

Noble Restaurants, schicke Läden und Hotels machen den Neumarkt zur Top-Adresse Dresdens

Der Neumarkt wird immer mehr zur Top-Attraktion der Stadt. Was genau alles zwischen Johanneum und Frauenkirche zu finden ist, präsentiert die SZ in dieser Übersicht. Denn nicht nur für Touristen, auch für Einheimische bietet das Karree Spannendes. In

der Radio-Werbung preist Christfried Drescher sein Gasthaus am Neumarkt gar als Geheimtipp für die Dresdner an. „Es läuft gut und wir haben schon viele Stammgäste“, sagt er. Andere Neumarkt-Akteure setzen ebenfalls aufs hiesige Publikum. „Die Dresd-

ner sollen sich bei uns wohlfühlen und nicht nur die Touristen“, sagt Arturo Prisco. Er ist Mitinvestor der Einkaufspassage QF, die vor einem Jahr eröffnet wurde. Es gab Anfangsschwierigkeiten und reichlich Kritik. Prisco dachte zwischenzeitlich sogar an einen

Rückzug. Doch jetzt ist er wieder voller Tatendrang und bringt in der nächsten Woche gleich die italienische Urlaubsregion rund um die Stadt Brescia ins Einkaufszentrum. Im Untergeschoss herrscht bereits Gardasee-Feeling, sogar ein Boot wurde in Szene ge-

setzt. „Neben touristischen Angeboten gibt es typische Produkte wie Käse, Salami und Wein zum Verkosten“, kündigt Centermanagerin Sylvia Schubert an. Am Montag werden Arturo Prisco und Paolo Corsini, Bürgermeister von Brescia, Punkt 12.30 Uhr

die italienische Woche eröffnen. Prisco plant bereits die nächste Veranstaltung: Mitte November, wenn das Hotel QF komplett ist, soll es wieder ein Fest für die Dresdner mit schwebenden Engeln und einer Lichtshow von Tom Roeder geben. (SZ/kle)

Chanel und Armani

Edle und teure Düfte gibt es in der Parfümerie im Hotel de Sax.



Marlies Dommaschk in ihrem duftenden Laden

In der Königsparfümerie sind Namen wie Wolfgang Stumph und Heino keine großen Nummern. Eine First-Class-Behandlung bekommt jeder. Auch Sangesbruder Maxi Arland, der erst kürzlich ins Geschäft kam und ein bisschen anstrengend war, wie eine Verkäuferin mit einem Augenzwinkern verrät.

Die Königsparfümerie ist Anlaufpunkt für alle, die gut duften wollen. Der Laden führt das älteste Parfüm der Welt, „Carthusia, I Profumi di Capri“. Und auch das teuerste: „Imperial

Majesty“ von Clive Christian zum Preis von 195 000 – jawohl! – Euro. „Bei uns trifft sich ein tolles Publikum“, sagt Chefin Marlies Dommaschk. Früher war ihr Laden auf der Königsstraße, zog in die Rähnitzgasse. Das indes gefiel den großen Herstellern teuerster Düfte nicht ganz so gut. Als sich der Neumarkt als neuer Standort anbot,

zog man deshalb hierher. „Dieser Platz ist eben repräsentativ. Einer der schönsten Europas“, sagt die Chefin.

60 Prozent der Kunden kämen immer wieder. 40 Prozent seien Touristen. Die allerdings schlagen gern richtig zu. „Ich hoffe, dass noch viel getan wird, um den Platz zu beleben“, wünscht sich Frau Dommaschk. Berauschend findet ihn die Belegschaft schon jetzt, des Rundumblickes wegen. Der lohnt auch im Laden. Armani, Chanel und Lacoste stehen in den Regalen. Diese sind bewusst hell und schlicht gehalten. „Denn das Historische da draußen kann keiner nachmachen. Deshalb sollte man nicht versuchen, es zu kopieren.“ (ma)

Zwei Frauen zeigen Mut und eröffnen einen Souvenirshop.



