projekt starten. Im Frühjahr 2012 werden wir Euch das MON AMIE MAXI präsentieren, eine authentische Brasserie & Oyster Bar auf nahezu 600 qm in der spektakulären Villa May. Und wer uns kennt, der weiß, dass wir noch einige Pfeile im Köcher haben.

In diesem Sinne – go big or stay home!

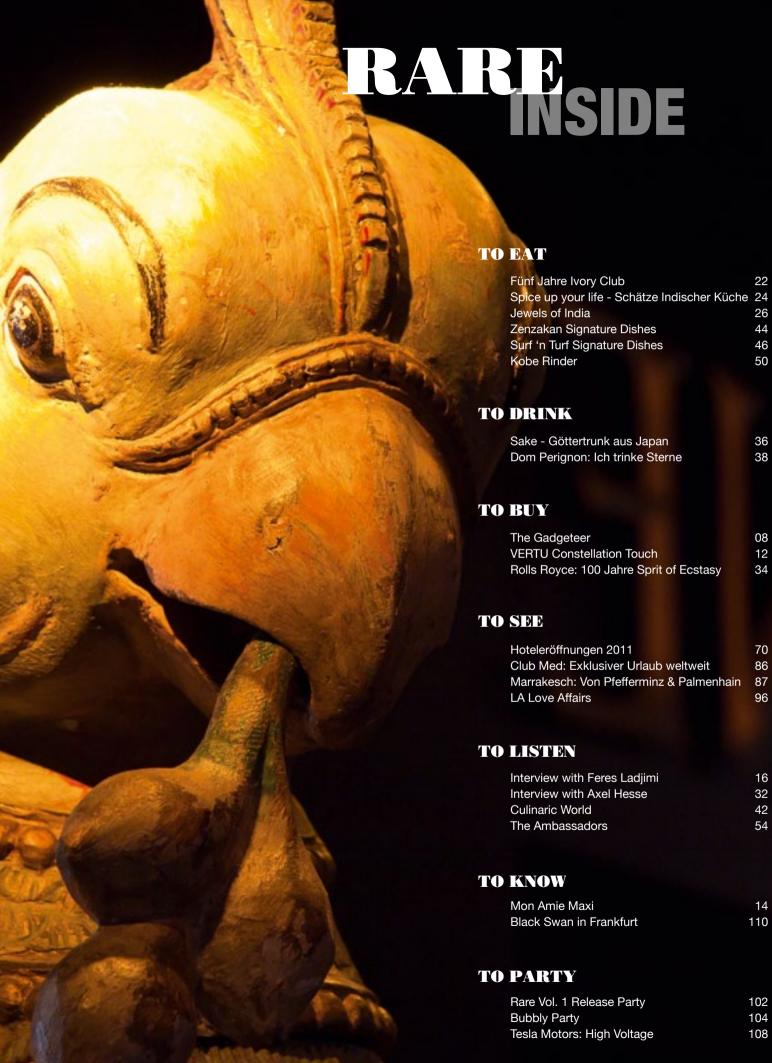
Euer

Un num mmy











Coca Cola light

LIMITED EDITION COLLECTION BY

KARL LAGERFELD



8 I TO BUY I 9

THE GADGETEER

THE GOOD - THE BAD - THE CRAZY

Die ultimativen Gadgets für den "Craving Carnivor Connaisseur". Man muss sich ja die Zeit zwischen den Mahlzeiten auch irgendwie sinnvoll vertreiben! Und weil wir natürlich wissen, was Euch gefällt, haben wir hier schon einmal eine kleine Vorauswahl getroffen...

BRENNWAGEN GTX 1500 – EIN HEISSER OFEN!

Rennwagen haben wir ja alle schon genug. Jetzt gibt es allerdings für uns "Serial-Griller" auch noch einen Brennwagen. Der Brennwagen macht sich bestimmt recht hübsch in unserem Brennstall - neben unserem Smoker, Weber und der Hydra. Das Ding kostet auch nur läppische 5.500 Euro aufwärts. www.brennwagen.de



CONFEDERATE P120 FIGHTER

Die Amerikaner bauen also doch die geilsten Motorräder der Welt! Das Ding kostet in den USA um die 70.000 Bucks. Bei diesem Look eine echt wilde Mezie. Wir sind gespannt, ob unser geliebter TÜV auch so begeistert ist wie wir. www.confederate.com/motorcycles



MB&F THUNDERBOLT

MB&F sind ja schon lange beliebt bei russischen Oligarchen und den einschlägigen Ölscheichs. Mit der Thunderbolt wird MB&F sicherlich auch einige Erfolge in Europa feiern dürfen. Der Preis von 158.000 \$ erscheint fair und knapp kalkuliert, www.mbandf.com





AMBROGIO L400 CARBON LINE

Wer mäht sein 20.000 m2 Grundstück schon gerne selbst? Auch kennen wir ja alle die Probleme mit unseren Gärtnern. Dieser schmucke und völlig autarke Carbon-Rasenmäher verspricht nun endlich stilvolle Abhilfe. Der Gartenroboter erscheint 2012 in limitierter Stückzahl und kostet voraussichtlich ca. 15.000 Euro. Wir sind begeistert.

SEABOB CAYAGO MAGNUM

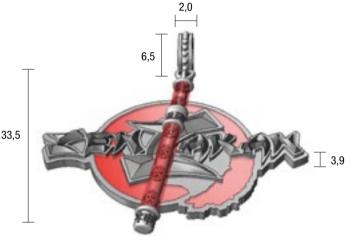
Kein ödes Dahinzuckeln mehr. Der Seabob ist der stärkste Aqua-Scooter der Welt. Dank seiner immensen Carnivore-Power schießt man delfingleich und pfeilschnell durchs kühle Nass. Ein Spielzeug, das auch nicht auf Deiner Yacht fehlen sollte! Dieses Yacht-Gadget gibt es zum Schnäppchenpreis von ca. 78.000 Euro. Bei diesem Kampfpreis sollte man sich ernsthaft überlegen, ob man sich nicht eine kleine Flotte anschaffen sollte. www.seabob.com



HOVER-BIKE

Räder sind ja sooo 80er. Das Hover-Bike ermöglicht endlich zügiges Reisen ohne den überflüssigen Bodenkontakt. Das Hover-Bike ist allerdings leider noch nicht käuflich zu erwerben. Wir beten zum Gadget-Gott auf zügige Auslieferung. www.hover-bike.com





EIN AURIN? EIN ENSO? – EIN AMULETT!

Wir erinnern uns ja alle noch sehr gut! Das Zenzakan-Logo wurde auf der International Sign Convention zum schönsten Schild der Welt gekürt. Jetzt übersetzt Thomas Sabo für uns das Zenzakan-Logo in ein exklusives Amulett. Ist es dann eigentlich auch das schönste Amulett der Welt? Dank extremer Limitierung und hochwertiger Materialen wird der Preis sicherlich nicht zu niedrig. Demnächst bei der Mook-Group erhältlich. www.mook-group.de



BBQ DONUT

Der Privatsee hat sich doch gelohnt! Demnächst dümpeln wir alle auf unseren Weihern und chillaxen... ähh sorry, grillaxen in der Sonne. Danke, Donut-Erfinder. Schließlich wissen wir ja alle: Grills kann man nie genug haben. Deshalb ist der Preis auch völlig irrelevant. Das Ding muss her. www.artthink.de





CONSTELLATION AN EXQUISIT TOUCH





MAILAND, 18. OKTOBER 2011 – VERTU, MARKTFÜHRENDER HERSTELLER VON LUXUSMOBILTELEFONEN, HAT HEUTE SEIN ERSTES SMARTPHONE MIT TOUCHSCREEN VORGESTELLT: DAS CONSTEL-

LATION. Das Modell ergänzt den anspruchsvollen Lifestyle, für den Vertu Telefone stehen. Auch dieses Modell zeichnet sich durch die traditionellen Werte von Vertu – Authentizität, Individualität, Luxus – aus. So ist ein Telefon entstanden, das nicht nur funktional und technisch, sondern auch ästhetisch überzeugt. Der exklusive Vertu Concierge Service geht gezielt auf die Bedürfnisse des Kunden ein und garantiert mit einer Auswahl exklusiver Anwendungen jederzeit uneingeschränkten Zugang zu einzigartigem Service und Informationsangeboten. Als Pionier für maßgeschneiderte Informationsdienste und Premium Services kann Vertu Concierge direkt über das Mobiltelefon in Anspruch genommen werden. Außerdem werden die Angebote ständig erweitert. Vertu Concierge kann über eine spezielle Kurzwahltaste auf dem Telefon aufgerufen werden. Der Kunde hat die Wahl zwischen Vertu Concierge und Technischer Unterstützung per Telefon oder E-Mail.

Über die Großstädte der ganzen Welt verteilt, stellen Berater jederzeit unabhängige, fundierte Informationen in acht verschiedenen Sprachen zur Verfügung. Mit Rücksicht auf den vollen Terminkalender vieler Vertu-Besitzer wurde ein umfassendes Netzwerk privater Lifestyle- und Business-Clubs für Kunden geschaffen. Jeder dieser Clubs ist eine Institution in der jeweiligen Stadt. Gemeinsam bieten sie Vertu-Besitzern weltweit unschlagbare Vorteile.

Club Access bietet Vertu-Kunden mindestens einmal pro Jahr Zugang zu einem bestimmten Club. Diese Einladung können Vertu-Besitzer innerhalb des Netzwerks auf einen Gast ihrer Wahl ausweiten. Zu den maßgeschneiderten Services und Apps für Vertu-Besitzer zählen auch die der Protector Services Group. Ausgewiesene Sicherheitsexperten der Unternehmensgruppe machen die persönliche Sicherheit jedes Vertu-Besitzers zu ihrem Anliegen und bieten darüber hinaus exklusive Leistungen wie persönliches und betriebliches Risikomanagement, Vermögens- und Personenschutz.

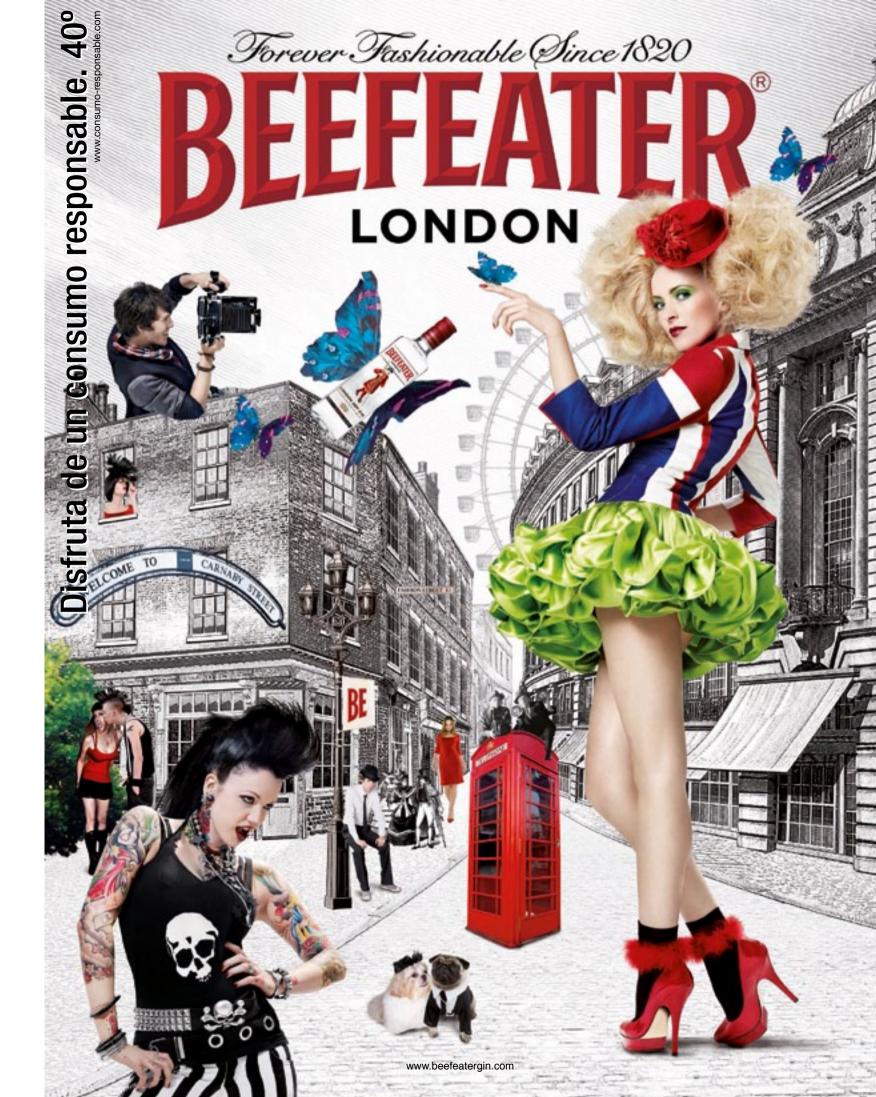
Vertu City Brief bietet interessante Informationen, Empfehlungen und Hinweise zu über 200 Städten der Welt. Seit der Einführung im Jahr 2009 verfassen die unabhängigen Experten von Vertu ständig neue Artikel in ihren jeweiligen Fachgebieten und informieren die Nutzer eingehend über die erlesensten Restaurants, örtlichen Gepflogenheiten, verborgenen Juwelen und die neuesten Attraktionen unzähliger Städte. Über Vertu Select können sich Kunden auf ihrem Telefon von einem ebenso reichhaltigen wie sorgfältig ausgesuchten Angebot an ausgewählten Inhalten und Unterhaltungsmöglichkeiten inspirieren lassen.

Das Constellation wird nicht nur in punkto Design, Material und Kundenservice höchsten Ansprüchen gerecht, sondern spielt auch in technischer Hinsicht in der Topliga. Mit Quadband-GSM, Pentaband-WCDMA und HSDPA ist das Gerät ein echter Global Player. Dank Highspeed-WLAN kann sich der Constellation-Benutzer überall auf der Welt auf einen schnellen und zuverlässigen Internetzugang verlassen. 32 GB interner Speicher bieten auch unterwegs ausreichend Raum für Dokumente und Fotos. Für klare Sicht sorgt ein brillantes, kontrastreiches 3,5 Zoll nHD-AMOLED-Display. Darüber hinaus verfügt das Gerät über eine 3,5 mm Audio-/Video-Ausgangsbuchse für Filme, Fotos, Präsentationen und E-Mails.

genommen werden. Außerdem werden die Angebote ständig erweitert. Vertu Concierge kann über eine spezielle Kurzwahltaste auf dem Telefon aufgerufen werden. Der Kunde hat die Wahl zwischen Vertu Concierge und Technischer Unterstützung per Telefon oder E-Mail.

Über die Großstädte der ganzen Welt verteilt, stellen Berater jederzeit unabhängige, fundierte Informationen in acht verschiedenen Sprachen zur Verfügung. Mit Rücksicht auf den vollen Das Design steht ganz im Zeichen eleganter Klarheit. Das 3,5 Zoll große HD Multi-Touch-Display besteht aus einem einzigen makellosen Saphirkristall, die 8-Megapixel-Kamera ziert ein aufwendig gearbeitetes Rubindetail am Auslöser. Die Hörmuschel ist aus polierter Keramik, das Gehäuse aus rostfreiem Chirurgenstahl – die Rückseite des Telefons mit Vertus einzigartigem HiFi-Soundsystem ausgestattet.

Das Vertu Constellation eröffnet seinen Nutzern eine exklusive Welt, in der unzählige Premium-Services das Leben erheblich erleichtern. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.vertu.com.



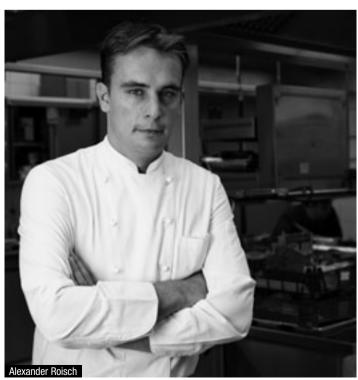
14 I TO KNOW TO KNOW I 15



DIE MOOK GROUP ERÖFFNET DEMNÄCHST IN DER SPEKTAKU-LÄREN HALLE DER VILLA MAY EINE AUTHENTISCHE BRASSERIE & OYSTER BAR.

Ein Konzept, das sich im ersten Moment vielleicht vertraut anhört – faktisch aber noch nie in letzter Konsequenz und mit allen notwendigen Attributen in Frankfurt realisiert worden ist. Die Speisekarte wird aus Klassikern der herzhaften, französischen Bistroküche bestehen: Grenouille, Duck Leg Confit, Pied de Cochon, Croque Monsieur, Escargots, Foie Gras, Tête de Veau, Bœuf Bourguignon, Steak Frites, Sole Meunière, Boudin Noire, Soupe à l'oignon etc. Kernstück des Restaurants wird eine riesige Meeresfrüchtetheke werden. Mitten im Raum platziert und opulent bestückt mit allem, was das Meer zu bieten hat: Austern, Hummer, Taschenkrebse, Muscheln, Garnelen etc. Die Gäste können sich dort spektakuläre mehrstöckige "Plateau de Fruits de Mer" nach Wahl zusammenstellen lassen. Ein weiteres Highlight des Restaurants wird eine einsehbare Showküche mit direktem Blick auf einen feurig lodernden Molteni Rotisserie-Grill. Selbstverständlich wird es auch eine typische Zinntheke mit angeschlossenem Barbereich und korrespondierenden Stehtischen geben. Weiterhin sieht das Konzept vor, in den Nachmittagsstunden Kaffee und Kuchen sowie französische Pâtisserie-Produkte anzubieten. Darüber hinaus ist die Halle der Villa May ein idealer Platz für einen entspannten Sonntagsbrunch. Und für intime Geschäftstermine oder kleine private Feiern wird es sogar einen wunderschönen, exklusiven Salon Privé geben.

Küchenchef wird Alexander Roisch, der Bruder des jetzigen Zenzakan Küchenchefs Sebastian Roisch. Herr Alexander Roisch hat eine klassisch französische Ausbildung genossen und war zuletzt fünf Jahre bei Hans Haas im Zwei-Sterne-Restaurant Tantris beschäftigt. Auch steht der Name des Restaurants schon fest: "Mon Amie Maxi". Der Name der erstgeborenen Tochter von Christian und Michaela Mook.





FRANKFURTS CHARMANTESTER GASTGEBER PACKT AUS -FERES LADJIMI, EXECUTIVE MANAGER

RARE Herr Ladjimi, erzählen Sie uns Küche, Service, Bar, Empfang, etc. Außereinmal, welche Funktion Sie begleiden.

FERES Ich bin der Executive Manager der Mook Group, zuständig für den kompletten operativen Ablauf: Personal, Abrechnung, Guest Relations und was sonst noch alles anfällt. Und ich bin einer der ganz Wenigen, der tatsächlich die Handynummer von Christian Mook besitzt – die anderen geben damit ja immer nur an (lacht).

R Ist seine Nummer denn geheim?

F Oh ja, er legt sehr viel Wert auf seine Privatsphäre. Er schreibt dafür täglich ohne Internet ist sein Alptraum.

R Herr Ladjimi, erzählen Sie uns doch einmal etwas über Ihre Vita. Wie kamen Sie zur Gastronomie?

F Ich habe meine Kindheit in Tunesien verbracht. Mein Vater ist Tunesier, meine Mutter stammt aus Österreich. Meine Eltern betreiben seit Jahrzehnten schon ein sehr exklusives Boutique-Hotel in Hammamet, Tunesien und sind immer noch ein großes Vorbild für mich. Ich bin also somit in der Gastronomie groß geworden und schon als ganz kleines Kind zwischen den Restauranttischen umhergekrabbelt. Nach dem Abitur in Paris habe ich eine hervorragende duale Ausbildung in Hotelmanagement in Salzburg, Österreich absolviert und alle Stationen hinter mir:

dem bin ich ausgebildeter Jung-Sommelier mit Auszeichnung.

R Ihr Vater stammt aus Tunis und Ihre Mutter aus Österreich, dann sind Sie sicherlich mehrsprachig aufgewach-

F Ich beherrsche perfekt Arabisch, Französisch, Englisch, Deutsch und demnächst möchte ich noch Spanisch lernen.

R Wow, sehr beeindruckend. Welche Stationen haben Sie durchlaufen, bevor Sie bei der Mook Group angeheuert wurden?

F Ich habe schon die verschiedensten Pogefühlte 1000 E-Mails. Ein Hotelzimmer sitionen in der gehobenen Gastronomie innegehabt und in den besten Adressen in Österreich, Tunis und Paris gearbeitet. Meine letzte Position war VIP-Host in der Villa Romana in St. Tropez.

R In der legendären Villa Romana! Dort haben Sie sicherlich schon einige Celebrities empfangen dürfen?

F Ja, das war eine wilde Zeit. Wir begrüßten praktisch jeden Abend Prominente. Den coolsten Star von allen habe ich aber bei uns im Zenzakan getroffen: Mickey Rourke - meinen absoluten Lieblingsschauspieler! Ach, und ich durfte schon einmal die Klitschkos als Gast empfangen. Das war genial, ich bin nämlich ein totaler Boxfan. Das war übrigens auch im Zenzakan. Sie sehen, auch das Zenzakan eignet sich nicht schlecht zum

Promiwatching und hat sogar schon fast den Ivory Club und die Villa Romana abgehängt (lacht).

R Bleiben Sie uns nach so vielen tollen Stationen jetzt eine Weile in Frankfurt erhalten?

F Aber sicher. Ich fühle mich angekommen. Zum einen ist Christian Mook nicht nur mein Chef, sondern mittlerweile auch einer meiner besten Freunde. Wir teilen Ansichten, Lifestyle und Interessen. Zum anderen - wo sollte es denn auch noch hingehen? Die Mook Group ist, was Performance und Innovationskraft angeht, unschlagbar. Man wird noch so einiges von uns hören. Schließlich hat die Mook

CHRISTIAN MOOK IST NICHT NUR MEIN CHEF, SONDERN MITTLER-WEILE AUCH EINER MEINER BESTEN FREUNDE"

Group die letzten Jahre die spannendsten Konzepte entwickelt: Deutschlands erstes "White-Tablecloth Steakhouse", danach den ersten "English Club im kolonialen Indien" und schließlich, nicht zu vergessen, den ersten "Pan-Asian Supperclub". Etwas Vergleichbares gab es vorher nur in Las Vegas, New York oder Dubai. Speziell am Zenzakan war ich maßgeblich beteiligt. Hier konnte ich meine Ideen einbringen und gemeinsam mit Christian etwas komplett Neues entwickeln. In welchem Restaurantbetrieb wird Einem so etwas schon ermöglicht? Mir gefällt auch, dass er nie wirtschaftliche Entscheidungen in den Vordergrund stellt. Hier wird nie der billigste Fisch gekauft, sondern nur der Beste. Mir gefällt die ganze Ethik der Firma. Auch kann mit Christian Mook jeden Tag etwas völlig Verrücktes passieren. Hier im Betrieb wird es nie langweilig.

