

DAS AUTHENTISCHE ZUGÄNGLICH MACHEN

Moderne Hotels präsentieren sich als spannende Orte der Begegnung, wo sich Reisende und Einheimische gleichermaßen wohlfühlen sollen. Moderne Hotelarchitektur muss beide Seiten bedienen.

VON DOROTHE RAINER

» Der Tourismus boomt, nie zuvor sind die Menschen so viel gereist wie heute. Ständig wird nach neuen Wegen gesucht, um den Reisenden ein unvergessliches Erlebnis zu bieten. Das gilt im Besonderen auch für Hotels: Sie punkten nicht nur mit Komfort und Service, sondern mit extravagantem Konzepten, herausragender Architektur und neuen Designideen. Authentizität ist das große Schlagwort, das man am häufigsten hört, wenn es um Hotelvorhaben geht. „Es geht um den Gast, der Authentisches erleben möchte. Diesem Anspruch muss man vom gesamten Konzept und der Architektur gerecht werden“, erklärt Markus Bernard von *BWM Architekten*. Gemeinsam mit Partner Markus Kaplan hat er sich auf Hotelgestaltung spezialisiert: „Für uns Hotelplaner ist es eine Herausforderung, das Authentische nicht zu zerstören, sondern es für den Gast zugänglich zu machen.“ Und das am besten nicht billig und klischeehaft, denn der Gast will was erleben, aber eben etwas Echtes, was er mit dem Land, der Stadt und den Menschen vor Ort verbindet. Schnell aufgebaute Hotelwelten, die isolierte Kunstwelten schaffen, sind passé, sie haben ihren Reiz endgültig verloren. »



Dolder Grand Hotel

Das Hotel bei Zürich hat eine lange Geschichte mit Höhen und Tiefen erlebt. 2004 wurde es geschlossen, renoviert und nach einem Konzept von Norman Foster 2008 als Luxushotel wieder eröffnet. Er hat unter anderem die Fassade des historischen Hauptgebäudes in den Urzustand von 1899 zurückgeführt und zwei moderne Flügel hinzugefügt.

Reisende wollen mit dem Ort und den Menschen in Kontakt treten – genau an diesem Punkt setzen neue Konzepte an: Hotels sollen zu Begegnungszonen für Gäste und Ortsansässige, die sogenannten Locals, werden. Ein geflügeltes Wort der Branche lautet: „Hast du die Locals, hast du sie alle“, so Bernard. Locals sind so etwas wie die neue Währung der Hotellerie, denn kommen die Einheimischen, fühlt sich auch der Gast wohl, bleibt länger und kommt im besten Fall wieder. „Es geht darum, dem Besucher die Stadt nicht nur anhand von Sehenswürdigkeiten zu vermitteln, sondern durch den Kontakt mit den Leuten vor Ort“, präzisiert Kaplan. Dafür müssen Locations kreiert werden, die beide Grup-

pen ansprechen. „Den Wiener kann man also eher schlecht mit dem 101. Kaffeehaus locken, allerdings mit einer coolen Rooftop-Bar mit Blick über die Stadt schon“, erklärt Kaplan und spielt damit auf das 25h Hotel an, das von BWM umgebaut wurde und dank eines zeitgemäßen Konzeptes der Betreiber zu einem Hotspot der Stadt wurde. Hier kommen die Locals mit internationalen Businessgästen ganz ungezwungen in Kontakt, wenn sie die hippe Bar besuchen. Der Reisende fühlt sich als Teil der Stadt und hat ein authentischeres Erlebnis, als wenn er in der Bar seines Hotels nur auf andere internationale Gäste trifft. Geändert hat sich damit auch der Zugang der Architekten für die Planung, so denke man zuerst daran, einen coolen Ort zu erschaffen, der etwas Besonderes bietet. „Das Hotel wird darum herum entwickelt“, erklärt Bernard. So könne ein spezieller Spirit entstehen, der das Projekt weiterträgt.

