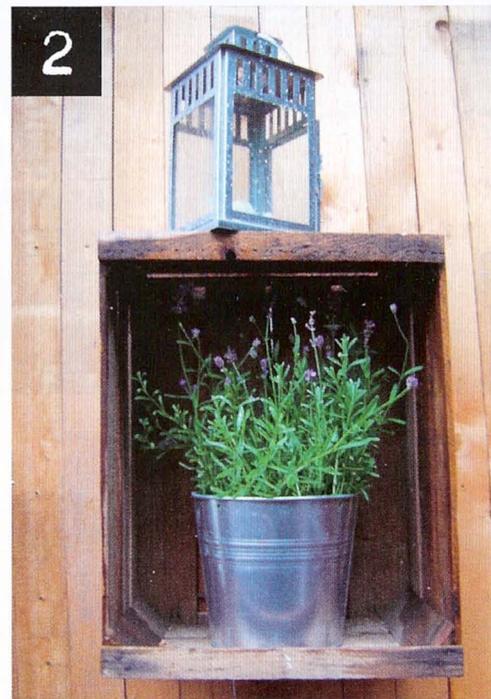
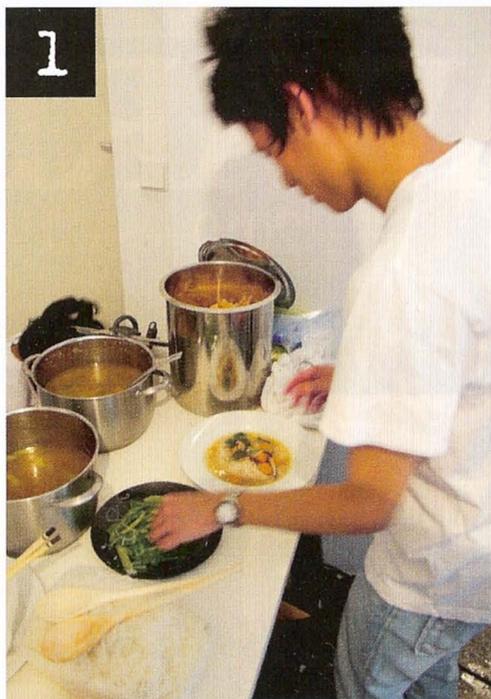


Konzepte aus der Umzugskiste:  
 (1) thailändisch-experimentelle Küche im „Glong“, (2&6) urig-ländlich und ebenfalls mitten in Berlin: das „Hedi“, (3) „Instructables Restaurant“ mit Cheesecake-Wagen und -Wettbewerb, (4) „Redwoods Treehouse“ nahe Auckland (Neuseeland), (5) „Greenhouse by Joost“, Downtown Sydney



FOTOS: FLICKR.COM / INDA BERLIN, LUKE HAYES / WESTFIELD STRATFORD CITY, JAN PETER WULF, PR



# POP IT UP!



Die Nachricht von einem neuen Szene-Restaurant am Moritzplatz in Berlin-Kreuzberg erreichte uns kurz vor Redaktionsschluss: Der britische Künstler und Bühnenbilder Tony Hornecker eröfne mit „**The Pale Blue Door – The Garden**“ einen weiteren Ableger seines legendär-skurilen Londoner Supper Clubs. Auf seiner Website versprach Hornecker den Berlinern – zwar nicht gereimt, aber doch als Gedicht – eine Oase inmitten schattigen Grüns, kleine Häuschen, die „zwischen den Blättern nisten“, Tanz und Gesang im Feuerlicht, einen Tornado aus Sternenstaub am Berliner Nachthimmel. Und dazu ein urenglisches Drei-Gänge-Menü aus einem Saläd of the Garden, Roast Beef mit Meerrettich-Crème-Fraiche und einer Streuselkuchen-Fantasie mit Schlagsahne. Inklusiv einer halben Flasche Rotwein für 25 Euro je Person.

