

EINLEITUNG Die Hebel der Transformation – Hospitality wandelt sich vom Architekturobjekt zum ganzheitlichen Ökosystem

ALTES ERBE Neues erleben alter Mauern – Behutsame Umwandlung und Modernisierung historischer Gebäude in Hotels

INTERPLANETARES REISEN Die Zukunft nährt kosmisch – Architekturvisionen zwischen Mondbasis und Marskolonie





BRINGEN SIE PERSÖNLICHKEIT UND HARMONIE INS BADEZIMMER

Die Reframe Collection von Unidrain ist eine Serie exklusiver Badaccessories, die in skandinavischem Design und höchster Qualität verwurzelt ist. In Kombination mit den preisgekrönten HighLine Colour Bodenabläufen eröffnet sich die Möglichkeit, sämtliche Metalldetails perfekt aufeinander abzustimmen. So entsteht die Gelegenheit, das Badezimmererlebnis neu zu definieren - stilvoll, harmonisch und bis ins Detail durchdacht.



Liebe Leserin, lieber Leser,

in der neuen Ausgabe der CUBE Inspire Hospitality gehen wir einer spannenden Frage nach: Entwächst die Hotelimmobilie ihrer einstigen Monokultur – und wohin führt die Reise? Hierzu beleuchten wir aus unterschiedlichen Blickwinkeln die aktuellen Entwicklungen und Trends, die die Branche prägen. Dazu zählen der Boom, Hotels umzunutzen, die zunehmende Implementierung von Künstlicher Intelligenz sowie die Faszination maritimer Gastwelten und auch bereits die Vision des interplanetaren Reisens. Ergänzend werfen wir einen detaillierten Blick auf das umfangreiche Zahlen- und Faktenwerk der Branche. Besonders inspirierend war für unsere Redaktion der Praxistest eines neuen Herstellerkonzepts, das frische Impulse für die Hospitality-Welt liefert. Darüber hinaus erwarten Sie spannende Gespräche mit Protagonist:innen von Delugan Meissl, 25hours Hotels, Vitra sowie der Tourismusindustrie.

Viel Vergnügen beim Lesen und guten Erkenntnisgewinn wünscht Ihnen die CUBE-Redaktion.

INHALT

4	DIE HEBEL DER TRANSFORMATION – Hospitality wandelt sich zum ganzheitlichen Ökosystem
8	HOTELBRANCHE IM UMBRUCH – Bruno Marti, Mitgründer der 25hours Hotels im Gespräch
10	DIE BLÜTE DER TRANSFORMATION – Der Hotelbestand steht vor umfassender Repositionierung
12	ADAPTIVE REUSE – Eva Schrade von Delugan Meissl Associated Architects im Gespräch
14	ZAHLN UND FAKTEN – Die wichtigsten Entwicklungen im Hotelmarkt auf einen Blick
17	NEUES ERLEBEN ALTER MAUERN – Behutsame Umwandlung historischer Gebäude zu Hotels
22	PROBEWOHNEN IM SHOWROOM – Praxistest zeigt unkonventionelle Ansprache der Hotellerie
24	SCHWIMMENDE ARCHITEKTUR – Maritime Gastwelten entdecken die Reisebedürfnisse neu
25	„SLOW TRAVEL IST EIN TREND“ – Prof. Dr. Adrian von Dörnberg im Gespräch
29	URLAUB FÜR DIE SEELE – Retreat-Hotels schenken Erholung und verändern das Lebensgefühl
36	WENN ELEGANZ ZIMMER BEZIEHT – Luxusmarken erschließen Hotellerie als neue Erlebniswelt

IMPRESSUM

CUBE Inspire 22

Chefredaktion

Gerrit Menke (verantwortlich)
Briedestraße 1–9, D-40599 Düsseldorf
Telefon 0049 211 650264-0

Verlag

b1 communication GmbH
Briedestraße 1–9, D-40599 Düsseldorf
Telefon 0049 211 650264-0, info@cube-magazin.de
Sitz und Registergericht: Düsseldorf, HRB 64429

Geschäftsführung

Gerrit Menke

Redaktion

Redaktionsleitung: Kelly Kelch (Freie Redakteurin),
Paul Andreas (Freier Redakteur), Astrid Biesemeier
(Freie Redakteurin), Cornelia Brelowski (Freie Redakteurin),
Barbara Brubacher (Freie Redakteurin), Karin Freislederer
(Freie Redakteurin), Dunja Hennes-Leiß (Freie Redakteurin),
Marjana Križnik, Bettina Schön (Freie Redakteurin)

Gesamtanzeigenleitung

Gerrit Menke

Vertrieb

b1 communication GmbH
Briedestraße 1–9, D-40599 Düsseldorf
info@cube-magazin.de

Gestaltung

Julia Schmitz, Sven Kühl, Annika Domdei

Urheber- und Verlagsrecht

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Wir weisen daraufhin, dass in den Artikeln enthaltene Bilder überwiegend dem Urheberrecht Dritter unterliegen. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über (mit Ausnahme der Bilder). Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die von Verlagen oder von kooperierenden Dritten geführt werden.

Gebrauchsnamen

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen und dgl. in dieser Zeitschrift berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen ohne weiteres von jedermann benutzt werden dürfen. Oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

© b1 communication GmbH

Titelfoto: Francisco Nogueira



© Goldene Rose Karthaus / Bozen



© Chen Hao / YongLi Red Tile Banquet Hotel, China

DIE HEBEL DER TRANSFORMATION

Hospitality wandelt sich vom reinen Architekturobjekt zu einem ganzheitlichen Ökosystem

