

Hotels

Planen und betreiben



Aktuell: Krieg den Sternen | S.12

Trends: Hotellerie in Bewegung | S.24

Brandschutz: Sicherheit für den Gast | S.34

System 100

Konsequent. Durchgängig. Intelligent.

hewi.de/system100

Das neue System 100 basiert auf klaren geometrischen Grundformen und bildet in Kombination mit den Materialien Edelstahl und Chrom ein neues innovatives Komplettsystem zur durchgängigen Objektausstattung in den Bereichen Baubeschläge, Sanitär, Barrierefrei, Elektronische Schließsysteme, Handläufe und Beschilderungen.



Komfortabel und rentabel Hotelplanung von Experten

Diese Beschreibungen kennen Sie alle: „Unser familiäres Hotel verfügt über freundlich eingerichtete Zimmer mit Dusche, WC, Telefon und TV sowie hoteleigene Parkplätze, die von den Besuchern kostenfrei genutzt werden dürfen“. Daneben gibt es Hotels mit mehr als 100 Zimmern, die sich sowohl für geschäftliche als auch für private Zwecke anbieten; die komfortabel und zum Teil mit modernstem Design gestaltet sind und neben der Grundausstattung noch Minibar, Balkon und Klimaanlage anbieten. Restaurants und Wellness-Bereiche komplettieren das Angebot.

Aber wie plant und betreibt man eigentlich ein Hotel?

In der Heftausgabe der **DBZ Deutsche Bauzeitschrift 10/09** finden Sie aktuelle Hotelprojekte, die allesamt besonderen Anforderungen gerecht werden. Dort haben wir das 5-Sterne-Hotel Budersand auf Sylt ausführlich veröffentlicht. Wichtiger Garant für das richtige Betreiben und die reibungslosen Abläufe in diesem Hotel ist die Hotelsoftware, mit der von der Reservierung, Zimmerverwaltung inklusive Housekeeping-Programm bis hin zu speziellen Modulen für Gruppenmanagement, Packages und Pauschalen erfolgen können bis hin zum individuellen, effizienten Kundenbindungs-Management.

Mit diesem ergänzenden **Sonderheft DBZ Hotel Spezial** thematisieren wir das „**Planen und Betreiben von Hotels**“: Welche Anforderungen werden in der Hotellerie oder Hotelplanung an die Funktionalität, die betriebstechnischen Abläufe, bautechnische Einbauten und das Betreiben insgesamt gestellt? Wie wichtig sind in der Hotelbranche Management-Themen, z. B. in den Bereichen Restaurant, Zimmer oder Recht und Personalwesen?

Auch der **Brandschutz in Hotels** ist beim Betrieb von höchster Bedeutung. Wussten Sie, dass Hotelgäste aus den USA oder Japan fast ausschließlich gesprinkelte Hotels akzeptieren? Denn in Übersee ist der lebensrettende Brandschutzstandard in Hotels längst festgeschrieben. Mitarbeiter großer US-Konzerne und Fluggesellschaften dürfen nur in gesprinkelten Hotels übernachten; auch in Deutschland!

Wir zeigen Ihnen mit diesem **DBZ Hotel Spezial**, was es alles zu beachten gilt, um Hotels richtig zu planen und zu betreiben:

Wie berücksichtigt man den Brandschutz? Wie wird die Funktionalität und Rentabilität bei Kongress-Hotels sichergestellt? Welche Beleuchtung wird eingesetzt in Bereichen wie Restaurant, Flur oder Spa? Welche Bodenbeläge sind geeignet und welche Materialien, Farben und Oberflächen haben sich in Zimmern, Restaurants und Lobby bewährt?

Alles Fragen, auf die die Redaktion Ihnen anhand von Beispielen und Fachbeiträgen in diesem Sonderheft der DBZ Antworten gibt.

Herzliche Grüße



Burkhard Fröhlich
Chefredakteur

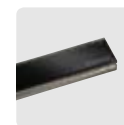
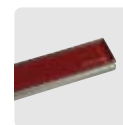


Damit bekommt jedes Hotel mindestens einen Stern mehr

Das Wichtigste in einem Hotel ist der Service, das Zweitwichtigste ein schönes Bad. Und dort sind die prämierten Duschrinnen CeraLine von Dallmer mit Sicherheit eine gute Wahl. Hinzu kommen eine Vielzahl an Abdeckungen mit interessanten Oberflächen und Materialkombinationen. Holen Sie sich einen Stern mehr. Mit der bewährten Technik und dem vielfach ausgezeichneten Design von Dallmer kann das gelingen.



Mehr über CeraLine erfahren Sie unter
0800-DALLMER (3255637) oder www.dallmer.de



DALLMER Damit's gut abläuft!

Hotel Spezial



Foto: Hotel One, München



Foto: Michelberger Hotel, Berlin

3 Aktuell

Bücher	3
Termine	4

5 Projekte

Pixelhotel in Linz/A	5
Landschaftshotel Juvet, Valldal/N	6
Michelberger Hotel, Berlin	7
Rough Luxe Hotel, London/GB	8
Baumhotel Britta, Harads/S	9
The Standard, New York/USA	9
Casa Camper, Berlin	10
Fontainebeau, Miami/USA	11

12 Hotel Spezial

Krieg den Sternen – Vom Servicediktat zu Open first	12
Rahel Willhardt, Aachen	
Standpunkt Hotelier	16
Tom Michelberger: Das ganze Dorf hat mitgebaut	
Standpunkt Projektentwickler	18
Olaf Steinhage: Das Lieblingshotel	
Gastlichkeit im besten Licht – Beleuchtung im Hotel	20
Thomas Schielke, Lüdenscheid	
Hotellerie in Bewegung – Sinn und Sinnlichkeit im Urlaub	24
Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke, München	
Hürden für cooles Design – Materialien im Hotel	27
Peter Joehnk, Hamburg	
Das Komponieren der Funktionsabläufe – Planung eines Maritim-Kongresshotels	30
Markus Schützdeller, Bad Salzflun	
Sicherheit für den Gast – Brandschutz im Hotel	34
Dr. Wolfram Krause, Würzburg	

38 Produkte

Produkte in Anwendung	38
Produkte Hotel	42
Impressum	48

Zum Titelbild

Frühstück am Hotelbuffet
Foto: Rainer Sturm/pixelio.de

Die Menschen in den Hotels



Vor ziemlich genau heute 80 Jahre erschien der Roman „Menschen im Hotel“ von Vicki Baum. Mit diesem dreimal verfilmten Roman wurde das Hotel vielleicht zum ersten Mal als hochkomplexer Organismus beschrieben, der die

Schicksale seiner Bewohner und der in ihm Arbeitenden unnachgiebig lenkt.

Vicki Baum hatte damals das Sujet Hotel populär gemacht, immer wieder spielte gerade das Hotel als besonderer Ort eine zentrale Rolle in zahllosen Filmen, Romanen, Fernsehproduktionen bis heute. Offensichtlich in Anspielung auf das Buch von Vicki Baum erschien bei Eichborn der schmale wie überaus appetitlich gefüllte Band über eben „Menschen in Hotels“.

Was diese uns von dort berichten, ist immer noch so abenteuerlich, dass man gleich selbst los wollte, das Abenteuer Hotel in Hamburg, Madrid, Addis Abeba, London, Genf, München, Portofino oder anderswo selbst zu erleben. Udo Lindenberg: „Hätte Bach seinen Müll persönlich runterschleppen müssen, hätte er so manche Kantate nicht geschrieben.“ Ein überzeugenderes Plädoyer für ein auch Leben im Hotel gibt es wohl nicht. *Be. K.*

Menschen in Hotels. Hrsg. v. T. Niederberghaus. Mit Beiträgen von Asfa-Wossen Asserate, S. Weingarten, Anna von Münchhausen u.v.m. Eichborn Berlin 2006

Wissenschaftlich betrachtet



Eigentlich kann man ein Hotel heutzutage nicht mehr planen, ohne die besonderen Managementaufgaben nicht verstanden zu haben. Und die haben sich, auch wenn es in Deutschland flächendeckend noch nicht angekommen ist, in den letz-

ten Jahrzehnten ziemlich verändert. Der Herausgeber der vorliegenden Publikation merkt dazu an, dass das Hotelgeschäft in Deutschland – vor allem im Gegensatz zu den USA – noch immer eines sei, das sich allein aus Tradition und Erfahrung steuere, eine wissenschaftliche Haltung im Hotelmanagement gäbe es kaum. Was dann auf 730 Seiten folgt, ist genau dieses: die wissenschaftliche Betrachtung der unterschiedlichen Spielfelder im Hotelmanagement.

Man kann sich sicher sein, dass selbst alten Hotelierhasen hier noch Neues entdecken können. Doch auf für Planer sind die hier beispielsweise angesprochenen Dinge wie „Die Hotellerie im Wandel“, „Wie optimieren Sie Ihre Beschaffungsprozesse?“, „Wie heben Sie sich mit einfachen Mitteln ab?“ etc. hilfreich, weil sie die Einblicke geben, die für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit der international orientierten Investorenklientel nötig sind. *Be. K.*

Marco A. Gardini (Hrsg.), Handbuch Hospitality Management. Trauner Verlag, Linz/A 2009

Hans Weidinger, Hotels – Anbau, Umbau,umnutzung. DVA, München 2006 (Planungshilfe mit Anleitungsformat)

Zu Gast. 4000 Jahre Gastgewerbe. Hrsg. v. Hardy Eidam u. a. Erfurt 2008 (eine pralle Sammlung (Katalog) von Interiors, Werkzeugen, Berichten zu Ess- und Fergewohnheiten aus den letzten Jahrtausenden unserer Bewirtungsgeschichte)

David Harper, Valuation of Hotels for Investors. Elsevier LTD, Oxford 2008 (Warum es sich lohnen kann, in ein Hotel zu investieren)

The Design Hotels Book. A Curated Selection of 170 Design Hotels Worldwide. Gestalten Verlag, Berlin 2009 (Überblick mit Standard-Status)

RAUM.WERTE. Creating Hospitality Design. Dt./engl. Verlagshaus Braun, Berlin 2009 (erste Publikation über zahlreiche Hotel- und Gastronomie-Projekte des Innenarchitekturbüros JOI-Design. Prominente Vielreisende berichten hier von ihren Erfahrungen ebenso, wie Hotelprofis verraten, was ein Hotel zu einem Renner macht. Und: Zukunftsforscher skizzieren die Hoteltrends für das Jahr 2015)

Bettina Kowalewski, Bed in A Tree and Other Amazing Hotels From Around the World. Penguin Books, London 2009 (Wo man überall übernachten kann und es kaum glauben möchte)

Ines Lochmann, The Importance of Luxury Hotels. Customers Expectations and Evaluations of Upscale Services. VDM Verlag, Saarbrücken 2009 (Warum Luxus im Hotel ein schwieriges wie zugleich einträgliches Geschäft ist)

Janelle McCulloch, Dream Hotels USA: Architectural Hideaways. Images Publishing Group, Victoria 2009 (wovon Amerikaner träumen, denken sie an Luxushotels)

Online-Medien

- www.gastronomie-report.de
- www.gastrojournal.ch
- www.hotelling.de
- www.travelandleisure.com
- www.hotelworldnetwork.com
(hier ansteuerbar: „Hotel & Motel Management“, „Hotel Design“, „Luxury Hotelier“, „Hotel Times“, „Hotel World“ u. a.)
- hotels.germanblogs.de

Monografien

Otto Riewoldt, Albrecht Bangert, Internationales Hotel Design. München, Bangert 1994 (schon älter, aber immer noch relevant)

Elaine Denby, Grand Hotels: Reality & Illusion; An Architectural and Social History. Reaktion Books, London 2002 (ein umfassender, tiefergehender Blick hinter die Kulissen der großen unter den Hotels).

Magnus Traueneisen, Hotels in Deutschland. Dt./engl. Verlagshaus Braun, Berlin 2005 (Beitrag deutscher Architekten und Gestalter zu der aktuellen dynamischen Entwicklung im Hoteldesign).



Fotos (2): Benedikt Kraft / DBZ

Wellcome im Empire Riverside, Hamburg (Chipperfield, 2007 (l.)) Ein nicht minder herzliches Willkommen im Michelberger Hotel, Berlin, 2009 (r.)

Zeitschriften

Allgemeine Hotel- und Gastronomie Zeitung (AHGZ)
Wochenzeitung für Hotellerie und Gastronomie,
Matthaes Verlag GmbH, Stuttgart (51 mal jährlich)

www.ahgz.de

Hotelbau
Forum Verlag, Merching (6 mal jährlich)

www.forum-verlag.com

Top Hotel
Freizeit-Verlag Landsberg GmbH (10 mal jährlich)

www.tophotel.de

Fizzz
Für die Szenen-Gastronomie,
Meininger Verlag GmbH, Neustadt (12 mal jährlich)

www.fizzz.de

Events

Anuga Catering Tec
Internationale Fachmesse für Technik für Gastronomie und Ausser-Haus Markt

10. bis 14.10.2009
Köln

www.koelnmesse.de

AHGZ Leaders Day 2009
Grand SPA Resort A-ROSA

20. bis 21.10.2009
Travemünde

www.ahgz.de/events

Deutscher Hotelkongress 2010
Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung und Conference Group
mit der Fachmesse HotelExpo 2010

25. bis 26.01.2010
Berlin

www.deutscher-hotelkongress.de

Hotelga Buenos Aires
Internationale Ausstellung für das Hotel- und Gaststättengewerbe

August/September 2010
Buenos Aires, Argentinien

www.hotelga.com.ar



Hally-Gally®

Spielplatzgeräte der besonderen Art

... bringt Bewegung ins Spiel!

SPOGG Idee und Qualität - alles passt perfekt zusammen!

SPOGG Sport-Güter GmbH
Schulstraße 27 · D-35614 Asslar-Berghausen
Tel. 06443/811262 · Fax 06443/811269
email: spogg@hally-gally-spielplatzgeraete.de
Internet: www.hally-gally-spielplatzgeraete.de

Ein Hotel wie eine Stadt

Pixelhotel in Linz/A



Foto: Pixelhotel, Linz/A

Kleinsten Teil eines ganzen Hotels: „Pixel im Hof“ (hier: Marienstraße 10, Linz/A)

Das Pixelhotel in Linz entstand 2009 als Architekturprojekt, als die schöne Stadt mit der zuckersüßen Assoziation als Kulturhauptstadt internationales Publikum in ihre Mitte und drumherum zog.

Mit Hilfe der wirtschaftlichen Beratung von Christian H. Leeb entwickelten die Architekten Sabine Funk, Michael Grugl, Jürgen Haller, Richard Steger und Christoph Weidinger ein bisher einmaliges Konzept, das neben der Auswahl der Locations und deren Ausgestaltung (minimalistisch schick) eben auch den Service beziehungsweise die Logistik umfasst.

Die Zimmer und Suiten sind nicht wie allgemein üblich Teil eines einzigen Gebäudes sondern sie sind über den gesamten Linzer Stadtraum verteilt. Als einen Pixel definieren die Initiatoren den kleinsten Teil eines Hotels, wobei sie damit dem modularen Charakter des Projektes Rechnung tragen. So gibt es Räume in einer ehemaligen Kunsttischlerei („Pixel im Hof“) oder auf einem Kahn im Hafen, dessen Kabinen restauriert wurden und nun eine geräumige Suite ergeben („Pixel am Wasser“).

Von diesen unkonventionellen Beherbergungsorten in bisher ungenutzten Räumen ausgehend, kann sich der Gast einen ganz eigenen Teil der Stadt erschließen, sei es ein Wohnviertel, ein Industrieareal oder das ehemalige Arbeiterviertel.

Eine Nacht kostet 124€, für das Frühstück und alle anderen Mahlzeiten muss der Gast allerdings in die umliegenden Kaffeehäuser, Beisln oder Restaurants ziehen. Auch das also eine Möglichkeit, vom jeweiligen Pixel ausgehend dem Lokalkolorit auf die Spur kommen.

Nachdem das Projekt im Herbst 2007 mit zwei Zimmern startete, sind inzwischen sechs im Angebot, und auch in 2010 wird das Pixelhotel mit einem überarbeiteten Geschäftsmodell weiterbestehen. Wer an einem Wochenende in einem der Pixel übernachten möchte, sollte seine Buchung zwei bis drei Monate im Voraus tätigen.

Architekten: Sabine Funk, Michael Grugl, Jürgen Haller, Richard Steger und Christoph Weidinger; Pixel Hotel, Altstadt 28, A-4020 Linz, Tel.: +43 (0) 650/7437953, www.pixelhotel.at, 6 Zimmer, Übernachtung ohne Frühstück pro Nacht 124€



may®

indoor | outdoor | furniture

H. May KG Im Kleinfeld 16 31275 Lehrte info@may-kg.de
Tel: 0 51 32 / 87 99 - 0 Fax: 0 51 32 / 87 99 - 99 www.may-kg.de
fordern Sie kostenlos unseren 536 - seitigen Hauptkatalog an



DER ENTWURF – Das Magazin für Junge Architekten

DER ENTWURF enthält viele wertvolle Tipps und Ratschläge für Studenten, Absolventen und Young Professionals. DER ENTWURF ist ein Sonderheft der DBZ und erleichtert Architekturstudenten den Einstieg in ein erfolgreiches Berufsleben.

Im DBZ-Studentenabo ist DER ENTWURF automatisch enthalten. Mehr Infos unter www.dbz.de/abo

Kostenloses Exemplar anfordern – ganz einfach:

Tel.: +49 (0) 1805 5522533* eMail: leserservice@bauverlag.de

* 0,14 EUR/Min. aus dem deutschen Festnetz

Mittendrin hinter Glas

Landschaftshotel Juvet, Valldal/N

Schaut man sich das Bauerngehöft Burtigard in der norwegischen Gemeinde Norddal auf einer Fotografie aus dem 19. Jahrhundert an, dann glaubt der Betrachter dem verschwommenen Schwarzweiß der Aufnahme monatelange Düsternis, den Körper durchdringende Kälte und Armut trotz übermenschlicher Arbeit anzusehen. Die urigen Gestalten der Romane Halldor Laxness' tauchen vor dem geistigen Auge auf, nicht die in hochmoderne Trekking-Textilien gehüllten Touristen aus den Niederlanden, der Schweiz oder Deutschland.

Doch gerade für die hat der heutige Hofbesitzer Knut Slinning zusammen mit der Behörde für nationale Touristenstraßen (Nasjonal turistveg) und dem Osloer Architekturbüro Jensen & Skodvin sein Landschaftshotel an der Schlucht des Gudbrandsjuvet konzipiert, das, basierend auf den Grundsätzen des Geotourismus, ein Konzept für Kurzreisen anbietet.

Das Landschaftshotel besteht aus dem Wohnhaus auf dem Hof, der Scheune und zunächst bis zu zehn frei stehenden Hotelzimmern (zur Zeit sind sieben realisiert), die draußen inmitten der nahezu unberührten Natur errichtet werden. Jeder der in die Landschaft gepflanzten Hotelräume bietet einen einzigartigen Blick auf die raue norwegische Landschaft. Jede Einheit bietet Schlafen, Landschaft anschauen, Bad. Während Bad und Schlafraum die Größe haben, die die dort hineingestellten Möbel erzwingen, ist der dazwischenliegende Wohnraum groß genug, hier auch mal einen oder mehr Regentage zu verbringen.

Das mitten in der Natur sein ist Konzept der Anlage: Während der Hauptsaison wird den Gästen beispielsweise ein 5-tägiger Aufenthalt angeboten, dessen Höhepunkt Naturerlebnisse in der Fjordlandschaft Westnorwegens sind. Reservieren empfiehlt sich, nicht nur, weil architekturbegeisterte Deutsche die Hotelzimmer anschauen kommen, deren Architekten mit dem Erich Schelling Architekturpreis 2008 auch in Deutschland bekannt gemacht wurden. *Be. K.*



Foto: Jensen & Skodvin

Wie ausgesetzt in der schieren Natur: Hütte Nr. 1, Wohn-/Schlafraum

Architekten: Jensen & Skodvin, Oslo/N, www.jsa.no. Juvet™ landskapshotell, Alstad, 6210 Valldal, Knut Slinning, knut@juvet.com, www.juvet.com. Das Hotel wird ab Sommer 2010 buchbar sein, aber nur im Paket: Ein Tag mit Übernachtung, Vollverpflegung und persönlich betreuten „thrilling outdoor experiences“ kostet 400 € pro Person

Teils mit Loftambiente Das Michelberger Hotel, Berlin

Die Warschauer Straße verspricht nicht gerade Gemütlichkeit, aber Berlin ist ohnehin nicht die Metropole, der man solches nachsagen wollte. Also der Osten, in welchem auf- und zugemacht wird, die Szene eine flüchtige Erscheinung ist, die sich sucht was sie braucht; und manchmal findet sie es auch. Zum Beispiel ein Hotel ohne Anspruch auf Prestige und Luxus, das Michelberger, Zimmer mit Frühstück ab 54€, Reservierung empfohlen!

Ein bisschen Jugendgästehaus, etwas von Ikea, ein Designhotel für Kenner und gut ausgeräumter Szenetreff. Die Zimmer mit Loftambiente, teils jedenfalls. Verantwortlich für diesen Charme des 250-Bettenhotels ist der Designer Werner Aisslinger, der dem Klinkerbau und Fabrikgebäude das neue Innenleben erfunden hat; einer Zweckmäßigkeit folgend, die Qualitäten des Altbaus respektierend. So wurden die großen Sprossenfenster ebenso erhalten wie die Höhe der Räume. Letzteres ergab die Möglichkeit, auf dem eingestellten Garderobe-/Badmöbel eine zweite Liegefläche zu installieren. Ein großmaschiges Netz schützt vor ungewolltem Absturz.



Fotos: Michelberger Hotel

Die Raumhöhe des Altbaus erlaubt das Einfügen einer zweiten Ebene auf der Sanitär-/Schranksbox

Die meisten Zimmer liegen in der Kategorie „33 m³“ und „55 m³“, die bis zu drei Reisenden Platz bieten, „88 m³“ ist für bis zu 10 Schläfer geeignet – Kleingruppenreisende, Familienausflügler ... es soll noch vier Luxussuiten geben, wie die aussehen, wird nicht verraten.

Tom Michelberger und sein Team folgten in allem dem einen Anspruch: Sie wollten ein Hotel realisieren, in welchem sie selbst absteigen würden. Die gute Auslastung des

nicht gerade kleinen Hotels zeigt, dass sie mit dieser Prämisse auch den Geschmack und das Bedürfnis anderer getroffen haben. Wer das Gerade (Architektur) im Schrägen (Design) sucht, ist im Michelberger richtig. Ich drücke die Daumen! *Be. K.*

Architekt/Designer: W. Aisslinger, www.aislinger.de. Michelberger Hotel, Warschauer Straße 39/40, 10243 Berlin, Tel.: +49 (0) 30/297 7859-0, www.michelberger-hotel.com, 119 Zimmer, ab 55€, 54 EZ, 42 DZ und Twins, 24-Stunden-Café/Bistro mit Live Musik, WLAN

CeFiONtect

Glasur für besonders glatte Keramikoberflächen



CLEAN
TECHNOLOGY
SINCE 1917

Umwelt

Reinigung
mit weniger
Chemikalien



Tornado
Flush

Revolutionäres
Trippeldüsen-
Spülsystem



Wir bei TOTO sind davon überzeugt: im Bad muss es sauber sein - damit meinen wir nicht nur die persönliche Hygiene.

Unsere NC Serie vereint wassersparende Technologien und innovative Materialien - so bleibt auch unser Planet sauber.

TOTO

Wasser für die Sinne



aquanaale 2009
Wir stellen in Köln aus
vom 28.10. bis 31.10.2009

Bieten auch Sie Ihren Gästen das sanfte, haut- und augenverträgliche Schwimmbadwasser der Extraklasse von Ospa. Quellfrisch, sauerstoffreich und ohne Chlorgeruch dank Ospa-Hochleistungs-Filtration und Ospa-Elektrolyse-Desinfektion.

Die innovative Schwimmbadsteuerung Ospa-BlueControl® regelt und steuert alle Abläufe, die für den Betrieb eines Schwimmbades erforderlich sind, von einem zentralen Ort wie z. B. der Rezeption aus; das spart viel Zeit, schafft Sicherheit und entlastet das Personal.



Ospa – Technik, die sich rechnet

Gerne senden wir Ihnen unseren Prospekt kostenlos zu und nennen Ihnen unsere aktuellen Hotel-Referenzen.

