



Realitätsnahe Darstellung der Planung anhand von 3D-Simulationen, hier am Beispiel der „Crêperie La Vie“ in Friedberg.

Aus der Praxis eines Ambiente-Coaches! Teil 2

Vorher sehen, was hinterher Sache ist!

„Ambiente“ ist in der professionellen Gastronomie längst mehr als der schöne Schein. Im besten Falle ist es das visuelle Spiegelbild des Konzeptes, das den Gast unmittelbar anspricht und begeistert. Wie das in der Praxis funktioniert und was dabei zu beachten ist, darüber haben wir uns bei Hanna Raissle schlau gemacht, die den Begriff „Ambiente-Coaching“ in der Gastronomie & Hotellerie mit großem Erfolg eingeführt hat.

Beim letzten Mal (Beihefter im Gastronomie-Report 01/2015) haben wir die Stärken des Ambiente-Coaching anhand von Referenzen aus der Gastronomie (u.a. Dorfwirt Altenau, Gasthof zur Post in Herrsching, Gasthof „Goldene Sonne“ in Landshut) gezeigt, die bereits erfolgreich (um)gestaltet worden sind. Als Ergänzung dazu stellen wir dieses Mal ein Projekt vor, das gerade den Ambiente-Coaching-Prozess durchläuft.

Die familiär geführte „Crêperie La Vie“ in Friedberg ist so beliebt bei den Gästen, dass die Betreiberin Ute Sponer seit längerem auf der Suche nach größeren Räumlichkeiten war. Im generalsanierten Stadtpark-kassengebäude im Stadtzentrum ist sie fündig geworden. Neben der Bankfiliale und einem Ärztehaus ist in dem Gebäude auch ein gastronomisches Angebot eingeplant, wobei der Raum gewisse Eigenheiten hat. Es gibt nur eine feste Wand, denn an zwei Seiten dominieren große Glasfronten. Die

vierte Seite wird von Rolltoren gebildet, die während der Öffnungszeiten immer zum überdachten Atrium im Innenhof geöffnet sind. Der restliche Teil dieser vierten Wandseite bildet die Rückwand der Bar.

„Am Beginn des Ambiente Coaching geht es darum, ganz klar zu ermitteln, welche Vorstellungen der Betreiber von seinem künftigen Lokal hat und welche Gäste er ansprechen möchte“, erklärt Hanna Raissle. „Ein wichtiges Hilfsmittel ist ein detaillierter Fragebogen, bei dem es auch um Punkte geht, die auf den ersten Blick wenig mit dem Ambiente zu tun haben: Wie sieht der Lieblingsgast aus? Welche Marketingmaßnahmen sind geplant? Wo soll der Betrieb in 3 oder 5 Jahren stehen?..“

Bei der Crêperie „La Vie“ standen schließlich folgende Schlüsselbegriffe im Zentrum: leicht, lichtdurchflutet, entspannt! Die Konsistenz eines guten Crêpe sollte sich sozusagen im Ambiente widerspiegeln.

Auf der anderen Seite ist das Café als Ganztagesbetrieb konzipiert: mit Frühstück, kleiner Mittagskarte, Kaffee & Kuchen am Nachmittag, gehobenem Speisenambiente am Abend.

„Aus all diesen Anforderungen haben wir in enger Abstimmung mit der Wirtin einen lichtdurchfluteten Raum konzipiert, der französischen Flair ins Haus bringt“, so Hanna Raissle. „Beim Bestuhlungsplan bedienen wir zwei unterschiedliche Bedürfnisse der Gäste: **Offenheit** (Ich will als Gast sehen und gesehen werden) und **Schutz**. Diesem Bedürfnis tragen wir durch Bänke und Nischen Rechnung. Unterstützt wird die Erfüllung unterschiedlicher Gäste-Bedürfnisse durch einen ausgetüftelten Beleuchtungsplan, der Licht- und Schattenbereiche im Raum schafft.“

Aber was wäre die schöne Form ohne Funktion? Zum Ambiente-Coaching, wie es Hanna Raissle versteht, gehörte deshalb



Hochtische und Hochstühle nahe der Bar: Passt die Farbgebung zum Gesamtambiente? Bei 3D-Simulationen kann die Farbe jederzeit geändert werden.



Beim Blick von oben auf das Lokal werden Bestuhlungsplan und Wegeführung deutlich.

bereits in der Planung u. a. auch das genaue Vermessen der Laufwege, damit sich Gäste und Servicemitarbeiter optimal durchs Lokal bewegen können.

Die Kunst dabei ist, vorgegebene Charakteristiken des Raumes spielerisch zu optimieren. So ist z. B. vorgesehen, die Garten-Bestuhlung des überdachten Atriums im angrenzenden Lokalbereich aufzunehmen. „So werden mögliche Hemmschwellen beim Gast abgebaut“, erklärt Hanna Raissle. „Vielmehr lädt ein offenes und einladendes Ambiente zum Betreten des Lokals ein.“ Nach einem Trennelement – einer Kommode, die als Servicestation dient – folgt

ein eher ruhiger Bereich mit gemütlichen Nischen und Ecken. Im Bereich der Bar bekommt das Lokal schließlich ein gediegeneres Ambiente mit Bänken, Hochstühlen und Hochtischen.

