

# Die Diktatur des Designs

Mit Plüsch ist in der Hotellerie heute nichts mehr zu gewinnen, dafür aber umso mehr mit Phantasie: Die Häuser wetteifern um die ausgefallenste Einrichtung und schießen dabei manchmal übers Ziel hinaus. Doch das scheint die Kundschaft nicht zu stören – wirtschaftlich sind die Designhotels ein Erfolg.

Von Brigitte Scherer

Designhotel" ist das Wort des Jahres, auf Platz zwei steht „erschwinglicher Luxus“. Über nichts anderes wird unter Hoteliers im Moment mehr geredet. Aber was diese beiden Schlagworte für den Gast bedeuten, ist verwirrend. Einst war das Designhotel der Liebling der Avantgarde. Dort zu wohnen galt als Ausweis von Lebensart und Geschmack. Jetzt ist das Designhotel jedermanns Schatz. Wird Geschmack volkstümlich? Ist nach Wellness nun Design das alles überstrahlende Zauberformel? Nebulös klingt auch die Botschaft vom erschwinglichen Luxus, dem vorläufigen nach ein Widerspruch. Denn Luxus bezeichnet das Besondere, die Spitze – an Qualität und kann wegen des Aufwands nie ganz billig sein.

Design ist allüberall, sogar im gediegenen Seehotel „Sonne“ an der Goldküste des Zürichsees. Das Haus hat alles, unvergleichliche Lage, lange Tradition, feine Küche, Publikum und Wägenpark vor der Seeterrasse gehoben. Dazu kommt jetzt das „Zusammenspiel von modernem Design und historischer Bausubstanz“, etwa in der Turmsuite: Futonbett unter uralten Holzbalken, Bar-Waschplatz-Kombination frei im Raum, daneben eine gläserne Zelle, ähnlich dem Raucherkabine am Flughafen. Was das ist? Das ist das Klo. Es steht, wie Wanne und Duschkabine, von allen Seiten einsehbar im Zimmer, nur der untere Teil der Tür ist mattiert. Erst sind wir sprachlos. Dann holen wir die Freunde. So etwas hat noch keiner gesehen. Jeder setzt sich mal herein und will mal fotografieren. Die



Schweineerei: das „Kameha Grand“ Foto Michael Najjar



Gehobener Geschmack, minimaler Service: das „Motel One Bellevue“ in Berlin Foto Arvich



Schwester von Sir Rocco Forte und eine gefeierte Designerin seiner Häuser. Gut, die Lampen über dem Bett im „Hotel de Rome“ in Berlin sind zu dunkel zum Lesen und zu hell für den Mitschläfer. Und der links fest an der Wand angebrachte Föhn im Bad erfordert bei Nutzung durch Rechtsänderer akrobatische Drehungen, bei denen dann die Gegenstände auf der viel zu kleinen Ablagefläche herunterfallen. Aber um gewöhnlichen Komfort ging es beim Designhotel noch nie.

Mit dem Bürgerschreck Ian Schrager, dem Erfinder der legendären New Yorker Disco „Studio 54“, hatte sein Aufstieg vor drei Jahrzehnten begonnen. Gemeinsam mit Philippe Starck setzte Schrager ein Hoteltheater nach dem anderen in die avantgardistische Schickeria-Welt. Es war ein intellektuelles Spiel gegen die Monotonie im Kettenhotel und den Müff des gewöhnlichen Beherbergungsgewerbes. Jetzt baut Schrager für den Hotelriesen Marriott die Designhotel-Marke „Edition“ auf und entwickelt weitere Konzepte, eines ausdrücklich für das Low-Budget-Segment. Das passt zum Schlagwort vom „neu verstandenen“ Luxus, den sich jeder leisten kann.

Auch der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband sieht große Wachstumschancen für die Spezies „Budget-Hotel mit Designcharakter“, deren leuchtendes Vorbild der Shootingstar Motel One ist. In jedem seiner Preisverhöle stehen Arne Jacobsens türkisfarbener Egg Chair, Swarovski-Bars und Artemide-Lampen für Design, das bequeme Bett und die dicken Handtücher für Luxus. Der Rest besteht aus Wegelassen von allem, was dauerhaft Kosten produzieren würde, also: kein Platz, nicht einmal zum Kofferpacken, kein Schrank, kein Restaurant, kein Fitnessraum, kein Service. Vollkommen rätselhaft bleibt, warum ausgerechnet Motel One den „Deutschen Servicepreis 2011“ erhalten hat.

Verdient wird mit solchen Häusern meist prächtig. Selbst einfachere Hotels erzielten bisweilen fast Fünf-Sterne-Raten, war beim Kongress der deutschen Hotelbranche in Berlin kürzlich zu erfahren. Im Designhotel zählten nicht Hotelsterner, sondern Lebensgefühl. Dafür werde gezahlt. Können die richtigen Luxushotels mit ihrem hohen Personalaufwand das „Bremer Parkhotel“ in Baden-Baden... der

erein, jeder will mal fotografieren. Die neueste Attraktion der Designhotellerie ist zum Schreiben der Designhotellerie – für den, der sie nicht im Zimmer hat.

Im „artotel“ in Köln bietet sich eine andere Überraschung. Man guckt in den Spiegel und ist gelb im Gesicht. Man könnte auch blau sein oder pink. Die Glasscheiben der Fenster sind in diesen Farben getönt. Tagsüber entkommt man der Färbung nicht, ganz gleich, ob man die Zähne putzt oder am Laptop arbeitet. Die Konsole gegenüber dem Bett ist multifunktional angelegt. Immer an der Wand entlang, beginnt es mit Waschbecken, Zahnputzzeug und Kamm, darüber der Spiegel. Es folgen Butlerpflänzchen, Teebeutel und Tauchsieder, die freie Fläche daneben spielt Arbeitsplatz. Kamm neben der Butter, das war einstmals ein Synonym für unordentliche Verhältnisse, und ein Waschbecken am Bett symbolisiert die Dienstmädchenkammer.

