Januar/Februar 2010
Heft 1, Jahrgang 4

ISSN: 1865-5130 € 11,– 76592

hotelbau

ARCHITEKTUR TECHNIK DESIGN

MATTEO THUN

Pentahotels

ACCOR/PIERRE & VACANCES

Adagio Berlin

CHRISTIAN LUNDWALL

RADISSON BLU HAMBURG

Bild: M. Scherer/hotelbau

JÖRG SCHIFFMANN, THE REZIDOR HOTEL GROUP

„Wir haben unsere Konzepte in der Schublade"

Zur Rezidor Hotel Group gehören mehr als 380 Hotels, allein 34 Häuser eröffnete das Unternehmen im Jahr 2009. Seit Januar 2008 zeichnet der 43-jährige Jörg Schiffmann als Area Vice President für Deutschland, die Schweiz, Italien und Südosteuropa verantwortlich.

Herr Schiffmann, wo setzen Sie die Schwerpunkte bei der Entwicklung Ihrer verschiedenen Marken?

Jörg Schiffmann: Wir konzentrieren uns im Moment auf unsere beiden Kernmarken „Radisson Blu" und „Park Inn". „Regent" und unsere neue Marke „Hotel Missoni" werden ebenfalls entwickelt, aber wir sprechen hier über deutlich geringere Volumina. Allein unsere Marke „Country Inn" wird zurzeit nicht aktiv vorangetrieben.

Welche Strategien verfolgen Sie speziell für Radisson Blu?

Schiffmann: Das Ziel unserer City-Hotels sind A-Destinationen. Aufgrund des Überangebotes in den westeuropäischen Großstädten konzentrieren wir uns damit inzwischen auf neue Märkte. Im Fokus liegen die GUS-Staaten sowie Afrika.

Die „New Breed"-Häuser stellen die neue Generation unserer Hotels dar. Es handelt sich um Hotels, die hinsichtlich

des Ambientes und Designs modern und exklusiv sind, wie die beiden neuen Radisson Blu Hotels in Hamburg. Daneben behalten natürlich unsere traditionellen Häuser ihre Rechtfertigung.

Neben den City-Hotels mit Businesskonzept haben wir in diesem Jahr sehr schöne Radisson Resorts in Dubrovnik und Monastir eröffnet. Das Thema „Lifestyle" wird immer wichtiger und wir entwickeln uns auch hier gerade weiter.

Ihre RevPAR-Werte sanken im vergangenen Jahr von 76,4 auf 63,2 Euro. Ändert das etwas an Ihren Zukunftsplänen?

Schiffmann: Trotz der Umsatzeinbrüche wird die Entwicklung neuer Hotels nicht zurückgestellt. Rezidor hat stattdessen in diesem Jahr ein ehrgeiziges Sparprogramm installiert. Bei diesem geht es einerseits um eine Fixkostenreduzierung, andererseits um das Nachverhandeln von Beschaffungs- bzw. Serviceverträgen. Insgesamt erwarten wir dadurch Einsparungen von knapp 30 Mio. Euro im Jahr.

Bei der Fixkostenreduzierung geht es vor allem um Personal. In Hotels, in denen wir weniger Umsatz haben, mussten wir leider Mitarbeiter entlassen.

Ist diese Maßnahme nicht auch mit Qualitätseinbußen verbunden?

Schiffmann: Wir verzeichnen weniger Umsatz, haben also weniger Gäste, deshalb können wir auch mit weniger Personal gleiche Servicequalität gewährleisten. Wenn sich die Entwicklung wieder ins Positive wendet, werden wir wieder Mitarbeiter akquirieren.

Wie lässt sich eine rasante Expansion vereinbaren mit den langen Zeiträumen, die die technische Entwicklung in Anspruch nimmt? Die Zimmer der neuen Hotels wurden vor vier Jahren entwickelt ...

Schiffmann: Unser Geschäft besteht aus Management-, Franchise- und Pachtverträgen. Wir arbeiten, wenn es um Managementverträge geht, mit Partnern, Banken oder Konsortien, die eine Hotelimmobilie drei bis fünf Jahre im Vorfeld planen. Wenn ein solches Konsortium sich für ein Management von Rezidor entschieden hat, dann haben wir natürlich unsere Konzepte schon in der Schublade. Letztendlich entscheidet der Investor, was er gerne hätte.

Bei unterschiedlichem Design – was verbindet Ihre Häuser?

Schiffmann: Das ist unsere sehr erfolgreiche Philosophie „Yes I Can!". Damit ist nicht nur das Verhalten gegenüber dem Gast gemeint. Dieser Wahlspruch zieht sich durch alle Unternehmensbereiche und alle Rezidor-Marken. Dabei geht es um Werte wie Vertrauen, die der Mitarbeiter, nachdem er sie selbst erfahren hat, an den Gast weitergibt.

