



«Grüne Manzanilla» Farbkonzept für italienisches Bistro-Restaurant

Projektarbeit von Gisela Kämpf





Das Farbkonzept – Ein Reifeprozess

Die Olive entwickelt sich in den verschiedenen Stufen des Reifeprozesses weiter, verfärbt sich vom unreifen Stadium zur vollsten Reife, bis die langsam von der Sonne gereifte Frucht in ihrem vollendeten Aroma geerntet werden kann.

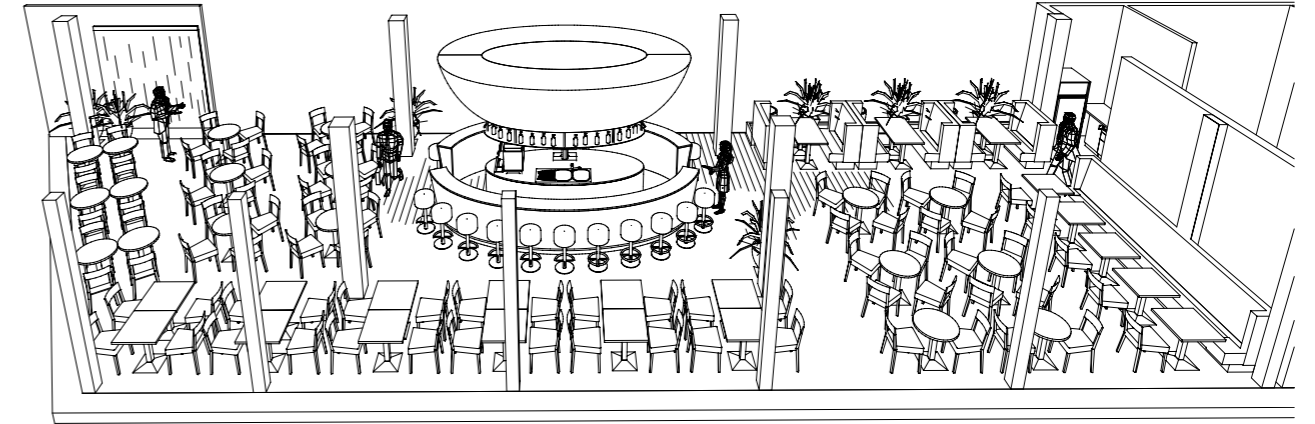
Mein Farbkonzept war ein ebensolcher Reifeprozess der sich von anfänglichen Ideen weiterentwickelte, sich diese wiederum verfärbten in andere Richtungen und Farben bis sich dann nach der Prozessphase, welche etliche Farbstufen durchlief, die reife Frucht am Baum nicht mehr halten konnte, herunter purzelte, sich mir in ihrer ausgereiften Form präsentierte.

Das Layout dieser Dokumentation führt den Leser wie im Inhaltsverzeichnis ersichtlich, mit den angezeigten Farben durch diese verschiedenen Entwicklungsstufen der grünen Manzanilla-Olive.

Inhaltsverzeichnis

Einstieg	
Projektaufgabe	
Grundriss-Plan, Infrastruktur	5–6
Projektziel	
Zielvorstellungen der Kundschaft	7
Analyse der Ausgangslage	
Raumanalyse	8
Funktionsanalyse	9
Personenkreisanalyse	9
Ausschnitt aus dem Arbeitsbuch	10–11
Farbkonzept	
Gestaltungsidee	13
Text vor der Liste einfügen	14
Die Vielfalt – Eine Welt der Varietäten	15
Weitere Reduktion	16–17
Kolorits	18
Assoziationen und Stimmungen	19
Farbwirkung	19
Farbensondierung	20
Begründung	21
Gewichtung der Farben	22
Begründung Farbeinsatz	23–25
Ausschnitt aus dem Arbeitsbuch	26–27
Anhang	
Materialien	29
Art und Qualität der Beleuchtung	30
Ausführung	30

Projektaufgabe



Grundriss-Plan, Infrastruktur

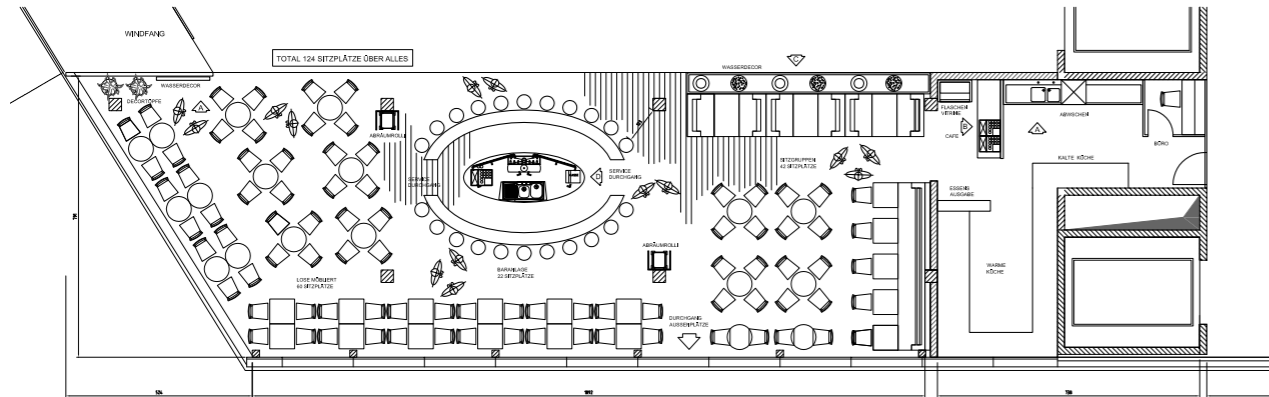
Im neuen Einkaufszentrum in Thun Dürrenast ist wie auf dem Grundriss-Plan ersichtlich ein italienisches Bistrorestaurant mit Eröffnung im Jahr 2010 geplant. Es befindet sich im Parterre mit direktem Zugang von den Rolltreppen. Das Restaurant hat einen Durchgang zu einem Aussenbereich.