R Klingt spannend, geben Sie uns doch einmal ein Beispiel.

F Es kann zum Beispiel durchaus passieren, dass Christian von einem neuen tollen Sushi-Laden hört und zack! -plötzlich sitzt man im Flieger und muss am Abend lecker Sashimi in London essen.

R Das hört sich ja schrecklich an.

F Christian Mook hat mich unter anderem auch gezwungen, im Rahmen der Recherchearbeit zum Zenzakan um den halben Globus zu jetten. Ich musste mit ihm gemeinsam die schickesten und angesag-



testen Restaurants der Welt besuchen.

R Grausam! Welche Restaurants haben Sie dabei am meisten beeindruckt?

F Oh, wir haben so viele tolle asiatische Restaurants besucht. Von der Atmosphäre her war es sicherlich Buddakan und Tao. Und vom Essen her Shibuya, Momofuku, Iewel Bako, Megu, Okada oder auch Wing

R Welches waren die verrücktesten Restaurants, die Sie besucht haben?

F Im Ninja Restaurant New York springen ständig irgendwelche vermummten Ninias aus der Decke. Oh, super lustig ist auch Sammy's Roumanian Steakhouse in New York, ein kleiner Partykeller mit einer irren Stimmung.

R Was sind Ihre Lieblingsrestaurants?

F Da muss ich gar nicht lange überlegen. Italienisch sicherlich: Il Mulino in New York. französisch: Bouchon in Las Vegas, indisch: Tamarind in London, Gourmet natürlich: Alinea in Chicago. Grant Achatz hat den "James Beard Award" völlig zu Recht gewonnen (Anm. d. Red.: Die höchste Auszeichnung, die ein Koch erringen kann). Bei Steakhäusern habe ich keinen Liebling, es gibt in Amerika so viele geniale Steakhäuser.

Umgebung aus?

F Im Sommer sitze ich gerne im lauschigen Biergarten der Gerbermühle. Zum Fischessen geht's immer zu unserem Stammgast Herrn Vogt in den Goldenen Stern nach Steinbach. Für einen Quicklunch gehe ich sehr gerne in die lebhafte Garibaldi Pizzeria, der ideale Platz zum "Meet `n Greet". Meine Lieblingsbar ist natürlich das super

"WIR HÖREN AUF UNSERE GÄSTE. **DESHALB IST UNSERE SPEISEKARTE AUCH IMMER EIN SPIEGEL DES** GÄSTEGESCHMACKS,"

angesagte Gekkos. Und zum Tanzen geht's ins Velvet oder ins Travolta

R In welchem der Mook Group Restaurants essen Sie am liebsten?

F Was für eine Frage! Ich liebe unsere Steaks! Aber auch unser asiatisches Essen ist natürlich Zzzzuper (lacht). Ach, über unser Sushi brauche ich wohl überhaupt nichts mehr zu sagen. Aber am allerliebsten esse ich im Ivory Club. Ich esse fast täglich Currys, Naan, Palak, Daal und

Tandoorigerichte – wie übrigens Christian auch. Wir können nicht täglich Steak oder Sushi essen, aber ein indisches Curry geht einfach immer. Wir sind geradezu süchtig nach unserem indischen Essen. Wir haben allerdings auch ein riesiges Glück mit unserem indischen Koch, der Mann ist einfach ein Virtuose und kocht auf absolutem Spitzenniveau, Also, ich esse am liebsten bei uns indisch. Mein Lieblingsgericht ist unser superscharfes Vindaloo. Ich habe schon Vindaloos in den besten indischen Restaurants der Welt gegessen. Ich habe sogar schon Vindaloo beim 3-Sterne-Koch Jean-Georges Vongerichten gegessen. Nichts gegen unser Vindaloo.

R Welche Gerichte sollte man einmal in den Restaurants der Mook Group probiert haben?

F Sagte ich schon, dass unser Vindaloo hervorragend ist (lacht)? Wir haben viele Gerichte, die man auf jeden Fall einmal probieren sollte. Im Ivory Club sicherlich die Schnecken, das Naan, das Stubenküken, die Tandoori Garnelen, unsere Fischplatte und natürlich unsere Currys. Außerdem esse ich noch sehr gerne den Salat "The Wedge". In Amerika ist das ja ein Klassiker, aber in Deutschland kenne ich nur ein Restaurant, das ihn serviert: R Wie sieht es in Frankfurt und Wir! Im Zenzakan sind die "must eats" die Short Ribs in Terivaki Foie Gras Sauce. der BBO Aal und unser Sushi. Im Steakhouse ist unser Signature Dish sicherlich das "Butterknife Steak".

R Alles mit Zufriedenheitsgarantie?

F Interessanterweise hat die Zufriedenheit in unseren Restaurants in den seltensten Fällen etwas mit dem Essen oder dem Service zu tun. Meistens erkenne ich schon zu Beginn, ob Gäste zufrieden sein

Fähigkeiten?

F Sagen wir mal so, wenn jemand spontan und ohne auf die Karte zu schauen ein Glas Champagner oder einen Cosmopolitan für die Dame und einen Martini Cocktail "extra dry" oder "dirty up" für sich bestellt, weiß ich einfach, dass diese Gäste begeistert sein werden. Sie werden erkennen, dass der Champagner korrekt temperiert ist und der Cocktail mit dem richtigen Gin/Vodka-Verhältnis zubereitet wurde. Auch werden sie feststellen, dass wir den richtigen Gin und den richtigen Vodka im richtigen Glas verwendet haben. Sie werden sich danach für die richtigen Speisen entscheiden. Sie werden den rich-



tigen Wein trinken und den Kellner als sehr sympathisch empfinden.

R Entschuldigen Sie, aber wie meinen

F Solche Gäste wissen einfach, was Ihnen schmeckt. Sie entscheiden schnell und intuitiv. Sie kennen vergleichbare Referenzprodukte und honorieren entsprechend unsere Qualität. Sie sind weit gereist und verstehen unsere ganze Philosophie. Sie haben weder Schwellenangst noch Vorurteile. Sie kennen keinen Neid und wissen auch, dass wir im internationalen Vergleich konkurrenzlos günstig sind. Es gibt keinerlei preisliche Überlegungen. Es wird gegessen, worauf man wirklich Lust hat.

R Sie wollen uns also erzählen, dass nur Kennern ihr Essen schmeckt?

F Quatsch, wir sind weder arrogant noch **R** Wow, Sie besitzen also prekognitive sind wir Freaks, die nur für ein paar Food-Nerds kochen wollen. Wir wollen unsere Gäste ja für unsere Art zu kochen begeistern. Wir hören auf unsere Gäste, deshalb ist unsere Speisekarte auch immer ein Spiegel des Gästegeschmacks. Wir sprechen mit unseren Gästen und nehmen Sie ernst. Gerichte, die bei unseren Gästen nicht ankommen, werden wieder entfernt - Gerichte, die ankommen, bleiben.

R Sie sagen, dass preisliche Überlegungen keine Rolle spielen. Klingt das aber nicht etwas überheblich? Viele Menschen müssen doch sehr auf Ihren Geldbeutel achten.

F Christian erzählte mir einmal, dass er mit 18 Jahren in einem uralten, verbeulten gefahren ist. Dort hat er dann auf einem Campingplatz im Zelt übernachtet. Zum Mittagessen gab es dann aber Sole Meunière und eine Flasche Domaine Ott im Club 55. Das Geld dafür hatte er sich nach der Schule mit kleinen Aus-

"SAGTE ICH SCHON, DASS UNSER VINDALOO HERVORRAGEND IST?'

hilfsjobs verdient. Schon als ganz junger Mann hatte er entschieden, was für einen Lifestyle er führen wollte und zwar völlig losgelöst von seinem mageren Geldbeutel. Sie sehen, das ist alles nur eine Frage der Einstellung und der Wertung. Wussten Sie eigentlich, dass der Deutsche im Schnitt nur 11% seines Einkommens für Nahrungsmittel ausgibt? In keinem Land der Erde ist dieser Anteil so gering. Auch sollte man endlich einmal mit dem Mythos aufräumen, bei uns wäre es teuer.

R Na. dann räumen Sie mal. Herr Ladiimi!

F Sie können bei uns im Zenzakan schon für 18,90 Euro eine Hauptspeise bekommen und das teuerste Hauptgericht kostet nur 29,90 Euro – zumindest, wenn man mal von Prime Beef und Lobster absieht. Ich habe neulich in einer Vorort-Pizzeria eine hauchdünne Seezunge für 28,90 Euro gegessen. Wir verkaufen unseren doppelt so schweren und geangelten Black Cod für 29,90 Euro. In Hamburg und Sylt kann man leicht 40, 50 oder sogar 60 Euro für vergleichbare Fische ausgeben. Da frage ich mich wirklich, wer hier teuer ist. Wir verdienen eigentlich nur an Wein und Spirituosen, unser akkumulierter Aufschlagsatz ist katastrophal und liegt weit unter dem Branchenschnitt. Zusätzlich bieten wir ständig Dinge, die nichts bringen, sondern nur Unmengen an Geld verschlingen.

R Geben Sie doch einmal ein Beispiel.

F Ein super Beispiel dafür ist unsere Weihnachtsdekoration. Wir haben eine riesige Halle, in der sie lagert. Frau Mook und ein Team von zehn Mann dekorieren jedes Jahr mehrere Tage lang die Steakhäuser. Ein unfassbarer Zeit- und Geldaufwand. Ich kenne kein Restaurant in Frankfurt, das einen vergleichbaren Aufwand betreibt.

R Dafür ist das Ergebnis aber auch wirklich legendär.

F Ja natürlich ist es das, wir bekommen

Ford Granada Kombi nach St.Tropez auch immer ein tolles Feedback. Numerisch bringt es aber gar nichts. Wir würden ja auch ohne Weihnachtsdekoration aus allen Nähten platzen. Wir sind ja schon ohne Weihnachtsgeschäft immer rappelvoll. Kein vernünftiger Kaufmann würde solch einen Aufwand für absolut Nichts betreiben. Christian hat halt die Unvernunft zum Firmenmantra erklärt.

R Apropos Firmenmantra – Sie haben vorhin von einer Art internen Ethik gesprochen, können Sie uns etwas mehr darüber erzählen?

F Wir würden nie aktiv Mitarbeiter von Kollegen abwerben, schlecht über Kollegen sprechen, ein gegebenes Wort brechen oder Konzepte billig abkupfern.

R Apropos abkupfern, was sagen Sie eigentlich zu den diversen Steakhouse-Plagiaten in Frankfurt und Umgebung?

F Wie schon gesagt, wir sprechen niemals schlecht über unsere Mitbewerber. Ich kann nur über uns Auskunft geben. Christian Mook würde niemals versuchen, ein in Frankfurt schon etabliertes Gastronomiekonzept eins zu eins zu imitieren. Dies entspräche einfach nicht unserem Stil.

R Machen Sie sich denn keine Sorgen wegen dieser extremen Steakhouseschwemme?

F Nein, überhaupt nicht. Unsere Zahlen sind super. Gäste sind ein kluges Kollektiv und werden sich langfristig immer richtig entscheiden. Können wir jetzt bitte das Thema wechseln?

R Aber gerne. Die Mook Group eröffnet ja demnächst eine Brasserie & Ovster Bar. Ein Konzept, welches es noch nicht in Frankfurt gibt?

F Vor circa einem Jahr unterhielt ich mich

mit Herrn Mook und einem lieben Stammgast über unsere gemeinsamen Lieblingslokale. Wir stellten fest, dass wir alle das Bouchon in Vegas und das Balthazar in New York absolut genial finden. Wir waren auch völlig verblüfft, dass es keine vergleichbaren Konzepte in Deutschland gibt. Tadaa - die Idee war geboren. Christian versucht immer. Restaurants zu installieren, die er selber liebt und die es in dieser Form auch noch nicht gibt. Eine Philosophie, die auch ich sehr schätze.

R Soll das heißen, in ganz Deutschland gibt es keine französischen Restaurants?

F Ouatsch, natürlich gibt es viele tolle französische Restaurants. Ich persönlich schätze sehr Erno's Bistro, Le Moissonnier oder das Restaurant Français. Diese Restaurants sind alle superb, gehen allerdings ganz klar in die Gourmetschiene. Es ist wirklich erstaunlich: Wir haben jetzt sogar noch ein wenig tiefer recherchiert und konnten bisher kein Restaurant finden, das wirklich alle in unseren Augen relevanten Attribute vereint.

R Welche Attribute muss denn eine authentische Brasserie in Ihren Augen besitzen?

F Man benötigt zuallererst eine entsprechend hallenartige Location. Dann darf die Location auch nicht zu klein sein. Zudem braucht man eine authentische Ausstattung wie eine Zinntheke, Showküche und, natürlich absolut unverzichtbar, eine offene Meeresfrüchtetheke. Das Wichtigste ist aber selbstverständlich das Speisenangebot. Gerichte wie Rigatoni al forno und Carpaccio sind sicherlich ganz lecker, haben aber nach unserem Verständnis nichts auf einer Brasseriekarte verloren



R Gibt es denn konkrete Vorbilder für Ihr neues Restaurant?

F Wie schon gesagt, unsere Vorbilder sind ganz klar das Bouchon in Vegas und das Balthazar in New York, Vom Speisenangebot her gefällt uns aber auch sehr gut die Bar Boulud in New York.

R Mal vom französischen Vokabular ganz abgesehen: Herr Mook benutzt in seinen Artikeln oft sehr kryptische Wörter, Können Sie uns das ein wenig erläutern? Was bedeuten die Wörter chewy, frenchy, opulent, mediterran oder leptosom?

F (lacht) Ja, Christian hat viel Spaß an solchen Neologismen. Wir entfernen uns auch in der internen Firmenkommunikation immer mehr von der deutschen Sprache. Ich hoffe bloß, dass wir uns bald noch mit normalen Menschen verständigen können (lacht). Chewy bedeutet "zäh wie Leder". Ein opulenter Körper heißt gute Fettmarmorierung. Black and Blue bedeutet scharf angebraten und kühler Kern. Und wir haben noch viele Kraftausdrücke, die ich hier nicht erwähnen möchte (lacht).

R Wow, wie kommt er bloß auf solche die Amerikaner mit Schweinen anstellen Begriffe?

F An "frenchy" erinnere ich mich noch sehr gut. Ein Stammgast erzählte uns sehr blumig von seiner schwierigen Suche in Paris nach einem guten Steak. Alles nicht so leicht in Paris.

R Wie meinen Sie das? Ist es schwer, in Paris ein gutes Restaurant zu finden?

F Nein, es gibt in Paris natürlich viele tolle Sterne-Restaurants. Bei meinem letzten Besuch war ich übrigens mit Herrn Mook im Atelier de Ioël Robuchon – ein tolles Konzept. Auch das Essen hat uns überzeugt. Aber ein gutes preiswertes Nullsterne-Restaurant in Paris zu finden ist in der Tat erstaunlich schwierig. Die meisten guten Restaurants sind nur einer sehr reichen Elite vorbehalten. Vielleicht ist das einer der Gründe, warum die Franzosen ihr Fastfood so abgöttisch lieben.

R Die Franzosen lieben Fastfood?

F Ich habe vor Kurzem einen großen Fernsehbericht auf ARTE gesehen. Nirgendwo auf der Welt sind die einschlägigen Burgerketten so erfolgreich und beliebt wie in Frankreich. Ich habe lange in Paris gelebt und kann das nur bestätigen.

nicht sehr zu mögen?



jedem Amerikabesuch esse ich mindestens zwei- bis dreimal Burger. Hamburger sind in Amerika eine absolute Delikatesse. Jeder, der schon einmal im BRGR Burger, Spotted Pig, Umami Burger oder bei DB Bistro einen Burger gegessen hat, wird das bestätigen. Es gibt in Amerika sogar sehr gute Burger-Ketten. Ich liebe in Amerika auch die BBO-Restaurants. Was passt auf keine Kuhhaut (lacht). Ein super Tipp für BBO-Fans ist übrigens die "Fette Sau" in New York – absolut genial.

Als ich Herrn Mook kennenlernte, habe ich überhaupt kein Schweinefleisch ge-

ICH LIEBE GUTES FASTFOOD. BEI JEDEM AMERIKABESUCH ESSE ICH MINDESTENS ZWEI- BIS DREI-MAL BURGER."

gessen. Ich musste ihm aber versprechen, dass, wenn ich einmal nach Napels käme, ich den Bacon bei Andre's Steakhouse probieren würde. Ich konnte ja nicht ahnen, dass ich eine Woche später mit Herrn Mook bei Andre's essen würde (lacht). Der Bacon war übrigens der Hammer und natürlich kein Vergleich zu dem, was man in Deutschland unter Bacon versteht. Das Essen in Amerika ist wirklich in jeder Kategorie phänomenal.

R Woran liegt es Ihrer Meinung nach, dass Amerika momentan kulinarisch so unschlagbar ist?

F Das hängt von vielen Faktoren ab: die R Sie scheinen Burger und Fastfood sensationelle Produktqualität, die aufgeklärten Gäste, die starke Konkurrenz jimi. Es war uns fürwahr eine Ehre. **F** Ouatsch, ich liebe gutes Fastfood. Bei und natürliche das exzellente Ausbildungs-

niveau der Köche in Amerika. Wer zigtausende Dollar in seine Ausbildung beim CIA steckt, der möchte wirklich kochen lernen (Anm. d. Red.: CIA = The Culinary Institute of America). Diese Leute sind einfach hoch motiviert. Auch ist es in Amerika einfach cool, ein Koch zu sein. Mario Batali, David Chang und Bobby Flay sind Stars und genießen in den USA absoluten Kultstatus.

R Gibt es auch in Deutschland Restaurants, die Sie qualitätsmäßig über-

F Aber sicher. Ich war kürzlich im Fischers Fritz essen. Ich hatte dort einen Steinbutt in absoluter Amerikaqualität, sowohl von der Produkt- als auch der handwerklichen Qualität. Es gibt natürlich auch in Deutschland, Frankreich und Italien viele gute und engagierte Köche.

R Noch eine letzte Frage. In der Firma gibt es doch sicherlich nicht nur Friede, Freude, Eierkuchen, Gibt es Dinge, bei denen Sie und Herr Mook unterschiedlicher Meinung sind?

F Christian hält Werbung und Social Media wie Facebook für absoluten Quatsch. Er ist auch nicht bei Smallworld, Xing oder MySpace vertreten. Das interessiert ihn auch alles überhaupt nicht. Er glaubt noch, dass wir in einer Welt leben, in der es reicht, gutes Essen in toller Atmosphäre anzubieten. Ich denke da völlig anders und bearbeite ihn immer, doch etwas Werbung zu machen oder in seinen Newslettern auf unsere Zenzakan Facebookseite hinzuweisen.

R Herzlichen Dank für dieses aufschlussreiche Interview, Herr Lad-



Jetzt auch am Airport Frankfurt "THE SQUAIRE"





365 Tage im Jahr von 09.00 bis 21.00 Uhr für Sie geöffnet. **Auch Sonn- und Feiertags!**





Wir dürfen Ihnen heute unsere neue, ganz besondere Rüschenbeck-Filiale vorstellen. Nach dem "Shop in Shop"-Konzept entworfen erwartet Sie im "THE SQUAIRE" am Airport Frankfurt ein völlig neues Luxus-Shopping-Erlebnis!

Die feinsten Uhren- & Schmuck-Labels der Welt präsentieren sich in selten erreichter Vollständigkeit auf über 300 qm. Allein einer der größten Rolex-Shops Deutschlands zeigt die ganze Palette der Marke. Genießen Sie die moderne Architektur und Einrichtung bei dem gewohnten Service von Rüschenbeck - und das 365 Tage im Jahr! Wir haben täglich zwischen 9.00 und 21.00 Uhr, auch Sonn- und Feiertags, für Sie geöffnet.

> Wir freuen uns auf Ihren Besuch! Ihr Juwelier Rüschenbeck-Team im "THE SQUAIRE"

60549 Frankfurt Airport • THE SQUAIRE, Eingang Ost, Ebene 5 • Tel. 069/643552280 60313 Frankfurt • Börsenstrasse 2-4 • Tel. 069/1338740 www.rueschenbeck.de



INDIEN - ein Land im Aufbruch - fasziniert den Rest der Seine Inszenierung hat eingeschlagen. Innerhalb von fünf Welt mit seinen Farben und Kontrasten, mit Traditionen, HighTech und kultureller Vielfalt. Endlich ist auch die Küche des Subkontinents im alten Festlandeuropa angekomin wenigen Restaurants außerhalb der Curry-Hochburg London kann man dieser Raffinesse auch authentisch und auf Restaurant, das der indischen Küche alle Ehre erweist und ihr mit Gerichten der "Contemporary Colonial Cuisine" neue aufregende Facetten abgewinnt.

Inhaber, Gastronom, Chef-Designer und Impresario Chris- steht und fällt. tian Mook träumte einen Traum, den er vor fünf Jahren mit kolonialen Indien.

Jahren heimste der Ivory Club für sein perfekt designtes Ambiente mehrere renommierte Auszeichnungen ein. Der Ivory Club überflutet seine Gäste mit Eindrücken, Stimmen und men. Ihre Raffinesse hat sich herumgesprochen. Doch nur Gerüchen. Das Erlebnis beginnt bereits vor der Tür. Ein steinernes Elefantenpaar und zwei überdimensionale Stoßzähne flankieren den Eingang. Ein uniformierter Doorman behohem Niveau nachspüren. Frankfurter sind hier eindeutig grüßt die Gäste und organisiert das Valet-Parking. Drinnen im Vorteil. Mit dem The Ivory Club gibt es seit fünf Jahren ein im Dämmerlicht behält der Guest Relations Manager, oft der Inhaber persönlich, in seiner meterhohen Kanzel den Überblick und hütet das Reservierungsbuch mit dem Drehbuch einer täglichen Show, die mit ihren Akteuren, den Gästen,

The Ivory Club ist ein Erlebnis für alle Sinne, ein "place der Eröffnung des The Ivory Club in die Realität umsetzte: to be", wo quirliges Stadtleben auf elegantes Understatement Ein Restaurant im Stil eines englischen Gentlemen's Club im trifft, Models auf Banker, Lebemänner auf Karrierefrauen. Das Ambiente besticht durch dunkles Edelholz. Weiß gedeckte Tische, gedämpftes Licht und unzählige antike Accessoires vermitteln den Stil der Kolonialzeit. Schwarz-Weiß-Fotografien indischer Potentaten zieren die Wände, massive Bücherregale und Pfauenfedern erinnern an Herrenclubs im viktorianischen England.

Der Ivory-Style macht vor der Speisekarte nicht halt. Bekanntes neu und anders zu inszenieren ist hier Konzept. Auf subtile Art hat Christian Mook seine Gäste im Ivory Club an die bisher nicht eben populäre Küche des Subkontinents herangeführt. So erfolgreich, dass inzwischen der Ivory Club zu den gefragtesten Restaurants der Stadt gehört.

