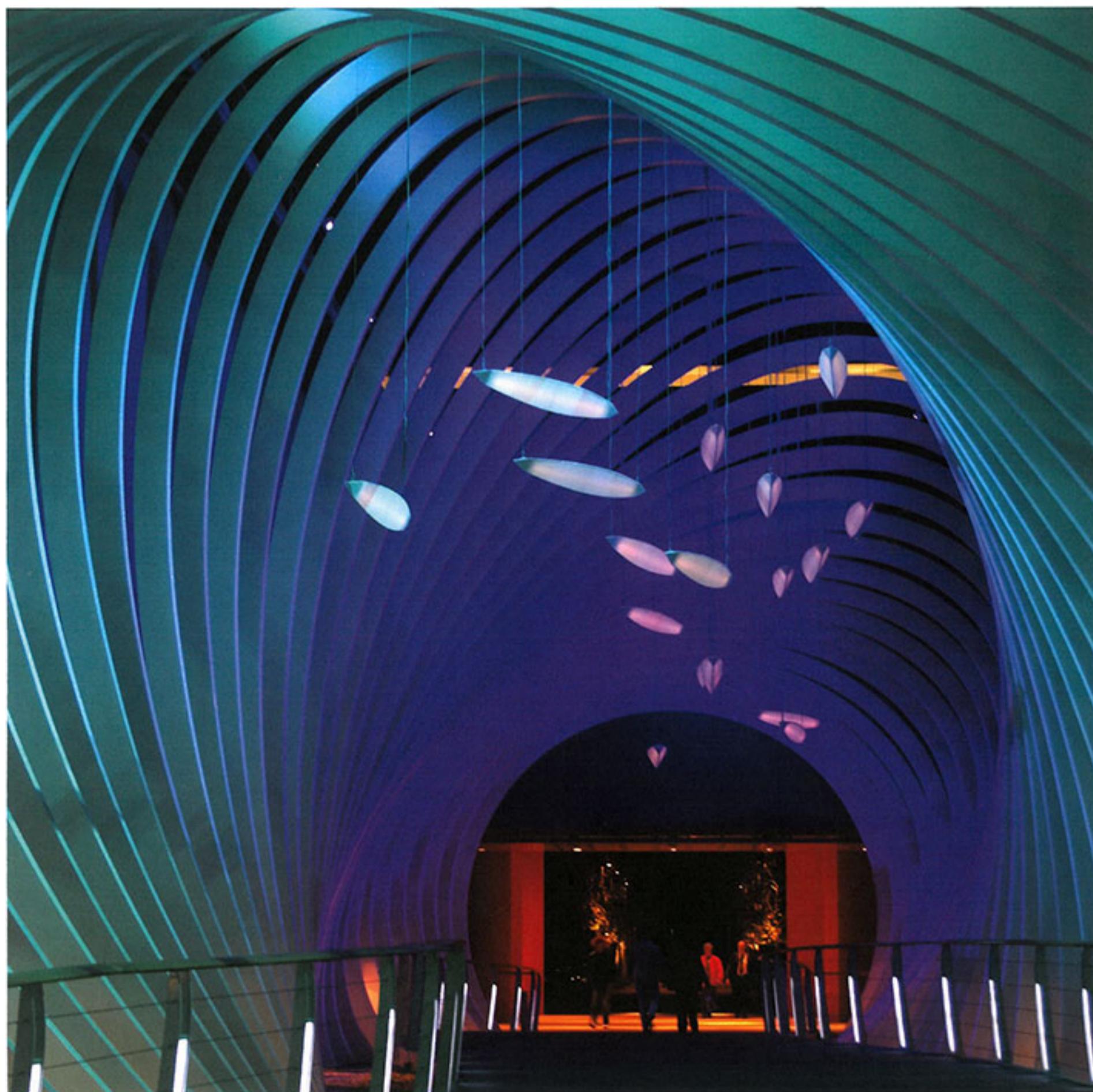


[interior|fashion]

more than | furniture

2|2017

Inszenierung im Handel: Wenn der Shop zur Bühne wird



Die Verschmelzung von Innen und Außen wurde beim 5-Sterne-Hotel Ressort 7 Pines auf Ibiza konsequent durchgezogen. So findet sich der Bodenbelag aus dem Inneren des Restaurants auch auf der Terrasse wieder.