LAND. Etwas anders verhält es sich mit Resorthotels am Land, wo jahrzehntelang von vielen Hoteliers auf eine aufgesetzte Authentizität Wert gelegt wurde und man Heustadl eher willkürlich zu Hotels aufgeblasen hat. Das Erlebnis mit der Natur stand dabei nicht im Vordergrund, die Tradition wurde eher als Inszenierung präsentiert. Damit wird man aber den Ansprüchen des modernen Hotelgastes

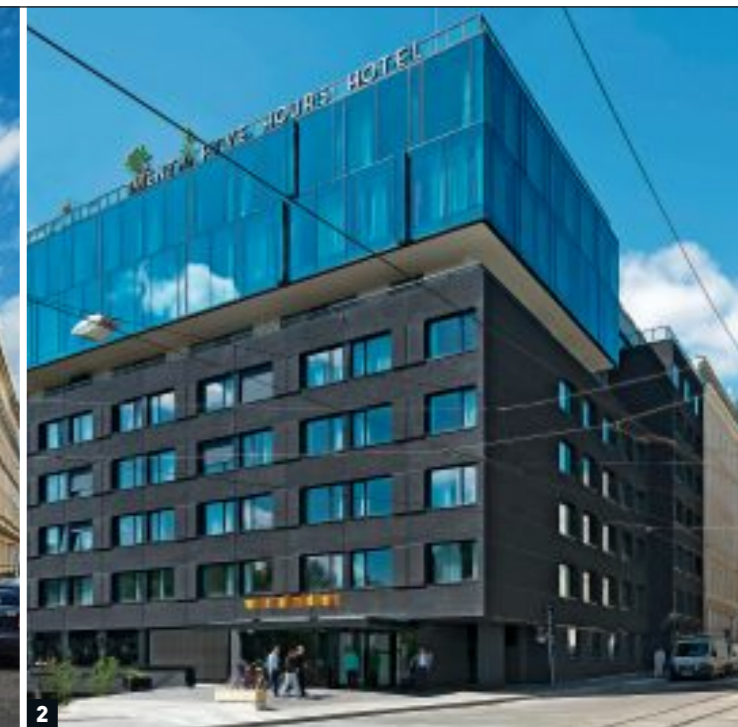
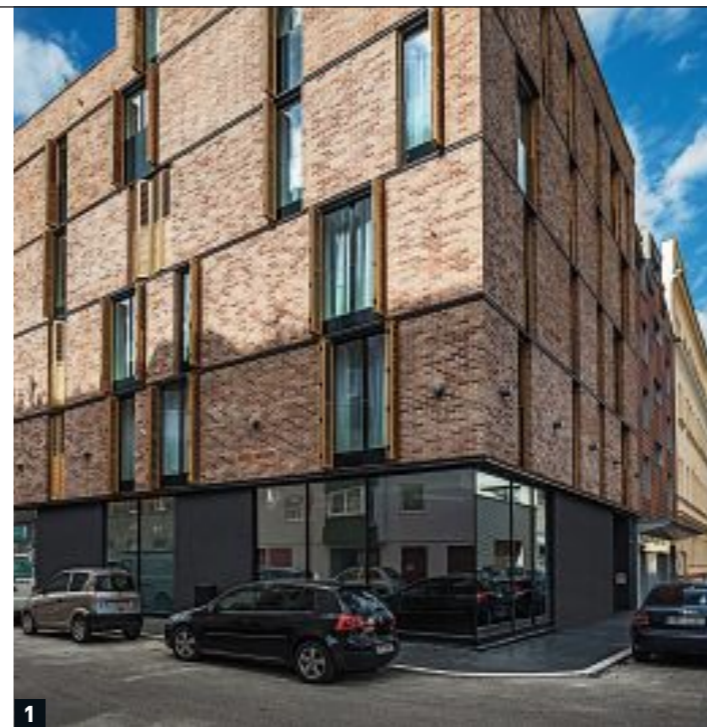
nicht mehr gerecht. „Die Menschen kommen in den alpinen Raum, um die Schönheit und Ursprünglichkeit zu genießen, die Architektur muss da wohlüberlegt mit Respekt vor und für die Umgebung geplant werden“, sagt Kaplan, der selbst aus dem Salzburgerischen stammt und viel von der Verschandelung und Zersiedelung im ländlichen Raum erzählen kann. Der Architekt sei heutzutage der Vermittlung zwischen Auftraggeber, Betreiber, Gast und der Umgebung verpflichtet. „Da braucht es noch viel Feingefühl und Aufklärungsarbeit, weil gerade am Land oft noch andere Prioritäten beim Hotelbau gesetzt werden.“

