

foodservice

MÄRKTE MENSCHEN MARKEN | FACHMAGAZIN FÜR PROFESSIONELLE GASTRONOMIE

Wie Gastros im HERBST & WINTER 2021/22 Trockenen bleiben

Rasant

Die Senkrechtstarter
Pottsalat und Beets & Roots

Resilient

Expansive Player aus
Deutschland, Italien und UK

Riesig

Die F&B-Weltleitmesse
Anuga in Köln



© Joachim Grothus für Blocher Partners

Orte mit Geschichten aufladen

Jürgen Gaiser, Partner bei Blocher Partners und Innenarchitekt BDIA (Bund deutscher Innenarchitekten), spricht mit *foodservice* über die neuen Ansprüche ans Gastronomie-Design.



© Blocher Partners

Jürgen Gaiser



© Joachim Grothus für Blocher Partners

Wie sieht das Restaurant der nahen Zukunft aus?

Das müssen Sie die Nutzer fragen. Das Restaurant der nahen und auch der fernen Zukunft sollte ein Ort sein, an den die Menschen gerne gehen. Entscheidend ist dabei nicht nur das Farb- und Materialkonzept, sondern der Wohlfühlfaktor für den Besucher. Fancy Designermöbel, tolle Stoffe und ein krasses Farbkonzept lassen sich leicht zusammenstellen und sind austauschbar. Was die Besucher aber wirklich wollen – im Sinne von ‚Was sie emotional berührt‘ –, findet man nur heraus, wenn man sie von Anfang in das Projekt einbezieht, sie nach ihren Wünschen und Bedürfnissen fragt und diese auf das Design überträgt. Bei Blocher Partners starten wir unsere Projekte deshalb immer mit einer Art Problemstel-

lungsanalyse, wir nennen es auch Design Strategy. Sozusagen in der Leistungsphase 0 erarbeiten wir diese Punkte zusammen mit den Nutzern, um dann darauf aufbauend Ansätze zu entwickeln.

Ihre drei Tipps für eine zukunftsweisende Innenraumgestaltung?

Wichtig ist, dass der Raum ganzheitlich wirkt und dass das Raumkonzept abgestimmt ist auf seinen inhaltlichen Kontext. Der dritte und wesentliche Punkt ist, einen Ort des Erlebnisses zu schaffen. Konzepte, die rein auf Nahrungsaufnahme ausgerichtet sind, scheitern. Es gilt, einen Ort zu schaffen, der sich mit Geschichten auflädt, die um menschliche Begegnungen kreisen. Und es geht darum, Gefühle hervorzurufen. Nur das schafft Identifikation und führt letztendlich dazu, dass die Besucher wiederkommen möchten.



© Joachim Grothus für Blocher Partners

Wie sieht die Außenfläche der Zukunft aus?

Wesentlich sind für mich zwei Elemente: der urbane Kontext und die Verbindung zum Innenraum. Der Außenraum sollte immer als eine Art Verlängerung des Innenraums betrachtet werden, also dieselbe Designsprache haben und in klarer Beziehung zum Innenraum stehen. Ein Konzept kann aber immer nur so gut sein wie sein Kontext. Deshalb ist eine Verwebung mit der unmittelbaren Umgebung essenziell. Außenflächen müssen Raum schaffen für Dialog, gleichzeitig aber selbst in den Dialog treten mit ihrer Nachbarschaft.

Welche Learnings aus der Corona-Pandemie werden Bestand haben?

Das Bedürfnis nach Nähe! Menschen sind keine reinen Vernunftwesen, sondern voll von Emotionen. Wir alle wollen riechen, fühlen, schmecken – und das alles am liebsten in Gesellschaft. Deshalb ist es wichtiger denn je, dass wir abrücken von einer Ge-



Für die Mitarbeiter der Viessmann Group, einem Hersteller von Energiesystemen, haben die Innenarchitekten von Blocher Partners in Allendorf ein Restaurant gestaltet, das mehr ist als eine Kantine: fließend die Bereiche, offen und gleichzeitig integriert, barrierefrei die Zugänge – ein Zeichen der Wertschätzung und Transparenz. Die circa 750 Sitzplätze sind so gestaltet, dass sie jedem Mitarbeiter und seinen individuellen Bedürfnissen ganztägig einen Ort für Pausen oder kreatives Arbeiten bieten.

staltung, die rein auf Funktionalität ausgerichtet ist. Egal, ob Restaurant, Store oder Office, wir müssen Orte schaffen, die all unsere Sinne ansprechen.

Was wird wieder über Bord geworfen? Nachlassen wird hoffentlich bald

schon der Beigeschmack, den größere gesellschaftliche Runden im Moment mit sich bringen. Austausch und Nähe, gerade darin hat uns die Pandemie bestätigt, sind ein ureigenes Bedürfnis des Menschen. Dem sollten wir in Zukunft wieder möglichst sorgenfrei nachkommen dürfen. ♦

Butterschmalz vom Butterexperten!

Ihre Vorteile:

- ☘ einmalig buttrig
- ☘ hoch erhitzbar
- ☘ kein Spritzen
- ☘ je nach Bedarf im Großgebilde (2,5 kg Eimer) oder im Kleinformat (250 g Becher) erhältlich
- ☘ Eimer mit Henkel für leichtes Handling



Butterschmalz
2,5 kg



Butterschmalz
250 g



Foodservice