Für das gesamte Restaurant soll gemäss Grundriss-Plan ein Farbkonzept erstellt werden. Dieses soll die Farbgestaltung von allen architektonischen Elementen wie Wände, Pfeiler, Boden als auch der gesamten Inneneinrichtung inklusive der Möblierung und der Beleuchtung im ganzen Raum beinhalten. Die Art der Decke ist noch unklar, sie wird auf 4,5–5m Höhe sein und ist von der Farbgestaltung ausgeschlossen. Gewisse Materialien wie die des Bodens, der Tische, teilweise der Stühle, der Sitzgruppen, der gesamten Baranlage mit Hocker und deren Design sind vom Kunden bereits bestimmt und so ins Farbkonzept einzubeziehen.

Projektziel

Zielvorstellungen der Kundschaft

Die Farbgebung soll das erwähnte italienische Bistro-Restaurant-Konzept des Kunden möglichst treffend aufnehmen und nach Aussen dem Zielpublikum reflektieren. Das Restaurant soll für die Gäste ein Aufenthaltsort für die kurze Verpflegung und als Treffpunkt im Einkaufszentrum dienen. Es soll einerseits unter den vielen optischen Reizen der Geschäfte und Waren auffallen, um die Aufmerksamkeit zu gewinnen und leicht gefunden zu werden. Das Restaurant ist für relativ kurze Konsumationszeiten der Kundschaft konzipiert. In dieser Zeit soll dem Gast eine wohltuende, erholsame, erfrischende und genussvolle Einkaufspause in einer unbeschwerten und friedlichen Umgebung ermöglicht werden. Mit dem einfachen aber populären italienischen Speiseangebot wird eine Vielzahl von Menschen mit mittlerem Budget von gross bis klein angesprochen. Die Farbgebung soll eine Stimmung des leichten, mediterranen Lebensgefühls aufkommen lassen und eine Synästhesie in den Geschmacksorganen an aromatische, natürliche, italienische Zutaten wecken. Nebst dem Essen wird an der Bar eine Grosszahl an Getränken konsumiert. Sie soll Raum bieten für unverbindliches, geselliges und heiteres Zusammensein. Frisch gestärkt und angeregt soll das Einkaufen so für die Besucher zu einem positiven, vergnüglichen Erlebnis werden.



Das italienische Bistro-Restaurant-Konzept soll treffend im Farbkonzept integriert werden:

- Kunden des Einkaufszentrums im Bereich des mittleren Budgets emotionell ansprechen
- Grosser Getränkeumsatz an der grosszügigen Bar
- Einfaches aber populäres Speiseangebot
- Kundschaft mit relativ kurzer Konsumationszeit

Analyse der Ausgangslage

Raumanalyse

Der Raum misst 18,92m × 7,91m und er ist ostwestlich ausgerichtet. Die Raumhöhe der nutzbaren und sichtbaren Fläche ist 3,50 m. Er ist einseitig in einem 45 Grad Winkel angeschnitten. Über diesen Winkel und die ganze Süd-front erstreckt sich eine Fensterfront mit raum-hohen Beton- oder Metallpfeilern, welche auch im ganzen Raum vertreten sind. Ein Durchgang in der Fensterfront zwischen den 60 losen möblierten Sitzplätzen ermöglicht Zugang zu den Aussenplätzen. Zum Einkaufszentrum hin ist der Raum offen begehbar und nur durch ein Wasserdekor, welches Sitzgruppenhöhe hat, getrennt. Die Sitzgruppen bieten 42 Sitzplätze. Dazwischen gelangt das Personal in den Bereich der Essensausgabe und der Küche. Ein zusätzliches Wasserbahnen-dekor wird aus Sicht von Innen an der linken freien Wand montiert.

Im Zentrum des Raumes, von Aussen gut ersichtlich, befindet sich als Anziehungs- und Blickpunkt eine oval- förmige Baranlage mit einer ebenso dimensionierten, gleichförmigen Deckenlampe, die zugleich für die Getränkeauslage dient. Die Bar hat zwei Service-durchgänge und 22 Sitzplätze. Total verfügt das Restaurant über 124 Sitzplätze.