Der Kurs monothematischer Hotelwelten ändert seine Richtung. Was über Jahrzehnte als eigenständige Disziplin galt, verschmilzt zunehmend mit den Bereichen Wohnen, Arbeiten, Handel, Kultur und Mobilität. Hospitality avanciert von einem baulichen Konzept zu einem komplexen System, das unterschiedlichste Funktionen miteinander verknüpft. Es wird zum sozialen Knotenpunkt, zum Dienstleister, Kulturvermittler und Impulsgeber für ganze Quartiere. Diese Tendenz ist eng mit einem veränderten Reiseverständnis verbunden. Gäste suchen vermehrt Orte mit Charakter, lokaler Verwurzelung und einer glaubwürdigen Haltung. Hierfür schafft Architektur lediglich den Rahmen; ihre eigentliche Wirkung entfaltet sich erst durch Atmosphäre, Nutzung und die Qualität der Begegnungen. Dieser Zuspitzung folgt mit großen Erwartungen die Immobilienbranche, denn Mixed-Use-Konzepte gehören mittlerweile zu den dynamischsten Wachstumsfeldern. Das Einbeziehen von Gastronomie, Coworking, Einzelhandel oder Freizeitnutzungen belebt das Gebäude über den gesamten Tag hinweg und erschließt überdies unterschiedliche Ziel-



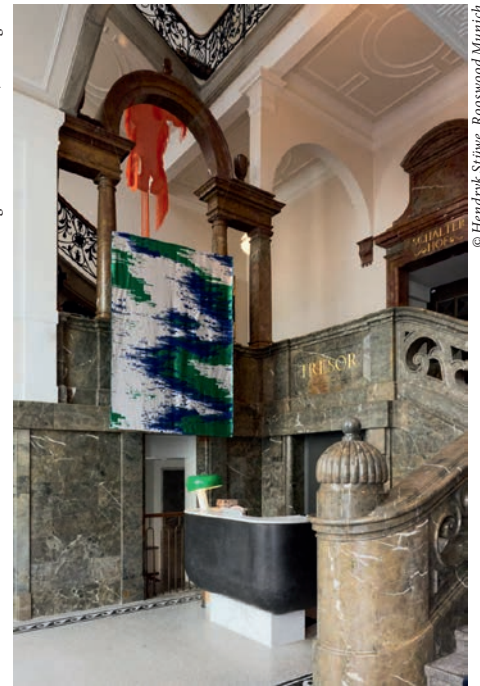
© NOA / Renneria in Bozen

gruppen. In Innenstädten eröffnet dieser Ansatz neue Perspektiven für Areale, die nach Geschäftsschluss lange Zeit verwaist wirkten. Gleichzeitig lösen sich die Grenzen zwischen den einzelnen

Marktsegmenten auf. Hospitality rückt näher an Wohnformen wie Branded Residences oder Serviced Apartments heran. Für Eigentümer:innen bieten sich damit neue Nutzungsperspektiven,



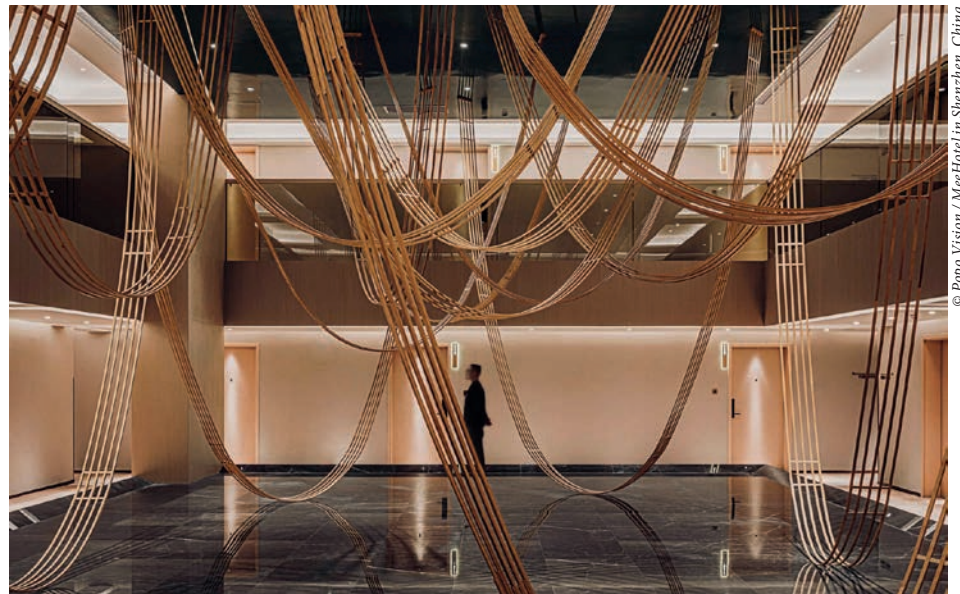
© Zeming Zhu / Die Etheria, Los Angeles



© Hendryk Stiwa, Roosevelt Munich



© Huus Quell / Schweiz



© Popo Vision / MetHotel in Shenzhen, China

während Hotelbetreiber ihr Know-how auf benachbarte Märkte übertragen. Die Immobilie fungiert nunmehr als flexibler Organismus, der auf wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen reagiert. Wie weit dieser Wandel reichen könnte, zeigt die Zukunftsstudie „Future Hotel“ des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation. Im Mittelpunkt steht dabei das Hotel als Teil eines Netzwerks aus Gästen, Mitarbeitenden, Partnern und Destinationen. Im Szenario „Synergy Hub“ dient es als zentrale Serviceplattform für ganze Regionen und bündelt Leistungen von Mobilität bis Vermarktung. Das „Placemaker Hotel“ versteht sich als urbaner Treffpunkt, an dem Kultur, Bildung und Austausch stattfinden. Dem gleichen Prinzip folgt das visionäre „Self-Driving Hotel“, aber hier verschmelzen zusätzlich Unterkunft und Fort-



© Alexander Fehre / Hyatt Zürich

bewegung zu einer integrierten Dienstleistung. Parallel dazu erfährt die Definition von Luxus eine neue Ausrichtung. Nach Jahren permanenter Erlebnissteigerung wächst die Sehnsucht nach Reduktion und Ruhe. Unter dem Schlagwort „Quietcations“ etabliert sich eine Form des Reisens, die mentale Regeneration, Konzentration und Entschleunigung in den Mittelpunkt rückt. Ein freier Nachmittag ohne Programm besitzt für viele Reisende inzwischen größeren Wert als ein dicht getakteter Aktivitätskalender. Zudem steigt die Nachfrage nach längeren Aufenthalten.



