

Genusswelten für Bar und Restaurant

„Die fünf Sinne vermitteln dem Menschen Vergnügen und Schmerz. Doch hat er kein einziges Organ, um festzustellen, was wahr oder falsch ist.“ (Voltaire)



▲ Perspektive Bar / Outlook bar – Hotel Neues Tor, Bad Wimpfen

Bereits der französische Philosoph und Schriftsteller Voltaire hat es in Worte gefasst: Ausschlaggebend für die Wahrnehmung von Genuss sind die fünf menschlichen Sinne – der Tastsinn, das Hören, Sehen, Riechen und Schmecken. Doch jeder Mensch hat eine unterschiedliche sinnliche Wahrnehmung. Das führt dazu, dass Genuss gleichzeitig auch immer Geschmackssache ist, sprich mit den ganz persönlichen Vorlieben und Erfahrungen zusammenhängt. Nichtsdestotrotz existiert jedoch immer eine gemeinsame Schnittstelle von dem, was als positiv bzw. ansprechend beurteilt wird.

► Möglichst breites Geschmackspektrum abdecken

Demnach ist es selbstverständlich die Aufgabe aller, die sich mit dem Thema „Genuss“ beschäftigen, der verschiedensten Geschmäcker Herr zu werden und gleichzeitig auch ein möglichst breites Geschmacksspektrum zu treffen. Gerade deshalb ist die Arbeit des Innenarchitekten im Kontext des Genusses von besonderer Bedeutung. Sein Tätigkeitsbereich spricht

mehrere Sinnesbereiche an: in erster Linie das Visuelle und Haptische, aber natürlich auch die Akustik. Diese Bereiche werden indirekt wahrgenommen, wenn ein Gastronom den „Genuss“ an seinen Gast weitergeben möchte.

Ein gelungenes Ambiente beeinflusst nachweisbar die Wahrnehmung und somit auch das Wohlbefinden und die Zufriedenheit des Gastes. Das beste Essen, der beste Wein wird anders und differenzierter bewertet, wenn das Ambiente nicht dementsprechend stimmig wirkt.

► Was will der Gast vorfinden?

Bei einem vor Kurzem bearbeiteten Projekt führte der Auftraggeber eine Kundenbefragung durch. Auf eigene Initiative als Innenarchitekt lag darüber hinaus noch ein weiterer Fragebogen bei, in dem der Gast seine Erwartungen im Hinblick auf die Innenarchitektur definieren sollte:

- moderne, innovative Einrichtung, die zum Image passen muss
- stimmige Möbel (schön, praktisch, bequem)
- ausgewogene und passende Dekoration

- mehrere unterteilte Bereiche (mehr Privatsphäre und ein geringer Geräuschpegel)
- übersichtliche Aufteilung der Räumlichkeiten
- Besonderheiten des Raumes hervorheben
- ansprechende Fassade
- angenehme Lichtverhältnisse
- Auswahl von passenden Farben (angenehm, stimmig)

Zwar nicht wirklich etwas Neues, aber dennoch interessant, welche Erwartungen der Gast durchschnittlich an den Gastronom bzw. die Inneneinrichtung stellt.

► Wie geht man als Gestalter vor?

Für die Arbeit des Innenarchitekten bedeutet es grundsätzlich immer, sich einem permanenten Modernisierungsprozess zu unterziehen. Das heißt in puncto Kenntnis, Wirkung und Erfahrungen verschiedener Proportionen, Formen, Materialien und Farben bzw. deren Eigenschaften Bescheid zu wissen und sie sensibel und dem Verwendungszweck entsprechend passend einzusetzen. Nun kann man natürlich auch so vorgehen, dass man auf immer wieder

