

[interior | fashion]

more than | furniture

4 | 2021

Hotellerie nach Corona: Wird alles anders?



Wird alles anders?

Nicht erst seit der Corona-Pandemie wird der Ruf nach einer neuen Form des Reisens, ob touristisch oder geschäftlich, immer lauter. Und doch stellt sie eine Zäsur dar, in deren Folge nichts mehr bleiben kann, wie es war. Wie sich die Hotellerie verändern wird und worin sie sich untereinander Vorbild sein kann. Eine Momentaufnahme gemeinsam mit Gestaltern, Entwicklern und Beobachtern der Hotelindustrie.

Denkt man zurück an die Anfänge der gegenwärtigen Pandemie, so stellte sich damals neben großer Verunsicherung ein merkwürdiger Moment der Erleichterung ein. Ein Gefühl, endlich einmal innehalten zu dürfen – die Welt im Pause-Modus wahrzunehmen. Während die Politik mit unterschiedlich großem Willen und Erfolg versuchte, das Infektionsgeschehen nach täglich neuem Kenntnisstand einzudämmen, hatten die Menschen Gelegenheit, zu reflektieren: Darüber etwa, dass es mit dem Steigerungsprinzip der vergangenen Jahrzehnte so nicht weitergehen konnte. Venedig wurde so zum Exempel, wie gut und schnell sich Orte vom Massentourismus erholen, als plötzlich Ruhe in die Lagenstadt einkehrte. Endlich wieder klares Wasser! Damit es „danach“ nie wieder so wird wie zuvor, stellte man sich vielerorts Fragen: Was kann, darf oder soll bleiben? Was verschwinden? Sollten wir anders, sinnvoller, bewusster reisen?

„Es ist wie ein Fast-Forward-Effekt, mit dem sich die Pandemie auf den gesellschaftlichen Trend der Entschleunigung ausgewirkt hat“, sagt Gesa Rohwedder, Head of Hospitality beim Beratungsunternehmen Drees & Sommer. Wir erreichen sie – wie sonst in unserer neuen Realität – per Videocall in Hamburg. Uns interessiert, inwiefern sich die vergangenen ein- bis einhalb Jahre im Zeichen von Corona auf die Hotellerie ausgewirkt haben. Wird sich das Reiseverhalten dauerhaft verändern?

„Die anfängliche Schockstarre haben die Hotelbetreiber relativ schnell hinter sich gelassen“, meint Gesa Rohwedder. Allerdings habe der zweite Lockdown die Branche noch härter getroffen, weil dann die Perspektiven schwanden. Statt im Krisenmodus zu verharren, sei der Blick jedoch derzeit an vielen Stellen nach vorne gerichtet. Das macht Hoffnung auf Genesung einer der leidtragendsten Industrien – auch wenn kleine Häuser es generell etwas schwieriger haben als große Ketten; oder Freizeithotels auf dem Land derzeit mehr Urlaubsgäste anziehen als Stadthotels Geschäftsreisende. Was man außenstehend weniger sieht: Es ist Bewegung im Hotelmarkt. Das bestätigt auch die Hamburger Expertin für Hotelentwicklung. „Wir werden in den kommenden Monaten verstärkt Schließungen und Übernahmen sehen“, ist Rohwedder überzeugt. „Die Hotellerie muss und wird sich verändern.“ Aktuell gehe man davon aus, dass sich die Zahl der geschäftlichen Übernachtungen um mindestens 30% reduzieren dürfte. Eben weil es schon lange irrsinnig gewesen ist, wegen eines einstündigen Termins durch die Gegend zu reisen, obwohl es wahrscheinlich oft auch ein Videotelefonat getan hätte.

Bruno Marti, Chief Brand Officer bei 25hours,

erachtet derzeit vor allem das Geschäft mit den Messe- und Veranstaltungsreisenden als schwierig. Die deutsche Hotelgruppe konzentriert sich ausschließlich auf Stadthotellerie, Geschäftsreisende machten vor der Pandemie 70% der Gäste aus: „Wir haben viele Schürfwunden und gebrochene Gliedmaßen erlitten, und es wird noch eine ganze Weile dauern, bis wir uns wieder erholt haben“, so Marti. Immerhin: Weil viele in diesem Jahr auf Fernreisen verzichteten, gebe es zurzeit verhältnismäßig viele Leisure-Reisen in Städte wie Hamburg, Berlin, Köln oder Wien. „Man kann im Moment“, sagt Bruno Marti, „einen 400-km-Kreis um unsere Hotels ziehen. Die Gäste kommen überwiegend aus Regionen, von denen aus man gut per Auto anreisen kann.“