Ein Stück Lebensraum

IF: Herr Kitzig, wie hat sich die Bedeutung des Outdoor-Bereichs grundsätzlich entwickelt? Zum einen im Hospitality-Bereich und zum anderen im privaten Bereich.

Olaf Kitzig: Ich möchte behaupten, dass der Bereich Outdoor ungefähr mit der Jahrtausendwende an Bedeutung gewonnen hat. Aus meiner Sicht hängt das damit zusammen, dass zuerst die Gestaltung des Wohnzimmers im Fokus lag und die Menschen sich in den 80er-/90er-Jahren der Kücheneinrichtung gewidmet haben. Damals hat die Industrie begonnen, sehr viel Wert auf tolle Küchen zu legen und diesen Raum als Treffpunkt und Lebensraum zu etablieren. Und schließlich hat man sich dem Outdoor-Bereich zugewendet. Heute ist ein Balkon oder eine Terrasse nicht mehr einfach nur ein Balkon oder eine Terrasse, sondern ein Stück Lebensraum, den man auch entsprechend gestaltet. Mit dem Angebot an Outdoor-Möbeln, die sich ja kaum mehr von Indoor-Möbeln unterscheiden, wurden auch die Begehrlichkeiten geweckt, im Garten oder auf dem Balkon einen attraktiven Sitz- oder Loungebereich zu installieren.

Im Bereich Gastronomie hat sich das zur gleichen Zeit entwickelt: Mit dem Anstieg des Niveaus in der Innenarchitektur hat man nach kurzer Zeit erkannt, dass auch der Biergarten oder der Lounge-Bereich im Freien schön gestaltet werden kann. Vor 30 Jahren lief ein Restaurant, wenn es einen guten Wirt und einen guten Koch hatte. Wenn heute das Interior Design vergessen wurde, muss der Gastronom schon mit tollen persönlichen Fähigkeiten ausgerüstet sein, um noch erfolgreich zu sein. Aus meiner Sicht erwartet der Gast ein hochwertiges Ambiente im Inneren, aber auch im Außenbe-

Schon seit Jahren wird von der Fusion des Innen und Außen gesprochen. Die Terrasse oder der Balkon als Erweiterung des Wohnraums. Auch in der Hotellerie und Gastronomie erscheinen die Freiflächen fast schon als Muss – allerdings wird ihnen nach wie zu wenig professionelle Aufmerksamkeit gewidmet. InteriorFashion fragte bei Olaf Kitzig nach. Einem der es wissen muss, gehört sein Büro Kitzig Interior Design, doch zu einem der renommiertesten in Deutschland, das pro Jahr zwischen 30 und 60 Projekte, zu einem großen Teil in der Hotellerie und Gastronomie plant und umsetzt. Das Interview führte Bianca Schmidt.

reich. Da ist es mit einer einfachen Gartenbank nicht getan, sondern das wird komplett inszeniert. Angefangen bei der Architektur, über den Landschaftsbau bis hin zur Innenarchitektur.

IF: Welche Aspekte sind bei der Gestaltung eines Outdoor-Bereichs im Hotel und Restaurant besonders zu beachten?

Kitzig: Im Grunde ist die Außenfläche in der Hotellerie und Gastronomie mit genauso viel Liebe zu planen und zu gestalten wie der gesamte Indoor-Bereich. Technisch gesehen, muss die Ausstattung flexibel und im Winter zumindest teilweise einlagerbar sein. Zudem muss, je nach Größe des Außenbereichs, dort auch die gleiche Infrastruktur vorherrschen. Der Gast darf keine verminderte Service-Leistung feststellen. Das bedeutet also, man benötigt Servicestationen, eine sinnvolle Wegeführung, Sitznischen und verschiedenen Tischgrößen.