gleiche gestalterische Schubladen zurückgreift, die sich bei vergangenen Projekten bewährt haben oder man kann sich natürlich auch von Marktbegleitern inspirieren lassen. Keine Frage. Aber ist es erstrebenswert, für jedes Thema eine Idealvorstellung zu entwickeln? Ist es erstrebenswert, einen Partner zu haben, der dem Schönheitsideal entspricht? Schließen Sie für einen Moment die Augen und stellen Sie sich dieses Bild vor: Sie wandern am Strand mit Bar Raffaelli, Charlize Theron, George Clooney, Brad Pitt oder wem auch immer dem Sonnenuntergang entgegen – ein verlockender Gedanke, nicht wahr? Aber ist dieses Ideal auch wirklich das, was man sich davon verspricht? Muss alles wirklich immer perfekt, besser, schöner, toller, grandioser sein? Verpasst man dadurch nicht die Wirklichkeit, die Realität und auch deren Schönheit? Jeder Mensch ist verschieden, genauso wie es auch jeder Raum sein sollte.

► Im Einklang mit dem Konzept des Kunden

Genau diese Verschiedenheit macht das Ganze so individuell, unperfekt und interessant. Wie kommt man aber nun als Gestalter an den Punkt, indem man Räume schafft, die zum Genuss werden? Grundsätzlich einfach: Das Konzept des Kunden muss in Einklang mit dem gestalterischen Konzept gebracht werden und nicht umgekehrt: Zurücktreten und unterstützen, anstatt im Vordergrund die erste Geige spielen zu wollen; funktionelle Gesichtspunkte des Betreibers beachten, anstoßen, Rat erteilen, Hilfestellung leisten. Im übertragenen Sinne liefert man als Gestalter den Teller, der jegliche



▲ Perspektive Restaurantbereich / Outlook restaurant area – Hotel Neues Tor, Bad Wimpfen

Grundlage darstellt – der Gastronom das Essen und schlussendlich das ganze Menü.

🇬🇧 A World of Indulgence for Bars and Restaurants

“The five senses convey pleasure and pain to the people. But they have not a single sense to determine what is true or false.” (Voltaire)

It was the French philosopher and writer Voltaire who put it in words: The five human senses sight, hearing, taste, smell and touch are crucial for the perception of pleasure. But every human being has a different sensory perception. As a result, indulgence is always also a matter of taste, underlying personal preferences and related experiences. Nevertheless, there is always a common ground in terms of what is visually, acoustically, gustatorily, olfactorily and haptically pleasing.

► Covering a preferably broad spectrum of tastes

It is a matter of course for anyone dealing with the topic of “indulgence” to tackle the diverse savors and at the same time a wide range of tastes. Therefore, the work of interior designers is of particular importance in the context of indulgence. This field of activity appeals to several senses: First and foremost it is about vision and haptics, but also about the acoustics. These areas are perceived indirectly when a restaurateur wants to pass on “indulgence” to his guests.

A successful atmosphere verifiably influences the perception and hence the guest's well-being and satisfaction. The best food, the best wine is evaluated differently and more differentiated when the ambience is off.

► What is it that guests look out for?

- Modern, innovative facility that must be compatible with the locations image
- Harmonious furniture (stunning, practical, convenient)
- Balanced and appropriate decoration
- Several divided areas (more privacy and a low noise level)
- Clear allocation of premises
- Highlighted features of the room
- Appealing facade
- Pleasant lighting conditions
- Selection of matching colors (pleasant, harmonious)

► How to go about it as a designer?

For the work of an interior designer this always means to undergo a permanent process of modernization. It means their understanding in terms of knowledge, impact and experiences of different proportions, shapes, materials and colors or their properties and how to use them sensitively and purposeful. Every person is different, just as every room should be.

► In line with the client's concept

It is precisely this difference that makes it all so individual, imperfect and interesting. But how does a designer get to the point where the rooms he creates resemble indulgence? Basically, it is simple! The client's concept must be reconciled with the design concept and not vice versa: Stand back and support, rather than trying to play the first violin in the foreground; functional aspects of operations should be considered. Offer triggers, advice, assistance.

In a figurative sense the designer creates the plate, representing any basis. The restaurateur contributes the food and ultimately the entire menu.

► Der Autor



Gerhard Wittl
von roomcode aus
Regensburg ist
Innenarchitekt
und national und
international tätig