

md

INTERIOR | DESIGN | ARCHITECTURE

Ankommen

.WOHNEN

Ferienhaus Ncaved, Griechenland
Möbel für zu Hause

.HOTEL

Erich Bernard im Gespräch
Robuste Oberflächen

.DIGITALISIERUNG

Berufspotenziale für Innenarchitekten
Polster aus dem 3D-Drucker



Erich Bernard hat das Büro BWM Architekten 2004 zusammen mit Daniela Walten, Markus Kaplan und Johann Moser gegründet. Neben seiner Arbeit als Architekt mit Schwerpunkt Hotelplanung schreibt er Bücher. Seit 2018 ist er Gastprofessor an der Austrian Marketing University of Applied Sciences/ FH Wieselburg.



Foto: © BWM Architekten / Renée Del Missier

IM GESPRÄCH MIT ERICH BERNARD, BWM ARCHITEKTEN

BÜHNE FÜR AUTHENTIZITÄT

Die Branche steht vor großen Herausforderungen. Wir sprachen mit Erich Bernard, einem der Bürogründer von BWM Architekten, über die Rückkehr des Lokalen, das Hotel als experimentellen Ort und Nachhaltigkeit als ganzheitliches Konzept.

Interview
Claudia Simone Hoff

BWM Architekten arbeiten vorrangig in der Hotelplanung. Wie kam es dazu?

Ich habe mich als Architekt von Anfang an in Bereichen bewegt, die dem Hospitality-Design sehr ähnlich sind: Corporate Architecture, Ausstellungs- und Shop-Design. All diese Orte haben eines gemein: Sie entstehen für Menschen, die man nicht kennt, mit denen man sich aber intensiv auseinandersetzen muss. Dabei sollen Architektur und Interiordesign vor allem Atmosphären, Stimmungen und Informationsflüsse herstellen. Meine Affinität zum Thema ist aber auch familiär bedingt. Mein Großvater leitete ein großes Kaffeehaus in Wien und mein Vater war Architekt.

Ihre Leidenschaft gilt der Stadt und hier insbesondere dem Bauen im Bestand. Was fasziniert Sie daran?

Hotels kreisen um die Themenfelder Gesellschaft, Stadt und Architektur. Sie sind komplexe Gebilde, sowohl architektonisch wie auch gesellschaftlich. Dass wir so oft im

Bestand bauen, hat aber auch mit Nachhaltigkeit zu tun, denn in einem bestehenden Gebäude steckt bereits viel Energie und Geschichte – in Form von Ressourcen und Atmosphären.

Während bei Neubauten die Atmosphäre mittels Gestaltung erst geschaffen werden muss, ist sie bei bestehenden Gebäuden bereits vorhanden, oder?

Das stimmt zwar, doch trotzdem muss man auch ein altes Gebäude wieder zum Leben erwecken. Denn die Geschichte eines Hauses allein erzeugt noch keine authentische Lebendigkeit. Man sollte stets in gesellschaftlichen Zusammenhängen denken. So geht es beispielsweise darum, wie Menschen essen, wo sie sich treffen, wie sie arbeiten, wie die Bevölkerung vor Ort mit einbezogen werden kann. Es ist immer eine Gratwanderung zwischen dem Alten, das meist behaglich ist, und dem neuen Ort, der aufregend und spannend sein soll.