Wir planen gerade ein 5-Sterne-Resort auf Ibiza, das 7 Pines. Dort haben wir relativ viele Außenflächen, die einen genauso großen planerischen Aufwand bedeuten, wie die Indoor-Flächen. Wir arbeiten dort auch mit Teppichen und Leuchten – die natürlich für draußen geeignet sind –

wir kreieren Sitzinseln und -nischen und Lounge-Bereiche. Kurz gesagt ist es so, dass wir das Innen nach außen transportiert haben.

IF: Ist die gestiegene Bedeutung wirklich schon in der gesamten Hotellerie und Gastronomie angekommen?

Kitzig: Nun, viele Einzelgastronomen haben es vielleicht noch nicht so ganz verstanden oder besser gesagt, sie scheuen sich, im Außenbereich etwas zu machen. Dabei muss man natürlich

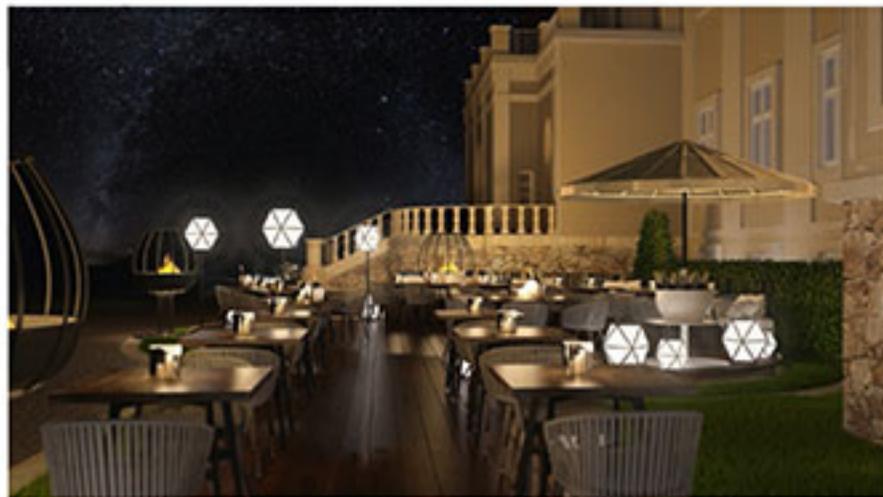
stark unterscheiden, wo sich das Hotel oder Restaurant befindet. Hier gelten, wie auch im Innenbereich, Gestaltungsregeln, die sich unter anderem nach der Region, dem Zielpublikum, der Art der Bestuhlung und dem geplanten Tischumschlag pro Abend richten. Zum Beispiel können Sie in München eine ganz andere Außengastronomie anbieten wie in Hamburg. Das ist zum einen klimatisch bedingt, aber auch kulturell. Sie können den München-Reisenden oder den Münchner an einen Bierstisch setzen, an dem es durchaus auch einmal enger wird. In Hamburg dürfte das eher schwierig werden.

IF: Hat auch die Lichtgestaltung im Outdoor-Bereich an Bedeutung gewonnen?

Kitzig: Hier muss man grundsätzlich sagen, dass eine gute Innenarchitektur mit schlechtem Licht nicht gut ist. Dagegen ist eine schlechte Innenarchitektur mit gutem Licht absolut OK. Das gleiche gilt auch für den Außenbereich. Wenn Sie einen Gast halten wollen, wenn Sie ihm



Im Wellness-Bereich des Mare Müritz finden sich Elemente aus dem Inneren auch im Außenbereich wieder und schaffen so eine Verbindung der beiden Bereiche.



