

## Thema

**Marit Overbeek**

**Gezien worden** Ontwerpen voor gastvrijheid: comfort of ervaring?

W Hotel, Londen, Concrete Architectural Associates

Hotel De L'Europe, Amsterdam, Dam & Partners

Fabbrica, Bergen, Tjep.

Restaurant Het Bosch, Amsterdam, Jager/Janssen architecten i.s.m. Dreissen Architecten

Bar Zürich, Amsterdam, IDing

**Marit Overbeek**

**Van duurzaam tot democratisch**

065

066

068

070

072

074

076

# Gezien worden

**Ontwerpen voor gastvrijheid: comfort of ervaring?**

Nu in de gezondheidszorg en op andere terreinen hospitality dé manier is om klanten te benaderen, duiken interieurelementen uit de horeca op steeds meer terreinen op. Deze nieuwe concepten, die op basis van een bijzondere ervaring en verblijfskwaliteit klanten dienen te trekken, vragen om ontwerpen waarin de gast gezien wordt en waar wezenlijk contact met hem wordt gemaakt.

**Auteur Marit Overbeek**

'Hospitality' is het toverwoord van deze tijd. De gastvrijheid die vanouds in (goede) horeca wordt tentoongespreid, wordt nu omarmd door de gezondheidszorg, werkgevers en winkeliers, overheden en commerciële bedrijven in allerlei sectoren. Zo zijn een aantal Nederlandse ziekenhuizen, zoals het Martini Ziekenhuis, het Erasmus mc en het vumc, al een aantal jaar bezig te transformeren tot een 'healing environment'.<sup>1</sup> Om de beste werknemers aan te trekken en te behouden, moet het nieuwe kantoor kunnen concurreren met de werkkamer thuis of de Coffee Company. Werknemers moet het naar de zin worden gemaakt, in de strijd om het beste personeel te trekken en te behouden. Klanten worden in kantoren niet meer ontvangen door een telefoniste achter een receptiebalie, maar door een hostess naast een espressobar. Hospitality wordt ook letterlijk geïntegreerd: het museumcafé oogt tegenwoordig als een chic restaurant en in de winkel waar je kleding koopt, kun je uitpuffen met een uitstekende latte macchiato. Deze ontwikkeling roept de nodige vragen op: hoe geef je vorm aan hospitality? Wat is het eigenlijk precies? Is hospitality in een ziekenhuis hetzelfde als in een hotel? En als gastvrijheid overall is, waar onderscheidt de horeca zich dan nog mee?

#### Gastvrijheid of bemoeienis?

De Engelse term hospitality betekent letterlijk gastvrij zijn of gastvrijheid en wordt traditiegetrouw gebruikt voor de ontvangst en het vermaken van gasten, bezoekers of vreemden in resorts en clubs, op bijeenkomsten en evenementen en voor andere diensten voor reizigers en toeristen.

"Oprechte gastvrijheid gaat over de menselijke maat", vindt Paul Hermanides, eigenaar van de Amsterdam Village Company en exploitant van verschillende grote horecagelegenheden zoals Hotel Arena, Odeon en Stanislavski in de Amsterdamse Stadschouwburg. "Wil je gastvrijheid bieden, dan denk je na over hoe je zelf behandeld wilt worden. Gastvrijheid betekent niet op je wenken bediend worden. Mensen vinden het niet erg om in een drukke ruimte even te moeten wachten, als ze maar het gevoel hebben dat je ze gezien hebt. Opletten en contact maken is dus in alle situaties wezenlijk."