Juliane Martin (vorn) und Anja Schön

Irgendwie war vorherzusehen, dass diese Geschichte durch die Medien gehen würde: Zwei Karstadtmitarbeiterinnen hören immer wieder von Kunden, dass es am Neumarkt keine Souvenirshops gebe. Sie sehen eine Marktlücke, geben ihre Jobs auf – und machen sich kurzerhand selbstständig. „Remember Dresden“ heißt ihr Laden in der Rampischen Straße, „Eine Stadt dreht auf“ der Focus-Online-Artikel, in dem über die Dornröschengeschichte von Juliane Martin und Anja Schön bundesweit be-

richtet wurde. Eine Amsterdamer Tageszeitung hat das ebenfalls aufgegriffen, den entsprechenden Schnipsel bringen niederländische Touristen fast täglich zur Ansicht vorbei. Die Besitzerinnen freuen sich sehr, doch müssen nun nach all der Aufregung auch die Einnahmen sprudeln. Der Touristen wegen hat Juliane Martin ex-

tra zwei Cambridge-Zertifikate abgelegt und ein bisschen Japanisch gelernt. „Die Japaner sind begeistert, wenn sie sehen, dass ich ihre Sprache kenne und stellen mir gleich alle Fragen, die sich bei ihnen angesammelt haben!“

Die Menschen stauen und freuen sich, wenn sie den Laden gefunden haben. Obwohl der, in Quartier II gelegen, noch recht schwer zu finden ist. Seit der Eröffnung vor knapp einem Jahr geht es dennoch nach oben fürs Geschäft.

Ultimativer Renner sind derzeit Sandsteinfigurchen. Kein bisschen kitschig, behauptet Juliane Martin. „Die kommen aus dem gleichen Sandsteinbruch wie die Steine für die Frauenkirche.“ (ma)

Guter Platz für Kunst

Michael Plakity verkauft sächsische Geschichte.



Michael Plakity in der Prisco-Passage

Es soll Leute geben, die nur aus Versehen ins Quartier stolpern und sich dort wundern. „Manche denken, hier seien nur Büros untergebracht“, sagt Michael Plakity.

Der Kunsthändler hat vor einem Jahr sein Geschäft im Obergeschoss des Quartiers von Arturo Prisco eröffnet. „Die Eingänge sind schwer zu finden“, sagt er. Wer vom Steigenberger auf das Haus schaue, der ahne nicht, dass es sich hier um eine Einkaufspassage handle.

Plakity bietet sächsische Kunst aus ver-

gangenen Zeiten an, wie einen Dresdner Pokal aus Glas, hergestellt in den „Dresdner Hütten“ gegen 1720. Auf ihm prangt links das königlich-polnische Wappen, rechts das von Sachsen – ganz klar ein Hinweis auf August den Starcken. „Unser Angebot ist sehr hochwertig und schon wegen des Preises nicht für die breite Masse geeig-

net“, sagt Plakity. Viele Kunden kommen nur einmal im Leben. Wer gerade die Porzellansammlungen besichtigt hat und dann im Geschäft des Kunsthändlers Porzellan aus dem 19. Jahrhundert sieht, wird schnell schwach.

Der Neumarkt ist für teure Kunst genau die Adresse, die Plakity vor einem Jahr, als die Ladeneröffnung anstand, gesucht hat. „Es wundert mich, dass es in der Altstadt bisher so wenige Antiquitätengeschäfte gab“, sagt er. An diesem Ort, der doch wie geschaffen sei für Kunst, an einem Platz, der selbst Kunst ist. Eine gute Entscheidung, sagt Plakity, sei der Einzug am Neumarkt gewesen. „Einen besseren Ort gibt es für das Geschäft nicht.“ (ma)

Durchs Objektiv geschaut

Teure Kameras aus alten Zeiten stapeln sich bei Oliver Maerz.



Oliver Maerz, Inhaber von QF-Foto

towelt laufen, 30 Quadratmeter sind nicht viel Platz für ein Fotofachgeschäft. Entsprechend stapeln sich die Kameras. Vor allem alte: Maerz ist auf historische Raritäten spezialisiert, hat Fotoapparate längst vergangener Jahrzehnte im Angebot.

