

# Daimlers

Unter den Linden

Berliner Zeitung

11.03.2011

Druckauflage: 166.633

Berliner Zeitung · Nummer 59 · Freitag, 11. März 2011

25

## Berlin-Planer: Geschmackssache

SPEISEWAGEN

### Das Multifunktionsprinzip

*Erst schlemmen, dann eine Probefahrt vereinbaren – in den großen Autohäusern am Boulevard Unter den Linden geht beides*

VON OLIVER BURGARD

Die ganze Automobilgeschichte auf einen Blick: Nur ein paar Schritte trennen den skurrilen Motorwagen, den Carl Benz 1886 als Patent anmeldete, vom topaktuellen Forschungsfahrzeug F 700, einer schnittigen Limousine mit kombiniertem Elektro-Diesel-Otto-Motor. Die beiden Autos sind die aktuellen Eye-Catcher in der Mercedes-Benz Gallery Unter den Linden. Hinter einer bombastischen Fensterfront, die in der Mitte von einer schweren Tür unterbrochen wird, präsentiert sich das Unternehmen auf zwei Etagen.

Wer die Tür aufstößt und die Gallery betritt, merkt ziemlich schnell, dass dieser Ort mehr sein will als nur ein Showroom für schicke Autos. Die Lichtregie erinnert an ein Museum, die Autos sind arrangiert wie Kunstwerke. Und ähnlich wie in einem Museum gibt es in der Gallery einen Shop und ein Restaurant.

Die Küche im Restaurant Daimlers folgt einem „metropolitischen“ Konzept und serviert neben internationalen Speisen wie ei-



Küchenschef Fabian Casselius sorgt im Daimlers für die Bewirtung der Besucher in der Mercedes-Benz Gallery Unter den Linden.

HIPI/DANIELA FRIEBEL

# Daimlers

Unter den Linden

VON OLIVER BURGARD

Die ganze Automobilgeschichte auf einen Blick: Nur ein paar Schritte trennen den skurrilen Motorwagen, den Carl Benz 1886 als Patent anmeldete, vom topaktuellen Forschungsfahrzeug F 700, einer schnittigen Limousine mit kombiniertem Elektro-Diesel-Otto-Motor. Die beiden Autos sind die aktuellen Eye-Catcher in der Mercedes-Benz Gallery Unter den Linden. Hinter einer bombastischen Fensterfront, die in der Mitte von einer schweren Tür unterbrochen wird, präsentiert sich das Unternehmen auf zwei Etagen.

Wer die Tür aufstemmt und die Gallery betritt, merkt ziemlich schnell, dass dieser Ort mehr sein will als nur ein Showroom für schicke Autos. Die Lichtregie erinnert an ein Museum, die Autos sind arrangiert wie Kunstwerke. Und ähnlich wie in einem Museum gibt es in der Gallery einen Shop und ein Restaurant.

Die Küche im Restaurant Daimlers folgt einem „metropolitischen“ Konzept und serviert neben internationalen Speisen wie einem Tatar vom Blauflossen-Thunfisch auch Berlinerisches, etwa Schweineschnitzel und Kohlroulade. Die Mischung aus Lokalem und Globalem, Bekanntem und Unbekanntem kennzeichnet auch die Lunchkarte, und sogar beim Mineralwasser werden alle Geschmäcker bedient: die konservativen mit Apollinaris, die Trendsetter mit dem Schweizer Hildon, die Exoten mit einem Mineralwasser von den Fidschi-Inseln.

Für die gastronomische Bewirtschaftung der Gallery sorgt das Unternehmen nicht selbst, sondern die Firma Optimahl-Ca-

# Daimlers

## Unter den Linden

sondern die Firma Optimahl-Catering, die als Pächter auch in der Mercedes-Welt am Salzufer für das leibliche Wohl der Kunden zuständig ist. Doch während am Salzufer vor allem Bistroküche und Hausmannskost aufgetischt wird, wirkt die Speisekarte in der Gallery deutlich ambitionierter. Sie trägt die Handschrift des jungen Küchenchefs Fabian Casselius, der zuvor im Daimlers Restaurant am Kurfürstendamm gekocht hat. Diesen Standort hat das Unternehmen vor einigen Wochen aufgegeben zugunsten der Berliner Mitte.