Die Qualität des Lichtes ist Mischlicht: Das Grundlicht besteht aus PL-Sparlampen welche im Deckenraster integriert sind. Für eine stimmungsvolle Atmosphäre werden die Wände und Wasserbahnen indirekt von unten durch Halogenstrahler beleuchtet. Der ovale transparente Lampenschirm mit Fluoreszenz über der Bar beleuchtet allgemein. Davon herunterhängende Halogen-Zapfen-spots geben punktuell Licht auf die Arbeitsfläche ab. Bedingt durch die Süd-Ausrichtung der Fensterfront hat der Raum viel Tageslicht.

Funktionsanalyse

Das Restaurant hat die Funktion, den Besuchern des Einkaufszentrums mit mittlerem Budget eine zentral integrierte Verpflegungsmöglichkeit zu bieten. Den Besuchern wird mit dem einfachen aber populären Speise- und Getränkeangebot eine relativ kurze und unverbindliche Konsumationszeit ermöglicht. Nebst der Erholung und Verpflegung der Kunden deckt das Bistro-Restaurant auch gesellschaftliche, kommunikative und soziale Funktionen ab. Es hat sozusagen als Kern des Zentrums die Funktion als wichtiger Treff- und Aufenthaltsort.

Personenkreisanalyse

Das Einkaufszentrum wird von einem grossen Publikum frequentiert. Es handelt sich dabei um eine umfassende Bandbreite und Varietät an individuellen Kunden- und Stilpersönlichkeiten mit ihren jeweiligen Charakteren.

Die vielfältigsten Arten und Mischungen von Alter, Geschlecht, Herkunft, sozialer, kultureller Hintergründe, Gewohnheiten, Erscheinungen, Berufsgattungen, Zivilstand und Lebensstilen sind unter den Besuchern vertreten. Ob extravagant, klassisch, jugenhaft, romantisch, natürlich oder jugendlicher Persönlichkeitstyp, man trifft sie im Zentrum alle an. Denn so individuell die Persönlichkeiten sind, so umfassend und breit ist auch das Sortiment des Einkaufszentrums.

Emilia Romagna

Eine Reise zu Köstlichkeiten und Geheimtipps.
Geführte Rundreise.

Die kulinarische Entdeckungsreise durch die Emilia Romagna führt zu außergewöhnlichen Produzenten, zu innovativen Köchen, Trattorien und Weinkeller. Mit den Hunden auf Trüffelsuche, ein Besuch auf dem Weingut und in der Küche gleich selber mitanlegen: Den Deckel leicht anheben und mit geschlossenen Augen riechen. Dann die Löffelspitze eintauchen, an die Luft blasen und den Sugo auf der Zunge langsam zergehen lassen. Dezentieren, fächeln, gut essen – reichlich.

REISEDATEN

18. - 21.08.2019

HOTEL

Hotel Real Fri San Francesco: Das Hotel in Modena ist ein antiker Palast mitten in der Altstadt. Die eleganten Suiten sind mit Antiquitäten eingerichtet und verfügen über Marmorbäder mit Hydromassage und Jacuzzi.

PREIS

3 Nächte im Doppelzimmer (Junior-Suite) im Hotel Real Fri San Francesco in Modena, Frühstück, Reise mit Reiseleitung im modernen Minibus ab/bis Zürich-Flughafen, Programms und Mahlzeiten gemäß Ausschreibung, pro Person CHF 2270,- (zuzügl. 200,-/Person)

Weitere Details in der beiliegenden Preisliste.

Mehr Emilia Romagna? www.globusreisen.ch/emilia-romagna
Buchen Sie online über www.globusreisen.ch oder in jedem guten Reisebüro.

caffè macchiato
espresso, la
aperitivo,
prosciutto,
panini, l'estate
Cioccolata
primavera,
Aceto Balsamico

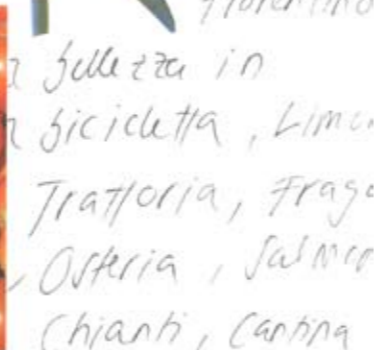
Olio Extra vergine
la valle
e gli
Amici...
Specialità
di Puglia
Fiorentino

Bellezza in
bicicletta, Limone
Trattoria, Frago
Osteria, Salmo
Chianti, Cantina



Olio di Oliva

Olio Extra vergine



Italien Assoziationen... Panini, secondo, pane...
Primi piatti, Ravioli, Penne, Caffè, Amore, binario 11, ...
Ragazzi, Raci, Santa Maria, Mamma, Nonna, Piazze, Strade,
Pasticceria, Tiramisu, Pane Cotto, il mercato.

Italia amore mio ... Firenze .. Roma...
Milano Centrale, Piazza-Grande, La Vespa, Ciao B.
na, Buon appetito, Grazie, Italiani, Ristorante,
sü Tisch, Santo Stefano, Spaghetti, Pisto,
to, Formaggio, vino rosso, via del Parlamento.

