Trendschmiede **Asien**

Jeder, der schon einmal in **Bangkok** war, kennt die Faszination und Vielfalt der Stadt. Zu finden sind diese Aspekte auch – oder vor allem – in der Gastronomie.

Quirlig, durcheinander und eindeutig ein kleines bisschen „schmuddelig", so kommt die thailändische Hauptstadt Bangkok daher. Vor allem ist es aber eine der aufregendsten und pulsierendsten Städte Südostasiens. Während wir vor zwei Jahren mit Pierre Nierhaus Singapur, den „Einstieg Asiens", erkundet haben, hat es uns dieses Mal mitten in die „Stadt der Engel" gezogen, um dort die Gastronomie etwas genauer unter die Lupe zu nehmen.

Die Eckdaten. Bangkok, im thailändischen „Krung Thep" – meist übersetzt mit Stadt der Engel –, ist mit seinen rund acht Millionen Einwohnern die mit Abstand größte Stadt Thailands. Offiziell leben hier 8,5 Prozent der Gesamtbevölkerung. Inoffiziell dürften es wohl sogar noch einige mehr sein, denn die Zahl der illegalen Bewohner ist hoch, die Grenze zur umliegenden Region fließend. Hinzu kommen die vielen Touristen, die die Stadt in ihren Bann zieht – am internationalen Flughafen kommen jährlich rund 43 Millionen Passagiere an. Kein Wunder also, dass Bangkok eigentlich niemals schläft. Nachdem die Stadt zuletzt von großen Unruhen und einer Flutkatastrophe heimgesucht wurde, hat sich das Leben dort mittlerweile wieder weitestgehend normalisiert.

Wohnungen ohne Küche. Eine absolute Besonderheit – und damit eine große Chance für die Gastronomie – ist die Tatsache, dass die wenigsten Menschen in Bangkok eine eigene Küche in ihrer Wohnung haben. Aus diesem Grund sind überall in der Stadt Straßenstände zu finden, die zu jeder Tages- und Nachtzeit Essen an Passanten verkaufen. Für zwei bis drei Euro gibt es dort

Bunt und pulsierend, so kommt Bangkok vor allem nachts daher. Doch egal, wann Sie die Stadt besuchen: Zu entdecken gibt es immer etwas.

Alle Fotos: Back Journal

Bild links: Ein besonderer Hingucker sind die Milchkannen über der Theke. Bild rechts: Das Erfolgsteam besteht aus: Deepu Motiramani (oben links), daneben Andre Thieser, Peter Lewinsky (unten rechts) und Michael Pokorski.

beratend zur Seite und ist für Expansionen und Development zuständig und Motiramani macht den Bereich Human Resources sowie dem Einkauf. Mit einem so gut aufgestellten Team ist es kein Wunder, dass das Friends of Frozen Yogurt-Gespann schon jetzt in größeren Dimensionen denkt. „Wir wollen die leckeren Yogurts in einem flächendeckenden, überregionalen Gastronomie-Filialnetz in Deutschland vertreiben und in etwa vier Jahren zwischen 75 bis 100 Läden eröffnet haben", erklärt Thieser.

Volle Fahrt voraus. Das starke Team rund um die Geschäftsführer Thieser und Lewinsky hat sich für die Zukunft viel vorgenommen. Neben den bereits eröffneten ersten Shops, zwei Shops in Hamburg und einem in Bremen, sind bis Ende dieses Jahres noch bis zu 20 Läden geplant. Vor allem an hochfrequentierten Lagen wie Einkaufszentren, Shopping-Passagen und Einkaufsmeilen sind die fünf Köpfe des Unternehmens interessiert. Aber auch beim Konzept selbst stehen noch weitere Änderungen an: In den nächsten Stand-Alone-Shops soll die Einrichtung so konzipiert werden, dass das Team ohne Probleme zwischen Winter- und Sommereinrichtung im Sitzbereich wechseln kann. Eine konkrete Idee gibt es zwar schon, ist aber noch nicht spruchreif. Auch das Sortiment soll noch erweitert werden. „Wir sind gerade dabei, eine Frühstücksoffensive zu entwickeln, die unseren Yogurt einbezieht und uns zusätzlich in den Wintermonaten unterstützt", erklärt Thieser. Welche das ist, da halten sich die Fünf noch bedeckt, aber in den nächsten Wochen wird das Geheimnis gelüftet.

Nicole Feußahrens

Bild links: Neben den gängigen Toppings gibt es auch Leckereien wie frische Früchte, die gekühlt werden müssen. Dafür sorgt eine integrierte Kühltheke. Bild rechts: Nicht nur Frozen Yogurt hat das Team im Angebot, auch Joghurt mit Müsli und belgische Waffeln sind im Sortiment.

