

hotelbau

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG

SONDERTEIL

Budgethotels

STEIGENBERGER

Jaz in the city



ACCOR

NOVOTEL ARNULFPARK

Zuhause in fremden Betten?

Früher reiste man, um Neues kennenzulernen, Abenteuer zu erleben und aus dem Alltag auszubrechen. Der Geschäftsreisende von heute reist nicht, weil er will, sondern weil er muss. Eigentlich würde er lieber zuhause bleiben. Wer daran zweifelt, braucht nur einmal morgens in die Gesichter derjenigen zu blicken, die in den ICE einsteigen oder auf ihren Flug warten – die „Begeisterung“ spricht Bände. Um ihnen den

Aufenthalt in der Fremde so angenehm als möglich zu gestalten, versuchen die Hotelbetreiber, ihnen mit neuen Konzepten ein Zuhause-Gefühl zu vermitteln. Die Lobby soll möglichst wohnlich wirken – nicht zuletzt um auch den Konsum anzukurbeln – und auf den Zimmern finden sich technische Gerätschaften, die es ihnen erlauben, ihre Musik von ihren MP3-Playern abzuspielen

oder die Fotos ihrer Kinder auf dem Smart TV anzusehen. Das ist nett gemeint und sicherlich auch zeitgemäß, das eigentliche Ziel lässt sich damit jedoch kaum erreichen. „Zuhause“ ist ein Gefühl, das aus Vertrautheit entsteht. Das geht weder mit Design noch mit Technik. Die meisten Menschen – und somit auch die meisten Hotelgäste – sind eben keine Technologie-Nerds oder Design-Aficionados, sondern Gewohnheitstiere. Wie sonst erklärt es sich, dass viele Ehepaare seit dreißig Jahren ihren Urlaub immer am selben Ort im selben Hotel verbringen?

Martin Gräber ■

PS: Wir begrüßen Miriam Glaß im Redaktionsteam. Anne Amlinger widmet sich künftig als Leiterin E-Business titelübergreifend um die Online-Aktivitäten unserer Verlageinheit.

hotelbau als ePaper

hotelbau gibt es auch als ePaper. Nutzen Sie unser günstiges Kombi-Jahresabo aus Print und Online:

hotelbau.de/kombi-jahresabo



Textile Einrichtung



Projektmanagement
Konfektion / Dekoration



Vorhänge / Gardinen
Kissen
Bettüberwürfe



www.rolfkrebs.de

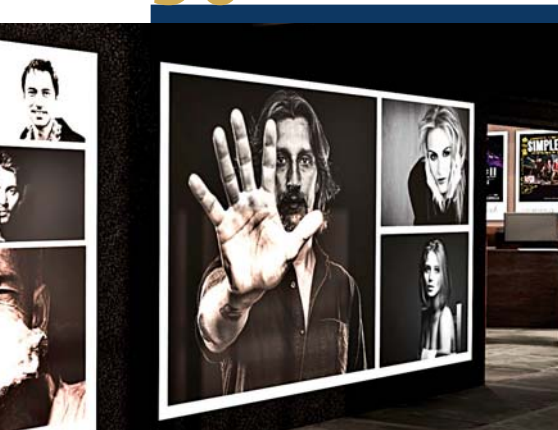
info@rolfkrebs.de



16 HOSTELS VS. BUDGETHOTELS



36 JAZ IN THE CITY AMSTERDAM



58 SCHLOSS ELMAU



MARKT

- 5 25HOURS
Neues „Kapitänsheim“ in Hamburg
- 5 BERLIN
Erstes Hard Rock Hotel
- 6 W AMSTERDAM
V plus V macht W
- 8 HAPIMAG RESORT HAMBURG
Moin Moin
- 10 SIR HENRY, SEEFELD/TIROL
Suite Dreams – Refugium am Berg

- 12 NEUE HOTELS
Aktuelle Eröffnungen
- 13 AUSBLICK
Kommende Hoteleröffnungen

SONDERTEIL BUDGETHOTELS

- 16 HOSTELS VS. BUDGETHOTELS
Revierkampf unter Wettbewerbern?
- 24 BUDGET-/ECONOMY-HOTELS
Einfach erfolgreich

NEUBAU

- 30 NOVOTEL/IBIS MÜNCHEN ARNULFPARK
Accors Proberbackstube
- 36 JAZ IN THE CITY, AMSTERDAM
Feeling Jaz(zy)

UMBAU

- 42 GEWANDHAUS DRESDEN, AUTOGRAPH COLLECTION
„Tuchmacherhaus im neuen Kleid“
- 48 GREGOR GERLACH
„Wir wollen individuelle Hardware“