Maxi Scherer

SO SIEHT REZIDOR SEINE MARKEN

Die Rezidor Hotel Group führt die Marken „Radisson Blu Hotels & Resorts", „Park Inn", „Regent Hotels & Resorts" und „Country Inns & Suites" in Europa, in Afrika und im Nahen Osten für die amerikanische Carlson Companies, die seit dem Börsengang in 2006 auch Rezidors größte Aktionärin ist. Hinzu kommt die neue Marke „Hotel Missoni", mit der das Unternehmen seit Juni 2009 den Lifestyle-Sektor bedient. Die Geschicke der heutigen Rezidor Group lenkt seit 19 Jahren der mit diversen Auszeichnungen dotierte Kurt Ritter. Unter anderem erhielt er die Brillat Savarin Plakette.

Die Kreisform des neuen Radisson Blu Airport-Hotels am Hamburger Flughafen findet im Innenraum ihre Fortsetzung.

RADISSON BLU HAMBURG AIRPORT

Mit Schwung in die Rundung

Bild: Reziolor

Einen runden Grundriss hat das Hamburger Büro K2B Architekten dem neuen Radisson Blu Airport-Hotel verpasst und es damit nahtlos in die Baulandschaft am Hamburger Flughafen eingefügt. Unter anderem steht ein kreisrundes Parkhaus in Sichtweite. Das Hotel schließt eine Lücke in der Infrastruktur des Flughafens, so wie der neue S-Bahnhof, der aus derselben Feder stammt. Es ist nicht nur schneller Anlaufpunkt von Hamburg-Besuchern, die ihre Koffer nicht zu weit schleppen möchten, sondern auch Ziel für Geschäftsleute, die sich zum Meeting aus verschiedenen Richtungen treffen. Ebenso bietet sich für Bewerbungsgespräche das passende Umfeld in den Boardrooms des Hotels, die auch ohne Übernachtung gebucht werden können. All diesen Funktionen fügt die Hotelgesellschaft die passenden Accessoires bei: Im gesamten Konferenzbereich hat der Gast Zugang zum Internet, auf den Zimmern sind Bügeleisen und Bügelbrett vorhanden; Frühstück gibt es zwischen 4.30 und 6.30 Uhr auch in der kostenlosen „Grab & Run"-Version, zu der neben Nespresso-Kaffee und schwarzem Tee Obst und Müsliriegel gehören.

Kreis als Leitmotiv

Nun mag eine kreisrunde Grundfläche das Architektenherz begeistern, sie ent-

Bild: Rezidor

Bild: K2B

Der runde Gebäudegrundriss stellte die Interior-Designer hinsichtlich der Zonierung vor eine anspruchsvolle Aufgabe.

spricht definitiv nicht dem Standard, wenn es darum geht, ein Hotel für einen reibungslosen Betrieb auszustatten. JOI-Design ist es gelungen, die Kreisform aus jedem Winkel des Hauses spüren zu lassen und trotzdem gerade im öffentlichen Bereich sinnvoll zu untergliedern. Die gesamte Lobby ist ein einziger runder Raum, der sich nur auf der Eingangsseite zum Flughafen hin öffnet.

Die Unterteilung erfolgt durch semitransparente Vorhänge, Stufen in der Decke und den geschickten Einsatz von Licht; im hinteren Bereich auch durch niedrige Trennwände, die das Restaurant gliedern. Dabei wird das Rund als Schwingung aufgenommen, ohne jedoch auf das Zentrum jenes Kreises einzugehen, der die Form des Baukörpers bestimmt. Stattdessen umspielt die ovale Anlage der Bar geschickt die Mitte. Die Form von Möbeln und Leuchten sowie die Muster im Teppich nehmen immer wieder das Leitmotiv, den unregelmäßigen Kreis, auf.

Ocean oder Urban

Die Designer setzen auf künstliches Licht im öffentlichen Bereich und inszenieren damit den Raum. Über der Lobby sitzen LED-Quader mit sanft wechselnder Farbe, die je nach Tageszeit angepasst werden

Bild: JOI Design

Innovativ: Die Beleuchtung im Restaurant erfolgt über LED-Quader mit sanft wechselnder Farbe.

