VOLUME **04** | 5,00 EUR

THE RARE EDITION

MOOK MAGAZIN

DER ULTIMATIVE LONDON GUIDE

DIE GROSSE LILLET STORY

THE MAN BEHIND THE GOLDEN KEYS

DER GASTRONOM DES JAHRES PACKT AUS

WRAITH

And the world stood still

Introducing Wraith – the most dynamic Rolls-Royce in history. Experience the power, style and drama for yourself.

ROLLS ROYCE

Procar Automobile GmbH & Co. KG, Authorised Rolls-Royce Motor Cars Dealer, Bayerische Allee 1, 50858 Köln
Michael Gleissner Tel: +49 (0) 2234 915 127 Mobile: +49 (0) 163 33 99 127
www.rolls-roycemotorcars-cologne.de

Fuel economy figures (l/100km): Urban 21.2 / Extra urban 9.8 / Combined 14.0. CO2 emissions (combined): 327 (g/km). Exhaust emission Standard EU-5. Energy efficiency category: G.
© Copyright Rolls-Royce Motor Cars Limited 2013. The Rolls-Royce name and logo are registered trademarks.

MOOK
INSIDE

Behind the Scenes	04
The Gadgeteer	06
Der Gastronom des Jahres packt aus	08
Mon amie Maxi	18
Interview mit Frank Möbes	34
Der ultimative London Guide	36
The London Style	60
Spektakuläre Hoteleröffnungen 2013	62
The Ambassadors	70
Rolls-Royce Wraith	92
Es gibt nur ein Original – das Original	94
Behind the golden Keys	96
Timos Tipps	100
Die Carrera von TAG Heuer wird 50!	102
Classics vs. Newcomer	108
Zenzakan Kitchen Heroes	120
Die große Lillet Story	130
Mooks Winery	134
The Ivory Club	138
Das Spa im Frankfurter Hof	140
Beefeater Bartender Competition at Zenzakan	142
Die Mook Events	144
Celebrity Spotting	154
Zwei Platzhirsche im Zenzakan	158
Party Pics	160
Next Level Productions	174

50 YEARS OF CARRERA
TAGHeuer
GREEN CROSS
EINE PARTNERSCHAFT FÜR DEN SCHUTZ UNSERES PLANETEN
Leonardo DiCaprio und TAG Heuer engagieren sich gemeinsam für die Initiativen des Green Cross International. Für mehr Informationen gehen Sie bitte auf www.tagheuer.com
TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860
Carrera 1887
Boutique München • Theatinerstraße 44 • 80333 München • Tel. 089 25 54 72 90
Boutique Frankfurt • Goethestraße 4–8 • 60313 Frankfurt • Tel. 069 13 38 53 26

IMPRESSUM

MOOK MAGAZIN - The Rare Edition
eine Publikation der Mook Group
Rathenauplatz 2-8
60313 Frankfurt am Main
Tel.: 069 289895
info@mook-group.de
www.mook-group.de

Herausgeber:
Christian Mook (V.i.S.d.P.)

Redaktion und Realisation:
Next Level Productions GmbH
Friedensstr. 2
60311 Frankfurt am Main
Tel.: 069 264 89 770
Geschäftsführer: Daniel Rowan
info@nextlevelproductions.de
www.nextlevelproductions.de

Chefredaktion:
Christian Mook

Stellvertretende Chefredakteur/in:
Birgit Rose
Feres Ladjimi
(Mook Group)

Chefin vom Dienst:
Jennifer Weidner
(Next Level Productions)

Redaktionelle Mitarbeit:
David Wohde
(EOS Project Service),
Sabine Schmitt,
Stefanie Reichel

Fotoproduktion und Bildbearbeitung:
Nikita Kulikov

Art Director:
Denise Mihalowitsch
(Next Level Productions)

Lektorat:
Agapi Tiffert

Anzeigendisposition:
Birgit Rose und
Feres Ladjimi
(Mook Group)
Ioana Andrei

Verlag:
Next Level Productions GmbH
Friedensstr. 2
60311 Frankfurt am Main

Titelbild:
Foto: Nikita Kulikov
Model: Michaela Mock
Makeup-Artist: Annika Nolepa

Druck:
ZARBOCK Druck- und Verlagshaus
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main

Vertrieb:
Next Level Productions GmbH

Der Export des Mook Magazins und der Vertrieb im Ausland sind nur mit Genehmigung gestattet.

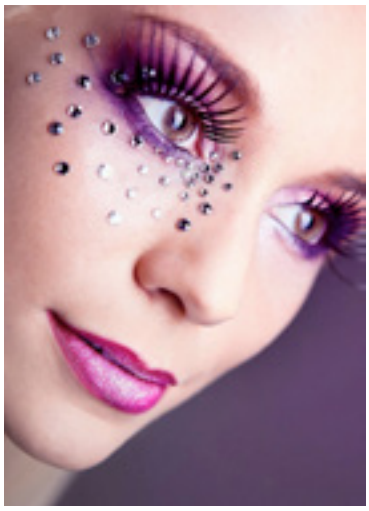
Copyright:
© 2013 (für den Inhalt, soweit nicht anders angegeben) by Mook Group
Rathenauplatz 2-8
60313 Frankfurt am Main

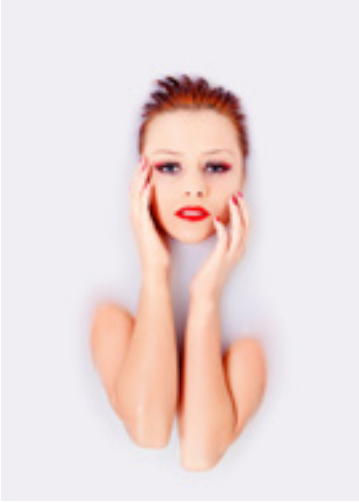
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bilder usw. wird keine Haftung übernommen.

Behind the Scenes

THE COVER SHOOT

AM SET DES COVER SHOOTINGS FÜR DAS NEUE MOOK MAGAZIN TRAFEN WIR NIKITA KULIKOV, DEN FOTOGRAFEN, DAS MODEL FRAU MICHAELA MOOK UND ANNIKA NOLEPA, ZUSTÄNDIG FÜR HAIR & MAKE-UP.





M: NIKITA, HEUTE DAS COVER ZU SHOOTEN - SICHER EIN HIGHLIGHT FÜR DICH, ODER?
NK: Absolut! Ich bin sehr stolz und freue mich mit meiner Arbeit einen Teil zu einer fantastischen Ausgabe des Mook Magazins beigetragen zu haben.

M: WIE KAMST DU EIGENTLICH ZUR FOTOGRAFIE UND IST DAS HEUTE DEIN TRAUMJOB?
NK: Früher fehlte mir Kreativität in meinem Job. Den Wunsch, das bisher freie Potenzial für die professionelle Fotografie zu nutzen, konnte ich mir jedoch zunächst noch nicht erfüllen. Eine Bekannte der Familie bekam an Weihnachten eine Kamera geschenkt und dies auch noch ungewollt. Hier sah ich meine Chance, ich kaufte ihr eben diese Kamera ab und so begann die Zeit der Bilder in meinem Leben. Im letzten Jahr hatte ich die z.B. die Gelegenheit, für das Buch „Die Fußball- Europameisterschaft 2012“ von Gerhard Mayer-Vorfelder fotografisch festzuhalten und bin zwei Wochen durch die Ukraine gereist, um die EM aus allen Blickwinkeln zu fotografieren. Wer würde da nicht von einem Traumjob reden?

M: MIT WELCHER KAMERA SCHIESST DU AKTUELL AM LIEBSTEN?
NK: Die ersten beiden Jahre habe ich mit einer Canon 400d fotografiert. Mittlerweile kann ich 2 Canon 5D Mark II und mehrere Objektive der L-Serie (u.a. f2.8 70-200; f2.8 16-35; f2.8 24-70; f1.2 85) mein Eigen nennen. Meinen Bestand würde ich gerne um eine Canon 1D X erweitern, mein momentanes Highlight am Markt. Jedoch ist es nicht die Kamera, die ein wirklich gutes Bild entstehen lässt, ausschlaggebend sind die Linse und das Know-how des Fotografen.

M: WELCHES WAR DEIN AUSSERGEWÖHNLICHSTES SHOOTING?
NK: Das waren viele und ich hoffe es werden noch sehr viele folgen. Welches mir jetzt spontan ins Gedächtnis kommt, ist das „Milky Way Shooting“, das Ergebnis war sensationell. Das aus diesem Shooting entstandene Bild begleitet mich seither auf meiner Visitenkarte und ist stets präsent.

M: DEINE HIGHLIGHTS 2013 WAREN?
NK: Neben diversen Shootings für Magazine, wie die Vogue Business oder das Fizzz, konnte ich dieses Jahr bereits in zahlreichen neuen Projekten mein Können unter Beweis stellen und weitere Kunden u.a. aus der Automobilbranche, für mich gewinnen. Viele Highlights findet man aber auch hier im Magazin z.B. die Foodstrecken, Interieur Aufnahmen der Locations oder die legendären Zenzakan Event Impressionen.

Annika Nolepa

Als ausgebildete Make-Up Artist ist Annika seit 2010 deutschlandweit selbstständig tätig. Große Momente waren dieses Jahr die Umsetzung von Make-Up & Styling für Stars wie Jessica Schwarz und Alexandra Neldel. Die „kreative Verwandlung von Menschen“ macht Annika hierbei am meisten Spaß.

www.annika-makeupartist.de annika nolepa | make-up artist

Nikita Kulikov

Geboren in Moskau und wohnhaft im schönen Frankfurt, legt Nikita sein Hauptaugenmerk darauf, Emotionen auf Bildern einzufangen. Auch in der aktuellen Ausgabe des Mook Magazins kann Nikita seine Ergebnisse eindrucksvoll präsentieren.

www.nikita-kulikov.de

Make-up Artist: **Annika Nolepa** Cover Model: **Michaela Mook** Set Koordination: **Jennifer Weidner**

M: ANNIKA, HEUTE DURFTEST DU FRAU MOOK FÜR DAS COVER STYLEN. WIE WAR DIE ZUSAMMENARBEIT?

AN: Ganz entscheidend für ein erfolgreiches Shooting ist die Stimmung am Set. Frau Mook und ich haben uns sehr gut verstanden. Somit ist es ein Leichtes oft stundenlang Geduld aufzuweisen und mit der Crew am Set Zeit zu verbringen um ein Ergebnis, wie dieses tolle Cover, zu erzielen.

M: LIEBE FRAU MOOK, IHR GESICHT ZIERT NUN DAS WUNDERBARE COVER TAUSENDER MOOK MAGAZINE - WIE KAM ES DAZU UND SIND SIE MIT DEM ERGEBNIS AUCH SO ZUFRIEDEN?

MM: Mein Debüt als Cover Model hat mir sehr viel Spaß gemacht. Die Idee kam meinem Mann relativ spontan und gefiel mir von Anfang an. Das Ergebnis finde ich sehr ansprechend und alle am Set haben vollen Einsatz gezeigt. Ich freue mich jedenfalls, auch einen Teil zu der Arbeit meines Mannes und dem Mook Magazin beitragen zu können, und bin durchaus ein wenig stolz.

„Ein Moneyshot entsteht, wenn

Fotograf, Stylist und Model

die gleiche Sprache sprechen und

dennoch nicht viel reden“

THE GADGETEER

THE GOOD – THE BAD – THE CRAZY

Die ultimativen Gadgets für den „Craving Carnivore 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...

RUBY HELME

Mit dem Carbon Helm von Atelier Ruby ist man immer gut behütet. Hier trifft lässiger Vintage-Look auf High-tech. Das Ding muss also her. Der Preis von 930,- Euro ist geradezu lächerlich.

www.ateliersruby.com

CONWAY E-RIDER

Der Conway E-Rider X-trem ist ein Mountainbike für echte Carnivores Connaisseures. Der coole E-Rider katapultiert den Fahrer mit Hilfe eines mächtigen 1000 Watt Motors förmlich die Berge hinauf. Das Powerbike ist auch abseits befestigter Straßen nicht aufzuhalten und ermöglicht Motocross-ähnliche Fahrleistungen. Die brutale Optik und die überragende Geländetauglichkeit machen den E-Rider zum Monster-Truck unter den Elektrofahrrädern. In Anbetracht des riesigen Spaßfaktors ist der Preis von 6.995,- Euro eigentlich überhaupt nicht erwähnenswert.

www.conway-bikes.de

QUAD-SKI

Ein paar anständige Amphibienfahrzeuge gehören heutzutage einfach in den Fuhrpark eines jeden Milliardärs. Der Quad-Ski von „Gibbs Sports“ erreicht auf Land und zur See weit über 70 km/h. Der Quad-Ski eignet sich auch ideal als neues Toy für die Mega-Yacht. Der Preis ist deshalb natürlich völlig irrelevant.

www.gibbssports.com

GOLF CART

Klassische Golf Carts sind ja so was von 2010. Der Golfer von heute schwebt über den Dingen. Mit dem Golf Hoovercraft von Hammacher und Schlemmer gleitet man minimal invasiv über alle Bunker, Greens und Ponds. Der Preis von $58.000,- erscheint in Anbetracht dieser Tatsache als geradezu lächerlich. Man tut ja sonst nichts für die Umwelt.

www.hammacher.com

DER WILD-WEST SAFE

Du brauchst einen coolen Maximum Security Safe für deine neue Blockhütte in Aspen? Die Firma Stockinger Tresore kann helfen.

www.stockinger.com

XXL OUTDOOR TV

Bock auf eine Runde Fußball gucken im Garten? Der XXL Outdoor Klapp-Fernseher von Cseed entfaltet sich innerhalb von 40 Sekunden vollautomatisch aus einem riesigen Bodentank. Mit einer Bildschirmdiagonale von über 5 Metern ist der Cseed wohl aktuell der größte LCD Fernseher der Welt. Deine Kumpels vom Poloclub werden vielleicht Augen machen. Der Preis von nicht einmal 600.000,- Euro erscheint der Mook Redaktion deshalb als völlig angemessen.

www.cseed.tv

DER GASTRONOM DES JAHRES PACKT AUS

CHRISTIAN MOOK, BETREIBER VON M-STEAKHOUSE, SURF 'N TURF, IVORY CLUB, ZENZAKAN UND MON AMIE MAXI

M: MIT DEM „MON AMIE MAXI“ HABEN SIE SCHON WIEDER EIN RESTAURANT ERÖFFNET. AUCH MUNKELT MAN IN FRANKFURT, DASS SIE ETWAS NEUES IN PLANUNG HÄTTEN. ERNSTHAFT, BEKOMMEN SIE DEN HALS DENN NIE VOLL?

CM: Geld war noch nie mein Antrieb. Auch ist es so, dass man sich mit Gastronomie sicherlich kein Schloss an der Loire leisten kann, zumindest nicht so, wie ich sie betreibe. Meine Währung ist Zufriedenheit und die generiere ich über ganz andere Dinge.

„WIR KREIEREN TRENDS UND RENNEN IHNEN NICHT HINTERHER“

M: DIE DA WÄREN?

CM: Über begeisterte Gäste, glückliche Mitarbeiter und ein intaktes Privatleben. Aktuell freue ich mich jeden Tag über unser neues Restaurant-Baby „Mon amie Maxi“.

M: WIE MAN HÖRT EIN GROSSER ERFOLG.

CM: Da hört man ganz richtig. Glücklicherweise ist das „Mon amie Maxi“ eingeschlagen wie eine Bombe. Ganz offensichtlich hat in Frankfurt wirklich eine Brasserie und Austern-Bar gefehlt. Ich sage immer: Das einzige, was hier nicht geklappt hat, war die Idee eines Soft-Openings.

M: MIT DEN ERSTEN ZAHLEN SIND SIE ALSO ZUFRIEDEN?

CM: Die Zahlen überflügeln bisher sogar unsere Erwartungen. Die Auslastung in den ersten Monaten war einfach brutal. Wir haben bewusst ohne Werbung aufgemacht und waren trotzdem sofort proppevoll. Erst im Juli und August konnten wir dann endlich etwas durchatmen und uns an das Feintuning machen.

M: WAS MEINEN SIE MIT FEINTUNING?

CM: Arbeitsabläufe verbessern, Gerichte optimieren und die Speisekarte perfektionieren. Wir hatten ja keinerlei Möglichkeiten, uns warmzulaufen. Ab Tag eins wurden wir förmlich überrannt. Der Sommer war jetzt ideal, um an der Karte zu feilen und alles fürs Wintergeschäft zu optimieren. Wir waren sehr fleißig und die Karte steht endlich genau so, wie ich sie mir immer vorgestellt habe.

M: WELCHE IDEE STECKT HINTER DER „MON AMIE MAXI“-SPEISEKARTE?

CM: Die Idee war, eine Speisekarte zu kreieren mit den vergessenen Klassikern der Brasserie-Küche. Deftige französische Hausmannskost, die jeder mag und die man eigentlich nirgends mehr bekommt.

M: KÖNNEN SIE EINMAL EIN PAAR BEISPIELE GEBEN?

CM: Wir haben beispielsweise Gerichte auf der Karte wie: Œuf Mayonnaise, Enten-Rillettes, gratiniertes Knochenmark, Brandade de Morue, Hachis Parmentier und gebackenen Kalbskopf mit Sauce Ravigote. Wo findet man noch solche Gerichte auf einer Speisekarte?

„MEINE WÄHRUNG IST ZUFRIEDENHEIT UND DIE GENERIERE ICH ÜBER GANZ ANDERE DINGE“

M: SIE HABEN VERGESSEN, DIE LEGENDÄREN PLATEAUX DE FRUITS DE MER ZU ERWÄHNEN.

CM: Gut, dass Sie mich daran erinnern. Unsere mehrstöckigen Austern- und Meeresfrüchteplatten sind natürlich auch ein absolutes Highlight auf unserer Karte. Besonders gut läuft unsere Etagère-Extraordinaire, eine spektakuläre Mischung aus kalten und warmen Vorspeisen.

M: WIE KAMEN SIE EIGENTLICH AUF DIE IDEE ZUM „MON AMIE MAXI“?

CM: Alle unsere Restaurants sind immer ein Spiegel unserer persönlichen Vorlieben. Wir hatten Lust, ein Restaurant zu machen, das stark auf Meeresfrüchte und Innereien fokussiert. Eine französische Brasserie und Raw-Bar ist da natürlich sehr naheliegend. Die

Initialzündung war dann allerdings ein Gespräch mit einem Stammgast. Wir unterhielten uns dabei über das Balthazar in New York und das Bouchon in Las Vegas. Wir stellten fest, dass es vergleichbar stringente Brasserie-Konzepte mit integrierter Austern-Bar einfach noch nicht in Deutschland gibt.

M: WIE WICHTIG IST ES IHNEN, KONZEPTE ZU REALISIEREN, DIE ES IN DIESER FORM NOCH NICHT IN FRANKFURT GIBT?

CM: In meinem ersten Mook Magazin Interview habe ich gesagt, dass wir keine in Frankfurt etablierten Konzepte abkupfern und niemals Führungskräfte von Kollegen abwerben. Zu beiden Aussagen stehe ich auch weiterhin. Das hat etwas mit Stolz, Prinzip und Ethik zu tun. Unser Firmencredo war immer: "Innovate, don`t imitate." Die Mook Group ist gut, und das werde ich auch nicht ändern. Wir realisieren nur Konzepte, die sich durch ihre Alleinstellungsmerkmale profilieren. Wir kreieren Trends und rennen ihnen nicht hinterher.

M: DAS SCHÜTZT SIE ABER NICHT VOR PLAGIATEN.

CM: Nein, das tut es natürlich nicht. Ich kann ja auch nur von uns sprechen. Als erfolgreicher Pionier muss man aber damit leben, dass auch Kollegen ohne eigene Ideen eine Scheibe vom Kuchen abhaben wollen. Erfolg weckt nicht nur Neid, sondern auch immer Begehrlichkeiten. Das ist halt einfach nicht unser Weg. Die Gäste haben aber die Wahl. Jeder kann entscheiden, ob er Risikobereitschaft, Originalität und Pioniergeist honoriert oder nicht. Glücklicherweise sind aber viele Gäste empathisch und entscheiden sich final richtig. Leider aber nicht alle.

M: KEINE ANGST, DASS IHNEN SELBER MAL DIE IDEEN AUSGEHEN?

CM: Nein, diese Gefahr sehe ich noch lange nicht. Frankfurt hat noch Potential und wir haben noch viele tolle Restaurant-Konzepte im Köcher. Konzepte, die noch nicht in Frankfurt realisiert wurden. Wir sind selber innovativ und müssen uns nicht auf Kosten anderer bedienen. Was uns viel eher bremst, ist die Bürokratie und der Mangel an coolen Locations.

„WER HEUTE DEN ANSCHLUSS VERPASST, IST SCHNELL WEG VOM FENSTER“

M: WARUM HABEN SIE BISHER NIEMALS ZWEIMAL DAS GLEICHE KONZEPT REALISIERT?

CM: Wir suchen uns immer den steilsten Berg. Dinge, die wir bereits können, reizen uns nicht mehr. Ein weiterer Grund ist natürlich, dass wir uns mit unseren eigenen Konzepten nicht gegenseitig kannibalisieren wollen.

M: SIE KÖNNTEN DOCH FILIALEN IN ANDEREN STÄDTEN ERÖFFNEN.

CM: Das ist wiederum eine spannende Option. Speziell London, New York oder die Emirate könnten mich schon sehr reizen. Das sind die Orte, in denen man Konzepte wie unsere sehr schätzt. Wir hatten auch schon diverse Franchising-Anfragen aus dem Ausland. Mal sehen, was die Zukunft so bringt. Ich bin grundsätzlich sowieso immer für alles offen. Wer weiß, vielleicht widme ich mich sogar irgendwann mal meiner zweiten großen Leidenschaft, der Hotellerie.

M: AUF WELCHES IHRER ZAHLREICHEN KONZEPTE SIND SIE BESONDERS STOLZ?

CM: Heutzutage gastronomisch etwas komplett Neues zu erfinden, ist praktisch unmöglich. Deshalb bin ich natürlich besonders stolz auf die Idee mit "The Ivory Club." Die Formel „englischer Explorer-Club im kolonialen Indien” ist bis heute weltweit absolut einmalig. Selbst in London gibt es nichts Vergleichbares. Als ich die Idee am Anfang mit Freunden und Kollegen besprochen habe, wurde ich allerdings immer nur belächelt. Alle haben mir dringend davon abgeraten, ein Restaurant mit indischer Küche zu eröffnen.

M: OFFENSICHTLICH WAREN SIE ABER BERATUNGSRESISTENT.

CM: Glücklicherweise bin ich standhaft geblieben. Gerade eben erst wurde der Ivory Club vom „Feinschmecker“ Magazin mit zwei „F“ ausgezeichnet. Damit ist der Ivory Club das beste indische Restaurant in ganz Deutschland. Auch geht diese Erfolgsgeschichte ja nun schon in das achte Jahr. Der Ivory Club ist ein echter Klassiker und kein Strohfeuer, wie viele prophezeit haben. Wir waren von Anfang an ausgebucht und konnten sogar schon kurz nach der Eröffnung den Preis für das innovativste Corporate Design abräumen.

„OHNE MEINEN FREUND UND WINGMAN FERES LADJIMI, DAS TOLLE TEAM UND MEINE PERFEKTE OFFICE-MANNSCHAFT HÄTTE ICH DAS NIE GESCHAFFT”

M: DAS WAREN ABER NICHT DIE EINZIGEN PREISE, DIE SIE IN DER LETZTEN ZEIT EINHEIMSEN KONNTEN.

CM: Die letzten paar Jahre sind wirklich ganz gut gelaufen. Wir haben so ziemlich alles abgeräumt, was man gewinnen kann, und für den Rest waren wir zumindest nominiert.

M: ÜBER WELCHEN PREIS HABEN SIE SICH DABEI AM MEISTEN GEFREUT?

CM: Am meisten habe ich mich sicherlich gefreut, als das „Zenzakan“ vom Busche Verlag zum besten ausländischen Restaurant Deutschlands gewählt wurde.

M: WAREN SIE DAMALS DAS ERSTE MAL AUF EINER BUSCHE GALA?

CM: Ja, das war natürlich noch ein phantastischer Bonus. Die Busche

Gala ist einfach das Branchentreffen schlechthin. Wenn der Busche Verlag ruft, versammelt sich wirklich das komplette Who-is-Who der Gourmetbranche. Ich konnte hier tolle Kontakte knüpfen und viele nette Kollegen kennenlernen.

M: NUR EIN JAHR SPÄTER WURDEN SIE DANN AUCH NOCH ZUM GASTRONOM DES JAHRES GEWÄHLT. SICHERLICH AUCH EIN TOLLES GEFÜHL?

CM: Klar habe ich mich auch darüber sehr gefreut. Allerdings wusste ich am Anfang überhaupt nicht mit der Auszeichnung umzugehen. Ich sehe die Auszeichnung auch ganz klar als Teamleistung. Ohne meinen Freund und Wingman Feres Ladjimi, das tolle Team und meine perfekte Office-Mannschaft hätte ich das nie geschafft. Ich bin eigentlich auch eher ein scheues Reh. Ich habe immer versucht, mich als Person nicht in den Mittelpunkt zu rücken. Mein Motto war immer: Das Konzept ist der Star. Ich betreibe seit über 16 Jahren Gastronomie. In dieser Zeit habe ich mich beispielsweise nicht ein einziges Mal fotografieren lassen. Selbst in unserem ersten eigenen Magazin war kein Bild von mir zu sehen.

M: JETZT GIBT ES AUF EINMAL FOTOS VON IHNEN. WARUM HABEN SIE IHRE MEINUNG GEÄNDERT?

CM: Eigentlich habe ich meine Meinung dazu nicht geändert. Mit der Auszeichnung war das Thema allerdings durch. Seit diesem Zeitpunkt konnte ich mich ja nicht länger drücken. Jetzt ist es mir auch egal. Die Katze ist ja schließlich aus dem Sack. Jeder, der wissen möchte, wie ich aussehe, kann das jetzt ganz leicht googeln. Auch ist es ja nicht so, dass ich ein Schamane bin, der glaubt, dass Fotos ihm die Seele rauben würden. Im privaten Bereich habe ich mich ohnehin schon immer fotografieren lassen.

„ALLES IST EIN GEBEN UND NEHMEN“

M: SIE SAGTEN, SIE SIND EIN SCHEUES REH. WIE FÜHLT ES SICH DENN AN, WENN DIE BILD ZEITUNG ÜBER EINEN TITELT: KING MOOK IST DEUTSCHLANDS GOURMET-GOTT?

CM: Oh je, das hat wirklich jeder gelesen. Hätte mir jemand vor ein paar Jahren erzählt, dass das mal eine Schlagzeile in der BILD Zeitung werden würde, ich hätte ihn glatt für verrückt erklärt.

M: EIGENTLICH NICHT SCHLECHT FÜR JEMANDEN, DER IMMER GEBETSMÜHLENARTIG BEHAUPTET HAT, SEINE KONZEPTE WÜRDEN POLARISIEREN.

CM: Stimmt schon, ich war immer sehr stolz darauf, dass unsere Konzepte polarisieren. Ich fand es immer toll, wenn ich gehört habe: „Ach, das ist doch hier alles viel zu newyorky“ oder „So was passt doch eigentlich nur nach Dubai“. Ich habe das immer sehr genossen und den Nimbus auch gepflegt. Nach 16 Jahren muss ich aber langsam wohl eingestehen, dass das nicht mehr so stimmt. Mittlerweile beschäftigen wir fast 150 feste Mitarbeiter. An starken Tagen verpflegen wir bis zu tausend Gäste. Hier kann man wohl kaum noch von einer polarisierenden Nische sprechen. Auch höre ich solche Sachen eigentlich überhaupt nicht mehr. Nein, die Zeiten als cooler Rebell sind definitiv vorbei.

M: WORAN GLAUBEN SIE LIEGT DAS?

CM: Die Menschen sind heute auf einem ganz anderen kulinarischen Level als noch vor ein paar Jahren. Als wir vor 16 Jahren das erste Upscale-Steakhouse in Deutschland eröffnet haben, dachten die meisten unserer Gäste noch, eine Baked-Potato wäre eine typische Beilage zum Steak. Heute unterhalte ich mich mit meinen Gästen wie selbstverständlich darüber, wo man den besten Otoro in Chicago serviert bekommt. Fast jeder hat mittlerweile schon einmal bei „Peter Luger“ gegessen und hat sein Lieblingsgericht im „Zuma“. Ich habe auch den Eindruck, dass die Menschen heute viel bewusster reisen und Essen ihnen dabei immer wichtiger wird. Eine sehr schöne Entwicklung, von der wir sehr profitieren.

„ICH GLAUBE FEST AN DIE KRAFT DER KOLLEKTIVEN INTELLIGENZ“

M: IN WELCHER FORM PROFITIEREN SIE DAVON?

CM: Natürlich können nur Kenner eine Leistung richtig beurteilen. Die Menschen verstehen einfach heutzutage viel besser, was wir tun, und schätzen es dementsprechend natürlich auch viel mehr.

M: WIRD DADURCH NICHT AUCH ALLES VIEL ANSPRUCHSVOLLER?

CM: Natürlich, das Niveau steigt unaufhörlich. Das ist auch der Grund, warum wir ständig zu unseren Gastronomie Expeditionen aufbrechen. Wer heute den Anschluss verpasst, ist schnell weg vom Fenster. Wir werden nun an internationalen Konzepten gemessen. Wir müssen wach sein und bleiben dementsprechend auf Trab. Unsere Mitbewerber sitzen nicht mehr nur in Deutschland, sondern in Vegas, L.A. und London. Die ganze Entwicklung empfinde ich aber als sehr positiv. Das Interesse an spannender Gastronomie wächst und davon profitieren im Endeffekt alle. Das sehe ich auch sehr schön an der tollen Resonanz auf meinen Blog. Das Bloggen ist für mich sowieso eine sehr dankbare Sache geworden.

M: INWIEFERN DANKBAR?

CM: Ich schreibe ja schon seit Längerem gelegentlich Artikel für diverse Magazine. Auch habe ich meine feste Kolumne im FIZZZ Magazin. Allerdings schreibt man dort meistens ins Nirwana. Beim Blog erhalte ich sofort ein Feedback auf meine Arbeit. Leute schreiben mir E-Mails oder sprechen mich direkt im Restaurant darauf an. Das ist natürlich eine sehr befriedigende Angelegenheit. Auch entsteht über den Blog eine sehr schöne Interaktion mit meinen Gästen. Viele meiner Tipps habe ich vorher von meinen Gästen bekommen. Wir wachsen zusammen und befruchten uns gegenseitig. Alles ist ein Geben und Nehmen. Wir sind dadurch nicht nur eine schnöde Kneipe, sondern eine Community von Gleichgesinnten.

M: WAS IST SCHWERER, ÜBER RESTAURANTS ZU SCHREIBEN ODER SIE ZU BETREIBEN?

CM: Über Restaurants zu schreiben ist total leicht, das sieht man ja daran, wie viele es so phantastisch können. Ein Restaurant jahrelang erfolgreich am Markt zu halten, ist da schon eine ganz andere Hausnummer.

M: GIBT ES AUCH RESTAURANTS, ÜBER DIE SIE NICHT SCHREIBEN WÜRDEN?

CM: Eigentlich schreibe ich über die wenigsten Restaurants, die ich besuche. Ich schreibe ausschließlich über Restaurants, die ich wirklich toll und spannend finde. Auch schreibe ich eher nicht über Restaurants wie „Manresa“, „Alinea“ oder „Eleven Madison Park“.

M: WARUM?

CM: Das sind grandiose Restaurants, die ich sehr liebe. Was soll ich da aber noch schreiben? Die Restaurants kennt doch schon jeder. Viele haben dort schon gegessen oder zumindest in Zeitungen und Magazinen darüber gelesen. Ich finde, da muss ich nicht auch noch meinen Senf dazugeben. Es ist auch eine sehr intuitive Entscheidung. Ich glau-

be, ich würde mich dabei auch irgendwie wie ein Klugscheißer fühlen. Ich lasse deshalb tendenziell lieber die Finger von Mehrsternern. Es gibt so viel spannende Gastronomie, über die in Deutschland keinerlei Berichterstattung stattfindet. Um die kümmere ich mich dann halt.

„LECKER KOCHEN REICHT HEUTE EINFACH NICHT MEHR AUS. DIE MENSCHEN WOLLEN EMOTIONAL ABGEHOLT WERDEN“

M: HABEN SIE AUCH SCHON MAL EINEN ZERRISS GESCHRIEBEN?

CM: Nein, das würde ich sicherlich nie tun. Ich bin ganz bestimmt nicht der Typ, der seine Kollegen diskreditiert. Ich spreche über Kollegen sowieso grundsätzlich nie schlecht. Auch bin ich als Autor vornehmlich Fan und Konsument. Ich möchte den Menschen Freude an der Gastronomie vermitteln und sie nicht vor irgendjemandem warnen. Wenn ich ein Lokal nicht mag, schreibe ich einfach nicht darüber.

M: KEINE ANGST, DASS IHNEN MAL DIE TINTE AUSGEHT?

CM: Ich versuche im Monat zwei bis drei gute Artikel in den Blog zu hieven. Bei diesem Arbeitstempo halte ich noch locker ein paar Jahre durch. Auch ist es ja nicht so, dass wir aufgehört haben zu recherchieren. Ich habe also noch lange Tinte auf dem Füller. Und wenn ich mal keine Lust habe, schreibe ich halt einen Monat nichts. Ich setze mich nie unter Druck und bleibe dadurch locker und heiß. Ich bin nämlich nur gut, wenn ich heiß und locker bin, das unterscheidet mich übrigens von meinen professionellen Kollegen.

M: ALSO KEINE LUST, DIE BRANCHE KOMPLETT ZU WECHSELN.

CM: Wohl eher nicht. Ich habe großen Respekt vor der schreibenden Zunft. Das sehe ich immer, wenn mal wieder ein Abgabetermin näher rückt. Ich breche dann förmlich zusammen und leide unter einer totalen Schreibblockade. Nein, journalistisch professionell zu arbeiten, ist ein ganz anderes Kaliber.

M: IHR SCHREIBSTIL IST OFT RECHT EIGENWILLIG. KOMMT DAS BEI JEDEM GUT AN?

CM: Mein Schreibstil ist sicherlich ein wenig vom Gonzo-Journalismus eines Hunter S. Thompson inspiriert. Ich will nicht nur dröge Fakten herunterleiern, sondern die Menschen unterhalten und sie für Gastronomie begeistern. Öde Textwüsten liest doch die Jugend von heute sowieso nicht mehr. Ich schreibe nur, was ich auch selber gerne lesen würde. Deshalb sind meine Artikel auch fast immer mit einem kleinen Augenzwinkern versehen. Ob das bei jedem ankommt, interessiert mich nur sehr bedingt. Ich schreibe, wie es mir gefällt. Bei den Fakten bin ich allerdings akribisch korrekt.

M: WIE KAMEN SIE ÜBERHAUPT AUF DIE IDEE ZU BLOGGEN?

CM: Wer in der Gastronomie auf internationalem Niveau arbeiten möchte, muss selber wissen, wie international schmeckt und aussieht. Wir reisen deshalb ständig, um up-to-date zu bleiben. Nur dieser Wissensvorsprung sichert uns unsere Position als Pionier und Marktführer. Pausenlos modifizieren wir unsere Gerichte und Speisekarten aufgrund unserer Recherchen. Bei unseren Reisen machen wir natürlich auch immer Unmengen von Notizen und Bildern. Alles wird aufgezeichnet und archiviert. Der Blog ist dabei einfach eine tolle Sache, um unsere Fans an unseren Recherchen teilhaben zu lassen, und das Material haben wir ja ohnehin bereits generiert. Die Idee mit dem Blog war also eine ganz logische Entwicklung.

M: SIE WOLLEN DAMIT ALSO AUCH EINE BESSERE KUNDENBINDUNG ERREICHEN?

CM: Auf jeden Fall. Wir leben unsere eigene Expertise und durch diese hohe Credibility und Kompetenz erzeugen wir natürlich auch eine ganz besondere Art der Kundenbindung. Wir sind nicht mehr nur ein anonymer Wirt, sondern ein Bruder im Geiste, mit dem man Interessen und Lifestyle teilt. Wir sind dadurch glaubhaft und authentisch. Wir lieben, was wir tun, und die Gäste honorieren das.

M: GLAUBEN SIE WIRKLICH, DASS ALLE GÄSTE IHR ENGAGEMENT BEMERKEN?

CM: Ach, natürlich nicht, allerdings ist das auch nicht unbedingt relevant. Ich glaube fest an die Kraft der kollektiven Intelligenz. Auch Gäste, die eigentlich nicht darüber nachdenken, was wir tun, spüren unterbewusst doch, dass bei uns die Dinge etwas anders laufen.

„HEUTZUTAGE GASTRONOMISCH ETWAS KOMPLETT NEUES ZU ERFINDEN, IST PRAKTISCH UNMÖGLICH“

M: ALSO EINE ART SPIRITUELLE INDOKTRINATION.

CM: Wir sind doch keine Sekte, obwohl wir sicherlich die krassesten Fans von allen haben. Es gibt nicht wenige Stammgäste, die ich vier – fünfmal die Woche sehe. Wir haben sogar einen Gast, der jeden Mittag bei uns isst. Viele Stammgäste melden sich auch ab, wenn sie in den Urlaub fahren, damit wir uns keine Sorgen machen. Das mit der Kundenbindung haben wir schon recht gut hinbekommen. Sehr viele Gäste sind mit den Jahren sogar zu echten Freunden geworden.

M: EIN HAUPTGRUND FÜR DEN ERFOLG DER MOOK GROUP?

CM: Auf alle Fälle und natürlich ein Hauptgrund, warum wir es geschafft haben, seit über 16 Jahren erfolgreich am Markt zu operieren. Wir konnten immer pünktlich unsere Mieten, Lieferanten und Löhne

zahlen. In der heutigen Zeit muss man das schon als großen Erfolg werten. Es gibt nicht viele Kollegen, die das von sich behaupten können. Leider haben auch sehr viele gute Kollegen große finanzielle Sorgen.

„PIZZA KANN EINE ECHTE DELIKATESSE SEIN UND HAT EIGENTLICH VÖLLIG ZU UNRECHT DIESEN SCHLECHTEN RUF“

M: WORAN GLAUBEN SIE LIEGT DAS?

CM: Lecker Kochen reicht heute einfach nicht mehr aus. Die Menschen wollen emotional abgeholt werden. Sie wollen Freunde treffen und etwas Besonderes erleben. Sie wollen einen Mehrwert und Ambiente. Heute überleben nur Restaurants, die es schaffen, in jeder Facette ordentlich zu performen. Wobei gutes Essen dabei natürlich immer der absolute Grundpfeiler bleibt. Gutes Essen ist nicht alles, aber ohne gutes Essen ist alles nichts. Gäste sind klug und lassen sich nicht verarschen. Sie wissen ganz genau, was ihnen schmeckt. Sie wollen gut essen und entertaint werden. Der Anspruch der Gäste steigt, und das ist auch legitim. Leider gibt es in Deutschland viele Menschen, die nicht bereit sind, dafür einen fairen Preis zu zahlen.

M: IST DEUTSCHLAND EIN BESONDERS SCHWIERIGES PFLASTER?

CM: Definitiv, Deutschland ist ein extrem schwieriges Pflaster für hochwertige Gastronomie. Man sieht es doch schon daran, dass es in Deutschland kaum einen mehrsternigen Solitär gibt, der aus sich selber heraus existieren kann. Fast alle Restaurants in dieser Kategorie werden in irgendeiner Form gesponsert oder hängen am Tropf eines Hotels. In Ländern wie den USA, Spanien und Frankreich besteht einfach eine völlig andere Bereitschaft, für hochwertige Lebensmittel auch einen fairen Preis zu zahlen. Versuchen Sie doch, im „Moto“ in Chicago oder dem „Per se“ in New York morgen einen Tisch zu bekommen. Hinzu kommen noch die ständig steigenden Belastungen durch Bürokratie, Gebühren, Abgaben, Strafen, Gema, Müllabfuhr und Steuern.