Anzeige

BESUCHEN SIE UNS:
INTERNORGA IN HAMBURG
08. – 13. MÄRZ 2013
HALLE B6 / STAND B6.408

FUNK®
SCHERBENEISERZEUGER

www.funk-gmbh.de

Alle Fotos: Back Journal

Bilder links: Das Stadtbild von Bangkok ist geprägt von Smog, Verkehr und zahlreichen Verkaufsständen am Straßenrand. Bild oben: Die Teilnehmer der Trendreise nach Bangkok mit Veranstalter Pierre Nierhaus (5. von rechts) und Back Journal-Redakteurin Annika Rosenkötter (rechts).

die unterschiedlichsten Gerichte im Angebot. Zwar haben hier viele Touristen erst einmal Berührungsängste, was die Hygiene betrifft, doch gilt eine einfache Regel: Wenn viele Einheimische hier kaufen, können Sie unbesorgt sein. Einen Stand, der immer leer ist, sollten Sie dagegen meiden. Große Bedeutung haben ebenfalls die Foodcourts in den Einkaufsmalls, die in Deutschland immer noch in den Anfängen stecken. Auf kleinster Fläche sind dort eine Vielzahl an verschiedenen Konzepten realisiert. Aber auch im restlichen Bangkok ist jede Art von Gastronomie der unterschiedlichsten Preiskategorien zu finden. Vor allem dominieren nah- und fernöstlichen Geschmacksrichtungen, große Einflüsse kommen aber auch aus Europa.

Bäckerei: eine Sache der Definition. Aus Sicht des Bäckers ist es natürlich besonders interessant, sich die Kollegen vor Ort anzuschauen. Besonderheit dabei: Eine Bäckerei ist in Bangkok erst einmal alles das, wo gebacken wird. Nicht selten kommt es dabei vor, dass es in den sogenannten „Bäckereien" aber gar keine Brote und Brötchen, sondern zahlreiche Variationen an Desserts gibt: ob nun Macarons, Cupcakes, Torten oder Brownies. Was aber nicht heißen soll, dass in Bangkok keine herzhaften Backwaren – zu vergleichen sind diese mit dem traditionellen deutschen Brot aufgrund der klimatischen Bedingungen natürlich nur in Maßen – zu finden sind. Gerade in hochwertigen Hotels und Restaurants nehmen diese einen hohen Stellenwert ein, hier gibt es viele liebevoll gestaltete Brotbuffets mit großer Auswahl. Und auch in den großen Einkaufsmalls sind Konzepte wie Bread Talk oder aber Saint Etoile zu finden, die zumeist als SB-Konzept aufgebaut sind. Anders als bei uns in Deutschland ist dies kein Zeichen eines verbilligten Konzeptes ohne Service. Im Gegenteil: In Asien erfreut sich die Selbstbedienung großer Beliebtheit.

Zum Stöbern. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen ein paar der gesehenen Konzepte vor. Die Besonderheiten sind dort an ganz verschiedenen Stellen zu finden. Sei es nun eine Bäckerei mit modern ausgestatteter Schaubackstube, ein Hotel mit einer beachtlichen Vielfalt an selbst gefertigten Produkten oder eine Dessertbar mit tollem Ladenbau und Design. Wir denken, eine gute Auswahl getroffen zu haben, um so ein bisschen der Faszination mit Ihnen teilen zu können. Und vielleicht zieht es Sie ja auch einmal zum Ideensammeln und Über-den-Tellerrand-schauen in die Ferne – wir können es nur empfehlen.

Angika Rosenkötter

IN KÜRZE

Seit 1782 ist Bangkok die Hauptstadt Thailands und mit Abstand die größte Stadt des Landes. Sie ist das wirtschaftliche, politische und kulturelle Zentrum Thailands sowie wichtigster Verkehrsknotenpunkt. Wirtschaftlich gesehen läuft rund 90 Prozent des Außenhandels über Bangkok, 2012 belief sich das BIP Thailands auf schätzungsweise 386,8 Milliarden US-Dollar.

Fläche:	1.565,2 km²
Einwohnerzahl:	8.249.117
Bevölkerungsdichte:	5.270,3 Einwohner/km²
Währung:	Baht

Quelle: National Statistical Office of Thailand

Grafik: Back Journal

Anzeige

Seit 1880
Heinrichsthaler
KÖNIGLICHE KÄSESPEZIALITÄTEN

Käsebrötchen-Award 2013

MEIN KÄSE. MEIN STÜCK NATUR.

Ihre kreativste Idee gewinnt!

