



GASTRONOMIEDESIGN

HANNA RAISSE



GASTRONOMIE**DESIGN**

HANNA RAISSLE

Fotografie EROL GURIAN
Renderings JÜRGEN OPITZ

MATTHAES VERLAG GMBH
Ein Unternehmen der dfv Mediengruppe

> INHALT



Vorwort.....	6
--------------	---

MARKENBEWUSSTE GASTRONOMIE..... 8

Vielfältige Gastronomie.....	10
Backstube.....	14
Bistro.....	16
Systemgastronomie.....	20
Wirtshaus.....	22
Restaurant.....	24
Fine Dining.....	38

WOHLFÜHL-AMBIENTE..... 44

Der Eingang.....	46
Wege kenntlich machen.....	48
Das Herz des Lokals.....	52
Die Farben.....	54
Das Licht.....	60
Die Linienführung.....	62
Bedürfnisse erfüllen.....	66

RAUMPLANUNG..... 76

Ein Raum – viele Möglichkeiten.....	80
Kleiner Raum – Variationsmöglich- lichkeiten.....	88
Vom leeren Raum zum Saal.....	94
Wertschöpfung erhöhen.....	98

AUS ALT MACH NEU!..... 102

Neuanfang.....	104
Neukonzeption.....	108
Umzug in neue Räume.....	120
Refreshing.....	130
Zielgruppengerechtes Ambiente.....	136

DER TISCH ALS BÜHNE..... 142

Große Tische, kleine Tische, quadratisch, rechteckig, rund ...	146
Café, Bar, Bistro.....	158
Wirtshaus.....	160
Gehobenes Gasthaus.....	162
Business-Restaurant.....	164
Fine Dining.....	166

TISCHSETUP UND RAUMDEKORATION..... 168

Tische inszinieren.....	170
Die Servietten.....	178
Die Tischwäsche.....	186
Tabletop.....	192
Die Speisekarte.....	196
Die Dekoration.....	202
Information und Inspiration: Hotelkompetenzzentrum.....	212

NEUN SCHRITTE ZUM ERFOLG..... 214

Von der Vision zum Ziel.....	216
------------------------------	-----

Die Kreativen.....	222
Dank.....	223
Bildnachweis.....	224
Impressum.....	224



DIE WELT DREHT SICH — DREH DICH MIT...

Die Gastronomiewelt ändert sich derzeit rapide. Gäste lassen sich nicht mehr in Schubladen stecken. Morgens in die Frühstücksbar oder das niedliche Café. Mittags etwas vom vegetarischen Imbiss oder eine Currywurst, die aber bitte in Topqualität! Am Abend die ganze Bandbreite: heute Sternerestaurant, morgen eine schicke Systemgastronomie, übermorgen das gemütliche Wirtshaus. Oder, oder, oder ...

Mobilität macht auch vor der Gastronomie nicht Halt. Restaurants laden Gastköche aus aller Welt ein. Mancher Betrieb macht dies sogar zum Erfolgskonzept! Es gibt Food Trucks, originelle Wurstbuden, mobile Bauten und vieles mehr.

Wir dürfen nach den Sternen greifen und scheinbar Unmögliches möglich machen. Wir dürfen scheinbar Unvereinbares vereinbar machen.

Wer Grenzen überschreitet, muss aber immer wissen, was er damit erreichen will. Einfach nur etwas anders zu machen, führt nicht zum Ziel, ist nicht gewollt und nicht glaubwürdig. Das gilt auch für das bloße Nachahmen eines Erfolgskonzepts. Das Original ist immer besser als die Kopie. Nur wenn sich die Kopie zum eigenständigen Konzept weiterentwickelt und somit wieder zu etwas Eigenem wird – nur dann kann die Kopie tatsächlich zum besseren Original werden.

Die Idee, die Visionen bleiben kein Luftschloss, wenn man fleißig daran baut. Wer sich mit Begeisterung und

Freude daranmacht, Wunschträume Wirklichkeit werden zu lassen, der wird Erfolg ernten, wenn er alle strategisch relevanten Fragen beantwortet und sich dort Experten mit an den Tisch holt, wo er alleine nicht weiterkommt.

