

5/2026

Tophotel

PEOPLE | BUSINESS | TRENDS

**KUNST
IM HOTEL**

So bekommen
Räume Identität und
Charakter

**„CHICAGO HAT
NACHHOLBEDARF“**

Michael Struck im
Interview über Ruby's
Sprung in die USA

INKLUSIVE:

HOTEL+

Die Kraft der Kunst

Bilder im Hotel sollten keine Dekoration sein, sondern strategisch gewählte Objekte. Sie schaffen Atmosphäre, verleihen Räumen Charakter und prägen das Gästeerlebnis. Wie Kunst im Hotel ihre Wirkung entfalten kann, zeigen Einblicke von Experten und Hoteliers.



Die Wochenzeitung „Die Zeit“ stellte im Reise-
teil das Berliner Boutiquehotel Château Royal
als gelungenes Beispiel für die Integration
von Kunst vor. Der Einstieg des Textes setzt jedoch
bewusst einen Kontrast: Der Autor Alard von Kittlitz
kritisiert, in der Hotellerie werde oft „Restbudget auf
der Suche nach gerahmter Dekoration“ ausgegeben.
Das Ergebnis: Selbst in den teuersten Häusern hängen
häufig belanglose Bilder an den Wänden. Für
den Gast hat das Folgen. Statt sich wohler zu fühlen,
erlebt er eher das Gegenteil – er empfindet mehr
Fremdheit, mehr Anonymität.

Kunst regt an: Emotion statt Einrichtung

Franziska Scheuerle, Gründerin und Geschäftsführerin von La Maison Loremo, die Kunst unter anderem für die Hotellerie kuratiert, weiß, warum: „Kunst in Hotels ist weit mehr als ‚Wandfüllung‘. Sie prägt Atmosphäre, Identität und Erinnerung. Während austauschbare Dekoration oft übersehen wird, lädt kuratierte Kunst einen Aufenthalt emotional auf und verleiht ihm Tiefe.“ Und sie wirke messbar: „Kunst kann die Verweildauer in Lobbys erhöhen, die Wiederbuchungsrate steigern und sogar höhere Zimmerpreise ermöglichen.“ Das bestätigt auch Olaf Kitzig, Gründer und CEO der Kitzig Design Studios: „Kunst regt an, ermutigt, inspiriert.“ Er ist überzeugt: Es gibt keinen Raum, der nicht durch Kunst gewinnt.

Gäste sollen Kunst nebenbei entdecken

Im besagten Château Royal in Berlin ist zeitgenössische Kunst omnipräsent: in Bar und Restaurant, auf den Fluren und in allen 93 Zimmern und Suiten. Für Nayara Branco-Saeuberlich, Director of Brand and Guest Experience, ist das konsequent: „Kunst ist kein Add-on, sondern integraler Bestandteil.“ Das Hotel kuratiert die Werke selbst – im Austausch mit Galerien, dem eigenen Netzwerk und den Künstlerinnen und Künstlern. Sie alle haben einen Bezug zu Berlin; das verankert die Sammlung im lokalen Kontext. Die meisten Werke bleiben dauerhaft und prägen die Identität. Zugleich wird die Sammlung behutsam weiterentwickelt und erhält neue Impulse. Das kommt bei den Gästen an: Die Kunst wirkt selbstverständlich, nicht inszeniert. Man entdeckt sie nebenbei – nicht auf expliziten Hinweis.

Hoteldesigner Olaf Kitzig rät: „Jegliche Art von Kunst sollte wesentlicher Bestandteil der Innenarchitektur sein – gleichberechtigt mit Möbel- und Lichtplanung.“ Die Herausforderung liege darin, Kunst und Interior Design so zu vereinen, dass das gestalterische Ziel untermauert wird.



„
Beliebigkeit ist
das größere Risiko als
Zuspitzung.“

Franziska Scheuerle, Gründerin, La Maison Loremo



1+2 Im Château Royal in Berlin ist zeitgenössische Kunst omnipräsent. Die meisten Werke hängen dauerhaft und prägen den Spirit des Hauses.



