

HOTEL DESIGN



01 | 2012

DAS DESIGN-MAGAZIN DER ALLGEMEINEN HOTEL- UND GASTRONOMIE-ZEITUNG

MIT HERZ UND VERSTAND

Intelligentes Hoteldesign weckt Emotionen und lockt Gäste

PORTRAIT

Patricia Urquiola, kreativer Kopf mit spektakulären Ideen

DOSSIER

Nachhaltigkeit und Design, das neue Traumpaar

PRAXIS

Positionierung und Planung, die wichtigsten Erfolgsfaktoren



Die Meinung der Experten

Von Praktikern für Praktiker. Nach diesem Motto finden Sie in „HotelDesign“ regelmäßig Gastbeiträge von Branchenkennern.



„Nachhaltigkeit und Design müssen gelebt werden. Individualität und Authentizität sind dabei entscheidend.“

WILLY LEGRAND Dozent an der International University of Applied Sciences Bad Honnef



„Wer ein Hotel der Zukunft schaffen will, muss sich mehr Gedanken über Design machen als die Konkurrenz.“

HARRY GATTERER
Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Österreich



„Der Erfolgsdruck bei der Planung und Entwicklung von Hotelprojekten steigt parallel zu den technologischen Möglichkeiten.“

OLAF STEINHAGE
Gründer und Geschäftsführer der hcb hospitality competence berlin GmbH

„Öffentliche Bereiche im Hotel werden künftig zur lifestyligen Workstation für die mobile, multimediale Gesellschaft.“

PIERRE NIERHAUS Spezialist für Innovation und Veränderung in der Hospitality-Branche



„Hotels müssen eigentlich Dauerbaustellen sein, um im Wettbewerb bestehen zu können.“

STEPHAN GERHARD Gründer und Geschäftsführer der Treugast Solution Group



„Zur Definition eines echten Designhotels gehört mehr als ein Designerstuhl in der Lobby.“

CLAUS SENDLINGER Gründer und Chief Executive Officer der Design Hotels AG



„Ein kommunizierbares Umweltengagement ist mehr als ein positiver Imagefaktor.“

STEPHAN BÜTTNER Rechtsanwalt und Geschäftsführer im DEHOGA Bundesverband

„Für den Erfolg von Design-hotels ist die Lichtplanung eine wesentlicher Faktor.“

MARTIN WEISER Leiter Segment Management Hotel/Gastro, bei der Erco Leuchten GmbH

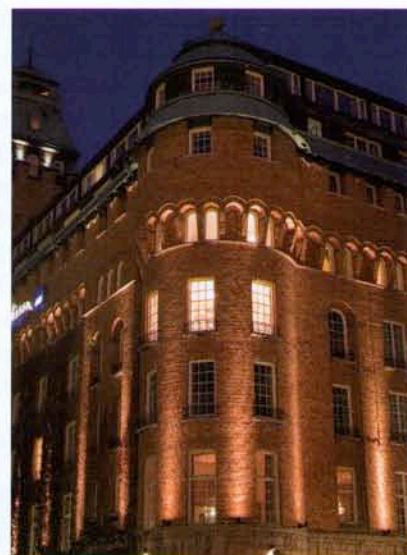
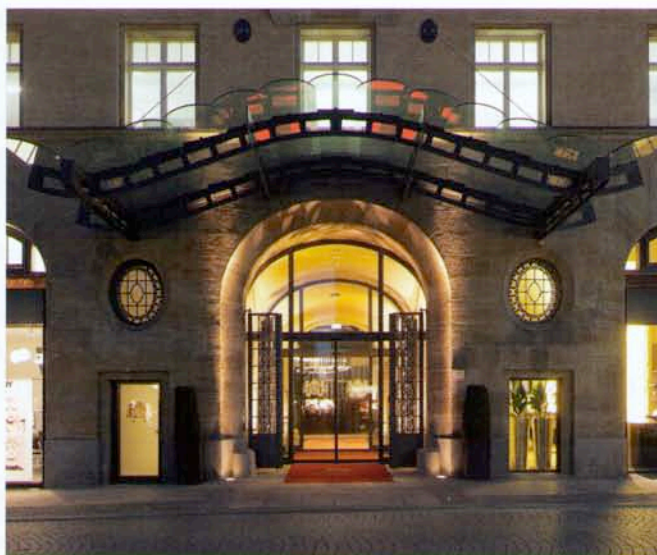


LICHT STATT LEUCHE

Wahrnehmungsorientierte Lichtgestaltung muss professionell geplant werden. Bei der Beleuchtung einzelner Hotelbereiche müssen Investoren, Hotelplaner und -designer einiges beachten.