Das Ergebnis wird dann ein vitaler Betrieb mit Ausstrahlung, Authentizität und Glaubwürdigkeit sein. Dies ist wichtiger denn je. Nicht umsonst sehen heute Starbucks, McDonald's und Co. zunehmend individueller aus und zeigen durch ihr Interieur, was dem neuen Bedürfnis der Gäste entspricht. Denn wir erfüllen heute nicht mehr klar formulierte Zielgruppenbedürfnisse, sondern ein spezielles Gästebedürfnis, das nach Tag oder Tageszeit schon bei einer einzelnen Person völlig unterschiedlich sein kann. Das bedeutet: erfolgreich ist, wer Werte ausstrahlt, die beim Gast etwas zum Klingen bringen und ihm ein emotionales Erlebnis versprechen.

Dass dieses Versprechen gehalten werden muss, versteht sich von selbst. Ein Betriebskonzept, das ALLE Teile des Systems als ein großes Ganzes betrachtet, ist auf Erfolgskurs. Ambiente und äußeres Erscheinungsbild sind Teil dieses Systems.

Das eröffnet ganz neue Möglichkeiten für innovative Gastronomen. Heißt aber im Umkehrschluss keineswegs, dass gute, in sich stimmige Konzepte heute nicht mehr funktionieren. So erlebt das Wirtshaus als Ortsmittelpunkt derzeit eine gewisse Renaissance, ob in hergebrachter

oder in neuer, zeitgemäßer Form, ob mit einem Wirtshausladen, einem Saal oder einigen Gästezimmern. Hier belebt und erweitert sich aktuell das historisch verankerte Gastronomiebild.

Der Erfolgsfaktor ist eine Art Drehbuch, das beim Gast zum gewünschten Film im Kopf wird. Einfach auf gut Glück rumprobieren, das geht, kann aber teuer werden. Besser ist es, den eigenen Betrieb immer wieder neu zu definieren.

Das heißt, über den Tellerrand schauen. Was machen die Kollegen besser? Nicht nachmachen, sondern Inspirationen sammeln, Kongresse, Seminare, Workshops besuchen, Zeitschriften als Ideenimpuls nutzen, Regionaltypisches nach Altem und Neuem durchforsten, Natur, Literatur, Kunst, Reisen ... all das bietet wertvolle Quellen für kreative Ideen.

Solche Inspirationen bietet Ihnen auch das vorliegende Buch. Beim Lesen und Planen wünsche ich Ihnen viel Erfolg.

Ihre
Hanna Raissle



DEN SPIRIT SPÜREN

MARKENBEWUSSTE

GASTRONOMIE

Marke, Storytelling, CI, CD: Diese Begriffe sind aus der Marken- und Marketingwelt nicht mehr wegzudenken. Was aber bedeutet dies für Gast und Gastgeber? Wie schafft es der Gastronom, seine Werte in subtiler oder plakativer Weise – je nach Betriebskonzept – nach außen zu transportieren, sodass sich dem Gast ein stimmiges Bild präsentiert?

Jeder Gast wünscht sich Erlebnisse, wenn er auswärts essen geht. Dieser Wunsch ist nicht nur auf den Besuch in der sogenannten Erlebnisgastronomie beschränkt. Denn wer nur satt werden will, kann sich leicht bei diversen Anbietern versorgen, dafür braucht er heute kein Restaurant mehr.

Tatsächlich ist heute geradezu von einem Restaurantsterben die Rede. Ich bin – unterstützt von einer aktuellen Studie – der Meinung: Es handelt sich um ein Sterben der undefinierten Betriebe. Wer in Zukunft erfolgreich sein will, hat beste Chancen, aber er wird nicht umhinkommen, an seinem individuellen Konzept zu arbeiten. Nur wer weiß, wer er ist, und dies auch zeigt, zieht die richtigen Gäste an.

VIelfältige GASTRONOMIE

WELCHE ERWARTUNGSHALTUNG HAT DER GAST?

