

LEBENSRAUM

# Soeben abgehoben

Mehr Flair bringt Fraport künftig in die Gastro-Shops am Frankfurter Flughafen. Lebensraum hat deshalb dort zwei Konzepte an den Start gebracht.



**D**er Foodcourt am Frankfurter Flughafen, zwei neue Franchise-Konzepte an eben diesem Airport und auch die Gestaltung der so genannten Mediawall am Flughafen der Main-Metropole; das sind die aktuellen Projekte der Designer und Architekten von Lebensraum am wichtigsten deutschen Verkehrsknotenpunkt. Die beiden Partner und Inhaber des Unternehmens, Ivo Goeckmann und Michael Kleespies, sind also in Sachen Verkehrsgastronomie gut im Geschäft. Ein Grund dafür ist wohl auch, dass sie Besonderes bieten und damit dem Anliegen des Flughafenbetreibers entsprechen. Für die Fraport wird es immer wichtiger, in den Terminals die gastronomische Fläche einladend zu gestalten und eine „Wohlfühl-Atmosphäre“ zu schaffen. „Die Bedeutung des Food & Beverage Bereiches steigt. Bereits in der Ausschreibungs-Phase achten wir auf stringente Konzepte mit hohem Design-Anspruch“, betont auch Melanie Wagner, Category Manager Food & Beverage bei Fraport.

Mit Mondo (oben) und der Long Island Air Lounge zeigen die Lebensraum-Designer, was sie können.



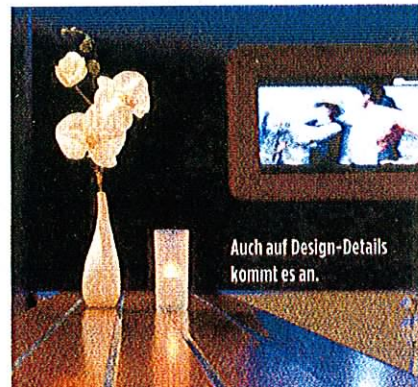
Diesem Anspruch genügt Lebensraum offenbar mit den zwei Konzepten Café-bar Mondo und Long Island Air Lounge. Mondo wurde zusammen mit der Casualfood GmbH, die die Bars betreibt, entwickelt. Convenience Shop berichtete (Ausgabe 1/2 2009). Das erste Mondo ging Mitte vergangenen Jahres am Frankfurter Airport mit einem Piccolo-Format an den Start. Inzwischen ist auch eine großflächigere Café-bar mit Sitzgastonomie eröffnet. „Beim konzeptionellen Ansatz spielten Design und Architektur eine große Rolle“, erklärt Ivo Goeckmann. „Sie sollen ein möglichst reales Ambiente erzeugen“. Für Mondo bedeutet das: möglichst originalgetreue Materialien und ein italienisches Design. Zu sehen sei das etwa im Mondo an den deckenho-

hen, verspiegelten Vitrinen und dem langen Bartresen. Seine Front ist mit Holz verkleidet, das in einem aufwendigen Verfahren eine auf alt getrimmte Struktur erhält. Goeckmann weist darauf hin, dass man zusammen mit dem Betreiber Casualfood sogar nach Turin gereist sei, und sich dort viele typisch italienische Cafésbars angesehen habe: „So konnten wir einen möglichst authentischen Look erzeugen“.

Das weitere Vorzeige-Projekt der Lebensraum-Designer ist die Long Island Air Lounge, eine Variante der City und Summer Lounge. Dabei ging es um die „Erschaffung einer maritimen Lebenswelt“ Spezielle Architektur und ein individuell entworfenes Interieur mit schmalen Stühlen und Tischen sollen die Gäste in den Innenraum eines Schiffes versetzen. Das sollen auch die als Kojen gestaltete Sitzzecke und die holzvertäfelten Wandschränke widerspiegeln. Gleichzeitig sei es gelungen, sagt Michael Kleespies, der die Innenarchitektur bei Lebensraum verantwortet, die vorhandene Bewirtungsfläche effizient zu nutzen sowie Lagerfläche für Vorräte zu schaffen. „Nur so konnten wir die Sitzplatz-Anforderungen des Betreibers realisieren“, führt Kleespies weiter aus.

Auch von Seiten der Flughafengesellschaft möchte man Abschied nehmen von der Funktionalität, die viele Shops der Verkehrsgastronomie bisher auszeichnet, berichtet Melanie Wagner. Mit der Trendbar Long Island Air Lounge sei man deshalb auf dem richtigen Weg: „Mit dem Ambiente einer solchen Bar erreichen wir auch unser anspruchsvolles internationales Publikum“, so Wagner „und setzen Akzente in ein zukunftsfähige Richtung“. hm

## Die Bedeutung von Food & Beverage steigt



Auch auf Design-Details kommt es an.