PLANUNG

- 52 WIRTSCHAFTLICHE WELLNESSWELTEN, TEIL 3
Kosten aus dem Betrieb

TECHNIK

- 58 SCHLOSS ELMAU
Gipfel der sicheren Technik
- 62 DIETMAR MÜLLER-ELMAU
„Ganz nach meinen Vorstellungen“
- 64 THE MANDALA BERLIN
Mehr Vitalität durch Elektrosmog-freie Zimmer

Editorial	3
Splitter	5
Job & Karriere	14
Alles was Recht ist	15
Innenansichten	27/29
New Look	40/50/56
Produkte	68
Veranstaltungen	69
Firmenverzeichnis	70
Vorschau/Impressum	74

Titelbild: M. Gräber/hotelbau

Ein neues Mitglied im jungen Lifestyle-Orchester ist am Markt: Am 13. November 2015 hat neben dem Ziggo Dome, Amsterdams größter Veranstaltungshalle, das Jaz in the city, eröffnet. Die Steigenberger-Marke fokussiert auf Musik und die Generation Y. Das Interieur stammt aus der Feder von Geplan Design.



Lobby mit Rezeption.



Bild: Geplan Design (4)



Musik und Kultur im Fokus.



JAZ IN THE CITY, AMSTERDAM

Feeling Jaz(zy)

Für George Gershwin war das Leben wie Jazz: „... – it’s best when you improvise“. Das findet auch Steigenberger und hat das Zitat des Komponisten zum Motto der neuen Marke Jaz in the city, die sich zwischen Steigenberger Hotels and Resorts und InterCityHotels positioniert,¹⁾ gemacht. Das heißt: Erstens spielt hier Musik – was schon anhand des Namens un schwer zu erkennen ist – eine große Rolle; zweitens ist der Stil des Hauses zwar nicht „improvisiert“, aber unkompliziert, das Design alles andere als gefällig und glatt. Für das Interieur nicht

nur eine authentische Partitur zu komponieren, sondern mit dem ersten Haus auch die „Jaz-Root“ zu definieren, die an jedem anderen Standort neu improvisiert wird, war die Aufgabe von Geplan Design. Das Innenarchitekturbüro hat schon oft für Steigenberger gearbeitet, zuletzt in Sachen Crew-Lounge und Relaxation Rooms im Steigenberger Airporthotel in Frankfurt. Aktuell entwickeln die Stuttgarter unter anderem das zweite Jaz-Hotel im Stuttgarter Hochhaus Cloud No.7, das im Sommer/Herbst 2016 eröffnen soll, ein neues Steigenberger Hotel in München und Restaurants



Unkonventionelle Bäder: Oranje-Waschtischplatte vor Oranje-Wand und Texttafel in der Dusche. Nicht im Bild: Decken-Paneele mit integrierter Kopfbrause und vier LED-Strahlern.

und Bars in den Inselhotels Konstanz und Bremen. Bei dem Amsterdamer Erstling in puncto Jaz war das Büro federführend verantwortlich für die Gestaltung aller Gastbereiche vom Entwurf bis hin zur Ausführung. „Wir sollten ein innovatives Konzept entwickeln für die Generation Y. Viel mehr Vorgaben gab es anfangs zum Glück nicht und dass ein Hotel ‚funktionieren‘ muss, versteht sich von selbst. Wir machen ja nichts anderes“, erklärt Geplan-Design-Gründer Cord Glantz. So war sein Team von der Zielgruppenanalyse bis hin zum Marketingkonzept frei von „fesselnden Standards“ und legte los in dem Bewusstsein: „Ein Haus namens Jaz muss mehr sein als ein Hotel – das muss Musik sein.“

Premiere im Venedig des Nordens

Dass die Wahl des ersten Standorts auf Amsterdam fiel, erklärt Steigenberger wie folgt: „Die quirlige Metropole war der ideale Standort für die Jaz-Premiere, denn das Venedig des Nordens mischt modernes, urbanes Flair mit der nötigen kulturellen Vielfalt. Die Stadt hat Spirit und ist hip.“ Genau das passt laut Hasan Yigit, Vice President Jaz Hotels und Geschäftsführer Jaz GmbH, zur neuen Marke, die ebenfalls hip, lässig und trendy mit einer Brise „Local Touch“ sein soll – ein Entertainer also, wenn man so will, der seine Gäste begeistert und inspiriert, aber auch der Host, der Reisende mit lokalen Insider-Tipps und einem „Du bist hier zu Hause“-Gefühl versorgt.