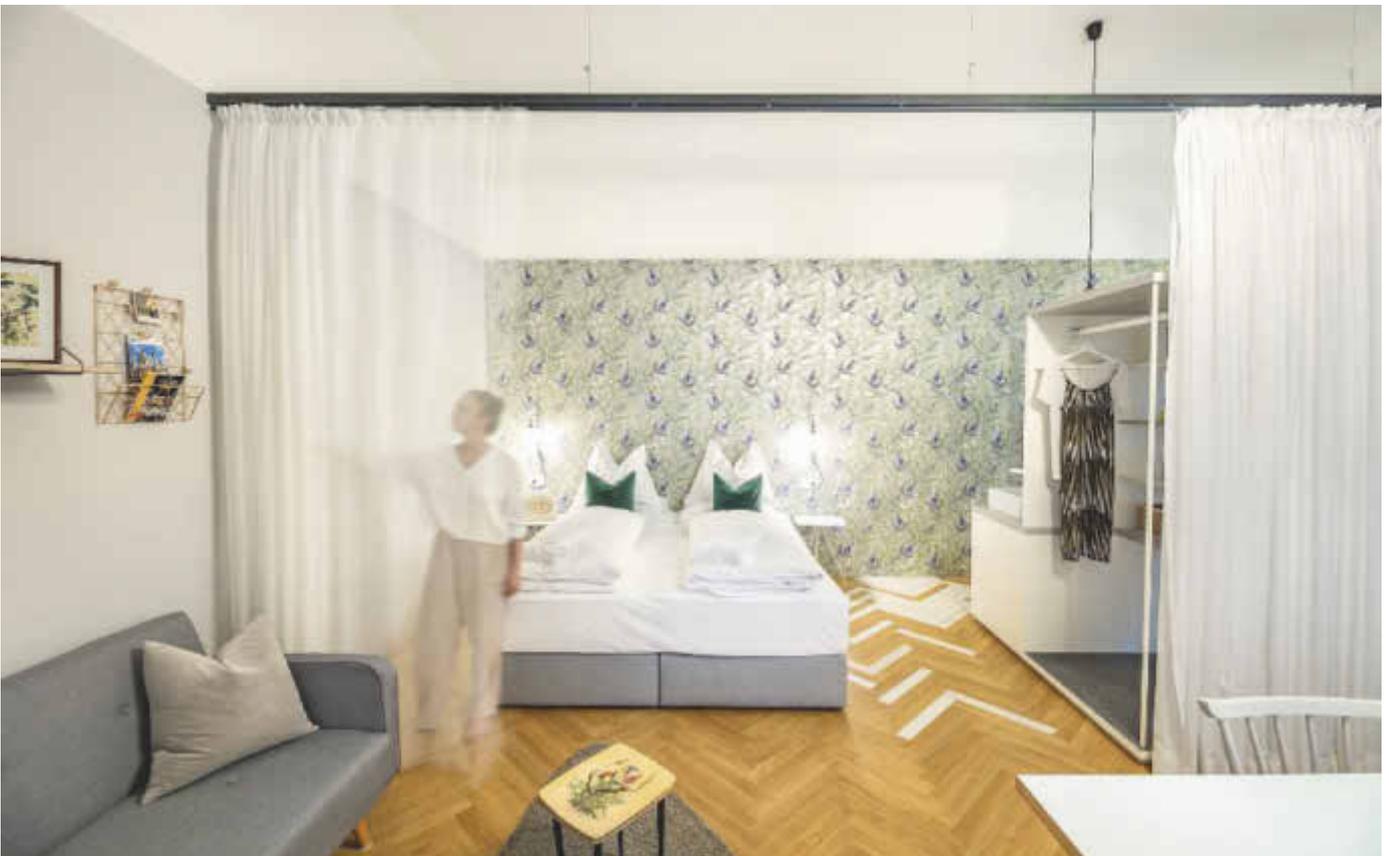
Foto: © Entners am See / Andreas Pollok



Im Hotel Entners am See entspannt der Gast auf einer Spa-Schaukel, die ergänzt wird von behaglichen Lounge-Sesseln.

„Individualisierung ist das Thema schlechthin. Dazu gehört, dass man aus einem Hotel einen verbindlichen Ort macht“

Foto: © BWM Architekten / Severin Wurrig



Für das Grätzlhotel Karmelitermarkt verwandelten BWM Architekten leer stehende Straßenlokale in lässige Unterkünfte, wobei keine Suite der anderen gleicht.

Im Fokus

BWM Architekten arbeiten vorwiegend im Bereich Hotelplanung. Ganz besonderen Wert legt das Büro mit 70 Mitarbeitern auf das Bauen im Bestand. Die Auftraggeber: Wiener Institutionen wie das Hotel Sacher und das Gasthaus Figlmüller, aber auch internationale Hotelketten wie 25 Hours.

Wenige, meist große und luxuriöse Häuser wie das Sacher in Wien waren schon immer ein wichtiger Teil des Stadtgefüges. Neuerdings beziehen sich immer mehr Hotels auf das Lokale. Warum?

Es ist die logische Konsequenz, die sich aus der Sättigung des Marktes ergibt. Wenn man zurückschaut in die Geschichte, dann war ein Hotel ursprünglich nicht mehr als ein Dach über dem Kopf, ein rein funktionaler Raum also. In dem Moment, wo der Bedarf die Nachfrage deckte, begann man, um den Kunden zu werben, musste sich in ihn hineindenken und Zusatzqualitäten schaffen. Heute ist es so, dass der Gast an einen bestimmten Ort fährt, um genau diesen Ort zu erleben. Das Ziel sollte also sein, dieses Erlebnis bereits im Hotel beginnen zu lassen, auch um den Gast dort zu halten. Im Sacher gelingt das sehr gut, denn dorthin kommen auch Menschen, die keine Gäste sind. Gestalter schaffen die Bühne für Authentizität.

