



ABC DER RESTAURANTGESTALTUNG

IRGENDWANN STEHT JEDER GASTRONOM VOR DER AUFGABE, DIE RÄUME SEINES RESTAURANTS NEU ZU GESTALTEN. NEBEN DEN FINANZIELLEN UND STILISTISCHEN ASPEKTEN GIBT ES EINIGE GRUNDREGELN, DIE MAN DABEI BEACHTEN SOLLTE.

Mache ich es selber, oder suche ich mir Profis? Wo kann ich sparen, und wo spare ich am falschen Ort? Was maximiert mir die Auslastung und damit den Umsatz, und wie optimiere ich die Funktionalität meines Betriebs, minimiere also den Aufwand? Wie Sorge ich dafür, dass mein Gast sich wohlfühlt und damit zum Stammgast wird und mein Restaurant weiterempfiehlt? Und wie stelle ich sicher, dass mein Restaurant einzigartig ist und Aufmerksamkeit und gute Presse erzeugt? Dies sind die Fragen, die jedem beginnenden oder umbauenden Gastronom schlaflose Nächte bereiten. Wir haben einen Überblick für das Wichtigste zusammen gestellt.

FUNKTIONALITÄT

Der erste Schritt in der Planung eines Restaurants konzentriert sich auf die generelle Raumgestaltung. Dazu sollte man folgende Punkte beachten.

Möblierung: Hier ist insbesondere auf die Maximierung der Sitzplätze zu achten. Viele Gastronomen verschätzen sich bei der Durch-

schnittsbelegung (2er, 4er, 6er-Tische) und verhindern durch zu viele, zu große Tische (4er und mehr) die optimale Ausnutzung ihres Belegungspotenzials. Durch falsche Möblierung kann viel Platz und damit Umsatz verschwendet werden. Gueridons und Einhängel-, beziehungsweise Einsteckplatten sind vor allem bei Zweiertischen hilfreich.

Tischgröße: Die Tiefe eines Tisches bestimmt die Kommunikationsmöglichkeiten der Gäste. Schmale Tische sind kommunikationsfördernd, erschweren aber das Eindecken. Als generelle Faustregel kann gelten: in Bistros 65 bis 70 cm Tischbreite, im Restaurant etwa 75 cm Tischbreite, im hochklassigen Restaurant 80 bis maximal 90 cm Tischbreite. Breitere Tische sind sehr kommunikationshemmend und hinterlassen beim Gast in der Regel ein unangenehmes Gefühl der Formalität und Ungemütlichkeit.

Optimale Wege für das Personal: Servicestationen am richtigen Platz verhindern Unruhe und lange Wege.

RAUMPSYCHOLOGIE

Das Wohlfühlen eines Gastes wird unterbewusst durch das Gefühl der Geborgenheit, Intimität und Sicherheit vermittelt. Dazu sollte man wissen, dass der Gast bevorzugt mit dem Rücken zur Wand sitzt. Dem Gast, der mit dem Rücken zum Raum sitzt, kann die Unsicherheit über das, was hinter ihm passiert, durch Spiegel genommen werden. Er hat zudem nicht nur den Blick auf die vor ihm liegende Wand, sondern auch einen Blick auf das Geschehen im Raum. Auf keinen Fall darf der Gast ohne Schutz mit dem Rücken zum Eingang gesetzt werden. Hier bietet sich an, die Gäste, seitlich zu setzen.

Außerdem sollte man auf eine gewisse Intimität für die Gäste an den Tischen achten. Bei zu geringen Tischabständen kann eine "persönliche Zone" durch Tischtrenner und Raumteiler geschaffen werden. Allgemein gilt für Tischabstände in Restaurants mindestens 30 Zentimeter, in gehobenen Restaurants 50 bis 60 Zentimeter.

ATMOSPHERE

Wichtig im Zusammenhang mit der Atmosphäre im Restaurant ist die Frage: An welchen Tageszeiten findet das Hauptgeschäft des Restaurants statt? Ein reines Abendrestaurant kann in der Gesamtstimmung

wärmer und dunkler sein, während ein Restaurant, in dem es auch Frühstück oder Mittagessen gibt, deutlich heller und etwas kühler sein sollte. Prinzipiell gilt, dass die Stimmung der Tageszeit angepasst werden sollte. Dies ist auch der Grund, warum man ungern mittags in Kellerrestaurants ohne Tageslicht geht. Restaurants, die rund um die Uhr geöffnet haben, können die Stimmung über das Licht steuern.

