

# BISTRO RASTENMOOS

ATMOSPHERIC  
DESIGN KONZEPT

Horgen, 30. November 2022  
Diana Fry // Atmospheric Design

# AUSGANGS- LAGE



## RESTAURANTPAVILLON

- Provisorium bis 2028
- kaum genutzt
- niedriger Wohlfühlfaktor
- schlechte Heizsituation
- kein Einrichtungskonzept: Decke erinnert an Büroeinrichtung / kalte, zusammengewürfelte Einrichtung / keine Raumaufteilung / ungenutzte Potenziale



## INNEN-GASTRONOMIE

- nicht selbsttragend (Terrasse läuft gut bei trockenem Wetter)
- wird kaum von externen Gästen genutzt



## ALLGEMEIN

- gute Lage, Parkplatzsituation
- tolle Aussicht auf Golfplatz und Pilatus
- im Naherholungsgebiet
- Wanderwege in unmittelbarer Nähe
- schwierig zu finden
- fehlende Signalisation



## GASTROANGEBOT

- eher unbekannt bei externen Gästen
- wenig innovativ und regional verankert
- Stil: Landgasthof mit einfacher Küche



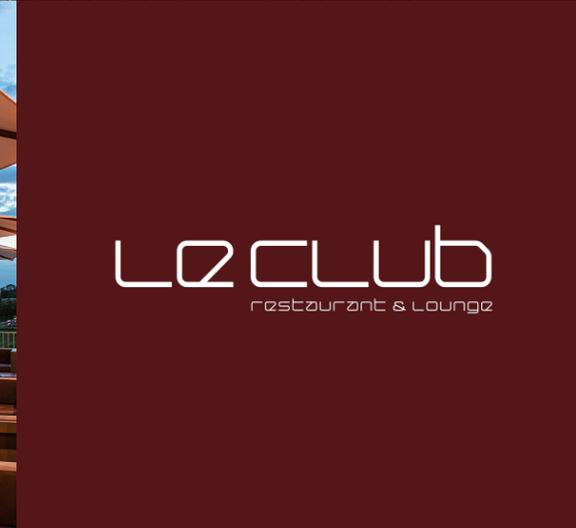
# MIT- BEWERBER / LE CLUB, HILDISRIEDEN

## AUSRICHTUNG

Schlicht-elegant, gehoben,  
oberes Preissegment

## VORZÜGE

Lage, Aussicht, Neubau



# MIT- BEWERBER / OASE, OBERKIRCH

## AUSRICHTUNG

Klassisch, für alle, mittleres  
Preissegment

## VORZÜGE

Lage, Aussicht, Bekanntheit



**oase**  
restaurant beim golfpark



# MIT- BEWERBER / BAHN 19, RUSWIL

## AUSRICHTUNG

Einfach, für alle, unteres  
Preissegment

## VORZÜGE

Familiär, unkompliziert



# ZIELE

## **RESTAURANTPAVILLON**

- Steigerung des Wohlfühlfaktors dank durchdachtem Einrichtungskonzept
- Nutzung des Pavillons durch Mitglieder und externe Gäste
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und Animation zur Konsumation

## **INNEN-GASTRONOMIE**

- Steigerung der Bekanntheit bei externen Gästen
- Steigerung Wertschöpfung bei Mitgliedern
- Erreichen der Selbsttragbarkeit

## **GASTRONOMIEANGEBOT**

- Erreichen der Beliebtheit bei den Mitgliedern und Gästen
- Ausarbeitung eines innovativen, qualitativ hochstehendes Angebots mit regionalem Bezug, welches zu einem Erstbesuch und zur Wiederkehr animiert
- Stil: Urban/Tavolata

## **ALLGEMEIN**

- Schaffung einer eigenen Identität im Gastronomiebereich und damit verbunden Identifikation der Mitglieder und externen Gästen
- Eigenständiges Erscheinungsbild fürs Bistro
- Verbesserung der Signaletik

# ZIELGRUPPEN ERWARTUNGEN / WOCHENTAGE / TAGESZEITEN

## INDIVIDUALGÄSTE // MITGLIEDER/ GOLFER\*INNEN

Montag bis Sonntag

- Morgenkaffee
- Mittagessen
- Kaffee&Kuchen / Snacks
- Apéro
- Nachtessen

Erwartung: Qualität &  
Geselligkeit, Zugehörigkeit

## GRUPPEN // FAMILIEN

Wochenende

- Mittagessen
- Apéro
- Nachtessen

Erwartung: Gemütlichkeit,  
Geselligkeit, gutes Preis-  
Leistungs-Verhältnis

## ERWARTETE SINUS-MILIEUS

(vgl. Konzept Lukas Kuster)