Charakteristisch wie die Gerichte sind auch deren neckische Namen, etwa "The Dirty Dozen", gratinierte Schnecken mit Garam Masala Sauce, oder "The Sensational Supreme Shrimp Sampler" für eine Garnelen-"Combo"sition. Bekanntes anders und neu zu interpretieren beweist die Küche bei "Caprese". Da liegen neben den Buratakugeln nicht Tomaten- sondern

Papayascheiben, und statt Basilikum- gehört Korianderpesto dazu, damit das Gericht farblich und aromatisch zum typischen Ivory-Gericht wird. Jakobsmuscheln beweisen dank einer hauchdünnen Panade den gewissen "crunch". Bei der "Ocean X-Travaganza" bruzzelt neben Garnele und Jakobsmuschel ein Tandoori-Lachs mit Curry-Dijon-Kartoffelsalat auf der Gusseisenplatte. Eigenaromen von Fisch, Fleisch und Geflügel verstärken hausgemachte Würzpasten und das Grillen im Tandoori-Ofen, an dessen Innenseiten köstliches Naan-Brot bäckt. Leichte Brandspuren sind übrigens Absicht, denn erst die dabei entstehenden Röstaromen runden das Gericht harmonisch ab. "Das Grillen und Backen muss man sehen und riechen", darauf legt Christian Mook großen Wert. Die logische Folge: "Die Tandoori-Garnelen machen süchtig", schwärmen Ivory-Gäste.



SPICE UP YOUR LIFE SCHÄTZE DER INDISCHEN KÜCHE

SCHRIEBEN: "BEI ALLEM, WAS MAN ÜBER INDIEN SAGT, GILT IMMER AUCH DAS GE-

Das trifft auch auf die Küche des Landes zu, wobei es die eine einzige indische Küche gar nicht gibt. Vom Himalaja bis zur Südspitze Indiens sind die

Küchenstile so abwechslungsreich wie Landschaften, Menschen und Religionen. Die meisten Hindus essen vegetarisch, die Muslime wiederum essen kein Schweinefleisch. Am meisten verbreitet ist Hühnerfleisch. Zudem finden sich Elemente der orientalischen Küche wie (Reis-)Pilaw, aber auch Einflüsse der ehemaligen Kolonialmächte England und Portugal wie Gerichte mit Tomaten, Kartoffeln und Chili.

Großen Einfluss hat auch das jahrtausende alte Wissen des Ayurved, zu dessen ganzheitlichem Ansatz auch die Ernährung gehört. Um das Gleichgewicht von Körper und Geist herzustellen oder zu bewahren sollten der Lehre folgend in jeder Mahlzeit die sechs Geschmacksrichtungen süß, sauer, salzig, scharf, bitter und herb in Harmonie zusammen gebracht werden. Nur dann ist ein Mahl vollkommen. Indische Köche

> und Hausfrauen tragen dieses tradierte Wissen gewissermaßen in ihren Genen.

Die nordindische Mogulküche kennt üppige Saucen, die mit Pfeffer, Kardamom, Nelken und Zimt gewürzt sind – allesamt Gewürze, die in der ayurvedischen Lehre als wärmend gelten. Im Norden wird auch Weizen ange-

baut, aus dem viele verschiedene Brotsorten wie Papadams, Chapatties und Naan gebacken werden. Typisch sind auch Tandoori-Gerichte aus dem Lehmofen, und Samosas, aromatisch gefüllte Teigtaschen, die zu jeder Tageszeit schmecken. Letztere hat man in der Ivory-Küche als "Crunchy Tandoori Chicken Samosa"-Rolle mit exotischen Dips quasi neu erfunden.

EIN INDIENKENNER HAT EINMAL GE- In Südindien wird hingegen einfacher gekocht, mit dem, was die Region hervorbringt: Fische und Meeresfrüchte, Kokosmilch und Chili. So heiß wie das Klima sind hier die Currys, doch sie sind trotzdem leicht. Denn mit Schärfe lässt sich immer auch Fett sparen.

> "Die Seele der indischen Küche sind ihre Gewürzmischungen" heißt es. "Curry" ist in Indien ein Begriff für die Art der Zubereitung, Curry-Gerichte sind in Sauce gegartes Gemüse, Fisch oder Fleisch. Indische Currys können mild schmeichelnd, aber auch höllisch scharf ausfallen. Die für Currys verwendeten Gewürzmischungen werden Masala genannt. Ihre Vielfalt ist enorm, da sie aus 50 und mehr Gewürzen bestehen. Masalas gibt es in unzähligen Varianten, da jede indische Familie ihr eigenes "Geheimrezept" hütet. So auch Mr. Dada, Küchenchef des Ivory Club, der mit seinen Currys unzählige Gäste "angefixt" hat. Für "seine" Vindaloo-Currypaste zerkleinert er Ingwer, Chilischoten, Kreuzkümmel, Pfefferkörner, Kardamom, Nelke, Piment, Tamarinde, Zimt, Senfsamen, Bockshornklee, Koriander, Kurkuma im Mörser. Was genau und in welcher Menge? Da schweigt der Meister des Tandoori, dessen Fans behaupten, er besitze ein spezielles Gewürz-Gen. Perfekt nachzuspüren in Chefkoch Dals "Hot n spicy Beef Vindaloo", dem scharfen Rindergulasch für echte Kerle.

> Etwaige Verbrennungen kühlt man mit Joghurt-Raita, einer der wichtigsten Zutaten der indischen Küche. Kühe sind zwar heilig und ihr Fleisch zu essen gilt weitgehend als Tabu, doch der aus ihrer Milch hergestellte Joghurt fehlt auf keiner Tafel. Raita ist eine Art indisches Tsatsiki aus frischen Kräutern oder Gemüse und dient als erfrischende Beilage zu scharfen Curry-Gerichten. In Raita, Mango- und Minz-Dip stippen Gäste im The Ivory Club knuspriges Naan oder hauchdünne Pappadams, frisch aus dem Tandoori-Ofen: Für viele sind Brot und Dips ein erstes Highlight, bevor der kulinarische Reigen à la The Ivory Club überhaupt erst beginnt.



HERZLICH WILLKOMMEN -NAMASTÉ!







MR. FREISPRECHE

Egal ob Mark Zuckerberg von Facebook, Elon Musk von Paypal/SpaceX/Tesla Motors oder Andrew Mason von Groupon – es vergeht kein Tag, wo wir nicht mit Nachrichten über die Masters of the (virtual) Universe versorgt werden, doch wo sind die deutschen Gegenstücke? Einer hat sich auf die Suche gemacht diese deutschen Internet-Pioniere zu finden – Axel Hesse, der für Gruenderszene.de in seiner Rubrik "Freisprecher!" mit Schirm, Charme und Mikrofon die New Economy-Milliardäre von morgen aufspürt.

BUNTER HUND IN DER LIFESTYLE-INDUS-TRIE: BRAND-AMBASSADOR FÜR LUXUS Unbedingt, ich kann heutzutage nur noch CHAMPAGNER, BUNDESWEITE CLUB-TOU- mit Menschen arbeiten, mit denen ich **REN FÜR SPIRITUOSEN-KONZERNE UND** mich wohl fühle und die Thermik stimmt. JEDE WOCHE PARTY IN EINER ANDEREN ZEITZONE! HEUTE SITZT DU SERIÖS BEI INTERNET-KONGRESSEN UND ERKLÄRST MÄNNERN IN NADELSTREIFEN WIE MAN MIT DEM INTERNET GELD VERDIENEN **KANN. WAS IST SCHIEF GELAUFEN?**

es spannend mit Fatbov Slim & ähnlichen DJ-Größen um den Globus zu jetten und im Auftrag von Markenartiklern um die Wette zu feiern, aber irgendwann wiederholt sich dann halt doch alles und nichts ist deprimierender als nach einer coolen Party aufzuräumen. Ich wollte am Höhepunkt abspringen und etwas schaffen, das einen Zeitraum von 24 Stunden überdauert.

KLINGT NACH EINER ACHTERBAHNFAHRT?

Das kann man wohl sagen, es ging nicht immer nur bergauf. Manchmal hatte ich eher das Gefühl, ich befinde mich im freien Fall

WAS WAR DIE KONSEQUENZ DARAUS?

Man hört im Laufe der Zeit stärker auf seine Intuition und möchte nicht mehr jedes vermeintlich lukrative Geschäft mitmachen.

AXEL, VOR 10 JAHREN WARST DU JA EIN DIE INTUITION HILFT EINEM ALSO IM GE- GIB MAL EIN BEISPIEL FÜR SO EINEN RE-SCHÄFTSLEBEN?

ÜBERTRAGEN AUS?

Egal ob ich eine eigene Firma gründe oder mich an einer beteilige, das Team und deren Charaktereigenschaften sind mir am So darf man das nicht sehen! Natürlich ist wichtigsten. Man sieht sich schließlich nicht nur beim Notar, wenn man beurkundet, sondern auch Jahre danach. Idealerweise versteht man sich dann immer noch.

WORAN ERKENNST DU. OB EIN START-UP **POTENZIAL HAT?**

Früher in der ersten Welle der New Economy hat es gereicht eine Idee zu haben, da konnte man jeden Tante-Emma-Laden als global expandierendes e-Commerce-Imperium verkloppen, das geht heute nicht mehr – Ideen werden jetzt an Personen gekoppelt. Die Initiatoren müssen begeistern und zwar alle: Das eigene Team, Investoren, Kunden, Medien, Datenschützer und die eigenen

Haustiere. Wenn das nicht pas-

siert hat man nur eine deprimie-

renden Söldnertrupp, der

das Geld anderer Leute

verschwendet.

NAISSANCE-MANN?

Elon Musk ist ein Paradebeispiel für Start-Up 2.0! Der Mann hat mit 12 sein erstes Programm für 500\$ verkauft, mit 30 erfindet er Paypal und revolutioniert damit den WIE GENAU SIEHT DAS AUF DEIN BUSINESS Zahlungsverkehr von e-Commerce und ein Jahr später verkauft er die ganze Kiste für eine Milliarde Dollar. Er kann sich nun locker seine eigene Insel-Gruppe leisten, aber was macht er? Steckt sein ganzes Geld in unschlagbar günstige Weltraumraketen-Technik, sexy Elektro-Autos und bereitet eine bemannte Mars-Mission für 2040 vor. Das ist Vision!

UND DA HAST DU DIR AUS LAUTER SYM-PATHIE GLEICH EINEN TESLA ROADSTER **GELEISTET?**

Hahaha! Ne ne, so viel Philantropie kann ich mir dann doch nicht leisten. Meine Gründe sind da viel profaner: Ökologisch reines Gewissen, von 0 auf 100 in 3,7 Sekunden und weniger als 200 Stück auf deutschen Straßen. Im Vergleich zu mehr als 120.000 zugelassenen Porsche ist das ECHTE Exklusivität. Elon Musk weiß halt wie man begeistert.



HIT MUSIC ONLY !

AUF ENERGY RHEIN-MAIN 95.1

ENERGY.DE

SHAKIRA - Aktuelles Album: Sale El Sol





Mobile Mythen machen mobile Menschen

Ikonen werden im 21. Jahrhundert schnell gekürt. Ein angebissener Apfel hat im letzten Jahrzehnt als Marke eine gewisse Berühmtheit erreicht. Mit einem leuchtend gelben M assoziiert heutzutage ein jeder einen bestimmten "Geschmack" und das ein an süßen Hustensaft erinnerndes Erfrischungsgetränk angeblich "Flüüügel verleiht" ist allen bekannt – dank der industriellen Massenfertigung. Bei Manufakturen gestaltet sich das anders. Messer aus Solingen gehen mit einem bestimmten Namen Hand in Hand. Lederwaren aus Uetersen, Reitsättel aus Frankreich, Polo-Ausrüstung aus Argentinien. Namen sind verknüpft mit ikonisch wiederkehrenden Erkennungszeichen. Dem Connaisseur wird auf den ersten Blick klar: das ist Qualität, ein Wert-Gegenstand. Eine wahre Ikone ziert indes als Kühlerfigur seit hundert Jahren die Fahrzeuge im Hause Rolls-Royce: "The Spirit of Ecstasy".

IM Jahre 1911 wurde der Kreativdirektor der ersten englischen Autozeitschrift "The Car Illustrated" Charles Sykes beauftragt, eine elegante Figurine zu gestalten, die fortan die Kühlerhaube aller Rolls-Royce-Modelle beflaggen sollte. Sykes entwarf eine unverwechselbare Pretiose, die laut Mythos die Verewigung Eleanor Thorntons sei, eine Kollegin aus Sykes Verlag. Eleanor war bildhübsch, extrem engagiert und provokant. Und — so will es der Mythos — sie soll die Geliebte des britischen Adligen Lord Montagu gewesen sein.

Fest steht, dass aus dieser Mensch-Mythos-Kombination die weltweit bekannteste Kühlerfigur wurde. Ob Eleanor Thornton in der Tat als Vorlage für "The Spirit of Ecstasy" gedient hat, sei dahin gestellt. Fakt ist: Seit dem 6. Februar 1911 verschönt die

erlesene Figur, alias "Emily", als Maskottchen die Frontansicht aller Rolls-Royce Fahrzeuge und symbolisiert damit seit einem Jahrhundert unangefochten ein ganz bestimmtes Lebensgefühl.

Wie keine Zweite steht die Marke Rolls Rovce für eine einzigartige Tradition gepaart mit Faszination und unverkennbarem Stilbewusstsein. Nicht umsonst heißt es in jeglicher Gegenüberstellung hochwertiger Produkte: "Das ist der Rolls Royce unter den...." Kühlschränken, Fernsehern, Gabelstaplern. Hinter dieser Klassifizierung steckt nach hundert Jahren Markengeschichte eine weltweit greifbare Aussage. Vom kleinen Kind bis hin zur Dame im Rentenalter – ein jeder verbindet einen unschätzbar hohen Wert und zuverlässige Qualität mit dem Karosseriehersteller, für den die hundertjährige Geschichte als unschlagbares Verkaufsargument dient. Aller zeitlichen Fährnisse zum Trotz hat die "Spirit of Ectasy" über all jene gewacht, die sich dem Geist der Marke anvertrauten. Menschen, die nicht unbedingt ins Rampenlicht drängten, die "Hidden Champions". Menschen, die ihr selbst verdientes Geld dort anlegten, wo Qualität und Handwerkskunst bis zur höchsten Perfektion vorangetrieben und zeitlose Schönheit in Kombination mit einem entspannten Fahrgefühl und der Verfügbarkeit neuester Technologien in Einklang gebracht wurden und werden. Damals wie heute. Für Michael Gleissner, General Manager des deutschlandweiten Vertriebs, gelten Rolls Royce -Besitzer als die letzten wahren Gentlemen unserer Zeit:

"Das derzeit etablierte soziale Understatement in Deutschland wird durch unsere Kunden ein Stück weit aufgebrochen. Wer in ein Rolls Royce Fahrzeug steigt, verwandelt sich automatisch in einen englischen Lord und wird, wie die Reaktionen bei unseren Probefahrten zeigen, auch so von der Umwelt wahrgenommen."

Rolls Royce – Halter erfahren scheinbar seit eh und je würdevolle Achtung und anerkennenden Respekt, anstatt als zeigefreudige Luxusproleten verurteilt zu werden und das obwohl der Trend nach vielen Jahren der Chauffeurstradition mittlerweile wegweisend in Richtung Eigenständigkeit tendiert. Der Wunsch zum "Selbstfahren" hat sich unter den Rolls Royce - Anhängern durchgesetzt. Ist ein Rolls Royce einmal im Familienbesitz, wird das Fahrzeug laut Gleissner als wertvolles Erbstück von Generation zu Generation weitergegeben und nicht nach einer gewissen Zeit wieder verkauft.

Wer kann schon von sich behaupten, mit fortschreitendem Alter immer attraktiver zu werden? Ein Rolls Royce kann das!

Der Charme der allerersten "Phantom" - oder "Silvercloud"- Modelle aus den Gründerjahren dieser Erfolgsdynastie scheint von Jahr zu Jahr anziehender zu wirken und so zeigt sich Rolls Royce auch im Gebrauchtwagensegment besonders engagiert. Der so genannte "Rolls-Royce Enthusiasts' Club" ruft mit seinen regelmäßigen Treffen Jahr für Jahr Rolls Royce-Fans jeglicher Generationen zusammen und bietet den luxusaffinen Autofreunden somit eine verbindende Plattform regen Austauschs über ihr Fahrzeug an.

Ein Jahrhundert hat bewiesen: Ein Rolls Royce kommt nicht aus der Mode oder büßt an Wert ein – das Statussymbol wird ähnlich einer Immobilie als stabiles Investment betrachtet, was nicht zuletzt auf die Bewahrung alter Werte in Verbindung mit der Integration zukunftsweisender Technologien zurückzuführen ist. Verfolgt man die "Familiengeschichte" zurück, so wird deutlich, dass selbst über hundert Jahre Entwicklung hinweg stets eine

gleichwertig klare Rolls Royce Linie beibehalten wurde, die sich im Aufbau der Fahrzeuge und anhand des klassischen Design demonstrieren lässt. Was beim ersten Silver Ghost 1907 angelegt wurde, 1925 im Phantom-Piloten etabliert und in den 50er und 60er Jahren in den "Silver Dawn" und "Silver Cloud" – Modellen weitergeführt wurde, hat bis heute in der Produktion neuester "Phantom"- und "Ghost"- Modelltypen Bestand und ehrenvolle Tradition. Mit modernen Elementen und technischen Feinspielereien wie Smartphone-Anschlüssen, integrierter Festplatte oder einem abrufbarem Sternenhimmeldesign in der Fahrzeugdecke setzt der Luxusbauer auf dezenten Fortschritt, der stets hinter den hervorstechenden Traditionsmerkmalen zurücktritt und den Kunden nie vergessen lässt, dass er sich bei seinem "Magic Carpet Ride" in einem Rolls Royce befindet. Der Zauber der "Grande Dame Emily" ist also ungebrochen.

Wladimir Lenin verehrte sie, John Lennon liess sich von ihr verführen und auch Elton John und Steve Mc-Oueen sind dem "Spirit of Ectasy" längst verfallen.

Grund genug, ihr zu ihrem Geburtstag ein ganz besonderes Präsent zu überreichen. Jeder "Phantom" und jeder Rolls-Royce "Ghost", der 2011 das Werk verlässt, wird mit einer speziellen Figurine ausgestattet, die mit der Inschrift Spirit of Ecstasy Centenary 2011 versehen ist – in einer eigens für diesen Geburtstag entwickelten Schriftart. Auch wenn die "Spirit of Ecstasy" heute auf Knopfdruck in der Kühlerfront verschwinden kann, muss sich das Unikat der fliegenden Dame auch in einem stolzen Alter von hundert Jahren nicht verstecken. Sie muss sich schließlich nicht mit einem abgebissenen Apfel vergleichen lassen.



Cremige Bananen, frischer grüner Apfel, oder vielleicht honigsüße Melone...die Aromen der Weine sind verführerisch und vielseitig. Auch im Sake kann man solche fruchtigen Aromen finden. Es ist das Volksgetränk der Japaner und ein Ausdruck ihrer Seele. Die Braukunst und das hohe Qualitätsbewusstsein machen japanischen Sake weltberühmt. Längst haben Amerikaner und viele andere Nicht-Japaner den Sake für sich entdeckt. Die hochwertigen Sorten werden nicht nur in japanischen Restaurants,

sondern auch in Sternetempeln in aller Welt serviert. Die Preisspanne erstreckt sich von 50 bis 1500 Dollar die Flasche. Bis vor einigen Jahren galt Sake in großen Teilen Europas als ein geschmackloser Schnaps. Hiermit helfen wir Ihnen, auf den Geschmack des Premium-Sake zu kommen – das Elixier der japanischen Seele.

REIS gilt für Japaner als Hauptnahrungsmittel. Früher wurde Reis als Währung verwendet. Die Reissorte beeinflusst den Fermentierungsablauf und dadurch auch das Geschmacksprofil. Folgende Reissorten sind die Favoriten für die Herstellung der Premium-Sake:

YAMADA NISHIKI: Der König des Sake-Reises ist die meist verwendete Reissorte im jährlichen Nationalwettbewerb von Sake. Sake aus diesem Reis ist fruchtig, lebendig und elegant.

GOHYAKUMANGOKU: Gewachsen in den nordwestlichen Regionen Niigata, Ishikawa und Toyama. Aus diesem Reis entsteht ein leichter, trockener und sehr raffinierter Sake.

OMACHI: Sake, der sich voll, ruhig, herb und mit exzellenter Säure präsentiert.

MIYAMA NISHIKI: Sake mit vielfältigem Geschmack und schöner Säure wird hieraus gebraut.

WASSER ist zu 80% Bestandteil von Sake und entscheidet über seinen Körper und den gesamten Eindruck des Endproduktes.

TOJI-BRAUMEISTER SAKE wird traditionell nur im Winter gebraut, um die natürliche Kälte zu nutzen. Die meisten Brauarbeiter betätigen sich im Sommer in der Landwirtschaft und im Winter in der Brauerei. Der Braumeister heißt Toji und ist zuständig für die Produktion.

"GUTES MACHT GLÜCKLICH": FÜR GUTEN SAKE BRAUCHT MAN...

Gutes Wasser macht guten Reis. Guter Reis macht guten Sake. Um den wilden Geist der Naturgötter zu besänftigen und für die Gaben zu danken, wird Sake als Opfergabe gebraut.

"SANFTES BERGWASSER ERFÜLLT DIE SEELE": AROMA UND GESCHMACK...

Verglichen mit Wein hat Sake wesentlich weniger Säure und schmeckt vollmundig und mild. Der Alkoholgehalt liegt bei etwa 15%, also etwas höher als beim Wein. Dennoch ist Sake ein sehr guter Speisenbegleiter.

"VON BILLIG-SAKE BIS ZUR SUPER-PREMIUM-QUALITÄT": KLASSIFIZIERUNG...

Es gibt sechs Premium-Klassen. Besonders exklusiv sind der fünfte und sechste Typ der Super-Premium-Sake-Typen: Daiginjo und Junmai Daiginjo. Daiginjo ist eine Handwerkskunst in der Sake-Brauerei. Man genießt ihn als Aperitif, aber auch zu exklusiven Hauptspeisen. Junmai Daiginjo (aromatisch & vollmundig) ist ein idealer Begleiter von der Vorspeise bis zur Hauptspeise.

"KOJI STATT JUNGFRAU": HERSTELLUNGSMETHODE...

Sake wird gebraut. Die Herstellung erinnert an die Produktion von Bier. Bei der Sake-Herstellung findet die Umwandlung des Reises in Zucker gleichzeitig mit der alkoholischen Gärung statt, während Bier aus bereits verzuckertem Malz gebraut wird. Das Herz der Produktion ist die Umwandlung der Reisstärke in Zucker.

you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you prefer Vodka Martini?
you like Japanese Sake Mr. Bond? Or would you



Intelligente Investitionen

lassen Zukunftspläne Form annehmen.