Jetzt, da Sie gut zwei Wochen später die aktuelle FIZZ vor sich haben, sind Horneckers kulinarische Happenings nach nur zwölf Nächten bereits wieder vorbei. Die blassblaue Tür zum

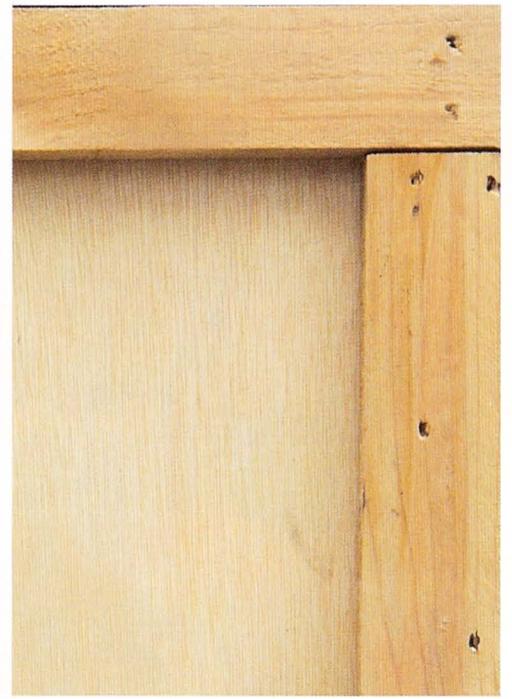
märchenhaften Garten bleibt in Kreuzberg für immer verschlossen, oder sie befindet sich, gut verpackt, auf dem Weg zur nächsten Stadt, in der Tony Hornecker nach Santiago de Chile, Buenos Aires und zuletzt Berlin Station macht. Immer wieder tauchen derzeit auf der ganzen Welt plötzlich gastronomische Konzepte auf und verschwinden genauso schnell wieder. Um manchmal sogar, anders als die nomadische „Pale Blue Door“, irgendwann sesshaft zu werden.

## AUF DEM WEG ZUM EIGENEN RESTAURANT

Beim flüchtigen Blick in das „**Hedi**“, das sich seit Anfang Juni auf einem ehemaligen Dachdeckerei-Gelände nahe des Rosenthaler Platzes in Berlin-Mitte befindet, könnte der Betrachter einen Biergarten vermuten: Standardtische und -bänke, darüber Standard-Außenschirme einer lokalen Brauerei. Urig, mit Lampions und einem kleinen Wäldchen, das sich auf der angrenzenden Brachfläche gebildet hat. Erst



3



TEMPORÄRE „POP-UP“-KONZEPTE TAUCHTEN ZUERST IN DER MODEBRANCHE AUF. JETZT IST DIE GASTRONOMIE AM ZUG. MIT ERHÖHTEN ANFORDERUNGEN: STATT SPONTANEM VERKAUF AUS DEM KARTON GEHT ES HIER - WIE IMMER IN DER GASTRONOMIE - DARUM, EIN GESAMTERLEBNIS FÜR DEN GAST ZU SCHAFFEN.