Ospa Schwimmbadtechnik
Telefon: +49 7171 7050 • Fax: 705199
www.ospa.info • ospa-dbz@ospa.info

ospa

Das Schwimmbadwasser

Hotel Spezial | Aktuell

Luxus, weil selten gut

Das Rough Luxe Hotel, London/GB

Eigentlich möchte man sich Luxus als eine Sache vorstellen, die Geschmeidigkeit ist, Eleganz, Einzigartigkeit, erlesene Handarbeit, Schwere und Leichtigkeit zugleich. Oder die totale Abwesenheit von alledem: Konzentration eines reduzierenden Minimalismus. Aber Luxus kann auch in dem Sinne verstanden werden, dass er uns das bietet, was wir nicht kaufen können: Zeit zum Beispiel oder auch Atmosphäre. Lassen wir die „Zeit“ einmal beiseite: Wer hohe Ansprüche an ein Hotel stellt, wünscht sich neben einem perfekten Service und aller erdenklicher Bequemlichkeit eine ganz eigene Atmosphäre.

In London, der coolsten Stadt der westlichen Welt, nahe King's Cross Station, in einer ruhigen Seitenstraße findet man das „Rough Luxe“, außen im georgianischen Stil von nobler Zurückhaltung, innen eine raue Mischung zahlloser Objekte und ihrer (Wand)Hintergründe, Fakes und Originale, komplette Interiors, deren Herkunft uns bekannt erscheint doch deren Benennung und Verortung in der

Architektur- oder Stilgeschichte uns niemals befriedigend gelingt, gelingen kann, denn eigentlich ist alles echt unecht.

Erfunden hat diese scheinbar mitten in den Bauarbeiten liegen gelassene Interior-Landschaft der Designer und Kunstkurator Rabi Hage, der hier dem Motto folgte „Schönheit ist subjektiv. Perfektion ist nicht gleich Schönheit“. Das Unperfekte, das hier in Szene gesetzt wird, ist tatsächlich der allerdings nobilitierte Zustand der ursprünglichen Sanierungsmaßnahme: Wo möglich, wurden originale Details erhalten und in Stand gesetzt. Das Hotel hat neun Zimmer, kleine, intime und sehr komfortable Räume, die meisten mit Bad. Rough Luxe?! Schöner Luxus! *Be. K.*

Design: www.studioa.rabi-hage.com. Rough Luxe Hotel, 1 Birkenhead Street, London, WC1H 8BA, Tel.: +44 (0) 20/78 37 53 38, www.roughluxe.co.uk. Zimmerpreise: 135 Pfund (Bad auf dem Gang) bis 220 Pfund (Bad mit Kupferwanne). Zwei Räume mit innenliegendem Bad 270 Pfund. Frühstück inkl. Wäscheservice, Massage, Scype-Fon



Das Bad mit einer Kupferwanne aus der Türkei und der Originaltapete aus dem frühen 19. Jahrhundert. Die Deckenbeleuchtung, ehemalige Notbeleuchtung, stammt aus dem Savoy, das noch bis 2010 renoviert wird



Die Hotellobby als kurioser Ausstellungsort mit Arbeiten von Karen Ryan, Jonathan Root, Patrice Gruffaz und Rabi Hage. In der ehemaligen Feuerstelle wurde ein Schrank untergebracht, auf sonst übliches elektrisches Geflamme wurde verzichtet



Ein Baumhaus der moderne Art: Hightec-Materialien im dichten Forst

Mitten im Wald hinter Glas

Das Baumhotel von Britta versteckt sich im schwedischen Forst

An der Ostküste Schwedens entlang hoch in den Norden, dann links abbiegen und noch rund 80 km ins Inland fahren, in Harrads nach „Brittas pensionat“ fragen, sich in den Wald schicken lassen und dort irgendwo im Gewirr der hohen Baumstämme die mit verspiegeltem Glas schier unsichtbar gemachten Würfel entdecken, die von einem einzelnen Stamm in die Höhe gestemmt werden oder, über Stahlseile abgespannt, freischwebend und ebenso unsichtbar über einer kleinen Lichtung tanzen. Wer einen empfindlichen Magen hat sollte es mit anderen Baumhotels versuchen, wer hier unsensibel reagiert ist bei den von Tham & Videgård Hansson Architekten entwickelten Hotelzimmern genau richtig.

Der Würfel mit einer Kantenlänge von 4 m ist eine Aluminiumstruktur, die mit Sperrholz ausgekleidet und eingerichtet wurde. Die von innen transparente Glasfassade holt den Wald ans Bett und hält die für diese Regionen berühmten Mückenschwärme draußen. Ins Innere gelangt man über eine Strickleiter oder eine Hängebrücke, es gibt ein Doppelbett, einen Arbeits-/Essplatz sowie eine Küche. Das Badezimmer ist spartanisch klein. Ganz oben erlaubt eine würfelbreite Terrasse, Bären zu erspähen oder ein Sonnenbad zu nehmen.

Das Hotelprojekt von Britta Jonsson-Lindvall umfasst noch weitere Baumhaustypen anderer Designer und Architekten, auf ihrer Website sind sie alle gelistet. Das hier vorgestellte wird gerade aufgebaut und soll ab Juni 2010 bezugsfertig sein. *Be. K.*

Architekten: Tham & Videgård Hansson, www.tvh.se. Sechs Hotelzimmer in den Bäumen: Brittas pensionat, Edeforsväg 2 A, 960 24 Harads/S, Tel.: +46 9 28/1 04 03, www.treehotel.se, www.brittaspensionat.se, pro Nacht und Person inkl. Frühstück ca. 320 €

Fantastische Ein- und Ausblicke „The Standard“, New York City

Das im August in New York eröffnete Hotel „The Standard“ ist derzeit eines der Lieblingsgesprächsthemen der New Yorker. Dass dies so ist, liegt nicht an der besonderen Architektur oder an der Lage des Hotels. Es liegt eher daran, dass nicht nur den Gästen aus deren Zimmern mit Panoramafenstern ein fantastischer Blick auf den Hudson und auf Manhattan geboten wird, sondern dass auch die auf der Highline spazierenden New Yorker einen ebenso uneingeschränkten wie großartigen Blick in die Zimmer und auf dessen Bewohner haben, die sich häufig nackt ihren exhibitionistischen Veranlagungen hingeben. So manch einem New Yorker Voyeur bleibt dabei der Mund vor Staunen offen stehen.

Das in jeder Hinsicht atemberaubende Gebäude von Polshek Partnership Architects liegt direkt über einer ehemaligen Hochbahnlinie, die gerade erst als Park auf Stelzen eröffnet wurde. Der Entwurf hierzu stammt von den Architekten Diller Scofidio & Renfro aus New York.

Das Erdgeschoss erinnert an das frühe letzte Jahrhundert, Anfang der 30er, den Hotelfluren wurde die Atmosphäre der 1940er eingehaucht, inspiriert vom Style Eero Saarens, Mies van der Rohes und Arne Jacobs. Und ganz oben prägt Design aus den 60ern bzw. 70ern das Aussehen der Hotelzimmer. Warren Platners Arbeiten waren hierfür Ideengeber. Wer es sich leisten kann und sehen und gesehen werden will: einbuchen! *S.SCH*



Blicke bis zum Horizont. Dem Schwindligen helfen hier nur die Gardinen

Architekt: Polshek Partnership Architects (Todd Schliemann), www.polshek.com. Design der einzelnen Etagen u. a. von Shawn Hausmann, Los Angeles, Roman and Williams, New York City. „The Standard Hotel“, 848 Washington at 13th Street, New York, USA, DZ ab 221 Euro, www.standardhotels.com



**Neuer Showroom
mit innovativen Raumconcepten**
Trennwandsysteme mit schaltbaren Gläsern,
Raumakustik- und Brandschutzlösungen,
Verklebte Verglasung und gebogene Glaswände

- Trennwandsysteme
- Schrankwandsysteme
- Objekteinrichtungen
- Gastronomie- und Ladenbau



GOLDBACH KIRCHNER

Goldbach Kirchner *raumconcepte* GmbH
Am Sportplatz 7 · D-63826 Geiselbach
Tel. +49(0)6024-6756-0
info@goldbachkirchner.de

www.goldbachkirchner.de

Nicht nur für Campergroupies Das Casa Camper, Berlin

Die Mode macht's möglich. Gute Architektur zum Beispiel. Zahlreiche nationale wie internationale Bekleidungslabel haben schon Architekturen in Auftrag gegeben, deren Identität die der dahinter (oder davor) stehenden Marke widerspiegelt. Was aber spiegelt den Schuh der Kultmarke Camper wider?

Mitte September jedenfalls eröffnete in Berlin-Mitte nach Barcelona das weltweit zweite Casa Camper in der Weinmeisterstraße 1. Kein gewöhnliches Hotel sollte es werden, schließlich versteht sich der Erfinder und überaus erfolgreiche Vermarkter des lässigen Street Schuhwerks als ebenso ungewöhnlich. Kein Hotel also, ein individuelles Gästehaus mit originellen Lösungen in jeglicher Hinsicht sollte es werden. Nach einem Entwurf von Jordi Tio und in Zusammenarbeit mit dem Inhaber von Vinçon, Fernando Amat, erarbeitete das Kreuzberger Architektenteam n+1 in Kooperation mit der Bau- und Möbelwerkstätten Graichen die passenden Lösungen im Innenausbau.

Entsprechend der Camper Philosophie und nach den Vorgaben von Tio und Amat



Foto: Casa Camper

Empfang unter Theaterbühnenvorhängen im Casa Camper

wurde Ende 2008 ein maßstabsgetreues Musterzimmer realisiert, dessen Innenausbau nach neun Monaten in die Wirklichkeit übersetzt wurde.

Camper Markenphilosophie? Die wird in etwa so umschrieben (und erinnert ziemlich frappierend an die eines schwedischen Möbelhändlers): „Erfinde deine Wirklichkeit neu;

deine Arbeit, deine Wohnung, deine Straße, deine Realität.“ Wie setzt man solches um? Mit ungewöhnlichen räumlichen Arrangements, mit kleinen Hinguckern, mit der dezenten Brechung des Vertrauten. So beispielsweise das Duschen am Glasfenster, eine Deckengestaltung aus Theaterbühnenvorhängen oder eine Mayday-Notleuchte als Leselampe.

Natürlich gibt es im Casa Camper keine schnöde Minibar, dem Round-the-Clock-Trend entsprechend werden Essen und Getränke 24 Stunden lang allen Gästen in einer Lounge serviert. Und die ergänzt das Angebot des hauseigenen Restaurants Dos Palillos nebenan, in welchem Chefkoch Albert Raurich Barcelonas feinste Gerichte auf den Berliner Teller zaubert. Dass auch das Restaurant im großen Team Designer (Ronan & Erwan Bouroullec), Architekten und Ausbaufirma gleichsam interdisziplinär erarbeitet wurde, versteht sich von selbst. *Be. K.*

Architekten: n+1, Berlin, nach Anregungen/Vorgaben durch Jordi Tio und Vinçon, Fernando Amat, in Kooperation mit den Bau- und Möbelwerkstätten Graichen. Casa Camper, Weinmeisterstraße 1, 10178 Berlin, www.casacamper.com/berlin. 51 Zimmer und Suiten, ab 184 € pro Nacht



Jetzt online:
www.computer-spezial.de

Jetzt Computer Spezial testen und Sie erhalten: Aktuelle Meldungen, umfangreiche Informationen zu Unternehmen, Produktneuheiten, wichtigen Messeterminen und allem, was die IT-Branche bewegt.

CS



Das legendäre Hotel Fontainebleau, Miami (Aufnahme 50er Jahre), ist aktuell saniert, und erscheint vielleicht gerade deshalb wie ein Dinosaurier

Eine ganz eigene Welt, aber im Wandel

Das Fontainebleau, Miami, und andere Dinosaurier

Ganz am Ende, hinter den hier gezeigten Hotels in wilder Landschaft oder dem wilden Osten unserer Hauptstadt ein kurzer Blick auf das, was wir (älteren?!) alle einmal mit „Hotel“ assoziierten. Nennen wir sie ruhig Etablissements, verortet beispielsweise in der sauerländischen oder nordhessischen Provinz. Alle ohne Sternenanschein, keines mit einem französisch akzentuierten „Grand“, dafür den Hirschen oder die Wildsau in Gold auf windschiefen Schildern; und alle rochen noch am frühen Morgen im Frühstücksraum nach der dunklen Sauce auf dem Sauerbraten vom vergangenen Abend.

Wie anders dagegen die Grandhotels, die wir in dieser Zeit der Initiation im Kino entdeckten! Kristalllusterhelle Lobbys, schallschluckende Teppiche, vergoldete Handläufe, bronzierte Leisten, Stuckdecken. Livrierte Diener, die auch die schwersten Koffer schleppten, und schließlich das Staunen über einen Service, den wir gerne in Anspruch nehmen würden, hätten wir mehr Zeit: das Frühstück im Bett.

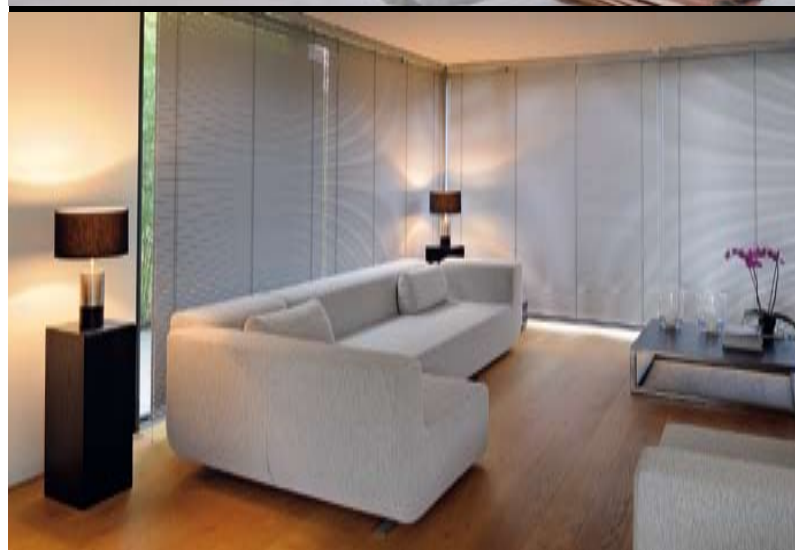
Das Hotel entdeckten wir als eigene Welt, als Ort, an dem Mysterien bleiben, an welchem Perfektion einen maschinellen Anschein erhielt und der Horror des Labyrinthischen in „The Shinning“ einen Höhepunkt fand. Thomas Manns Skizze des Grandhotels in Davos, in welcher das Bürgertum dekadente Sehnsüchte in endlosen Schlaf münden ließ wurde überholt von Bildern aus Bond-Filmen, in welchen Science Fiction und mondänes Oligarchentum auf Gigantismus und die Strahlkraft weißer Architektur setzten. 1500 Zimmer mussten es schon sein, davor endlose Balkonreihen, die in perspektivisch ausgeklügelten Ansichten direkt ins Azurblaue übergingen und alle Meerblick boten; es ist die Rede vom Fontainebleau in Miami, eine Erfindung des Architekten Morris Lapidus aus dem Jahre 1954.

Aktuell saniert und immer noch Treffpunkt der Sterne im Showbizz, Drehort für international erfolgreiche Filme, ist das Hotel ein Dinosaurier, der mit WLAN und iMacs auf „Überleben“ setzt. Doch der Blick auf die Projekte der vorhergehenden Seiten zeigt, dass solcherart Hotelmodell den Übernachtungsgast nicht mehr zieht. Meerblick? Ja, aber bitte nicht mit 1499 anderen. Uniformität? Anonymität? Das aktuelle Hospitality Management setzt auf Differenzen, auf Individualisierung und gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Dass man 42000 € („President Wilson“, Genf) für eine Übernachtung zahlen kann, interessiert ohnehin nur die, die am Überfluss kranken. *Be. K.*

www.fontainebleau.com, www.hotelpwilson.com



Lichtideen
für Hotels made by **SLV**®



Arts of Light

Gehrs Marketing GmbH
Spinnereistrasse 6
35576 Wetzlar

Tel.: 06441-9027-0
Fax: 06441-9027-99
info@arts-of-light.de
www.arts-of-light.de

Krieg den Sternen

Vom Servicediktat zu Optik first

Hotelsterne markieren Serviceklassen – die allerdings an orientierungstiftender Leuchtkraft verlieren, seit Preisoptimierer mit schickem Design die Maßstäbe der Gastlichkeit aufmischen.

„200 vielleicht 250 €“, schätzen Münchner Passanten, kostet die Übernachtung im neuen Motel One Hotel am Sendlinger Tor. De facto ist die Nacht im Herzen der Bayernmetropole für schlappe 69€ aufwärts zu haben. „Viel Design für wenig Geld“, lautet der Werbeschlachtruf des 2-Sterne-Hauses, das seinen

241 Betten eine massive Designkur verordnet: Geschlafen wird mit Blick auf Loewe Flachbildschirm nebst Artemide-Leuchte; die Granitwaschtische an Natursteinmosaik haben Dornbracht-Armaturen; und im Foyer stehen Arne Jacobsen Egg-Chairs vor Natursteinwänden bereit. Ganz gleich welches Haus man besucht – den Münchner (bzw. Leipziger) Standards ordnen sich künftig alle Häuser der Marke unter. Nur so sind Baupreise von gemunkelten 60 bis 70000€/Zimmer, inkl. Baukosten und Grund realisierbar.

„Für Laien ist es schwer geworden 2- von 3-, oder auch 3- von 4-Sterne-Produkten zu unterscheiden“, räumt der Wuppertaler Hotelberater Christian Schollen ein. Denn was un-

voreingenommenen Logierern im Designrausch entgeht sind optisch großzügige, aber gerade mal 16 m² große Zimmer, deren Kleiderschrank sich auf eine Drei-Bügel-fähige Garderobe beschränkt. Die Bäder sind kantent- und damit putzoptimiert, so dass Reinigungskräfte sie schneller als üblich wienern; geldfressenden Service – wie Minibar und Telefon-Bestelldienst – sucht man vergebens, und über den Tag wandelt sich das schicke Foyer vom Frühstückssaal übers snackfähige Bistro bis hin zur Bar. Das lässt die Betriebskosten purzeln – ohne Gäste in ungebührnde Enge oder Serviceeinbußen zu treiben – so die Philosophie.

„Dass 'Am Sendlinger Tor' kein 4 Sterne-Haus mit nur 100 Zimmern entstand, ist ein reines Rechenexempel. Je mehr Sterne, umso schwerer wird es, ein Produkt zu einem sinnvollen Preis-Leistungsverhältnis auf den Markt zu bringen, das die Mehrheit der Reisenden auch angesichts des starken Hotelwettbewerbs bezahlt“, gibt Maria Pütz-Willems, Chefredakteurin des Branchenmagazins *hospitalityInside.com*, zu bedenken. „Nicht die Architektur sondern das Konzept sind erfolgsentscheidend.“ In die gleiche Kerbe schlägt die versierte Hotelarchitektin Cornelia Markus-Diedenhofen: „Hotels rechnet man grundsätzlich von hinten und fragt: Was darf ein Zimmer kosten? Bei 3-Sterne-Produkten liegen die Preise zwischen 7600 bis 9600€ pro Key (=Zimmer) inklusive aller Nutzflächen und Ausstattung, aber ohne Baukosten; im Luxussegment werden durchaus 6-stellige Summen erreicht.“

„Heutige Reisende haben wenig Zeit, aber viel Geschmack“, analysierten die aus dem Jachtausbau kommenden Gebrüder List. Ihre Orange Wings Hotels feierten vor sechs Jahren Debüt in Wien und trieben die Kostenoptimierung auf erstaunliche Spitzen: Die Zimmer sind in Containerbauweise gefertigt, der Zugang zu den wohldesignten aber fensterlosen Kammern erfolgt über die Reling. Die 48 €-Enge bietet bequeme Betten, ein abgetrenntes Bad, Schreibtisch, Kofferablage und Wireless. Der 24h-Self-Check-In erfolgt am Computer, von Reinigung und der Frühstücksausgabe abgesehen kommt das Zellen-Hotel ohne Personal aus. Die angekündigte Expansion auf bis zu 100 Häusern ging bis dato allerdings nicht über zwei hinaus.

Vielversprechender, wenngleich mit artverwandter Philosophie des „bezahlbaren Luxus“, sind die vom MEXX-Modegründer ins Leben gerufene Citizen M-Boutiquehotels, die letzten Sommer an den Start gingen. Im prämierten Edeldesign wird kein Tageslichtverzicht geübt, der Self-Check-In erfolgt in der mit Designikonen besetzten Lobby; selbst abzurechnende Gourmetsnacks gibt's





Fotos: Motel One München

„Motel One München“, Schlafzimmer, Blick auf Frauenkirche. Im Empfang Designgeschichte: „Arco“ (Flos) zwischen Jacobsen Egg-Chairs (Fritz Hansen)

rund um die Uhr und Nachts wird die Rezeption zur Bar samt Cocktails mixendem Keeper. Die stramm standardisierte und teils modulvorgefertigte Schönheit gibt es ab 69€ in Amsterdam City und Flughafen.

„Zu wenig Hotel“, bemängelt die Fachfrau Markus-Diedenhofen, an den schönen, aber serviceausgedünnten Konzepten. Dass es auch anders geht, will sie mit einem gerade geplanten Hotel in Nürnberg zeigen. Trotz Budgetprodukt können Gäste auf Bade-Gel, Kofferstauraum und Schreibtische hoffen, die mehr als nur Platz für eine Handtasche bie-

ten. Und, die Standardisierung soll nicht darin münden, Gästen einfache Wünsche wie Wasser zum Morgenkaffee abzuschlagen

Scannt man die Kriterien für Sternevergabe, sind es, vom großzügigen Raumangebot abgesehen, eben diese Servicekleinigkeiten, mit der sich Hotels für höhere Sternegefülle qualifizieren. Was in Zeiten wachsender Architekturpopularität allerdings verblüfft – laut DeHoGa-Kriterien besteht kein fester Zusammenhang zwischen Hotelklasse und Design. Lediglich Kriterium 119 zielt mit „Stimmige Raumatmosphäre (Licht, Geruch, Musik, Far-

be etc.) im öffentlichen Gästebereich“ ein wenig in diese Richtung und wird bei Erfüllung mit 4 Punkten belohnt. „Theoretisch kann man ein 5-Sterne-Haus in einer Kiste ansiedeln – marketingtechnisch ist das nicht zu empfehlen“, bestätigt Schollen. „Gerade bei hochwertigen Hotels muss Funktion, Lage und Optik einen hohen Stellenwert haben.“ Gut gebaute Hotels bedienen aus der Erfahrung des Beraters vor allem folgendes: „Die Architektur verschmilzt mit den funktionellen Ansprüchen, das Raumprogramm setzt die gemachten Vorgaben schlank um



Was für ein

Genuss

Das **Hotel VILLINO** in Lindau am Bodensee ist nicht nur für seine idyllische Lage, sein südländisches Ambiente und exzellenten Service bekannt. Auch Hotelchef und Sternekoch Reiner Fischer weiß, wie er seine Gäste im Restaurant verwöhnen kann.

Ein besonderer Genuss ist auch die musikalische Untermalung im Restaurant- und Foyer-Bereich, wo ein **purSonic Soundsystem** mit unsichtbaren Flächenlautsprechern Hotelgäste und Gourmets verzaubert.

purSonic Soundboards können fast jede Oberfläche in virtuose, unsichtbare Klangkörper verwandeln. Sei es im Restaurant, Konferenz- oder Wellnessbereich.

