

hotelbau

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG



SONDERTEIL VERRÜCKTE IDEEN

plus: Ruby Lilly München • Schlosshotel Fleesensee •
Provocateur Berlin • 25hours Langstrasse Zürich

Verbot von Open-Lobbies

Einer erwerbsmäßigen Beschäftigung nachzugehen, gehört zu den leidigen Grundübeln unserer Zivilisation. Das gibt einem jedoch noch lange nicht das Recht, dies in einer penetrant-exhibitionistischen Art und Weise zu tun. Ich spreche von diesen – meist mit Apple-Geräten bis an die Zähne bewaffneten – Work-Posern, die immer zahlreicher die Hotellobbies dieser Welt heimsuchen. Diese verkriechen sich leider nicht in die hintersten Winkel der Hotellandschaft, sondern inszenieren sich in den besten Lagen. Denn Sinn und Zweck des Work-Posings ist ja

gerade nicht das konzentrierte Arbeiten (das könnte man viel besser auf dem Zimmer), sondern das Gesehen- und vor allem das Gehörtwerden. Und was man da bei diesen Telefonaten alles unfreiwillig zu hören bekommt. Oft frage ich mich, ob diese Wichtigheimer denn keine Sekretärin ... äh, Entschuldigung ... Teamassistentin haben, die solche läppi-schen Angelegenheiten übernehmen könnte.

Das Schlimmste: Das Work-Posing startet ja nicht erst am Nachmittag oder am Abend. Der ambitionierte Work-Poser läuft schon beim Frühstück zur Höchstform auf. Während sich die weiblichen Vertreter dieser Spezies meist mit dem demonstra-

tiven Zurschaustellen ihres Smartphones und gelegentlichem WhatsApp-Tippen begnügen, müssen die Männchen naturgemäß durch lautstarkes Geplapper ihre berufliche Potenz unter Beweis stellen. Lustig wird's immer dann, wenn der Chef oder ein Auftraggeber anruft. Dann wird das Gebalze schnell ganz kleinlaut ... „ja, mach ich sofort“ ... „weiß auch nicht, wieso das noch nicht geschehen ist“ ...

Ich wünsche mir, dass Hotellobbies wieder zu Orten der guten Sitten, des Anstands, der Kultur und der feinsinnigen Gespräche oder noch besser, des besonnenen Schweigens werden. Deshalb setze ich mich vehement für ein Verbot der sogenannten Open-Lobby-Konzepte ein. Ein erster Schritt wäre, WLAN in den Lobbies abzuschaffen und Mobilfunksignale durch Störtechnik zu unterbinden. Dies, liebe Leser, ist wohl die verrückteste Idee, die wir Ihnen in dieser an verrückten Ideen nicht gerade armen Ausgabe präsentieren.

Martin Gräber ■



Das hotelbau-Redaktionsteam (von links): Sandra Hoffmann, Martin Gräber, Detlef Hinderer, Miriam Glaß und Sandra Lepper.

Bild: D. Blaser – Photoresque



© soenne

INDIVIDUALITÄT

ERHÄLT

BESONDERE

BEACHTUNG.



© soenne

Lassen Sie sich von dem erstklassigen Design und Komfort unserer Möbel inspirieren.

www.gh-moebel.de

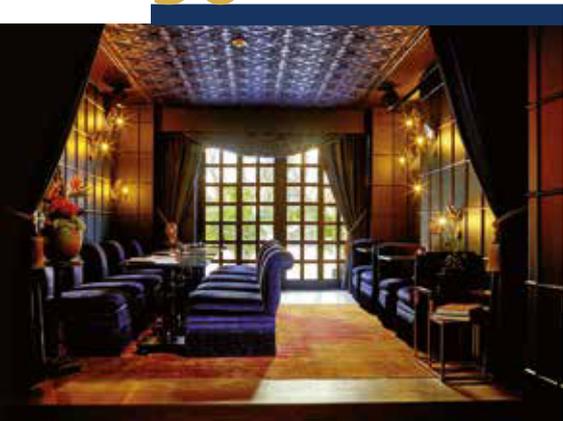
22 25HOURS HOTEL
ZÜRICH



30 RUBY LILLY
MÜNCHEN



38 PROVOCATEUR
BERLIN



VERANSTALTUNGEN

- 6 AK HOTELIMMOBILIEN
**Roomers Baden-Baden
und Sofitel Frankfurt Opera**
- 8 08./09. JUNI, ZÜRICH
Hospitality-Network-Gipfel
- 10 18./19. SEPTEMBER, HAMBURG
Bau und Betrieb von Hotels