Von einem verstorbenen Sammler hat Maerz gerade 1 000 klassische Kameras

übernommen. Das Geschäft läuft. Am liebsten hätte er eine Außenlage, aber das ist noch unbezahlbar. Immerhin, ein Schaufenster im Hilton mietet er sich nun noch, um die Leute zu locken. Langsam entdecken Sammler aus dem ganzen Land das seltene Geschäft für sich.

Dass Dresden mit seiner großen Kamerageschichte bisher kaum Fachhändler für Fotobedarf in die Altstadt locken konnte – verwunderlich für den Pfälzer.

Der Zustand ist geändert, und da vor der Frauenkirche keine Sekunde ohne Fotos vergeht, hofft er, hier ein gutes Geschäft zu machen. Und Oliver Maerz lacht hinter dem Tresen schon recht freundlich. (ma)

Gudrun Ast verkauft alles, was unter die Haut geht.

„Das war kein leichtes Jahr“, sagt Gudrun Ast und blickt zurück. „Le Parfumeur“, ihr Laden, in dem es Schönheit zu kaufen gibt, musste erst einmal der Neumarkt-Realität angepasst werden.

Das Angebot ist ein bisschen touristischer geworden, es gibt nun viele kleine Seifen und andere schmucke Dinge, die sich gut verschenken lassen.

Denn die Dresdner kaufen oft noch in angestammten Gefilden, so Gudrun Ast. Sie würden bisher den Gästen das Feld überlassen. „Die Einheimischen sind ganz skept-



Gudrun Ast mit Lavedelkissen

tisch und beäugen das Quartier nach wie vor kritisch“, sagt die Chefin.

Dabei würde sich ein Besuch in ihrem Laden lohnen, sagt sie: „In meiner Einrichtung liegt eine Mischung exklusiver Düfte in der Luft, die die Nase beflügelt.“ Außerdem bekäme das Quartier selbst auch langsam eine wunderbare Flanier-

Duft, der beflügelt

Atmosphäre. Aber Dresden könne man leider noch nicht mit Städten wie München oder Düsseldorf vergleichen, sagt sie. Zwar seien die Mieten am Neumarkt genauso hoch wie in den geschniegelten West-Citys. „Die Kaufkraft ist es jedoch noch längst nicht.“

In Dresden muss also einiges getan werden, um Kunden die Scheine zu entlocken, hat Gudrun Ast festgestellt: Im „Le Parfumeur“ versucht man deshalb, besonders freundlich zu sein. Eine Kollegin lernt gerade Japanisch, eine andere Italienisch. Frau Ast spricht fließend französisch. Ihr Fazit: es funktioniert. Inzwischen kaufen hier immer mehr Menschen ein und gehen zufrieden hinaus. (ma)

Zwei Radebeuler Winzer haben eine Vinothek eröffnet.

Als Rolf Bretschneider und Ralf Walter ihre Jobs bei Telekom und Woba aufgeben mussten, hatten sie plötzlich eine kleine Abfindung auf dem Konto – und eine große Idee im Kopf. Wenn sie schon Hobby-Winzer sind, wieso dann nicht ein Geschäft eröffnen, mit Weinen der heimatischen Region?

Die „Sächsische Vinothek“ im Quartier II hat die Weine aller 29 sächsischen Erzeuger im Angebot, solche der Winzergenossenschaft Meißen genauso wie der kleinen Produzenten, dazu feinste sächsische Liköre,