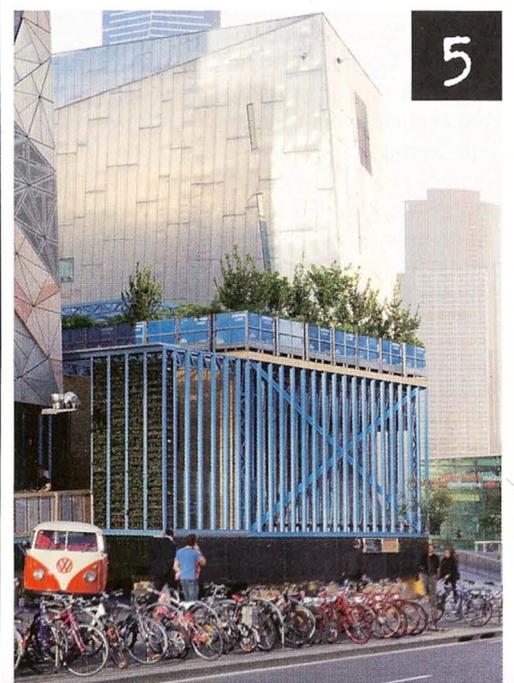


beim Blick in die Karte wird klar: Hier handelt es sich um ein waschechtes Restaurant. Entrecôte, Linguine mit Ziegenkäse oder Zanderfilet mit Pfannengemüse serviert Betreiber Tilo Barenthin hier. Die Weine hat der gelernte Sommelier (u.a. „Chez Maurice“, Berlin) allesamt aus Frankreich importiert, den köstlichen Holunderblütensekt und den ebenso leckeren Apfel-Rhabarbersaft stellt er selbst her. Klassiker, wenn man nach so kurzer Zeit schon davon sprechen kann, ist der Hedi-Burger aus klein geschnittenem US-Beef und hausgemachtem Sauerteig-Brot mit 20 Prozent Roggenanteil.

Sorgfältige Produktauswahl mit hohem regionalem Anteil, Anspruch auf hohe Qualität – wie geht das mit dem ungewöhnlichen, rauen Ort zusammen? Hervorragend, sagt der Pop-up-Betreiber: „Die Location ist unverbraucht, dieser rohe Rahmen erfährt großen Zuspruch bei den Gästen. Er steht für das Berlin, wie es einmal war und heute, zumindest an einigen Stellen, immer noch ist.“ Über das „Hedi“ will man sich bekannt in der Stadt machen und später

ein dauerhaftes Restaurant an anderer Stelle eröffnen. „Wenn Du gutes Essen machst und das an einem besonderen Ort, dann kommen die Leuten auch in Deinen nächsten Laden, selbst wenn er dann vielleicht in einer Seitenstraße liegt.“ Über zu wenig Aufmerksamkeit kann er sich nicht beklagen: Häufig finden im „Hedi“ Events statt – von Geburtstagen bis zur VIP-Party der Modemesse Bread & Butter mit 400 zu bewirtenden Gästen. Vor allem der Reiz nach etwas Neuem, so Barenthin, bringe dem „Hedi“ eine tägliche Frequenz von – je nach Wetter – 50 bis 80 Gästen.

Stammkundschaft hingegen sei etwas, mit dem das Pop-up-Restaurant auf der Torstraße nicht kalkulieren kann: So etwas braucht Zeit, und die ist bei temporären Konzepten logischerweise knapp bemessen. Auch deshalb sei es wichtig, ein gutes Netzwerk aus Freunden und Unterstützern zu haben: Der Grill ist ein Geschenk eines Bekannten. Befreundete Street Artists wie der international bekannte Künstler Anton Unai steuerten Arbeiten am Objekt bei.

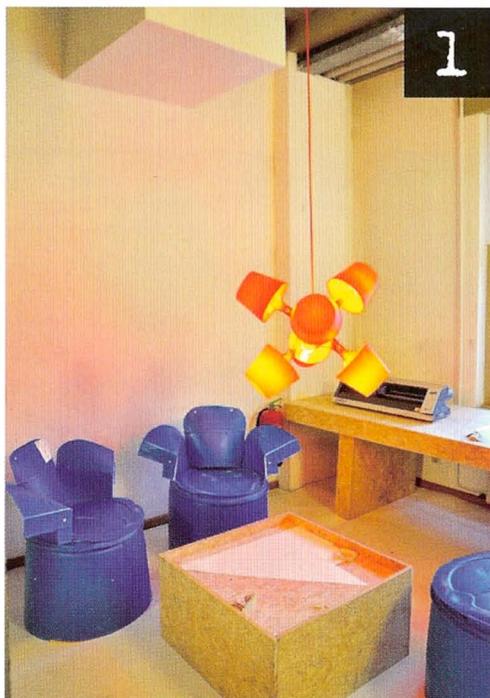


5

Über Facebook laden „Hedi“-Fans ihre Freunde zum Essen oder zu Events ein. Barenthin: „Damit verbreiten sich Informationen über uns schneller, als wenn wir eine eigene Homepage nutzen würden.“ Die entstandenen Kosten – alle Investitionen wurden mit Eigenkapital getätigt – sind indes längst wieder drin: Zur WM verband das „Hedi“ Fußballgucken mit gutem Essen und fuhr damit sehr erfolgreich.

