



Interior Design in der Lobby: Das htr-Tischgespräch

Die Lobby ins Zentrum rücken



Überzeugen Lobby und Empfang, gewinnt das Hotel. Wie öffentlicher Raum heute gestaltet werden muss, darüber diskutierten Experten beim htr-Tischgespräch,

GUDRUN SCHLENCZEK

Betten bieten können auch andere. Auf Airbnb werden Zimmer angeboten, die oft kreativer und sicher individueller sind als ein Hotelzimmer. Der Unterschied zum Hotel liegt im Drumherum, im Service. Nicht in der klassischen Gastronomie, das können andere oft besser, gerade Stadtbetriebe überlassen das Geschäft lieber Restaurants in der Umgebung. Sondern im Empfang, in der Betreuung, in der Social

Community.

Und hierfür ist die Lobby die immer bedeutendere Drehscheibe. Denn wenn das Restaurant wegfällt und auch der Check-in online läuft, braucht es neue Möglichkeiten der Vernetzung unter den Gästen und zwischen Hotel und Gast - und das offline. Wie Lobby und Empfang gestaltet sein müssen, damit sie dieses Potenzial voll entfalten, darüber diskutierten auf Einladung der htr hotel revue Desi-

gner, Vertreter der Einrichtungsbranche und ein Hotelier.

Immer mehr wird die klassische Réception im Empfang eher als trennendes statt als verbindendes Element zwischen Gast und Hotel gesehen. Michael Böhler, General Manager der Ambassador & Opera AG in Zürich, hat in der im Mai eröffneten «The Lobby» deshalb auf die Réception verzichtet und stattdessen eine Café & Cocktailbar mittig in die Lobby platziert. Die ehemaligen Réceptionsmitarbeitenden sind heute Gastgeber, servieren genauso Kaffee und Co. und der Check-in und -out erfolgt am Tablet, direkt am Tresen oder auf einem der gemütlichen Lounge-



sitze. Die neue Aufgabenbreite verlange weniger Fachkompetenz und mehr Sozialkompetenz, was auch die Rekrutierung erleichtere.

«Die immer kürzer werdenden Renovationszyklen haben keine Zukunft.»

Claudio Carbone
Carbone Interior Design

Als eine der Ersten hatte Hyatt mit seiner Luxus-Trend-Marke Andaz sich bereits vor einigen Jahren von der Réception verabschiedet. Die Lobby wirkt wie ein weitläufiges Wohnzimmer, am grossen «Küchentisch» kredenzt der Andaz-Mitarbeitende dem Gast sein Getränk, selbst auf den Bartresen hat man hier verzichtet.

Wenn das Réceptionsdesk auch Apérotisch ist

Der Schweizer Innendesigner Claudio Carbone, der auch das jüngste «Andaz» in Wien gestaltete, betonte beim htr-Tischgespräch jedoch, dass man je nach Konzept von einem kompletten

Verzicht auf die Réception wieder abkommt. «Man hat gemerkt, dass man an einem Desk nicht vorbeikommt.» Insbesondere dort, wo gehäufte Gästeankünfte in kurzer Zeit zu verkraften seien,

wie im Kongress- oder Gruppen-geschäft, scheint das Réceptionsdesk noch immer die zweckmässigste Lösung. Das lässt sich aber durchaus auch mit einer individuellen Empfangs-lösung, wie es «The

Lobby» praktiziert, verknüpfen. Im frisch renovierten und ebenfalls von Claudio Carbone designten «Quellenhof» in Bad Ragaz (siehe Seite 15) bildet ein riesiger, gehauener Granit das Réceptionsdesk. Der Stein kann aber genauso als Apérotisch oder Stehtisch benutzt werden. Im Idealfall sei die Lobbyeinrichtung multifunktional, die «Bespielung» gebe dem Inventar erst seine Funktion, so Carbone und verweist auf das Beispiel «Quellenhof»: «Nur wenn

der Réceptionsmitarbeitende am Granitdesk steht, wird dieses als Réception wahrgenommen.»

Der renommierte Innendesigner relativiert in diesem Zusammenhang die Bedeutung seiner eigenen Zunft fürs Hotelgeschäft: «Die Menschen, machen ein Hotel zu dem, was es ist, nicht die Innenarchitektur», so Carbone. 50 bis 70 Prozent des Umsatzes hängen von den Menschen, also den Mitarbeitenden und der Führung ab. Die Inneneinrichtung biete den Rahmen dafür.

Diese gilt es ins richtige Licht zu setzen. Das ist das Kerngeschäft von Markus Bühler, Geschäftsinhaber der Bühler Licht AG. Die Beleuchtung sollte mehr als dem Gast den Weg zum Lift weisen. «Im Lobbybereich sehe ich häufig lieblos ausgeleuchtete Sitznischen. Da kann der Gast sich nicht wohlfühlen», meint Bühler. Die Beleuchtung sei bei Um- und Neubauten oft kein vorrangiges Thema, vielmehr stünde sie im Schatten der Inneneinrichtung. «Ist der Raum gestaltet, denkt man zum Schluss noch ans Licht,



Moritz Küderli, Hydroplant AG, zum Thema Innenbegrünung.



v. l. n. r.: Daniel Meer, Meer AG, Markus Bühler, Bühler Licht AG und Moritz Küderli, Hydroplant AG.