So unterschiedlich sich die Restaurantszene auch darstellt, gibt es doch einen gemeinsamen Nenner: Nur wer das Kopfkino der Gäste mit den richtigen Bildern füttert, hat Grundlegendes für den eigenen Erfolg getan. Der Film, der in unseren Köpfen ganz automatisch beim Betreten eines Raumes abläuft, ist von größter Bedeutung. Nehmen wir den Wiener Opernball. Haben wir da nicht ganz andere Bilder im Kopf, als wenn wir an eine gemütliche Almhütte denken? Diese Bilder lassen sich nicht abstellen, und bei jedem Restaurantbesuch werden sie wirksam – egal, wie subtil oder plakativ. Für Hoteliers und Gastronomen geht also darum, die Erwartungen der Gäste zu erfüllen. Wenn das gelingt, schenken wir dem Gast ein positives Gefühl. Tun wir noch ein Übriges und bieten dem Gast immer wieder kleine Überraschungen, dann erfolgt eine positiv gefärbte Prägung (je öfter, desto nachhaltiger).

Allerdings funktioniert es auch umgekehrt. Erfüllen wir die Erwartungen nicht, haben wir schlechte Karten. Der Gast ist irritiert, weiß aber nicht, warum. Dieser Gast wird kaum zum Stammgast.

Deshalb lohnt es sich auch so sehr, den eigenen Markenkern und die Markenwerte sowie Visionen und Ziele zu formulieren und unverwechselbar zu machen. Ganz besonders gilt das vor jeder Um- oder Neugestaltung. Nur wer sein Ziel kennt, wird es auch erreichen. Wer diese Ziele, den Kern der eigenen Marke, im Blick hat, bevor er Umgestaltungsmaßnahmen einleitet, stellt den langfristigen Nutzen sicher und vermeidet, dass Geld an falschen Stellen ausgegeben wird.

Bevor Sie sich also auf ein Gastronomiekonzept festlegen, sollten Sie sich unbedingt die folgenden Fragen stellen:

Was macht meinen eigenen Stil aus, was sind die Kernkomponenten?

Welche Gäste sollen in der Hauptsache angesprochen werden?

Welche Werte leben diese Gäste?

Wie passen die Werte der Gäste zu meinen eigenen Werten?

Wie drückt sich dies im Stil des Hauses aus?

Welcher vorhandene Designstil passt dazu?

Soll ein ganz eigenständiger Stil entwickelt werden?



BACKSTUBE: Handwerkliche Produkte inszeniert

Schon immer gab es in Cafés und Konditoreien auch kleine Speisen. Das Angebot ging dabei oft nicht über Gulaschsuppe und Eier im Glas hinaus. Die Einrichtung war meist plüschig. Mit frischen interessanten Ideen entstehen nun ganz neue Lokaltypen, zum Beispiel eine Verkaufstheke mit transparentem Produktionsprozess und dem Duft frisch gebackener Backwaren, kombiniert mit einem Sitzbereich zum Wohlfühlen. Dieser Restauranttyp ist bei Kunden oft beliebt für den schnellen Mittagssnack.



BISTRO: Unkompliziert, variabel und oft stylish

Wer in ein Bistro geht, will mehr als einen schnellen Imbiss. Er erwartet eine Küche mit einem gewissen Anspruch, teilweise sogar mit hohem Niveau, aber immer in unkomplizierter Atmosphäre. Hierher kommt man alleine, zu zweit oder in einer Gruppe von Freunden. Mal zum schnellen Imbiss, mal auf ein Glas Wein und eine hübschen Kleinigkeit, oder aber auf einen langen entspannten Abend. Über allem steht: unkompliziert, variabel und ohne allzu großen Aufwand für Küche und Service. Das braucht Wiederhall im Ambiente: schick, cool, stylish, szenig, schlicht.



