

food service

Märkte // Marken // Systeme

Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie



Event

Fußball-WM: Gastro-
nomische Bilanz

hogatec

Top Technik Special:
Trends, Themen, Potenziale

Umfrage

F&B-Plusmacher: Produkt-
erfolge auf der Spur



Design

Shabby Light – das Dürer in Mannheim: früher Studenten-
kneipe, heute Café, Bistro und Restaurant. „Unser Ziel war
es, die 85 qm große Location in eine Zukunft zu führen, die
die Vergangenheit des Ortes einbezieht“, so Mark Phillips,
mori projects, Stuttgart. Als Grundthema der Gestaltung
wählte man die paradisiatischen Motive des Renaissance-
Malers Albrecht Dürer. Entsprechend wird die Raumwirkung
von Grün-, Grau- und Brauntönen dominiert. Für weitere
atmosphärische Lichtblicke sorgen spezielle 'Lichttorten'.
Abgependelte Lampenschirme akzentuieren die Stimmung
mit Magenta, Rosé und Bronze-Tönen. Nicht nur atmosphä-
rischer Hingucker, sondern auch adretter Schallschlucker:
viel Stoff – von der gepolsterten Garderobenwand über Sitz-
polster bis zu bespannten Wandbildern und Kissen.
www.duerer-mannheim.de, www.mori-projects.de

Dürer

La Lavenderia Vecchia



Superbude

Stilmittel mit eingebauter Überraschung: das Zweck-
entfremden von Alltagsgegenständen wie die zum Zeit-
ungshalter umfunktionierte Mausefalle in der Ham-
burger Superbude. Aus dem Zusammenhang zitieren,
verfremden und überspitzen – das nutzen inzwischen
auch immer mehr Ethno-Formeln. Noch ganz frische
Italien-2.0-Versionen: das LaBaracca in München oder
der Berliner Neuzugang La Lavenderia Vecchia.
www.superbude.de, www.lavanderiavecchia.de,
www.labaracca.eu



Street Style auf asiatisch – das Leitmotiv im Jackie Su in Bremen. Eine 200 qm große Heraus-
forderung für das Architekturbüro Rauminraum, vor allem der schlauchartige, kühle Charakter der
Location. „Mit Hilfe drei verschiedener Sitzkonstellationen auf unterschiedlichem Niveau und
7 m langen Bänken an einer ebenso langen Tafel haben wir aus der Not eine Tugend gemacht
und den Raum optimal genutzt“, so Ulrike Rösner. Spannung durch Reibung erzeugen die Sichtbeton-
wände, zum Teil mit Artworks und asiatischen Glyphen versehen, in Kontrast zu den warmen
Bambustönen des Mobiliars. Darüber hinaus betonen großflächige Akustikdeckensegel mit filigranen
Einbauleuchten sowie unverkleidete Belüftungs- und Klimatisierungsrohre die urbane Atmosphäre.
www.jackiesu-bremen.de, www.rauminraum.de

Kreative Komfortzonen

Nie war der Bausatz für Wohlfühdesign größer und vielfältiger. Mehr denn je
modelliert ein buntes Mit- und Nebeneinander von Stilrichtungen und -mitteln
den Ausdruck und Auftritt gastronomischer Konzepte. Was die guten von den
gewöhnlichen unterscheidet: eine unverwechselbare Identität.
Beispielhafte Erlebnisräume und Raumerlebnisse.

Absolute Trends? Funktioniert-auf-
jeden-Fall-Regeln. Lösungen von der
Stange? „Wer danach sucht oder sich damit
abgibt, der verschenkt sein Potenzial. Das
gilt inzwischen selbst für Low-Budget-
Formeln“, sagt Peter Ippolito, ippolito
fleit group mit Sitz in Stuttgart. „Ein gutes
Konzept hält sich nicht an vermeintlichen
Trends auf, sondern hat eine Haltung, ver-
körpert eine Geschichte.“ Storytelling statt
Standards – schließlich ist Design das an-

schaulichste Vehikel für Individualität und
Originalität.
„Wenn es so etwas wie einen Megatrend
gibt“, so Mark Phillips von mori projects,
ebenfalls in Stuttgart zuhause, „dann die
zunehmende Individualisierung. Also ist
es unsere Aufgabe, die Individualität von
Gästen und Gastgebern zurückzuspiegeln.“
Der kleinste gemeinsame Nenner
für Auftritte, die Eindruck machen: weni-
ger Konformität, mehr Selbstdarstellung.

