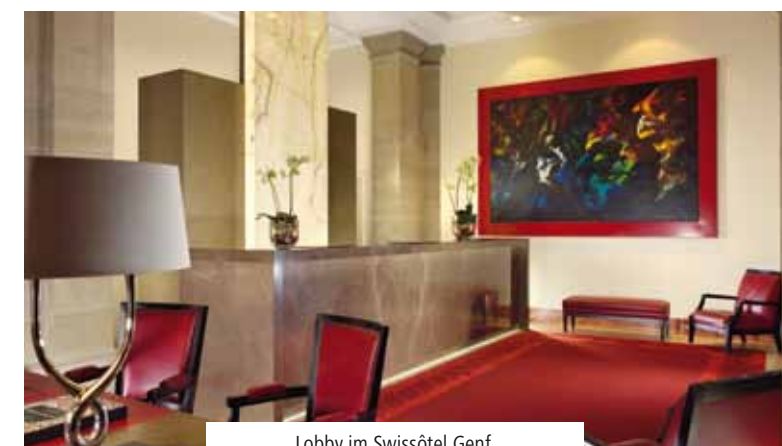


WIE FARBIG DARF EIN HOTEL SEIN?

Convention Centre Swissôtel Zürich. «Wenn der Gast im Hotel ankommt oder ein Restaurant besucht, erwartet er in Häusern jeder Kategorie stets ein spezielles Erlebnis, das ihm zu seinem Alltag zu Hause wohlthuende Abwechslung bietet.»

WARUM EIN KLUGES FARBKONZEPT IN HOTEL- UND GASTRONOMIEBETRIEBEN SO WICHTIG IST

Ein Hotelier oder Restaurateur, der die Gestaltung seines Lokals konsequent auf seine Strategie und auf seine Zielgruppe ausrichtet, verschafft sich einen Wettbewerbsvorteil. Ein passendes und stimmiges Farb- und Materialkonzept ist eine relativ geringe Investition, führt aber ganz konkret zu einem Wettbewerbsvorteil. Doch viele Hoteliers und Gastronomen sind sich dessen nicht bewusst, wie der renommierte Farbberater Martin Tanner schreibt.



Lobby im Swissôtel Genf.



Korridor im Luxushotel Carlton St. Moritz.



Rezeption im Posthotel (POHO) Weggis.

Text: Martin Tanner

Die Innenraumgestaltung ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Hotellerie und Gastronomie. Wenn der Gast im Hotel ankommt oder ein Restaurant besucht, erwartet er in Häusern jeder Kategorie stets ein spezielles Erlebnis, das ihm zu seinem Alltag zu Hause wohlthuende Abwechslung bietet. Fest steht: Wenn es gelingt, durch eine stimmige Innenarchitektur eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, kann sich ein Gastbetrieb von seinen Mitbewerbern positiv abheben. Da das architektonische Profil eines Hotels immer demjenigen seines Angebots entsprechen sollte, sind Eingriffe in die Gestaltung – sei es durch Neubau oder Umbauprojekte oder auch durch Änderungen an der Inneneinrichtung – immer auch von strate-

gischer Bedeutung. Es empfiehlt sich daher stets, auch für kleinere Veränderungen, Fachleute wie Farbberater oder Innenarchitekten zuzuziehen.

Gestaltungskonzept fusst auf Strategie und Zielgruppe

Entscheidend für eine gelungene Innenarchitektur ist die Fokussierung auf die angepeilte Zielgruppe. Auf dieser Basis lässt sich ein differenziertes Konzept für ein gesamtes Haus erstellen, das nicht nur die hochfrequentierten Bereiche wie Empfang, Speisesäle, Restaurants, Konferenzräume, Wellness- und Fitnessbereiche umfasst, sondern auch Hotelzimmer, Korridore und Nebenräume miteinbezieht. Ein solcher Masterplan kann als Leitfaden für etappenweise >

umgesetzte Erneuerungsarbeiten genutzt werden. Damit kann man aufwändige Investitionskosten auf mehrere Jahre aufteilen. Dies ermöglicht die konsistente schrittweise Entwicklung der optischen Ausstrahlung eines Hauses.

Angestrebtes Image visualisieren

Obwohl ein präzises Gestaltungskonzept in hohem Mass individuelle Aussagen zur Gestaltung eines Betriebs macht, lassen sich auch einige allgemeingültige Grundsätze formulieren, die für jedes Innenraumkonzept, das für einen Gastronomiebetrieb erstellt wird, Gültigkeit besitzen. So ist unbedingt darauf zu achten, dass die Farbgebung und die Materialwahl dem Anspruch entsprechen, den sich ein Hotel gibt. Will ein repräsentativer Betrieb ein anspruchsvolles Publikum ansprechen, sollte dies in einer entsprechenden Farbgebung und einer hochwertigen Materialisierung unbedingt zum Ausdruck kommen! Umgekehrt sollten aber auch einfachere Gasthäuser darauf achten, dass sie ein behaglich-persönliches oder bürgerliches, allenfalls ein rustikales Ambiente vermitteln. Keinesfalls sollten sie durch eine unbedacht getroffene Farbwahl die Gäste irritieren oder gar verärgern.