#### Menselijke factor

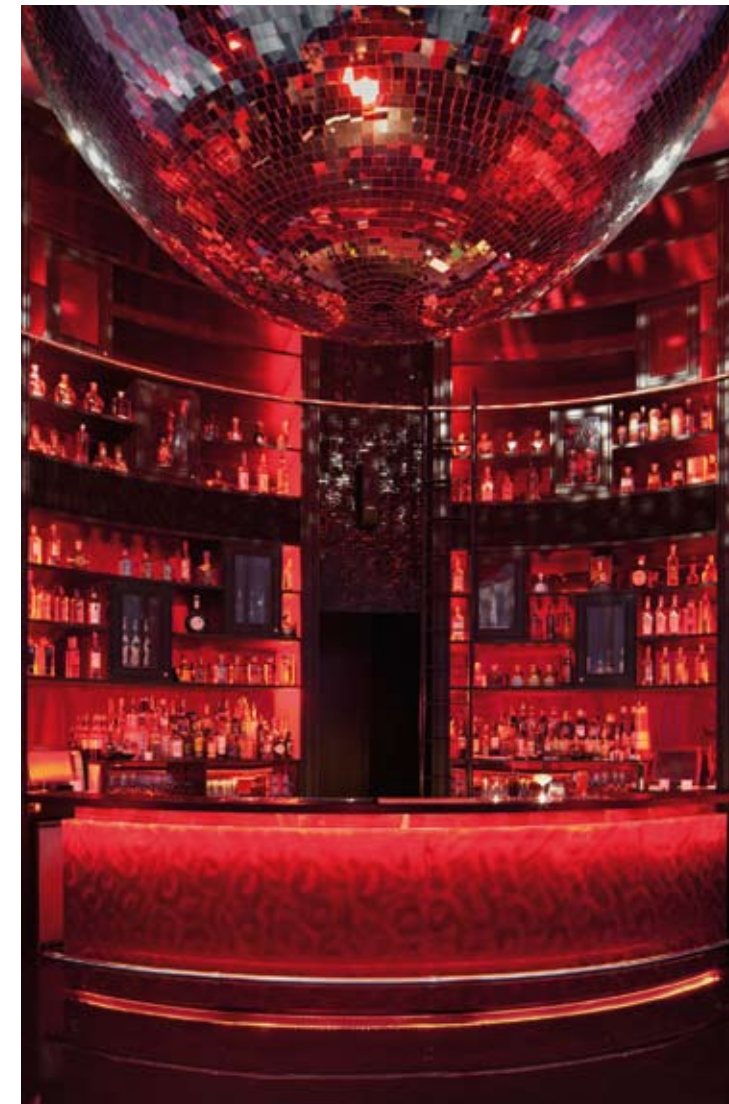
Hoe het komt dat hospitality de laatste jaren zo'n magische klank heeft gekregen? "Het is een containerbegrip geworden, dat staat voor aandacht en zorg voor elkaar", aldus Hermanides. "Hospitality is een reactie op de verruwing van onze maatschappij. We willen op onze schreden terugkeren, tijd investeren in elkaar en in onze omgeving en tegenwicht bieden aan de haast en snelheid van deze tijd." Dat mensen meer in de watten willen worden gelegd is volgens Hermanides geen verwend gedrag: "De huidige

## Smart space planning

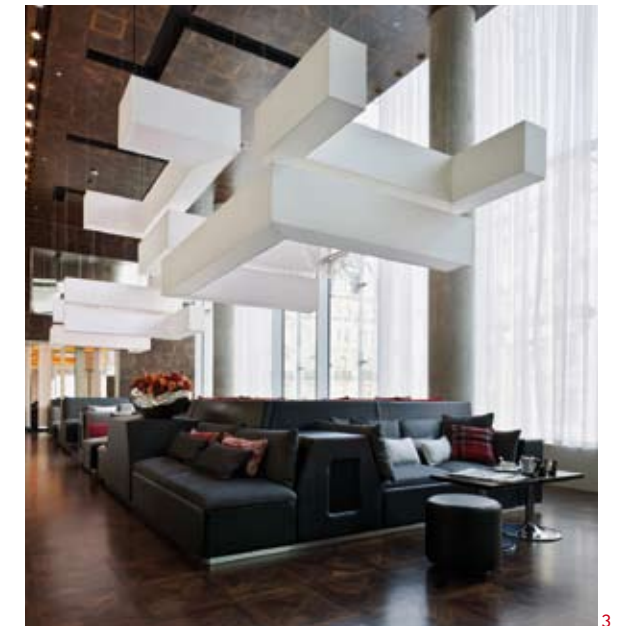
W Hotel in Londen door Concrete Architectural Associates



1



2



3



4

- 1 Chesterfieldlounge
  - 2 Wyld Bar
  - 3 Lounge
  - 4 Multifunctioneel kaptafelmeubel op de kamers
- Fotograaf Ewout Huibers

De eerste Londense vestiging van de Amerikaanse vijfsterren-hotelketen W bevindt zich op Leicester Square. Op het eerste gezicht een vreemde plek, want dit plein wordt de laatste jaren gekenmerkt door louche nachtkroegen en goedkope souvenirshops, die toeristen met een beperkt budget aantrekken. Toch koos het hotel voor Leicester Square, vanwege de ligging in het hartje van West End, omdat het gebied grondig zal worden opgeknapt en de plek de gasten zich echte Londenaren doet voelen.