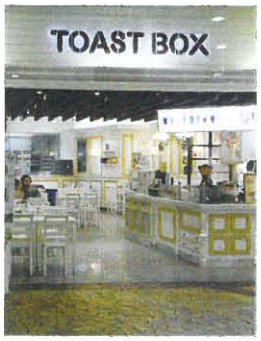
Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf und kreieren Sie Ihr ganz persönliches Lieblingskäsebrötchen.

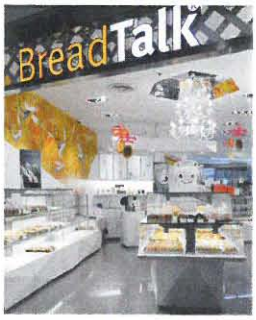
Dem Sieger winkt der mit 1.000 Euro dotierte „Heinrichsthaler Käsebrötchen-Award".

Ihr Foto senden Sie bitte mit Rezeptidee bis zum

Bread Talk & Toast Box unter einem Dach

Bereits vor zwei Jahren haben wir die beiden zusammenhängenden Konzepte Bread Talk und Toast Box, die ihren Ursprung in Singapur haben und dort einen regelrechten Kultstatus erlangt haben, vorgestellt. Im Juli 2000 gegründet, um nach eigenen Angaben das traditionelle Grundnahrungsmittel Brot neu zu definieren, hat sich das SB-Bäckerkonzept auch in Thailand fest etabliert und ist mit 18 Filialen am Start. Der wenige Jahre später gegründete Ableger Toast Box ist auch hier stets mit in den Standort integriert, was besonders schön in den Malls Terminal 21 und Siam Paragon zu sehen ist. Beide Standorte sind ebenfalls mit großen Schaubackstuben ausgestattet, in denen die Produkte rund um Brote, Baguettes und Brötchen den ganzen Tag über frisch hergestellt werden. Ganz nach der Philosophie des Franchise-Konzeptes sind etwa 80 Prozent des Sortiments in jedem Land gleich. Die anderen 20 Prozent werden dagegen an die lokalen Vorlieben der jeweiligen Regionen angepasst. Bei Toast Box gibt es, wie der Name schon sagt, verschiedene Variationen an Toasts, außerdem spielen Kaffee, süße Backwaren und eine Auswahl an herzhaften Gerichten eine große Rolle. Hier lohnt das Vorbeischauen auf jeden Fall – egal, in welchem Teil Asiens Ihnen dieses Konzept begegnet.





Die Standorte von Bread Talk und Toast Box zeichnen sich dadurch aus, dass sie die beiden Konzepte optimal miteinander verbinden. Das gut inszenierte Ladenbacken ist ein zusätzlicher Hingucker.

Trotz des SB-Konzeptes wirkt Saint Etoile, Tochter der japanischen Großbäckerei Yamazaki, keinesfalls billig, wie man es aus Deutschland oft kennt.

SB bei **Saint Etoile**

Saint Etoile ist ein SB-Bäcker, den man Bangkok gleich mehrere Male findet. Zwar liegt die Ausrichtung – wie man hier am Namen erkennt – klar auf französischen Produkten, das Konzept stammt jedoch von der bekannten japanischen Großbäckerei Yamazaki, die weltweit das zweitgrößte Bäckereiunternehmen darstellt. Die einzelnen Standorte sind zumeist entweder mit einer Schaubackstube oder mit Ladenbacköfen ausgestatten.

Au bon pain an allen Ecken

1978 in den USA gegründet, ist die Kette Au bon pain seit 1997 auch in Asien weit verbreitet. Allein in Bangkok gibt es 44 Standorte – oftmals in Krankenhäusern und Malls – in denen die Produkte rund um Bagels, Sandwiches, Wraps, Croissants, aber auch Suppen und Salate verkauft werden. Inspirieren lassen haben sich die Macher dabei auf dem französischen Markt, was bei dem Namen nicht weiter überraschen dürfte. An den regionalen Markt angepasst hat man sich aber nicht nur bei den Produkten. Denn es wird, wie in Bangkok sehr häufig, ein Lieferservice angeboten. Die Versandkostenpauschale beträgt lediglich 30 Baht, was umgerechnet 75 Cent beträgt, einen Mindestbestellwert gibt es nicht.

Au bon pain ist auch in Bangkok weit verbreitet: 44 Standorte gibt es dort. Zu finden sind diese häufig in Malls, aber auch in Krankenhäusern. Der Fokus liegt auf Bagels, Sandwiches und Croissants, aber auch auf warmen Gerichten.

Alle Fotos: Back Journal

Mandarin Oriental Shop

Im Erdgeschoss der Siam Paragon-Mall befindet sich mit dem „The Oriental Shop" ein Outlet des Mandarin Oriental Hotels. Verkauft werden hier Backwaren, Pralinen, Schokolade und täglich hausgemachtes Eis. Hergestellt werden die Produkte von den Köchen des exklusiven Sternehotels. Erhältlich sind die Artikel natürlich auch in den Restaurants im Hotel, welches sich direkt am Fluss Chao Praya, der sich mitten durch Bangkok schlängelt, befindet.