ESS-EXPERIMENTE

Um das Thema Essen ging es auch bei einem der kürzesten Pop-Up-Konzepte, das es je gegeben haben dürfte: Auf ganze zwei Öffnungstage (26. und 27. Juni) kam das „Glong“ (thailändisch für „Schachtel“) in der Mulackstraße, nur wenige Meter vom „Hedi“ entfernt. Mehr Tage waren auch gar nicht vorgesehen: Im Frontend ein temporäres Restaurant, war das Ganze im Backoffice Teil einer groß angelegten Konsum-Studie, initiiert vom „International Program in Design and Architecture“ der Chulalongkorn-Universität in Bangkok, Thai-



land. Nach sechs Wochen Konsumforschung und zwei Wochen Aufbau der Räumlichkeiten luden 24 Architekturstudenten die Berliner zum Probieren acht thailändischer Gerichte in den „temporary space“. Für jedes Gericht wurde eine eigene Konsum- und Verzehrsituation geschaffen, das entsprechende Gästeverhalten beobachtet und ausgewertet: Für „Fragments“ etwa, Hühnchen mit grünem Curry in Kokosmilch, flanierten die „Glong“-Gäste an perforierten Boxen vorbei, aus denen die einzelnen Ingredienzien dufteten. An einem bestimmten Punkt des Raumes erst wurde die Zusammengehörigkeit der Zutaten ersichtlich – eine sukzessive, olfaktorische Hinführung zur Speise. Das Gericht „Missing Ingredients“ bereiteten jeweils zwei Gäste gemeinsam zu, ohne sich dabei sehen zu können. Lediglich das komplementäre Hinzufügen der Zutaten (u.a. Tofu, Schweinefleisch und exotische Kräuter) stellte eine Interaktion zwischen den beiden Unbekannten her.

Viel Aufwand für nur zwei Tage Live-Konsumforschung am Gast. Logisch, dass bei den verwendeten Materialien vorwiegend auf Günstiges zurückgegriffen wurde: Gips, Mörtel, Abflussrohr-Stücke, rohes Bauholz und jede Menge Press-Spanplatten, die sich bei vielen temporären Bauten, z.B. Messeständen, großer Beliebtheit erfreuen, auch weil sie noch einmal sinnbildlich für das Provisorische und Flüchtige stehen. Die einzelnen Elemente bauten die Studenten zuvor in der Bildhauerwerkstatt in Berlin-Wedding, vor Ort im „Glong“ wurden sie dann zusammengefügt. „Die Werkstatt machte es uns möglich, arbeitsteilig vorzugehen und alle Elemente in dem kurzen Vorbereitungszeitraum fertig zu stellen“, erklärt Yarinda Bunnag, die das „Glong“-Experiment leitete. Warum sie Berlin als Austragungsort gewählt hat? „Die Berliner sind open-minded, neugierig und kritisch zugleich. Die Leute sind vor unserem Laden stehen geblieben, sind hineingekommen und haben den Studenten Fragen zum Projekt gestellt.“ Und sie haben viel gegessen – 400 Gäste hatte das „Glong“ an den beiden Tagen. Weil die Resonanz in Berlin so erfreulich groß



