

Ivo Christow über ganzjährige Aussengastronomie

Ein 365-Tage-Gastgarten?

«Wirte, die die Möglichkeit und den Platz im Aussenbereich haben, sollten diese Chance nutzen und versuchen, den 365-Tage-Gastgarten zu etablieren.»

Die Aussengastronomie rückt zunehmend in den Fokus. Und gerade nach der eigentlichen Corona-Pandemie entwickelt sich der Trend zum ganzjährigen Aussenbereich. Die Gäste bevorzugen sogar auch in den Wintermonaten und bei schlechtem Wetter einen Platz im Freien, so können sie sich sicherer und wohler fühlen. Viele Gastronomen haben in den vergangenen Monaten bei gutem und schlechtem Wetter draussen den meisten Umsatz gemacht. Der Trend, mehr Zeit an der frischen Luft zu verbringen, wird weiterhin anhalten. Hoteliers und Wirte, die die Möglichkeit und den Platz im Aussenbereich haben, sollten diese Chance nutzen und versuchen, den 365-Tage-Gastgarten zu etablieren.

Leider haben viele Hoteliers und Gastronomen den Aussenbereich oft zu stiefmütterlich betrachtet. Er war einfach da und diente als zusätzliche Sitzmöglichkeit. Einfache Klappgartenstühle, die abends wie ein Sträfling wieder an die Eisenkette gelegt wurden und werden. Doch das Potenzial ist enorm. Der Terrassenbereich ist in vielen Situationen der erste Eindruck des Restaurants oder Hotels, aber auch im Rückbereich eines Lokals kann er als zusätzliche «Oase» genutzt werden.

Es ist wichtig, die Terrasse in das Gesamtkonzept mit einzubeziehen. Es muss eine

harmonische Symbiose zwischen Innen und Aussen entstehen. Ausserdem hilft es, verschiedene Zonen zu schaffen, um so ein abwechslungsreiches und einladendes Gesamtbild zu erzielen. «Cosyness» ist nicht nur im Innenbereich ein wichtiges Bedürfnis des Gastes.

Der Trend geht immer mehr zur «Wohnzimmeratmosphäre». Gemütliche Möblierung, Outdoor-Teppiche und Pflanzen als Raumteiler geben dem Gast eine gewisse Privatsphäre. Ein wichtiger Punkt ist allerdings auch das Licht, es sorgt für Gemütlichkeit, Atmosphäre und signalisiert dem Gast schon von Weitem: Wir sind geöffnet.

Fotogene Terrassen mit aussengewöhnlichen Dekorationen können für ein erfolgreiches Social-Media-Marketing sorgen. Wer es also schafft, seine Terrasse zu einem attraktiven Foto-Spot zu machen, wird damit auch mehr Besucher anlocken.



Inszenierte Erlebnisgastronomie pur: «Miss Miu» in Zug.



Der Autor

Ivo Christow (Dipl.-Des. Scenography FH und Interior Designer) wirkt seit 2018 bei der Krucker Partner AG als «Head of Design» und ist Mitglied der Geschäftsleitung. In dem Innenarchitekturbüro, das sich vorwiegend auf Hotel- und Gastronomiegestaltung spezialisiert hat, führt er sein Team mit starkem Fokus auf Storytelling und Inszenierung. Sein Ziel ist es, einzigartige und aussergewöhnliche Konzepte zu schaffen.

krucker-partner.ch

Um die Aussenterrassen auch an Schlechtwettertagen nutzen zu können, sollte man sich hier Gedanken machen, wie man zusätzliche Überdachungen für geschützte Bereiche generieren kann. Warum nicht eine Pergola mit Outdoor-Vorhängen? Warum nicht ein Zelt oder ein umgebauter Bauwagen? Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt! ■