

August 2014
EURO 7,00 · D13971
www.fizzz.de

MEININGER - SINCE 1903

A SEVEN CULTURE NOW!
fizzz®

08

MIT BISS

Wie Kavita Meelu mit ihren Events die Food-Szene der Hauptstadt umkrepelt

fizzz
AWARD
2014

JETZT VOTEN!

PLUS Sherry-Bars / Paris Special / Green Smoothies / Bankgeheimnis / Trendcocktails

Serie:
Die Gastro-
Designer,
Oana Rosen,
Rosen Architekten

38
39



Unser Ziel: Die **PERFEKTE** Inszenierung



Ihren Hang zum mondänen Design konnte Oana Rosen auch beim Memberclub „Kane & Abel“ umsetzen

FOTOS: FR

Oana Rosen spielt gern mit Kontrasten, ihre Sprache ist modern und mondän zugleich. Mit Respekt vor Historie und Gespür für außergewöhnliche Accessoires – von der mannshohen Horse Lamp bis zum Tisch aus Aalleder.

Interview: Heike Hucht

Firmensitz:
Frankfurt am Main

Inhaber:
Oana Rosen

Gegründet:
1996

Mitarbeiter:
4

Referenzen:
Gekko Bar, Kane & Abel, Club Bernstein im Casino Baden-Baden, Buster Pasta, Roomers, Gerbermühle
www.rosen-architekten.de

Was kann und sollte Design im besten Fall für ein gastronomisches Konzept leisten?

Im Design sollte sich das Konzept der Gastronomie widerspiegeln. Gutes Design unterstützt das Konzept und fördert den Verkauf des gastronomischen Angebotes. Schon beim Eintreten sollte der Gast darauf eingestimmt werden. Im besten Fall bilden Einrichtung, Dekoration, Lichtstimmung und Musik eine Einheit.

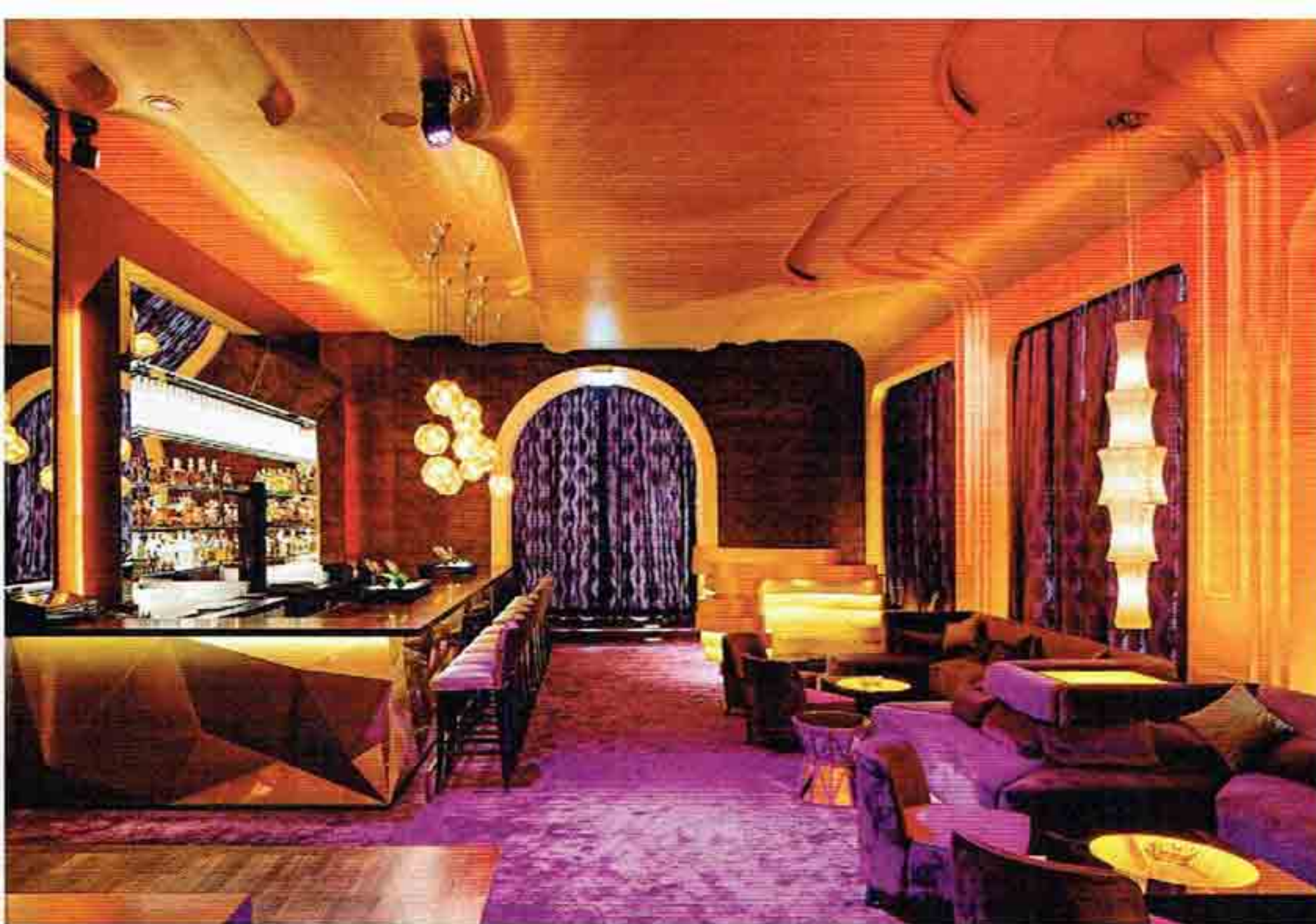
Was reizt Sie am Planen und Gestalten von gastronomischen Objekten?