STECKBRIEF

Radisson Blu Hotel, Hamburg Airport

Adresse:	Flughafenstraße 1-3, Hamburg
Klassifizierung:	4 Sterne Superior
Bauzeit:	2/2008 -9/2009
Investor und jetziger Eigentümer:	HGA Capital Grundbesitz und Anlage GmbH
Investitionssumme:	51 Mio. Euro
Projektentwickler:	FAY Projects GmbH
Hotelgesellschaft:	The Rezidor Hotel Group
Architekt:	K2B Architekten
Innenarch./Designer:	Christian Lundwall (Konzept), JOI-Design (Umsetzung)
TGA:	Pinck Ingenieure
Generalunternehmer:	Max Bögl
Bruttogeschossfläche:	16.485 m²
Vermietbare Zimmerfl.:	7.290 m²
Zimmeranzahl:	266
Standardzimmergröße:	25 m²
Zimmerpreise:	138 - 450 Euro
Konferenzfläche:	310 m² sowie 5 x 35 u. 5 x 25 m²

Ausrüster

Gebäudeleittechnik:	Kieback & Peter
Klimatechnik:	Imtech
Heizung:	Zilisch
Brandschutztechnik:	Siemens, Imtech
Aufzüge:	Schmidt & Sohn
Schließsystem:	VingCard, Siemens
Leuchten:	Flos, Artemide, Peters Leuchten
Bodenbeläge:	Hammer Tepper, Hinterseer
Lobbymöblierung:	Verbeelen
Konferenzraummöbl.:	Burgess
Medientechnik:	K·F·P Five Star Conference Service
Zimmermöblierung:	Sign Design
Schalter/Regler:	Merten
Fernsehgeräte:	LG Electronics
Audiosystem:	Bose
Badausstattung:	Grohe, Aliseo, Hansgrohe, Ideal Standard, Villeroy & Boch

Mit Möbeln von Sign Design hat JOI-Design die zwei von Designer Christian Lundwall für Radisson Blu entwickelten Zimmerkonzepte „Ocean" (großes Bild) und „Urban"(kleines Bild) umgesetzt.

kann. Akzente setzen hinterleuchtete Weinregale und grelle, ebenfalls in der Farbe wechselnde Lichtfasern, die den Buffet-Bereich abtrennen. Diese Elemente geben dem Raum Tiefe. Zwar befindet sich über dem Zentralbereich der Lobby eine Freifläche, um die die Geschosse herumlaufen, die Decke der Lobby bleibt jedoch in weiten Teilen geschlossen. Auch von den Seiten fällt kein natürliches Licht ein, denn dort befinden sich sowohl im Parterre als auch im ersten Stock Wirtschafts- und Konferenzräume.

Die 266 Zimmer auf den Etagen 1 bis 5 sind radial angeordnet und werden von einem mittig verlaufenden Flur aus entweder zum Innenhof oder zur Außenseite hin erschlossen. Dort hat JOI-Design die Raumkonzepte „Urban" und „Ocean" des Designers Christian Lundwall mit Möbeln von Sign Design umgesetzt. Auf dem Dach steht den Gästen ein Fitnessraum zur Verfügung, der direkten

Bild: K2B (2)

Blick auf die Flughafen-Terminals erlaubt. Daneben bietet ein kleiner, aber gemütlicher Saunabereich Wellness-Grundausstattung.

Alles in allem ist das Airport-Hotel ein gelungenes Gesamtwerk, das es, auch wenn man nicht dort übernachten sollte, lohnenswert macht, die paar Schritte von der Abflughalle des Flughafens über die Fußgängerbrücke zu gehen, um bei einer Tasse Kaffee einen Blick zu riskieren.