Ulrike Rösner, Rauminraum mit Sitz in
Bremen: „Wer heute sogenannten Trends
folgt, der ist morgen schon out. Ein Restau-
rant einzurichten und auszustatten heißt für
mich, eine Location einer gastronomi-
schen Formel auf den Leib zu schneiden.
Kreieren statt imitieren oder gar kopieren.
Statt Trends hinterher zu hecheln, sollte
gutes Design bewusst Gegenwelten zu All-
gemeinplätzen schaffen.“
Dass der Bausatz dafür noch nie so groß
und vielfältig war, spiegelt letztlich die
Ausdifferenzierung unserer Gesellschaft.
Schließlich ist Design immer auch ein Zeit-
geist-Statement, Ausdruck von gesell-
schaftlichen Sehnsüchten und Bedürfnis-
sen. „Zwei große Themen lassen sich dar-
aus ableiten“, so Ippolito: „Zum einen die

zunehmende Technisierung. Stichwort
Tempo. Wir sind daran gewöhnt, dass alles
sofort und überall verfügbar ist.“ Damit
geht ein Lebensgefühl einher, das auf den
Moment ausgerichtet ist. Das zweite große
Thema: die Sehnsucht nach Vertrautem,
nach kollektiven Erlebnissen und Ge-
schichte. Authentizität, Nähe, Geborgen-
heit. Beide Erwartungshaltungen erlauben
verschiedenste Antworten.
„Damit sie überzeugen, braucht es eine
durchgängige Idee. Sprich, was, wo, wie,
womit und für wen sollte immer als Ge-
samt paket betrachtet werden, denn nicht
nur das Angebot von Speisen und Geträn-
ken macht ein Versprechen. Gleiches gilt
für den Raum, in dem es sich präsentiert
und die Menschen, die es bedienen“. Aus
Phillips Sicht nimmt die Einrichtung priva-
ter wie öffentlicher Räume mehr und mehr
Maß an der Modewelt. Was heute en vogue
ist, das dekliniert kein Trenddiktat, son-
dern eben eine wachsende Zahl von Leit-

themen. In der Regel schiebt jeder Desi-
gner gleich mehrere Kollektionen pro Sai-
son ins Rennen – Angebote und Vorschlä-
ge, die je nachdem wie man sie trägt zu
ganz eigenen Looks werden. „Nichts ande-
res zeichnet sich mittlerweile beim Gestal-
ten von Räumen ab, allerdings um einiges
träger.“
Auf der einen Seite 'made for you, wie für
dich gemacht' und trotzdem möglichst
massenkompatibel, auf der anderen 'alles
ist erlaubt', ohne beliebig zu wirken. Wie
löst man diese Widersprüche auf? „Indem
man eine Identifikationsplattform schafft,
die viel Raum für Interpretation lässt. Zum
Beispiel, indem man eine Geschichte nur
anteasert und sich traut zu collagieren.
Aber bitte schön jenseits von Trampelpfa-
den!“, betont Ippolito. „Dann funktioniert
ein Raum auch über viele Jahre – weil
er authentisch ist und damit nachhaltig.“
Für Rösner die Klammer, die das gleich-

zeitige Streben nach Individualität und Ge-
meinschaft möglich macht: „Gastronomi-
sche Räume sind in den vergangenen Jah-
ren immer wohnlicher geworden, tenden-
ziell auch verspielter und künstlerischer.“
Eine sehr angesagte gestalterische Über-
setzung manifestiert sich im sogenannten
Shabby Chic – Altes neu entdeckt, moder-
ne Stilleben mit Second-Hand-Armut und
dem Charme des Provisorischen und
Unperfekten. Räume und Möbel mit Patina
und Gebrauchsspuren, Sichtmauerwerk
neben Retrotapeten, Fimsachen vom
Flohmarkt vor unverputzten Wänden,
wichtige Kronleuchter über aufgearbei-
teten Holzdielen.
Spannweite und Facettenreichtum des
Vintage-Looks sind enorm. Sie reichen
von antik-romantisch (z.B. die limori-Fili-
alen in Frankfurt/M. oder das Dolceama-
ro/Mannheim) bis maskulin-nüchtern (u.a.
Bullerei, Hamburg). Überhaupt ist die
einst so abgewrackte Hamburger Stern-