M: SIE HABEN EBEN FAST NUR DINGE AUFGEZÄHLT, FÜR DIE DIREKT ODER INDIREKT DER STAAT VERANTWORTLICH IST. EIN ZUFALL?

CM: Na ja, sicherlich ist der Staat nicht für alle unsere Sorgen verantwortlich, allerdings gibt einem der Staat immer wieder schöne Anlässe, sich aufzuregen. Ich frage mich beispielsweise oft, warum ausgerechnet Fast-Food-Ketten vom Staat das Take-away Steuergeschenk von 7% MwSt. erhalten haben. Fast-Food-Ketten können doch ohnehin schon durch billige Convenience-Produkte, Mini-Löhne und extrem verschlankte Arbeitsabläufe sensationelle Profite erwirtschaften. Man müsste doch meinen, dass personalintensive und aufschlagschwache Fine-Dining-Restaurants eine Steuerentlastung viel eher verdient hätten. Ich höre ständig von Gourmetrestaurants, die ins Straucheln geraten - nie aber von irgendeiner Fast-Food-Kette. Ich würde gerne einmal erklärt bekommen, warum der Staat glaubt, ausgerechnet Fast-Food-Konzerne subventionieren zu müssen. Das kultivierte Essen mit Freunden und Familie, das Schaffen von menschenwürdigen Arbeitsplätzen und das Essen ethisch korrekter Lebensmittel sollte doch eigentlich viel eher gefördert werden.

„MAN VERGLEICHT DEN PREIS EINER CESSNA JA AUCH NICHT MIT DEM EINER BOEING, NUR WEIL BEIDE EIN FLUGZEUG SIND“

M: HABEN SIE EINE THEORIE, WARUM DAS NICHT SO IST?

CM: Ich vermutete mal, das ist das Ergebnis einer exzellenten Lobbyarbeit. Die Sache wird aber noch viel irrwitziger. Ich habe von einem Caterer gelesen, der zusätzlich zu seinen Speisen auch noch Tische und Bänke geliefert hatte. Daraufhin sollte er den vollen Steuersatz zahlen. Er hat dagegen geklagt und verloren. Das Beste aber war die Urteilsbegründung. Die Klage wurde abgeschmettert, weil seine Dienstleistung Sachverstand und Kreativität verlangt. Nur einfache standardisierte Speisen unterliegen nun dem reduzierten Steuersatz. Der ohnehin schwer gebeutelte Jobmotor „gehobene Gastronomie“ wird abgestraft, weil er Manpower und Know-how verlangt? Konzerne werden bevorzugt, weil ihre Speisezubereitung keinerlei Kreativität bedarf und standardisiert von einigen wenigen unausgebildeten Arbeitsdrohnen erledigt werden kann? An die Durchführung will ich erst gar nicht denken. Wo fangen einfache Speisen an und

wo hört standardisiert auf? Wohin das führt, sieht man ja schön am Currywurst-Debakel. Eine Wurst - zwei Mehrwertsteuersätze, das soll mal einer verstehen.

CM: SIE SAGEN ALSO, ES MÜSSTE GENAU UMGEKEHRT SEIN.

M: Nein, das meinte ich definitiv nicht. Ich bin doch nicht der Staat, der Gerechtigkeit damit herbeiführen will, indem er alle gleich bestraft. Das ist nicht die groteske Logik, der ich folge. Essen ist ein Grundrecht und sollte in jeder Form nur minimal besteuert werden. Was ich gemeint habe, ist, dass gepflegtes Essen im Restaurant ein schützenswertes Kulturgut ist und nicht noch vom Staat bestraft werden sollte. Deutschland hat ohnehin kein Einnahmeproblem, sondern nur ein Ausgabeproblem. Jetzt aber Schluss mit Politik. Wir sind ja schließlich nur ein bescheidenes Food & Travel Magazin.

M: SEHEN SIE NOCH WEITERE PROBLEME AUF DIE GASTRONOMIE IN DEUTSCHLAND ZUKOMMEN?

CM: Die zunehmende Geiz-ist-geil-Mentalität funktioniert beim Essen leider überhaupt nicht. Ethisch produzieren kostet bei Lebensmitteln einfach sein Geld. Leider sind nicht alle Deutschen bereit, für korrekt produziertes Essen Geld auszugeben. Alles ist immer nur zu teuer. Ein gutes Beispiel sind dafür Eier. Ich kenne niemanden, der grausame Massentierhaltung von Hühnern super findet. Trotzdem liegt der Anteil von Bioeiern nur bei lächerlichen 7 Prozent. Ich frage mich wirklich, wer wohl die restlichen 93 Prozent kauft.

M: BENUTZEN SIE ZU HAUSE BIO-EIER?

CM: Sie machen Scherze? Ich benutze natürlich ausschließlich Bio-Eier, wobei man auch nicht den Fehler machen sollte zu glauben, dass es sich bei Biohöfen immer um eine romantische Bauernhofidylle à la Michel aus Lönneberga handelt.

M: APROPOS FEHLER, SIE HABEN ES IN SECHZEHN JAHREN GESCHAFFT, DAS GRÖSSTE FINE-DINING IMPERIUM IN FRANKFURT AUFZUBAUEN. SIND IHNEN DABEI AUCH MISSGESCHICKE UNTERLAUFEN?

CM: Aber haufenweise. Ich habe schon den falschen Menschen vertraut. Ich habe Verträge unterschrieben, die ich heute sicherlich nie mehr so unterschreiben würde. Auch habe ich dramatische Fehler in der Firmenkommunikation gemacht.

„ICH BIN EHER EIN MARITIMER TYP. ICH WÜRDE GERNE EINMAL UM DIE WELT SEGELN“

M: KÖNNTEN SIE DAS BITTE EINMAL ETWAS PRÄZISIEREN?

CM: Wir haben es trotz aller Bemühungen nie geschafft, den Menschen zu erklären, wie günstig wir eigentlich sind. Wir haben völlig zu Unrecht den Ruf, teuer zu sein. Im Zenzakan gibt es außer Lobster und US Filet kein Gericht über 30 Euro. Selbst unser extrem üppig portionierter Black Cod kostet nur 29,90. Wer sich mit Lebensmittelpreisen ein wenig auskennt, kommt beim Anblick unserer Portionen sicherlich aus dem Staunen nicht mehr heraus. Dasselbe gilt übrigens auch für unsere Steakhäuser. Jeder, der behauptet, unsere Steakhäuser seien teuer, sollte sich einmal den Spaß machen, unsere Grammpreise mit denen der großen Filialisten zu vergleichen. Von Preisen in vergleichbaren Steakhäusern in Amerika möchte ich hier erst überhaupt nicht anfangen. Wir verwenden nur die besten Produkte und portionieren immer großzügig. Unsere Aufschlagsätze liegen deshalb dramatisch unter dem Branchenschnitt. Ich behaupte jetzt mal ganz dreist, dass wir mittlerweile eines der preiswertesten Upscale-Steakhäuser der Welt sind. Bei uns klaffen Ruf und Wirklichkeit leider meilenweit auseinander.

M: UND WIE HABEN SIE ES MIT DER PREISGESTALTUNG IM „MON AMIE MAXI“ GEHALTEN?

CM: Im „Mon amie Maxi“ gibt es schon Vorspeisen für rund drei Euro und Hauptspeisen für um die zehn bis zwölf Euro. Unser Croque Madame beispielsweise ist üppig mit echtem Schinken und Käse belegt. Ein Ei liegt auch noch obendrauf. Das ganze Ding kommt dann auch noch auf eine selbstgebackene Brioche. Das Gericht schmeckt astrein, ist ethisch korrekt und kostet nicht einmal zehn Euro. Für das Geld kann man das Ding ja nicht zu Hause bauen.

M: DAFÜR KOSTET IHRE SEEZUNGE ABER FAST 60 EURO.

CM: Schön, dass Sie das ansprechen, denn genau hier liegt das Problem. Die Menschen haben oft keine Ahnung und vergleichen unsere Riesen-Seezunge mit der rasiermesserdünnen Baby-Seezunge vom Stadtteil-Griechen. Man vergleicht den Preis einer Cessna ja auch nicht mit dem einer Boeing, nur weil beide ein Flugzeug sind. Man sollte

einfach mal seinen Fischhändler des Vertrauens fragen, was eine 1 Kilo schwere bretonische Seezunge so im Einkauf kostet. Danach sollten sich die Dinge sehr schnell relativiert haben. Und dann gibt es ja noch die schwarzen Schafe. Mit kaum einem Fisch wird so betrügerisch umgegangen wie mit der Seezunge. Es gibt unzählige Fische, die der Seezunge sehr ähneln. Für den Laien sind die unterschiedlichen "Zungen" kaum zu unterscheiden. Kennen Sie etwa den Unterschied zwischen einer Rotzunge, Senegalzunge, Limande oder einer echten Seezunge? Für mich muss eine gute Seezunge auch eine gewisse Dicke erreichen, um richtig gut zu schmecken. Wer wirklich eine gute Seezunge essen möchte, muss deshalb einfach bereit sein, einen gewissen Betrag hinzublättern. Wir verwenden aus Prinzip nur die besten Produkte und hoffen halt, Gäste zu finden, die das auch zu schätzen wissen. Wem Seezunge aber generell zu teuer ist, kann bei uns auch ganz hervorragend einen „Lable Rouge" Lachs für 18,90 Euro essen.

M: IHRE GETRÄNKE KALKULIEREN SIE ABER SCHON?

CM: Natürlich kalkulieren wir unsere Getränke. Allerdings auch bei weitem nicht so ambitioniert, wie man das aus den Hip-Läden in Vegas, London und Tokyo gewöhnt ist. Wenn wir jetzt aber auch noch angefangen würden, unsere Getränke zu verschenken, dann müssten wir leider demnächst schließen. So platt es sich anhört, von irgendwas müssen wir ja schließlich auch unsere Löhne und Mieten zahlen. Die Leute sehen halt auch immer nur unsere vollen Läden, vergessen aber gerne, dass es in Frankfurt auch Juni, Juli und August gibt. In diesen Monaten brechen unsere Umsätze jedes Jahr dramatisch ein. Wir müssen diese Delle immer wieder mühsam aufholen.

M: AN WAS LIEGT DAS? SIE HABEN DOCH TOLLE TERRASSEN.

CM: Klar sind auch unsere Terrassen super. In kühleren Monaten sind unsere Konzepte aber praktisch alternativlos. Im Sommer hingegen gibt es auch viele Kollegen mit super schönen Terrassen. Es sitzt sich halt auch ganz lauschig am Main oder auf dem Opernplatz. Zusätzlich ändert sich auch noch das ganze Verzehrverhalten. Die Gäste trinken absolut weniger und anstatt eines teuren Rotweins nur ein Pils. Manche Gäste lassen sogar im Sommer ihre Vorspeise ausfallen. Auch sind viele unserer Gäste im Urlaub. Ach, und starke Messen gibt es im Hochsommer auch nicht. Im Sommer kommen einfach viele Faktoren zusammen. Nein, wir generieren unsere Jahresumsätze zwischen September und Mai. Da muss die Ernte eingefahren sein.

M: THEMENWECHSEL. SIE REISEN STÄNDIG UM DEN GLOBUS, UM NACH NEUEN UND SPANNENDEN RESTAURANTKONZEPTEN AUSSCHAU ZU HALTEN. WAS IST IHRER MEINUNG NACH AKTUELL DIE KULINARISCH SPANNENDSTE STADT DER WELT?

CM: Vor zwei Jahren hätte ich sicherlich noch Chicago oder Vegas gesagt. Mittlerweile hat aber London ganz klar die Nase vorne. Was aktuell in London passiert, ist wirklich unglaublich. Praktisch im Wochentakt eröffnen neue und spannende Restaurant-Konzepte. Der Markt ist extrem innovativ und expansiv. Selbst ich habe es aktuell schwer, dieser rasanten Entwicklung zu folgen. Ansonsten sehe ich noch Shanghai und Istanbul stark im Kommen.

M: GIBT ES EINE STADT, DIE SIE NOCH NICHT BEREIST HABEN UND DIE SIE REIZEN KÖNNTE?

CM: Ich habe es irgendwie noch nie nach Marrakesch geschafft. Ich höre aber ständig nur die tollsten Geschichten. Also Marrakesch steht ganz weit oben auf meiner Agenda. Überhaupt bin ich nicht sehr vertraut mit der afrikanischen Gourmet-Szene. Hier besteht für mich noch starker Nachholbedarf.

M: KÖNNEN SIE UNSEREN LESERN NOCH IHRE PERSÖNLICHEN LIEBLINGSLOKALE VERRATEN?

CM: Vor kurzem hatte ich einen sehr schönen Abend im „Megu" Gstaad. Man sitzt vor einem absolut imposanten Alpenpanorama und genießt exzellentes japanisches Essen. Im Sommer sitze ich wie jeder gerne im „Club 55". Toll finde ich auch das „Sunset" in Istanbul wegen der tollen Aussicht. In Paris gehe ich gerne in die „Le Comptoir"-Brasserie zum Essen. Meine Lieblingsküche ist immer noch indisch. Ganz toll finde ich hier das „Nina" in Dubai und das „Veeraswamy" in London. Als Franchise finde ich das „Petite Maison" grandios. Ach, die Liste ist unendlich.

M: SIE HABEN 1997 MIT DEM „M-STEAKHOUSE" ERSTMALIG DIE AMERIKANISCHE STEAKHAUSKULTUR IN DEUTSCHLAND ETABLIERT UND GELTEN SCHON SEIT VIELEN JAHREN ALS DIE INSTANZ IN SACHEN STEAKS. WAS IST IHR PERSÖNLICHES LIEBLINGS-STEAKHOUSE?

CM: Das werde ich natürlich sehr oft gefragt. Ein sehr schwere Frage, die ich fast immer gleich beantworte: Das beste Rib-Eye habe ich sicherlich bei „Manny`s"-Steakhouse in Minneapolis gegessen und das beste Porterhouse bei „Robert`s"-Steakhouse im „Penthouse"-Stripclub New York. Das schönste Steakhouse ist sicherlich das „Pappas Bros." in Dallas und die schönste Terrasse hat das „LG`s" in Palm Springs. Ach, super toll finde ich natürlich auch das „Christner`s Prime" in Orlando. Wenn ich aber heute Abend die Wahl hätte – ich würde bei „Bern`s" Steakhouse in Tampa reservieren. „Bern`s" ist eines der ungewöhnlichsten und verrücktesten Restaurants, die ich kenne.

M: ALS ALTER FRANKFURTER, GIBT ES AUCH RESTAURANTS IN FRANKFURT UND UMGEBUNG, DIE IHNEN OPTISCH UND KULINARISCH GENÜGEN?

CM: Wir haben viele gute Gastronomen hier in Frankfurt. Auch bin ich doch gar nicht so anspruchsvoll. Manchmal reicht mir ein Handkäse im „Kanonesteppel" oder eine Rindswurst bei „Gref-Völsing" völlig aus.

M: DAS BEANTWORTET ABER MEINE FRAGE NOCH NICHT.

CM: Sorry, das stimmt. Optisch gefällt mir recht gut das „Zarges" auf der Fressgass. Hier wurde sehr liebevoll das Costes-Thema von Jacques Garcia aufgegriffen. Zum Essen gehe ich gerne ins „Erno`s" -Bistro und „Zum goldenen Stern" nach Steinbach. Im „Goldenen Stern" serviert Herr Vogt einen Seeteufel, nach dem ich regelrecht süchtig bin. Wenn ich in der Innenstadt unterwegs bin, ziehe ich mir gerne mal einen Burger bei „Meat-Us" rein oder eine Pasta im „Garibaldi". Gerne gehe ich auch ins „Farmerhaus" in Groß-Umstadt zu meinem Kollegen, Herrn Schodlock. Herr Schodlock eröffnet demnächst dort auch ein Hotel, auf das ich schon sehr gespannt bin. Wie alle finde ich natürlich die neue „Chinaski"-Bar super toll. Hier stimmt einfach alles: Ambiente, Lage, Publikum und Cocktails. Nicht umsonst ist das „Chinaski" gerade so mega angesagt.

M: GIBT ES EIGENTLICH EIN KONZEPT, DAS SIE NICHT SELBER UMSETZEN WOLLEN, SICH ABER TROTZDEM DARÜBER FREUEN WÜRDEN?

CM: Yep, das gibt es. Ich würde mich sehr über eine Pizzeria wie in Amerika freuen. Jeder, der schon mal bei „Pizza Co." in New York oder dem „Serious Pie" in Seattel eine Pizza gegessen hat, versteht sofort, was ich meine. Pizza kann eine echte Delikatesse sein und hat eigentlich völlig zu Unrecht diesen schlechten Ruf. Es kann doch nicht sein, dass ich mindestens acht Stunden fliegen muss, bis ich eine Pizza finde, die mir schmeckt.

M: SIE BETREIBEN RESTAURANTS UND EINEN LEBENSMITTELHANDEL, SCHREIBEN KOLUMNEN, REISEN UM DIE WELT, VERANSTALTEN PARTYS UND VERÖFFENTLICHEN NEBENBEI NOCH REGELMÄSSIG IHR EIGENES MAGAZIN. WAS KOMMT ALS NÄCHSTES? SCHREIBEN SIE VIELLEICHT MAL WIEDER EIN BUCH?

CM: Mein Kollege Roland Mary hat vor kurzem ein Buch über seine Erlebnisse in der Gastronomie geschrieben. In den letzten Jahren habe auch ich einige unglaubliche Episoden mit Köchen, Restaurantkritikern und Kollegen erlebt. Ich könnte sicherlich auch problemlos ein paar Kapitel mit spannenden Anekdoten füllen. Wer weiß, vielleicht wirklich keine schlechte Idee. Zumal mein erstes Buch eigentlich ganz gut gelaufen ist, und der Traum vom Schloss an der Loire ist ja auch noch lange nicht ausgeträumt.

M: IST EIN SCHLOSS AN DER LOIRE WIRKLICH IHR TRAUM?

CM: Ach Quatsch, ich bin eher ein maritimer Typ. Ich würde gerne einmal um die Welt segeln. Vielleicht gewinne ich ja mal im Lotto und kann mir meinen Traum erfüllen.

M: ERZÄHLEN SIE UNS ZUM SCHLUSS NOCH EINEN KLEINEN WITZ AUS DER WELT DER GASTRONOMIE?

CM: Aber gerne doch. Was sagt der Dalai Lama wenn er eine Pizzeria betritt? Can you make me one with everything?

Das „Mon amie Maxi“ befindet sich in der spektakulären Halle der Villa May und ist eine authentische Brasserie und 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 besteht aus den Klassikern der herzhaften Brasserieküche: Grenouille, Croque Monsieur, Escargots, Foie Gras, Tête de Veau, Salade Niçoise, Boudin Noir, Steak Tartar, Soupe à l'Oignon etc. Epizentrum des Restaurants ist eine riesige Austern- und Meeresfrüchtetheke. Die offene Raw-Bar befindet sich inmitten des Gastraumes und ist opulent bestückt mit allem, was das Meer zu bieten hat: Hummer, Muscheln, Garnelen und natürlich Austern. Dort werden direkt vor den Augen der Gäste die legendär mehrstöckigen "Plateaux de Fruits de Mer" angerichtet. Ein weiteres Highlight ist die offene Showküche mit direktem Blick auf einen feurig-lodernden Molteni Rotisserie-Grill. Selbstverständlich gibt es auch die typischen Brasseriebänke und eine Zinntheke mit angeschlossenem Barbereich und korrespondierenden Stehtischen.

Übrigens: Der Name "Mon amie Maxi" wurde der erstgeborenen Tochter von Christian und Michaela Mook gewidmet.

Das „Mon amie Maxi“ beherbergt neben der eigentlichen Haupthalle noch einen wunderschönen zweiten Raum. Die Perrier-Jouët Lounge ist in einem völlig anderen Stil gestaltet und steht ganz im Zeichen der legendären Perrier-Jouët Belle Époque Anemone. Die exklusive Lounge eignet sich entweder als ein intimes Refugium der Muße und Besinnlichkeit oder aber als ein perfekter Hort für ausschweifende Festivitäten. Einfach eine multifunktionale Oase für alle Arten von Veranstaltungen. Von einem intimen Business Meeting bis zur Geburtstagsfeier ist alles möglich.

Mon Amie Maxi
French Brasserie & Raw Bar

BRASSERIE & OYSTER BAR
ILLET

CONSOMMATIONS
DE CHOIX
BIÈRE
CAFÉ AU LAIT
EXPRESSO
OYSTERS
&
SHELLFISH
APÉRITIFS
DE
MARQUES

Mademoiselle Maxi
Brasserie & Oyster Bar

Cuisine à la "Mon amie Maxi"

PLATEAUX DE FRUITS DE MER
"LE MOOK"

LE ÉPAULE D'AGNEAU
RÔTIE AU FOUR

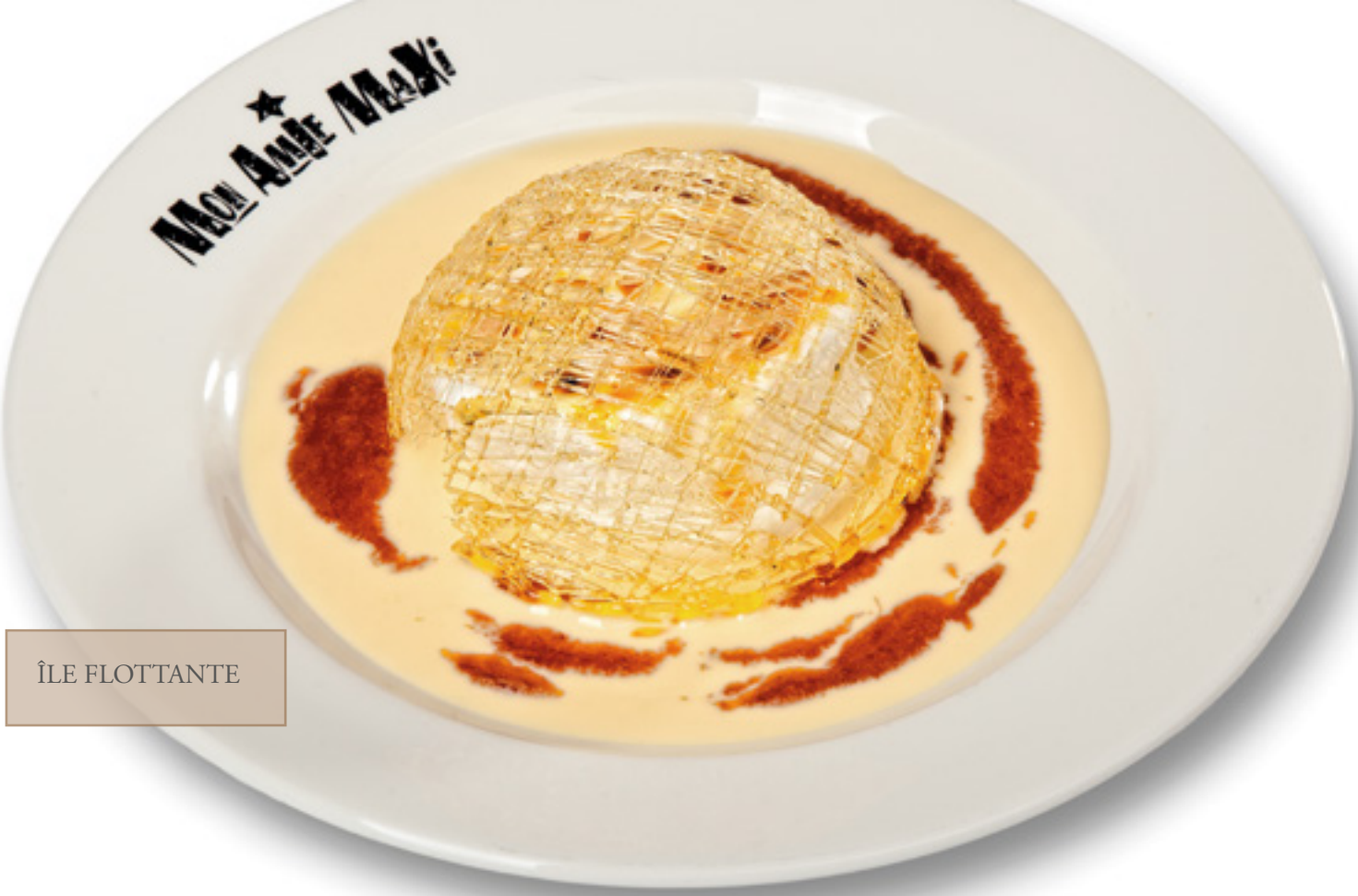
STEAK TARTARE

QUICHE DE FROMAGE DE CHÈVRE ET OIGNONS

RAGOÛT DE MOULES

BOURGUIGNON DE JOUES DE BOEUF

BEIGNETS DE FLEURS DE COURGETTES



ÎLE FLOTTANTE

TARTE AU CHOCOLAT

Champagne

Perrier-Jouët

TRANCHE DE TURBOT SAUVAGE,
SAUCE À LA MOUTARDE DE POMMERY

RIS DE VEAU À LA MATHIEU

OS À MOELLE GRATINÉ À LA MAXI

BOUILLABAISSE

TRANCHE DE SAUMON "LABEL ROUGE"
ET SON RAGOÛT DE CITROUILLE

OEUFS DURS MAYONNAISE

SALADE DE LAITUE
AU ROQUEFORT ET NOIX

ÉTAGÈRE EXTRAORDINAIRE

FRANK MÖBES
CHFKOCH MON AMIE MAXI

INTERVIEW MIT FRANK MÖBES

M: FRANK, ERZÄHLE UNSEREN LESERN DOCH MAL KURZ, WAS DU SO IN DER MOOK GROUP MACHST.

FM: Ich bin der neue Chef de Cuisine im „Mon amie Maxi". Ich habe vor einigen Monaten den Posten von meinem Vorgänger Alexander Roisch übernommen.

M: WIE KAMST DU ZUR MOOK GROUP?

FM: Alexander Roisch ist ein guter Freund von mir und hat mich gefragt, ob ich den Posten übernehmen möchte. Er ist ja im Guten gegangen und wollte die Sache ordentlich übergeben.

M: WARUM IST HERR ROISCH ÜBERHAUPT GEGANGEN?

FM: Alexander hat eine einmalige Gelegenheit bekommen, sich selbständig zu machen. Er wäre wirklich dumm gewesen, diese Chance nicht zu ergreifen.

M: UND DU WIEDERUM HAST DIE CHANCE GENUTZT, UM SEINEN POSTEN ZU ÜBERNEHMEN!

FM: Ja, das war wirklich eine tolle Gelegenheit und ich bin über meine Entscheidung auch super happy.

M: WIE LANGE BIST DU NUN SCHON DABEI?

FM: Ich bin nun schon eine ganze Weile im Betrieb. Ich habe in den letzten Monaten mit Alexander sehr engzusammen gearbeitet, um den Posten möglichst geschmeidig zu übernehmen.

M: HAT SICH MIT DEINER ÜBERNAHME VIEL VERÄNDERT?

FM: Ich bin ein guter Freund von Alex und habe großen Respekt vor seiner Leistung. Ich habe aber auch meinen ganz eigenen Stil zu kochen. Auch ist das „Mon amie Maxi" ja noch relativ neu. Herr Mook und Herr Ladjimi kommen ständig mit neuen Ideen aus dem Ausland zurück. Und natürlich habe auch ich viele Ideen, die ich noch umsetzen möchte. Wir sind schon auf einem sehr guten Niveau, werden aber nie aufhören, an uns zu arbeiten.

M: IN WELCHEN HÄUSERN HAST DU BISHER STATION GEMACHT?

FM: Nach meiner Ausbildung ging ich nach Weimar ins Hotel „Elephant" als Commis de Cuisine. Anschließend ging es dann in die „Kameha Suite" nach Frankfurt. Während dieser Zeit haben wir unseren ersten Michelin-Stern erkocht. Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung bin ich dann im „Tigerpalast" gelandet und habe dort unter Herrn Friedrich als Sous Chef gearbeitet.

M: IST FRANZÖSISCHE KÜCHE DEIN STECKENPFERD?

FM: Als professioneller Koch auf jeden Fall. Als ich hörte, dass die Mook Group eine klassisch französische Brasserie eröffnen will, wurde ich natürlich sofort hellhörig. Dass ich jetzt hier als Chefkoch arbeiten darf, ist natürlich ein Traum. Das Ding passt und ich möchte hier bleiben. Ich habe nämlich festgestellt, dass Herr Mook, Herr Ladjimi und ich dieselbe Philosophie teilen.

M: DIE DA WÄRE?

FM: Wir alle lieben die einfache französische Produktküche. Nur die besten Zutaten, handwerklich perfekt zubereitet, aber ohne Schischi. Herr Mook sagt immer: „Lass mir bloß die Geleeblöcke weg“. Wir arbeiten zwar mit Methoden und Produkten wie in einer Sterneküche, bei der Anrichteweise sind wir aber ganz bewusst puristisch. Wir verzichten auf Effekthascherei und portionieren dafür lieber etwas großzügiger. Bei uns soll die Qualität des Produktes sprechen und die Gäste sollen satt werden. Auch haben wir alle Spaß daran, die Klassiker der Brasserie-Küche wieder aufleben zu lassen. Bei uns stehen viele Dinge auf der Karte, die man sonst kaum noch findet.

M: WANN HAST DU EIGENTLICH DAS ERSTE MAL VON DER MOOK GROUP GEHÖRT?

FM: Selbst in Weimar habe ich schon von der Mook Group gehört. Speziell dass es dort mit Abstand die besten Steaks in ganz Deutschland geben soll. Auch habe ich schon ein paar Mal das Mook Magazin in die Hand gedrückt bekommen und gemerkt, dass hier die Uhren wohl etwas anders ticken. Jetzt arbeite ich für die Mook Group und mein Gefühl hat mich nicht getäuscht.

M: INWIEFERN?

FM: Ich habe es beispielsweise noch nie erlebt, dass ein Chef zu mir gesagt hat: “Bevor Du anfängst, musst Du erst einmal alle unsere kulinarischen Vorbilder kennenlernen“. Herr Mook hat mich dann erst mal auf seine Kosten auf einen längeren Gastronomie-Exkurs geschickt. Ein solches Angebot wurde mir vorher noch nie gemacht.

M: WELCHE RESTAURANTS MUSSTEST DU IM RAHMEN DIESER RECHERCHEN BESUCHEN?

FM: Das „Balthazar“, die „Zedel“-Brasserie , das „Petit Maison“, das „Little Social“, „Daniel Boulud“ und viele andere. Herr Mook hat mir da schon einen netten Reiseplan zusammengestellt. Das war für mich eine ganz tolle Sache, die mir und dem Laden auch unglaublich viel gebracht hat. Ich habe dadurch viel besser verstanden, was Herr Mook und Herr Ladjimi für eine Vision haben. Und natürlich haben Sie mich dadurch auch mit ihrer Begeisterung angesteckt. Dadurch wird man aber auch unter Druck gesetzt.

M: WIESO DAS?

FM: Herr Mook und Herr Ladjimi kennen alle diese Lokale auch und haben ein unglaubliches Fachwissen. Den beiden kann man nichts vormachen. Sie wissen ganz genau, was sie wollen, und haben exakte Vorstellungen, wie etwas schmecken sollte. Ständig kommen die beiden mit neuen Ideen und Verbesserungsvorschlägen. Das Ganze schafft aber eine sehr kreative Atmosphäre. Auch mir fallen dadurch ständig neue Ideen ein.

M: HÖRT SICH ANSTRENGEND AN.

FM: Ganz sicherlich, aber mich spornt der Druck auch ungemein an. Man arbeitet für leidenschaftliche Gourmets und will deshalb immer das Beste geben. Ich bin ein ehrgeiziger und leidenschaftlicher Koch und merke, dass der hohe Anspruch meine Qualität ständig steigert. Die beiden holen das Beste aus mir heraus. Wir werden sicherlich die nächsten Jahre noch einiges bewegen.

CHRISTIANS ULTIMATIVER LONDON GUIDE

Der amtierende Gastronom des Jahres verrät seine ganz persönlichen London-Tipps.

CHRISTIANS HOTELFINDER HELPER

Ich habe eine fast lasterhafte Zuneigung zu Hotels. Ich genieße es, einzuchecken, die Zimmer zu inspizieren und die Bäder zu testen. Ich liebe es, an der Hotelbar zu sitzen und das lebhafte Treiben in der Lobby zu beobachten. Ich bin ein leidenschaftlicher Frequent-Traveller und verbringe sehr viel Zeit in Hotels. Speziell in Städten, die ich oft bereise, versuche ich immer konsequent, in verschiedenen Hotels zu wohnen. Ich weiß deshalb recht genau, was ein gutes Hotel ausmacht und zu wem welches Haus passt. Aus diesem Grund kam mir die Idee zu Christians Hotelfinder Helper. Vielleicht sollte ich sogar irgendwann einmal mein eigenes Hotel eröffnen.

DU BIST	DU WOHNST
Lapo Elkann	Bulgari Hotel (Bulgari Suites I-VI)
Paul Auster	Rookery Hotel
Michaela Mook aka Anna Livia Plurabelle	St. James Hotel (Terrace Suite)
Ein Scheich	Dorchester Hotel
Bonnie Strange	40 Winks
Justin Bieber	Me by Melia
Cornelius Vanderbilt	Langham (Infinity Suite)
Jimmy Kimmel	Carlton Tower
Tamara de Lempicka	Savoy
David Lynch	Blakes
Emily & Richard Gilmore	Mandarin Oriental
Oskar Lafontaine	Claridge´s (Brook Penthouse)
Palina Rojinski	Number Sixteen
Wes Anderson	Milestone
Rihanna	W Hotel
Olivia Palermo	Goring
Christian Mook	St. Pancreas (Chambers Junior Suite)
Cy Twombly	Corinthia
Germanys next Topmodel Finalistin	easyHotel
Feres Ladjimi	Brown`s Hotel
Colin Meloy	ACE Hotel
Jim Jarmusch	Rough Luxe

INDIEN

Die indische Aroma- und Vitalküche ist meine absolute Leidenschaft. Kaum eine Länderküche bietet ein größeres Spektrum an Texturen und Aromen. Auch meine Frau ist eine überzeugte Ayurvedin und eine fabelhafte indische Köchin. Bei uns zu Hause brodelt immer ein Topf mit Ghee auf dem Herd. Seitdem ich meine Frau kenne, reisen wir regelmäßig nach London, um dort unserem Laster für Curry- und Tandoori-Gerichte zu frönen. In den ersten Jahren unserer Beziehung haben wir sogar teilweise reine Currypeditions unternommen. Die Auswahl in London ist einfach phantastisch. Es gibt vom einfachen Curry-Joint bist zum sternedekorierten High-Tech Inder einfach alles.

1

Benares

Celebrity Chef Atul Kochhar ist einer der renommiertesten Köche Englands und Autor zahlreicher indischer Kochbücher. Atul Kochhar war weltweit der erste Koch, der eine der begehrten Michelinsterne für indische Küche erringen konnte. Damals arbeitete er noch als angestellter Chefkoch im Tamarind. Kurz darauf eröffnete er am Berkeley Square sein legendäres Benares. Auch hier konnte er innerhalb kürzester Zeit wieder einen Michelinstern erkochen. Die Currys sind tendenziell etwas dezenter gewürzt und eignen sich deshalb auch für den laienhaften Gaumen eines Festlandeuropäers.

2

Mint Leaf

Das Mint Leaf ist der Rockstar unter den indischen Restaurants. Die extrem dunkle Lichtarchitektur und die coole Nachtclubatmosphäre erinnern stark an das legendäre Hakkasan Konzept von Alan Yau. Angeblich sollen Gwyneth Paltrow, Marc Quinn, Sienna Miller und Jonathan Rhys Meyers hier öfters mal einkehren. Das Mint Leaf verfügt auch über einen recht lässigen Barbereich.

3

Amaya

Das Highlight im Amaya ist die völlig offene Showküche mit ihren komplett freistehenden Tandoori-Öfen. Die kleinen indischen Tapas sind köstlich und nicht ohne Grund mit einem Michelinstern ausgezeichnet. Der moderne Gastraum ist farbenprächtig mit naiver Kunst dekoriert. Die hippe Klientel fühlt sich besonders wohl in Anzügen von Ozwald Boateng und Sir Tom Baker. Man sollte möglichst einen Tisch in der Nähe der Küche reservieren.

4

Bombay Brasserie

Seit weit über dreißig Jahren serviert die ehrwürdige Bombay Brasserie ihre köstlichen Kreationen in einer ehemaligen Hotellobby. Die kolonialen Räumlichkeiten sind extrem herrschaftlich. In dieser imposanten Atmosphäre hätte sich sicherlich auch Rudyard Kipling sehr wohl gefühlt.

5

Veeraswamy

Das Veeraswamy, in der legendären Regent Street, ist das älteste indische Restaurant in London. Das Veeraswamy ist eindeutig der Lieblingsinder des gesamten Mook Culinary Research Teams. Das Traditionshaus bietet einfach die perfekte Symbiose aus extrem gemütlichem Ambiente und exzellenter Küche. Speziell die Tandoori Kreationen sind im Veeraswamy einfach outstanding.

6

Tamarind

Das sternedekorierte Tamarind wird vornehmlich von Bankern in blauen Nadelstreifanzügen von Gieves & Hawkes frequentiert. Die Kellner tragen Uniform und weiße Handschuhe. Das moderne Ambiente wirkt sehr cool. Die exquisiten Currys erreichen fast das Ivory Club Niveau.

7

IMLI

Der neuste Trend in London sind stylische Street-Style-Kitchen Konzepte. Die lässigen Casual-Formeln wie Roti Chai Dining Room, Masala Zone und Dishoom feiern aktuell mit diesem Modell gigantische Erfolge. Besonders cool ist das Imli Street in Soho. Das Konzept liefert eine tolle Symbiose aus lässigem Industrial-Chic und exzellenten indischen Tapas.

8

Dishoom

Noch eines der von mir schon erwähnten modernen indischen Casual Konzepte. Die kleinen Tapas Gerichte sind fabelhaft und teilweise sehr authentisch angerichtet. Das Dishoom ist ein lässiger Imbiss und ideal für einen pikanten Quicklunch. Durch die Nähe zum Covent Garden ist das Publikum leider etwas touristisch. Bei unserem letzten Besuch saßen sogar Deutsche an unserem Nachbartisch.

9

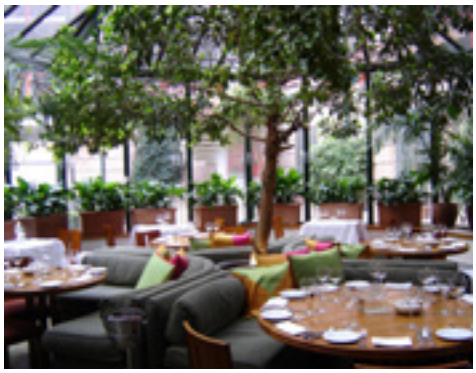
Moti Mahal

Das Moti Mahal ist berühmt für seine typisch indischen Tiffins, die gestapelte Variante der Thalis. Einen Besuch empfehlen wir nur wahren Kennern der indischen Küche.

10

Chutney Mary

Das Chutney Mary kann objektiv eigentlich nichts am Besten. Nichtsdestotrotz gehört dieser Klassiker zu unseren absoluten Favoriten. Ein Essen im Chutney Mary ist irgendwie wie ein Besuch bei guten Freunden. Es gib praktisch keine London Expedition, bei der wir nicht im Chutney Mary einkehren. Die Gästeschar besteht vornehmlich aus relaxten Natives, die schon lange nicht mehr in die Speisekarte schauen müssen.

