VSI-Beilage : Innenarchitektur/Design : Mövenpick im neuen Look

Objekttyp: **AssociationNews**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **86 (1999)**

Heft 9: **Beruf im Bild = L'image de la profession = Professional image**

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Mövenpick im neuen Look

Mövenpick-Restaurants
Paradeplatz und Plaza, Zürich
Innenumbau, 1998–1999
Innenarchitektur:
Tony Chi & Associates, New York
Projektleitung: Niklaus Kunz, Zürich

Mövenpick gibt seinen Restaurants in Zürich ein neues Gesicht. Zwei der insgesamt sieben Lokale sind bereits nach dem neuen Konzept umgebaut worden, und im September 1999 wird mit dem «Pfauen» beim Schauspielhaus das dritte Restaurant folgen. Die Veränderungen sind auffällig: Der Stil der Siebziger- und Achtzigerjahre mit seinem bunten und üppigen «gastronomischen Zierrat» ist einer strengen und farblich abgestimmten Materialität gewichen. Der neue Auftritt der Restaurants ist ein Anzeichen dafür, dass bei Mövenpick Veränderungen im Gange sind.

Mövenpick «Paradeplatz», Erdgeschoss mit Fotos aus alten Mövenpick-Lokalen

Mövenpick «Paradeplatz», 1. Obergeschoss

Restaurants und Bars nehmen als gesellschaftliche Orte der Begegnung und Kommunikation eine besondere Stellung in der Innenarchitektur ein. Die Grundbedürfnisse des Menschen wie Nahrungsaufnahme oder zwischenmenschlicher Kontakt wollen gestillt werden, wie auch der Wunsch nach Unterhaltung und Rückzug. Auf der anderen Seite stehen die wirtschaftlichen Interessen des Betreibers bezüglich Frequenz und Umsatz.

Die Kundschaft der beiden Mövenpick-Lokale ist sehr heterogen, ein Umstand, auf den nicht nur mit der Speisekarte, sondern auch mit einer umfeldbezogenen Innenarchitektur reagiert werden muss. Geschäftsleute, Passanten und Touristen besuchen die Lokale zu unterschiedlichen Zeiten mit unterschiedlichen Bedürfnissen. In den 18 Stunden in denen das «Parade» täglich geöffnet ist, wird vom Frühstück über den schnellen Businesslunch bis zum gediegenen Nachtessen in intimer Atmosphäre alles erwartet. Die nicht leichte Aufgabe, eine adäquate Innenarchitektur zu gestalten, wurde dem Architekten Tony Chi übertragen. Der international tätige Amerikaner chinesischer Abstammung gehört zu den Schrittmachern der «Road-House Cuisine» in Amerika, die sich kulinarisch und gestalterisch an den Gepflogenheiten verschiedener Nationalitäten orientieren. Für Mövenpick nahm er sich vor, ein «schweizerisches Restaurant für eine kosmopolitische Kundschaft» zu gestalten. Chi inszeniert nicht mit Eyecatchern, sondern er schafft harmonisch gestaltete «Hüllen, in denen sich eine von den Gästen ausgehende Atmosphäre entfalten und

potenzieren kann». Materialien, Farben und vor allem das Licht sind die Mittel, mit denen er eine sinnliche Atmosphäre erzeugt. So ungewohnt der neue Auftritt auf den ersten Blick auch erscheinen mag, so führt Chi die Devise von Mövenpick, die Sinne anzusprechen, auf seine Weise weiter.

Beim Versuch Schweizerisches mit Kosmopolitischem zu verbinden, überwiegt das Kosmopolitische bei weitem: das «Plaza» oder das «Paradeplatz» könnten überall stehen. Auch wenn von «warmen Erdtönen und dem verhaltenen Grün unserer Nadelwälder» die Rede ist, rufen die Tropenhölzer, der Marmor, die ledernen Wandpaneele und der Stucco Veneziano eher südliche oder asiatische denn schweizerische Assoziationen hervor. Schweizerischer hingegen sind die Fotografien und Zeitungsausschnitte aus der Mövenpick-Vergangenheit an Wänden und Leuchten sowie die einheimischen Bio-Produkte auf der Speisekarte.