Eine neue, wenngleich logische Erkenntnis dabei ist, dass Freizeitreisende mehr Platz benötigen. Denn waren es vor der Pandemie 80% Alleinreisende, die in den 25hours-Hotels kaum mehr als eine Nacht schliefen, liegt der Anteil nun eher bei 50 zu 50 und mehreren Nächten. Generell wird das Thema Longstay in der Stadthotellerie wichtiger. Auch Gesa Rohwedder bestätigt, dass hybride Longstay-Konzepte ein großes Thema sind. „Da gilt es zu überlegen“, so Marti, „ob man nicht zukünftig größere Räume braucht.“ Der Stauraum müsse für mehrere Tage anders bemessen sein. Außerdem werden die Räume bei längeren Aufenthalten stärker abgenutzt.

Eine Stelle, an der 25hours in den vergangenen Monaten richtig investiert hat, sind die Außenbereiche und Terrassen der Hotels, denn die sind seit der Pandemie beliebter denn je. Zudem schärft das Unternehmen den ohnehin schon großen Fokus auf die Gemeinschaftsräume und darauf, die Nachbarschaft stärker mit einzubeziehen. Im 25hours Zürich West hat so zum Beispiel gerade eine Gärtnerei eröffnet – „mit dem Anspruch, das grüne Wohnzimmer des Quartiers zu werden“, wie es von Seiten des Unternehmens heißt. Vor Ort können sowohl Balkonpflanzen, Kräuter oder Blumen gekauft als auch Kurse zum Umgang mit Pflanzen, zu Kompostmethoden und Biodiversität besucht werden. Mitten drin serviert die Küche des Hotelrestaurants „Ribelli“ Antipasti, Focacce und Salate zu Kaffee und Apéro. Sogar (harmlose!) Wildbienen gehören jetzt zur Nachbarschaft, seit in diesem Frühjahr jedes Zimmer des Zürcher Hotels mit einem Bienen-Nistkasten ausgestattet wurde.

Ist das die Reaktion auf das omnipräsente Thema Nachhaltigkeit? – „Nachhaltigkeit ist für uns nicht das Überthema“, sagt Bruno Marti. Das liege auch an den langen Investitionszyklen, weshalb man eher auf

viele kleine Maßnahmen setze. Geschäftskunden fragten zudem viel häufiger nach der Corporate Social Responsibility, der unternehmerischen Sozialverantwortung, und da sei die Branche ja im Vergleich zu anderen Industrien sowieso relativ gut. Betrachtet man dagegen die Ergebnisse einer von Booking.com durchgeführten Befragung, werden Hotelneubauten und -sanierungen zukünftig wesentlich mehr Wert auf den Aspekt Nachhaltigkeit legen müssen. Mehr als 29.000 Personen aus 30 Ländern und Regionen hat die Buchungsplattform im März dieses Jahres zu diesem Thema befragt. Drei von vier der knapp 1.000 Deutschen unter ihnen geben an, dass sie nachhaltiges Reisen für wichtig halten. 30% sagen, „dass die Pandemie sie dazu veranlasst hat, in Zukunft nachhaltiger verreisen zu wollen“, so das Unternehmen. Und weiter: „Fast die Hälfte der deutschen Befragten (42%) ist der Meinung, dass es im Jahr 2021 nicht genügend nachhaltige Reisemöglichkeiten gibt, und 55% geben zu, nicht zufrieden zu sein, wenn eine Unterkunft keine umweltfreundlichen Lösungen anbietet, wie z. B. keine Recycling-Möglichkeiten.“

Wie das Reiseportal außerdem schreibt, wollen Reisende ihr gestiegenes Engagement für Nachhaltigkeit aus dem Alltag auch im Urlaub beibehalten und etwa Abfälle vermeiden, den Energieverbrauch minimieren und sich umweltfreundlich fortbewegen. Diesen Sinneswandel allein auf die Pandemie zurückzuführen, wäre jedoch zu kurz gegriffen. Auch unmittelbar vor der Pandemie sagten in einer vorangegangenen Studie des Portals bereits 62%, dass sie im darauffolgenden Jahr in einer nachhaltigen Unterkunft übernachten wollen, 2021 sagten dies 64% und 2016 nur 57% – womit sich ein kontinuierlicher, aber kein sprunghafter Anstieg abzeichnet.



