32. Jahrgang 2 Euro

GastroHotel

www.gastrotel.de

gwverlag www.gwverlag.de

Nr. 3 . 2016

Unabhängiges Fachmagazin für Unternehmer und Manager in Gastronomie und Hotellerie

HACCP
Hygienestandards richtig umgesetzt

Kombidämpfer
Wenn der Gastronom zum Bäcker wird

Maisel's in Bayreuth
Die Bier-Erlebnis-Welt

Die Basis fürs To-go-Geschäft
Ohne Backwaren läuft es nicht

Mit 35.236 Abonnenten abostärkster IVW-geprüfter Fachtitel im deutschen Gastgewerbe

Objekt-Einrichtung

Weißbier & Biermixe

Wieder da: Wermut

Einrichten mit Werten

René Kottmann

Einrichtung als Marketinginstrument: Wie man ein gastronomisches Konzept konsequent und nachhaltig von der Einrichtung her aufzieht. *Von Silvia Rütter*

Wenn René Kottmann vom Bielefelder Unternehmen Colourform Raumplanung und Marketing in Einrichtungen denkt, ist das für ihn mehr als die Ausstattung eines Restaurants oder die Umsetzung einer CAD-Skizze. Er gestaltet gemeinsam mit dem Gastronomen die Idee, geht mit ihm in die Details des Konzepts und des Angebots und lässt dabei seiner Kreativität freien Lauf. Nur wenn eine Gastronomie durch und durch authentisch ist, ist er zufrieden. Gelebte Nachhaltigkeit hat sich Colourform ebenfalls auf die Fahne geschrieben. Da können ausrangierte Fahrradteile schon mal kunstvoll zu einer Stierkopf-Plastik für ein Steakrestaurant arrangiert werden.

Stimmige Konzepte

Es ist Kottmann wichtig, dass ein Restaurant oder eine Bar eine eigene Geschichte erzählt, und die muss bis ins letzte Detail glaubwürdig sein. So kleinteilig er an die Planung geht, so umfassend ist sein Anspruch, wenn es um den ganzheitlichen Auftritt einer Gastronomie geht. Zusammen mit eigenen Mitarbeitern und externen Partnern bietet er alle Zutaten für ein ganzheitliches Erscheinungsbild an – vom Unternehmenslogo über den Slogan und die Visitenkarte bis hin zur Internetseite. Wenn der öffentliche Auftritt nicht zum gastronomischen Konzept passt, läuft der Erfolg ins Leere, weil falsche Erwartungen geweckt werden. „Am liebsten machen wir alles – dann wissen wir, dass es aus einem Guss ist und passt", so Kottmann. Und natürlich tauchen diese Bestandteile dann auch wieder in der Einrichtung auf.

Es gibt Konzepte, die auf einer Corporate Identity und einem dazu passenden Logo aufbauen, so dass stets ein Wiedererkennungswert gegeben ist. So wird bei jedem Kontakt durch die ganzheitliche Präsentation eine Erinnerung ausgelöst. In seiner früheren Festanstellung hatte es René Kottmann immer gestört, dass viele Firmen und Personen unabhängig voneinander an einem Konzept gearbeitet haben, welches im Ergebnis selten stimmig war. Der Grafiker hatte ein Logo entworfen, der Webdesigner die Internet-Seite, und die Einrichtung hatte wieder eine andere Ausstrahlung. „Oft bekam ich damals Kommentare von Kunden, wie ‚Die Einrichtung ist super, aber das Logo passt überhaupt nicht dazu.' Als Festangestellter hatte ich aber keinen Einfluss auf diese Faktoren, denn ich war nur mit der gestalterischen Planung beauftragt. Für mich habe ich aus dieser Erfahrung erkannt, dass genau diese ganzheitliche Planung die Zukunft ist und habe danach mein Unternehmen ausgerichtet. So ist das Konzept für Colourform entstanden."

Der erste Eindruck zählt

Für Kottmann ist es wichtig, dass alle Elemente stimmig sind. Schließlich informieren sich viele Menschen im Internet über ein Restaurant, welches sie besuchen möchten. Schon hier bildet sich die erste Beurteilung. Schafft die Website es nicht, den Charakter des Restaurants wiederzugeben, wird sich der Kunde überlegen, ob er einen Fuß vor die Tür setzt. Eventuell können hinterlegte Bewertungen den Eindruck noch relativieren, doch das ist schwierig.