Vor allem die große Bandbreite an Möglichkeiten! Jedes Konzept ist anders und lebt davon, ein besonderes Gesicht zu haben. Unsere Aufgabe ist es, Orte zu schaffen, an die sich der Gast gerne erinnert, ohne sich durch das Design aufzudrängen. Wir gestalten Räume für zeitlich begrenzte Aufenthalte, für sehr unterschiedliche Menschen, in denen sich alle wohlfühlen sollen. So unterschiedlich die Bühne beziehungsweise das Bühnenbild auch ist, die Herausforderung lautet jeweils, eine Stimmung zu kreieren, die dem Gast ein gutes Gefühl gibt und den Gastronom in seinem Tun unterstützt.

Wie budgetieren Sie Projekte?

Wir erstellen Schätzungen der Baukosten aus unseren Erfahrungswerten und den klassischen Kennwerten. Außergewöhnliche Gestaltungselemente lassen wir vorab von den ausführenden Firmen grob kalkulieren. Die Angebote für unser Honorar leiten wir aus den Bausummen ab.

HANNES ALBERT



40
41

Links: Kreditkartenzahlung ist in der Frankfurter „Gekko Bar“ sichtbar erwünscht. **Oben:** Herausforderung Casino-Bar. In Baden-Baden wandelte sich die Bar zum Ganztagskonzept „Club Bernstein“. **Unten Mitte:** Mit der Revitalisierung der „Gerbermühle“ wagte sich Oana Rosen an ein Traditionsgebäude mit hoher Strahlkraft. **Unten rechts:** Vor der Tür unattraktives Büroumfeld, hinter der Tür die „Roomers Bar“, geheimnisvoll, dunkel und sexy.

Die Planungs- und Vorbereitungsphase ist für uns sehr zeitintensiv und komplex, sodass wir im Gegenzug die effektive Bau- und Einbauzeit möglichst kurz halten können.

Wie muss man sich eine Zusammenarbeit mit Ihnen konkret vorstellen?

Wir sind gerne von Anfang an dabei. Ich bin froh, wenn ein Bauherr bei einem neuen Projekt schon in der frühen Planungsphase auf uns zukommt. Das sich Reindenken in die Vision des Betreibers, das gemeinsame Erarbeiten der Aufgabe ist wichtig, spannend und unabdingbar für ein gutes Ergebnis. Wenn Konzept und Grundriss stehen, fertigen wir Moodboards an, um Stimmungen, Materialität und Designrichtung mit Beispielen abzustimmen. Das anschließende Visualisieren der Räume verschafft uns und dem Bauherrn zusätzliche Sicherheit. Erst dann beginnt die konkrete Ausführungsplanung von Beleuchtung über Einbauten und Deko-Vorschlägen bis zu Kaufteillisten.