noa* | Apfelhotel Torgglerhof | Foto: Alex Filz

Nun ist Nachhaltigkeit leider ein weiter, flexibler und oft auch überstrapazierter Begriff, der häufig weder der Umwelt noch der Gesellschaft oder den Verbrauchern zugute kommt. Das Berliner Unternehmen InfraCert hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, etwas genauer hinzuschauen und Hotels und seit Neuestem auch Spas hinsichtlich eines Dreiklangs aus ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekten zu bewerten und zu zertifizieren. Vergeben wird das Siegel mit dem Namen „GreenSign“ nach einem der umfangreichsten Kriterienkataloge überhaupt.

Begonnen hat alles mit GreenLine Hotels, einer 2001 gestarteten Marketingkooperation für Hotels im Grünen. 2014 folgte die Neuausrichtung auf Nachhaltigkeit, die Gruppe war inzwischen bereits zur Buchungsplattform herangewachsen. Seit 2015 gibt es GreenSign – initiiert, weil es bis dato keine Zertifizierung gab, die den eigenen hohen Ansprüchen gerecht wurde, wie Anja Engel, Marketing & Commu-



25hours Zürich West | Foto: Slava Hlavacek Fotografie



noa* | Apfelhotel Torgglerhof | Fotos: Alex Filz



nication Manager bei InfraCert, berichtet. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Heilbronn wurden über 100 Kriterien zur Beurteilung entwickelt. Als Basis dienen international anerkannte Normen für Nachhaltigkeit: die ISO 14001 (EMAS/Umweltmanagement), die ISO 26000 (Corporate Social Responsibility (CSR)) sowie die Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC). Je nachdem, wie viele Punkte erfüllt und durch eine unabhängige Prüfung bestätigt werden, erhalten Hotels ihr Zertifikat, welches sie in eines von fünf Level einstuft. „Wobei die meisten Hotels von Anfang an Level 4, also die zweithöchste Stufe, erreichen“, so Anja Engel. Mit Hilfe der Auswertung wissen Hotelbetreiber, in welchen Punkten noch Verbesserungspotenzial besteht und wo sie besonders stark sind. Gültig ist das Zertifikat für drei Jahre, danach müssen Hotelbetriebe einem erneuten Audit unterzogen werden.

„Für Gäste muss Nachhaltigkeit weder Komfortverlust bedeuten noch teuer sein, wenn Prozesse umgestellt werden, Energie eingespart und somit Kosten gesenkt werden“, widerspricht Engel einem verbreiteten Vorurteil. InfraCert ist zu diesem Zweck

etwa auch darum bemüht, Hotels mit nachhaltigen Zulieferern zu verknüpfen. Außerdem bringt GreenSign Hoteliers zum Netzwerken und zu gemeinsamen Klimaschutz-Aktionen zusammen. Bei den Hoteliers findet das Siegel immer größeren Anklang: Seit Corona erhält GreenSign so viele Anfragen wie nie.

Siegel oder kein Siegel, eine besonders hohe Verantwortung tragen Hoteliers, die in einem empfindlichen Ökosystem wie den Alpen bauen wollen. Hier gilt es, mit der Natur zu bauen, um zu bewahren, was den Reiz und letztlich den Grund für die Reise dorthin ausmacht. Lange war und immer noch ist das nicht überall selbstverständlich. Anders bei noa*, einem Netzwerk aus Architekten, Innenarchitekten, Grafikdesignern und Marketing-Experten mit Büros in Bozen und Berlin. 90% ihrer Aufträge sind Hotelprojekte, alle im alpinen Raum.

„Bei unseren Projekten recherchieren wir zunächst, was die Besonderheiten der jeweiligen Orte sind“, sagt Barbara Runggatscher, Interior Designerin bei noa*. „Ziel ist es, dass die Architektur sich der Natur beugt und mit ihr spielt; wir versuchen, das

Draußen nach drinnen hineinzuholen.“ Ein gutes Beispiel ist die im vergangenen Jahr fertiggestellte Erweiterung des „Apfelhotel Torgglerhof“ im Südtiroler Ort Saltaus. Die Wurzeln des Hofes liegen im klassischen Apfelanbau, irgendwann wurde aus dem reinen Obstbetrieb ein Ort zum Verweilen und Genießen.