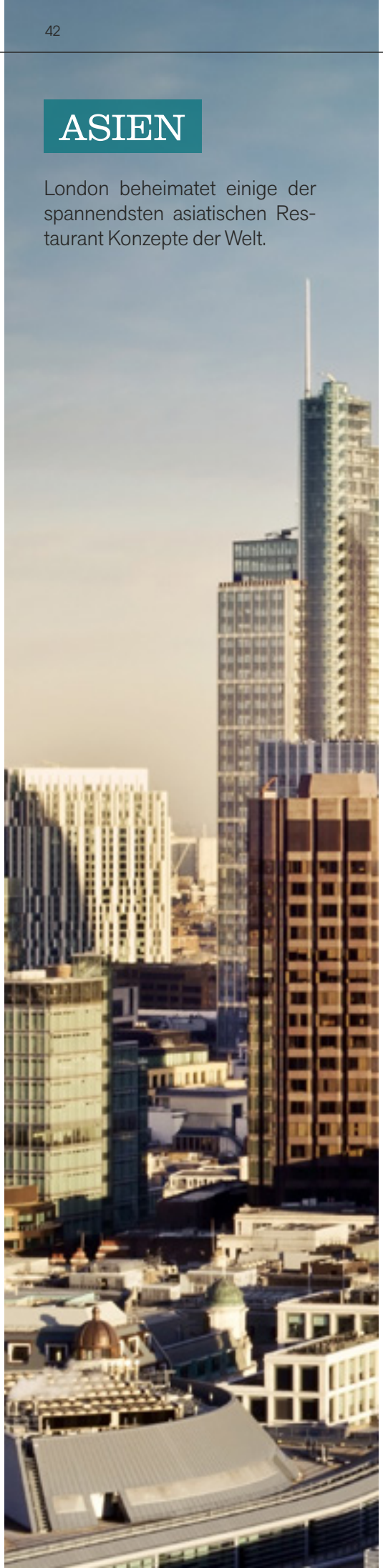


DIE LONDONER STERNE-INDER

- Tamarind
- Quilion
- Benares
- Rasoi
- Amaya
- Trishna

ASIEN

London beheimatet einige der spannendsten asiatischen Restaurant Konzepte der Welt.



1

Hutong @ Shard Tower

Skyline Restaurants sind in London momentan schwer en vogue. Konzepte wie OXO Tower, Duck & Waffel und Oblix feiern aktuell gigantische Erfolge. Nun reiht sich noch die chinesische Upscale-Formel Hutong in diese kulinarische Phalanx. Betrieben wird das Hutong von David Yeo und seiner legendären Aqua Group. Die Aqua Group ist die erfolgreichste Multigastronomie in Hong Kong und Peking. Zu David Yeo`s Imperium zählen japanische, chinesische und italienische Konzepte. Sogar ein französisches Bistro im Petit-Maison-Stil gehört zum Portofolio der Aqua Group.

In London betreibt der umtriebige Tausendsassa David Yeo bereits das Aqua Kyoto-Nueva, eine groteske Chimäre aus Neo-Izakaya und spanischer Tapas Bar. Das Hutong liegt im 33. Stockwerk des Shard Tower und verfügt über eine bodentiefe Panoramaverglasung. Der Blick über Tower Bridge und London Eye ist einfach unglaublich. Kulinarisches Highlight sind die dreifach gewokten „Deboned Lamb Ribs“. Kleiner Tipp zum Schluss: Man sollte bei der Reservierung unbedingt darauf achten, einen Platz direkt am Fenster zu reservieren.

2

Sushisamba

Japanisch-peruanische Hybrid-Formeln feiern aktuell weltweit erstaunliche Erfolge. Selbst der sonst so legendäre konservative Ferran Adria ist mit dem Pakta Restaurant in Barcelona auf diesen kulinarischen Zug aufgesprungen. Was sich im ersten Moment vielleicht ein wenig grotesk anhört, ist bei genauerer Betrachtung gar nicht so abwegig. Peru war das erste Lateinamerikanische Land, das überhaupt diplomatische Beziehungen mit Japan unterhielt. Auch verfügt Peru über eine große japanische Community und wer erinnert sich nicht an Alberto Fujimori, den japanisch-stämmigen Präsidenten von Peru. Sein legendärer Erdrutschsieg gegen Vargas Llosa und seine politischen Kapriolen bleiben für immer unvergessen. Die japanisch-stämmigen Peruaner werden übrigens Peruano-Japonés oder Nipo-Peruanos genannt. Mit dem Sushisamba ging nun ein weiterer Vertreter dieser kulinarischen Kreuzung in London an den Start. Neben japanischen Tempura, Edamame und Sushi werden auch peruanische Ceviche, Anticuchos und andere lateinamerikanische Leckereien angeboten. Das Konzept kommt sensationell an. Das Sushisamba ist über Wochen im Voraus ausgebucht. Eine solche brutale Auslastung schafft sonst vielleicht noch das Ticket in Barcelona. Teil des gigantischen Erfolges ist sicherlich auch der phänomenalen Location geschuldet. Das Sushisamba befindet sich in einem gigantischen Glaskubus im 39. Stockwerk auf der Spitze des Heron Towers. Weiterhin verfügt das Sushisamba über eine spektakuläre Terrasse und eine tolle Open-Air-Bar.

3

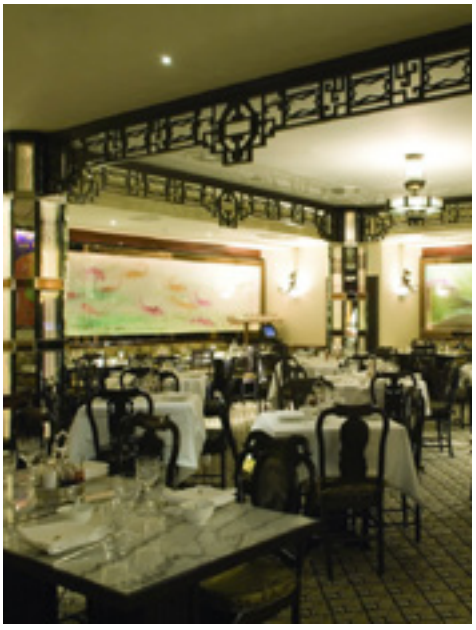
Yauatcha

Das Yauatcha bietet eine schier endlose Auswahl an fabulösen Dim Sums. Die Köche sind wahre Künstler und beherrschen virtuos alle Facetten der Dim Sum Zubereitung. Ständig wird man von neuen und köstlichen Aromen, Texturen und Gerüchen überrascht. Ob soft, crunchy oder schlotzig, alle Kreationen sind handwerklich perfekt und betören in ihrer schier endlosen Aromenvielfalt. Der Yauatcha Designer Christian Liaigre ist eigentlich für seine spektakulären Yachtdesigns bekannt. Im Yauatcha durfte er erstmalig seine Designer-Skills im Restaurantbereich unter Beweis stellen. Das Ergebnis fühlt sich an wie eine Neo-Bauhaus Hommage an Yves Klein.

4 5

China Tang

Das China Tang liegt im legendären Dorchester Hotel und serviert traditionell chinesische Küche in cooler „Old School“ Atmosphäre. An den Wänden hängen einige ganz entzückende Kunstwerke, wie beispielsweise ein blutüberströmter Mann mit riesiger Holzlatte im Kopf oder ein adipöser chinesischer Junge auf Pferd. Das Licht ist angenehm dunkel und der Geräuschpegel wegen der totalen Überfüllung immer hoch. Ein lässiger Laden mit einer bunten Gästeschar. Bei unserem letzten Besuch saßen einträchtig eine Gruppe Qataris in traditionellen Dishdashas zwischen schwarzen Rappern in Billionaire Hoodies und Männern in Huntsman Tweed-Suits. Wo sonst kann man ein solch kosmopolitisches Schauspiel beobachten?



Das BO

Der legendäre Demon Chef Alvin Leung betreibt seit diesem Jahr auch eine Dependance in London. Sein Restaurant „BO Innovation“ in Hong Kong ist laut seiner eigenen Aussage die Geburtsstätte der X-treme Chinese Cuisine. Mr. Leung gilt als einer der kreativsten kulinarischen Köpfe der Welt. Von seinen Schöpfungen wie „Bed and Breakfast“ dürfte mittlerweile jeder schon einmal etwas gehört haben. Die Optik der Gerichte ist teilweise wirklich X-treme. Seine bezaubernde „Sex on the Beach“ Kreation sieht beispielsweise wirklich aus wie ein benutztes und am Strand zurückgelassenes Kondom. Die weiße Flüssigkeit im Reservoir wird vom Kellner übrigens als Chef`s Spezialsauce angepriesen. Alvin Leung wurde vom Michelin Führer mit zwei Sternen bedacht und die berüchtigte Pellegrino-Liste führt ihn als die Nummer 52 der besten Köche der Welt. Der Leitspruch von Evil Mastermind Alvin Leung lautet übrigens: There is a realm where there are playful spirits and they are wandering.

6

HKK

Das HKK ist die nagelneue chinesische High-End Formel der legendären Hakkasan-Macher. Das Ziel scheint klar definiert. Hier möchte jemand demnächst mehrere Michelin-Sterne erkochen. Schon das schnöde 1-Sternerestaurant Hakkasan serviert seinen Gästen chinesische Kochkunst auf hohem Niveau. Was allerdings das HKK seinen Gästen kredenzt, wird selbst alten Gastronauten in großes Erstaunen versetzen.

SHOWKÜCHEN

Das Mook Culinary-Research-Team liebt es, am Kitchen Counter zu sitzen und den Köchen über die Schulter zu schauen. Hier unsere Top Ten der besten Plätze mit direktem Blick in die Küche.

- Roka (Charlotte Street)
- Barrafina
- J Sheekey Oyster Bar
- Kitchen Table at Bubbledogs
- L'Atelier de Joël Robuchon
- Yashin Sushi
- Cinnamon Kitchen
- Bentley Oyster Bar
- Scott`s
- Kaspars

AFTER DARK

Paaaaaaaarty like a Prince

Bodo's Schloss ist aktuell der Hot-Spot der feierwütigen Londoner Jeunesse dorée. Eine wilde Mischung aus rustikaler Beisl und uriger Apres-Ski Hütte. Die DJ-Kanzel befindet sich in einer ausgemusterten Gondel. Angeblich ist Bodo's Schloss der bevorzugte Hangout von Prinz Harry, Ed Westwick und Pixie Geldof. Die feschen Kellnerinnen sind in kurze Dirndl gehüllt und servieren, was die englische It-Crowd für Alpenküche hält. Die riesigen Sharing-Cocktails werden gerne auch mal in einer Kuckucksuhr oder einem Skischuh serviert. Es ist wirklich erstaunlich, wie viel Spaß die urbane Hüttengaudi macht. Ein Einkehrschwung ist deshalb durchaus empfehlenswert.

Paaaaaaaarty like a Rockstar

Im Whiskey Mist feiern schon seit Jahren die Ronsons und Jay Z's dieser Welt. Man sollte sich dementsprechend etwas mit Kleingeld eindecken. Das Whiskey Mist ist eine klassische „Party like a Rockstar"-Location. Alte Weißweinschorlentrinker und Entenklemmer sollten diese Location tunlichst meiden. Das Haus erwartet einen respektvollen Verzehr.

Paaaaaaaarty like a Mook

Das Mook Culinary Research Team hat eine neue Lieblingshotelbar in London. Die Artesian Bar im ehrwürdigen Langham Hotel ist aber auch wirklich ein reizendes Kleinod. Die 2007 eröffnete Bar wurde vom „Drinks International Magazin" zur „The World's Best Bar" gewählt. Verantwortlich für das stilvolle Ambiente der Artesian Bar war der leider kürzlich verstorbene David Collins. Beim Interior Design wurden geschickt viktorianische Zitate mit asiatischen Elementen vermischt. Designer und Evil Mastermind David Collins nannte diesen kuriosen Eklektizismus den "Chinese Chippendale-Style." Die eigentliche Bar ist im Stil einer traditionellen Song-Pagode gestaltet und über und über mit diversen Gefäßen, Artefakten und skurrilem Nippes dekoriert. Neben antiken Soda-Siphons, Kalebassen, Erlenmeyerkolben, Amphoren und aufwendig ziselierten Cachaça-Stößeln glauben wir sogar ein historisches Ziborium zu entdecken. Auch so drollige Devotionalien wie Schrumpfköpfe, La Catrina-Schädel und ein Spartaner-Helm dienten David Collins zur Dekoration der Pagode. Eine echte Adventure-Bar, die man sich auch gut im Travellers Club oder dem Reform Club von Phileas Foggs vorstellen könnte.

Wählen Sie erst den Juwelier und dann den Schmuck!

Die neue Rüschenbeck Just Jewels Kollektion!

- Das Markenzeichen „Ꝛ" als höchstes Qualitätsmerkmal!
- Gefertigt in 750er Gold oder Platin!
- Nur ausgesuchte Diamanten!
- Jedes Schmuckstück individualisiert mit Zertifikat ab 1.880 €!

JUWELIER

Rüschenbeck

Dortmund • Duisburg • Frankfurt • Frankfurt Airport „THE SQUAIRE" • Hagen • Köln • Münster • Oberhausen (CentrO.)

Und demnächst auch in Düsseldorf und Kitzbühel!

60549 Frankfurt Airport
THE SQUAIRE, Eingang Ost, E 5
Telefon 0 69 / 6 43 55 22 80

www.rueschenbeck.de

60313 Frankfurt
Börsenstraße 2-4
Telefon 0 69 / 1 33 87 40

Frankreich

1

Balthazar

Wir haben immer gesagt, dass wir mit dem „Mon amie Maxi“ ein Restaurant erschaffen wollen, das sich wie das Balthazar in NYC anfühlt und schmeckt wie das Bouchon in Las Vegas. Der geniale Betreiber Keith McNally hat es fabulös verstanden, den optischen Prototypen einer Brasserie zu kreieren. Das Balthazar ist von seiner Atmosphäre und der Patina her einfach entzückend. Jetzt möchte der umtriebige McNally auch noch London erobern. Der Plan scheint zu gelingen. Das Balthazar in London ist ein perfekter Klon des New Yorker Originals. Dieses architektonische Wunder hat Mister McNally angeblich schlappe 8 Millionen Pfund gekostet. Der Erfolg gibt Herrn McNally bisher Recht.

2

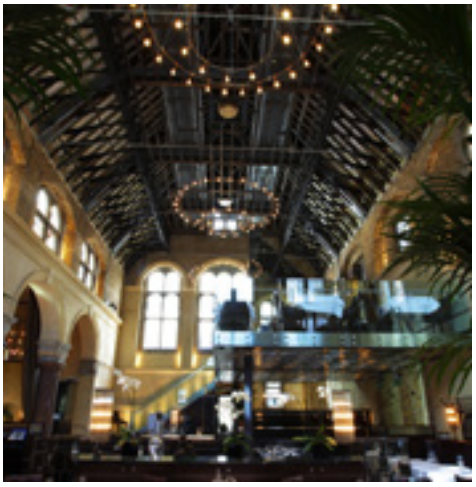
Petite Maison

Das grandiose Petite Maison Franchise eilt weltweit von Triumph zu Triumph. Auch die Filiale London geht aktuell komplett durch die Decke. Allabendlich füllt sich das Restaurant mit den frankophilien Movern & Shakern der Stadt. Alle lieben die authentische Mittelmeerküche des Petite Maison.

3 4

Galvin La Chapelle

Das Galvin La Chapelle befindet sich in einer ehemaligen Kapelle einer Mädchenschule. In diesem atemberaubenden Ambiente servieren die Gebrüder Galvin ambitionierte französische Gourmetküche. Ein idealer Platz, um seine zukünftigen Schwiegereltern kennenzulernen. Man sollte unbedingt einen Platz auf der imposanten Empore reservieren.



ZEDEL

Die „Mon amie Maxi"-Recherche führte uns fast um den kompletten Globus. Wir besuchten das legendäre „Le Veau D'or" in New York. Wir haben Austern bei „Bouchon" in Las Vegas geschlürft und mussten Hummer in der „Jo" Brasserie Chicago verkosten. Wir bereisten die kargen Küsten der Côte d'Azur und streiften durch die tristen Avenues von Paris. Wir degustierten sogar Pied de Cochon im berüchtigten "Au Pied de Cochon". Die wohl stringenteste Brasserie der Welt haben wir allerdings in London entdeckt - die Zedel Brasserie der legendären Wolseley-Macher Chris Corbin und Jeremy King. Natürlich hatte deshalb auch wieder der geniale Innenarchitekt David Collins seine Finger mit im Spiel. Der grandiose Tausendsassa David Collins war auch schon verantwortlich für das Design des Wolseleys, des Delaunay und der Connaught Bar. Die Zedel Brasserie ist einfach unglaublich. Die wunderschönen Trompe-l'œi Malereien im Vestibül könnten vom Duktus und Sujet auch von Tamara de Lempicka stammen. Die ganze Ornamentik der Möbel und Verkleidungen trägt die geradlinige Handschrift eines späten Mackay Hugh Baillie Scott. Getragen wird die imposante Halle der Zedel Brasserie von pittoresken korinthischen Säulen. Der umlaufende Portikus erinnert an eine hellenische Stoa und verfügt zusätzlich über diverse optisch baugleiche Pilaster. Das ganze Zedel atmet einfach in jeder Facette den Geist des Art Deco. Der Geräuschpegel erinnert an eine startende P–80 Lockheed. Die Küche serviert einfachste Brasserieküche im Chartier-Stil.

1

Coya

Das peruanische Restaurant Coya ist aktuell der „hottest Place in Town“. Hier versammeln sich allabendlich die Mover & Shaker der Metropole, um der fabelhaften Anden-Küche von Sanjay Dwivedi zu huldigen. Den indisch stämmigen Sanjay Dwivedi werden sicherlich viele von Euch noch aus seiner glorreichen Zeit im “Zaika of Kensington” kennen. Herr Dwivedi konnte unter anderem auch schon Erfahrungen im legendären „Astrid y Gaston“ sammeln. Die kontroverse Pellegrino-Liste führt das „Astrid y Gaston“ in Lima übrigens als Nummer 42 der besten Restaurants der Welt. Auch durfte Sanjay Dwivedi 1998 die Rolling Stones auf ihrer “Bridges to Babylon”-Tour als alleinverantwortlicher Caterer begleiten. Betrieben wird das Coya von Arjun Waney, dem derzeit wohl schillerndsten Restaurateur der Welt. Der umtriebige Visionär vereint wie kein Zweiter Anspruch und Coolness mit kommerziellem Erfolg. Am Schluss noch eine kleine Warnung: Das Coya liegt im Souterrain und ist ein sehr gemütlicher und dunkler Ort. Wem das Zenzakan schon zu schummrig ist, sollte tunlichst vermeiden, das Coya aufzusuchen.

2

St. John

Wie ihr ja durch unsere diversen Berichte schon lange wisst, ist Ferguson Henderson einer unserer großen kulinarischen Vorbilder und Autor der Offal-Cuisine-Bibel „The whole Beast“. Sein Name wird oftmals ehrfürchtig in einem Atemzug mit Chris Cosentino und Martin Picard gehaucht. Sein legendäres St.John Restaurant in London ist eine Pilgerstätte für alle Freunde der „Nose 2 Tail“ Philosophie. Seine köstlichen Lamb Tongues, Pig’s Heads, Duck Gizzards und Ox Hearts sind legendär.

3

Mari Vanna

Du möchtest endlich deiner Angebeteten die Frage aller Fragen stellen? Wir haben die perfekte Adresse für dich. Das Maria Vanna ist eine entzückende Zeitreise in die bourgeoise Epoche des pre-revolutionären Russlands. Man fühlt sich im Mari Vanna fast wie Nils Holgersson in einer Art russischem Dollhouse gone mad. Das ganze Restaurant ist über und über mit russischen Gzhel-Keramiken und Babuschka-Puppen dekoriert. Wohin das Auge auch schweift, überall hängen Orenburg-Schals und andere kitschige Folklore-Devotionalien. Selten hat das Mook Culinary Research Team in einem ähnlich stringent durchorchestrierten Ambiente gespeist. Nicht umsonst hat das Mari Vanna gerade vom „Time Out“ Magazin den Award für das „Best New Restaurant Design“ verliehen bekommen. Der russisch stämmige Innenarchitekt Yuna Megre hat hier wirklich ganze Arbeit geleistet. Passend zum Ambiente serviert das Mari Vanna deftige Klassiker der russischen Küche. Die köstlichen Piroschki und Pelmeni lassen das Herz eines jeden Exil-Russen höher schlagen. Das bizarre Puppenhaus rockt wie irrer Ivan. Man sollte deshalb rechtzeitig einen Tisch reservieren.

4

Kaspar`s Seafood Bar

Kaspar`s ist die neue Seafood Bar im legendären Savoy Hotel. Verantwortlich für das gatsbyesque Art Deco Design im Kaspars ist der virtuose Robert Angell. Mister Angell arbeitete 15 Jahre als Creative Director bei David Collins, bis er sich 2010 in die Selbstständigkeit wagte. Zu seinen Arbeiten zählen unter anderem die Connaught Bar und das Nobu Berkeley. Auch war Angell seiner Zeit bei David Collins maßgeblich am Design des Wolseley beteiligt. Ein absolutes Highlight im Kaspars ist der anamorphe Spiegelzylinder von Jonty Hurwitz. Die Fairmont Gruppe beauftragte Evil-Mastermind Jonty Hurwitz, das Katzen-Maskottchen des Savoy Hotels in eine seiner verblüffenden Installationen zu verwandeln. Bei den Hurwitz Zylinderskulpturen wird durch eine groteske Aspekt-Ratio-Verzerrung ein Objekt geschaffen, welches dem Betrachter erst durch die Spiegelung in einem Chromzylinder seine wahre Gestalt offenbart. Für alle, die mit Jonty Hurwitz Œuvre noch nicht vertraut sind, empfehle ich, einfach mal bei YouTube nachzuschauen. Hier finden sich einige sehr aufschlussreiche Walk-around-Videos, die den erstaunlichen visuellen Effekt am besten erklären.

5

Hawksmoor Steakhouse

London war lange steakhaustechnisch ein ziemliches Vakuum. Das hat sich mittlerweile etwas gebessert. Marco Pierre White Steakhouse, STK, Sophie, Cut oder Goodman servieren Steaks in mediterraner bis kalifornischer Qualität. Wirklich überraschend ist allerdings das britische Steakhouse-Konzept Hawksmoor. Die Steaks im Hawksmoor sind nicht mit US-Ware vergleichbar – aber trotzdem auf eine sehr britische Art exzellent. Sie erinnern, was die helle Farbe und Textur angehen, eher an Kalbfleisch. Das Hawksmoor serviert als Vorspeise unser geliebtes Bone-Marrow mit karamellisierten Zwiebeln. Auch die köstliche Stiltonaise sollte man mal probiert haben.

all around the world

CELEBRITY STALKER

aufgepasst! London ist einer der besten Orte der Welt, um über Prominente zu stolpern. Unsere Freundin und Londonexpertin Susanne Dow verrät euch die besten Plätze zum Celebrity spotting. Vielleicht habt ihr ja Glück und trefft dank ihrer Liste demnächst Matthew Vaughn, Jay Jopling, Jenny Saville, Mark Quinn oder einen anderen eurer London Idole.

- Zuma
- The Arts Club
- Ivy
- Wolseley
- Sketch
- Nobu Berkeley
- Hakkasan
- Scott`s

TATLER

Und was sagt der Tatler? In seinem aktuellen Restaurant Guide nennt der Tatler folgende Restaurants als seine absoluten Lieblinge:

- Bar Boulud
- Downtown
- Mayfair by Cipriani
- Chez Bruce
- 34 Restaurant
- Bellamy
- Koffmann`s

6

Berners Tavern

Die Berners Tavern liegt im neu eröffneten Edition Hotel. Die Edition Hotels sind die Antwort der Marriott Gruppe auf die extrem erfolgreichen „W“ Hotels der Starwood Gruppe. Die zukünftigen Edition Hotels sollen alle unterschiedlich gestaltet werden und jeweils den besonderen Spirit der Stadt einfangen. Das Edition Hotel in Fitzrovia ist nach Istanbul das zweite Outlet der neuen Boutique-Hotel-Kette. Weitere Filialen sind aktuell in Abu Dhabi, Gurgaon, Sanya, Miami und New York geplant. Das ambitionierte Projekt könnte gelingen. Als Partner für ihr gewagtes Vorhaben hat sich die Marriott Gruppe nämlich niemanden Geringeren als Ian Schrager als kreativen Partner mit ins Boot geholt. Die ungewöhnliche Liaison könnte also durchaus von Erfolg gekrönt sein. Die legendäre Studio-54-Ikone war schließlich schon immer ein Garant für außergewöhnliche Konzepte und gilt nicht umsonst als der Grandseigneur der internationalen Boutique-Hotel-Szene. Der kunstbeflissene Tausendsassa Ian Schrager war unter anderem einer der geistigen Väter des legendären Gramercy Park Hotels in NYC und dem lässigen Public Hotel in Chicago. Das absolute Highlight des Londoner Edition Hotels ist der imposante Speisesaal der Berners Tavern. Der gigantische Raum erinnert mit seiner pittoresken Stuckdecke und der beeindruckenden Petersburger Bilderhängung sofort an die legendären Wandelhallen der Eremitage. Als gastronomischen Partner konnte das Edition Hotel den englischen Shooting-Star Jason Atherton gewinnen. Mister Atherton wird momentan als einer der heißesten Chefs der Welt gehandelt. Seine Bistro-Konzepte Pollen Street Social, Little Social und Social Eating House werden aktuell von der internationalen Foodie-Szene geradezu frenetisch bejubelt. Sein kometenhafter Aufstieg führte ihn über das Who-is-Who der britischen Gourmet-Szene. Koffmanns, Marco Pierre White und Gordon Ramsey sind nur einige seiner beeindruckenden Stationen.

The Listener

<< MEN IN DENIM BUILT THIS LAND MEN IN SUITS DESTROYED IT >>

Unendlich viele Mails, Chats, Tweets und Posts aber kaum noch Gespräche, geschweige denn Inhalte. In unserer Zeit, wird mehr geredet als zugehört - ständig in Eile hören wir nur das, was wir wollen und immer weniger auf uns selbst. The Listener setzt einen Kontrapunkt, spitzt die Ohren und begibt sich auf die Suche nach Marken, Menschen und Geschichten, die bewegen.

The Listener stellt sich der Herausforderung und ist dabei mehr als nur ein Shop in dem man seine Garderobe erneuert. The Listener überwindet die ständig wachsende Anonymität und kultiviert eine neue Art des Einkaufens, die Begeisterung weckt, Bedürfnisse erkennt und zum Innehalten animiert.

»Adriano Goldschmied« / »Aesop« / »Aglini« / »A.P.C.« / »Avantoi« / »Barbour« »Canada Goose« / »Citizens of Humaity« / »Current & Elliot« / »Denham« / »Dondup« »Filson« / »Folk« / »Heschung« / »Hope« / »Joseph« / »Mackintosh« / »Majestic« »Mauro Grifoni« / »Mother« / »n.d.c.« / »Nudie« / »Paige« / »Patagonia« / »PRPS« / »Stone Island« / »Sunspel« / »The Last Conspiracy« / »Woolrich« / und viele mehr …

STORE :
The Listener GmbH Stephanstraße 3 60313 Frankfurt am Main - Germany
T: +49 (0) 69 / 2100 8000 M: contact@thelistener.de www.thelistener.de Open: Mo – Sa 10:00 – 19:00

SHOPPING GUIDE

Allens of Mayfair

Ein tolles London-Mitbringsel für alle Foodies ist immer ein Polo-Shirt von Allens of Mayfair. Allein der Einkauf in dieser legendären Edelmetzgerei ist schon ein Genuss. Für interessierte Carnivore Connaisseure bietet Allens of Mayfair auch Metzger-Kurse an.

117 Mount St | London

Jack Willis und Lyle & Scott

Coole britische Sportklamotten kauft man bei Jack Willis und Lyle & Scott. Nach einem Einkauf fühlt man sich gleich ein wenig fabulously british.

Jack Willis | 136 Long Acre | London
Lyle & Scott | 40 King St | London

Harry of London

In den Büchern von Ian Flemming trägt James Bond ausschließlich Strickkrawatten, im neuen Bond Film Skyfall Schuhe von Crockett & Jones. Wir machen das natürlich nicht, sondern kaufen auch dieses Jahr unsere Loafer wieder by Harry of London. Speziell die Modelle mit den bunten Sportsohlen sind der Hammer.

59 S Audley St | London

Forbiddenplanet

Du bist schon lange auf der Suche nach einem anständigen Bathlet. Dein alter Tricorder hat den Geist aufgegeben. Deiner Sammlung fehlt nur noch ein At-At und ein Boba Fett Blaster. Forbiddenplanet ist das ultimative Kaufhaus für Geeks, Cosplayer und Nerds. Was es hier nicht gibt, wurde noch nicht mal in der Zukunft erfunden.

179 Shaftesbury Ave | London

Other Criteria

Kunst für den etwas kleineren Geldbeutel. Das Other Criteria serviert seinen Kunden Collectibles Gimmicks, Merchandising und limitierte Editionen von Damien Hirst, Jack & Dinos Chapman und David Birkin. Auch wir konnten nicht widerstehen und haben einen limitierten „Golden Calf“ Siebdruck von Damien Hirst für die Sammlung Mook erstanden.

14 Hinde Street | London

NORDISCHE
KOMBINATION

MILD. QUALITÄT. HERZBLUT.

Foto: Bertram Rusch

WWW.SKICLUB-KAMPEN.DE

New & Lingwood

Dein Butler ist mit deiner Hausdame durchgebrannt. Du findest weder deinen Eaton Blazer noch deinen Skull & Crossbones Dressing-Gown. Die Verzweiflung ist groß. New & Lingwood in der ehrwürdigen Piccadilly Arcade ist die Adresse, die du jetzt aufsuchen solltest.

53 Jermyn Street | London

Crazy Pig Designs

Stell dir vor, du bist Lemmy Kilmister von Motörhead und hast mal wieder deine Ringe im Chateau Marmont vergessen. Bei Crazy Pig Designs kannst du deinen Vorrat zügig wieder aufstocken. Praktisch jeder Rockstar dieser Welt deckt sich bei Crazy Pig mit seinem Silberschmuck ein.

38 Short's Gardens | London WC2 H9AB

James Smith & Sons

Du brauchst keinen Gehstock mit eingebauter Pistole oder einen Schirm mit integriertem Korkenzieher? Völlig egal, James & Smith and Sons sollte man mal besucht haben. Schön, dass es solche traditionellen Spezialgeschäfte noch gibt.

Hazelwood House | 53 New Oxford Street | London

The Furniture Cave

Deine Frau ist eine totale Spaßbremse. Sie findet deine oberflächliche Liaison mit dem Viktoria-Secret-Modell einfach überhaupt nicht lustig. Nicht einmal das Argument, dass die Sache ja nur körperlich sei, konnte sie vom Gegenteil überzeugen. Jetzt hat sie dir auch noch, in einer Nacht und Nebel Aktion, das komplette Castle in Northamptonshire leer geräumt. Du bist natürlich total erzürnt, findest aber schnelle Hilfe auf den 30.000 Square Feet der Furniture Cave.

533 Kings Road | London

Minamoto Kitchoan

Du liebst japanische Süßspeisen wie Hakutoumochi, Hakutoushigure, Shirogasane und Tsukininishiki. Das Minamoto Kitchoan wird dir aber so was von gefallen.

44 PICCADILLY | London

Bape Store

Du bist jung. Du bist hip. Du weißt, wer McFitti ist. In London gibt es einen physischen "Bathing Ape" – Store! Was soll man da noch sagen? Bei meinem letzten Besuch habe ich ein paar fellbezogene Skullsta geschossen. Wahre Sneakerheads wissen was ich meine!

4 Upper James St | London

Walton Gallery

Die Joliepitts gehen dir mit ihrer Sammlung schon lange gewaltig auf den Keks? Eure kunstbeflissenen Angeberfreunde lachen euch schon alle aus. Deine Frau will nun endlich auch einen Bansky, Murakami oder Bambi über der Minotti Chaiselongue? Auf zur Walton Gallery. Da werden Sie geholfen.

152-154 Walton St | London

Andrew Martin

Du bist noch auf der Suche nach einem F-16 Cockpit, einem Einbaum oder einem Original Film Prop? Bei Andrew Martin wirst du sicherlich fündig. Bei unserem letzten Besuch wurde gerade die halbe Kulisse aus dem Ridley Scotts Film Prometheus angeliefert, inklusive des legendären Pooltischs. Der Evening Standard schrieb einst über Andrew Martin: „The Indiana Jones of interior design“ und die Financial Times: "One London shop is waging war on consumer boredom". Andrew Martin ist das etwas andere Einrichtungshaus.

198-200 Walton St | London

Duke of Uke

Ein Spezial-Geschäft für Ukulelen sucht man in Memmingen sicherlich vergeblich. In London gibt es dafür aber offensichtlich einen Markt. Wir empfehlen, die nächste Ukulele unbedingt bei Duke of Uke zu kaufen. Die Verkäufer kennen sich mit Ukulelen gut aus und beraten einen gerne. Für Ukulelen Hater bietet der Duke auch ein paar Banjos an.

88 Cheshire St | London

START FREI!

Der neue Range Rover Sport.
Ab sofort bei uns Probe fahren.

Ein atemberaubender Sportwagen oder der dynamischste Land Rover aller Zeiten – mit dem neuen Jaguar F-TYPE und dem neuen Range Rover Sport setzen Sie auf Pferdestärken, die jenseits des Polofeldes begeistern. **Zeit für eine Probefahrt!**

Verbrauchs- und Emissionswerte des neuen Range Rover Sport – Kraftstoffverbrauch (l/100 km) außerorts 9,7–6,7, innerorts 18,3–8,3, kombiniert 12,8–7,3; CO_2-Emission 298–194 g/km; CO_2-Effizienzklassen G, F, C.

Jaguar F-TYPE – Kraftstoffverbrauch (l/100 km) außerorts 8,3–6,9, innerorts 15,9–12,6, kombiniert 11,1–9,0; CO_2-Emission 259–209 g/km; CO_2-Effizienzklassen G, F. Alle Angaben wurden nach dem Messverfahren RL 80/1268/EWG ermittelt.

Avalon Premium Cars GmbH
Eschborner Straße 1–3
61476 Kronberg
Telefon 06173 999680
www.autohaus-avalon.de

KRONBERG AVALON Premium Cars GmbH

JAGUAR

LAND ROVER

Taschen Shop

Gleich neben der legendären Saatchi Gallery liegt der Kunstbuch Shop des Taschen Verlages. Das MCRT verbringt hier immer einige Stunden.

12 Duke of York Square | London

Liberty Kaufhaus

Jeder Touri besucht Selfridges und Harrods. Besuche doch diesmal auch das Liberty of London. Seine traumhafte Tudor-Stil Fassade sieht schon verdammt knorke aus.

210-220 Regent St | London

Books for Cooks

Ein Laden voll mit Kochbüchern! Müßig zu erwähnen, dass hier natürlich auch regelmäßig gekocht wird. Hingehen und kaufen. Ein solches Konzept gehört unterstützt.

4 Blenheim Crescent | Notting Hill

Westfield Mall

Du stehst total auf amerikanische XXL Malls? Dann wird dir auch das Westfield Shopping Center verdammt gut gefallen. Das gigantische Einkaufzentrum liegt etwas außerhalb des Stadtzentrums. Die Anreise lohnt sich aber auf jeden Fall. Foodies sollten auch mal den Foodcourt genauer inspizieren. Hier gibt es einige sehr innovative neue Casual Konzepte.

Centre Management Suite | Unit 4006 Ariel Way | London | Greater London

Marcus Watches

Deine Uhr ist schon wieder mal stehengeblieben. Du hast wirklich keinen Bock mehr auf den alten Wecker. Du greifst in deine Hosentasche und findest zufällig einige hunderttausend Pfund. Bei Marcus Watches kann dir nun kompetent geholfen werden. Marcus führt Uhren, die man sonst nur in den einschlägigen Magazinen und Internetseiten sieht. Für Uhren Aficionado ist Marcus die heilige Kaaba.

170 New Bond Street | London

The London Style

Kaum eine Nation hat das Bewusstsein für Mode und Stil derart geprägt wie die Engländer. Mit den Briten assoziieren wir Zurückhaltung, Charme, Witz und eine gewisse royale Gelassenheit, die wir in Deutschland manchmal vermissen. Was macht ihn eigentlich aus, diesen London Style, den viele von uns so sehr lieben?

In Zeiten der Globalisierung hat sich London eine gewisse Eigenart bewahrt. Die englischen „cabs", die roten Doppeldecker und das stoische Festhalten am Linksverkehr sind augenscheinliche Merkmale einer Großstadt, die noch ein wenig „gute alte Zeit"-Charakter versprüht. Während die Metropolen dieser Welt in einem gleichgeschalteten Einheitslook beliebig austauschbar geworden sind, bleiben die Engländer eine „Nation of shopkeepers" mit unzähligen „small and lovely little shops" in den Seitenstraßen der englischen Kapitale. An einigen prangt voller Stolz das Siegel der königlichen Familie, welches das Geschäft als Hoflieferanten deklariert. Darunter findet man richtige Schmuckstücke wie den Barbier und Gentleman-Parfumer „Geo Trumper", der in der Curzon Street Nr. 9 seit 1875 Herren rasiert und die passenden Utensilien vom Messer bis zum After Shave anbietet. Mit ihrem Esprit für Mode haben die englischen Maßschneider die Welt der klassischen Herrenmode beeinflusst wie keine Nation außer ihnen (was neapolitanische Schneider vehement abstreiten würden).

„In Zeiten der Globalisierung hat sich London eine gewisse Eigenart bewahrt“

Historisch hat diese Entwicklung ihren Ursprung darin, dass die Engländer als Seefahrernation als erste den Zugriff auf die Rohstoffe hatten, die für die Herstellung hochwertiger Stoffe notwendig waren.

In Londons Schneiderstraße Savile Row entwickelte sich dadurch bedingt seit dem frühen 17. Jahrhundert eine einmalige Ansammlung der besten Maßschneider der Welt. Fast alle berühmten Gentlemen ihrer Zeit waren Kunden in Londons Schneider Mekka. Winston Churchill, Napoleon III und selbstredend die Royals gehören zu den bekanntesten Anhängern der englischen Schneiderkunst. Ian Fleming ließ seine Romanfigur „James Bond“ in der Savile Row einkleiden. Im echten Leben trug der letzte James Bond-Darsteller Daniel Craig im Film allerdings einen Anzug des amerikanischen Designers Tom Ford. Dies provozierte ein Protestschreiben des Londoner Edelschneiders und ehemaligen Army-Major Tony Lutwyche an seinen Premierminister, in dem er sich über den Ausverkauf der englischen Ikone 007 beschwerte.

Doch auch in der heiligen Savile Row ist nicht alles Gold, was glänzt. Die Übernahme der honorigen Namen traditionsreicher Maßschneider an asiatische Investoren verärgert die Liebhaber sartorialer Schneiderkunst auf der ganzen Welt. So wurde das Flagschiff „Gieves & Hawks“ in der „No. 1“ vor Jahren an Chinesen verhökert.

Einen ähnlichen Affront dürften englische Patrioten in dem Zustand der britischen Automobilindustrie sehen. Die wenig verbliebenen Schmuckstücke wie Bentley oder Rolly Royce befinden sich fest in deutscher Hand.

Wer die reinrassige automobile britische Exzentrik genießen will, fährt übrigens Bristol Cars. Diese von 1946 bis 2008 gefertigten Luxuskarossen sind bei uns weitestgehend unbekannt. Mit ihren durchaus aggressiven Modellbezeichnungen wie „Fighter“ oder „Blenheim“ spiegeln sie jedoch das englische Selbstverständnis der britischen Upperclass wieder.

Ebenfalls ein fester Bestandteil des „London Style“ ist der Hyde Park. Hier tummeln sich Pärchen, Singles, Hundefreunde, Familien und Touristen, um ein wenig Ruhe zu genießen. An der weltbekannten Speakers Corner können sie mehr oder weniger relevanten Ausführungen der Redner lauschen, die sich über alle möglichen politischen Probleme auslassen. Nicht selten mit liebevollen Seitenhieben gegen die deutsche Politik.