Professionelle Lichtplanung ist in der deutschen Hotellerie eher eine jüngere Entwicklung, und das obwohl es in anderen Branchen seit Jahrzehnten gängige Praxis ist. Lange Zeit überließ man die Lichtplanung Elektroplanern oder Innenarchitekten. Während Erstere bei ihrer Arbeit eher die geforderte Helligkeit, also die Lichtquantität im Fokus hatten, zählten für Letztere dekorative Aspekte. Ziel war es, schöne Leuchten zu platzieren. Licht ist aber

Beleuchtungsplanung dem in jedem Fall zum Kreis der Fachplaner zählenden Ingenieurbüro für Elektrotechnik. Das heißt, dass ein Planungshonorar im Verhältnis zu den Kosten der Beleuchtungsanlage bereits an diesen gezahlt wird. Eine jedoch im frühen Projektstadium gefällte Entscheidung für einen Lichtplaner verursacht in der Regel keine zusätzlichen Honorarkosten, da sie dann aus dem Planungspaket des Elektroingenieurs entnommen werden können. Nahezu unverzichtbar sind solche Lichtprofis im



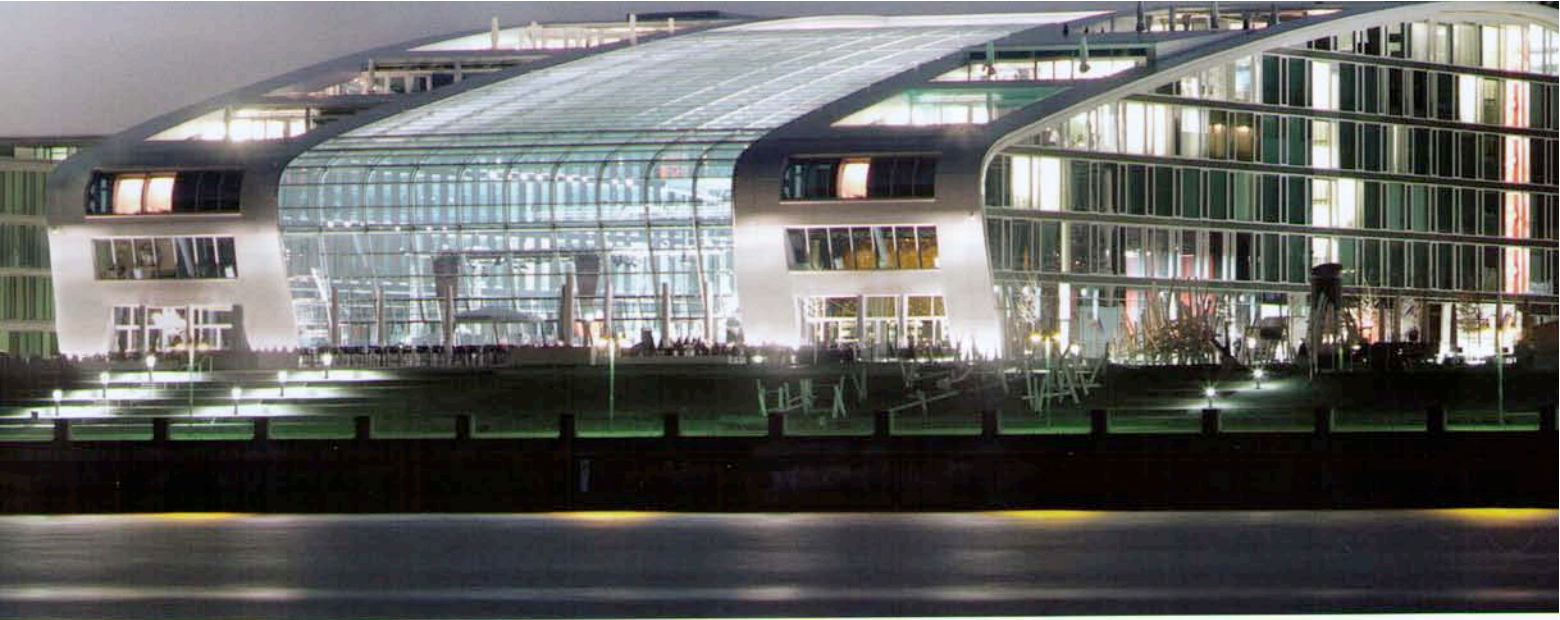
Die Außenbeleuchtung muss sich der Umgebung anpassen: Lago Hotel & Restaurant am See in Ulm, Steigenberger Grandhotel Handelshof in Leipzig und Radisson Blu Strand Hotel in Stockholm (von links)

nicht gleich Leuchte, und schöne Leuchten sind kein Garant für gutes Licht.