Aan het hotel is af te lezen in welke stad het staat. Concrete vermeed in het interieurontwerp associaties met standaard Britse iconen als rode telefooncellen en dubbeldekkers. Ulrike Lehner van Concrete, projectarchitect: "We analyseerden de

Engelsman en zagen dat hij verschillende kanten heeft. Op het werk is hij formeel en zakelijk, 's middags is hij wat meer relaxed maar nog steeds beheerst, en 's avonds gaat hij helemaal los. Inspiratiebron was Robbie Williams, die diverse persoonlijkheden laat zien in zijn muziek: van Frank Sinatra-covers tot pophits als 'Let me entertain you'. Die verschillende kanten vertaalden we naar elkaar opvolgende gebieden in het hotel."

Deze verschillende sferen voor verschillende momenten van de dag bestaan uit een klassiek gematerialiseerde en ietwat formele lounge, die overgaat in de meer relaxte Chesterfield-lounge, waar in een informele setting kan worden gewerkt of kan worden afgesproken. Om de hoek bevindt zich de bar.

Aangezien Leicester Square het decor is van talloze film-, theater- en musicalpremières, ademt de Wyld Bar glitter en glamour. Een enorme discobal die tot op de straat zichtbaar is, trekt voorbijgangers aan. De spiegelende lichtjes werken als een gevelreclame: hier gebeurt het, kom kijken!

Voor de inrichting van de kamers moest Concrete zich houden aan een dikke pil vol richtlijnen. Omdat de kamers behoorlijk klein zijn, bedachten de architecten multifunctionele meubels. Zo loopt de kaptafel over in een bureau en bar en is daarmee het middelpunt van de kamer.

De kamers zijn licht en voorzien van warme tinten. Het ontwerp is uitgesproken in de layout, maar niet in de materialisering, zodat de gast alle indrukken van de dag rustig kan

verwerken. Ook is in het W een duidelijke scheiding tussen privé- en publieke ruimtes aangebracht, met de lift als transitie tussen die twee gebieden. Waar de zitmeubelen in de publieke ruimtes allerlei activiteiten mogelijk maken voor mensen uit de stad, biedt de kamer een bijzondere privé-beleving door de slimme oplossingen en opvallende details. [www.wlondon.co.uk](http://www.wlondon.co.uk)

# Hotel als bestemming

Hotel De L'Europe in Amsterdam door Dam & Partners



1

Hotel De L'Europe, een monumentaal hotel uit 1896 aan de Amstel, kocht drie panden aan de Nieuwe Doelenstraat op en vroeg architect Cees Dam deze met het bestaande hotelgedeelte te verbinden, en er nieuwe suites, vergaderzalen, feestruimtes en een wellness center in onder te brengen. Ook hebben Dam & Partners de oudbouw opnieuw ingericht. Hotel De L'Europe wil door de revitalisering opnieuw een doel op zich zijn voor de buitenlandse toerist. "Het hotel moet de eerste bestemming zijn, dan pas de stad", aldus hoteldirecteur Tom Krooswijk. Tegelijkertijd wil hij met de gerenoveerde Freddy's Bar (het hotel kwam in 1932 deels in handen van bierbrouwer Freddy Heineken) en twee nieuwe restaurants meer 'Amsterdam' het hotel in trekken.

Dit programma komt op diverse manieren tot uiting in de vormgeving van Dam & Partners. De meest opvallende elementen zijn de reproducties van zeventiende-eeuwse meesters uit de collectie van het Rijksmuseum, zoals het Melkmeisje van Vermeer, die zijn opgehangen in de suites en in de promenade. De laatste vervangt de klassieke lobby: na het passeren van de portier kunnen gasten over de rode promenade doorlopen tot een lounge aan de Amstel, die 's ochtends dienst doet als ontbijtzaal en 's avonds als cocktailbar. Het water van de rivier wordt talloze malen gereflecteerd in de ronde plafondspiegels. Via de lounge zijn twee nieuwe restaurants te betreden, Bord d'Eau en de Hoofdstad Brasserie. Het driesterrenrestau-