Bilder Chantal Niklaus



«Immer mehr wollen Schweizer Handwerk statt Billigprodukte aus China.»

Daniel Meer
Meer AG

und dann muss oft alles sehr schnell gehen. Das ist schade», moniert der Beleuchtungsexperte während der Diskussion.

Wie eine gute Lichtführung aussehen muss, erläutert Claudio Carbone: Für eine Wohlfühl-atmosphäre sollte Licht in erster Linie gerichtet, nicht gestreut sein, ganz unabhängig von der eigentlichen Lichtquelle. Nur gerichtetes Licht bringe auch Schatten hervor, demonstrierte der Innendesigner anhand eines Modells der versammelten Runde.

Das sei auch das Geheimnis des stimmungsvollen Kerzenlichts. Claudio Carbone erläutert: «Nicht das Licht ist wichtig, sondern der Schatten.» Erst das Zusammenspiel aus beidem lasse den Raum leben, setze Akzente.

Verena Zaugg, Innenarchitektin der Krucker Partner AG, ergänzt, dass gestreutes Licht je nach gastgewerblichem Konzept aber durchaus Sinn machen kann: «Beim Take-away wird Licht bewusst gestreut. Hier will man die Verweildauer des Gastes an der Theke kurz halten, damit der Verkauf nicht behindert wird.» Die Innenarchitektin betont zudem, neben dem Visuellen seien Geräusche und Akustik genauso be-

deutend für die Raumatmosphäre.

Oft wird zuerst in die Hotelzimmer investiert

Nicht nur das Licht, sondern die Gestaltung von Lobby und Empfang per se stünden beim Hotelier häufig nicht an erster Stelle, wenn es um eine Neugestaltung des Hauses geht. «Oft wird erst in die Zimmer investiert. Der öffentliche Raum wird selten prioritär behandelt», konstatiert Daniel Meer, Mitglied der Geschäftsleitung des Objekteinrichters Meer AG. Dabei sei der Empfang die Visitenkarte des Hauses und die Lobby Bühne für das Hotelleben. Die Priorisierung der Zimmer bei Neuinvestitionen ist für Verena Zaugg nachvollziehbar: «Mit den Zimmern verdient der Hotelier das Geld», trotzdem müsse das Gesamterlebnis stimmen, betont sie. Dass eine attraktive Lobby ebenso wie frisch renovierte Zimmer einen positiven Einfluss auf Auslastung und RevPAR hat, davon ist Michael Böhler überzeugt: «Ich rechne damit, dass unsere neue «The Lobby» den RevPAR im Hotel Opera nach oben treiben wird.»

Viel zur Atmosphäre trägt die Innenbegrünung bei, darüber waren sich alle Teilnehmenden einig. Der Spezialist in der Runde, Moritz Küderli, Inhaber und CEO der Hydroplant AG, weist darauf hin, dass Raumbegrünung viel mehr ist als Schnittblumen oder Blumengestecke: «Damit Pflanzen eine Wirkung auf das Raumklima haben, müssen sie wachsen können.» Ein höherer Feuchtigkeits- und Sauerstoffgehalt sowie weniger Lärm seien das Resultat. Zudem senke der Anblick von Pflanzen-Grün den Stresslevel. Das ist ein wissenschaftlich belegter Fakt.

Der neue Trend: Einrichtung, die Bestand hat

Innenbegrünung kann aber noch mehr. Zum Beispiel bei einem Stadthotel eine fehlende Terrasse kompensieren. Moritz Küderli führt Hotelbeispiele aus Singapur an: das Park Royal Hotel und das Oasia Hotel (beide von Woha Architekten) sowie das Shangri-La Hotel, bei denen ganze Innenbereiche so begrünt seien, «dass man den Innenbereich eher als Aussenbereich wahrnimmt». «Da braucht es dann keine Terrasse mehr», wirbt Moritz Küderli. Beim frisch renovierten «Quellenhof» habe man eine halbe Million Franken, was rund einem Prozent der Investitionssumme entspricht, in die Innenbegrünung investiert, verrät Claudio Carbone.

