ARCGUIDE

Thema: Schöner Reisen 2.0

35

www.arcguide.de

Die Scheunenform des „Balancing Barn" entstand in Anlehnung an die bestehende Bebauung der Region. Einen spannenden Ausblick bietet der Glasboden im Wohnzimmer: Dort „schwebt" das Gebäude bereits über dem Hang.

Untergrund verankert ist. Wer weiterläuft und schwer genug ist, spürt den Raum bei jedem Schritt wippen, denn das Wohnzimmer schwebt über dem Abgrund – was nicht nur durch die großen Fenster ringsum, sondern auch durch die in den Boden eingelassene Verglasung sichtbar wird. „Es ist sehr interessant, in einem Haus zu schlafen, das über einen Abhang gleitet", sagt Bauherr Alain de Botton, „auf diese Art gleiten wir sonst nur im Flugzeug".

Wem das zu extrem ist, der findet in der Rheinland-Pfalz ein ideales Einstiegsmodell in puncto individuelle Hotelarchitektur: Das „Forsthaus" in Ramsen ist tatsächlich ein ehemaliges Forsthaus, das 150 Jahre lang im Dienste der Wälder stand und erst kürzlich vom Stuttgarter Büro naumann. architektur zum Hotel umgebaut wurde. Von Außen ist die Verwandlung kaum zu erkennen, denn es wurden weder die Fensterläden frisch gestrichen noch sonst bauliche Änderungen vorgenommen. Die Räume sind schlicht gehalten und jedes der neun Zimmer ist individuell gestaltet und folgt einem eigenen Motto wie z.B. „Im Wald", „Um die Ecke" oder „Acht Quadratmeter". Bei der Wahl der Materialien haben sich die Architekten auf helles Eichenholz und Beton konzentriert; Farben wurden zurückhaltend eingesetzt und nur ein warmes Dunkelrot und ein frisches Grün setzen mal als Wandfarbe, mal als Vorhänge Akzente. In allen Zimmern wurde ein Stück der Originalausstattung aus dem Forsthaus integriert: Sei es ein alter Schlitten oder eine hölzerne Leiter, über die man ein meist von Kindern genutztes Hochbett erreicht.

„Die Menschen reisen heute sehr viel individueller und flexibler als früher", sagt Claus Sendlinger. Soll ein Hotel nun also groß oder klein, individuell gestaltet oder möglichst anonym, funktionell, elegant, schrill, gemütlich oder ganz und gar abgefahren sein? Je nachdem: Jede Form hat eine Berechtigung, einen Moment und ein Publikum.

VIER FRAGEN AN ...

Zlatko Antolovic, Architekt, coast office architecture, Stuttgart
Prof. Eike König, Hort, Berlin
Céline Kruska, Kulturmanagerin und Kunsthistorikerin, Atelier Brückner, Stuttgart
Martin Murphy, Architekt RIBA, Störmer Murphy and Partners, Hamburg
Hadi A. Tandawardaja, Architekt, SOMAA

Fünf Dinge auf die Sie beim Betreten eines Hotels als Erstes achten:

ZLATKO ANTOLOVIC: Fußabstreifer, Empfangstheke, Empfangsdame, Namensschild der Empfangsdame und der Service beim Check-In.

PROF. EIKE KÖNIG: Raumgefühl (Licht, Offenheit, Struktur, Material, Wegführung) und Service, Service, Service, Service.

CÉLINE KRUSKA: Das Foyer ist für mich die Visitenkarte eines Hotels. Es muss nicht die Ausmaße und den Dekor eines Versailler Spiegelsaals besitzen, aber es sollte Gastfreundschaft, Persönlichkeit und Professionalität signalisieren und ist nicht ausschließlich eine Frage des Designs. Der Restaurant- und Barbereich: Nichts ist frustrierender als nach einem langen Tag in einer wenig einladenden Hotelbar zu sitzen. Im Pan Pacific Singapur liegt die Bar im Atrium, das sich die kompletten 37 Etagen nach oben öffnet. Die stilvoll angelegten Sitzeinheiten schaffen gemeinsam mit dem allabendlichen Jazzpianisten eine fast schon intime Atmosphäre ohne den atemberaubenden Blick nach oben zu verschließen.
Gerade in großen Häusern frage ich mich immer wieder, warum noch niemand das Kommunikations- und Gestaltungspotential von Hotelaufzügen nutzt. Mein Selbstbild in großformatigen Spiegelflächen schafft, jedenfalls bei mir, keinen Wohlfühlfaktor. Warum keinen Screen installieren, der mir in einigen, kurzen Augenblicken Atmosphärisches über den Ort zeigt, an dem ich mich befinde?
Im Zimmer gilt mein erstes Augenmerk dem Bodenbelag. Ich habe zwar keine Hausstauballergie, aber die Vorstellung der vielen barfüßigen Menschen, die vor mir über den Hotelteppich gelaufen sind, lässt mich regelmäßig zusammenzucken. Wichtig finde ich auch den Eigengeruch eines Hauses. Schön sind der diskrete Duft von natürlichen Materialien wie geöltem Holz oder frischen Blumen.

