



Akzente

Das Auge schweift über die Hotellandschaft, versinkt im azurblauen Meer, taucht ein ins weite Himmelsblau, wandert zum aquamarinblauen Pool und stoppt. Denn da ist er, der Akzent, den das Sonnengelb der Poolbar setzt.



Farben haben Macht. Sie sind unmittelbar präsent, sprechen unsere Gefühle an, wecken Assoziationen, prägen das äußere Erscheinungsbild. Als maßgeblicher Imagefaktor stehen sie für Marken und Unternehmen – wie Postgelb und Ferrarirot – und haben darüber hinaus Signalcharakter. Ein leuchtendes Sonnengelb strahlt also nicht nur Optimismus, Lebensfreude und Urlaubsfeeling aus, es setzt auch einen weithin sichtbaren Akzent und sagt: Hier ist ein Treffpunkt mit sommerlichem Flair! Ganz anders wirkt Blau. Es steht für Ferne, Entspannung, Harmonie, Klarheit, Glaubwürdigkeit und

Vertrauen. Diese Sprache machen sich auch die meisten DAX-Unternehmen zunutze, die Blau als Markenfarbe tragen. Wer Farbakzente setzt, muss sich also immer bewusst sein, was er damit ausdrücken und bewirken will. Und wie bei vielem gilt auch hier die Regel: Weniger ist meist mehr.

Was will der Gast der Zukunft?

Wenn man der aktuellen weltweiten Verbraucherstudie Roper Report folgt, nimmt die Orientierung aufs eigene Heim weiter zu. Trendforscher sehen eine verstärkte Hinwendung zu Nachhaltigkeit und auch das individuelle Erleben rückt weiter in den Vordergrund. Interessant für Gastronomen und Hoteliers, die neue Angebote entwickeln.

Wenn zu Hause bleiben das neue Ausgehen ist, könnte man den Spieß auch umdrehen. Die Ausgeh-Location als privater Treffpunkt für Familie, Freunde, Geselligkeit, Unterhaltung. Lässt man die Fantasie spielen, hört man hin was Gäste sich wünschen und Insider sagen, ergeben sich durchaus Ansatzpunkte für neue erfolgversprechende Gastronomietrends. Aber was ist nun in und out? Das Internetforum »Nikos Wein und Gourmetwelten« hat dazu sechs Thesen aufgestellt:



1. Die nordische Küche kommt! Mit Köchen, Produkten und Techniken aus Dänemark, Finnland und Schweden.
2. Der Gast will lebendige und spontane kulinarische Orte. Locations mit Bar, Lounge und Shop, einen schönen Platz zum Picknicken, regionale Events wie Essen auf dem Bauernhof.
3. Kein Gast möchte mehr im steifen Ambiente von Maitres und Sommeliers belehrt werden.
4. Die Molekular-Küche sollte sich wieder ins Labor zurückziehen und auf einen minimalen Menü-Input beschränken.
5. Asia-Food bleibt weiter Trend, wobei der Fokus auf Japan und China liegt und spezielle Zeremonien wichtig werden, die auch Tee und Kräuter einbeziehen.
6. Amerikanische Köche sind im Kommen, weil es ihnen gelingt, Werte wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Wellness und Bio genussvoll zu vermitteln.



THE LOCKS: Das neue Nichtrauchergesetz war für das Hamburger Restaurant Anlass, die Terrasse in eine ganzjährig nutzbare Bar-Lounge zu verwandeln. Im Sommer genießen die Gäste die Sonne, bei kühlerem Wetter oder Regen sorgen Schirme mit integrierten Infrarotstrahlern und schnell montierbare Windschutzwände für wohlige Wärme.

Relaxes Loungefeeling

Das reetgedeckte Schleusenmeisterhaus ist ein beliebter Treffpunkt. Hier genießt der Gast internationale Küche in angenehmer Atmosphäre und auch die Lounge auf der Terrasse, ganz in natürlichen Holz- und warmen Rottönen gehalten, lädt ganzjährig zum Schlemmen und Chillen ein. Bei schönem Wetter sitzt man unter freiem Himmel in bequemen Sitzlandschaften oder an der Bar, bei kühlem Wetter oder Regen werden einfach die Windschutzwände mit Schnellstecksystem montiert, die Schirme aufgespannt und die integrierten Infrarotstrahler eingeschaltet. So ist die Lounge zum Lieblingsplatz rauchender Gäste geworden und der perfekte Ort für Events, denn das Open-Air System ist so konzipiert, dass es sich flexibel erweitern lässt.



