THEO'S IM GRAND ELYSÉE HOTEL

Rothenbaumchaussee 10,
20148 Hamburg
Telefon 04041-412855
www.theos-hamburg.de
Öffnungszeiten Montag bis Samstag ab 18 Uhr
Preise Hauptgerichte ab 40 €
Küchendirektor Peter Sikorra

STEAKGENUSS

WIE IN NEW YORK

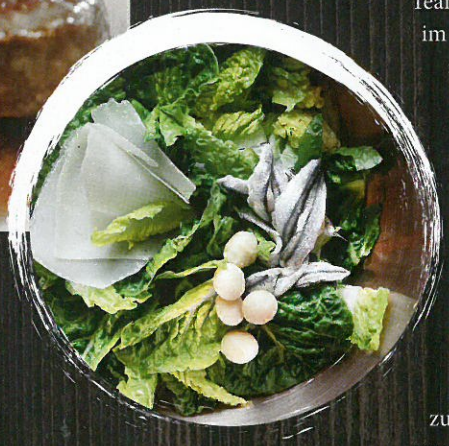
»Theo's Steakhouse« im Grand Elysée Hamburg hat sich von der amerikanischen Steakkultur inspirieren lassen. Dabei stimmt nicht nur die Zubereitung, sondern auch das Ambiente. Napa-Valley-Wein und New York Cheesecake runden das gastronomische Erlebnis ab

Wer an Steak denkt, denkt an Amerika. Absolute Weltspitze sind in New York das »Wolfgang's« (Wolfgang Ziener) und das »Keens« in Manhattan, in Chicago das »Gene & Georgetti« und das »Gibsons«. Diese hohe Kompetenz für Fleisch, man möchte schon sagen Beef-DNA, findet man nur im Heimatland des Steaks. Fast, gäbe es da nicht seit Kurzem ein Juwel an der Elbe zu entdecken. Das gastronomische Glanzstück heißt »Theo's« und befindet sich im Hotel Grand Elysée an der Rothenbaumchaussee in Hamburg. Dahinter steht Deutschlands Pionier in Sachen Steakkultur, Eugen Block, Gründer und Lenker der Block Group mit 16 Unternehmen.

Die Idee zum eigenen Edel-Steakrestaurant entstand im Jahr 2010 bei einer USA-Reise des Firmeninhabers mit seinen Köchen. Gemeinsam mit Küchendirektor Peter Sikorra und seiner Tochter Christina, die für die Inneneinrichtung verantwortlich zeichnet, entwickelte Eugen Block mit viel Liebe zum Detail das Konzept. Fünf Jahre dauerte es bis zur Vollendung. Der Werdegang des »Theo's« ist vergleichbar mit einem exzellenten Steak: Erst durch Reife entsteht etwas ganz Besonderes.

Eigenständige Restaurantmarke

Dem Dreigestirn ist es perfekt gelungen, das Gastronomie-Outlet zu einem eigenständigen Restaurant zu entwickeln, in dem die Geschichte von Prime Beef in Original New Yorker Steakhouse-Ambiente kompetent und mit Leidenschaft erzählt wird. Die Restaurantwebsite mit der Online-Tischreservierung fokussiert sich auf die Story und die Produkte, die Lage wird nur beiläufig erwähnt. Das Restaurant funktioniert vollkommen



Salate, Seafood und amerikanische Desserts ergänzen die Steak-Karte im »Theo's«

autark mit separatem Außeneingang und eindrucksvollem Portal. Hotelgäste können es über die weitläufige boulevardähnliche Hotelhalle betreten. Morgens wandelt sich der große Raum zum Frühstücksrestaurant. Eine clevere Raumgestaltung mit veränderbaren Rückwänden macht die tägliche Metamorphose ohne großen Aufwand möglich. Abends ab 18 Uhr präsentiert sich das Restaurant dann wieder ganz im Stil eines klassischen New Yorker Steakhouse.

