

„Störfaktoren formen den Charakter“



Im Bestand lauern viele Unwägbarkeiten, aber auch großes Potenzial. Diese gilt es zu entdecken und kreativ herauszuarbeiten. Worauf es dabei ankommt, erläutern Dorothee Maier und Andreas Utzmeier vom Designbüro Meierei Innenarchitektur am Beispiel des Steigenberger Hotels Treudenberg Hamburg.

Frau Maier, Herr Utzmeier, worin liegt für Sie der besondere Reiz, ein bestehendes Hotel umzubauen?

Dorothee Maier: Das Bauen im Bestand ist ganz klar unsere Passion, weil das Bauen von innen nach außen für uns als Innenarchitekten zu den Kernaufgaben zählt. Bestandshotels verfügen bereits über eine Geschichte, einen Standort und eine feste Klientel. Gleichzeitig brauchen sie eine Auffrischungskur. Die Kunst bei einer solchen Bauaufgabe ist es, mit dem Vorhandenen zu arbeiten und darin die jeweiligen Potenziale zu finden: Wie gelingt es, den Charakter des Hotels so zu verjüngen, dass er wiedererkennbar und trotzdem

frisch ist? Wie gelingt es, dass Baumaßnahmen für die Stammgäste ebenso verträglich sind wie für die neue Generation von Gästen? Daraus ergeben sich viele Reibungspunkte, die häufig alles andere als harmonisch sind. Doch genau darin liegt der Reiz. Uns faszinieren ganz besonders die Störfaktoren. Sie führen zu jenen Überraschungen, die am Ende den Charakter des Hauses formen. Abgesehen davon macht es uns einfach großen Spaß, die Geschichte eines Hauses zu entdecken, sie freizulegen und ihr Raum zu geben, sie gegebenenfalls auch wiederzubeleben, auf jeden Fall aber weiterzuerzählen.

Wie würden Sie vorgehen, wenn Sie ein schlichtes, anspruchsloses Hotel umbauen müssten, das keine Geschichten bereithält?

Andreas Utzmeier: Als Erstes müssten wir wissen, wer unser Kunde und Impulsgeber ist. Ist er bereit für Provokationen? Ist er mutig genug, sich auf Unbekanntes einzulassen? In diesem Fall lässt sich für jede noch so banale ‚Kiste‘ eine unverwechselbare Identität entwickeln. Dafür braucht man nicht zwingend viel Geld. Doch je weniger es am Ende kosten darf, desto besser muss man im Vorfeld planen. Ein echter Zwangspunkt bleibt jedoch im Gebäude: das bereits Ge- und Verbaute. Am



1 Das Steigenberger Hotel Treudenberg begeistert seine Gäste mit neuer Optik im originalen Bestand.

2 Dorothee Maier und Andreas Utzmeier gründeten 2003 das Büro Meierei.

3 Jede der vier neuen Suiten ziert eine andere, stilprägende Tapete. In der Treudenberg Suite ist diese mit Kranichen bestickt.

Ende sind die Bauherren immer überrascht, wie teuer allein die Rückbauten sind, die uns eigentlich nur an den Punkt bringen, von dem aus etwas Neues entstehen kann.

Im Rahmen des Bestandsschutzes umzubauen spart Kosten. Welche Maßnahmen sind zulässig, wenn man vermeiden will, dass sie baurechtlich nach Neubauvorschriften behandelt werden müssen?

Maier: Bestandsschutz ist ein kostbares Gut, das die Vorgaben zur Erbauungszeit des Hauses als Status quo sichert. Grundsätzlich erlischt der Bestandsschutz erst,

wenn massiv in den Bestand eingegriffen wird oder ein neueres Brandschutzkonzept die Auflagen überschreibt. Bei der oft erforderlichen Nachrüstung für die kostenintensive Haustechnik fällt der Bestandsschutz, da die hier die notwendigen Brandschutzabschottungen der Leitungen nachzurüsten sind. Bleiben jedoch die Tragstruktur des Hauses und dessen Brandabschnitte unangetastet und wer-

den die Räume nur einem Facelifting unterzogen, ist man grundsätzlich auf der sicheren Seite. Unkritisch ist zum Beispiel der Austausch von Waschbecken und Toilettenschüsseln im Bad, solange die alten Steigleitungen bleiben. Werden jedoch alte Leitungsschächte entfernt und durch neue ersetzt, müssen diese den aktuellen DIN-Normen entsprechen. So kann es durchaus passieren, dass zwei Zimmer, die bislang über einen gemeinsamen Schacht verfügten, im Zuge der Umbaumaßnahmen jeweils eigene Schächte erhalten müssen. Diese Umrüstung wird teuer und kostet zudem Grundrissfläche.