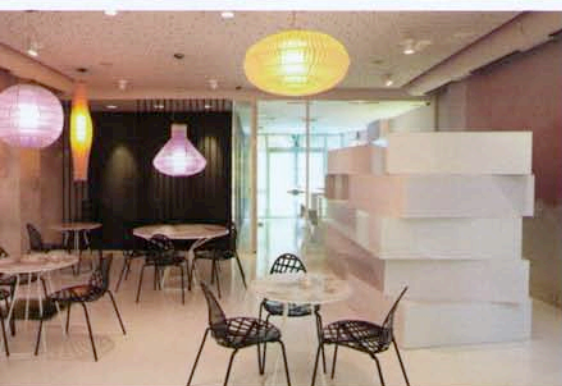
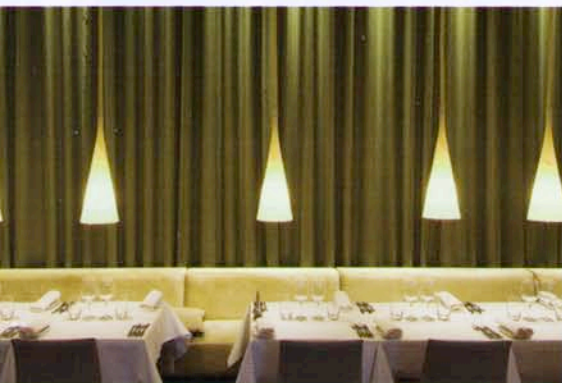
Die daraus resultierende Lichtproblematik findet man heute immer noch in vielen Hotelprojekten. Dabei gibt es mittlerweile professionelle Lichtplaner, die genau wissen, worauf es bei der Lichtgestaltung in der Hotellerie und Gastronomie ankommt, die es verstehen, mit Licht umzugehen und Licht als ein gestalterisches Element betrachten, das formbar ist. Die Argumentation, die Einschaltung eines Lichtplaners sei nicht budgetiert, ist so auch nicht stimmig. Da die Beleuchtung zum Gewerk Elektro zählt, obliegt die

Zusammenhang mit moderner LED-Technik, die, kombiniert mit intelligenter, softwaregestützter Lichtsteuerung, zweifelsohne den aktuellen Haupttrend auf dem Feld der Hotelbeleuchtung darstellt.

Grund dafür ist, dass mit dem aktuellen Entwicklungsstand der LED-Technologie sehr effiziente Leuchten zur Verfügung stehen, die im Vergleich zu den bisher in der Hotellerie eingesetzten Niedervolt-Halogenlampen die vier- bis fünffache Lichtmenge bei gleicher Wattage liefern und auch im Hinblick auf Farbtemperatur und Farbwiedergabequalität diesen nicht mehr nachstehen. Zudem ist der



Aufwendige Beleuchtung auf Grundlage eines durchdachten und hochinnovativen Lichtkonzeptes: Das Kameha Grand Hotel Bonn (oben) und das W London Hotel am Leicester Square sorgen für großes Aufsehen und ziehen nicht nur die Hotelgäste in ihren Bann.



rücksichtigt werden. Während sich die höhere Investition in LED-Leuchten im Vergleich zu Niedervolt-Halogenleuchten im Bereich der Rezeption und Lobby mit einer durchschnittlichen Betriebszeit von 7000 Stunden pro Jahr bereits im ersten Jahr amortisiert, wird ein Payback in den Hotelzimmern mit rund 1000 Betriebsstunden länger dauern. Die geringe LED-Größe ermöglicht die Konstruktion kleinerer Leuchten, mit denen auch durch den Einsatz der RGBW-Technik (additive Lichtmischung von Rot, Grün, Blau und Weiß) unterschiedliche Lichtstimmungen bei gleichbleibendem Dekkenbild geschaffen werden können. Gleichwohl machen LEDs die Halogen- und Leuchtstofflampen keineswegs überflüssig, wobei Letztere nur in untergeordneten Bereichen wie Kellern, Lagerräumen, Personalfloren zum Einsatz kommen sollten.