© LS Hotel Liangsu Yangshuo / China



© Alex Lesage, Vogue Hotel Montreal



© Stephany Hildebrand, Four Seasons Hotel Montreal



© Palmaria / The House of Aia, Playa del Carmen, Mexico

ten in zahlreichen europäischen Märkten und klassische Kurztrips verlieren an Dynamik. In der Konsequenz stellt sich eine zentrale Frage: Welche Wirkung kann ein Aufenthalt entfalten? Die Antwort liegt in Räumen, die persönliche Entwicklung, Inspiration oder bewusste Erholung ermöglichen. Das Haus wird zur Plattform personalisierter Erfahrungen, deren Verlauf jeder Gast selbst bestimmt. Zusätzlichen Schub erhält diese Entwicklung durch die Rahmenbedingungen des Immobilienmarktes. Hohe Baukosten, gestiegene Finanzierungslasten und die Anfor-



© Hotel El Roblar / Villa Boken Suite Marfil, Kalifornien

derungen der ESG-Regulierung erhöhen den Druck auf Neubauten. Gleichzeitig geraten ältere Hotels und leerstehende Büroimmobilien unter Anpassungszwang. Revitalisierung entwickelt sich dadurch zu einer der zentralen Aufgaben der kommenden Jahre.

Der gemeinsame Nenner all dieser Strömungen liegt in einem grundlegenden Rollenwechsel: Die Zukunft der Hotellerie entscheidet sich an ihrer Fähigkeit, vom reinen Beherbergungsbetrieb zu einer vielschichtigen Plattform zu werden.



KFF®

Stuhl
GAIA OUTDOOR
Design Monica Armani

www.kff.de

**Bruno Marti**

verfügt über einen Master in Anglistik mit Schwerpunkt Filmwissenschaft der Universität Zürich und absolvierte die Hotelfachschule Luzern, an der er heute als Gastdozent lehrt. Erste Erfahrungen sammelte er im Hotel Baur au Lac in Zürich

sowie bei der Swissair. Es folgte die SHL Luzern mit eidg. Diplom als Hotelier-Gastronom. Er ist Mitglied des Gründerteams der 25hours Hotels und verantwortet zudem das Markenerlebnis von SO/ Hotels & Resorts. Sein Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung von Zukunftsvisionen für Hotels mit Designer:innen, Künstler:innen und Partnern sowie deren Weiterentwicklung im internationalen Kontext mit besonderem Fokus auf Innovation.

HOTELBRANCHE IM UMBRUCH

Mehrfachnutzung als Zukunftsmodell für Quartier und Immobilie

CUBE: Sie gehören zur Gründungscrew der 25hours Hotels. Die meisten verbinden den Namen 25hours mit der symbolischen „zusätzlichen Stunde“ am Tag. Weniger bekannt dürfte sein, dass er auch mit einem Plattengeschäft zu tun hat. Was hat es damit auf sich?

Bruno Marti: Dazu gibt es zwei Mythen und bis heute weiß niemand, welche Version tatsächlich stimmt. Um das Jahr 2000 gab es in Hamburg einen Plattenladen, wobei es eher ein CD-Geschäft war. Er trug den Namen „25 Records“. Statt ein möglichst großes Sortiment an Schallplatten beziehungsweise CDs anzubieten, verfolgten die Inhaber ein ungewöhnliches Konzept: Zu jedem Zeitpunkt waren dort lediglich 25 sorgfältig ausgewählte CDs erhältlich. Diese Idee und dieser Name zeigten eine große Präsenz, weshalb einige bis heute davon ausgehen, dass auch unsere Marke ihren Ursprung dort fand. Daneben existiert eine weitere Theorie. Ihr zufolge wurde ganz bewusst eine Zahl als Bestandteil des Markennamens gewählt, um in alphabetischen Auflistungen möglichst weit oben zu erscheinen.

Trotz weltweiter Krisen, geopolitischer Spannungen und wirtschaftlicher Unsicherheit bleiben Urlaub und Reisen für die Mehrheit der Menschen in Deutschland ein zentraler Bestandteil. Das Statistische Bundesamt führte jedoch am 20. Mai dieses Jahres aus, dass die Branche mit realen Verlusten kämpft. Wo steht 25hours in dargelegter Entwicklung?

Wie die meisten Kolleginnen und Kollegen blicken auch wir mit einer gewissen Sorge auf die aktuelle Entwicklung. Diese betrifft allerdings weniger die Einnahmenseite als vielmehr die Kostenstruktur. Die Situation muss allerdings differenziert betrachtet werden. Die größten Herausforderungen zeigen sich derzeit im Restaurantbereich, in dem rund die Hälfte unseres Gesamtumsatzes entsteht. Wir beobachten, dass die Menschen insgesamt weniger essen und trinken. Hinzu kommt, dass jüngere Generationen nachweislich weniger Alkohol konsumieren. All diese Entwicklungen tragen dazu bei, dass wir in diesem Bereich leichte Umsatzrückgänge verzeichnen. Insgesamt sehen wir uns jedoch stabil aufgestellt. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass sich unsere Standorte in städtischen Lagen befinden. Ich kenne Betreiber, deren Hotels in eher dezentralen Regionen liegen und die sich auf Nischenangebote im Wellness- und Meetingbereich auf dem Land spezialisiert haben. Diese Betriebe stehen aus meiner Sicht vor deutlich größeren Herausforderungen.

Eine der jüngsten Entwicklungen bei Hotelkonzepten ist, dass die Zeit der Monokultur vorbei zu sein scheint. Das Hotel als solches avanciert zum Mixed-Use-Gebäude und auch bei der Quartiersplanung spielt die Integration von Hotels inzwischen eine wesentliche Rolle. Entspricht diese Wahrnehmung der Realität?