MARKT

- 12 NEUE HOTELS
Aktuelle Eröffnungen
- 13 AUSBLICK
Kommende Hoteleröffnungen
- 14 WOHLFÜHLHOTEL SCHIESTL,
FÜGENBERG
Probier's mal mit Gemütlichkeit

KEY PLAYER

- 18 CHRISTOPH HOFFMANN,
25HOURS HOTELS
**„Wir wollen ein cooles
Unternehmen bleiben“**

NEUBAU

- 22 25HOURS HOTEL ZÜRICH
Laut, lässig, Langstrasse!

INVESTOR RELATIONS

- 28 PETER EBERTZ,
ART-INVEST REAL ESTATE
„In der Denkweise Hotelier“

UMBAU

- 30 RUBY LILLY MÜNCHEN
Hommage an die Schickeria
- 34 MICKY ROSEN, ALEX URSEANU,
GEKKO GROUP
**„Wir schauen uns in die Augen
und hören auf unseren Bauch“**

Titelbild: V8 Hotel; Fotograf: Frank Hoppe

- 38 PROVOCATEUR BERLIN
Vorhang auf!

- 44 SCHLOSS FLEESSENSEE
**Vom Jungbrunnen
aufs Siebertreppchen**

SONDERTEIL VERRÜCKTE IDEEN

- 52 POP-UP-HOTEL TEL AVIV
**Übernachten mit
Baywatch-Feeling**
- 54 IGLOOTEL LAPPLAND, SCHWEDEN
Ice Ice Baby
- 55 ARCADE HOTEL AMSTERDAM
Willkommen im Zockerparadies
- 56 COCOON HOTEL HAUPTBAHNHOF,
MÜNCHEN
Frühstück auf der Alm
- 57 HOTEL BUDDY, MÜNCHEN
Städtetrip beim Spezl
- 58 V8 HOTEL, BÖBLINGEN
Herbie als Bett