Mehr dazu erfahren Sie auch unter:
www.pursonic.com

puren gmbh | Geschäftsbereich purSonic
Rengoldshauser Str. 4 | 88662 Überlingen
Fon +49(0)7551 - 8099-155 | Fax +49(0)7551 - 8099-154
info@pursonic.com | www.pursonic.com

 **purSonic**
INNOVATIONS IN SOUND

	Zimmerausstattung	Empfangsdienst	Gastronomie
★ = Tourist Einfache Ansprüche	– EZ 8 m²/DZ 12 m² – Betten 90/180 x 1,90 m – Tisch/Schreibtisch – Dusche/Bad + WC – Farb-TV mit Fernbedienung – Tägliche Reinigung	– Empfangsdienst mit Telefax – Gast- Telefon – Depotmöglichkeit	– Restaurant – Erweitertes Frühstücksangebot – Nichtraucherzone im Frühstücksraum – Getränkeangebot im Betrieb
★★ = Standard Mittlere Ansprüche	– EZ 12 m²/DZ 16 m² – Sitzgelegenheit/Bett – Leselicht am Bett – Badetücher – Wäschefächer – Hygieneartikel (Zahnbürste, -creme, Einweg-Rasierer etc.)	– Kartenzahlung möglich	– Frühstücksbuffet
★★★ = Komfort Gehobene Ansprüche	– EZ 14 m²/DZ 18 m² – Getränke und Telefon auf dem Zimmer – Internetzugang – Beheizbares Bad – Haartrockner, Papiergesichtstücher – Ankleidespiegel – Kofferablage – Safe – Näh- und Schuhputzutensilien	– 14 Std. Rezeption, zweisprachig, 24 Std. erreichbar – 10 % Nichtraucherzimmer – Foyer-Sitzgruppen – Gepäckservice – Getränkeangebot – Wasch/Bügelservice – Zusatzkissen/-decke – Systematisches Beschwerdemanagement	
★★★★ = First Class Hohe Ansprüche	– EZ 16 m²/DZ 22 m² – Betten 90 /180 x 2m – Minibar/ 24-Std-Getränke-Roomservice – Sessel/ Couch mit Beistelltisch – Tisch/Schreibtisch mit 0,5 m² Arbeitsfläche und Licht – Bademantel, Hausschuhe auf Wunsch – Kosmetikartikel (z. B. Duschhaube/Nagelfeile) – Kosmetikspiegel, – großzügige Badablage – Internet-PC / Internet-Terminal	– 18-Std.- Rezeptionist, 24 Stunden erreichbar – Foyer-Sitzgruppe mit Getränkeservice – Gästelist	– Frühstücksbuffet mit Roomservice – à-la-Carte-Restaurant/Hotelbar, mind. 6 Tage geöffnet
★★★★★ = Luxus Höchste Ansprüche	– EZ 18 m²/DZ 26 m², Suiten – Personalisierte Begrüßung mit Frischblumen/Präsent – Minibar und 24-Std.- Gastromieservice – Körperpflegeartikel in Einzel- flacons – Internet-PC – IT-Support – Kopfkissenauswahl – zentrale Lichtsteuerung vom Bett aus – Safe	– 24-Std.-Rezeption, mehrsprachig, mit Concierge – Doorman-Service – Empfangshalle* mit Sitzgelegenheiten und Getränkeservice – 1-Std.-Bügelservice , – Schuhputzservice – Turndown-Service** – Mystery Guesting***	– à-la-Carte-Restaurant/Hotelbar, mind. 7 Tage geöffnet

*Empfangshalle hat Hallencharakter, sie ist größer und offener als eine Lobby

** abendlicher Check, ob bei dem Gast alles in Ordnung ist, ob er zufrieden ist, ggf. Handtuchtausch, Entfernen der Tagesdecke, Papierkorbleerung etc.

*** ungeplante Besuche durch Testpersonen, die die Angebote und Leistungen des Hotels testen

und Konzepte sind kostenoptimiert geplant". Bravourös sind Planungsleistungen dann, wenn Gäste sie unbewusst wahrnehmen, weil alles selbstverständlich erscheint: Laufwege für Logierer sind kurz, Personal- und Gastwege kreuzen sich nicht, der Service funktioniert reibungslos weil Küche, Logistik, Entsorgung & Co. gut verzahnt sind. Das ist nicht ohne, die alte Planungshäsin Markus-Diedenhofen kommentiert: „Oft bekommen wir Grundrisse, schauen drauf und wissen: Das funktioniert nie! Kongressräume, bei denen man das Bankette-Food einmal quer durchs Foyer schieben muss, sind ebenso schwierig wie Wellnessbereiche, die Gäste nötigen, die Halle im Bademantel zu durchqueren.“

Gestalterisches Selbstverwirklichen ist es nicht, was der Hotelbau Architekten zu bieten hat. Doch der hemmungslose Zwang zur Optimierung setzt auch Planungskreativität frei: „Langsam kommen die Zimmer weg von den stinknormalen Grundrissen: Eintreten, links Bad, gerade aus Bett. Insbesondere wo Fläche knapp ist, sind pfiffige Konzepte gefragt – wie offene Bäder oder wegschiebbare Wände“, skizziert Markus-Diedenhofen.

Halten wir also fest: Der Motel One Claim „Viel Design für wenig Geld“ scheint nicht nur den Nerv preissensibler Schlafgäste sondern auch den von Hotelentwicklern zu treffen, die sich ein Stück weit vom Servicediktat der Sterne zu Gunsten der Optik emanzipieren. *Rahel Willhardt*

Die DeHoGa prüft nach 280 Kriterien, wie viele Sterne ein Gästehaus wert ist. Für 41 erfüllte Kriterien und mindestens 90 Punkte gibt es einen Stern, ab 113 Kriterien und 570 Punkten ist man in der Luxusklasse; Standardüberprüfung: alle drei Jahre. Der Antrag auf Sterne ist freiwillig und kostenpflichtig. Manche Hotels entwickeln eigene Standards über Markenbildung.

Einige Sterne-Kriterien sind ein Muss für alle Hotelklassen, wie „einwandfreie Sauberkeit“ und „funktionstüchtige Ausstattung ohne erkennbaren Renovierungsbedarf“; andere sind für eine bestimmte Sternenzahl verpflichtend. Ab 2010 wird auch die Barrierefreiheit (Klassifiziert von A bis E) bewertet.

Im Fünfsternstakt werden die Kriterien nach Gästebefragungen aktualisiert. Neue Kriterien kommen hinzu, andere fallen weg oder werden anders gewichtet. Der 2010er Katalog etwa, geht auf steigende Schlafkomfort- und Wellnesswünsche der Gäste ein (z. B. mind. 13 cm dicke Matratzen, deren Tiefenreinigung, waschbare Bettvorleger oder Mindestgrößen für Pools und Fitnessräume, Definition Beautyfarm; Extrapunkte für unterschiedliche Saunen). Sicher leisten Sterne gute Dienste als Investitionsgeleit, aber als Qualitätsgeleit für Reisende büßen sie an Glanz ein. Denn Citizen M und Motel One haben klar gemacht, dass nun auch die breite auswärtsschlafende Masse sich fürs schicker Schlafen mit schmalerem Servicekomfort entscheidet. Genau diese marketingwirksame Designebene steht nicht in den Sternen!



Individuelle Lösungen für innovative Architektur

- **Fassadensysteme**
- **Gebäudeintegrierte Photovoltaik (GIPV)**
- **Dachverglasungssysteme**

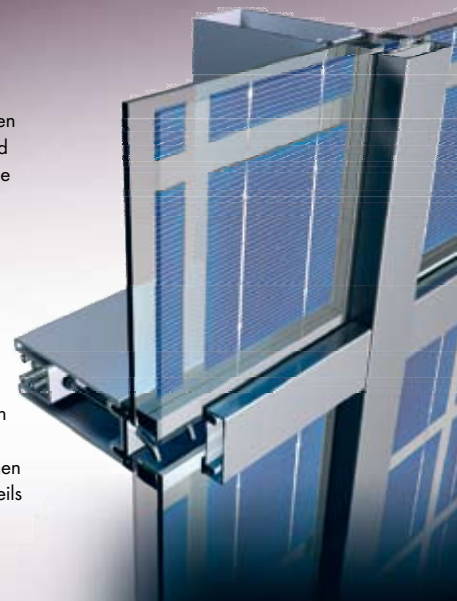
- **Türsysteme**
- **Innentrennwandsysteme**
- **Fenstersysteme**
- **kunststoffummantelte Rohre**

Mögliche Systemspezifikationen:

Brand- und Rauchschutz, Einbruchssicherheit, Beschusssicherheit etc.



Jahrzehnte konstruktiver Erfahrung haben die RP Technik GmbH Profilsysteme zum weltweit anerkannten Anbieter führender Fassaden-, Tür- und Fenstersysteme geformt. Das über viele Jahre gewachsene Know-how der RP Technik ermöglicht die Erfüllung höchster Ansprüche an Ästhetik, Funktion sowie ggf. absolute Individualität und nutzt dabei all die Vorteile des Werkstoffes STAHL. Unsere Systeme sind weltweit im Einsatz und bewähren sich unter verschiedensten klimatischen wie auch bautechnischen Gegebenheiten am Markt. RP Technik-Systeme ermöglichen aufgrund Ihres breiten Spektrums jeweils einsatzoptimierte und mitunter frei kombinierbare Lösungen für alle Anforderungen moderner Architektur.



RP Technik GmbH Profilsysteme

Edisonstraße 4 • D-59199 Bönen / Deutschland
Tel (+49 2383) 91 49-0 • Fax 91 49-222 • info@rp-technik.com

www.rp-technik.com

EIN UNTERNEHMEN DER WELSER PROFILE GRUPPE.



Fotos (2): Benedikt Kraft / DBZ

links:
Hotelfoyer im „Michelberger“,
Berlin
rechts:
Hotelier Tom Michelberger in
seinem/deren/unserm Hotel

Das ganze Dorf hat mitgebaut

Tom Michelberger zum Thema Hotelbau

Früher wurden Fabriken gebaut und das ganze Dorf hat mitgemacht. Und irgendwie auch daran mitgeschrieben, an der unmittelbaren und meist äußerst nachhaltigen Geschichte. Mehr davon! Denn das ist sicher: Ein Hotel kann nur so gut sein wie die Geschichte, die es von der ersten Idee bis hin zur Eröffnung schreibt. Meist sind diese Geschichten vergleichbar: Risiko soll grundsätzlich bitte der eingehen, der sowieso zuviel Geld hat, sprich der Großinvestor oder der Investment Fond, der ohnehin mit einer Rendite zufrieden ist, die in keinem Verhältnis steht zum Potential des Geschäfts. Die Rendite-Prozente, die übrig bleiben, werden dann auf dem Weg zum ersten Spatenstich an risikoscheue, wenig bis gar nichts zum Erfolg beitragende Menschen verteilt. Scheinabsicherer, Vermittler, Trittbrettfahrer und Vorzeige-Entwickler, die mal so, und dann mal wieder so reden. Je nachdem.

– Um Geld geht es uns auch. Aber es kommt bei uns frühestens an dritter Stelle. –

Das ist das Geld. Dann geht es weiter in der Planungsphase. Obwohl: Die ging bei uns nie wirklich zu Ende. Was Gemüter auf Geduldsproben stellte, die ganze Sache aber spannend hielt und hält. Da sowieso nichts nach Plan läuft, sollte man den Plan nicht überbewerten.

Was wir nicht gemacht haben:

Wenn man dann baut, nimmt man sich einen Generalunternehmer, der nach Plan baut – aber auch nur danach. Das gibt dann eine schöne Hierarchie, die sich hervorragend kontrollieren lässt und an deren Boden die austauschbarste aller Bauspezies, der Handwerker, vor sich hinschleicht und ums Überleben kämpft.

Grundsätzlich machen alle Dienst nach Vorschrift – zumindest solange jemand hinguckt. Wenn es dann mal eng wird, sprich, der Plan wackelt und Schuldige gesucht werden, springen alle auf und schauen nach oben und rufen mal vorsichtshalber den Anwalt an. Vorleistung ist dieser Welt fremd, denn Vorleistung setzt Vertrauen voraus

und das verhält sich mit Gegner-Anwälten schwierig. Verträge, Misstrauen, Gerichtsverhandlungen, Mahnungen, Insolvenzen, austauschbare Handwerker sind nicht der Stoff guter Geschichten. Wen interessiert es – so lange eine Windmühle auf dem Dach steht und grüne Schilder mit Biogas die Bautafel beleuchten, bleibt die schlechte Geschichte in den eigenen vier Baustellen-Wänden. Also kein Problem fürs Image.

Und das nächste Mal wird einfach noch weniger vertraut, zu kurz gekommen fühlt sich sowieso jeder.

Was uns betrifft:

Ich bin stolz darauf, dass unsere Handwerker nicht weggelaufen sind als die Pläne ausgingen. Dass sie an den freien Tagen mit ihren Kindern stolz auf die Baustelle gekommen sind. Stolz darauf, dass wir es zusammen irgendwie fertig bekommen haben, ohne Plan unser schönstes Hotel der Welt zu bauen. Weil es eben das ganze Dorf gemacht hat.

Und eigentlich will ich aus nur einem Grund einmal viel Geld haben: Um irgendwann einmal einem jungen Team mit viel Leidenschaft und Talent ungefragt eine Million Euro zu überweisen und danach zu sagen: Den Vertrag machen wir dann bei der Eröffnung.

Der Hotelier

Tom Michelberger, 31, geboren am Bodensee, B.A International Business/ University of San Francisco, Raft-Guide in Colorado, dazwischen, davor, während und danach mehrere Tätigkeiten in der Film und Handelswelt.





Der Projektentwickler

Olaf Steinhage, geboren 1963, studierte Architektur an der FH Lippe und der TU in Hannover. Nach dem Diplom machte er 1993 seinen Abschluss als Immobilienökonom an der European Business School in Oestrich-Winkel. Seine beruflichen Stationen führten über eine wissenschaftliche Assistenz an der TU Hannover, Tätigkeiten als Immobilienberater bei Suter+Suter in Basel, als Management Assistent bei der Deutschen Interhotel GmbH in Berlin, als geschäftsführender Gesellschafter der BKatz Gruppe und der Geschäftsführerschaft bei Drees + Sommer zu hcb hospitality concepts berlin GmbH, wo er seit 2005 geschäftsführender Gesellschafter ist.

Das Lieblingshotel

Olaf Steinhage zum Thema Hotelplanung

Erinnern Sie sich noch an Ihr Lieblingshotel? Diese wunderbare, geölte (Echt-)Holz-Oberfläche, dieses unglaublich warme Licht, diese liebevoll ausgesuchten Bilder, die himmlische Bettwäsche, die flauschigen Bademäntel und Handtücher – oder doch einfach dieser wunderbare Blick aufs Meer? Wie selbstverständlich scheint dabei alles aufeinander abgestimmt, passt alles zusammen, sind Architektur und Betriebskonzept ideal miteinander verflochten! Alles, um dem Gast den schönsten aller Aufenthalte zu bereiten.

Wer aber einmal bei der Entwicklung eines Hotels dabei war, weiß, wie viel Arbeit und wundersame Begrifflichkeiten (die stets für Verwirrung und jede Menge Abstimmungspotential zwischen Architekten und Projektentwicklern/Betreibern sorgen) tatsächlich in dem Endprodukt „Lieblingshotel“ stecken...

Der Hotelgast bewegt sich z.B. vorzugsweise im „front-of-house“, der Mitarbeiter folgerichtig im „back-of-house“. In der Küche gibt es eine „Schwarz-Weiß-Trennung“, die jedoch nichts mit dem internationalen Flair des Hauses zu tun hat. Statt um Möbel und Gardinen, Gläser, Geschirr und Deko kümmern sich Heerscharen von guten Geistern ums „FF+E“ („Fixture, Furniture + Equipment“) oder, noch schlimmer, ums „SOE“ („Small Operating Equipment“)! Intelligente „Front-Office-Systeme“ helfen ständig wechselnden Mitarbeitern, den Gast von gestern zu identifizieren, moderne „Transpondersysteme“ gewähren Einlass und erlauben Kontrolle, und Armaturen werden mit „Durchflussbegrenzern“ für das hemmungslose Duschvergnügen ausgerüstet.

Und die Planung? Welches Budget steht denn für das „Lieblingshotel“ zur Verfügung? Wie groß sollen die Zimmer sein, wie viele soll es geben? Und Wellness wäre doch schön, genauso wie eine Bar und ein gemütliches Restaurant – oder geht der Gast am Abend dann doch lieber ins In-Lokal der Stadt?

Wie viel kostet denn das geplante Zimmer im Bau und als Gesamtinvestition und für wie viel kann der Betreiber es wieder verkaufen? Wie hoch ist der „FF+E-Ansatz“ pro Zimmer? Sind die fest eingebauten Designer-Downlights denn nun „Schmuck- oder Funktionsleuchten“ im Sinne einer viel diskutierten „Schnittstellenliste“? Wie viel Design ist denn überhaupt notwendig? Selbstverständlich erfordert ein „Lieblingshotel“ aber eine sensationelle Fassade, eine perfekte Weiße Wanne in der Baugrube und EnEV-gerecht gedämmte wärmeführende Leitungen! Und am „Pre-Opening“-Budget oder an der Dekoration kann auch nicht gespart werden! Tja..., also doch statt der freundlichen Rezeptionsmitarbeiterin ein sensationell emotionsloser Check-In-Automat, der den Gast empfängt und wieder entlässt?!

Es ist wirklich ganz einfach, ein „Lieblingshotel“ zu bauen...!

Gastlichkeit in bestem Licht Beleuchtung im Hotel

Thomas Schielke, Lüdenscheid

Kaum etwas prägt unsere Zeit stärker als die beispiellose Mobilität. Tourismus und Gastronomie gehören, sowohl absolut gesehen als auch was die Wachstumsraten betrifft, zu den wichtigsten Wirtschaftsbranchen weltweit. Die Ansprüche der Gäste haben sich in den vergangenen Jahrzehnten allerdings stark verändert: Internationaler Einheitslook auf kleinstem architektonischen Nenner weicht immer individuelleren Konzepten. Die Gestaltung von Hotel-Interieurs wird zum Experimentierfeld und Trendlabor. Ob Hotelkette, Design- oder Boutique-Hotel: Stets benötigt das gastronomische Konzept einen räumlichen und inszenatorischen Rahmen, der das jeweilige Thema trägt und kommuniziert. Immer mehr Hoteliers und Manager der Gastronomie erkennen dabei das Potential von Licht und Architektur.

Drei Prinzipien der Lichtgestaltung

Licht zum Sehen, Licht zum Hinsehen, Licht zum Ansehen: Das sind die Prinzipien der qualitativen Lichtplanung. Dabei erzeugt das Licht zum Sehen die allgemeine Beleuchtung der Umgebung. Es entspricht dem Grundbedürfnis nach Orientierung im Raum. In der qualitativen Lichtplanung dient es nicht als Ziel, sondern lediglich als Grundlage einer weitergehenden Lichtplanung. Licht zum Hinsehen geht über diese Grundbeleuchtung hinaus: Gerichtetes Licht akzentuiert Blickpunkte und schafft Wahrnehmungshierarchien. Bedeutende Bereiche werden betont, Unwichtiges tritt zurück. Solch eine Akzentbeleuchtung lässt sich bei der Präsentation von Waren und ästhetischen Objekten nutzen. Licht zum Ansehen beinhaltet dekorative Lichteffekte mit

Farben, Mustern und dynamischen Veränderungen, die Atmosphäre schaffen. Dies gelingt mit Lichtwerkzeugen für Lichteffekte (Projektor), dekorativen Leuchten (Kronleuchter) oder einfach mit einer Kerze. Erst die Kombination von Licht zum Sehen, Licht zum Hinsehen und Licht zum Ansehen macht ein Lichtkonzept komplett.

Effizienter Sehkombfort

In Zeiten begrenzter Ressourcen und steigender Betriebskosten ist ein verantwortungsvoller Umgang mit Energie aus ökonomischer und ökologischer Sicht unerlässlich. Die Wirtschaftlichkeit von Lichtwerkzeugen und Leuchtmitteln bietet für Hotels eine einfache Stellschraube, die Aufwendungen für Energie zu senken.

In den vergangenen Jahren hat die Architekturbeleuchtung immense Fortschritte gemacht und ein hohes Effizienzniveau erreicht. Ein effizienter Sehkombfort, der Wirtschaftlichkeit und Lichtqualität gleichermaßen berücksichtigt, wird dabei durch innovative technische und planerische Ansätze erreicht. Fünf Faktoren sind bei der Realisierung eines effizienten Sehkombforts für Gäste und Personal entscheidend: Qualitative Lichtplanung, vertikale Beleuchtung, effektive Lichttechnik, intelligente Lichtsteuerung und effiziente Leuchtmittel wie beispielsweise sparsame LEDs.

Zonierung

Innerhalb eines Hotels ergeben sich unterschiedliche Situationen mit verschiedenen Sehaufgaben und mit unterschiedlicher Atmosphäre und Architektur. Diese lassen sich

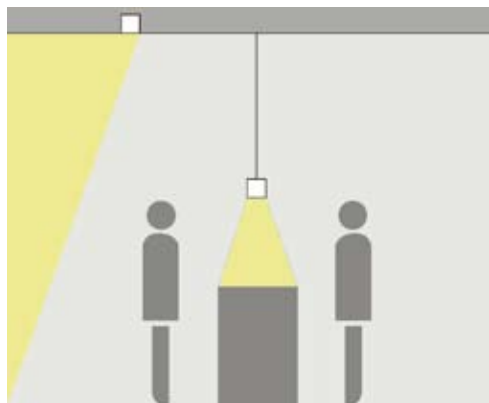
in ihren Eigenschaften separaten Zonen zuordnen. Beim Entwurfsprozess gilt es, die funktionalen Kriterien einer Sehaufgabe zu ermitteln – beispielsweise das Erkennen von Größe und Kontrast der Details: Die Lichtqualität in der Küche oder am Buffet stellt zum Beispiel eine höhere Anforderung an die Beleuchtung als in den Verkehrsflächen. Farbe und Oberflächenstruktur sind hier von Bedeutung, um feine Nuancen der Speisen auf dem Teller wahrzunehmen.

Eine weitere Komponente sind psychologische Anforderungen: Soll das Hotel als Einheit wahrgenommen oder verschiedene Bereiche innerhalb eines größeren Raums geschaffen werden? Die Frage nach Raumformen, Modulen, Rhythmen und Materialien dient dabei als Ausgangspunkt, um durch Licht und Leuchten eine Gliederung aufzubauen, die die Wirkung der Architektur verstärkt.

Szenografische Lichtplanung entwickelt für die einzelnen Zonen separate Stimmungen, die in der Dynamik von Helligkeit und Lichtfarben eigenständige Geschichten bilden können. Die Szenografie kann sich auch verändern, wenn dynamische Verläufe von Lichtfarben sich etwa zunächst auf die Bar beschränken, sich später auf den gesamten Raum ausbreiten und sich schließlich bis in den Garten erstrecken.

Für das Einstellen und Abrufen von Lichtszenen erweist sich eine Lichtsteuerungssoftware mit komfortabler Bedienoberfläche als hilfreich. Durch Softwaresteuerung lässt sich die Zuordnung von Lichtszenen und Bediengeräten auch nach Inbetriebnahme des Gebäudes flexibel an neue Bedürfnisse anpassen.

In der Hotelloobby werden die drei Prinzipien der Lichtplanung durchdekliniert: Licht zum Sehen (Allgemeinbeleuchtung), Licht zum Hinsehen (gerichtetes Licht, im Beispiel unten die Rezeption) und Licht zum Ansehen (dekorative Lichteffekte)



Hotel-Lobby und Rezeption

Wie in einer Ouvertüre stellt die Lobby das Thema eines Hotels vor und vermittelt dem Gast die Atmosphäre für seinen Aufenthalt. Die Ausrichtung auf ein konservativ gediegenes Konzept oder modernes schlichtes Ambiente korrespondiert zugleich mit der Zielgruppe. Die Stimmung lässt sich subtil, aber wirkungsvoll durch Licht verstärken.

Die Beleuchtung kann dafür vielfältige Aufgaben übernehmen: etwa die Atmosphäre des Hotels mit einer entsprechenden Lichtgestaltung präsentieren oder die Eintretenden

zur Rezeption führen. Über die Verteilung der Beleuchtungsstärke lassen sich wichtige Bereiche wie die Anmeldung zur Orientierung hervorheben und ruhige Sitzbereiche mit geringer Helligkeit in Form von Lichtinseln als einen privaten Raum definieren.

Das Licht für die Rezeption sollte sowohl den Anforderungen des Personals an ihren Arbeitsplatz gerecht werden sowie den Bedürfnissen des Gastes entsprechen: gute Ausleuchtung des Tresens, Erkennbarkeit des Gegenübers und eine stimmungsvolle Atmosphäre.