Ähnlich wie große Modehäuser, die in der deutschen Hauptstadt mit ihren Flagshipstores vertreten sind, leisten sich Automobilkonzerne wie Mercedes-Benz aufwendige Repräsentanzen in den teuersten Berliner Lagen. Der Umsatz ist dabei nicht das Wichtigste – vielmehr geht es darum, die Marke in der Stadt an prominenter Stelle zu platzieren und vor allem zu inszenieren. Dafür sei der Boulevard Unter den Linden der ideale Standort, meint Joachim Ackermann, Pressesprecher bei Mercedes-Benz. Denn: „Fast alle nationalen und internationalen Gäste, die Berlin besuchen, bewegen sich zwischen dem Brandenburger Tor und der Museumsinsel.“

Was deutsche Automobilkonzerne zu bieten haben, erleben diese Menschen nicht nur bei Mercedes-Benz, sondern auch direkt gegenüber, auf der anderen Seite des Boulevards. Dort unterhält VW ein üppig dimensioniertes Automobilforum. „Das Forum ist das Gesicht des Volkswagen-Konzerns in der Hauptstadt“, so beschreibt die Chefin Cornelia Schneider die Funktion und den Charakter der Einrichtung. Rund um ein sanft illuminiertes Atrium sind die verschiedenen Marken des Konzerns – Bentley, Bugatti, Skoda, Seat und VW – mit eigenen Ausstellungsflächen und großen Schaufenstern vertreten. Im Atrium schweift der Blick der Besucher nach oben in die höheren Etagen, wo sich Konferenz- und Seminarräume befinden, und nach unten in den Keller, der als Ausstellungsfläche bespielt wird – derzeit mit Fotografien unter dem Titel „Tierreich“. Dazwischen befindet sich im Erdgeschoss ein Mövenpick-Bistro. Doch während die Konkurrenz auf der anderen Straßenseite ku-

# Daimlers

## Unter den Linden

linarisch ziemlich ehrgeizig auftritt, geht es bei VW eher bodenständig zu. Zur Mittagszeit wird gern deutsche Kost serviert – Strammer Max mit Spreewälder Gewürzgurke oder auch Hackbraten auf Porreegemüse. „Mövenpick ist ein Gastronomie-Partner, der eine verlässliche, gute Qualität anbietet – deshalb ein passender Partner für uns“, erklärt die Forums-Leiterin Schneider. „Gastronomie ist im Herzen der Hauptstadt ein wichtiger Punkt – vor allem, wenn man ein Ort der Begegnung sein möchte.“

Das Gleiche gilt für einen Wettbewerber, der seinen Standort Unter den Linden vor einiger Zeit aufgegeben hat. Gegenüber der russischen Botschaft befand sich von 1999 bis 2009 die Peugeot Avenue – eine Markenrepräsentanz mit integriertem Café-Restaurant. „Wir wollten die Marke bekannter machen in einem Rahmen, der bei den Besuchern gut ankommt“, erklärt Thomas Schallberger, Sprecher von Peugeot Deutschland. Zurückgezogen hat sich der Konzern, weil es wegen der anstehenden Gebäude-

sanierung Unstimmigkeiten mit dem Hauseigentümer gab. Das Konzept Showroom plus Gastronomie habe in Berlin aber gut funktioniert und sei „absolut zeitgemäß“.

Was nicht heißen soll, dass es neu und innovativ wäre – im Gegenteil. Das zeigt sich beim Rückblick in die Pionierzeit der Motorisierung: Als eines der ersten Berliner Autohäuser wurde 1913 ein Mercedes-Haus Unter den Linden eröffnet. Schon damals gab es direkt neben dem Showroom ein Restaurant für die hungrigen Automobilfans.

### Gute Adressen

#### Daimlers | Unter den Linden

in der Mercedes-Benz Gallery,  
Unter den Linden 14, Mitte,  
Tel. 39 01 81 00, [www.daimlers.de](http://www.daimlers.de);  
Mo-Sa 9-22 Uhr, So 9-20 Uhr

#### Mövenpick Bistro

im Automobil Forum Volkswagen AG,  
Unter den Linden 21, Mitte,  
Tel. 20 92 13 75,  
[www.moevenpick.com](http://www.moevenpick.com);  
Mo-Fr 10-17 Uhr, Sa+So 10-18 Uhr

### SCHNELL



Mit der Eröffnung der Mercedes-Welt am Salzufer hat der Automobilkonzern im Jahr 2000 die Maßstäbe für Showrooms neu definiert. Auf dem Gelände der größten deutschen Mercedes-Niederlassung ist genug Platz, um dem Publikum insgesamt 450 Fahrzeuge zu präsentieren. Außerdem befindet sich unter dem Dach der Mercedes-Welt auch das Restaurant Weissgold, in dem vor allem leichte Bistroküche aufgetischt wird, neuerdings aber auch Hausmannskost „nach Omas Rezepten“. Für eilige Besucher ist zur Mittagszeit die Lunch-Bar der richtige Ort. Hier werden in einer offenen Küche Pasta-Gerichte frisch zubereitet und kommen besonders schnell auf den Tisch.

**Weissgold** Salzufer 1, Charlottenburg,  
Tel. 39 01 15 85,  
[www.weissgold-restaurant.de](http://www.weissgold-restaurant.de);  
U-Bhf. Ernst-Reuter-Platz,  
S-Bhf. Tiergarten; Mo-Fr 8-22 Uhr,  
Sa 8-20 Uhr, So 10-20 Uhr;  
EC-/Kreditkarten werden akzeptiert.