SYSTEMGASTRONOMIE: Neue Konzepte mit tollem Ambiente

Waren noch vor einigen Jahren die Betriebe mit System nur schnelle Abfütterungseinrichtungen (die es zugegebenermaßen immer noch gibt), so sind inzwischen Konzepte auf dem Markt, die man als Trendsetter nicht mehr wegdenken kann und möchte. Und ganz auffällig daran ist, dass all diese erfolgreichen Unternehmen auf konzeptgerechtes, designtes Ambiente setzen. Diese Sorgfalt in der Gestaltung und die guten Ideen kommen bei den Gästen an. Manche Ideen verbreiten sich wie Pilze nach einem warmen Regen.



WIRTSHAUS: Tradition lebendig gelebt und neu interpretiert

Es gibt sie noch, die Gasthäuser, denen man das gelebte Leben zwar ansieht, die aber eine Lebendigkeit ausstrahlen, die mit neuem Design schwer zu schaffen ist. Gewachsen, traditionelle Gasträume sind in den letzten Jahren deutlich in der Gästegunst gestiegen. Werterhaltung, Nachhaltigkeit und der Charme des Vertrauten sprechen die Gäste wieder mehr an. Bieder müssen diese Häuser trotzdem nicht sein, denn wahre Tradition ist lebendig und entwickelt sich. Neue Gasthäuser, die traditionelle Formen und Farben aufgreifen und zeitgemäßer interpretieren, haben ebenfalls viele Freunde gewonnen und können die Klassiker der Zukunft werden, natürlich nur, wenn die Qualität hochwertig und die Gestaltung authentisch ist.



RESTAURANT: Gepflegtes Ambiente zum Verweilen

Das Wort Restaurant hat eine interessante Wortherkunft, denn wörtlich aus dem Lateinischen übersetzt heißt es »erneuern«. Der Gast soll hier also wiederhergestellt werden – zu Kräften kommen. Zurecht könnte man einwenden, dass das auch auf andere Gastronomietypen zutrifft. Dennoch erwartet der Gast von einem Restaurantbesuch weit mehr als nur die Stillung seines Hungers. Er erwartet ein niveauvolles Speisen- und Getränkeangebot, gut geschultes Personal und gepflegtes Ambiente. Der Gast will hier nicht einfach nur schnell etwas essen. Nein, er will in Ruhe genießen.



FINE DINING: Schon immer die Königsklasse in Stil und Design

Exzellente Gaumenerlebnisse und kreative Ideen erwartet der Gast in diesen Häusern. Hier verweilt man gern mehrere Stunden, um die große Oper der Kulinarik zu zelebrieren. Geschmack erwartet der Gast in solchen Häusern auch beim Ambiente. Er will Genuss für alle Sinne. Ein perfekter Rahmen, gut ausgebildeter Service und schöne Räume machen Essen und Trinken zum Erlebnis, zum Gesamtkunstwerk.





// BEISPIEL LA MAISON DU PAIN

- > Gäste: Jung und Alt, mit Freude an ehrlichen und kreativen Qualitätsprodukten rund um das Thema Brot
- > Ambiente: moderne Einrichtung in hellem Holz, entspannte, lockere Atmosphäre
- > Küche: kleinere französische Gerichte und Snacks rund um das Thema Brot

Boulangerie, Pâtisserie und Brasserie – das La Maison du Pain kommt mit seiner einzigartigen Melange bei seinen Gästen bestens an.

Die mit provenzalischem Charme eingerichteten Backstuben, der Duft von frischem Baguette und Croissants aus den Nostalgieöfen, verbunden mit Chansons im Hintergrund, lassen den Besucher in eine eigene Welt eintauchen. Das französische Ambiente ist dabei das Transportmittel für die sinnliche Reise.

Das Interieur besteht zum großen Teil aus Holz. Es schafft eine angenehm warme Atmosphäre und ist deshalb der ideale Werkstoff für ein Lokal, in dem Brot eine zentrale Rolle spielt.

Wer will, kann hier den ganzen Tag verweilen, vom genussvollen Frühstück bis zum frühen kleinen Abendbrot. Zu den Spezialitäten des Hauses gehören neben den klassischen französischen Köstlichkeiten wie Quiches oder Flammkuchen, auch warme Brotsnacks wie Croques Chaudes oder Tartines Chaudes. Feine Kuchen und Desserts runden das Angebot ab.