Die „Mutter aller Jaz-Hotels“ entstand in Amsterdam-Zuidoost neben der Amsterdam Arena und mit direktem Zugang zur 17.000 Gäste fassenden Konzerthalle Ziggo Dome. Auch die Heineken Music Hall ist in der Nähe und Stadtzentrum sowie Hauptbahnhof sind etwa 8 km entfernt. Der Neubau, in den das Hotel einzog, war zum Projektbeginn schon fast fertig. Der vollen Kreativität, mit der Geplan Design loskomponieren durfte, tat das jedoch laut der Innenarchitekten keinen Abbruch. Sie orientierten sich am Spirit Amsterdams, der Nähe zum Ziggo Dome und dem Leitmotiv Musik. „Wir haben als Root, die alle Jaz-Häuser verbindet, zuerst Funktionen festgelegt, quasi den Grundrhythmus für jedes Jaz definiert. Die Lobby ist immer eine lebendige Meet-&Work-Area mit integrierter Bühnenfläche. Das Restaurant ist eine Art Shop-in-Shop mit unterschiedlichen Aufenthaltsqualitäten: mal Beat-Box, mal Lunch-Box, mal Black-Box“, beschreibt Michaela Reichwald von Geplan Design.

Da der Local Spirit eine große Rolle spielt, sind die Maestros des Innenraums auch in die Szene der Stadt eingetaucht und haben hier die Inspiration für ein „verträumtes Sprayer-Design“ gefunden, das nun auf sägeraurem Holz die Zimmer schmückt. Das Oranje-Orange taucht als freches Fresh-up im ganzen Hotel auf, in den Suiten leuchten gar die Badewannen in Oranje. „Orange wirkt kommunikationsfördernd und Steigen-

berger hat es wohl so gut gefallen, dass es zur zweiten CI-Farbe für Jaz gekürt wurde“, erzählt die Innenarchitektin. Die Nähe zum Ziggo Dome prägte ihr zufolge den gesamten Entwurf: „Die Rezeptionsinsel sieht etwa aus wie ein Mega-Blechinstrument. Den Gast wollten wir selbst zum Star machen und aus diesem Gedanken heraus sind etwa die Ideen entstanden, die Flurböden mit Bühnenmarkierungen zu versehen und die Wände mit abstraktem Publikum zu zieren, das dem Gast auf dem Weg in sein Zimmer zujubelt.“

Bruch mit Konventionen

Das Jaz Amsterdam bietet 247 Zimmer und elf Suiten, deren Einrichtung Lifestyle und modernste Technologie unkonventionell kombinieren sollte. „Hier ist wirklich etwas Neues entstanden, das sich konsequent durchs ganze Haus zieht. Das zeigt ein Blick auf Icons und Beschilderungen, ein Blick in die Bäder ...“, beschreibt Glantz und in der Tat zieht sich die unkonventionelle Gestaltung bis in die Nassbereiche fort. Geplant hat die Bäder ebenfalls Geplan Design, für die schlüsselfertige Ausführung zeichnete Gerloff verantwortlich. Die Waschtischplatte aus Kunstgranit mit angeformter Ablaufschräge ist orange wie die Wand, an der sie montiert ist. In den Duschen ist an der Wand eine Texttafel angebracht, die Führungsschiene für die Handbrause ist flächenbündig und mit selbstarretierendem Gleiter in Feinsteinzeugfliesen mit Beton-

STECKBRIEF

Adresse:	De Passage 90, 1101 AX Amsterdam- Zuidoost
Klassifizierung:	4 Sterne
Betreiber:	Steigenberger Hotel Group
Bauzeit:	1/2014-11/2015
Eröffnung:	Soft Opening 11/2015
Investor/Eigentümer/ Projektentwickler:	G&S Vastgoed
Generalunternehmer/ Innenausbau:	G&S Bouw
Architekt:	Overzaaijer
Innenarchitekt:	Geplan Design
Schreiner:	Gielissen Interiors & Exhibitions
Raumausstatter:	Jording
Bruttogrundfläche:	13.470 m ²
Zimmeranzahl:	247 Zimmer, 11 Suiten
Standardzimmer:	28 m ² (Suiten 32 m ² + 18 m ² Terrasse)
Spa/Fitness:	ca. 200 m ²
Konferenzbereich:	3x 62 m ² + Boardroom 33 m ²
Ausrüster	
Aufzüge:	Mitsubishi
Schließsystem:	Messerschmitt
Türen:	Reinaerdt
Bodenbeläge:	Interface, Ege, Desso, Domino
Beleuchtung:	Northern Lighting, Erco, XAL, Arclite
Möbel:	Office Dock
Tapeten:	BN Wallcoverings, Vescom
Textilien:	Création Baumann, Bautex, Jab Anstoetz, Skai
Safe:	Hotek
Fernseher:	LG
Audiosystem:	Presentation Partners
Spa/Wellness:	Klafs
Sanitär:	Gerloff, Geberit, Wet
Schichtstoffe:	Pfleiderer
Baustoffe Decke:	Heradesign, OWA