PLANUNG

- 60 INFINITY, UNTERSCHLEISSHEIM
Ungeahnte Möglichkeiten

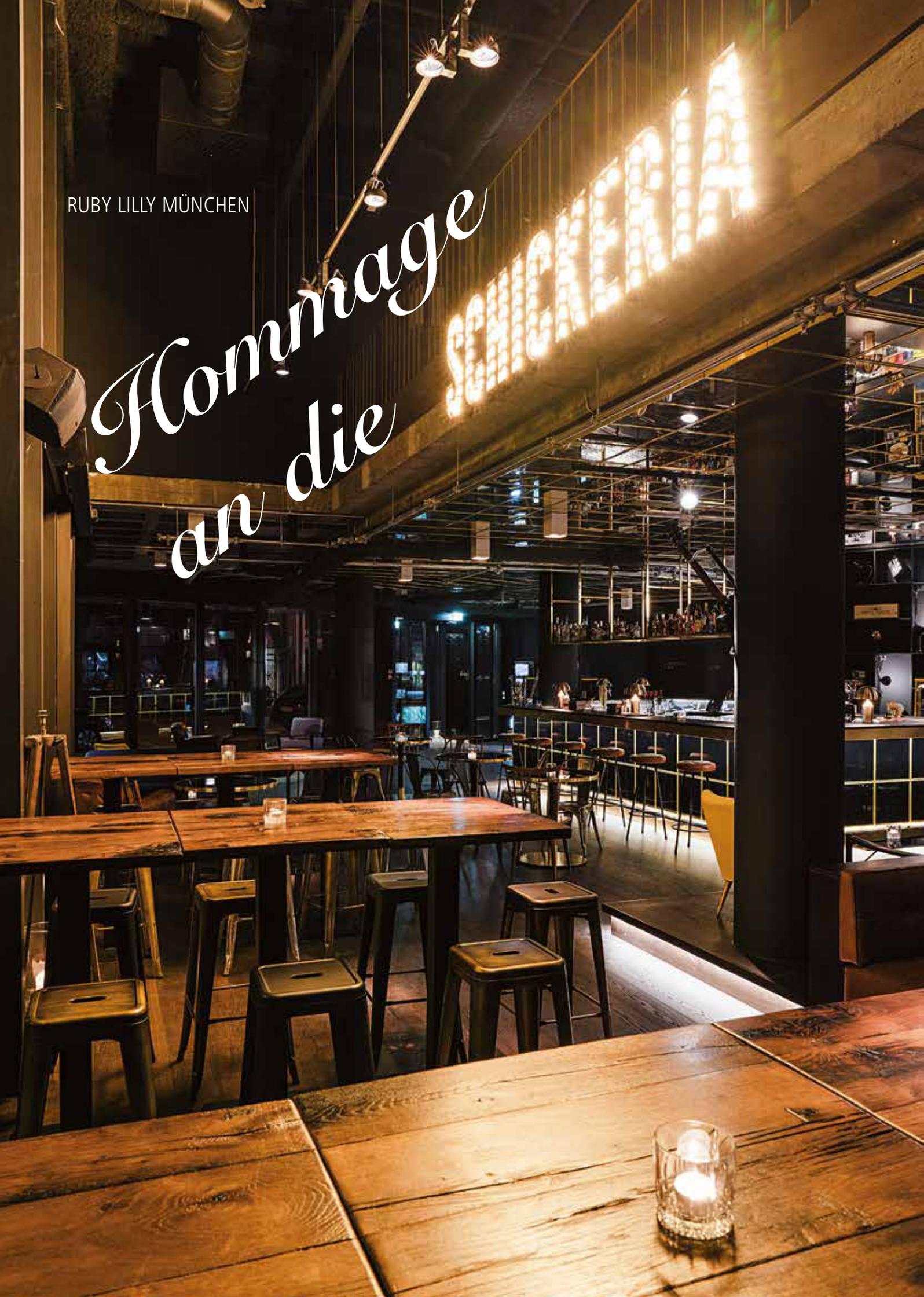
TECHNIK

- 64 ALTERNATIVE HEIZTECHNIK
Potenziale der Holzfeuerung
- 67 TRINKWASSERANLAGEN
**Wasserhygiene ohne
Zirkulationsleitung**

Editorial	3
Splitter	5
Investmentsplitter	14
Innenansichten	15, 27, 43, 53
Job & Karriere	16
New Look	50
Produkte	68
Firmenverzeichnis	70
Vorschau/Impressum	74

RUBY LILLY MÜNCHEN

Kommage an die



Drei Jahre nach Eröffnung des ersten Ruby-Hotels in Wien feiert die junge Design-Marke nun auch in Deutschland Premiere und will in der bayerischen Landeshauptstadt mit postmodernem Flair vor allem stil- und gleichzeitig kostenbewusste Menschen ansprechen. Die ersten Dauergäste haben sich schon eingefunden: Monaco Franze und Baby Schimmerlos.



Die Bar ist das Herzstück der Lobby.

„Jeder spielt’n Superstar und sauft an Champus an der Bar – in der Schickeria“, heißt es im Songtext der Spider Murphy Gang, die schon in den 1980er-Jahren die Münchener Bussi-Bussi-Gesellschaft auf die Schippe nahm. Liebevoll-ironisch will auch das neue Hotel Ruby Lilly am Münchener Stiglmaierplatz mit der Schickeria umgehen. Das Bürohaus, das in eben dieser Zeit seinen Höhepunkt hatte, hat durch einen Umbau viel von der alten Zeit zurückerhalten – und sogar noch ein bisschen mehr. In leuchtenden Lettern strahlt die „Schickeria“ von der Wand, ganz bewusst übertrieben und laut. Dort, wo vielleicht in den 80ern „Leit wie di und mi erst gar net nei“-gelassen wurden, sind heute alle Individualisten und Trendsetter herzlich willkommen.

Schon länger hatte Michael Struck, der Gründer von Ruby und Geschäftsführer der Ruby Hotels & Resorts GmbH, das

ehemalige Bürogebäude unweit des Münchener Hauptbahnhofs als mögliche Umnutzung im Auge, erstellte für den Eigentümer eine Umnutzungsplanung und holte schon erste Genehmigungen ein. Dann aber entschloss sich dieser, das Gebäude kurzfristig zu veräußern. So brachte Struck über sein Netzwerk schließlich die Art-Invest ins Spiel, die jetzt Eigentümer der Immobilie ist. Die Projektbeteiligten wurden sich schnell einig, der Umbau konnte beginnen.