Welcher Umstand erforderte beim Steigenberger Hotel Treudenberg Hamburg die umfassende Erneuerung des ganzen Hauses?

Utzeier: Ausschlaggebend war letztlich dessen Eröffnung 1991. Das Haus ist Deutschlands erstes Golf-Hotel und als solches zwar sehr hochwertig ausgebaut, nach fast 30 Jahren aber in die Jahre gekommen – das Interior ebenso wie die gesamte Haustechnik. Hinzu kam ein Wechsel im Management. Die Vision des Hoteldirektors Michael Fritz war, das Haus für die Zukunft konkurrenzfähig aufzustellen. Zusammen mit dem privaten Eigentümer wurde beschlossen, dies mit weitreichenden Erneuerungsmaßnahmen und der zeitweisen Schließung des Hauses umzusetzen. Da es sich hierbei um ein Franchise-Hotel handelt, hatten wir in Bezug auf die Gestaltung relativ große Freiheit.

Wie haben Sie bei diesem Projekt den Charakter des Hotels analysiert?

Utzeier: Das Wichtigste war: zuhören, und zwar allen. Bei unseren ersten Vor-Ort-Terminen saugten wir alle Informationen auf: Was braucht das Hotel? Was funktioniert gut, was nicht? Was wird vermisst? Dabei sprachen wir mit jedem, den wir zu fassen bekamen – mit dem Eigentümer ebenso wie mit dem Empfangspersonal und den Reinigungskräften. Natürlich tauschten wir uns intensiv mit dem Hoteldirektor aus. Er hatte klare Vorstellungen: Alles sollte lässiger werden. Zum Beispiel wollte er eine Living-Lobby, in der man nicht nur gediegen Tee trinken, sondern auch locker an der Bar kommunizieren kann. Er konnte sehr genau beschreiben, welches Lebensgefühl er seinen Gästen bieten wollte.

Wie ist es Ihnen als Innenarchitekten gelungen, auch den Bauherrn gedanklich mit auf Ihre gestalterische Reise zu nehmen?

Maier: Der Eigentümer war von unserer Idee, bestimmte für das Erscheinungsbild der alten Hotelzimmer prägende Möbel zu erhalten und zu erneuern, sofort begeistert. Dabei ging es zum Beispiel um hochwertige, aber nicht mehr zeitgemäße Sessel sowie die Kopfteile der Doppelbetten. Diese Möbel sind gleichsam mit in die heutige Zeit gereist und dienen in den 127 Zimmern und vier Suiten als wiedererkennbare Anker. Anschließend konnten wir relativ frei arbeiten, während Michael Fritz seine Hand schützend über unsere Visionen gehalten und unsere Ideen weitergetragen hat. Beispielsweise hat er die Mitarbeiter regelmäßig gecoacht und zu Infomeetings eingeladen, damit sie im Planungsprozess mitwachsen und unsere Entwürfe verinnerlichen können.



Was sind die wesentlichen Veränderungen in den Zimmern?

Maier: Die alten Zimmer prägte ein sehr auffälliger, rot-beiger Blument Teppich, während der Rest unauffällig gediegen erschien, sodass beim Betreten der Zimmer unwillkürlich der Boden alle Blicke auf sich zog. Diese Sehgewohnheit haben wir grundlegend verändert, indem wir in jedem Zimmer eine komplette Wand mit einer riesigen Motivtapete inszenierten. Letztlich kamen drei verschiedene Bildmotive zum Einsatz, die den Zimmern eine unterschiedliche Stimmung verleihen. Die vier Suiten, für die teilweise mehrere ehemalige Zimmer zusammengelegt wurden, erhielten jeweils eigene Motive. Die Möblierung bleibt in der Kombination aus frisch interpretierten alten Möbeln und neuen weißen, zurückhaltend eleganten Möbeln in allen Zimmern und Suiten gleich. Mit anderen Worten: Es gibt ein Grundsetting für das Interior und viele Variationen, und das gilt prinzipiell auch für die Bäder. Die Fassaden blieben übrigens unverändert, da die Gebäude so charakterstark sind, dass es keinen Grund gab, etwas zu verändern. Von außen wirkt die Hotelanlage wie ein stattlicher Hamburger Gutshof oder ein großes gemütliches Landhaus, wodurch sein neues elegantes Inneres umso erfrischender und überraschender erscheint.