Typisch italienisch: Die Bar Centrale in Bielefeld konzipierten René Kottmann und Colourform als legere Begegnungsstätte – ausgestattet mit hochwertigen Materialien und individuell inszeniert

Genauso wichtig wie ein ganzheitliches Erscheinungsbild ist für René Kottmann das Vermitteln von Werten: „Laut einer Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach sind Ehrlichkeit, Gerechtigkeit, Respekt und Treue die wichtigsten Werte für die Deutschen. Wenn man keine Werte verkörpert, kann man das auch nicht glaubwürdig darstellen. Man kann zwar Konzepte über Preis oder Masse etablieren, aber das ist oft mit Stress, Unzufriedenheit und einer hohen Mitarbeiterfluktuation verbunden. Bietet man Mehrwert an, geht es um das Verwöhnen der Gäste, aber auch darum, sich und den Mitarbeitern eine angenehme Arbeitsumgebung zu schaffen. Überzeugte Mitarbeiter bleiben dem Unternehmen treu, was angesichts des Fachkräftemangels ein wichtiges Kapital ist. Der Konsument verlangt Mehrwert und ist bereit, dafür zu bezahlen. Er will Transparenz, Qualität und eine menschliche Note. Wichtig ist, dass der Gastronom authentisch ist und auch nicht zu viel verspricht. Ich behaupte: Ohne gelebte Werte gibt es keine Qualität."

Gelebte Nachhaltigkeit

René Kottmann betrachtet nachhaltiges und ökologisches Design als gesellschaftliche Aufgabe und keinesfalls als Trend. Das bedeutet für ihn, materialeffizient und materialgerecht zu agieren, energieeffizient zu arbeiten, schadstoff- und abfallarm zu produzieren. Es kann auch sein, dass ein Material nicht alle Ansprüche an Ökologie erfüllt, aber durch seine Langlebigkeit wiederum doch geeignet ist, so etwa bei Mineralwerkstoffen. Kottmann: „Als Designer und Berater unserer Kunden haben wir auch einen großen Einfluss darauf, ob sozialverträgliche Arbeitsbedingungen oder ausbeuterische Produktionsprozesse gefördert werden. Für mich bedeutet Nachhaltigkeit auch, den Kunden als Partner zu sehen und partnerschaftlich zu handeln. Deshalb haben wir zum Beispiel einen Festpreis für das Logodesign. Wir arbeiten so lange daran, bis Auftraggeber und Mitarbeiter mit der Lösung einverstanden sind."
Für den Unternehmensgestalter ist es wichtig, Nachhaltigkeit vorzuleben, auch wenn es nicht immer einfach ist. Das bedeutet ▸

Fotos: Colourform

Im Jugendstil-Restaurant Zum Raben in Bielefeld übernahm Colourform bestehende Elemente. Neu ist das illuminierte Rückbüfett, das seitdem deutlich zum erhöhten Umsatz von Spirituosen und Cocktails beiträgt

auch, bestimmte Aufträge abzulehnen. Nie würde er eine Spielothek oder eine Burger-Kette einrichten.

Echt italienisch

Als der Betreiber der heutigen Bar Centrale in Bielefeld zu Colourform kam, hatte er nur einen Wunsch: ein Restaurant, in dem man einfach und authentisch italienisch essen kann. Colourform entwickelte daraus das Konzept der „Bar Centrale". René Kottmann: „In Italien gibt es in jedem Ort eine Bar Centrale. Hier trifft man sich." Die Gäste kommen auf einen Kaffee oder essen eine Kleinigkeit, und natürlich darf auch ein gutes Glas Vino nicht fehlen. Entsprechend ist die Atmosphäre dazu entspannt und familiär ohne hochgestochene Attribute. Das drückt sich natürlich auch in der Einrichtung aus. Viel Holz schafft ein warmes, unaufdringliches Ambiente – vom Echtholz-Eichenboden bis zum Mobiliar aus geöltem Nussbaum. Die Wertigkeit zeigt sich auch im Biancone Naturstein mit fossilen Einschlüssen in den Sockelbereichen, in den Arbeitsplatten und in der Thekenplatte. Die über 15 Meter lange Theke ist das Herzstück der Bar und heißt die Gäste willkommen. Schlichte, schwarze Bistro-Sitzgruppen und klassische Holzhocker ergänzen das Ambiente. Da der Betreiber leidenschaftlicher Musiker ist, wurde auch eine DJ-Anlage mit Mischpult für Sessions eingebaut. Diese verschwindet, ebenso wie der Fernseher an der Wand, hinter Türen aus Tafellack, die als Speisekarte oder für Programmankündigungen fungieren.

Das gastronomische Konzept vereint eine italienische Cafébar, Frontcooking mit frisch zubereiteten Lebensmitteln sowie den Verkauf von Delikatessen. Die nachhaltige Küche setzt auf regionale und saisonale Zutaten, die nach authentischen Familienrezepten frisch zubereitet werden: ob Melanzane oder Kalb, ob Pizza oder Burrata. Convenience und Geschmacksverstärker sind Fremdworte. Dass die Bar Centrale mit ihrem kleinen Angebot etwas Besonderes ist, zeigt auch die von einem feinen Lederband umgürtete Speisekarte.

