



Gast, München

Kneipe als

ERLEBNIS WELT

Der Szene- und Trendforscher Ingo Wessel plant und realisiert mit seinem Unternehmen Konzeptbüro, München, ganzheitliche Lösungen für Gastronomie und Freizeitanlagen. **SNACK** spricht mit dem Entwickler, der relevante Fachbücher zum Thema veröffentlichte, über **Gastrotrends** und die Entwicklung in der Branche.



Die Bandbreite gastronomischer Segmente wird stetig unüberschaubarer. Wo sehen Sie als Trendforscher große Zukunftsperspektiven?

Mehrere bisher eher kleinere Segmente, z.B. die Hausbrauereien, sind ein interessanter Bereich, dem ich Riesen-Zuwachsraten zuschreibe. Spannend sind die Kneipen, die große Zukunftschancen bieten, gerade weil hier so viel im Umbruch ist. Zudem kann das Bedürfnis, in eine Kneipe zu gehen, an keine andere gastronomische Form delegiert werden. In der Nähe seines Wohnorts will man schnell mal was trinken, Gleichgesinnte treffen und das Ganze in persönlicher wie räumlicher Vertraulichkeit, in einer Art zweitem Wohnzimmer. Darauf haben z.B. die Coffeeshops gesetzt und waren mit Starbucks & Co. er-



folgreich – eine Art Kneipe der Zukunft. Aber jeder hat inzwischen gemerkt: Kaffee trinken ist nicht alles. Jemand, der einen Betriebstyp erfindet, der die klassische Bier-Kneipe ablöst, würde steinreich. Aber bei uns wird es sicher nicht so funktionieren wie in England, wo Riesenkonzerne Kneipen aufkaufen und auf einen Standard umrüsten. Dennoch bleibt das Segment spannend, gerade auch für Getränkeher-

steller – risikoreich, aber eine echte Herausforderung.

So genannte More-in-Ones oder gastronomische Mischformen haben an sich betriebswirtschaftliche Vorteile, da sie morgens, mittags und abends bewirtschaftbar sind. Allerdings reicht es nicht mehr, als Profil nur vorzuweisen, rund um die Uhr geöffnet zu haben. Aber keine Frage, Mischkonzepte mit brauchbarem Profil nehmen zu. Denkbar

www.edna.de





Casino Zollverein, Essen

ist alles vom Mix aus Diskothek und Restaurant, Restaurant und Bar, Bistro oder Kaffeebar, kombiniert mit To-Go. Daneben sind ganz andere Typen im Kommen wie die Mischung von Tante-Emma-Laden mit Restaurant oder Kneipe oder etwa Speiselokal und Kochschule. Synergien werden gesucht und gefunden. Und sicher wird derjenige gewinnen, der nicht immer ewig gleiche Convenience auf den Tisch zaubert, sondern das gastronomische Erlebnis bzw. gastronomische Mehrwertleistungen dauerhaft bietet.

Welche Art von Gastronomie birgt derzeit die größten Herausforderungen für Planungsbüros?

Für mich persönlich liegen die größten Herausforderungen in modernen Gastronomiekonzepten im Stil von Vapiano oder dem von mir 2004 zusammen mit Marc Uebelherr und seinem Team sowie dem Kulturzentrum Gasteig realisiertem Restaurant Gast. In derartigen Konzepten wird der Servicegedanke neu interpretiert. Die Mischung aus Frontcooking, Selbstbedienungskonzept und Szenegastronomie lässt Planern Spielraum und beschränkt sich nicht nur auf das neue Design einer Location. Im Gast z.B. handelt es sich nicht nur um ein Restaurantkonzept; es dient den Mitarbeitern des Kulturzentrums gleichzeitig als Betriebsgastronomie. Ein ähnliches Konzept wurde im Conviva im Blauen Haus der Münchner Kammerspiele realisiert, das tagsüber durch eine entfernbare Trennwand in zwei Bereiche – Restaurant und Theaterkantine – geteilt ist, woraus abends ein einziger Gastraum wird. Interessante Möglichkeiten dieser Art bieten auch Handels- und Verkehrsgastronomie sowie Betriebsrestaurants, z.B. durch deren Öffnung für das Publikum. In derartigen Konzepten verstecken sich interessante Zusatzgeschäfte für die Betreiber.

Mit welchen Wünschen von Gastronomenseite her werden Sie derzeit häufig konfrontiert?