Wir haben unsere Häuser immer als Nachbarschaftshotel verstanden. Für uns gab es nie den Anspruch, als isoliertes, eigenständiges Gebäude zu funktionieren. Vielmehr war es von Anfang an unser Ziel, uns in das jeweilige Umfeld zu integrieren und Teil des Quartiers zu werden. Je nach Standort bedeutet das, dass man sich mit bestehenden Nachbarn auseinandersetzt oder bei Neubauprojekten in gemischt genutzte Areale eingebunden wird. Wenn ich auf unser Portfolio blicke, sind groß angelegte Projekte, in denen Einzelhandel, Hotellerie und Wohnen unter einem Dach vereint werden, eher die Ausnahme. Deutlich stärker beobachten wir solche Konzepte im Mittleren Osten und in Asien. Dort ist es nahezu selbstverständlich, einen Turm mit unterschiedlichen Nutzungen zu entwickeln. Im unteren Bereich befindet sich eine Shopping Mall, darüber Büros, anschließend ein Hotel und in den obersten Etagen Wohnungen. Im Zusammenhang mit einer Quartiersentwicklung wird dieser Aspekt zunehmend interessanter.

Gewinnt die Mischung verschiedener Nutzungsarten nicht zwangsläufig an Bedeutung, um wirtschaftliche Risiken besser zu verteilen und mögliche Ausfälle einzelner Bereiche abzufedern?

Aus Sicht eines Entwicklers kann ich diesen Ansatz gut nachvollziehen. Schließlich sind auch Mieteinnahmen nicht in jeder Situation automatisch garantiert. Gleichzeitig sprechen wir aus unserer Perspektive vor allem über innerstädtische Standorte, da diese für uns als Hotelbetreiber besonders interessant sind. Solche Flächen stehen jedoch nicht unbegrenzt zur Verfügung, schon gar nicht in den Größenordnungen, die für komplexe Mischnutzungsprojekte erforderlich sind.

Hören Sie das gesamte Interview, das hier als Auszug veröffentlicht ist, als Podcast. Hierfür einfach den QR-Code scannen.



Das Interview führte Kelly Kelch, freie Redakteurin für Architektur und Interior Design.

DIE BRANCHE IST IM WANDEL

Die Monokultur der Hotellerie verabschiedet sich sukzessive von ihrer einstigen Idee

Die Hospitality-Branche erlebt derzeit einen grundlegenden Wandel und längst nicht mehr alles ist in Stein gemeißelt. Eines ist jedoch sicher: Das Hotel der Zukunft wird nicht mehr allein über Lage, Ausstattung oder Service definiert, sondern über die Fähigkeit, individuelle Bedürfnisse zu erkennen und ganzheitliche Erlebnisse zu schaffen. Gäste erwarten heute weit mehr als eine komfortable Übernachtung. Gefragt sind Authentizität, persönliche Ansprache, emotionale Verbundenheit und ein spürbarer Mehrwert für das eigene Wohlbefinden. Parallel verschwimmen die Grenzen zwischen Hospitality, Wellness, Wohnen, Freizeit, Arbeiten und Lifestyle. Zugleich entdecken immer mehr Marken außerhalb der traditionellen Hotellerie das Gastgewerbe als strategisches Geschäftsfeld. Damit erweitert sich die Rolle der Hospitality von der reinen Beherbergung hin zu einem ganzheitlichen Angebot aus Erlebnis, Identität und Lebensstil – eine Entwicklung, die die Branche langfristig prägen wird.

1. Technologie & Digitalisierung

Drei zentrale Hebel zeichnen sich ab: 1. KI-gestützte Guest Journey mit personalisierten Angeboten, dynamischer Preisgestaltung, KI-Agenten, Chatbots, vorausschauender Wartung und Smart Rooms. 2. Kontaktloser Selfservice via mobilem Ein- und Auschecken, digitalem Schlüssel, QR-Informationen und smarter Bezahlung. 3. Smart Hotels und IoT für Energie, Klima, Sensorik, Automation, Reinigung, Kostenoptimierung.

2. Von nachhaltig zu regenerativ

Die Branche bewegt sich weg vom reinen CO₂-Reduktionsdenken hin zu „Net Positive“-Ansätzen mit lokaler Wertschöpfung, Biodiversität, Community-Integration, Kultur-Authentizität und regionalen Lieferketten. Diese Faktoren gewinnen als Buchungskriterium besonders für die Generationen Z und Millennials an Bedeutung, die etwa auf Zertifikate, regionale Kulinarik oder Zero Waste achten.

3. Verändertes Gästeverhalten

Personalisiertes Erlebnis statt reiner Übernachtung: Gefragt sind immersive, multisensorische Aufenthalte mit Storytelling, lokaler Authentizität, individuellen Ernährungsansprüchen sowie Angeboten für Wellness und mentale Gesundheit. Hyperpersonalisierung liefert KI-gestützte, datenbasierte, individuelle Aufenthalte. Auch die Verbindung von Business und Freizeit via Workation nimmt weiter an Bedeutung zu.

4. Arbeitsmarkt & Leadership

Der Fachkräftemangel bleibt angesichts knapper Personalressourcen, hoher Fluktuation, Nachwuchssorgen und steigender Lohnkosten das Kernproblem. Neue Mitarbeitende erwarten mehr Flexibilität, transparente Führung, mentale Gesundheit, eine moderne Unternehmenskultur und eine angemessene Entlohnung. Hierarchische Führungsmodelle verlieren zunehmend an Akzeptanz. KI initiiert Effizienzhoffnung.

5. Kosten- und Margendruck

Die Branche steht unter dem Druck hoher Energie- und Finanzierungskosten, zunehmenden Wettbewerbs und rückläufigen Kaufkraft. Effizienz, Direktbuchungen und Revenue Management gewinnen deutlich an Bedeutung. Gleichzeitig polarisiert sich der Markt: Während Budget-Hotels zunehmen und sich das Luxussegment resilient zeigt, steigt der Druck auf Mittelklasse-Hotels. Standard-Konzepte verlieren deutlich.