Das Nordic Light Hotel in Stockholm: Architekt Rolf Löfvenberg und Lichtplaner Kai Piippo sorgten für eine einladende (Licht-)Atmosphäre



Hotel Palais Coburg in Wien: Unter dem Gebäude liegen die teils Jahrhunderte alten Kasematten der ehemaligen Stadtmauern. Hier entstanden Tagungs- und Veranstaltungsräume mit außergewöhnlichem Flair. Bodeneinbauleuchten inszenieren die geschichtsträchtigen Gewölbe dramatisch. Gesteuert wird die Beleuchtung durch eine Lichtsteuerungsanlage

Hotelgänge und Zimmer

Auf dem Weg zum Hotelzimmer kann sich die Lichtqualität des Foyers in den Hotelgängen fortsetzen. Der Flur sollte dabei keineswegs in erster Linie unter dem Aspekt einer sicheren Verkehrswege- und übersichtlichen Orientierungsbeleuchtung stehen, sondern den Besucher mit dem passenden Ambiente über-

zeugen. Der Planer kann einen hellen Raumeindruck durch eine ausreichende Beleuchtung der Wandflächen erreichen. Denn durch die natürliche Ausrichtung des menschlichen Gesichtsfelds machen vertikale Flächen einen großen Teil der Wahrnehmung und damit auch des Helligkeitsempfindens aus. In langen Gängen lässt sich der Eindruck eines ein-

förmigen Raums reduzieren, wenn Leuchten und Lichtwirkung einen Rhythmus aufbauen. Akzentuierte Blickpunkte auf Bildern oder Vasen erzielen im Gang eine Gliederung und lassen das Flurende attraktiver wirken. Eine Lichtsteuerung bietet sich nicht nur aus wirtschaftlichen Aspekten an, um Energie bei ständig beleuchteten Räumen zu sparen, sondern erzielt auch eine qualitative Lichtplanung. Der Gast erwartet auch im Innenraum tagsüber eine andere Helligkeit als am Abend.

Die Beleuchtung von Hotelzimmern ist allgemein mit der privaten Wohnraumbeleuchtung vergleichbar. Bestimmen dekorative Leuchten zwar auf den ersten Blick den atmosphärischen Eindruck, so wird die eigentliche Lichtwirkung häufig von einer diskreten Allgemein- oder Akzentbeleuchtung erzeugt.



Im Restaurant bilden die Tischflächen Lichtinseln. Wichtig für eine Tischbeleuchtung sind: gute Farbwiedergabe, angemessene Lichtfarbe und hohe Brillanz, um die Speisen und Getränke hervorzuheben

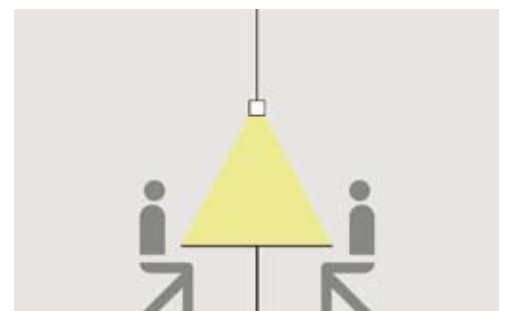
hocheffiziente LEDs erfüllen mittlerweile diese Anforderung. Problemlos lassen sich beide Leuchtmittel für die gewünschte Beleuchtungsstärke dimmen. Gerichtetes Licht erzeugt Brillanz und eine gute Modellierung für Speisen und Tischdekoration. Licht von Leuchtstofflampen oder rein indirektes Licht würde an dieser Stelle nur einen diffusen und matten Eindruck hinterlassen. Um den Fokus nicht von den Speisen oder der Tischgemeinschaft abzulenken, ist ein guter Sehkomfort hier besonders entscheidend: Darklightreflektoren und die korrekte Auswahl und Ausrichtung der Leuchten bilden die Grundlage dafür. Je besser die Abblendung der Leuchte, desto höher kann sie hängen, ohne dass die Gäste geblendet werden. Als brillanter Blickfang kann Kerzenlicht die Lichtkomposition am Tisch elegant abrunden.

Restaurant

Gutes Essen und Trinken in angenehmer Ambiente bilden die entscheidenden Faktoren für den Betrieb und die Gestaltung von Restaurants. Sie definieren zugleich die Anforderungen an die Beleuchtung: gutes Licht auf dem Tisch für Speisen und Getränke, die Erkennbarkeit der Personen am Tisch sowie die passende Beleuchtung für den Raum. Bei der Lichtplanung für ein Restaurant ist ein quali-

tativer Ansatz notwendig, denn mehr Licht führt nicht automatisch zu einer besseren Lichtqualität.

Im Restaurant steht der Tisch im Mittelpunkt des Geschehens. Eine gute Tischbeleuchtung erfüllt mehrere Kriterien: gute Farbwiedergabe, angemessene Lichtfarbe, hohe Brillanz und effizienten Sehkomfort. Brillantes Licht von Niedervolt-Halogenlampen bietet optimale Farbwiedergabe. Auch





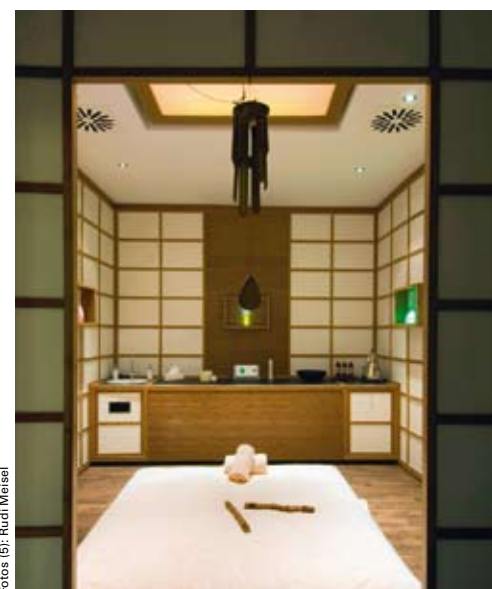
Philippe Starck schuf im Faena Hotel + Univers in Buenos Aires eine Bar-Lounge im Kolonialstil. Das Licht aus Halogenlampen strahlt eng gebündelt auf ausgewählte Details und Raumzonen

Bar und Lounge

Licht inszeniert in Bars und Lounges eine entspannte Atmosphäre. Den zentralen Blickpunkt bildet die Bar mit dem Barkeeper. Flaschen und Gläser lassen sich mit einer hinterleuchteten Fläche betonen. Cocktails lassen sich mit einer Reihe engstrahlender Akzente ins rechte Licht rücken. Enge Lichtkegel und sehr gute Abblendung verhelfen zu effizientem Sehkomfort, um von spiegelnden Oberflächen im Barbereich nicht geblendet zu werden. Sollen Gesichter an der Bar keine zu harten Schatten erhalten, empfiehlt es sich, diffuses Licht einzusetzen. Das Beleuchtungskonzept für den Gesamtraum sollte zuallererst auf das Thema der Lounge eingehen. Kontrastreiche Raumwirkungen können z. B. von mehreren Strahlern mit enger Lichtverteilung ausgehen, um private Lichtinseln an den Tischen entstehen zu lassen.



In Multifunktionsräumen muss die Beleuchtung variabel einsetzbar sein. Akzentlicht, Allgemeinbeleuchtung oder das Licht für festliche Anlässe können über eine Steuerungsanlage aktiviert werden



Die diffuse Lichtstimmung in Wellnessbereichen wird mit gerichtetem oder farbigem Licht ergänzt

Multifunktionsräume

Beleuchtungsanlagen für Veranstaltungsräume für Konferenzen und Empfänge decken sowohl funktionale als auch repräsentative Ansprüche ab. Dies erfordert unterschiedliche Leuchtentypen: Allgemeinbeleuchtung für Tische zum Mitschreiben oder Speisen, Akzentlicht für den Vortragenden, vertikale Beleuchtung zur Illumination des Raums. Eine Lichtsteuerungsanlage ergänzt das Beleuchtungssystem. Individuell definierbare Fadingzeiten gestatten sanfte Übergänge zwischen den Lichtszenen. Programmierbarer Bediengeräte und eine Lichtszenenverwaltung bieten optimale Lichtlösungen für kleine und große Aufteilungen bieten. Die flexible Einteilung in Zonen und die Adressierbarkeit einzelner Leuchten legt die Grundlage für größtmögliche planerische Freiheit.

Wellnessbereich

Im Wellnessbereich wünscht der nach Entspannung Suchende in erster Linie atmosphärisches Licht, das beruhigend wirkt. Mit diffusem Licht entsteht weiche Stimmung, auch farbige Beleuchtung ist hier effektiv. Einzelne Akzente mit gerichtetem Licht setzen Kontraste. Ein Moodboard kann helfen, die gewünschte Atmosphäre zu visualisieren und die Übertragung auf die Beleuchtung zu erleichtern. Leuchten in Wellnesszonen erfordern eine hohe Schutzart. Die Leuchten weisen ein Abschlussglas mit hochwertiger Dichtung auf, um gegen Strahlwasser oder dauerhaften Wasserdruck geschützt zu sein. Gehäuse oder Abdeckringe aus korrosionsbeständigem Aluminiumguss oder Edelstahl gewährleisten eine dauerhafte Qualität auch in nassen Zonen.

Autor



Thomas Schielke, (Dipl.-Ing.), Jahrgang 1973, arbeitet als Architekt bei Erco und ist für den Bereich der didaktischen Kommunikation verantwortlich. Er betreut dort den Ratgeber im Light Scout, leitet Lichtseminare und publiziert Artikel und Buchbeiträge zu Lichtplanung und Lichttechnik. Im Herbst erscheint das Buch „Lichtpositionen“ bei dem er als Autor tätig war. Darüber hinaus lehrt er Lichtplanung an verschiedenen Hochschulen.

Informationen: www.erco.com

Hotellerie in Bewegung Sinn und Sinnlichkeit im Urlaub

Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke, München

Es bewegt sich viel in der Hotellerie, nicht nur in Deutschland. Dass ein Hotel mehr ist und sein muss als eine „Unterkunft“ (wie es immer noch in vielen Tourismusprospekten heißt), spricht sich langsam herum, aber zu langsam. Das betrifft vor allem die Freizeit- und Ferienhotellerie in den klassischen Urlaubsdestinationen.

Zwar haben die Sterne-Kategorisierung des Deutschen Tourismus-Verbandes DTV und die damit verbundene Qualitätsoffensive eine gewisse Verbesserung bewirkt. Aber Sterne bewerten nicht Ambiente und Architektur, sondern hauptsächlich Ausstattung, also Hardware, und teilweise den Service. Die für das Wohnen im Urlaub immer wichtiger werdende

Atmosphäre, die durch den Raum, Material- und Farbwahl, Dekor und Design-Gegenstände geprägt wird, erfassen sie nicht. So kann es sein, dass sich jemand in einem 5-Sterne-Haus, das nach der Bewertung von Tourismus-Experten alles bietet, was der Mensch zum Urlaubsglück braucht, unzufrieden ist, weil es in seinen ästhetischen Codes dem



Matteo Thuns Entwürfe überzeugen immer durch eine besondere Atmosphäre wie hier im Matteo Thun Zimmer im Hotel Altstadt Vienna, Wien/A



Foto: Niklas König/The Standard



Foto: Michelbergerhotel

links oben:
Trend Luxushotel (Hotel
The Standard, New York/
USA)
rechts:
Trend Smarthotel (Michel-
bergerhotel, Berlin)
unten:
Realismus statt Trend:
80 % der Hotels sind ein-
fach nur Unterkünfte
mit Bett, Tisch, Stuhl und
Nasszelle



eigenen Geschmack zuwiderläuft. Umgekehrt könnte sich ein anspruchsvoller Urlauber in einem 2-Sterne-Haus wohlfühlen, weil hier gerade der ganze Schnick-Schnack, der für ein 5-Sterne-Haus vorgeschrieben ist, fehlt und das Hotel mit Einfachheit punktet.

Der Mailänder Architekt Matteo Thun, der selbst einige gute Hotels gebaut hat, geht sogar so weit, der Sterne-Kategorisierung überhaupt keine Relevanz mehr für die Entscheidung beizumessen, in welchem Hotel jemand Urlaub machen möchte, und macht hierfür stattdessen hauptsächlich Architektur und Ambiente verantwortlich.

Das betrifft sicher nicht die Mehrheit der Urlauber, aber einen wachsenden Teil, vor allem die Jüngeren. Auf die Schwierigkeit, ein Wohn-Ambiente im Urlaub zu finden, das den eigenen ästhetischen Ansprüchen genügt, reagierte z. B. der Hannoveraner Architekt Jan Hammer mit seiner Internetseite www.urlaubsarchitektur.de.

Auch das Interesse der Medien an Architektur im Allgemeinen und an interessanten Hotelprojekten im Besonderen ist ein Signal für das wachsende Bewusstsein in diesem Bereich. Die immer wieder hoch gelobten „Leuchtturmprojekte“ täuschen jedoch darüber hinweg, dass es an Nord- und Ostsee, in den Mittelgebirgen und in den Alpen noch viel zu viele Gasthäuser und Pensionen gibt, die heutigen Standards in Grundriss, Ausstattung und Ambiente nicht genügen. Sie trüben letztlich auch die Performance der „Leuchtturmprojekte“.

Das Angebot an Ferien-Wohnmöglichkeiten im deutschsprachigen Raum lässt sich etwa folgendermaßen charakterisieren: 20 % der Hotels und Resorts punkten mit einer besonderen Architektur und Innenarchitektur. Dar-

unter finden sich z.B.:

- gediegener Luxus („High End“) mit geschmackvollem Plüsch,
- „Design“, cool oder bunt in verschiedenen Preisklassen,
- smart basic/low budget, witzig, frugal, oder einfach praktisch,
- neue Authentizität bzw. Regionalbezug,
- die Hotel-Location selbst als Attraktion (unter Wasser, auf den Bäumen, im Eis, in Höhlen, im Gefängnis, im Bunker)
- Wellness- und Gesundheitshotels, spartanisch, alpin, asiatisch.

Die restlichen 80 % sind „Unterkunft“: ein Bett, ein Tisch, ein Stuhl, eine Nasszelle, und was als Wellness-Bereich verkauft wird, beschränkt sich häufig auf eine Keller-Sauna und eine Kosmetik-Kabine.

Vor allem die Design-Hotels haben in den letzten 20 Jahren Maßstäbe gesetzt und Architektur und Design zum Wettbewerbsfaktor gemacht. Was Phillipe Starck 1988 mit dem Royalton Hotel in New York begann, ist inzwischen zu einem etablierten Marktsegment (z. B. www.designhotels.com) geworden, das vom Marktanteil her, gemessen an den Zimmerkapazitäten weltweit zwar nur ca 1 % ausmacht, aber durch die Medienpräsenz die übrige Hotellerie durchaus ästhetisch unter Druck setzt.

Wie bei jeder neuen Entwicklung gibt es hier auch Merkwürdigkeiten. So scheint es seit einigen Jahren besonders chic zu sein, die Badezimmer nur durch eine durchsichtige Ganzglaswand vom Schlaf-/Wohnraum zu trennen – vielleicht, damit der Gast die teuren Sanitär-Objekte und Armaturen wohlgefällig vom Bett aus betrachten soll. Die Intimsphäre des Badenden oder sich Erleichternden ist hier jedenfalls nicht gewahrt.

Von Seiten der Hotel- und Tourismusbranche wird gerne bezweifelt, ob es ausreichend Gäste gibt, für die Architektur und Design ein Entscheidungskriterium für die Auswahl eines Hotels sind. Immer wieder wird darauf verwiesen, dass letztlich der Preis die Wahl des Urlaubshotels bestimme und alles, was den Preis nach oben treibe, vermieden werden müsse. („Gute Architektur ist doch viel zu teuer!“). Der Preis ist sicher wichtig, aber nicht für alle und auch nicht immer.

Allerdings muss zugeben werden, dass man nicht sehr viel über die genaue Rolle der Architektur im Entscheidungsprozess für ein Urlaubsdomizil weiß. Man kann allenfalls existierende Befragungen und die diversen Lebensstiluntersuchungen so interpretieren, dass etwa ein Drittel der deutschen Urlauber für Architektur und Ambiente im Hotel ansprechbar sind. Das wären jedoch immerhin ca. 20 Millionen! Eine Befragung von österreichischen Tourismus-Unternehmen aus 2007, die mit moderner zeitgenössischer Architektur gebaut oder umgebaut haben, hat eindeutig ergeben, dass sich der Aufwand wirtschaftlich gelohnt hat, weil Gäste- und Besucherzahlen und damit die Umsätze angestiegen sind.

Eine weitere Entwicklung stützt den Trend zur Bedeutung von Architektur und Design in der Hotellerie. Es ist der gesellschaftliche Paradigmenwechsel, in dem sich die westlichen Gesellschaften schon seit mehr als zehn Jahren befinden, und der durch den 11. September 2001 und die Finanzkrise beschleunigt wurde. Er betrifft besonders den Tourismus. Vereinfacht gesagt, befinden wir uns auf dem Weg von der „Erlebnisgesellschaft“, in der das Ziel ein möglichst buntes, ereignisreiches Leben voller Konsum-Optionen war, hin zur



Foto: Habita Monterrey

Trend Designhotel (Hotel Habita, Monterrey/MEX)



Foto: Poseidon Undersea Resort

Trend Unterwasserhotel (Poseidon Undersea Resort, Fidschi Inseln)

„Sinngesellschaft“, in der die persönliche Weiterentwicklung im Mittelpunkt steht.

Die Suche nach dem Sinn

In Freizeit und Urlaub sucht man nicht mehr möglichst viele Events, Spaß und „angesagte“ Aktivitäten, sondern eher Sinn, Tiefendimensionen und Orientierung. Das ist der Hintergrund der wachsenden Nachfrage nach Kultur im Urlaub (und Architektur ist ein Bestandteil davon!) und auch der Hintergrund des Gesundheitsbooms. Viele Trenduntersuchungen bestätigen diesen Wertewandel, und er erfasst immer mehr Menschen. Die Möglichkeit, mit allen Sinnen zu erleben, wird in der „Sinngesellschaft“ zum Erfolgsfaktor in der Hotellerie. Dabei bekommt nun die Architektur eine zentrale Rolle. So nimmt z.B. die Bayerische Hotel-Marke „Sight-Sleeping“ mit dem Slogan „Schlafen für Augenmenschen“ diesen Sinnesbezug direkt auf.

Aber „Sinngesellschaft“ signalisiert mehr, nämlich, dass das Bedürfnis generell wächst nach Dingen und Erfahrungen, die „Sinn ma-

chen“, natürlich auch im Urlaub. Da steht z. B. gegenwärtig die Globalisierung auf dem Prüfstand, und nicht erst seit der Finanzkrise wächst eine Bewegung zur Regionalität und Authentizität, die neben der Güterversorgung auch die Architektur der Hotellerie erfasst. In den Wachstumsjahren des Massentourismus konnten internationale Hotelketten weltweit mit standardisierten Architekturen geradezu als Markenzeichen operieren. Nun sind regional angepasste Konzepte auf dem Vormarsch, wie z. B. in Vorarlberg. Wie moderne regionale Tourismusarchitektur aussehen kann, ist dabei durchaus kontrovers. Allerdings muss man auch sehen, dass gerade in der Sinngesellschaft der Rückzug in so etwas wie „Heimat“ und „Heimeligkeit“ eine starke Tendenz ist, der die moderne Architektur nicht immer ausreichend Rechnung trägt. So sind neu gebaute Almdörfer im moderaten Jodel-Stil ein absoluter Renner (z. B. „Almdorf Seinerzeit“ – der Name ist Programm!). Regression in edle Holzgemütlichkeit ist hier erlaubt und der Gast wird nicht durch Architektur „erzogen“

Wohnen in behutsam renoviertem Bestand

Ein kommendes Erfolgsmodell sind authentische historische Ambiente, behutsam für das Ferienwohnen auf moderne Standards gebracht. Es gibt so viele Denkmäler, deren Erhaltung wirtschaftlich schwierig ist, und nicht aus jedem kann man ein Museum machen. Aus Italien kommt das Modell des „albergo diffuso“ – eine Art dezentrales Hotel in alten, gut erhaltenen, aber weitgehend verlassenen Dörfern, ein Restaurant/Gasthaus als Mittelpunkt und Zimmer in unterschiedlichen Haustypen, die zentral vermarktet werden. Für einige Standorte werden sehr hohe Zimmerpreise bezahlt, ein Zeichen, wie stark das Bedürfnis nach architektonischer Originalität der Urlauber ist.

Die Hotellandschaft ist also in Bewegung. Da sich auch der Tourismus als Phänomen in den kommenden Jahren erheblich wandeln wird (vom Massentourismus der Boomjahre zur Differenzierung der Reifephase), ergeben sich eine Fülle von Möglichkeiten für Architekten und die Bauwirtschaft.



Foto: Seinerzeit

Trend Dezentrales Hotelkonzept (Almhotel Seinerzeit BetriebsGmbH, Fellachalm/A)

Autorin



Felizitas Romeiß-Stracke, München (Prof. Dr.),

Studium der Soziologie und im Postgraduate-Studium Stadtplanung in England. Von 1970-77 Sachgebietsleiterin im Stadtentwicklungsreferat und Sozialreferat der Stadt München. 1977 Gründung des Büro für Sozial- und Freizeitforschung.

Seit 1990 diverse Lehrtätigkeiten: 1990-1999 FB Tourismus an der FH München, 2001-2003 Laureatsstudiengang Tourismus der Freien Universität Bozen, 2001 Architekturfakultät der TU München.

Internetadressen: www.urlaubsarchitektur.de, www.designhotels.com, www.albergo-sessantino.it, www.almdorf.com

Hürden für cooles Design Materialien im Hotel

Peter Joehnk, Hamburg

Eigentlich ist die Auswahl von Materialien für Hotels ganz einfach: Sie müssen ultra neu und unbekannt sein, sie müssen teuer aussehen, aber sie dürfen natürlich fast nichts kosten und sie müssen vandalensicher sein. Zu begrüßen wäre außerdem, dass sie kratzfest und wasserunempfindlich sind, schnell zu reinigen müssen sie natürlich sein (denn Zeit ist Geld), rutschfest, schwer entflammbar, ökologisch und baubiologisch unbedenklich, und mindestens zehn Jahre lang ihr Aussehen unverändert beibehalten.

Was nun in der Überspitzung unlösbar erscheint, relativiert sich etwas, wenn man die verschiedenen Bereiche eines Hotels einmal

getrennt betrachtet und überlegt, wofür die Materialien genutzt werden sollen. Eine Fliese in der Küche muss nun einmal andere Eigenschaften aufweisen als eine in der Lobby, den Gästebädern oder im Schwimmbad.

Generell gilt: Ein Hotel ist ein öffentliches Gebäude und hier muss ein Gestalter ganz besonders darauf achten, dass Vorschriften, Verordnungen und Normen eingehalten werden – bezogen auf die Fliesen ist das natürlich die Rutschfestigkeit, beim Schwimmbad zusätzlich die Barfuß eignung und in der Küche der Verdrängungsraum auf der Fliese. (Wenn ein Gast ausrutscht und sich verletzt, prüft die Versicherung durchaus, ob sie sich das Geld beim Architekten holen kann.) Auch

die Arbeitsstättenrichtlinien sind (speziell in Deutschland) oft schwer in Einklang zu bringen mit der gewünschten Atmosphäre. Ist z. B. der Platz hinter der Bar ein permanenter Arbeitsplatz? Wenn ja, wird das geforderte Licht am Arbeitsplatz aus der Bar sofort eine Kantine machen, die mit 500 lx ausgeleuchtet sein muss (wie in einem Büro), während man in einer gemütlichen Bar eigentlich nicht mehr als 100 lx haben möchte.

