



Im Gespräch
Martin Lenikus, Robert Kropf,
Erich Bernard (v. l. n. r.).

WIE DESIGNT MAN GENUSS

Wer geht schon nur wegen des Essens ins Restaurant oder checkt einzig aufgrund der Lage in ein Hotel ein? Ein LIVING-Salon-Talk zwischen Immobilien-Entwickler, Architekt und Journalist über das, worauf es noch zusätzlich ankommt.

MODERATION UND TEXT NICOLA SCHWENDINGER FOTOS JULIA STIX

LIVING: *Wir sitzen im für seine Architektur ausgezeichneten »Hotel Topazz«. Herr Lenikus, Sie als Besitzer des Hotels: Welche Reaktionen haben Sie bei der Eröffnung bekommen?*

MARTIN LENIKUS: In der Bauphase waren die Reaktionen sehr gemischt, aber je mehr man sehen konnte, umso besser wurde das Feedback. Seit der Fertigstellung habe ich so gut wie gar keine negativen Stimmen mehr gehört, was meiner Meinung nach an der einfühlsamen Architektur von BMW und Manzenreiter liegt. Darüber kann Herr Bernard von BMW sicher mehr sagen.

ERICH BERNARD: Dieser Platz – eine der kleinsten Baulücken der Innenstadt – eignet sich einfach für etwas Besonderes, das auf Wien reagiert und hinweist. Nur anders. Wir haben dem Haus statt klassischer Fenster quasi Augen wie Objektive gegeben, die den Blick auf die Umgebung erlauben. Der alltägliche Ausschnitt des Innenstadtlebens wird dadurch geadelt.

ROBERT KROPF: In Wahrheit entscheiden doch immer die ersten 30, 40 oder 50 Sekunden darüber, wie ein Hotel wirkt. Beim »Topazz« hat man sofort gespürt, dass es hier eine Hoteldirektorin gibt, die das Projekt mit Leben erfüllt. Das ist für uns bei der Platt- >



Martin Lenikus
»Weitere Hotels werden folgen«, kündigt der Immobilienentwickler an.

Gesamtgenuss, er seziert das nicht in seine Einzelteile. Architektur fällt höchstens dann auf, wenn sie völlig misslungen ist. Dann wirkt es z. B. ungemütlich.

LENIKUS: Fast alle großen Restaurants sind ein Gesamtkunstwerk. Die Menschen, die es führen, müssen Teil davon sein. Man spürt es einfach.

KROPF: Oft ist es doch so, dass nach Fertigstellung eines Hotels oder Restaurants das Geld knapp wird – oder es schlecht läuft – und man beim Personal spart. Das kann dazu führen, dass vice versa die Architektur als schlecht wahrgenommen wird, obwohl sie nicht der eigentliche Grund ist.

LIVING: Vorhin fiel der Begriff »ungemütlich«. Wie genau schafft man es, dass ein Restaurant gemütlich ist? Und ist »sich wohlfühlen« objektivierbar?

LENIKUS: Von wegen objektivierbar: Ich kann nur Dinge tun, von denen ich überzeugt bin, dass sie mir gefallen. Die Allgemeinheit am Zentralnerv treffen zu wollen – ich denke, das sollte man gar nicht erst versuchen. Man muss ja zu seinem Produkt stehen können.

KROPF: Zur Gemütlichkeit: Klar gibt es den Bauchfaktor, aber wir sollten die technischen Kriterien nicht vernachlässigen. Ein Klassiker im Restaurantbereich ist zum Beispiel schlechte Lichtführung. Akustik ist ein weiteres Thema. Bei Hotels hat es auch viel mit der Lobby-Situation zu tun: Wie werde ich empfangen? Gibt es eine Barriere wie in einer Burg? Wie ist die Ansprache, werde ich wiedererkannt? Da hört sich das Bauchgefühl auf, da kann man einfach sagen: Man hat's kapiert oder nicht.