Ein tief verwurzelter Bestandteil der englischen Kultur war über Jahrzehnte ein differenziertes Verhältnis zu Deutschland. Dieses hat sich mit der Zeit und vor allem seit der Fußball WM in Deutschland deutlich gebessert. Trotzdem gibt es kaum ein Land, in dem die Thematisierung der deutschen Vergangenheit selbst in textilen Fachgesprächen unter Maßschneidern zum Gesprächsthema werden kann. Selten jedoch anklagend, meistens mit einer eher zynisch-humorvollen Note. London Style eben.

„Doch auch in der heiligen Savile Row ist nicht alles Gold, was glänzt“

Stephan Görner

Seit 2003 gehört Stephan Görner zu den renommierten Anbietern nachhaltiger Mode nach Maß. In seinem Atelier im Frankfurter Westend begrüßt er die „Mover & Shaker“ der Mainmetropole, um diese in puncto Stil zu beraten.

Zu seinem Portfolio gehören unter anderem die vollständig handgefertigten Maßanzüge des Londoner Bespoke Tailor Tony Lutwyche, die Görner bundesweit exklusiv anbietet. Seine vielen Reisen an die Themse, haben ihn nicht nur zu einem Kenner britischer Schneiderkunst, sondern auch zu einem großen Freund der englischen Alltagskultur werden lassen.

SPEKTAKULÄRE

HOTEL 2013 ERÖFFNUNGEN

PRÄSENTIERT VON
DAVID WOHDE

Die Mook Redaktion freut sich ganz besonders, David Wohde, Reise-Enthusiast und Hotelliebhaber, als Experten für die diesjährige Vorstellung der spannendsten Hoteleröffnungen gewonnen zu haben. Mit seinem Unternehmen betreut er zahlreiche internationale Firmen- und Privatkunden bei allen Themen rund um professionelles Reisemanagement. Sein Spezialgebiet ist die Vermittlung hochwertiger Serviced Apartments und Hotels in schwierigen Terrains wie Südamerika, Afrika und Asien. In Schwellenländern qualitativ hochwertige Unterkünfte zu finden, die einem mitteleuropäischen Business-Standard entsprechen, ist meist schwierig und setzt ein hohes Maß an lokaler Expertise und Erfahrung voraus. Mit seinem Team ist er deshalb stets auf der Jagd nach herausragenden Hotellerie-Projekten rund um den Globus.

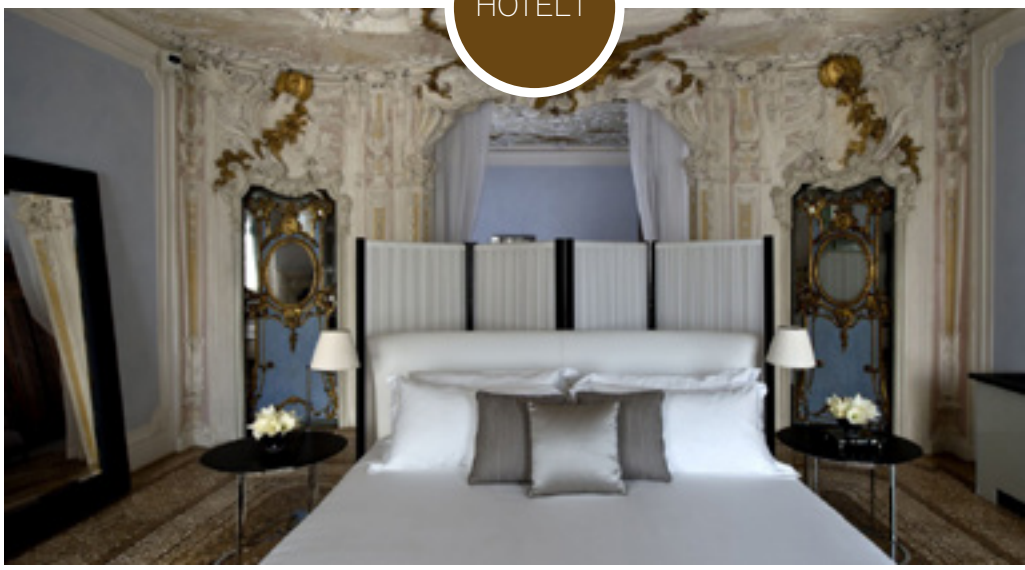
EOS Project Service
Friedensstrasse 2
60311 Frankfurt am Main
Tel 069 24 14 22 97
Fax 069 24 75 17 46
Web www.eos-ps.com
Mail info@eos-ps.com

VEREHRTE LESERINNEN UND LESER,

es ist mir eine große Freude, Ihnen in dieser Ausgabe von Mook´s Magazin die spektakulärsten Hoteleröffnungen des Jahres 2013 vorstellen zu dürfen. Als Gründer von EOS Project Service, einer Reiseagentur mit Fokus auf globale Gruppen- und Individualreisen von Geschäftsreisenden aus dem Sektor mittelständischer Beratungen, Medienhäuser, Technologiefirmen etc. nehme ich die Welt der Unterkünfte auf eine besondere Art und Weise wahr. Mein Anspruch, stets die ideale Mischung aus Wohnkomfort, Luxus und (budgetbedingter) Praktikabilität zu finden, begleitet mich nicht nur auf der Suche nach den passenden Objekten für unsere Kunden, sondern auch auf meinen privaten Reisen. Immer wieder schaffen es die kreativen Macher außergewöhnlicher Hotelkonzepte, das Bild von Metropolen auf der ganzen Welt mit ihren verblüffenden Bauten entscheidend zu prägen und somit nicht einfach nur Unterkünfte, sondern wahre Legenden zu schaffen.

Im folgenden Bericht habe ich für Sie fünf solcher außergewöhnlichen, faszinierenden und ästhetisch ansprechenden Hotels in Italien, England, China, Monaco und Abu Dhabi ausgesucht, die selbst das Mook Research Team ins Staunen gebracht haben. Egal ob auf einer Geschäftsreise, während des Familienurlaubs oder auf einer persönlichen Entdeckungsreise: Diesen Hotels sollten Sie unbedingt einen Besuch abstatten.

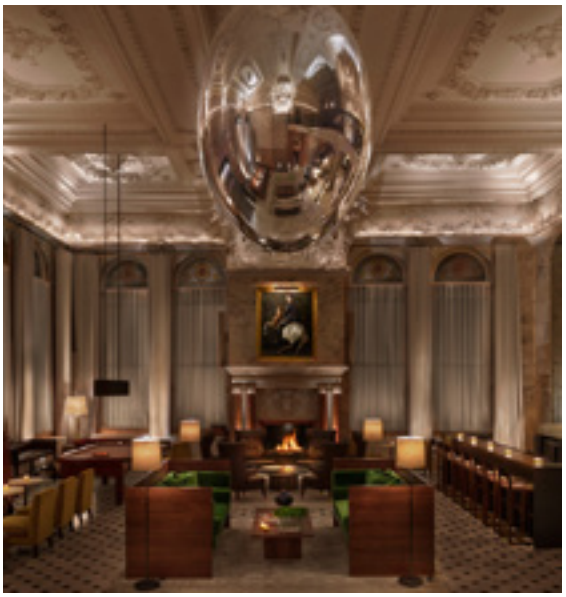
HOTEL 1

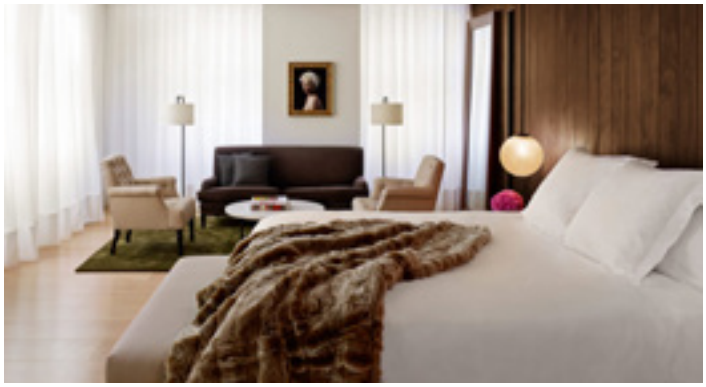


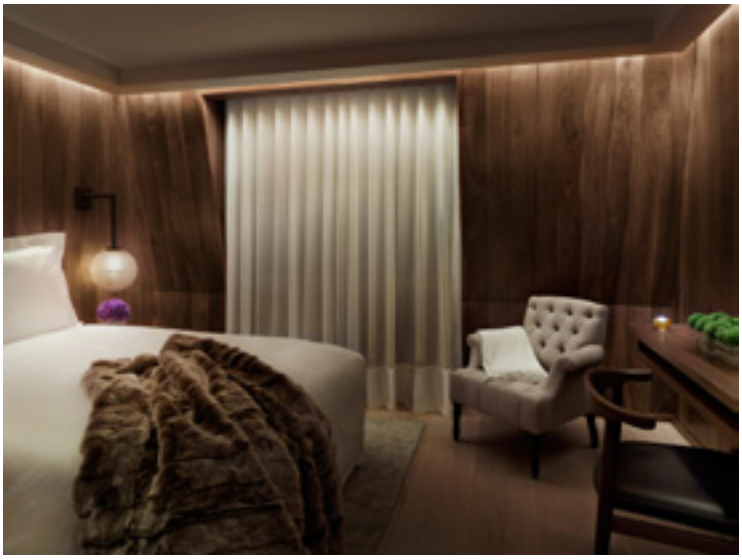
AMAN CANAL GRANDE - VENEDIG

Es gibt Altbauten mit wunderschönen Stuckapplikationen, es gibt künstlerisch wertvolle Schlösser aus der Zeit vor 1900, es gibt Prunkbauten ausgestorbener Königsgeschlechter – und es gibt ein Hotel, das diese Kategorien scheinbar zu übertreffen versucht. Von einem „Hotel“ zu sprechen, ist deshalb beinahe schon Blasphemie. Der neuste Geniestreich der ambitionierten Aman-Gruppe, das Aman Canal Grande in Venedig, bietet eine verblüffende Symbiose: liebevoll restaurierte und detailverliebte Fresken, historische Spiegel, Kamine, erlesene Wand- und Bodenbeläge aus dem Roccoco, kombiniert mit zeitlosen, minimalistisch-geradlinigen Möbeln und Accessoires der Gegenwart. Gelegen in San Polo, einem der ältesten Viertel der Stadt, lässt sich dieses Ausnahmehotel selbstverständlich auch über den Wasserweg durch den „port d’aqcua“ erreichen. Die aufwendig eingerichteten Suiten, der fantastische Ballsaal, der herrschaftliche Restaurantbereich und die Dachterrasse runden den atemberaubenden Gesamteindruck gekonnt ab. Übrigens: An jedem ersten Sonntag im September findet Venedigs historische Regatta auf dem Canal Grande statt, auf deren farbenfrohes Spektakel man von den meisten der 24 Suiten des Aman Hotels aus eine prächtige Sicht hat.

HOTEL 2







EDITION HOTEL BY IAN SCHRAGER - LONDON

Sie mögen Boutique Hotels? Sie sind London-Fan? Dann wird Ihnen das neue Edition Hotel Fitzrovia besonders gut gefallen…müssen! Gemeinsam mit der Marriott-Gruppe wurde es vom genialen Ian Schrager konzipiert, der als einer der Erfinder und wichtigsten Protagonisten der weltweiten Boutique-Hotel-Szene gilt. Für alle Liebhaber der Disco-Ära: Schrager war auch Mitbegründer und –Inhaber des legendären Studio 54. Zentral gelegen zwischen Oxford Street und Regent's Park befinden Sie sich im glamourösen Herzen der Stadt und fühlen sich mindestens so exklusiv wie in einem der legendären Members Only Clubs. Das avantgardistische Kernelement des Einrichtungskonzepts, Holz, welches in den Zimmern nicht nur Böden, sondern auch Wände und Decken für sich einnimmt, ist ein gekonnter Rückbezug auf Schragers Vergangenheit. In den öffentlichen Bereichen wird das hölzerne Motiv mit Marmor und Samt aufgelockert und durch geschmackvolle Details wie einen riesigen Kamin in der Bar oder die kuriose Spiegelkugel an der dortigen Decke verfeinert. Schrager präsentiert mit dem Edition Hotel also einen hochkarätigen 70er-Remix auf dem neuesten Stand der Hotellerie, inklusive tadellosem Service, auf den man hier übrigens besonderen Wert legt. Mein Tip: Mooks London Guide einpacken und Ihren nächsten London Trip in Fitzrovia starten!

Eiskalt erfrischen!

Coca-Cola,das rote Rundlogo und die Konturflasche sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company.

www.hundertgrad.de

Unsere Weinempfehlung
zum Hauptgang: Rot/Weiß!
Pesus 2006, 100 Punkte Wine Enthusiast
Belondrade & Lurton 2010

amadoro
erlesene spanische weine | www.amadoro.de

HOTEL3

W HOTEL – GUANGZHOU

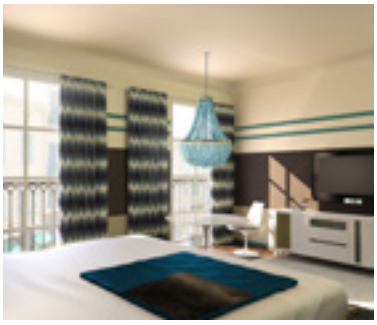
Die Marke „W“ des US-amerikanischen Hotelgiganten Starwood ist bekannt für ihre außergewöhnlichen Designs und das phänomenale Gastronomie- und Freizeitangebot. Wer schon einmal im Spice Market Restaurant des W London war oder eine der ekstatischen WMC-Partys des W South Beach in Miami besucht hat, wird dies bestätigen können. Das neue W Hotel in Guanzhou - dem geneigten Weltbürger sollte diese Millionen-Stadt, die mitunter als „Fabrik der Welt“ betitelt wird, ein Begriff sein – stellt den ersten chinesischen Meilenstein des Asien-Expansionsplans der Starwood-Gruppe dar. Der fulminante W-Koloss von Guangzhou wurde standesgemäß direkt an den sagenumwobenen Perlenfluss in das luxuriöse Viertel Zhujiang gebaut und besticht bereits an der Pforte durch die faszinierende, goldschimmernde Eingangshalle mit ihrer schier unendlichen Deckenhöhe. Das üppige kulturelle Angebot rundherum bietet neben altertümlichem Handwerk und chinesischer Oper auch herrlich traditionelle Dim Sum-Restaurants und Teehäuser, in denen sich tausende Jahre chinesischer Tradition wahrlich inhalieren lassen. Selbst wenn einem die kulinarischen Eigenheiten der chinesischen Küche nicht zusagen oder die Lautstärke der emsigen Stadt das eigene Nervenkostüm strapaziert hat, lässt es sich im W Hotel mit dem prämierten „Whatever/Whenever“-Service besonders gut aushalten.

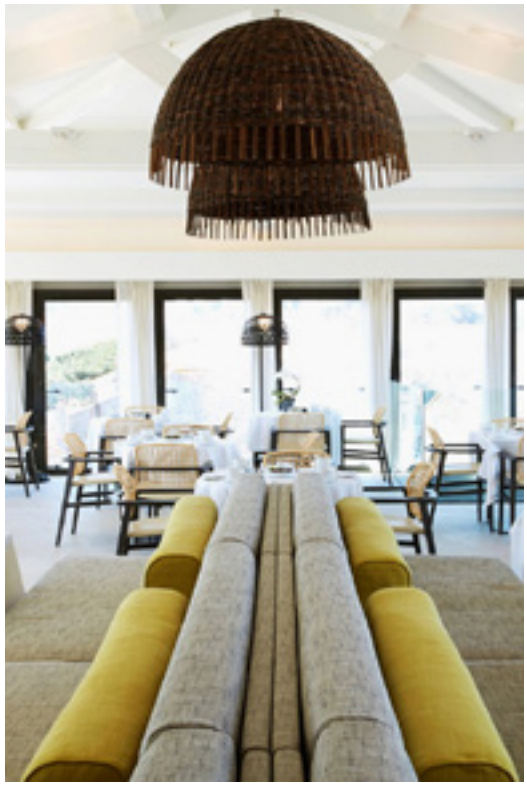
HOTEL4

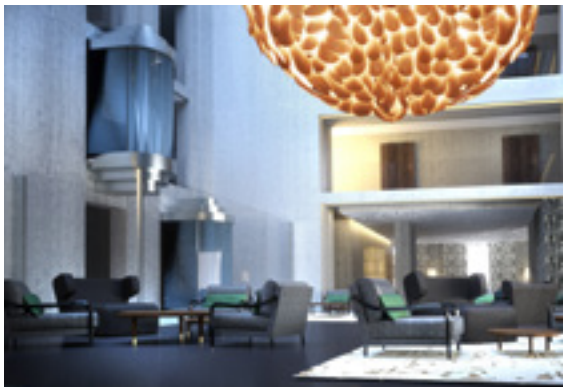
ROSEWOOD – ABU DHABI

Nach Dubai ist Abu Dhabi wohl eine der wichtigsten Business Metropolen des mittleren Ostens und bekannt für luxuriöse Hotels, Restaurants und Shops. Für diejenigen Gäste der Mook Group, die regelmäßig geschäftlich in diese Region reisen, haben wir einen ganz speziellen Tip: Das neue Ultra-Luxus-Hotel der Rosewood-Gruppe mit optionalem Butler-Service. Bereits das äußere Erscheinungsbild ist monumental. Auch innen wird Luxus (unter anderem) durch Größe vermittelt. Im unteren Bereich ist das Hotel an „The Galleria“ angeschlossen, die 33.000 Quadratmeter große luxuriöse Shoppingmall des sogenannten Sowwah Square, dem Herzen von Abu Dhabis neuem Business Distrikt. Konsumlust kann hier nach jeglicher Facon und auf höchstem Niveau befriedigt werden. Die Zimmer des Hotels bieten neben der wunderschönen Einrichtung und der bemerkenswerten Badewanne vor allem einen atemberaubenden Blick über die Stadt. Natürlich gibt es im Rosewood Abu Dhabi verschiedene Spielwiesen für den verwöhnten Gaumen, zum Beispiel ein Restaurant mit französisch-katalanischer Fusionsküche. Nach Bedarf können sämtliche Speisen ganztägig im Zimmer serviert werden. Selbst nach einem arbeitsreichen 18-Stunden-Tag wird hier also bestens für Ihr Wohl gesorgt.

HOTEL5







HOTEL DE PARIS – SAINT TROPEZ

Das Hotel de Paris ist bereits seit dem 19. Jahrhundert eine der Topadressen im Herzen Monte Carlos. Seit Februar 2013 gibt es eine höchst moderne, aber nicht weniger ambitionierte Neuauflage des Hotel de Paris direkt in Saint Tropez. Schon die Liste der mitwirkenden Köpfe hinter dem Projekt ist überwältigend: Design von Sybille de Margerie, Licht von Alain Guilhot, das Restaurant von 3-Sternekoch Georges Blanc. Ein schwebender Pool mit Glasboden über dem Atrium hört sich unmöglich an? Nicht in Saint Tropez. Das neue Hotel de Paris besticht durch edle Materialien, reduzierte Designs und großzügige Flächen. Die Farbpalette zur Akzentuierung der Räume beschränkt sich nicht auf maritime Töne. Selbst Magenta & Co. werden gekonnt eingesetzt, wirken aber nie grell oder unruhig. Schon die französischen Stars der 60er und 70er wussten das damalige Hotel zu schätzen, das dank der idealen Lage die wichtigsten Hotspots in wenigen Minuten zu Fuß erreichbar macht. Fazit: Die perfekte Residenz für einen fabelhaften Sommer an der Côte d'Azur.

MOOK'S *Ambassadors*

Kaum ein Restaurant kann auf eine so loyale und spannende Gästeschar blicken wie wir. Praktisch alle Frankfurter Mover & Shaker gehören seit Jahren zu unseren treuen Stammgästen. Auch haben wir es immer tunlichst vermieden, ein Zielpublikum zu kreieren.

Die meisten Restaurants sind darauf ausgelegt, ein spezielles Klientel anzusprechen. Bei uns hingegen sitzt Rockstar neben Bankdirektor, Diva neben Designer und IT Spezialist neben Bonvivant. Der internationale Hollywoodstar fühlt sich bei uns genauso wohl wie der umjubelte Sternekoch. Unsere illustre Gästeschar ist wirklich ein kunterbuntes Kaleidoskop der Branchen und Interessen.

So unterschiedlich ihre Berufe und Ansichten auch sein mögen – sie alle eint die Liebe zu den Restaurants der Mook Group. Unsere Restaurants stehen auch für mehr als nur gutes Essen: Wir sind eine Gemeinschaft. Wir sind ein Lebensgefühl. Wir sind einfach ein Gesamterlebnis. Unsere Restaurants verbinden Menschen, schaffen Kommunikation und schenken Erinnerungen. Wir haben es über die Jahre hinweg geschafft, für viele Menschen zu einem zweiten Zuhause zu werden. Unser Konzept des Mehrwerts scheint anzukommen. Mittlerweile bewirtet zahlenmäßig niemand mehr Gäste im gehobenen Restaurantmodus als wir. Wir sind inzwischen das Frankfurter Wohnzimmer und unsere Stammgäste sind unsere beste Werbung.

Sie sind die Ambassadore der Mook Group.

BERND LUNKEWITZ

NAME
Bernd F. Lunkewitz

STAMMGAST SEIT
Eröffnung

MOTTO/CREDO
Kants kategorischer Imperativ

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Seit meiner Geburt in Kassel im Jahre 1947 arbeite ich an mir selbst und bin noch lange nicht fertig. Ende der 60er Jahre zog ich deshalb zum Studium nach Frankfurt. Die Stadt war damals rau und wild, aber interessant. Hier war ich in den 70ern Immobilienberater bei CBRE und JonesLangLasalle, gründete ein eigenes Unternehmen, sammelte nebenbei etwas Kunst und Grundbesitz und wurde nach der Wende Verleger des Aufbau-Verlages in Berlin. 2008 habe ich den Verlag verkauft, denn es hatte sich herausgestellt, dass ich 1991 von kriminellen Mitarbeitern mehrerer Bundesbehörden betrogen wurde. (www.prozessbeobachter.net) Ich bin Vater dreier Kinder und glücklich verheiratet.

WARUM IST DAS MON AMIE MAXI DEIN LIEBLINGS-LOKAL?
Ist es nicht. Ich gehe genauso gern in das Zenzakan oder das Ivory, weil auch dort mir das Essen schmeckt und der Service exzellent ist.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Im "Mon amie Maxi" die Ente vom Molteni Grill, im Ivory das Ribeye, im Zenzakan alles aus dem Meer.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
NOBU, 22760 Pacific Coast Highway, 90265 Malibu, CA

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Los Angeles 90272, 90049, 90402

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Schon in dem vor 2.400 Jahren geschriebenen und nur fragmentarisch überlieferten ersten Kochbuch der Geschichte, dem altgriechischen Lehrgedicht „Hedypatheia“ („Leben in Luxus“) des Dichters und Gourmets Archestratos von Gela, wird es als größter Luxus beschrieben, köstliche Speisen zu genießen, die aus sorgfältig erlesenen frischen Zutaten auf beste Weise zubereitet wurden.
(Viele Rezepte des Archestratos, auf dessen Werk auch der Begriff „Gastronomie“ zurückgeht, sind zeitlos. Hier die Zubereitung einer Haifischart („Karcharia“): „Bauchfleisch, Kreuzkümmel, Meersalz und vielleicht etwas grünschillerndes Olivenöl und sonst nichts“.)

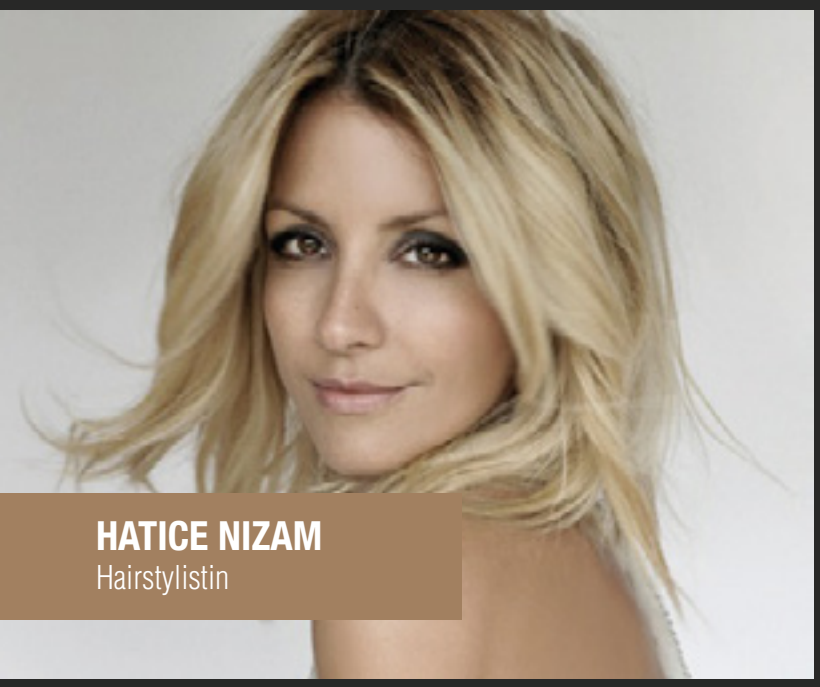
WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Im Sommer: Domaine Ott Rosé Coer de Grain auf Eis, sonst die 1er und 2ieme Crus aus Saint-Émilion und dem Medoc.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Pol Roger, Pure Extra Brut

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Geschäftlich: Browns (London)
Touristisch: North Island (Seychellen)

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Ein ofenwarmes Baguette, frische Beurre Bordier demi-sel, zu einer Magnum Flasche Chateau Petrus 1947 aus der Originalabfüllung. Mit dem letzten Glas eine Cohiba Siglo VI oder mindestens eine Monte Christo No.2.

„HANDLE NUR NACH DERJENIGEN MAXIME, DURCH DIE DU ZUGLEICH WOLLEN KANNST, DASS SIE EIN ALLGEMEINES GESETZ WERDE“



HATICE NIZAM
Hairstylistin

NAME
Hatice Nizam

STAMMGAST SEIT?
Stunde Null, was für eine Frage

MOTTO/CREDO?
Life is full of small, perfect moments.
Das Leben ist voller kleiner, wunderbarer Momente.

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN!
Ich bin aufgeschlossen und kreativ, immer auf der Suche nach Inspiration und neuen Herausforderungen. Als Stylistin kann ich diese Eigenschaften auch im Beruf voll und ganz ausleben. Ich fühle mich als Missionarin in Sachen Schönheit – und es gelingt mir immer wieder, Menschen dabei zu helfen, ihren individuellen Style zu finden und sich damit gut zu fühlen. Auch wenn ich mich selbst betrachte, gefällt mir, was ich sehe. Entdecke ich Schwächen (oder werde darauf aufmerksam gemacht), nehme ich das als Herausforderung an. Ich arbeite viel und gern – auch an mir selbst . . .

WARUM SIND DAS SURF 'N TURF UND DAS ZENZAKAN DEINE LIEBLINGSLOKALE?
Weil ich es genieße, in einer schönen, entspannten Atmosphäre ein köstliches Essen serviert zu bekommen.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Rinderfilet

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Momentan das Mr Ciao in Miami

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Malediven . . . unter Wasser meditieren, an Land chillen.

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Hin und wieder einfach in den Tag hineinzuleben.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Ich bin Weißweintrinkerin und mag Grauburgunder.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Seit Jahren Duval-Leroy Brut Rosé.

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
One&Only Hotels – am liebsten würde ich dort wohnen, an immer anderen inspirierenden Orten natürlich.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Türkische Tapas in guter Gesellschaft.

„LIFE IS FULL OF SMALL, PERFECT MOMENTS“

INSPIRATION PUR

Bringen Sie doch mal wieder alle Ihre Freunde zusammen an einen schön gedeckten Tisch! Viele Deko-Ideen und nützliche Küchenhelfer finden Sie in unseren zahlreichen DEPOT Filialen oder auch ganz bequem von Zuhause über unseren Onlineshop unter depot-online.com!

Entdecken Sie DEPOT – Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

DEPOT – über 410 mal in Deutschland,Österreich, der Schweiz und auch in Ihrer Nähe.

Besuchen Sie doch auch einmal unsere Filialen in:
Frankfurt, Zeil/Neue Kräme 12 ▪ **Frankfurt,** Große Bockenheimer Straße 50/Fressgass ▪ **Frankfurt,** Hessen-Center
Sulzbach, Main-Taunus-Zentrum ▪ **Wiesbaden,** Friedrichstraße 25-27/Dern'sche Höfe

.com 24 Stunden shoppen:
depot-online.com

DEPOT

DR. FLORIAN ILGEN
Mentalist

NAME
Dr. Florian Ilgen

MOTTO/CREDO
Genieße Dein Leben und lebe es mit Begeisterung

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Wir treffen jeden Tag unzählige Entscheidungen. Aber wer genau trifft diese? Wir sind uns sicher, dass wir es sind… Ich zeige Menschen, wie leicht sie in ihren Entscheidungen lenkbar sind. Meine Zuschauer lassen sich gerne auf meine Experimente ein und erleben außergewöhnliche Momente in einer Show, die sie fesselt und begeistert. Ich liebe es einfach, als Gedankenverführer mit meinem Publikum auf mentale Tuchfühlung zu gehen und ihnen etwas Besonderes zu bieten. Können wir unser Unterbewusstsein austricksen, oder trickst es gar uns aus? Das sind die Fragen, die mich beschäftigen und die neue Projekte anstoßen – das alles mit einem Ziel: Menschen zu begeistern und ihnen besondere Momente zu schenken.

WARUM IST DAS ZENZAKAN DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Das Essen und das Ambiente suchen ihresgleichen

GIBT ES EIN BESONDERES EREIGNIS, DAS DU MIT ZENZAKAN VERBINDEST?
Die Show bei Euch für das M&A Klientel

WELCHES IST DEIN FAVOURITE SIGNATURE DISH?
Sushi – Compilation Zenzakan Style

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Banyan Tree Rooftop Bar, Bangkok

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Thailand

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Zeit für das zu haben, was man machen will und dann jede Minute davon zu genießen

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Lieber Rot als Weiß

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Bollinger – La grande année 2002

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
W Hotel Miami

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Erdnüsse und ein Handtuch (nicht zu essen)

„GENIESSE DEIN LEBEN UND LEBE ES MIT BEGEISTERUNG“

GABRIELA GOLDENBERG
Stylistin & Designerin

NAME
Gabriela Goldenberg

STAMMGAST SEIT
Von Anfang an

MOTTO/CREDO
Live, Love, Laugh

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN!
Ich lebe seit 17 Jahren in Frankfurt, bin gebürtige Wiesbadenerin und habe 2 Jahre in Mailand und 5 Jahre in L.A. gelebt. Das Wichtigste für mich sind meine 2 wundervollen Kinder, mein großartiger Partner und mein zuckersüßer Hund. Ich liebe meine Familie über alles. Kurz: Familie steht für mich ganz oben.

Danach kommt „Der Style". Ich liebe Style. Ich liebe vor allem Fashion und ich würde mich als Fashion-Junkie bezeichnen. Meine unsterbliche Liebe zu Foto und Design konnte ich in Mailand ausleben, wo ich Design studierte. Dann verschlug es mich für 5 Jahre nach L.A. zur Lee Strasberg School of Acting, doch nebenbei experimentierte ich immer wieder mit der Mode.

Das Spannendste an Fashion ist, die richtige Kombination zu finden, ich liebe es z.B. mit H&M und Chanel zu spielen - der Mix macht es. Vor vier Jahren habe ich mein eigenes Modelabel gegründet, Kevandbelle, ein Akronym für die Namen meiner Kinder. Mode zu designen erfüllt mich sehr, denn ich liebe es, meiner Kreativität freien Lauf zu lassen. Als Rihanna nach ihrem Konzert in Frankfurt eine meiner Mützen auf der Aftershow Party im Kingka trug, war das DER Durchbruch für meine Mützen & Westen. Inspiration und Intuition, Style und Farben stecken in mir, es fließt einfach durch meinen Körper, so wie mein Blut. Alles gekrönt mit einem Touch Lässigkeit. Kochen ist meine zweite Leidenschaft, und ich lasse mir gerne was Besonderes für meine Gäste einfallen. Vom Einkaufen guter Lebensmittel über das Kochen bis zum Verwöhnen, all das macht mir riesigen Spaß. Ich verreise gerne nach London, meine Mutter und Schwester leben dort, und ich liebe Paris, aber Frankfurt ist für mich Heimat.

WARUM IST DAS SURF 'N TURF DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Eigentlich war ich immer am Liebsten im Ivory Club, die Atmosphäre dort ist einfach toll. Der Kolonialstil hat etwas sehr Gemütliches und natürlich ist das Essen sensationell. Ich habe aber neuerdings das Surf 'n Turf neu für mich entdeckt und ich denke, das wird „my new favorite place"

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Entrecote medium rare, Pommes Frites, Pfeffersauce und Blattspinat... aber das Chicken Tandoori mit den 3 verschiedenen Saucen ist unschlagbar!!!!

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Nobu, London, das Matsuhisa, L.A.

The Ivy Beverly Hills L.A.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Côte d'Azur

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Das tun zu können, was mir Spaß macht

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Rosé: Domaine Ott

Rotwein: so einige....

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Ruinart Blanc de Blanc Brut

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Hotel du Cap Eden Roc, Antibes. Ich möchte aber unbedingt einmal ins Amanpuri, Phuket

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Wiener Schnitzel mit Bratkartoffeln und Gurkensalat

"LIVE, LOVE, LAUGH"

SO SCHMECKT NUR
ORANGINA
MIT FEINEM FRUCHTFLEISCH.
AUCH IN ROT.

ÖKO TEST
RICHTIG GUT LEBEN
Orangina
Gesamturteil:
gut
Ausgabe 07/2012

JENS HILBERT
Geschäftsführer Hairfree

NAME
Jens Hilbert

STAMMGAST SEIT
2009

MOTTO/CREDO
Den Mutigen gehört die Welt.

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Ich merke gerade beim Lesen dieser Fragen, wie bodenständig und geradezu langweilig ich bin. Eigentlich will ich ja ganz tolle Antworten geben, naja, schauen wir mal. Ich bin ein Junge vom Lande, hab gerade so mein Abi geschafft und bin dann Unternehmer geworden, weil ich nicht wirklich teamfähig bin, das wäre in einer Konzernstruktur schief gegangen. Jetzt bin ich professioneller Haarentferner und rupfe und zupfe jedem Menschen, den ich erwische, seine überflüssigen Haare aus. Bauernschlau wie ich bin, hat mir das bislang einen bescheidenen Luxus eingebracht. Nachdem ich es bis 28 ganz brav mit Frauen versucht habe, konnte ich den Verrückten in mir nicht mehr unterm Teppich halten, bin nun seit vielen Jahren mit meinem Uli liiert und trage gerne bunte Klamotten. Ach ja, ich gebe mir immer Mühe, dass mich die Menschen mögen.

WELCHES MOOK GROUP RESTAURANT IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Mein Lieblingslokal ist das Mon amie Maxi, weil ich meine Ochsenbäckchen aus dem Zenzakan mit dem Salat Nicoise kombinieren kann. An Weihnachten gehe ich am liebsten in das Surf 'n Turf, weil´s einfach sooooo schön kuschelig dekoriert ist.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Weil ich beruflich viel reise und ständig in Restaurants gehe, esse ich am liebsten mal ein einfaches Käsebrot.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Ich reise nicht gerne und bin deshalb meistens zuhause. Wenn es dann mal soweit ist, bin ich nicht experimentierfreudig. In Berlin ist es der Grill und das Borchardt, in London das Cipriani, auf Ibiza die 4 Palmen.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Da mein Hobby das Springreiten ist, bin ich in meiner Freizeit meistens im Stall oder auf dem Reitturnier. Ich liebe den deutschen Hotelstandard, den ich im Ausland auch erwarte und wenn´s geht, wenig Jetlag. New York für 3 Tage mache ich regelmäßig. Richtigen Urlaub habe ich noch nie gemacht, diese Entspannung stresst mich eher, ich brauche meine Mails und meine Arbeit, dann bin ich am glücklichsten.

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Wenn morgens der Wecker klingelt, einfach mal die Entscheidung treffen, 2 Stunden länger liegen zu bleiben und meine Lieblingsserien schauen. Das sind Sex and the City, Two and a Half Men und alle CSI Folgen, die ich alle auf DVD habe.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Bestellen tue ich immer wie folgt: Bitte süffig und unanstrengend, damit ich bald die Lampen anhabe. Der nette Sommelier im Mon amie Maxi brachte mir bislang dann immer einen ganz tollen Weißwein, roten Wein trinke ich nicht, obwohl ich grundsätzlich dunkles Fleisch esse! Ich merke gerade, bei mir hat jede Etikette versagt, der Junge vom Lande lässt sich einfach nicht abtrainieren.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Mhhh, jetzt kommt der nächste Knaller, ich trinke keinen Champagner, davon bekomme ich Sodbrennen. Den weißen Moët höchstens auf Eis oder als Longdrink mit Red Bull gemischt, also eher proll, aber so schmeckt es mir halt am besten.

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Ich mags gerne oldschool und plüschig, also nicht diese neumodischen Sachen, wo ich meinem Partner durch die Glaswand beim Pinkeln zuschauen kann. Hyatt Düsseldorf oder TRUMP Soho in New York mag ich gerne.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Sowieso eh alles zu spät, da muss ich also nicht mehr auf Kalorien achten. Dann bitte fettig und so süß wie möglich. Ich liebe die Ultra Nugat belgischen Meeresfrüchte Pralinen, ich glaube Guylian heißen die.

„DEN MUTIGEN GEHÖRT DIE WELT“

PROF. TOBIAS REHBERGER
Bildhauer, Künstler und Prorektor der Städelschule

NAME
Tobias Rehberger

STAMMGAST SEIT
Sommer 2012

MOTTO/CREDO
Kein Hunger ist auch keine Lösung

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Ich bin in Esslingen am Neckar geboren und wohne seit 1987 mit mehreren Unterbrechungen in Frankfurt am Main. Tagsüber vertreibe ich mir meine Zeit mit verschiedensten Basteleien und abends, wenn mich meine Frau lässt (fast immer), mit Essen und Trinken. Wenn ich auf Reisen bin (ziemlich oft), belohne ich mich abends gerne mit gutem Essen und Trinken. Ich habe ein paar sehr gute Freunde - wenn wir uns treffen ist das sehr schön, meistens zum (Sie ahnen es sicher schon): Essen und Trinken. Meine gesamte Familie wiegt zusammen etwas mehr als ich. Aber auch sie sind abends gerne bei (genau) leckerem Essen und Trinken. Manchmal frage ich mich, warum ich mich für nichts anderes interessiere außer fürs Essen und Trinken. Da fällt mir ein, dass das gar nicht stimmt: Ich interessiere mich auch noch sehr für Fußball.

WARUM IST DAS ZENZAKAN DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Weil es so groß ist, dass man dort einen Gelbschwanz und ein Short Rib unterbringt.(ist doch deshalb so groß, oder?)

GIBT ES EIN BESONDERES EREIGNIS, DAS DU MIT DEM ZENZAKAN VERBINDEST?
Oh ja. Den Anfang des ersten voll durchgezogenen Abends mit meinem Freund Sam.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Sagte ich das nicht schon? Das Short Rib!

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Ein Straßenlokal in Bangkok. Es hat leider keinen Namen, aber wenn man vom Sheraton die Fähre über den Chaopraya nimmt und von dort durch den ganzen Markt geht und am Ende des Marktes an der großen Straße ca 120m nach links geht: da ist es.
Zusatztipp: Gegenüber gibt es einen kleinen Stand, der das sehr skurrile Gericht „Dancing Shrimps“ verkauft. Es ist erlaubt, dieses Gericht mit über die Straße zu nehmen und im Straßenrestaurant zu essen.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Schwer zu sagen, aber ich fahre sehr gern ins Unterengadin.