Farbkonzept

Gestaltungsidee:

Eine Welt der Varietäten – So vielfältig wie wir Menschen und unsere Produkte

Innerhalb der mediterranen italienischen Küche gibt es eine reiche Auswahl an frischen Zutaten und Spezialitäten, deren Farbigkeit, Geschmack und Aromen, Grössen, Sorten, Namen, Verwendung, Qualitäten, Beschaffenheit etc. sich wiederum in der Art und Möglichkeit der Zubereitung unzählig variieren lassen. Diese Welt der Varietäten mit ihren unzähligen Kombinationsmöglichkeiten erinnert stark an die Variationen der Kundenpersönlichkeiten von der Personenkreisanalyse sowie an das breite Angebot und Sortiment im Warenhaus. Beide, Personen und Waren unterscheiden sich total individuell durch etliche Merkmale wie dies bei den Zutaten der Fall ist. (Siehe Vergleichsliste auf Seite 14) Diese grossartige Vielfalt der italienischen Zutaten einerseits und der Besucher und angebotenen Waren andererseits soll im Farbkonzept thematisch aufgegriffen werden. Mediterrane Zutaten sollen farbliche Ausgangslage sein um frische, fruchtige Assoziationen und eine aromatische, Appetit anregende, genussvolle, entspannte, mediterrane Marktstimmung im Raum hervorzurufen.



Reduktion auf eine Zutat:

Die Olive als Repräsentant der Vielfältigkeit – Menschen und Produkte mit verschiedensten Färbungen

Der augenfällige Lampenschirm über der Baranlage erinnert formal stark an eine Olive. Auch Tische und Barhocker haben runde Formen welche mit verstreuten Oliven auf einem italienischen Markt assoziiert werden können. Die Olive ist zudem eine der vielseitigsten Früchte. Deshalb repräsentiert sie unter all den italienischen Zutaten die grosse Bandbreite an Persönlichkeiten und Produkten. Die Vielseitigkeit dieser Frucht steht für die Vielseitigkeit der Menschen und Produkte wie die folgende Aufstellung zeigt.



Die Vielfalt – Eine Welt der Varietäten:

	Olive	Personen	Sortiment, Produkte
Namen	Grüne Manzanilla, grosse Grüne, grosse Schwarze, kleine Schwarze, Olive Royal, Hojiblanca, Matena, Pichal, Empeltre, Verdial, Picuda, Antequera etc.	Schneider, Fahrni, Pfister, Frank, Kämpf, Frey, Mühlethaler, Meier, Grossenbacher, Marti, Witschi, Albanese, Pennacchio, Paladino, Huber, Carluccio, Weber etc.	Essen, Haushalt, Kosmetik, Hygiene, Reinigung, Garten, Sport, Freizeit etc. Zweifel, Nivea, Loreal, Weleda, Dr. Oetker, Frey, Jowa, Bell, Gerber, Persil, Candida, Elmex, Maggi, Kelloggs, Emmi, Nestlé etc.
Farben	Grasgrün, fruchtige Farbtöne, Violett, Schwarz, intensiv Gelb, zart Hellgelb, Gold etc.	Persönlichkeitstypen: Leuchtend, warm, kühl, hell, dunkel, gedämpft, rosig, dezent, weich, Sommersprossen, nordisch etc.	Gelb, Rot, Blau, Grün, Ocker, Braun, Schwarz, Weiss, Beige, Orange, Türkis etc.
Aromen	Salzig, bitter, sauer, süss, frisch, intensiv, kräftig, hocharomatisch, fruchtig, würzig, scharf, frisches Gras, leicht im Abgang, pikant, exotische Früchte, Äpfel, Kiwi, Sauerampfer, Walnuss, Kräuter, Blumen, Tomaten, Waldbeeren, Fenchelkraut, Bananen	Fein, zart, intensiv, süsslich, neutral, stark, männlich, weiblich, kindlich, jung, alt, frisch, blumig etc.	Salzig, bitter, fruchtig, Pfefferminz, Orange, frisch, natürlich, etc.
Herkunft	Griechenland, Türkei, Südschpanien, Israel, Frankreich, Italien, Portugal, Flachland, Bergige Lagen	Weltweit, multikulturell	weltweit
Verwendung	Nahrung, Kosmetik, Medizin etc.	Berufe und Lebensaufgaben: Medizin, Verwaltung, Industrie, Handwerk, Dienstleistung, Familie etc.	multifunktional
Beschaffenheit	Weiches Fruchtfleisch, mürbe, reif, unreif, schrumpelig, fest, glatt, samtig	Haut: hell, zart, eben, weich, fest, fein, straff, glatt, samtig, rau, reif, unreif etc.	Karton, Kunststoff, Styropor, Cellophan, etc.
Qualität und Preis	Diverse Qualitäten und Preise	Fähigkeiten und Qualitäten: Liebenswürdig, aufmerksam, geduldig, ungeduldig, hilfsbereit etc. Preis: Lohn, Anerkennung, Einsatz	Diverse Qualitäten und Preise
Grössen	Diverse	Diverse	Diverse



Weitere Reduktion von der Olive zum Olivenöl – Von der Individualität zu gemeinsamen Merkmalen

Das Olivenöl gilt als Grundnahrungsmittel der Mittelmeerkost und ist gleichzeitig wichtigster Bestandteil der mediterranen Küche. Olivenöl erstreckt sich durch die gesamte italienische Küche. Seine Präsenz ist überall in Italien. Dieses Öl und seine Frucht sollen deshalb als Ausgangslage für die Farbgebung sein. Olive und Olivenöl sollen die erwähnte Vielfalt an Zutaten, Menschen und Produkten farblich und formal repräsentieren. Auch die entsprechenden psychologischen Wirkungen, Assoziationen, Stimmungen und Synästhesien sollen dadurch im Restaurant hervorgerufen werden.