// BEISPIEL MARAIS

- > Gäste: junge und ältere, die das Unkonventionelle lieben
- > Ambiente: kreativer Stilmix aus Möbeln vom Antiken- und Flohmarkt
- > Küche: Crossover Bistro-Küche

Im Marais sitzen manchmal Damen im Schaufenster. Dennoch, anrücklich ist es keineswegs.

In einem ehemaligen Kurzwarenladen ist das Café Marais in München untergebracht. Die komplette Inneneinrichtung mit ihren Holzvitrinenschränken und Verkaufstheken ist erhalten geblieben. An bunt zusammengewürfelten Tischen und Stühlen kann das Treiben auf der Straße beobachten.

Wer ein hübsches Geschenk sucht, zum Beispiel einen Hut zum neuen Kleid oder ein altes Silberbesteck, der wird im Marais ebenfalls fündig. Es lädt geradezu ein, nach hübschen Dingen Ausschau zu halten. Aufgefüllt wird das Warensortiment durch Einkäufe auf Märkten in Frankreich und Deutschland. Die ganze Eigentümerfamilie geht dabei auf Entdeckungsreise. Für Nachschub muss auch bei der Bestuhlung immer wieder gesorgt werden. Denn auch alle mobilen Einrichtungsgegenstände sind verkäuflich.





// BEISPIEL DAS BLAUE HAUS

- > Gäste: Feriengäste; jeder der die skandinavische Lebensart schätzt
- > Ambiente: Skandinavischer Touch bei allen Einrichtungsdetails
- > Küche: kleine Gerichte, regionales und exotischeres auf einer täglich wechselnden Karte



Blau, eine der Farben Skandinaviens, bahnte sich ihren Weg in das Haus im Allgäuer Ferienort Oberstaufen. Seit der Eröffnung vor bald zehn Jahren sind gemütliche Kaffeehausatmosphäre und nordische Wohnkultur ineinander verschmolzen. Überall kann man sich an Tischen zum Essen und Trinken niederlassen, und rundherum laden skandinavische Accessoires und Möbel zum Kauf oder einfach zum Bewundern ein. Fast jeden Tag wird umdekoriert, es gibt immer etwas Neues zum Gucken. Im grünen Garten und auf der Veranda sitzt es sich sehr romantisch, um das Gartenhaus aus dem 19. Jahrhundert reihen sich Sitzinseln, die auf schmalen Wegen erreicht werden. Alles andere ist naturbelassen mit Blumen und Obstbäumen. Die freundliche Atmosphäre entsteht durch das überall präsente Himmelblau, kombiniert mit Holzmöbeln und cremeweißen Raumbestandteilen im skandinavischen Stil.



MIT NEUER GESTALTUNG GÄSTE BEGEISTERN

Die Welt der Gastronomie wandelt sich immer schneller. Wer da mithalten will, wer seine Stammgäste immer wieder begeistern und neue Gäste anziehen will, muss der Gestaltung seines Betriebs viel Aufmerksamkeit schenken. Erfolgreich ist, wer Werte ausstrahlt, die beim Gast etwas zum Klingen bringen und ihm ein emotionales Erlebnis versprechen. Ambiente und äußeres Erscheinungsbild sind Teil dieses Systems.

Dazu lohnt es sich, immer wieder über den Tellerrand zu schauen. Was machen die Kollegen? Und was machen sie besser? Kreative Ideen finden sich überall. Dieses Buch ist eine solche Quelle der Inspiration für kreative, innovative Gastronomen.

- > **Mit authentischem Stil Lieblingsgäste ins Haus holen**
- > **Kleine Veränderungen mit großer Wirkung**
- > **Requisiten und Kulissen richtig nutzen**
- > **Gute, in sich stimmige Konzepte entwickeln**
- > **Aus Erfolgen lernen – zahlreiche Beispiele und Experteninterviews aus allen Bereichen der Gastronomie**

RAT UND INSPIRATION FÜR ALLE, DIE IHREM BETRIEB EIN NEUES GESICHT GEBEN WOLLEN