Zum Hotel Mandarin Oriental gehört dieser Shop, in der Backwaren, Pralinen und Schokolade in edlem Ambiente verkauft werden.

Die Liebe zu **Cupcakes**

Cupcakes in allen Varianten gibt es an diesem Stand in der Mall „Terminal 21". Hier geht es noch viel bunter zu, als man das aus Deutschland kennt.

Bei Cupcake Love dreht sich alles – wie der Name unmissverständlich zeigt – rund um Cupcakes, die in den unterschiedlichsten Varianten und noch farbenfroher als bei uns in Deutschland daher kommen. Ganze Bären, Handtaschen, Kameras und Lippenstifte finden auf den kleinen Törtchen ihren Platz. Gebacken wird übrigens jeden Tag frisch und nach eigenen Angaben ohne Konservierungsstoffe von Nisa Dachoponchai, die ihr Handwerk an der Culinary Le Cordon Bleu Arts School gelernt hat. Im April soll der vierte Standort in Bangkok entstehen. Alle befinden sich in den großen Shoppingmalls.

Desserie Sweet Café

Der bisher einzige Standort der Desserie ist seit Ende 2011 in der neuen Einkaufsmall „Terminal 21" zu finden. Hier gibt es alles rund um süße Backwaren wie Kuchen, Kekse, Brownies und Co. Aber auch zahlreiche Kaffeespezialitäten, Tees und Säfte befinden sich im Angebot. Besonders liebevoll ist der kleine, offene Sitzbereich gestaltet, an die Wand gemalt sind tolle Zeichnungen der Produkte und deren Zubereitung.

Die Einrichtung des Desserie Sweet Café besticht durch die liebevolle Wandgestaltung.

Anzeige

Langheinz
KÄLTETECHNIK
D-72181 Starzach
Fon: +49 7483 912739-0
www.langheinz.com
info@langheinz.com
Wasser
kühlen - mischen - dosieren
fließend - exakt
Wir stellen aus: Internorga 2013

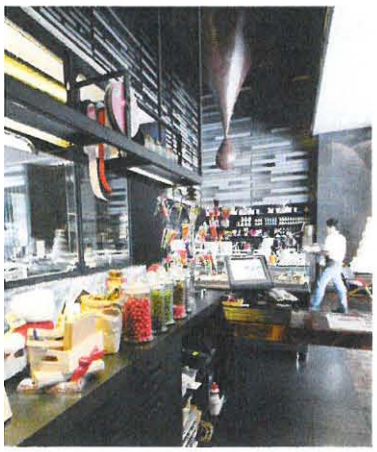
After you: Versuchsküche

Bei After you dreht sich alles hauptsächlich um das bekannte Shibuya Toast. 50 Mal wandelte die Inhaberin das Rezept ab, bevor sie die Kreation in den Verkauf nahm.

Das After you Dessert Café gilt als eine der bekanntesten Konditoreien Bangkoks. Die 29-jährige Inhaberin Kulapat Kanokwatanawan träumte schon lange davon, ein eigenes Dessert Café zu haben, probierte sich vor der Eröffnung zuerst jedoch an der Veröffentlichung von Backbüchern. Erst nach der positiven Resonanz wagte sie den Schritt in die Selbständigkeit – mit Erfolg: Zu den Stoßzeiten warten lange Schlangen vor den mittlerweile sechs Standorten. Im Angebot befinden sich hier neben kalten Getränken und Kaffee die verschiedensten Desserts und Toasts. Die wohl bekannteste Variante ist das japanische Shibuya Toast, das die Inhaberin 50 Mal ausprobierte und abwandelte, bevor sie die endgültige Rezeptur gefunden hatte. Eine Zeit, in der sie nach eigenen Angaben rund acht Kilo zugenommen hat.

Backen im Hotel „So“

Zu den neuen Luxushotels der Stadt gehört das „So“, welches zur Sofitel Gruppe gehört. Wir hatten nicht nur die Möglichkeit, im hoteleigenen Restaurant Red Oven das Buffet – zu dem auch eine sehenswerte Brotpräsentation gehört – zu genießen. Auch durfen wir einmal hinter die Kulissen schauen und die Hotelküche mit der eigenen Pâtisserie und Bäckerei besichtigen. Auf kleinster Fläche werden hier täglich zahlreiche Produkte gefertigt. Allein in der Pâtisserie umfasst das Sortiment 50 verschiedene Produkte. Das Brot wird übrigens in jeweils zwei Etagen- und Umluftöfen mit original französischem Mehl gebacken. Sehenswert ist auch die Schokoladenbar, die sich im Erdgeschoss direkt neben dem Hoteleingang befindet. Hier gibt es täglich ein All you can eat-Arrangement, eine Schaubackstube, in der Backkurse angeboten werden und zahlreiche Produkte, die für die Lieben daheim gekauft werden können. Nicht verschweigen wollen wir an dieser Stelle den riesigen Schokotropfen, der von der Decke des Raumes herabhängt und regelmäßig für Begeisterung bei den Besuchern sorgt.