MARTIN MURPHY: 1. Ist der Eingang einfach zu finden? 2. Hat die Person an der Rezeption eine freundliche Ausstrahlung? 3. Hat die Lobby einen angenehmen oder unangenehmen Geruch? 4. Sind die Personen (Hotelpersonal und Gäste) um mich herum positiv gestimmt? 5. Sieht die Hotelbar einladend aus?

HADI A. TANDAWARDAJA: Egal ob großzügig, hell, lichtdurchflutet oder heimelig, privat, vielleicht gar etwas schummerig – die Atmosphäre des Hotels muß authentisch, jedes Detail muß stimmig sein. Paßt der Auftritt des Personals zur CI und zum Klientel? Der erste Eindruck ist die Summe meiner Wahrnehmung auf allen Sinnesebenen. Die ersten fünf Dinge die mir auffallen, sind die, die nicht ins Konzept passen.

Was darf in Ihrem Urlaubsgepäck auf keinen Fall fehlen?

ZLATKO ANTOLOVIC: Ausweis, Kreditkarte, Zahnbürste.

PROF. EIKE KÖNIG: Ein mobiler Zugang zum Internet. Viele Hotels bieten keinen kostenlosen Internetzugang – oder einen zu langsamen, was ich wirklich peinlich finde. Ein gutes Hotel sollte diesen Service heutzutage mit anbieten.

CÉLINE KRUSKA: Eine gute Lektüre. Am liebsten Literatur, die dort entstanden ist wo ich hinfahre oder wenigstens dort spielt. Im „Krafft Basel" gibt es eine wunderbare Einrichtung: Dort liegen auf dem Zimmer schön aufgearbeitete Literaturklassiker. Auf keinen Fall im Gepäck fehlen dürfen auch eine Ersatznylon (Businesstrip) respektive Ersatzbikini (Urlaub).

MARTIN MURPHY: Das Ladekabel für mein iPhone – leider!

HADI A. TANDAWARDAJA: Ein Fotoapparat.

Mal ganz ehrlich: Wie viele Hotelbademäntel besitzen Sie?

ZLATKO ANTOLOVIC: Keinen einzigen: Ich trage fast nie einen Bademantel!

PROF. EIKE KÖNIG: Nicht einen. Ich stehle nicht.

CÉLINE KRUSKA: Keinen einzigen. Ich besitze allerdings, um ehrlich zu sein, mehrere Hotelbadevorleger. Mein Lieblingsstück ist ein hellgrauer, kurzfloriger Frotteeläufer, den ich aus einem 20-stöckigen Plattenbau-Hotel aus Budapest mitgebracht habe und in den ein großes H und das Wappen der K&K Monarchie gestickt sind.

MARTIN MURPHY: Ich habe gar keinen Bademantel. Wenn ich darüber nachdenke: Ich packe nicht einmal einen Schlafanzug ein, wenn ich im Hotel übernachte.

HADI A. TANDAWARDAJA: Einen.

Haben Sie ein Lieblingshotel? Wenn ja, was macht es dazu?

ZLATKO ANTOLOVIC: Ja. Es ist ein Familienbetrieb, inklusive fantastischer Küche mit ausschließlich traditionellen regionalen Gerichten und einem natürlichen freundlichen Service.

PROF. EIKE KÖNIG: Nein.

CÉLINE KRUSKA: Das Fresh Hotel in Athen – ein Design Hotel – mag ich sehr gerne. Bei geschlossener Schiebetür sind die Zimmer Oasen der Stille und Entspannung. Öffnet man die Schiebetür und tritt auf den Balkon, springt die Stadt einen quasi an und man hat das Gefühl mittendrin zu sein: Straßenlärm, Hitze, Stimmengewirr. Fährt man mit dem Lift nach oben kann man einen der schönsten urbanen Dachpools Europas nutzen, dort abends an der Bar sitzen und bei einem Ouzo den atemberaubenden Blick auf die Akropolis genießen.

MARTIN MURPHY: Das Delano Hotel, Miami Beach, aufgrund seiner durchdachten Eingangssequenz und der tollen Möbel.