Klare Linien und starke Kontraste

In nur rund zwölf Monaten wurde das Haus bis auf den Rohbau zurückgebaut und in ein „New-Generation-Hotel“ verwandelt. Die Fassade konnte größtenteils erhalten bleiben, so wie es auch der Bestandsschutz vorschreibt. Nur kleine Ergänzungen wurden vorgenommen, wie der Einbau von Fenstern, die sich öffnen lassen. „Man muss sich auf den Charme der 70er-Jahre einlassen, dann kann man der klaren und konsequenten

Linienführung der Fassade einiges abgewinnen. Mit nur wenigen Akzenten haben wir diese Schönheit ins rechte Licht gerückt“, erklärt Struck. Was die Haustechnik angeht, so waren aufgrund des Alters der Immobilie doch einige Ertüchtigungsmaßnahmen nötig. Einzelne zentrale Einrichtungen wie die Sprinkleranlage wurden in der Kapazität erhöht.

Das Design folgt auch in München ganz dem Ruby-Motto „Lean Luxury“. „Luxus zu machen ist nicht so schwer, wie Luxus bezahlbar zu machen. Zunächst muss man sich fragen: Wer sind unsere Gäste? Wir haben uns auf eine Zielgruppe beschränkt, die wir als postmoderne Milieus beschreiben“, sagt Struck. Das sind laut dem Ruby-Gründer vor allem Individualisten, die Erlebnisse suchen, Technologien gegenüber aufgeschlossen sind und ihren hohen sozialen Status u. a. aus einem guten Bildungsgrad und gutem Einkommen ableiten. Das Alter



Die helle Gestaltung soll den Raum optisch größer erscheinen lassen. Dusche und Waschtisch sind in den Raum integriert. In jedem Zimmer findet sich ein Lautsprecher, an den Musikinstrumente oder das Smartphone angeschlossen werden können.

STECKBRIEF

Adresse:	Ruby Lilly Hotel München, Dachauer Str. 37, 80335 München
Klassifizierung:	Design-Hotel
Betreiber:	Ruby Hotels & Resorts
Eröffnung:	Soft Opening Februar 2017
Eigentümer/Investor:	Art-Invest Real Estate Management
Architekt:	Peter Ackermann
Innenarchitekt:	Ruby Hotels & Resorts
Innenausbau:	Sacher
Bruttogrundfläche:	5.600 m ²
Zimmeranzahl:	174
Zimmergrößen:	Nest Room: 14-15 m ² Cosy Room: 15-18 m ² Lovely Room: 18-19 m ² Wow Room: 19-22 m ²
Zimmerpreise:	ab 89 €
Ausrüster	
Aufzüge:	Thyssen
Beleuchtung:	Kartell
Möbel:	Philippe Starck
Schließsystem:	Assa Abloy
Textilien/Stoffe:	Jab Anstoetz
Sanitär:	Hansgrohe, Duravit, Kaldewei

sei kein wesentlicher Faktor, auch das Geschlecht nicht. „Wir versuchen, auch für Frauen eine relevante Alternative zu sein, zum Beispiel mit Rückzugsräumen sowie gutem Licht und vernünftigen Spiegeln auf dem Zimmer.“ Für die Zielgruppe des Ruby sei Luxus nicht abhängig von Statussymbolen wie Marmorböden oder goldenen Accessoires. Eine größere Rolle spielen, wie individuell, charakterstark und ästhetisch ein Konzept ist, wie einzigartig die Erlebnisse.

Da Fläche einer der größten Kostenfaktoren in der Hotellerie ist, sind die Zimmer im Ruby Lilly entsprechend klein gehalten. Der Gast hat die Wahl zwischen vier verschiedenen Zimmerkategorien, die sich vor allem in der Größe unterscheiden: von 14 bis 22 m². Im Gegensatz zur sehr dunkel gestalteten Lobby sind die Zimmer bewusst monochrom hell gehalten und gut ausgeleuchtet, um dadurch optisch etwas größer zu wirken. Gemäß dem Lean-Luxury-Konzept wurde zudem auf Dinge im Zimmer verzichtet, die Gäste nur selten nutzen, wie eine Minibar, ein Bügeleisen oder eine Kaffeemaschine. Dafür gibt es auf jeder Etage sogenannte Galleys, die diese Services anbieten. Dass dieser Begriff aus der Seefahrt stammt – Galley steht für eine Kombüse –, ist kein Zufall. Denn die Designprinzipien des

Hotels stammen aus dem Luxus-Yachtbau. Auch dort lasse sich viel Luxus auf wenig Platz unterbringen.