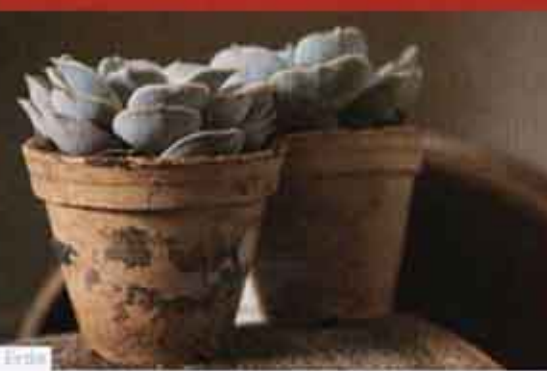


Design

Atmosphärewunder Two-in-one: Seine Anziehungskraft verdankt das Himmel & Erde, eine charismatische Kreuzung aus Kulinarik & Floristik, vor allem seinem einzigartigen, durch die Jahreszeiten immer wieder neu gerahmten Erscheinungsbild. Damit die florale Deko wirken kann, nimmt sich der Rest zurück: die

in hellen Erdtönen getünchten Wände, der Boden aus Natursteinfliesen, die schlichten weißen Regale und Tische aus gekalkter Eiche, drum herum grau gebeizte Rattansessel.

www.himmelunderde-hamburg.de



Münster & Erth



FrauPina

Dunkel, geheimnisvoll, verführerisch – irgendwo zwischen Boudoir und Salon: das FouFou am Rand des Stuttgarter Rotlichtviertels. Die Champagner-Bar bespielt vier ganz unterschiedliche Räume auf drei Ebenen. Vor allem der Materialmix von Möbeln, Wand- und Bodenbelag beeindruckt: hier hochfloriger Teppich, dort schwere Holzdielen. Dazu weiße historische Fallfenster, mauvefarbene Vorhänge, Messingleuchten, dunkelbraune Krokodertapeten und Chesterfield-Sessel. „Tatsächlich ist es uns mit einem sehr überschaubaren Budget gelungen, ein durch und durch stimmiges Konzept in die denkmalgeschützten Räume einzupassen. Das Ergebnis ist modern und doch mondän“, sagt Peter Ippolito, Ippolito fleitz group, Stuttgart. www.bar-foufou.de, www.ifgroup.org

Kultiges Lokalkolorit: Das Freiburger 'Coucou' spielt mit typischen Schwarzwaldklischees, indem es provoziert und stilliert. Die augenfälligsten Zitate: knallbunte Kuckucksuhren im Pop-Art-Stil und Bilder von Frauen in regionaltypischer Tracht und Palästinenser-Tuch. www.coucou-freiburg.de



Volksart



Volksart



schätze ein wahres Shabby-Nest. Weitere Facetten dieser Ästhetik: beispielsweise der skandinavische Landhausstil wie er vor allem in modernen Brot-Formeln und Cafés zu finden ist (z.B. Brot und seine Freunde, Familienbetrieb – beide in Frankfurt/M.). „Aus meiner Sicht ganz klar eine Optik, die uns noch länger begleiten wird“, so Rösner.

Gut zu Gesicht steht sie auch hybriden Talenten, die Retail und Gastronomie sinnlich und sinnvoll miteinander verknüpfen (z.B. Daylesford Organic/München). Ebenso hübsch wie funktional und obendrein verkaufsfördernd: wenn die angebotenen Waren Teil des Designs werden – und umgekehrt (z.B. Kaufbar/Berlin, Bill's Produce Store/UK). Mehr chic denn shabby präsentiert sich die neue Generation von Bars, die auf traditionelle Members Clubs bzw. Nachtclubs der ersten Stunde rekurrieren (z.B. Kirk Royal/Berlin, FouFou Bar/Stuttgart). Dort reibt sich Helles an

ganz viel Dunklem, gedämpfte Farben und plüschige Stoffe erinnern an eine Zeit, als Moulin Rouge noch großes Kino war.

