



DESIGNBERATUNG

# EIN RESTAURANT WIRD ZUR MARKE

Die Fasanerie punktet durch ihre malerische Lage im Barockschloss Eichenzell bei Fulda inmitten einer Parkanlage. Betreiber Karl-Gustav Müller wollte jedoch die Wiedererkennbarkeit seiner gastronomischen Angebote noch einmal deutlich erhöhen. Dabei half ihm eine Designberatung.

**E**in Restaurant- und Café-Betrieb mit raffinierter regionaler und saisonaler Küche, festliche Räume für Veranstaltungen, ein Biergarten am Postenhaus und eine zünftige Schlosshütte – die Angebote der Fasanerie sind auf ganz unterschiedliche Bedürfnisse ihrer Gäste ausgerichtet. Von elegant bis rustikal. „Die Herausforderung war, dass das Angebotsportfolio über Jahre gewachsen ist, während Design und Außenkommunikation nicht strategisch angepasst wurden, um die gewonnene Attraktivität nach außen zu tragen“, erzählt Nicholas Bredel. Mit seiner Ideenagentur Schöne Aussicht hat der Kommunikationswirt die Fasanerie zu Design und Markenauftritt beraten – gefördert vom Hessischen Wirtschaftsministerium und auf den Weg gebracht von Thomas Fabich vom RKW Hessen, Prokurist beim RKW Hessen und Leiter des Büros in Kassel.

„Anfangs dachte ich, dass ich nur ein neues Logo brauche“, sagt Hotelbetriebswirt Karl-Gustav Müller, der die Fasanerie seit 18 Jahren gepachtet hat. Doch im Austausch mit Bredel erkannte er schnell, dass es nichts bringt, „nur ein Mosaiksteinchen zu ersetzen“. Also haben sie die Bildsprache des Betriebs „von oben nach unten durchdacht“: Nach Analyse von Alleinstel-



[www.die-fasanerie.de](http://www.die-fasanerie.de)

Karl-Gustav Müller mit seiner Lebensgefährtin Nadine Dietz

lungsmerkmalen und Zielgruppen entwickelten sie eine Kommunikationsstrategie, die die Historie des Orts mit den Innovationen des Betreibers verbindet.

Ein Ziel der Beratung: Postenhaus und Schlosshütte werden als Submarken etabliert, mit einem Fasan als visueller Klammer, jedoch mit individueller Farbgebung und Typographie. Dieses Design soll künftig intern etwa auf Kissen und Decken zu finden sein. Die Fasanerie soll aber optisch auch extern auf Give-aways wie Bechern und T-Shirts publik gemacht werden.



„Die Marke aufkulten“, nennt das Experte Bredel. Mit Müller entwickelte er zudem eine Social Media-Strategie, die jüngere Gäste, aber auch potenzielle Mitarbeitende ansprechen soll. Wichtig war dabei, einen Stil-Leitfaden zu erarbeiten, damit die Onlinepräsenz einheitlich erscheint. Karl-Gustav Müller ist sehr zufrieden: „Aufbauend auf der Beratung konnten wir einen frischen und modernen Look entwickeln, mit dem sich in alle Richtungen prima arbeiten lässt.“ ■ zg



## IHR ANSPRECHPARTNER

Thomas Fabich

Telefon: 05 61 / 93 09 99-2

E-Mail: [t.fabich@rkw-hessen.de](mailto:t.fabich@rkw-hessen.de)