Das Design des Hotel- und Sportresorts Fleeceensee stammt von Kitzig Interior Design. Dabei wurde die Terrasse ebenso mit viel Liebe zum Detail geplant wie die Innenarchitektur des Hotels. Fotos/Abbildungen: Kitzig Interior Design

eine gute Atmosphäre bieten wollen, muss auch das Licht-Szenario stimmen. Schön ist in diesem Zusammenhang immer das Beispiel eines Candlelight-Diners im Freien. Zum einen muss der Gast das Essen erkennen, der Tisch darf aber auch nicht lichtgeflutet sein. Man muss also auch im Außenbereich mit verschiedenen Lichtstärken, mit stärker und weniger stark ausgeleuchteten Bereichen arbeiten. Außerdem spielt auch die Wegeführung eine große Rolle. Da aber keine Decken vorhanden sind, muss man hier mit Bodenstrahlern, Stehleuchten und Kerzen arbeiten.

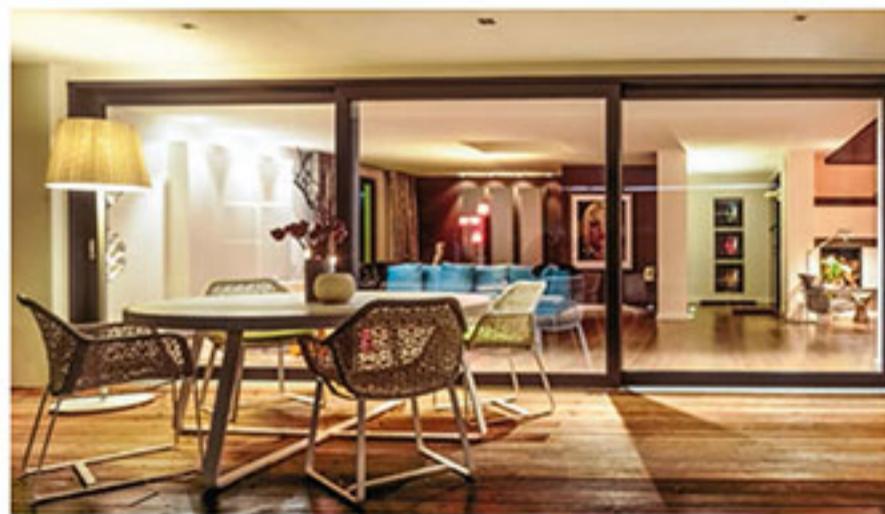
Die LED-Technologie hat dabei den großen Vorteil, dass es in der Zwischenzeit sehr viel und sehr gute akkubetriebene Leuchten gibt. Diese sind für den Gartenbereich unheimlich toll, denn sie haben kein Kabel und können unterschiedlich

positioniert werden. Zudem schaffen sie eine schöne Atmosphäre.

Im Privatbereich leisten auch Solarleuchten ganz gute Dienste, allerdings schaffen sie es nicht, über mehrere Stunden eine gute und gleichbleibende Lichtqualität zu liefern. Das ist aber im professionellen Einsatz notwendig.

IF: Welche Trends machen Sie aktuell in der Outdoor-Gestaltung aus?

Kitzig: Wie in der Innenarchitektur auch, ist man aktuell auf keinen Stil festgelegt. Die Möbel reichen von Art Deco bis hin zu ganz modernen Formen. Es ist alles en vogue, so lange es in die Konzeption passt. Natürlich gibt es immer mal wieder Materialien, die stärker in den Vordergrund rücken, aber deshalb verschwinden andere nicht vollkommen – weder Rattan noch Kunststoff ist vom Markt.



Bei einem Privathaus im Münsterland vergrößert eine 60 qm große Terrasse aus Bankirai Holz optisch die Wohnfläche. Auch wenn hier nicht auf identische Materialien zurückgegriffen wurde, zeigt doch die visuelle Verbindung Wirkung.