Zu achten ist bei der Hotelbeleuchtung darauf, dass sie an unterschiedlichen Orten ihren speziellen Zweck erfüllt, nach qualitativen und wahrnehmungsorientierten Gesichtspunkten ausgewählt wird und vor allem für den Gast ein angenehmes Lichtumfeld schafft. Die Auswahl der Lichttechnik, ob LED oder Halogen,

Egal ob Rezeption, Bar, Restaurant oder Lounge: Kein Hotel, das Wert auf Design legt, kommt ohne spannende Beleuchtungskonzepte aus. Um optimale Wirkung zu erzielen, müssen die Lichtplaner aber möglichst früh einbezogen werden, am besten bereits in der Planungsphase.

Einsatz von LED-Leuchten eine Grundlage für die Nachhaltigkeit eines Hotelgebäudes. Viele Investoren machen mittlerweile eine Zertifizierung etwa die des DGNB e.V. (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) oder LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) des U.S. Green Building Council zur Voraussetzung für ein Engagement. Auch der deutlich geringere Energieverbrauch der LED-Leuchten ist im Hinblick auf die Betriebskosten ein starkes Argument. Hinsichtlich der Amortisation muss aber auch die Betriebsdauer in den einzelnen Bereichen be-

muss sich nach dem Wohlbefinden des Menschen richten. Bereits im Frühstadium der Projektentwicklung sollte das Lichtkonzept Bestandteil des Gesprächs sein. Ein Lichtplaner sollte hinzugezogen werden, der die konzeptionellen Vorgaben technisch und gestalterisch umsetzen kann.

DIE HOTELFASSADE

Es scheint, dass bei der Fassadenbeleuchtung häufig versucht wird, durch Lichtmenge und Lichtart eine Abgrenzung zum jeweiligen Nachbargebäude zu erzielen, was in

oft überbeleuchteten Städten nicht einfach ist und bisweilen zu einer eher absurden Inflation von Licht führt. Außerdem spielt der Wiedererkennungswert für viele Hotels eine große Rolle. Mehrere Hotelmarken setzen deswegen auf eine farbige Außenbeleuchtung, was im Umfeld vieler Lichtreklamen ebenfalls problematisch werden kann. Das Gebäude sollte immer im Kontext der Umgebung beleuchtet oder inszeniert werden.

Vor allem bei Bestandsgebäuden sollte der ursprüngliche Entwurfsgedanke berücksichtigt und nicht konterkariert werden. Nicht immer sind horizontale oder vertikale Lichtlinien mittels auf der Fassade angebrachten Einzellichtern eine attraktive Lösung. Alternativ kann die dezentale Anstrahlung des gesamten Gebäudes aus dem Boden heraus eine gute Lösung sein, die es selbstbewusst als Ganzes wirken lässt. Die so erzielte Umkehrung des Tageslichteinfalls führt auch zu einer Umkehrung des Schattenverlaufes und macht ein Gebäude interessant. Bei einem modernen Neubau mit Glasfassade beispielsweise ist es bei früher Planung relativ einfach, LED-Licht so in die Fassade zu integrieren, dass es aus der Fassade heraus leuchtet, eine gewünschte Ornamentik und somit einen Wiedererkennungswert im Rahmen der jeweiligen Corporate Identity schafft wie auch eine Abgrenzung zur Nachbarschaft herstellt. Höhere Beleuchtungsstärken oder akzentuiertes Licht im Bereich des Eingangs erleichtern die Auffindbarkeit durch den Gast. Bei allen gestalterischen Ansätzen gilt es jedoch, jegliche Beeinträchtigung der Gäste durch Blendung zu vermeiden.