Seit 2014 begleitet noa* den Torgglerhof mit verschiedenen Ausbauten. Zuletzt entstanden 18 neue Suiten innerhalb von drei Neubauten mit regional typischer Kubatur und in Anlehnung an traditionelle Stadelgebäude mit dramatisch schwarzer Fassade. Das Zentrum des Hofes bildet eine Wellness-Landschaft, die sich – halb unter einem begrünten Hügel versteckt und umgeben von einer modernen Gartenarchitektur – in das Ensemble und in die Landschaft einbettet. Sowohl im Wellness-Bereich, dem Restaurant als auch in den Zimmern begegnet man im Inneren vorwiegend erdigen Farbtönen, Holzverkleidungen – zum Teil mit traditionell anmutenden Fräsungen – und Textilien aus groben Naturfasern.

„Uns ist es wichtig, in jedem unserer Projekte eine Unverwechselbarkeit zu erzeu-

gen“, so Barbara Runggatscher. Nachdem viele Hotelbetriebe in den Alpen jahrzehntelang das Gleiche gemacht haben, gehe es auch darum, zu unterstützen, dass Bauherren sich mit ihrem Haus identifizieren und selbst leben, was sie gemeinsam mit noa* konzipiert haben. „Da ist es von Vorteil, dass viele der von uns realisierten Projekte familiengeführt sind, wo jede und jeder seine individuellen Stärken einbringen kann“, so Runggatscher. Klar ist auch, dass dabei, anders als in investorgeläufigen Betrieben, die Motivation, an einem Strang zu ziehen, eine andere ist.

Und noch ein bedeutender Unterschied zeichnet sich zum Hotel in der Stadt ab: „Auf dem Land gehen Leute lieber in kleinere Hotels, wo sie mehr Ruhe und Abstand gewinnen“, sagt Barbara Runggatscher – und das ist nicht erst seit Corona so. Doch besonders seit der Pandemie suchen die Menschen ihr Hotel mit mehr Sorgfalt aus und leisten sich auch etwas mehr, wenn sie verreisen. Die Konsequenz für Hoteliers: „Wer vor der Pandemie verpasst hat, zu investieren, hat jetzt eher Schwierigkeiten.“

In Hinblick auf die ökologische Nachhaltigkeit seien bei ihren Projekten im Alpenraum ohnehin hohe Standards vorgegeben, im Neubau genauso wie im Bestand. Ein Projekt, in dem noa* dennoch besonders hohe Ambitionen für einen nachhaltigen Tourismus umgesetzt hat, ist die Erweiterung der „Zallinger Hütte“ auf der Seiser Alm in Südtirol. Für ihren respektvollen Umgang mit der Landschaft wurden die sechs neuen Chalets und das Haupthaus mit der KlimaHotel-Zertifizierung ausgezeichnet. Eine Besonderheit ist, dass die Anreise zum Bergdorf Zallinger nicht individuell per Pkw erfolgt, sondern ausschließlich per „Almtaxi“ im Sommer und per Pistenraupe im Winter.