6. Food & Beverage

Regionale und pflanzenbasierte Küche verzeichnet auch in der Hotellerie starkes Wachstum. Zudem gewinnen Technologien wie Blockchain-Tracking (transparente Lieferketten) und automatisierte Küchenprozesse an Akzeptanz. Gleichzeitig entwickelt sich die Gastronomie von reiner Verpflegung zum Erlebnisraum mit Eventcharakter, als Social Hubs mit starkem Fokus auf Atmosphäre, Design und Storytelling.

7. Offline als neuer Luxus

In einer zunehmend digitalisierten Welt sehnen sich die Menschen wieder nach Orten, die zum Innehalten, zur Achtsamkeit und zu echten menschlichen Begegnungen einladen. Hotels reagieren mit technikfreien Zonen, Rückzugsorten ohne Ablenkung und haptisch geprägten Umgebungen, die Unvollkommenheit und Handarbeit zelebrieren. Retreat-Destinationen erleben einen starken Aufschwung.

8. Vom Hotel zur „Hospitality-Plattform“

Früher bestand ein Hotel vor allem aus Zimmern, einer Lobby und einem Restaurant. Heute entwickelt sich der klassische Hotelbetrieb hin zu integrierten Mixed-Use-Konzepten. Hotels werden zunehmend Teil größerer Quartiere und Lifestyle-Ökosysteme, in denen Wohnen, Gastronomie, Co-Working, Wellness, Entertainment, Eventflächen, Büroangebote und

Serviced Apartments miteinander verknüpft sind. Das betrifft auch die Hotelimmobilie selbst, die damit nicht mehr ausschließlich als Übernachtungsort fungiert, sondern als multifunktionaler Raum für Arbeit, Begegnung und Freizeit. Gleichzeitig verändern sich Städte und urbane Räume grundlegend: Leerstände im Bürosegment, neue Mobilitätsmuster und die zunehmende Verbreitung von Remote Work

fördern Konzepte des Adaptive Reuse. Bestehende Gebäude werden für neue Hospitality-Nutzungen umgewandelt, hybride Quartiere entstehen. Besonders dynamisch entwickelt sich die Kombination von Hotels mit Branded Residences. Somit werden zusätzliche Erlösquellen erschlossen, Risiken diversifiziert und langfristig stabilere Cashflows ermöglicht.



Im Westen Bremens entsteht mit der Überseestadt auf rund 300 Hektar ein neues Stadtviertel auf dem Gelände des ehemaligen Überseehafens. Bestandteil ist ein früherer Kornspeicher des Lebensmittelherstellers Kellogg's aus den 1970er-Jahren, der zu einem Hotel umgewandelt wurde.



Amsterdams 28 ehemalige Brückenhäuser werden in unterschiedliche Hotelzimmer umgewandelt

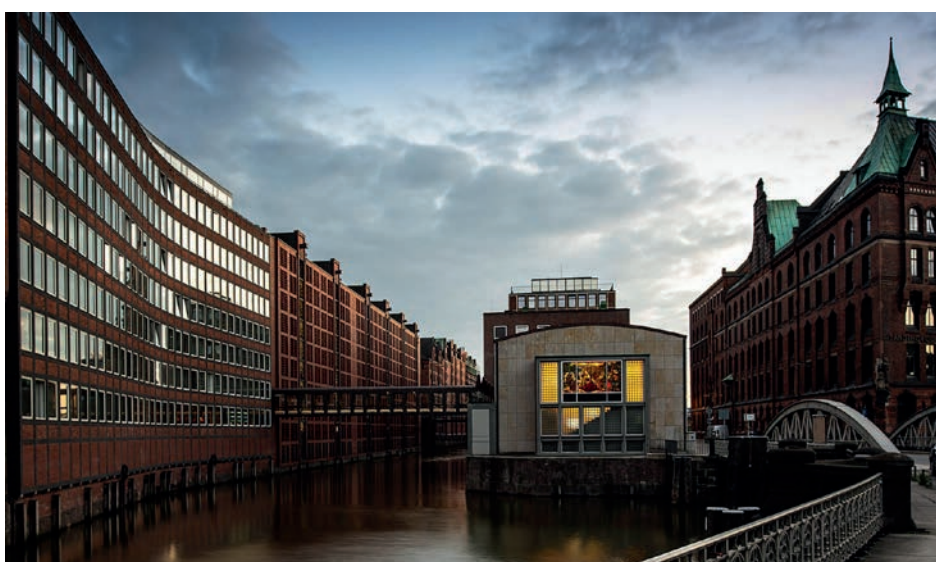
© Piet Niemann, Delugan Meissl Associated Architects / Kellogg's Silos in Bremen

© Lotte Holterman, Sweets Hotel

DIE BLÜTE DER TRANSFORMATION

Der Hotelbestand steht vor einer umfassenden Welle der Repositionierung

Der globale Hotelmarkt erlebt seit einigen Jahren eine tiefgreifende Transformation. Während Neubauten durch hohe Baukosten, strengere Regularien und langwierige Genehmigungsprozesse zunehmend unter Druck geraten, gewinnen Umbauten und Umnutzungen enorm an Bedeutung. Für Investoren, Betreiber, Projektentwickler und Planende rückt damit ein Ansatz in den Mittelpunkt, der lange Zeit als Nischenstrategie galt: Adaptive Reuse avanciert zum neuen Leitmotiv der Hospitality-Branche. Der Umbau bestehender Gebäude gibt in gewissem Maße die pragmatische Antwort auf einen Markt, der unter hohen Finanzierungskosten, ESG-Anforderungen und mitunter hohen Leerständen leidet. Dabei geht es längst nicht um einzelne Revitalisierungen. Vielmehr etabliert sich weltweit ein eigenständiger Entwicklungszyklus rund um sogenannte Conversion-Projekte. Besonders häufig werden in Europa Bürohäuser in Hotels oder in Serviced Apartments transformiert. Gleichzeitig entstehen aus ehemaligen Hotels Wohnraum oder hybride Quartiersmodelle mit gemischten Nutzungen. Zudem gibt es eine steigende Tendenz, ehemalige Kaufhäuser zu Hospitality-Standorten