Zur unverwechselbaren Story der Bar Centrale gehört die Espressomaschine Faema E61, die für Baristas ein absolutes Objekt der Begierde ist. Sie wurde nach der Mondfinsternis benannt, die im Jahr ihrer Entstehung 1961 stattfand. Sie war damals die erste Zweikreismaschine mit einem Wärmetauscher und wird noch heute produziert.

Steak & Wein als Kernkompetenz

Im Restaurant „Bei Ivo" in Detmold stand ein Generationenwechsel an. Die beiden Söhne waren in die Fußstapfen ihrer Eltern getreten. Die Wertigkeit der Küche mit mediterranen Spezialitäten und Schwerpunkt auf gegrilltem Fleisch sowie guten Weinen sollte sich in einer neuen Einrichtung manifestieren, die die neuen Ideen und die gelebte Nachhaltigkeit des jungen Teams zum Ausdruck bringt. Aber auch die traditionellen Werte der Eltern galt es in dem Konzept zu berücksichtigen. Das Team von Colourform entwarf eine kreative Lösung im Vintage-Stil, die beiden Generationen gerecht wurde.

Der bestehende Raum erhielt eine komplett neue Optik durch einen auffälligen, maßgefertigten Büfett-Weinschrank, der aus Bordeaux-roten Lamellen besteht und die Assoziation eines Gewölbekellers erweckt. Die dort präsentierten Weine gewinnen an Wertigkeit durch ihre Beleuchtung. Der Gast ▸

FACTS

- Das Bielefelder Unternehmen Colourform ist auf ganzheitliche Inneneinrichtungs-, Design- und Marketingkonzepte spezialisiert
- Im fünfköpfigen Team arbeiten Planer und Designer
- Nachhaltigkeit wird als gesellschaftliche Aufgabe verstanden und ist fester Bestandteil der entwickelten Konzepte
- Beim Second Life Design werden gebrauchte Gegenstände und Materialen einem neuen Zweck zugeführt
- Hauptaktionsradius von Colourform ist Bielefeld, Gütersloh, Herford und der gesamte Raum Ostwestfalen-Lippe

www.colourform.de

Objekteinrichtungen

Stack Chair

AUS LEIDENSCHAFT HANDGEMACHT!

„Wir führen Pläne nicht nur aus - wir füllen Sie mit Leben.“

Qualität
hergestellt in Deutschland

Lounge SC

Novidades

Bologna

Stuhl Arosa

Sessel Mida

SC 9A12

Tisch Verona

Stuhl Milano

Stuhl Bergamo

Barhocker Plus

Mod 4213

Tisch X-Low

Fordern Sie kostenlos unsere Kataloge an oder besuchen Sie uns im Internet!

OBJEKTEINRICHTUNG
Stack Chair®
germany

Einrichten mit Erfolg !

Tischplatten
massiv in allen Beiztönen

Tradition. Perfektion. Passion.

jede Polsterart möglich.
Ausführung individuell und
durch Meisterhand gefertigt!

info@stackchair.de
www.stackchair.de

STACK CHAIR GMBH Objekteinrichtung
Carl-Zeiss-Straße 8 -12
D 49811 Lingen-Baccum

Tel. : + 49 (0) 591/ 96 49 77-0
Fax. : + 49 (0) 591/ 96 49 77-99

GEMEINSAM MIT DEM KUNDEN

Vier Fragen an Marcel Verhorstert, Geschäftsführer von P&M Furniture

Wie gehen Sie strategisch vor, wenn Sie eine Einrichtung planen?
Wir entwickeln die Konzepte zusammen mit den Kunden. Da wir seit vielen Jahren ausschließlich die Gastronomie beraten und beliefern, wissen wir, was funktioniert und was nicht geht. Gemeinsam am Tisch sprechen wir über Ziele, Zielgruppen, die Art des Restaurants und natürlich darüber, welche Art Einrichtung den Kunden gefällt. Meist beginnen wir schon im ersten Gespräch mit der Grundrisszeichnung. So kann man sich direkt abstimmen.

Wie sind die weiteren Schritte?
Es folgt eine 2D-Grundrissplanung und anschließend die Produktauswahl. Anhand des definierten Budgets und der Anzahl der Plätze kann man schnell filtern, welche Produkte dem Gastronomen gefallen und gleichzeitig finanziell passen. Dann folgt die Material- und Farbauswahl. Ist diese abgestimmt, erhält der Kunde ein finales Angebot und nach Beauftragung 3D-Renderings sowie bei Bedarf auch technische Zeichnungen. An letzter Stelle steht die Auftragsbearbeitung und Realisierung.