rant Bord d'Eau sluit door het gebruik van tinten als crèmewit, chocoladebruin en gouden accenten aan op de historische grandeur van Hotel De L'Europe. De brasserie mikt op nieuwe bezoekers en is daarom toegankelijk vormgegeven in lichte houtsoorten, met spiegels en een open keuken. Dam & Partners koppelde de nieuwe vleugel aan het oude gebouw door middel van een atrium met verbingsbruggen en een glazen dak. Vanuit dit atrium zijn de 23 suites in de nieuwe vleugel bereikbaar. Voor iedere suite bedachten de architecten een eigen kleurstelling, met diepbruin, hoogpolig tapijt naast donkergekleurd, eikenhouten parket. Daarnaast is speciaal voor het hotel een serie meubels ontworpen, waaronder een secretaire, een tv-meubel en diverse tafels.

1 Hoofdstad Brasserie  
2 Receptie  
3 Promenade  
Fotograaf Jan Nijkrake



2



3

De kamers in het heringerichte deel zijn uitgevoerd in vier kleurstellingen en donkere houtsoorten. Ook hier zorgen Hollandse meesters ervoor dat de toerist nooit vergeet dat hij in Amsterdam is.

[www.leurope.nl](http://www.leurope.nl)

generatie heeft alles al. De mensen die de wederopbouw meemaakten, zochten geluk in materieel bezit. Nu de top van de behoeftepiramide voor veel mensen is bereikt, zijn zaken als zelfverwezenlijking en verdieping van menselijk contact belangrijker geworden."

Een andere reden voor de hang naar meer menselijk contact is de grote plek die online activiteiten in het dagelijks leven innemen. Vriendschappen worden onderhouden op social media als Facebook en Twitter, netwerken gebeurt via LinkedIn en BranchedOut en winkelen online. Het is efficiënt, maar het vervult niet alle menselijke behoeften. Hermanides: "Je kunt alles digitaal doen, en dus zijn je verwachtingen van sociale interacties in de realiteit hoger." Of zoals ontwerper Frank Tjepkema zegt: "Hospitality betekent zien en gezien worden en die behoefte kan alleen echt worden bevredigd in de fysieke wereld."

## Economische noodzaak

Hospitality is dé oplossing voor bedrijven die hun concurrentiepositie willen versterken. In de huidige kwakkelende economie is de jacht op de klant geopend. Onlangs geprivatiseerde sectoren, zoals zorg, onderwijs en openbaar vervoer, dienen zich te onderscheiden van hun concurrenten. In het bedrijfsleven zorgt de recessie voor flinke omzettingen en wordt alles uit de kast gehaald om het merk sterk neer te zetten en daarmee de klant aan zich te binden. Hermanides: "De eerste crisis heeft het vet van de botten gehaald, maar nu komt de tweede crisis eraan. Het wordt dus hard knokken om overeind te blijven."

Alleen een goed product aanbieden is daarbij niet voldoende. "Dat de barman naar je glimlacht, vraagt of je van zoet of bitter houdt, dat er interesse is voor jou als persoon", zegt Paula Plantinga, hoofdredacteur van het hospitality branche-magazine *VENUEZ*. "Dát is service."

## Hospitality als melkkoe

Het integreren van bars en cafés in kantoren, ziekenhuizen en winkels is een manier om de verblijfskwaliteit van een plek te verbeteren en te verlengen en extra inkomsten te genereren. De opbrengst van het museumcafé kan de weggeven subsidies compenseren, maar Hermanides ziet culturele instellingen vaak de plank misslaan. "Horeca is een vak apart, net als theatervoorstellingen programmeren", vindt de horecaondernemer. "Te vaak wordt gedacht: we plaatsen een café bij de schouwburg en daar gaan we geld mee verdienen. Goede horeca is het voorportaal van de theaterzaal. Traditioneel krijg je met een voorstelling je publiek binnen, maar het werkelijke debat over de voorstelling vindt plaats in de foyer. Daarom heb ik dit proces omgekeerd in Stanislavski. Haal zo veel mogelijk mensen binnen met een goede bar, en interesseer ze vervolgens in het programma van je

instelling. Zo bind je uiteindelijk een veel breder publiek.”