## POP-UP-KONZEPTE AUS ALLER WELT:

### Berlin

„The Pale Blue Door“: [bit.ly/palebluedoor](http://bit.ly/palebluedoor)  
 „Hedi“, Facebook-Profil: [bit.ly/hediberlin](http://bit.ly/hediberlin)  
 „Glong“: [www.programonline.de/glong.html](http://www.programonline.de/glong.html)  
 „Cookies Cream“, als Pop-up entstanden, geöffnet geblieben: [cookies-cream.de](http://cookies-cream.de)

### London

„Studio East Dining“: [studioeastdining.com](http://studioeastdining.com)  
 „Reindeer“, Bericht: [bit.ly/reindeerlondon](http://bit.ly/reindeerlondon)  
 „Flash“, Bericht: [bit.ly/flashlondon](http://bit.ly/flashlondon)

### Amsterdam

„Instructables Restaurant“: [www.instructablesrestaurant.com](http://www.instructablesrestaurant.com)

### Rom

„Save The Beach Hotel“, temporäres Hotel aus Strandgut (geht auf Welt-Tournee): [www.coronasavethebeach.org/en/el-hotel](http://www.coronasavethebeach.org/en/el-hotel)

### New York

„Sandwiched“, temporäres Café im Whitney Museum: [www.whitney.org/Visit/Cafe](http://www.whitney.org/Visit/Cafe)  
 „The Hunger“, nomadisches Pop-up-Konzept, zuletzt als argentisches BBQ in Soho: [thehungernyc.com](http://thehungernyc.com)  
 „Vitamin Water 10“, Promotion-Pop-up für einen Getränkehersteller, April 2009: [bit.ly/vitaminwaterten](http://bit.ly/vitaminwaterten)

### Sydney

„Greenhouse by Joost“, auch in FIZZ 5/2009: [bit.ly/greenhousesydney](http://bit.ly/greenhousesydney)

### Auckland

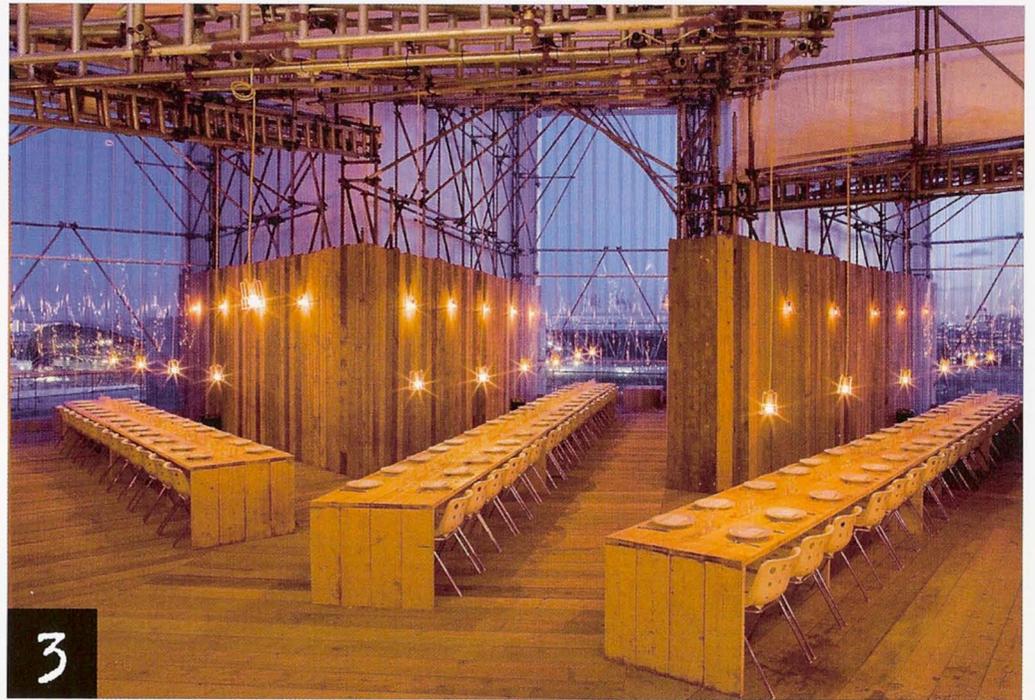
„The Redwoods Treehouse“, Restaurant in einem Baumhaus: [www.yellowtreehouse.co.nz](http://www.yellowtreehouse.co.nz)

war (das klingt nach Pop-up-Potenzial!), will man im nächsten Jahr ein neues Projekt an der Spree umsetzen. Wir halten die Augen offen.