„Das mag im ersten Moment wie ein Durcheinander verschiedenster Möbelkollektionen klingen“, so Hanna Raissle. „Aber wenn solch ein scheinbares Durcheinander detailliert geplant ist, wird die übergeordnete Idee erkennbar und erlebbar und der Raum wird zum spannenden und entspannten Erlebnisraum.“

Damit die Planungen nicht nur gut klingen, sondern auch punktgenau den

Wünschen und Erwartungen des jeweiligen Betreibers entsprechen, arbeitet Frau Raissle während des gesamten Prozesses des Ambiente Coaching mit 3D-Simulationen. Alle Zeichnungen und Skizzen werden also am Computer in realistische Bilder transformiert. Ganz plastisch formuliert: Der Kunde sieht vorher, was er hinterher bekommt!

Schritt für Schritt wird so das Ambiente Coaching umgesetzt. Dass bei solch einer Arbeitsweise ständig neue Ideen und Verbesserungsvorschläge in die Planung einfließen, versteht sich von selbst. Weitere Infos unter: www.ambiente-akademie.de und www.hanna-raissle.de

Ambiente-Coaching: Interview mit Hanna Raissle

„Zuhören – Werte ermitteln – stimmige Aussage definieren & umsetzen“

Gastronomie-Report: *Wie hat alles angefangen?*

Hanna Raissle: Als ich vor 25 Jahren meine Firma gründete, hatte ich ganz klar Wirte und Hoteliers als Kundenkreis im Auge. Ich hatte schon immer mit Gastronomie zu tun und liebe diese Branche. Eine meiner Ausbildungen war Floristin. Hier sah ich gute Möglichkeiten, in der Gastronomie, besonders im Eventbereich, Fuß zu fassen. Einer meiner ersten Kunden war dann gleich einer der Großen der Szene: Otto Koch. Der Kontakt und die Zusammenarbeit bestehen bis heute.



Bereitschaft, sich in Menschen und deren Sichtweisen hineinzusetzen, aber auch professionelles Know-how. Einen großen Schub erhielt meine Arbeitsweise durch ein Coaching Studium bei Sabine Asgodom, eine der besten Business Coaches weltweit.

Aus all diesen Bausteinen ist schließlich ein ganzheitliches System entstanden, das Ambiente zu dem macht, was es ist: Ausdruck der gesamten Firmenpersönlichkeit und das zentrale Marketingmittel für jeden Betrieb: Marke, CI, CD, Storytelling, den Spirit leben... All das wird durch das Ambiente nach außen – zum Gast – transportiert. Das ist der Kern des Ambiente-Coaching.

Gastronomie-Report: *Wobei kein Stillstand in Sicht ist?*

Hanna Raissle: Es ist meine Leidenschaft, meine Methoden ständig zu verbessern. Das erspart den Kunden Fehlversuche. Und mir macht es unendlich viel Freude zu sehen, wie zielgerichtet, ressourcenschonend und nützlich die Maßnahmen für den Erfolg des Kunden sind. Immer wichtiger ist z. B. bei der Umbau- oder Neugestaltungsplanung die Zusammenarbeit mit einem 3D-Spezialisten (wir kooperieren auf diesem Gebiet mit einem der Besten der Branche, dem Architekten Jürgen Opitz) geworden. So können Ideen fotografisch am Computer in fotorealistische Bilder umgesetzt werden, die den Kunden eine klare Vorstellung vermitteln. So lassen sich bereits in der Frühphase teure Fehlentscheidungen verhindern.

Gastronomie-Report: *Was machen Sie anders als andere Raumgestalter?*

Hanna Raissle: Es geht bei allem nur um ein Thema: den langfristigen Erfolg des Kunden! Dazu muss jede Maßnahme bestmöglich zu den Menschen passen, die sich in den Räumen aufhalten: Gastgeber, Mitarbeiter und Gäste. Das ist ein ganz wesentliches Erfolgsgeheimnis!

Gastronomie-Report: *Was darf ein Gastronom von Ihnen erwarten?*

Hanna Raissle: Zuerst einmal: Ich höre genau zu! Am Anfang jeder Zusammenarbeit, ob kleiner oder großer Auftrag, steht eine Bestandsaufnahme. Ich nenne das die Wertermittlung des Betriebs. Dahinter steht die Philosophie: Alles, was gut gemacht ist, ist richtig; rustikal, edel, flippig... Eine deftige Brotzeit im richtigen Umfeld mundet genauso wie ein Gourmetmenü im Sternelokal.

Es geht mir es also nicht darum, einem Kunden irgendein sogenanntes Erfolgs(patent)rezept aufzudrängen. Die Wertermittlung bildet vielmehr ein einfaches und zielgerichtetes Grundlagengerüst, um den Betrieb aus sich heraus weiter zu entwickeln. Es geht darum, für jeden Betrieb die individuell stimmige Aussage, die gekonnte Inszenierung zu definieren und umzusetzen. Das sogenannte Wirtshaus- bzw. Restaurantsterben, das wird von aktuellen Studien belegt, ist ein Sterben der undefinierten Betriebe.

Gastronomie-Report: *Herzlichen Dank für dieses Gespräch.*