Hotel Burgener, Saas Fee, CH

News & Trends

Spannendes Weinjahr

Eine Umfrage des Weinguides Falstaff bei 50 führenden Weinhändlern in Österreich hat interessante Ergebnisse gebracht: inländischer Weißwein erlebt eine Renaissance, Grüner Veltliner und Blaufränkisch bestimmen 2010 das Geschehen, Weißburgunder ist im Kommen, die Wachau, das Weinviertel und die Steiermark verlieren an Bedeutung. Leitsorten der Spanier werden Tempranillo und Syrah, Südafrika erhält WM-bedingt mehr Aufmerksamkeit, Bordeaux und Neuwelt-Weine treten in den Hintergrund.

Sortenreine Säfte punkten

Ein bisschen Luxus darf schon sein, auch beim Saft. Einfacher Apfel- oder Traubensaft ist out! Der Trend geht zu sortenreinen Säften wie Sternrenette und Cox Orange, Riesling und Spätburgunder. Das hat natürlich seinen Preis – und der kann dann schon mal dem einer anständigen Flasche Wein entsprechen. Dafür hat man dann auch den puren Genuss im Glas.

One-Meal-Wonder

Das Restaurant »Themrock« in Berlin Mitte und das »Broeding« in München machen vor, was an anderen Orten bald nachgemacht wird: gastronomischen Minimalismus. Aber nur was die Auswahl, nicht was den Genuss betrifft. Statt dicker Speisekarten präsentieren sie ihren Gästen eine schlanke Tafel, auf der genau ein Menü steht. Jeden Tag neu, frisch zubereitet und mit bis zu sechs Gängen. Macht die Entscheidung leicht, kommt gut an und ist eine wahre Gaumenfreude.

Man isst wieder regional

Auch in der gehobenen Gastronomie heißt es wieder »back to the roots«. Regionale Küche garantiert Frische und Qualität, die Rezepte aus Großmutterzeiten sind authentisch, nachvollziehbar und vermitteln Vertrauen. Das heißt natürlich nicht, dass man im Gestrigen verharret, denn mit kreativem Können gelingt es den Köchen, traditionelle Rezepte ins Jetzt zu transferieren. Das Ergebnis sind verführerische Kompositionen wie Kohlroutladen mit Wachtel und Stopfleber, Blutwurststrudel mit Linsen und Kartoffelschaum oder Kabeljau auf Blattspinat mit Champagner-Safran-Sauce. In diesen Trend passt auch die Ernennung von Starkoch Johann Lafer zum Genuss-Botschafter bei der BÖG-Guide Präsentation im Palais Coburg.

12

OPEN-AIR DAS GANZE JAHR



Ambiente Farbe kann Wunder wirken

Rot schmeckt anders Genuss lässt sich beeinflussen

Was will der Gast der Zukunft

Akzente setzen Weniger ist mehr

Natur tut gut – Jetzt kommen die Nichtfarben



12 – Ausgabe Frühjahr 2010
Herausgeber: Schirmbar- und Wetterschutzkonzepte J. Meissl GmbH
A-5452 Pfarrwerfen · Gewerbegebiet Ellmauthal 40
Tel: +43-6462-2510-0 · E-Mail: schirmbar@meissl.com

www.meissl.com



Farbe liebt Licht

Wenn die Sonne untergegangen ist, trifft man sich zu Open-Air Lichtspielen. Das weiche Weiß der Schirmbespannung wird zur Projektionsfläche und macht die Bar im Zusammenspiel mit Lichteffekten zur nächtlichen Bühne.



Lust auf Meer!
Die Open-Air Farbwahl der Sturmhaube in Kampen auf Sylt ist vom Nordseestrand inspiriert.

AMBIENTE

Farbe muss passen – zum Design, zum Image, zum Standort. Und mit Feingefühl eingesetzt kann sie Wunder wirken.