HADI A. TANDAWARDAJA: Nein – das Schöne an Hotels ist, dass man sich nicht entscheiden muß. Ich versuche auch immer neue Hotels zu entdecken und vermeide es mehr als einmal im gleichen Hotel zu übernachten. Mir gefallen aber die kleinen, inhabergeführte Boutique-Hotels. Derzeit arbeiten wir an Konzepten wie deren Individualität und atmosphärische Qualitäten auch unter den operativen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen großer Betreiber realisierbar sind und mit diesem Mehrwehrt neue Möglichkeiten der Marktpositionierung bieten.

Delano Hotel, Miami Beach: www.delano-hotel.com
Fresh Hotel, Athen: www.freshhotel.gr

ZUKUNFTSVISIONEN

In der Hotellerie steht in den kommenden Jahren ein weltweiter Wandel bevor. Dieser ist vor allem den veränderten Bedürfnissen und Lebensweisen der Gäste geschuldet, aber auch den neuen Einsatzmöglichkeiten innovativer Technologien. Die daraus entstehenden Entwicklungen, ihre Auswirkungen auf die Hotelbranche bis hin zu konkreten Lösungsansätzen werden im vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO initiierten Projekt FutureHotel vorgestellt. Vanessa Borkmann leitet das Projekt seit 2008 und gibt einen Ausblick auf das Hotel der Zukunft.

Frau Borkmann, in was für einem Hotelzimmer haben Sie zuletzt übernachtet? Entsprach es Ihren Vorstellungen von einem zukunftsweisenden Hotel?

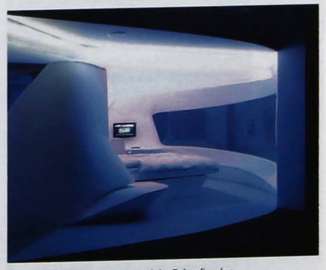
Meine letzte Reise führte mich geschäftlich in ein Vier-Sterne-Haus einer großen Hotelkette. Zunächst musste ich beim Ein- wie später auch beim Auschecken längere Wartezeiten in Kauf nehmen. Die Zimmergestaltung, großzügig, sauber und zeitgemäß eingerichtet, basierte auf einem klassischen Grundriss. Das Bad war leider mit einer unbequem zugänglichen Duschbadewanne ausgestattet, der Arbeitsplatz besaß keine Steckdosen und das Bett war zwar großzügig, aber die Matratze mit einem unkomfortablen Kunststoffschutz überzogen. Zudem war der Internetzugang kostenpflichtig, obwohl ich bereits in weniger gehobenen Hotels auf kostenfreies WLAN zurückgreifen kann. Nein, das entsprach alles in allem nicht meinen Vorstellungen von einem zukunftsweisenden Hotel.

LAVA Architekten entwarfen das Showcase FutureHotel, das in Duisburg im Fraunhofer IAO zu sehen ist, als futuristisches Raumgefüge, das den zukünftigen Gast vollkommen umschließt.

Welche Ziele verfolgen Sie mit der Studie FutureHotel? Wen sprechen Sie damit an?

FutureHotel ist nicht nur eine Studie. Zielsetzung des Projektes ist es, innerhalb der Hotelbranche aufzuzeigen, wohin sich Hotels in Zukunft entwickeln können, um im internationalen Verdrängungswettbewerb zu bestehen und den Kundenwünschen maximal gerecht zu werden. Dazu zählt derzeit das wachsende Interesse an nachhaltigen Lösungen in der Hotellerie. Aber auch die Nachfrage nach neuartigen Zimmerkonzepten für die unterschiedlichen Bedürfnisse der Gäste – wie beispielsweise die einer Patchwork-Familie oder von Senioren – ist eines der Hauptthemen. Vor allem für die Zielgruppe der Geschäftsreisenden besteht ein hohes Maß an möglichen Optimierungen der Hotelumgebung: Müssen diese doch häufig im Hotel ihrer Arbeit nachgehen und benötigen dafür eine entsprechende technische Infrastruktur und Schnittstellen bis hin zu offenen Kommunikationszonen für Gespräche oder ad hoc buchbare Meetingräume.

FutureHotel untersucht die Auswirkungen von Trends und Entwicklungen und entwickelt auf dieser Basis Lösungen für die Hotellerie. Dies umfasst neuartige Hotel-, Gebäude- und Raumkonzepte ebenso wie Technikintegration oder optimierte Dienstleistungs- und Servicekonzepte – immer mit dem Fokus auf dem Wohlbefinden des Gastes.



Nicht nur das Raumlicht im Hotel der Zukunft – das mittels Bodensensoren intelligent gesteuert wird – sorgt für Wohlbefinden. Auch die Lichtfarbe ist frei wählbar: erfrischendes Grün, inspirierendes Orange oder aktivierendes Blau.