BERNARD: Bei manchen Punkten kommt es aber auch darauf an, in welchem Land ich bin. In Italien liebt man zum Beispiel »hallige« Restaurants und will die Stille nicht. Das ist halt, vereinfacht gesprochen, die Gewohnheit der Italiener – dort findet man auch oft die nackte Neonröhre an der Decke. Architektur muss etliche Funktionen erfüllen – das unterscheidet sie meiner Meinung nach von der Kunst. Eine der wichtigsten und vielleicht schwierigsten: eine Atmosphäre zu schaffen. Das andere sind Planungskomponenten, die nach Kurzem erlernbar sind. Dann weiß ich auch, dass Licht von unten immer gemüthlicher wirkt als Licht von oben und so weiter.

KROPF: In den USA ist ab einer gewissen Größe des Restaurants der Licht-Designer einfacher Bestandteil ...

LIVING: Sind solche Spezialdisziplinen bei uns ebenfalls im Kommen?

BERNARD: Ja, das kommt immer mehr, keine Frage.



Erich Bernard
»Architekten müssen Atmosphäre schaffen.«

LENIKUS: Wir hatten sowohl beim »Hotel Topazz« als auch beim »Hotel Lamée« Lichtplaner, im »Lamée« auch einen Akustikplaner. Trotz allem sind das Bereiche, da kann man immer noch besser werden. Insbesondere das perfekte Licht ist wirklich schwer.

LIVING: Medien schreiben tendenziell selten über Hotels, wenn sie viele Jahre bestehen. Muss man sich stetig neu erfinden?

LENIKUS: Es kann so etwas wie »Entmoldung« geben. Ich denke, wir haben mit unseren beiden Häusern eine gewisse zeitlose Eleganz geschafft, nichtsdestotrotz muss man sagen: Hotels werden schnell abgenutzt. Nach etwa sieben bis zehn Jahren sind Adaptierungen oder Renovierungen notwendig. Noch ist es ja nicht so weit, aber dann werden wir sehen, ob wir am Konzept drehen müssen oder ob wir sozusagen das Bestehende neu einkleiden.

KROPF: Ich habe einen großen Respekt vor Hoteliers. Man könnte – allein aus technischen Gründen – quasi im Halbjahrestakt etwas verändern. Aber das muss man ja auch finanzieren.

LENIKUS: Absolut. Das muss man finanzieren. Aber deswegen war für uns auch weniger mehr. Unsere Vorgabe war immer: Wir bauen Theater. Eine Bühne, auf der sich die Menschen, die in ein Hotel gehen, selbst darstellen können. Wichtig ist meiner Meinung nach, bei der Technik so weit wie möglich unabhängig von der sich verändernden Hardware zu sein, sonst muss man wirklich halbjährlich umrüsten. Man muss an kleineren Schrauben drehen, an denen dafür ständig.

BERNARD: Zum Thema Refurbishment muss man sagen, dass es natürlich auch immer wieder Fälle gibt, bei denen ein Lokal in seiner Gestaltung so eine Stärke und Zeitlosigkeit hat, dass es zum Klassiker wird. Ich denke an Lokale von Adolf Loos, alte Wirtshäuser und dergleichen. Da wurden teils nur Details erneuert. Das »Café Prückel« hat es zum Beispiel gerade geschafft, das »Café Museum« dagegen nicht. Man konnte das Tief, das irgendwann kommt, nicht durchtauchen.

LENIKUS: In Wien ist das bewahrende Element prinzipiell sicher stärker ausgeprägt als das neu erschaffende. Mut zur Veränderung ist Wien nicht auf die Fahne geheftet, aber das macht nichts, da wir wirklich eine tolle historische Substanz haben, und mit ein bisschen Beharrlichkeit kann man auch gute moderne Ideen umsetzen. Ich denke, das »Topazz« ist dafür eh ein gutes Beispiel.

LIVING: Herr Bernard, Sie arbeiten ja auch teils in Deutschland. Merkt man Unterschiede zwischen den Märkten?