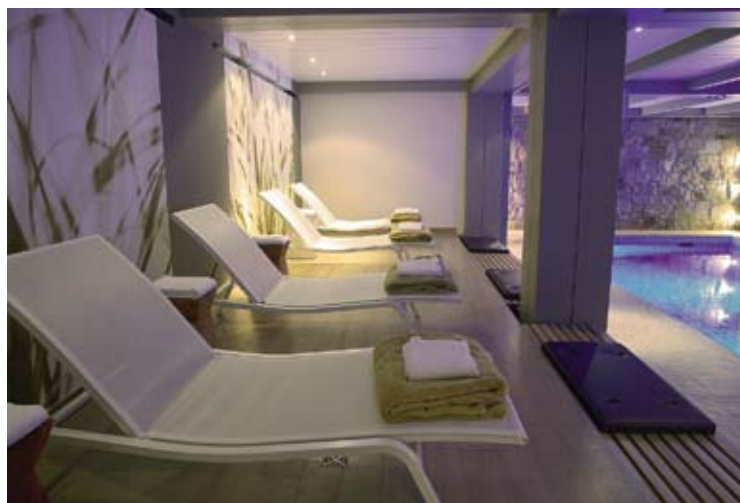
Für Möbel und Stoffe, Teppiche, Wandverkleidungen usw. gilt insbesondere auch der Brandschutz für Versammlungsstätten oder gar für Fluchtwege. Dass in Fluchtwegen gar nichts brennen darf (keine Brandlasten – also nur nichtbrennbare Materialien) ist eigentlich



Im Park Inn Hotel in Krakau integrierte JOI-Design die Hotelfarben auf einer von hinten beleuchteten Steele aus Glas hinter dem Ebenholzresen der Rezeption



Der Farb- und Materialmix in Restaurant und Bar des Park Inn Hotels in Krakau unterstreicht das junge, fröhliche Hotelkonzept



Das Traditionshotel Ritter in Durbach/Eifel wurde mit neuen Farben und Materialien in ein Designhotel umgestaltet

klar, zusätzlich müssen Materialien in den so genannten „öffentlichen Bereichen“ (Restaurant, Flure, Lobby, Konferenzräume, Bar, ...) schwerentflammbar sein (B1 DIN 4102 / EN 13501-1). In den Gästezimmern gibt es diese grundsätzliche Forderung zwar nicht (es sei denn in der Baugenehmigung wird dies extra gefordert), aber die großen Hotelketten dieser Welt haben alle ein oberstes Prinzip für ihre Gäste und das ist „Health and Safety“! Also auch wenn dies keine „deutsche“ Behördenauflage ist, so fordern amerikanische Hotelketten und Hotelketten, die gerne Amerikaner als Gäste hätten, in aller Regel schwerentflammbare Materialien in den Gästezimmern. Da letztere mengenmäßig den größten Anteil eines Hotels darstellen, will ich hier auch besonders auf die Materialauswahl eingehen:

Bodenbeläge

Die objekttauglichen Teppichböden aus Wolle (80/20) oder Polyamid sind in der Regel geprüft und haben ein Zertifikat, dass sie dem Brandschutz genügen. Zusätzlich sollten Teppiche im Objekt eine relativ „dichte“ Oberfläche aufweisen, so dass sich Schmutz nicht hineintritt, sondern von der Oberfläche leicht abgesaugt werden kann. Hierfür ist das Poleinsatzgewicht das wichtigste Indiz (je höher das Poleinsatzgewicht, desto besser). Dieses misst sich in g/m². Die meisten Hotelketten schreiben das Poleinsatzgewicht als Qualitätsmaßstab vor, wobei der Anspruch umso höher ist, je höher die Sterne-kategorie des Hotels ist.

In einfachen Hotels kann man mit 600 g/m² beginnen, es gibt aber auch Hotelketten, die das Doppelte fordern und zusätzlich darauf bestehen, dass der Teppich auf einer Filzunterlage gespannt wird, das ergibt dann das bekannte Luxushotelfeeling des Schwebens auf Wolken beim Gehen.

Aber Achtung: Wenn sowohl der Unterfilz als auch der Teppich ein B1 Prüfzeugnis haben, heißt das noch lange nicht, dass die beiden zusammen auch noch B1 zertifiziert sind! Bei Zimmern ist dies zwar kein Problem, weil nicht amtlich gefordert – in öffentlichen Bereichen ist dies aber regelmäßig ein Thema für den Brandschutzgutachter oder die Feuerwehr! Denn das B1 Zertifikat für den Teppich genauso wie das B1 Zertifikat für den Filz oder das Underlay gilt normalerweise nur für das fest verklebte Material auf einem Estrich. Beim Verspannen entsteht eine Luftschicht zwischen den Materialien, womit das Brandverhalten sich völlig ändert.

Um die Sichtbarkeit von Flecken auf dem Teppich zu reduzieren, hilft es ungemein, dunklere Farben und bunte, wilde Muster einzusetzen – auch wenn dies gängigen Design-trends völlig widerspricht.

Im Trend liegt Parkett als Bodenbelag im Zimmer – emotional vermittelt dies zwar weniger „Fußpilzgefahr“ für den Gast, aber Parkett hat gegen-über dem Teppich leider doch einige Nachteile: Parkett verkratzt und akustisch hat man sowohl mit dem Körperschall als auch mit dem Luftschall zu kämpfen.

Die Fliese, die in südlichen Ländern gerne auch im Wohnbereich der Gästezimmer verlegt wird, hat sich bei uns bisher nicht durchgesetzt – hauptsächlich weil sie kühl und vielleicht auch etwas steril wirkt.

Wände

Nicht nur die Wandoberfläche ist ein Thema des Hotel-Innenausbaus, sondern insbesondere auch die Konstruktion der Wände, denn auch hier fordern die Hotelketten zwischen den einzelnen Gästezimmern Schallschutzwerte wie bei Wohnungstrennwänden. Der Teufel steckt dabei oft im Detail, denn auch wenn die Zimmer aus wirtschaftlich funk-tio-

nen Gründen meistens gespiegelt geplant werden, dürfen sich Schalter und Steckdosen in den Zimmerwänden nicht genau gegenüber liegen, um den Schallschutz nicht zu zerstören.

Als Wandbeschichtung kommen zwar viele Materialien in Betracht, aber speziell im Hotelzimmer haben sich eigentlich nur Anstrich (mit oder ohne Glasfasertapete) und Vinyltapeten durchgesetzt. Anstriche lassen sich relativ einfach vom Haustechniker ausbessern und Vinyltapeten (mit Geweberücken) sind per se sehr robust und haben insbesondere den Vorteil, dass sie sich feucht abwischen lassen. Papiertapeten sind zu empfindlich und zu verschmutzungsanfällig, Holz-, Stein- Glasverkleidungen sind in der Regel zu teuer und müssen sich auf kleinere, besonders zu schützende Flächen (z.B. hinter dem Bett oder im Fußbereich des Schreibtisches) beschränken.

Möbel

Die klassischen „Kastenmöbel“ (Schränk, Nachttische, Schreibtisch, Minibarmöbel) eines Hotelzimmers werden meist aus Plattenmaterialien (in der Regel Holzwerkstoffen) individuell gefertigt (zumindest bei Hotels ab der 3-Sterne-Kategorie und einer Anzahl von mehr als 50 Zimmern). Als Oberflächen kommen dafür das klassische Furnier, Laminat, Vinylbeschichtungen, Lack, Bespannungen und sonstige Beschichtungen in Frage. Da die Möbel aber selbst wiederum einer hohen Belastung ausgesetzt sind, hat sich Laminat (z.B. auch mit individuellem Sonderdruck) und das klassische Holz-furnier (möglichst wasserfest lackiert) durchgesetzt. Besonders horizontale Flächen werden im Hotel extrem beansprucht, weil kein Gast sein verschüttetes Bier vom Nachttisch wegwischt, sondern es über Nacht dort „einwirken“ lässt!

Der Konzeptentwurf Organic Trace von Joi-Design vereint die weiße Skulptur aus LG-Hi-Macs die Funktionen von Bett, Schreibtisch und Badewanne (Präsentation im Rahmen der Hogatec 2008)



Fotos (4): Joi-Design

Ein völlig neues Material mit unglaublichem Spielraum in der Möbelgestaltung ist LG-Hi-Macs oder Corian – weil man es neben dreidimensionaler thermischer Verformung auch fräsen, schleifen, kleben und sägen kann. Noch ist das Material für den Serienmöbelbau zu teuer, aber auf Grund der unbegrenzten Gestaltungsmöglichkeiten hat Joi-Design schon häufiger Einzelmöbel (Tresen) oder den Prototyp einer Hotelzimmereinrichtung daraus formen lassen.

Die Polstermöbel sollten ebenfalls einen schwer entflammaren Bezug bekommen (Trevira CS, Wollstoffe oder Leder), wohingegen schwer entflammare Polsterschäume und Unterkonstruktionen bei Serienmöbeln fast nicht zu bekommen sind – damit ist die Feuerwehr üblicherweise aber sogar in den öffentlichen Bereichen einverstanden, obwohl Schwerentflammbarkeit gefordert ist.

Ein weiteres, ganz wichtiges Kriterium für Stoffe im Hoteleinsatz ist die Schmutzempfindlichkeit – auf dunklen, gemusterten Stoffen fallen Kaffeeflecken nämlich nicht so schnell auf, wie auf einem sonnengelben Uni-Stoff! Beim Sessel sollte übrigens die Armlehne aus Holz sein oder zumindest im vorderen Bereich einen Lederbesatz haben, denn auf Dauer hinterlassen die Hände von Tausenden von Gästen dort sehr unappetitliche Fettflecken auf dem Stoff, die nicht mehr beseitigt werden können. Gleiches gilt für gepolsterte Bettkopfteile, die möglichst aus abwischbarem Material hergestellt werden sollten, denn sonst hinterlässt die Frisur der vielen Gäste bald dunkle Flecken auf dem Stoff. Bei einem Lebenszyklus von ca. zehn Jahren ist dies leider unvermeidlich, rein rechnerisch sind dann ca. 3000 Hotelgäste durch das Zimmer geschleust worden.

Überhaupt ist die Strapazierfestigkeit und Pflegeleichtigkeit das Kriterium für Materialien

im Hotel – auch wenn sich bei Hoteliers zunehmend die Erkenntnis durchsetzt, dass man für den Gast baut und nicht nur für die Hausdame (und damit für einfachste Reinigung). Dennoch bleibt ein heller unifarbener Teppichboden der Luxushotellerie vorbehalten, wo sich die Gäste (vielleicht) besser benehmen, wo man mehr putzt und wo man schon einmal bereit ist, den Teppich nach zwei Jahren auszutauschen.

Strapazierfestigkeit ist oberstes Gebot

Leider vergessen Hotelgäste oft sofort nach dem Erhalt des Zimmerschlüssels ihre komplette „Kinderstube“: Da werden gerne die Schuhe mit der Gardine poliert oder die feuchte Wäsche auf dem Seidenlampenschirm getrocknet; der Nachttisch wird als Hocker ausprobiert, Koffer mit scharfkantigen Beschlägen werden auf dem Schreibtisch ausgepackt (und verkratzen diesen) und der Kaffeefleck auf dem Teppich wird anders als zuhause einfach ignoriert! Man duscht bei geöffneter Duschtür, überschwappendes Wasser aus der Badewanne darf aus dem Bad ins Zimmer laufen, und um die selbstschließende Tür mit zwei Koffern in der Hand noch zu passieren, stört es nicht, wenn die vorstehende Schnalle auf dem Türblatt ihre Spuren hinterlässt.

Zusätzlich gibt es viel zu viele Zeitgenossen, die der Auffassung sind, mit dem Übernachtungspreis die komplette Zimmereinrichtung gekauft zu haben. Fernseher und Bilder müssen diebstahlsicher befestigt werden, bei Kissen, Handtüchern und Bademänteln hilft nur täglicher Ersatz. Interessanterweise fehlen selbst in guten Hotels nach der Abreise der Gäste gelegentlich das Toilettenpapier oder die Glühlampe in der Schreibtischleuchte.

Aber auch das Personal, welches unter großem Zeitdruck und bei wenig Gehalt die Zimmer putzt, stößt mit großen Wäschewagen

die Ecken im Flur ab und im Zimmer knallt der Staubsauger gegen Möbelsockel und Fußleisten (daher bieten sich Teppichsockel an).

Die Kosten wurden noch gar nicht erwähnt. Da Hotels die Investition wieder erwirtschaften sollten und die Übernachtungspreise in Deutschland extrem niedrig sind, Baukosten und Personalkosten allerdings sehr hoch, sind die Einrichtungskosten eine extrem hohe Hürde für „cooles“ Design.

Das Wissen um all die schwierigen Faktoren des Hoteldesigns darf uns Gestalter von Hotels nicht davon abhalten, „nebenbei“ auch noch ein schönes Hotel abzuliefern. Hoteldesign ist ein Kompromiss innerhalb vieler Spannungsfelder. Das macht es doch aber auch fast zwangsläufig spannend! Oder?

Autor



Peter Joehnk, 1957 geboren in Kronach/Ofr. 1981 Diplom Innenarchitektur nach dem Studium in Kaiserslautern und Mainz, 1983 folgte der Abschluss des Fernstudiums zum Baubiologen, 1984 gründete er sein eigenes Büro joehnk. Interior Design in Hamburg. Seit 1982 ist er Mitglied im BDIA, als Delegierter vertritt er den BDIA im IFI, International

Federation of Interior Designers. 1997 wurde er als Member of chartered Society of Designers, MCSd, London aufgenommen, 1998 zum Professional des International Interior Designer Association IIDA gewählt. Seit 2000 gehört er zum Wettbewerbsausschuss der Hamburger Architektenkammer. Joehnk ist Geschäftsführer der JOI-Design GmbH in Hamburg. JOI-Design ist spezialisiert auf die Gestaltung von Hotels, Restaurants und Spa-Bereichen

Informationen: www.joi-design.com

Das Komponieren der Funktionsabläufe

Planung eines Maritim Kongress-Hotels

Markus Schützdeller, Bad Salzuflen

Seit 1969 ist die Maritim Hotelgesellschaft mbH auf das Segment Tagungs- und Kongress-hotels spezialisiert. Sie betreibt zurzeit 51 Kongresshotels im In- und Ausland.

Wer plant für Maritim?

Die Reinhardt und Sander Gesellschaft mbH Planung und Baubetreuung (R + S) ist eine Tochter der Finanzbau-Maritim-Unternehmensgruppe. Sie ist mit der Projektsteuerung und Planung der Architektur, des innenarchitektonischen Ausbaus und der technischen Gebäudeausrüstung beauftragt.

R + S ist für sämtliche Neubau- bzw. Renovierungsmaßnahmen des Hotelkonzerns zuständig. Das Know-how über Planung und

Realisierung von Kongress-Hotels (der Maritimgruppe) beruhen auf langjährigen Erfahrungen. Neueste Entwicklungen, die aus geänderten Ablaufprozessen in den Hotels, aus konstruktiven, ökologischen oder technischen Neuerungen im Bauwesen resultieren, haben dabei oberste Priorität.

Welche Anforderungen stellt der Hotelkonzern an die Planer bei der

1) Projektentwicklung?

Wirtschaftliche Planung mit maximaler Ausnutzung – „jeder Platz zählt“: in den Bereichen der Zimmeranzahl, der Sitzplätze für Konferenz und Gastronomie und der Pkw-Stellplätze.

2) Planung?

Möglichst stützenfreie Säle mit optimalen Sichtbedingungen, maximale Flexibilität bei der Bespielung der Säle und Foyerflächen, Tageslichteinfall in die Konferenzräume, Schaffung von direkten Verbindungen zwischen Küche und Großem Saal sowie Küche und Buffet-Restaurant. Trennung in „reine/unreine“ Bereiche. Optimierung der Ver- und Entsorgung mit separaten, für 40-Tonner-LKW geeignete Anlieferung bei Saalaufbauten.

3) Realisierung?

Hochwertige, pflegeleichte und langlebige Materialien und Oberflächen. Wartungsfreundliche Einbauten.



Der Kleine Saal bietet in Reihenbestuhlung Platz für 1 100 Personen



Großer Konferenzraum

Das Maritim Düsseldorf ist das größte Kongress-Hotel in NRW



4) Projektbegleitung?

Überprüfung der Energiewerte, Gas, Strom, Wasser, Vergleich mit Simulationen und Vor-ausberechnungen durch Überprüfungen über GLT Gebäudeleittechnik ggf. Optimierung.

5) Projektierung?

Bei der Projektentwicklung und Planung eines Kongresshotels können die Startbedingungen sehr unterschiedlich sein. Entweder geht es um einen Neubau oder um ein existierendes Gebäude, das eventuell sogar denkmalgeschützt ist. Da der Maritim-Konzern nur beste Lagen favorisiert, werden Gebäude auf der „grünen Wiese“ eher selten geplant.

Planungsparameter am Beispiel des größten Kongress-Hotels in Nordrhein-Westfalen

Das neu eröffnete Maritim Hotel Düsseldorf wurde als Ankerprojekt der so genannten Airport-City, einer Bürostadt in Flughafennähe auf einem 15900 m² großen Grundstück errichtet. Der Masterplan für das gesamte Flughafenareal gab die Rahmenbedingungen für die Bebauung vor.

Der Grundstückszuschnitt stellte eine große Herausforderung dar. Denn aus der Lage des Terminals D in der letzten Ausbaustufe des Flughafens einerseits und rechteckig zugeschnittenen Grundstücken für die Büroneubauten der Airport City andererseits ergab sich ein Dreieck als bebaubare Fläche. Die Kubatur des Hotelbaus wurde aus dem Masterplan vorgegeben. Die komplexe Bauaufgabe mit den Anforderungen, große zusammenhängende Flächen anzubieten, opti-

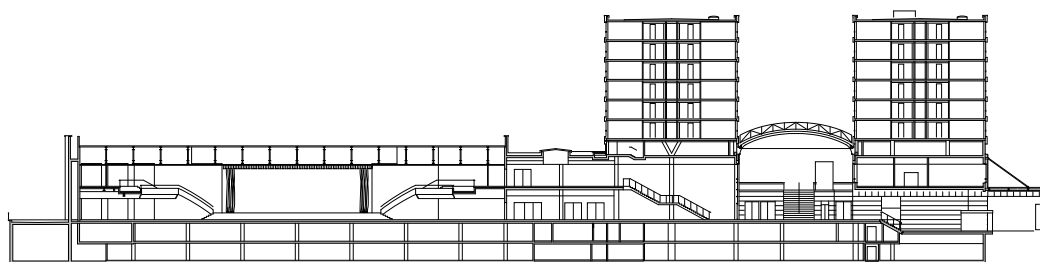
male Wegeverbindungen für die Betriebsabläufe zu schaffen und dabei das Fluchtwegekonzept einzuhalten sowie die Notwendigkeit einer wirtschaftlichen Planung, führt im Normalfall zu orthogonalen Grundrissflächen, die bei dem dreieckigen Grundstück nicht möglich waren.

Das Raumprogramm

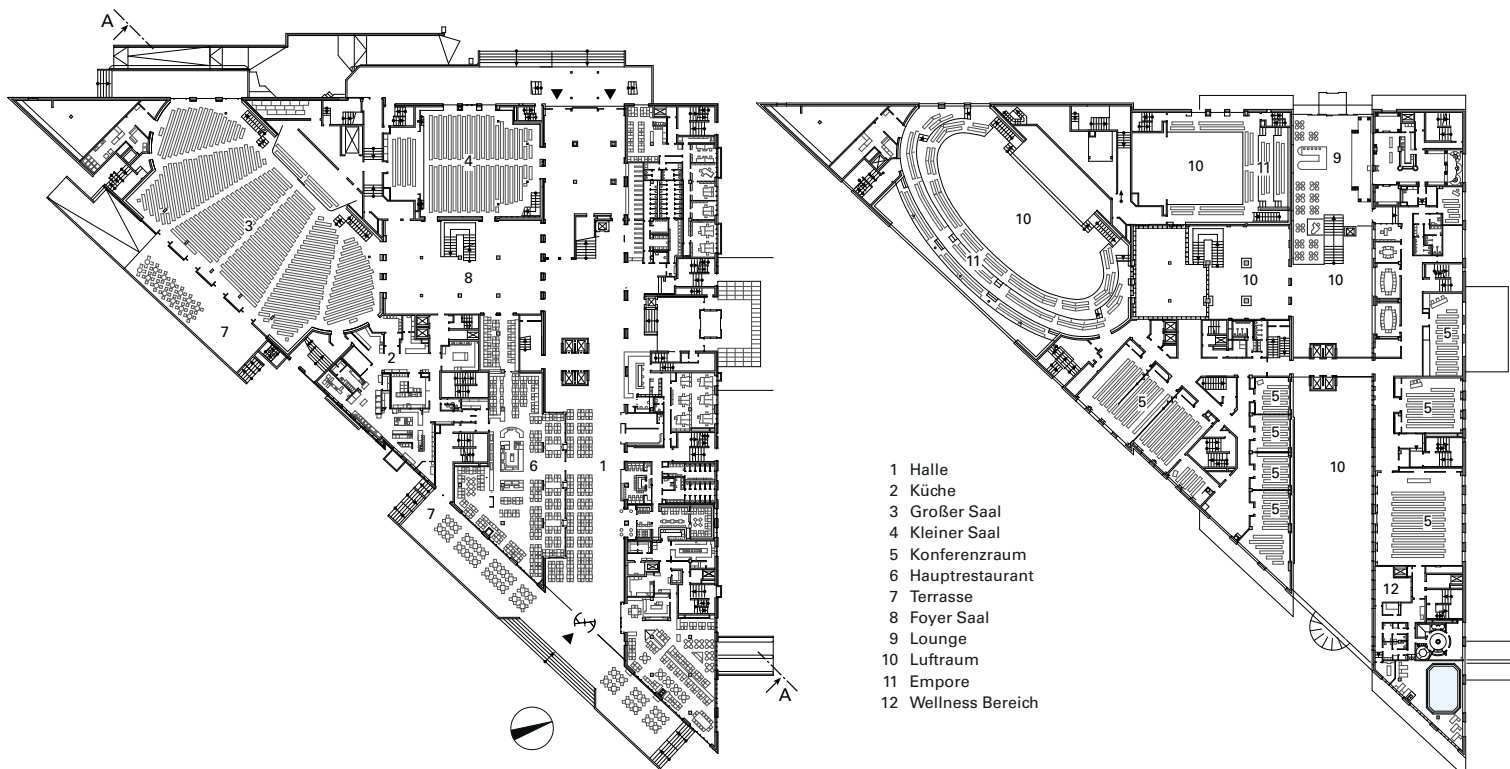
Am Anfang jeder Planung steht die Erstellung des Raumprogramms. Die für den Hotelbetreiber wichtigsten, da wirtschaftlich relevanten Kenndaten sind die Anzahl der Zimmer und Suiten, die Sitzplätze in den Sälen und Konferenzräumen, die Sitzplätze in den gastronomischen Bereichen und die Anzahl der Stellplätze. Dabei müssen die Zimmeranzahl, Sitzplätze und Stellplätze aufeinander abgestimmt sein. Beispielsweise muss bei vollständiger Auslastung des Großen Saals (2500 Personen) und weiterer Konferenzräume (ca. 1500 Plätze) die Essensversorgung gesichert sein. Die Restaurantkapazität (600 Personen) kann durch Hinzunahme von Flä-

chen des Foyers und des Kleinen Saals erweitert werden. Damit wird genügend Platz geboten, um zeitgleiche Tagungspausen zu bedienen – Im Tagungssegment „Konferenzräume und Säle“ kann das Hotel von bis zu 5000 Personen gleichzeitig genutzt werden. Die Küche und die dazugehörigen Lagerräume weisen entsprechende Kapazitäten auf: Die Hauptküche, die das Buffet-Restaurant versorgt, funktioniert auf einer Fläche von 670 m², die Nebenräume, incl. Personalumkleiden, sind auf 670 m² aufgeteilt. Die Bistroküche für das À-la-Carte-Restaurant und die Bierstube organisieren sich auf einer Fläche von 180 m², mit 90 m² Nebenräumen. Bei der Saal-Planung müssen noch weitere Flächen berücksichtigt werden, z. B. Flächen für Ausstellungen.

Die Anzahl der PKW-Stellplätze (450) in den Untergeschossen wurde unter Berücksichtigung des öffentlichen Personennahverkehrs und des Flugverkehrs berechnet. Damit sind Veranstaltung in einer Größenordnung von 5000 Gästen möglich.



Schnitt AA, M 1:1000



Grundriss Erdgeschoss, M 1:1500

Grundriss Obergeschoss, M 1:1500

Die Entwurfsplanung: Wegeführung

Die wichtigsten Verbindungen sind die zwischen der Hauptküche und dem Großen Saal einerseits und dem Buffet-Restaurant andererseits. Also beginnt der Entwurf mit der Verortung der Küche. Eine zentrale Lage erspart dem Personal dabei viele Wege. Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass das Personal nicht zu häufig im Gästebereich in Erscheinung tritt. Die Wegebeziehungen im „Back of the House“ müssen daher ebenso sorgfältig geplant werden.

Der Große Saal

Die Architektur und die Innenausstattung des Großen Saals sind von entscheidender Bedeutung, damit das Hotel bei den Besuchern in guter Erinnerung bleibt und mögliche Kunden angesprochen werden. So erzeugen Details wie Echtholzwandbekleidungen in Hochglanzqualität, Stützenfreiheit mit Hilfe filigraner Tragkonstruktionen, optimale Sichtbeziehungen von jedem Platz und Behaglichkeit über Quellluft einen hochwertigen Raumeindruck. Die Farbgebung des Saales eignet sich für Fernsehübertragungen. Entsprechende technische Vorrichtungen, wie Triax-Kabel und Stellplätze für Übertragungswagen mussten in der Planung berücksichtigt werden. Um den „Großen Saal“ gruppieren sich die großen Foyers, der „Kleine Saal“ und weitere Konferenzräume im Obergeschoss, wo sich auch die Galerien der Säle befinden.