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Alles, was man nicht braucht

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Joh. Joh. Prüm, 2006er und vor allem der 2011er.
Lage als doofer Kennerwitz: 49°56'52" N 7°2'30,3" O

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Larmanier

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Das Okura (Imperial) Tokyo

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Cevapcici mit einem Glas vom erwähnten Wein und eine Lucky Strike braun/rot

„KEIN HUNGER IST AUCH KEINE LÖSUNG“

AYFER ARSLAN
Society Lady

NAME:
Ayfer Arslan

STAMMGAST SEIT
1998

MOTTO / CREDO
You only live once, but if you do it right once is enough

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Ich bin in der Türkei, den USA und in Deutschland aufgewachsen, habe 10 Jahre in San Francisco gelebt, bevor ich nach Frankfurt am Main gezogen bin. Ich reise seit 20 Jahren durch die ganze Welt und kann sagen, dass ich fast überall auf der Welt war und fast alles gesehen habe. Ich bin Inhaberin der Unternehmensgruppe „Ayfer Arslan & Co". Ich bin Mutter, Unternehmerin, Designerin, Eventmanagerin, Jetsetterin und Trendscout zugleich. Ich freue mich heute darüber, zum ersten Mal in meinem Leben beruflich das zu tun dürfen, wofür ich mit Leib und Seele, vor allem aber mit ganzem Herzen brenne. Ich habe die Gewissheit, meine Berufung gefunden zu haben und lebe diese vollkommen. Ich bin mit meiner Firma in der Lage, die Talente einzusetzen, die mir der liebe Gott in die Wiege gelegt hat.

WARUM IST DAS MON AMIE MAXI DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Mit dem Konzept einer authentischen Brasserie und Raw Bar hat Christian mal wieder einen Volltreffer gelandet. Erstklassige Produkte, gewissenhaft, liebevoll und kreativ zubereitet. Tolles Ambiente und top Service

GIBT ES EIN BESONDERES EREIGNIS, DAS DU MIT SURF 'N TURF ERBINDEST?
Meinen ersten großen Deal habe im Surf `n Turf vor vielen Jahren abgeschlossen, meinem „lucky charm restaurant". Bis heute feiere ich meine Highlights dort.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
The Surf 'n Turf, Le Maxi, Blade of slate, Zenzational Zenzakan Zazhimi und Zushi Signature Platte xxl

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Ich habe in den besten Häusern weltweit schon gegessen und habe Respekt vor jedem guten Koch. Besonders gerne mag ich japanische und die asianfusion kitchen.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Ich bin und fühle mich auf der ganzen Welt zu Hause und kann mich nicht festlegen. Besonders gerne bin ich in Asien und Europa.

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Gesund zu sein

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Opus one

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Krug Clos du Mesnil

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Da ich seit über 20 Jahren in 3 bis 5 Länder pro Monat reise, habe ich den Überblick verloren. Ob Boutique, Design, Trend oder Grand Hotel.. es sollten immer 5 Sterne sein.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
The Surf 'n Turf mit grilled mushrooms, spinach and truffle mash. Dazu eine Flasche Opus One.

"YOU ONLY LIVE ONCE, BUT IF YOU DO IT RIGHT ONCE IS ENOUGH"

MAX HUNZINGER
Honorarkonsul und Hobby-Rennfahrer

NAME
Max Hunzinger

STAMMGAST SEIT
Von Anfang an

MOTTO/CREDO
„YOLO – You Only Live Once“ stimmt nicht – man STIRBT nur einmal, aber man LEBT unzählige wunderbare Augenblicke, Stunden und Tage!

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Hobby-Rennfahrer, Seychellen-Enthusiast, Besseresser, Viellacher, Ofttelefonierer und Dauerreisender, Ehemann & Freund, Geschäftspartner & Vertrauter, Genießer & Motivator, Zwillingsbruder und Glückspilz... Beruflich bin ich Inhaber der MIT Event- & Incentive-Management GmbH, Frankfurt, und „im Nebenberuf“ Honorarkonsul der Republik der Seychellen.

WELCHES DER MOOK GROUP RESTAURANTS IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Ich könnte mich gar nicht richtig entscheiden, was ich an allen 5 schätze, ist dass sie Frankfurt etwas größer, prickelnder glamouröser, witziger, leckerer, spannender machen!

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Die Ente Molteni und absolut jedes Stück Fleisch im Surf 'n Turf!

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
„Tim´s Kitchen“ in Hongkong, „PK's @ Pasquiere Restaurant & Gastropub“ auf Praslin und das „El Torreon“ meiner Freunde Renate und Michael bei Marbella.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Es gibt so viele – aber aus Patriotismus und Angst vor meiner Frau entscheide ich mich ohne Wenn und Aber für North Island, Seychellen!

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
So vieles, dass der Platz hier nicht ausreicht... Dösen auf der Terrasse, Lesen am Strand, Streiten und Lachen und Diskutieren & Kochen & ... mit Edith – also jeder Augenblick „ohne Deadline“!

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Der in guter Gesellschaft.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Der nach einem schönen Erfolg!

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Es gibt bestimmt 50 – 60, in denen ich immer wieder gerne bin, weil ich jedes auf seine ganz eigene Art liebe – aber North Island auf den Seychellen ist ein nahezu unwirklich schöner Traum.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Eine filterlose Zigarette. (Dem Curry meiner Frau würde ich zum ersten Mal in meinem Leben widerstehen, weil darin ja alle Utensilien versteckt wären, die ich für meinen anschließenden Ausbruch bräuchte)!

„YOLO – YOU ONLY LIVE ONCE, STIMMT NICHT – MAN STIRBT NUR EINMAL, ABER MAN LEBT UNZÄHLIGE WUNDERBARE AUGENBLICKE, STUNDEN UND TAGE“

PETER HOMBERG
Anwalt

NAME:
Peter Homberg

STAMMGAST SEIT
2001

MOTTO / CREDO
Erfahrung ist, nicht immer die gleichen Fehler zu machen.

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Ich bin seit 25 Jahren Anwalt und berate seit über 15 Jahren Unternehmen aus dem Bereich „Life Sciences" mit wachsender Begeisterung in diesem komplexen Umfeld. Für mich ist es wichtig, meinen Mandanten die praktische Hilfe zu geben, die sie von ihrem Anwalt erwarten. Der Erfolg ist meine Triebfeder insbesondere dann, wenn er mit dem nötigen Fingerspitzengefühl und hoher sozialer Verantwortung erreicht wurde. Und… gutes Essen und Trinken können das Leben versüßen.

WARUM IST THE IVORY CLUB DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Hier kann man sich in sehr angenehmer Atmosphäre insbesondere mit Geschäftspartnern bei ausgezeichnetem Essen ungestört austauschen.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Das M-Style Blackened Steak (medium/rare) gehört zu meinen absoluten Lieblingsgerichten.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Alinea in Chicago

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Da ich gerne reise, gibt es für mich nicht nur ein Lieblingsurlaubsziel, aber verschiedene Ziele in Südostasien (wie z.B. Bali, Ko Samui, Langkawi) gehören sicherlich zu meinen „Favorites".

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Zeit haben

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Meine Lieblingsweine kommen von den Weingütern von GAJA. Der Barbaresco von dort ist ein absoluter Genuss.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Louis Roederer Crystal

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Als Stadthotel: Shangri-La in Singapur. Als Ferienhotel: Banyan-Tree auf Phuket

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Nichts. Mit leerem Magen stirbt es sich leichter.

„ERFAHRUNG IST, NICHT IMMER DIE GLEICHEN FEHLER ZU MACHEN"

ERNÖ THEUER
Entrepreneur

NAME
Ernö Theuer

STAMMGAST SEIT
Tag Eins!

MOTTO/CREDO
Post nubila Phoebus!

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Familienvater und Unternehmer, der mit wechselndem Erfolg am Wohl der Familie und der Entwicklung unserer Unternehmen arbeitet...

WARUM IST DAS MON AMIE MAXI DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Wg. der authentischen französischen Brasserie Küche und Atmosphäre sowie des freundlichen und zuvorkommenden Services. Als frankophilem gebürtigen Saarländer hat mir das in Frankfurt gefehlt!

GIBT ES EIN BESONDERES EREIGNIS, DAS DU MIT MON AMIE MAXI VERBINDEST?
Mein letztes Geburtstagsabendessen im Mon amie Maxi – organisiert von meinem jüngsten Sohn Ernö (9).

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Rognon de veau à la Dijonnaise

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND? GANZ EHRLICH?
Das Ristorante Trinitá auf dem Sacro Monte di Ghiffa am Lago Maggiore. Einfach, freundlich, köstlich!

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
The U.S. and A.

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Mit meinen Söhnen Dickie und Bubba alle 14 Tage bei Bratwurst und Bier einen Sieg der Eintracht im (ehem.) Waldstadion genießen.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Antoniolo - Gattinara Osso San Grato

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Wenn es schon prickeln soll, dann lieber ein Hochgewächs aus Deutschlands ältester Sektkellerei KESSLER in Esslingen

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Aktuell das La Mamounia in Marrakesch

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Sauerbraten mit selbst gemachten "Schneebällchen" von meiner Oma.

„POST NUBILA PHOEBUS“

ALBERS

Only Rare.

Wir garantieren Ihnen: Wenn Sie von Ihrer Bestellung nicht absolut begeistert sind, werden wir ohne Fragen nach Ihrer Wahl entweder die Ware austauschen oder Ihr Geld zurückerstatten.
Mit dem Gutscheincode RARE04 bekommen Sie bis zum 31.12.2013 10% Rabatt auf Ihre erste Bestellung.

10% Rabatt für 100% Genuss und Zufriedenheit

WWW.HIGHENDMEAT.COM

MICHAEL MÜNZING
Musikproduzent

NAME
Michael Münzing

STAMMGAST SEIT
1998

MOTTO / CREDO
Genieße jeden Tag mit allem was dazugehört.

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Ich bin Musikproduzent, Songwriter und habe mein Leben der Musik verschrieben. (Erfolgreichstes Projekt: SNAP mit „I've got the power!" und „Rhythm is a dancer") Seit 1977 bin ich Clubbesitzer in verschiedenen Locations weltweit – mein brandaktuellster Club ist das M9 in Frankfurt. Durch meinen Beruf reise ich viel und lebe zu gleichen Teilen in Frankfurt, auf Ibiza und in New York.

WARUM IST DAS M-STEAKHOUSE DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Weil die Steaks die besten Steaks weltweit sind.. es lässt sich schwer beschreiben, irgendetwas muss mit dem Ofen anders sein. Ich nenne es den „M-Zauber"

GIBT ES EIN BESONDERES EREIGNIS, DAS DU MIT M-STEAKHOUSE VERBINDEST?
Ohja, den Börsengang einer meiner Firmen im Jahre 2000.
2 ganze Jahre haben unendliche Verhandlungen im M-Steakhouse stattgefunden. Wenn die Wände Ohren hätten…

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Das Rib Eye 650 gr medium-rare mit Grilled Vegetables und Truffled Mash

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Ein herrliches Landrestaurant namens „Balafia" auf Ibiza

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Ibiza

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Die Freiheit zu haben, zu tun, was man will

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Schwierig, es gibt so viele. Die Rotweine von Francis Ford Coppola zum Beispiel.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Dom Pérignon

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Die Soho House Hotels

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Aioli vom Can Balafia, Tomatensalat vom Balafia, Rib Eye medium rare vom M-Steakhouse, Tarta di Limon vom Es Torrent

„GENIESSE JEDEN TAG MIT ALLEM, WAS DAZUGEHÖRT"

ARMIN SCHRÖCKER
Hoteldirektor Frankfurter Hof

NAME
Armin Schröcker

STAMMGAST SEIT
Eröffnung

MOTTO/CREDO
Enjoy life and have fun!

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN
Ich bin Österreicher und Hoteldirektor aus Leidenschaft. Momentan leite ich den Frankfurter Hof und wir haben gerade eine umfangreiche Renovierung abgeschlossen. Zuvor war ich viele Jahre bei Hilton International tätig, unter anderem habe ich das Langham in London als Direktor geleitet sowie Häuser in Toronto, Kairo, Johannesburg oder Südkorea. In Frankfurt habe ich zuvor schon einmal gelebt und bin gerne hierher zurückgekehrt. Man hat eine hohe Lebensqualität und wohnt natürlich sehr zentral.

WARUM IST DAS MON AMIE MAXI DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Wegen der entspannten Atmosphäre und der guten Ente!

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Ich habe viele, aber ein tolles Wiener Schnitzel mit gewürztem Gurkensalat ist schon top.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Hakkasan Restaurant in London

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Südafrika

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Genügend Zeit für die schönen Dinge im Leben zu haben

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Ein Sauvignon Blanc vom Weingut Tement, Steiermark, Grassnitzberg Lage.

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Taittinger Prestige Rosé

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Der Frankfurter Hof natürlich, oder das Langham in London

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Ein butterweiches Rib Eye Steak, medium rare, mit Spinat und Pommes allumettes.

"ENJOY LIFE AND HAVE FUN"

FATIH AKERDEM
Barkeeper Legende

NAME
Fatih Akerdem

STAMMGAST SEIT?
Von Anfang an.

MOTTO/CREDO?
Mut zur Lücke & wer rastet, der rostet.

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN!
"Der Gast soll sich erholen" – Mit dieser relativ einfachen Einsicht versuche ich unsere Gäste und unsere Mitarbeiter zu verzaubern. Die Hochhäuser werden immer größer, die Menschen darin immer unwesentlicher. Deshalb überfalle ich meine Gäste nicht mit sinnlosem Geschwätz, sondern höre ihnen aufmerksam zu. Ich bin dann eben für den Gast da - und für mein Team. Also kein Gequatsche, keine kommunikativen Befindlichkeiten und keine Hierarchie-Probleme. Durch diese Einstellung treibe ich unseren Nachwuchs zu Höchstleitungen. Ich lege größten Wert auf perfekten Service. Für uns ist nach wie vor der Gast gleich König.

WELCHES MOOK GROUP RESTAURANT IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Ich mag sie alle. Die Service Mitarbeiter in allen Lokalen strahlen Freundlichkeit und viel Elan aus und die Qualität, die aus den Küchen kommt ist einfach perfekt. Alle Mook Group Lokale sind perfekt ausgearbeitete und perfekt funktionierende Konzepte.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Epaule D' Agneau Rotie avec Patates (mit Kartoffeln geschmorte Lammschulter)

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Mama Africa / CAPE TOWN - Süd Afrika

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Südafrika

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Immer gesund zu sein.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Blaauwklippen Shiraz Reserve 2009

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Perrier Jouet Belle Epoque

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
The Westin Grand Frankfurt

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Maxi Burger, Chips

„MUT ZUR LÜCKE“

Fertsch

Handel seit

1847

Weine mit Seele:

Bladen (NZ) · Black Pearl (SA) · Jordan (SA) · Michele Satta (I) · Michel Bailly (F)

Weinhandel Fertsch · Sommelier · Weinhandlung

Frankfurter Straße 70, 61231 Bad Nauheim, Tel.: 0 60 32 - 3 12 07

www.weinhandel-fertsch.de

Fentimans -The Royal Taste-

www.fentimans.de

Importeur für Deutschland
WIGEM Getränke GmbH; NL Botzum-Neuwirth; In den Heimerswiesen 3; 63457 Hanau
Ihre Ansprechpartner: Reinhold Longen, Nandor Neuwirth
Kontakt: fentimans@botzum-neuwirth.de

WIGEM GETRÄNKE

ARDI GOLDMAN
Visionär

NAME
Ardi Goldman

STAMMGAST SEIT?
Mindestens 10 Jahren

MOTTO/CREDO?
Ich fühle mich als Realist der Straße

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN!
Es war und ist mein Ziel, meine Freude und meine Hoffnung, den Standort Frankfurt mit zu verändern und zu gestalten und so die Wertentwicklung „meiner" Stadt mit zu steuern und zu prägen. Dafür versuche ich, den Menschen, die in den von mir entwickelten Objekten leben und arbeiten, ein möglichst liebenswertes Umfeld zu schaffen. Was dazu gehört? Eine außergewöhnliche Architektur, Gastronomien, Hotels und immer auch etwas visionäres Einfühlungsvermögen. Und aktuell bin ich schon wieder an einem neuen Etappenziel angelangt: In meinem MA* in der Stephanstraße 1-5 in der Innenstadt eröffneten im August acht exklusive Fashion- und Designstores und werden - zusammen mit den kreativen Mietern in den oberen Etagen der alten Diamantenbörse an der nördlichen Zeil - absolut prägende Impulse setzen.

WELCHES MOOK GROUP RESTAURANT IST DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Das Ivory, weil da das Fleischessen genauso eine Kunstform ist wie in den besten New Yorker Steak-Tempeln wie Smith & Wollensky oder Palms.

WELCHES IST DEIN FAVORITE SIGNATURE DISH?
Rib Eye Steak und die Schnecken mit dieser einmaligen Schnecken-Sauce

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Das Zuma in London

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Capri

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Die Möglichkeit zu haben, dass einen die Zeit nicht überholt

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Il pino die Biserno

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Billecart-Salmon

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Schon aus reinem Egoismus unser neues 25hours-Zirkushotel direkt im Museumsviertel in Wien

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Was ich als Kind in Israel immer so gern gegessen habe und das ich leider nirgendwo mehr bekomme. Das Gericht kommt original aus Griechenland oder der Türkei, heißt Lacerda und ist ein eingelegter Fisch in Öl.

„ICH FÜHLE MICH ALS REALIST DER STRASSE"

ERIC BEUERLE DE CASTRO
Künstler / Bonvivant

Foto by Sandra Mann

NAME
Eric Beuerle de Castro

STAMMGAST SEIT
2005

MOTTO / CREDO
Wir müssen das, was wir denken, sagen. Wir müssen das, was wir sagen, tun. Wir müssen das, was wir tun, dann auch sein.
"Alfred Herrhausen"

BESCHREIBE DICH SELBST IN CA. 100 WORTEN!
1960 in Frankreich geboren dort aufgewachsen, Mutter Künstlerin, Vater Unternehmer, wird von einigen Freunden als Trüffelschwein bezeichnet, Unternehmer, Sternegastronom a.D., Künstler, lebe seit mehr als 20 Jahre südlich von Frankfurt, sammle Wein und liebe Kunst, gutes Essen, betreibe den Kunstraum-Dreieich in meine Freizeit seit 2010. Ich bin sehr glücklich verheiratet und habe zwei Kinder, zwei Hündinnen Asali Rhodesian Ridgeback, und Akira Malinois aus Spanien gerettet. Bin ein Genussmensch, lebe nicht mehr so schnell wie früher und helfe gerne mit meine Frau Kindern in der Not.

WARUM IST DAS MON AMIE MAXI DEIN LIEBLINGSLOKAL?
Mein zweites Lieblingslokal in Paris ist die Brasserie "le Zeyer" rue d´Alesia, genau 100 Jahre alt geworden, und wenn ich im Mon amie Maxi sitze, bin ich wieder in Paris.

WELCHES IST DEIN FAVOURITE SIGNATURE DISH?
Le canard Molteni de Mon amie Maxi knusprig wenig fett, einfach genial, châpeau la cuisine.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSLOKAL IM AUSLAND?
Ich habe zwei favorit in Frankreich, Maison Troisgros in Roanne und Frederic Doucet in Charolles, mit beiden verbinde ich viele Kindheits-Erinnerungen in Burgund, wo ich aufgewachsen bin.

WELCHES IST DEIN LIEBLINGSURLAUBSZIEL?
Costa Rica

WAS IST LUXUS FÜR DICH?
Unabhängig und gesund sein, und genießen, was man hat.

WAS IST DEIN LIEBSTER WEIN?
Château Latour 1997 kein besonderer Jahrgang für Pauillac, aber ein grandioser Wein, am liebsten mit Freunde genießen. Danach kommt Volnay "les Caillerets" 1er cru 2005

WAS IST DEIN LIEBSTER CHAMPAGNER?
Krug clos du Mesnil 1998

WELCHES HOTEL IST DEIN FAVORIT?
Jamahal Bali aber auch "le bel ami" in Paris Saint Germain des Prés.

WAS WÄRE DEINE HENKERSMAHLZEIT?
Das black foot pork chop von Heston Blumenthal, danach die Mieral Taube von Juan Amador

„WIR MÜSSEN DAS, WAS WIR DENKEN, SAGEN. WIR MÜSSEN DAS, WAS WIR SAGEN, TUN. WIR MÜSSEN DAS, WAS WIR TUN, DANN AUCH SEIN“

Schon immer besonders.

WOW: ROLLS-ROYCE WRAITH

Mit dem neuen Rolls-Royce Wraith ist der Marke ein großer Wurf gelungen. Als bislang stärkster und dynamischster Rolls-Royce aller Zeiten begeistert er seit seiner Vorstellung auf dem Genfer Automobilsalon Anfang März diesen Jahres das Publikum.

Der Wraith pflegt die berühmten Tugenden der Marke – von klassischen Designelementen und Proportionen über die aufwändige Verarbeitung und die vollendete Handwerkskunst bis zur überlegenen Waftability, jenem souveränen Fahrgefühl, das eben nur ein Rolls-Royce bieten kann. Gleichzeitig ist er aber auch ein Automobil, wie es kein zweites gibt, und das ein Meilenstein in der über 100-jährigen Geschichte von Rolls-Royce ist: Der Wraith ist mit 465 kW (632 PS) der stärkste Rolls-Royce aller Zeiten, der auf Wunsch des Fahrers in lediglich 4,6 Sekunden von 0 auf 100 km/h beschleunigt. Diese beeindruckende Dynamik demonstriert das Fahrzeug auch durch sein markantes Fastback-Design, dessen fließende Linienführung mit der langgestreckten Heckscheibe dem Wraith eine unverwechselbare Silhouette verleiht.
Die Mühelosigkeit des Fahrens und das erhabene Dahingleiten, für alle Rolls-Royce Automobile berühmt sind, erreicht im Wraith eine neue Dimension, wofür zwei Innovationen mitverantwortlich sind: Als erstes Fahrzeug der Welt besitzt der Wraith ein satellitengestütztes Automatikgetriebe, das

GPS-Daten nutzt, um den Straßenverlauf vorherzusehen und die Schaltstrategie entsprechend anzupassen. Zusätzlich verfügt das Fahrzeug auch über eine sprachgesteuerte Connectivity, eine Art bordeigner Kammerdiener. So können zahlreiche Infotainment-Funktionen mit Sprachbefehlen aktiviert werden, zum Beispiel die Zieleingabe beim Navigationssystem. Erstmalig wird mit dem Wraith auch eine bedeutend jüngere Klientel angezogen, eine, die Dynamik möchte und dabei beim Komfort keine Kompromisse akzeptiert.

Mit insgesamt 15 Standorten in Nordrhein-Westfalen ist die Procar Automobile AG der größte Vertriebspartner für Rolls-Royce Motor Cars, BMW und MINI in Deutschland.

Procar Automobile GmbH & Co. KG
Authorised Rolls-Royce Motor Cars Dealer

Bayerische Allee 1
50858 Köln
Deutschland

Tel.: +49 2234 915-127
Fax: +49 2234 915-108
Mobil: +49 163 33 99-127

Michael.Gleissner@rolls-roycemotorcars-cologne.de
www.rolls-roycemotorcars-cologne.de

ES GIBT NUR EIN ORIGINAL DAS ORIGINAL

ES GIBT NUR EIN ORIGINAL DAS ORIGINAL

Vor über 16 Jahren eröffnete mit dem M-Steakhouse das erste upscale Steakhouse in Deutschland nach US-amerikanischem Vorbild. Eine Pionierleistung mit allem, was zu einem richtigen Steakhouse dazugehört: Authentisches Ambiente, fallende Hitze, Steakpräsentation und natürlich richtig portionierte US-amerikanische Steaks und eine gute Weinauswahl.

Optische Vorbilder für das M-Steakhouse waren die großen Old School Steakhäuser Amerikas, wie das Chicago Chop House, das III Forks in Dallas oder auch das Del Frisco in Orlando. In jedem noch so kleinen Detail sollte man die Liebe und den Respekt vor den großen amerikanischen Idolen spüren. Edel, rustikal, laut, dunkel, maskulin, gemütlich und lecker sollte es werden.

Das M-Steakhouse konnte durch Qualität und stillvolle Atmosphäre über all die Jahre problemlos seine Poleposition verteidigen. Der Anspruch war auch nie geringer als DAS Steakhouse in Deutschland zu sein. Es wird immer nur ein Original geben – das Original.

BEHIND THE GOLDEN KEYS

Leben und Wirken eines Head-Concierges

von Sabine Schmitt

Ob ein Chihuahua- Welpe für eine Society-Lady, die Organisation des perfekten Heiratsantrags oder die Wiederbeschaffung eine verloren gegangenen Eherings, Timo Dreissigacker, Chief-Concierge in der legendären Villa Kennedy erfüllt nicht nur berühmten Gästen wie Boris Becker, Pink, Bruce Willis oder unserer Nationalelf ausgefallene Wünsche. Für seine einzigartige, beinahe virtuose Persönlichkeit wurde der gebürtige Frankenthaler nun vom Busche Verlag als Concierge des Jahres ausgezeichnet.

Sechs Hauptkriterien gilt es laut Timo Dreissigacker als guter Concierge zu erfüllen: Neben einer kompetenten Ausstrahlung und der Leidenschaft für den Beruf, sollte er möglichst mit viel Geduld und Fingerspitzengefühl auf seine Gäste eingehen können sowie ein ausgeprägtes Organisationstalent mitbringen und sich dabei selbstverständlich stets in Contenance üben.

Viele dieser Merkmale wird man sich mit der Zeit nach und nach aneignen können, andere sind nur Wenigen auf zauberhafte Weise anscheinend schon in die Wiege gelegt worden. Was den Head-Concierge der Villa Kenney zum besten Concierge Deutschlands macht, ist zweifelsohne diese ganz besondere Menschenkenntnis, mit der Timo Dreissigacker empathisch auf die individuellen Wünsche seiner Gäste eingeht. Gutes und genaues Zuhören sei dabei die Geheimzutat in Sachen perfektes Concierge-Rezept, verrät der 36-jährige, dessen Topservice neben vielen Vertretern des internationalen Jetsets immer wieder neue Besucher zu treuen Stammgästen der Villa Kennedy werden lässt. „Es ist so, als ob man alte Freunde wieder zu Hause willkommen heißt“, erzählt Timo Dreissigacker, während er auf einen bunten Tischläufer verweist, den er, wie unzählige weitere Gastpräsente, von einem mexikanischen Pärchen geschenkt bekommen hat, mit dem ihn mittlerweile eine enge Freundschaft verbindet. Wie für seine engsten Vertrauten macht Timo Dreissigacker auch für seine Gäste so ziemlich alles möglich. Frei nach dem Motto: „Unmöglich bedeutet nicht Nicht-Möglich, sondern nur ein paar extra Anrufe“ sind die skurrilsten Bedürfnisse seiner Gäste doch immer auch der Aufhänger für die schönsten Anekdoten eines Concierge-Lebens. Diese Geschichten beginnen meist auf der Bühne der luxuriösen und doch heimisch familiären Lobby an der Concierge-Loge der Villa Kennedy, die sich dank ihres extravaganten und verspielten Antlitzes als perfektes Setting für unzählige Dramen, Komödien oder Romanzen eignet. Einer wurde in den letzten sieben Jahren fast immer zum gefeierten Helden: Timo Dreissigacker höchst selbst. Der Concierge schlüpft dabei in die unterschiedlichsten Rollen, wird zum Hundeflüsterer und organisiert für eine anspruchsvolle Diva aus Köln einen Chihuahua-Welpen aus reinrassiger Zucht, verwandelt sich in aller Eile in einen Detektiv auf detaillierter Spurensuche, um den verschwundenen Ehering eines Gastes dank genauester Vernehmung im Mülleimer einer Autobahnraststätte wiederzufinden, oder mimt für einen guten Freund als Frankreichliebhaber den Weddingplanner und organisiert in Paris den perfekt gelungenen Heiratsantrag. Der tosende Publikums-Applaus ist dabei für Timo Dreissigacker die Zufriedenheit seiner Gäste, die sich im Anschluss an eine Restaurantempfehlung oder einen Ausflugstipp mit einem glücklichen Lächeln herzlich bei ihrem Concierge bedanken.

Ein wahrer Held wäre selbstverständlich bei weitem nicht so erfolgreich, hätte er nicht treue Freunde und Gehilfen, die ihm bei der ein oder anderen Mission tatkräftig unter die Arme greifen. Und so kann auch Timo Dreissigacker auf ein großes Arsenal an kompetenten Kollegen weltweit bauen, die wie er dem Club der goldenen Schlüssel, dem exklusiven Verbund der Concierges angehören, dessen Mitgliedschaft nicht nur eine große Ehre und Auszeichnung bedeutet, sondern zusätzlich gegenseitige Unterstützung in Planung und Organisation über die heimischen Grenzen hinaus garantiert. Im Falle des besagten Heiratsantrags war hier beispielsweise ein Kollege aus dem Hotel Crillon in Paris gefragt, der für Dreissigacker ein Candle-Light-Dinner auf einem Bateaux-mouches, den berühmten Seine-Schiffen, organisierte und dort dem befreundeten Pärchen die Menükarte überreichte, die anstatt einer Menüabfolge die heiß begehrten 4 fragenden Worte des Antrags zierten.

Zu erkennen sind die Mitglieder des exklusiven Concierge-Zirkels, die „Les Clefs d'Or", an einer Art Insignie in Form von zwei goldenen, übereinander gekreuzten Schlüsseln, die rechts und links am Revers der Concierge-Uniform funkeln. Der Verband zählt weltweit rund 4000 Mitglieder aus 38 verschiedenen Ländern. Potenzielle Kandidaten, die in diesen Kreis aufgenommen werden möchten, müssen neben einem Mindestalter auch eine bestimmte Berufserfahrung in Form einer Hoteltreue von geringstenfalls 5 Jahren vorweisen und davon 2 Jahre als Concierge tätig gewesen sein. Außerdem sollten idealerweises mehr als zwei Fremdsprachen beherrscht werden. Das wichtigste Aufnahmekriterium ist allerdings die Empfehlung zweier Kollegen, die bereits Mitglied bei den Goldenen Schlüsseln sind.

Wer sich damals für seine Aufnahme in die Liga der „Les Clefs d'Or" stark gemacht hat, weiß Timo Dreissigacker bis heute nicht genau. Ebenso unklar ist, wessen Empfehlung er die Auszeichnung zum Concierge des Jahres zu verdanken hat. Vielleicht wird er es ja bei der großen Busche Gala am 4. November in München im Hotel Vier Jahreszeiten herausfinden, wo Timo Dreissigacker der Preis verliehen wird, mit dem sich schon seine großen Vorbilder wie Raffaele Sorrentino, der langjährige Chefconcierge im Hotel Adlon in Berlin, und der Kopf des Münchner Vierjahreszeiten-Concierge Teams Massimo Francucci schmücken durften. Spurensuche ist schließlich nur eines der vielen Talente des Concierge 2014...

THE SPARKLING WATER OF FRENCH FINE DINING

1778

SAINT GALMIER

France

BADOIT®

FINE AND DELICATE BUBBLES SINCE 1778

TIMO DREISSIGACKER
CONCIERGE DES JAHRES

M: HERR DREISSIGACKER, WO BEGANN IHRE CONCIERGE-KARRIERE?

TD: Erste Erfahrungen im Hotel konnte ich während meines Auslandsaufenthaltes in Frankreich im Disneyland Paris sammeln. Dort war ich zunächst Bellboy und Wagenmeister. Das bedeutete acht Monate lang Gepäck tragen und Autos parken. Im Anschluss blieb ich dort noch im Hotel New York für ein halbes Jahr und arbeitete dann an der Rezeption des Kongress-Hotels. Diese Zeit hat mir einen guten Gesamteindruck von den unterschiedlichen Arbeitsbereichen in einem Hotel beschert.

M: WAS HAT SIE SCHON DAMALS AN DEM AUFGABENBEREICH EINES CONCIERGES GEREIZT?

TD: Schon mein erster Vorgesetzter im Hotel New York, Robert Charldon, hat mich sehr fasziniert. Er hat sich immer viel Zeit für die Gäste genommen und ist intensiv auf die individuellen Wünsche eingegangen. Außerdem habe ich bei ihm gelernt, wie wichtig es ist, sich ständig auf dem Laufenden zu halten. Der Concierge hatte im Hotel eine Stellung inne, die von allen respektiert und geschätzt wurde. Das gefiel mir und daran hat sich bis heute nichts geändert.

M: WAS BEGEISTERT SIE AN DER ARBEIT IN DER VILLA KENNEDY?

TD: Mir ist schon früh bewusst geworden, dass ich nur in einem Hotel arbeiten kann, zu dem ich einen inneren Bezug habe. Ich möchte voll und ganz hinter meiner Arbeit und meinem Arbeitgeber stehen können und stolz sein auf das, was ich tue, und welche Prioritäten mein Arbeitsplatz setzt. Das Umfeld sowie den Umgang unter den Mitarbeitern in der Villa Kennedy empfinde ich als außergewöhnlich gut und fühle mich geehrt, insbesondere seit meiner Ernennung zum Abteilungsleiter vor 2 Jahren, einen Teil zu dieser harmonischen Stimmung im Team beitragen zu können.

M: WAS ZEICHNET DIE GÄSTE DER VILLA KENNEDY AUS?

TD: Selbstverständlich sprechen wir in der Villa Kennedy ein gehobeneres Klientel an. Anders als im Sheraton haben wir keine Low-Budget-Gäste, denen ich hauptsächlich „Hop on-Hop off"- Bustouren durch Frankfurt o.Ä. organisiert habe. Wir verzeichnen ein kleineres Spektrum an Gästen, die aber gleichzeitig auch bereit sind, mehr Geld für ein gutes Restaurant oder einen Ausflug auszugeben, und die Beratung somit wesentlich intensiver und herausfordernder ist.

M: SEIT 2011 SIND SIE CHEF-CONCIERGE DER VILLA KENNEDY. WAS HABEN SIE VON IHREM VORGÄNGER STIG ARNBERG, DEM EHEMALIGEN HEAD-CONCIERGE DES HOTEL ATLANTIC IN HAMBURG, MIT AUF DEN WEG GEGEBEN BEKOMMEN?

TD: Von meinen großen Vorbildern wie Stig Arnberg oder auch dem warmherzigen Herrmann Mayr habe ich gelernt, dass auch wir unsere Grenzen haben. Wir geben immer unser Bestes, aber manche Aufgaben sind in der Kürze der Zeit einfach nicht umsetzbar. Wir müssen teilweise mehreren Gästen gleichzeitig zur Verfügung stehen, zerteilen können wir uns aber nicht; auch das habe ich erst im Laufe der Zeit verstanden.

M: WANN HABEN SIE SICH DAS LETZTE MAL WIRKLICH ÜBER EINEN GAST GEÄRGERT?

TD: Als ein prominenter Gast, dem wir selbstverständlich wie immer das Auto vorgefahren und das Gepäck hineingetragen haben, dem Kollegen 36 Cent Trinkgeld in die Hand gedrückt hat.

M: BRIEFEN SIE IHR TEAM BEI BEVORSTEHENDER ANKUNFT EINES PROMINENTEN AUF INTENSIVERE WEISE?

TD: Nein, davon sehe ich ab. Ich informiere meine Kollegen selbstverständlich darüber, aber generell lege ich großen Wert darauf, dass bei uns jeder Gast den gleichen Top-Service erwarten kann.

M: WAS REIZT IHRER MEINUNG NACH SO VIELE PROMINENTE GÄSTE AN EINER UNTERKUNFT IN DER VILLA KENNEDY?

TD: Hauptsächlich vermutlich der ruhige Standort. Außerdem bestechen wir sicherlich mit unserer Leichtigkeit und dem ehrlichen und herzlichen Service. Das Concierge-Team ist der Stab mit der geringsten Fluktuationsrate im ganzen Haus, so

dass Gäste auch nach zwei Jahren noch mindestens ein vertrautes Gesicht unter uns erkennen, wenn wir sie begrüßen. Das schafft eine besondere Privatsphäre. Wir sind einfach ein cooles Hotel (lächelt).

M: WELCHE SCHATTENSEITEN HAT IHR TRAUMBERUF?

TD: Der Concierge ist immer das letzte Glied einer langen Kette. Sollte es irgendwem an irgendetwas fehlen, ist der Concierge derjenige, der die Situation ausbügeln muss. Teilweise fällt es uns schon nicht ganz leicht, allen Abteilungen und den Gästen gerecht zu werden.

M: WIEVIEL TIMO DREISSIGACKER STECKT IN JEDER IHRER EMPFEHLUNGEN?

TD: Ich habe jedes Restaurant, das ich dem Gast vorschlage, selbst getestet und die Ausflüge, die ich plane, eigenhändig erprobt.

M: WAS GING IN IHNEN VOR, ALS SIE VON IHRER AUSZEICHNUNG ZUM CONCIERGE DES JAHRES ERFAHREN HABEN?

TD: Der Anruf kam für mich vollkommen überraschend. Ich habe wirklich noch nicht mit diesem Preis gerechnet, auch wenn es durchaus mein großes Ziel war, eines Tages diese Auszeichnung entgegennehmen zu dürfen. Ich fühle mich sehr geehrt.

M: WELCHE ZIELE HABEN SIE FÜR DIE ZUKUNFT?

TD: Mein großer Wunsch ist es, irgendwann ins Executive-Team der Villa Kennedy aufgenommen zu werden. Ich habe zwar lange Zeit davon geträumt, einmal als Concierge in Paris arbeiten zu dürfen: Mir gefällt der französische Lifestyle und die mit ihm verbundene, besondere Mentalität. Aber Frankfurt ist mein Zuhause und sehr nah an meiner Heimat, der Pfalz. Ich arbeite mit Abstand im besten Hotel am Platz. Hier möchte ich gerne bleiben.

TIMOS TIPPS

SPANISCH

Das „Casa Pintor“ ist eine kleine unprätentiöse Tapas-Bar mit sehr familiärer Stimmung. Ich gehe selber regelmäßig dort essen.

HAUTE CUISINE

Im „Francais“ im Frankfurter Hof wird französische Küchenkunst auf höchstem Niveau zelebriert. Der zweite Stern wird hoffentlich nicht mehr lange auf sich warten lassen.

HOT SPOT

„The Ivory Club“ ist schon seit Jahren der „Place 2 be“ in Frankfurt. Was das „Borchardt“ für Berlin, ist „The Ivory Club“ für Frankfurt.

ITALIENER

Der „Neue Haferkasten“ in Neu-Isenburg ist schon seit Jahren der Italiener im Rhein-Main Gebiet. Wirt Luigi ist ein sympathisches Original, der immer alles unter Kontrolle hat.

PIZZERIA

Das „Forno d'Oro II“ ist eine Pizzeria, wie sie sein sollte: lecker, lustig und laut.

ASIATISCH

Die Atmosphäre im „Zenzakan“ ist einfach atemberaubend. Die Sushis und pan-asiatischen Kreationen im „Zenzakan“ sind unerreicht. Das „Zenzakan“ wurde völlig zu Recht zum besten ausländischen Restaurant in Deutschland gewählt.

OUTDOOR:

Das „Gusto“ im Atrium der „Villa Kennedy“ ist im Sommer einfach ein Traum. Hier stimmen Essen und Ambiente zu 100%.

CITY LUNCH

Sitzen, Leute gucken und eine Kleinigkeit naschen. Das „Meyer`s“ auf der Fressgass ist im Sommer der ideale Ort für einen flotten Business Lunch.

STEAKHOUSE

Die beiden Schwesternrestaurants „M-Steakhouse“ und „Surf ´n Turf“ sind in Sachen Steaks in Frankfurt völlig alternativlos. Wer perfekte Steaks in authentischer Atmosphäre genießen möchte, muss dorthin.

GUTBÜRGERLICH

Sie sind auf der Suche nach deftigen Frankfurter Spezialitäten wie Handkäse und Grüne Sauce? Die Apfelweinkneipe „Zum Rad“ in Seckbach ist genau die richtige Wahl.

THAILÄNDISCH

Der Thai-Imbiss „Udon“ am Lokalbahnhof serviert das beste Thai-Essen außerhalb Thailands. Aber Achtung, das „Udon“ ist eher rustikal authentisch.