Die Bank Sarasin ist führend auf dem Gebiet des nachhaltigen Investierens. In Deutschland ist die Bank Sarasin die erste Adresse für anspruchsvolle Unternehmer, private und institutionelle Kunden, die Wert auf maßgeschneiderte Dienstleistungen und Anlagelösungen legen. Denn die Zukunft gehört Ihnen. Tel. +49 (0)69 71 44 97 333, www.sarasin.de

Nachhaltiges Schweizer Private Banking seit 1841.



"Champagner ist der einzige Wein, der Frauen, die ihn trinken, schöner macht". Madame de Pompadour, First Lady der Libertinage, einflussreiche Geliebte Ludwigs XV. und hedonistische Trendsetterin des 18. Jahrhunderts, war nicht nur diesbezüglich klug und visionär. Als Beauty-Geheimnis, Aphrodisiakum und Anti-Depressivum wusste sie von keinem besseren Mittel als von Dom Perignon inspirierten Wunder-Weinen zu berichten.

Auch Marlene Dietrich trank Sterne. Sie war ausschließlich seinem Charisma und seiner Sinnlichkeitverfallen: "Champagner hat eine außergewöhnliche symbolische Kraft," sagte sie.

"ER VERSETZT DICH IN SONNTAGSSTIMMUNG UND MACHT DICH GLAUBEN, DASS SICH BALD ALLES ZUM BESSEREN WENDET. WENN ES EINEM GELINGT, EINEN PERFEKT GEKÜHLTEN DOM PÉRIGNON, GEREICHT IN EINEM SCHÖNEN GLAS, ZU GENIESSEN – AUF DER TERRASSE EINES PARISER RESTAURANTS MIT BLICK AUF BÄUME IN GOLDENER OKTOBERSONNE – DANN FÜHLT MAN SICH ALS GÖTTLICHSTE PERSON DER WELT. SELBST DANN, WENN MAN ES DURCHAUS GEWOHNT IST, CHAMPAGNER ZU TRINKEN."

Andy Warhol wiederum, menschenscheuer, neurotischer Kunst-Magier mit ausgeprägtem Hang zum Underground und den dunklen Seiten des Lebens war eher für "Ennuie", dem Überdruß an Tiefsinnigem bekannt, als für die Schwärmerei eines Connaisseurs. Doch auch der Pop-Art-Priester konnte dem Zauber des licht-transparenten Elite-Elixiers nicht widerstehen. Sein Tagebucheintrag vom 9. März 1981 aus München: "Gingen zur Galerie-Ausstellung der Glitzer-Schuhe; und ich musste Interviews und Bilder für die deutsche Zeitung machen. Dann mussten wir zurück ins Hotel, wo uns die "2000er"-Leute abholten – ein Club von 20 Gleichgesinnten, die 2000 Flaschen Dom Pérignon kaufen wollen, die sie bis zum Jahr 2000 in einem versiegel-

ten Raum lagern, um sie erst dann zu öffnen und zu trinken. Der Witz dabei wird sein, wer das noch erleben wird und wer nicht." Der notorische New Yorker Studio 54-Gänger – in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts wildester und theatralischster Club der Ära – verherrlichte zwar Mainstream und Oberfläche in seiner Kunst, war aber in der Wahl seiner Alkoholika ein Snob. Orgie hin oder her, ihm und seinem damaligen Weggefährten, dem Maler und Filmemacher Julian Schnabel, gab nur Dom Pérignon den gewissen Kick.

EIN DOM PÉRIGNON IST NICHT EINFACH CHAM-PAGNER.

Er ist der Urknall im Universum des Göttergetränks, das Alpha und Omega der Kunst, "den besten Wein der Welt" herzustellen. Keinen geringeren Anspruch hatte Bruder Pierre, ein Benediktinermönch, der von einem bescheidenen Kloster des Champagne-Dorfes Hautvillers aus nicht nur seine zeitgenössische Welt (wie der Sonnenkönig Ludwig XIV wurde er 1638 geboren und verstarb wie er im Jahre 1715) revolutionierte und um ein Kulturgut bereicherte, sondern eine Errungenschaft gebar, die bis heute den Gang der Dinge, den Blick auf das Sein, die Kultivierung menschlicher Talente zu einer himmelsstürmenden Vollendung beeinflusst.

"KOMMT, KOMMT, BRÜDER! ICH TRINKE STER-

heißt der überlieferte Satz des "Père Pérignon", der etwas erschuf, was bis heute einfach und etwas unwürdig als "Méthode Champagnoise" in vieler Munde ist.



Seit 1694 gilt: Es gibt ihn ausschließlich

Richard Geoffroy

Ein Dom Ferignon ist

EIN DOM PÉRIGNON IST COUTURE IM GLAS, EINE Wie vor ca. einer Dekade Apple mit seiner FORMEL. DIE STETS MEHR IST ALS DIE SUM-ME IHRER TEILE. EIN CHAMPAGNER. DER AUF KEINEM REZEPT BERUHT. SONDERN NUR AUF DEN ALCHEMISTISCHEN KÜNSTEN SEINES MA-CHERS: STETS EIN ERNEUTES RISKANTES EX-PERIMENT AUF DER SUCHE NACH DEM BESTEN.

als Vintage (Jahrgangschampagner; der heutige Markenname "Dom Pérignon Vintage" wurde 1921 etabliert). Allein dem herrschenden Kellermeister obliegt die Entscheidung über das Schicksal des entsprechenden Weines (Wein wird in der Champagnersprache als Synonym verwendet). Entscheidend für die Signatur eines Dom Pérignon ist immer die Geschmackskomposition – es existiert, wie bei vielen anderen Marken, keine Universal-Rezeptur. Immer ist es die "assemblage", die einen Champagner erst zu Dom Pérignon macht. Der Kellermeister, heute Richard Geoffroy (in fünfter Generation seit dem 20. Jahrhundert – unbedingt seinen Blog lesen! www.richardgeoffroy-domperignon. com), braucht intime Kenntnis über die exquisitesten aller 17 Grand Cru-Weingüter der Champagne, auf die er Zugriff hat. Jeder "Vintage" ist ein erneutes Abenteuer, den "Dom Pérignon" neu zu erfinden und dabei seinem oft widersprüchlichen Wesen treu zu bleiben: Jedes Mal aufs Neue den besten Wein der Welt zu erschaffen. Die Suche nach dem Superlativ, nach der ständigen Neu-Erschaffung seiner Seele, die auch seine modernen Genießer immer wieder beflügelt, ist es, die die französische Weltmarke zur lebenden Legende macht: Eine neue Kampagne soll genau diesem Genius Rechnung tragen.

Silberne Wischmopp-Perücke, dunkle Augengläser, cooler Blick. So sieht Andy Warhol in die Kamera – zwei Janus-artige Warhol-Profile in pink und gold hinter das Konterfei in bleu montiert, als ob man die umstrittenen Facetten des Jahrhundert-Genies ausdrücklich nachzeichnen wollte. Jahrhunderts?

DER SLOGAN FORDERT HERAUS: WANN WIRD **IHR GROSSES JAHR SEIN?**

berühmten "think different"-Kampagne auf Prominente aus der Historie setzte (Pablo Picasso, Maria Callas, Mahatma Gandhi), wählt Dom Pérignon Celebrity-Persönlichkeiten, deren Werk und deren Persona selbst "Vintage" sind. Nicht Freidenkertum und Individualismus wie bei Apple jedoch sind die DNA der Marke, sondern die magischen Momente des Durchbruchs einer Vision, das Sich-Materialisieren eines Glaubens an höchste Ansprüche. Die Protagonisten: einzigartige Geschöpfe, die nach den Sternen griffen, die über sich hinaus wuchsen und den Beginn einer neuen Ära markierten. Die einen Paradigma-Wechsel herbeiführten. Larger than life, wie die Amerikaner diese rare Spezies beschreiben-überlebensgroßwar Warhol ohne Zweifel. Der Vintage-Moment des Mitbegründers der Pop-Art: 1962, als er seine erste Einzelausstellung hatte und die als Geburtsstunde eben dieser Kunstrichtung gilt.

"Es wird die Zeit kommen, da ist jeder für 15 Minuten berühmt", lautet der meist zitierte Aphorismus der Ikone. Casting-Shows im TV, Bucherfolge von Eintagsfliegen, der Hype der medialen One-Trick-Ponys von heute geben im Recht. Er war einer der Ersten, die vorausahnten, wie sich die urbane Menschheit in einer gigantischen Spirale in ein Vakuum von Selbst-Obsession und Bedeutungslosigkeit hinein drehte. Mit Massenkultur als Medium jede Menge Marylins, Elvisse, Autounfälle und Suppendosen -, auf Siebdruck vervielfältigt, lehrte er uns, die Oberfläche anzubeten. Die einen belächelten ihn dafür als Gauner und Scharlatan, für andere war er ein Genie. Welche Bedeutung er tatsächlich für seine Ära bis hinein in die Gegenwart hat, zeigt eine jüngste Umfrage der englischen BBC: Danach gilt Warhol noch vor Michelangelo als größter westlicher Künstler aller Zeiten. Campbells Soup - die Sixtinische Kapelle des 21.

Die Geschichte von Dom Pérignon hat drei Goldene Zeitalter und deren Taste-Maker geprägt. Im ersten, der royalen Zeit nicht einfach Champagnen.

Ludwigs XIV., wurde er berühmt. Bevor Drehbuchautor Jorgen Lembourn, be-Pater Pérignon die Kunst des Champagner-Kelterns zur Virtuosität steigerte, gab es in Frankreich hauptsächlich Rotwein. Der Wein aus Épernay, der Heimat des Klosters Hautvillers, war bekannt als "Wein des Flusses", er war leichter und feiner als andere. Das perlende "je ne sais quoi" seines Trankes, mit dem der Mönch den Hof des Sonnenkönigs eroberte, verhalf ihm zu damaligen Ehren und bis heute zu Weltruhm: Mit "Père Pérignon" wurde erstmals ein Champagner nach seinem Hersteller benannt.

Nach der Ära des Prunks und Pomps. des Allmachtsdenkens und der Grandiosität hatte das göttliche Getränk des Paters seine zweite Hochzeit im 18. Jahrhundert, dem Zeitalter der Sinne: Frivolität, geistreiche Konversationen in Salon, neckische Liebesspiele, die Geheimnisse der Boudoirs, Fétes galantes und die Erfindung von Büchern mit "riskanten" Abbildungen, die man in einer Hand halten konnte honi soit qui mal v pense. Eine Zeit, in der sich Sinneslust und schöne Künste vermählten; selbst Voltaire pries in Gedichten die Wonnen eines Dom Pérignon.

GLAMOUR UND GLOBALISIERUNG, DIESE BE-GRIFFE CHARAKTERISIEREN DAS CREDO DER LIQUIDEN STERNE, DIE DEN GAUMEN KITZELN, IM 20. JAHRHUNDERT BIS HEUTE.

In den 30er Jahren der 1900er entdeckten die Amerikaner das Geheimnis von Dom Pérignon (bis dato diskret verschwiegen von den Engländern, die schon lange dem Tropfen huldigten). Er wurde zum Getränk der Stars, zum It-Accessoire Hollywoods. James Bond bevorzugte einen 1946 Vintage ("Moonraker"), Elisabeth Taylor trank ausschließlich davon, Truman Capote liebte ihn so sehr "wie das Ritz" und Audrey Hepburn stahl mit ihrem Charme und Dom Pérignon nicht nur eine Million ("Wie klaut man eine Million"), sondern auch unzählige Männerherzen.

Marilyn Monroe wiederum hatte ihn immer um sich, am Set, bei Anproben und auf Reisen. Ein Liebhaber, der Dänische

schrieb amüsant, wie er mit seiner "Miss Magnetism" einmal ins Blaue fuhr. Unter unzähligen Kleidern, Lockenwicklern, Pelzen, Kosmetiktäschchen, Schuhen und Strümpfen waren auf dem Rücksitz und im Kofferraum seines Wagens Vorräte von Dom Pérignon verborgen. Nach ein paar Kilometern Fahrt wühlte MM unter diversen BH's und Couture-Roben eine Flasche hervor, entlud dem Handschuhfach zwei Plastikbecher und goß ein. Die Flasche zwischen den Knien, lehnte sie sich zurück und seufzte: "So, die Ferien haben begonnen!"

Pop-Ikone Warhol hatte einige der Sterne Hollywoods auf Siebdrucken verewigt Und damit den Weg zur Populärkultur frei gemacht. Alles konnte fortan Pop sein: Literatur, Mode, Musik und selbst hehre Künste wie das klassische Ballett. Tanz-Legende Rudolf Nurejew war dessen erster Popstar. Der "Panther" war nicht nur durch seine ungeheuere Lebensreise, seine Liebhaber, seine Eskapaden und Skandale berühmt, für sein sexuelles Charisma auf der Bühne und seinen erotischen Magnetismus. Der George Clooney der Pirouetten und Pliés schaffte es wie kein anderer, das Naturgesetz der Schwerkraft zu verhöhnen und sich auf wundersame Weise buchstäblich zu höchsten Höhen aufzuschwingen - bis zu den Sternen. Er, ebenso ein "Vintage"-Mensch (1976 triumphierte er in "Dornröschen" und definierte damit eine neue Dimension des klassischen Balletts), wird die nächste Ikone der "Dom- Pérignon"-Kampagne.

Deren Claim "Never stop reaching for the stars" scheinen die Macher der Kult-Science-Fiction-Serie "Star Trek" schon lange verinnerlicht zu haben – für sie steht außer Frage, dass der Champagner noch weitere Epochen als Getränk eines gewissen Lebensstils und überdies eine große Zukunft vor sich hat: Sie schickten vorausschauend Dom Pérignon – Vintage 2265 (!) - samt Captain Kirk und Spock auf intergalaktische Mission.









PLANEN SIE DEMNÄCHST EIN(E) FIRMENFEIER // RUSTIKALES BBQ SOMMERFEST // XL CORPORATE-EVENT // VORTRAG // KON-FERENZ // EXKLUSIVES GALADINNER // WILDE PARTY // COME-TOGETHER // PRÄSENTATION ODER EINE PRIVATE FEIER?

THE ZENZAKAN PAN ASIAN SUPPERCLUB - AUCH EINE EVENT-LOCATION. Das Zenzakan Pan Asian Supperclub ist mit phänomenal eingerichteten 2000 Quadratmetern und seiner Zenzationellen Zouterrain Zerrazza sicherlich unbestritten die spektakulärste Location in ganz Frankfurt und bietet sich geradezu für jede Art und Größe von Veranstaltung an. Ob intimes Dinner für zwei Personen, exklusive Präsentation im kleinen Rahmen, lockere Firmenfeier, Weihnachtsfeier, gepflegtes Galadinner, pompöses Incentive oder rauschende Party mit Tanz und DJ für mehrere hundert Personen. Durch flexibel zusammenschaltbare Räume und variable Möblierung ergeben sich diverse Konstellationen (Private Dining): 2, 20, 40, 80, 150, 250, 400 oder viele hundert Personen alles ist möglich und machbar.

Wir bieten Ihnen perfektes Veranstaltungs-Know how und modernste Technik: LCD-Projektor mit Leinwand, XXXXL-Bar, Zigarrenlounge, Tanzfläche, Bands, Sommerterrazze, Live Robata BBQ, Künstler, Movinglights, Live Zushi, DJ, Valet Parking und vieles mehr. Ob entspanntes Buffet oder sternereifes Menü - alles realisierbar, vorhanden oder kann besorgt werden. Auf Wunsch übernimmt unser Team auch gerne die komplette Logistik. Ein NEIN gibt es bei uns nicht. Unser Chefkoch Sebastian Roisch und die Sales Coordinatorin Iva Matejkova freuen sich auf Ihre Anfragen unter RESERVATION@ZENZAKAN.DE.

Sie stellen für Ihre Veranstaltung den Anspruch, dass diese ein extravagantes Erlebnis in einer unvergleichlichen Location wird? Dann sind Sie bei uns richtig.

Übrigens: Auch der legendäre Ivory Club mit dem "Elephant and Tiger Room" bietet eine fulminante Möglichkeit zum "Private Dining". Die Kapazität dort beträgt ca. 20-40 Per-



HIT MUSIC ONLY!

AUF ENERGY RHEIN-MAIN 95.1

ENERGY.DE

PINK - Aktuelles Album: Greatest Hits ... So Far!!!

KOBB RINDE

Das japanische Wort Wagyu heißt eigentlich japanisches Rind (wa bedeutet japanisch und gyu Rind). Wagyus wurden ursprünglich ausschließlich als Zugvieh auf dem japanischen Flachland eingesetzt. Bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts konnte keine Rede davon sein, dass diese Tiere für die Fleischerzeugung gezüchtet würden. Schließlich bewirkte der große Einfluss durch den Buddhismus in der Zeit von 1635-1838, dass der Verzehr von Vierbeinern in Japan verboten war.

Die Shogune (Feldherren der Krone, die bis 1868 statt des Kaisers regierten) entdeckten als Erste, dass Soldaten größer und kräftiger wurden, wenn sie regelmäßig Wagyu-Fleisch aßen. Einst war der Verzehr von Wagyu einzig dem kaiserlichen Hof vorbehalten. Erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts kam (sehr zögerlich) der Fleischkonsum bei der japanischen Untersuchungen der Washington State University haben er-Bevölkerung in Gang, nachdem die japanische Regierung ein Auswahl- und Registrierprogramm für Wagyus eingeführt hatte. Dieses Programm führte dazu, dass die Qualität des Fleisches immer weiter verbessert und verfeinert wurde, bis das heutige Niveau erreicht wurde, durch das sich das Wagyu-Fleisch einen solchen Ruhm erworben hat. Um zu verhindern, dass Wagyus durch Rassenvermischung ihre einzigartigen Eigenschaften verlieren könnten, hat die japanische Regierung schon früh ein Exportverbot für lebende Tiere, Sperma und Embryos erteilt. In Europa ist es auch heute noch nicht möglich, Wagyu-Fleisch aus Japan zu kaufen. Bis in die 90er Jahre verließ kein Wagyu-Rind Japan. Erst zu diesem Zeitpunkt kamen vier Tiere in die USA, um deren Genetik zu erforschen. Dabei blieb es allerdings nicht. Heute findet man Herden verbundene Viskosität mit deren Erbgut in Australien, Kanada und inzwischen auch angeht, setzt Kobein Deutschland. Über die Jahre wurde der Anteil an Wagyu- Beef die Bench-Genen hochgezüchtet, aber bis heute existiert kein 100-pro- mark. zentiges Tier außerhalb Japans. Sehr weit sind die Australier in ihren Zuchterfolgen, da sie mit die Ersten waren, die auf das Erbgut eines preisgekrönten Tajima-Bullen zurück greifen konnten. Inzwischen kaufen sogar die Japaner teilweise Wagyu-Fleisch aus Australien.

Wagyu-Rindfleisch, das nach der japanischen Region Kobe auch "Kobe Beef" genannt wird, ist für japanische Gastronomen ein mythischer Begriff. Die Tatsache, dass es in Japan Wagyu-Events gibt und diese sogar gelegentlich von einem Mitglied der kaiserlichen Familie eröffnet werden, belegt dies genauso eindrucksvoll wie das überwältigende Interesse für solche Veranstaltungen, die oft bis zu einer viertel Million Wagyu-Fans anziehen. Versteigerungen der Rinder sind dabei ein fester Bestandteil des Programms, die erzielten Preise sind atemberaubend. Es ist nicht selten, dass für die Tiere umgerechnet 400.000 Euro gezahlt werden. In iapanischen Metzgereien ist es daher ganz normal, dass ein Kilo Waqvu-Fleisch für umgerechnet rund 500 Euro verkauft wird. Auch kursieren ausgesprochen hartnäckige Gerüchte um die besondere Aufzucht der Tiere. Um damit kurz einmal aufzuräumen: Nein, Kobe-Rinder hören keine Musik und Sie torkeln auch nicht volltrunken durch ihre Ställe.

Bei der Zerlegung wird der Grad der Marmorierung am Anschnitt des Rinderrückens gemessen. Es ergibt sich ein sogenanntes "Marbeling Score" (MS). Je höher dieses ist, desto saftiger, zarter und hochwertiger ist das Fleisch.

geben, dass Wagyu-Fleisch ein sehr günstiges Verhältnis von ungesättigten und gesättigten Fettsäuren aufweist. Diese stehen in dem Ruf, sich vorzüglich für cholesterinsenkende Diäten zu eignen. Zudem ist das Wagyu-Fett von seiner strukturellen Integrität her extrem fragil und wechselt seinen Aggregatzustand bereits bei sehr geringen Temperaturen. Japanisches Kobe Fleisch ist, was Tiefe, Komplexität und Nuancenreichtum angeht, natürlich nicht mit einem amerikanischen Prime-Steak zu vergleichen. Was aber die Sättigung an intramuskulären Liposom-Clustern und die damit

> PER MAUSKLICK AUF DEN GRILL! **Bestellen Sie Kobe-Beef &**

> > www.e-steakhouse.de

US-Beef bei uns online





Amassadors

munikation und schenkt Erinnerungen, polyglotter Wirt mit Charakter, Bodenhaf-Emotionen, Erfahrungen. Die entsprechende Inszenierung und die (Gäste-)Mischung heben ein gutes Restaurant hervor – zusätzlich zum leiblichen Wohl des Gaumen- und Trinkgenusses.

In Bars und Restaurants trifft man immer wieder auf Menschen, die diesen Ort als ihr zweites Zuhause bezeichnen. Es sind die Stammgäste, sie kommen oftmals täglich und oft kommen sie auch, um sich mit Anderen zu treffen. Mit Gleichgesinnten, aber auch mit völlig konträr tickenden Menschen, die jedoch eines eint: Die Sympathie zu ihrem Restaurant und dessen handelnden Personen.

Ein weiser Mensch hat einmal gesagt: Jeder Wirt hat die Gäste, die er verdient.

Ein Restaurant bietet mehr als nur das Es- Wo ließe sich das eindrucksvoller studieren dem US-Banker, den Immobilienspezialissen. Es verbindet Menschen, schafft Kom- als in den Restaurants der Mook Group? Ein ten, dem Maßschneider, der Modeschöpfetung und kreativem Spürsinn zieht folglich (s)eine ganz besondere Klientel an – eine Mischung, bunt wie ein Kaleidoskop und nicht zu homogen, dabei viele unterschiedliche Szenen vereinend: Mode, Kunst, Politik, Wirtschaft. Dazu ein paar Paradiesvögel.

> "Bei uns fühlen sich Bänker und Anwälte genauso wohl wie Sterneköche, DJs, Künstler und die Modeszene", freut sich Christian Mook Group.