Sehr intensiv kann auch mit Farben gearbeitet werden. Die Stimmung wird dabei über die Gesamtheit und Proportionen der Farben zueinander gesteuert. Überwiegt beispielsweise die Farbe Rot, so sollte man dem bei einem Restaurant, das auch tagsüber geöffnet hat, kühle Farben (Weiß, Silber) gegenüberstellen.

Gerade in unseren Breitengraden wirken Farben stimmungsbeflussend. Da wir hier nur einen relativ kurzen Sommer haben, kann man mit hellen Gelbtönen sprichwörtlich die Sonne hereinholen, insbesondere wenn es draußen herbstlich, neblig und regnerisch ist. Durch gezielten Wechsel von farbigen Elementen und Deko können außerdem jahreszeitliche Stimmungen mit einfließen: Frühjahr grün, grüngelb, gelb und Weihnachten rot, rotbraun, lila etc.

Zur guten Atmosphäre eines Restaurants gehört insbesondere ein gutes Lichtdesign. Das ist unabhängig von den verwendeten Lampen, diese sind bestenfalls schöne leuchtende Dekorationsobjekte. Entscheidend ist vielmehr das Licht selbst. Insoweit ist das Restaurant vergleichbar mit dem Theater. Licht- und Schattenräume beeinflussen den Gast unterbewusst. Menschen sollten im Schatten sitzen – psychologisch gesehen in einer Beobachterposition –, die Speisen und der Wein aber durch Anstrahlung herausgestellt und betont werden. Dazu ein Beispiel: Gäste sollten unter mehreren, nebeneinander aufgestellten, unterschiedlich beleuchteten Weinen die "Besten" bestimmen. Obwohl es sich um jeweils den gleichen Wein handelte, bevorzugten alle Gäste die angeleuchteten Weine und gaben diesen erheblich bessere Noten.

Angestrahlt wird also das, was betont und inszeniert werden soll, beispielsweise Bilder, Graphiken, Deko, Wände, Elemente, die Sogwirkung erzeugen sollen und der Tisch mit

VORHER



NACHHER



den Speisen und dem Wein, nicht jedoch der Gast, und vor allem nicht der Boden. Im Menschen ist es wahrscheinlich genetisch verankert, dass nur Licht, das die Farbe und Frequenz von kleinen Feuern hat (Kamin- und Lagerfeuer, Fackel, Kerzenlicht), als atmosphärisch angenehm empfunden wird. Daher müssen im gastronomischen Bereich noch Glühbirnen und Halogenleuchtmittel eingesetzt werden. Letztere sind jedoch langlebiger und energiesparender und haben mehr Auswahl an Leuchtmitteln. Die Entwicklung von als angenehm empfundenen Energiesparlampen und LED's steckt noch in den Kinderschuhen.

Die günstigste und einfachste Lösung der Beleuchtung eines Restaurants ist und bleibt die

abgehängte Decke mit punktgerecht installierten Unterlichtern. Besondere Beachtung muss dabei auf die korrekte Anordnung, Winkelwahl und -einstellung gelegt werden. Noch so durchdachte Downlights sind Verschwendung, wenn sie doch nur den Fußboden beleuchten. Ist die abgehängte Decke nicht möglich, bietet sich das klassische Seilsystem an.

Atmosphärisch sehr wichtig ist auch die Akustik. Wenn man sich belauscht fühlt, kommt keine Gemütlichkeit auf, wenn es zu laut ist, wird der Geräuschpegel als unangenehm empfunden. Wichtig ist die so genannte akustische Maskierung. Im Raum sollte also ein Grundgeräuschpegel bestehen, der nur die Gespräche am Nachbartisch überlagert, nicht jedoch das eigene Tischgespräch verhindert. Dies kann unter anderem durch Hintergrundmusik erreicht werden, mit gleichmäßigen Lautstärken bei nicht zu großen Höhen- und Tiefenunterschieden. Heute gibt es im Bereich der Loungemusik eine große Auswahl. Besonders wichtig ist die richtige Verteilung der Lautsprecher, um eine gleichmäßige Lautstärke an allen Plätzen zu garantieren. Absolute Topqualität erzielt man allerdings nur mit hochwertigen Anlagen und Lautsprechern und mit einer Akustiksteuerung, welche die Gespräche behindernde Tonlagen wegsteuert und dadurch Unterhaltung ermöglicht, obwohl die Musik "laut", aber nicht unangenehm erscheint. Dieser

ALLGEMEIN

Boden, Wände, Decken, Raumelemente, Türen, feste Einbauten

Design sowie spätere Änderungen sind teuer. Hier sollte daher zeitlos konzipiert und umgesetzt werden.