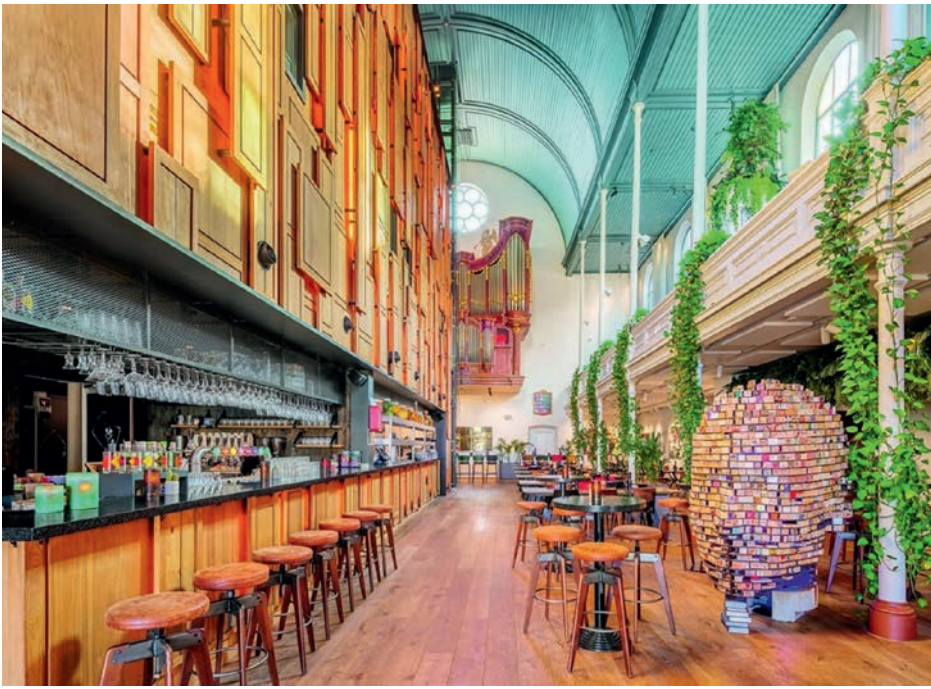


Die im Jahr 1887 erbaute und 1956 wiedereröffnete Kaffeebörse in Hamburgs Speicherstadt wurde zum Hotel umgebaut. Seit dem 1. September 2014 beherbergt sie das Ameron Hotel Speicherstadt.

© AMERON Hamburg Hotel Speicherstadt

mit Gastronomie, Wohnen und Arbeitswelten umzunutzen. Laut dem „Europe Hotel Construction Pipeline Trend Report 2025“ lag die europäische Hotelpipeline Ende des vierten Quartals bei 1.717 Projekten mit rund 252.600 Zimmern. Davon entfielen rund 700 Projekte mit

mehr als 90.000 Zimmern auf Renovierungen und Umwandlungen. Der Trend entfaltet sich damit endgültig vom Sonderfall zur tragenden Säule in der Branche. Deutschland zählt dabei zu den dynamischsten Märkten. Mit 147 Projekten und mehr als 25.000 Zimmern gehört das Land zu



© Grole / Bunk / Wouter van der Sar

Aus dem 1891 erbauten protestantischen Gotteshaus in Utrecht ist ein Boutique-Hotel mit 45 Zimmern und 60 Schlafkapseln entstanden. Der Gastbetrieb verbindet historische Substanz mit nachhaltiger Gebäudenutzung.



© QUERFELDEINS | Landschaft | Städtebau | Architektur

Die Bauaufgabe bestand darin, das bestehende Wellnesshotel „Einfach Schön“ in Dresden in 5 bis 6 hochwertige Eigentumswohnungen umzuwandeln.

den größten Hotelstandorten Europas. Besonders stark wachsen aktuell Serviced Apartments sowie Office-to-Hotel-Strategien. Federführend sind hauptsächlich Berlin, Frankfurt, München und Hamburg, da dort in Teilen schwächelnde Büromärkte auf eine hohe urbane Nachfrage treffen. Auf Architekturbüros und Planende warten dadurch neue Aufgabenfelder, denn Konversionen sind gegenüber einer klassischen Modernisierung deutlich komplexer. Häufig entscheidet der Umgang mit Bestandsschutz, Denkmalschutz oder lokalen Bebauungsplänen über die Machbarkeit eines Projekts. Hinzu kommen umfangreiche Anforderungen an Brandschutz, Gebäudetechnik und Versicherungen, da Umnutzungen meist mit speziellen Risikoprofilen einhergehen. Gerade darin liegt jedoch auch die gestalterische Chance. Adaptive Reuse verbindet wirtschaftliche Effizienz mit nachhaltiger Stadtentwicklung und eröffnet zugleich neue architektonische Narrative für bestehende Gebäude. Immerhin gelten europaweit sieben bis acht Millionen Hotelzimmer als veraltet. Statt Abriss und Neubau rücken Ressourcenschonung, graue Energie und die intelligente Weiterentwicklung urbaner Strukturen in den Vordergrund. Unternehmen wie Limehome zielen genau auf diesen Markt und übernehmen ältere Hotels, um daraus Design Apartments sowie hybride Long Stay Konzepte zu entwickeln. Für die Hospitality-Branche zeichnet



© Zoku Amsterdam / erstmals Hybrid aus Hotel, Apartment und Arbeitswelt



© Zoku Amsterdam

oben: Vom Hotel zur Coworking- und Eventumgebung.
links: Die Rooftop-Fläche des umgebauten Zoku Amsterdam

sich in der Konsequenz ein struktureller Wandel ab, der die zukünftige Entwicklung des Marktes nachhaltig prägen dürfte. Umbauten liefern die strategischen Antworten auf ökonomische, ökologische und städtebauliche Herausforderungen. Entscheidend bleibt, ob Projekte langfristig Mehrwert für Investoren, Nachbarschaften und urbane Räume schaffen.



