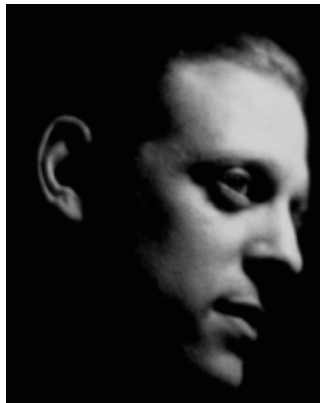




Auf der Reeperbahn nachts um halb eins...

Die Vision 2002 des Star-Designers Jordan Mozer vom Herzblut St. Pauli:

Die Hamburger Szene ist reich an Konzepten mit hoch veredelten Designs - wie Bereuther, Side Hotel, Au Quai, das **** Dorint Hotel oder die Shops von Prada und Jil Sander. Diese Lifestyle-Designs machen kein Hehl daraus, dass sie für eine gehobene Zielgruppe bestimmt sind: sie signalisieren Exklusivität, ein gewisses (Preis-) Niveau. Ihre Klientel sind die Young Professionals. Konsumenten mit Kleingeld und Geschmack, weit gereist, gebildet, sophisticated. Reeperbahn-Besucher dagegen sind lässige Typen. Selten Fans von Gucci oder Prada, von Helmut Jahn und Frank Gehry. Typische Reeperbahn-Locations sind deftig-unkompliziert, anspruchslos, preiswert. Für jedermann erschwinglich: Plätze für den berühmten Otto Normalverbraucher.



Herzblut St. Pauli will sich nicht mit Konzepten wie Au Quai oder Bereuther messen. Es gehört zur Reeperbahn, nicht an die Alster. Hier trinkt man Astra Bier und nicht Champagner. Passend zum Bier ist die Speisekarte einfach, aber kreativ. Astra ist eine "proletarische" Marke - ein Arbeiterbier. Ihr Logo - das Herz mit dem Anker - nimmt Bezug auf den Hafen und die Kiez-Szene. So haben wir uns beim Herzblut-Design von der Idee einer rustikalen Traditionskneipe, ja eines schlichten Vereinslokals leiten lassen - und diese Idee frei interpretiert. Die Herzblut-Aura ist eher dunkel und wohnlich als luftig-leicht und exponiert, im Interieur finden sich zahlreiche Referenzen an den Standort. Kiez-Motive: die Herzorgien-Skulptur an der Bar, die "Bett-Bühne", Leuchtkörper, die an die Befruchtung des Eis durch Spermien erinnern ... Hafen-Motive: Die gerundeten Formen der Wände - wie Schiffskörper -, rostende Metalle, Eisen, Stein, Stahl. Solide Materialien für solide Menschen. Das Konzept als Ganzes geht spielerisch mit den Gästeerwartungen um, es zitiert Vertrautes und ist zugleich anders - exciting. Provokatives Design, in dem sich St. Pauli-Fans und ganz normale Reeperbahn-Besucher trotzdem wohl fühlen: ein Ort, wo es vorkommt, dass neben dem Paar in Jeans eine Clique im Designer-Outfit sitzt.

Das Herzblut St. Pauli repräsentiert, konzeptionell gesehen, jenen Betriebstyp, der in den USA momentan zu den erfolgreichsten und schnellstwachsenden Genres gehört: Upscale Casual Dining. Die zwanglose Mischung von Fine Dining- und Casual Dining-Elementen ist ein Charakteristikum. Sie bringt zustande, dass diese Formeln erfrischend und authentisch wirken - unempfindlich gegen kurzlebige Trends.

www.mozer.com