Besonders wichtig ist bei allen Tagungsräumen das Tageslicht, da eine gut gelöste Belichtung das Wohlbefinden der Gäste steigert. Ein seitlicher Lichteinfall schafft die ideale Ausrichtung auf Vortragende oder auf die Leinwand. Oberlichter sind nur ein Kompromiss. Für die elektrischen Beleuchtungsanlagen wurden hier Beleuchtungsstärken von 300-500 Lux (dimmbare) eingesetzt.

Gastronomische Erlebniswelten

Im Erdgeschoss befindet sich ein kulinarischer Boulevard: Wie an einer „Straße“ reihen sich unter einer Glaspassage das Buffet-Restaurant, das À-la-Carte-Restaurant, die Sushi-Bar, die Düsseldorfer Altbierstube und die Bar auf. Der Gast soll im Maritim-Hotel in eine andere Welt eintauchen. Diese Erlebniswelten drücken sich in unterschiedlicher Innenausstattung aus. Allen gemein ist die Hochwertigkeit der verwendeten Materialien und die Zeitlosigkeit der Innenarchitektur. Dabei ist oberstes Ziel, dem Gast ein harmonisches Ambiente zu bieten, in dem er sich wohlfühlen kann.

Die Erschließung

Da die Gäste in Düsseldorf mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln anreisen, ist die äußere Erschließung vielfältig. So gibt es einen direkten Zugang auf die Abflugebene (+6 m) zum Flughafen. Im ausgebauten Stadium (Terminal D) liegt der Hotelzugang ca. 30 m

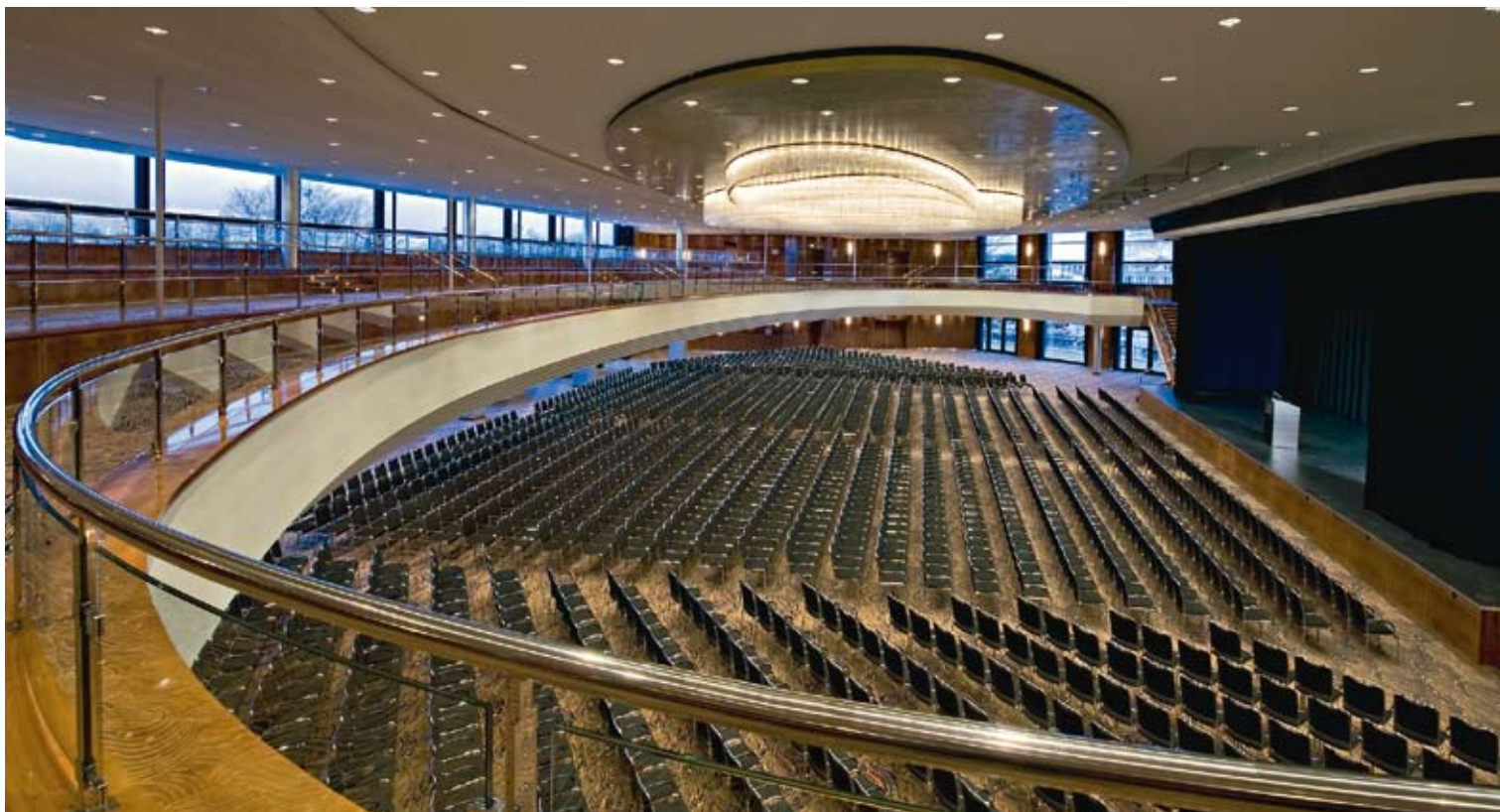
von der Flughafenhalle entfernt. Über diesen Weg kommen auch die Bahnfahrer vom Hauptbahnhof, Flughafenbahnhof und Sky-Train. Die Pkw-Anfahrt erfolgt über die Hotelvorfahrt. Hier sind auch Stellplätze für Taxen und Kurzparker zum Be- und Entladen. Die Fahrzeuge erreichen auf gleichem Wege die Tiefgarage.

Die Ver- und Entsorgung

Die Küchenanlieferung und die Müllentsorgung erfolgen auf der westlichen Gebäudeseite über eine Rampe im 1. Untergeschoss. Veranstalter können diesen Bereich ebenfalls nutzen, denn von hier ist die Bühne des „Großen Saals“ über einen Lastenaufzug zu erreichen (z. B. für Auto-Präsentationen). Eine weitere Möglichkeit für den Auf- und Abbau bei Veranstaltungen ist die Anlieferung auf Saalebene über eine Terrasse mit zugehöriger Rampe. Die Verkehrswege im Außenbereich sind für 40t-LKW ausgelegt, alle Decken im Gebäudeinneren sind für eine Belastbarkeit bis 5 kN/m², die Szenenfläche mit 10 kN/m² berechnet.

Das Technikgeschoss

Über dem zweigeschossigen Sockelbaukörper befindet sich eine Technikenebene und darüber beginnen die Bettengeschosse. Das ist in allen Maritim Hotels so, die von Reinhardt und Sander geplant wurden. Das Technikgeschoss dient dazu, die Ver- und Entsorgung



Im Großen Saal können bei maximaler Bestuhlung Veranstaltungen mit bis zu 2500 Gästen organisiert werden

der Bettengeschosse zu bündeln und zentral in die Untergeschosse zu führen. Außerdem sind hier die Lüftungsanlagen der darunterliegenden Konferenz- und Gastronomiebereiche untergebracht und den Hoteltechnikern somit problemlos zugänglich.

Der Wellnessbereich

Neben der allgemeinen, zentralen, vertikalen Verbindung über vier Glasaufzüge, ist es für den Gast möglich, den Wellness-Bereich mit Schwimmbad, Fitnessraum, Massageraum, Solarien und Saunen über einen separaten Aufzug zu erreichen, ohne öffentliche oder halböffentliche Bereiche kreuzen zu müssen.

Die Zimmer

Die Zimmer (533 Keys, bzw. über 1000 Betten) sind als Doppelzimmer und Suiten geplant. Hierbei sind variable Aufstellungen, als Twin- oder Doppelbett, möglich. Es gibt Verbindungstüren zwischen zwei Zimmern, z. B. als Familienzimmer oder für Behinderte mit Begleitperson. Kommen Großfamilien, gibt es die Option, mehrere Einheiten zusammenzuschalten. Aus den verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten ergeben sich eine Reihe von Anforderungen, die ein optimales Raumprogramm und damit höchstmögliche Wirtschaftlichkeit des Objektes zum Ziel haben.

Die Suiten und die Vip-Lounge

In exponierter Lage der Bettengeschosse sind

die Executiv-Suiten und die Vip-Lounge angeordnet. Den Höhepunkt bildet hier die Präsidenten-Suite mit großzügigem Eingangsbereich, von dem aus das Wohnzimmer und der Konferenzraum erschlossen werden. Zudem besitzt die Suite zwei Schlafzimmer mit jeweils einem großen Bad, sowie eine Sauna mit Blick auf die Start- und Landebahn des Flughafens.

Der Brandschutz

Da der Brandschutz – mit den entsprechenden Fluchtwegen und Treppenhäusern – bei Sonderbauten wie einem Kongress-Hotel großen Einfluss auf die Grundrissgestaltung hat, wurden ein Gutachter und die genehmigende Behörde schon frühzeitig in den Planungsprozess, also bereits in der Vorentwurfsphase (M 1:200) miteinbezogen.

Anhand von Fluchtwegszenarien wurden die Breiten der Flure und Treppen sowie der Fluchttüren festgelegt. Bestuhlungspläne wurden entsprechend der Versammlungsstätten VO erstellt, um die für den Verkauf relevanten, maximalen Kapazitäten nachzuweisen.

Die höchste Auslastung des Hotels, also die Situation, dass gleichzeitig alle Zimmer, Säle und Konferenzräume sowie alle gastronomischen Bereiche belegt sind, würde zu unwirtschaftlichen Forderungen im Hinblick auf die Fluchtwege führen.

Daher entwickelte man frühzeitig Szenarien und legte sie als Planungsgrundlage fest: Wenn z. B. der Große Saal belegt ist, wird der

Kleine Saal nur für das Bankett oder Ausstellungen im Zusammenhang mit der gleichen Veranstaltung genutzt. Das bedeutet, es handelt sich um die selben Gäste (Gleichzeitigkeitsfaktor). Das gilt auch für die Zimmerbelegung: Entweder ist der Gast im Zimmer oder im Restaurant oder im Saal. So ist niemals die gesamte Platzzahl anzusetzen. Jedoch hatte die Düsseldorfer Behörde hinsichtlich der Karnevalszeit ein besonderes Szenario: Der Gast bei der Prunksitzung ist nicht gleichzeitig ein Hotelgast. Für diesen Fall wurden alle Plätze – in Karnevalsbestuhlung – und alle Hotelzimmer als belegt bewertet.

Großen Wert legte man auf maximale Flexibilität, insbesondere bei den Foyerflächen für die Veranstaltungen. Für die Entfluchtungssimulation wurden als Berechnungsgrundlage zwei Personen pro m² Foyerfläche angesetzt. So sind Stehempfangs, Ausstellungen Pressebälle etc. möglich.

Die genehmigende Behörde forderte hinsichtlich des Brandschutzes Rauchsimulationen. Hierfür wurde ein Modell vom Großen Saal im Maßstab 1:7 gebaut und die Verrauchung sowie die gezielte Abführung des Rauches geprobt. Die Belüftung sollte nicht über Deckenluftauslässe mit den bekannten Zugnebenwirkungen realisiert werden, sondern über Quellluft aus den Wandelementen. Daher wurde am gleichen Modell eine Behaglichkeitsstudie erstellt. Das Hauptproblem bei großen Veranstaltungsräumen ist nicht die



Die gastronomischen Einrichtungen befinden sich im Erdgeschoss des Hotels. Boulevardartig reihen sich Restaurants und Bars aneinander

Erwärmung, sondern die Kühlung. Die Luft-Einblasgeschwindigkeit und -höhe ist deshalb eine wichtige Kenngröße für die Behaglichkeit. Auch hierfür wurden entsprechende Modelle im Maßstab 1:1 angefertigt und im Labor getestet.

Weitere Gebäudemodelle gaben Auskunft zur energietechnischen Optimierung, z. B. die Glasart für die großflächig verglasten Passagen und den gläsernen Verbindungsgang in den Bettenetagen vor den Aufzügen. Über diese Modelle wurden auch alle Anforderungen an die Haustechnik geklärt.

Der Schallschutz

Der Schallschutz ist ein Qualitätsmerkmal für Hotels der gehobenen Kategorie. Er erfordert eine intensive Planung von Details wie Bodenanschlüsse der Türen, Doppelfalzzargen oder Trennwandanschlüsse im Wand- und Deckenbereich.

Das Maritim Düsseldorf hält ein Schalldämm-Maß von R_w 49 dB ein; und zwar zwischen den Zimmern, vom benachbarten Bad zum Zimmer, von den Zimmern zum Flur (ohne Anrechnung der Tür), zwischen den Konferenzräumen und von den Konferenzräumen zum Flur (ohne Tür). Bei beweglichen Trennwänden wurden 42 dB und bei den Türen zu den Zimmern sowie Konferenzräumen ein Schalldämm-Maß von R_w 37 dB realisiert – im eingebauten Zustand.

An die Fensterkonstruktionen der Hotelzimmer und im Konferenz- und Tagungsbereich gab es aufgrund des Flug- und Verkehrslärms besondere Anforderungen. Hier betragen die Werte im eingebauten Zustand, je nach Lage zur Geräuschquelle, zwischen R_{wR} 41–42 dB.

Am Flughafen wurde außerdem ein Radargutachten erforderlich, das bei Baubeginn Einfluss auf die Baustelleneinrichtung, wie die Standorte und Höhen der Kräne nahm. Zusätzlich mussten die Fassadengestaltung und die Dachaufbauten mit den Vorgaben des Gutachtens abgestimmt werden. Dieses wurde über die Festlegung von Vor- und Rücksprüngen in der Fassade, bzw. der Materialwahl (z. B. Glasart) und deren jeweilige Flächenanteile erfüllt.

Die Akustik

Die Beschallungstechnik und die Akustik bestimmen ebenfalls die Entwurfs- und Detailplanung. Die Platzierung von Lautsprechern und anderer Technik in der Wand- und Deckengestaltung der festlichen Säle sollte für den Gast optisch kaum wahrnehmbar sein. Die übrige Medientechnik verschwindet im Fußbodenaufbau. Anschlüsse für Regiepultstandorte sind mit einer Vielzahl von Leitungen ausgestattet. Von dort aus ist jeweils die Bühnen- und Konferenztechnik zu bedienen. Die Raumakustik wurde bis zum kleinsten

Konferenzraum so optimiert, dass kein störender Nachhall auftritt. Einerseits hilft die elektroakustische Einrichtung, andererseits gibt es bauliche Maßnahmen.

Eine effektive und gestalterisch gute Lösung sind Resonatoren, die in Deckenrücksprünge (z. B. Lichtvouten) oder Wandnischen (z. B. Vorhangtaschen) integriert werden können. Diese sind preiswert und für den Gast nicht sichtbar.

Tageslicht und Verdunkelung

Für Hotelzimmer muss die Verdunkelung mindestens 95 % betragen. Ein Grund dafür ist, dass diese auch tagsüber zum Schlafen, beispielsweise für Flugbegleiter, geeignet sein müssen. Bei Tagungsräumen richtet sich die Verdunkelungsart nach der Qualität der eingesetzten Beamertechnik. Um die Veranstalter möglichst wenig einzuschränken, wurde im Maritim Düsseldorf auch in diesen Bereichen eine 95 % ige Verdunkelung vorgesehen.

Materialität und Corporate Identity

Das äußere Erscheinungsbild, also ein unverwechselbares Gebäude, das den Genius loci beachtet, ist für jeden Bauherren, Investor und Betreiber von großer Bedeutung.

In Düsseldorf wählten wir Planer eine Kombination aus rotbraunem Schwedischem Granit und sandfarbenem Portugiesischem Sandstein, gepaart mit großzügigen Vergla-

sungen. Das verleiht dem Gebäude eine hochwertige, unverwechselbare Identität an diesem Standort, das ein Bindeglied zwischen dem in Glas und Metall gehaltenen Flughafengebäude und den Stahl-Glas-Fassaden der Bürogebäude in der Airport-City darstellt. Eine entsprechend gestaltete Außenwerbung ist wichtig für die Auffindbarkeit und rundet das äußere Erscheinungsbild ab.

Langlebigkeit und einfache Handhabung

Bei der Ausführungsplanung und Ausschreibung spielen Qualität und Pflegeleichtigkeit der eingesetzten Materialien eine maßgebliche Rolle. Für alle Boden- und Wandoberflächen in Eingangshalle, den Foyers und öffentlichen Fluren kam nur Naturstein in Frage. In den Sälen, Konferenzräumen und gastronomischen Bereichen kommt ausschließlich Axminster-Teppich-Qualität zum Einsatz. An den Wänden verleiht Echtholz-Furnier, teilweise mit Hochglanzoberflächen, den Räumen entsprechende Eleganz. Bei extrem strapazierten Einrichtungen, wie zum Beispiel den Zimmerzugangstüren (Beschädigung durch Koffer) werden HPL-beschichtete Türblätter verwendet, die in streichfähige Stahlzargen eingebaut wurden. Das Dekor der Türblätter wurde abgestimmt auf den extra für dieses Bauvorhaben in Mailand im Furnierwerk aussortierten Kanadischen Ahorn der Tischlerarbeiten in den Zimmern, sodass der Gast den Unterschied nicht wahrnimmt.

Das Mobiliar der Zimmer erhielt strapazierfähige Stoffe, die Bezüge für die stark beanspruchte Saalbestuhlung weisen 50 000 Scheuertouren nach Martindale auf. Der Einsatz hochwertiger Materialien ist gerade bei stark ausgelasteten Hotels ein Muss. Langlebigkeit, die Möglichkeit einfacher und schneller Pflege spielen bei den Betriebskosten – neben den Technikkosten – eine immer größere Rolle. Sie tragen dazu bei, dass die Immobilie über Jahre hinaus kostengünstig bleibt.

Die Handhabung aller technischen Einrichtungen soll für den Gast – auch bereits beim ersten Besuch des Hotels – kein Problem darstellen. Lichtschalter werden in den Zimmern bedienerfreundlich angeordnet und auch in Tagungsräumen muss der Gast keinerlei Rätsel lösen, um sich allein zurechtfinden.

Bauzeit und Eröffnung

Die Bauzeit und der anschließende Gewährleistungszeitraum bedürfen noch einer besonderen Erwähnung: Diebstahl und Sicherung sind Themen, die gerade beim Hotelneubau nicht zu unterschätzen sind. Je größer die Maßnahme, desto unübersichtlicher und gefährdeter ist das Material. Wenn Einrichtungengegenstände wie extra angefertigte Badaccessoires, dekorative Leuchten oder sogar

Baumaterial wie z. B. seltener Granit oder Marmor entwendet werden, stellt die Wiederbeschaffung bis zur Eröffnung ein erhebliches Problem dar.

Deshalb wurde beim Maritim Düsseldorf eine Baustellenumzäunung mit einem Eingangstor mit Drehkreuz errichtet. Ein Wachdienst war Tag und Nacht im Einsatz. Besonders gegen Ende der Bauzeit, wenn die meisten losen, schnell zu entwendenden Materialien eingebracht werden, wurden die Intervalle der Bewachung deutlich verkürzt.

Während der Bauzeit gab es immer wieder interessierte Gruppen und Vertreter von Verbänden, die sich vorab über das Hotel und den Baufortschritt informieren wollten. Für den Verkauf war es wichtig, dass es während der Bauphase eine Möglichkeit zur Besichtigung gab. Deshalb organisierte das Verkaufsbüro Baustellenbesichtigungen, bei denen die Gäste, ausgestattet mit Sicherheitsausrüstungen, auf gesicherten Wegen über das Gelände geführt wurden.

Die bereits zu Beginn der Planung erstellten und immer wieder aktualisierten Visualisierungen halfen auch während der wichtigen Verkaufsphase. Dass diese Strategie aufging, beweisen die sehr frühzeitigen Kongressbuchungen.

Der Eröffnungstermin ist unumstößlich

In Düsseldorf war das Hotel ab dem Eröffnungstag nahezu ausverkauft. Bereits am dritten Tag fand die erste Tagung mit 1 800 Teilnehmern statt.

Da langfristige Buchungen zum Teil bereits zwei Jahre vor Eröffnung des Hotels verbindlich vorlagen (Veranstalter haben lange Vorlaufzeiten), hätte eine Verzögerung der Eröffnung einen immensen wirtschaftlichen Schaden dargestellt. Um das unbedingt zu vermeiden, wurde von Anfang an die Terminplanung mit höchster Priorität verfolgt.

Die möglichst mangelfreie Erstellung ist ein Muss. Nach der Eröffnung stellt die Mängelbeseitigung ein großes Problem dar, denn im laufenden Hotelbetrieb sind keine Lärm- oder sonstigen Belästigungen mehr möglich.

Im Laufe der Inbetriebnahme und im ersten Betriebsjahr zeigt sich, wie wichtig eine wartungs- und betreiberfreundliche Planung, die sorgfältige Detailplanung der einzelnen Bereiche und eine entsprechend hochwertige Materialauswahl ist.

Da die Planer von Reinhard und Sander als Teil der Maritim-Firmengruppe ständig, das bedeutet auch im laufenden Betrieb, mit den Belangen und Problemen in allen Hotels konfrontiert sind, ist die hochwertige, attraktive, aber auch mangelfreie und wartungsfreundliche Planung ihr oberstes Ziel.



Fotos: Maritim Hotelgesellschaft mbH

**Präsidenten-Suite im Maritim Hotel Düsseldorf:
Konferenzraum und Schlafzimmer**

Autor



Markus Schützdeller wurde 1963 in Gütersloh geboren. Von 1983-87 studierte er Architektur an der Gesamthochschule Paderborn, Abt. Höxter und machte dort sein Diplom (FH). Von 1988-91 studierte er an der Universität Hannover und schloss dort als Dipl.-Ing. ab. Von 1992-96 arbeitete er im Architekturbüro Kruse in Bielefeld an Wettbewerben und Realisierungen und von 1996-2000 bei der Aachener Baubetreuungsgesellschaft in Köln/Hamm an der Entwicklung und Projektsteuerung von Sozialbauten. Seit dem Jahr 2000 ist Schützdeller bei der Reinhardt und Sander Gesellschaft mbH Planung und Baubetreuung in Bad Salzungen beschäftigt. Er ist Geschäftsführer des Architektur- und Ingenieurbüros der Finanzbau Maritim Unternehmensgruppe im Bereich Hotelneubauten und -umbauten sowie Renovierungen.

architekturbüro Kruse in Bielefeld an Wettbewerben und Realisierungen und von 1996-2000 bei der Aachener Baubetreuungsgesellschaft in Köln/Hamm an der Entwicklung und Projektsteuerung von Sozialbauten. Seit dem Jahr 2000 ist Schützdeller bei der Reinhardt und Sander Gesellschaft mbH Planung und Baubetreuung in Bad Salzungen beschäftigt. Er ist Geschäftsführer des Architektur- und Ingenieurbüros der Finanzbau Maritim Unternehmensgruppe im Bereich Hotelneubauten und -umbauten sowie Renovierungen.