## ROLLS ROYCE OF POP-UPS

Wie bei nahezu allen Gastro-Trends ein Vorreiter auch in Sachen Pop-ups: London. Ein wahres Glanzlicht – aber ebenfalls schon wieder Geschichte – war das „Studio East Dining“, das die Betreiber des Londoner Restaurants „Bistrotheque“ am 16. Juni für drei Wochen auf dem Dach des im Bau befindlichen Shopping-Komplexes „Westfield Stratford City“ errichteten. In 35 Metern Höhe wurde ein sternförmiger Raum auf Zeit installiert, die verwendeten Materialien wurden größtenteils von der Baustelle ausgeborgt: 3.500 Gerüststangen, 2.000 Gerüstplatten und wiederverwertetes Bauholz dienten als Basis für Wände und Böden des insgesamt 800 Quadratmeter großen Restaurants. Als „Hülle“ für das imposante Gebäude diente hitzebeständiges, zu 100 Prozent recyclebares Polyethylen. Dank Lichtdurchlässigkeit der Membran leuchtete das „Studio East Dining“ des Nachts, weit in die Stadt hinein sichtbar. Architektonisch zeichnet das Team von Carmody Groake verantwortlich, das u.a. den Drei-Tage-Pavillon „The Skywalk“ und den temporären „Double Club“ (siehe FIZZ 4/2009) realisiert hat. „This is the Rolls Royce of Pop-ups“, schwärmt Pablo Flack, einer der Betreiber der „Bistrotheque“, der zusammen mit seinem Kompagnon David Waddington schon einige Erfahrungen mit temporären Restaurants hat sammeln können: Im Dezember 2006 eröffneten sie das „The Reindeer“ auf der Brick Lane. Sage und schreibe 13.000 Gäste verbuchte man binnen nur 23 Tagen in dem winterlich designten Pop-up-Restaurant. Im November 2008 folgte das „Flash“ – 80 Tage lang gastierte das Restaurant in der Royal Academy of Arts.

Wie schon bei den Vorgängern war auch im „Studio East Dining“ neben extravagantem Interieur ein exzellentes F&B-Angebot integraler Bestandteil: Gedünsteter Loup de mer, pochiertes Hühnchen, Meerfenchel – „English

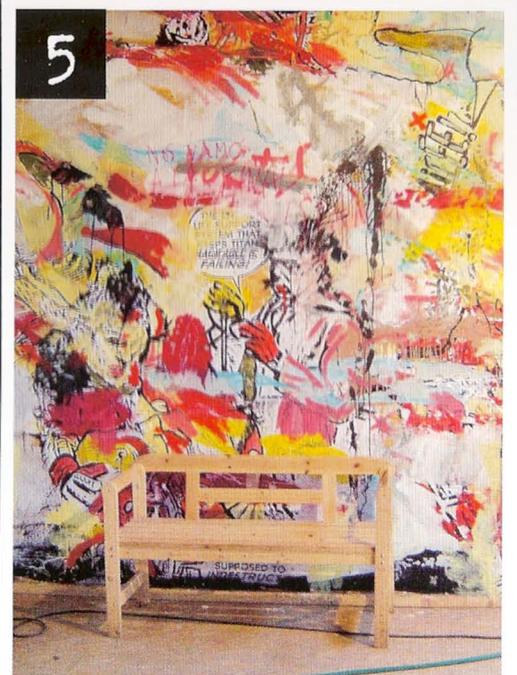


3



4

(1) Open-Source-Interior im „Instructables Restaurant“, (2) Blick über den Tellerrand im „Redwoods Treehouse“. (3) Imposant improvisiert: das Londoner „Studio East Dining“ aus Bauholz, Gerüststangen, Polyethylen, (4) Strandhotel zum Hinterher-Reisen: „Save the Beach“ (zuletzt in Rom), (5) Graffiti-Kunst unweit des „Hedi“



