



FUTURISMUS

IM WELLNESSHOTEL 7132 in Vals im schweizerischen Graubünden trifft futuristisches Design auf Naturerlebnis. Die Therme besteht aus Valser Quarzit, die Bergwelt ist in allen Räumen gegenwärtig. Daneben das Restaurant und ein Zimmer mit skulpturaler Dusche. Der Name 7132 stammt von der Postleitzahl des Bergdorfes. www.7132.com



Hotels als Trendsetter

RÄUME, DIE UNS INSPIRIEREN

Designhotels verkörpern die wichtigsten Wohntrends in Räumen von besonderer Magie – und offenbaren, wie wir künftig wohnen werden

FOTOS/ILLUSTRATIONEN: Jeremy Mason McGraw/Copyright Global Image Creation – 7132 Hotel, Vals (4)





EKLEKTIZISMUS

IM HOTEL INDIGO in Dresden hat Designer Olaf Kitzig die Gegensätze der Stadt in einem bunten Stilmix vereint: Barockelemente treffen auf unverputzte Wände des Industriezeitalters oder hölzerne Kassettendekore. Durch alle Räume ziehen sich Parkett in Fischgrätoptik und sechseckige Fliesen. Das Hotel gehört zur Indigo-Gruppe, die mittlerweile über 100 Boutique-hotels weltweit betreibt. www.hotelindigo.com





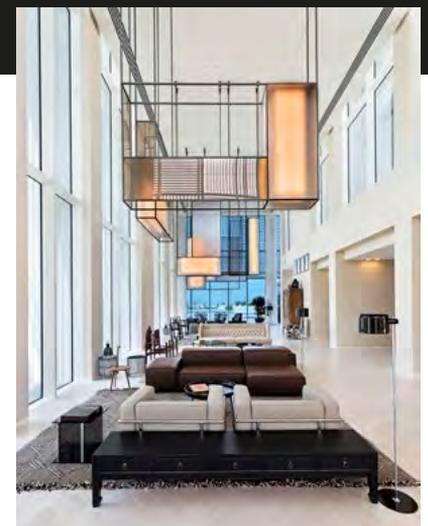
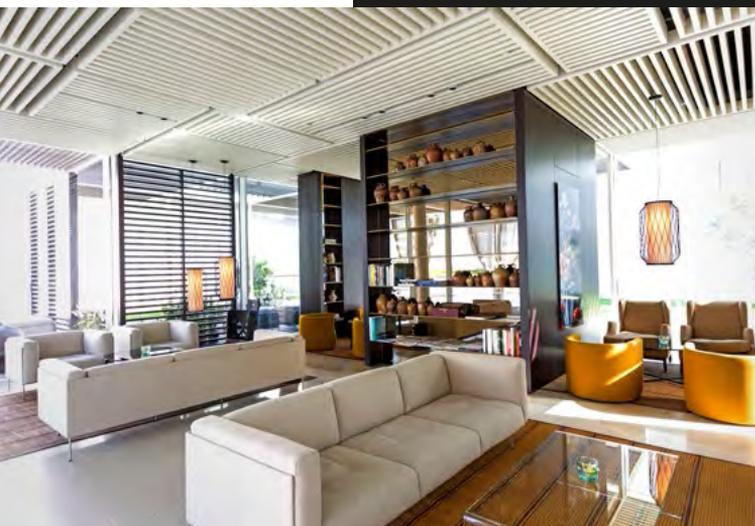
FOTOS: Christian Laukemper (5)





PURISMUS

DAS OBEROI BEACH RESORT AL ZORAH IN DUBAI ist eine Oase des puren Luxus inmitten des gleichnamigen Naturschutzgebiets. Im Auftrag der indischen Luxushotelgruppe Oberoi Hotels & Resorts hat Piero Lissoni das Haus zu einem Sinnbild für puristische Eleganz gestaltet. Großzügige Suiten und frei stehende Villen, hohe Decken und Türen, kubische Formen, gerade Linien und eine maßgeschneiderte, exklusive Möblierung sind die Merkmale des Fünf-Sterne-Plus-Hotels. www.oberoihotels.com



Aus der Badewanne vor der bodentiefen Fensterfront der 400 Quadratmeter großen Penthouse-Suite gleitet der Blick über das Bergpanorama von Vals im Schweizer Kanton Graubünden. Nach dem Bad lässt sich die grandiose Aussicht vom benachbarten Kingsize-Bett oder von der umlaufenden Terrasse aus genießen.