- Gehobene Bürgerliche
- Bürgerliche Mitte
- Eskapisten
- Postmaterielle
- Adaptiv-Pragmatische

## GRUPPEN // FIRMEN

Montag bis Freitag

- Mittagessen
- Apéro
- Nachtessen

Erwartung: Flotter Service,  
Privatsphäre, gutes Preis-  
Leistungs-Verhältnis

## INDIVIDUALGÄSTE // PASSANT\*INNEN

Wochenende

- (Mittagessen)
- Kaffee&Kuchen / Snacks
- Apéro
- Frühes Nachtessen

Erwartung: «Unterhal-  
tung», etwas Neues, gutes  
Preis-Leistungs-Verhältnis

## INDIVIDUALGÄSTE // BERUFSTÄTIGE

AUS DER UMGEBUNG

Montag-Freitag

- Mittagessen
- Apéro

Erwartung: flotter Service,  
gutes Preis-Leistungs-  
Verhältnis

## GRUPPEN // FREUNDE

Montag bis Sonntag

- Apéro
- Nachtessen

Erwartung: Gemütlichkeit,  
Geselligkeit, gutes Preis-  
Leistungs-Verhältnis,  
Weine & Drinks

## **ATMOSPHERISCHE SOLL-POSITIONIERUNG «BISTRO RASTENMOOS»**

Der Besuch des Bistros Rastenmoos wird zur «runden Sache». Dies bezüglich Atmosphäre, Erlebnis, Angebot, Preis, Kommunikation und Interaktion. Hier fügt sich alles harmonisch ineinander.

### **Atmosphäre & Erlebnis:**

Der Besuch wird zum erfreulichen, vollends zufriedenstellenden und überraschenden Erlebnis. Das Bistro Rastenmoos wird zum Wohlfühlort.

### **Angebot / Preis / Kommunikation und Interaktion:**

(vgl. Konzept Lukas Kuster)

# BOTSCHAFT / KREATIVE LEITIDEE

## **BOTSCHAFT**

In den Innen- und Aussenräumen des Bistros Rastenmoos werden die Gäste das Gefühl haben, an einem **GARTENFEST** zu sein. Bei Freunden und mit Freunden teilen sie ein unvergessliches Lebensmoment.

Kreative Leitidee:

**»EIN GARTENFEST IM FREUNDENKREIS«**

## »SHARING IS CARING«

Das Sharing-Konzept nicht nur beim Essen, sondern auch beim Mobiliar, beim Geschirr und beim Erlebnis.

### **IDEE**

Die Mitglieder sowie Freunde des Hauses werden dazu aufgerufen, für das neue Bistro hübsche Schälchen, Teller und gar Stühle und Sessel aus ihrer privaten Sammlung zu vermachen. Jedes zur Verfügung gestellte Objekt wird mit einer kurzen Geschichte dokumentiert und ist für die Gäste auf der Speisekarte ersichtlich. So soll die Identifikation der Mitglieder, aber auch der Gäste gefördert werden. Das Bistro wird Teil ihrer Geschichte und sie werden Teil der Geschichte des Lokals.

# ATMOSPHERISCHES KONZEPT

## FORMEN & STRUKTUR

- rund
- weich
- umarmend
- Kreise
- Kugeln
- «Golfige» Details

## FARBEN

- grüne Oase
- Boden/Mobiliar/Wände: Holz & grüne Textilien
- Decke: antrazith
- Accessoires/Details: gold, cremeweiss, magenta-orange
- Grosse Flächen: uni / kleine Flächen: floral, gemustert, dekorativ

## ANGEBOT

- Kugeln (z. B. Pommes Noisettes anstatt Frittes, Hackbällchen, Falafel ... eignen sich perfekt für kleine Schälchen)

## EMOTIONEN

- ausgelassenes Feiern
- Jede\*r nimmt etwas mit und teilt
- Ich gehöre dazu
- Alle Sinne werden berührt