5

summer dining“ ist der Sammelbegriff, unter dem Küchenchef Tom Collins seine allabendlichen Menüs zusammengestellt hat. Anders aber als im klassischen Fine Dining wurde Wert auf gemeinschaftlichen Genuss gelegt: Die Gästegruppen wurden aufgerufen, ihre Gerichte untereinander aufzuteilen, sodass jeder von allem probieren konnte: „Wir wollten eine Atmosphäre kreieren, in der die Gäste ihre Speisen, ihre Meinungen und das Gesamterlebnis teilen“, erklärt David Waddington. Jeweils 120 Gäste pro Abend teilten dieses Erlebnis an den langen „communal tables“, die Gesamt-Besucherzahl wurde auf 2.000 Personen beschränkt – viele mussten, wie bei den Pop-up-Vorgängern, leider draußen bleiben.

### OPEN-SOURCE-VERSION

Ein Gesamterlebnis zu schaffen wie in London, das ist in einem temporären Raum, wie der Pop-up-Space ihn darstellt, ideal realisierbar. Für den Gast, so zeigen alle Beispiele, liegt der Reiz im Ungewohnten, Unkonventionellen und

Neuen. Für den Gastronom bietet er die Möglichkeit, neuartige Kreationen auszuprobieren, neue Gäste zu erreichen und seine Bekanntheit (durch Mundpropaganda und Presse) zu steigern. Als Basis für den Erfolg eines temporären Konzepts fungieren neben der ungewöhnlichen, innovativen Idee: Erfahrung, gastronomisches Know-how und ein starkes Netzwerk. So kurzfristig und kurzzeitig der Laden auch „aufpoppen“ mag, so klassisch und solide das Rüstzeug, mit dem er zum Laufen gebracht wird.

Und auch für den Raum, den es zu gestalten gilt, gibt es jetzt eine innovative Lösung: das Konzept **„Instructables Restaurant“**. Die Kreativköpfe der Amsterdamer Waag Society haben mit ihm die Idee des „Open Source“ aus der digitalen in die reale Welt übertragen: Alles, was sie in diesem Rahmen geschaffen haben – Tische, Stühle, Deko-Elemente und auch die Rezepte – können unter Creative Commons-Lizenz von der Projekt-Webseite heruntergeladen werden. So lässt sich jeder Bestandteil nachbauen oder nachkochen, die Pläne können

nach Belieben verfeinert und verändert werden – so soll aus einem „Tool-Pool“ eine Vielzahl individueller Pop-up-Konzepte entstehen, ist die Vision der Initiatoren Arne Hendriks und Bas van Abel.

Live getestet haben sie das „Instructables Restaurant“ natürlich auch schon, zum Beispiel in Form einer temporären Suppenbar sowie einer „Cheesecake Competition“, bei der die Gäste an Online-Terminals gleich ihren Käsekuchen-Favoriten wählen konnten. Ende August wurde das Konzept im Rahmen einer Veranstaltung in Dortmund vorgestellt. „Das ‚Instructables Restaurant‘ ist perfekt für temporäre Anlässe wie Events“, erklärt Bas van Abel. Den beiden geht es aber um noch mehr: „Wir wollen zeigen, dass man mit Open Source Geld verdienen kann.“ Auch in der realen Welt, mit anfassbaren Objekten. Jetzt werden Unternehmen gesucht, die die entwickelten Restaurant-Elemente weiter ausarbeiten. Wer weiß – vielleicht gibt es schon bald einen richtigen Pop-up-Katalog.

JAN-PETER WULF