Davon einmal abgesehen, erzeugt der Zusammenklang der edlen und ungewohnten Materialien eine gediegene, auf Qualität und Echtheit beruhende Atmosphäre, die durch eine fein abgestimmte, nach Tageszeit sich verändernde Lichtregie unterstützt wird. Die Raumaccessoires stammen aus dem kulinarischen Bereich: In wandhohen Regalen aus asiatischem Zebranofurnier sind Wein- oder Siphonflaschen, Kochbücher oder Vasen dekorativ arrangiert. Die Anzahl der Tische hingegen fördert mehr den guten Umsatz als ein stimmungsvolles Beisammensein.

Mit dem neuen Auftritt setzt Mövenpick in Architektur und Angebot sowohl auf Wiedererkennung als auch auf Flexibilität. Die Lokale sind nach demselben Konzept in unterschiedlicher Materialität gestaltet und neben den kulinarischen Klassikern, die in allen Mövenpicks angeboten werden, besitzt jedes Restaurant seine Spezialität. C.S.

Mövenpick «Plaza», Gastrobereich mit Oblichtern

Mövenpick «Plaza», raumtrennendes Regal mit Weinflaschen

Fotos: Morley von Sternberg, London

Le nouveau look de Mövenpick

Mövenpick donne un nouveau visage à ses restaurants zurichois. Parmi ses sept établissements, deux d'entre eux – le «Paradeplatz» et le «Plaza» – ont déjà été transformés selon le nouveau concept. L'architecte sino-américain Tony Chi a été chargé de l'architecture intérieure. Pour Mövenpick, son intention est de concevoir un «restaurant suisse pour une clientèle cosmopolite». Chi ne cherche pas à mettre en scène du tape-à-l'œil, mais crée des «enveloppes» harmonieusement composées «dans lesquelles l'atmosphère qu'apportent les clients peut se développer et s'amplifier». L'harmonie des materiaux nobles et inédits crée une ambiance raffinée reposant sur la qualité et l'authentique, le tout soutenu par une régie lumineuse finement contrôlée. Les restaurants ont un flair international n'ayant rien d'helvétique. Par l'architecture et l'ambiance proposées, Mövenpick rentre en scène en se faisant reconnaître en même temps qu'il offre de la flexibilité. Les restaurants sont basés sur le même concept réalisé en matériaux différents et à côté des mets classiques qui sont offerts dans tous les Mövenpicks, chaque maison propose ses propres spécialités.

La Mövenpick nel nuovo look

La Mövenpick cambia faccia alle sue filiali di Zurigo. Due – il «Paradeplatz» el il «Plaza» – dei sette complessivi ristoranti sono già stati ristrutturati secondo il nuovo concetto. Per l'architettura degli interni è responsabile l'architetto cino-americano Tony Chi. Suo scopo era creare per Mövenpick un «ristorante svizzero per una clientela cosmopolita». Chi non ama lavorare con cosidetti «eyecatcher», elementi spettacolari atti ad accalappiare lo sguardo, bensì crea armonici «involucri, nei quali l'atmosfera proviene dagli stessi clienti vien potenziata e riflessa nell'ambiente circostante». L'utilizzo di materiali nobili e inusuali crea un'atmosfera di qualità e purezza che viene ulteriormente accentuata con una delicata regia della luce. I diversi locali risultano così avere un certo-non-so-ché di internazionale e non certo di svizzero. La Mövenpick punta con questo nuovo concetto di architettura e di offerta sul consolidato riconoscimento da una parte e dall'altra su una nuova flessibilità. I locali sono arredati seguendo lo stesso concetto e presentano quindi diverse materialità. Per quanto riguarda l'offerta culinaria, accanto ai classici piatti, ogni ristorante avrà poi una propria specialità.