Kolorits

Vorsondierung der Farbpalette – Reduktion auf die farblichen Varietäten der Olive und des Olivenöls.



Assoziationen und Stimmungen

Meeresluft, Mittelmeerraum, fruchtig, leicht, Sonne, Licht, Frische, Lebensfreude, Heiterkeit, Genuss, aromatisch, unbeschwert, sommerlich, laue Brise, Leben, fröhlich, gesellig, entspannt, angenehm, kommunikativ, erntefrisch, Dolce Vita, Geschmack nach Sonnengereiftem, Salat, Vergnügen, Aufmerksamkeit, Gedeihen, Garten, Extraversion, Vielfalt, Sortiment, natürlich, gesund, positiv, frisches Gras, Bäume, mediterranes Lebensgefühl.

Farbpalette nach Assoziationen, symbolischer und psychologischer Farbwirkung

Farben	Assoziationen	Symbolische Farbwirkung	Psychologische Farbwirkung
Gelb	Sonne, Zitrone, Licht, Sommer, Löwenzahn, Honig, Korn, Sonnenblumen	Sommer, Heiterkeit, Erleuchtung, Innovation, Lebensfreude, Optimismus	Ausbreitend, befreiend, vital, aufreizend, zudringlich, verströmend, anregend, erheiternd
Grün	Gemüse, Natur, Wald, Vegetation, Olive, Minze, Spinat, Salat, Garten, Keimlinge, Frühling, Wiesen, Artischocken, Lauch, Bäume	Leben, Jugend, Erneuerung, Fruchtbarkeit, Frieden, Ruhe, Gedeihen, Frühling	Ruhig, wohltuend, jung, beruhigend, herb, erfrischend, gesund, friedvoll, defensiv, ausgeglichen
Orange	Orange, Peperoni, Karotte, Krebse, Kürbis, Sonnenuntergang	Vergnügen, Genuss, Lustig, Aroma, Aufmerksamkeit, Geselligkeit, Lebensfreude, Sicherheit, Heiterkeit, Extraversion	Fruchtig, genüsslich, auffällig, aufregend, leuchtend, heiter, stimulierend, wärmend, aktiv, billig, extroversiv
Rot	Liebe, Rose, Feuer, Wein, Herz, Blut, Rose	Liebe, Leidenschaft, Aggression, Stärke, Energie, Zorn, das Männliche, das Weibliche	Erregend, erwärmend, belebend, dynamisch, stark, kraftvoll, aufreizend
Violett	Aubergine, Trauben, Lavendel, Zwetschgen, Veilchen, Abenddämmerung	Magie, Extravaganz, Sehnsucht, Fantasie, Alter, Charme, Sensibilität	Mystisch, unruhig, beschwerend, melancholisch, sehnsüchtig, zwispältig, introversiv
Blau	Himmel, Wasser, Meer, Wind, Eis, Flieder, Trauben	Reinheit, Besonnenheit, Treue, Freundschaft, Kälte, Tradition, Männer, Melancholie	Entspannend, meditativ, verweilend, leicht, geheimnisvoll, introvertiert, klar, kühl

Farbendrierung in Einklang mit den Zielvorstellungen der Kundschaft

Folgende Farben aus der Farbpalette werden im Farbkonzept verwendet:

Ein hellklares Gelbgrün aus dem Olivenöl NCS S 0570-G60Y

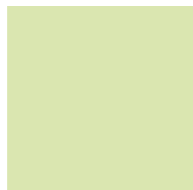
Ein hellvergrautes Gelb NCS S 1030-G60Y

Ein dunkelvergrautes Gelb NCS S 4050-G70Y

Ein hellvergrautes Orangerot NCS S 1070-Y50R



NCS S 0570-G60Y



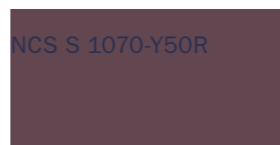
NCS S 1030-G60Y



NCS S 4050-G70Y



NCS S 1070-Y50R



Begründung der Auswahl gemäss Zielvorgaben der Kundschaft

	Zielvorstellungen Kunden	Begründung der Farbwahl
Aufenthaltsort	Kurze Verpflegung und soziale Zusammenkunft. Unverbindliches, geselliges und heiteres Zusammensein, Kommunikation und Austausch.	Im Essbereich kann Orange eine fruchtige, genüssliche, stimulierende Wirkung mit Assoziation an Sonnengereiftes erzielen. Orange wirkt heiter, gesellig, lustig, extroversiv, vergnüglich, kommunikativ und lebensfroh weshalb es sich für soziales Zusammenkommen bestens eignet. Der Einsatz von Grün trägt zudem zu einem friedvollem und ausgeglichenem Verhalten und Zusammensein bei.
Orientierung Restaurant	An Aufmerksamkeit gewinnen und sich von anderen optischen Reizen abheben um unter diesen mitzuhalten und im Zentrum gut auffindbar zu sein.	Ein hohes Mass an Aufmerksamkeit wird durch die leuchtende, auffällige, aktive und warnende Wirkung von Orange hervorgerufen. Diese Farbe kann sich von anderen Farbreizen bestens abheben.
Einkaufspause- und Erlebnis	Wohltuend, erholsam, erfrischend, anregend, positiv, genussvoll, vergnüglich, unbeschwert und friedlich.	Grün wirkt wohltuend, erholsam, erfrischend, positiv und friedvoll. Die Kombination mit Orange trägt zu einer anregenden, positiven, genussvollen, vergnüglichen und unbeschwerten Stimmung bei. Der Einsatz von einem hellklaren Gelbgrün, einem hellvergrauten und einem dunkelvergrautem Gelb assoziiert ein Licht- und Schattenspiel inmitten von grünem Blattwerk.
Speiseangebot	Italienisch, einfach aber populär für Kunden mit mittlerem Budget.	Orange hat grundsätzlich eine etwas billige Wirkung. Deshalb wird das Orange durch hellvergrauen exklusiver gemacht und in Kombination mit dem edleren dunkelvergrauten Gelb eingesetzt. So steht der Gesamteindruck der Farbgebung auch von der mittleren Helligkeit her für das mittlere Budget.
Stimmung	Leichtes, mediterranes Lebensgefühl	Orange verströmt eine wärmende Leuchtkraft und erinnert an Terrakotta, sonnengreife Früchte und Gemüse mit viel Geschmack und Aroma. Das hellklare Gelbgrün bringt Leichtigkeit, Heiterkeit und Vitalität und eine Assoziation an frisch gepresstes Olivenöl, sommerliches Gedeihen und üppige Vegetation. Durch das Vorkommen von einem hellklaren Cyan in den Wasserdokors wird eine erfrischende, vom Meer und der frischen Meeresluft ausgehende, leichte, entspannte und gelöste Stimmung erzeugt.
Synästhesie in Geschmacksorganen	Aromatische, italienische Zutaten	Das hellklare Gelbgrün ruft eine Synästhesie an frisch gepresstes Olivenöl hervor. Das hellvergraute Orange erinnert an Peperoni, Orangen, Karotten, Meeresfrüchte und sonnengereiftes Gemüse.

Gewichtung der Farben

Vorgegebene Hauptfarbe ■

Einsatz von massiver, dunkler Räumereiche für den Boden, die Bartheke, die Tischplatten, die Stuhlbeine- und Lehnen.

Gewählte Hauptfarbe

Das hellklare Gelbgrün aus dem Olivenöl NCS S 0570-G60Y ■ für den ovalen Olivenlampenschirm und wenig davon in den Bildern als Wiederholung.

Vorgegebene Nebenfarben

Bar-Arbeitskorpus mit Kunstharz beschichtet in einem dunklen Grau NCS S 6000-N ■. KÜcheneinrichtung inkl. einer Wand in der Küche, Tisch-, Sitzgruppen- und Barhockerbeine sowie Rahmen der Wasserdekore in Chromstahl, Weisse Platten an der anderen Wand in der Küche. Raumhohe Pfeiler in rohem Stahl oder Beton im ganzen Raum.

Gewählte Nebenfarben

Das hellvergraute Gelb NCS S 1030-G60Y ■ für die Lederbezüge der Stühle und als Wiederholung in den Bildern. Dunkelvergrautes Gelb NCS S 4050-G70Y ■ für den Lederbezug der Sitzgruppen.

Gewählte Akzentfarben

Das hellvergraute Orangerot NCS S 1070-Y50R ■ für die Barhocker und die Wand bei den Sitzgruppen und Terrakotta-Planzentöpfe mit Pflanzen in einem vergrauten Grün und einem Hauch Silber wie zum Beispiel Olivenbäumchen. Beleuchtung mit transparenter Kunstglasabdeckung in hellvergrautem Orangerot NCS S 1070-Y50R ■ entlang der Fensterfront am Boden.



