

Tropische Drinks locken ältere Liebhaber

Rund 300 Gäste bei erster Cocktailnacht

Bei Mai Tai und Caipirinha kommen viele Partygänger ins Gespräch. Eine zweite Auflage im Frühjahr ist angedacht.

VON SONIA VOIGT



Kellnerin Ksenija serviert im Riva ein Tablett voll „Sex on the Beach“.

DELMENHORST. Cocktails trinken, Kneipen kennen lernen, ins Gespräch kommen – rund 300 Gäste sind am Sonnabend mit den orange leuchtenden Gutscheinen der ersten Delmenhorster Cocktailnacht durch sechs Kneipen gezogen. „Es hat alles super geklappt“, freute sich Organisator Kim Froning und lobte die Wirte von Cartiera, Graftwerk, Slattery's, City Bistro, Speicher und Riva: „Die Gastronomen haben sich in Delmenhorst sehr viel Mühe gegeben.“

Sternfrüchte, Ananasscheiben und Kiwi zierten etwa im Speicher und im Graftwerk die Ränder der Cocktailgläser mit Mai Tai oder Blue Wave. Nicht immer klappte es schnell mit der Getränkeversorgung. „Aber ein schöner Cocktail kann auch mal ein bisschen länger dauern“, findet Froning. Schließlich war es voll in den Lokalen, da durch das Gutschein-System kein Eintritt anfiel und sich Stammgäste und Cocktailnacht-Besucher



Viele Cocktailliebhaber nutzten die Möglichkeit bei milden Temperaturen draußen zu sitzen, wie hier bei einem Tequila Sunrise vor dem City Bistro.

FOTOS: CHRISTIAN SCHNÖINK

mischten. Im sonst eher von Jüngeren frequentierten Riva probierten ältere Cocktailliebhaber den „Sex on the Beach“.

„Das ist ein wirklich positiver Impuls für Delmenhorst“, lobte Barbara Sempf (65) die erste Cocktailnacht. „So ein Abend fördert die Kommunikation, man kommt leichter ins Gespräch“, berichtete Helga Jütte (46) von wiederholten Treffen mit anderen Cocktailtrinkern, die an den Gutscheinen am

orangefarbenen Umhängeband gut erkennbar waren. Während beider Cocktails schmeckten, gab es auch Kritiker. „Die Hälfte war lecker“, sagt Helmut Hesse (57).

Bei mildem Wetter nutzten viele die Möglichkeit vor dem Riva, dem Graftwerk oder dem City Bistro draußen zu sitzen. Gemischte Gruppen aus Cocktailliebhabern und Anhängern anderer Getränke fanden sich häufig. „Rund ein Drittel hat

ein Ticket, zwei Drittel ziehen so mit“, sagt Froning, der für die L&L-Stadtmarketing GmbH aus Münster viele Cocktailnächte organisiert hat.

Nach verhaltenem Vorverkaufstart und letztlich gut 130 im Voraus verkauften Karten ist Froning mit der Besucherzahl am Ende sehr zufrieden. Gut vorstellbar sei eine zweite Auflage im Frühjahr, „dann vielleicht mit acht Gastronomien und acht Cocktails“.