Rolf Bretschneider

Fotos: Wirsig (5), privat

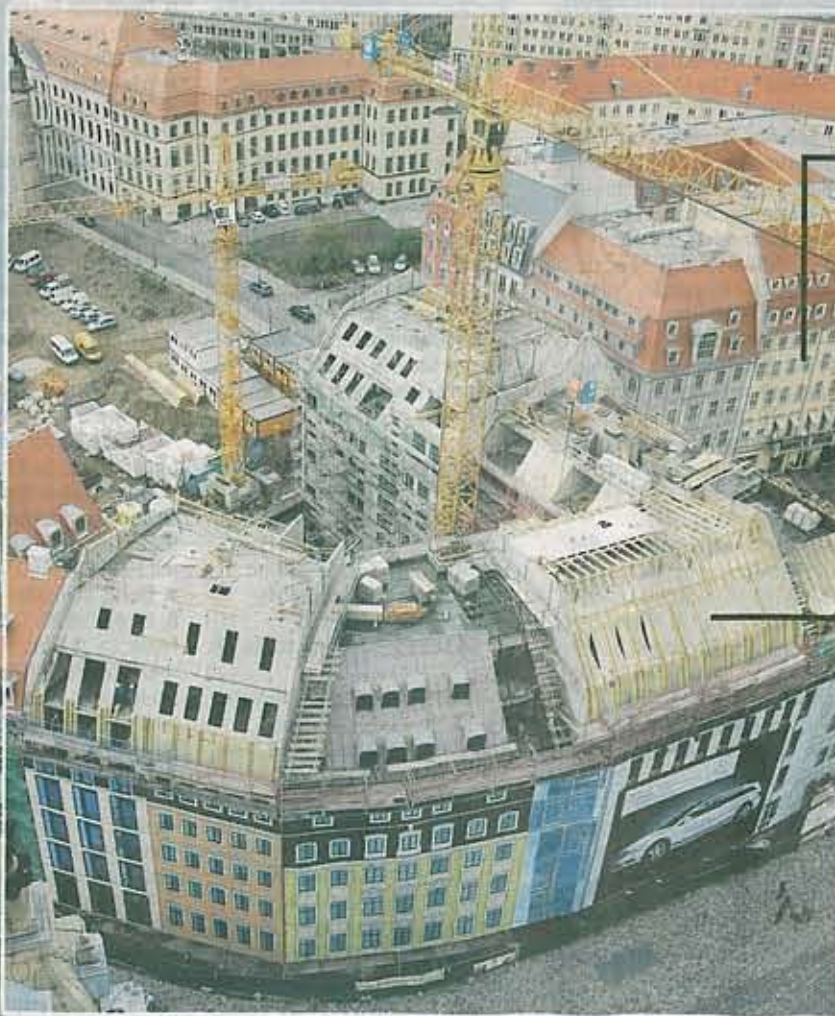
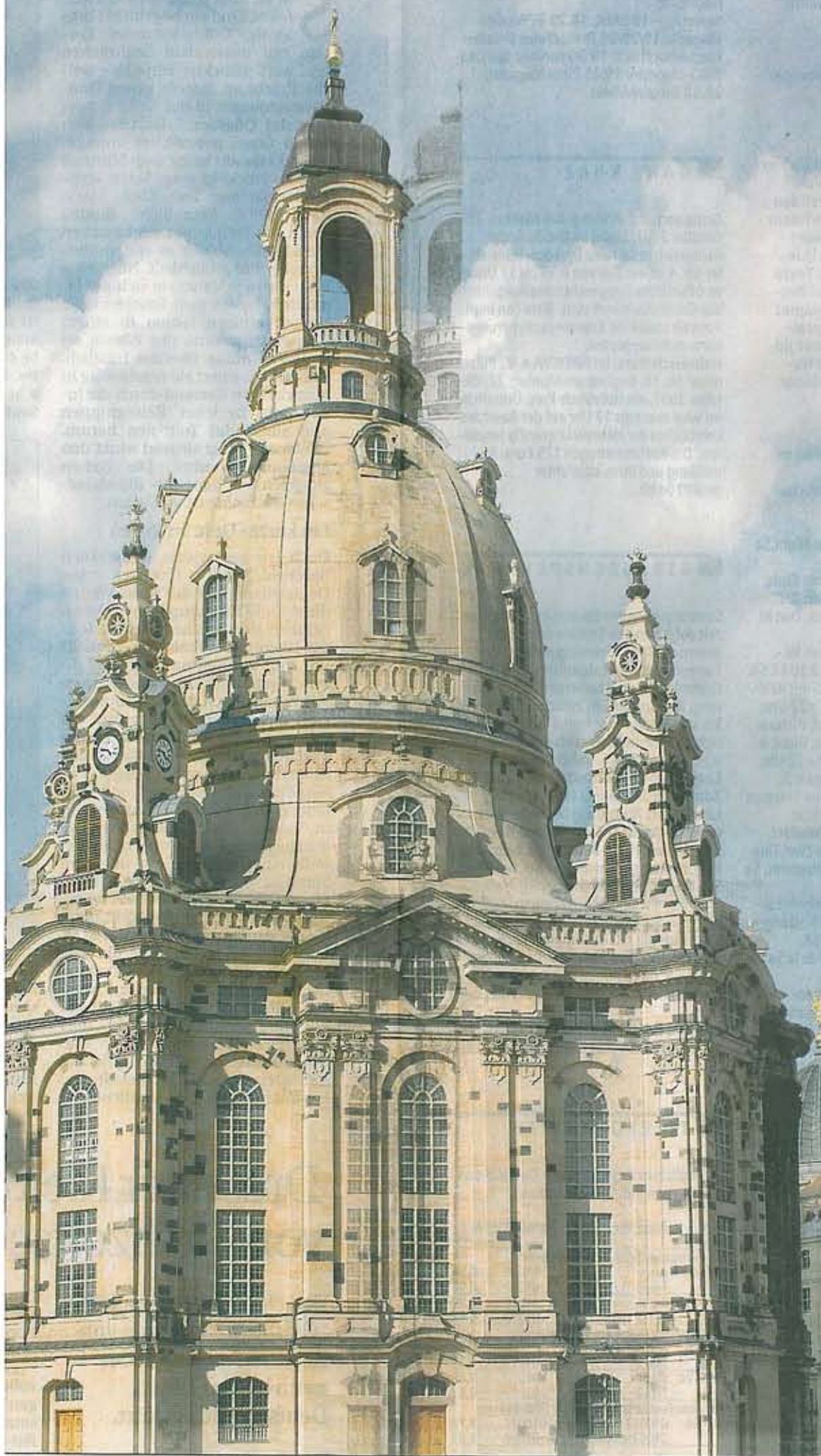
Sekte und Brände. Der Laden ist so etwas wie der Lebenstraum der beiden Winzer, die ihre Reben in der Radebeuler Lößnitz bewirtschaften. Am 13. Juli war Eröffnung. Jetzt, ein Vierteljahr später, läuft der Tropfen langsam. Seit Kurzem darf die Vinothek Gäste an zwei Tischen vor dem Lokal bewirten.