Zeitreise in die 80er-Jahre

In den Zimmern des Ruby Lilly sollen vor allem Licht und hochwertige Materialien den Gästen diesen Luxus bieten. Dazu gehören auch Echtholz, warme Farbtemperaturen, schnelles Internet für bis zu sieben Geräte gleichzeitig, übergroße Betten und Decken sowie Einzelstücke, die jedem Zimmer einen eigenen Charakter verleihen. Das Signature-Piece ist eine Lampe von Philippe Starck. Für ein größeres Raumgefühl wurden zudem Elemente des Badezimmers in den Raum integriert, ebenso die Dusche mit transparenten Wänden.



Bild: Ruby Hotels & Resorts (5)



Während die Zimmer Wärme und Ruhe ausstrahlen sollen, tobt in der Lobby das bunte Leben der 80er-Jahre. „Wir haben uns gefragt, was in den 80ern, als dieses Gebäude seinen Zenit hatte, das Bild von München beeinflusste. Und da kam schnell der Begriff Schickeria auf, geprägt von der Bussi-Bussi-Gesellschaft und der Glitzerwelt von Film und Fernsehen“, erzählt Michael Struck. Besonders beeindruckt haben die Figuren Monaco Franze und Baby Schimmerlos von Helmut Dietl. Deshalb findet sich schon im Eingangsbereich eine Kunst-Installation mit Fernsehern, auf denen alte Folgen von Monaco Franze laufen. Szenenbilder aus „Kir Royal“ wurden zu-

sammen mit weiteren Erinnerungen an die 80er, wie Diskokugeln, Barbie-Puppen, magische Würfel, Ghetto-Blaster und alte Colaflaschen in den Regalen platziert. „Wer in den 80ern aufgewachsen ist, empfindet das bestimmt wie eine Zeitreise“, schmunzelt der Gründer. Das Spiel mit den Kontrasten wird auch in der Lobby fortgesetzt. Edle Materialien sollen das Lean-Luxury-Konzept aufgreifen. Messing und geometrische Formen der 80er stehen typischen Formen und Farben der 60er gegenüber. Die Spiegeldecke über der Bar mündet in eine offene Betondecke. Moderne Tolix-Stühle stehen neben echten Antiquitäten.

Die Lobby wird zur Bühne

Die Bar ist das Herzstück der Lobby und fungiert gleichzeitig als Check-in-Counter. Von dort aus lässt sich die gesamte Lobby überblicken, morgens als gemütlicher Frühstücksraum, nachmittags als Café und abends als Bar. 24 Stunden werden dort Getränke und Snacks gereicht. Ein klassischer Concierge und der Room-Service können damit wegfallen. Nützliche Tipps und Infos zur Umgebung findet der Gast online. Auch auf ein Fitnessstudio oder ein Spa verzichtet Struck. „Das können andere in der Umgebung viel besser. Deshalb haben wir Kooperationen abgeschlossen.“

Auch das Thema Musik zieht sich wie ein roter Faden durch das Ruby Lilly, wie auch durch die beiden bestehenden Häuser in Wien. Im Eingangsbereich kann der Gast eine Wand aus Musikkassetten entdecken, in der Lobby hängen Gitarren und Schallplatten. Das Hotel bietet sogar Leihgitarren und -bässe an, die der Gast mit auf das Zimmer nehmen und dort an einen Lautsprecher anschließen kann. Zudem hat jedes Haus eine Bühne, auf der abends Bands und DJs für Stimmung sorgen. Aber auch Gäste haben mitunter die Gelegenheit, sich im Ruby wie ein Star zu fühlen und ihr Können zu zeigen. „Ich spiele selbst Klavier und komponiere. Das ist eine Leidenschaft, die ich mit vielen meiner Mitstreiter teile und die uns, glaube ich, auch mit unseren Gästen verbindet“, meint Struck. Denn für diese soll das Ruby Lilly ein Ort sein, an dem sie sich selbst entfalten können – getreu dem Motto „Make it your own story“.