#### Rol van het interieur

In tegenstelling tot wat wordt gedacht, gaat hospitality niet alleen over klantvriendelijkheid, maar over alle factoren die voor de individuele gast van belang zijn. Hospitality moet worden ervaren met alle zintuigen; zicht, geur, gehoor, tastzin en smaak. Daar komt de ontwerper om de hoek kijken. Hermanides: “Het interieur is in onze branche ontzettend belangrijk. Allereerst kun je de hoeveelheid en de soort ontmoetingen stimuleren door de vormgeving van de ruimte. Niet alleen de gastheer is intermediair tussen de verschillende mensen in een ruimte, maar ook de omgeving. In Hotel Arena komen bezoekers van de vergaderzalen en backpackers elkaar tegen in de hal. Ten tweede is het interieurontwerp belangrijk om de gastheer zich op zijn gemak te doen voelen, zodat hij zijn werk zo goed mogelijk kan doen. Ten derde betekent goede service niet slaafs ja knikken, maar de gast ook verrassen. Dat kan een grappige opmerking van de barkeeper zijn, of een ruimte die anders is ingericht dan de gast verwachtte.”

Frank Tjepkema van Tjep., die onder andere de restaurantinterieurs van Praq en Fabbrica ontwierp, denkt dan ook dat je het gasten niet al te gemakkelijk moet maken. “Een gast hoeft niet te worden doodgeknuffeld, want dan verdwijnt een zekere spanning, de belevenis. Zo hoorden we bijvoorbeeld dat de treinzitjes in Fabbrica niet goed toegankelijk zijn voor mensen die slecht ter been zijn. Samen met de opdrachtgever maakten we een bewuste afweging: toegankelijkheid inleveren voor ongemak en meer lol. Er is zelfs een treinzitje dat hoger is dan de rest, waarvoor je echt moeite moet doen om erin te stappen. En hoe meer moeite je doet, hoe leuker het wordt. Gemak kan de vijand van hospitality zijn. Sommige plekken moeten toegankelijk zijn, maar dat hoeft niet overal en altijd te gelden.”

#### Eenheidsworst

Helaas wordt op veel plekken hospitality simpelweg vertaald in een comfortabele huiskamersetting, of in een ontwerp dat rechtstreeks is gekopieerd uit de horeca. Maar dat is niet de essentie van hospitality, vindt Ulrike Lehner van architectenbureau Concrete, onder meer verantwoordelijk voor het interieurontwerp van het W Hotel in Londen. “De gelegenheid moet, vaak onbewust, inspelen op de wensen en behoeftes van de gast. Daarbij dient een logische, efficiënte invulling van de programmatische elementen zo te worden vormgegeven dat de omgeving een ervaring teweegbrengt. We willen de gasten een verhaal vertellen, onvoorziene sociale interactie uitlokken, zonder dat het geforceerd aanvoelt. Je maakt een plek waar je kan ontsnappen aan de hectiek van de buitenwereld en de tijd kan vergeten.” Volgens Lehner is het van belang de gast tegelijkertijd bewust te maken

## Ontstaan en niet bedacht

Fabbrica in Bergen door Tjep.



**1** Blickvanger van het interieur van de vestiging in Bergen is de met mozaïek beklede pizzahoutoven.

**2** Treincoupézitjes bieden een intieme en beschutte plek in de open ruimte.



De Grieks-Nederlandse horecaondernemer Vasso Panagouloupoulos startte begin 2000 in Ouderkerk aan de Amstel het 'kindvriendelijke' restaurant Praq, waarbij de helft van de stoelen voor mensen met kinderen was gereserveerd. Kinderen konden er televisie kijken, er was een speciale kindermenukaart en een grote tekentafel. Het was een groot succes, niet in de laatste plaats dankzij het speelse en tegendraadse interieurontwerp van Tjep., waarin kinderen al puzzelend het uiterlijk van de muur konden veranderen. Deze samenwerking beviel zo goed, dat hij Tjep. de interieurontwerpen van zijn andere restaurants liet doen, waaronder restaurant Fabbrica in de Rotterdamse Entrepothaven. Onlangs opende Panagouloupoulos een tweede vestiging van

