

«Die Gastrobranche ist die Königsklasse»

Ein stimmiges Interior Design ist nicht nur sichtbar, sondern auch spürbar. Fühlen sich die Gäste wohl, bleiben sie länger sitzen und kehren wieder. Was eine ästhetische Raumkomposition ausmacht, und warum Selbstversuche meist scheitern, weiss **Markus Kirchhofer** von **Bel Etage** in Sursee.

TEXT CORINNE NUSSKERN — FOTOS BEL ETAGE

Markus Kirchhofer (58) hat es im Gefühl. Betritt er ein Restaurant oder eine Hotellobby spürt er innert zwei Sekunden, ob das Design ausgewogen ist oder ob hier auf zehn Quadratmetern gepowert wurde und rundherum alles abfällt. Es sei vergleichbar mit einem Teller. «Liegt alles auf einem Haufen, oder sind die Komponenten schön angerichtet? Sind die Farben ausgewogen? Diese Balance spürt man sofort.» Sogar der Gast spürt sie, meist jedoch unterschwellig.

Der Luzerner ist Inhaber und Geschäftsführer des Innenarchitekturbüros Bel Etage in Sursee LU, er und sein Team von acht Mitarbeitenden komponieren Hotel- und Restaurationsräume. Ob Auffrischung, Um- oder Neugestaltung, beim ersten Anblick eines Betriebs sammelt sich bei ihm zuerst ein Cocktail von Eindrücken an. Nicht nur vom Raum, sondern auch von den Vorstellungen des Gastromen, des Zielpublikums, der Lage und der Funktionalität. All dies konkretisiert sich in der Auseinandersetzung mit allen beteiligten Personen, mit möglichen Materialien und falls nötig mit den Behörden. «Um am Ende böse Überraschungen zu vermeiden, sollte schon früh über das Budget gesprochen werden», rät der Profi.

Sanft und erdig

Kein Betrieb gleicht dem anderen, so wenig wie es im Bereich von Innenarchitek-



Markus Kirchhofer ist Inhaber und Geschäftsführer von Bel Etage in Sursee LU, spezialisiert auf Innenarchitektur für Hotellerie und Gastronomie

turen und Design Kategorien gibt, nach denen schablonisiert gearbeitet werden könnte. Die Prioritäten liegen immer wieder anders. «Die Mise en place gleicht jener in der Küche: Wie viel Pfeffer oder Knoblauch braucht dieses Gericht?», erläutert Kirchhofer. «Bei uns heissen die Zutaten Farbe, Licht, Materialien, Haptik, Akustik.» Kreative Ideen findet Kirchhofer überall. «Ich gehe inzwischen mit einem geschärften Blick fürs Schöne durchs Leben, das ich überall und zu jederzeit Inspiration erfahren kann.»

Ein nicht absteckbares Feld sind Trends. Für eine Raumästhetik mit Wohlfühleffekt kommen sanfte, beruhigende und erdige Farbtöne immer gut an, da ist

das Risiko zu provozieren oder zu polarisieren geringer. «Einen Trend hingegen machen wir bei der Akustik aus», ergänzt Kirchhofer. «Die Menschen sind da, vielleicht auch wegen Corona, viel sensibler geworden.» Neben Komfort spiele das richtige Licht eine wichtige Rolle. «Wer möchte schon den ganzen Abend unter einer direkt auf ihn strahlenden Spotleuchte sitzen?»

Ziel ist, ein unverwechselbares Ambiente zu schaffen, das Appetit macht und den Charakter eines Restaurants verstärkt. Dabei soll ein Designkonzept nicht nur schön sein, sondern auch funktional. Nach dreissig Jahren Erfahrung kennt Kirchhofer die Abläufe in Gastrobetrieben. Aktuell arbeitet er an einem Projekt, wo es um den Warenfluss vom Eingang bis zum Rezyklieren und Fragen wie «Wo zieht sich das Personal um?» geht. «Auch der Gast hat einen Fluss, wo kommt er rein, wo geht er auf die Toilette», so Kirchhofer. «Es geht um weit mehr, als eine Wand blau oder rot anzu streichen, sondern um Strukturen.»