Der Raum, vom japanischen Stardesigner Kengo Kuma als Inbegriff puristischer Noblesse gestaltet, wirkt durch seine helle, von Schneeweiß, Pastell- und Naturtönen dominierte Farbgebung nahezu schwerelos. Rustikaler präsentieren sich seine 20 Quadratmeter großen Standardzimmer. Vollständig mit heller Eiche ausgekleidet und mit einem halbrunden, kokonartigen Betthimmel aus versetzt angeordneten Paneelen, feiern sie vor allem die Nähe zur Natur.

Willkommen im 7132: In dem „House of Architects“ haben neben Kuma noch drei weitere Designstars ihre Visionen von moderner Gastlichkeit in den 73 Zimmern verwirklicht. Gäste haben die Wahl zwischen minimalistischen Zimmern im Stil japanischer Teehäuser, designt von Tadao Ando, den futuristischen, dreidimensionalen Räumen des Amerikaners Thom Mayne mit einer frei im Raum stehenden, skulpturalen Glasdusche und den eklektischen Gesamtkunstwerken des Architekten Peter Zumthor in einem Stilmix verschiedener Epochen, bei denen der Renaissance-Wandputz Stuccolustro als Kulisse moderner Designergöbel dient.

Damit vereint das „House of Architects“ die derzeit angesagtesten Einrichtungskonzepte der Hotellerie unter einem Dach: Purismus, Futurismus, Eklektizismus (Stilmix) sowie Naturerlebnis und Nachhaltigkeit. „Jedes Konzept für sich verschafft den Gästen ein in sich stimmiges Raumerlebnis an einem Ort, der ihrem Ideal vom Wohnen entspricht“, sagt Olaf Kitzig, einer der erfolgreichsten Inneneinrichter Europas (www.kitzig.com).

Die fortschreitende Individualisierung der Hotellerie ist vor allem das Verdienst kleinerer Ketten mit eigenwilligen Konzepten wie The Hoxton (www.thehoxton.com), der Max Brown Hotels (www.maxbrownhotels.com) oder der 25hours-Gruppe (www.25hours-hotels.com). Nach dem Prinzip des „Storytelling“ haben sie lokale Einflüsse und die Geschichte des Hauses in ihrem meist eklektischen Einrichtungskonzept integriert und überhöht.

„So laden wir unsere Häuser mit Originalität, Authentizität und Seele auf“, erklärt Christoph Hoffmann, Mitgründer von 25hours, das Prinzip. Ihr Kölner Hotel The Circle in den Räumen des ehemaligen Gerling-Versicherungsgebäudes etwa sollte den Geist des „Wirtschaftswunders mit Zukunftsutopien“ verbinden. Herausgekommen ist „Retro-Futurismus“, ein psychedelischer Mix aus der Formsprache der 50er-Jahre mit Flower-Power- und Weltraumdesign.

Auch die Sterne verblassen bei so viel Innovationskraft. Die gefühlte Aufenthaltsqualität lässt sich bei vielen neuen Hotelkonzepten

nicht mehr unbedingt an der Kategorisierung festmachen – sofern die Qualität der Basisausstattung stimmt.

Bestes Beispiel ist die Motel-One-Gruppe, die, weil aus ihrer Sicht nicht mehr zeitgemäß, auf eine Sterne-Klassifizierung verzichtet. Sie wissen auch so: Ihr modernes Design, die hervorragende Qualität der Betten, Bäder mit bodentiefer Dusche, hochwertige Armaturen und Fußbodenheizung und nicht zuletzt ein gutes Frühstück zum moderaten Preis genügen auch höheren Ansprüchen. „Motel One hat die Budget- und Economy-Hotellerie, die durch die Marke ibis (Accor, d. Red.) in Europa etabliert wurde, auf ein neues Niveau gebracht“, so Andreas Martin, Geschäftsführer vom Branchenverband Hotelforum, der europäischen Fachkonferenz für Hotel- und Immobilienexperten.

Unabhängig von der Klassifizierung entspricht in der Regel auch die technische Ausstattung der Häuser dem neuesten Standard. Dazu zählen vor allem kostenloses Highspeed-WLAN, individualisiertes Entertainment-TV und über Pads oder Screens steuerbare Elektronik.

