

Markt

Design oder nicht sein?

Der Gast von heute hat die Qual der Wahl – und er ist verwöhnt. Gutes Essen, freundliches Service, ein akzeptables Preis-Leistungs-Verhältnis: Alles Dinge, die in einem guten Gastronomiebetrieb selbstverständlich sind.

Bei der Masse an Angeboten wird es aber immer schwieriger, sich vom Mitbewerber zu unterscheiden. Eine Möglichkeit dafür bietet ein bestimmtes, eigenständiges Angebot: die größten Pizze, die beste Musik, die umfangreichste Bierauswahl. Eine andere Form von Zusatznutzen für den Gast erreicht man durch ein spezielles, unverwechselbares Design. Wobei Design nicht unbedingt mit moderner Stahl-Glas-Architektur gleichgesetzt werden darf.

Design ist auch die Verwendung von Holz und Stein in einem ländlichen Betrieb oder das Arbeiten mit Teppichen, Kristallustern und großen Gemälden in einem Grand Hotel.

Auch das Aufgreifen eines bestimmten Themas lässt sich designtechnisch umsetzen, sei es im Jägerstüberl, im Künstler-Café oder in der orientalischem angehauchten Lounge.

Sich mit Stil wohlfühlen

Ein anschauliches Beispiel für zeitgenössisches gutes Design liefern **Marco Arnold** und **David Hellebart** mit ihrem Innsbrucker Lokal „biss.ness“, das Anfang Jänner 2006 seine Pforten geöffnet hat. Der Name ist gleichzeitig Synonym für die Philosophie des Hauses: Das Hauptaugenmerk liegt beim Mittagsgeschäft und bei den Geschäftsessen. „Business mit Biss“ eben. Gelernt haben die beiden Besitzer gemeinsam in der

Innsbrucker Tourismusschule „Villa Blanka“. Nun setzen sie ihr Können im eigenen Betrieb um und haben ihre Vorstellungen von einem modernen Café-Restaurant mit Lounge-Atmosphäre realisiert. Der Boden aus Räumchereiche, die Sitzgarnitur aus schwarzem Leder und das grün-braune Farbgefüge bilden ein harmonisches Ganzes.

„Gutes Design ist heute eine Verkaufshilfe, ein Zusatznutzen für den Gast.“, erklärt **Marco Arnold** im Gespräch mit progastro. „Das richtige Design trägt dazu bei, dass man sich wohlfühlt, dass auch die Stimmung passt. Das ganze Ambiente wird beeinflusst.“ Und gutes Design werde von den Gästen heute erwartet. Dabei sind Gäste nach Arnolds Erfahrung durchaus auch bereit, dieses Extra zu honorieren, sprich dafür etwas höhere Preise zu zahlen, solange die Standards wie Qualität beim Essen oder freundliches Personal auch stimmen.

„Kulturschock“ bei Hanner

Jemand, der sich mit dem Thema „Design“ sehr stark auseinandergesetzt hat, ist der mit drei Gault-Millau-Hauben dekorierte Koch **Heinz Hanner** aus Mayerling. Früher hieß sein Restaurant „Kronprinz“ und so ähnlich war auch das Interieur angelegt, Franz-Josefs-Büste inklusive.

2004 fand dann ein radikaler Umbau statt, weg von allen Schnörkeln, hin zu puristi-

„Gutes Design ist heute eine Verkaufshilfe, ein Zusatznutzen für den Gast.“

Marco Arnold.



Restaurant Hanner

schen und modernen Materialien. „Vor allem viele Stammgäste waren am Anfang ziemlich verstört. Für die war das ein regelrechter Kulturschock.“

Manche waren enttäuscht, sogar empört und ein paar sind auch nie wieder gekommen“, gibt Hanner zu. Die meisten sind dann aber doch zurückgekehrt („Gewohnheit ist eine der stärksten Triebfedern“), und gerade durch das Design hat er auch zahlreiche neue Gäste gewinnen können.

Gutes Design ist für Hanner heute eine Notwendigkeit: „Mit klassischem, nichtssagendem Interieur hat man heute kein Leiberl mehr.“ Hanner: „Radikale Design-

änderungen sind – abhängig von der Zielgruppe – immer riskant. Speziell bei einem hohen Stammgästeanteil.“

Form follows function

Wichtig sei es aber, dass die Funktion vor die Form zu stellen sei. „Gutes Design soll die tägliche Handhabung von Dingen vereinfachen und nicht erschweren. Und zwar sowohl für den Gastromomen als auch für den Gast.“

„Radikale Änderungen sind immer riskant. Design ist eben oft auch eine Verständnis- und Gewohnheitsfrage.“

Heinz Hanner.