1+2 Das Hotel Engelwirt in Berching präsentiert sich gestalterisch als Gesamtkunstwerk. Die Hoteliers schätzen Künstler wie Gregory Forstner (Bild unten), dessen Werke in bedeutenden internationalen Museen hängen.



Franziska Scheuerle formuliert es so: „Während Materialien, Farben und Möblierung den Rahmen setzen, wird Kunst zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal.“ Dabei sei die Schnittstelle entscheidend. Das Team von La Maison Loremo sei oft bereits in der frühen Phase dabei, um gemeinsam mit dem Innenarchitekten und Hotelbetreiber Kunst und Interior zu einem integrierten Designkonzept verschmelzen zu lassen. „Alternativ fungieren wir zu einem späteren Zeitpunkt als Art Advisor.“

Sollte Kunst einen breiten Geschmack treffen oder bewusst polarisieren? Franziska Scheuerle hat darauf eine klare Antwort: „Beliebigkeit ist das größere Risiko als Zuspitzung.“ Doch der Grat sei schmal: Zu provokante oder politisch aufgeladene Werke könnten Gäste vor den Kopf stoßen. Auch eine zu elitäre Auswahl schaffe eher Distanz als Neugier. Reine Gefälligkeit allerdings führe schnell zur Austauschbarkeit. Diese Kunst bleibt nicht in Erinnerung und bietet weder Gesprächsanlässe noch Denkanstöße.

Michael Zink ist gemeinsam mit seiner Frau Stephanie nicht nur Gastgeber im Hotel Engelwirt in Berching, sondern betreibt auch die eigene Galerie Zink. „Kunst ist Teil unseres täglichen Lebens. Deshalb gibt es bei uns im Hotel kein Zimmer ohne Kunst, ohne sorgsam ausgewähltes Design und ohne Bücher.“

KUNST RICHTIG KURATIEREN

„Idealerweise wird Kunst von einer professionellen Kuratorin oder einem Kurator ausgewählt“, sagt Franziska Scheuerle, Gründerin und Geschäftsführerin von La Maison Loremo. Dafür brauche es „ein gewisses Know-how auf dem internationalen Kunstmarkt“ – etwa um einschätzen zu können, welche Künstler en vogue oder aufstrebend sind und welche Arbeiten zur Markenidentität eines Hotels passen. „Der passende Stil ergibt sich nicht aus Trends, sondern aus einer klaren Analyse“, betont Scheuerle. Dazu gehören:

1. Wofür steht das Hotel? Ist es eher urban, luxuriös, verspielt, nachhaltig?
2. Wie sind Architektur und Interior Design beschaffen – minimalistisch, historisch, expressiv?
3. Wer ist die Zielgruppe? Sind es Geschäftsreisende, Familien, internationale Gäste oder ein Kulturpublikum?
4. Wo liegt der Standort und was zeichnet ihn aus? Wie ist die lokale Kunstszene?

Für ein Businesshotel empfahl Scheuerle etwa eine zurückhaltende, hochwertige Fotoserie, die Landschaft, Weite und Entschleunigung zeigt – als Kontrast zum Arbeitsalltag der Gäste. „Das Ergebnis war eine positive Wirkung auf die Aufenthaltsqualität, ohne Überforderung der Gäste.“

Grundsätzlich gilt für sie: „Die Kunst sollte zur Geschichte des Hauses, zur Region oder zur Haltung der Marke passen.“ Ihr Team begleitet Projekte von der Konzeption – auch von Eventformaten – bis zur Integration in den Raum, inklusive Hängung, Licht und Dramaturgie.



Kunsthändler und Hoteliers: Michael und Stephanie Zink betreiben das Hotel Engelwirt. In den Zimmern hängen gekaufte Werke und Leihgaben. Zu den Künstlern pflegen die Zinks eine persönliche Beziehung.



Das Boutiquehotel Almanac Palais Vienna kooperiert mit der Galerie bei der Albertina Zetter und präsentiert regelmäßig wechselnde Kunstwerke, beispielsweise von Kiki Kogelnik.