Vorhänge, Polster, Kissen, Raumteiler, Möbel
Diese sollten in kleineren Intervallen erneuerbar sein, und damit bietet sich an, diese mehr auffällig und trendig zu gestalten.

Dekorationen, Grafiken, Bilder, Blumenarrangements

Diese sollten austauschbar sein, können durchaus dem jeweiligen Trend oder auch der jeweiligen Jahreszeit entsprechen.

VORHER



Aufwand ist aber in normalen Restaurants, sofern nur Hintergrundmusik läuft, nicht nötig, empfiehlt sich aber für große und trendige Szenenrestaurants.

Um die Akustik zu verbessern, können auch bauliche Maßnahmen getroffen werden, denn meist sind die Räume zu "hallig". Am wirksamsten sind hier Akustikdecken – hier gibt es mittlerweile Produkte, die wie feiner Putz aussehen. Wirksam sind natürlich Vorhänge und Polster. Bei schallharten Böden hilft es schon, die Flächen unter den Tischen mit Schallschluckmaterial zu versehen, insbesondere dann, wenn man im Restaurant keine Tischdecken benutzt.

DER STIL DES HAUSES

Um erfolgreich zu sein, muss sich ein Restaurant von anderen abheben – es muss unterscheidbar sein, also Alleinstellungsmerkmale, die so genannten "USP's" haben. Jeder Restaurateur sollte sich die Aufgabe setzen, ein eigenes "Branddesign", eine eigene "Corporate Identity" zu entwickeln.

NACHHER



Der Restaurateur muss sich seines eigenen Stils, seiner Philosophie bewusst sein. "Wer bin ich? Was will ich dem Gast vermitteln? Was repräsentiert meine Küche." Hier findet sich daher die Hauptaufgabe eines Architekten, der in mehreren Gesprächen mit dem Betreiber den Stil des Hauses herausarbeiten und formulieren muss, um danach die Philosophie durch Farben und Materialien widerzuspiegeln. Man stelle sich allein die unterschiedliche Wirkung von Pastellfarben und altem Holz gegenüber Blau- und Grautönen, mit Aluminium und Granit vor. Beides wird zu einem identifizierbaren Design führen, kann aber kaum denselben Restaurateur widerspiegeln.

LANGLEBIGKEIT, KOSTENBEWUSSTES BAUEN

Eine gute, umfassende Planung, also die Erarbeitung eines weit vorausschauenden Gesamtkonzeptes verhindert, dass der Eigner nur nach dem neusten Trend baut. Vielmehr sollte er ein seine Lebensphilosophie widerspiegelndes, langlebiges Restaurantkonzept, unter Berücksichtigung der zukünftigen Funktionen und Visionen entwickeln, das ihn

auf Jahre, ja sogar Jahrzehnte begleitet. Insofern spart man am falschen Ort, wenn man versucht, Entwicklungsarbeit zu sparen und nach dem jeweiligen Trend baut, der dann in ein paar Jahren bereits "alt" aussieht. Dabei werden meist wichtige Raumfunktionen nicht bedacht, deren spätere Änderungen, nicht mehr möglich sind oder nur unter weitaus höheren Kosten. Hier kann man durch sorgfältige Planung zu Beginn sehr viel Geld sparen.

Weitere hohe Kostenfaktoren sind die Gebäudebestandteile, insbesondere statische Veränderungen, Technik, Küche und Lüftung. Es lohnt sich, zu Anfang viele Angebote einzuholen und genau abzuklären, was man tatsächlich braucht. Techniker wollen oft den "Mercedes mit Luxusausstattung" verkaufen und argumentieren dabei mit DIN-Empfehlungen, ohne dass diese wirklich Vorschriften sind. Selbst bestehende Vorschriften sind oft Auslegungssache, die der Techniker begründen müsste. Der Unterschied zu einfacheren, kostengünstigeren Lösungen ist oft kaum

spürbar, oder wenn, dann nur an ganz wenigen Tagen im Jahr. Wie ausgeführt wird ein Großteil der Atmosphäre über Licht erzeugt. Hier gilt zu entscheiden, ob man klassisch installiert oder ein BUS System anstrebt.

Das BUS System ist deutlich teurer, (rund 50 Prozent), lässt aber alle Möglichkeiten der vorprogrammierten Lichtsteuerung offen. Das klassische System muss vom Gastronom mit Dimmern nach genauen Vorgaben gesteuert werden. Dabei ist es psychologisch und damit atmosphärisch ganz wichtig, dass die Tageszeitanpassungen genau ausgeführt werden, und dies geht auf keinen Fall mit den üblichen Tastdimmern.