Wie die Gästemischung im Zenzakan, M-Steakhouse, Ivory Club und Surf ,n Turf gleicht die spontane und täglich neu entstehende Gästemischung einer gelungenen Inszenierung des ewig gleichen Stücks mit gänzlich unterschiedlichen Akteuren. Der bekannte PR-Berater sitzt Seite an Seite mit

rin und Boutiquechefin, dem Sternekoch, der Galeristin und dem Comedian. So unterschiedlich ihre Berufe, Branchen, Charaktere und Ansichten sein mögen – sie alle eint das Faible für ihr Restaurant. Sie kommen oft, für sie gibt es ein persönliches Reservierungsschild und ein graviertes Steakmesser. Nicht viele Restaurants haben eine derart bunte, hochkarätige, internationale und treue Gefolgschaft wie die Restaurants der

Sie sind Stammgäste, sie sind die Mook Group Ambassadore.



STAMMGAST SEIT?

Seit Eröffnung. **MOTTO/CREDO?**

Carpe Diem

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Geschäftsführender Gesellschafter von D.R.E.A.M. – Deutsche Real Estate Asset Management GmbH. Optimierung von internationalen Immobilien Portfolio Investment Strategien und deren Umsetzung.

WAS IST LUXUS?

Zeit für mich zu nehmen, wann ich es will.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Ivory Club

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Sing is King

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Cipriani at the Rockefeller Center, New York, N.Y.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Cote d'Azur

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Segla – Margaux 1996

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Billecart Salmon

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

The Chedi, Muscat, Oman

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Entrecote, Pommes Frites, Sauce Bernaise



"DER IVORY CLUB – EINES DER SEHR WENIGEN

DERTSTEN MAL NOCH NICHT LANGWEILIG SIND."

DINGE IM LEBEN. DIE AUCH NACH DEM HUN-

gis und Mandarin Oriental.

Cut! :-)

WAS WÄRE EURE HENKERSMAHLZEIT?

Ein Triple Star Filet natürlich, aber als Laywers



.. es das Zenzakan gibt.

MOTTO/CREDO?

Mit der Physik ist es wie mit dem Sex. Das Ganze hat zwar einen

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Stromrechnung für zwölf Monate? Warum sollte man keinen gelben Schnee essen? Dafür gehe ich in meinem Abendprogramm "Freiheit ist alles" an die Grenzen. Im September wird mein zweites Buch "Machen Sie sich frei! Sonst tut es keiner für Sie" erscheinen – ein

"MIT DER PHYSIK IST ES WIE MIT DEM SEX.

DAS GANZE HAT ZWAR EINEN PRAKTISCHEN

ZWECK, ABER DESWEGEN MACHT MAN ES

EIGENTLICH NICHT."



STEFAN NIEDERMEIER

Geschäftsführender Gesellschafter Engel & Völkers Frankfurt

STAMMGAST SEIT? Seit ca. sechs Jahren **MOTTO/CREDO?**

Work hard, play hard.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

In München geboren und aufgewachsen, habe ich mittlerweile in Frankfurt mein Herz verloren. Ich freue mich auf jeden Tag in dieser spannenden und sich immer wieder neu erfindenden Metropole. Ebenfalls ist die Herausforderung in diesem spannenden Markt, mit seinen tollen Immobilien, eine sehr reizvolle Aufgabe. In meiner wenigen Freizeit bin ich sportlich sehr aktiv und lasse mich gerne kulinarisch von Herrn Mook und seiner Crew verwöhnen. Gutes Essen mit Freunden in schöner Atmosphäre zählt neben dem Sport zu meinen größten Hobbies. Daher freue ich mich schon sehr auf die weitere Neueröffnung aus dem Hause Mook.

WAS IST LUXUS?

Auf Dinge zu verzichten, die man heutzutage als verantwortungsvoller Mensch haben sollte: Schlechtes Gewissen, ökologisch nachhaltige Immobilienfonds, Sabbaticals, Körperfett-Waagen, Burn-Out und mundgeblasene Nudelmaschinen aus biologisch abbaubarem Gusseisen...

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Das Zenzakan – wegen dem besten Sushi, der beeindruckendsten Atmosphäre – und außerdem soll Mickey Rourke da ab und an abhängen...

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Ganz klar: Getrüffelter Aal! Ein Gericht wie eine gute Pointe: Man kombiniert zwei Dinge, die eigentlich nicht zusammenpassen und erhält ein überraschendes Ergebnis.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Gilt Österreich als Ausland? Dann das DO & CO am Stephansplatz in Wien. Einziger Nachteil: Wenn im Dom die "Pummerin" läutet, kann das Kobe-Rind schon mal vom Teller rutschen.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Ich bin kein Reisefreak. Ich weiß, das ist sehr undeutsch. In der Ferienzeit ist ein Deutscher ohne Koffer etwa genauso suspekt wie ein Libanese mit Koffer.

WAS IST DEIN LIEBSTER

Zum Essen trinke ich nur Schorle – lasse aber

den Wein darin weg. WAS IST DEIN LIEBSTER

CHAMPAGNER?

Die Marke "... der geht auf's Haus" finde ich sehr lecker...

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Söl'ring Hof Sylt – klein, intim, familiär. Und essen kann man auch fantastisch!

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Kommt darauf an, ob ich Henker oder Gehängter wäre: Als Henker ein Thai-Curry (extra scharf), als Gehängter einen leichten Riesling – mit vollem Bauch stirbt sich's so schwer.

Luxus ist für mich jedes Jahr das Münchner Oktoberfest im Weinzelt. **WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?**

Der Ivory Club

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Short Ribs im Zenzakan

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

BOA Steakhouse, Sunset Boulevard, Los Angeles, CA **WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?**

Los Angeles, CA, USA

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN? Tignanello

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Dom Pérignon

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

SLS Hotel, Beverly Hills

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

The Wedge, Barrel Cut mit French Fries im Ivory



"LUXUS IST FÜR MICH JEDES JAHR DAS

MÜNCHNER OKTOBERFEST IM WEINZELT."





MOTTO/CREDO?

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

gung gegen Tellerrand-Denken und Limitierungen. Das Leben ist ohnehin zu kurz; egal wie lange es dauert. Da ist jede Form von Limitierung oder gar Langeweile ein nicht hinnehmbarer Zustand, dem ich aktiv entgegenwirke.

WAS IST LUXUS?

Die Möglichkeit selbständig und kreativ zu arbeiten ist für mich ein enormer Luxus. Eine unabhängige und eigenständige Lebensplanung sind unbezahlbar.

Gesundheit und Freiheit sind ebenfalls sehr wertvolle Güter, die von unserer Generation aber viel zu oft als selbstverständlich hingenommen werden, da sie in unserer Gesellschaft zum Durchschnitt geworden sind.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Das Zenzakan ist ein wunderschönes, modernes und genussvolles Konzept, welches unglaublich schön in das urbane und metropole Umfeld der Frankfurter Innenstadt passt. Neben den genussvollen Momenten liebe ich die Partys, bei denen ich viele bekannte Gesichter treffen kann.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Besonders fasziniert war ich von dem Megabrunch im Rainbow Room im Rockefeller Center. Dieser ist der Finanzkrise in den USA zum Opfer gefallen und wurde

von der Capriani-Group betrieben.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL? Tendenziell bereise ich lieber metropole Regionen wie New York, Paris oder London. Der klassische Strandurlauber bin ich eher nicht, da ich mir im Urlaub auch immer gerne berufliche Inspirationen suche. Und die gibt es in meinem Fall eben nur sehr selten am Strand.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Auch wenn es für viele Genussmenschen das eher gewöhnliche Getränk ist: Ich bin kein großer

Weintrinker, sondern bevorzuge Bier.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Dampierre – Cuvee d'Ambassadeur **WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?**

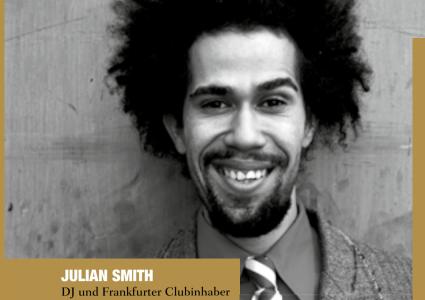
Mandarin Oriental in New York. Super Service, gigantischer Ausblick, tolle Lage. **WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?**

Wenn es schon soweit kommen muss: Ein New York Ribeve Steak (mindestens 500 Gramm); Potatoes, eine ku-

banische Zigarre (mindestens Churchill-Format).

In dieser Lebenssituation kommt es auf gesundheitspolitische Aspekte oder political correctness ohnehin eher weniger an.





STAMMGAST SEIT?

Day One **MOTTO/CREDO?**

Do what you love and love what you do.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Ich liebe das Schöne und Gute. Ich bin stets auf der Suche nach neuer Musik, gutem Essen und interessanten Menschen, Als DI und Clubbesitzer bekomme ich reichlich davon. Auf meinen Reisen als DJ bewundere ich vor allem die Architektur der Städte und das Interior Design der Clubs und Hotels, in denen ich verkehre. Dabei besuche ich gerne angesagte Restaurants und lass meinen Gaumen

WAS IST LUXUS?

Mein Leben so gestalten zu können wie es mir gefällt, ohne einen Chef im Nacken, der mir sagt, was ich zu tun habe.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Ich mag eigentlich alle Restaurants der Mook-Gruppe, allerdings ist das Zenzakan mein persönliches Highlight. Ein sehr eindruckvolles Restaurant auf internationalem Niveau. Man fühlt sich als sei man in New York oder London.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Das Sushi im Zenzakan ist weltklasse und das Beste der Stadt.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUS-LAND?

L'ami Louis (Paris)

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

I'm in Miami, Bitch.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

La Scolca Gavi Etichetta

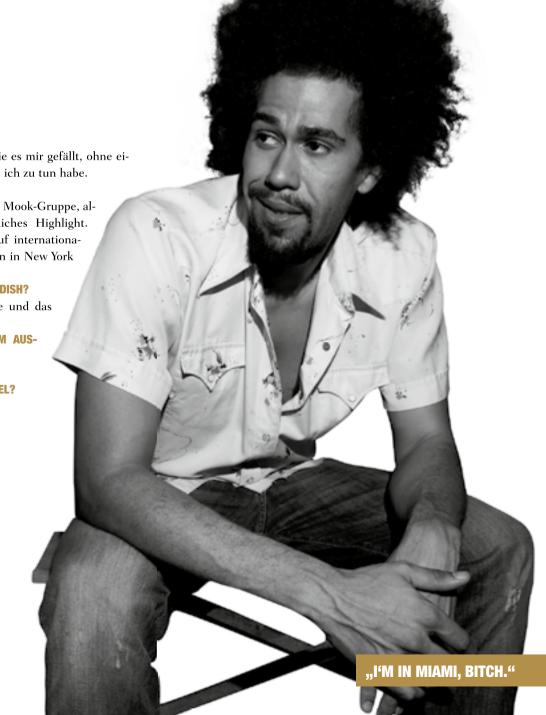
WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Ruinart Rosé

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Sanderson Hotel London **WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?**

Ein Gericht meiner Mama :-)





000

MOTTO/CREDO?

Teile Dein Glück, dann veränderst Du die Welt.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Moderation von "Bärbel Schäfer Live" auf HR3 Sonntags von 10.00-13.00Uhr. Autorin mehrerer Sachbücher und Romane. Schreibe gerade an einem neuen Roman. Bin also eine berufstätige Mutter, Ehefrau, Schwester, Kollegin, Freundin, Optimistin, Reisende, Nachbarin, Tennisspielerin, Joggerin, Kickboxerin, Wanderin, Cousine, Tochter...etc.



STAMMGAST SEIT?

Von Beginn an im M. MOTTO/GREDO?

Live and let live

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Ich bin immer optimistisch, froh und glücklich mit meinem Erreichten. Ich glaube, aktiv zu bleiben hält uns jung und glücklich! Die Kombination zwischen Arbeit und meine Jungs täglich wachsen zu sehen macht mir großen Spaß! Momentan arbeite ich sehr aktiv an unseren hochqualitativen Eigentumswohnungen WestendLeben. Die sind ein fantastischer Erfolg und darauf bin ich sehr stolz.

WAS IST LUXUS?

Zeit für mich, Familie und Freunde zu haben. Thai Massagen und Kinoabende mit meinem Mann.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Surf & Turf und das Zenzakan. Seit Jahren eine hohe gleichbleibende Qualität der Zutaten und professionelles Personal: Danke Igor, Johnny und an das ganze Kochteam – großartige Arbeit!

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Im Surf & Turf : Ladies Cut/Medium plus mit Wokgemüse. Im Zenzakan: Melt in your mouth Short Ribs oder der Kabeljau mit asiatischem Gemüse und die fantastischen Sushivarianten

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

La petite maison in Nizza, Frankreich

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

N.Y. und Südfrankreich.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Lieber weiß als rot und dann gerne einen weißen Bordeaux oder einen grünen

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

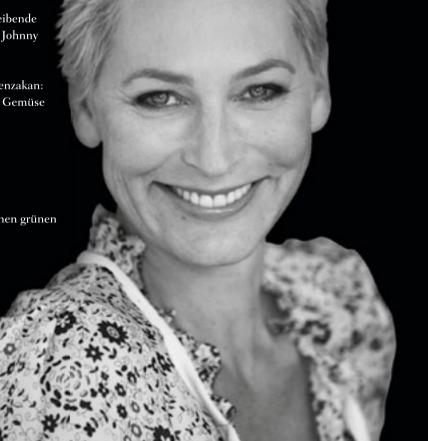
Dom Pérignon, eiskalt und prickelnd.

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Ich schlafe am liebsten im eigenen Bett, bin in N.Y. aber gerne im "W".

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Currywurst mit Pommes.



"BERUFSTÄTIGE MUTTER, EHEFRAU, SCHWESTER, KOLLEGIN, FREUNDIN, OPTIMISTIN, REISENDE, NACHBARIN, TENNISSPIELERIN, JOGGERIN, KICKBOXERIN, WANDERIN, COUSINE, TOCHTER...ETC."

WAS IST LUXUS?

Luxus bedeutet gesund zu bleiben und erfolgreiche Projekte zu verwirklichen. Wenn unsere Kunden beeindruckt und zufrieden sind, sind sie meine besten PR-Agenten.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Ivory Club ist mein Lieblingslokal. Die sexy Atmosphäre kombiniert mit fantastischem Essen und professionellem Service! Das Zenzakan ist genauso cool & sexy. Somit gehören beide zu meinen Lieblingslokalen.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Chateau Briand und die New-Style Sushi

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Hakkasan, Miami Beach; Turkiz, Tel-Aviv; Club 55, St. Tropez WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Trotz der tollen Länder, die ich liebe (Italien, USA etc.), ist Israel immer noch mein Favorit. Das Wetter, das Essen und die schönen Leute. What a killing combination...

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Domaine d' Ott. Rosé

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Hauptsache Rosé

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Fontainebleau, Miami Beach

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Die Pasta meines Mannes





2005

MOTTO/CREDO?

raume kann man leben.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Ich betreibe mit großer Lust und Begeisterung meine Galerie und das dazugehörige Projektbüro. Als Galeristin und Kuratorin arbeite ich in einem Metier, dass es meinen Mitarbeitern und mir ermöglicht, unterschiedlichste Menschen aus vielen Nationen zu treffen und spannende Projekte zu entwickeln und durchzuführen. Mein Beruf ist eine wirkliche Bereicherung meines Lebens.



Einer Arbeit erfolgreich nachgehen zu können, die man liebt. **WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?**

The Ivory Club, aber auch das Zenzakan. Das wechselt bei mir, je nach Stimmung.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Den legendären Short Ribs im Zenzakan kann ich ebenso wenig widerstehen wie dem Beef Vindaloo im Ivory Club.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Auch dies wechselt, im Moment ist es das Zuma in London, das mich immer wieder über die Variationsbreite roher Fischgerichte staunen lässt.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Im Moment bin ich gerne in Europa unterwegs, aber es zieht mich auch alljährlich immer wieder nach New York.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Nun, auch das hängt von meiner Stimmung ab. Im Moment wäre es ein Amarone IGadi der Vinicola Bennati, Italien.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Da gibt es einige sehr gute, insbesondere auch bei den kleineren Herstellern. Ich mag aber auch den Le Crémant de Bourgogne Blanc de Blancs von Vitteau Alberti , Rully, Frankkreich, der in Paris bei einer Champagne-Blindverkostung von Champagne-Experten auf Platz 2 gesetzt wurde und sich damit gegen viele namhafte Champagner eindrucksvoll durchgesetzt hat.

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

In Deutschland bin ich gerne im Schloß Elmau. Ich mag aber auch gerne kleine Boutiquehotels wie The Hempel oder das Browns Hotel in London.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Ein Coq au vin de Bourgogne, nach traditionellem Rezept zubereitet mit Rotwein von der Côte d'or.





STAMMGAST SEIT?

2002

MOTTO/CREDO?

Gewinner erkennt man am Start – Verlierer auch! BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Eine Beschreibung meiner selbst in Worten könnte hier allenfalls zweidimensional erfolgen. Das reicht mir nicht und würde mir wohl auch nicht gerecht. Die dritte und die vierte Dimension machen mich nämlich aus. Beruflich kämpfe ich täglich um die Rettung des gesunden Menschenverstandes. Das ist total spannend und eine echte Herausforderung. Deshalb liebe ich meinen Beruf. Außerdem liebe ich (meine) Privatheit.

WAS IST LUXUS?

Die Freiheit, getroffene Entscheidungen zu revidieren und das Recht des zweiten Aufschlags beim Tennis.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Das M-Steakhouse, Frankfurt am Main, weil dort seit vielen Jahren eine wunderbare Qualität bei großer Dienstleistungsbereitschaft gepaart mit einer unterhaltsamen Prise Respektlosigkeit geboten wird.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Peppercrusted Miso Black Cod with Spinach & Shiitake.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Belga Queen, Brüssel, Belgien; es wäre zu schön, wenn es so etwas auch in Frankfurt gäbe.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Ein einziges Lieblingsurlaubsziel? Unmöglich, die Welt ist nicht genug!

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Santenay 1er cru "Clos Rousseau" von Jacques Girardin, Santenay, Frankreich.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Dom Grossard Grandes Reserves von Jeeper, Damery, Frankreich

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Da habe ich gleich zwei Favoriten, nämlich das Park Lane Hotel, Piccadilly 100, London, Vereinigtes Königreich, wegen seines morbiden Charmes, seines legendären Tearooms und weil sein richtiger Eingang eigentlich der falsche ist sowie das ACE Hotel, 29th on Broadway, New York City, USA, weil dort Foyer und Lobby allabendlich von ausgelassenen Menschen zu einer riesigen Lounge und Bar gemacht werden.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Eine Bouillabaisse à Marsellaise mit einem Glas Riesling Schlehdorn 2009 aus dem Halbfass von Peter Jakob Kühn, Oestrich.



"EIN EINZIGES LIEBLINGSURLAUBSZIEL? UNMÖGLICH, DIE WELT IST NICHT GENUG!"



Eröffnung

MOTTO/CREDO?

"Das Leben ist eine viel zu wichtige Angelegenheit, um darüber ernsthaft zu reden." O.Wilde

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Optimistisch, individuell, zurückhaltend extrovertiert, tolerant, nich nur das Leben liebend. Neue Ziele – weltweit! Die Zeichen stehen auf Veränderung.





STAMMGAST SEIT? 2000

MOTTO/CREDO?

Irgendwie geht's immer.
BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Familie und Freunde sind mir sehr wichtig. Nach einem langen Arbeitstag entspanne ich am liebsten, in dem ich Zeit mit meiner Familie verbringe. Beruflich bin ich als Deutschlandchef von American Express stark eingespannt. Dabei versuche ich aber, nie den Spaß bei der Arbeit zu verlieren. Als Ausgleich halte ich mich mit Tennis und Ski fahren fit

WAS IST LUXUS?

Luxus ist die Freiheit, jederzeit das tun oder und lassen zu können, was man möchte.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Die Mook-Gruppe ist bekannt für ihre unterschiedlichen und exklusiven Restaurants in Frankfurt. Ich gehe am liebsten ins Zenzakan, weil die Küche und die Location mir am besten gefallen.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Sushi

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Wenn ich im Ausland bin, sei es auf Geschäftsreise oder im Urlaub, mag ich am liebsten regionale Küche – und zwar dort, wo sie authentisch und doch raffiniert in einem stilvollen Ambiente präsentiert wird.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Italien – denn im Urlaub hab ich es gerne warm. Außerdem liegen mir die dortige Küche und die Mentalität der Menschen.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Kaitui vom Weingut Markus Schneider

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Moët Brut

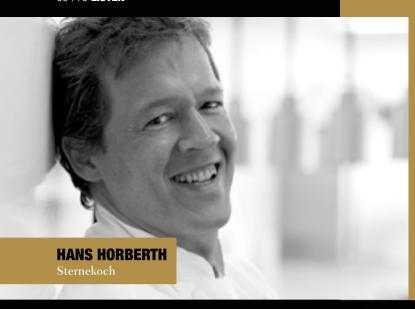
WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Da gibt es sicherlich viele Hotels, in denen ich sofort wieder Urlaub machen möchte. Wichtig sind mir zuvorkommender Service, Atmosphäre – und ein großer Pool für meine Kinder. Während einer Geschäftsreise sind vor allem ein ruhiges Zimmer und ein gutes Frühstücksbüffet wesentlich.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Lachs Sashimi





2001

MOTTO/CREDO?

Kochen und Genießen ist eine Lebenseinstellung.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Ich bin 41 Jahre alt und lebe seit fast zehn Jahren mit meiner Frau Alexandra im Nordend in Frankfurt am Main – mit voller Begeisterung. Beruflich bin ich allerdings in Köln, dort arbeite ich als Küchenchef und gastronomischer Leiter im Gourmetrestaurant "La Vision" im Hotel im Wasserturm. Zur Zeit arbeite ich an einer Karte mit neuen Gerichten, die eine Weiterentwicklung meiner Küche unterstreichen sollen. Aktuell verwirkliche ich auch die Idee, verschiedene Gourmetsaucen auf den Markt zu bringen, z.B. hochwertige Madeirajus, Lammjus usw. Das wirkliche große Projekt ist die Fertigstellung meines zweiten Kochbuches mit dem Titel "Kulinarische Kontraste" (erscheint im Oktober im Matthaes Verlag). Es beschreibt das Spiel der Gegensätze wie heiß & kalt, Meer & Land oder salzig & süß …und vieles mehr.





STAMMGAST SEIT?

Seit Eröffnung.

MOTTO/CREDO?

"Gute Verbindungen schaffen auch gute Beziehungen" (Henry Kissinger).

"Die können sollen, müssen wollen dürfen"

(4. November 1989, Alexanderplatz in Berlin).

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Gründer und von 1979 bis 2004 Vorstandsvorsitzender der nach wie vor prosperierenden Action Press Holding AG – vorm. Hunzinger Information AG. Nach ein paar Jahren Pause wieder berufstätig u.a. als Honorarprofessor für PR und Kommunikation und als Gutachter für Wirtschaftsunternehmen, die ihre Öffentlichkeitsarbeit auf Vordermann bringen müssen. Ein MDax-Unternehmen begleite ich bei der Einführung einer bahnbrechenden grünen Technologie.