Was liegt im Trend?

Individualisierung ist das Thema schlechthin. Dazu gehört vor allem, dass man aus einem Hotel einen verbindlichen Ort macht. Selbst große Unternehmen wie Marriott und Accor versuchen, individuelle Konzepte umzusetzen, und

bewegen sich weg von den immer gleichen Kettenhotels. Das funktioniert, weil das Portfolio dieser Unternehmen verschiedene Marken und auch Lifestyle-Brands wie 25 Hours, Hoxton und Autograph Collection umfasst, die gut individualisierbar sind. Bei Courtyard by Marriott gibt es beispielsweise Franchise-Betreiber, die als Person für das Haus stehen. Zwar sind dort die Zimmer weitgehend standardisiert, aber die öffentlichen Räume werden individualisiert. Natürlich ist es etwas grundsätzlich anderes, ob eine Eigentümerfamilie ein Haus führt oder ein internationaler Konzern dahintersteht.

Es gibt Reisende, die standardisierte Konzepte schätzen. Kann zu viel Individualität auch hinderlich sein?

Es gibt in einem gesättigten Markt keine Notwendigkeit, jeden Gast anzusprechen. Zielgruppen sind Stilgruppen. Deshalb ist es wichtig zu überlegen, an wen man sich wenden möchte. Für mich ist der Zeitpunkt gekommen, an dem man das Ganze komplett neu denken sollte.

Welche Veränderungen prägen das Hospitality-Design?

Sicherlich das Thema Arbeit, das durch steigende Mobilität und digitale Medien im Hotel Einzug gehalten hat. So wird



Hier treffen sich Wiener und Reisende auf eine Melange: In elegantem Schwarz und Koralle getaucht ist das Interiordesign des Salon Sacher.

Foto: © BWM Architekten / Severin Wurnig

die Lobby zum Arbeitsplatz, Funktionalitäten beginnen zu verschwimmen. Das sieht man sehr schön in den Londoner Hoxton-Häusern, in denen die Lobby zum Coworking Space wird, in dem man einen Kaffee trinkt. Auch bei der Gestaltung der Zimmer ist eine Trendwende zu beobachten: Es soll nicht mehr so aussehen wie zu Hause, sondern explizit anders. Dabei hat 25 Hours einen großen Beitrag geleistet, indem es das Hotel zu einem experimentellen Ort erklärt hat. Hier sind es vermeintliche gestalterische No-Gos, die den Ort interessant machen wie beispielsweise Badewannen auf der Terrasse.

Ein anderes wichtiges Thema ist das Buffet, das man auch wegen der Coronapandemie beginnt zu überdenken. Zum einen spielt die Servicequalität eine zunehmend wichtige Rolle, zum anderen sind Buffets nicht mehr wirklich zeitgemäß, da sie immer wieder neu bestückt werden müssen. Womit wir beim Thema Nachhaltigkeit wären, das in diesem Bereich heute ganzheitlich betrachtet wird.

Welches ist Ihr Lieblingshotel?

Ich finde das Manzara in Istanbul toll, ein absolutes Masterpiece. Es ist kein Hotel im klassischen Sinn, denn es besteht aus öffentlichen Räumen und verschiedenen Woh-

nungen, die man mieten kann. Das Manzara ist charmant und vermittelt die Seele der Stadt – darin stecken Herz, Know-how und viele Ideen. Es kommt dem schon sehr nah, was das Ideal der Zukunft sein könnte: ein kultureller Treffpunkt von Menschen mit gemeinsamen Werten und Interessen. ←



Foto: © Manzara

Das Manzara ist die Lieblingsunterkunft von Erich Bernard.

PROMOTION

DIE IMM COLOGNE VOM 17.–23. JANUAR 2022 IN KÖLN

INSPIRATION, INNOVATION, INTERIOR DESIGN PUR.

Endlich wieder spannende Ideen mit den eigenen Augen sehen, Neuheiten vor Ort erleben und alte Bekannte und neue Menschen treffen: 2022 öffnet mit der imm cologne das erste große Live-Event der Einrichtungsbranche nach der Pandemie seine Türen. 600 Aussteller werden erwartet, 74% davon aus dem Ausland. Eine ganz neue Facette der Messe: die „imm cologne 365“. Die Kombination aus Business-Network und „the magazine by imm cologne“ bietet der Interior Design Szene Business, Netzwerken und Inspirationen weit über die Messe hinaus. ←



Alle Informationen und Tickets zur imm cologne 2022 unter imm-cologne.de