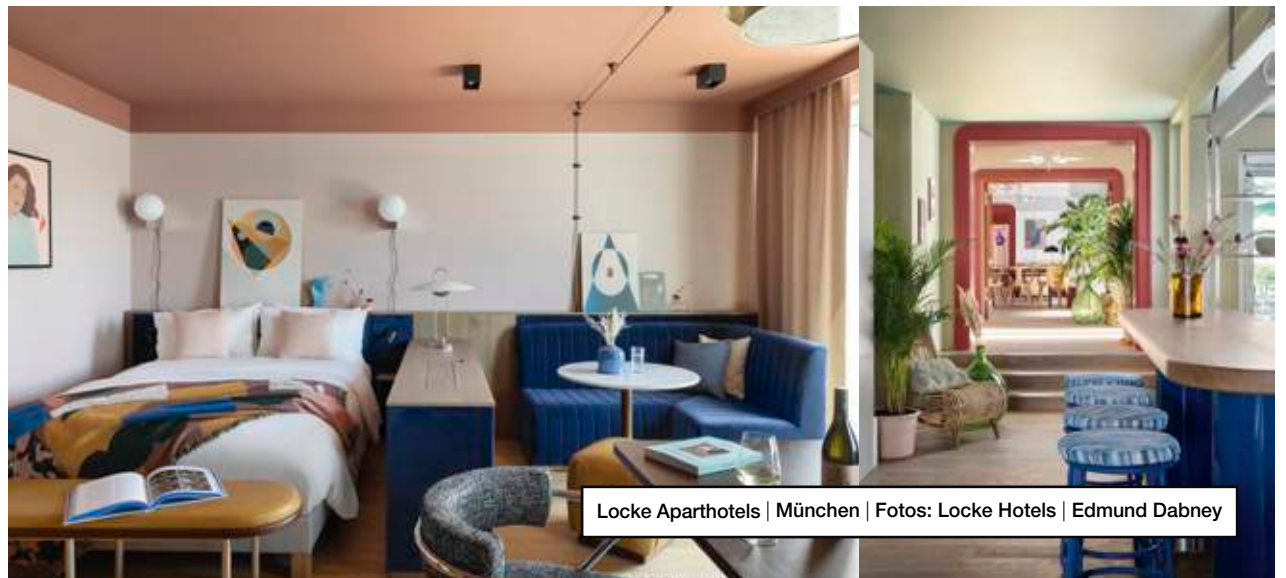
Soeben eröffnet – und damit zurück in die Großstadt – hat das Aparthotel „Schwan Locke“ in München. Und es ist bereits ein zweites Haus der britischen Hotelmarke



noa* | Zallinger Hütte | Fotos: Alex Filz

für die bayrische Hauptstadt in Arbeit. Warum jetzt? „Das Reisen ab dem Jahr 2021 wird sich neu erfinden müssen“, ist Mitbegründer und Creative Director der Locke Aparthotels Eric Jafari überzeugt. „Statt der gängigen massentouristischen Einheitskonzepte sind kreative, qualitativ gedachte und auf das Individuum zugeschnittene Konzepte gefragt, die gleichzeitig sozial relevanten Themen wie Klimaverträglichkeit, Nachhaltigkeit oder Achtsamkeit für Umwelt und Natur hohe Priorität einräumen.“ So deutlich wie bei Locke hört man es sonst kaum, dass die Pandemie den „Beginn einer neuen, nachhaltigeren Ära für den Tourismus“ eingeläutet hat. „Jeder Gast findet mit Locke genügend Freiraum zum Essen, Schlafen, Wohlfühlen und Entspannen. Räumlichkeiten und Einrichtung sind so konzipiert, dass sie die DNA der Umgebung aufgreifen und auf diese Weise stets eindeutig verortet erscheinen. Unser Konzept ist die Antwort auf die Veränderungen durch die Covid-19-Pandemie“, so Jafari weiter.

Das „Schwan Locke“ liegt wenige Gehminuten von der Theresienwiese entfernt und bietet 151 geräumige Studio-Apartments mit jeweils voll ausgestatteter Küche,



Locke Aparthotels | München | Fotos: Locke Hotels | Edmund Dabney

Wohn- und Essbereich. Außerdem finden sich im Haus ein Coworking-Space, ein Fitnessstudio, ein Café, Einzelhandelsflächen, ein begrünter Innenhof und eine Cocktailbar. Für das Interior Design ließ sich das Londoner Innenarchitekturbüro Fettle vom Deutschen Werkbund inspirieren, der 1907 in München gegründet wurde.

Schon im November 2021 soll mit dem

Hotel „WunderLocke“ im Stadtteil Sendling eine regelrechte grüne Oase folgen – inklusive Dachfarm und Swimmingpool sowie mehreren kulinarischen Orten unter einem Dach. In puncto Longstay eifert Locke damit bereits mancher Konkurrenz voraus. Denn dies könnte die eigentliche langfristige Neuerung sein, und damit schließt sich der Kreis zu den Freizeithotels auf dem Land: Womöglich werden

viele Menschen in Zukunft generell weniger hin- und herreisen als bislang; um im Gegenzug länger an Ort und Stelle zu verweilen und – zumindest temporär – mit den einheimischen Menschen zu leben und ganz im neuen Stil der „Workation“, einer Kombination aus „Work“ und „Vacation“, ihren mobilen Arbeitsalltag an diesen Zwischenstationen zu gestalten.

Markus Hieke

GO IN 

PROJECT

MÖBEL
À LA CARTE.

LANDSBERG · PARIS · WIEN
WWW.GOIN-PROJECT.COM