BRASSERIE & MEERESFRÜCHTE

Das „Mon amie Maxi“ ist Frankfurts erste und einzige authentische Brasserie & Austernbar, die diesem Namen auch gerecht wird.

BARS

Als Hotelbar empfehle ich tatsächlich gerne unsere „JFK“-Bar in der „Villa Kennedy“. In der Stadt empfehle ich besonders gerne die „Parlour“-Bar und die brandneue „Chinaski“-Bar.

GRIECHISCH

Das modern und hell eingerichtete Lokal „Die Dorade“ ist das beste griechische Restaurant der Stadt und liegt nur ein paar Meter entfernt von der „Villa Kennedy“.

JUNG & HIP

Das „Oosten“ am Mainufer ist aktuell sehr angesagt. Hier serviert Szene-Wirt Klüber seinen jugendlichen Gästen Handkäsebrot, Penne mit Rucola und Salat mit Hähnchenbrust.

DIE CARRERA VON TAG HEUER WIRD 50!

TAG Heuer – nun auch in Frankfurt
Luxusuhrenhersteller eröffnet seine zweite deutsche Boutique

Der weltweit viertgrößte Hersteller von Luxusuhren und Chronographen für Damen und Herren sowie Weltmarktführer für Chronographen im Preissegment von 3.000,– bis 5.000,– € eröffnete Anfang Oktober 2013 seine Boutique im Herzen der Bankenmetropole. Es ist die zweite eigenständig von TAG Heuer geführte Boutique auf deutschem Boden. Die Besucher der neuen Räumlichkeiten auf der Goethestraße 4–8 haben die Möglichkeit, auf fast 80 Quadratmetern Verkaufsfläche über zwei Etagen in die faszinierende und facettenreiche Welt von TAG Heuer einzutauchen, in der die über 150 Jahre währende Tradition nicht nur sorgsam gepflegt, sondern auch stets neu interpretiert und entsprechend den eigenen Werten behutsam weitergeführt wird. Im Jahr 2013 steht das 50-jährige Jubiläum der legendären Serie Carrera im Mittelpunkt. Speed, Emotion, Glamour: Ein halbes Jahrhundert nach ihrem fulminanten Einstieg in die Welt des Motorsports setzt die legendäre Carrera, der erste speziell für professionelle Rennfahrer entwickelte Chronograph, ihren Siegeszug als Prestigemodell der unvergleichlichen Motorsportgeschichte von TAG Heuer unvermindert fort.

1963 richtete Jack Heuer, einer der wohl größten Visionäre der Schweizer Uhrenindustrie und Urenkel des Firmengründers, sein Augenmerk erstmals auf die spezifischen Bedürfnisse von Rennfahrern. Er wusste genau, was diese benötigten: ein großflächiges, leicht ablesbares Zifferblatt sowie ein stoßfestes und wasserdichtes Gehäuse, das auch den widrigsten Streckenbedingungen standhielt.

Die Quelle für die Namensgebung seines neu geschaffenen Chronographen war die „Carrera Panamericana" in Mexiko, das weltweit härteste Langstreckenrennen auf öffentlichen Straßen. „Zum ersten Mal hörte ich von der Carrera aus dem Mund von Rennfahrer Pedro Rodriguez beim 12-Stunden-Rennen von Sebring, bei dem ich offizieller Zeitnehmer war. Der Klang des Namens wirkte elegant und dynamisch, war in allen Sprachen problemlos auszusprechen und voller Emotionen. Damals wurde mir klar, dass mein neuer Chronograph eine perfekte Hommage an eben diese Legende werden würde." (Jack Heuer)

Klar war auch, wie die Uhr aussehen und wie sie sich anfühlen sollte. Prägend waren dabei zahlreiche innovative Ideen, vor allem aus der Zeit des frühen Modernismus der 1960er-Jahre – so zum Beispiel die Reinheit der geometrischen Formensprache der neuen Architektur von Oscar Niemeyer, die geschwungenen sinnlichen Linien eines Gebäudes oder Stuhls von Eero Saarinen oder die klare, schnörkellose Ästhetik der Pop-Art-Kunst. „Ich war begeistert von den neuen Formen, Materialien und Techniken, die zur damaligen Zeit gerade aufkamen. Wir waren auf der Suche nach etwas, das all dies in sich vereinte, das ebenso neuartig und gewagt, aber gleichzeitig schlicht, einfach und typisch für den Motorsport sein sollte, ohne Schnörkel, klassisch und zeitlos." (Jack Heuer)

Niki Lauda, Jack Heuer und Clay Regazzoni bei der Vertragsunterzeichnung

Heuer-Zeitmesssystem Centigraph Le Mans

Die Carrera avancierte in kürzester Zeit zum Pflicht-Accessoire unter den internationalen Rennfahrern. Unter diesen Top-Piloten, die eine Carrera am Handgelenk trugen, waren alle Fahrer der Scuderia Ferrari, so Niki Lauda, Jacky Ickx, Clay Regazzoni, Gilles Villeneuve, Mario Andretti, Carlos Reutemann, Jody Scheckter und viele mehr. In der Zeit von 1971 bis 1979 war Heuer offizieller Zeitnehmer des Rennstalls und Partner aller Fahrer von Ferrari. Jeder Fahrer erhielt in dieser Zeit persönlich von Jack Heuer bei der Vertragsunterzeichnung einen Carrera-Chronographen aus massivem 18-Karat-Gelbgold mit eingravierter Signatur des Fahrers und der Blutgruppenbezeichnung auf dem Gehäuseboden. Als Gegenleistung für die Entwicklung der Zeitmesstechnologien („Centigraph Le Mans"), die Zeitmessung bei allen Rennen von Ferrari, die technologische Ausstattung der hauseigenen Ferrari-Rennstrecke in Fiorano sowie die Bezahlung der Fahrer mit einem zwischen Jack Heuer, Piero Lardi-Ferrari und dem Commendatore Enzo Ferrari ausgehandelten jährlichen Salär durfte Jack Heuer sein Logo auf allen Formel-1- wie auch GT-Fahrzeugen der Scuderia markant auf der Frontpartie platzieren. Des Weiteren trugen alle Fahrer das Heuer-Logo auf ihrem Overall und den Heuer-Chronographen am Handgelenk. Dieses Geschäft ermöglichte es der kleinen Uhrenmarke, quasi über Nacht weltbekannt zu werden. Doch war es nicht das erste Mal, dass Heuer das Potenzial des automobilen Rennsports für die Kommunikation seines Unternehmens erkannte und erfolgreich nutzte. Bereits 1969 war Jack Heuer mit seiner Firma und der Partnerschaft zu mit dem schweizerischen Formel-1-Piloten Jo Siffert der erste nichtautomobile Sponsor in der Königsklasse des Rennsports.

Auf dieser Seite Daniel Brühl alias Niki Lauda im Kinofilm "Rush - Alles für den Sieg"

Gemeinsam mit den Machern des Kinofilms „Rush – Alles für den Sieg" lässt TAG Heuer aktuell das wilde und glamouröse goldene Jahrzehnt des Formel-1-Rennsports detailgetreu neu aufleben und damit auch seine besondere und emotionale Verbindung zur Königsklasse und zum Rennstall Ferrari weiterleben. Bei der Umsetzung des von Oscar-Preisträger und Regisseur Ron Howard realisierten Films mit Chris Hemsworth (alias James Hunt) und Daniel Brühl (alias Niki Lauda) in den Hauptrollen wurde der historische Background des Formel-1-Geschehens von 1976 minutiös nachgebildet. Von den Fahrzeugen bis hin zu den Kleidungsstücken und Accessoires wurde jedes einzelne Detailelement akribisch recherchiert. Seit „Le Mans", dem Rennsport-Klassiker aus dem Jahr 1970 mit Steve McQueen, war es bislang keiner großen Hollywood-Produktion mehr gelungen, Action und Glamour der schnellsten Sportart der Welt in derart authentischer Manier einzufangen. Es mag daher kaum überraschen, dass TAG Heuer beim Setting beider Filme eine Schlüsselrolle spielte. In „Le Mans" prangten das Heuer-Logo auf dem Overall und der Heuer-Chronograph am Handgelenk von Hauptdarsteller und Stilikone Steve McQueen.

In den letzten Jahrzehnten hat die Carrera eine wahre Renaissance erlebt und ist zu einem wichtigen Bestandteil der TAG Heuer-Kollektion sowie auch zu einem absoluten Klassiker der Schweizer Uhrenindustrie geworden. Die aktuelle Carrera-Kollektion reicht von den klassischen Dreizeigeruhren über den sportlichen und klassischen Chronographen mit dem eigenen TAG-Heuer-Manufakturkaliber Calibre 1887 bis hin zu den technologischen Meilensteinen des markeneigenen Haute-Horlogerie-Ateliers. TAG Heuer präsentiert zum Jubiläum der Carrera ein besonderes Modell, mit dem auch das große visionäre Schaffen von Jack Heuer gewürdigt wird. Die Carrera Calibre 1887 Jack Heuer Edition ist eine perfekte Symbiose aus emotionaler Geschichte und Moderne. Die Uhr verbindet Elemente aus der Welt der Formel 1 und der Luftfahrt mit dem klassischen Gehäusedesign aus den 1970er-Jahren, welches durch die Positionierung der Krone bei 12 Uhr und der Chronographendrücker bei 1 Uhr und 11 Uhr an eine alte Handstoppuhr erinnert. Diese limitierte und mit der Signatur und dem Familienwappen von Jack Heuer versehene Uhr ist in jeder Hinsicht eine beeindruckende Hommage an die einzigartige Vision eines Pioniers in Technik und Design sowie ein absolutes Must-have für Uhrensammler. Der Chronograph kostet 6.000,– €. www.tagheuer.com

Text I Bild: TAG Heuer

Carrera Calibre 1887 Jack Heuer Edition (6.000 €)

Carrera Calibre 1887 (4.250 €)

Automobili Lamborghini kehrt mit einem Handelsbetrieb und Showroom in die deutsche Finanzmetropole Frankfurt am Main zurück

Mit dem Beginn der IAA 2013, der größten Automobilmesse der Welt, eröffnet Automobili Lamborghini einen neuen Händlerbetrieb in Frankfurt am Main. Um die Rückkehr des Supersportwagen Herstellers aus Sant'Agata Bolognese gebührend zu feiern, findet heute ein offizieller Festakt mit über 300 Lamborghini Enthusiasten und Gästen aus Politik, Wirtschaft und Medien im Thurn und Taxis Palais in Frankfurt statt.

Als lokaler Partner für den neuen Händlerbetrieb wählte Lamborghini Herrn Rainer Dörr, Geschäftsführer der Dörr Group. Dörr verfügt über eine zwanzig jährige Erfahrung im Vertrieb von Fahrzeugen aus dem Luxus- und Sportwagen Segment und ist einer der wenigen Händler in Deutschland mit einem eigenen Motorsportteam, Dörr Motorsport. Das gesamte Team für Vertrieb, Service und Motorsport umfasst fünfzehn qualifizierte Mitarbeiter.

Stephan Winkelmann, Präsident und CEO von Automobili Lamborghini bekräftigte in seiner Rede: „Frankfurt ist eine internationale Finanzmetropole mit hoher Wirtschaftskraft und Verbindungen weit über Deutschland hinaus. Es ist uns daher eine besondere Freude, heute, im Jahr unseres 50-jährigen Bestehens die Rückkehr unserer Marke nach Frankfurt feierlich zu begehen. Wir wünschen Lamborghini Frankfurt und unserem Partnerteam mit Rainer Dörr an der Spitze einen guten Start und eine erfolgreiche Zukunft."

„Die Partnerschaft mit Lamborghini freut uns über alle Maßen, sie ist Ehre und Verpflichtung. Automobili Lamborghini und Dörr teilen die gleichen Werte wie Qualitätsbewusstsein, Kundenzufriedenheit und Flexibilität. Wir freuen uns, eine der stärksten automobilen Traditionsmarken in der Region Frankfurt vertreten zu dürfen," begrüßte Rainer Dörr die Gäste.

Rainer Dörr (Inhaber)

Corenn Lange
(General Manager)
corenn.lange
@lamborghini-frankfurt.com

Showroom:
Klassikstadt Frankfurt
Orber Str. 4a
60386 Frankfurt/Main
Tel. 069 945 493750

Lamborghini Financial Services

It's not an offer.
It's an ultimatum.

Entdecken Sie die herausragenden Eigenschaften
eines individuell zugeschnittenen Finanzierungsangebots.
Speziell für Ihren Gallardo.

GALLARDO LP 570-4 SQUADRA CORSE

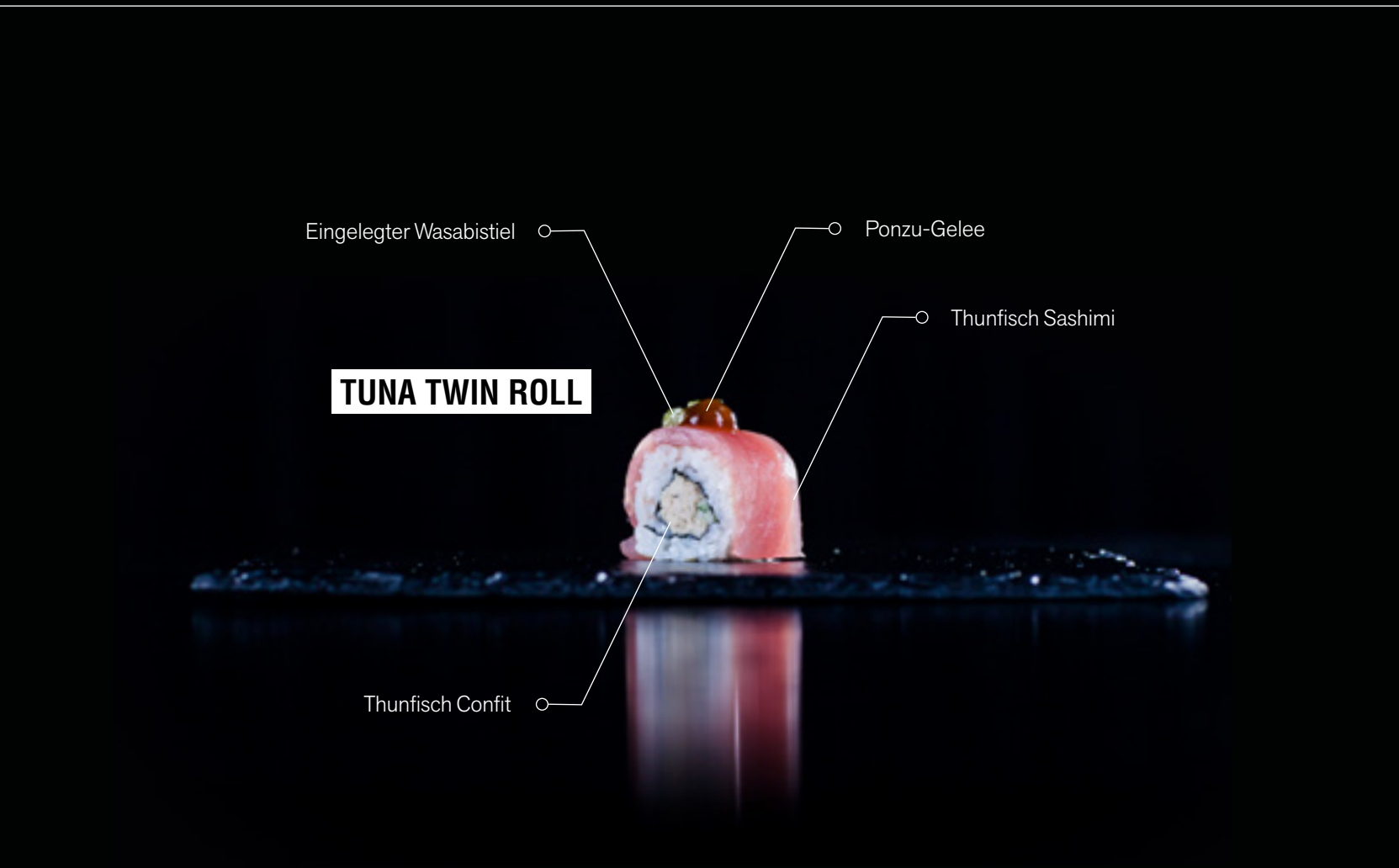
Lamborghini Frankfurt
Orber Strasse 4A - 60386 Frankfurt
Tel. 069 945493750
lamborghini-frankfurt.com

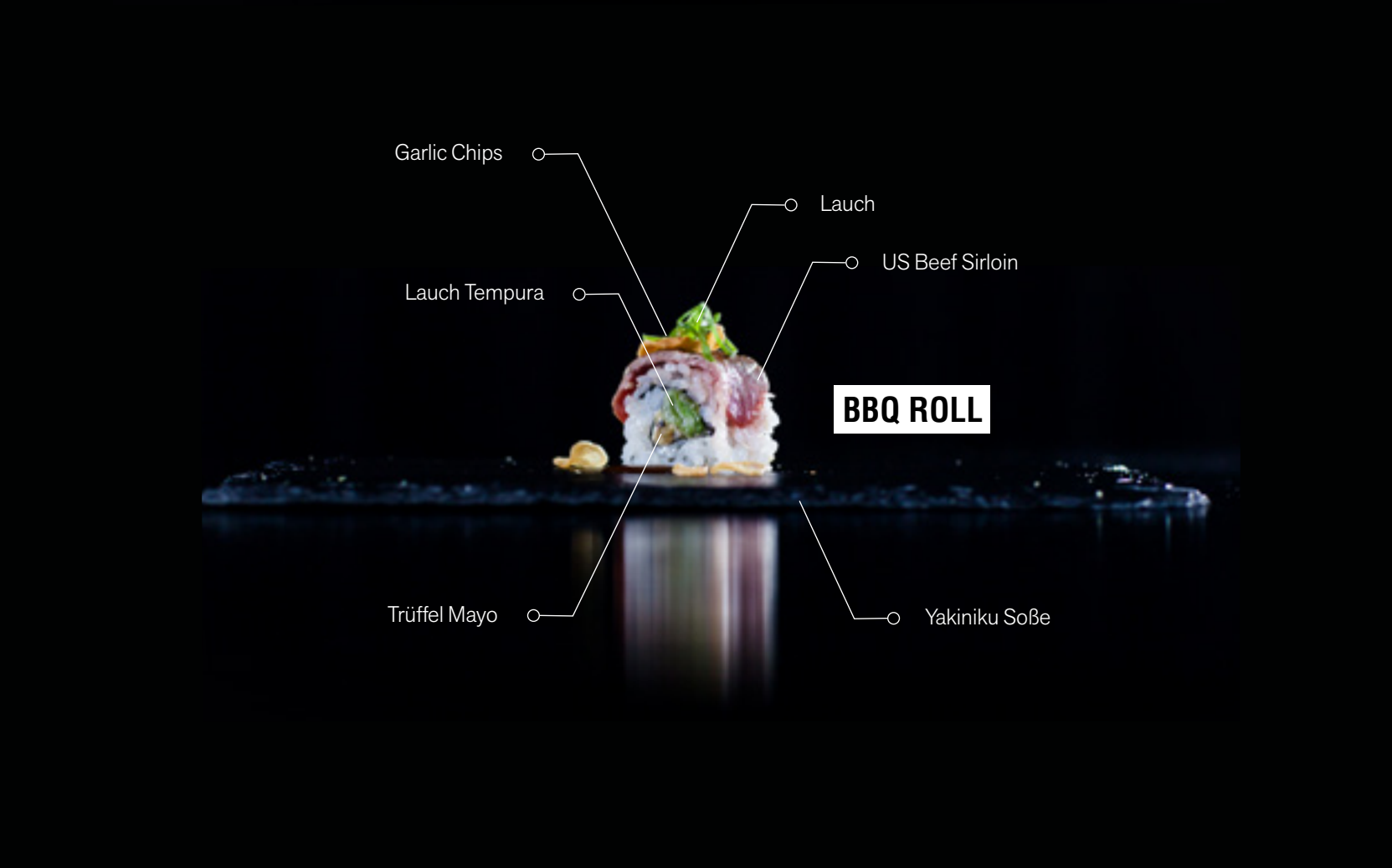
Kundenkontakt-Center – International
Montag bis Freitag (außer feiertags): 7:00 bis 19:00 Uhr (GMT+1)
Tel. +39 051 9597282 | www.lamborghini.com

Lamborghini Financial Services, info@lamborghini-financialservices.com.
Lamborghini Gallardo LP 570-4 Squadra Corse eGear Kraftstoffverbrauch (in l/100 km) innerorts 20,4, außerorts 9,4, kombiniert 13,5, CO2-Emissionen 319g/km.

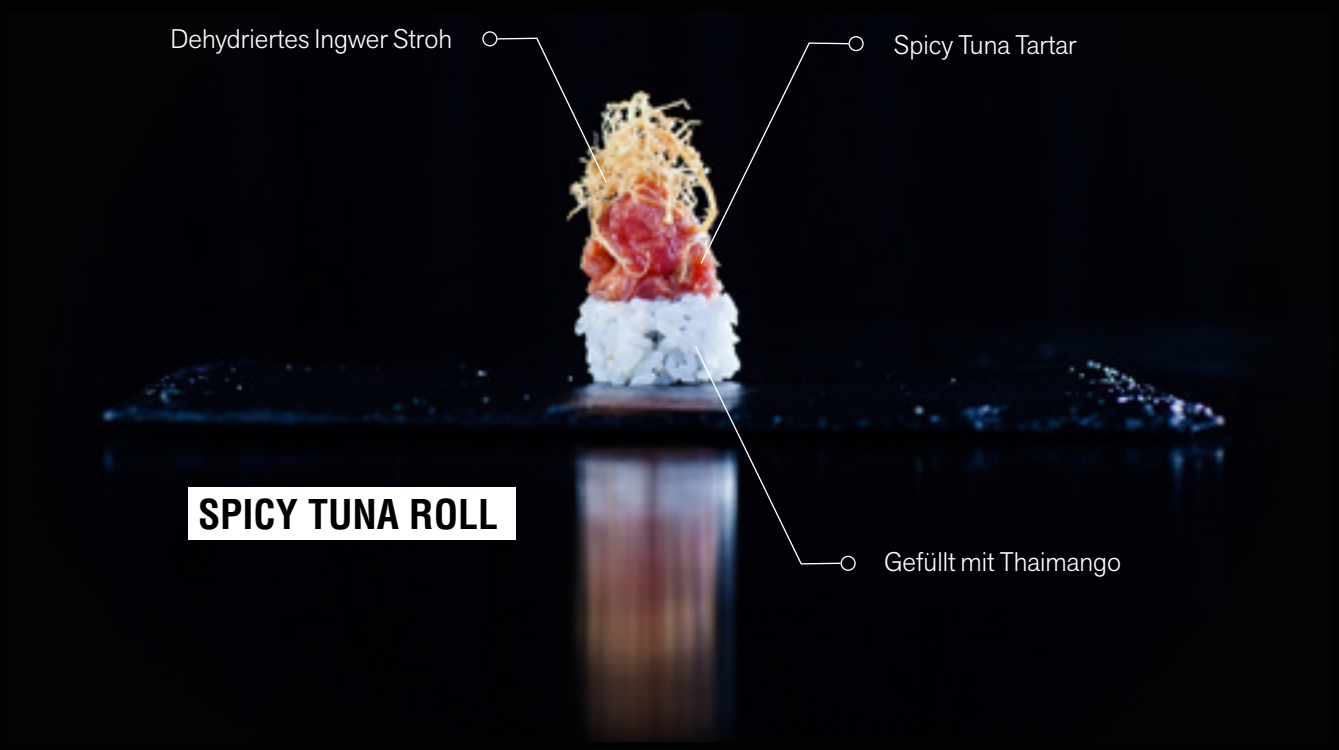
CLASSICS VS. NEWCOMER

Das Zenzakan wurde letztes Jahr offiziell zum besten ausländischen Restaurant Deutschlands gewählt. Wir möchten natürlich auch dieses Jahr weiterhin diesem hohen Anspruch gerecht werden. Aus diesem Grund feilen, verbessern und modifizieren wir ständig unsere Speisekarte. Allerdings vergessen wir dabei natürlich nie unsere berühmten Signature Gerichte. Hier nun ein paar neue und alte Highlights aus dem legendären Zenzakan Lab

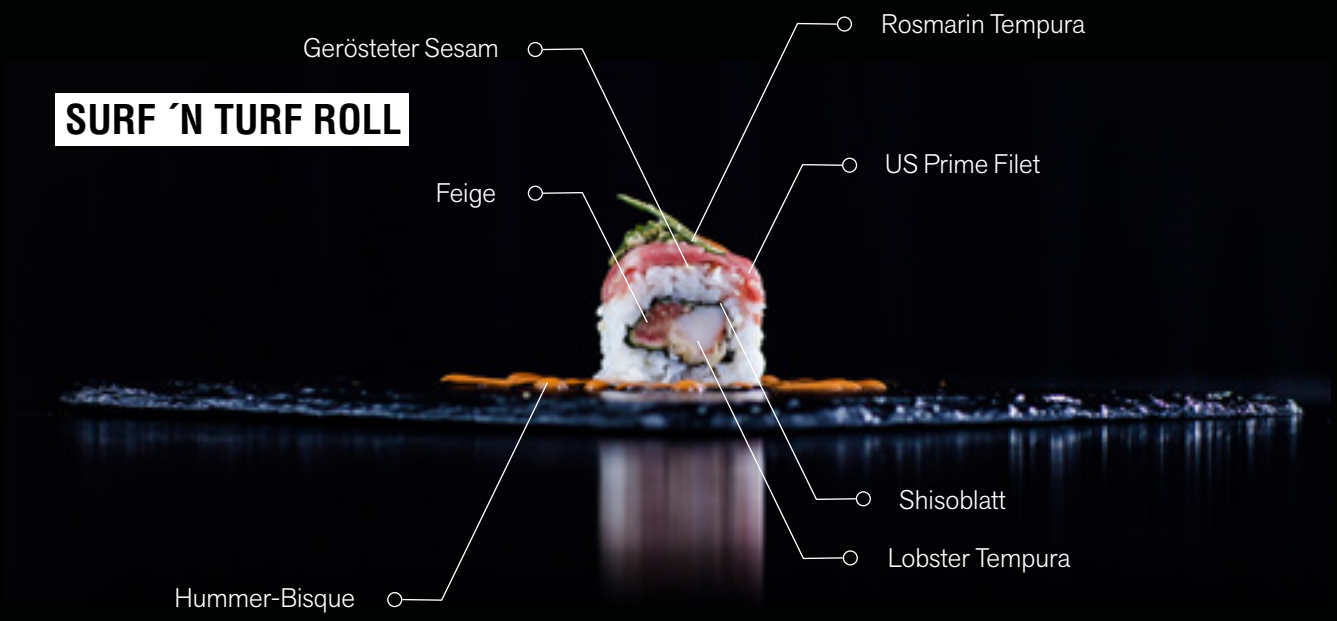

Eingelegter Wasabistiel
Ponzu-Gelee
Thunfisch Sashimi
TUNA TWIN ROLL
Thunfisch Confit

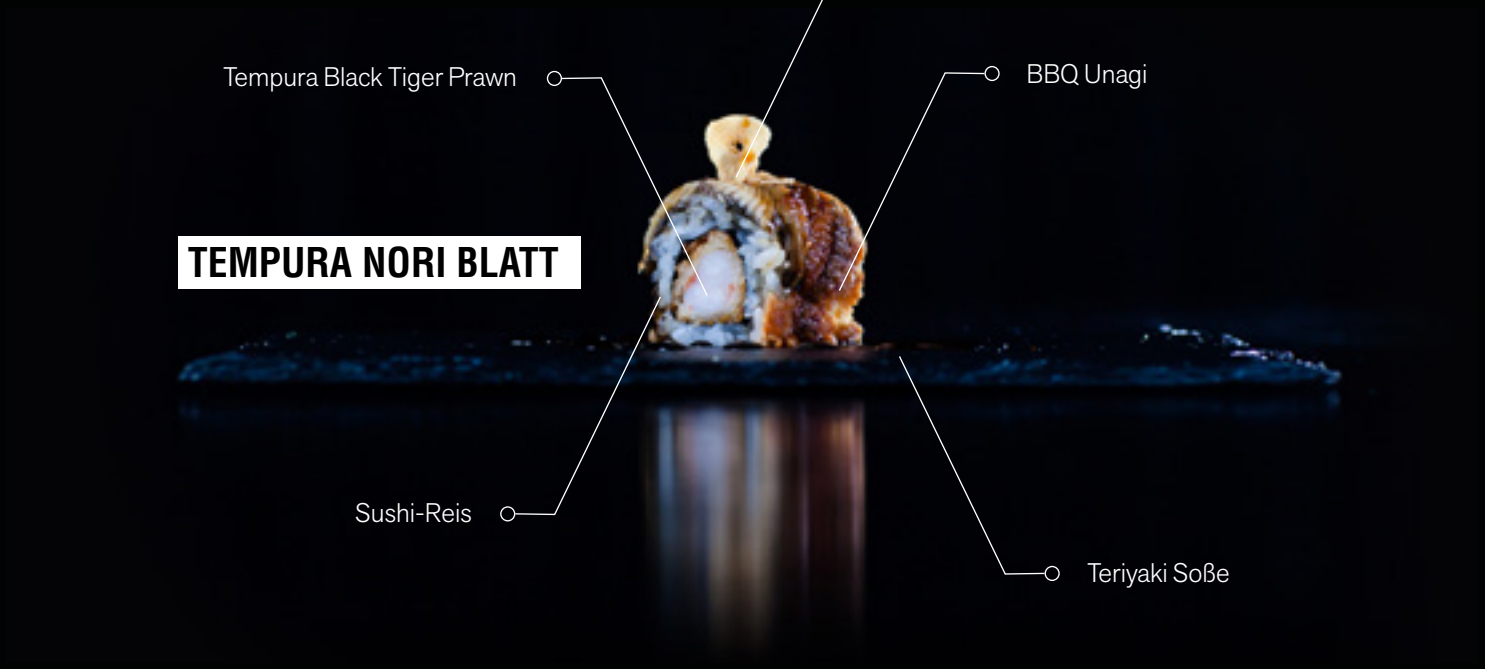

Garlic Chips
Lauch
US Beef Sirloin
Lauch Tempura
BBQ ROLL
Trüffel Mayo
Yakiniku Soße

Eingelegte Wallnuss
Lachs Sashimi
Pfefferoni Tempura
ANGRY SALMON ROLL
Lauch Tempura
Teriyaki-Soße

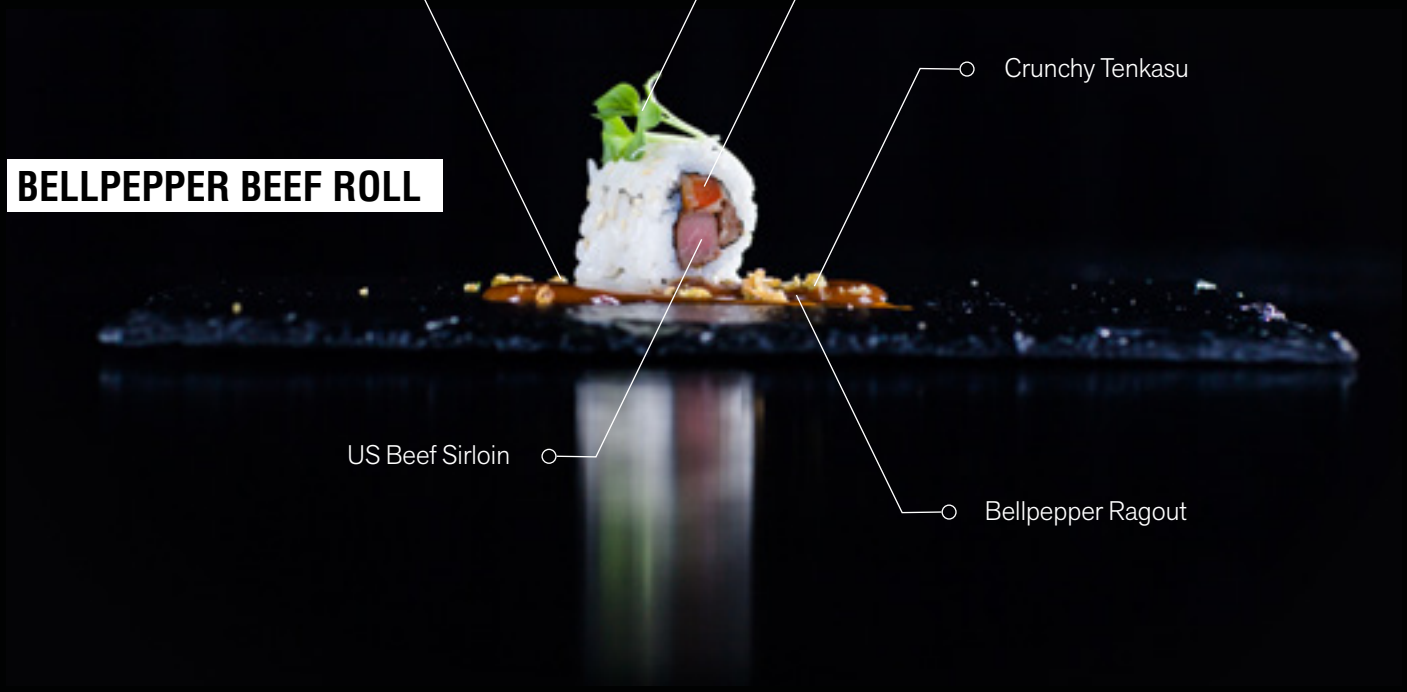

Dehydriertes Ingwer Stroh
Spicy Tuna Tartar
SPICY TUNA ROLL
Gefüllt mit Thaimango

Tempura Soft Shell Crab
Nori Algenblatt
Gurke
ZPICY ZPIDER ROLL
Shichimi Togarashi
Spicy Mayo


Rosmarin Tempura
Gerösteter Sesam
SURF ´N TURF ROLL
US Prime Filet
Feige
Shisoblatt
Lobster Tempura
Hummer-Bisque



TEMPURA NORI BLATT

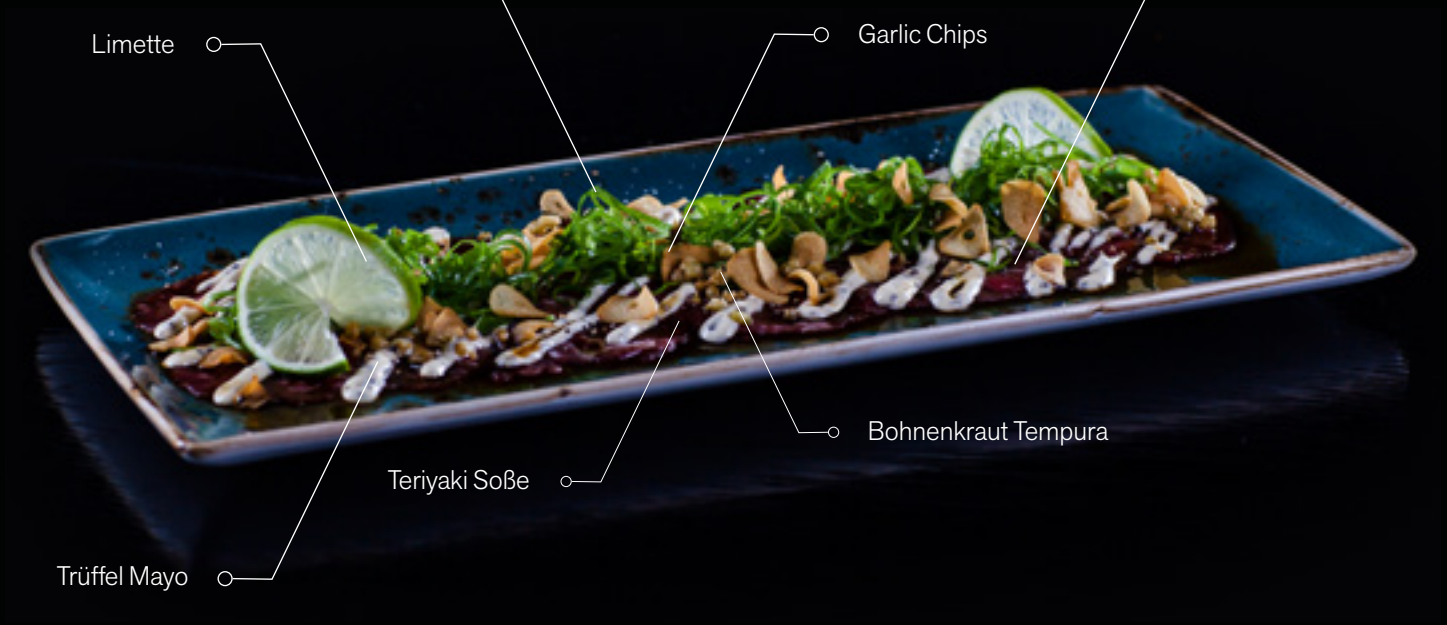


BELLPEPPER BEEF ROLL

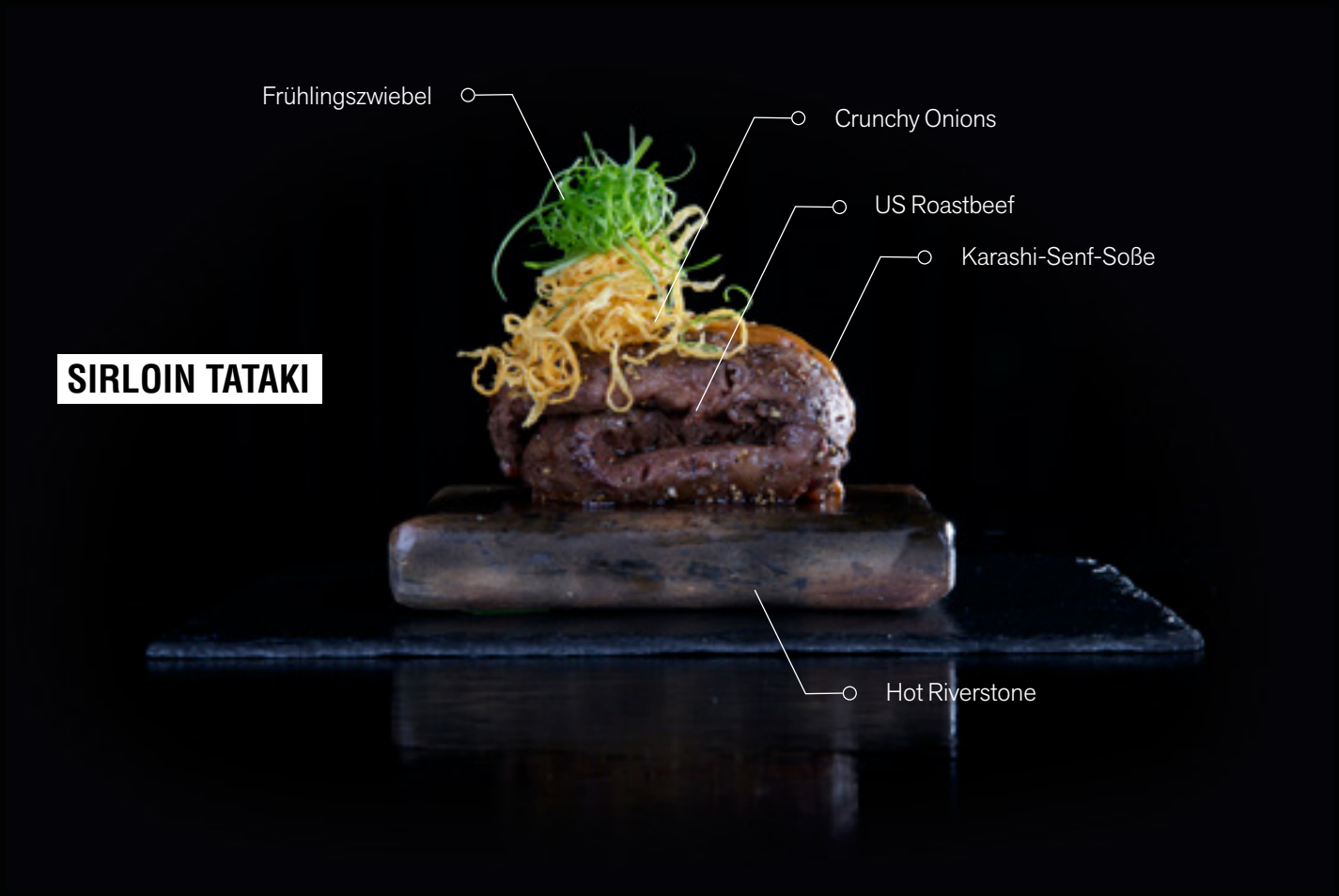
PULLED HOI SIN DUCK
Bananenblatt
Lauch
Sesam
Gurke
Hoi Sin Soße
Frühlingszwiebel
Ente