STAMMGAST SEIT?

Seit Eröffnung.

MOTTO/CREDO?

Man bekommt nur, was man zu geben bereit ist.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Als Stylistin finde ich das äußere Erscheinungsbild natürlich wichtig, was jedoch wirklich für mich zählt, ist die innere Schönheit eines Menschen. In meiner Entwicklung bin ich an einem Punkt angekommen, wo ich mit mir selbst einverstanden bin, ich kenne meine Stärken und Schwächen und weiß damit umzugehen. Ich bin geschäftstüchtig, aber niemals überengagiert. Ich zelebriere die Lebensfreude und liebe es, Neues zu entdecken. Momentane Arbeit: Neues Projekt, neue Location, neue Menschen, neue Erfahrungen.

WAS IST LUXUS?

Luxus für mich ist, sich Gesprächspartner aussuchen zu dürfen. **WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?**

Der Ivory Club, aber auch der BBQ von Frau Mattuschat im Union International Club.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Die Shrimps in der Grand Central Oyster Bar in New York mit meinem alten Freund Jimmy Gerard.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Ins Vini e Vecchi Sapori in der Via dei Magazzini 3 in Florenz, begleitet von Cesare Rombolà, dem langjährigen Chef der Banca Monte dei Paschi di Siena Germania in Frankfurt.

WEI CHES IST DEIN LIERLINGSLIRLAURSZIEL?

Rom, und als erstes zum Grab des großen Papstes Johannes Paul II; wohnen in den Courtial-Hotels Residenza Paolo VI oder Palazzo Cardinal Cesi.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Der herausragende Rheingauer Riesling von Ludwig und Franz Josef Jung.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Viel lieber ein Sekt: der rote Assmannshäuser Höllenberg von Schloß Vaux.

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Im Kalimera Kriti auf Kreta entspannt man sich gut.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Das Curry-Hühnchen der seychellischen Ehefrau meines Zwillingsbruders Max, Edith Hunzinger.

VAS IST LUXUS?

Luxus bedeutet für mich, Dinge zu sehen und zu tun, die nicht für jederman selbstverständlich und ersichtlich sind, z.B. Genuss! Dazu gehört auch fein speisen zu gehen und zwar dort, wo von A-Z alles stimmt und ein Lächeln mein Gesicht verziert.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

7enzakan

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Sushi Variationen

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Ulus 29 in Istanbul

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Marrakesch und die Malediven

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Van Volxem Weißburgunder 2010

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Duval-Leroy Brut Rosé

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

The Chedi Club, Ubud (Bali)

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?

Brot, Käse, Oliven, dazu ein Glas Rotwein

68 | TO **LISTEN**



STAMMGAST SEIT?

Seit Eröffnung.

MOTTO/CREDO?

Der Weg ist das Ziel.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

Design- und Kunstliebhaber, Schöngeist und Ästhet, mit großer Leidenschaft für Mode und Glamour, deshalb verkaufe ich seit 25 Jahren international führende Designermode (www.hysterieaffairs.com) und freue mich immer wieder, neue Kollektionen zu entdecken. Aktuell auf der Suche nach neuen Zielen – weltweit! Die Zeichen stehen auf Veränderung.

WAS IST LUXUS?

Understatement – mehr zu sein, als man vorgibt.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?

Ivory, da kommt man blitzschnell ins Zenzakan!

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Sushi X-Treme Ebi & Unagi X-Travaganza Roll von Ollysan

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

"Mr. Chow" in Miami! Exquisite Speisen und Getränke, immer

was los und viele interessante Begegnungen. WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

Marrakesch; das Märchen von 1001 Nacht...

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Aus dem man den Champagner macht (Dom Pérignon Rosé).

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

Möglichst Grand Cru Lagen und gerne in der Magnumflasche. Dann ist genug für alle da...

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

Das Roomers in Frankfurt. Es ist so schwarz, dass man die Leute

auch am Gebiss erkennen kann. **WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?**

Ein aphrodisierendes Menü for two! Mal sehn, ob er danach das Beil noch heben kann!



STAMMGAST SEIT?

Seit mehr als zehn Jahren.

MOTTO/CREDO?

Vergiss nie woher Du kommst und wohin Du gehst.

BESCHREIBE DICH SELBST IN MAXIMAL 100 WORTEN!

te auszuleben. Zur Zeit arbeite ich an der Verbesserung meiner

Nicht über Gesundheit und Geld nachdenken zu müssen. **WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?**

Zenzakan, ein Hauch von Atlantis.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?

Wagyu Bo Zushi

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?

Oma's Biergarten in New Braunfels/Texas

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?

Syracus/Sizilien (Ätna)

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?

The Ritz-Carlton South Beach, Miami Beach **WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?**

Sauerbraten

DIE GANZE WELT DES TRADINGS -

QUALITÄT, DIE ÜBERZEUGT. ALLE MÄRKTE, EIN KONTO*



- DEUTSCHER MARKET-MAKER
- ATTRAKTIVES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS
- CFD-ANBIETER MIT LANGJÄHRIGER ERFAHRUNG
- KOSTENLOSES KONTO* MIT VERLUSTBEGRENZUNG
- MEHRFACH AUSGEZEICHNETER CFD-BROKER









Jetzt informieren unter www.flatex-markets.de

Verluste aus dem Handel mit CFDs können das eingesetzte Kapital übersteigen. Weitere Bedingungen und Details zu Produktangebot und Depotbank sowie Risikohinweise unter www.flatex-markets.de



Die Liste der exklusivsten, exotischsten und coolsten Hotels und Resorts wird auch im Jahr 2011 trotz der immer noch instabilen Weltwirtschaft wieder länger. Einige neue Luxusherbergen haben bereits geöffnet oder öffnen dem internationalen Jet-Set sowie dem anspruchsvollen Reisenden ihre wohl-designten Hallen in den nächsten Monaten. High-luxury Service, Gourmet-Restaurants und SPA-Oasen, die nicht von dieser Welt zu sein scheinen, stehen dann bereit, um die Gäste zu verwöhnen. Wir stellen die hippsten Neueröffnungen rund um den Globus vor und wünschen viel Vorfreude auf Ihren nächsten Urlaub, Städtetrip oder Weekend-Break.



Ein Bericht von Jens Schweinfurth, Autor und Luxushotel-Experte bei Corporate Concierge, Ihrem Ansprechpartner für individuelle Hotelbuchungen. Tel.: +49 (0)69 9288 698 24 | www.corporate-concierge.de





Supported by:

Folge dem Winepunk!

Grand Vi

www.facebook.com/derwinepunk

72 | TO **SEE** TO **SEE** | 73

London. Magnetisch, stylisch, hip. Diese Stadt enttäuscht nicht und ebenso halten es die neuesten Hotelzugänge in der Mega-Metropole. Ganz vorne dabei das W Hotel am Leicester Square, welches wie ein Raumschiff im Stadtteil Soho gelandet zu sein scheint und mit dem Restaurant Spice Market von Restaurateur Jean-Georges Vongerichten neue Maßstäbe in Asian-Fusion Cuisine setzt. Das St. Pancras Renaissance London Hotel besticht mit minimalistischen Formen in altem Backsteingewand. Noch schicker sind das Corinthia Hotel nahe des Trafalgar Square und das 45 Park Lane. Beide bieten sterneverdächtige Küche in ihren Restaurants "Massimo" und "Cut", wobei man sich in der Park Lane mit dem Österreichischen Starkoch Wolfgang Puck dieser und weiterer Auszeichnung bereits sicher sein kann. Alle Hotels sind "Hot-Tips" für diejenigen, die die Stadt für einige ereignisreiche Tage zu den Olympischen Sommerspielen im nächsten Jahr besuchen wollen oder auch schon dieses Jahr zum Christmas-Shopping auf der Insel vorbeischauen. Vielleicht finden Sie Ihr neues Lieblingshotel unter diesen Vorschlägen. Nicht vergessen: Bitte reservieren Sie rechtzeitig!













www.wlondon.co.uk



PARIS





Asien hält Einzug in die Stadt der Liebe. In keiner anderen westlichen Metropole eröffnen in diesem Jahr mehr asiatische Hotelketten der Luxusklasse neue Häuser als in Paris. Der Einzug der edlen, neuen Hotels ist längst überfällig, um der etwas angestaubten Grand-Hotel Szene zwischen Eifelturm und Sacre Coeur neuen Glanz zu verleihen. Den ungewöhnlich aufmerksamen Service der asiatischen Gastfreundschaft kann man nun in Dependancen der Namen Shangri-La, Raffles und Mandarin Oriental erleben. Das Shangri-La überzeugt durch einen umwerfenden Eifelturmblick aus einem Herrenhaus, welches für Roland Bonaparte, Grossneffe von Napoleon, erbaut wurde. Das Le Royal Monceau Raffles wartet mit gewohnt imposanter Innenarchitektur von Philippe Starck auf den "World-Traveler", der die Stadt der Lichter in ihrer ganzen Intensität erleben möchte und im Mandarin Oriental, dem vielleicht modernsten der drei neuen Asiaten, ist man umgeben von Haute Couture und Kultur, denn die großen Designer und der Louvre sind nur wenige Augenblicke entfernt. Wir hoffen, dass Sie sich bei ihrem nächsten Besuch nicht nur in diese neuen Hotels, sondern auch in die atemberaubende Stadt neu verlieben werden.



www.leroyalmonceau.com





U-HOTELS

Boom! Der Hotelriese Starwood wächst und das kann man am besten an den coolen WHotels sehen. Dieses Jahr eröffnen auf fast allen Kontinenten Hotels und Resorts der sexy Designertempel und das trotz der noch anhaltend mäßigen Weltwirtschaft. Den großen leuchtenden Buchstaben W über den Eingängen findet man jetzt auch in St. Petersburg, London und Dohar sowie auf den Insel Retreats in Bali und auf Vieques Island in Puerto Rico. Nächstes Jahr eröffnet W auch in Paris und zahlreiche weitere Projekte sind in Planung. Angesprochen sind alle Fans des modernen Reisens und jene, die ihr Leben als moderne Lebensart bezeichnen und nach WOW-Momenten bei der Auswahl ihrer Unterkünfte suchen. Diese Momente erlebt man auch in den Restaurants und Spa-Oasen der Hotels und man kann sich auch hier außergewöhnlicher Ansichten sicher sein, denn die Welt von W ist dabei immer voller Design und Technik und immer anders als woanders. Play, Live, Savor and Wish for whatever you want, whenever you want it.











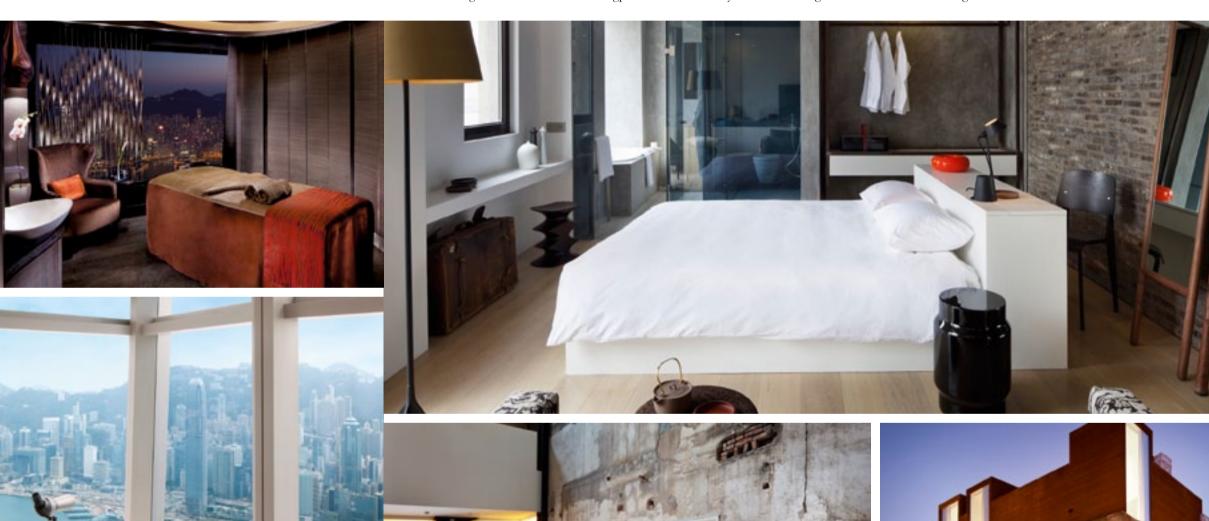
HONG KONG

Im März eröffnete das Ritz Carlton Hongkong auf den obersten 16 Etagen im höchsten Gebäude der Stadt. 312 Zimmer mit deckenhohen Fenstern garantieren eine atemberaubende Aussicht auf Hongkong Island und Victoria Harbour. Gewohnt luxuriöser Komfort gepaart mit aufmerksamem Service sind selbstverständlich und perfekt. Die Aussicht wird auch aus der Bar und der Dachterrasse im 118. Stockwerk zu genießen sein. Asiatische Tapas und offene Feuerstellen machen den Eindruck, insbesondere in der Dämmerung, einzigartig. Entspannung über den Wolken bietet der Spabereich mit Videoprojektionen an der Decke im 116. Stockwerk. Das Spa-Menü wird in elf Teatmenträumen, ebenfalls mit Ausblick, serviert. X-factor: In keinem anderen Hotel der Welt kann man höher über Straßenniveau übernachten, fantastische Aussicht inklusive.

SHANGHAI

So lieben wir das! Rare und Edgy! In einem ehemaligen Warenhaus in den Docklands von Shanghai ist dieses Juwel unter den neuen Boutique-Hotels entstanden. Seit Juli empfängt das 19-Zimmer zählende Haus seine Gäste in der angesagten Gegend "The cool Docks" und bietet dabei private Terrassen und eine ungewöhnliche, erfrischende Architektur, die teilweise kleine Einblicke in die Gästezimmer zulässt, die Privatssphäre aber stets wahrt. Das cutting-edge Design des Hotels bietet dabei eine große Sammlung an Möbeln moderner Designstars; Namen wie Arne Jacobsen und MoMa "Aussteller" Antonio Citterio dürfen ebenso wenig fehlen wie der japanische Designer Kana Ishikawa. Die Küche des Restaurants Table No. 1 wird von Scott Melvin geleitet, der zuvor in London's großartigem Maze-Restaurant tätig war. Er verspricht moderne Europäische Küche auf höchstem Niveau. X-Factor: In der Roof-top Lounge mit Blick auf den Huangpu Fluss und die Skyline von Pudong das exzellente Bar-Menü genießen.





THE WATERHOUSE AT SOUTH BUND
www.waterhouseshanghai.com

TO SEE | 81

TURKEY

Die überschicke Welt der Aman Resorts wird 2011 um zwei Anlagen reicher. Eine davon, Amanruya, eröffnet im türkischen Hotspot Bodrum für die Reiseelite im Dezember – genau die richtige Zeit und Kulisse, um dem heimatlichen Weihnachtsstress für ein paar sonnige Tage im privaten Luxus Pool-Cottage zu entfliehen. Es wird schwerfallen die atemberaubende Anlage im Pinienwald mit Verstecktem Privatstrand, Wine Lounge und Beach Club zu verlassen, um die kulturreiche Region, Tempelruinen und Straßenmärkte zu erkunden. Im terrassenförmig angelegten Resort mit Traumblick auf eine Bucht der Bodrum Halbinsel, die zum Tauchen und Motorboot fahren einlädt, erwartet die Gäste auch eine Kunstgallerie, eine dreistöckige Bibliothek und der nahe Golfplatz. Der herzliche, perfekte Weltklasseservice versteht sich in jedem Aman Resort von selber. X-factor: Jeder, der hört, dass Sie in einem Aman Resort übernachten, wird vor Neid erblassen.

ISTANBUL

Wenn Hotelrevolutionär Ian Schrager, Mitgründer des legendären Studio 54 in New York und Erfinder des Boutique-Hotels zusammen mit einer Weltkette wie Marriott Hotels ein Team bildet, um eine Sammlung schicker Designhotels zu eröffnen, ist die Aufmerksamkeit der Reiseindustrie und viele Buchungen garantiert. Das neue Edition Hotel in Istanbul schafft es durch royalen Glanz in den Farbtönen bronze, gold und silber sowie klarem Design die gewohnte Individualität und Exklusivität der Schragerschen Projekte zu vermitteln. Das richtige Maß an Sexyness und Sophistication passt perfekt in die elektrisierende Stadt und interpretiert traditionelle türkische Elemente für die moderne Gegenwart. Die Gold Bar und das Cipriani Restaurant sind perfekte Auftaktpunkte für unvergessliche Abende, die selten im hauseigenem Nightclub enden. X-Factor: Die VIP-Spa Suite im dreistöckigen ESPA – SPA lässt keine Wünsche offen! Ein Traum wie in tausend und einer Nacht.







www.editionhotels.com







TO SEE | 83

NEW YORK

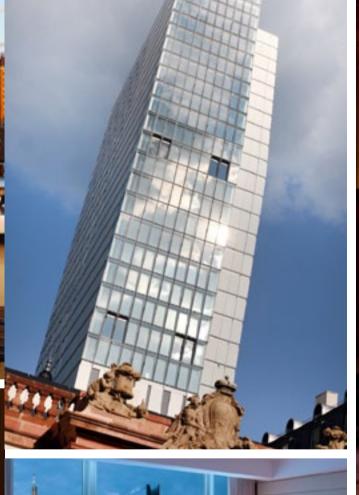
Unweit des Chelsea Park und zahlreicher Galerien gelegen, eröffnet das Hôtel Americano auf der 27th Street im Herbst 2011 nicht nur für Designliebhaber aus aller Welt. Die Macher des famosen "La Purificadora" im mexikanischen Puebla lassen ein stylisches, urbanes Boutique-Hotel erwarten und machen sich damit erstmals und hoffentlich nicht zum letzten Mal nördlich des Äquators einen Namen. Designed wurde das Gebäude von Enrique Norten, der den Mies van der Rohe Preis für Latein-amerikanische Architektur gewann und Arnaud Montigny, der für die minimalistische Inneneinrichtung mit look-through-Duschen und Plattformbetten verantwortlich ist. Das hispanisch inspirierte Bistro, zwei Bars und der Roof-top Pool mit Lido-Lounge sind außerdem besuchenswert, auch wenn man kein Hotelzimmer mehr bekommen kann. X-factor: Die "Square-Meals" im Restaurant sind talk-of-town und man kann sie auch ganz bequem beim Room-Service über das In-Room ipad bestellen.





FRANKFURT

Für alle Frankfurter heißt es seit September 2011: Staycation. Im Herzen Frankfurts lädt das Jumeirah Frankfurt zu einem unvergesslichen Aufenthalt nicht nur Frankfurter ein. 218 luxuriöse Zimmer und Suiten eröffnen den Gästen einen großartigen Blick auf Frankfurts Skyline. Die Inneneinrichtung erschafft durch Braunnuancen in Verbindung mit natürlichen, hochwertigen Materialien eine wohnliche Atmosphäre und ist vom benachbarten, barocken Thurn & Taxis Palais inspiriert. Der Bogen zur Moderne wird durch offene Badezimmer mit Maßbadewannen und Flachbildschirmen im Wandspiegel sowie riesigen Fensterfronten gespannt. Das Talise Spa entführt die Gäste in eine Zenoase und bietet neben verschiedensten Anwendungen auch Zugang zum hippen Sportclub Fitness First nebenan. Die Chocolaterie im Erdgeschoss mit Zugang zur MyZeil Shoppinggallerie lädt mit leichten Speisen und französischem Feingebäck zu Einkaufsstopps ein.





www.jumeirah.com



HÔTEL AMERICANO

www.hotel-americano.com

DUBAI

Seit James Bond 2007 in Casino Royal Catarina Murino im One & Only Oceans Club auf den Bahamas verführte ist die stylische Resortkette bei Leisurereisenden in aller Munde. Seit Ende 2010 gibt es nun auch eine traumhafte Anlage auf der Palmeninsel in Dubai. Vis a Vis der neuen Skyline von Dubai Stadt ist hier eine arabisch-inspirierte Ruheoase entstanden, welche luxuriösen Chic in neunzig Zimmern und Suiten, sowie 4 Strandvillen bietet. Gäste entspannen sich am 850m² großen, temperierten Pool, am 450m langen Privatstrand oder im resorteigenen SPA, z.B. bei einem Honig-Lavendel-Körperpeeling oder einem Rhassoulbad mit Ton-Mineralerde. Zum Dinner bleibt man entweder in einem der drei Restaurants im Resort und genießt die glitzernde Skyline Dubais bei Nacht oder nimmt das Wassertaxi zu einem der Spitzenklasse-Restaurants nahbei. X-Factor: Mitten in der Stadt fühlt man sich wie auf einer Privatinsel meilenweit entfernt. Nach einer 5-tägigen One & Only Wellness Journey verlässt man das Resort als neuer Mensch.



www.oneandonlyresorts.com







Der Tesla Roadster definiert Sportwagen völlig neu! Für Leistung entwickelt und für Effzienz gebaut, bietet er berauschende Sportlichkeit ohne sportlichen Verbrauch!



Vereinbaren Sie jetzt Ihre exklusive Probefahrt.

Tesla Frankfurt | Robin Zabler

Mail rzabler@teslamotors.com | Mobil +49 151 16149992 | www.teslamotors.de

Club Med: Premium Cluburlaub im Winter

"Der Sinn des Lebens ist es, glücklich zu sein. Der richtige Ort zum Glücklichsein ist hier. Der richtige Moment zum Glücklichsein ist ietzt." Mit dieser Mission gründen Gérard Blitz und Gilbert Trigano 1950 Club Med – den heutigen Anbieter von Premium All-Inclusive Cluburlaub. Zunächst empfing ein Zeltdorf auf Mallorca rund 2.300 Gäste mit einem neuartigen Urlaubskonzept nach dem Motto "Aktivurlaub inmitten der Natur". Es folgten Club-Eröffnungen, z.B. in Brasilien und auf den Malediven. Auch Winter-Urlauber konnten seit der Cluberöffnung 1956 im schweizerischen Leysin den Service von Club Med in ihrem Ski-Urlaub genießen. 1989 hieß es "Leinen Los" für die Club Med 1, ein Passagier-Segelschiff mit Kapazitäten für 450 Reisende. Heute erwarten Club Med-Kunden statt Zeltdörfern exklusive Premium-Resorts in 23 Schnee- und über 60 Sonnen-Destinationen weltweit, z. B. in Mexiko und Frankreich. Darüber hinaus ist das 5 Tridents Segelschiff "Club Med 2" - die Nachfolgerin der legendären Club Med 1 - ein weiterer Bestandteil der Produktvielfalt von Club Med. Die internationale Club Med-Atmosphäre und das Premium All-Inclusive-Konzept mit einem Schwerpunkt auf vielfältigen Sportangeboten, prägen die mehr als 80 Club-Resorts nach wie vor.





