

„Wir setzen Erinnerungsanker“

Die Innenarchitektin über schlechte Plätze, gutes Licht, schwierige Auftraggeber, gelungene Konzepte und aktuelle Trends im Restaurant- und Hoteldesign.

➤ Frau Nicolay, was war der hässlichste Gastraum, in dem Sie je saßen?

Nicolay: Viele meiner Kunden hatten hässliche Räume. Viele unserer Projekte involvieren Neupositionierungen durch die nächste Generation, oder die Übernahme einer etablierten Gaststätte oder eines Hotels durch junge Unternehmer. Die Jungen verstehen, dass so schön das Traditionelle sein kann, manches veraltet und leider sogar hässlich ist. Ich erinnere mich an zwei meiner ersten Aufträge, der Landgasthof Paulus in Nonnweiler und Rüssels Landhaus in Neurath/Wald. Die neuen Eigentümer hatten eine Vision, die wir umsetzen durften. Für Letzteres haben wir im Jahr 2000 ein Gesamtkonzept entwickelt, das wir in einem Zeitraum von 15 Jahren Stück für Stück umgesetzt haben. Ähnlich war auch Alexander Hermanns Posthotel, das er neu übernommen hatte, und dass durch unser neues Konzept erfolgreich repositioniert wurde.

Wie gehen Sie üblicherweise vor?

Nicolay: Wir arbeiten in drei Bereichen: Consulting, Innenarchitektur und Lichtplanung. Unsere Gastro- und Hospitality-Consulting geht weit über das Feld der Innenarchitektur hinaus. Wir finden in vielen Gesprächen mit unseren Kunden heraus, was zu ihnen passt. Und dann entwickeln wir mit ihnen zusammen ein Konzept für die Zukunft. Wie einen Maßanzug. Anschließend übertragen wir die erarbeiteten Vorstellungen ins Dreidimensionale. Das ist dann der Schritt in die Innenarchitektur.

Auf was achten Sie dabei besonders?

Nicolay: Oft geht es zunächst gar nicht um Stil oder Design, sondern um ganz praktische Dinge: Wie müssen Tische angeordnet sein? Wo ist die Küche optimal platziert? Wie weit ist der Weg zum Gast? Funktionieren die Grundrisse so, dass die Gäste sich wohlfühlen? Jeder will zum Beispiel mit dem Rücken zur Wand sitzen, aber es gibt natürlich immer einen, der gegenüber sitzt – auf dem schlechten Platz. Aber dafür gibt es Lösungen, etwa einen Spiegel, und schon ist der Platz gut. Was gar nicht geht, sind einzelne kleinere Tische in der Mitte des Raumes. Dort fühlen sich Gäste unsicher und beobachtet. Eben unbehaglich. Hier wären Vierer-Tische oder ein Community Table, die Lösung. In der Gruppe fühlen sich Menschen sicher und wohl. Und darum geht es, das ist erst einmal stilunabhängig. Da können wir Ratschläge geben, genauso wie für Hotelzimmer.



Foto: Frieder Daubenberger

Welche sind das?

Nicolay: Oft steht das Bett im Zimmer mit Blick auf die Wand, womöglich hängt dort auch noch ein schreckliches Bild. Besser ist es, das Bett in Richtung Fenster zu drehen. Dadurch entsteht ein Höhlengefühl, der Gast fühlt sich geborgener, und er hat einen Ausblick. Oder im Wellnessbereich: Was können wir tun, damit sich die Menschen im Schwimmbad wohlfühlen? Die richtigen Farben spielen natürlich eine Rolle, aber auch die Gestaltung des Pools. Wenn man den Pool 30 Zentimeter höher setzt, schwimmt der Gast nicht mehr auf Fußnagelhöhe. Es ist ein viel angenehmeres Gefühl, etwas erhöht zu schwimmen. Außerdem ordnen viele Architekten den Pool immer noch quer zum Raum an, obwohl auch beim Schwimmen der Gast nach draußen schauen will und nicht auf die Wand. Mit der Wohlfühlkomponente beschäftigen wir uns sehr stark und deshalb funktionieren unsere Projekte auch immer.

Birgit Nicolay

Seit dem Jahr 2000 ist Birgit Nicolay als Innenarchitektin, Lichtplanerin und Consultant für Restaurants und Hotels selbstständig (www.nicolay-design.com). Ihre zweite Leidenschaft gehört dem Wein. Mit ihrem Mann führte sie viele Jahre einen Weinhandel in Stuttgart. Birgit Nicolay lebt und arbeitet in Stuttgart und New York.

Es gab nicht eines, das mal nicht so lief, wie gedacht?