Licht und Akustik sind Maßnahmen, die maßgeblich zur Atmosphäre beitragen und genauso wie Einrichtung und Deko von Anfang an ausreichend im Budget berücksichtigt sein müssen, damit nicht zum Schluss für das, was der Gast atmosphärisch am meisten wahrnimmt, das Geld fehlt.

ARCHITEKT ODER "SELBST IST DER MANN"?

Es gibt Hobbyköche, die super kochen, ebenso gibt es Gastronomen, die ein Händchen für das Ambiente ihres Betriebes haben; intuitiv wissen, was ihrem Stil entspricht, insbesondere bei der Darstellung der Besonderheiten ihres Betriebes.

Die meisten sind aber eher hilflos, wenn es um Lichtdesign, Atmosphäre und Herausarbeiten der Alleinstellungsmerkmale geht. Abgesehen davon, dass die meisten Gastronomen genauso betriebsblind sind wie andere Unternehmer auch und vieles aus ihrer Sicht

und nicht aus der Sicht des Gastes sehen. Allein der Profi, der die gleiche oder ähnliche Problematiken bereits dutzend-, wenn nicht hundertmal untersucht hat, vermeidet die üblicherweise entstehenden Fehler und kann durch gezielte Fragestellung konsequent herausarbeiten, was den Stil des Hauses am Besten widerspiegelt.

Eine Top-Küche, ein Top-Service, eine Top-Weinberatung wird meist von Profis ausgeführt. Dennoch meinen manche Gastronomen, sie könnten Architektur, Innenarchitektur, Lichtdesign und Marketing selbst auch noch gut ausführen, nachdem es ja oft nicht einmal die Profis auf diesem Gebiet schaffen. Doch selbst bei den Profis wird es schwierig. Der Restaurantausstatter hat Produkte von der Stange und eine relativ einseitige Sichtweise. So etwas verhindert die oben genannten Alleinstellungsmerkmale und individuelle Konzepte, aber auch die Langlebigkeit.

Die individuellen Lösungen der Hochbauarchitekten sind außerdem oft sehr objektbezogen, verwirklichen meist deren Designideen, stellen auf äußeres Design ab und verursachen hohe Bausummen. Selten wird die Funktionalität berücksichtigt, oder wie Gäste sich atmosphärisch fühlen.

Innenarchitekten berücksichtigen – wie der Name schon sagt – die Perspektive des Innenraums und damit des Benutzers. Bei ihnen ist daher die Wahrscheinlichkeit, dass die Bedürfnisse des Gastes und der Betreiber berücksichtigt werden, deutlich höher. Der Kunde muss allerdings überwachen, dass sein Innenarchitekt sich vor allem auf das Konzept

tionelle konzentriert und sich nicht in Details, wie dem "optimalen Türgriff", verliert.

Der Bauherr hat die wichtige Aufgabe, seine Philosophie und Visionen zu definieren und zu formulieren. Nur so kann sich der Innenarchitekt ein "3-D-Bild" des Betriebes machen. Allerdings muss der Bauherr von Beginn an klarstellen, dass er ein eigenes Design benötigt. Man kann sich dabei durchaus von anderen inspirieren lassen, sollte diese aber nicht kopieren.

Ebenso wichtig sind funktionelle und wirtschaftliche Vorgaben. Hier ist insbesondere zu beachten, dass die Budgets genauestens durchdacht und berechnet werden und der Architekt dies auch als Vorgabe bekommt. <

BIRGIT NICOLAY

ZUR PERSON

Birgit Nicolay ist freie Innenarchitektin, Designerin und Lichtdesignerin. Sie hat in Stuttgart ein Büro für Architektur, Design und Lichtdesign, sowie eine Agentur für Corporate Design, welche sich auf Marketingkonzepte spezialisiert hat und baut an ihrem zweiten Wohnsitz in New York zur Zeit ein weiteres Büro auf.

Zu ihren Kunden zählen hauptsächlich gehobene Restaurants, individuelle Hotels und namhafte Weingüter im deutschsprachigen Raum. Bis vor neun Jahren war sie auch noch an einem Stuttgarter Weinhandel für Weine aus aller Welt beteiligt, den sie mit ihrem verstorbenen ersten Mann aufgebaut hatte. Daher kommt auch ihre Affinität zu Wein, Essen und Reisen.

> www.nicolay-raumdesign.de

www.WeinCash.de
Auktionen mit kontrollierten Spitzenweinen

Weine kaufen – Weine verkaufen

- Der Käufer ersteigert einen von uns kontrollierten Spitzen-Wein
- Der Einlieferer bekommt dafür Cash!
- Dazwischen steckt unser – vom Wein fasziniertes und kompetentes – WeinCash-Team.