

Hummer und Hopsasa

Schlummersalons, Spiegelzelte, Shopkneipen: Erlebnisrestaurants liegen im Trend. Ein kulinarischer Streifzug

von Bettina Seipp

Sie gilt als Erfindung umtriebiger Sterneköche wie Hans-Peter Wodarz und Eckart Witzigmann: die kulinarische Spaßgesellschaft. Dabei pflegte bereits César Ritz, der Begründer der Luxushotellerie, seine Gäste während des Dinners bestens zu unterhalten: Mal flutete er den Ballsaal des Londoner "Savoy" zu einer venezianischen Kulisse, mal verwandelte er ihn in eine Eislandschaft mit kellnernden Eskimos. Phantasie, die auch heute viele Wirte beweisen.

Schlummersalon: Tafeln wie die alten Römer

Das "BedRestaurant Silk" wurde im Juli 2004 in Frankfurt/Main eröffnet, und schon drei Monate später stand für die Juroren des renommierten französischen Restaurant- und Hotelführers "Gault-Millau" fest: Das ist die Neuentdeckung 2005. Ein Preis, der vor allem die Kunstfertigkeit von Chefkoch Mario Lohninger würdigt. Die Idee hingegen, die Gäste im Liegen zu bewirten, hatten andere schon vor ihm. In Europa gilt der 1999 eröffnete Amsterdamer "Supperclub" - er betreibt auch Dependancen in Rom und ab Frühjahr in San Francisco - als Erfinder des Boudoir-Restaurants, wo Matratzenlager und Tablett die klassische Tisch/Stuhl-Ordnung ersetzen. Der dekadente Nightclub, der nach dem Dinner zum Tanz auf dem Diwan einlädt, inspirierte das "B.E.D." in Miami und - seit März 2003 - das "Nektar" in München.

Um nicht mißverstanden zu werden: Die Bett-Restaurants sind keine altrömischen Lasterhöhlen, sondern gestylte Etablissements mit einem hohen Anspruch an Küche und Unterhaltung. Im "Silk" beispielsweise steht der weltbekannte DJ Sven Väth an den Turntables und mixt die Chill-out-Musik. Auch kulinarisch hält der Club derzeit die Spitze unter den Schlummersalons. So serviert Lohninger ein fulminantes Zehn-Gänge-Menü; angefangen bei einem Ballett vom Amuse über Rehrücken mit Kürbis und Schokolade bis hin zu böhmischen Liwanzen. Gerichte, in die der Österreicher seine Erfahrungen aus dem "Obauer" (Salzburg), "Tantris" (München), "Guy Savoy" (Paris) und "San Domenico" (New York) einbringt.

"Supperclub" und "Nektar" hingegen setzen stärker auf eine kulinarisch-künstlerische Mischung und präsentieren zwischen den vier Gängen Musik- und Performance-Künstler. Eines ist jedoch allen Restaurants gemeinsam: Man darf nur mit Slippers ins Bett. Dahinter steht die Erfahrung, daß die Gäste mit den Schuhen die Hemmungen ablegen. Von einer Illumination aus Licht- und Videoprojektionen eingelullt, sollen sie einen surrealen Traum erleben.

Dinner-Show: Im Spiegelzelt

der Starköche

Schon im Mittelalter wußte man Speis und Spaß trefflich zu verbinden: Während die Gäste tafelten, turnten rund um die Tische Gaukler und Musikanten. Eine Idee, die César Ritz Anfang des 20. Jahrhunderts den Bedürfnissen der Gourmandise anpaßte und die Hans-Peter Wodarz in unserer Zeit weiterentwickelte. So gestaltete der Wiesbadener Sternekoch, der zunächst mit Kabarettabenden in seinem Lokal "Die Ente vom Lehel" experimentiert hatte, 1990 das weltweit erste Restaurant-Theater.

Nach Tournée durch Deutschland und die USA baute er sein nostalgisches Spiegelzelt vor vier Jahren in Berlin auf, wo er wegen des großen Erfolges bis mindestens 2006 Abend für Abend Vorstellungen geben wird.

Den Rest des Landes haben unterdessen vier andere Spitzenköche unter sich aufgeteilt, die mit einem ähnlichen Konzept, zwölf Zelten und einem Schiff zwischen Hamburg und München unterwegs sind. Ein logistischer Kraftakt, der nur möglich ist, weil drei Küchenchefs - Harald Wohlfahrt, Alfons Schuhbeck und Dieter Müller - lediglich als kulinarische Impresarios für einen Show-Veranstalter fungieren und keinerlei künstlerische Verantwortung tragen. Ähnlich hält es Eckart Witzigmann, der mit der Deutschen Arena Gesellschaft kooperiert und in diesem Jahr zeitgleich in fünf Städten gastiert. Der Österreicher ragt unter seinen Konkurrenten mit gehobener Küchenkunst hervor, was beispielsweise so klingt: Duo vom Stubenküken mit Pilzen auf Wirsing mit Pancetta und Bohnenkernen. Wodarz hingegen serviert getreu dem Namen "Pomp Duck and Circumstance" als Hauptgang immer Ente und legt den Ehrgeiz stärker auf die Vorstellung. Denn sein Programm ist nicht wie anderswo eine lockere Abfolge von Show-Nummern, sondern ein als Theaterstück angelegtes komödiantisches Feuerwerk.