Im „So“, dem neuen Sofitel-Konzept, ist es erstaunlich, welche Mengen an Backwaren auf kleinster Fläche produziert werden. Spannend ist auch die Schokobar (1. Bild) mit integrierter Schaubackstube.

In den Supermärkten

Für Bäcker interessant sind auch die Gourmet oder Food Markets, die in den großen Einkaufsmalls zu finden sind. Hier gibt es eine breite Auswahl an Lebensmitteln, darunter auch Brot. Besonders bei Bakery in der Central World wird diesem Thema große Aufmerksamkeit geschenkt. Die großzügige, gläserne Schaubackstube ist mit modernster Technik ausgestattet und wird von elegant designten SB-Regalen eingerahmt. Hier gibt es eine Auswahl an Gebäck, Brot und Kuchen.

Egal, ob bei Bakery (1. Bild) oder Folies (2. Bild): In den Gourmet und Food Markets wird dem Backen eine große Bedeutung geschenkt.

Zu Besuch im Miniatur-Wunderland bei **Mr. Jones**

Desserts sind das Steckenpferd bei Mr. Jones Orphanage im Siam Center. Das „Waisenhaus" kommt mit einer absolut sehenswerten Ladengestaltung daher. Wer hier Platz nimmt, kommt sich zuerst wohl einmal vor wie in einem Miniatur-Wunderland – unter der Decke ist eine riesige Holzeisenbahn aufgehängt, überall befinden sich kleine Spielzeugsoldaten. Die riesige Auswahl an süßen Sachen wie Torten und Cupcakes befindet sich in der Mitte des kleinen Ladens, turmartig aufgebahrt auf einem großen Tisch. Hinter dem Konzept steckt Ashley Sutton, der bereits mehrere Kinderbücher veröffentlicht und dieses kleine Café nun als Schauplatz seiner Geschichten gewählt hat.

Überall im Laden kann man kleine Figuren, wie diese Spielzeugsoldaten, entdecken.

Dieser Laden fällt auf jeden Fall ins Auge: In der Mitte türmen sich die Süßspeisen, unter der Decke ist eine Holzeisenbahn aufgehängt. Staunende Passanten sind hier keine Seltenheit.

Eis bei **Swensen's**

Im Jahr 1948 hat Earle Swensen in San Fransisco seine erste Eisdiele eröffnet. Die Rezepte sollten dabei nicht nur von gutem Geschmack, sondern auch von Qualität sein. Heute gibt es eine ganze Reihe an Lifestyle-Produkten, die mit den Jahren immer beliebter geworden sind. Dabei beschränkt sich das Angebot längst nicht mehr nur auf Eis. Viel mehr gibt es Burger, Sandwiches und Salate. In Bangkok gibt es insgesamt drei Standorte.

Heute gibt es beim ursprünglichen Eis-Konzept viel mehr als nur die kalte Spezialität.

Anzeig

Desserts statt Burger

Eine beliebte Idee in Bangkok ist es, neben einem Restaurant einen Ableger zu eröffnen, in dem es nur Kaffee und Desserts im Angebot gibt. So auch beim On the table – das japanische Konzept verkauft sonst vor allem Burger – in der Einkaufsmall Central World. In der gekühlten Glastheke befinden sich Lemon Mousse, kleine Tortenstücke und Gläser mit Pudding, die sehr ansprechend in der Glastheke angeordnet sind.

In der Dessert-Theke finden sich Angebote rund um Lemon Mousse, Pudding und Torten. Sonst gibt es bei On the table Burger und Co.

Wo der **Kuchen** zuhause ist

Auch das Maison de Gateaux ist ein SB-Standort, allerdings hat man sich hier mehr auf das süß Angebot konzentriert.

Während das Augenmerk im größeren Maison de Gateaux-Standort am Siam Square auf Salaten, Spaghetti und vielem mehr liegt, ist im „Terminal 21" lediglich ein kleines SB-Konzept zu finden. Hier beschränkt sich das Sortiment auf süße Backwaren und Kleinigkeiten, was zum einen wohl mit der kleinen Verkaufsfläche und zum anderen mit den nicht vorhandenen Sitzplätzen zusammenhängt. Dem Erfolg des Ganzen scheint dies nicht zu schaden, denn trotz der umliegenden Konkurrenz sind stets reichlich Kunden am Stand.