Sicherheit für den Gast Brandschutz im Hotel

Dr. Wolfram Krause, Würzburg

Der Sprinklerschutz in dem 5-Sterne-Hotel „Villa Kennedy“ erstreckt sich über den gesamten Gebäudekomplex: Die Gästezimmer, Ballsaal, Restaurant und Bar, Wellnessbereich bis zu den Wirtschaftsräumen und Tiefgarage verfügen über ein dichtes Netz aus 3450 Sprinklerköpfen

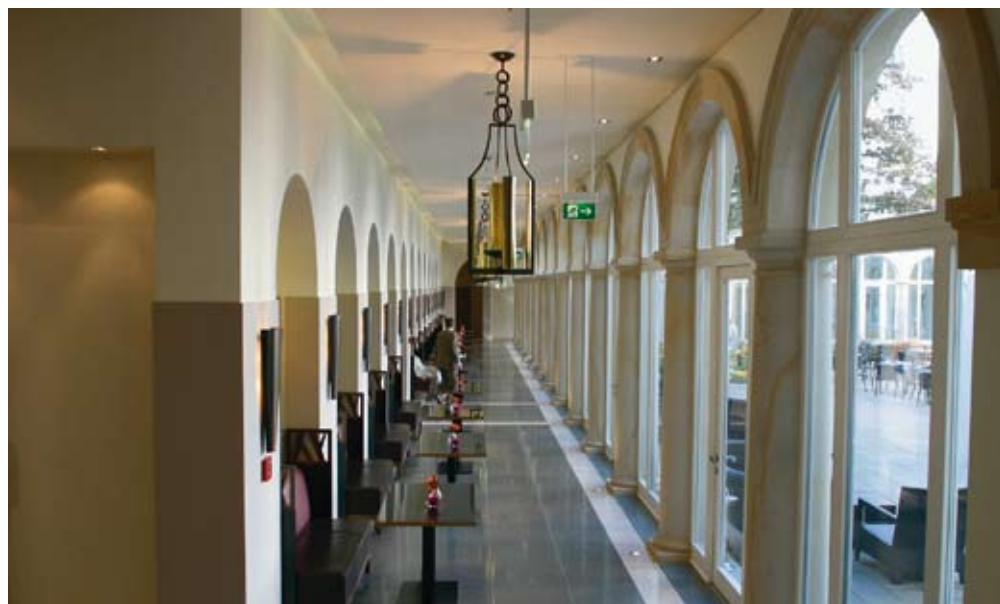
Man kann ihr keinen Vorwurf machen. So wie sie hätten sich wohl viele von uns verhalten: Das Zimmermädchen, das am 7. August 2005 gegen 4.48 Uhr in das Zimmer des Seniorchefs im Hotel Schloss Elmau rennt, will nur eines: Das Leben des 94-jährigen gehbehinderten Mannes retten. Seine Heizdecke war in Brand geraten. Dass sie sich in einem Hotel befindet, in dem 443 Gäste und Mitarbeiter schlafen, die ebenfalls in Lebensgefahr kommen könnten, realisiert die junge Frau in diesem Moment nicht. Auch nicht, dass in jedem der Hotelflure Feuerlöscher hängen. Der Einsatz eines Feuerlöschers hätte genügt, um den verheerenden Brand, bei dem ein Sachschaden in zweistelliger Millionenhöhe entstand, zu verhindern. Glück im Unglück: Es kam kein Mensch zu Schaden, obwohl die

Feuerwehr erst eine Stunde nach Ausbruch des Brandes zur Stelle war. In der Anfangs-panik hatte niemand daran gedacht, sie zu alarmieren. Erst als der Brand die geschlossene Zimmertür durchschlug, drang der Rauch in den Flur und löste dort einen automatischen Rauchmelder aus.

Dieses Verhalten in der ersten Panik ist typisch. Menschen rennen im Brandfall davon, anstatt die vorhandenen Löschgeräte zu bedienen und ein Ausbreiten des Brandes zu verhindern. Verantwortliche in Hotels und anderen Gebäuden mit hohem Publikumsaufkommen und großen Brandlasten müssen in solchen Situationen mit „menschlichem Versagen“ rechnen und sollten deshalb auf selbsttätige Löschanlagen setzen, damit die Gäste und Mitarbeiter gut behütet schlafen können.

Statistisch gesehen liegen die meisten Herde bei Hotelbränden in den Gästezimmern. Eine brennende Zigaretten im Bett, über der ein Gast einschläft oder die er leichtsinnig liegen lässt, sowie elektrische Defekte sind die häufigsten Brandursachen. Immer wieder gibt es Tote und Verletzte zu beklagen.

Auch in Deutschland gibt es zahlreiche Hotelbrände, allein im Juli 2009 kam es bei einem Hotelbrand im oberbayrischen Ainring zu einem Schaden von 400 000 €, in Velbert brannte ein leerstehendes Hotel (Sachschaden: 600 000 €) und in Walldorf starb am 20. Juli 2009 eine Hotelangestellte beim Brand des historischen Hotelgebäudes, der Sachschaden ging in die Millionen. Der Bundesverband Technischer Brandschutz e.V. (bvfa) mit Sitz in Würzburg schätzt, dass jedes zehnte der rund 13 000 Hotels in Deutschland im Laufe seines Betriebs einmal in Brand gerät. Wenn es soweit kommt, sind die Gesundheit und das Leben der Gäste in Gefahr. Außerdem wird meist nicht nur das Gebäude, sondern auch die Existenz der Besitzer dauerhaft zerstört. Denn nach einem Großbrand, das zeigt die Erfahrung, bleiben die betroffenen Hotels in der Regel für immer geschlossen.



Die „Villa Kennedy“ in Frankfurt wurde mit dem bvfa-Qualitätssiegel „Sprinkler Protected“ ausgezeichnet

Sprinkleranlagen – mehr als ein Zeichen guter Gastlichkeit

Viele Hoteliers und Gastronomen haben diese Gefahr längst erkannt und investieren in effektive Brandschutz-Maßnahmen. So wie für andere Gebäude mit Publikumsverkehr stellt eine Sprinkleranlage auch für Hotels die optimale Brandschutz-Lösung dar. Die einzelnen Sprinklerköpfe legen sich wie ein schützendes Netz über alle Räume – von der Empfangshalle über Restaurant oder Bar,



Bankettsaal und Gästezimmer bis zur Tiefgarage. Die Technik fügt sich dabei harmonisch in die Innenarchitektur ein – gediegene Ausstattung und moderne Sprinkler schließen einander keineswegs aus.

Selbst in historischen Gebäuden können moderne Sprinkleranlagen eingebaut werden. Das haben die Kempinski-Hotels Adlon in Berlin und das Taschenberg-Palais in Dresden bewiesen. Vorbildlichen Brandschutz auf höchstem Niveau bietet das Deluxe-Hotel „Villa Kennedy“ in Frankfurt, das 2007 mit der bvfa-Medaille „Sprinkler Protected“ ausgezeichnet wurde. Die im Jahre 1904 im neogotischen Stil erbaute Villa Speyer ist das Herzstück des Hotels. Drei neu erbaute Gebäude ergänzen das Schlösschen an der Kennedyallee. Alle Hotelgebäude samt der Tiefgarage wurden beim Um- und Neubau mit einer Sprinkleranlage vor den Brandgefahren geschützt. Insgesamt wurden 3450 Sprinklerköpfe eingebaut, davon dienen 843 dem Hohlraumschutz. Die Sprinklerzentrale befindet sich im zweiten Untergeschoss. Ein Vorratsbehälter mit 100 m³ Volumen und einer Nachspeisung aus dem öffentlichen Netz versorgt die Pumpanlage mit Wasser.

Aufgrund der denkmalgeschützten Bausubstanz mussten besondere Sprinklersysteme zum Einsatz kommen. Dr.-Ing. Mohammad Tavakkol-Khah, der mit seinem Wuppertaler Ingenieurbüro IBT für die Brandschutzplanung der „Villa Kennedy“ verantwortlich war, beschreibt die Herausforderungen: „Einige Räume des Hotels verfügen über wertvolle Stuckarbeiten und Holzvertäfelungen. Die Leitungsverlegung erfolgt in solchen Räumen durch die Wände. Die Anordnung von Sprinklern im denkmalgeschützten Deckenbereich

war ebenfalls nicht möglich. Hier wurden Seitenwandsprinkler eingesetzt.“ Wichtig war ein ganzheitliches Konzept für den Brandschutz, denn nur so konnte bei den bauhistorischen Gegebenheiten eine genehmigungsfähige Lösung erreicht werden. „Die automatische Löschanlage hatte im Fall der Villa Kennedy eine zentrale Bedeutung, um die Auswirkungen eines Brandes weitestgehend zu minimieren. Die hohe Zuverlässigkeit der Sprinkleranlagen vereinfacht die Akzeptanz solcher Konzepte bei Genehmigungsbehörden“, betont Mohammad Tavakkol-Khah.

Im Mai 2009 hat der bvfa auch das Maritim Hotel Dresden für seinen vorbildlichen Brandschutz ausgezeichnet. Auch dieses Hotel steht unter Denkmalschutz, es ist aus dem ehemaligen Erlweinspeicher entstanden. 328 Zimmer und 40 Suiten werden durch 4 500 Sprinkler, 6 Nass-Alarmventilstationen und 12 Strömungswächter geschützt. Trotz aller Auflagen, die der Denkmalschutz mit sich brachte, wurden im gesamten Haus die Kriterien des Brandschutzes beachtet.

Moderne Sicherheitstechnik bringt handfeste Wettbewerbsvorteile

Stichwort Akzeptanz: Gäste aus USA oder Japan akzeptieren fast ausschließlich gesprinklerte Hotels. Denn in Übersee ist der lebensrettende Brandschutzstandard in Hotels längst festgeschrieben. In den USA zum Beispiel besteht mit dem „United States Hotel and Motel Fire Safety Act“ seit 1990 eine bundeseinheitliche Regelung, die eine Ausstattung mit Sprinkleranlagen vorsieht. Darüber hinaus schreibt der Act die regelmäßige Herausgabe einer Hotelliste vor, die diese Brandschutzanforderungen erfüllen. Den Richtlinien entsprechen Hotels, die über eine Sprinkleranlage mit Sprinklerköpfen in jedem Hotelzimmer verfügen. Das Gesetz ordnet an, dass Mitarbeiter des Bundes auf Reisen in solchermaßen ausgestatteten Einrichtungen untergebracht werden müssen und der Bund nur in solchen Hotels oder Kongresszentren tagen darf, die den Richtlinien entsprechen. Für Europa, also auch für Deutschland bedeutet dies: Amerikanische Behördenvertreter, aber auch Mitar-

Effektive Brandschutzmaßnahmen im Hotel

- Einsatz von feuerhemmenden Baustoffen beim Innenausbau
- Einrichtung von Brandabschnitten, die ein totales Ausbreiten des Feuers verhindern
- Netz gekennzeichnete Fluchtwege, die im Brandfall eine schnelle Evakuierung ermöglichen
- Notstromversorgung, die bei einem Totalausfall der Elektrik die Fluchtwege beleuchtet
- Installation von leicht zugänglichen Feuerlöschern, die der Erstbekämpfung des Brandes dienen
- Einbau von automatischen Löschanlagen, die die Ausbreitung des Brandes verhindern
- Einsatz einer Brandmeldeanlage
- fachlich korrekte Ausbildung und Einweisung des Personals in die Brandschutzmaßnahmen

beiter großer US-Konzerne und Fluggesellschaften, übernachteten auch in Deutschland nur in gesprinklerten Hotels!

Der bvfa fordert seit langem eine bundesweit einheitliche Regelung ähnlich wie in USA, die für Gebäude mit Publikumsverkehr technische Brandschutzeinrichtungen zwingend vorschreibt. Technischer Brandschutz in diesem Sinne bedeutet die sinnvolle Kombination von aktiven Brandbekämpfungseinrichtungen mit baulichen Brandschutzmaßnahmen. Derzeit gilt im Allgemeinen, dass in Deutschland Sprinkleranlagen in Hotels nur in bestimmten Fällen, etwa wenn die Hochhausverordnung Anwendung findet oder aufgrund einer Auflage der Brandschutzbehörden, vorgeschrieben sind.

Dabei liegen die Vorteile einer Sprinkleranlage für Hotels auf der Hand: Der entscheidende Vorteil von Sprinkleranlagen besteht darin, dass sie den Brand nicht nur selbstständig erkennen und melden, sondern auch sofort bekämpfen und den entstehenden Rauch niederschlagen. Das ist aus zwei Gründen von entscheidender Bedeutung: Zum einen bleibt die Sicht frei, was Panikreaktionen verhindert. Zum anderen werden die für den Menschen giftigen Rauchgase gebunden, die zu Bewusstlosigkeit und Erstickungstod führen können. Dieses und die rechtzeitige Alarmierung durch die an die Sprinkleranlage gekoppelten Alarmglocken bewirken, dass Hotelgäste aus dem Gefahrenbereich fliehen und Rettungskräfte ungehindert vordringen können.

Jeder auftretende Brand wird von den Sprinklern gezielt gelöscht. Untersuchungen von Bränden in durch Sprinkler geschützten Gebäuden haben gezeigt, dass sich in 60 % aller Fälle nur ein einziger Sprinkler öffnet; in weiteren 20 % der Fälle sind es maximal vier.

Die Technik arbeitet dabei so präzise und zuverlässig, dass Fehlmeldungen praktisch ausgeschlossen werden können. Ergänzt durch eine Spezial-Löschanlage für besonders gefährdete Bereiche, wie die Hotelküche z.B., bieten Sprinkler, die sich mit geringem Aufwand auch nachträglich installieren lassen, höchstmöglichen Schutz vor einem Brand. Da der statistische Löscherfolg von Sprinklern bei über 98 % liegt, wird das nicht zuletzt von den Versicherungen mit beachtlichen Prämiennachlässen honoriert.

Technischer Brandschutz auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht: Falls eine Sprinkleranlage nur ein einziges Mal einen Großbrand verhütet, hat sie sich mit Sicherheit schon bezahlt gemacht. Und selbst wenn sie niemals in Funktion treten muss, sind auf Dauer die eingesparten Versicherungsprämien höher als die Investitionskosten.

Die etwas andere „Firewall“ für Serverräume in Hotels

Kein Hotel funktioniert ohne EDV. Hotelbetriebe können sich keinen Ausfall von Netzwerken, Servern, Lautsprechern oder Telefonanlagen leisten. Bei Schäden im IT-Bereich kann schnell die Existenz des ganzen Betriebes auf dem Spiel stehen. Das Brandrisiko in Serverschränken und Rechenzentren muss deshalb durch vorbeugenden und aktiven Brandschutz möglichst gering gehalten werden, damit die EDV verfügbar bleibt. Die „Villa Kennedy“ hat deshalb auch den Serverraum, in dem die gesamte EDV sowie die Beschallungsanlage untergebracht sind, mit einer Speziallöschanlage ausgestattet.

Für den Brandschutz im IT-Bereich gibt es ein vierstufiges Konzept: Baulicher Brandschutz bedeutet passive Brandvermeidung. Rauchansaugsysteme bemerken eine Brand-

entstehung zum frühest möglichen Zeitpunkt und sorgen für die Abschaltung der Brandquelle. Rauchmelder zeigen einen Brand zuverlässig an und automatisch auslösende Feuerlöschanlagen bekämpfen den Brand. Noch einen Schritt weiter geht die aktive Brandvermeidung, die durch die Reduzierung des Sauerstoffes die Brennbarkeit der Materialien senken lässt.

Ein feuersicheres Brandschott bietet passiven Brandschutz für Energiekabel bzw. Datenleitungen. Es verhindert, dass sich ein Brand in andere Abschnitte ausdehnen kann. Hochsensible Rauchansaugsysteme, die kontinuierlich Luftproben entnehmen und überprüfen, können ein überhitztes Kabel sicher detektieren. Sie sind sowohl im EDV-Bereich wichtig als auch in den oft mit Klimaanlage ausgestatteten Gästezimmern und Gastronomie-Bereichen von Hotels.

Das Restrisiko sichert eine Löschanlage, die den besonderen Anforderungen im IT-Bereich gerecht wird. Einerseits muss bei der Auslösung der Löschanlage eine Schädigung der EDV-Anlagentechnik durch das Löschmittel verhindert werden, andererseits hat der Personenschutz einen hohen Stellenwert. Zum Schutz wichtiger Unternehmensbereiche, wie Rechenzentren und Serverschränken, stellt das Löschen mit Gasen die optimale Lösung dar, weil durch die Löschmitteleinbringung selbst kein zusätzlicher Schaden entsteht. Die Löschung mit Löschgasen wie Stickstoff, Argon oder chemischen Gasen erfolgt rückstandsfrei, so dass technische Anlagen funktionsfähig bleiben.

Brandschutz in Hotels ist Systembrandschutz

Im Hotel Schloss Elmau gab es neben Feuerlöschern und einer Brandmeldeanlage auch



Der Serverraum der „Villa Kennedy“, in dem die gesamte EDV und die Beschallungsanlage untergebracht ist, wurde mit einer Speziallöschanlage ausgestattet

Fotos (3): bvfa e.V.

Informationen zur Rechtslage in Deutschland
Empfehlung 86/666/EWG des Rates vom 22. Dezember 1986 über den Brandschutz in bestehenden Hotels [Amtsblatt L 384 vom 31.12.1986]
Ziel: Sicherstellung eines Mindestsicherheitsniveaus für sämtliche Hotels in den Mitgliedstaaten der Gemeinschaft.
Muster-Beherbergungsstättenverordnung (M-BeVO) – Fassung Dezember – 2000; Mustervorschriften der ARGEBAU (Bauministerkonferenz)
Ziel: die Musterbauordnung stellt die Grundlage dar für die in der Gesetzgebungskompetenz der Länder liegenden Landesbauordnungen und der auf dieser Rechtsgrundlage erlassenen Sonderbauverordnungen
Brandschutzkonzept für Hotel- und Beherbergungsbetriebe; Richtlinien für die Planung und den Betrieb, VdS 2082 : 2003-02
Ziel: allgemeine Anregungen und Anleitungen für einen wirksamen Brandschutz zu geben und diese auf die individuellen Gegebenheiten der Betriebe abzustimmen; www.vds.de
Brandschutz im Hotel – Eine Informationsschrift der BG Nahrungsmittel und Gaststätten Mannheim; zu beziehen über www.bgn.de
Ziel: Unterrichtung der Mitarbeiter über richtiges Verhalten im Brandfall
Im Allgemeinen gilt, dass in Deutschland Sprinkleranlagen in Hotels nur in bestimmten Fällen (z.B. Hochhausverordnung) oder aufgrund einer Auflage der Brandschutzbehörden vorgeschrieben sind.
Zum Vergleich: Informationen zur Rechtslage in USA
Der United States Hotel and Motel Fire Safety Act of 1990 (PL Public Law 101-391) wurde vom Kongress eingebracht, um durch bestmöglichen Brandschutz in Hotels Leben zu retten und Eigentum zu sichern. Der Kongress erachtete das Gesetz als notwendig, da in den letzten 5 Jahren davor mehr als 400 Amerikaner bei Hotelbränden umgekommen waren. Den Richtlinien entsprechen Hotels mit einer Sprinkleranlage mit Sprinklerköpfen in jedem Hotelzimmer. Hotels mit weniger als drei Etagen sind von dieser Regel ausgenommen. Das Gesetz ordnet u. a. an, dass Mitarbeiter des Bundes auf Reisen in solchermaßen ausgestatteten Einrichtungen untergebracht werden müssen und der Bund nur in solchen Hotels/Kongresszentren tagen darf, die den Richtlinien entsprechen. Die amerikanischen Bundesbehörden erhalten regelmäßig Listen mit Hotels, die diese Forderungen erfüllen.
Amerikanische Behördenvertreter, aber auch Mitarbeiter großer US-Konzerne und US-Fluggesellschaften übernachteten auch in Deutschland nur in gesprinklerten Hotels.

gut ausgebaute Fluchtwege. Was fehlte: Trotz vieler Umbaumaßnahmen gab es in dem denkmalgeschützten Gebäude keine Brandmauern und somit auch keine Brandabschnitte, obwohl sie in den Bauplänen eingezeichnet waren.

Baulicher Brandschutz mit Fluchtwegen, Brandmauern und der Verarbeitung von brandabwehrenden Materialien ist das Fundament, auf dem der technische Brandschutz mit Sprinklerlöschanlagen, Feuerlöschern, Brandmeldeanlagen, Rauchansaugsystemen und weiteren Ausstattungen seine Effizienz entfalten kann. Dazu kommt gerade in Gebäuden mit hohem Publikumsaufkommen die Bedeutung des organisatorischen Brandschutzes. Die Schulung der Mitarbeiter für den Brandfall, Flucht- und Rettungspläne sowie der gute Kontakt zur Feuerwehr und die regelmäßige Wartung der Brandschutzanlagen gehören dazu.

Autor



Dr. Wolfram Krause, 51 Jahre alt, studierte Jura an der Universität Konstanz und wurde dort auch promoviert. Seine Tätigkeit im bvfa – Bundesverband Technischer Brandschutz e.V. begann er 1990 als Assistent der Geschäftsleitung. Seit 1994 ist er Geschäftsführer des bvfa, des größten

Wirtschaftsverbandes für den vorbeugenden technischen Brandschutz in Deutschland. Er betreut seit 2006 auch das Generalsekretariat des europäischen Dachverbandes EUROFEU. Dr. Krause ist Mitglied in zahlreichen Fachgremien der Branche.

Informationen: www.bvfa.de



Sommerfrische und Meerblick

Das Kurhaus-Hotel ist der älteste Seebadbau in traditionsreichen Travemünde. Das geschichtsträchtige Gebäude wurde vom Lübecker Architekten Helmut Riemann einfühlsam saniert und durch einen Anbau mit umfangreichem Wellness-Bereich ergänzt. Im August 2005 wurde der Komplex als 4-Sterne Hotel wiedereröffnet. In der Spa-Anlage stehen sieben verschiedene Saunabereiche zur Auswahl, dazu Eisgrotte, Kneipp- und Tauchbecken und ein Räume für das umfangreiche Sport- und Wellnessprogramm. Das A-Rosa in Travemünde ist derzeit das modernste Thalasso-Zentrum in Deutschland. Für die Badgestaltung und die Ausstattung des Spa-Bereichs setzte der Architekt auf zeitloses Design von Duravit. Für das Wasserparadies des Spa wurde die Badewannenserie Starck X gewählt. Die freistehenden Wannen, minimalistisch in der Form, werden von einem holzverkleideten Wassergraben gerahmt, der das überfließende Nass aufängt und eine wohliche Wärme in die Räume bringt.

In den Badezimmern des Altbaus wurden Waschtische der Serie Happy D. mit dem schwarzweißen Fliesenmuster des Fußbodens kombiniert. Im Neubau passen sich die schlichten Waschtische der Serie Architec gut in das reduzierte Einrichtungskonzept und bilden einen gelungenen Kontrast zu den farnefrohen Wandmalereien



Einklang mit den Elementen

In der Linsberg Asia Spa Therme Hotel in Bad Erlach südlich von Wien setzt man auf fernöstliche Traditionen und ein individuelles Hotelkonzept. Innenarchitektin Cornelia Markus-Diedenhofen und ihr Team aus Reutlingen kombinierten hochwertiges europäisches Design mit asiatischen Einflüssen und schufen ein außergewöhnliches Wellness-Refugium. In den Suiten bildet das Bad den gestalterischen Höhepunkt. Eine große, kreisrunde Öffnung in der Wand stellt die Verbindung zum Schlafraum her. Eine besondere Rolle spielte auch die Auswahl der Armaturen: Der verchromte Einhebelwaschtischmischer aus der Zusammenarbeit des französischen Designers Jean-Marie Massaud und Axor, der Designermarke der Hansgrohe AG, passt perfekt in das Gestaltungskonzept. Mit seiner asymmetrisch versetzten Fläche wird er zur skulpturalen Ablage, aus der sich das Wasser in einem natürlichen breiten Schwallstrahl wie aus einem Bach in die Waschschißel ergießt.

Der exklusiv ausgestattete Thermal-Spa-Bereich wird aus einer Heilquelle gespeist und bietet auf 15 000 m² neben einem Fitnessraum unterschiedlich thematisierte Sauna-Zonen. Ruhebereiche und acht Wasserbecken laden zum Relaxen ein

Hansgrohe AG
77761 Schiltach
Fax: 07836/ 511300
info@axor-design.com
www.axor-design.com



Teppichböden erzählen Geschichten

Die Teppiche im Arcotel John F in Berlin erzählen auf die jeweiligen Räume abgestimmte unterschiedliche Geschichten. Das Grundmuster, die Grundstruktur leitet sich vom Marmorboden der Kolonnaden des Weißen Hauses ab. Die erdigen Farben sind auch in den Möbeln wieder zu finden und stehen mit ihnen in einer harmonischen Verbindung. Technische Fortschritte bei der Produktion ermöglichen heute schon nahezu grenzenlose Möglichkeiten der Gestaltung. Wo früher der Rapport sehr enge Grenzen setzte, sind heute Flächen von 5 m Breite mit fast unbegrenzter Länge möglich, ohne dass sich ein Muster wiederholt. Auch Unikate, wie zum Beispiel Schriftbilder, sind machbar. In den Gängen und Seminarräumen hat der Planer als unaufdringliche Zusatzinformation die Namen wichtiger Museen und anderer Sehenswürdigkeiten Berlins eingearbeitet. So können sich Besucher mittels dieser Informationen anregen lassen, in der Stadt z. B. den Reichstag oder das Schloss Charlottenburg zu besuchen.