Auf welcher Plangrundlage haben Sie gearbeitet? Gab es beispielsweise ein komplettes Aufmaß aller Räume?

Utzeier: Die nicht vorhandenen Bestandspläne waren für alle beteiligten Pla-



1 Der neue, sechs Meter lange Samtvorhang in der Lobby empfängt die Gäste wie ein repräsentatives Portal. Davor spielt sich der Empfang ab.

2 Die plastische Sechseckstruktur der Barverkleidung wurde aus einem Holzwerkstoff gefräst und anschließend manuell patiniert und goldfarben lackiert.

ner eine echte Herausforderung. Planungsgrundlage waren rudimentäre Aufmaßpläne, die natürlich für Überraschungen sorgten und in allen Bereichen Umplanungen erforderten. Im Vorfeld wurde entschieden, dass nur dort neu exakt aufgemessen werden soll, wo es wirklich nötig ist. Diese Bereiche ergaben sich aus den fortschreitenden Planungen und Umbauarbeiten. Letztlich planten wir vorab unsere Entwürfe für die Innenarchitektur aller öffentlichen Bereiche, Zimmer und Suiten. Das Hamburger Partnerbüro SWP Architekten entwickelte parallel die Planung für die Gebäudestruktur und übernahm unsere Planung für die Innenbereiche.

Die Tapeten sind passgenau eingefügt, sodass sich keine zufälligen, unschön abgeschnittenen Ränder ergeben. Gab es hierfür eigene Aufmaße?

Maier: Die Zimmertapeten mussten nach dem Aufmaß der Maler gedruckt werden. Sie hatten die Wände ausgemessen und abweichende Maße weitergegeben, damit die Tapeten in jedem Zimmer durch Skalierung des Motivs genau richtig eingepasst werden konnten. Einen besonderen Fall stellt die Tapete an der Decke des Restaurants dar. Sie zeigt die bemalte Holzdecke eines historischen Hamburger Bürgerhauses, deren Motivvorlage wir vom Museum für Hamburgische Geschichte erhalten haben. Auf Grundlage hochauflösender Fotos der Restaurationsabteilung entwickelten wir eine exakt an die Geometrie der Decke und der Stützenköpfe angepasste Tapete, die dann in Bahnen ge-

druckt und schließlich mit größter Präzision angebracht wurde.

Sind die Preise für die Hotelzimmer durch den Umbau gestiegen?

Utzmeier: Die Preise wurden nach unserem Wissen nur moderat angepasst, denn das Hotel möchte sich und seinen Gästen treu bleiben. Das bisherige Profil des Hauses wurde beibehalten, aber im Niveau den modernen Kundenwünschen angepasst. Was wirklich neu ist, sind die sehr positiven Kritiken der Gäste, und das ist sehr wichtig. Die heutigen Gäste orientieren sich an den Empfehlungen und Bewertungen auf einschlägigen Portalen oder auf Instagram, und für diese Plattformen hat das neue Haus viel zu bieten.

Vor dem Hintergrund Ihres Erfahrungsschatzes: Wann würden Sie einem Hotelbetreiber empfehlen, sein Hotel zu erneuern?

Maier: Handlungsbedarf besteht immer, wenn das Hotel aus der Zeit gefallen ist, sowohl gestalterisch-technisch als auch wegen sinkender Gästezahlen. Meistens bedingt da das eine das andere. Vor einem Umbau empfehlen wir aber erst, die Marketingstrategien und den Grad der Vernetzung mit den (potenziellen) Gästen auf Mängel zu überprüfen. Eine Optimierung in diesen Bereichen ist weit weniger kostspielig als eine Sanierung des ganzen Hotels. Wenn dies nicht zum Ziel führt, kommen die Betreiber um zumindest kleinere gestalterisch-konzeptionelle oder auch bauliche Veränderungen nicht herum. |

Interview: Roland Pawlitschko