Zeit und Geld

Dabei spielt die Zeit eine wichtige Rolle. Einen Betrieb komplett zu schliessen, damit Kirchhofer und sein Team ruhig arbeiten können, ist selten der Fall. Meist arbeiten sie an den Wirtesontagen, vielleicht hängt der Gastronom noch einen Tag an. «Parallel dazu bereiten wir mög-



Durchdachtes und lebendiges Design, wo Modernes auf Traditionelles trifft: der Restaurantpavillon im Design und Boutique Hotel Hirschen im luzernischen Oberkirch

lichst viel in der Schreinerei vor, und setzen es vor Ort zusammen», sagt der gelernte Möbelschreiner, Hochbauzeichner, KV-Absolvent mit Nachdiplomstudium zum Marketing- und Verkaufsleiter, der sich seit Karrierebeginn im Bereich der Innenarchitektur bewegt.

Ein Pardestück ist etwa der Um- und Neubau des Design und Boutique Hotels Hirschen in Oberkirch LU, wo im neuen, modernen Restaurantpavillon auch historische Elemente integriert sind. Stylistische Designelemente werden vom mächtigen Stammstisch kontrastiert, auf dem früher in der Dorfchäsi gegenüber produziert wurde. In der Mitte zieht sich ein Balken mit Grünpflanzen über die ganze Tischlänge, und die alten Beizenstühle harmonisieren perfekt mit den meerblau-

en und piniengrünen Stühlen – überall ist die Liebe zum Detail erkennbar.

Eine oft gestellte Frage: Was kostet so eine professionelle Raumgestaltung? «Etwa so viel wie ein rotes Auto», sagt Kirchhofer schmunzelnd. «Es ist nicht generell beantwortbar, wir arbeiten mit Erfahrungszahlen», erklärt er. «Ein von Gästen stark frequentierter Gastraum, wo das Design etwas üppiger sein darf, hat den Quadratmeterpreis X. Sekundäre Bereiche wie etwa Durchgänge zur Toilette, die nicht so intensiv ausgebaut sind, haben den Quadratmeterpreis Y. Ein anspruchsvoller Barbereich mit Külschubladen, Licht, und Spezialeffekten hat den Quadratmeterpreis Z. So kann ich dem Kunden bei der Planung, einen ungefähren Preis nennen.»

Gastronomen mit wenig Budget rät er von Selbstversuchen ab. Nicht aus Eigennutz, sondern weil dafür meist zu viel Geld ausgegeben wird und die Kosten-Nutzen-Rechnung selten aufgeht. «Es ist besser, mit einem Innenarchitekten ein gutes und faires Honorar auszumachen, das für beide passt», sagt er. «Es geht immer um ein Miteinander.»

Design hat Zukunft

Die Gastrobranche ist für Kirchhofer die spannendste und emotionalste aller Branchen. «Im Interior Design ist die Gastrobranche die Königsklasse», führt er aus. «Man darf mit Farben, Formen und Experimenten einen Schritt weiter gehen als sonst, denn der Gast will eine andere Atmosphäre als bei sich zu Hause.» Zudem käme in der Gastronomie so viel zusammen wie nirgendwo sonst: vom Sexappeal, über gutes Essen und Trinken bis zu den Menschen, die miteinander eine schöne Zeit haben wollen. «Wenn es gelingt, diese Hardware und Software zusammenzubringen, und dazu noch die Lage stimmt, kann man in dieser gesättigten Branche immer etwas bewegen.»

Kirchhofer ist davon überzeugt, dass Design in Zukunft noch wichtiger werden wird, vor allem als Marketinginstrument. «Hotels werden heutzutage meist über coole Bilder gebucht», sagt er. «Da ist Design nicht wegdenkbar.»



Liebe zum Detail zwischen Moderne und Tradition: Wasserhahn im Hirschen



Die Rezeption und der Empfangsbereich im Hirschen: linear und warm ohne Chichi