## MATERIALIEN

- Holz
- Textilien
- Pflanzen
- Keramik/Steingut
- Zusammenspiel warm-kühl matt-glänzend

## LICHT

- dekorativ, natürlich
- weich, warm, romantisch
- dimmbar
- Bulp-Leuchtmittel
- Punktuell > Akzente setzen, durch Pflanzen schimmernd, wie im Wald
- Kerzen

## DUFT & KLANG

- Duft nach Garten
- Schall absorbierende Decke und Textilien
- Natursound (Vögel, Wasserplätschern)
- Loungemusik

## GESTALTUNGSSTIL

- vintage, «golfig»
- festlich, charmant
- passend für jede Tageszeit
- passend für alle Zielgruppen und deren Bedürfnisse

## ZONEN

- Empfang/Garderobe
- Bar
- Lounge/Schulungscorner
- Dining 2-3 Pax
- Dining 6-8 Pax

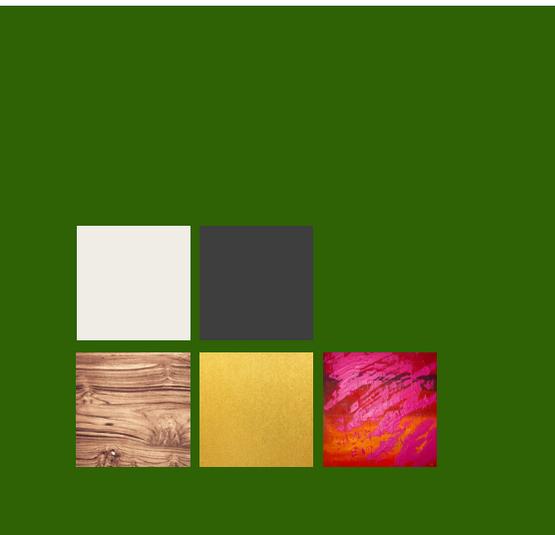
## MOBILIAR

- natürlich
- bequem
- weich / lädt zum Verweilen ein
- wenn möglich aus der Schweiz
- nachhaltig

## ACCESSOIRES

- grosse Bilder
- Golfschläger, Golfbälle
- Pflanzen, Kissen
- Teller und Geschirr der Mitglieder und Freude des Hauses » siehe nächste Seite

# MOOD BOARD



# RAUM- AUFTEILUNG UND ZONEN



# ENTWURF RAUM



# ENTWURF RAUM



# ZIELERREICHUNG DANK ATMOSPHERIC DESIGN

- ✓
- ✓
- ✓

Branding/Marketing  
Angebotsgestaltung  
teils ✓

teils ✓  
Angebotsgestaltung

- ✓

teils ✓

teils ✓  
Signaletikkonzept +  
Angebotsgestaltung

## RESTAURANTPAVILLON

- Steigerung des Wohlfühlfaktors dank durchdachtem Einrichtungskonzept
- Nutzung des Pavillons durch Mitglieder und externe Gäste
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und Animation zur Konsumation

## INNEN-GASTRONOMIE

- Steigerung der Bekanntheit bei externen Gästen
- Steigerung Wertschöpfung bei Mitgliedern
- Erreichen der Selbsttragbarkeit

## GASTRONOMIEANGEBOT

- Erreichen der Beliebtheit bei den Mitgliedern und Gästen
- Ausarbeitung eines innovativen, qualitativ hochstehenden Angebots mit regionalem Bezug, welches zu einem Erstbesuch und zur Wiederkehr animiert
- Stil: Urban/Tavolata

## ALLGEMEIN

- Schaffung einer eigenen Identität im Gastronomiebereich und damit verbunden Identifikation der Mitglieder und externen Gästen
- Eigenständiges Erscheinungsbild fürs Bistro
- Verbesserung der Signaletik

# FRAGEN UND DANK

- Entspricht das Atmospheric Design Konzept euren Erwartungen?
- Gefällt euch das Atmospheric Design Konzept?
- In welchen Räumen soll das Konzept angewandt werden?
- Welches Budget steht zur Verfügung?
- Wann soll das Bistro eröffnet werden?
- Gibt es Partner und Lieferanten, die berücksichtigt werden sollen?
- Nächste Schritte?

Herzlichen Dank für euer Vertrauen und die Gelegenheit, Teil eurer Geschichte zu sein.

Herzlich,  
Diana Fry