Eva Schrade

wurde in Stuttgart geboren und studierte Architektur an der Universität Stuttgart, wo sie ihr Diplom abschloss. Nach ihrer Tätigkeit bei Atelier Brückner arbeitet sie seit 2004 bei Delugan Meissl Associated Architects und fungiert dort inzwischen als Senior Projekt Managerin. Zu den Projekten, an denen sie mitge-

wirkt hat, zählen unter anderem das Haus für Film und Medien in Stuttgart, das Atlantic Hotel und der „Tower Ost“ in Erfurt, RØMØ in Dänemark, das Kellogg's-Areal in Bremen, Offshore Borkum, das Residential Greenhouse Bremen, ein Bürokomplex in Bremen sowie das Festspielhaus Erl in Österreich.

kulturellen Wert eine Stadt durch einen Abriss verliert. Interessanterweise erleben wir aktuell ein Umdenken.

Der Markt von Hotelumnutzungen erfährt derzeit einen regelrechten Boom. Sowohl in ein Hotel, als auch von einem Hotel in einen anderen Zweck. In Deutschland steht die Umnutzung von Bürogebäuden zu Hotels an der Spitze. Wie erklären Sie sich das aus Sicht der Architektur?

Teilweise hängt es mit den veränderten Arbeitsweisen und Arbeitsstrukturen zusammen. Hybrides Arbeiten brachte Büroflächen hervor, die nicht mehr genutzt oder benötigt werden. Meines Erachtens liegt aber der eigentliche Grund viel tiefer: Hotels erfuhren einen starken Wandel. Es sind heute keine abgeschotteten Gebäude mehr, sondern eher hybride Orte, wo sich Arbeitsraum und sozialer Treffpunkt, Gastronomie sowie temporäres Wohnen in einem Gebäude vereinen. Gleichzeitig suchen Städte nach Möglichkeiten, die monofunktionalen Quartiere wieder lebendiger zu machen. Dabei kann eine Hotelnutzung ein wirksamer Katalysator sein.

Lassen Sie uns auf das Revitalisierungs- und Umnutzungsprojekt der Kellogg's Silos eingehen, das Sie als Projektleiterin verantworteten. Bevor die Entscheidung für ein Hotel fiel, standen alternative Nutzungskonzepte zur Diskussion – darunter eine Kletterhalle, ein Tiefseetauchbecken oder eine Ausbildungsanlage für Offshore-Mitarbeitende. Wann war klar, dass daraus ein Hotel wird?

Gestatten Sie mir einen kleinen Exkurs. Da der Bauherr aus dem Offshore-Bereich kommt, hatte er zunächst den Ansatz einer Ausbildungsanlage für Offshore-Mitarbeitende. Doch in einem gemeinsamen Brainstorming zwischen Bauherrn und Architekten manifestierte sich die Idee des Hotels. Die anderen Nutzungen wären sicherlich ebenfalls spannend gewesen. Der entscheidende Punkt war aber letztendlich die Erkenntnis, dass ein Hotel die Möglichkeit bietet, den Ort dauerhaft für die Öffentlichkeit erlebbar zu machen und den Bestand atmosphärisch zu erfahren.

Führen Sie uns bitte einmal durch das Projekt der Kellogg's Silos, mit all seinen Hürden!

Das Kellogg-Silo befindet sich in Bremen auf einem größeren Industrieareal aus den 1970er-Jahren. Einige der dort befindlichen Gebäude wurden rückgebaut oder ersetzt, die Kellogg's Silos sollten erhalten bleiben. Ziel des Projekts war es, die massive Infrastruktur in ein zeitgemäßes Mixed-Use-Gebäude mit Hotel- und Büroflächen zu transformieren. Die größte Herausforderung bestand darin, die bestehende Betonstruktur – die ursprünglich nie für Menschen gedacht war – an die neue Nutzung und den menschlichen Maßstab anzupassen, ohne die besondere räumliche Qualität und Identität des Bauwerks zu verlieren. Die Silos verfügten zudem nicht über klassische Geschosse, sondern bestanden über rund 30 Meter aus offenen, unbelichteten Räumen mit einer sehr spezifischen Geometrie. Gerade diese ungewöhnliche Struktur macht das Projekt so einzigartig – insbesondere auch die runden Hotelzimmer.

Hören Sie das gesamte Interview, das hier als Auszug veröffentlicht ist, als Podcast. Hierfür einfach den QR-Code scannen.



Das Interview führte Kelly Kelch, freie Redakteurin für Architektur und Interior Design.

ADAPTIVE REUSE

Die Kunst, bestehende Bauwerke in die Moderne zu überführen

CUBE: Sie arbeiten seit nunmehr 18 Jahren bei Delugan Meissl. Aus heutiger Sicht ist das eine lange Zeit in einem Unternehmen. Was schätzen Sie an diesem Architekturbüro?

Eva Schrade: Was mich über all die Jahre noch immer fasziniert, ist vor allem die Haltung des Büros. Delugan Meissl versteht Architektur nicht nur als formale Disziplin, sondern stets auch als kulturelle und gesellschaftliche Aufgabe. Gleichzeitig gibt es eine enorme Offenheit gegenüber komplexen Fragestellungen – ob städtebaulich, kulturell oder technisch. Persönlich schätze ich die Möglichkeit, Projekte wirklich langfristig zu betreuen. Das ist gerade bei komplexen Transformationsprojekten wichtig.

Wir alle wissen: Heute steht Bestandserhalt vor Abriss. Die Gegenargumente wie Bauvorgaben, Komplexität und Kostenexplosion sind für viele Bauherren aber immer noch überzeugend genug, um dem eine Absage zu erteilen. Was entgegnen Sie dieser Haltung?