GÖRNER
FRANKFURT
100% handmade in England
www.massanzug.biz

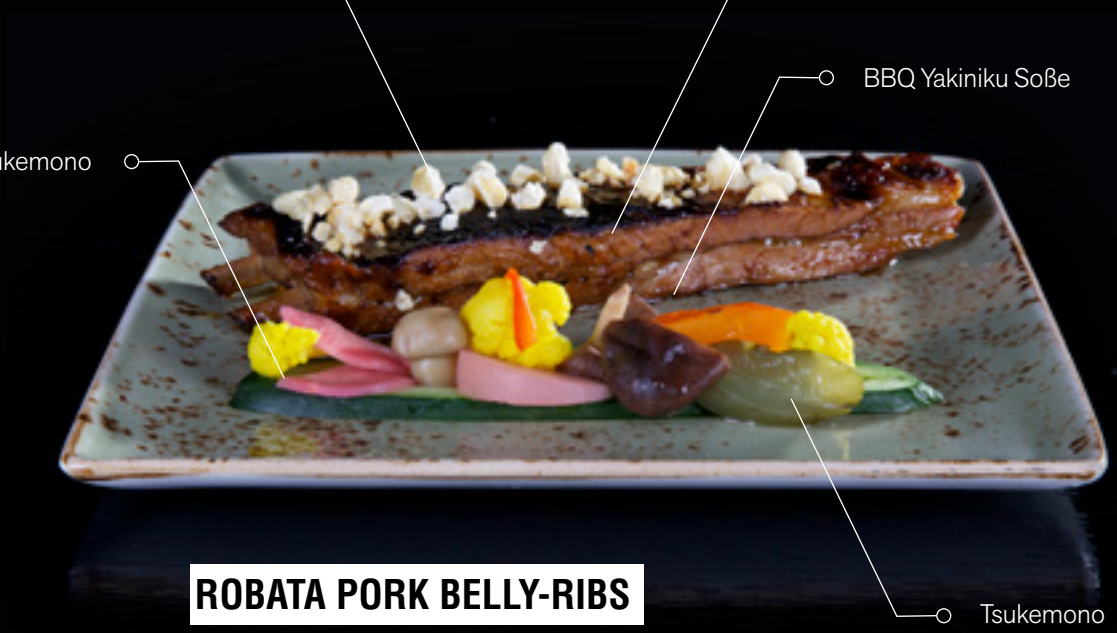
TERIYAKI TRÜFFEL CARPACCIO



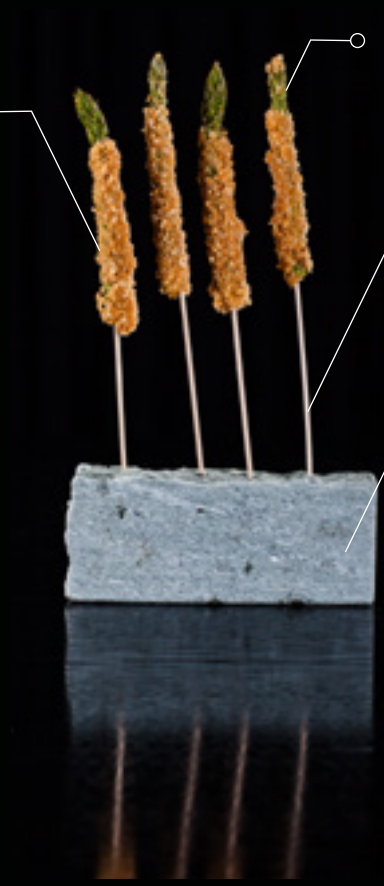
SIRLOIN TATAKI



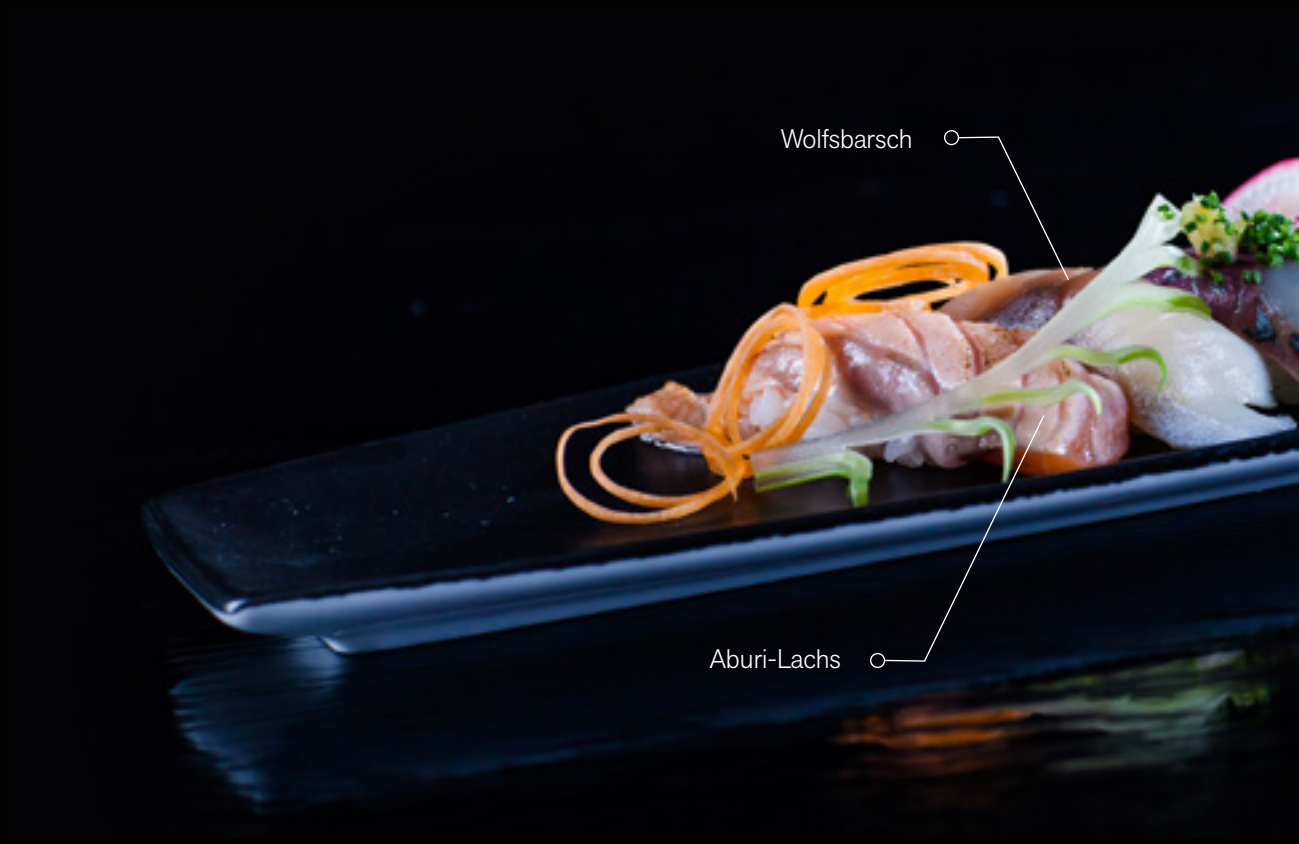
UMAMI KING PRAWNS



ROBATA PORK BELLY-RIBS



GRÜNER SPARGEL IM KAPIKI KNUSPERMANTEL



WASABI
Wasabi
Haifischhaut
Schieferplatte
Holzspachtel

Adler Fisch
Thunfisch
Lachs

ZENZAKAN
KITCHEN HEROES

SHOKOTAN

Name
Shogo Akiuma

Spitzname
Shokotan

Herkunft
Saitama, Japan

27
JAHRE

Hobby
Manga

Lieblingsgericht
Udon Nudeln

Spezialisiert auf
Primärwaffe Messer

Next Level Productions -

die neue Art der Kommunikation!

BOOKING & CONTACT

Fon: +49 69 264 86 770
info@nextlevelproductions.de
www.nextlevelproductions.de

AKI

Name
Akiko Hasegawa

Spitzname
Aki

Herkunft
Tokyo

30
JAHRE

Hobby
Einkaufen

Lieblingsgericht
Süßigkeiten

Spezialgebiet
Überwachung des Blutzuckerspiegels

SHOOTER

Name
Shota Ichikawa

Spitzname
Butajaro oder Shooter

Herkunft
Osaka

26
JAHRE

Hobby
Basketball

Lieblingsgericht
Yakiniku

Spezialist für
Ballistische Nigiris

ITZU

Name
Itsunori Saito

Spitzname
Itzu

Herkunft
Kanagawa, Japan

30
JAHRE

Hobby
Fußball

Lieblingsgericht
Tempura

Spezialist für:
Keramik
Itzu betreibt eine eigene Töpferwerkstatt für japanische Keramik

COBRATHAI

Name
Wilaiporn Rakkarndee

Spitzname
Nat oder CobraThai

Herkunft
Bangkok

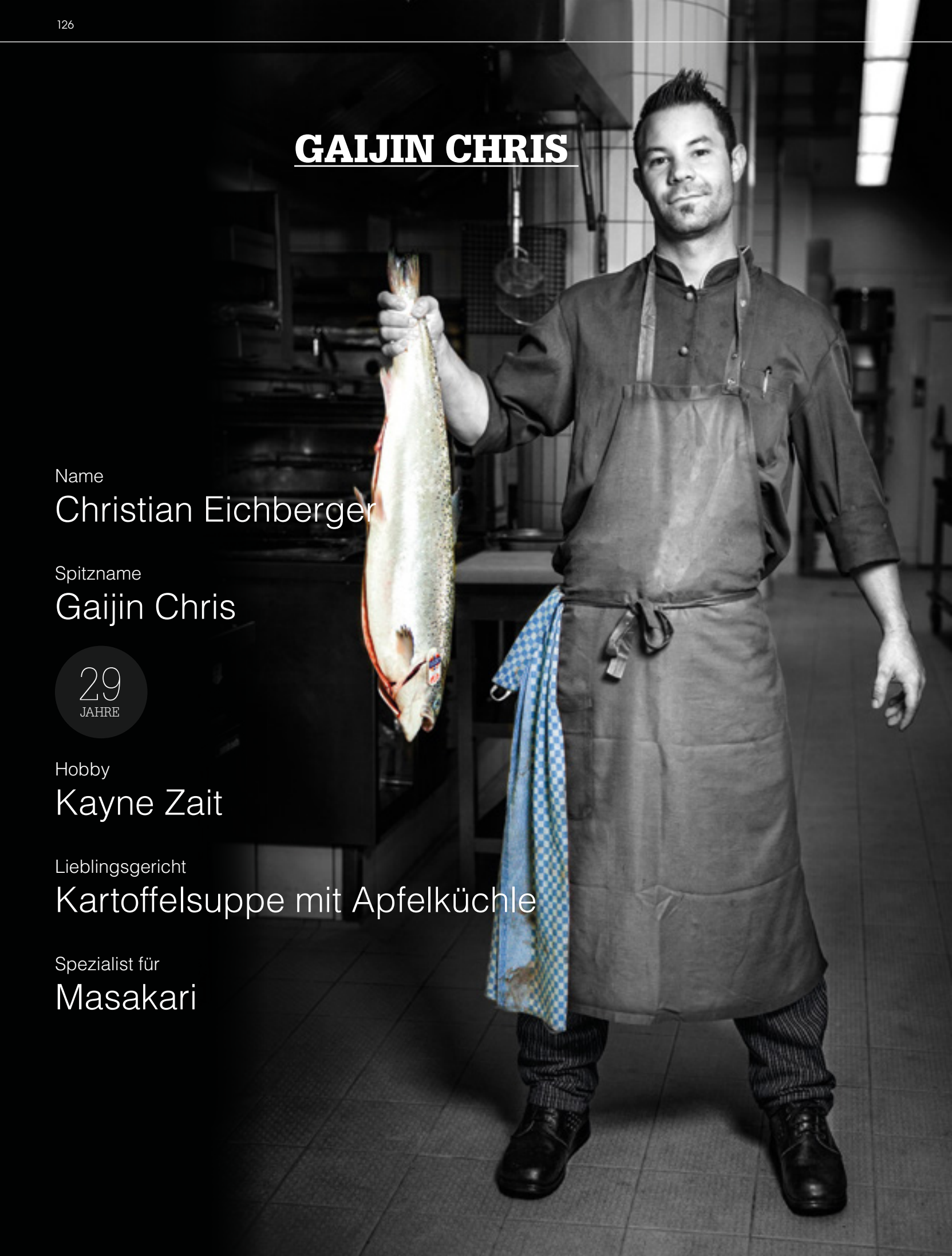
41
JAHRE

Hobby
Sport, Musik, Kino

Lieblingsgericht
XO Prawns

Spezialist für
Lethal Woks

GAIJIN CHRIS



Name
Christian Eichberger

Spitzname
Gaijin Chris

29
JAHRE

Hobby
Kayne Zait

Lieblingsgericht
Kartoffelsuppe mit Apfelküchle

Spezialist für
Masakari

KLIHNPLATE

Name
Aung Ko Ko

Spitzname
KlihnPlate

27
JAHRE

Hobby
Need for Speed

Lieblingsgericht
Burger

Spezialist für
Hadoukening

BOILING WATER

Name
Ye Lwin

Spitzname
Boiling Water

41
JAHRE

Hobby
Billiard

Lieblingsgericht
Nudelsuppe

Spezialist für
Wax on & Wash off

NAKAGASAN

Name
Kotaro Nakagawa

Spitzname
Nakagasan

Herkunft
Tokyo – Japan

36
JAHRE

Hobby
DJ-ing

Lieblingsgericht
Sushi

Spezialist für
Seismische Explosions-PetaZeta

ZENCOMMANDER

Name
Sebastian Roisch

Spitzname
ZenCommander

38
JAHRE

Hobby
Essen

Lieblingsgericht
Gyoza oder Pulpo-Salat mit Wassermelone und gebratenen Pfifferlingen

Spezialist für
Strengste Wah-Rän-Kwah-li-täts-Kwon-troh-le

Die große Lillet Story

EIN APERITIF EROBERT DIE WELT

Kein anderer Aperitif hat in Deutschland so schnell so viel Aufmerksamkeit erhalten wie LILLET. Sein Geschmack und die besondere Leichtigkeit machen ihn für Gastronomen und Genießer das ganze Jahr über zu einem Liebling der Barkarte. Seit zwei Jahren feiert LILLET, der von Pernod Ricard vertrieben wird, unaufhaltsame Erfolge. Grund genug, um sich die Geschichte und Herkunft des charmanten Franzosen einmal genauer anzuschauen.

In jeder Flasche LILLET steckt eine lange Tradition und Geschichte, die im Jahre 1872 in einem kleinen Dorf namens Podensac, in der Nähe von Bordeaux, beginnt. Umgeben von Weinfeldern wilden Flüssen und Schlössern, gründeten die Brüder Raymond und Paul LILLET ein kleines Unternehmen, in dem sie die Früchte der Region zu feinen Likören, Limonaden, Fruchtgelees und Sirupen destillierten und verarbeiteten. Die Geschwister wussten, dass die Lieblingsbeschäftigung der Menschen aus der Gironde das Essen und das Trinken war, und so begannen sie fortan, auch mit Weinen, Cognac und Armagnac zu handeln. Die Lage der Gironde kam den Gebrüdern Lillet für ihre Passion gerade recht. Vom Atlantischen Ozean kamen über die beiden Flussarme der Garonne und Dordogne per Frachtschiff säcke- und kistenweise exotische Gewürze, Früchte und Kräuter in den Hafen der südwestfranzösischen Stadt. Kostbarer Rohrzucker von den Antillen, Orangen aus Haiti oder Sternanis aus China – die experimentierfreudigen Brüder konnten sich mit als Erste an den neuen Geschmäckern aus aller Welt erfreuen.

Der Tatendrang war groß und die Idee, ein neues Aperitifgetränk auf den Markt zu bringen, trieb Paul und Raymond in die Arme von Pater Kermann, einem Arzt, der bei seiner Rückkehr von einer Forschungsreise Chinarinde im Gepäck hatte. Der Name „Chinarinde" kommt nicht von „China", wie man vermuten könnte, sondern die Herkunft des Wortes stammt aus Südamerika, wahrscheinlich abgeleitet von dem Quechua-Wort „Kina Kina", was so viel bedeutet wie „Rinde der Rinden". Aus dieser besonderen Rinde kann Chinin gewonnen werden, dessen schützende und stärkende Wirkung Fieber von peruanischen Ureinwohnern gesenkt, Kolonialherrschaften die Kopfschmerzen vertrieben und mondäne Tropenreisende vor Malaria bewahrt haben soll. Diese Zutat verlieh dem neuen Rezept aus dem Hause LILLET den letzten Schliff, das gewisse Etwas. Eine Weile hatten die kreativen Brüder schon mit ausgewählten Bordeauxweinen und den getrockneten Schalen verschiedener Orangensorten herumprobiert, jetzt war die Zusammensetzung perfekt und nicht nur wohlschmeckend, sondern hatte sogar noch einen positiven Nebeneffekt für den Körper.

KINA LILLET wurde geboren und die Nachfrage nach dem neuen Aperitif stieg von Tag zu Tag. Nicht nur vor dem Abendessen – schon am Nachmittag, beim Pferderennen oder am Pool wurde KINA LILLET genossen, auf keiner guten Gesellschaft durfte der Drink fehlen. Nicht nur in Bordeaux, auch in Paris, London oder New York wurden die Bars mit den hübsch verzierten Flaschen bestückt. James Bond trank ihn in „Casino Royal" und „Ein Quantum Trost". Und selbst die Herzogin von Windsor und Jackie Kennedy konnten, so sagt man, nicht widerstehen. Die Kunstwelt liebte LILLET und auch in sportbegeisterten Kreisen wusste man um die anregende Wirkung dieses Aperitifs. Bald exportierte man auch nach Afrika, Argentinien (1904), Mexiko (1907), Großbritannien (1908) und die USA (1910). Die Goldenen Zwanziger Jahre und der Durst nach Vergnügen und Unterhaltung nach dem Ende des 1. Weltkrieges verhalfen dem Aperitif zu einem weltweiten Erfolg. Die Brüder investierten schon früh in Werbung und gehören zu den Pionieren auf diesem Gebiet. Nach dem 2. Weltkrieg expandierte die Marke vor allem in Nordamerika, für dessen Markt in den 60er Jahren auch eigens LILLET Rouge hergestellt wurde. LILLET war der erste französische Aperitif, der nach Amerika exportiert wurde.

LILLET ist eine Assemblage aus Wein und Likör. Die genaue Zusammensetzung ist natürlich streng geheim und nur Jean-Bernard, dem Kellermeister von LILLET in Podensac, bekannt. LILLET besteht aus ausgewählten Weinen aus Bordeaux, Schalen von Süßorangen aus Andalusien, Bitterorangen aus Haiti, grünen Orangen aus Marokko&Tunesien und natürlicher Chinarinde aus Peru. Die Basis von LILLET bilden ausgewählte Weine aus der Region Aquitane. La Maison de LILLET arbeitet mit rund 20 Weingütern rund um Podensac zusammen und wählt für LILLET nur die besten Trauben aus. Aus den Bordeauxweinen werden hauptsächlich handverlesene Sémillon und Sauvignon Blanc Trauben für LILLET Blanc sowie Merlot und Cabernet Trauben für LILLET Rouge verwendet. In ausgewählten Eichenfässern reift der Wein vor und wird bei einem speziellen Verfahren mit Tonerde gefiltert. Die kleinen Tonerdepartikel klären bei einem circa 24 Stunden andauernden Prozess den Wein und nehmen ihm die Trübe. Das unvergleichliche, fruchtige Aroma von LILLET kommt zustande, wenn 85% Wein und 15% Likör acht bis zwölf Monate in einem alten Eichenfass reifen. LILLET braucht keinerlei weitere Zusätze oder chemische Prozesse. Menschen mit sinnlichen Geschmacksnerven werden beim Genuss von LILLET an Noten von Honig, kandierten Orangen, grünen Zitronen und einen Hauch von Minze erinnert. Das Rezept von KINA LILLET wurde im Jahre 1985 in Zusammenarbeit mit dem önologischen Institut in Bordeaux neu abgestimmt, was den Geschmack des Getränks runder - weniger süß, mit abgestimmter bitterer Note - werden ließ. Heute heißt KINA LILLET einfach nur LILLET.

LILLET gibt es als Blanc, Rouge und neuerdings auch als Rosé, der seit Lancierung bereits zahlreiche Ehrungen für seinen exquisiten Geschmack erhalten hat. Der LILLET Rosé ist leichter und fruchtiger, da er nicht fassgelagert wird. Die Jahrgangsaperitife Jean de LILLET Blanc und Rouge werden ausschließlich in Jahren mit hervorragenden Traubenernten produziert und sind nur in limitierter Auflage erhältlich. Immer mehr etabliert sich LILLET mit seinem It-Drink, den LILLET Vive, in edle Cocktailbars und Cafés in den beliebtesten Städten Deutschlands. LILLET wird durch Pernod Ricard Deutschland vertrieben und gilt mittlerweile als Senkrechtstarter im Portfolio.

LILLET®

Maison fondée en 1872

L'apéritif

Mook's Winery

Mook´s Big Red One

Starker Wind kommt auf. Dumpfes Donnergrollen lässt etwas erahnen. Erste Blitze zucken senkrecht zu Boden. Starker Regen setzt ein. Hohe Wellen peitschen über das Riff. Es wird dunkel. Die Frequenz des Pulsschlages erhöht sich dramatisch. Gänsehaut bildet sich am gesamten Körper. Wie Schweröl ergießen sich die wuchtigen 15,5 Volumenprozent Alkohol ins Glas. Fetter Körper, volle Frucht und im Nachhall wie ein Gewitter im Gebirge. Nur die Harten gehen jetzt in den Garten oder trinken Mook´s BIG RED ONE.

Restaurantpreis
99,00 €

Mitnahmepreis
39,90 €

Der Chardo

Der „Chardo“ Ist logischerweise ein Chardonnay und stammt vom legendären Weingut Gnägy. Und nein, Herr Gnägy ist nicht der Erfinder des legendären Gnägybrots. Der Wein lag für 8 Monate in neuen und gebrauchten Barriques aus französischer Eiche mit mittlerem Toasting. Der Südpfälzer Chardonnay hat eine cremige Eleganz mit einem stabilen Säuregerüst. Der elegante Schmelz erinnert an Brioche, getrocknete Orangenschale, Quittenmarmelade, geröstete Macadamianüsse und dezente Vanille. Der Wein passt wunderbar zu unserem Steakhouse Carpaccio. Aber auch Bries, Seezunge, Shrimps und Nieren baden gerne in dieser liquiden Ambrosia. Natürlich wurde auch dieser Wein exklusiv für die Mook Group produziert.

Restaurantpreis
69,00 €

Mitnahmepreis
29,90 €

Ivory Club

Der staubige Khyber Pass liegt hinter dir. Ein wahrlich langer und beschwerlicher Ritt. Du bist froh, endlich angekommen zu sein. Das rote Gold rinnt dir die ausgedörrte Kehle herunter. Du bist stolz auf dich und große Taten liegen hinter dir. Du hast es dir wirklich verdient. Seidiges Tanin, angenehme Frucht von Kirschen, roten Beeren und feiner Schokolade prägen diesen Wein. Er zeigt eine harmonisch weiche Struktur mit einem angenehm feinen Nachhall.

Restaurantpreis
69,00 €

Mitnahmepreis
29,90 €

Der Graue

Der Pfälzer Grauburgunder der „Graue“ stammt aus dem Hause Stefan Meyer in Rhodt und wurde speziell auf die Anforderungen der Mook Group abgestimmt. Der „Graue“ besticht durch zentrierten Körper und trockenen Ausbau. Das Kaleidoskop der Düfte erinnert an einen Korb reifer, gelber Früchte. Der wahre Aficionado erkennt sofort Noten von Mirabelle, Renekloden, reifen Abbé Fétel Birnen und weißen Pfirsichen. Der „Graue“ ist der perfekte Begleiter zu den zenzationellen Zenzakan Zushis. Das Mook Sommelier-Team empfiehlt den 2012 aber auch gerne im „Mon amie Maxi“ zu karamellisierten Ziegenkäse oder konfiertem Lachs.

Restaurantpreis
59,00 €

Mitnahmepreis
25,90 €

Werther Windisch

Der Werther Windisch aus Mommenheim ist ein quirliger Rheinhesse, der durch seine ausgewogene Mineralik besticht. Der Riesling erinnert in seiner Frische an grünen Apfel, Mirabelle, Ananas und grünen Tee. Der Windisch „Mook Edition“ eignet sich auch hervorragend als Aperitifwein. Als Begleiter empfiehlt das Mook Sommelier-Team den Windisch 2012 vor allem zu Jacobsmuscheln, Salaten und dem legendären Pakora-Spinat im Ivory Cub. Die Gradzahlen auf dem Werther Windisch Etikett 8°39' E sind übrigens die Koordinaten der Mook Gruppe.

Restaurantpreis
69,00 €

Mitnahmepreis
29,90 €

Zenzakan

Vor Dir steht eine prächtige Portion Teriyaki Foie Gras Short Ribs. Du inhalierst den betörenden Duft und lässt den Blick durch das imposante Zenzakan schweifen. Du erinnerst dich an das letzte Kirschblütenfest in Kamogawa. Du bist glücklich und sagst deinen Sorgen einfach Sayonara. Feine Noten von Cassis und Brombeeren werden von Nuancen von Schokolade und Leder begleitet. Eine herrliche Balance von Frucht und Kraft, umhüllt von einer feinen Holznote.

Restaurantpreis
69,00 €

Mitnahmepreis
29,90 €

Mon amie Maxi Royal Rouge

Ein atemberaubender Sonnenuntergang in der Bretagne. Die Luft ist geschwängert vom salzigen Duft des Meeres. Du lehnst dich auf deinen Schaukelstuhl zurück und genießt das süße Laissez-faire.Mon Dieu, das Leben kann so schön sein.Unser Royal Rouge gibt sich rund und geschmeidig. Er zeigt sich von großer Struktur und Güte. Er umschmeichelt den Gaumen mit angenehm weichen Gerbstoffen. Feine Vanillenoten zeugen von dezentem Holzeinsatz.

Restaurantpreis
69,^{00} €

Mitnahmepreis
29,^{90} €

Mon amie Maxi Royal Rosé

Du tauchst wohlig deine entblößten Füße in den warmen Sand von Ramatuelle. Dein Blick schweift über die bezaubernde Bucht von Pampelonne. Der Kellner kredenzt dir einen Korb frischer Crudités. Andächtig gleitest du mit einem Stück Céleri durch die pikante Anchoïade. Am Horizont malt eine riesige weiße Ferretti majestätisch ihren schaumigen Schweif in den azurblauen Ozean. Plötzlich vernimmst du das eisige Klirren von kristallklaren Glaçons. Wie eine Kaskade aus rosa schimmerndem Gold ergießt sich das flüssige Ambrosia in deinen frostigen Kelch. Du schließt deine Augen und nippst an deinem kühlen Glas Royal Rosé. Auf deinen Papillen explodieren Noten von Hibiskus und Honigmelone. Deine Rezeptoren forschen wissbegierig weiter und entdecken feine Nuancen von Basilikum und Grapefruit. Du schwenkst feierlich dein Glas und inhalierst den betörenden Odeur von reifen roten Walderdbeeren. Mon Dieu, was für eine wunderbare Liaison aus Grenache und Cinsault. Du greifst nach der Flasche und betrachtest ehrfürchtig den wunderschön gestalteten Flakon des „Mon amie Maxi“ Royal Rosé. Kein Wunder, dass dieser köstliche Tropfen aus Lorgues in der Provence stammt.

Restaurantpreis
39,^{90} €

Mitnahmepreis
19,^{90} €

THE IVORY CLUB

Contemporary Colonial Cuisine.

Seit nunmehr fast acht Jahren treffen hier Thomas Gottschalk, Mickey Rourke und Michael Schumacher auf Steffi Graf und Otto. Bankvorstände halten einen Plausch an der Bar und Gäste aus aller Welt genießen die international gelobte indisch-zeitgemäße Küche.

Im Ivory Club speisen Großwildjäger jeden Metiers und all diejenigen, die eine deftig geschmorte indische Lammhaxe oder ein pikantes Tandoori Chicken nicht von der Tellerkante stoßen. In lässig-eleganter Gentlemen-Club-Atmosphäre wird hier Genuss ohne steife Etikette zelebriert. Die lange Bar in dunklem Holz ist Mittelpunkt des lebendigen Restaurants, dort wird debattiert, auf die Schulter geklopft, auf den Handrücken schöner Damen gehaucht, von dort wandert man von einem Tisch zum nächsten, begrüßt Bekannte und knüpft neue Kontakte.

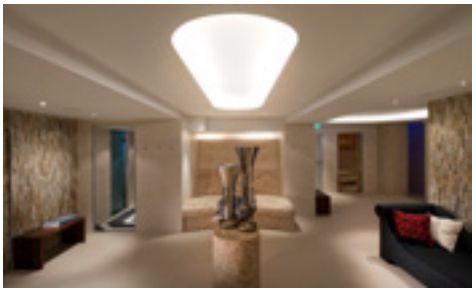
The Ivory Club ist ein Erlebnis für alle Sinne, ein Hotspot wie die angesagten Restaurants in New York Downtown oder dem Finanzzentrum London, in denen quirliges Stadtleben auf elegantes Understatement trifft, Models auf Banker und Lebemänner auf Karrierefrauen. Contemporary Colonial Cuisine offeriert die Speisekarte im Ivory Club und das ist kein Widerspruch. Neben einigen traditionell indischen Speisen sind es vor allem die modernen, von der indischen Küche inspirierten Gerichte, mit denen Chefkoch Elboushy die Gäste begeistert.

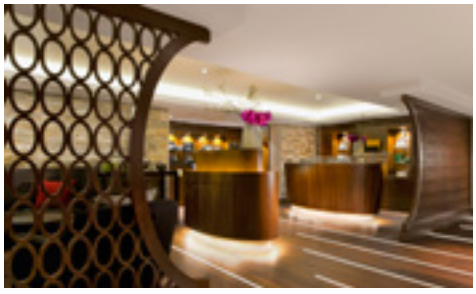
TEACH US DELIGH

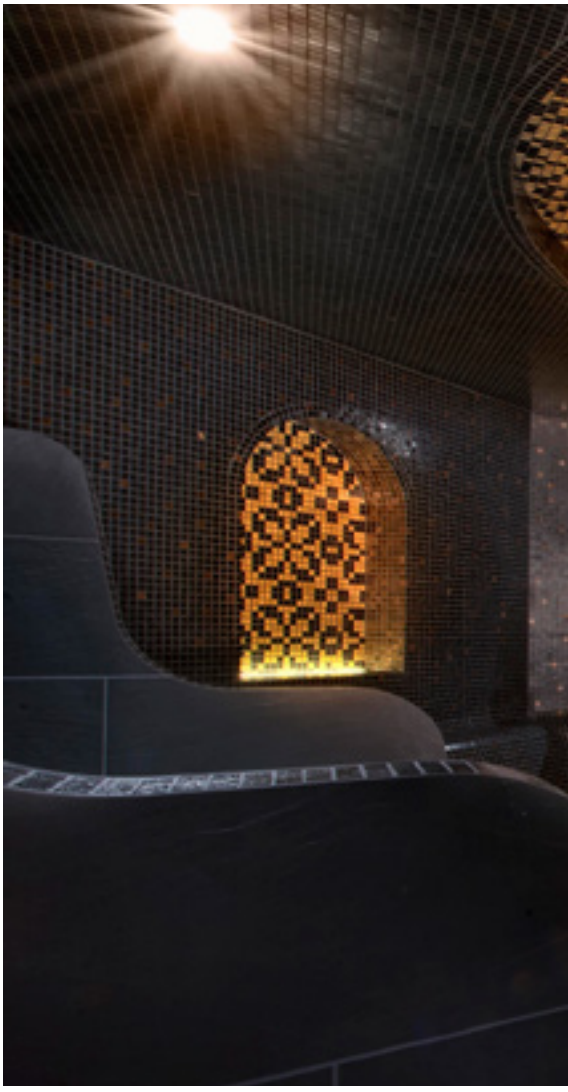
Das Spa im Frankfurter Hof

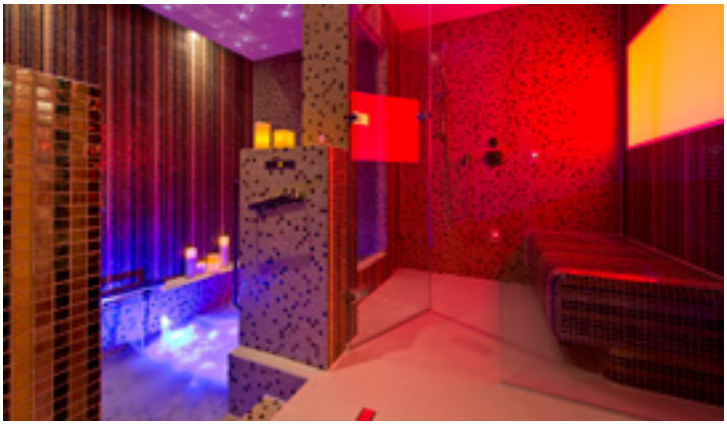
Wellness-Queen Stefanie Reichel prämiert das Spa im Frankfurter Hof mit der Höchstnote: Mookstyle

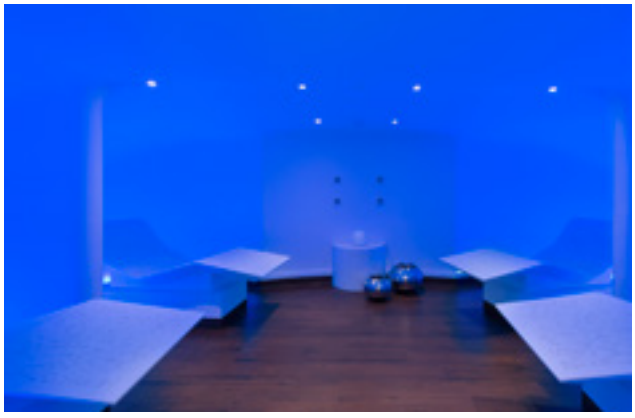
Das moderne schicksalsgebeutelte Individuum von heute hat ja kein einfaches Dasein zu bewältigen: Das Telefon klingelt in einer Tour, Whatsapp piept hektisch im Sekundentakt, E-Mails und Internet bombardieren es mit Informationen; Job, Familie, Hobbies, Freunden gerecht werden, der schnöde Alltag, der erledigt werden will – und obendrein soll man auch noch möglichst gut dabei aussehen! Kein Wunder, dass sich viele Menschen gestresst fühlen. Was liegt also näher, als einen kleinen Mini-Wellness-Urlaub einzulegen. Auf in den Spa! Der Frankfurter Hof wartet mit seinem nagelneuen mondänen 1000-qm-"The Spa" auf und steht auch Nichthotelgästen offen. Sanfte Cremetöne, edle Hölzer und pinkfarbene Orchideen erwarten den Besucher. Der Wellnessbereich mit verschiedenen Saunen glänzt in makelloser Reinlichkeit. Im Hamam lassen sich mit einem Peeling, warmen Wassergüssen und einer Olivenöl-Seifenmassage die Verspannungen ins Jenseits befördern. Ebenso werden Gesichtsbehandlungen mit der organischen Produktlinie Amala oder der innovativen Kosmetik von MBR angeboten. Einzigartig in Frankfurt ist der Gentlemen Barber. In einem Séparée wird dem Bartwuchs mit Echthaarpinsel, klassischem Rasiermesser und heißen Tüchern zu Leibe gerückt. Dazu gibt's auf Wunsch eine perfekte Maniküre und wildwüchsige Augenbrauen werden mit einem Faden in Form gebracht. Sehr empfehlenswert ist auch die Behandlung Oriental, eine äußerst angenehme Ganzkörpermassage, die mit einer Akupressurtechnik kombiniert wird. Derart hochentspannt lassen sich die Strapazen des Alltags dann auch wieder leichter bewältigen.











BEEFEATER BARTENDER COMPETITION AT ZENZAKAN

Beefeater 24, bekannt als exzellenter Premium-Gin, lädt Bartender aus aller Welt ein, ihre Kreativität und Barkünste in der diesjährigen Beefeater 24 Global Bartender Competition unter Beweis zu stellen. Zum ersten Mal in der Geschichte des Wettbewerbs werden die Teilnehmer innerhalb von fünfzehn Minuten nicht nur einen, sondern gleich zwei Cocktails entwickeln und mixen. Der internationale Wettbewerb endet am 7. November 2013 mit einem spannenden Finale in London, bei dem renommierte Bartender-Größen aus 26 Ländern um den Titel kämpfen. Der Gewinner der nationalen Competition ist Frederik Knüll aus dem SPIRITS in Köln, der Deutschland im Grand Final vertreten wird.

Die Teilnehmer haben die Aufgabe, einen klassischen Cocktail mit Beefeater Dry zu kreieren. Dieser soll unter Verwendung von Beefeater 24 in moderner Form weiterentwickelt werden. Beide Cocktails, ein Long oder ein Short Drink, müssen mit jeweils 35 Millilitern Beefeater Dry und Beefeater 24 zubereitet werden. Die Jury bewertet den Classic mit maximal 25 und die Beefeater 24 Interpretation mit maximal 50 Punkten und beurteilt Kriterien wie Optik, Geschmack und Kreativität. Die Bartender stellen sich der Herausforderung, nicht nur ihre Rezepte, sondern auch die Geschichte ihrer beiden Kreationen zu erzählen. Dem Gesamtsieger winkt ein spannender Preis. Im kommenden Jahr erhält er die Möglichkeit, nach Japan zu reisen, um dort mehr über die heimischen Teesorten, die für das Geschmacksprofil von Beefeater 24 so charakteristisch sind, und über die japanische Bartender-Szene zu erfahren. Der Name des Siegers wird darüber hinaus auf der Tafel in der Hall of Fame der Beefeater Destillerie verewigt.

Bei dem deutschen Vorentscheid am 23. September 2013 kürte Sebastian Hamilton-Mudge, Global Brand Ambassador von Beefeater und Teil der Jury, Frederik Knüll aus dem SPIRITS in Köln zum Gewinner. Seine beiden Kreationen „Corpse Reviver #2“ und „The Reincarnation“ setzten sich gegen die Konkurrenz durch. Im Anschluss an die spannende Competition im ZENZAKAN in Frankfurt erwartete die Teilnehmer ein inspirierender Ausklang mit Tee Zeremonie im The Hattori Hanzo Room, Verkündung des Gewinners und Dinner im The Ivory Club sowie Drinks im The Parlour. „Wir freuen uns darauf, vielversprechende deutsche Bartender Talente zu entdecken und mit dem Sieger langfristig zusammenzuarbeiten. Die Vielzahl der Anmeldungen für den deutschen Vorentscheid spiegelt den Trend für Gin in Deutschland wieder, wobei gerade Beefeater 24 als Premium Gin immer beliebter bei den Bartendern wird.“ sagt Benjamin Franke, Marketing Manager Pernod Ricard Deutschland.