Weiter nach Hamburg. Das „George“ ist ein geschmackvolles, gemütliches Haus, es hat Stil wie sein eloquenten Besitzer. Englische Clubmöbel aus eigenen Beständen in der Bar, ein italienisches Nachbarschaftsrestaurant im Haus, das Essen erfreulich, die Design-Bestecke unbenutzbar. Sie rutschen immer wieder in den Spaghettileiler, der Restaurantchef holt, wie einst in der DDR die Bückware, gewöhnliche Messer und Gabeln aus einem Versteck; das Besteck ist übrigens inzwischen ausgetauscht. Kein Anlass zu Klagen im Zimmer, ein gutes Bett, schöne Aussicht, doch wehe, man zieht die schwarzen Vorhänge zu. Das Licht zweier mickriger Lämpchen erleuchtet die schwarze Höhle nicht.

So kann man stundenlang erzählen von den Abenteuern im Designhotel: dem Leislich, das die Flüße bescheinigt im berühmten „Setai“ an der South Beach in Miami; den fugenlosen, griffreifen Räumen aus venezianischem Putz im selbsternannten Sieben-Sterne-Hideaway „Muse“ in St-Tropez, das empfindlichen Gemütern das klaustrophobische Gefühl einer nie mehr zu öffnenden Pharaonenkammer einflößt – und erst der glatte Steinschragen für Wellnessbehandlungen im saalähnlichen Bad, der sich unauffällig in jede Pathologie einfügen würde. Haken zum Aufhängen eines Handtuchs sind nicht vorgesehen. Das wäre nicht konsequent. Gegen diese totalitäre Glätte wirken Olga Polizzis Eigenheiten lebenswert. Sie ist die



Die Villa wie aus einem Roman von F. Scott Fitzgerald: das „JK Place“ auf Capri

Foto Archiv



Imperatorenbad: „Hotel de Rome“ in Berlin

Foto Archiv



Baden mit Rheinblick und rosaroter Welsicht: der Pool des „Kameha Grand“ bei Bonn

Foto Klaus Lotke



Design bis zum letzten Winkel: „The George“ in Hamburg

Foto Archiv



Licht! „artotel“ in Köln

Foto Matthew D. Shaw

tel“ in Baden-Baden, der „Frankfurter Hof“ in Frankfurt, das „Vier Jahreszeiten“ in Hamburg, jetzt eingepackt? Kein Grund zur Aufregung: Sie florieren, nach überstandener Finanzkrise, in diesem Jahr besonders prächtig. Im Gegensatz zum Luxushotel spielt das Designhotel nicht im Dienstleistungs-, sondern im Unterhaltungsbereich. Man bietet eine Bühne für Akteure und ganz nebenbei auch Unterkunft und

Verpflegung. Design mit echtem Komfort zu verbinden gelingt selbst unter den teuersten Häusern nur wenigen, etwa dem „Romeo“ am Hafen von Neapel. Es ist ein gläsernes Gesamtkunstwerk japanischer Architekten und italienischer Designer, eindrucksvoll und gemütlich zugleich. Großartig und gemütlich ist auch die weiße Villa mit Namen „JK Place“ auf Capri, die einem Roman von F. Scott Fitzgerald entspringen zu sein scheint. Es ist einerseits ein Schmuckstück, stilischer und perfektionistisch bis in jede liebevolle Kleinigkeit, andererseits familiär. Immer findet sich etwas zu essen und zu trinken auf der Anrichte am großen Familientisch. Und der Restaurantchef bringt gerne einmal ein Stück vom gerade gelieferten Mozzarella zum Probieren vorbei.

Das ehrgeizigste Exemplar auf deutschem Boden heißt „Kameha Grand“. Als Frankfurter ein Hangar der Lufthansa vom Bonner vertriebt, liegt es luftig und mächtig zugleich auf einem ehemaligen Gewerbegebiet unter dem Dachenfels am Strom. Innen hat sich der holländische Designer Marcel Wanders ausgedeut, neobarock, knallfarbig, toll, Kronleuchter, Sessel und Säulen wie aus dem Land der Riesen. Es ist ein Bühnenbild zum Staunen. Ein Spaß, hier an der Bar zu sitzen oder ein Fest zu feiern. Hier zu wohnen, erscheint schon wegen der Fenster vieler Zimmer ins Innere der gläsernen Mehrzweckhalle nicht ganz so attraktiv. Und ob das luftige Haus in hundert Jahren noch stehen wird wie seine Vorgänger aus der Gründerzeit, interessiert das heutige Management vermutlich nicht. Designhotels sind Modeartikel.

Wie es weitergeht im Hotelgewerbe? Fragen wir die Wissenschaft. Die im Tourismus erfahrenen Soziologin Felicitas Reib-Stracke hält den Höhepunkt der Designhotel-Karriere für überschritten, allerdings nur, wenn es sich um den minimalistisch-kühlen Typus handelt. Zunehmend suche der Gast im Hotel Nähe und Wärme, Wohnzimmeratmosphäre und Intimität. Die Innenarchitektin Corinna Kretschmar-Joehnk ließ für ein Hotelprojekt sogar ein Kuschelkissen „von einer Oma“ stricken, das jetzt auf seine Nutzungstauglichkeit getestet wird. Andererseits kann ein schönes Umfeld uns nie schaden. Jacques Garcia, der hoch dekorierte französische Star der Innenausstattung, ist sogar davon überzeugt, dass es uns zu besseren Menschen macht.