Nicolay: Alle haben funktioniert. Es gab natürlich schon Kunden, die nicht das ganze Paket wollten und Dinge teilweise selbst umgesetzt haben. Das wird dann eben nicht so toll. Aber meistens kommen die Leute ja zu mir, weil sie von anderen wissen, dass es funktioniert und deswegen hören sie auf meinen Rat. Die oben erwähnten Landhäuser funktionieren auch heute, nach vielen Jahren, noch bestens. Ein weiteres Beispiel ist die Schlemmereule in Trier, die selbst nach vielen Jahren noch attraktiv ist. Ein neueres Beispiel ist das Tschebull in Hamburg. Das hat eine schlechte Lage: Fußgängerzone und erster Stock. Beides ist für ein Restaurant

➤ Zurzeit sind Blumenmuster auf dunklem Hintergrund in.

nicht gut. Doch es lief von Anfang an prächtig. Das liegt einerseits an der ausgezeichneten Küche und den herzlichen Gastgebern, aber eben auch an dem ausgefeilten österreichischen Konzept, das wir für dieses Restaurant mit 160 Plätzen gestaltet haben, sowie die ausgeklügelte Lichtplanung.

Wie würden Sie ihre Arbeitsweise beschreiben?

Nicolay: Meine Optik, mein Design, kommt aus der Geschichte. Wir extrahieren, was einen Betrieb besonders, also unique, macht. Womit er auffällt und haften bleibt, und was einen Erinnerungsanker setzt, wie wir sagen.

Also das, was heute neudeutsch Storytelling heißt?

Nicolay: Ja, auch das. Wir machen das allerdings schon seit mehr als 15 Jahren so. Ich wusste, da geht die Reise hin: „Was ist das Besondere und wie kann ich diese Geschichte erzählen und in Konzepte und Räume umsetzen?“ In der Seezeitlodge, einem neuen Wellnesshotel im Saarland zum Beispiel, haben wir die Nähe des größten keltischen Ringwalls genutzt und das Thema Kelten, ihre Mystik und Symbolik, durch das ganze Haus gezogen.

Wie kommen Sie auf Ihre Ideen?

Nicolay: Ich reise sehr viel. Wir haben ein Büro in New York, regelmäßig besuche ich Paris, Barcelona und andere europäische Metropolen. Außerdem bin ich Mitglied im Leaders Club, einer Vereinigung innovativer Gastronomen. Ich bin immer auf der Suche nach neuen Entwicklungen und Möglichkeiten, sehe wie sich Dinge ändern und bringe das ein in meine Arbeit.

Wie wenden sich Gastronomen und Hoteliers an Sie?

Nicolay: Die meisten kommen über Empfehlungen von Kollegen. Oder sie sehen in anderen Häusern, was wir gemacht haben und kommen dann zu mir.

Haben Sie auch schon einmal einen Auftrag abgelehnt?

Nicolay: Das kam schon vor, man arbeitet ja sehr eng zusammen, da muss die Wellenlänge schon stimmen. Wenn ich nach ein, zwei Gesprächen merke, dass ich gar nicht verstanden werde, verabschiede ich mich freundlich.

Zum Schluss der Blick in die Kristallkugel: Welche Trends sind in Sicht?

Birgit Nicolay: „Technik wird an Einfluss gewinnen, etwa das Projizieren der Speisekarte und der Tischdecke auf den Tisch.“

Nicolay: Table Restaurants werden weiterhin ein Thema sein, also Lokale mit einer großen Theke rund um die Küche. Zwei spannende Konzepte sind die Restaurants Atera und Momofuku in New York. Ebenfalls im Kommen, gerade auch weil Nachhaltigkeit selbstverständlich wird: Restaurants, in denen Produkte selbst angebaut und geerntet oder hergestellt werden. Im Freien sind Hochbeete mit Kräutern und Gemüsen angesagt, zwischen denen die Gäste sitzen, essen und trinken. Und im Innern das Vertical Gardening, beispielsweise das oben erwähnte Atera oder das Good Bank in Berlin. Digitalisierung und E-Commerce werden auch in der Gastronomie weiter zunehmen. Technik wird an Einfluss gewinnen, etwa das Projizieren der Speisekarte und der Tischdecke auf den Tisch und das Schaffen unterschiedlicher Stimmungen im Gastraum mittels Projektion. DJs und Musik wird es verstärkt geben. Immer wichtiger werden Licht und Lichtsteuerung. Die meisten wechseln Lampen mit Licht. Am besten ist es, wenn das Licht auf den Tisch scheint und die Gäste im Schatten sitzen. Bei der Raumgestaltung werden Textilien wieder mehr angenommen. Sie vermitteln Heimeligkeit und sind, wenn etwas geändert werden soll, leicht austauschbar. Trends bei der Wandgestaltung kommen oft aus der Mode. Zurzeit sind Blumenmuster auf dunklem Hintergrund in. Angefangen damit hat vor ein paar Jahren Dolce & Gabbana. Ein Comeback feiern Blumenampeln und Pflanzen

Und in der Hotellerie?

Nicolay: Hier sehe ich Neuerungen weniger bei Gestaltung und Innenausbau, sondern eher bei dem Thema Lifestyle, Service auch für Locals, die Leben im Hotel bringen und mobiles und digitales Buchen. Das sollte künftig einfacher gehen und so, dass der Hotelier sofort mit dem Gast Kontakt aufnehmen kann. Es gibt viele Start-ups, die in diesem und verwandten Bereichen tätig sind. Ich rate Hoteliers, hier am Ball zu bleiben und auch kleinen, innovativen Anbietern eine Chance zu geben.



Redakteur
Holger Zwink
h.zwink@ahgz.de