Hotels könnten nicht nur grüner, sondern auch nachhaltiger werden. Daniel Meer stellt ein steigendes Bewusstsein für die Herkunft der Einrichtungsmaterialien fest. «Immer mehr wollen keine Produkte aus China mehr und geben Schweizer Schreibern, die Schweizer Ware einsetzen, den Vorrang», so der Objekteinrichter. Beim Licht sei das noch anders, entgegnet Markus Bühler: «Hier wird oft gespart und Billigware aus China gewählt.» Nachhaltigkeit hiesse aber auch, dass weniger häufig, dafür qualitativ hochwertiger erneuert wird, betont Claudio Carbone. «Hotelzimmer müssen wieder 20 Jahre halten.» Die immer kürzer werdenden Renovationszyklen vieler Hotelketten, finanzierbar nur mit Billigware, hätten keine Zukunft. «Die künftige Gästegeneration goutiert das nicht mehr», ist Carbone überzeugt.



htr-Tischgespräch Branchenprofis bringen die Themen auf den Punkt

Mit dem htr-Tischgespräch möchte die htr hotel revue Lieferanten, Hoteliers und weiteren Vertretern der Branche die Möglichkeit geben, relevante Themen gemeinsam zu vertiefen. Die Diskussionsplattform in Bern bewährt sich bereits im zweiten Jahr. Das erste Tischgespräch im 2019 stand unter dem Thema «Das Buffet», im April diskutierte man über «Tabletop». Weitere Tischgespräche folgen im Verlaufe des Jahres.



**Auf Einladung der htr hotel revue diskutierten Branchenvertreter rund um die Gestaltung und Konzeption von Lobby und Empfang.
Bild links: Innenarchitekt Claudio Carbone (l.) und Hotelier Michael Böhler.
Bild oben: Verena Zaugg, Krucker Partner AG, mit Michael Böhler.**



Hotelier Michael Böhler erklärt den Diskussionsteilnehmern sein «The-Lobby»-Konzept. Rechts: Verena Zaugg, Krucker Partner AG.



Daniel Meer, Meer AG, bedauert, dass oft zuerst an die Zimmer gedacht wird. Rechts: Markus Bühler, Bühler Licht AG.



Die Teilnehmer Sechs Fachleute diskutieren über die Lobby-Welt



«Der öffentliche Raum wird selten prioritär behandelt.»

Daniel Meer ist Mitglied der Geschäftsleitung der Meer AG in Bern. Der Objektmöblierer zählt Gastronomie, Heime, Hotellerie, Spitäler, Verwaltungen und öffentliche Räume zu seinem Kerngeschäft. Schwerpunkt ist die Konzepterarbeitung von individuellen Lösungen mit Standardprodukten. Die Meer AG hat ihre Wurzeln in einer 1876 eröffneten Schreinerei in Huttwil.

meer.ch



«Gerüche und Akustik sind genauso wichtig für das Raumerleben.»

Verena Zaugg-Faszl ist Innenarchitektin bei dem schweizweit tätigen Innenarchitektur- und Bauleitungsbüro Krucker Partner AG in Rothenburg, das sich auf die Gesamtkonzeption von Hotel- und Gastronomie-Um- und -Neubauten spezialisiert hat. Das Unternehmen wurde 2002 gegründet. Zaugg-Faszl arbeitet seit sechs Jahren in der Hotellerie.

krucker-partner.ch



«Ich rechne damit, dass «The Lobby» den RevPAR nach oben treibt.»

Michael Böhler ist seit 2016 CEO der Small Luxury Hotel Ambassador & Opera Hotel Zürich AG. Die 4-Sterne-Hotels Ambassador und Opera liegen einander direkt gegenüber im Zürcher Seefeld. Das Ambassador ist ein Boutiquehotel mit 45 Zimmern, das Opera ein Hotel garni mit 58 Zimmern und dem neuen Konzept «The Lobby», das Hotelbar und Empfang vereint.

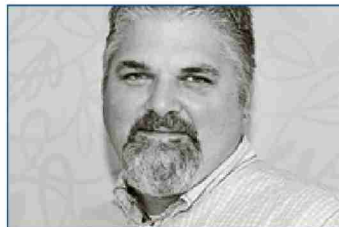
ambassadorhotel.ch; operahotel.ch



«Von einem völligen Verzicht auf die Réception kommt man ab.»

Innenarchitekt **Claudio Carbone** gründete 2000 Carbone Interior Design. Mit seinem Team gestaltet der renommierte Designer 5-Sterne-Hotels und Luxuswohnungen. Seine Kunden sind internationale Hotelketten und bekannte Einzelhotels von Rang und Namen: Carbone gestaltete das am 10 Juli wiedereröffnete Grand Hotel Quellenhof in Bad Ragaz (siehe Seite 15).

carbone-design.com



«Die Beleuchtung sollte mehr als dem Gast den Weg zum Lift weisen.»

Markus Bühler ist Geschäftsinhaber der Bühler Licht AG. Die Firma realisiert umfassende Beleuchtungskonzepte – von der Planung über die Auswahl der passenden Leuchten bis hin zur Montage. Kunden sind sowohl Private als auch Hotels oder Restaurants. In Matzingen führt man einen Lampenshop, der mit über 2000 Lampen zu den grössten der Schweiz zählt.

buehlerlicht.ch



«Man kann so begründen, dass man Innen als Aussen erlebt.»

Der Betriebswirtschaftler **Moritz Küderli** hat 2007 die Geschäftsleitung der Hydroplant AG von seinem Vater übernommen. Das Schweizer Unternehmen für Innenbegrünung mit eigener Gärtnerei in Gossau wurde 1972 gegründet und zählt heute über 50 Mitarbeitende. Für die Innovation Verticalis wurde Hydroplant mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet.

hydroplant.ch