BUSINESS. Menschen, die geschäftlich viel unterwegs sind, sind eine besonders große und anspruchsvolle Gruppe von Reisenden. Ihre Aufenthalte sind meist kurz, sie legen Wert auf perfektes Service (sie sind ja nicht im entspannten Urlaubsmodus), sie wollen Business machen und etwas erleben. Deshalb muss ein Hotel heute mehr bieten, als Rezeption, Zimmer und Frühstücksraum. Vor allem im Geschäftsbereich gilt es, die gehobenen Ansprüche des Gastes schon bei der Planung zu erfüllen.

Das sind so banale Dinge wie dass es genügend Steckdosen im Zimmer und rund um den Schreibtisch gibt und natürlich schnelles, kostenfreies WLAN. Immer wichtiger werden auch Co-Working-Spaces sowie Rückzugsecken für Besprechungen. „Business muss ohne viel Aufwand für den Gast vor Ort stattfinden können“, weiß Kaplan, der mit dem Hotel Moxy bereits ein solches Konzept umgesetzt hat. Dazu gehört auch die Planung des Hotelrestaurants. Es ist unabdingbar, dass es auch hier die Möglichkeit gibt, sich für ein wichtiges Gespräch ein Stück weit zurückziehen zu können. „Der Gast möchte Privatsphäre genauso wie positive Überraschungsmomente jenseits der bekannten Klischees“, wissen die Experten. Mit raffinierten Designideen, interessanten Konzepten und architektonischem Know-how erfinden sich die Hotels neu. **«**

FOTOS: WOLFF SILVERI (2), RENEE DEL MISSIER, RUPERT STEINER, LENKUS HOTEL/ANNA BLAU, CATHERINE STUKHARD

Markus Kaplan (li.) und Erich Bernard (re.) vom Wiener Architekturbüro BWM. Zu den zentralen Betätigungsfeldern des Büros zählen Planungen und Bauten im urbanen Raum, darunter viele erfolgreiche Hotelprojekte. Bernard ist spezialisiert auf Design und Innenausstattung, Kaplan für den Hochbau zuständig



1. Hotel Caroline

Der Neubau verbindet zwei Hotelteile aus dem 19. Jahrhundert durch ein zentrales Eckgebäude mit fünf Geschossen. Die rotbraune Ziegelfassade erinnert an die Geschichte des 10. Bezirks mit seinen zum Teil noch heute sichtbaren ehemaligen Industriegebäuden. Drinnen erwartet den Gast die Behaglichkeit des Wiener Salons der Jahrhundertwende.

2. 25h Hotel

Aus dem ehemaligen schmucklosen Studentenheim wurde dank der Umbauarbeiten und des Konzepts der Betreiber ein Hotspot der Stadt. 2013 wurde das Gebäude zum Hotel. Der neue, anthrazitfarbene Anstrich der Waschbetonfassade verhilft dem Gebäude zu neuer Sichtbarkeit im Stadtbild und dem Hotelensemble zu einer zeitgemäßen Präsenz.

3. Moxy Vienna

BWMretail errichtete als Generalplaner das erste Moxy Hotel Österreichs am Flughafen Wien in Schwechat. Dabei handelt es sich um den neuen Lifestyle-Brand der internationalen Hotelkette Marriott – weltweit sind in den nächsten Jahren über hundert weitere Hotels geplant. Zielgruppe: moderne Geschäftsreisende und Globetrotter.

4. Hotel Topazz

Die Vier-Sterne-Herberge am Hohen Markt in Wien zeichnet unter anderem die charakteristische Fassade aus. Mit seinen ovalen Fenstern und der dunklen Fassade aus Glasmosaik behauptet sich der Neubau im Stadtbild völlig eigenständig. Es wurde dafür vielfach ausgezeichnet, u. a. wurde es zur Hotelimmobilie des Jahres 2012 gewählt.