Typisches Jaz-Zimmer: Die Inspiration für das „verträumte Sprayer-Design“ auf sägerauem Holz hat ein Streifzug durch Amsterdam geliefert. Auch im Zimmer wieder das „Oranje-Fresh-up“.

optik eingesetzt, und als Kopfbrause sind Decken-Paneele mit verdeckt montierten Brausemodulen und vier integrierten LED-Strahlern installiert.

An öffentlichen Bereichen stehen dem Gast im Jaz Amsterdam im Erdgeschoss u. a. die Lobby mit Rezeption und Bar zur Verfügung – ein „lebhafter Treffpunkt mit Speisen und Getränken“. In der Bar Rhythms sind Musik und Kultur bzw. Kunst wie in allen anderen Räumen des Hotels allgegenwärtig. Hier können dank bereits erwähnter Bühne Bands live auftreten oder auch Künstler aus anderen Bereichen in wechselnden Ausstellungen ihre Werke präsentieren. An weiteren Einrichtungen gibt es einen Spa, ein Restaurant sowie Meetingrooms. Auch hier bricht Jaz laut Glantz mit Konventionen. „Jaz spiegelt unkomplizierte, flexible Lebens- und Arbeitsbedingungen wider. Wir haben erfrischenderweise nicht über Dinge wie Sitzhöhen gerungen, sondern konnten coole Möbel entwickeln, die bequem sind, aber eben nicht immer ergonomisch so ausgelegt, dass man sie auch in einem Seniorenheim einsetzen würde. Aber wir gehen davon

aus, dass Millennials und dynamisch trainierte Silver-Ager auch von der Futon-Höhe locker wieder in die Senkrechte federn können“, schmunzelt der Innenarchitekt. Die Zielgruppen für Jaz in the city sind laut Steigenberger „welt-offene Entdecker, Wochenend-Abenteurer, Foodies²⁾ und Bizcationers: preisbewusste moderne Geschäftsreisende und Consultants, die, so möglich, ihre Trips mit Freizeit-Eindrücken ergänzen. Alle Zielgruppen eint, dass sie in der Stadthotellerie authentische Erlebnisse suchen.“ Neben dem Jaz Amsterdam und dem Jaz Stuttgart plant die Hotelgesellschaft weitere acht Hotels an signifikanten Standorten in europäischen Metropolen in den nächsten fünf Jahren. General Manager des Erstlings in Amsterdam ist Joost van Beek, der zuletzt als Regional Director of Operations für die NH Hotel Group tätig war.

Sandra Hoffmann ■

¹⁾ Insgesamt organisiert sich die Steigenberger Hotels AG in die vier selbstständigen Geschäftsbereiche Steigenberger City Hotels, Steigenberger Resort Hotels, InterCityHotels und Jaz in the city.

²⁾ Foodie: Person mit einer Vorliebe für besondere, neuartige Geschmackserlebnisse in puncto Essen und Trinken.

SONDERTEIL

Bild: Abacopress/L. Skaukase



Hotelmarkt Nürnberg

Mit zahlreichen Neueröffnungen hat sich Nürnberg in den letzten Jahren zum A-Standort unter den B-Standorten entwickelt. Wir analysieren die bestehende Hotellandschaft der Frankenmetropole und werfen einen Blick auf kommende Projekte. (Im Bild: das im September 2015 eröffnete Novotel Centre Ville).

Bild: duncanandison - Fotolia.com



Franchisenehmer-Übersicht

Zwei Jahre sind seit der Veröffentlichung unserer ersten Marktübersicht der Hotelfranchisenehmer bereits ins Land gezogen. Seither hat sich viel getan. Höchste Zeit für ein Update.

NEUBAU

Bild: V-Hotel



Baumhäuser aus Zirbenholz

Ende November 2015 hat das Bonner V-Hotel auf dem Venusberg seine drei Baumhäuser eröffnet. Laut den Hoteleigentümern Christina und Harald Voit ist die Massivbauweise mit Zirbenholz weltweit einmalig. Für den Bau wurden nur umweltfreundliche und allergieverträgliche Materialien verarbeitet.