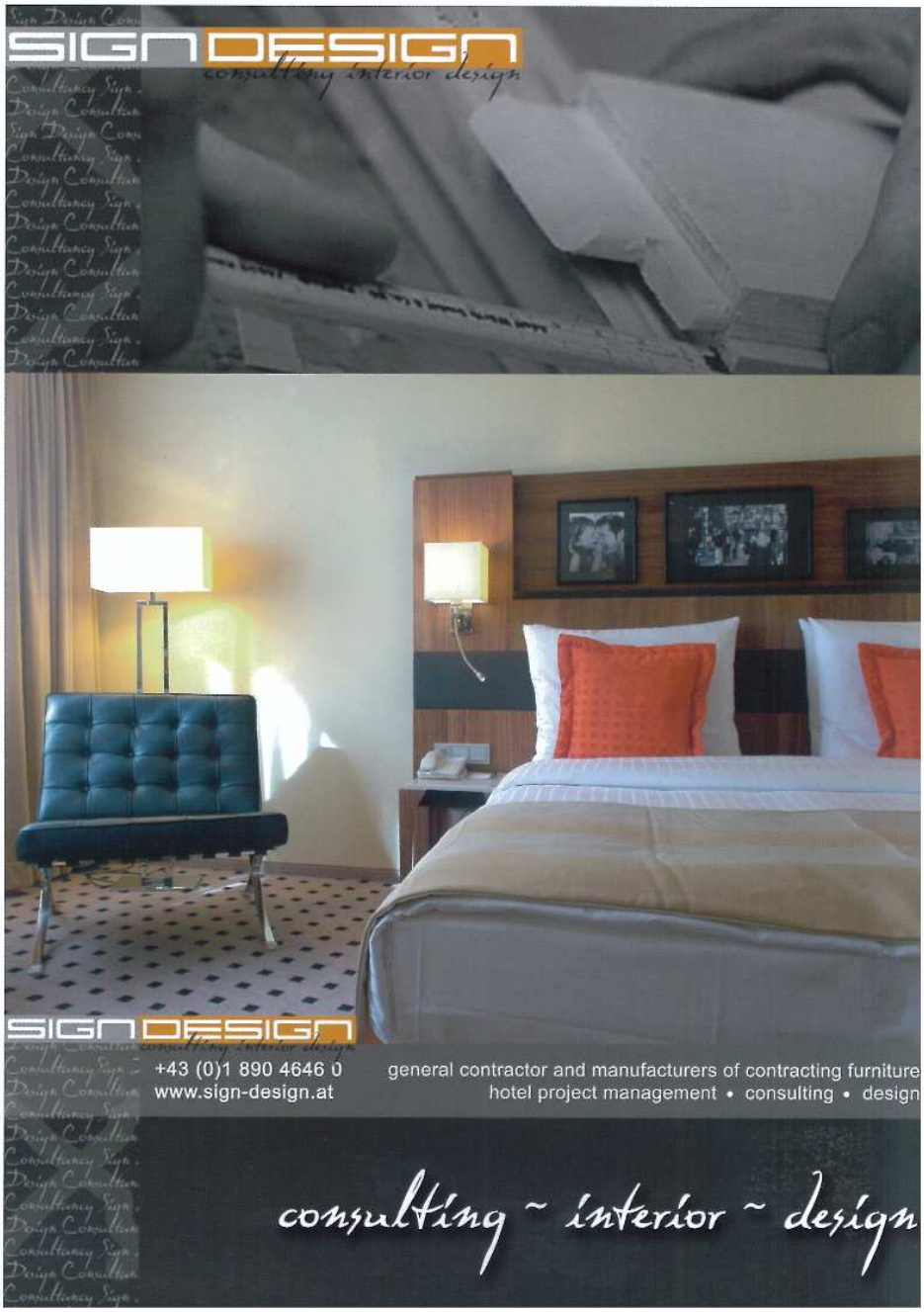
Maxi Scherer

SIGN DESIGN

Know-how für Radisson Blu

Durch die Erfahrung zahlreicher höchst erfolgreich abgewickelter Hotelprojekte in Europa sowie ein erfahrenes Team, bestehend aus Spezialisten aus allen Gewerken, die für die Abwicklung komplexer Hotelprojekte nötig sind, verfügt Sign Design über das nötige Know-how als Ausstatter im hochwertigen Innenausbau. So auch für das Radisson Blu in Hamburg. Daher wurde Sign Design mit der Einrichtung der Zimmer beauftragt. Der ständige Kontakt und die enge Kommunikation mit den Innenarchitekten JOI Design und dem Bauherrn Fay vor, während und nach der Projektphase haben wieder einmal mehr gezeigt, dass ein erfolgreiches Leistungsspektrum im Projekt bereits in der frühen Projektentwicklung beginnt. Im Zuge der eigentlichen Projektabwicklungsphase ist es dann ein Leichtes, die Schnittstellen zu definieren und zu strukturieren, um ein perfektes, reibungsloses und erfolgreiches Projekt garantieren zu können.

Der Bereich von festen und losen Möblierungen ist die eigentliche Kernkompetenz von Sign Design. Ganz nach dem Motto „Geht nicht gibt's nicht" werden selbst die ausgefallensten Wünsche realisiert, wie zum Beispiel der Kofferbock in beiden Themenkreisen Ocean und Urban. Dem Bereich Raumausstattung, in den das Thema rund um Textilien und Leder fällt, sowie dem Bereich der technischen Raumausstattung sind dank der jahrelangen Zusammenarbeit mit seinen Partnern keine Grenzen gesetzt. Besonders hervorzuheben ist auch das Thema der Beleuchtung, welches meist im Zuge des Gewerks Elektro realisiert wird. Auch hier legt Sign Design zusammen mit seinen Partnern größten Wert auf Individualität sowie größte Kundenzufriedenheit.



Hinter einem eher unwirtlichen Eingang lässt es Designer Christian Lundwall bei der neu renovierten Landmarke von Radisson am Hamburger Bahnhof Dammtor so richtig krachen.