Welche Einrichtungstrends gibt es aktuell?
Der Urban oder Vintage Style ist nach wie vor im Rennen. Transparent pulverbeschichtetes Stahlrohr wird gerne mit Altholz kombiniert. Überhaupt sind natürliche Materialen wie Holz und Naturstein im Trend. Das liegt daran, dass von den Materialien an sich schon ein gewisses Wohlgefühl ausgeht. Natürlich gibt es auch designorientierte Einrichtungslösungen und rustikale Konzepte.

Worauf sollten Gastronomen bei der Einrichtung achten?
Vor allem darauf, dass alles aufeinander abgestimmt ist. Wir beschäftigen in unserem 35 Mitarbeiter zählenden Unternehmen Fachleute, die sich nur mit Farben und Materialien auseinander setzen. Ein anderes Team widmet sich den Grundrissen und der Möbelauswahl. Auch für Technik gibt es Spezialisten bei P&M. So entstehen bis ins letzte Detail durchdachte Lösungen.

www.pmfurniture.de

Maßgefertigte Lamellen und edel beleuchtete Bouteillen erwecken den Eindruck eines Wein-Gewölbekellers – „Bei Ivo“ in Detmold sitzt man kommod

kommt sprichwörtlich nicht am Wein vorbei, er begleitet ihn optisch selbstbewusst und selbstverständlich während des gesamten Essens. Kein Wunder, dass mit dem neuen Konzept die Weinumsätze deutlich angezogen haben. Der Ansatz „Einrichtung als Marketinginstrument“ hat hier voll seinen Zweck erfüllt. Übrigens: Die Lamellen wie auch die Unterschränke sind aus MDF gefertigt und wurden mit einem speziellen Hartwachsöl versiegelt. Durch partielles Nachölen können Gebrauchsspuren ganz einfach beseitigt werden – ökologisch und alltagstauglich zugleich.

Der Raum bietet Platz für kleine Sitzgruppen und einen geselligen Community Table. Für die Sitzgruppen wurden alte Schulstühle wieder aufgearbeitet und mit einem frischen Anstrich versehen.

Der berühmte Stierkopf, den man in jedem guten Steakrestaurant findet, besteht hier aus einem alten, Metall-umwickelten Rennradlenker und einem ausrangierten Fahrradsitz. Und doch sieht jeder sofort, was mit dieser nachhaltigen Plastik gemeint ist. Vintage und Nachhaltigkeit auch bei der Beleuchtung: Dazu trieb Colourform Emaillelampen von 1930 auf und erwarb Kinosessel, die, neu lackiert, am Stammtisch wieder eine gute Figur machen. Ein besonderer Hingucker ist auch der „Kronleuchter“, der aus vielen einzelnen Fassungen besteht, deren Kabel zu einer Krone arrangiert sind. Beleuchtete Stahlplatten, die mit einem sehr aufwändigen Verfahren zum Rosten gebracht wurden, betonen den warmen Charakter der Einrichtung und schaffen auf ihre ganz eigene Art eine mediterrane Atmosphäre.

Auch das Logo wurde im Zuge der Renovierung überarbeitet und, analog zum Interieur, in runden Formen und in der Farbe Bordeaux-Rot gestaltet. So setzt sich auch hier die wertige und kreative Präsentation fort. Ein authentisches, nachhaltiges Konzept, das beide Gastgeber-Generationen anspricht und konsequent in Einrichtung und Marketing umgesetzt wurde.

Mehr Spirituosenumsatz

Der Grund zur Renovierung war kein schöner, denn ein Wasserschaden hatte die frühere Theke zerstört. Man hätte die Theke des Jugendstil-Restaurants „Zum Raben“ in Bielefeld im früheren Stil erneuern können. Doch für Colourform war das Anlass genug, das Mikrokonzept noch einmal grundlegend zu überdenken. Die vorhandene Einrichtung im Jugendstil war vorgegeben und sollte auch bestehen bleiben. Die Theke sollte zu einem neuen Highlight werden.

Frei nach dem Motto „Licht lockt Leute“ wurde das Rückbüfett stimmungsvoll illuminiert und die angebotenen Spirituosen wirkungsvoll in Szene gesetzt. Imposante zwölf laufende Meter misst die Theke, die auch einen Geschirrschrank, einen Weinschrank und die Kasse beherbergt. Die integrierte Sitzbank wurde maßgefertigt. Als Materialien wurde wasserfest lackiertes Echtholz, Glas und hinterlackiertes Glas verwendet. Mit der neuen Theke ist der Umsatz an Spirituosen und Cocktails deutlich gestiegen. ■