In der Lobby des Wiener Hotels empfängt eine Skulptur von Erich Wurm die Reisenden.

Man kann bei uns übernachten – eigentlich aber wohnt man bei uns.“ Einem festen kuratorischen Konzept folgt die Auswahl nicht, erläutert Michael Zink: „Es sind Werke, die wir im Laufe der Zeit erworben haben; die eine oder andere Leihgabe ist auch dabei.“

Allen Arbeiten gemeinsam sei die persönliche Beziehung: Zink schätze Künstlerinnen und Künstler wie Anna Leonhardt, Gregory Forstner oder Matías Sánchez; viele Werke hätten zuvor in Küche oder Wohnzimmer gehangen und kehrten mitunter dort hin zurück.

Kunst bietet Hoteliers viel Spielraum

Noch bis zum 20. Mai ist der renommierte Künstler Gregory Forstner, dessen Werke in bedeutenden internationalen Museen hängen, sogenannter Artist in Residence im Engelwirt. Er erlangte zunächst in Luc Bessons Filmklassiker „Im Rausch der Tiefe“ als Schauspieler Bekanntheit. Nun können Gäste des Engelwirts ihn sowie seine Werke kennenlernen – und auch der Film wird im hauseigenen Kino gezeigt. Das macht deutlich, welche Vielfalt an Möglichkeiten Kunst eröffnet.

In der Palais Suite des Almanac Palais Vienna ist gerade eine Originalzeichnung von Gustav Klimt zu sehen. Gäste der Suite sind außerdem zu einer zweistündi-

SICHERHEITSASPEKTE

Franziska Scheuerle (La Maison Loremo) gibt Tipps, wie sich Kunstwerke im Hotel diskret und zugleich effektiv schützen lassen:

1. Risikoanalyse: Je nach Standort – etwa Lobby, Flure, Gastronomie oder Zimmer – variieren die Anforderungen – wertvolle oder fragile Werke brauchen mehr Schutz als robuste.
2. Physische Sicherung: Verdeckte Befestigungen, stabile Sockel oder Sicherheitsvitriinen, ergänzt durch datenschutzkonforme Sensorik oder Videoüberwachung (insofern datenschutzkonform).
3. Organisatorische Maßnahmen: Eine vollständige Inventarisierung, regelmäßige Zustandskontrollen und klar geregelte Zuständigkeiten sind essenziell.
4. Versicherungsschutz: Eine Kunstversicherung deckt Risiken wie Diebstahl oder Beschädigung ab. Bei Leihgaben sollten Pflege und Versicherung vertraglich klar geregelt sein.

gen Stadtrundfahrt durch den 1. Wiener Bezirk eingeladen, um die wichtigsten Stationen des Schaffens des Jugendstil-Künstlers kennenzulernen. Das Boutiquehotel kooperiert mit der Galerie bei der Albertina Zetter und präsentiert regelmäßig eine neue Auswahl kuratierter Kunstwerke der großen österreichischen Künstler des 20. und 21. Jahrhunderts.

Das Dolder Grand in Zürich positioniert sich als kulturell inspirierender Rückzugsort. Die Werke sind vor al-

lem in den öffentlichen Bereichen ausgestellt; per QR-Code können Gäste eine digitale Kunsttour starten und Hintergründe zu den Arbeiten abrufen. „Unsere Kunstsammlung lässt sich mit einer Museumsausstellung vergleichen: Werke kommen und gehen zu bestimmten Anlässen, etwa zu Jubiläen oder an Weihnachten. Diese dynamische Abwechslung hält die Destination lebendig – bei aller Veränderung achten wir stets auf die Harmonie von Werk, Raum und Gesamtkonzept“, sagt Marketing-Chef Joachim Schweier. Stefanie Hütz



”
Es gibt
keine
Räume,
die nicht
durch
Kunst
einen
Mehrwert
erhalten.“

Olaf Kitzig, Gründer &
CEO der Kitzig Design
Studios