Fabbrica in stranddorp Bergen. In Fabbrica staat de Italiaanse streekkeuken centraal, en zijn eenvoud en eerlijkheid belangrijke waarden. De naam is ontleend aan fabbrice, het Italiaanse woord voor vervaardigen, maar betekent ook fabriek. Daarom is het ontwerp van de Fabbrica-vestigingen geïnspireerd op industriële elementen. Het oorspronkelijke ontwerp is aangepast aan de lokale markt en aan de tijdgeest. Ontwerper Frank Tjepkema: “Elementen als de met mozaïek betegelde houtoven, de wand met houtblokken en de treincoupézitjes zijn gehandhaafd, maar in Bergen is een meer vintage look en een geleefde sfeer nagestreefd. In deze tijd is het belangrijk mensen op hun gemak te stellen. Te veel 'bling bling' werkt hoogdrempelig en vanwege de crisis voelt het niet goed

zo'n verchroomd en glanzend designinterieur te maken.” Tjepkema realiseert dit door oude en nieuwe interieurelementen te combineren, installaties expres in het zicht te laten en de teugels in het ontwerp los te laten. Zo zijn de industriële lampen betrokken van de Amsterdamse vintagewinkel Sourced and sold, verzorgde een bevriende meubelmaker van Vasso de houten bar en mocht de Italiaanse tekstschrijver en calligraaf Luca Barcelona recepten op de muren schrijven. Tjepkema ontwierp oranje contactdozen, die alle elektriciteit in het restaurant leveren. De gasten zien de snoeren gewoon lopen. Zo lijkt het interieur van Fabbrica als door de jaren heen ontstaan, en niet bedacht. [www.fabbrica-bergen.nl](http://www.fabbrica-bergen.nl)

# De kok een hand geven

Restaurant Het Bosch, Amsterdam door JagerJanssen architecten i.s.m. Dreissen Architecten



- 1 Centraal in het interieur staat een meubel waarin verschillende functies zijn opgenomen.
- 2 De bekleding van het gebouw is een verwijzing naar het pand dat eerst op dezelfde plaats stond.

Fotograaf John Lewis Marshall



Gasten mogen letterlijk met de neus bovenop het eten zitten in restaurant Het Bosch, vertelde opdrachtgever Ferry van Houten aan de architecten die zijn nieuwe gebouw ontwierpen. Eten staat centraal in de horecagelegenheid van deze patron cuisinier, een leerling van Paul Bocuse. Middelpunt van het restaurantinterieur is daarom een matzwart podiummeubel, de centrale 'machine' waarin speelkeuken, bijkeuken, receptie, kassa, open keuken met uitgifte en lounge een eigen plek en sfeer kregen. Gasten die even wachten op een tafel, kunnen hier genieten van een drankje.

Door het meubel is er geen fysieke scheidslijn tussen het publieke en het personeelsgedeelte, maar is er een als vanzelfsprekend aanvoelende routing rondom het midden ontstaan.

Alleen de speelkeuken is afgesloten met een deur. Deze indeling zorgt er tevens voor dat het gehele restaurant goed kan worden ervaren. De tafels liggen aan de gevelzijde, waar de grote glaspartijen zicht op de fraaie omgeving bieden. De beste plekken liggen aan de kant van De Nieuwe Meer. Doordat het gebouw is opgetild, is er een panoramisch uitzicht ontstaan. Het Bosch ligt in de Marina, die bestaat uit een geheel vernieuwde jachthaven aan De Nieuwe Meer, de verbinding tussen de Ringvaart van de Haarlemmermeerpolder en de Schinkel aan de kant van Amsterdam.

De architectuur van Het Bosch kent twee verschillende gezichten: een naar de haven toe en een naar De Nieuwe Meer. Beide ontlenen hun uitstraling aan de kwaliteiten van de omgeving.

Het havengezicht is ruw en zoekt in vorm en materialisatie aansluiting bij de belendende kenmerkende architectuur. Het gezicht naar De Nieuwe Meer is horizontaal, weids en verfijnder. Zo benadrukt het ontwerp de plek. Het Bosch is bedoeld als "hangplek voor dertigers en veertigers met smaak", aldus Van Houten. De ligging vlakbij de Zuidas trekt zakenmensen, maar ook dertigplussers die willen dansen op de dj die in het weekend staat geprogrammeerd. De eigenaar vindt dat het interieur van een restaurant duidelijk moet communiceren naar de gasten wat ze kunnen verwachten. Om een warme sfeer te scheppen die de "gast als een deken om zich heen kan slaan" en die aansluit op het exterieur, vroeg Van Houten aan Contrast Interior de aankleding

en styling te verzorgen met natuurlijke materialen en een strakke vormgeving. De nieuwbouw is een verwijzing naar de houten 'keet' die eerst op deze plek stond. De ruwbouw is daarmee ook de afbouw. Deze zorgt in belangrijke mate voor de sfeer in het restaurant en is de 'drager', waar het keukenmeubel, de tafels en de stoelen de 'inbouw' zijn. De laatste kan gemakkelijk worden aangepast om up-to-date te zijn met de laatste trends, terwijl de architectuur van het restaurant tijdlozer is.