Das der Natur nachempfundene unregelmäßige und lebhaftes Erscheinungsbild des Steins auf dem Teppich und das Umkehrerlebnis, dass das Abbild eines Marmorbodens auch weich sein kann, bleiben nachhaltig in Erinnerung

Maltzahn GmbH
48301 Nottuln
Tel.: 025 02/23 13-60
www.maltzahn-carpet-innovation.com



Zum Hinhören

Die Besitzer des Hotels Villino, Sonja und Reiner Fischer, wünschten sich für die Beschallung der Hotellobby und des Restaurants eine ganzheitliche Lösung. Mögliche Standorte für die Unterbringung unsichtbarer Lautsprecher wurden durch purSonic geprüft. Aus konstruktiver und bautechnischer Sicht kam hierfür die Dachkonstruktion in Frage. Die Soundboards (pro Raum drei Stück mit je 20 W) wurden in der Dachkonstruktion (auf der Schalung) mechanisch befestigt. Somit erfolgt die Beschallung über die Sichtholzschalung im Dach der Restaurants und der Lobby. Das Ergebnis: Gleichmäßige, diffuse Hintergrundbeschallung an allen Stellen der Räume. Das System ist wartungsfrei und über eine zentrale Bedienstelle an der Rezeption können alle Räume angesteuert und geregelt werden. Die Gäste haben bereits positiv reagiert. Ähnliche Anwendungen wurden auch in anderen Hotels in Wellnessbereichen, Konferenzräumen, Empfangsbereichen etc. realisiert.

Im Zuge eines Hotelenerweiterungsbaus wurde ein neues Beschallungskonzept umgesetzt. Gelöst wurde das Problem mit Pursonic Flächenlautsprechern, die hinter Oberflächen montiert, das Material zum Schwingen bringen und so den Schall im Raum verteilen

Puren GmbH
8662 Überlingen/Bodensee
Tel.: 07551/8099155
www.puren.com



Café-Lounge Stilechter Genuss

Die Multimedia-Café-Lounge ist ein Café-Modul mit einer Stellfläche von 1,20 m² und einer Sitzfläche für zwei Personen. Das Modul produziert Kaffeespezialitäten und ist ausgelegt für ca. 100 Tassen am Tag. Korpusmöbel und Sitzbank sind in verschiedenen Farben und Materialien erhältlich. Außerdem sind dazugehörige Sessel und Loungetische optional erhältlich. Einsatzgebiete sind Wartebereiche, Einzelhandel, Hotels, Einkaufszentren, Messen, Kliniken, Bahnhöfe, Flughäfen, Foyers, Banken, Versicherungen oder Fitness-Clubs. Das Geiselbacher Unternehmen bietet für Architekten, Objekteinrichter, Planungsbüros und Privatkunden einen umfangreichen Leistungskatalog Innenausbau an. Schwerpunkt bilden hier die Schrank- und Trennwandsysteme, deren Einsatzgebiete vor allem Büro-, Bank- und Praxiseinrichtungen sind. Laut Hersteller wird durch die eigene Produktion am Standort Deutschland ein durchgehend hochwertiges Fertigungsniveau der Produkte gewährleistet. Auch individuelle Anforderungen – beispielsweise in Gastronomie und Ladenbau – werden von Goldbach Kirchner realisiert.

Goldbach Kirchner raumconcepts GmbH
63826 Geiselbach
info@goldbachkirchner.de
www.goldbachkirchner.de



Luxuriöse Teppichböden

Es gibt Plätze auf dieser Welt, die sind nicht von dieser Welt: die Grand-hotels der Metropolen, die Luxusquartiere der schönsten Städte. Für diese Gebäude entwickelte Vorwerk mit dem Textildesigner Ulf Moritz erstmals eine Luxuskollektion, die Axminster Hotel Collection „Castello“. Die Hotel-Kollektion wird von samtweichen Oberflächen, einem luxuriösen Volumen und einer dichten Struktur geprägt, die bis zu 2400 g/m² schwer ist. Gewebt werden die Luxusteppiche der „Castello“ aus Garnen mit einem Schurwolle-Anteil von 80 %. Die Teppiche werden in drei Produktqualitäten für die unterschiedlichen Nutzungsflächen in Hotels angeboten – von der Lobby bis zur Luxussuite. Kreiert wurde diese Kollektion in 300 edlen Farbvariationen und sechs verschiedenen Themenwelten: „Point“ setzt auf die Farbwelt „schwarz/weiß“, kombiniert mit Punkten, Kreisen und Wellen, „Gobelin“ setzt mit seinen Farben und Formen auf Opulenz und aristokratischen Luxus im britischem Stil und „Villa“ beinhaltet spielerisch verstreute Ornamente und heitere Farben. Weitere Themenwelten sind „Glencheck“, „Rococo“ und „Palais“.

Vorwerk & Co. Teppichwerke GmbH & Co. KG
31785 Hameln
presse@vorwerk-teppich.de
www.vorwerk-teppich.de



Stilsichere Kollektion

Die neue Kinnasand Kollektion „Signals 09“ setzt laut Hersteller durch eine intensive Auseinandersetzung mit Materialqualität, durch Stilsicherheit und einen kreativen Umgang mit verschiedenen Herstellungsverfahren eindeutige „Signale“ gegen bloße konsumorientierte Beliebigkeit. Basierend auf der Designstrategie von Kinnasand stehen bei der aktuellen Textil-Kollektion „Signals 09“ eine klar definierte Formsprache und die spielerische Kombination neuartiger Materialien mit textilen Techniken im Zentrum. So kontrastieren dichte Gewebe mit Transparenz, schimmernde Metallgewebe sowie natürliche Leinen- und Baumwollmischungen zeigen ihren spezifischen Charakter. Leuchtende Farben werden mit erdigen Tönen zu überraschenden Farbklangen kombiniert. Bei dem zu dieser Serie gehörenden Element Textile Meta fügen sich farbig schimmernde Oberflächen der neuen Ausbrenner-Qualität mit Stahlgewebe zu einem geometrischen Dessin.

Kinnasand GmbH
26655 Westerstede
kinnasand@kinnasand.com
www.kinnasand.com



Gradlinig

Mit System 800 bringt Hewi eine neue Generation von Sanitär-Accessoires auf den Markt. Die gradlinige Form von Phoenix Design ist eine formale Weiterentwicklung mit zeitgemäßen Retro-Anleihen zu spüren. Für den universellen Einsatz im hoch frequentierten Objektbereich eignen sich die Produkte wegen ihrer Anwendungsvielfalt in den Bereichen Waschtisch, WC und Dusche/Wanne und dem selbstverständlichen Einsatz einer barrierefreien Ausstattung.

HEWI Heinrich Wilke GmbH
34442 Bad Arolsen
info@hewi.de
www.hewi.de



Farbe im Bad

Durch die richtige Farbe wird das Bad zu einer ganz persönlichen Oase. Keuco ermöglicht mit den „Colorboards“ aus Glas einen breiten farblichen Gestaltungsspielraum. Die Boards sind auf Wunsch in jeder RAL-Farbe erhältlich. Das rückseitig lackierte Sicherheitsglas ist 10 mm dick, temperaturbeständig und weist erhöhte Schlag- und Stoßfestigkeit aus. Die Breiten der „Colorboards“ werden nach individuellen Maßen gefertigt.

Keuco GmbH & Co. KG
58675 Hemer
info@keuco.de
www.keuco.de



Der Architekten-wintergarten

Wir bauen den Wintergarten nach Ihren Plänen. Wirtschaftlich mit Aluminium-Systemprofilen, mit intelligenten Klima- und Sonnenschutzsteuerungen in moderner Ausführung oder als viktorianische Orangerie. Sprechen Sie mit uns – den Wintergartenexperten.

Festenbergstrasse 7 | 40231 Düsseldorf
www.franzen-wintergarten.de | Tel 0211 - 92529870
info@franzen-wintergarten.de | Fax 0211 - 98914391

FRANZEN
WINTERGARTEN
Franzen Wintergarten und Alubau GmbH



Federndes Stuhlmodell

Hinter dem Stuhlmodell WK 790 von Prof. Stefan Heiliger verbirgt sich der Wunsch des Designers nach absoluter Reduktion. Elegant und schwungvoll werden Sitz, Armlehnen, Rücken und Fuß aus einem Band gezeichnet. WK 790 tritt auf als markanter Solist und setzt in jedem geradlinigen Ambiente einen interessanten Kontrast. Ebenso lässt sich das Designerstück am Esstisch platzieren – dabei bieten die große Sitzbreite und der Drehfuß den Komfort, sich nach Belieben gerade oder quer zu setzen. So ungewöhnlich wie die Form ist auch das Sitzgefühl. Da die Sitzfläche über die Armlehnen mit dem Rücken verbunden ist, gibt sie beim Hineinsetzen federnd nach. WK 790 ist in ca. 50 Stofffarben, mit ca. 20 verschiedenen Lederbezü-

gen oder Microfaser erhältlich und steht auf einem verchromten Drehfuß. Die Sitzhöhe dieses Stuhls beträgt 47 cm. Das prägnante Äußere überzeugte die Pinakothek der Moderne in München schon vor der Serienreife: Sie erwarb einen Prototyp des neuen Heiliger-Klassikers für ihre Designsammlung.

Wk Wohnen
63303 Dreieich
info@wkwohnen.de
www.wk-wohnen.de



Raum in Raum

Alcove ist mehr als nur ein Sofa, auf dem man sitzen kann. Mit seinen weichen Sitzpolstern und den flexiblen Rückenpaneelen schafft das Sofa einen intimen Ort. Zwei Personen können sich, an die Seitenwände gelehnt, gegenüber sitzen. In der Sofanische entsteht ein ganz eigenes Raumgefühl mit einer gedämpften Akustik. Bei dem Alcove Highback wurden die Seiten- und Rücken-paneelen weiter erhöht, sodass sie die Kopfzone eines darin sitzenden Menschen überragen. Konzipiert wurde das Sofa ursprünglich für den Einsatz im Office- und Objektbereich, kann aber auch für die private Wohnung eingesetzt werden. Es bietet sich hier vor allem in größeren und besonders für visuell exponierten Räumen an.

Vitra AG
CH-4127 Birsfelden
info@vitra.com
www.vitra.com



Aus drei mach eins

Soho ist ein Polstermöbelsystem von May aus drei Elementen. Die Stofffarben des Kunstleders können der Innenarchitektur des auszustattenden Raumes angepasst werden. Die einzelnen Elemente lassen sich einfach zu einer Reihe verbinden. Das Gestell besteht aus einem aluminiumfarbenen, pulverbeschichteten Vierkantrrohr. Die Sitzhöhe dieses Polstermöbelsystems entspricht 40 cm. Das Familienunternehmen entwickelte sich mit stetig wachsendem Marktanteil zu einem der Spezialisten für Gastronomie- und Hotellermöbel. May ist eine der ersten Marken, die Restaurants und Bars als Ganzes wahrgenommen hat und deren Möbel nicht nur das Gesamtkonzept eines Objektes unterstützen, sondern sogar prägen.

H. May KG
31275 Lehrte
info@may-kg.de
www.may-kg.de



Nachleuchtende Aluminiumfläche

Sie befinden sich in einem Fahrstuhl und plötzlich ist Stromausfall! Wie leicht kommt es in der plötzlichen Dunkelheit zu panischen Reaktionen und Unfällen. Für solche sicherheitsrelevanten Anwendungen wurde Luminal entwickelt. Das im Bandbeschichtungsverfahren lackierte Aluminiumblech mit nachleuchtender Beschichtung gibt auch nach einer Stunde noch so viel Licht ab, dass man sich im Raum problemlos orientieren kann. Als Beschichtungsvariante wird eine Oberfläche mit besonders hoher Kratzfestigkeit für den Einsatz in stark frequentierten Bereichen wie z. B. U-Bahn-Stationen und Unterführungen angeboten. Die Bleche sind witterungsbeständig, nicht brennbar (A1 zertifiziert nach EN 13501) und können auch mit vielen gängigen Verfahren bedruckt oder überlackiert werden.

Novelis Deutschland GmbH
37075 Göttingen
sales.goettingen@novelis.com
www.novelis-painted.com



Wiegenwippe

Die Spezial-Reihe von Hally-Gally ist eine bunte Mischung der Vielfalt: Nichts ist normal, alle Geräte haben einen besonderen Pfiff. Klettern, Schwingen und Drehen stehen eindeutig im Vordergrund. Aber auch das Hüpfen und Springen kommt nicht zu kurz. Die Geräte sind zwar überwiegend für öffentliche Spielplätze konzipiert, haben sich aber auch als Attraktion besonders in der (Familien-)Gastronomie und auch in Therapie-Einrichtungen bewährt. Die Wiegenwippe, das neue Bewegungs-Spaßgerät aus glasperlengestrahlt Aluminium mit wartungsfreiem Rollenlager ist für jedes Alter geeignet. Durch geschicktes Laufen wird die Wippe bewegt. Die Fallhöhe von 1,30 m macht es für Rasen zulässig. Es eignet sich sowohl als Element in einem Fitness-Parcour wie auch als Einzelgerät.

Spogg Sport Güter GmbH
35614 Asslar-Berghausen
Fax: 064 43/81 12 69
spogg@hally-gally-spielplatzgeraete.de

Lichteffekte

Das WC aus der Serie Neorest/LE zeichnet sich durch eine Vielzahl von Funktionen aus. Der Toilettendeckel schließt und öffnet sich automatisch und der Sitz ist in kalten Räumen angewärmt. Für Hygiene sorgt ein mit Luftblasen versetzter Wasserstrahl zur Reinigung und eine Trocknerfunktion, das innovative Spülsystem und eine nanotechnische Glasur. Die neuartigen Produkteigenschaften verbinden Lichtdurchlässigkeit mit Robustheit und Hitzebeständigkeit. Das Ergebnis ist ungewöhnliche Licht im Badezimmer – bei eingeschalteten LED-Licht leuchten die Objekte in warmen Tönen, bei Tageslicht erscheinen sie fast durchsichtig. Luminist gehört zur Familie der Epoxidharze. Das Material ist kratz- und stoßfest und widersteht Temperaturen von bis zu 360° C. Es verfügt über ausgezeichnete Verarbeitungseigenschaften und ist vielseitig einsetzbar.

Toto Europe GmbH
40468 Düsseldorf
Fax: 02 11/22 97 25 50
information@toteu.com
Eu.toto.com





Neues Badsystem

Sen bedeutet auf Japanisch „Linie“. Linearität ist auch der Leitgedanke dieses Bad-Systems. Entworfen von Gwenael Nicolas, einem französischen Designer, der in Tokyo lebt und arbeitet, zeichnet Sen eine neue Entwicklungslinie im Bad vor. Es verkörpert das Fließen des Wassers und die Synthese aus orientalischem Geist und westlicher Technologie. Mithilfe einer Reihe unabhängiger und frei miteinander kombinierbarer Elemente sind verschiedene Funktionen integriert. Innovativ ist auch das Material: gebürstetes, eloxiertes Aluminium in den Ausführungen grau und schwarz.

Das System beinhaltet Wandarmaturen, eine Handbrause, eine Duschsäule, Standarmaturen und freistehende Armaturen sowie Ablagen, Seifenspende und Handtuchhalter. In Kombination mit Badewanne, Waschbecken, Dusche oder Bidet verleiht Sen jedem Bad einen ganz speziellen Charakter.

Agape Design
I-46037 Governolo
press@agapedesign.it
www.Agapedesign.it

Impressum

www.DBZ.de

DBZ Deutsche Bauzeitschrift
 57. Jahrgang 2009

Verlag und Herausgeber:
 Bauverlag BV GmbH,
 Postfach 120,
 33311 Gütersloh
 www.bauverlag.de

Chefredaktion:
 Dipl.-Ing. Burkhard Fröhlich
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 11
 E-Mail: burkhard.froehlich@bauverlag.de
 (verantwortlich für den redaktionellen Inhalt)

Redaktion:
 Dipl.-Ing. Beate Bellmann
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-28 57
 E-Mail: beate.bellmann@bauverlag.de
 Dipl.-Ing. Sandra Greiser
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-30 96
 E-Mail: sandra.greiser@bauverlag.de
 Benedikt Kraft MA
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 41
 E-Mail: benedikt.kraft@bauverlag.de
 Kay-M. Rosansky
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-79 52
 E-Mail: kay.rosansky@bauverlag.de
 Dipl.-Des. Sonja Schulenburg
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-26 37
 E-Mail: sonja.schulenburg@bauverlag.de
 Freie Mitarbeit:
 Architektin Susanne Kreykenbohm
 Dipl.-Ing. Inga Schaefer

Redaktionsbüro:
 Britta Kösters
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-10 36
 E-Mail: britta.koesters@bauverlag.de
 Stefanie van Merwyk
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 25
 E-Mail: stefanie.vanmerwyk@bauverlag.de

Supplements:
 Dipl.-Chem. Christoph Brauneis,
 Dipl.-Ing. (FH) Marcus Lauster

Fachbeirat:
 Dipl.-Volkswirtin Marianne LeGans, Berlin
 Prof. Dr.-Ing. Klaus Bollinger, Frankfurt
 Dipl.-Ing. Architekt Hartmut Miksch,
 Düsseldorf
 Dipl.-Ing. Architekt Elmar Schossig, Köln
 Dipl.-Ing. Helmut Zenker, Denzlingen

Korrespondenten:
 Großbritannien: Jochen Wittmann, London
 Italien: Clemens F. Kusch, Venedig
 Simonetta Carbonaro, Arezzo
 Frankreich: Christian Horn, Paris
 Spanien: Duccio Malagamba, Barcelona
 Schweiz: Lore Kelly, Zürich
 USA: Prof. M. Arch. Frank F. Drewes,
 San Francisco

Zeichnungen:
 Dorothea Winkelmann
 Sandra Wiedemann, Gitta Frantz,
 Beate Settertobulte, Marion Stricker-Timm

Layout:
 Nicole Bischof, Anja Klausmeier, Kristin
 Nierodzik, Kerstin Rueschen, Sören Zurheide

Anzeigenleiter:
 Andreas Kirchgessner
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-23 22
 E-Mail: andreas.kirchgessner@bauverlag.de
 (verantwortlich für den Anzeigenteil)
 Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 53
 vom 1.10.2008

Auslandsvertretungen:
 Frankreich:
 International Media Press & Marketing,
 Marc Jouanny
 Telefon: + 33 1 43 55 33 97,
 Telefax: + 33 1 43 55 61 83
 Mobil: + 33 608 97 50 57
 E-Mail: marc.jouanny@wanadoo.fr

Italien:
 CoMedia, Vittorio C. Garofalo
 Piazza Matteotti 17/5,
 16043 Chiavari
 Telefon: + 39 01 85 32 38 60
 Mobil: + 39 335 34 69 32
 E-Mail: com.dia@libero.it

Geschäftsführer:
 Karl-Heinz Müller
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-24 76

Verlagsleitung:
 Boris Schade-Bünsow
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 32

Verlagsleiter Anzeigen:
 Reinhard Brummel
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-25 13

Herstellung:
 Olaf Wendenburg
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 86

Werbeleitung:
 Rainer Homeyer-Wenner
 Telefon: +49 (0) 52 41 80-21 73

Leserservice + Abonnements:
 Abonnements können direkt beim Verlag
 oder bei jeder Buchhandlung bestellt werden.
 Bauverlag BV GmbH,
 Postfach 120, 33311 Gütersloh, Deutschland

Der Leserservice ist von Montag bis Freitag
 persönlich erreichbar von 9.00 bis 12.00 Uhr
 und von 13.00 bis 17.00 Uhr
 (freitags bis 16.00 Uhr).
 Telefon: +49 (0) 180 55 52 25 33 *,
 E-mail: leserservice@bauverlag.de
 Fax.: +49 (0) 180 55 52 25 35 *
 * 0,14 € aus dem deutschen Festnetz

Bezugspreise und -zeit
 Die DBZ erscheint mit 12 Ausgaben pro
 Jahr. Jahresabonnement (inklusive Versandkosten):
 Inland € 162,00
 Studenten € 75,60
 Ausland € 168,60, die Lieferung per
 Luftpost erfolgt mit Zuschlag
 Einzelheft € 17,50 (zuzüglich Versandkosten)
 Kombipreis
 DBZ/Bauwelt € 332,40 Ausland € 342,60

Ein Abonnement gilt zunächst für 12 Monate
 und ist danach mit einer Frist von 4 Wochen
 zum Ende eines Quartals schriftlich kündbar.
 Im Mitgliedsbeitrag der VFA Vereinigung frei-
 schaffender Architekten ist der Bezug der Zeit-
 schrift DBZ Deutsche Bauzeitschrift enthalten.

Veröffentlichungen:
 Zum Abdruck angenommene Beiträge
 und Abbildungen gehen im Rahmen der
 gesetzlichen Bestimmungen in das alleinige
 Veröffentlichungs- und Verarbeitungsrecht
 des Verlages über. Überarbeitungen und Kür-
 zungen liegen im Ermessen des Verlages. Für
 unaufgefordert eingereichte Beiträge über-
 nehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr.
 Die inhaltliche Verantwortung mit Namen
 gekennzeichnete Beiträge übernimmt der
 Verfasser. Honorare für Veröffentlichungen
 werden nur an den Inhaber der Rechte
 gezahlt. Die Zeitschrift und alle in ihr enthal-
 tenen Beiträge und Abbildungen sind urhe-
 berrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der
 gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwer-
 tung oder Vervielfältigung ohne Zustimmung
 des Verlages strafbar. Das gilt auch für das
 Erfassen und Übertragen in Form von Daten.
 Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen fin-
 den Sie vollständig unter www.bauverlag.de.

BDB Die DBZ Deutsche Bauzeitschrift ist
 Organ des BDB Bund Deutscher Bau-
 meister, Architekten und Ingenieure
 e.V., Berlin. Die Mitglieder erhalten mit dem
 Bezug der DBZ die BDB-Verbandsinformatio-
 nen (BDB-Info). Der Bezug der DBZ ist im Mit-
 gliedsbeitrag des BDB enthalten.

Litho:
 Typografika, Bielefeld

Druck:
 L.N. Schaffrath, Geldern

Kontrolle der Auflagenhöhe erfolgt durch die
 Informationsgemeinschaft zur Feststellung
 der Verbreitung von Werbeträgern (IVW).
 Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse
 Architekten und Bauingenieure (agla a+b)

K 8471
 ISSN 0011-4782



BBB Gipfel

BundesBauBlatt

23. und 24. November 2009 • Ritz-Carlton • Wolfsburg



- **Face-to-Face-Gespräche** zwischen Entscheidern aus Wohnungs- und Bauwirtschaft

INNOVATION DURCH KOOPERATION – FÜR EINE PARTNERSCHAFTLICHE KULTUR

Teilnehmer der Bauwirtschaft

alsecco, Armstrong DLW, BaumiBayosan, CalCon Deutschland, Caparol Farben Lacke Bautenschutz, CLAGE, Conergy Deutschland, FDT FlachdachTechnologie, HEWI Heinrich Wilke, Honeywell GmbH Haustechnik, iwB Entwicklungsgesellschaft, Keimfarben, Paco Unlimited, QUNDIS, ROTO Dach- und Solartechnologie, Ursa Deutschland, wedi, WIENERBERGER Ziegelindustrie, Xella Deutschland

Teilnehmer der Wohnungswirtschaft

Baugenossenschaft IDEAL, BDS Baugenossenschaft Dennerstraße-Selbsthilfe, BEWOS Wohnungsbau- u. Verwaltungsges., Deutsche Annington Immobilien, GBG-Mannheimer Wohnungsbaugesellschaft, GEWOBA, GWW Wiesbadener Wohnungsbaugesellschaft, JOSEPH-STIFTUNG, LWB Leipziger Wohnungs und Baugesellschaft, Nassauische Heimstätte, NUWOG Wohnungsgesellschaft der Stadt Neu-Ulm, Restaura, Rheinwohnungsbau, Saga GWG Unternehmensverbund, THS Wohnen, Vereinigte Wohnstätten 1889, WGLi Wohnungsgenossenschaft Lichtenberg, Wohnungsbaugenossenschaft Friedrichshain

- **Business Lunch** mit Themenmoderation
- **Expertenvortrag**
- **Abendevent im phäno**

Weitere Informationen erhalten Sie von Herbert Walhorn,
Tel.: 05241/80 22 32, E-Mail: Herbert.Walhorn@bauverlag.de

bau | | verlag
Wir geben Ideen Raum

Axor[®] Massaud.

Nature Inspired Design.

WERBUNG etc.



Design by Jean-Marie Massaud

Für die neue Bad-Kollektion Axor Massaud hat der Designer und Architekt Jean-Marie Massaud eine faszinierende Design-Philosophie formuliert – die harmonische Verbindung zwischen natürlicher Ästhetik, modernem Design und Funktionalität. Im Mittelpunkt steht der Mensch, der das Wasser ganz neu erleben kann. Mehr Informationen auf www.axor-design.com.

AXOR[®]
hansgrohe