



Gästezimmerkonzept „Green Room“



Steigerberger Grandshotel & Spa Heringsdorf



Fährhaus Munkmarsch, Sylt

Wahrer Luxus ist nachhaltig!

Im Gespräch mit Peter Joehnk

JOI-Design



Mit ihren rund vierzig Mitarbeitern gestalten Peter Joehnk und Corinna Kretschmar-Joehnk Hotels, Restaurants & Spa's auf internationaler Ebene. Die JOI-Design Innenarchitekten zeichnen sich besonders dadurch aus, Ambiente, Design sowie Funktionalität in Einklang zu bringen und kreative Raumkonzepte zu erstellen. Die Referenzliste beinhaltet das „Who is who“ der internationalen Hotelketten sowie eine Vielzahl individueller und namhafter Privathotels.

Mein Hotel Interview mit Peter Joehnk, JOI-Design

Grünes Design ist „trendy“ – hat es auch im klassischen Hoteldesign Einzug gehalten?

Ein klares, deutliches „JEIN“ ...

Jeder schmückt sich gerne mit Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein – aber bei vielen ist dies halbherzig und mehr aus der Perspektive des Marketings zu sehen. Gerade Hotelbetreiber möchten sich gerne „grün“ darstellen, weil dies im Markt und bei den zahlenden Hotelgästen positiv gesehen wird und man damit vielleicht eine höhere Belegung erreichen könnte.

Doch auch bei den ernsthaften „Grünen“ – ich denke da insbesondere an SCANDIC, die vor allen anderen mit

großer Ernsthaftigkeit das Thema verfolgt haben – gibt es Hürden, die den schnellen Einzugs grüner Themen in die klassische Hotellerie schwierig machen.

Geht es beim Thema Nachhaltigkeit in erster Linie ums Geld sparen oder wird vielleicht sogar mehr Geld ausgegeben, um bei den Materialien „grüne Akzente“ zu setzen?

Da kommen wir zur Kernfrage! Die Kosten! Es geht natürlich um Geld sparen im Betrieb, es geht aber leider auch um Mehrkosten bei der Investition! Um ein Hotel nachhaltig zu bauen und von einem der begehrten Labels zertifizieren zu lassen, (DGNB, LEED, BREAM) – und speziell im Hotelbetrieb, der Green Globe – muss der Investor leider tiefer in die Tasche greifen, bekommt dafür aber auch nicht mehr Miete von seinem Betreiber, weil dieser wiederum von seinen Hotelgästen nicht mehr Geld bekommt.

Also erst, wenn das „grüne Gewissen“ jedem Einzelnen von uns (als potentielle Hotelgäste) nicht nur den moralischen Zeigefinger, sondern auch den einen oder anderen Euro wert ist, können Hoteliers höhere Übernachtungspreise fordern, höhere Mieten zahlen und damit können Investoren dann grüner bauen....

... und gibt es Unterschiede bei Hotelketten oder kleinen, inhabergeführten Hotels?

Ganz häufig gehen Initialzündungen von den kleinen privaten Hotelbetreibern aus, die auch Inhaber der Immobilie sind. Die „Boutique Hotels“ zum Beispiel sind eben so klein wie Boutiquen, weil sie nicht den großen Ketten angehören – und diese haben lange vor den Ketten das „Design“ für sich als Verkaufsargument entdeckt. Ähnliches entwickelt sich gerade bei den grünen (privaten) Ferienresorts.

In jedem Fall kann ein privater Besitzer/Betreiber frei und ohne Gremien danach entscheiden, was ihm persönlich wichtig ist.

Da kann es durchaus so sein, dass der erhöhte Wartungsaufwand eines Blockheizkraftwerks, oder eines geölkten Parkettbodens wett gemacht wird durch die Wertsteigerung der Immobilie. Oder umgekehrt ist die Energieeinsparung einer Solaranlage nicht nur ein Geschenk an den Betreiber, sondern kommt auch in Personalunion dem Besitzer zugute.

Sie entwerfen hauptsächlich vier und fünf Sterne Hotels. Wie wichtig ist dem Gast in diesem Segment das Thema Nachhaltigkeit. Bemerkt der Gast „grünes Design“ – oder

besser: will der Gast das? Fühlt er sich gut, wenn er sein benutztes Handtuch wieder aufhängt oder ist das schon ein Anflug von fehlendem Luxus?

Wir erleben gerade ein gesellschaftliches Phänomen unserer Überflussgesellschaft! Während in der Hotellerie ganz allgemein der materielle Luxus noch das Maß der Dinge ist, entwickelt sich ein ideeller Luxus, der das „Besondere“ zum Luxus erhebt.

Das Hotel im Kloster, oder die Bambushütte auf Stelzen im Meer hat nicht mehr automatisch etwas mit Askese zu tun, sondern diejenigen, die alles haben, können da, wo sie dennoch auf alles zurück greifen können, auch auf alles verzichten ...

(z.B. hat das Kloster einen tollen Weinkeller, wo man auch mal einen „Petrus“ degustieren kann, oder an der Bambushütte im Meer ist das Schnellboot fest gemacht um einen zum Gourmetrestaurant zu bringen)

... um auf Ihre Handtücher zurück zu kommen, wenn man mit einem Anruf zwanzig vorgewärmte, superweiche Handtücher bestellen könnte, kann es auch reizvoll sein darauf zu verzichten.

Auch „grün“ will entdeckt werden und es geht immer um die Story, die ein Hotel auch mit dem Thema Nachhaltigkeit zu erzählen hat (... vielleicht sind die harten Leinenhandtücher nach einer alten, überlieferten Methode von den Mönchen bei Nacht in ihren Zellen von Hand gewebt ???)

Ist es für Sie eine spezielle Herausforderung „Grün“ zu designen?

Ich habe vor etwa 20 Jahren als einer der Ersten in Deutschland Kurse an der Volkshochschule gegeben zum Thema „Baubiologie“ – für mich war gesundes Bauen und Wohnen schon eine Herausforderung, als dem Thema noch das „Wollsockenimage“ anheftete.

Dass es jetzt aus der esoterischen Ecke in den Mainstream des Bewusstseins gerückt ist freut mich mehr als jeden anderen! Wer mich kennt weiß aber auch, dass ich kein „Müsl“ bin, der dogmatisch „grüne Ziele“ verfolgt und mit jedem Detail glaubt, die Welt zu retten. Aber in mir ruht die grüne Idee, die es auch verträgt, wenn Design, Komfort und Pflege Kompromisse fordern.

Vielen Dank für das Interview!