[www.hetbosch.com](http://www.hetbosch.com)

van de bijzondere locatie waar hij zich bevindt. Concrete is in zijn ontwerpen altijd op zoek naar de balans tussen zogenoemd 'crowd management' en het geven van genoeg vrijheid, zodat er ruimte is voor spontaniteit. "Zo wilden we in het W Hotel de gasten het gevoel geven dat ze onderdeel zijn van het echte Londen-leven, dat Kate Moss elk moment binnen kan komen." Lehner: "Uiteindelijk draait hospitality niet alleen om het ophangen van een kroonluchter en het neerzetten van een loungebank. Als die bank in een tochtige gang staat, is er nog lang geen zorg en aandacht geweest voor de kwaliteit van jouw verblijf. Hospitality ervaart een gast of klant pas als alle elementen op elkaar aansluiten, zoals interieur of sfeer, kwaliteit van het eten, personeel en service."

Een ander nadeel van het klakkeloos kopiëren van hotellobby-esthetiek is het gebrek aan authenticiteit en lokaliteit. Als loungebanken, kroonluchters en hoogpolig tapijt in alle publieke ruimtes aanwezig zijn, dan weet de gebruiker nog niet op welke plek hij is. Ontwerper Tjepkema ziet hier kansen voor zijn vakgebied: "Mensen moeten het gevoel krijgen op een bijzondere en unieke plek te zijn, dus daarom dien je voor elkaar te krijgen dat je zo veel mogelijk elementen in het interieur zelf mag ontwerpen. Ook in de horeca zie je een hoop eenheidsworst; wéér die lamp van Moooi in de hal. Wij ontwerpen voor de meeste interieurs zelf de lampen. Alleen de stoelen kopen we vaak in, omdat dit prijstechnisch het meest interessant is. Alle andere dingen kun je customizen, en dat biedt alleen maar extra kansen voor ontwerpers."

## Hotel van de toekomst

Als binnenkort al onze openbare ruimtes er uitzien als horecagelegenheden, hoe zien het hotel, het café en het restaurant van de toekomst er dan uit? Horecaconcepten van de toekomst faciliteren allerlei soorten activiteiten op ieder moment van de dag: je kunt er van 's ochtends vroeg tot diep in de nacht terecht om te werken, eten, vergaderen en dansen. Een bar waar alleen drank wordt geserveerd, bestaat niet meer. Plantinga: "De nieuwe barconcepten serveren bijvoorbeeld allemaal fingerfood bij de drankjes. Eigenaren willen dat mensen langer blijven en breiden hun dienstverlening uit, zodat je op elk tijdstip van de dag bij hen terecht kan. Mensen zijn tegenwoordig gewend meer buiten de deur te doen. Je neemt voor het werk een snelle espresso, hebt een werkbespreking, luncht, geniet aan het einde van de middag van een high tea met vriendinnen. Vervolgens drink je een aperitief, dan ga je een hapje eten en je sluit de avond af met een drankje."

Nieuwe horecaconcepten richten zich niet meer op bepaalde leeftijden, maar op doelgroepen die eenzelfde lifestyle delen. "Leeftijd zegt niet meer zoveel. Jongeren drinken tegenwoordig koffie en ouderen willen nog steeds dansen", aldus Plantinga.

"Horecagelegenheden willen alle leeftijden binnen hebben, jong en oud, zij het op een ander moment van de dag."

#### Laagdrempelig of extreem?

Om een breed publiek aan te trekken, zullen interieurs van horecagelegenheden laagdrempeliger worden. Zo is in het door Dam & Partners verbouwde Hotel De L'Europe, een van de chicste hotels van Amsterdam, de Hoofdstad Brasserie toegevoegd. "Hier kun je een betaalbaar driegangenu bestellen met een goed glas wijn", aldus Plantinga. "Zo haal je een doelgroep binnen, die later in restaurant Bord d'Eau een hele fles bestellen en exclusief gastronomisch dineren." Interieurs van nieuwe restaurants en bars worden steeds vaker voorzien van vintage interieurelementen. "Een plek die er geleefd uitziet is laagdrempelig, een steriele witte, strakke ruimte creëert afstand", aldus Plantinga. "Daarbij is vintage hip, relatief voordelig en het is moeilijk te kopiëren, want het zijn unieke stukken. Daarom zie je veel horecagelegenheden zich vestigen in voorheen afgedankte panden en deze opknappen. Je claimt een eigen identiteit en het gebouw verleent je concept een onderscheidend verhaal."