Bild: hotelbau/M. Scherer

Bild: Rezidor (7)

RADISSON BLU HOTEL HAMBURG

Es glitzert und knistert

Der Zugang zum neu renovierten Radisson Blu Hotel Hamburg ist ungewöhnlich. Wer mit dem Taxi anreist, wird sich ein wenig über den unwirtlichen Zubringer hinter dem Hamburger Bahnhof Dammtor wundern, der so gar nicht ein Vier-Sterne-Superior-Haus vermuten lässt. Nach dem Ausstieg eine Drehtür und ein kleiner, schlichter Flur, links eine kurze Rolltreppe. Oben angekommen, ist man da, hier beginnt das Hotel. Und es beginnt wie ein Feuerwerk. Der schwedische Interior-Designer Christian Lundwall hat ein dunkles Foyer geschaffen, aus dessen Tiefen es immer wieder glitzert und funkelt. Da sind Lichtfriese in zart violettem, hartem Licht, da ist Glimmer, der aus den schwarzen Wand- und Bodenfliesen heraus reflektiert, die beiden pompösen Sessel neben den Aufzügen glänzen silbrig. Links die Rezeption, ganz in knisterndem Schwarz, verschwindet fast hinter den ebenfalls schwarzen Säulen. Umso präsenter ist die dahinterliegende ovalförmige Bar, die in gleißendes violettes Licht getaucht ist und deren Flaschen und Gläser Teile des Lichtspektakels bilden. Ebenso rückt die zentrale Design-Sitzgruppe des Foyers in Schwarz und Türkis in den Fokus des Ankommenden. Das 120 Meter hohe Gebäude mit 70er-Jahre-Charme von zweifelhafter äußerer Schönheit hat damit ein unerwartetes Inneres erhalten, das Lundwall als „quite sexy" bezeichnet.

Während auf den ersten Blick ins Innere hartes Türkis den Kontrast zu Schwarz setzt, kommen schon ein paar Meter weiter andere starke Farben hinzu: Rot, Grün und Senfgelb beleben in der Lounge großflächig die Szene, die Dunkelheit weicht und mit cremefarbenen Ledersesseln sowie in verschlungenen Mustern satinierten Glasfronten zieht Frische in die öffentlichen Räume ein. Dieser Teil des Foyers ist auch Übergang zum Restaurant.

Neue Konferenzräume

Beim Umbau des Hotels blieb fast nichts beim Alten. Das Haus war 35 Jahre alt, die „Hardware" des Gebäudes musste dringend renoviert werden. Doch dies allein reichte nicht. Stammkunden gaben bereits zu verstehen, dass sie zwar den Service sehr zu schätzen wussten, aber sich hinsichtlich des Ambientes eigentlich mehr erwarteten. Hinzu kam, dass der Wettbewerb in all den Jahren in Hamburg nicht geschlafen hatte. „Wir waren nicht mehr konkurrenzfähig", erklärt Hoteldirektor Wolfgang Wagner.

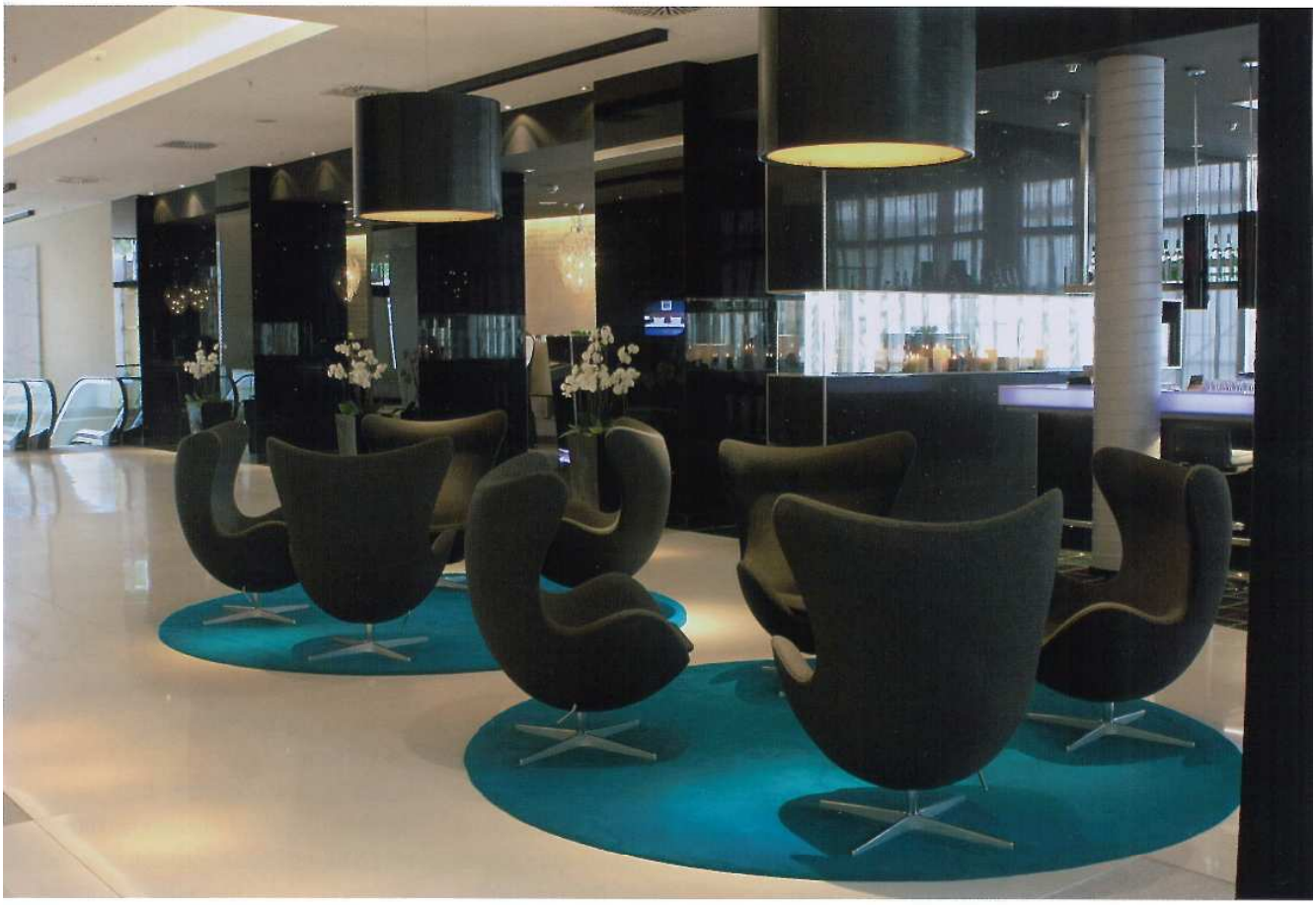
So kam die Renovierung des Hauses einer Entkernung gleich. Eingang, Foyer und Restaurant wurden ganz neu aufgeteilt, die Konferenzräume erweitert. Insgesamt stehen nun 2.122 m² Konferenzfläche sowie ein 533 m² großer Ballsaal auf der ersten Etage zur Verfügung. Der Wellness-Bereich wurde auf reduzierter Fläche und ohne Pool vom Dach in die zweite Etage verlegt. Die gesamte Elektrik, die Sanitäranlagen sowie Heizung und Lüftung sind neu, der