DAS ERDGESCHOSS

Um die Aufmerksamkeit von außen zu erhöhen, beispielsweise auch um externe Gäste für einen Besuch im Hotelrestaurant zu animieren, sollte der Innenraum von außen gut wahrnehmbar inszeniert werden. Vertikale Beleuchtung von Wandflächen im Inneren des Gebäudes geben dem Raum eine optische Tiefe, akzentuiertes Licht auf Einrichtungen oder Architekturelemente ziehen Blicke auf sich und schaffen Raumhierarchien. Auch eine dynamische Beleuchtung, die mittels einer intelligenten Lichtsteuerung Helligkeiten und Lichtfarben verändert, präsentiert dem Passanten den Raum auf attraktive Weise und steigert das Wohlbefinden der Gäste. Umgekehrt hört die Beleuchtung des Innenraumes nicht an der Glasfassade oder am Fenster auf. Vielmehr ist wichtig, dem



Gast den Ausblick durch ein beleuchtetes Umfeld zu ermöglichen, sodass er bei Dunkelheit nicht gegen eine schwarze Glaswand blickt. Ist das Gebäude von einem Garten umgeben, so empfiehlt es sich, einige Sträucher oder Bäume zu beleuchten, wodurch man den Innenraum optisch um den Außenraum erweitert

DAS RESTAURANT

Große Bedeutung hat die wahrnehmungsorientierte Lichtgestaltung nicht zuletzt im Hotelrestaurant, um die Aufenthaltsqualität und das Wohlbefinden des Gastes sicherzustellen. Eine niedrige Beleuchtungsstärke des allgemeinen Raumlichts sowie akzentuiertes Licht auf den Tischen schaffen, vor allem in größeren Räumen, eine intime Atmosphäre. Gleichzeitig unterstützt das Licht bei guter Farbwiedergabequalität die Präsentation der Speisen und Getränke und ermöglicht dem Gast deren Wertschätzung. Trotz allen Überlegungen zu Energieeffizienz und Nachhaltigkeit eignet sich hierzu noch immer hervorragend das brillante Licht der Niedervolt-Halogenlampe. Vor der Festlegung der einzusetzenden Lichttechnik sollte diesbezüglich eine vergleichende Bemusterung durchgeführt werden. Falls jedoch häufiger Tische von Gästen zusammengezogen oder für Gruppen zusammengestellt werden, kann die akzentuierte Beleuchtung auch zu dunklen Tischen und Lichtpunkten auf dem Fußboden führen. In diesem Fall empfiehlt es sich, die Grundbeleuchtung des Raumes zu erhöhen und den Tisch entweder mit Kerzen oder mittlerweile erhältlichen Tischleuchten mit Akkubetrieb zu akzentuieren, die einen kabellosen Betrieb ermöglichen. Abgerundet wird das Licht zum Wohlfühlen mit dekorativen Leuchten, deren „Licht zum Ansehen“ dem reinen Selbstzweck dient und die somit einfach nur schön sein dürfen.

MARTIN WEISER

beschäftigt sich seit rund 30 Jahren mit dem Thema Lichtplanung. Seit fünf Jahren ist er als Leiter Segment Management Hotel/Gastro bei der ERCO Leuchten GmbH in Lüdenscheid gesamtverantwortlich für den Bereich Hotel und Gastronomie.





**Weiche
Wäsche für
smarte Rechner!**

LavanTex® Hotel bietet spezialisierte Branchen-Lösungen exklusiv und ausschließlich für Hotels und die Gastronomie. Mit High-Tech Logistik und erprobten Versorgungsabläufen sorgen wir als Verbund führender Textildienstleister für optimierte Prozesse beim Thema Hotel-Textilien.

Darum nennen wir uns auch die fünf Sterne Allianz.

LavanTex® Deutschland GmbH
Bruchwiesenstraße 37 | 66849 Landstuhl
www.lavantex-hotel.de

LavanTex® Hotel: Überregional und hotel-spezifisch!

den Fotostrecken und Reportagen über die Mitgliedshotels sind die Originals seit 2009 auch ein Teil der Design Hotels Books. Es präsentiert jährlich die Mitgliedshotels und ist eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente. In umfassenden Porträts, verfasst von namhaften Journalisten, erzählen die Originals ihre ganz persönliche Geschichte und gewähren einen Blick hinter die Kulissen ihrer außergewöhnlichen Häuser. 2011 erschien erstmalig eine eigene „Made by Originals“-Ausgabe des Buchs, die mit dem red dot award für Communication Design ausgezeichnet wurde.