Ein großes Thema sind sicherlich Sofas. Das ist als Trend eindeutig zu erkennen. Das wirkliche Outdoor-Sofa in super Qualitäten mit hochwertigen Textilien, die sich für den Außenbereich eignen. Als aufstrebende Materialien würde ich, wenn ich nach den Beobachtung der letzten Zeit gehe, Metall und Stein nennen. Ich glaube, der etwas verträumte Metall-Stuhl kommt wieder – einfach, funktional und bequem. Die Renaissance des Natursteins beobachte ich schon seit fünf, sechs Jahren, aber es dauert ja immer lange, bis es am Markt angekommen ist, wobei ich den Naturstein nicht im Mainstream sehe. Auch Holz rückt wieder mehr in Fokus. Neben Teak würde ich auch Lärche und Eiche nennen. Grundsätzlich sehe ich es so, dass alles aus dem Innenbereich auch in den Außenbereich rückt.

IF: Schon seit vielen Jahr spricht man von der Fusion vom Innen und Außen. Welchen Einfluss hat diese Entwicklung auf die Architektur und Innenarchitektur im „Innen und Außen“?

Kitzig: Für unser Unternehmen spielt diese Fusion eine sehr große Rolle. Und ich glaube, dass generell viel Wert darauf gelegt wird. Ich persönlich arbeite gerne mit Gartenmöbeln in Qualitäten, die auch im Winter draußen bleiben können. Ich möchte die Lobby-, Bar- oder Restaurantfläche innen wie außen inszeniert zeigen – auch wenn es gerade regnet oder schneit. Das vergrößert einfach den Raum.

IF: Und im Privatbereich?

Kitzig: Ein schönes Beispiel ist ein Privathaus, das wir im Münsterland gestaltet haben. Das ist ein alter Bungalow aus den 50er Jahren mit einer 8 Meter langen Glasfront, die zur 60 qm große Terrasse hinaus geht. Damit wirkt der Wohnbereich viel größer. Die Terrasse gehört praktisch dazu, auch wenn man im Winter nur im Wohnzimmer ist. Das ist einfach nur durch die visuelle Verbindung ein Bereich geworden. Und das funktioniert dann tatsächlich auch im Münsterland. Man muss dazu nicht immer das Top-Wetter haben. Grundsätzlich legen wir bei Privathäusern viel Wert darauf, dass man aus jedem Fenster einen beleuchteten Garten sehen kann. Der Garten soll zum Lebensraum gehören, auch wenn man ihn gerade nicht begehen kann.

IF: Herr Kitzig, herzlichen Dank für das Gespräch! www.kitzig.com



Kitzig Interior Design

Olaf Kitzig gründete 1998 Kitzig Interior Design in Lippstadt. 2001, 2011 und 2013 folgten Büros in Bochum, München und London. Die Kernkompetenzen liegen in der Hotellerie, Gastronomie sowie in der Erstellung von maßgeschneiderten Konzepten für das Shop- und Retaildesign. Das Team besteht aus 56 Mitarbeitern – Innenarchitekten, Architekten, Designer und Grafiker – die Objekte im In- und Ausland betreuen. Über sich und seine Arbeit sagt Kitzig: „1998 gründete ich mein Büro und war voller Tatendrang und Optimismus, was man bewegen und erreichen könnte. Nach mehreren Ausbildungen sah ich mich als ausgestattet an, um mit Interior Design an den Markt zu gehen. Nach nunmehr 19 Jahren und Erfahrungen in diversen Bereichen der Innenarchitektur stelle ich immer wieder fest, dass die größte Leidenschaft das permanente Lernen und Begreifen der eigenen Umwelt ist. Auch das ist der Spirit, der mich und unser Büro immer wieder beflügelt und zum Nachdenken, Überdenken und Vordenken anregt. Das ist unser heutiges Lebenselixier, aus dem wir Kreativität und Schaffungskraft schöpfen.“