Brandschutz entspricht F90-Standard. Die zwei für den Betrieb der Sprinkler nötigen 250.000-Liter-Tanks fanden im Keller und in der Garage Platz, wofür Mauern einerseits versetzt, andererseits versteift wurden.

Funktion muss stimmen

Neben den Zimmertüren, die ebenfalls alle neu sind, erhielt das Haus 667 neue Türen. Die meisten Zimmerschnitte wur-

In der Lobby weicht die Dunkelheit des Eingangs und es ziehen frische Farben ein.



Helle Bodenfliesen tragen dazu bei, dass sich der Gast trotz des ungewöhnlichen Entrees gut orientieren kann.

den beibehalten, lediglich sieben zusätzliche Suiten reduzierten die Anzahl der Zimmer auf 556. Die Fenster, die in allen Zimmern über die gesamte Breite gehen, lassen sich auch in der obersten Etage noch vom Gast kippen. Sie bilden zusammen mit weiteren Glasanteilen der Fassade von außen dunkle Reflexionsflächen.

Hoteldirektor Wagner arbeitet bereits seit 1993 für die heutige Rezidor Hotel Group. Er hat als Area Manager nicht nur die starke Expansion der Marke Radisson Blu begleitet, sondern war lange Jahre Vice President für die technische Entwicklung in der Brüsseler Firmenzentrale. In dieser Position betreute er sämtliche Neubauten und Übernahmen der Gruppe.

hagenauer

BREIDENBACHER HOF Düsseldorf FAIRMONT LE MONTREUX PALACE Montreux PRINCE DE GALLES Paris RADISSON BLU Hamburg

QUALITÄT AUS LEIDENSCHAFT · LA QUALITÉ, C'EQST NOTRE PASSION · QUALITY IS OUR PASSION

hagenauer GmbH · Mittagstraße 7 · D-87509 Immenstadt · Telefon + 49 (0) 83 23 - 96 05 - 0 · info@hagenauer.de · www.hagenauer.de

STECKBRIEF

Radisson Blu Hotel, Hamburg

Adresse:	Marseiller Straße 2, D-20355 Hamburg
Pächter und Betreiber:	Azure Hamburg
Management-gesellschaft:	The Rezidor Hotel Group
Klassifizierung:	4 Sterne Superior
Bauzeit:	1970 – 1973
Renovierung:	10 Monate, 2008-09
Investor:	Invesco Real Estate Fond
Umbausumme:	50 Mio. Euro
Projektentwickler:	Renovierung 2008 bis 2009: Azure Property Ltd. London
Jetziger Eigentümer:	Invesco Real Estate
Architekt:	Architekturbüro BHPS, Berlin
Innenarchitekt/ Designer:	Christian Lundwall, Göteborg/S
Zimmeranzahl:	556
Standardzimmergröße:	29 m²
Zimmerpreise:	165 bis 499 EUR