BERNARD: In Deutschland ist man mitunter etwas radikaler als bei uns, und man spürt eine neue Behutsamkeit bei Gebäuden der 1950er- und 1960er-Jahre. Was natürlich auch mit dem teils selbst verschuldeten Verlust von vielen Gebäuden der Zeit nach 1945 zu tun hat. Vieles ist ja dem Straßenverkehr zum Opfer gefallen. Am Refurbishment der 1960er-Jahre-Architektur könnte sich Wien ein Beispiel nehmen. Bei uns werden Häuser dieser Zeit oft nicht geschätzt, dafür ist es anscheinend noch zu früh. Ich denke zum Beispiel an die Harry-Glück-Bauten in Wien. Die Details dieser Zeit sieht man nicht immer auf den ersten Blick.

LENIKUS: Man muss da aber schon differenzieren. Nicht alles, das aus den 1950er- und 1960er-Jahren stammt, gehört glorifiziert.



Robert Kropf
Der Gründer der Plattform »Insiderei«: »Gut gemacht ist es, wenn es mich aus der Reserve lockt.«

LIVING: Wie ist es um die Moden beschaffen? Eine Zeit lang hatte man z. B. das Gefühl, nur noch Sichtbeton zu sehen.

BERNARD: Ja, und der Sichtbeton wird auch wieder kommen ... Es gibt generell heute ein ganz anderes Material- und Oberflächenbewusstsein. Es gibt weiterhin die Suche nach Authentizität, die modernere Formen angenommen hat als noch vor ein paar Jahren in der Vintage-Ära. Um auf die Materialien zurückzukommen: Wir differenzieren heute viel stärker. Früher hieß es: »Holzboden oder Fliesenboden«, heute wählt man aus Hunderten verschiedenen Holzarten. Die Materialien werden vielfältiger, edler – und es gibt immer mehr Handgefertigtes.

KROPF: Das andere Extrem sind Platten in Vollholz-Optik aus dem 3-D-Drucker. Aus zehn Meter Entfernung erkennt man das nicht – eben gesehen in einem Hotel.

DIE LIVING-SALON-GESPRÄCHSPARTNER

Martin Lenikus

Er gründete die (Kunst-)Sammlung Lenikus, verzichtete aber in seinen Hotels »Topazz« und »Lamée« bewusst auf Kunst. Immobilien-Entwickler Martin Lenikus ist ein Mann der interessanten Widersprüche, der sich seit einigen Jahren auch als Weinmacher profiliert. www.lenikus.at

Erich Bernard

Vom »25hours Hotel« über das neu eröffnete »Restaurant Grenadier« auf der Burg Forchtenstein bis zum »Hotel Topazz«: Architekt Erich Bernard von »BWM Architekten und Partner« entwirft Plätze zum Verweilen. www.bwm.at

Robert Kropf

Ein Journalist, der gerne reist und sich für Schönheit mit Substanz begeistert: Robert Kropf gründete das Web-Portal »Insiderei«, erste Anlaufstelle für weltweite Reisetipps von lokalen Insidern. www.insiderei.com; www.a-list.at

BERNARD: Und man kann auf großformatigen Keramikplatten einen täuschend echt aussehenden Marmor-Druck hinkriegen. Auch in einem Hotel gesehen.

KROPF: Gut gemacht ist es dann, wenn es mich überrascht, wenn es mich aus der Reserve lockt. Bei Ian Schragers »Edition« in Miami ist der Marmor zum Beispiel echter Marmor und jedes Stück handverlesen. Um auf den Anfang zurückzukommen: Da spürt man einfach den Unterschied.

LIVING: Abschließend die Frage: Man sagt, dass jeder Mann irgendwann in seinem Leben ein Lokal aufmachen möchte. Ist dem so?

KROPF: Vor zehn Jahren hätte ich Ja gesagt, jetzt sage ich: Gott sei Dank habe ich das nicht gemacht. Je mehr man sich als Gourmet- und Reisejournalist mit der Materie beschäftigt, umso mehr versteht man, wie schwierig es ist, das jeden Tag auf den Punkt zu bringen.

BERNARD: Es hat schon eine Faszination, ich habe mit der Gastronomie geliebäugelt, aber stecke jetzt eher in einem Hotelprojekt.

LENIKUS: Also ich kann mir vorstellen, noch 100 Hotels zu eröffnen, aber sicher nicht, noch ein Restaurant zu machen. Vor jedem, der ein Restaurant erfolgreich betreibt, habe ich den allergrößten Respekt. <