Wünsche backen

Wie so oft in Bangkok gibt es bei Bake a wish – mit insgesamt sieben Outlets – alles rund um süße Torten, Windbeutel und Co. Hergestellt werden diese nach japanischen Rezepten. Inspiriert worden sind die Betreiber dabei von aktuellen Trends und Zutaten aus Tokyo. Anders als bei vielen anderen Konzepten werden in der Kühltheke keine ganzen Torten präsentiert. Viel mehr sind die Stücke einzeln verpackt, so dass sie direkt mitgenommen werden können. Besonders ansprechend sind die liebevoll gestalteten to go-Boxen aus Pappe, die im Design des Ladens daher kommen.

Kuchen nach japanischen Rezepten: Das gibt es bei Bake a wish. Diese sind für das schnelle to go-Geschäft als kleine Stückchen abgepackt.

Theke der **süßen Sünden**

Die kleine Theke im Café de Tu ist übersät mit Brownies und Co. Anders als bei den weiteren Standorten werden hier nur Desserts angeboten. Ein Konzept, das in Bangkok nicht selten ist.

Das Café de Tu hat in Bangkok vier Standorte mit unterschiedlichen Konzepten. Während es im Stadtteil Pathumwan ein Restaurant mit internationalen und thailändischen Gerichten wie Suppen, Salate und Pasta gibt, ist der Standort in der Mall Siam Paragon auf den süßen Geschmack ausgerichtet. Die kleine Theke ist gefüllt mit Kuchen, Brownies und vielem mehr. Die Präsentation reicht dabei von Etageren aus Glas bis hin zu bereits verpackten Produkten zum Mitnehmen. Liebevoll gestaltet ist auch der Sitzbereich im Vintage-Stil, der so manchem Bäcker vielleicht Inspiration bietet.

Alle Fotos: Brack, Journal

Farm Design: im Zeichen der Milch

Am Farm Design kann man nur schwer vorbeigehen, ohne etwas genauer hinzuschauen. Denn das Konzept gehört zu den besonders interessanten. Ein Grund dafür ist wohl, dass sich die Basis der Produkte – bestehend hauptsächlich aus Milch – sehr gekonnt mit dem Design und der Gestaltung der Läden verbindet. Milchkannen und rustikale Holzmöbel (eben ganz so, wie man sich eine typische Farm vorstellt) werden mit einem modernen Stil verbunden. Bestes Zeichen dafür: Auf dem Logo ist ein Kuhkopf mit Sonnenbrille zu sehen. Zu den Spezialitäten gehören Käsekuchen, Croissants und Brownies. Auch Farm Design stammt übrigens aus Japan und ist dort eine berühmte, preisgekrönte Bäckerei-Kette mit zahlreichen Filialen, die ihren Ursprung auf einem Bauernhof hatte. Der Gründer Yasuhiko Kaino verfügt über eine 24-jährige Erfahrung in der Bäckerbranche. 2011 wurde das Konzept erstmals in Thailand realisiert. Als nächstes soll Farm Design nach Singapur, Malaysia und Australien gebracht werden.

Vom Namen über Logo und Ladendesign bis hin zu den Produkten: Bei Farm Design ist alles ganz genau aufeinander abgestimmt. Im Mittelpunkt steht nicht nur Milch, das Konzept hat seinen Ursprung auch auf einem japanischen Bauernhof.

Mc Donald's abseits von Burger und Co.

Nicht nur, dass Mc Donald's in Bangkok wie selbstverständlich einen Lieferservice hat, ein Angebot, das bei uns noch ganz in den Kinderschuhen steckt. Auch fallen immer wieder die kleinen Theken mit Mc Flurry, Mc Parfait und anderen süße Sünden auf, die es nicht nur an den Restauranteingängen, sondern auch in vielen Stationen der Metro und des Skytrains zu finden gibt – ganz eigenständig ohne Burger und Pommes frites. Wohl auch, weil sich Desserts in Thailand großer Beliebtheit erfreuen. Das heißt aber nicht, dass solche Theken in Bangkok das Mc Café-Konzept ersetzen. Denn dies ist in den meisten Standorten zusätzlich zu finden.

An den kleinen Mc Donald's-Ständen steht momentan das Mc Parfait in Mittelpunkt, das wie Frozen Yogurt mit mehreren Topping-Sorten kombiniert werden kann.