Drinnen haben Licht- und Innenar-

chitekten gefühlvoll Hand angelegt, dunkles Holz und geschwungene Linien schaffen Stil.

Natürlich ist es nicht leicht, die immensen Mietpreise zu erwirtschaften, die so eine Lage kostet. „Etwas anderes als der Neumarkt kam für uns aber nicht infrage“, sagt Rolf Bretschneider. Schließlich sei das Zentrum Dresdens – „nicht die Hauptstraße, nicht die Prager und nicht der Hauptbahnhof“. Nur hier flanierten jährlich Millionen Touristen. Und hoffentlich bald auch die einheimische Bevölkerung – den Herren Winzern wäre viel daran gelegen, dass die Flasche Meißen künftig nicht mehr im Supermarkt, sondern am Neumarkt gekauft wird. (ma)

Sächsisch genießen



Das Kurfürsten-Karree

Die Unternehmensgruppe V.V.K. hat das Quartier neben der Frauenkirche bebaut. Er ist inzwischen vermietet.

Hotel-Passage steht seit Kurzem am Eingang. Dahinter wird derzeit gerade eine Rezeption errichtet. „In der nächsten Woche soll sie fertig sein“, kündigt Karl Wittemann an. Er ist Direktor des Hotel Suites, eines Fünf-Sterne-Hauses, dessen Betrieb gerade in den oberen Etagen begonnen hat. „Wir sind ein Privathotel und verfügen über 21 Suiten“, sagt Wittemann. Ab 190 Euro kosten die Zimmer pro Nacht. In Kürze soll unter dem Dach noch ein kleines Restaurant mit 28 Plätzen und schönem Blick auf die Frauenkirche eröffnet werden.