Leidenschaft für Prime Beef

Die Story, die im »Theo's« erzählt wird, ist die von der Leidenschaft für Premium Meat. Das Fleisch kommt aus Nebraska, dem Herzen der amerikanischen Steakkultur, aus Irland und Deutschland. Von der Weide bis zum Teller des Gastes wird kein Schritt dem Zufall überlassen. Die besten Stücke der handverlesenen Züchter wandern zur hauseigenen Fleischerei, wo sie fachmännisch zerlegt und im aufwendigen Dry-Aging-Prozess zur höchsten Veredelungsstufe gebracht werden. In der offenen Küche bereiten Küchenchef Max Nagel und Koch Niklas Brokop die Fleischstücke im Southbend Grill nur mit grobem Salz und Theo's Spezialgewürz zu. Durch die hohe Temperatureinwirkung von 800 Grad Celsius schmelzen die Proteine und verteilen sich gleichmäßig auf der Oberfläche. So kommen die Fleischaromen voll zur Geltung und das Steak wird besonders zart und saftig mit einer an Karamell erinnernden Kruste.

Tafelkultur trifft Steakgenuss

Das Bekenntnis zur ultimativen Qualität bis ins Detail zieht sich wie ein roter Faden durch das gesamte Konzept: vom Speisenangebot über die Weinauswahl bis hin zur Einrichtung – alles ist auf den Punkt genau so, wie es sein sollte. Neben Steaks mit Beilagen im Baukastensystem und frischem Seafood enthält die Karte eine vielseitige Vorspeisenauswahl von Tatar (Beef, Thunfisch, Avocado), Austern, Ceasar Salad über Crab Cake bis Sashimi. Restaurantleiter Levent Tarhan und seinem Team gelingt es überzeugend, den klassischen Service im amerikanischen Stil smart, lebensfroh und herzlich zu präsentieren – inklusive der hochkompetenten Beratung. Dies macht sich im Umgang mit dem Gast und den Produkten positiv bemerkbar und unterstreicht die Wertigkeit des Restaurants.

Das »Theo's« positioniert sich in seinem Marketing bewusst nahe an der US-Steakhouse-Tradition mit einem Touch europäischer Esskultur. Das Flair à la New York wird durch das Angebot und das Ambiente erzeugt: an der Bar ein Drink zur Einstimmung, zum Steak ein Napa-Valley-Wein aus Kalifornien und zum Abschluss ein New York Cheesecake. Das alles geschieht souverän und gelassen mit der Überzeugung, dass das Produkt für sich spricht. Dies tut es in der Tat, denn es hat sich in kurzer Zeit zur Hamburger Vorzeigeadresse für Steakfans – darunter reichlich Prominenz – entwickelt.

Für Gäste, die den ultimativen Beef-Kick à la New York suchen, ist das »Theo's« die erste Wahl. Der aktuelle Vergleich lässt keinen Zweifel zu: Das »Theo's« ist gleichauf mit den Topadressen in New York und sicher eines der Besten seiner Art in Deutschland.

PIERRE NIERHAUS
ist Innovations- und Veränderungsspezialist für die Hospitality-Industrie und Dienstleistungsbranche. Er ist Experte für Trends und Innovationen, Berater und Coach für den Bereich Change Management. www.nierhaus.com

HERBST-TRENDS

VARIATIONEN VON GANS UND WILD

Nur zwischen September und März sind die neuen Tiefkühl-Komponenten von Achenbach erhältlich. In der Wintersaison 2016/2017 bietet die Delikatessen-Manufaktur etwa Gänseleber in Form von Lollys oder als Parfait im Weckglas mit Mandarinenchutney und Kürbiskernen. Daneben ergänzen Wild-Spezialitäten das Herbst-Angebot: Reh-Pastete mit Pistazien und Morcheln sowie Mini-Törtchen vom Hirsch mit Rote Bete und Preiselbeeren (Foto). **www.achenbach.com**