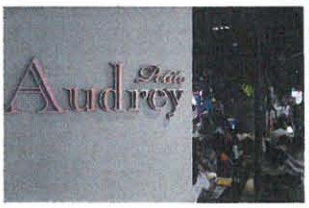
Food Republic: Was das Genießer-Herz begehrt

Zur bereits vorgestellten Bread Talk Gruppe gehört ebenfalls das Konzept Food Republic. Die Idee des Ganzen ist einfach. Ziel ist es, lokale Straßenküche und sogenannte Hawker Center – Ansammlungen kleiner Gärküchen – unter ein Dach zu bringen. Und so gibt es viele kleine Stände mit den unterschiedlichsten Gerichten in einer Art großem „Speisesaal" vereint, so dass sich jeder Kunde nach den jeweiligen Vorlieben seine Mahlzeit zusammenstellen kann. Überall dazwischen befinden sich Theken und Tische mit Sitzplätzen, gezahlt wird beim Verlassen des weitläufigen Essbereiches. Hier findet nicht nur jeder etwas nach seinem Geschmack, auch ist Food Republic in Sachen Präsentation und Inszenierung absolut empfehlenswert.

Food Rebublic gehört zur Bread Talk Gruppe und soll die Besonderheiten der lokalen Straßenküche unter einem Dach verbinden.

Französisches Straßencafé-Flair bei **Petite Audrey**

Das Petit Audrey im Siam Center kommt als französisches Landhaus daher. Mit seinen offenen Fenstern mit Blumenkästen auf der einen Seite des Restaurants und einer Pergola auf der anderen fällt das Konzept sofort auf. Und das, obwohl in der modernen Mall zahlreiche außergewöhnliche Restaurants und Cafés zu finden sind. Geboten wird den Gästen auf rund 80 Plätzen eine lange Speisekarte, auf der sich nicht nur französische Gerichte befinden, sondern auch zahlreiche internationale Angebot wie beispielsweise Rinderschmorbraten und Pasta, aber auch Hummer. Besonders ansprechend ist auch die Kuchentheke, die sich direkt am Eingang befindet. Hier sammeln sich auch die wartenden Gäste, denn einen freien Tisch zu bekommen, ist nicht einfach.



Das Petit Audrey fällt durch die sehr schöne Gestaltung des Restaurants auf. Die eine Seite ist mit geöffneten Fenstern und Blumenkästen ausgestattet. Die andere Seite ist als Pergola aufgebaut.

Anzeige

Krispy-Donutküche

Viele der Krispy Kreme-Standorte – hier in der Siam Paragon-Mall – zeichnen sich durch die Schaubackstube aus, in der die leckeren Kringel direkt vor Ort gefertigt werden.

Im Angebot befinden sich bei Krispy Kreme die verschiedensten Donuts. Sei es nun mit oder ohne Füllung, mit Mandeln, Zuckerstreuseln und Co. dekoriert. Aktionen zum Chinese New Year oder dem Valentinstag – natürlich in Herzform – fallen noch einmal besonders ins Auge. Das Krispy Kreme hat seinen Ursprung in den USA. 1937 gegründet, machte man sich in den 40er-und 50er Jahren durch die Automatisierung der Donut-Produktion einen Namen. Heute hat Krispy Kreme weltweit mehr als 500 Standorte. Und obwohl die Expansion nach Thailand erst im letzten Jahr gestartet wurde, gibt es bereits sechs Standorte, vier davon direkt im Stadtzentrum von Bangkok und zwei an den Flughäfen. Typisch für das Unternehmen ist, dass an den Verkaufsraum oftmals eine große Schaubackstube angeschlossen ist, in der die Donuts direkt vor den Augen der Kunden hergestellt werden.

Kiki Saru mit Inszenierung

Bei Kiki Saru werden mit einfachen Mitteln kleine Sandgebäcke direkt vor den Augen der Kunden gefertigt.

Das Kiki Saru ist ein gutes Beispiel dafür, wie man sich auf ein Produkt konzentrieren und dies mit einfachen Mitteln inszenieren kann. Über Schläuche wird die Rührmasse hier vor den Augen der Kunden in eine Art Laufband mit heißen Formen gegeben und innerhalb eines Umlaufes fertig gebacken. Die Mitarbeiterin muss die kleinen Sandgebäcke nur noch von der Maschine nehmen und in kleinen Schachteln und Tüten verpacken.

Fashion **bakery**

Als „fashion bakery" bezeichnet sich das ka-nom. Zum Mittagessen gibt es hier Sandwiches und kleine Snacks, ansonsten hat man sich in den neun Standorten besonders auf den Verkauf von Tartes, Törtchen und Croissants auf die Fahne geschrieben.

Snacks stehen neben Tartes und Törtchen im Vordergrund. Die Bezeichnung Bäckerei heißt eben nicht, dass es auch Brot gibt.