In den Etagen darunter hat im Mai des Jahres die DKB Bank eine Niederlassung eingerichtet. Sie hatte auch die Finanzierung des Ob-

jektes übernommen. Die Neumarkt-Immobilie mit ihren aufwendig und liebevoll gestalteten historischen Fassaden wurde jedoch in diesem Jahr an den Schild Holland Fonds veräußert.

Der Erker vom Haus Rampische Straße 1 hat einst auch Canaletto begeistert. Der Maler hielt ihn in seinem Bild „Die Frauenkirche zu Dresden“ für die Nachwelt fest. Nun sind der Erker, aber auch die Nachbarhäuser „Zur Glocke“ und „Schwan“ weitgehend originalgetreu wiederentstanden.

Zum Jahresende 2006 hatte im Gebäude hinter dem Erker der Kurfürstenhof mit insgesamt drei Gaststätten und rund 200 Plätzen eröffnet. Inzwischen hat es mit La Cita, Brunetti und dem Gasthaus Drescher-Tourist Gesellschaft gefunden. Das Geschäft „Geschenke & Ambiente“ konzentriert sich auf erzgebirgische Holzkunst, im Ar Ticoloro bietet die evangelische Behindertenhilfe Handarbeiten aus ihren Werkstätten an. Zudem gibt es ein weiteres Souvenir-Geschäft.

Hotel de Saxe

Das Steigenberger Hotel war das erste fertige Haus nach der Frauenkirche am Neumarkt.

Hoteldirektor Hans Joachim Kauschke ist sehr zufrieden. Sein Haus laufe bestens. Konkrete Zahlen mag er aber nicht nennen, das gehöre zur Steigenberger Firmenphilosophie. Im April 2006 wurde

das Hotel eröffnet. Nun verliert es mit dem Bau des Nachbarquartiers seinen exklusiven Blick auf die Frauenkirche. Die rund 33 Millionen Euro teure Immobilie gehört zum größten Teil der TLG Immobilien GmbH.

In den Erdgeschoss-Zonen haben sich die Modeboutiquen Come Sta und Preciosas, der Juwelier Neumann sowie ein Kosmetikgeschäft eingemietet. In die einstige Apotheke ist das Freiburger Schankhaus gezogen.

Juwel an der Kirche

Die Baupläne geben schon einmal einen Eindruck von den künftigen Fassaden.

In der nächsten Woche feiern die Bauleute Richtfest. Im Frühjahr 2008 soll dann das Quartier zwischen dem Hotel de Saxe und der Frauenkirche bezugsfertig sein. Die Baywobau Dresden als Bauherr bezeichnet es als Juwel an der Frauenkirche. In dem Komplex aus fünf Häusern, die zum Teil historisch gestaltet wurden, sollen in den Erdgeschossbereichen und oft auch in den ersten Obergeschossen Läden einziehen. Darunter sind zwei weitere Juweliere, Modeboutiquen, Kunst- und Gemäldehändler, Anbieter von Dresdner und sächsi-

schen Antiquitäten sowie Porzellan- und Lederwaren vorgesehen.

Zu den Besonderheiten soll das Restaurant „Dresden 1900“ gehören. Für dessen Ausstattung schwebte im Sommer die einstige Straßenbahn Linie 6 ein. „Zum Komplex gehört das italienische Restaurant La Primadonna sowie eine Bäckerei mit Eis-Café“, kündigt Berndt Dietze an, Geschäftsführer der Baywobau Dresden. Während in zwei Häusern in den oberen Etagen Wohnungen entstehen, will das Unternehmen Drescher-Reisen in zwei anderen Appartements schaffen. „Wir haben dann zusammen mit denen in der Münzgasse hundert zur Verfügung“, sagt Christfried Drescher.

Drei Häuser hat der Rentensicherer Volkswohl-Bund erworben. Unmittelbar neben den Häusern entsteht ein Augustiner Brauhaus.