Zurzeit die wohl meist genutzten Stilmittel, um Räume mit Atmosphäre aufzuladen sind kalkulierte Brüche und Kontraste. Durch das Verknüpfen von kalten und warmen Materialien, alt und neu, fein und rau, verschnörkelt und nüchtern entstehen einzigartige Collagen. Und damit ganz und gar individuelle Räume, die deutlich mehr Wohnlichkeit und Privatheit ausstrahlen als noch vor zehn Jahren. „Dieser Entwicklung verdanken i.a. Textilien ihr grandio-

ses Comeback, nicht zuletzt die Tapete“, erläutert Phillips: „Überhaupt ist die Üppigkeit in der Materialität zurzeit ein großes Thema. Man denke zum Beispiel an hochflorige Teppiche, schwere Vorhänge und flauschige Kissen.“ Ihre Wirkung entfalten sie vor allem durch das Kombinieren und Kontrastieren mit Werkstoffen wie Schiefer, Beton oder Marmor. Das Thema Neobarock sei allerdings definitiv durch, so Ippolito. Allzu Florales auch: ebenso der exzessive Einsatz von groß gemusterten Tapeten, ergänzt Phillips: Kleidsamer und heimeliger als Hochglanzoberflächen sind Oberflächen, die

Ein leuchtendes Beispiel für Green Design: die Kollektion 'Shade' – Tisch-, Steh- und Hängeleuchterschirme aus getrocknetem Echtgras von Grassland. Das Gras wächst ohne Erde nur mit Wasser, Licht und mittels Keimkraft der Samen. Weitere Gras-Objekte mit Wow-Effekt des Kölner Designlabels: Field (flexible Wandpaneele), Orb (schwebende Graskugeln).

Pure, Next und Steps (Wandbilder in verschiedenen Größen) sowie Grasschriften und -logos. www.grassland.eu



Struktur und Spuren zulassen. Die Verkörperung von Gemütlichkeit und Nachblätigkeit schlechthin: Holz. Und so dürfen Hölzer gerne (wieder) den Ton angeben im Materialkanon. Die authentischste Übersetzung von Natürlichkeit und immer öfter Blickfang über durch alle Gastro-Segmente sind möglichst unbehandelte, archaisch anmutende Holzelemente: Baumstämme, Treibholz und alte Schiffsplanken umgestaltet zu Tischen, Lampen oder Regalen, um nur einige Beispiele zu nennen. Manufaktur statt Massenproduktion – auch das ein individuelles Design-Statement mit hohem Atmosphärenfaktor.

„Damit Brüche funktionieren statt irritieren sollte man nicht zu viele Stilrichtungen miteinander mischen“, empfiehlt Rösner. Durchaus erlaubt, um Spannung zu erzeugen und sich interessant zu machen: aus dem Zusammenhang zitieren, verfremden und überspitzen. Das nutzen inzwischen auch immer mehr Ethno-Formeln und ver-

leihen sich damit einen modernen Anstrich. Vapiano war so ein Vorreiter für die Italo-Küche. Mit dem Bella Italia (2006) in Stuttgart ist Ippolito fleitz eine überraschende Designlösung gelungen, die weltweit beklatscht wurde. Noch ganz frische 2.0-Versionen: das LaBaracca in München oder der Berliner Neuzugang La Lavandiera Vecchia.

Nicht minder inspirierend sind die neuen Asiaten. Kein anderes Design bricht so konsequent und eloquent mit vermeintlicher Folklore und gängigen Klischees, ohne seine Wurzeln zu verleugnen. Ein aktuelles Beispiel ist das Jackie Su in Bremen mit seinem Leitmotiv Street Style. Um es gestalterisch umzusetzen, hat das Architekturbüro Raumraum Teile der nackten Sichtbetonwände mit Artworks und asiatischen Glyphen versehen. Ein absolut zukunftsweisendes Stilmittel, ist Rösner überzeugt. „Straßen- und Alltagskunst spielt ei-

ne immer größere Rolle beim Designen von öffentlichen Räumen.“ Dafür spricht u.a. die Wiederentdeckung der Wand als Gestaltungsraum und Ausdruck von Originalität – ganz wie im eigenen Wohnzimmer. Zum Beispiel mit Hilfe individualisierbarer Fototapeten (von selbstgeschossenen Fotos über Literaturzitate bis Gedichtcollagen) oder gerahmten Gemälden in XS bis XL. Grünes Bekenntnis, natürlicher Hingucker und Kunstwerk zugleich: z.B. die mannsgroßen Kräuter an den Wänden der vegetarischen SB-Formel Season in Hamburg. Schließlich wächst nicht nur das Bedürfnis nach Nachhaltigkeit, sondern auch nach Naturerfahrungen. Ein echter Beitrag fürs Raumklima sind die Wandgärten aus Farnen wie sie u.a. im Münchner Qivason oder Slow-Food-Konzept Home Made in Mailand gedeihen. Was drinnen gefällt, gilt erst recht für die Gestaltung von Terrassen: Bitte so grün wie möglich! IIII