Valmorel, FRANKREICH

PREMIUM ALL-INCLUSIVE-URLAUB ZWISCHEN PALMEN, STRAND UND MAYA-STÄTTEN

Im Nordosten der mexikanischen Halbinsel Yucatán abseits der Stadt an der Spitze der Bucht befindet sich das 4-Tridents-Resort Cancún Yucatán zwischen türkisblauen Gewässern der Karibik und einer romantischen Lagune. Club Med hat sich vor circa 30 Jahren als Pionier an diesem feinen Sandstrand niedergelassen und bietet heute alles, was das Urlauberherz begehrt: Sport, Erholung und Kultur. Unsere Gäste können zahlreiche Sportarten ausprobieren, wie z. B. Wasserski, Segeln, Tennis oder das Fliegende Trapez. Eine unvergessliche Erfahrung bietet der Club Med Spa by COMFORT ZONE. Wer die einzigartigen Stätten der Mayas und Azteken erkunden möchte, kann an einer der vielseitigen Entdeckungstouren teilnehmen. Das im Jahr 2010 mit dem Umweltsiegel EARTHCHECK für besondere Umweltverträglichkeit ausgezeichnete Resort ist für einen romantischen Urlaub zu zweit ebenso perfekt geeignet wie für einen Familienurlaub, denn für das Wohl der 4- bis unter 18-Jährigen wird hier von professionellen Club Med-Mitarbeitern rund um die Uhr gesorgt, Hier können Kinder an Kochkursen, an der Mini Club Talent Show sowie an zahlreichen Sportkursen wie Zumba teilnehmen. Auch für die Kleinen wird Erholung im Teen-Spa (ab 13 Jahren) groß geschrieben. Den besonderen Komfort bietet ein luxuriöser 5-Tridents-Bereich mit exklusiven Suiten, Infinity-Pool sowie einem herrlichen Meerblick für all diejenigen, die Privatsphäre, Ruhe und den individuellen Komfort, wie z. B. Zimmer-Frühstücksservice, schätzen. Das Club-Resort umsorgt seine Gäste im Premium All-Inclusive Urlaub auf höchstem Niveau mit Gourmet-Küche an den Büffets und im Spezialitätenrestaurant sowie Snacks und Cocktails zur Erfrischung zwischendurch. Neben abwechslungsreichen Abend-Shows können Club Med-Urlauber den Tag mit den zuvor im Gruppenkurs erlernten Salsa-Schritten gemütlich ausklingen lassen.

NEUES CLUB-RESORT MIT LUXUS UND KOMFORT IN FRANKREICHS BERGEN

Im Dezember 2011 eröffnet Club Med mit Valmorel ein neues Domizil für Familien, Sportbegeisterte und Luxusliebhaber. Die umweltfreundliche Anlage wurde in ihrer Bauweise in die lokale Architektur der Region integriert und verfügt über zwei Hauptrestaurants und ein Spezialitätenrestaurant. Im Club Med Spa by CARITA auf ca. 600 Quadratmetern können sich die Club Med-Gäste von Kopf bis Fuß verwöhnen lassen. Für vollkommene Entspannung sorgt die altersgerechte Kinderbetreuung von 4 Monaten bis unter 18 Jahren. Ob beim Kinderskikurs und Schneevergnügen für die 3-Jährigen, bei einem speziellen Ski-Package für Jugendliche (11 bis unter 18 Jahre) oder bei einem Gruppenskikurs für Erwachsene, das Club-Resort bietet für jedes Alter die perfekte Möglichkeit, die schönen Seiten des Winters zu erleben. Verschiedene Wohnkategorien garantieren die passende Unterbringung für jeden Komfort-Geschmack, im 4-Tridents-Resort oder 5-Tridents-Bereich. Ein ganz besonderes All-Inclusive Erlebnis erwartet die Bewohner der 60 Chalet-Apartments. Nach dem Vorbild der Luxusvillen auf Mauritius bieten diese einen persönlichen Service: einen eigenen Butler, Frühstück und Nachmittagssnacks sowie Champagner am Abend werden im Chalet serviert. Die Chalets mit zwei bis vier Schlafzimmern befinden sich in unmittelbarer Nähe des angrenzenden Club-Resorts und sind für Familien und Gruppen jeder Größe geeignet. Im Winter lädt Club Med Valmorel zum Skifahren und Snowboarden ein. Als erstes Club Med Resort verfügt Valmorel außerdem über eine Kunsteisbahn für Kinder und Erwachsene. Der Club ist ein optimaler Ausgangspunkt für abwechslungsreiche Wanderungen in der Sommersaison, Ausritte oder außergewöhnliche Abenteuer wie Paragliding.





MARRAKESCH...

ie Schönheit im Süden Marokkos ist nicht nur star oucksfreie Zone, sondern fasziniert auch durch eine Safran, Zimt und Rosenwasser begleiten uns allge genwärtig auf unserer kulinarischen Entdeckungs eise. Tauchen Sie mit uns ein in die verwinkelter Gassen der Medina, besuchen Sie mit uns die bester lich einen Aufenthalt lohnen.

in Bericht von Stefanie Reichel

READY FOR BOARDING?

Unsere Reise in den Orient beginnt durchaus nicht unbedingt faszinierend. Wir wollen ihn nicht verunglimpfen, aber der Flughafen Frankfurt-Hahn verwir sichten Individuen, die es sich im Snoopy-Pyjama und in Hauspuschen in der Wartehalle gemütlich gemacht haben, um dort auf ihren Abflug am nächsten Morgen zu warten. Was nicht heißen will, dass wir nichts übrig haben für Frankfurt-Hahn und für Ryan Air. Ganz im Gegenteil. Von Frankfurt-Innenstadt ist man Ruckizucki da, kann beguem sein Auto vor der Tür parken und muss keine großen Distanzen zum Einchecken und zum Gate zurücklegen. Alles prima übersichtlich. Unschlagbar günstig sind die Flüge obendrein und außerdem ist Ryan Air die einzige Fluggesellschaft im Rhein-Main-Gebiet, die Marrakesch direkt anfliegt. Obschon man wissen muss, dass man sein Gepäck eher sparsam dosieren sollte. Wer Garderobe wie Ivana Trump auf Weltreise mitnehmen will, muss mit saftigen Zuschlägen für Übergepäck rechnen. So wie wir. 100€ Aufschlag zahlen wir für unsere fünf Kilo Lollis, mit denen wir die marokkanischen Kinder erfreuen wollen, die, so ein wohlgemeinter Ratschlag eines Insiders, ihren süßen Obolus von spazierenden Touristen einfordern.

Zeit um an Bord zu gehen. Einige rüstige Rentner stürzen im Schweinsgalopp an uns vorbei – bei Ryan Air herrscht freie Platzwahl. Gelassen spazieren wir in den Flieger und erhalten prompt die Plätze mit der meisten Beinfreiheit am Notausgang, womit sich mal wieder der Bibelspruch "Die Letzten werden die Ersten sein" bewahrheitet.

88 I TO SEE TO SEE I 89

DAS PARIS DER SAHARA

Nach knapp dreieinhalb Stunden landen wir. Vor uns liegt Marrakesch, eingebettet in einen Palmenhain, umschmeichelt vom warmen Saharawind, geschmückt mit einer faszinierenden Architektur und umkränzt von einer roten Lehmmauer aus dem 12. Jahrhundert. "Das Paris der Sahara", nannte Winston Churchill Marrakesch.

Am Flughafen werden wir von der wohltemperierten Jaguarlimousine unseres Hotels abgeholt und nach einer zehnminütigen Fahrt betreten wir die imposante Empfangshalle des legendären La Mamounia. In einer weitläufigen Parkanlage aus dem 18. Jahrhundert, einst Refugium von Prinz Mamoun, wurde 1923 im Art-Deco-Stil das La Mamounia-Hotel erbaut. Schon damals war es Anziehungspunkt für eine internationale High Society: Marlene Dietrich, Alfred Hitchcock, Doris Day, Angelina Jolie, die Rolling Stones, Catherine Deneuve sind nur einige der Gäste, die sich im La Mamounia bis heute wohlgefühlt haben. Doch mit den Jahren war die Grande Dame unter den Hotels ein wenig angestaubt. 2006 schloss das Hotel für ein dreijähriges Facelifting, durchgeführt von Stararchitekt Jacques Garcia, dem ein virtuoser Stilmix gelungen ist. Zeitgenössischer Luxus verschmilzt gekonnt mit orientalischer Opulenz.

Unser Zimmer ist ein modernes Märchen. Himbeerrote Samtsofas mit aprikosenfarbenen Seidenkissen flankieren einen handgeschnitzten Holztisch, auf dem Champagner und silberne Etageren mit frischen Erdbeeren, Datteln, Pralinen und Gebäck stehen. Wir sinken in die himmlischen Betten und betrachten die zahlreichen Schalter an unserem Nachttisch, die uns an ein Cockpit erinnern. Im Laufe der Woche rufen wir aus Versehen mehrmals das Zimmermädchen, wenn wir Licht machen wollen. Dafür gehen die Lampen im Flur an, sobald wir den Schalter für das Leselicht anknipsen. Vielleicht wäre ein Pilotenschein angebracht? Das ist aber auch schon das Einzige, was wir zu meckern haben. Vom Balkon blicken wir auf die schneegeküssten Altlasberge und auf einen wogenden Wald aus Palmen, deren Grün wie geschmolzenes Pistazieneis im Abendrot leuchtet.















Wir beginnen den Tag mit einen Spaziergang durch den 70.000 cpm großen Hotelpark, flanieren am Obst- und Gemüsegarter vorbei und beobachten die hauseigene Müllentsorgung: Eir Karren, gezogen von einem Esel, transportiert die Gartenabfälle ab und zockelt gemütlich den adrett getrimmten Raser hinunter. Ein perfektes Elle-Decoration-Idyll. Das Quaken der Frösche, der Gesang des Muezzins und das sanfte Rascheln des Bambus vereinen sich zu einem berückenden Konzert, das uns noch tiefer in die gepolsterten Teakholzliegen sinken lässt und langsam gleiten wir hinein in einen Zustand aus wohliger Entspannung, in dem Licht, Schatten, Traum und Wirklichkeit zu einer melancholisch schönen Einheit verschmelzen.

Von Zeit zu Zeit trägt der Wind den lieblichen Geruch der Orangenblüten an unsere Nasen. Wir lustwandeln die Allee aus Olivenbäumen entlang, die sich über den säuberlich geharkten, weißen Kies neigen, hin zu dem reizenden kleinen Pavillon, in dem Tee aus frischer Minze, Mokka und allerfeinste Patisserie gereicht wird. Überhaupt ist das Essen im La Mamounia sehr zu empfehlen. Das Frühstück ist grandios und die drei Restaurants Le Marocain, L'Italien und Le Francais sind es ebenso.

Bei soviel Völlerei müssen wir als Ausgleich natürlich das phantastische Hotel-Spa aufsuchen. Wir hüllen uns in leichte Leinentücher und unterziehen uns auf angewärmten Marmorblöcken dem Ritual des Hamams. Nach einem rosenduftigem Peeling folgt die Seifenmassage im Dampfbad und wir versinken in einer Wolke aus Schaum, der wir porentief gereinigt, aphroditegleich entschweben.





Einkoufen

BASARGEWIMMEL UND SCHLANGENBESCHWÖRER

Derart erfrischt brechen wir zu einer Erkundungstour durch die Altstadt auf, die zum UNESCO Weltkulturerbe zählt. Unser Stadtführer lotst uns durch den Irrgarten der quirligen Souks. Prächtige Riads säumen die engen Gässchen und die sandigen Straßen. Heute werden die alten Stadthäuser mit ihren verwunschenen Innenhöfen fast ausschließlich von Europäern und Amerikanern bewohnt. Erstaunlicherweise werden wir von niemandem angesprochen und auch kein Kind lässt sich blicken. Lutschen wir halt unsere Lollis selbst! Wir lassen uns treiben, vorbei an Körben voller Datteln, Mandeln und Oliven, den pittoresk mittelalterlichen Werkstätten der Handwerker und den bunten Gewürzpyramiden. Fast glaubt man eine Reise in die Vergangenheit angetreten zu haben

dem Maison de la Photographie, einem charmanten kleinen Museum mit alten Fotografien, in dem man viel über das dingt besuchen sollte man natürlich auch den Djemaa El Fna. Tagsüber eher ein trister Platz, der sich aber in der staubigen Dämmerung einer faszinierenden Metasich als Europäer wohl den Orient vor. Händler bieten ihre Waren feil, man bekommt allerlei Kurioses wie getrocknete Eidechsen und andere geheimnis-Quacksalber-El-Dorado. In den aufgebauten Garküchen kann man Fastfood auf marokkanisch probieren. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Töpfchen saf-Hammelkopf samt Hirn? Wir persönlich bevorzugen lieber einen unserer Lollis.

Nach fünf Tagen ist unser Kurztrip vorbei. Es hat sich gelohnt. Im Ryan Air-Flieger überkommt uns die Wehmut; leider müssen wir zurück. Ma'as-salama Marrakesch, aber wir kommen wieder. Auch mein Sitznachbar im Flugzeug schaut irgendwie betrübt. Ich biete ihm einen Lolli an. Er lächelt.

BOURIAD KARIM

Schöne handgemachte Tuniken, bestickte Jacken oder maßgefertigte Djellabas, all das findet man bei Bouriad Karim. Seine farbenfrohen Kreationen werden oftmals unter anderem Label in Europa und Amerika weiterverkauft, z.B. in den schicken Calypso-Läden in New York. Nur das sie dort das Doppelte kosten. Rue Fatima Zahra R'mila, Dar el Bacha No. 2 Bis.

HERBORISTERIE BAB AGNAOU

Unbedingt aufsuchen sollte man eine Herboristerie. Die traditionellen Kräuterapotheken sind Schatzkästen duftender Ingredienzien des Orients. Töpfe und Tiegel beherbergen Ambra, Moschus, Schwarzkümmel und zahlreiche andere Kräuter und Tees, die der Schönheit zuträglich sind. Der deutschsprechende Apotheker der Herboristerie Bab Agnaou, Mr. Papillon, hat gegen jedes Wehwehchen ein Zaubermittel, "außer gegen Altern und Tod", wie er meint.

No. 1 entrée Bab Agnaou, Quartier El Kassba. Tel.: 00212 - 524391632.

YAHYA CRÉATION

Marrakesch platzt im wahrsten Sinne des Wortes aus allen Nähten vor Designern, Künstlern und Handwerkern. Es gilt Kitsch von Kunst zu trennen. Der visionäre Stil von Designer Yahya ist jedenfalls herausragend. Tradition umarmt hier die Moderne. Yahyas Lampen, Leuchter und Lichtobjekte aus Bronze und Silber werten jeden Raum durch ein faszinierendes Spiel von Licht und Schatten auf. Ein Abstecher in seinen Showroom lohnt sich.

Rue De Yougoslavie 61, Magazin 49/50 Passage Ghandouri, Gueliz. www.yahyacreation.com

MUSEUMSSHOP IM JARDIN MAJORELLE

Ein Besuch im schattigen Garten Majorelle ist ein Muss für jeden Marrakeschurlauber. Schlendern Sie durch das Kleinod, das Yves Saint Laurent gehörte, betrachten Sie die Teiche mit den Seerosen, die zierlichen Springbrunnen, die Kakteen und trinken Sie eine erfrischende Limonade im Café. In der Mitte der Anlage ist der knallblaue Pavillon, in dem sich ein kleines Kunstmuseum befindet. Sie sollten jedoch frühmorgens, vor den Bushorden, da sein. Ebenfalls sehr zu empfehlen ist der Museumsshop, da er eine exquisite Auswahl an ausgefallenen Textilien und luxuriösen Souvenirs, wie bestickte Seidenkissen, Schals und Taschen, bereit hält.

Avenue Yacoub El Masour.

FLÜGE

Direktflüge mit Ryan Air

Von Hahn-Flughafen. Mo (06.30 - 09.15 und Di, Do, Sa (15.00 - 17.45).

Lufthansa oder Royal Air Maroc

Fliegen von Frankfurt Flughafen nach Casablanca; von dort gibt es Anschlussflüge oder es geht weiter mit Shuttlebussen oder dem Zug.

Essen

DAR YACOUT

Unser Lieblingsrestaurant in Marrakesch. Und nicht nur unseres: Mick Jagger, Robert Redford, Jaques Chirac – sie alle waren hier. Nach einem Cocktail auf der Dachterrasse, von der man eine fabelhafte Aussicht auf das Gassenlabyrinth der Altstadt hat, steigt man die steinerne Treppe in den kerzenerleuchteten Patio herab, um sich bei einem viergängigen Menü tief in die Augen zu schauen. Wir sind uns sicher, das muss der romantischste Ort auf dieser Erde sein. Rosamunde Pilcher wäre entzückt. Da spielt es auch keine Rolle, dass das Essen nicht ganz mit dem märchenhaften Ambiente mithalten kann. Frühzeitig reservieren!

79 rue Sidi Ahmed Soussi/Bab Doukkala, Medina. Tel.: 00212 - 443829 29.

LE COMPTOIR DARNA

Modernes Design trifft 1001 Nacht. Das Le Comptoir ist eine angenehme Mischung aus Restaurant, Bar und Club; in der sehr dunklen Atmosphäre wird internationale und marokkanische Küche serviert. Ab 22 Uhr wird im oberen Stockwerk ordentlich gefeiert und es gibt Bauchtanz.

Avenue Echouhada, Hivernage, Tel.: 00212 - 524437702.

LE TOBSIL

Um ins Tobsil zu gelangen, müssen Sie einen kleinen abenteuerlichen Fußmarsch auf sich nehmen, denn mit dem Auto lässt sich die enge Altstadt kaum befahren. So stöckeln wir beherzt hinter dem in einen Kaftan gehüllten Angestellten her, der uns am Eingang der Medina in Empfang nimmt und folgen dem Schein seiner Laterne durch zahlreiche verwinkelte und düstere Gassen. Umso angenehmer ist es, wenn man an die prächtige Holztür des Palastes gelangt und in eine andere Welt tritt. Flackerndes Kerzenlicht umhüllt schmeichelhaft, man nimmt Platz im lauschigen Innenhof – jetzt ein Gläschen Champagner und der Abend kann beginnen. Wir schwelgen in Couscous und Tagine. Die marokkanischen Rotweine sind auch nicht zu verachten. Die hypnotischen Klänge der Musiker lullen uns ein und fast schweben wir in transzendenten Sphären.

22 Derb Abdellah ben Hessaien. Tel: 00212 - 24444535.

AL FASSIA

In diesem von Frauen geführten Restaurant gibt es feine marokkanische Hausmannskost. Empfehlenswert sind die kalten Vorspeisen, wie eingelegte Zitronen, zimtgewürzter Möhrensalat oder gebackene Auberginen, die auf einer Vielzahl kleiner zierlicher Tellerchen gereicht werden. Es folgen Taubenpastete, Lamm-Tagine mit karamellisierten Tomaten und Zwiebeln, Mandelpastete und Orangensalat mit Granatapfelkernen. Eines der wenigen Restaurants, wo man auch à la Carte speisen kann. 55 Boulevard Zerktouni/ Guéliz. Tel.: 00212 - 524434060.

LE CRYSTAL

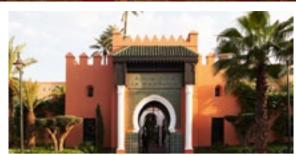
Zuviel Couscous gegessen? Im Le Crystal gibt es zur Abwechslung italienische Küche wie Minestrone, hausgemachte Pasta und frischen Fisch. Im hippen Restaurant, das zum Pacha, einem Ableger des spanischen Nachtclubs gehört, feiern sich im schicken kolonialen Art-Deco-Stil die Schönen der Nacht warm.

Boulevard Mohamed VI – Zone Hôtelière de l'Aguedal. Tel.: 00212 - 524388400.

JAD MAHAL

Dieses cool glamouröse Restaurant, mit dazugehöriger Bar und Club, könnte sich auch in Paris, London oder New York befinden. Im indisch-marokkanischen Ambiente feiern sowohl Einheimische als auch Touristen. In Laufnähe zum Hotel La Mamounia. Fontaine de la Mamounia, Tel.: 00212 - 0524436984.

Übernachten



LA MAMOUNIA

Unser Favorit in Marrakesch. Im La Mamounia stimmt alles: Die Zimmer, der Service, das Essen, das Spa, der Park, die Lage. Mehr geht nicht. Einfach perfekt! Avenue Bab Jdid. Tel.: 00212 - 524388600.



RIAD DAR DARMA

Hier sind Sie mitten im Geschehen. Zauberhaftes Riad in der Medina von Marrakesch. 11/12, Trik (rue) Sidi Bohuarba.





Wunderschönes Boutique-Hotel im Herzen der Medina. Antiquitäten und modernes Interieur ergeben eine geschmackvolle Symbiose. Sehr aufmerksamer, netter Service. 31, Derb jdid Bab Doukkala. Tel.: 00212 - 524 380975.

LA VILLA DES ORANGERS

Hübsches Relais & Châteaux-Hotel. An einer staubigen Straße gelegen, ist man überrascht, eine kleine Oase mit Garten, Pool und grünen Innenhöfen vorzufinden. Gutes französisch-marokkanisches Restaurant. 6 rue Sidi Mimoun.

Tel.: 00212 - 524384638.



ETWAS AUSSERHALB...

<u>amanjena</u>

Für gestresste Städter, die gerne mal Golf spielen, ein Buch lesen oder einfach nur entspannen wollen, ist die puristisch edel durchgestylte Anlage der Aman Gruppe der ideale Ort. Nach Marrakesch fährt man ca. eine halbe Stunde. Route de Ouarzazate, km 12. Tel.: 00212 - 524399000.

KASBAH TAMADOT

Wie eine Ritterburg liegt die von Richard Branson umgebaute Kasbah in den Bergen des Hohen Atlas. Die orientalische Walt-Disney-Atmosphäre, mit tendenziellem Hang zum Folklorekitsch, ist Geschmackssache. Doch die beeindruckende Landschaft lohnt einen Ausflug. Insbesondere, wenn der Frühling die umliegenden Täler in einen Teppich aus blühenden Aprikosen- und Mandelbäumen verwandelt. Ungefähr 1,5 Stunden von Marrakesch entfernt. BP 67, 42152 Asni. Tel.: 00212 - 524368200.

Reservierungen können direkt bei den Hotels vorgenommen werden. Einige der empfohlenen Hotels sind aber auch über die Luxusreiseveranstalter www.designreisen.de oder www.artoftravel.de zu buchen



WECHANGEYOUR

III ERSE

GRAFIK&DESIGN

//WWW.ZENZAKAN.DE //WWW.BUZZANO.DE //WWW.PEARL-FRANKFURT.DE //WWW.APT-FRANKFURT.DE

PUBLISHING

//KRISTIAN SCHULLER
//POPSTARS MAGAZIN
//RARE MAGAZIN
//FRANKFURT'S FINEST

IT&DATENBANKEN

//WWW.PEYMAN-AMIN.DE //WWW.LONESTAREUROPE.COM //WWW.TIM-THIEL.DE

Viermament GmbH Wilhelm-Leuschner-Str. 14 60325 Frankfurt am Main

Tel: +49

+49 69 400 328 40 +49 69 400 328 42 Mail: info@viermament.de Web: www.viermament.de APPS
//FRANKFURT'S FINEST





96 | TO **SEE** TO **SEE** | 97

PIERRE NIERHAUS

DER FRANKFURTER EXPERTE FÜR TRENDS UND INNOVATIONEN IN DER WELTWEITEN GASTRONOMIE, PRÄSENTIERT LOS ANGELES ALS AUSGEHSTADT MIT DEM HÖCHSTEN GLAMOUR-FAKTOR IN DEN USA.