Ausrüster

Gebäudeleittechnik:	GLR
Klima/Heizung/Lüftung:	Daume
Brandmeldetechnik:	Neutron
Sprinkler:	Minimax
Aufzüge:	OTIS
Schließsystem:	Vingcard
Leuchten:	Zajadacz
Fassadenverglasung:	Rupert APP
Bodenbeläge:	C. Morgenstern, H.J. Köhncke
Lobbymöblierung:	Fritz Hansen (Arne Jacobsen), Walter Knoll (Le Corbusier)
Konferenzraummöbl.:	Durlet
Medientechnik:	K·F·P Five Star Conference Service
Matratzen/Betten:	Fränkische Bettwarenfabrik,
Tapeten:	Quadrat
Innenausbau:	Hagenauer
Schalter/Regler:	Altmann & Böhning
Fernsehgeräte:	LG
Audiosystem:	Bose
Badezimmer-ausstattung:	Grohe, Starmix, Aliseo, Kaldewei, Villeroy & Boch

Kein Wunder also, dass er auch als General Manager des Hotels am Dammtor den Umbau eng begleitete. Schon im Vorfeld koordinierte er die Gewerke, um dem engen Zeitplan von zehn Monaten für die Renovierung gerecht zu werden. Um sich abzusichern, ging er neue Wege der Bezahlung: Diese erfolgte teilweise nicht nach HOAI, sondern nach Leistung. Ein Bonus-Malus-System, das die Einhaltung von Zeit- und Leistungsplänen belohnte, das Nicht-Einhalten aber bestrafte, sorgte für maximale Leistungsbereitschaft aller Beteiligten.

Design kommt für Wagner erst an zweiter Stelle, im Vordergrund steht für ihn der Gast: Das Hotel muss so funktionieren, dass es diesem gerecht wird. Ein technisches Detail hierbei ist die Lüftung: „Auch wenn die Innenarchitekten das nicht so gerne sehen, ich würde nie Schlitzauslässe verwenden. Sie erzeugen immer Situationen, in denen es dem Gast zieht." Alle öffentlichen Räume

Die glitzernde Satelliten-Rezeption versteckt sich hinter schwarzen Säulen.

Drei Zimmertypen stehen zur Auswahl: „New York Mansion", „Natural" und „Urban" (von links). Durch eine Glasscheibe kann der Gast den Ausblick über Hamburg auch noch aus dem Badezimmer genießen. Bei den Betten handelt es sich um eine Sonderanfertigung der FBF-Frankfurter Bettenfabrik. Sie sind mit einer Höhe von 66 cm rund 28 cm höher als die Norm und ermöglichen es, die Koffer darunter zu verstauen.

sind in dem Hotel deshalb mit Drallauslässen versehen. Ausgesprochen zufrieden ist Wagner mit der ursprünglichen Anlage des Gebäudes, das zwischen 1970 und 1973 erbaut wurde. Das Konzept stammt von den Architekten Jost Schramm und Gerd Pempelfort. Es gibt keine Überschneidung von Gästewegen und Wirtschaftswegen, Lagerräume sind in der richtigen Größe vorhanden. „Die haben hervorragende Arbeit geleistet", sagt Wagner.

Nichtsdestotrotz war das Gebäude vor dem Umbau, wie er selbst sagt, „eine Energieschleuder". Die Dämmung der Alu-Glas-Fassade erhielt deshalb statt der ursprünglichen 3 cm eine Isolierschicht von 12 cm. Im Abstand von 2 cm dazu erfolgte die Aufhängung der Fassadenplatten. Der dunklere und vom Material her sehr weiche Nagelfluh wurde durch Eginger Granit ersetzt, der das weithin sichtbare Landmark hell erscheinen lässt. 10.000 Platten wurden von Spezialisten mithilfe von Klettermastbühnen angebracht. Sie alle haben Abstand zueinander, sodass die Luftzirkulation gewährleistet und keine Vergrünung des Steins zu befürchten ist. Allein die Fassade kostete rund 10 Mio. Euro.

Maxi Scherer

CHRISTIAN LUNDWALL

Design als Inszenierung

Das Interior Design des Radisson Blu Hotel Hamburg stammt von dem Schweden Christian Lundwall. Sein Büro in Göteborg arbeitet seit vielen Jahren auf internationaler Ebene mit der Rezidor-Gruppe zusammen und entwarf unter anderem jene Zimmertypen, die in beiden Hamburger Hotels Verwendung finden.

Herr Lundwall, was war für Sie das Besondere an dem Radisson Blu Hotel in Hamburg-Dammtor?

Christian Lundwall: Alles in allem war es ein Riesen-Projekt, bei dem zunächst alles zerstört und dann unter immensem Zeitdruck wieder neu errichtet wurde. Bei sehr knappen Budgets war es ein hartes Projekt, aber gleichzeitig ein sehr erfolgreiches. Die Herausforderung bestand darin, dass es zwei Eingangsebenen gab, die wir vereinen mussten.