Heinz Hanners Resümee: „Design in einem Lokal ist ein Zusatznutzen. Die Grundparameter müssen trotzdem stimmen. Aber wenn alles passt, dann rechtfertigt gutes Design auch einen etwas höheren Preis.“



David Hellebart (li.), Marco Arnold (re.)
biss.ness cafe.restaurant
Grabenweg 64
6020 Innsbruck
Tel.: 0512/36 31 82
www.bissness.at



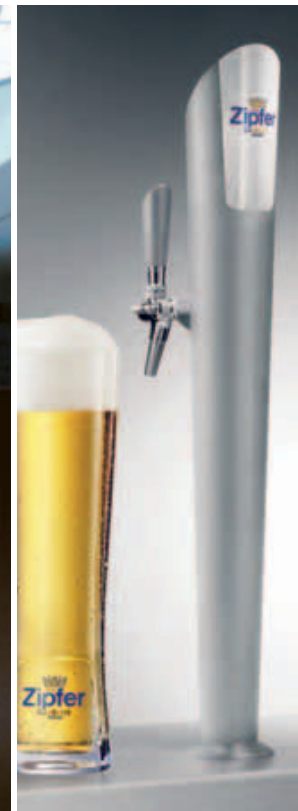
Restaurant Hanner
2534 Mayerling 1
Tel.: 02258/2378
www.hanner.cc



Die Spitz-Loungecouch



Eigens konzipierte Lichtkörper und Lichtinstallationen



Spitz-Hotel
Fiedlerstraße 6, 4040 Linz
www.spitzhotel.at



Regina Wölger



Isa Stein

**Weltweit einzigartig:
Das „Culture & Style“-Hotel in Linz**

Mit einem Re-Launch der besonderen Art geht das traditionelle Spitz-Hotel in Linz gastronomisch neue Wege. Ausgerichtet auf Architektur & Design, stellt das neu eröffnete Spitz-Hotel ein weltweit einzigartiges Projekt dar. Geplant wurde das erste „Culture & Style“-Hotel schon mit Blick auf 2009, das Jahr, in dem Linz europäische Kulturhauptstadt sein wird.

Kooperationen mit den bedeutendsten Linzer Kulturstätten prägen das Design des Hauses. Jedes Stockwerk orientiert sich an einer Linzer Kunst- bzw. Kulturstätte. „Diese Form der Kooperation ist ein Unikat – wir vereinen Stil und Kultur in einem Hotel und schaffen gleichzeitig eine geistige Verbindung zur Stadt“, beschreibt Hotel-direktorin **Regina Wölger** das Konzept. Das 73-Zimmer-Hotel wird in weiterer Folge auch als Präsentationsplattform für die Linzer Kulturinstitutionen dienen.

**Kunst und Architektur als
harmonische Verbindung**

Wichtig war und ist demnach die Zusammenarbeit mit regionalen Künstlern. Umgesetzt – architektonisch wie auch künstlerisch – wurde das Projekt von der Linzer Architektin **Isa Stein**. Nach zahlreichen Auslandsaufenthalten hat sie die Stadt Linz für sich wiederentdeckt. Ihre Arbeiten zeichnen sich durch Individualität und Design, aber auch Behaglichkeit und Wohnbarkeit aus. Für interessante Wohnobjekte sorgte **Andreas Thaler**. Die „Spitz-Loungecouch“ ist schon jetzt ein Key Piece des Hotels.

Für die richtige Lichtstimmung zeichnet **Ernst Mitterndorfer** verantwortlich. Durch die eigens für das Hotel konzipierten Lichtkörper und Lichtinstallationen entfaltet sich eine ganz besondere Atmosphäre.

Spezielle Akzente setzten die zahlreichen Studenten der Kunstuniversität Linz, die sich im gesamten 4. Stockwerk mit dem Projekt „Design it!“ verwirklichen durften.

**Zipfer, ein Zeichen gepflegter
Trink-Kultur**

„Fortschrittlich in allen Bereichen soll es dem Gast an nichts fehlen“, lautet das Motto des Hauses. Mit viel Fingerspitzengefühl wurden nicht nur Architektur- und Designelemente aufeinander abgestimmt, auch das Thema Ess- und Trink-Kultur hat im „Culture & Style“-Hotel einen besonderen Stellenwert. Das Spitz-Hotel beweist dementsprechend auch bei der Wahl der Biermarke das richtige Feingefühl. Gäste des Spitz-Hotels genießen Zipfer-Bier im exklusiven Design-Glas, frisch gezapft von der attraktiven Zipfer-Schanksäule, die neben der perfekten Funktionalität auch von innenarchitektonischer Bedeutung ist. Im Besonderen beeindruckt die hinterleuchtete, dem Gast zugewandte Rückseite der Zapfsäule.

„... die zahlreichen Industriekapitäne, die sich zu Hause mit Architektur, Kunst und Kultur auseinandersetzen. Die suchen nach diesen Werten auch in der Gastronomie.“

Gerald Kiska.

**Design als Erfolgsfaktor der
Gastronomie**

Als Premium-Marke setzt Zipfer durch die Entwicklung einer neuen Design-Linie besondere Akzente. Die international renommierte Designschmiede Kiska wurde im vergangenen Jahr mit der Entwicklung eines Marken-Designs speziell für die Gastronomie beauftragt. „Die Gastronomie von heute steht vor einer neuen Generation von Gästen“, beschreibt der Designer **Gerald Kiska** die Lage. „Denken Sie nur an die zahlreichen Industriekapitäne, die sich zu Hause mit Architektur, Kunst und Kultur auseinandersetzen. Die suchen nach diesen Werten auch in der Gastronomie. Ich danke daher den Verantwortlichen von Zipfer für ihr Engagement in die richtige Richtung!“ ■



Gerald Kiska