#### Het Nieuwe Verblijven?

Voor de ontwerper biedt de toekomst van de hospitality branche zelf, maar ook de integratie van hospitality in andere sectoren, kansen. Hij kan zich bemoeien met de organisatie tot de indeling en aankleding van het interieur. Gastvrijheid betekent ook keuzevrijheid: er zullen ruimtes moeten worden ontworpen die allerlei activiteiten faciliteren, voor verschillende soorten mensen. Hier is een duidelijke parallel met de kantorenmarkt te zien: de gebruiker dient in zo'n interieur in een oogopslag te zien waar hij anderen kan ontmoeten, waar hij kan werken en waar hij zich kan afzonderen voor een persoonlijk gesprek.

Daarin kan het ontwerp sturend zijn, maar niet dwingend. De op zijn individualiteit gestelde gast kiest namelijk liever zelf. Frank Tjepkema: "In Nederland vinden we service zoals de Amerikanen dat zien nep en niet oprecht. Van ons mag het vrijblijvender. In een winkel wil je niet meteen worden gevraagd of je hulp nodig hebt. Je wilt eerst snuffelen, kijken en overal aanzitten. Zo wil ik in een restaurant geen tafel worden gewezen, maar er zelf een uitzoeken. Je bepaalt toch zelf of je op een intieme plek wilt zitten of in de schijnwerpers?"

#### Noten

1 Lees elders in dit nummer meer over de healing environment in het vumc, een ontwerp van D/Dock.

## Warm welkom voor de buurt

Bar Zürich in Amsterdam door IDing



- 1 In het ronde gebouw zijn verschillende cirkels aangebracht, die ruimte bieden aan diverse activiteiten.
- 2 De ontwerpers gebruikten natuurlijke materialen, om een toegankelijke plek te creëren.



In de filosofie van IDing moet het hedendaagse horecainterieur de gast op alle punten tegemoetkomen: als hij wil werken, maar ook als hij ontspannen onderuitgezakt de krant wil lezen of met een bekende wil afspreken. Ontwerper Sanne Schenk: "Tegenwoordig willen mensen altijd bereikbaar zijn en van alles tegelijkertijd kunnen doen: werken, lunchen, ontmoeten én boodschappen halen. Je moet dus verschillende manieren van staan, zitten en verblijven aanbieden en zo de gast keuzevrijheid bieden."

In een gastvrije omgeving moeten mensen zich thuis voelen en dat houdt voor IDing in dat zij natuurlijke materialen gebruiken, zoals hout, natuursteen en glas. In bar Zürich aan het Amsterdamse Mercatorplein is de materialisering

ingetogen, omdat dit een huiskamer voor de hele buurt is. "Het Mercatorplein is geen gemakkelijke locatie, maar de gemeente wilde hier een horecagelegenheid vestigen om het buurtgevoel te versterken. Daarom is Zürich laagdrempelig en toegankelijk."

Om sociale interactie te stimuleren, is het interieur in cirkels ingedeeld. In het hart brandt een haardvuur, "de ultieme plek om bij samen te komen". Je bent als bezoeker omringd door de halve cirkels waarin zich de keuken en de bar bevinden. Robuuste materialen als oud hout en leer zorgen voor een authentieke sfeer. "Dan denken mensen: anderen zijn mij voorgegaan. Een blinkend interieur werpt een te hoge drempel op in deze buurt."

De trend om elementen uit horecainterieurs toe te passen in andere opgaven, illustreert volgens IDing de behoefte van bedrijven om op allerlei terreinen diensten aan te bieden. "In ons ontwerp voor een meubelshowroom dienden wij een bar en loungehoek op te nemen, waar klanten iets kunnen drinken na het bekijken van de meubels en met de verkopers de producten kunnen doorspreken. Ook wil de eigenaar de ruimte verhuren als evenementenlocatie. Door aan te tonen dat er bij hem meer te doen is dan alleen meubels kopen, kan hij zijn merk op een andere manier laden."

[www.cafezurich.nl](http://www.cafezurich.nl)