



---

# RESTAURANT- UND HOTELDESIGN NACH DEM LOCKDOWN

Die Auswirkungen von Corona auf den Hotelbetrieb und F&B sind markant. Aber längst nicht nur negativ. Mit den richtigen Massnahmen lässt sich sogar das Sorgenkind Hotelrestaurant zu einem gewinnbringenden Teil des Ganzen machen. Und das unabhängig von der Grösse des Betriebs.





Das Sorell Hotel Zürichberg verfügt über ein gekühltes Selbstbedienungsbuffet (rechts im Bild). Wird es nicht gebraucht, verschwindet es flugs hinter einem hygienischen Kunststoffvorhang.



#### DER FACHAUTOR

Karsten Schmidt-Hoensdorf ist Gründer und kreativer Kopf des Zürcher Architekturbüros und Interior-Design-Studios IDA14. Er verwirklichte in den letzten 25 Jahren zahlreiche Projekte in der Hotellerie und ist national und international als Berater für Hotels und Hotelbrands tätig. [ida14.ch](http://ida14.ch)

«Ich werde derzeit oft gefragt», erklärte der bekannte Zukunftsforscher Matthias Horx letzthin, «wann Corona denn vorbei sein wird und alles wieder zur Normalität zurückkehrt. Meine Antwort: niemals. Es gibt historische Momente, in denen die Zukunft ihre Richtung ändert. Wir nennen sie Tiefen Krisen. Diese Zeiten sind jetzt.»

Grundsätzlich teile ich Horx' professionelle Einschätzung. Sie ist aber meiner Meinung nach keineswegs nur als pessimistische oder trübe Aussicht zu verstehen. Denn die Corona-Krise hat auch latent vorhandene positive Trends sichtbar gemacht und beschleunigt.

#### Die angenehmen Auswirkungen des Lockdowns

So hat der Lockdown zu mehr innerer Ruhe, zu Entspannung und, wie mir scheint, auch mehr Freundlichkeit im Umgang untereinander geführt. Corona hat uns unseren stressigen Alltag vor dessen plötzlichem Auftauchen vor Augen geführt, die Hektik, Ruhelosigkeit und die Aufregung über nur scheinbar Wichtiges. Wir staunen, wie weit die Ökonomie schrumpfen und die Staatsausgaben steigen können, ohne dass

es zum Zusammenbruch kommt. Wir staunen, wie wir das mit Zuversicht und Vertrauen annehmen können, wo es vorher doch bei jeder Steuererhöhung oder jedem staatlichen Eingriff zu fast hysterischen Ängsten und Streitigkeiten kam. Im Lockdown haben wir die angenehmen Seiten dessen erfahren, was die Dänen «Hygge» nennen, es gemütlich haben ...

Wir haben auch die Erfahrung gemacht, dass technischer Fortschritt nicht alles ist: Nicht so sehr Technik und Medizin haben uns vor noch grösseren Schäden bewahrt, sondern unser Sozialverhalten! Unsere Anpassung an die plötzlich veränderten Umstände, unser Verständnis für bisher undenkbar Änderungen unseres gewohnten Lebensstils. Im Lockdown haben wir wieder gesunde Produkte schätzen gelernt und diese lokal eingekauft. Wir haben wieder zu Hause gekocht und gebacken. Den direkten Kontakt zu einigen unserer Lieferanten gesucht und wertgeschätzt, wer und was wir füreinander sind. Oder auch einfach das gemütliche Daheim genossen und uns manchmal eine Mahlzeit anliefern lassen. All das ist selbstverständlich geworden.

Das sind nur einige Aspekte, wie wir uns selbst und die eine oder andere unserer Gewohnheiten verändert haben. Wie wirkt sich das aber auf uns als Gastronomen und Hoteliers aus, was können wir konkret tun, um im veränderten Flow dabei zu sein und zu bleiben? Was erwarten und wünschen unsere Gäste an Veränderungen nach dieser intensiven und erfahrungsreichen Zeit?

Ich will das Wort Hygiene nicht strapazieren, jeder in der Branche weiss um die vielen Konsequenzen, Möglichkeiten und auch Pflichten: Die Hygiene ist Auslöser für manche Veränderung. In unseren Restaurants wird grosszügiger mit mehr Abstand möbliert. Das ist angenehm für den Gast, heisst aber beispielsweise für das Restaurant, zweimal pro Abend den Tisch vergeben oder zusätzlich Take-away und Home-Delivery anbieten zu müssen.