NEIGHBORHOOD

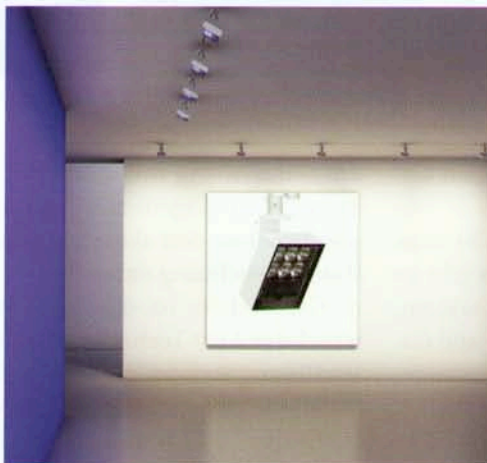
In seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ postuliert der Ökonom und „urban theorist“ Richard Florida: „Cities are the new countries“. Wir gehen noch einen Schritt weiter und sagen: „Neighborhoods are the new cities“. In einer Zeit, in der immer mehr Menschen in Städten leben, sind es die einzelnen Viertel, die dem Leben Gestaltungsraum, sozialen Austausch und ein Gefühl von Zugehörigkeit verleihen. Austausch und Vernetzung mit der Nachbarschaft sind entscheidende Kriterien für eine Aufnahme eines Hotels bei Design Hotels. Die Hotels sind Treffpunkte für Einheimische, Gleichgesinnte, Künstler, Kreative und Orte der Begegnung mit Besuchern aus aller Welt. Durch die Mitgliedshotels erhalten Gäste Zugang in die Seitenstraßen der kreativsten Viertel weltweit. Auch der Schwerpunkt der diesjährigen Ausgabe des Design Hotels Book ist das Thema „Neighborhood“. Mit ausgewählten Mitgliedshotels wurden zusätzlich „Neighborhood Maps“ aufgelegt. Gedruckte Stadtpläne, die die unmittelbare Umgebung des Hotels präsentieren und vom Hotel kuratierte Empfehlungen enthalten – von Cafés und Restaurants über Boutiquen und Design-Läden bis zu Museen und Galerien. Manche der Unternehmen bieten den Gästen bei Vorzeigen des

Plans gewisse Vorteile – Gratis Getränke, Rabatte auf ihren Einkauf oder eine besondere Dienstleistung. Auch online ist das Thema „Neighborhood“ ein zentrales Element von madebyoriginals.com. Für zahlreiche Destinationen sind Reiseführer verfügbar, in denen die besten Tipps zur Umgebung und eine Vielzahl von Geschichten aus der Nachbarschaft der Hotels präsentiert werden.

DIE ZUKUNFT

Ein weiteres, unverzichtbares Element in der Hotellerie und in der zukünftigen Auswahl der Mitgliedshotels ist das Thema „Corporate Social Responsibility“ (CSR). Die Alila Hotels & Resorts auf Bali und in Indien sind hier echte Vorbilder. Ihr Engagement reicht von Bio-Gemüsegeräten über Programme zur Unterstützung der lokalen Bevölkerung bis hin zum Bau luxuriöser Villen, die höchste ökologische Standards erfüllen. Nachhaltigkeit ist nicht einfach der verantwortungsbewusste Umgang mit Mensch und Natur, sondern die Grundvoraussetzung allen ökologischen, sozialen und ökonomischen Handelns. In Zusammenarbeit mit EC3 Global, dem marktführenden Beratungsunternehmen für Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement in der Tourismusbranche, und Finding Infinity, einer jungen Umweltinitiative mit Fokus auf erneuerbaren Energien, hat Design Hotels ein weltweites Nachhaltigkeitsprogramm initiiert, das mehr ist als eine einfache Zukunfts- oder Marketingstrategie. Vielmehr ist es ein integrativer Bestandteil der Vision. Die Mitgliedshotels werden aktiv in das Earth-Check-Programm einbezogen und haben somit die Möglichkeit und auch die Aufgabe, ihre operativen Abläufe zu überprüfen und zu optimieren. Sie profitieren nicht nur finanziell, sondern nehmen eine Vorreiterrolle in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft ein. Alle diese Punkte sind wichtige Pfeiler der Markenstrategie von Design Hotels.

ERCO



Wandflutung mit Light Board varychrome RGBW
Gleichmäßige vertikale Beleuchtung ist effizient, weil sie wahrnehmungsgerecht ist. Doch diese Lichtwerkzeuge können noch viel mehr. Die neuen Light Board varychrome RGBW Wandfluter mit DALI gesteuerter LED-Technik machen die Lichtfarbe völlig variabel: vom weißen Licht mit stufenlos

wählbarer Farbtemperatur über Pastelltöne bis zu hoch gesättigten Farben: für kreative Lichtkonzepte mit effizientem Sehkomfort.

info.de@erco.com
www.erco.com/lightboard

tune the light