In einer Mischung aus Varieté und Vier-Gänge-Menü könnte auch die Zukunft des Zirkus liegen, meint André Sarrasani. Der 32jährige Manegenchef, der das berühmte Familienunternehmen in fünfter Generation führt, ist bereits dabei, sich den Traum zu erfüllen. Sein hölzernes Chapiteau "Trocadero" - der Name geht auf das Varieté zurück, das die Sarrasanis in ihrem Dresdner Theater bis 1945 betrieben - steht nun wieder an der Elbe. Und zwar gleich neben dem noblen "Westin Bellevue Hotel". Eine symbiotische Nähe: Während Sarrasani für den Augenschmaus sorgt, kümmert sich der Chefkoch des Hotels, Holger Bartkowiak, um die handfesten Gerichte. Die Spielzeit geht noch bis 20. Februar, eine Wiederholung ist so gut wie sicher.

Last but not least: Im Herbst öffnet "Goya" seine Pforten, ein neuer, über Aktien finanzierter Berliner Club, der eine "Fusion aus der größten Cocktail-Bar Europas und einer Diskothek für Erwachsene" sein will. Und Wodarz, dem ein Gespür für erfolgreiche Trends nachgesagt wird, ist seit Anfang an mit dabei.

Dunkelrestaurant: Augen zu und durch

Die Schweiz wird Ende Februar, wenn die "Blinde Kuh" in Basel erstmals alle Lichter löscht und zum "Dip-Dinner" lädt, zwei Dunkelrestaurants haben, Deutschland zählt sogar drei. 1999 hatten Blinde und Sehschwache in Zürich ein damals weltweit einzigartiges gastronomisches Experiment gestartet: ein Restaurant, das seine Gäste in vollkommen lichtleeren Räumlichkeiten bewirtet, in dem keine Feuerzeuge, nicht mal Uhren mit Digitalanzeige gestattet sind.

Im Unterschied zum Alpenländli war es hierzulande ein (sehender) Künstler, der Kölner Alexander Rudolph, der ähnliche Pläne verfolgte. Anfang der 90er Jahre begann er mit musikalischen Performances in verdunkelten Kneipen, um die "unterdrückten Sinne Hören, Fühlen, Schmecken, Riechen freizulegen", was schließlich zur Gründung der Kölner "Unsicht-Bar" im Jahr 2000 führte. Eine Sensibilisierung für die Situation Blinder, die in der Schweiz im Vordergrund steht, spielte für Rudolph zwar auch eine Rolle. In Deutschland - inzwischen gibt es etliche Nachahmer - dominiert heute jedoch das Erlebniskonzept: So kann der Gast, anders als in der Schweiz, lediglich aus "Geschmacksfeldern" wie Vegetarisch, Fisch, Käse, Lamm, Geflügel wählen. Was genau ihm später aufgetischt wird, bleibt ein Geheimnis - womit der Spaß am Essen vorprogrammiert ist.

Und um das sinnliche Vergnügen noch zu steigern, präsentiert das "Nocti Vagus" in Berlin (es arbeitet mit Rudolph zusammen, der vom Rhein an die Spree wechselte) neben kulinarischen auch akustische Schmankerl in Form von Lesungen, Hörspielen, Konzerten. Was bei Zuhörern und Musikern so gut ankommt, daß Ulla Meinecke am 25. und 26. Januar hier ihre neue CD vorstellen wird. Ein Novum in der Popgeschichte.

Kaufbar: Schlemmen, Stöbern, Shoppen

Das neueste Gastro-Konzept "Menü mit Mehrwert" setzt der Phantasie der Unternehmer keinerlei Grenzen: Designermöbel und Weltreisen in München, Kleidung und Bücher in Hamburg, Antiquitäten und Kunst in Berlin - alles freundlich serviert mit Suppen, Soßen, Schlemmereien. Und fertig ist die Shopkneipe oder auch der Kneipenshop - je nachdem, ob mehr gekauft oder getrunken wird.

Das Handeln ist leichter, wenn der Kunde bequem sitzt, vom Cocktail schon ein wenig benebelt und satt ist. Eine Idee, die wahrscheinlich in der "Kostbar" in München geboren wurde. Zumindest war dieses Lokal, eine Mischung aus Café, Restaurant und Lounge, das erste in Deutschland, das mit dem Essen auch gleich die komplette Einrichtung offerierte - nach dem Motto "Empanadas auf Eames-Stuhl und Langusten auf LC4" (die berühmte Liege von Le Corbusier).

Ist die Ausstattung verkauft, wird neu eingerichtet. In Berlin bekommt man auf Wunsch sogar das Geschirr dazu, hier ist lediglich der Tresen unverkäuflich. 18 Monate nach der Eröffnung der "Kaufbar" im Szene-Kiez Friedrichshain läuft das Geschäft schon so gut, daß einmal pro Woche zusammen mit den Lebensmitteln auch "frische" Möbel angeliefert werden. Eine Münchner Reisekauffrau, ein Berliner Wurstverkäufer und ein Hamburger Waschsalonbesitzer sind weitere Beispiele für pfiffige Unternehmer, die auf doppelten Service setzen: schlemmen und shoppen, respektive waschen.

Artikel erschienen am 23. Januar 2005

[Artikel drucken](#)

© WAMS.de 1995 - 2005