Einsatz der Farben Begründung

Gewählte Hauptfarbe

■ Hellklares Gelbgrün NCS S 0570-G60Y

Der ovale Lampenschirm assoziiert formal die Olive. Diese Assoziation soll nun auch durch die Farbgebung mit hellklarem Gelbgrün aus dem Olivenöl sowie auch durch das Licht unterstützt werden. Das durchdringende Licht intensiviert zusammen mit der Farbe die Leuchtkraft von frisch gepresstem, nach frischem Gras riechendem, kräftigem, sonnenerfülltem Olivenöl. Zugleich entsteht hier eine Synästhesie: Der Anblick kann angenehme, frische, intensive und scharfe, würzige, fruchtige, süßliche, pikante und salzige Aromen in den Geschmacksorganen hervorrufen, so dass einem schlicht das Wasser im Munde zusammen läuft. Die Lampe kann auch durch ihre Leuchtkraft und Dimension als Sonne assoziiert werden und so zudem die Aufmerksamkeit bei den Besuchern wecken und als unübersehbarer, auffälliger Blick- und Anziehungspunkt funktionieren. Das Farb- und Formthema der Olive wird in den Bildern über der Sitzgruppe wiederholt aufgenommen und angedeutet. In den Bildern unterstützen kleine Olivenbrüder und -Schwestern der grossen Olivenlampe durch Wiederholung die Assoziation und tragen durch etwas Auflockerung und Verspieltheit gegenüber den strengen, klaren vorgegebenen Formen zu einer gelösten und angeregten Atmosphäre bei.

Gewählte Nebenfarben

■ Hellvergrautes Gelb NCS S 1030-G60Y

Die Stühle sollen dem dunklen, warmtonigen «Erdboden» etwas an Helligkeit und Frische verleihen. Sie sollen sich besonders in Form des Helldunkel- und des Kaltwarm-Kontrastes davon abheben. Das hellvergraute Gelb für die Lederbezüge der Stühle hat sein Ursprung auch von den Farben der Oliven. Verteilt im ganzen Raum können die Tische und Stühle wiederum an eine Auslage auf einem italienischen Gemüsemarkt mit Oliven erinnern. Die Farbe der Stuhlbezüge ist bewusst verträubt gewählt, um einen spannenden Qualitätskontrast zum hellklaren gelbgrünen «Olivenlampenschirm» zu erzielen, welcher auch das Licht- und Schattenspiel der Sonne reflektiert. Dazu eignet sich die Farbe aus praktischen Gründen als Sitzbezug, da sie wegen der Verträubung weniger schmutzempfindlich als ein klarer Farbton ist. Die flächige Form wie auch die Farbgebung der Stuhlbezüge werden mit der Bildserie über der Sitzgruppe mit den quadratischen einzeln aneinander gereihten MDF-Flächen wiedergegeben und vereint mit dem hellklaren Gelbgrün der Olivensujets. Die Bildserie bringt zusätzliche Spannung durch folgende Kontraste: Helldunkel-, Qualitäts-, Quantitäts-, Farbton- und durch Beigabe von Orange auch ein Komplementär- und Kaltwarm-Kontrast.

■ *Dunkelvergrautes Gelb NCS S 4050-G70Y*

Das Dunkelvergraute Gelb gibt dem Lederbezug der Sitzgruppen als dunkelster der drei von den Oliven stammenden Grüntöne eine gewisse Schwere und dadurch Gemütlichkeit, Bequemlichkeit und Sesshaftigkeit. Der Farbton ist vergleichs- und assoziierbar mit der dunkelsten Helligkeitsstufe im Lichtspiel der drei Grüntöne. und ist dadurch wie ein beruhigender, kühlender Schattenbereich neben der Wand in hellvergrautem Orange. Zusammen mit dem Orange ergibt sich eine mittlere Helligkeitsstufe welche dem mittleren Budget entspricht: Das billige und intensiv warme Orange wird durch diese Kombination stark gemildert da es nicht mehr allzu hell, warm und schreiend wirkt. Es gewinnt so etwas mehr an Wert und somit eine Ausstrahlung von günstiger aber guter Qualität. Eine zu dunkle Kombination wiederum würde zu einer luxuriösen Farbwirkung führen. Das dunkelvergraute Gelb ist auch Übergang und Verbindung vom allerdunkelsten erdigen Farbton der Räumerei bis hin zum sonnigen, hellklaren Gelbgrün.

Chromstahl und Stahl roh

Die raumhohen Metallpfeiler werden in ihrem natürlichen Material, dem rohen Stahl belassen. Die graue Farbe tritt optisch dezent in den Hintergrund und neutralisiert die anderen Farben. Das Farbthema Metall ist mit dem Vorkommen des Chromstahls im ganzen Raum immer wiederkehrend: Elemente der Küche, der Barkorpus mit den vorhandenen Geräten, sämtliche Beine von Hockern, Tischen, Sitzen und Fassungen der Wasserdekors sind in Chromstahl. So gliedern sich die Pfeiler aus rohem Stahl fein, luftig und zurückhaltend in die Gesamtgestaltung ein.

Gewählte Akzentfarben

■ *Hellvergrautes Orangerot NCS S 1070-Y50R*

Die Wand über den Sitzgruppen trägt mit dem hellvergrauten Orange bedeutend zu einem leichten, unbeschwerten, sommerlich mediterranen Lebensgefühl bei. Der Farbton ist bewusst verträbt gewählt, um vom Eindruck des billigen im Orange hin zu einer Farbwirkung und Ausstrahlung von einem gewissen Mass an Qualität zu gelangen. Die Lederbezüge der Barhocker greifen das Farbthema an der Bar auf und können wiederum mit Oliven im Reifeprozess oder mit Gemüse assoziiert werden. Die entlang der Fensterfront im Boden integrierte Beleuchtung wiederholt das hellvergraute Orange in einer transparenten Kunstglasabdeckung die zusammen mit den Lichtstrahlen wie Wärme verströmende Sonnenstrahlen an kalten und trüben Tagen in den Raum befördert. Das hellvergraute Orange ist somit im gesamten Raum als wärmendes Element in der Gestaltung vertreten und bildet zusammen mit den kühleren Grüntönen einen spannungsvollen Kaltwarmkontrast oder einen Kontrast zwischen Sonne und Schatten. Der Farbton wird an der Wasserdekor-Wand wiederholt. Er bildet mit dem Wasserdekor einen Komplementär-Kontrast (hellvergrautes Orange/hellklares Cyan).