Nordsee oder Karibik? Entspanntes Lounge-Fee-ling oder elegantes Gourmet-Flair? Frühstück im Grünen oder Treffpunkt für Nachtschwärmer? Freiluftgastronomie kann alles sein, aber vor allem eines: Wohlfühlort für die Gäste, die sie haben möchte. Deshalb ist beim Styling der Freiflächen Feingefühl angesagt, vor allem was die Wahl der Farben angeht. Die hohe Kunst

der Farbwahl berücksichtigt das natürliche und künstliche Licht, Formen und die Wechselwirkung mit anderen Farben und Materialien. In der gekonnten Open-Air Komposition passen das Mobiliar, die Farbe der Schirmbespannung und Accessoires nicht nur zum gastronomischen Konzept, sondern auch zum Standort. Und was sind die Farbtrends 2010? Effekthascherei mit



lauten Farben ist passé. Tonangebend sind in diesem Jahr Naturtöne, die leichte Leichtigkeit schaffen, warme Wohlfühlfarben, zartes Pastell und aussagekräftige Farben von Ozeanblau bis Brombeerrot. Trendtipp: Wer seinen witterungsunabhängigen Freiluftbereich auch in der neuen Sommersaison zum Lieblingsplatz aller Gäste machen möchte, kann mit einer neuen Schirmbespannung und farblich darauf abgestimmten Accessoires wie Kissen und Pflanzen Wunder wirken.



ROT SCHMECKT ANDERS

Wenn der Gast beim Planters Punch vor seinem inneren Auge die blutrote Sonne im Meer untergehen sieht, fühlt sich auch der Barkeeper gut. Denn er hat das Genusserlebnis seines Gastes ganz gezielt mit Farbeffekten verstärkt. Dass sich Farbe im Bewussten und Unbewussten auf unser Wohlbefinden auswirkt, wissen wir schon lange. Doch jetzt haben Wissenschaftler herausgefunden, dass sich auch das Geschmackempfinden durch Farbe beeinflussen lässt. Und zwar durch farbiges Licht.

In verschiedenen Versuchsreihen wurde nachgewiesen, dass Weißweine bei roter und blauer Hintergrundbeleuchtung etwa 25% besser beurteilt werden. Außerdem waren die Probanden bereit, für einen identischen Wein bei rotem Hintergrundlicht über einen Euro mehr auszugeben, als bei weißem Licht. Der deutliche Zusammenhang zwischen Geschmack und Farbe zeigte sich auch bei Rotweinen, die durch Rotlicht fruchtiger und süßer schmecken als bei blauem Licht. Fazit: Richtig eingesetztes Farb- und Lichtdesign kann der Bar einen Umsatzkick geben.

Studie: DLO, Universität Mainz, 21. 12. 2009

Natur tut gut

Alles, was wir sehen, ist Farbe. Und so entscheidet schon die Materialwahl darüber, wie wir uns in einer Umgebung fühlen. Das ist besonders in der Architektur spürbar, wo mit Betongrau, Gipsweiß, Holzbraun, Wasserblau und Glasklar ganz spezielle Raumwirkungen geplant werden.

Nach vielen Jahren des coolen Purismus, in denen sich die Glas-Stahl-Architektur immer aufs Neue zitierte, und starken Farbkontrasten im Innendesign setzen Gestalter wieder auf natürliche Materialien und reduzierte Ton-in-Ton gehaltene Farbkompositionen. Sanfte neutrale Nichtfarben in verschiedenen Weißtönen bringen hochwertige Materialien wunderbar zur Wirkung, harmonieren perfekt mit dem Umfeld und schaffen im Zusammenspiel mit natürlichem Licht eine entspannte, behagliche Atmosphäre. Dieser Trend entspricht dem Bedürfnis der Menschen nach »neuer Gemütlichkeit«, einem Rückzugsort als Gegenpol zur turbulenten Außenwelt. Schöner Nebeneffekt des natürlichen Lounge-Looks: Er lässt sich mit wenig Aufwand umstylen, denn Nichtfarben kombiniert mit farbigen Accessoires verwandeln Räume im Handumdrehen in neue Wohlfühlhasen.



Ganz auf Natur setzt das Farb- und Materialkonzept von LP architektur im Hotel Alpenhof in Flachau.