Wann beziehungsweise bei welchen Aufgaben ziehen Sie externe Spezialisten hinzu?

Generell arbeiten wir eng mit unseren Schreibern und Innenausbauern zusammen. Das Möbel-Design und die Lichtplanung machen wir selbst. Wenn es um Kunst geht, lassen wir uns gern beraten.

Ihre bisher herausforderndsten Projekte?

Zum Beispiel das „Roomers“. Die Aufgabe lautete, ein unattraktives Bürogebäude in der Nähe

des Frankfurter Hauptbahnhofs in ein geheimnisvolles, gerüchteumwobenes, dunkles, sexy Hotel mit Gastronomie zu verwandeln. Dazu haben wir die Räume nach innen gekehrt, zur Straße hin fast geschlossen. So taucht man in die Lobby ein und kehrt der lauten Außenwelt den Rücken. Dieser Ansatz zieht sich durch die gesamte Gestaltung.

Ebenfalls ein spannendes Projekt: die 1520 am Mainufer erbaute Gerbermühle zu revitalisieren, seit 1904 eine gastronomische Institution und Treffpunkt für alle Ziel- und Altersgruppen. Der Umbau sollte die Tradition des alten Landgasthofs mit der Geschichte von Goethe verknüpfen und in eine moderne Sprache übersetzt werden. Gelungen ist das durch den vorsichtigen Umgang mit dem Bestand und dem Spiel mit Kontrasten: warme und natürliche Materialien wie dunkles Massivholz, Leder, Horn und Felle in Verbindung mit Sichtmauerwerk und außergewöhnlichen Dekorationselementen. Die Neugestaltung wurde von den Frankfurtern sehr kritisch beobachtet – und am Ende mit Begeisterung angenommen.

Noch ganz frisch ist der Club Bernstein im Casino Baden-Baden. Das Ergebnis wirkt mondän und gleichzeitig modern...

Hier galt es, die alte Bar in ein Ganztagskonzept mit Lounge-, Bar- und Club-Charakter umzuwandeln. Das Ergebnis sollte modern und cosy sein, sich eben nicht dem prunkvollen Stil des ehrwürdigen Gebäudes unterordnen und trotzdem keinen Bruch darstellen. Die Schwierigkeit dabei:

dem Anspruch der Wertigkeit gerecht zu werden und eine Gestaltungssprache zu finden, die sich gegen die denkmalgeschützte Umgebungsarchitektur behaupten kann. Entsprechend haben wir klassische Elemente wie Kristalleuchter, facettierte Spiegelflächen, gesteppte Polster und figürliche Gipsornamente neu interpretiert und mit frischen Akzenten gemixt. Geschickt platzierte Lichtquellen und indirekte Beleuchtung machen sowohl tages- als auch abendtaugliche Lichtstimmungen möglich.

Konzepte ins rechte Licht setzen – ein Thema, das endlich an Bedeutung gewinnt. Welche weiteren Entwicklungen sehen Sie?

Die Gastro-Welt wird immer bunter, die Auswahl größer. Gäste wissen sehr wohl zu unterscheiden und wählen bewusst. Die Zahl von Ketten und systemgastronomischen Konzepten ist merklich gestiegen, diese Entwicklung wird sich noch verstärken. Einen Gegentrend bilden kleine, besondere Nischenformen, zum Beispiel kuschelige Neighbourhood Places. Orte der Kommunikation werden immer wichtiger: Plätze, an denen man herzlich begrüßt wird – am besten mit Namen –, und die eine persönliche Handschrift tragen, in der Ausstattung wie auch im Angebot. Gestalterisch sehe ich zwei große Themenblöcke: einerseits Regionalität, Nachhaltigkeit und Wertigkeit – zunehmend verbunden mit der Umnutzung von Gebäuden, andererseits eine eher technisierte, futuristische Innenarchitektur. Aber auch dazwischen ist vieles möglich und denkbar – wenn es gut gemacht ist!