Terrakotta-Pflanzentöpfe

Die Materialwahl der Pflanzentöpfe fällt auf Terrakotta, da dieses Material bestens in die Farbskala im Konzept passt und zur mediterranen Stimmung und Assoziation mit Italien beiträgt.





Oliven - Öl - Olive eine vielseitige Frucht

- Vielfalt der Sorten
- Vielfalt der Farben
- Vielfalt der Größen

- Vielfalt der Namen
- Vielfalt an Qualitäten
- Vielfalt an Proven

- grüne Manzanilla - ca 300
- große Grüne
- große Schwarze
- kleine Schwarze
- etc...

Farben

- Grün - zartes Hellgelb
- violett - Grün-Gelb
- schwarz - frisch
- fruchtige Farstone
- gelb - goldene Farbe
- intensives Gold-Gelb - Graugrün

Größen

- diverse

Geschmack & Aroma

- salzig - fruchtig
- bitter - mild
- sanft - pfeffrig
- süß - Mandel
- hocharomatisch - leicht
- fruchtig - Holz
- frisches Gras
- leicht im Abgang
- pikant
- Äpfel, Kirs
- Vanerampfer - scharf
- Walnuss - Tomaten
- Kräuter - Waldbeeren
- Blumen - frisch
- Fenchelkraut - intensiv
- Bananen - kräftig
- würzig



"Italien: ROT - GRÜN - WEISS"



Anhang

Materialien von Innenausbau und Möblierung

Gesamter Boden im Restaurant: Massives 12cm breites Riemenparkett aus dunkler Räumerei

Küchenboden: weisser Keramik-Plattenbelag

Küchenwände: Einmal weisser Keramik-Plattenbelag und einmal Chromstahl

Kücheneinrichtung: Flaschenvitrine, Arbeitskorpus etc. Chromstahl

Wände Restaurant: Gips-Glattstrich-Verputz

Wasserdekors: Mit Chromstahlrahmen gefasst

Bilder über Sitzgruppe: ACRYL auf MDF-Platten gemalt, geliefert und montiert von Gisela Kämpf

Raumhohe Pfeiler: Rohrer Stahl

Decke: Beton auf ca. 4.5 bis 5 m, mögliche Variante: Darunter montiertes Deckenraster aus Metall mit integriertem Grundlicht

Lampenschirm über Bar: Transparente Polyesterschale

Arbeitsfläche und Verkleidung Bar: Kunstharz Anthrazit

Bartheke: Beschichtung mit dunkler Räumerei

Barhocker: Sitze in Leder, Beine in Chromstahl

Tische: Tischplatte in dunkler Räumerei 4-eckig und rund, Tischbeine in Chromstahl

Stühle: Lehnen und Beine in dunkler Räumerei, Sitzfläche mit Lederbezug

Sitzgruppen: Sitze mit Lederbezug, Auflage in Chromstahl

Dekorpflanzentöpfe: Terrakotta

Art und Qualität der Beleuchtung

Die Qualität des Lichtes ist Mischlicht: Das Grundlicht besteht aus PL-Sparlampen welche im Deckenraster integriert sind. Für eine stimmungsvolle Atmosphäre werden die Wände und Wasserbahnen indirekt von unten punktuell durch Niedervolt-Halogenstrahler beleuchtet, was stellenweise zu einer intensiveren Leuchtkraft der Wandfarbe führt. Der ovale transparente Polyester-Lampenschirm mit Fluoreszenz über der Bar beleuchtet allgemein und ist in jeder Jahreszeit während den Betriebszeiten immer beleuchtet. Davon herunterhängende Halogen-Zapfenspots geben punktuell Licht auf die Arbeitsfläche ab. Bedingt durch die Süd-Ausrichtung der Fensterfront hat der Raum viel Tageslicht. Entlang dieser können im Boden Halogenstrahler unter einer transparenten Kunstglasabdeckung im hellvergrauten Orangerot NCS S 1070-Y50R installiert werden. Das Farbthema des Konzepts wird so wiederholt aufgegriffen und mit dem Licht intensiviert. Diese Beleuchtung kann je nach Jahreszeit oder Wetter zu einer gemütlichen, wärmenden Stimmung verhelfen, zum Beispiel an den vielen kalten und trüben Tagen.

Ausführung

Termin

Eröffnung 2010

Fachleute

Geschwend AG Gastro-Bau
Hans Brönnimann, Innenarchitekt
Biergutstrasse 6
3608 Thun
Tel: 033 334 22 22