PLANUNG

Bild: Vallone



Trends in der Badgestaltung

Das Bad ist die Visitenkarte des Hotelzimmers. Wir haben uns auf die Suche nach neuen Anregungen gemacht und eine Auswahl zusammengestellt. Entdecken Sie die Möglichkeiten ...

TECHNIK

Bild: Foscarini



Dekorative Beleuchtung

Gutes Licht macht gute Räume. Und wie sich gutes Hoteldesign mit dekorativer Beleuchtung abrunden lässt, das präsentiert die nächste Ausgabe von hotelbau. Mit dabei: ein Ausblick auf die Neuheiten der Light+Building 2016.

Anzeigenschluss: 4. Februar 2016
Erscheinungstermin: 3. März 2016

Herausgeber und Verlag:

FORUM ZEITSCHRIFTEN UND SPEZIALMEDIEN GMBH
 Mandichostraße 18, 86504 Merching
 Tel. 08233/381-0, Fax: 08233/381-212
 www.forum-zeitschriften.de
 www.hotelbau.de

Geschäftsführer:

Rosina Jennissen

Chefredakteur/Objektleiter:

Dipl.-Phys. Martin Gräber, Tel. 08233/381-120
 martin.graeber@forum-zeitschriften.de

Redaktion:

Dipl.-Ing. (Architektur) Sandra Hoffmann, Tel. 08233/381-162
 sandra.hoffmann@forum-zeitschriften.de
 Detlef Hinderer, staatl. gepr. techn. Fachwirt, Tel. 08233/381-549
 detlef.hinderer@forum-zeitschriften.de
 Miriam Gläß, MA Germanistik, Tel. 08233/381-552
 miriam.glaess@forum-zeitschriften.de

Autoren in dieser Ausgabe:

Christoph Augustin, Cathrin Clemens, Constanze Maas,
 Maria Pütz-Willems, Wolfgang Schmid, Markus Wenske

Anzeigen:

Birgit Voss, Tel. 08233/381-125
 birgit.voss@forum-zeitschriften.de
 Helmut Junginger, Dipl.-Designer (FH), Tel. 08233/381-126
 helmut.junginger@forum-zeitschriften.de

Anzeigendisposition:

Karin Meier, Tel. 08233/381-247
 karin.meier@forum-zeitschriften.de

Marketing/Vertrieb:

Andrea Siegmann-Kowsky, Tel. 08233/381-361
 andrea.siegmann@forum-zeitschriften.de

Layout/DTP:

Bernd Rahm, mail@bera-grafik.de

Lithografie:

Engel und Wachs, info@engel-wachs.de

Druck:

Silber Druck, Niestetal

Anzeigenpreisliste 9/2016

ISSN 1865-5130

Bezugspreise: Jahresabonnement € 75,- inkl. MwSt. und Versandkosten

Erscheinungsweise: 6 Ausgaben + 2 Sonderausgabe jährlich

Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr, es verlängert sich automatisch mit Rechnungstellung und ist jederzeit zum Ablauf des Bezugsjahres kündbar. Bei Nichtbelieferung durch höhere Gewalt besteht kein Anspruch auf Ersatz.

hotelbau ist eine Publikation der Sparte Bau- und Immobilienzeitschriften der Forum Zeitschriften und Spezialmedien GmbH. Dazu gehören auch:



www.facility-manager.de

industrieBAU

www.industriebau-online.de

Manuskripteinsendungen/Urheberrecht:

Manuskripte werden gerne von der Redaktion angenommen. Sie müssen frei sein von Rechten Dritter. Sollten sie auch an anderer Stelle zur Veröffentlichung oder gewerblichen Nutzung angeboten werden, ist dies anzugeben. Zum Abdruck angenommene Beiträge und Abbildungen gehen im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen in das Veröffentlichungs- und Verbreitungsrecht des Verlages über. Überarbeitungen und Kürzungen liegen im Ermessen des Verlages. Für unaufgefordert eingesandte Beiträge übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Namentlich ausgewiesene Beiträge liegen in der Verantwortlichkeit des Autors. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

Gemäß Verordnung zur Durchführung des Gesetzes über die Presse vom 7. 2. 1950 in Verbindung mit § 8 des Bayer. Pressegesetzes wird mitgeteilt: Gesellschafter der FORUM ZEITSCHRIFTEN UND SPEZIALMEDIEN GMBH ist: Ronald Herkert, Kissing.

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Augsburg

Copyright: FORUM ZEITSCHRIFTEN UND SPEZIALMEDIEN GMBH



Ergonomie am Arbeitsplatz

DIE NEUE, KOSTENLOSE WEB-APP MIT TIPPS UND ÜBUNGEN



empfohlen von

**Der
Facility
Manager**



www.ergonomie-app.de