In einer Stadt wie München sind v.a. gute Standorte gefragt. Die Preise hier sind unfassbar nach wie vor zwei, drei mal so hoch wie in Frankfurt/Main in derselben Lage. Was letztlich häufig nachgefragt wird, sind schlüssige Konzeptprofile, die nicht zu weit weg vom Mainstream liegen. Ein gutes Bei-

spiel ist die neu aufgezogene Schnitzerei in Berlin, die sicher Erfolge feiern wird. Wichtig ist, dass der Gast versteht, was er vorfindet. Abgesehen davon ist der eigentliche Clou die Finanzfrage: Wie kann man neue Finanzierungsmodelle aufstellen, ohne gleich eine Aktiengesellschaft gründen zu müssen? Lösungsansätze hierzu gipfeln meist darin, dass der Gastronom zu partnerschaftlichem Arbeiten bereit sein und sich somit mehr in die Karten schauen lassen muss. Häufig scheitert es daran, denn viele Gastronomen sind vom Typ her doch eher Selbstverwirklicher. Das ist zwar schön, da so eine gewisse Dynamik in der Unternehmerschaft entsteht, aber man stößt hier an Grenzen in Bezug auf die Professionalität. Diese bedeutet eben auch, sich mit Leuten aus der Werbung und Experten für den Gastronomiemarkt an einen Tisch zu setzen. Weil ein bestehendes gastronomisches Konzept läuft, heißt das noch nicht, dass es auf andere Räumlichkeiten übertragbar ist. Ein guter Gastronom, der einen zweiten Laden macht, ist deshalb erneut erfolgreich, weil er ein super Gastgeber ist. Darauf sollte er sich fokussieren und nicht denken, er wäre zudem noch bester Architekt, bester Konzeptplaner und bester Marketingfachmann.

Stichwort Praxis: Gibt es Materialien, die derzeit ein absolutes Muss sind?

Natürliche und wertige Materialien. Ein mit Patina gealterter Holzboden z.B. gehört heute in vielen Bereichen zum Muss. Strukturierte Wände, möglichst in Farbe, sind angesagter als Wandpaneel oder Putz. Reduktion auf klare Formen und minimalistische Raumkonzepte sind en vogue. Dazu gehören erdige Töne, aber auch kräftige Farben, z.B. Rot-Grün-Gegensätze, Pink und Rot zusammen oder Aubergine und Blau. Lieber etwas teurer kaufen, dafür aber weniger und den Raum

schlicht lassen. Was sehr gut ankommt, sind industrielle Gebäude und ähnliche Locations, die in der ursprünglichen Struktur aufbereitet werden. Wände z.B. nicht mehr verputzen oder angeschlagene Säulen nur soweit restaurieren, dass sie statisch funktionieren, in ihrer Rohheit und Ungehebeltheit belassen und dazu eine feine Tischdecke.

Der Faktor Licht/ Beleuchtung ist für gastronomischen Erfolg von eminenter Bedeutung. Wird das in der Branche wahrgenommen?

Dieser Faktor wird nach wie vor unterschätzt. Ich toure seit zehn Jahren zu diesem Thema durch die Republik, habe viele Vorträge gehalten und versucht, konkrete Projekte umzusetzen. Es wird nicht ausreichend begriffen, was mit Licht alles möglich ist. Dies wird meist Architekten überlassen, die Licht zwar in die Planung aufnehmen, aber oft nur vage Vorstellungen haben: Licht ist nicht mit haptischen und zeichnerischen Mitteln umzusetzen und im Computer nicht richtig simulierbar. Elektrotechniker können die technischen Voraussetzungen leisten, wissen aber nicht mit welcher Beleuchtung Gäste z.B. nach dem Essen zum Kaffee oder Digestif animiert werden. Oder: Wie gelingt es beim Wechsel von Sonne und Wolken in Restaurant oder Café stets die richtige Beleuchtung zu bieten, weder zu hell noch zu schummerig. Es fehlt ein Vermittler zwischen den Vorstellungen und Wünschen des Gastronoms und dem Techniker, der konkrete Vorschläge zur Realisation machen kann.

Herzlichen Dank für das interessante Gespräch. vew

MEX-AL® MEXICAN FOOD & DRINKS
 Mexiko-Service unter einem Hut Direktvertrieb bundesweit Bitte Katalog anfordern

SALSAS & CHIPS & DIPS



DRINKS



DEKORATION

CONVENIENCE-PRODUKTE

MEX-AL El Sombrero GmbH D 52070 Aachen, Tel.: 0241-918540, Fax: -9185433, info@mex-al.de, www.mex-al.de
 MEX-AL Süd, D 91391 Forchheim, Tel.: 09191-64240, MEX-AL Ost, D 06217 Merseburg, Tel.: 03461-230870