In der Hotellerie kann das bedeuten, Frühstück auch in der Lobby und Lounge sowie als Room-Service anzubieten. Lobby und Lounge werden seit einigen Jahren in den cooleren Hotels zum Wohnzimmer ausgestaltet. Dieser Trend hat vorweggenommen, was nun auch aus hygienischen Gründen ver-

stärkt erwünscht ist – also nicht nur wegen des gewünschten Miteinanders (niemand will ja in seinem Hotelzimmer vereinsamen), sondern auch, um beim Frühstück, Lunch oder Dinner den gehörigen Abstand einhalten zu können.

Die Möblierung muss darauf konsequent eingehen, also beispielsweise Sofas mit Sitzhöhen bieten, die auf das Essen am Tisch abgestimmt sind. Es braucht auch grössere Tische, um den Abstand besser wahren zu können. Die Zimmermöblierung soll komfortables Essen und Trinken ermöglichen. Der À-la-carte-Service erhält einen grösseren Anteil, damit das Buffet entlastet wird, weil selber Schöpfen nicht mehr erste Wahl ist. Und die Gäste werden es sehr schätzen, persönlich betreut zu werden.

Das Selbstbedienungsbuffet sollte nicht mehr wie ein tonnenschweres Küchenungetüm aussehen, sondern als grosses Möbel in Erscheinung treten und den «Wohnzimmergedanken» mittragen. Wenn es nicht gebraucht wird, sollte es auf elegante Weise geschlossen werden können. Das Selbstbedienungsbuffet hat einen höheren Anteil vorportionierter, teils gekühlter Lebensmittel, die der Gast in die Lobby oder ins Zimmer mitnehmen kann (Stichwort «Frühstück aus der Box»).

### Grab and Go

Die «Dezentralisierung» der Konsumation führt im F&B zu weiteren attraktiven Optionen: Bisher wurde das sogenannte «Grab and Go» vorwiegend von den internationalen Hotelgruppen getestet. Gemeint sind damit attraktiv verpackte Lebensmittel, die am Buffet oder am Automaten mitgenommen werden und in der Lobby, im Zimmer oder im Park verzehrt werden können. Das Grab-and-Go-Angebot wechselt dabei je nach Tageszeit, ist immer frisch und erst noch verlockend verpackt.

Attraktive Verpackungen können wir bei den Spezialisten studieren: bei Flugesellschaften oder auch einigen der zahlreichen hippen Take-aways in den Städten. Bereits vor mehr als 30 Jahren



Im Sorell Hotel City Weissenstein in St. Gallen sind der Frühstücksraum und die Lobby eins. Die Gäste können hier rund um die Uhr in einer entspannten Atmosphäre konsumieren.

hat mich die Take-away-Gruppe Prêt à Manger (siehe dazu [pret.com/about-pret](http://pret.com/about-pret)) beeindruckt mit ihren frischen, lokal hergestellten, appetitlich und stylish verpackten und dadurch äusserst «anmächlich» präsentierten Lebensmitteln.

Auch Automaten im Hotel oder im Firmenbetrieb werden an Bedeutung gewinnen und können ebenfalls zusätzlich eine Alternative zum Selbstbedienungsbuffet werden. Der Gemeinschaftsverpfleger und Hotelier SV Service beispielsweise hat mit dem Brand «Emil Fröhlich» ein interessantes Pionierprojekt entwickelt, das in diese Richtung zielt (mehr dazu unter [emil-froehlich.ch](http://emil-froehlich.ch)).

Ganz generell haben die beiden grossen Schweizer Gemeinschaftsverpfleger SV Service und ZFV begonnen, sich auf die neuen Verhältnisse einzustellen: Sie experimentieren mit Lieferservice nach Hause ins Homeoffice oder auch statt in die Kantine direkt an den Arbeitsplatz: Vorsichtigen MitarbeiterInnen gibt das ein gutes Sicherheitsgefühl und entlastet gleichzeitig die Kantinen, wo ja ebenfalls die Abstandsregeln eingehalten werden müssen. Es wird spannend sein zu beobachten, wohin diese Reise noch gehen wird.

### Fazit

Die Erwartungen und Wünsche der Gäste haben sich nicht erst seit Corona geändert. Aber das Virus hat die Entwicklung stark beschleunigt. Die operative Führung eines Betriebs, gleich welcher Grösse, kann davon profitieren: wenn sie mit wachen Sinnen die richtigen Schlüsse aus der neuen Lage zieht und dann mit Freude und Optimismus Neues ausprobiert. Zum Beispiel im Hotelrestaurant, das in der Branche als Sorgenkind gilt, da es nur selten einen positiven Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg des Hauses beiträgt. Ein innovatives F&B-Konzept, das nach wirklich gründlichem, vorurteilsfreiem und verständnisvollem Studium der veränderten Voraussetzungen entwickelt und eingeführt wird, kann da Abhilfe schaffen – und das Hotelrestaurant vom notwendigen Übel zu einem finanziellen Schmuckstück werden lassen.