Der Wettbewerb, der 2010 mit vier teilnehmenden Märkten initiiert wurde, hat in den letzten Jahren in der internationalen Bartender-Szene zunehmend an Bedeutung gewonnen. In diesem Jahr nehmen Bartender aus der ganzen Welt teil, unter anderem aus den USA, Deutschland, Hongkong, Australien und Großbritannien – ein klarer Beweis dafür, dass es Beefeater 24 seit seiner Markteinführung im Jahr 2008 gelungen ist, sich im Experten-Bereich zu etablieren. Bis Juni 2012 verzeichnet Beefeater 24 ein beeindruckendes Wachstum in den Schlüsselmärkten wie Kanada, den USA und Spanien sowie im internationalen Duty-free-Handel und verkauft weltweit insgesamt 207.000 Liter.

Die Teilnehmer haben zudem die Möglichkeit, in einem Kurzfilm von Beefeater 24 „Craft of Bartending“ mitzuwirken, der im Anschluss an das Finale auf der Webseite www.beefeatergin.tv und in anderen sozialen Netzwerken zu sehen sein wird.

Nathan O’Neill – Sieger des Vorjahres und Bartender im Milk and Honey in London –kommentiert: „Der Beefeater 24-Wettbewerb war ein riesiger und wichtiger Schritt in meiner Karriere. Die Competition verändert nicht nur die berufliche Perspektive, sondern auch die Herangehensweise an die Art, wie man Drinks kreiert. Ich bin sehr dankbar, dass ich daran teilhaben konnte.“ Für Deutschland mixte 2012 Katrin Reitz aus der La Dee Da Bar in Bad Honnef und gewann in London den People’s Choice Award bei der Global Competition.

DIE MOOK EVENT *Location*

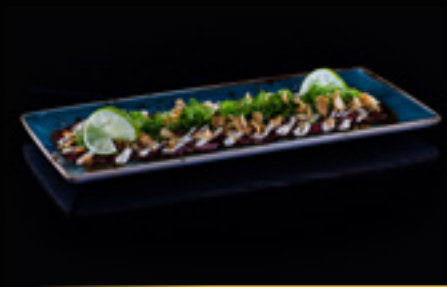
Sie stellen an Ihre Veranstaltung den Anspruch, dass diese ein extravagantes Erlebnis in einer unvergleichlichen Location wird. Und wir stellen den Anspruch, dass wir Ihnen dieses Erlebnis perfekt realisieren möchten:

Genau so vielfältig, wie sich die Mook Group mit ihren Restaurants präsentiert, so mannigfaltig sind auch die Möglichkeiten für Veranstaltungen in unseren Restaurants. Durch flexibel zusammenschaltbare Räume und variable Möblierung ergeben sich diverse Konstellationen in ganz unterschiedlichen Atmosphären.

Unser besonderes Augenmerk wird darauf gelegt, von der ersten Planungsanfrage mit Ihnen gemeinsam Ihr Wunschevent zu kreieren und dabei transparent und fair mit Ihnen zusammen die beste Veranstaltung durchzuführen.

Das Zenzakan beispielsweise ist mit seinen phänomenal eingerichteten 2000 Quadratmetern und seiner sensationellen Terrasse sicherlich unbestritten die spektakulärste Location in ganz Frankfurt. Sie bietet sich geradezu für jede Größe von Veranstaltung an. Ob intimes Dinner für zwei Personen, exklusive Präsentation im kleinen Rahmen, legere Firmenfeier, Sommergrillfest, pompöses Incentive, gepflegtes Galadinner oder rauschende Party mit Tanz und DJ für mehrere hundert Personen. Durch verschiedene Räume, die sich beliebig modular zusammenschalten lassen, ergeben sich diverse flexible Konstellationen (Private Dining): 2, 10, 20, 40, 80, 100, 150, 250, 300 oder sogar viele hundert Personen - alles ist möglich und machbar. Bei Bedarf ist es sogar möglich, den Ivory Club und dessen Veranstaltungflächen noch zuzuschalten. Sie sehen – nach oben ist kapazitätsmäßig fast alles möglich.

Natürlich bieten wir Ihnen auch perfektes Veranstaltungs-Know-how und Technik: Videobeamer, variable Möblierung, XL Bar, Lounge, Whiskey und Cigar Lounge, Leinwände, Tanzfläche, Bands, Sommerterrasse, Live Robata BBQ, Künstler, Movinglights, Live Sushi, DJ, Valet Parking. Ob entspanntes Buffet oder sternereifes Mehrgangmenü, alles ist realisierbar, vorhanden oder kann besorgt werden. Ein NEIN gibt es bei uns nicht. Unser Sales Team freut sich auf Ihre Anfrage.



ZENZAKAN

PAN-ASIAN SUPPERCLUB ZENZAKAN

Zwei erhabene Löwen, die traditionell in Asien für Glück und Weisheit stehen, begrüßen die Gäste und flankieren den Eingang von Frankfurts exklusivem und einzigartigem Pan-Asian Supperclub, dem Zenzakan. Ein spektakuläres Konzept, das sich mit seinem kosmopolitischen Stil auch in London, New York oder Dubai wiederfinden könnte. Trotz seiner imposanten Ausmaße von 2000 Quadratmetern strahlt das Zenzakan eine behagliche und wohltuende Atmosphäre aus. Kuschelige Nischen, kleine Séparées, ein raffiniertes Lichtkonzept, stimmungsvolle Musik und das außergewöhnliche Ambiente laden zum Essen, Trinken, Verweilen und Sehen und Gesehen werden ein. Die goldenen Buddhaköpfe, ein antikes chinesiches Pfeil-und-Bogen-Set aus dem 15. Jahrhundert oder die 200 Kriegerfiguren aus Terracotta sind nur einige der zahlreichen liebevollen Details, die von Inhaber Christian Mook in der ganzen Welt zusammengetragen wurden.

CUISINE

Das Essen und der Stil des Zenzakans sind von China, Thailand, Vietnam und Japan inspiriert. Deren authentische Landesküchen werden bei uns modern umgesetzt und phantasievoll interpretiert. So vermählen sich beispielsweise klassische asiatische Gerichte mit französischen Zutaten und überraschen so auf ganz neue, aufregende Weise. Besonderes Augenmerk wird auf das exzellente Sushi gelegt. Es versteht sich von selbst, dass ausschließlich die frischesten und feinsten Zutaten verwendet werden. Ergänzt werden die Speisen von einer phantastischen Weinauswahl. Der illuminierte begehbare Weinkühlschrank, der mit über 2.500 Flaschen internationaler Weine bestückt wurde, bietet für jeden Geschmack den richtigen Tropfen.

DIE MOOK
EVENT
Location

IVORY CLUB

Auch bietet der legendäre Ivory Club mit dem „Elephant and Tiger Room“ eine fulminante Möglichkeit zum „Private Dining“. Die Kapazität dort beträgt ca. 20-40 Personen.

GEISHA ROOM

Der separate Geisha Room im Zenzakan ist das ideale Refugium für ein romantisches Tête-à-tête – egal ob Jahrestag, Heiratsantrag oder das allererste Candle-light Dinner. Genießen Sie in der intimen Atmosphäre unseres Chambre séparée die aphrodisierende Vital- und Aromenküche des Zenzakans. Ausgestattet ist der Geisha Room mit einer eleganten Récamière, schmeichelnder Beleuchtung und erotischer Fotokunst. Müßig zu erwähnen, dass der Kellner vor dem Eintreten dezent anklopft oder mit einer Klingel herbeigerufen werden kann.

MON AMIE MAXI

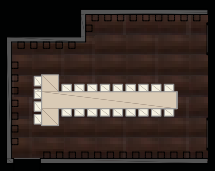
Aber nicht nur das Zenzakan und der Ivory Club verfügen über phantastische Private Dining Facilities, auch das „Mon amie Maxi“ beherbergt neben der eigentlichen Haupthalle noch einen wunderschönen zweiten Raum. Die Perrier-Jouët Lounge ist in einem völlig anderen Stil gestaltet und steht ganz im Zeichen der legendären Perrier-Jouët Belle Époque Anemone. Die exklusive Lounge eignet sich entweder als ein intimes Refugium der Muße und Besinnlichkeit oder aber als ein perfekter Hort für ausschweifende Festivitäten. Einfach eine multifunktionale Oase für alle Arten von Veranstaltungen.

DIE MOOK
EVENT *Location*

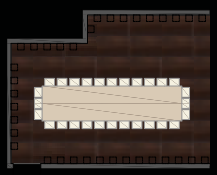
Private Dining

Veranstaltungen jeglicher Art werden im Zenzakan professionell umgesetzt. Wir bieten hierfür die perfekten Räumlichkeiten. Dabei unterstützen wir Sie mit modernster Konferenztechnik: Ob LCD-Projektor, Leinwand oder Laptopanschluss: Alles ist vorhanden, was für ein erfolgreiches Event benötigt wird. Das Zenzakan verfügt über Private-Dining-Kapazitäten von bis zu 155 Personen.

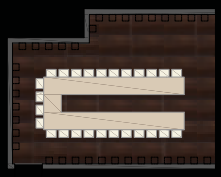
T-Form 25 Personen



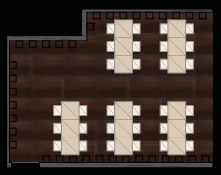
Block 32 Personen



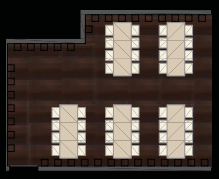
U-Form 27 Personen



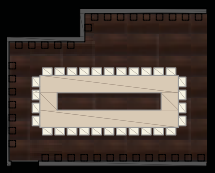
6er Tafel 30 Personen



8er Tafel 40 Personen

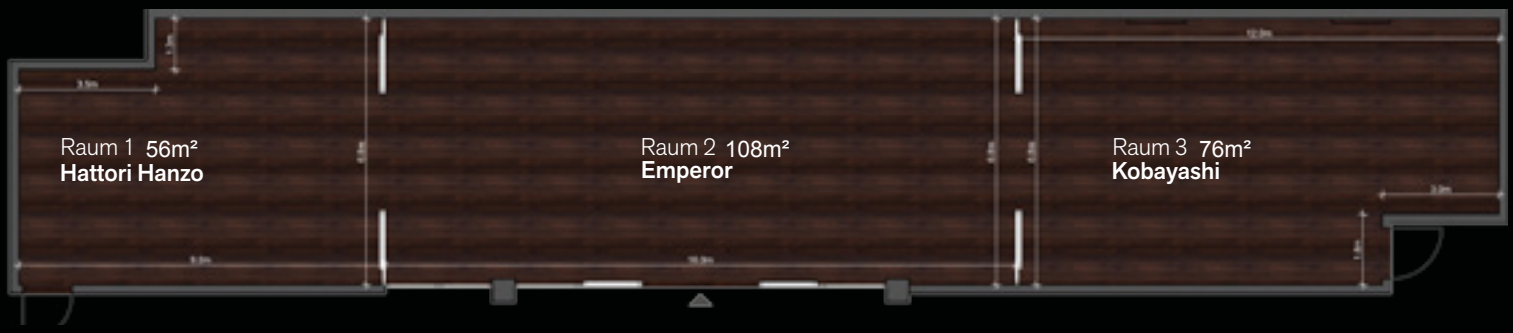


Hallow Sq. 32 Personen



Zenzakan Private Dining	Hattori Hanzo
Projektor und Leindwand	No
Blocktafel	32
U-Form außen	27
U-Form In & Out	45
Geschlossenes U	32
T-Form	25
6er Tafeln	30
8er Tafeln	40
10er Tafeln	-
2 Tafeln parallel	48
Parlamentarisch 3er Tafeln	24
Parlamentarisch 4er Tafeln	32
Theater	70
Empfang	60

Alle Räume lassen sich natürlich auch beliebig modular zusammenschalten

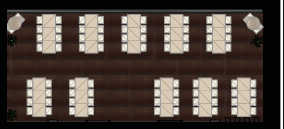


2 Tafeln parallel 100 Pers.

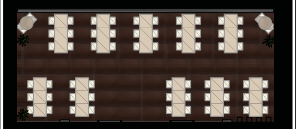
Hollow Square 62 Pers.

A La Carte 42 Pers.

8er Tafel 68 Pers.



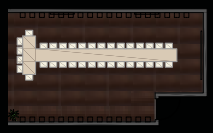
6er Tafel 51 Pers.



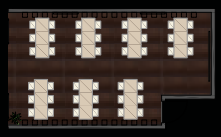
Emperor									
Projektor & Leinwand	No	U-Form In & Out	101	6er Tafeln	66	2 Tafeln parallel	100	Theater	160
Blocktafel	62	Geschlossens U	62	8er Tafeln	88	Parla. 6er Tafeln	51	Empfang	145
U-Form außen	55	T-Form	55	10er Tafeln	90	Parla. 8er Tafeln	68		

In drei separaten Räumen, die aber auch nach Bedarf zusammengelegt werden können, finden 30, 45 und 80 Personen Platz. Selbstverständlich ist es auch möglich, das ganze Zenzakan für mehrere hundert Personen zu mieten. Unser Team besitzt einen großen Erfahrungsschatz und ist spezialisiert auf große Firmenevents. Natürlich setzen wir gerne auch Ihre ganz persönliche Feier für Sie in die Tat um. Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie jederzeit!

T-Form 38 Personen

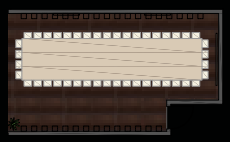


6er Tafel 42 Personen



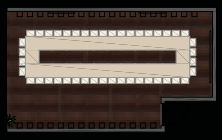
U-Form 38 Personen

Blocktafel 42 Personen



2 Tafeln 62 Personen

Hollow Sq . 42 Pers.

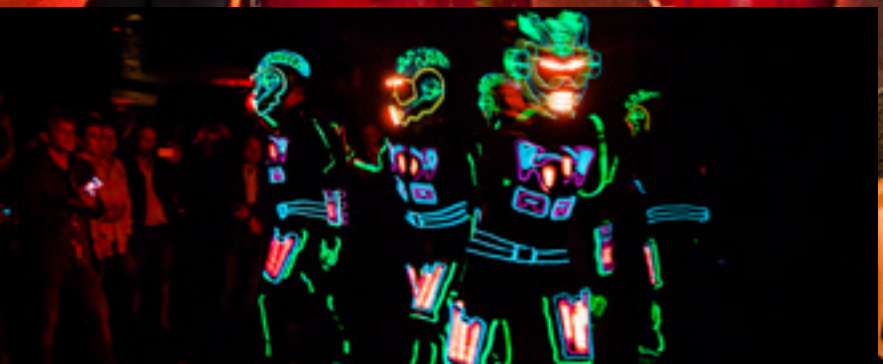


Zenzakan Private Dining	**Kobayashi**
Projektor und Leindwand	Yes
Blocktafel	42
U-Form außen	38
U-Form In & Out	-
Geschlossenes U	42
T-Form	38
6er Tafel	42
8er Tafel	56
10er Tafel	-
2 Tafeln parallel	62
Parlamentarisch 3er Tafeln	36
Parlamentarisch 4er Tafeln	48
Theater	100
Empfang	90

Selbstverständlich ist das Zenzakan auch exklusiv anzumieten. Nach oben ist bei 2000 m² Fläche kapazitätsmäßig fast alles möglich.

DIE MOOK EVENT *Impressionen*

LAND
ROVER



DAS MOOK EVENT *Team*

Kontakt
MOOK EVENT TEAM
Taunusanlage 15
60325 Frankfurt am Main
Tel: + 49 69 770 677 67
Fax: + 49 69 770 679 69
www.mook-group.de

Feres Ladjimi

EXECUTIVE MANAGER

Er absolvierte seine Ausbildung in der Eliteschmiede Klessheim. Sein GastroHotelLifestyle-Wissen ist schier unerschöpflich und sein Gespür für Trends unschlagbar.

Engelbert Maier

RESTAURANT MANAGER – ZENZAKAN

Ebenfalls aus der Talentschmiede Klessheim. Wir profitieren durch seine Kenntnisse, die er unter anderem bei Rocco Forte in Frankfurt & Abu Dhabi und Ritz Carlton Wolfsburg erlangt hat.

Iva Matejkova

SALES MANAGER – ZENZAKAN

Ihr Wirtschaftsstudium beendete sie in Prag, bevor sie für die Steigenberger Gruppe in Frankfurt arbeitete und wir sie von dort für die Mook Group gewinnen konnten.

Kyung-Kuk Lee

GUEST RELATIONS – ZENZAKAN

Besser bekannt unter Kuki. Sein Marketing-Studium gepaart mit praktischem Background bei Käfer + Kuffler und Mangetsu ergibt ein ganz besonderes Service-Erlebnis.

Birgit Rose

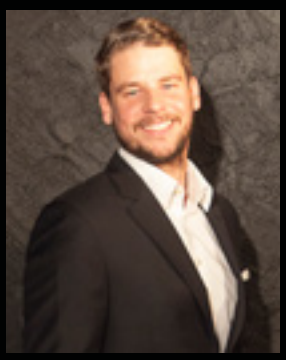
MANAGEMENT ASSISTANT

Sie durchlief die erstklassige Ausbildung in Salzburg Klessheim und danach ihr Studium in UK. Anschließend startete sie durch im Kempinski Frankfurt und Radisson Edwardian London, bevor sie bei der Mook Group landete.

Sébastien Bonnier

RESTAURANT MANAGER – MON AMIE MAXI

Der gebürtige Bretone war zuletzt im Micro, Roomers Restaurant und der Gerbermühle tätig und parliert nun mit seinem französichen Charme in unserer neuesten Dépendance.



Matthias Würzberger

SALES MANAGER – IVORY CLUB

Ein waschechter Frankfurter mit Background aus der Wirtschaftswissenschaft. Seine jahrelange Leidenschaft für die Kunst der Barkultur ist zu unserem Vorteil geworden.

Hassan Elboushy

CHEF DE CUISINE – IVORY CLUB

Hassan ist ebenfalls ein Mann der ersten Stunde. Er ist der Herr der Gewürze und die Person, die das Geheimrezept der Gewürzmischung Blackened kennt. Nein, er wird sie Ihnen nicht verraten.

Voilà, hier sind die Herrschaften, mit denen Sie es demnächst zu tun bekommen.

Sebastian Roisch

CHEF DE CUISINE – ZENZAKAN

Ein Virtuose der asiatischen Küche, der seine Fertigkeiten unter anderem bei Heinz Winkler, im Taschenberg Palais, dem Adlon und Villa Merton erlernte.

André Grunert

HEAD SOMMELIER

Obschon für alle Restaurants der önologisch Verantwortliche, dann auch jeden Tag operativ tätig. Sein Werdegang führte ihn über das Lindner Grand Hotel und das Kempinski Falkenstein zu uns.

Winnie Mok

SOMMELIÈRE – ZENZAKAN

Studium an der DWS Koblenz, bevor sie mit der MS Deutschland in See stach, aber dann Gott sei Dank mit dem Zenzakan wieder an Land ging.

Lars Schmittner

SOMMELIER

Wein ist sein Gemüse. Der ehemalige Opera und „Life is Suite“ Sommelier Lars, ist nun Herr der edlen Tropfen im „Mon amie Maxi“ – was ein fantastischer Glücksfall!

Itsunori Saito

SOUS CHEF – ZENZAKAN

Itsunori Saito stammt aus Kanagawa und unterstützt Sebastian Roisch im Zenzakan. Bevor er zu uns kam, hat er in verschiedenen japanischen Restaurants sein Markenzeichen, das Tuch mit der roten Sonne, zur Schau getragen.

Frank Möbes

CHEF DE CUISINE – MON AMIE MAXI

Der ehemalige Tigerpalast Souschef Frank liebt es, seine staunende Gästeschar im „Mon amie Maxi“ mit köstlicher französischer Brasserie-Küche zu beglücken. Tout Francfort dankt es ihm mit frenetischem Beifall.

Anne Hake

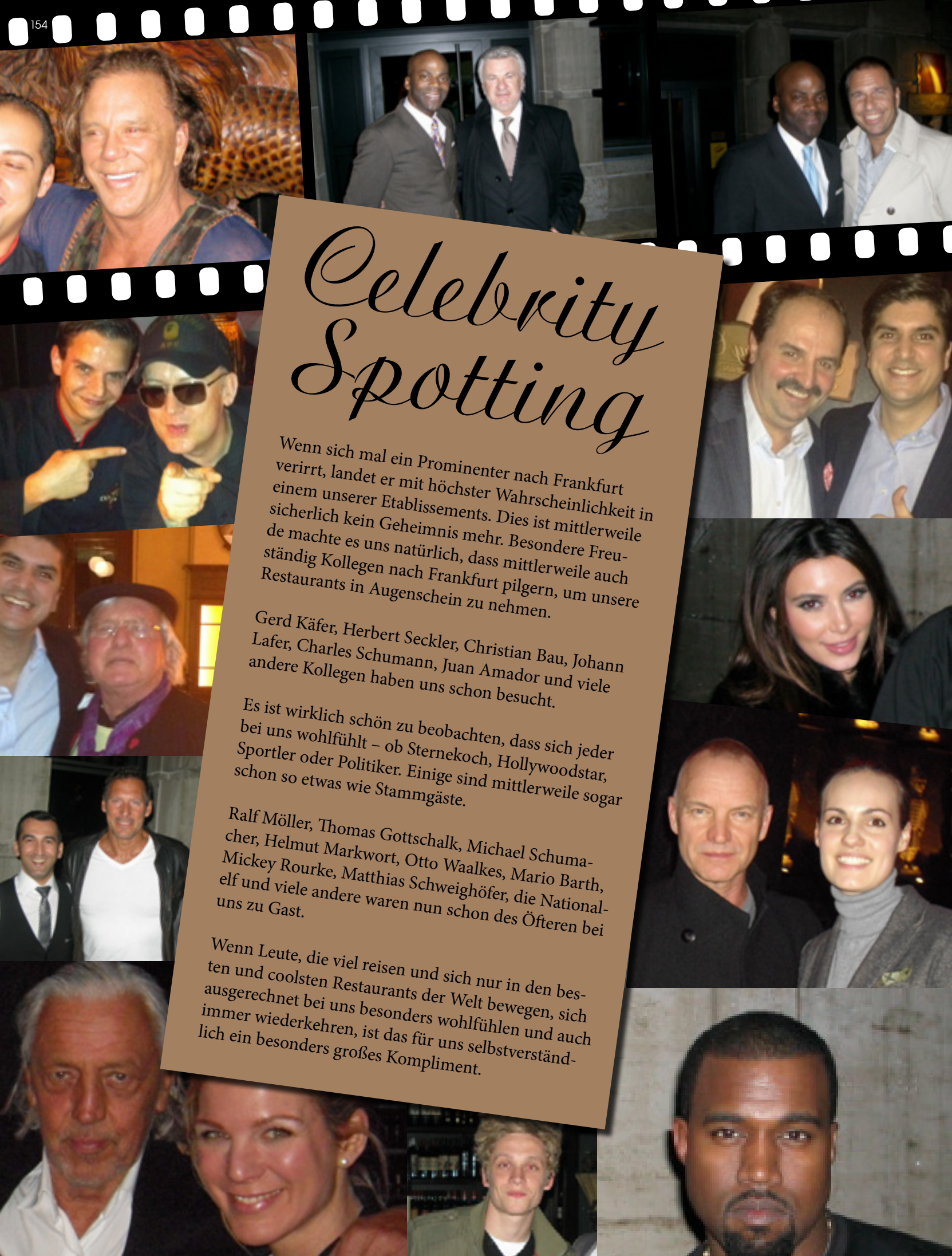
SOMMELIÈRE – ZENZAKAN

Viele imposante Stationen auch in diesem Lebenslauf: Badhotel Sternhagen, Hotel Louis C. Jacob, MS Europa und Seabourn Legend. Eine Bereicherung unseres Teams.

Erkan Kiran

HEAD OF LOGISTICS

Verantwortlich für die Logistik und den Einkauf, ein Mann der ersten Stunde der Mook Group. Wenn er verschläft, bleiben die Teller leer – ach was, es gibt gar keine Teller.



Celebrity Spotting

Wenn sich mal ein Prominenter nach Frankfurt verirrt, landet er mit höchster Wahrscheinlichkeit in einem unserer Etablissements. Dies ist mittlerweile sicherlich kein Geheimnis mehr. Besondere Freude machte es uns natürlich, dass mittlerweile auch ständig Kollegen nach Frankfurt pilgern, um unsere Restaurants in Augenschein zu nehmen.

Gerd Käfer, Herbert Seckler, Christian Bau, Johann Lafer, Charles Schumann, Juan Amador und viele andere Kollegen haben uns schon besucht.

Es ist wirklich schön zu beobachten, dass sich jeder bei uns wohlfühlt – ob Sternekoch, Hollywoodstar, Sportler oder Politiker. Einige sind mittlerweile sogar schon so etwas wie Stammgäste.

Ralf Möller, Thomas Gottschalk, Michael Schumacher, Helmut Markwort, Otto Waalkes, Mario Barth, Mickey Rourke, Matthias Schweighöfer, die Nationalelf und viele andere waren nun schon des Öfteren bei uns zu Gast.

Wenn Leute, die viel reisen und sich nur in den besten und coolsten Restaurants der Welt bewegen, sich ausgerechnet bei uns besonders wohlfühlen und auch immer wiederkehren, ist das für uns selbstverständlich ein besonders großes Kompliment.

ELIE SAAB

evian®

LIMITED EDITION 2014

BRASSERIE & OYSTER BAR

Ivory Clu
RARE

Zwei Platzhirsche im Zenzakan

Neuseeland HIRSCH
PREMIUM BY NATURE

Auf den 2000 Quadratmetern unseres Pan-Asian Supperclubs Zenzakan ist das andere Ende der Welt gar nicht weit. Seine kulinarische Inspiration findet Küchenchef Sebastian Roisch in den Küchen ferner Länder wie China, Thailand und Japan – aber auch der aufstrebenden Foodnation Neuseeland. Hier spricht ihn besonders ein Top-Erzeugnis an: Neuseelandhirsch. Mit dem Fleisch des hochwertigen Rotwildes von den Inseln im Südpazifik hat der Zenzakan-Matador ein spannendes Produkt gefunden, das er besonders vielseitig und modern einsetzt. Und mit gutem Fleisch kennt sich jemand, der für Christian Mook arbeitet, nun wirklich aus. Ein Grund, weshalb Roisch auch aus Überzeugung als Ambassador für Neuseelandhirsch aktiv ist.

An Hirschfleisch denkt man häufig erst im Herbst oder Winter, aber Roisch liebt das Spiel mit dem Unerwarteten und setzt das milde und sehr zarte Fleisch das ganze Jahr über immer wieder einmal ein. Durch die ganzjährige Verfügbarkeit stehen ihm so saisonale Zutaten, Aromen und Gewürze für vielfältige Kombinationsmöglichkeiten zur Verfügung.

Neuseeland ist der weltweit größte Exporteur von Hirschfleisch, und hier in Deutschland ist die Nachfrage nach dem Deluxe-Rotwild besonders groß. Die Tiere grasen auf großflächigen Weiden, trinken reines Wasser, atmen klare Luft und werden einwandfrei umsorgt. Kein Wunder, dass Sebastian Roisch gerne mit dem fettarmen und hochqualitativ äußerst hochwertigen Produkt arbeitet. „Ich will die Leute reizen und ihnen bekannte Gerichte neu interpretiert anbieten. Neuseelandhirsch ist ein gleichbleibend hervorragendes Produkt, das mir dafür die nötige Planungssicherheit gibt. Das Fleisch trocken tupfen und einige Minuten ruhen lassen – schon kann ich mit der Verarbeitung loslegen."

Und dabei geht es manchmal ganz schön heiß zu, denn der 38-jährige hat keine Angst, sich die Finger zu verbrennen: „Neuseelandhirschfleisch liebt das Feuer, und ich auch." Auf dem Grill und als aromatischer Teamplayer beim BBQ macht Neuseelandhirsch ebenso eine gute Figur wie als feines Filet im Noriblatt, mariniert mit Sake und Sojasoße oder ausgebacken in japanischem Paniermehl. „Ich überrasche unsere Gäste, indem ich aus unbekannten Fleischstücken und Zuschnitten etwas kreiere. Wenn ich ein gutes Produkt habe, ergeben sich Gericht und Komponenten ganz von selbst."

Küchenfertig in Zuschnitte wie Filet, Rücken, Krone, Ober- und Unterschale, Hüfte oder Nuss zerteilt, vakuumverpackt und gekühlt wird das Fleisch CO^2-arm per Schiff exportiert.

Und was für Sebastian Roisch und andere Spitzenköche den weiten Weg von Neuseeland nach Deutschland antritt, muss von besonderer Qualität sein. Sein Herz schlägt für die asiatische Küche, das spiegelt sich nicht nur in dem Interieur des Zenzakan, sondern auch in den Gerichten mit dem Premium-Fleisch wider: Tonkatsu, Tataki, Shumei Dumplings oder Temaki – Neuseelandhirsch mit fernöstlichem Touch. Das japanische Schnitzel und die gedämpften Teigtaschen mit Hirschfleischfüllung bot Roisch bereits 2012 im Rahmen der mehrtägigen Aktion zur Buchmesse „Empfehlung des Tages: Neuseelandhirsch“ an. Weil Neuseeland Gastland in Frankfurt war, entwickelte er kreative Rezepte und verwendet das Fleisch seitdem sogar für Sushi. Auch in zwei unserer anderen Mook-Locations, dem Surf 'n Turf und dem M-Steakhouse, war das Fleisch als Hirschbraten aus der Keule und cremigen Waldpilzen auf der Speisekarte präsent und kam ausgesprochen gut bei den Gästen an. Für uns der Beweis, dass neuseeländisches Rotwild auf dem Teller das ganze Jahr über eine echte Alternative zu Kalb, Geflügel und Rind darstellt. In dem Kochbuch „Moderne Wildküche – Kochen mit Neuseelandhirsch“ stellt Sebastian Roisch neben sieben Kochkollegen wie den Sterneköchen Carmelo Greco und Volker Drkosch seine geschmackvollen Asia-Interpretationen vor. Wir verlosen zehn Exemplare des aufwendig gestalteten Kochbuchs. Bitte eine Mail an info@gourmet-connection.de senden, und vielleicht können Sie die ausgefallenen Rezepte unseres Küchenchefs schon bald selbst nachkochen.

Sebastian Roisch

Bubbly
08.05.2013

Photos by Nikita Kulikov

Chinese New Year

09.02.2013

Photos by Nikita Kulikov

Playboy

Photos by Nikita Kulikov

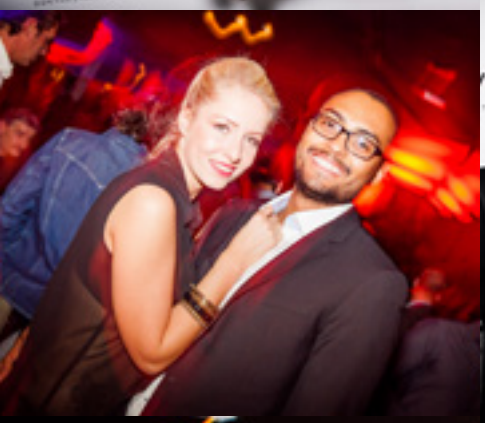
Rare Release

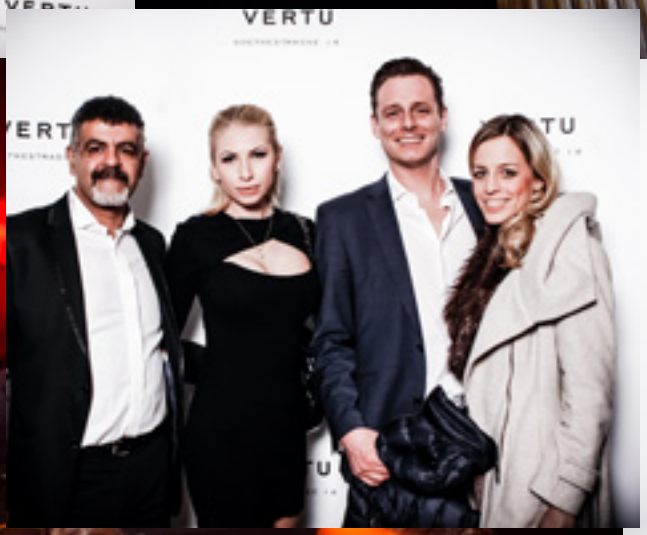
21.09.2012

Photos by Nikita Kulikov

Vertu Night

22.03.2013



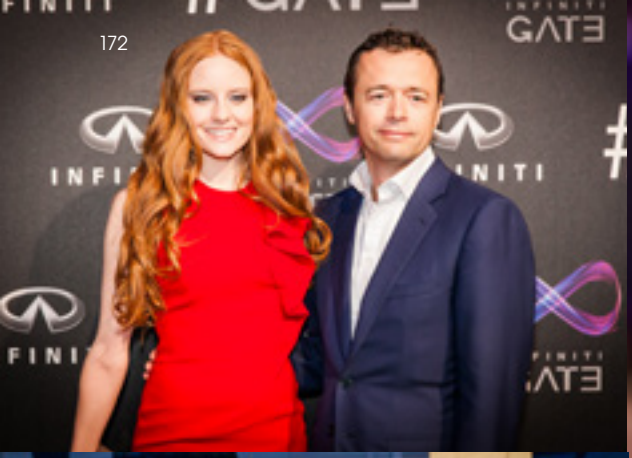


Photos by Nikita Kulikov & Edward Park

Rolls Royce

06.07.2013

Photos by Edward Park


INFINITI
GATE

89
HAM

INFINITI
GATE

INFINITI
GATE
INFINITI

INFINITI
GATE

Infiniti Gate

10.09.2013

Photos by Nikita Kulikov

Next Level Productions -
die Maker & Shaker der Zenzakan Events!

Seit nun mehr als 4 Jahren mischt die kreative Frankfurter Full Service Event- & Promotion Agentur hinter den Kulissen der legendären Zenzakan Events mit. Die besondere Aufgabe, den exklusiven Ansprüchen der Mook Group gerecht zu werden, erfordert jedes Mal aufs Neue viel Liebe zum Detail. Im Gespräch mit Herrn Daniel Rowan, dem Geschäftsführer der Agentur, konnten wir einige spannende Einblicke in die Gestaltung der Hot-Spot-Events erlangen.

Produktpräsentation der Marke Vertu

Geschäftsführer Daniel Rowan

Herr Rowan, wie ist die Zusammenarbeit mit dem „Gastronom des Jahres“ Christian Mook?

Christian ist ein Mann von Welt. Er hat viel gesehen, viel erlebt und dadurch auch einen guten Input für die Gestaltung der Events. Die Zusammenarbeit ist somit immer spannend und produktiv.

Was macht, Ihrer Meinung nach, einen gelungen Abend im Zenzakan aus?

Grundsätzlich spielt der Übergang vom Dinner zur anschließenden Party eine entscheidende Rolle. Dieser muss reibungslos gestaltet werden, um den Gästen einen perfekten Abend zu ermöglichen. Der qualitative Anspruch muss sich vom DJ, über das Set-up, bis hin zum Entertainment immer wiederspiegeln. Am Ende ist ein Abend aber immer dann gelungen, wenn die Stimmung die Gäste mitreißt und der Dancefloor glüht.

Ihre Agentur arbeitet mit vielen Premium Marken zusammen - liegt hierin der Schwerpunkt der Agentur?

Unser Fokus liegt in der Entwicklung von Konzepten, die dem Kunden auf mehreren Ebenen einen Mehrwert bieten. So liefern wir von der geschulten Sales-Hostess über einmalige Events, bis hin zu einem gesamten Marketingkonzept, inklusive unserem High Profile Network, alles aus einer Hand und konnten so auch das Vertrauen von vielen Premium Marken gewinnen. Speziell die Zusammenarbeit mit Tesla Motors auf der IAA war für uns als junge Frankfurter Agentur ein schöner Vertrauensbeweis.

IAA Range Rover Sport Release

IAA Messeauftritt Tesla Motors

Welche waren Ihre ganz persönlichen Event Highlights dieses Jahr?

Das waren viele, aber zwei waren sicherlich ganz besonders. Zum einen die „IAA Range Rover Sport Release Party im Westhafen Pier 1“ - ein tolles Gefühl, Teil der größten Automobilmesse der Welt zu sein und für die Avalon Group Kronberg ihr neuestes Produkt parallel zur IAA zu präsentieren. Zum anderen natürlich die „Anniversary 4 Years of Zenzakan“-Party. Nach 4 Jahren Zusammenarbeit mit der Mook Group war dieser Abend ein fantastisches Highlight. Wir freuen uns jetzt schon auf 5 Years of Zenzakan!

Was können unsere Leser für 2014 aus dem Hause Next Level Productions erwarten?

Wir starten ja schon direkt steil ins neue Jahr mit der „Zilvester-Party“ im Zenzakan. Also wird das kommende Jahr ein Jahr voller Elan und weiteren spannenden Entwicklungen unserer Aktivitäten / Geschäftsfelder. Dieses Jahr haben wir ja bereits die Realisation des neuen Mook Magazins gestartet, welches seine Fortsetzung in 2014 finden wird, aber auch andere Magazin-Ideen sind in der Planung. Das Verlagswesen macht doch ganz schön Spaß (lacht). Selbstverständlich werden wir aber auch wieder für alle „Party-Schwärmer“ das Event-Nachtleben um das ein oder andere Highlight im nächsten Jahr bereichern.

Experience Night – Zenzakan

NEXT LEVEL PRODUCTIONS

„HAARE SIND UNSER SCHÖNSTES ACCESSOIRE."

Weshalb wir ihnen bei HaarWerk besondere Aufmerksamkeit widmen: mit perfekten Schnitten, umwerfender Farbe, trendigem Styling und intensiver Pflege.

Natürlich schönes Haar. Mit Keratin.

Die Strukturaufbaupflege mit konzentriertem Keratin wirkt wie eine Verjüngungskur. Das Mittel – wir beziehen hochwertigste Produkte von einem Spezialisten aus Miami – wird in einer aufwändigen Prozedur ins Haar eingearbeitet. Der Effekt ist umwerfend: Das Haar regeneriert sofort, es glänzt und ist unkompliziert zu stylen – Tag für Tag, etwa sechs Monate lang.

Der neuste US-Import – ,,Hairbotox'' – ist eine besonders wirksame Keratinauffrischung. Sie verbessert die Haarqualität zwischen den normalen Behandlungen. Das Haar gewinnt an Volumen, die Farbe ist brillanter und Farbpigmente bleiben länger im Haar erhalten. Strähnen wirken noch natürlicher. HaarWerk kreiert damit Looks, nach denen man sich umdreht. Mit denen man schön ist und sich gut fühlt.

HAAR WERK

Haarwerk OHG
Kleine Hochstraße 6,
60313 Frankfurt am Main
T. 069/62 27 28
www.haarwerk.de

Öffnungszeiten
Dienstag bis Freitag 9 bis 19 Uhr
Samstag 9 bis 14.30 Uhr
Montag & Sonntag geschlossen

HAARWERK 60322

haarwerk60322
Grüneburgweg 64
60322 Frankfurt am Main
T. 069/90 55 90 55
www.haarwerk.de

Öffnungszeiten
Dienstag bis Freitag 9 bis 19 Uhr
Samstag 9 bis 14.30 Uhr
Montag & Sonntag geschlossen

NEW YEAR'S EVE
SAVE THE DATE
31/12/2013
ZEN TAKAN
Pan Asian Supperclub
TICKET, DINNER & TABLE RESERVATION
TEL.: +49 (0) 69 970 86 908

FOTOGRAFIERT VON KRISTIAN SCHULLER

EXTRAORDINARY CRAFTSMANSHIP

Ein Gehäuse aus einer geschmiedeten Grad-5 Titan-Legierung, die zweieinhalb Mal stärker ist als Edelstahl, aber nur halb so schwer. Ein Bildschirm aus praktisch kratzfestem Saphirglas, der ein 10,9 cm (4,3 Zoll) HD-Display schützt.
Das Constellation ist so stark, dass es einer 200 g schweren Stahlkugel widersteht, die aus einer Höhe von einem Meter fallen gelassen wird.
Entdecken Sie mehr unter vertu.com

Das neue Vertu Constellation

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND