WHAT'S HOT?

TRENDGUIDE 2017

CONCEPT
DESIGN
FOOD
BEVERAGE

that's hot in... CONCEPT

Text: Barbara Becker

Restaurant, Kneipe, Bar, Imbiss, Festival-Stand, Foodtruck, Lieferservice: Alles da und alles läuft munter neben- und durcheinander – wenn es den Kampf um die Aufmerksamkeit der Gäste gewinnt. Denn die Konzeptform alleine macht ein gastronomisches Angebot längst nicht mehr zum Trendsetter. Wer nicht unter „me-too" laufen will, muss tiefer einsteigen und Produktangebot, Präsentationsform und Zusatzleistungen ins Visier nehmen. Oder die Technik: Im Dezember war **„FOOD INK."** aus Großbritannien zu Gast in Berlin und hat unter der Leitung eines Sternekochs vier Tage lang gedrucktes Essen serviert. Virtual-Reality-Brillen ergänzten die kulinarische Erfahrung der elf Gänge mit Weinbegleitung zum Preis von 180 Euro. Doch nicht nur die filigranen Kunstwerke auf dem Teller, auch diese selbst, die Stühle und das Besteck wurden vor den Augen der Gäste mit speziellen Druckern hergestellt. Umgesetzt wird das 3D-Restaurant in Kooperation mit Technik-Anbietern, die über die Gastronomie pressewirksam die junge Zielgruppe erreichen wollen. Ein Extremfall für Teckies? Nicht, wenn es nach den Visionären unter den Gastronomen geht, wie das Berliner **„DATA KITCHEN"** von Heinz „Cookie" Gindullis – in Zusammenarbeit mit SAP – zeigt. Auf die Minute genau bestellt wird online, und nach hoffentlich pünktlicher Ankunft holt sich der Gast das frisch gekochte Essen aus einem Wandfach. Der Service dient hauptsächlich dem Entertainment der Gäste – und dem Zusatzverkauf (mehr dazu in fizzz 2/2017).

Konventionelle Betriebsformen erscheinen vor diesem Hintergrund geradezu vorsintflutlich – doch Retro-Feeling kommt an: **STREETFOOD** to stay wie im Restaurant „eatDOORI", Frankfurt, das im Stil der Straßenküche daher kommt, von Foodstand in der Markthalle oder to go aus dem Foodtruck (die aktuellsten Entwicklungen S. 34 f.) ist omnipräsent. Rund um diesen starken Gastro-Trend ist nicht nur ein sich ausdehnendes kleines Universum mit Community, Festivals und eigener Messe entstanden, sondern auch eine neue Konzeptidee für stationäre Gastronomie: **„SUPPORTER"** bieten den Streetfood-Kollegen eine Test-Location („Laden Ein", Köln S. 29) und/oder eine Vorbereitungsküche an. Sie selbst profitieren von der permanenten Abwechslung des Angebots und der Kommunikationsstärke ihrer wechselnden Untermieter.

„Laden Ein" (Köln): Testlocation für Trendkonzepte der Zukunft

FOTO: RALF BAUER

Expansion geht weiter: Foodtrucks erobern Deutschland

FOTO: CHIVITO

Instagram me! Das „#shami" (München) lädt für Fotos ein

FOTO: #SHAMI

Wer hat's erfunden? Die Asiaten. Und die Protagonisten der Straßenküchen schwimmen auf einer stetig anschwellenden Erfolgswelle. Wie das instagramfreundliche **„#SHAMI"** in München, das mit vielen stylishen Details seine Gäste zum Fotografieren und Posten animiert oder **„MISS MAI"**, Dortmunds erstes chinesisches Café.

Die neuen Bierkneipen sind unkonventionell wie **„THE PIER"** in Berlin oder deluxe wie das **„STÖRTEBEKER"** in der Hamburger Elbphilharmonie. Während hier die Marktsättigung bevorsteht, haben Weinbars – gerade hat der Münchner Erfolgsgastronom Rudi Kull das „Grapes" eröffnet – noch Luft nach oben. Wer erst einmal üben möchte, kann das im Dresdner Pop-Up-Konzept „Weinpinte" tun, in dem alle drei Monate der Betreiber wechselt.

Thematische Mono-Konzepte und Spezialisten sind noch immer auf dem Vormarsch und nutzen die Gelegenheit zur systematischen Expansion. Doch unabhängig von der Ausrichtung haben die meisten aktuellen Betriebe eine Gemeinsamkeit: Rund um das Leitthema wird gegessen: Wenn es passt, ist das Food gerne regional, gesund, immer öfter vegetarisch und manchmal sogar super.

that's hot in... DESIGN

Text: Benjamin Brouër

Gute Nachrichten für Raumausstatter! Die Zeiten, in denen Schulmobiliar von anno Tobak oder die Couch vom Sperrmüll für ein hippes Gastro-Interior ausreichten, scheinen überwunden. 2017 darf es wieder deutlich wertiger, bisweilen sogar etwas edel zugehen. Helles Holz und Metall bleiben ein gutes Team, der Materialmix wird nun allerdings um Wertigkeit und **WÄRME SIGNALISIERENDE WERKSTOFFE** ergänzt: Stühle tragen vermehrt eine Polsterung aus naturbelassenem Leder, **MARMOR** feiert ein Comeback an Boden oder Bar-Tresen, während **MESSINGELEMENTE** wie etwa im „Herzog" (München) als metallener Leitfaden den neuen Anspruch zusätzlich glänzend nach außen tragen. Ob das Bar-Restaurant „Neo" in Heidelberg, das Bistro „La Bohème" in München, die Bar „Elephant" in Düsseldorf oder die biergeprägte „Störtebeker Elbphilharmonie" in Hamburg – es sind Objekte ganz unterschiedlicher Couleur, die sich auf diese **NEUE WERTIGKEIT** besinnen. Inmitten dieses Designs dürfen dann auch gerne gut (!) erhaltene Antiquitäten als Solitär für Patina sorgen, siehe die Chesterfield-Sofas im Bayreuther „Liebesbier".

Erfrischend: Es gibt endlich wieder **MEHR FARBE** im gastronomischen Interior Design. Als bunte Stuhllandschaft in zarten Pastelltönen wie in der „Wohnküche" in Bremen oder in Form von ganzen Wänden in satten, knalligen Farben wie etwa einem gebrannten Orange im Berliner „Louis Pretty" oder der offenen roten Küche im Frankfurter „eatDOORI". Überhaupt werden mit den Wänden und der Decke die größten Raumflächen wieder intensiv als Gestaltungsspielraum wiederentdeckt. Besonders beliebt sind derzeit künstlerische **WANDMALEREIEN**, passend zum inhaltlichen Konzept – in ausgesprochen gelungener Umsetzung beispielsweise zu bewundern beim Frankfurter Mexikaner „Dos Locos" (musizierende Skelette) oder im Nürnberger Sushi-Restaurant „Côcô" (Geisha mit Schirm). Wer keinen Künstler an der Hand hat, kann sich mit **3D-PRINTS** behelfen, die mittlerweile so ausgereift sind, dass sie

FOTO: PAUL GAERTNER

„Guts & Glory", Karlsruhe: Die Bar als Manege, in Szene gesetzt durch ein dramatisches Lichtkonzept

FOTO: VILLEROY & BOCH AG

„eatDOORI", Frankfurt: Neue Lust an knalligen Farben – die Neonröhren verkünden Botschaften

FOTO: STEFAN LUCKS

Im „Data Kitchen" (Berlin) kommt das frisch gekochte Menü aus dem Schrankfach

Pierre Nierhaus, Gastronomie-Coach, Change- und Trendexperte

Jetzt ist die Zeit in der Gastronomie für den großen Aufbruch gekommen. Menschen definieren sich über Essen, das immer mehr in der Gastronomie, in Food Cornern oder auf Streetfood-Märkten stattfindet. Die Selbstversorgung im Alltag findet zunehmend über Lieferdienste statt. In der Hotellerie wird der Trend zu den Treffpunkt-Lobbys mit entspannter Gastronomie sich weiter durchsetzen. Bei der Ethnoküche ist neu Hawaii mit Poké, dem polynesischen Bruder von Sushi und Ceviche. Die Hochandenküche ist in Großstädten angekommen, genauso die nordafrikanische Küche mit Einflüssen aus Israel und den arabischen Ländern, ihrem hohen Gemüseanteil und der trendigen Sharing-Komponente. New-Mexico kommt mit mehr Aromen und Farbenvielfalt. Die Craft-Welle zeigt sich in den vielen Betrieben, die sich gesunder, teils auch veganer und vegetarischer Küche verschrieben haben. Die Spezialisierung bei Craft bietet Gastro-Einsteigern gute Chancen. Nicht nur Konzept, sondern die Funktion ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Delivery ist Gewinner, ebenso Sharing und damit Spaß und Lebensfreude im Freundeskreis.

FOTO: THE PIER

Unkonventionelle Bierkneipe: „The Pier" (Berlin)

FOTO: FOOD INK.

Blick in die Zukunft? Bei „Food Ink." spielt die Technik die Hauptrolle

that's hot in... FOOD

Text: Alexander Thürer

Kaum eine Frage erhitzt die Gemüter derzeit so sehr wie die nach dem richtigen Essen. Dementsprechend unterschiedlich fallen auch die jeweiligen Antworten aus, die von der Gastronomie in immer spezialisierteren Konzepten aufgegriffen werden und damit nebenbei einer uralten Weisheit zu neuer Aktualität verhelfen: Kein Trend ohne Gegentrend!

Dabei haben eigentlich alle Sparten eines gemeinsam: **AUTHENTISCH MUSS ES SEIN.** Weichgespülte, eingedeutschte Importküche will keiner mehr. Umso erfreulicher ist es, dass dank zahlreicher Expats, die endlich mal wieder so essen wollen wie zuhause, **ORIGINALE HEIMATKÜCHEN AUS ALLER WELT** nun hautnah erlebbar sind. So etwa indische **STREET KITCHEN**, bestens zelebriert im Frankfurter „eatDOORI". Hier kann man sich einmal quer durch den Subkontinent schlemmen: von dampfenden Samosas (Kartoffel-Teigtaschen) über 24 Stunden lang mariniertes und im Lehmofen gegrilltes Tandoori bis hin zu indischen Miniburgern (Pavs) und indischem Eis am Stiel. Überhaupt hat es das Streetfood geschafft, sesshaft zu werden und besonders die asiatische Küchenkultur spielt hier ihre Stärken aus, inklusive geselligkeitsfördernder **SELBSTGRILL-KONZEPTE** wie dem Koreaner „Ssam" in Berlin, wo man auf im Tisch eingelassenen Grills hochwertige Zutaten selbst zubereitet. Eine Idee, die übrigens auch auf die mediterrane Küche übertragbar ist, wie das türkische Restaurant „Fes" in Berlin beweist. Zwar nicht selbst gebacken, aber zumindest selbst zusammengestellt schickt sich zudem die **FOCACCIA** an, die Pizza-Welle 2.0 anzuschieben und in leicht multiplizierbaren Focaccerias wie dem „Bonassola" in Hamburg einer urigen Pizza-Alternative eine neue Bühne zu bereiten.

Authentische Heimatküche kann aber auch die eigene, also die deutsche sein. Hier erleben einige echte Klassiker gerade ein unerwartetes Comeback. Zum einen sind es **REGIONALE SPEZIALITÄTEN** wie z.B Maultaschen, die nun auch jenseits von Schwaben auf die Teller wandern. Vor allem ist es aber das gute alte **PAUSENBROT**, das ein starkes Revival in der Gastronomie erlebt. Zeitgemäß interpretierte Stullen werden heute durch innovative Cross-over-Toppings aufgewertet und schaffen es so, trendübergreifend Kunden zu locken, vom Fleischliebhaber bis zum Veganer. Und im Schlepptau der Stulle ist die **SUPPE** wieder angesagt. Egal ob nach alten Rezepten aus Omas Repertoire, ob

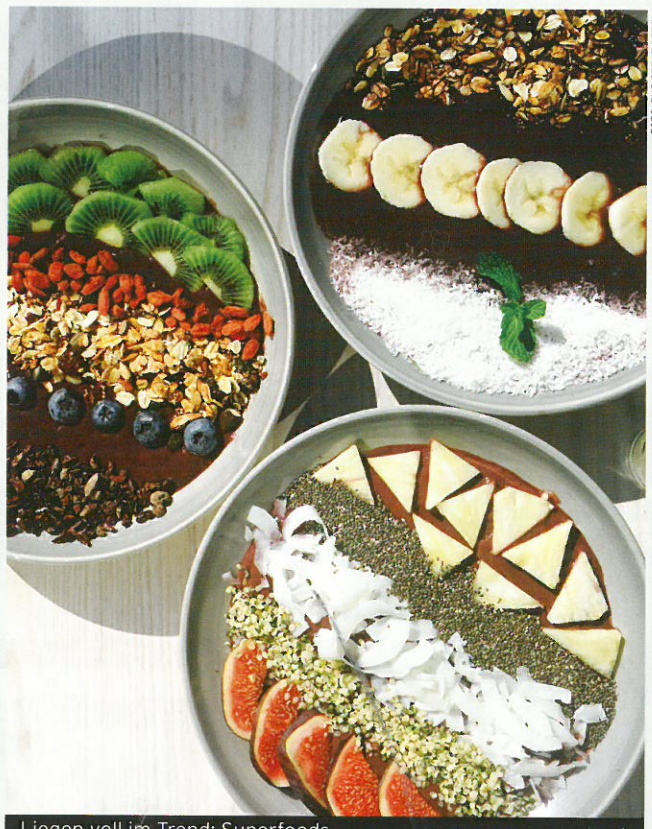


FOTO: THE GREAT BERRY

Liegen voll im Trend: Superfoods

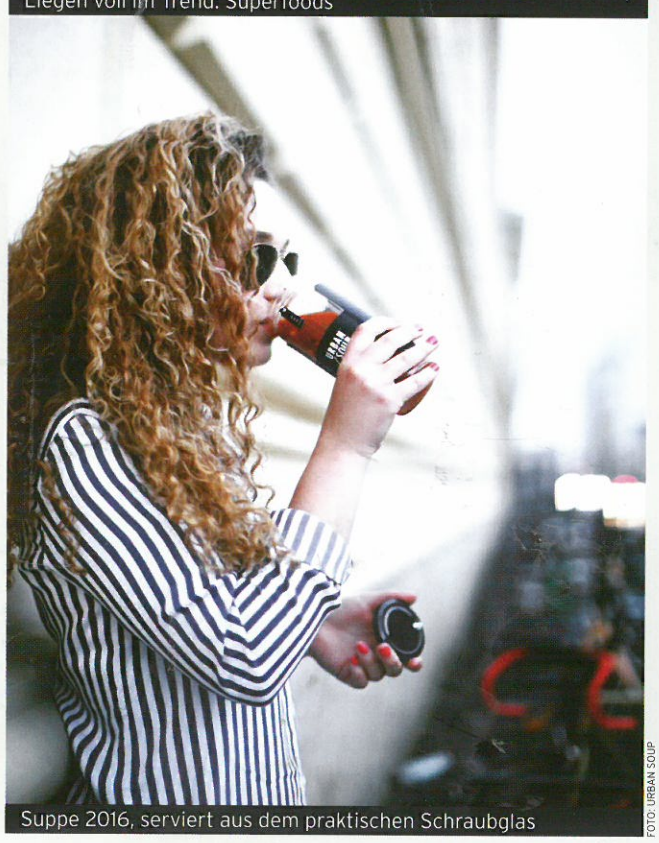


FOTO: URBAN SOUP

Suppe 2016, serviert aus dem praktischen Schraubglas

Sandro Ciani, Foodexperte und Coach (www.eccolo.org):

In meinen Augen liegen die aktuell stärksten Trends klar auf der Hand. Da haben wir zum einen das Streetfood, welches über die zahlreichen Foodtrucks groß wurde und mittlerweile die stationären Fast-Casual-Konzepte erobert und deren individuelle Interior Designs enorm geprägt hat. Besonders spannend sind hier die Ethnoküchen der zweiten Generation sowie die vielen innovativen Angebote für Vegetarier und Veganer. Interessant ist auch, dass in diesem Zuge der Fokus auf deutsch-regionale Formeln langsam abzuebben scheint.

Das wird sich wohl auch in näherer Zukunft nicht ändern und die Ethnoküche wird weiter eine zentrale Rolle spielen. So dürfen wir uns auf viele spannende neue Food-Konzepte freuen. Konzeptionell wir dieses Ethno-Food dann verstärkt in Fine-Casual- oder Gastro-Happenings angesiedelt sein. Zudem wird meiner Meinung nach der Einsatz von Technologie am Gast immer wichtiger werden und dementsprechend auch zunehmen – und das unabhängig vom jeweiligen Konzeptkern.

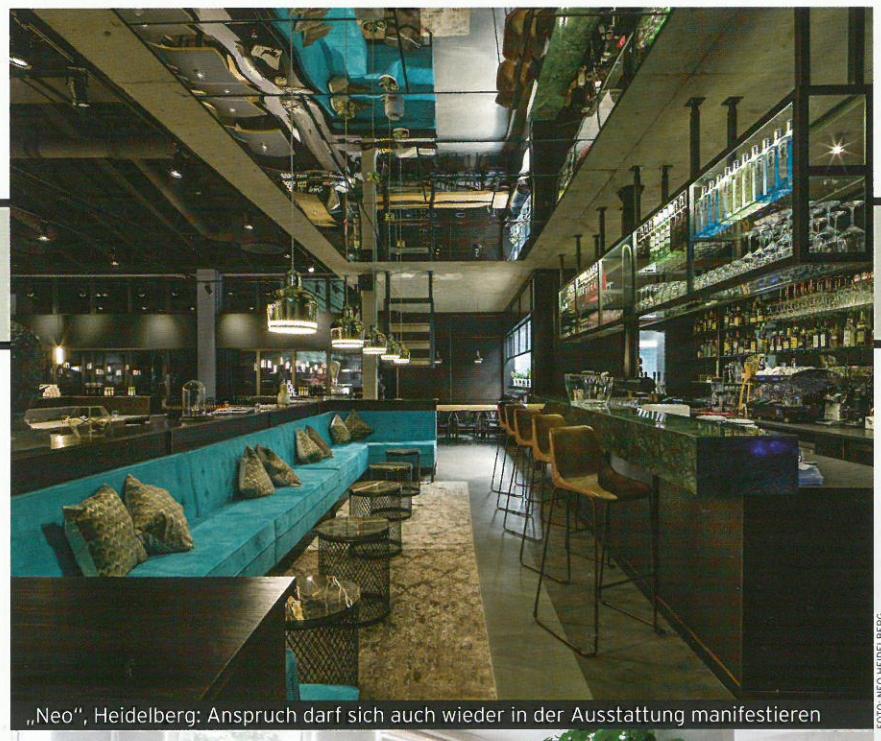
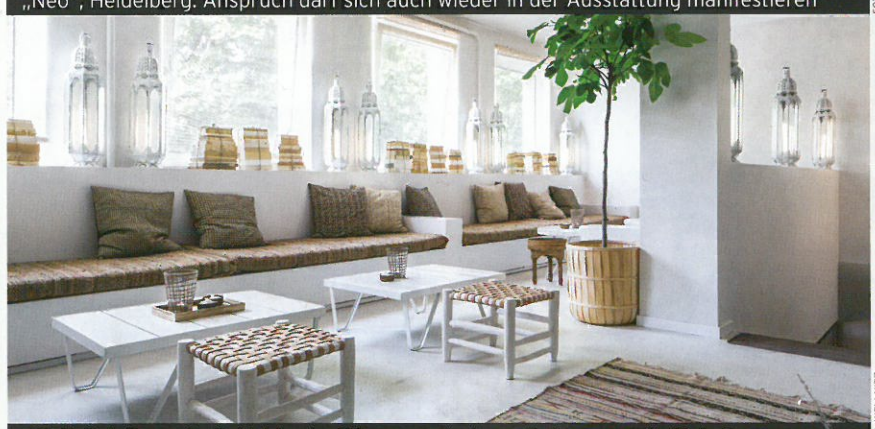


FOTO: DANIEL REITER

„Neo", Heidelberg: Anspruch darf sich auch wieder in der Ausstattung manifestieren

FOTO: NEO HEIDELBERG



„Wellnitz", Darmstadt: Licht rein, Pflanzen rein, her mit der neuen Helligkeit

FOTO: WELLNITZ

„Côcô", Nürnberg: Wandfläche gleich Raum für grafische Inszenierungen

FOTO: FREDERIK LAUX PHOTOGRAPHY

„Herzog", München: Messingelemente vermitteln Wärme und Wertigkeit

für eine perfekte Simulation sorgen. Oder man wagt sich an eine Installation: Im Berliner „Anjoy" sorgen beleuchtete Suppenkellen für einen Hingucker, im Münsteraner „Lilies" sind es 80 kunstvoll arrangierte Lampenschirme an der Decke und im Mainzer „Der Große Gatsby" eine Holzkonstruktion, die sich ausgehend von der Wand über die Decke erstreckt. Immer häufiger verkünden zudem **FARBIGE NEONRÖHREN** an den Wänden ganze Claims.

Die Rolle des Bar-Tresens als kommunikativer Treffpunkt wird häufig verstärkt, indem er räumlich ins Zentrum rückt (siehe „Guts & Glory", Karlsruhe und „Liebesbier", Bayreuth). Eine Armada an Glühbirnen oder Downlights über der Bar unterstützt die entstehende Manegen-Anmutung zusätzlich. Mehr Licht, und zwar Tageslicht, ist ebenso ein Trendthema. In Kombination mit hellen Hölzern, Leinenstoffen, Bast und gewebten Materialien entsteht eine neue **HELLIGKEIT UND NATÜRLICHKEIT**, die sowohl stark skandinavisch angelehnt sein kann (Beletage im „Wellnitz", Darmstadt) oder auch einen Hauch Exotik mit sich bringt („Panama", Berlin). In beiden Objekten auffällig: **PFLANZEN** erobern sich wieder einen bescheidenen, aber belebenden Platz in der Gastronomie und sorgen für Behaglichkeit, wo zuletzt der monochrome Industrielook herrschte.

Alexander Radziwill, Redakteur eurodecor / WOHNEN & mehr, Berlin

Der Shabby-Style bleibt im Ansatz aktuell, wandelt sich aber von extra-roh zu gepflegt-selfmade. Holz, das aussieht, als wäre es gerade aus dem See gefischt worden, ist ein Thema. Diese „fertige" Optik sieht weniger kaputt als individuell aus, wie gefunden und kuratiert. Eine Einrichtung mit solchen „Fundstücken" vermittelt den Eindruck des Persönlichen, Individuellen. Ein ausgefeiltes Lichtkonzept, mit dem auf wechselnde Anlässe eingegangen werden kann, ist unverzichtbar. Es wird auch wieder mehr gesessen, darum nimmt der Stellenwert der Möblierung zu. Vintage ja, aber nicht oll, sondern exquisit. Naturstein, Holz und sogar schwerer Stoff kommen wieder, Stahl und Betonlook finden weniger statt. Des Weiteren sind Erd- und Pastellfarben im Kommen. Am Boden ist die Mischverlegung ein Thema, also verschiedene Hölzer und Formate beim Parkett oder analog dazu in der Umsetzung mit Designbelägen und Ähnlichem.

that's hot in... BEVERAGE

Text: Alexander Thürer

Es scheint ein regelrechtes Jagdfieber ausgebrochen zu sein, das fast alle Getränkesparten erfasst hat. Das Ziel dieser großen Hatz? Immer neuer und immer besserer Geschmack sowie das Aufspüren des nächsten großen Aha-Effekts.

Hierfür wird immer schneller an der Innovationsschraube gedreht. Allen voran: der Kaffee. Gerade hat man sich an Cold Drip, Filterzubereitung oder French-Press gewöhnt, kommt schon wieder der nächste Kick um die Ecke: der **NITRO-COFFEE**, mit Stickstoff angereicherter kalter Kaffee aus dem Zapfhahn. Dessen veränderte Textur wirkt nicht nur erfrischend, sondern erzeugt auch ein Mundgefühl, das an ein Guinness erinnert. Wem das jedoch zu spacig ist, der findet in der immer populärer werdenden traditionellen Zubereitungsmethode Vietnams, dem **PHIN CA PHE**, seinen neuen Favoriten. Hierbei sickert der vollmundige vietnamesische Kaffee fast schon ölig und direkt vor dem Gast durch einen dünnen Metallfilter. Abgerundet mit gesüßter Kondensmilch ein echter Powerseller – nicht nur in Asia-Konzepten.

Neben dem Kaffee tut sich aber auch im restlichen Non-Alc-Segment so einiges, und gesunder Genuss wird dabei immer wichtiger. Darauf reagieren zum einen einige Filler-Hersteller, etwa mit kalorienreduzierten **LIGHT-TONICS**. Zum anderen nimmt die Smoothie-Welle analog zur Veggie-Bewegung in der Gastronomie immer mehr Schwung auf. Nicht ganz neu, aber immer beliebter: **GREEN SMOOTHIES**, z.B. mit Wheatgrass. Im Hochleistungsmixer zerkleinert avancieren diese Superfoods zu einem echten Power-Lieferanten.

Überhaupt macht sich im Getränkebereich die große Naturverbundenheit breit. Bestes Beispiel: **NATURWEINE**, die gerade die Weinbars der Republik erobern. Das Besondere: Bei diesen biodynamischen Weinen darf bereits im Weinberg kein Schutzmittel zum Einsatz kommen und bei der Produktion wird in der Regel auf Spontanvergärung gesetzt. Zudem werden die Weine nicht oder nur sehr wenig geschwefelt. Heraus kommen aromatisch sehr spezielle Tropfen, die geschmacklich von nahezu konventionell und fruchtig bis zu funky-sauerkrautig reichen. Natur pur eben.

Punches sind wunderbar wandelbar und lassen sich bestens vorbereiten

FOTO: HERO PHOTOGRAPHY

Das ist übrigens auch das große Thema im Cocktail-Bereich, in dem sich die in jüngerer Vergangenheit aus dem Bereich der Sterneküche adaptierten Techniken nun allmählich in der Breite etablieren. So gehören Infusionen, Agings, Sous-Vide-Verfahren oder Mazerationen mittlerweile zum guten Ton. Wer sich aber weiter abheben will, ist daher fast gezwungen, mit immer ausgefalleneren Zutaten zu arbeiten. Die Ergebnisse reichen von aufwendigen Foodpairing-Events bis hin **DRINKS MIT ERDE, SALZEN, KALK ODER SPEPIA-TINTE**. Erlaubt ist, was schmeckt – und dafür sucht man auch schon mal vor der eigenen Haustür nach den passenden Kräutern: **STICHWORT FORAGING**. Passend hierzu zeichnet sich eine zunehmende Saisonalität im Drink-Angebot ab, wovon aktuell besonders die **PUNCHES** profitieren, die von vielen Bars wiederentdeckt wurden. Ihr Vorteil: Sie funktionieren kalt und warm und sind perfekt vorzubereiten. Die ideale Vorbereitung geht aber auch mit klassischen Drinks, die es mittlerweile als hochwertige **DELUXE-PREMIX-COCKTAILS** – mehr oder weniger fix und fertig – zu kaufen gibt.

Bleibt am Ende noch der Blick auf das Bier, wo sich in kurzer Zeit eine unfassbare Vielfalt etabliert hat, die beweist, dass das ganze Bohei um das **CRAFTBIER** viel mehr ist als nur ein kurzer Hype. Will man in diesem Getümmel überhaupt einen Trend im Trend ausmachen, so ist das vielleicht die Rückbesinnung auf das Heimische. Heißt: Nach IPA, Stout und Co. rücken **TRADITIONELLE SORTEN WIE DAS PILS** wieder in den Fokus der Brauer. Na dann, cheers! ■

Falco Torini, „Miranda Bar", Wien und österreichischer Diageo Worldclass-Gewinner 2016

Ich glaube, auf beiden Seiten des Tresens sind die Menschen bezüglich ihres Interesses an unterschiedlichen Spirituosen deutlich breiter aufgestellt als noch vor zwei Jahren. Gin wird bleiben, und Gin hat das Interesse beim Gast geweckt, Neues auszuprobieren und sich mit dem Thema Spirituosen und Cocktails intensiv zu beschäftigen. Die ehemaligen Gin & Tonic Nerds diskutieren jetzt über den besten Wermut für ihren Negroni – und dann ist der Weg zum Boulevardier und damit zum Bourbon schon geebnet. Auf diesem Weg lassen sich viele neue Verbindungen von Drink zu Gast herstellen. Hinter der Bar waren Agavenspirituosen, im Speziellen Mezcal bei uns weiterhin ein großes Thema. Aber auch Amari, Brände, eigentlich fast jede Spirituose, wurde dieses Jahr beäugt, verkostet und vermixt.

Bei der Cocktailzubereitung bewegen wir uns weg von den möglichst verrückten Methoden, um den berühmten Wow-Effekt zu erzeugen, und hin zu sinnvoller Verwendung von allen vorhandenen Techniken. Nachhaltigkeit und Saisonalität sind die Stichpunkte, über die intensiv gesprochen wird. Hinter der Bar wollen viele wieder als Gastgeber und an zweiter Stelle als Mixologe wahrgenommen werden.

authentisch – da haben wir es wieder – spanisch, asiatisch, als Eintopf oder lässig aus dem Schraubglas zum Trinken – **MODERNE SUPPENKÜCHEN** wie z.B. das Münchner „Urban Soup" haben Hochkonjunktur.

Das liegt nicht zuletzt auch an der Veggie-Bewegung, die immer mehr an Fahrt gewinnt und so längst zu einer lukrativen Gastro-Sparte avanciert ist. Läden wie das Berliner „Haferkater", wo man beispielsweise ganz auf gesundes **PORRIDGE** setzt, beweisen, dass darin auch sehr spitze Konzepte Erfolg haben können. In der Veggie-Ecke von Natur aus zuhause sind auch die verstärkt ins Rampenlicht rückenden **SUPERFOODS**, also Lebensmittel mit einer hohen Nährstoffdichte. Läden wie das „The Great Berry" in Köln schreiben mittlerweile echte Erfolgsgeschichten rund um Acai, Granola, Lucuma, Matcha und Quinoa, die kreativ kombiniert in schicken Bowls daherkommen.

Aber wie war das mit dem Trend und Gegentrend? Richtig, nicht jeder steht auf Green Eating und lässt lieber das Fleisch die erste Geige spielen. Doch auch hier hat sich längst der **SLOW-FOOD**-Gedanke durchgesetzt, Ansprüche an Qualität und Nachhaltigkeit werden auch für Karnivoren zu immer zentraleren Faktoren. Egal ob als **GEPIMPTER BURGER**, als **BBQ** aus dem Smoker oder als ambitioniertes Brathuhn wie im „Soho Chicken" in Hamburg – wer hier erfolgreich sein will, muss Transparenz wagen, denn der Kunde will immer öfter genau wissen, was er isst.

Von koreanisch bis türkisch: neue Selbstgrill-Konzepte gewinnen immer mehr Fans

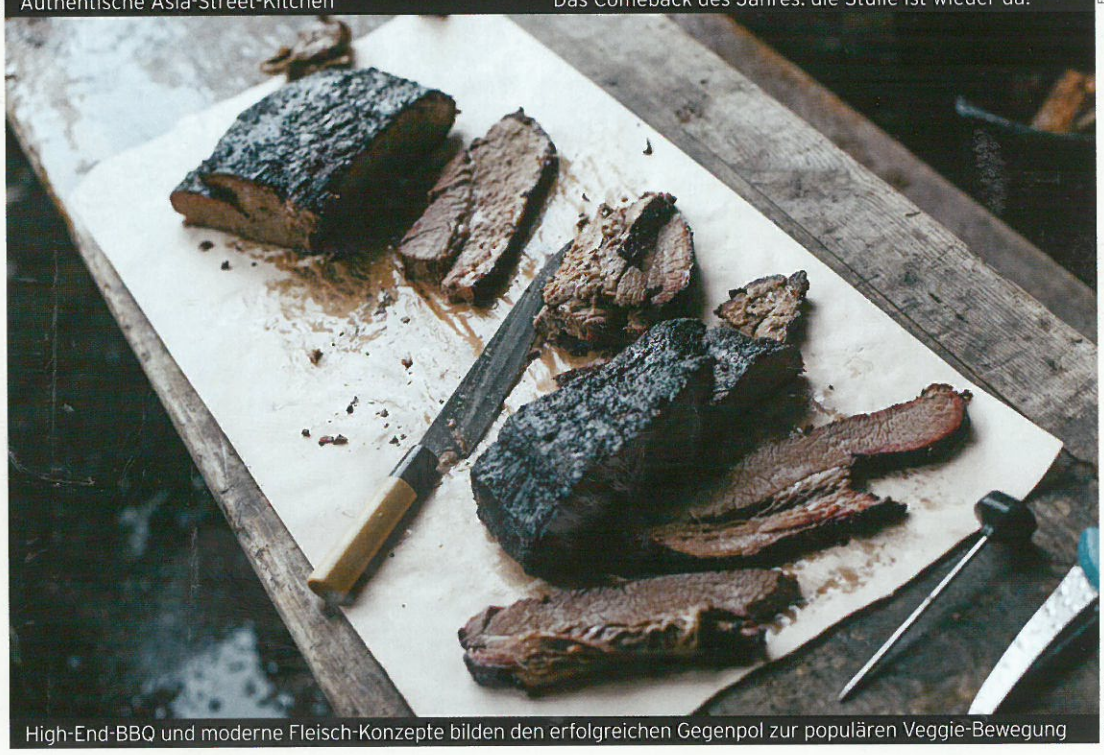
FOTO: BENEDIKT BENTLER

Authentische Asia-Street-Kitchen

FOTO: YOYUMI

Das Comeback des Jahres: die Stulle ist wieder da!

FOTO: JULIUS ERLER / STULLENBÜRO



High-End-BBQ und moderne Fleisch-Konzepte bilden den erfolgreichen Gegenpol zur populären Veggie-Bewegung

FOTO: THE PIT

Pizza-Welle 2.0 mit traditioneller Focaccia

FOTO: GUDRUN DREWS