Ein Zimmertelefon allerdings wird in vielen Häusern der unteren Kategorie – darunter im Motel One oder Prizeotel – schon nicht mehr angeboten. Die Zukunft des Fernsehers hängt Andreas Martin zufolge vor allem von der weiteren technologischen Entwicklung ab. „Irgendwann werden sie von multifunktionalen Bildschirmen oder anderen Geräten abgelöst.“ Viele Gäste bevorzugen bereits On-Demand-Angebote auf eigenen Geräten.

Mächtige Hotelkonzerne, aufgeschreckt vom Erfolg der agilen Konkurrenz, haben ihrerseits mit verschiedenen Submarken auf das Bedürfnis nach mehr Individualisierung reagiert: Die Marriott-Gruppe ist mit den Westin-Hotels erfolgreich im Luxussegment unterwegs, mit Moxy dagegen im Low-Budget-Bereich. Die InterContinental Hotels Group (IHG) hat unter anderem mit dem QO-Hotel in Amsterdam und der Indigo-Kette den Boutiquestil aufgegriffen, Accor bietet unter dem Dach der Marke IBIS (IBIS Styles, IBIS Budget) und Jo&Joe verschiedenste Lifestyle-Welten für trend- und preisbewusste Zielgruppen, hält gleichzeitig Beteiligungen an Häusern wie der 25hours-Gruppe oder an der Pariser Kultherberge Mama Shelter (www.mamashelter.com), der Mutter aller Designhotels.

Wer Häuser mit hoher Aufenthaltsqualität in allen Kategorien sucht, sollte beim Hotelforum einen Blick auf die Preisträger „Hotel des Jahres“ der letzten Jahre werfen. Dazu zählen Häuser finanzstarker Betreiber wie Accor, der Hilton-Gruppe oder der 25hours-Kette ebenso wie das naturnahe Surferhotel Bretterbude in Heiligenhafen, Sieger von 2017. Neben der Architektur bewertet die ➤



„Konsequent durchdachte Designkonzepte schaffen automatisch ein besonderes Wohnenerlebnis.“

OLAF KITZIG, Kitzig Interior Design



„Gäste erwarten heute viel Funktion auf wenig Raum.“

ANDREAS MARTIN, Hotelforum



NACHHALTIGKEIT

„WILLKOMMEN IN DER HOLZKLASSE“ – so wirbt nur, wer nicht werben muss. Die von der Architekturwerkstatt Ladehoff im Ostseebad Heiligenhafen gestaltete „Bretterbude“, stilistisch den Hummerbuden auf Helgoland nachempfunden, präsentiert sich vor allem als bodenständige Bleibe für passionierte Surfer. Das Thema Holz ist hier allgegenwärtig – von der in unterschiedlichen Hölzern gestalteten Fassade über die „Butzen“ (Zimmer) bis zur „Knetkammer“ (Massageraum) und dem „Plankenverleih“ (Surfshop). www.bretterbude.de





„Hotels müssen Emotionen wecken und ihren Kiez integrieren.“

CHRISTOPH HOFFMANN,
25hours Hotels

Jury technische Ausstattung, Nachhaltigkeit, die Integration in die Umgebung sowie Originalität und Wirtschaftlichkeit.

Neben erfahrenen Architekten sind für die Inneneinrichtung oft namhafte Designer tätig, die – nach dem Vorbild von Philippe Starck bei Mama Shelter – gern auch als kreative Aushängeschilder die gewünschte Publicity mitliefern.

So gestaltet Olaf Kitzig unter anderem die Indigo-Hotels (www.hotelindigo.com),

Werner Aisslinger schuf für 25hours das Bikini Berlin, die italienische Designerin Paola Navone gestaltet derzeit das neue Haus in Florenz. Piero Lissoni (www.lissoniassociati.com) entwarf das luxuriöse, puristische Design des hier gezeigten Oberoi-Hotels in Dubai ebenso wie das der Business-Hotelkette Shilla Stay in Südkorea; und für das Hotel Mamá der mallorquinischen Grupo Cappuccino hat Jacques Grange den mediterran-orientalischen Stilmix kreiert. Lázaro Rosa-Violán (Only You Hotel, Madrid, Cotton House Hotel, Barcelona) gilt ebenso als Star der Szene wie Karim Rashid, tätowierter Exzentriker und Schöpfer der in Rudimentärfarben gestalteten Prizeotels, wo Kita auf Pop-Art trifft.