Konnten Sie den Auftrag so ausführen, wie er zunächst geplant war, oder mussten Sie die Pläne ändern?

Lundwall: Am Anfang sollte ich gar nicht alles ändern. Aber wenn man an einem Ende anfängt, passt das Neue irgendwann nicht mehr zum Alten. Wir haben also einfach etwas mehr Design in das Haus hineingesteckt als ursprünglich geplant. Das gelang uns trotz des schmalen Budgets. Gerade bei solch großen

Projekten sehe ich es als eine Herausforderung, das Budget einzuhalten.

Wie treffen Sie die Zielgruppe?

Lundwall: Ich kenne den Markt sehr gut und kenne die Anliegen der Rezidor-Gruppe und ihre Markenpolitik seit vielen Jahren. Ich bin sozusagen ein kleiner Teil des Designs der Gruppe geworden und weiß genau, wie das Design sein soll. Unter anderem habe ich Zimmertypen entwickelt, die nun in den Hotels der Gruppe in der ganzen Welt Verwendung finden. Diese müssen dann allerdings an die lokalen Gegebenheiten und den Wettbewerb vor Ort angepasst werden.

Was unterscheidet das Radisson Blu Hotel Hamburg von anderen Hotels der Rezidor-Gruppe?

Lundwall: Natürlich die öffentliche Fläche. Die Zimmer sind in jedem Haus ähnlich, die öffentliche Fläche wird dagegen niemals zweimal gleich gemacht.

Was kennzeichnet Ihrer Meinung nach Ihr Design?

Lundwall: Unser Design ist sehr häufig durch eine Dramatik gekennzeichnet, die durch spezielle Lichtführung und Farben begleitet wird. Bei den Lichteffekten unterstützt uns bei 99 Prozent unserer Projekte das Büro Licht 01 aus Hamburg. Obwohl ich immer sage, dass wir sehr international sind, können wir unsere skandinavische Abstammung nicht verleugnen.

Was verstehen Sie unter „skandinavischem Design"?

Lundwall: Mit skandinavischem Design meine ich klare Linienführung und starke Farben. Wenn ich von einem frischen Grün spreche, dann ist die Wahrnehmung dieses Farbtons in den verschiedenen Ländern unterschiedlich. Der Skandinavier mag starke Farben, der Österreicher eher weichere, weniger strahlende Töne.

Passen Sie Ihren Stil in den jeweiligen Ländern an?

Lundwall: Im Mittleren Osten beispielsweise, wo es sehr heiß ist, mögen die Auftraggeber diese starken Farben und unseren Stil. Aber dieser muss angereichert werden mit exklusiven Details, die wir in Schweden normalerweise nicht verwenden würden.

Wie gehen Sie ein neues Projekt an?

Lundwall: Wichtig ist sicherlich ein gutes Verhältnis zum Architekten und zu den Eigentümern. Bei dem Radisson Blu Hotel in Hamburg wussten die Eigentümer sehr genau, was sie wollten, und kannten sich gut in der Hotellerie aus, sodass wir gut kooperierten. Ich versuche in der Regel, die Gebäudearchitektur in mein Design zu übernehmen, sodass sich innen und außen auf schöne Weise verbinden. Normalerweise machen wir modernes Design. Das können wir einfach am besten.

In Deutschland arbeite ich sehr gerne. Der Bauprozess ist hier modern und es geht alles relativ schnell. Die Deutschen verfügen über ein gut organisiertes Projektmanagement. Zwar kostet alles etwas mehr im Vergleich zu anderen Ländern, aber es funktioniert auch sehr gut. Gerade arbeite ich an einem Projekt in Russland. Dort herrschen andere Traditionen und andere Herangehensweisen an den Bauprozess. Es wird auch hier ein gutes Ergebnis, aber es dauert eben sehr lange bis zur Fertigstellung.

Maxi Scherer ■

Wasser für die *Sinne*

Bieten auch Sie Ihren Gästen das sanfte, haut- und augenverträgliche Schwimmbadwasser der Extraklasse von Ospa. Quellfrisch, sauerstoffreich und ohne Chlorgeruch dank Ospa-Hochleistungs-Filtration und Ospa-Elektrolyse-Desinfektion.

Die innovative Schwimmbadsteuerung Ospa-BlueControl® regelt und steuert alle Abläufe, die für den Betrieb eines Schwimmbades erforderlich sind, von einem zentralen Ort wie z. B. der Rezeption aus; das spart viel Zeit, schafft Sicherheit und entlastet das Personal.

Ospa – Technik, die sich rechnet

Gerne senden wir Ihnen unseren Prospekt kostenlos zu und nennen Ihnen unsere aktuellen Hotel-Referenzen.

Ospa Schwimmbadtechnik
Telefon: +49 7171 7050 • Fax: 705199
www.ospa.info • ospa-hob@ospa.info

ospa
Das Schwimmbadwasser