Farbe wirkt auf Psyche und Organismus

Gerade mit dem gezielten und durchdachten Einsatz von Farbe kann in der Gestaltung von Gastronomieräumen eine entscheidende Wirkung erzielt werden. Viele Gastgeber unterschätzen den Einfluss, den die Farbe auf die Psyche der Menschen ausübt. Dabei sind die farbpsychologischen Erkenntnisse über die anregende oder beruhigende Wirkung von bestimmten Farben allgemein bekannt. Weniger bekannt ist, dass Farben auch physiologische Prozesse im Körper anregen können, indem sie Funktionen des vegetativen Nervensystems stimulieren und auch die Ausschüttung von bestimmten Hormonen fördern können. Ein Farbberater, der gestützt auf diese wissenschaftlichen Erkenntnisse arbeitet, setzt je nach Funktion eines Raumes das richtige Mass an Reizen, um die gewünschte Raumatmosphäre zu erzielen.

Die richtige Atmosphäre im Hotel schaffen

In Hotels und Restaurants ist dabei besonders zu berücksichtigen, dass hier alle fünf Sinne des Menschen gleichzeitig angesprochen werden sollen. Insbesondere in Speiseräumen muss der synästhetischen – das heisst sinnübergreifenden – Wirkung der Farbe Rechnung getragen werden. Der Sinn für Frische und Appetitlichkeit kann beispielsweise durch eine geschickte Farbwahl unterstützt werden. Kontraste zwischen Speisen und der unmittelbaren Umgebung, in der sie serviert werden, sind dabei unbedingt zu berücksichtigen. Dabei versteht sich von selbst, dass auch die Tischtextilien und das Geschirr in ein Farb- und Materialkonzept einbezogen werden sollten. Selbstredend ist gerade in Speiseräumen auch dem Licht die notwendige Aufmerksamkeit zu schenken. Denn seine Qualität entscheidet darüber, wie Farben überhaupt wahrgenommen werden und wohin die Aufmerksamkeit der Gäste gelenkt wird. Gäste legen grossen Wert auf ein angenehmes Ambiente. Ganz einfach, weil gutes Essen in angenehmer Gesellschaft und in behaglicher Umgebung besser schmeckt. Wem es gelingt, eine angenehme Stimmung zu erzeugen, kann sein qualitativ hochwertiges Speisenangebot besser zur Geltung bringen. Damit verschafft sich jeder Restaurateur gegenüber seinen Mitbewerbern einen entscheidenden Vorteil.

Abwechslung im Hotelzimmer bieten

In Hotelzimmern und Korridoren sorgt eine lebendige und abwechslungsreiche Farbgebung für eine belebende Umgebung, in der sich die Menschen gerne aufhalten. Quadratische Zimmer können durch verschiedenfarbige Wände interessanter gemacht werden, während die Raumproportionen langgezogener Räume durch den geschickten Einsatz von Kontrasten optisch korrigiert werden kann. Eine frische und lebendige Gestaltung, die bewusst auf Farben setzt, schafft einen klaren Gegensatz zur Farbe im Zuhause der Gäste und damit auch einen durchaus erwünschten Gegen-

satz zu ihrem Alltag. In besonderem Masse gilt dies vielleicht für Motels und Autobahnraststätten. Die kecke, vielleicht auch kühne Verwendung von Farbe kann hier einen belebenden Kontrast zur monotonen Autobahnfahrt erzeugen.

Bedürfnisse der Zielgruppen befriedigen

Was bedeutet es nun konkret, ein Gestaltungskonzept auf eine bestimmte Gästegruppe auszurichten? Exemplarisch sei dies an der immer wichtiger werdenden Gästegruppe zahlungskräftiger, mobiler Senioren aufgezeigt, die über viel Zeit zum Reisen und für kürzere und längere Ferienaufenthalte verfügen.

Wer seinen Betrieb auf die Senioren ausrichten will, muss ihre besonderen Bedürfnisse kennen und bei der Gestaltung berücksichtigen. Neben Komfort schätzen ältere Menschen in Hotels vor allem auch Geborgenheit und Sicherheit. Dieses Sicherheitsbedürfnis kann beispielsweise durch gezielte bauliche Massnahmen gefördert werden. Dies, indem etwa Barrieren (Stufen, Absätze) beseitigt oder zumindest optisch deutlich gekennzeichnet werden und indem auf die altersgerechte Ausrüstung von Nasszellen geachtet wird.

Auch der Farbberater kann ein Farb- und Materialkonzept entwerfen, das spezifisch auf Senioren zugeschnitten ist. Dabei achtet er auf kontrastreiche Farbkombinationen, um der verminderten Sehfähigkeit älterer Menschen entgegenzukommen. Materialien sollten keine Glanzreflexionen erzeugen. Auf Blendsicherheit ist im ganzen Haus zu achten. Unnötige Irritationen, die auch zu Stürzen führen können, werden so vermieden. Schliesslich kann Farbe auch als Orientierungshilfe eingesetzt werden. Bei grossen Hotels kann diese Erkenntnis für die Unterscheidung von einzelnen Etagen – etwa beim Ausstieg aus dem Aufzug – oder auch für den Entwurf eines Beschriftungs- oder Wegweisungskonzepts genutzt werden.

Sinngemäss sind natürlich analoge Gestaltungsgrundsätze auch für andere Zielgruppen wie etwa Familien, Geschäftsleute, junge Sportler, asiatische Touristen usw. anwendbar. **H**

Hotelier info

DER AUTOR

Martin Tanner lebt und arbeitet in Cham ZG. Als Farbberater und -designer IACC/BEF sowie staatlich geprüfter Gestalter (Deutschland) berät er Unternehmen und Private und erstellt wissenschaftlich gestützte Farb- und Materialkonzepte für Hotels und Restaurants, Industriebetriebe, Bürolandschaften, Schulen, Heime, Spitäler, Wohnhäuser usw. Tanner ist einer der renommiertesten Farbberater der Schweiz mit Schwerpunkt Hotellerie und Gastronomie

mt@tanner-farbberatung.ch
www.tanner-farbberatung.ch