Die Innovationsfreude der Designer wird beflügelt von technischen Neuerungen, allen voran dem Digitaldruck – etwa für Tapeten oder Bodenbeläge. Paola Navone: „Damit lassen sich alle gewünschten Designs kostengünstig und in hoher Qualität realisieren.“ Viele für

die Hotellerie entwickelte Produkte – wie einst die Boxspringbetten und Regenduschen – finden irgendwann in ähnlicher Form den Weg in den Möbeleinzelhandel.

„Wir bekommen viele Anfragen, wo man unsere Möbel, Teppiche oder Tapeten beziehen kann“, so Olaf Kitzig. Michael Eck, Inhaber des Hamburger Möbelhauses Die Wäscherei, berichtet von Kunden, die „mit Fotos der gerade besuchten Hotels auf ihrem Smartphone nach ähnlichen Möbeln, Tapeten und Teppichen suchen“. Auch richten Hotels zunehmend Shops ein, in denen Gäste Produkte kaufen oder bestellen können.

Fest steht: Auch das noch so hippe Konzept hat sich „spätestens nach 15 Jahren überlebt“, so Andreas Martin. Das sieht Piero Lissoni ähnlich. „Niemand von uns designt für die Ewigkeit. Wie die Milch in unserem Kühlschrank hat auch jedes Design ein natürliches Verfalldatum. Dann kommt zum Glück etwas Neues.“



„Je ehrlicher ein Design, desto zeitloser ist es. Aber nichts ist für die Ewigkeit.“

PIERO LISSONI,
Lissoni Associati

Interview

„ÖKO-FRIENDLY IST GEFRAGT“

Karin Ziegelasch, Gründerin von luxuszeit.com, über ihre Lieblingshotels und den Wunsch nach mehr Natur



KARIN ZIEGELASCH,
Geschäftsführerin
luxuszeit.com

BELLEVUE: Frau Ziegelasch, für luxuszeit sind Sie und Ihr Team weltweit in besonderen Hotels unterwegs. Welche Häuser haben Sie in der letzten Zeit beeindruckt?

KARIN ZIEGELASCH: Das Hotel Wiesergut in Hinterglemm mit seinen Gartensuiten – der für mich beste Rückzugsort in die Natur mit Slow Food Kitchen. Dann das Beyond by Geisel in München – eine lässig-luxuriöse Stadtresidenz mit innovativem Gastgeberkonzept, und das Parker in Palm Springs, Eclectic Style par excellence inmitten der kalifornischen Wüste.

Auch das von Ihnen vorgestellte 7132-Hotel in Vals zählt zu meinen Favoriten.

Welcher der vier Haupttrends wird sich Ihrer Meinung nach in Zukunft am stärksten etablieren?

Ich denke, dass der umweltfreundliche Ansatz bei allen Trends eine zunehmende Rolle spielen wird. Hier sind ökologische Konzepte gefragt – von der Bauweise über den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen bis hin zur Einbeziehung lokaler Dienstleister und Lieferanten.

Wie zeigt sich dieser Trend in der Gestaltung?

Indem er die Natur in den Mittelpunkt stellt – mit fließenden Übergängen zwischen innen und außen. Etwa durch bodentiefe Fensterfronten, Wasserfälle, überdimensionierte Bepflanzungen an Wänden und Decken in den Innenbereichen, gemixt mit coolen Möbeln aus natürlichen Materialien.

Was muss die Gastronomie vorhalten?

Eine ehrliche Küche mit qualitativ hochwertigen Produkten aus der Region, die mal traditionell, mal kreativ interpretiert zubereitet werden.

Welche Hotels fallen Ihnen dazu ein?

Einer der Vorreiter ist für mich das Verdura Resort auf Sizilien, das Sir Rocco Forte in 10-jähriger Bauzeit unter strengsten ökologischen Auflagen errichten ließ. Auch das bereits genannte Hotel Wiesergut in Hinterglemm vermittelt dem Gast ein einzigartiges, naturnahes Gefühl.

KONTAKT

luxuszeit Verlag GmbH & Co. KG
Brabanter Strasse 4, 80805 München
Telefon: (089) 18 9 490
info@luxuszeit.com, www.luxuszeit.com

FOTOS: Andrea Flak Fotografie (4), Steve Herud (1), Giovanni Gastel (1), Luxuszeit.com (1), privat (1)



AUTORIN Hedda Möller
KONTAKT bellevue@planetec.co