Oliven als flüssiges Geschmacksfeuerwerk, ein Gänseleber-Lutscher in Zuckerwatte, unschuldig aussehende Kleinigkeiten mit Dragon-Effekt – mit derlei Kreationen und einer grandiosen Inszenierung der spanischen Küche überzeugte The Bazaar by José Andrés die gestrengen Kritiker der Los Angeles Times nach der Eröffnung im Herbst 2008. Als einziges L.A. Restaurant erhielt The Bazaar die Bewertung mit vier Sternen für 'herausragend in jeder Beziehung' und gilt seither als unangefochtene Nummer eins in der Stadt der Engel.

The Bazaar ist sicher das Meisterstück von SBE-Entertainment Chef Sam Nazarian, der außer in Hotels, Clubs und Restaurants auch in die Filmindustrie investiert. Eine weitere Nazarian-Erfolgsformel ist Katsuya, trendige Sushi-Restaurants mit überdimensionalen Geisha-Wandmotiven. Sein neues Baby ist Cleo im Redbury Hotel at Hollywood & Vine mit orientalischer Küche von Daniel Elmaleh. Allein für diese Restaurants lohnt sich die Reise nach Los Angeles, das von einer Siedlung für Stars und Sternchen zu einer der einflussreichsten Gastro-Metropolen in den USA geworden ist. Selbst als bekennender New York-Fan und Insider für Gastronomietrends ist es für mich faszinierend, wie hier in wenigen Jahren eine überzeugende, neue Restaurantgeneration entstanden ist.

ALLGEGENWÄRTIGER CELEBRITY-FAKTOR

Bemerkenswert ist der Hauch von Glamour in der Traumstadt mit ihrer hohen Promi-Dichte. Allen Hotspots gelingt das Kunststück, das Restaurant zur Showbühne zu machen und damit genau den Nerv des Publikums zu treffen. Zugleich sorgen die Macher durch die Verpflichtung von großen Namen für Aufmerksamkeit in den Medien und beim Publikum. So holte Sam Nazarian den Sushi-Meister Katsuya Uechi für sein bahnbrechendes Katsuya-Label und den TV-Koch José Andrés für The Bazaar in sein Team. Zusätzlich versicherte er sich der Schöpfungskraft des französischen Designers Philippe Starck, bekannt geworden durch die Inneneinrichtung von Designhotels wie dem Mondrian in L.A. und dem Hudson in New York.

PIERRE NIERHAUS

ist Gastro-Consulter, Gastronom und Autor. Als Experte für Trends und Innovationen ist er weltweit unterwegs, um für seine Kunden aus Gastronomie und Hotellerie, für Immobilienentwickler und Großkunden neue relevante Entwicklungen für eine erfolgreiche strategische Ausrichtung auf die Zukunft aufzuspüren. Mehrmals im Jahr organisiert Pierre Nierhaus Trendreisen mit Workshopcharakter für Gastro-Profis in Amerika, Asien, dem Mittleren Osten und Europa. Bereits über 9.000 mal verkauft wurde sein Buch "Reich in der Gastronomie – Strategien für die Zukunft", eine Co-Produktion mit Jean-Georges Ploner.

www.nierhaus.com





98 | TO SEE TO SEE | 99

GROSSES KINO:

THE BAZAAR BY JOSÉ ANDRÉS

The Bazaar ist eine perfekte Symbiose aus Design und Kochkunst. Es besteht aus fünf unterschiedlichen, ineinander übergehenden Restaurantbereichen: die Pâtisserie in hellen Tönen, die Bar Centro mit Communal-Table, die Restaurants Blanca (comtemporary, charmant in Weiß gehalten) und Rojo (traditionell, in Rot-Schwarz-Tönen, mit Schachbrettmuster-Tischen und Matador-Motiven) sowie den Chef's Tasting Room SAAM. Über hundert verschiedene Stuhlmodelle und gut zwei Dutzend Glas- und Kristallleuchter hat Designer Starck auf die jeweilige Atmosphäre maßgeschneidert. Aber gleichgültig, ob man auf der Blanca oder Roja-Seite sitzt, man kann sämtliche Gerichte auf der Karte miteinander kombinieren oder dem Küchenchef die Auswahl für eine vorgegebene Preiskategorie überlassen. Ein Signature Gericht ist Andrés "Philly cheesecake": ein super dünnes Brot in Torpedoform mit dünnen Scheiben vom Kobe Beef, im Inneren ein Hauch von Käse. Klassisch ist die Schinkenplatte (Jamón plate) mit Serrano- und Ibero-Schinken und dem exklusiven Eichelschinken. Eine Sensation für Gaumen und Augen sind die Wassermelone-Stückehen garniert mit dem Inneren von Tomaten und einem weinintensiven Spritzer einer Pedro Ximénez-Reduktion.

Dieser kreative Mix aus Tradition und Avant-Garde Küche garantiert auch im mehrfachen Wiederholungsfall ein Essvergnügen der Sonderklasse mit hohem Überraschungs- und Entertainmentfaktor. Getopt wird dieses Erlebnis nur noch durch den Ritterschlag, wenn sich die unscheinbare Türe für SAAM öffnet, dem Chef's Tasting Room, in dem Andrés für bis zu acht Personen ein 20 Gänge Tapas Menü kredenzt. Reservierungen für SAAM sind nur unter einer Geheimnummer möglich!

www.thebazaar.com





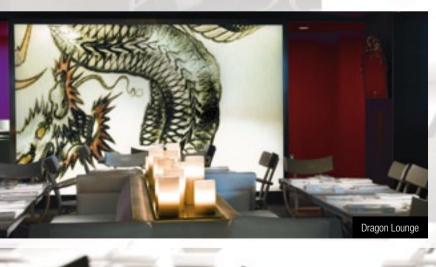


100 | TO **SEE** TO **SEE** | 101

BEAUTIFUL KATSUYA

Sehr anders, aber ebenfalls meisterlich, sind die Katsuya Restaurants. Vier davon hat Sam Nazarian seit dem Jahr 2007 eröffnet, das letzte davon im L.A. Live-Komplex mit der Oscarlocation Nokia-Theater. Obwohl vom Konzept identisch – Robata-Grill, Sushi-Bar, Dragon Lounge, Innenhof und Valet-Parking -, ist doch jedes der vier Katsuya erfrischend anders. Die japanische Kultur und Mystik bringt Designer Philippe Stark durch wenige, sehr gezielt eingesetzte Motive in den weiß dominierten Räumen zum Ausdruck. Markenzeichen sind die großformatigen Geisha-Motive an den Wänden: Hier ein leuchtend roter Kussmund, dort ein flirtendes Augenpaar, an anderer Stelle ein Drache. Obligatorisch auch der schwarze Vorhang oberhalb der Sushi-Bar mit dem Kanji-Zeichen für Katsuya. Neben den innovativen Sushis und Robata-Gerichten von Meister Katsuva Uechi sind es vor allem die Cocktails aus frischen Säften und Zutaten, die ausschließlich ,organic', sprich Bio sind, die bei Katsuva für Umsatz sorgen. Katsuya gibt es gleich viermal: Brentwood, Downtown, Glendale und Hollywood. Tipp: Celebrities trifft man ehesten wochentags von Montag bis Donnerstagabend.

www.sbe.com/katsuva



AUSGEHTIPPS VON PIERRE NIERHAUS

restaurants in Hotels. Statt sich abends in den Verkehr durch die endlosen Straßen der Nachbarschaft zu versuchen, kann man beguem im eigenen Hotel vorzüglich Scarpetta (italienisch) von Scott Conant, im London West Hollywood bei Starkoch Gordon Ramsav oder im Ritz Carlton im WP24 - WP steht für den legendären Wolfgang Puck. Mit seiner Kombination Food und Entertainment überzeugt das W Hollywood Hotel: Im Erdgeschoss serviert Sascha Lyon im Delphine eine leichte Côte d'Azur-Küche, auf der Dachterrasse lockt der Beach Club, der sich abends in den Nachtclub Drai's verwandelt. Einen Besuch wert ist das Klassiker-Designhotel Mondrian, das mit seiner spektakulären Sky Bar und Poolterrasse sowie den bis ins I-Tüpfelchen durchgestylten Zimmern auch heute noch zu den Top-Adressen zählt. Die Meisterküche von The Bazaar by José Andrés befindet sich im SLS Hotel nahe Rodeo Drive. Wer das elegante SLS Hotel als Domizil gewählt hat, sollte unkret und luxuriös, dass manche Promis diversen Gastro-Rankings.

Zum großen Glück für alle Reisenden hier gerne überwintern. Wem nach soviel befinden sich etliche der neuen Vorzeige- Glamour der Sinn nach Bodenständigem steht, dem empfehle ich das neue Lokal RockSugar der Restaurantkette Cheesevon L.A. einzufädeln oder sein Glück in cake Factory. RockSugar bietet, auch wenn der Name es nicht vermuten lässt, pan-asiatische Küche von Chef Mohan Isessen z.B. im Montagne Beverly Hills im mail und ein beeindruckendes opulentes

Apropos Promis: Auf sie übt die Gastronomie eine bemerkenswerte Faszination aus. Nicht damit genug, dass sie als Aushängeschild dienen, wagen einige den Schritt, ihr eigenes Restaurant zu eröffnen – mit unterschiedlichem Erfolg. Zu ihnen gehört neben Justin Timberlake, Cameron Diaz und der Desperate Housewife-Frontfrau Eva Longoria auch Ashton Kutcher, der mit dem Dolce und dem Geisha House gleich zwei Restaurants in L.A. betreibt. Sehr erfolgreich war Robert de Niro in New York mit dem Edel-Japaner Nobu, einer der erfolgreichsten internationalen Restaurantketten. Ursprünglich aus London kommend, ist Nobu inzwischen überall dort auf der Welt anzutreffen, wo die Reichen und Schönen zu Hause sind. Im Jahr bedingt den Rooftop Pool ausprobieren. 2008 eröffnete das Nobu Los Angeles und Das ultimative Hideaway ist das Chateau belegt seither – ganz ohne die Mithilfe von Marmont mit seinen Gästevillen. So dis- Promi-Seite - konstant Spitzenplätze in











- DAS EINGEFALLENE GESICHT, BETANZT VON ZAHLLOSEN Schweissperlen und der gehetzte Blick, ringend nach PERFEKTION UND GLEICHZEITIG BEKLOMMEN VON SELBSTZWEI-FELN UND DESTRUKTIVER UNSICHERHEIT.

Die Szenerie begleitet von einer suggestiven, fast zu engen, Kameraführung und untermalt von Angst einflößendem Sounddesign. Und schon sind wir involviert in das Leben der Person, deren Oualen wir von der ersten Filmminute an über ihre Schulter blickend mit erleiden. Der Zuschauer übernimmt kurzerhand ihr eingeschränktes Blickfeld und wird dank kontinuierlich begleitendem Herzschlag und den ohrenbetäubenden Atemzügen in ihren bedrängenden Alltag hineingezogen, ja ringt beinahe gemeinsam mit ihr nach der ausbleibenden Luft. Doch vergebens - die Tür des Backstage-Bereichs fällt krachend hinter uns ins Schloss und wir sind eingesperrt – in der Welt von Nina Sayers – in der Welt des großen New Yorker Balletts. US-Regisseur Darren Aronofsky zeigt sie uns in seinem "The Wrestler"-Nachfolger von ihrer wohl grausamsten und unbeschönsten Seite – in seiner ganz eigenen Interpretation des russischen Meisterwerks "Schwanensee". Konkurrenzkampf, Erfolgsdruck und der ewige Krieg mit sich selbst und dem eigenen Körper, der bis zur Unmenschlichkeit getriezt wird, sind die zentralen Motive in "Black Swan", denen keine geringere als die grazile Natalie Portman alias Nina in ihrer Rolle als ehrgeizige Ballerina ein unvergleichlich authentisches Gesicht verleiht – oscarreif wie sich schlussendlich beweisen lässt.

EINDRINGLICHES STÖHNEN, KEUCHEND VOR ANSTRENGUNG Verbissen ringt Nina mit ihrem Perfektionismus um die letzte Zutat, die ihr zur vollkommenen Interpretation der Schwanenkönigin fehlt – Leidenschaft. Denn laut des manipulativ herrischen Ballettmeisters Thomas ist die Mittzwanzigerin durch ihre Fragilität und ihres Anmuts zwar die Idealbesetzung für den unschuldigen weißen Schwan – den bösen Zwilling aber – verführerisch, leidenschaftlich und vor allem hemmungslos – vermag die verkrampfte Nina noch nicht zu verkörpern. Die hyperkontrollierte Tänzerin arbeitet bis aufs Blut an der obsessiven Herausforderung und droht unter dem körperlichen sowie dem steigenden psychischen Druck ein ums andere Mal buchstäblich zusammenzubrechen. Schlussendlich verliert sich Nina aufgrund der vereinnahmenden Schizophrenie im Wahnsinn ihrer eigenen Metamorphose. Vor den Augen des Zuschauers verschwimmen Realität und Fantasie, wird die Verfolgungsparanoia angeblicher Neider so eindringlich spürbar, dass wir zischend die Fäuste ballen oder uns nervös im Kinosessel zusammenkauern, wenn Nina ihre Nagelhaut bis aufs blutende Fleisch abzieht oder ihre Knochen letztlich unter der Last des nicht enden wollenden Trainingprogramms zusammenkrachen.

> Haben wir es hier tatsächlich nur mit einem Einzelfall eines bis zum Äußersten gereizten Geistes zu tun? Portraitiert "Black Swan" nicht mehr als eine fiktive labile Figur, bewusst übertrieben gezeichnet, um dem Publikum eine möglichst fesselnde Story eines intensiven und spannenden Thrillererlebnisses bieten zu können? Wenn das der vorrangige Anspruch Darren Aronofskys

gewesen sein sollte, ist ihm dieser in einem mit Brian De Palmas und Alfred Hitchcocks vergleichbaren, Nerven zerreißenden Stil auf intensivster Sinnesebene gelungen. Warum aber bleibt dann dieser unangenehm echte Nachgeschmack beim Zuschauer hängen? Liegt es an der brillianten Leistung Natalie Portmans, die die filmische Überidentifizierung mit der auferlegten Rolle etwa zu einem Teil ihrer Selbst hat werden lassen und mit Hilfe monatelangem Trainings und radikaler Diät zur unabwendbaren Glaubhaftigkeit ihrer exzessiven Tanzszenen beiträgt? Oder steckt doch mehr Wahrheit in dem Spiegelbild des New Yorker Ballettmekkas Lincoln Center, das der amerikanische Regisseur hier so schonungslos portraitiert. Alles andere als subtil schildert Darren Aronofsky die vielleicht höchste Form der Kunst innerhalb ihrer Erfolgsmühle, die tatsächlich nur zwei Seiten zu kennen scheint:

SCHWARZ UND WEISS, ENTWEDER DU SCHINDEST DICH BIS AUFS Blut und investierst alles für deinen Traum, oder du bist RAUS. ARBEITSLOS, EXISTENZLOS, WERTLOS. DAZWISCHEN GIBT ES NICHTS AUSSER GRAUER LEERE.

Das Ballettgeschäft ist brutal. Der Betrieb setzt nicht nur einhundertprozentige Fitness voraus, sondern droht mit einem Alter einschränkenden Verfallsdatum und verlangt die persönliche Selbstaufgabe aufgrund der absoluten Vereinnahmung durch das so genannte "Method Acting" wie die Figur Nina in "Black Swan" mitreißend offenbart. Und doch unterwerfen sich nach wie vor tausende junger Tänzerinnen und Tänzer dieser ständigen Gren-

zerfahrung und begeben sich freiwillig in die Unterwerfung einer Maschinerie, die ihnen Ruhm und Ehre dank Höllengualen verspricht und sie für ihre größtmögliche Beherrschung mit dem Applaus auf den Brettern, die die Welt bedeuten, belohnt. Verstörend? Ja! Verstörend nachvollziehbar? Dank "Black Swan" ja! Aber wie gelangte Darren Aronofsky in seiner so augenscheinlich authentischen Inszenierung zu einer derart drastischen Nach-

Vielleicht liegt die Geburtsstunde des schwarzen Schwans gar nicht im New Yorker Kunsttempel, sondern erfährt viele Jahre zuvor seinen Ursprung tausende Kilometer entfernt in Europa? Genauer gesagt in der Frankfurter Katharinenkirche.

Gehen wir zurück in das Jahr 1997. In der Vorweihnachtszeit veranstaltet eine Frankfurter Eventagentur an der Hauptwache ein Charity Event zu Gunsten obdachloser Kinder. Neben dem ersten offiziellen Auftritt von Soulsänger Xavier Naidoo, der seine Debütsingle "Frei sein" performt, steht an diesem Abend auch ein Tanzduett der Ballettkünstler Stephen Galloway und Francesca Harper auf dem Programm. Die amerikanische Tänzerin galt zu dieser Zeit bereits als eine der New Yorker Ballettikonen - verzauberte aber in diesem Jahr das Publikum auf der Frankfurter Ballettbühne. Die Leitung der renommierten Company unterlag damals William Forsythe, ein als äußerst dominant und tyrannisch lehrender Ballettmeister verschrien, für seine modern inszenierten klassischen Stücke allerdings weltweit gefeiert und als berühmter Choreograph bekannt. Das Figurenprofil erinnert Sie



Vincent Cassel als tyrannischer Ballettmeister "Thomas"

an einen anderen fast schon fanatischen Ballettmeister? Nun, die Ähnlichkeit zu dem von Vincent Cassel verkörperten "Thomas" wird nicht die letzte Parallele zu "Black Swan" bleiben.

Der Produzent von Stephen Galloway, Andrej Ristic, schlägt Francesca Harper an dieser Wohltätigkeitsveranstaltung eine Zusammenarbeit vor und übernimmt von da an die musikalische Gestaltung ihrer Soloprojekte, die bis heute am Broadway große Erfolge feiern. Während sich die New Yorker Tänzerin auf ihrer unvergessenen Tour mit dem Forsythe-Ensemble und bei den von Ristics' Bühnenmusik begleiteten Auftritten im Theater Graz in ganz Europa bejubeln lässt, trifft ihr Mann, ein erfolgreicher New Yorker Anwalt, in der Heimatstadt auf den aufstrebenden Regisseur Darren Aronofsky. Beide gehen in die gleiche jüdische Gemeinde. Aronofsky hat sich zu diesem Zeitpunkt bereits mit seinen Independant-Filmen wie " π " oder "Requiem for a dream" in Hollywood einen Namen gemacht und arbeitet 2001 an der Realisierung seines nächsten Kunstwerks – der Geschichte einer labilen, aber dennoch äußerst strebsamen jungen Frau, die erkämpft. Auf einer Cocktailparty gemeinsamer Freunde wird dem Filmemacher schließlich Francesca Harper vorgestellt, die Aronofsky spontan als technische Beraterin engagiert. Man ent-

schließt sich, erste Moods zu drehen und die Atmosphäre des Ballettlebens hinter den Kulissen anhand echter Eindrücke in kurzen Screenings zu dokumentieren. Francesca Harper zieht Andrei Ristic hinzu, um den daraus entstandenen Kurzfilm zu vertonen. Schon hier entsteht eine außergewöhnliche Verbindung aus Klassik und Moderne, die anhand kombinierter Musikuntermalung mit traditionellen Pianoklängen und elektronischen Soundscapes die Zeitlosigkeit dieser Thematik aufzeigt. Francesca Harper gewinnt 2005 mit diesem ergreifenden Kurzfilm den Fine Arts Award auf dem "Black International Filmfestival" in Berlin, womit die schwarzen Flügelschläge wiederum kurz die zweite Heimat Deutschland streichen, bevor sie schlussendlich vier Jahre später ganz zu den Dreharbeiten zu "Black Swan" nach New York zurückkehren. Francesca Harper steht Darren Aronofsky als Expertin und Insiderin im Ballettgeschäft zur Seite, gemeinsam besuchen sie Proben und Tanzaufführungen und diskutieren Hintergrundinformationen und Feedback der professionellen Tänzerin. Als technische Beraterin hat Francesca Harper das Recht und die Aufgabe ganze Szenenblöcke abzulehnen und erneut drehen zu lassen, wenn sie ihrer Meinung nach nicht die gewünschte Authentizität erreichen. Teilweise mussten so komplette Szenen neu abgedreht und vertont werden. So radikal manch eine Einstellung in "Black Swan" also auch auf den Zuschauer wirken mag, so radikal ehrlich ist sie auch.

Gemeinde. Aronofsky hat sich zu diesem Zeitpunkt bereits mit seinen Independant-Filmen wie "π" oder "Requiem for a dream" in Hollywood einen Namen gemacht und arbeitet 2001 an der Realisierung seines nächsten Kunstwerks – der Geschichte einer labilen, aber dennoch äußerst strebsamen jungen Frau, die sich ihren Platz als feste Größe des New Yorker Ballettmetiers erkämpft. Auf einer Cocktailparty gemeinsamer Freunde wird



La Plantation d'Albion 54, Mauritius

Club Med !!

WELTWEIT URLAUBSGLÜCKLICH

Club Med steht dafür, Ihren Träumen zu einigen der atemberaubendsten Reisezielen weltweit zu folgen. Für eine erholsame Auszeit vom Alltag mit Entspannung und unvergleichlichen Urlaubserlebnissen. Wohin Sie Ihre Reise auch führt, mit dem **Premium All-Inclusive-Angebot** von Club Med können Sie sich im Urlaub ganz entspannt zurücklehnen und die Sicherheit genießen, dass mehr Exklusives bereits inklusive ist:

- Unverwechselbare Resorts in einzigartiger Lage
 - Zahlreiche sportliche Aktivitäten, z.B. Wasserski oder Golf
- Skipass und Gruppenskikurs in den Schnee-Resorts
- Kinderbetreuung von 4 bis unter 18 Jahren
- Entspannung f
 ür alle Sinne
- All-Inclusive Gourmet-Küche in Premiumqualität
- Hin-/Rückflug sowie Transfer zum Club-Resort (bei Buchung von Aufenthalt und Flug)







more exclusive more inclusive



EINE BERÜHRUNG DES SAPHIRDISPLAYS ERÖFFNET IHNEN EINE GANZE WELT EXKLUSIVER ERLEBNISSE



LIFE BEAUTIFULLY ARRANGED

VERTU