Getränke und Shakes sind in Bangkok in den verschiedensten Varianten erhältlich. Ob mit Deckel oder „zugeschweißt" – alles ist dabei auf to go ausgelegt.

Stimmen der Teilnehmer

„Asien ist in meinen Augen seit Jahren einer der wichtigsten Impulsgeber für die internationale Gastronomie und Hotellerie, deshalb wollten wir uns vor Ort vor allem Ideen holen. Außerdem wird die Dienstleistung dort in einem für Europäer unbekannten Maße zelebriert. Gastronomisch findet man in Bangkok alles: große Trends, wirkliche Innovation und sehr edle und gut gemachte Konzepte. Neben dem allgegenwärtigen Streetfood fanden wir die Fast Casual Konzepte in den Shoppingmalls MBK, Paragon und Terminal 21 sehr spannend."

(Thomas Mack, Geschäftsleitung – Prokurist / Europapark Rust)

„Unser Ziel war es, möglichst viele neue Eindrücke zu gewinnen und kreative Ideen zu sammeln. In Bangkok versteht man es, mit einfachen Mitteln außergewöhnliche und gleichzeitig authentische Gerichte zuzubereiten. Es war interessant, den Gastronomen dabei über die Schulter zu blicken. Es war sehr schön zu sehen, mit wie viel Liebe zum Detail in den Restaurants gearbeitet wird. Wir haben aber auch festgestellt, dass die meisten Betriebe durch den starken Mitbewerb unter großem Druck stehen. Daher sind viele gastronomische Einrichtungen praktisch gezwungen, sich regelmäßig neu zu erfinden. "

(Michael Kager-Foltin, Operations Director Business / SV Österreich GmbH)

An jeder Ecke gibt es außerdem süße Sachen rund um Torten, Cupcakes und Co. Großer Beliebtheit erfreuen sich auch Macarons.

Interview mit Pierre Nierhaus

Back Journal: Was ist für Bäcker in Bangkok besonders interessant?
Nierhaus: Bangkok ist vor allem deshalb interessant, weil Backwaren jetzt richtig populär werden. Zwar gibt es ein paar eigene Spezialitäten, inspirieren lässt man sich momentan aber gerade durch „fremde" Produkte. Gut kann man hier sehen, dass diese dabei aber an den Markt und die Vorliebe der Konsumenten angepasst werden. So kennt man in Asien keine echte knusprige, sondern eine weiche Kruste. Das hat natürlich auch mit der Luftfeuchtigkeit zu tun – und ist für uns ungewöhnlich. Auch die Kombination von Geschmäckern in Form von Füllungen und Belägen ist für uns oft außergewöhnlich. Hier kann man sehr leckere Ansätze erkennen, bei denen man aber oft ein bisschen umdenken muss, wie diese Dinge an unseren Markt angepasst werden könnten.

Pierre Nierhaus reist mit den Teilnehmern seiner Workshops rund um die Welt.

Back Journal: Unterscheidet sich in dieser Hinsicht auch der Gastromarkt von dem in Deutschland?
Nierhaus: Ja, wir in Deutschland essen gerne Asiatisch, direkt vor Ort ist aber vieles zu scharf. Hier heißt es, sich an den Markt anzupassen. Unterschiede gibt es aber auch im Snackbereich. Während sich in Deutschland vieles auf die typischen Produkte rund um Sandwiches und Pizzazungen beschränkt, gibt es in Asien viel verrücktere Dinge zu sehen. Auch hier spielen die Kombinationen wieder eine große Rolle. Da der Snackbereich im Umbruch ist und aufgrund weiterer Wege zur Arbeit oder fehlender Betriebskantinen wächst, sollte man nicht davor zurückschrecken, einmal die Schraube im Kopf zu lösen und sich auf etwas Neues einzulassen. Wichtig dabei ist, die Grenzen zu erkennen und zu akzeptieren, an der ein oder anderen Stelle den „Skeptikern" aber dabei zu helfen, doch einmal darüber hinaus zu schauen.

Back Journal: Was ist Ihrer Meinung nach aus gastronomischer Sicht auf den deutschen Markt übertragbar?
Nierhaus: Die hochwertige Präsentation von Produkten ist ein Punkt, der gut übertragbar ist. Beispielsweise sehen Konzepte mit Selbstbedienung im Gegensatz zu Deutschland sehr hochwertig aus und wirken nie billig. Lohnenswert ist auch ein Blick in die Malls mit den zahlreichen Foodcourts. Hier muss man nur aufmerksam hindurch gehen und schon begegnen einem eine ganze Reihe an Inspiration.

Backwaren werden in Bangkok erst jetzt richtig beliebt. Neben den eigenen Spezialitäten lässt man sich vor allem inspirieren und passt das Gesehene an den heimischen Markt an.