Sandra Lepper ■

Fast unscheinbar wirkt die Fassade des Ruby Lilly am Stiglmaierplatz. Innen gibt es dagegen viel zu entdecken. Neben den 80er-Jahren ist auch Musik ein zentrales Thema in der Lobby.



Bild: S. Lepper/hotelbau



SONDERTEIL

Bild: Bilderbox



Hotelmarkt Schweiz

Das Megaprojekt „The Circle“ am Flughafen Zürich ist derzeit das ambitionierteste innerstädtische Bauvorhaben der Schweiz. Auf 180.000 m² entstehen bis 2019 neben Büro- und Retailflächen auch zwei Hyatt-Hotels. Unser Sonderteil zeigt auf, in welches Marktklima sie hineingeboren werden.

NEUBAU

Bild: Motel One



Motel One Berlin-Upper West

Mit 118 Metern Höhe und 33 Stockwerken zählt das Upper West zu den höchsten Gebäuden Berlins. Teil des Turms ist das im April eröffnete Motel One Berlin-Upper West, dessen 582 Zimmer sich auf 19 Etagen erstrecken. Der Schwerpunkt in puncto Design liegt auf dem Motto „Cinema“.

Bild: gambino hotels



Gambino Hotel Cincinnati München

Mit dem Gambino Hotel Cincinnati eröffnet die neue Lifestyle-Economy-Marke der Geschwister Sabrina Gambino-Kreindl und Alessandro Gambino Ende Mai ihr erstes Haus in München. In Sachen Design setzt das Duo auf „Industrial Chic“.

PLANUNG

Bild: Deutsche Hospitality



Konferenzraumeinrichtung

Die Anforderungen an einen Tagungsraum sind hoch, nicht nur in Bezug auf seine Einrichtung. Denn bei der Medientechnik werden veraltete Technologien kaum toleriert. Doch muss eine moderne und clevere Lösung nicht immer aufwendig und teuer sein.

TECHNIK

Bild: Würz Energy



Kraft-Wärme-Kopplung und Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung

Dank hoher Grundlast rechnet sich die Energieerzeugung mit Blockheizkraftwerk (BHKW) in Hotels regelmäßig bereits nach wenigen Jahren. Im Sommer lässt sich die Abwärme zur Kälteerzeugung und Gebäudeklimatisierung nutzen, was Auslastung und Amortisation steigert.

Anzeigenschluss: 8. Juni 2017

Erscheinungstermin: 6. Juli 2017

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:

Miriam Glaß, MA Germanistik, Tel. 08233/381-552
miriam.glass@forum-zeitschriften.de
Dipl.-Pol. Sandra Lepper, Tel. 08233/381-162
sandra.lepper@forum-zeitschriften.de
Dipl.-Ing. (Architektur) Sandra Hoffmann, Tel. 0821/2527683
sandra.hoffmann@forum-zeitschriften.de
Detlef Hinderer, staatl. gepr. techn. Fachwirt, Tel. 08233/381-549
detlef.hinderer@forum-zeitschriften.de

Redaktionsassistent, Veranstaltungsmanagement:

Michaela Feigel, Tel. 08233/381-517

Autoren in dieser Ausgabe:

Christoph Augustin, Herbert Mascha,
Maria Pütz-Willems, Winfried D. E. Völker

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

Stellenanzeigen:

Beate Lichtblau, Tel. 08233/381-539
beate.lichtblau@forum-zeitschriften.de

Anzeigendisposition:

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

Leserservice:

Gabriele Winter, Nadja Kapusta, Tel. 08233/381-333
service@forum-zeitschriften.de

Layout/DTP:

Bernd Rahm, mail@bera-grafik.de

Lithografie:

Engel und Wachs GbR, wachs@engel-wachs.de

Druck:

Silber Druck, Niestetal

Anzeigenpreisliste 9/2016

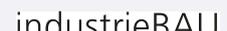
ISSN 1865-5130

Bezugspreise: Jahresabonnement € 75,- inkl. MwSt. und Versandkosten
Erscheinungsweise: 6 Ausgaben + 1 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


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.

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Augsburg

Copyright: FORUM ZEITSCHRIFTEN UND SPEZIALMEDIEN GMBH