Grundsätzlich sind diese Argumente real. Man hat sehr viel Vorarbeit zu leisten, um die Bauherren zu überzeugen, denn Bauen im Bestand ist komplexer als der Neubau auf der grünen Wiese. Der Umgang mit etwaigen Überraschungen, vorhandenen Strukturen und regulatorischen Grenzen erfordert mitunter viel Geschick. Dennoch lohnt der Aufwand, weil ich glaube, dass wir den Blick in die Zukunft richten müssen. Die Frage kann nicht sein, was ein Gebäude heute kostet, sondern welche Ressourcen bereits gebunden sind, welche graue Energie darin steckt und welchen

NEU

■ GEBERIT

FÜR BADKONZEPTE AUS EINEM GUSS

TRENDDESIGN OHNE KOMPROMISSE



DESIGN
MEETS
FUNCTION

Hochwertige Armaturen mit metallischen Oberflächen setzen besondere Akzente im Bad und geben eine individuelle Note. Mit den Sigma40 Betätigungsplatten und Typ 40 Urinalsteuerungen in kundenspezifischem Finish bietet Geberit die passende Ergänzung am WC-Platz. Zur Auswahl stehen 50 metallische Oberflächen, abgestimmt auf die Armaturen vieler führender Hersteller. So realisieren Sie stimmige Badkonzepte bis ins Detail – individuell, schon ab Losgröße 1.

www.geberit.de/betaetigungsplatten



Die Hotelbranche fährt in stürmischen Gewässern, denn sie hat einerseits globale Herausforderungen zu bewältigen und sieht sich zugleich einem veränderten Reiseverhalten gegenüber, das sich auf die Aufenthaltskonzepte sowie die Nutzung von Hotelimmobilien und deren Standorte auswirkt. Dies zeigt sich deutlich in den Reisepräferenzen, den Übernachtungszahlen und Baugenehmigungen als auch in den wirtschaftlichen Kennzahlen, beispielsweise der gestiegenen Zahl an Insolvenzen.

ALLGEMEIN

Anzahl Beherbergungsbetriebe in Deutschland¹

(einschließlich Gasthöfen, Pensionen und Hotels), Stand 12/2024:

ca. 47.800

Davon reine Hotels:

ca. 12.100

Klassifizierte Hotels:

Stand Januar 2026 waren rund 6.076 Hotels offiziell klassifiziert, wobei 3-Sterne-Hotels mit 3.484 Betrieben die Mehrheit bilden.

Top-Standort:

Berlin führt mit knapp 789 Hotels das Städte-Ranking an.

📍 Übernachtungen in Deutschland nehmen leicht zu²

Gästeübernachtungen 2025:

497,5 Mio.

(2024: 496 Mio.)

Positiver Übernachtungstrend setzt sich 2026 fort

März 2026 (gegenüber März 2025):

– Übernachtungen (Hotels mit mind. 10 Betten): **33,6 Mio.** / + 3,1 %

Zusammensetzung:

– Inlandsbuchungen: **28,3 Mio.** / + 3,8 %

– Buchungen aus dem Ausland: **5,2 Mio.** / - 0,4 %

Das Wachstum basiert ausschließlich auf der gestiegenen Nachfrage inländischer Gäste. Während die Zahl der Übernachtungen aus Deutschland mit 28,3 Mio. um 3,8 % zunahm, ging die Nachfrage aus dem Ausland um 0,4 % zurück.

Top-Städte nach Übernachtungszahlen³

1. Berlin

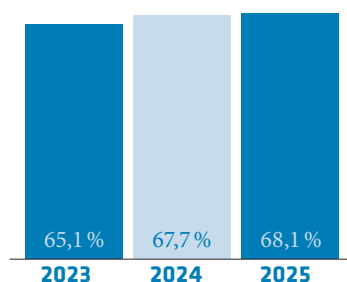
2. München

3. Hamburg

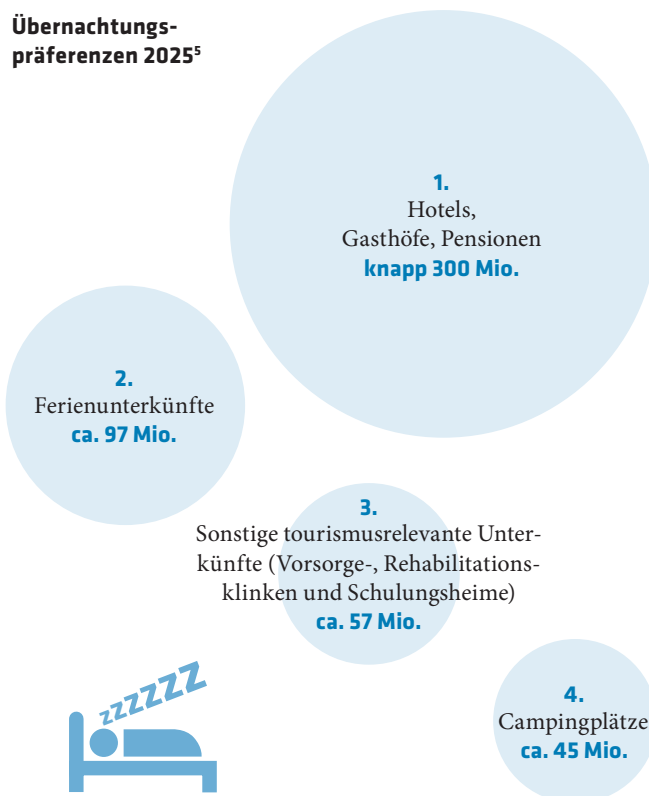
4. Frankfurt (führend bei Geschäftsreisen)

5. Köln

Zimmerauslastung in deutschen Hotels⁴



Übernachtungspräferenzen 2025⁵



Arbeiten im Gastgewerbe⁶

Beschäftigte (sozialversicherungspflichtig + geringfügig)

Beherbergungsgewerbe gesamt: **460.859**

davon:

Hotellerie: **389.001**

Restliche Beherbergungsbetriebe: **71.858**



Baugenehmigungen für Hotel- und Gaststättengewerbe 2024⁷

637

=



-12,7 %

gegenüber 2023



Digitalisierung⁸

Bei **69 %** aller Prozesse wie etwa Personalplanung, Einkauf, Marketing und Vertrieb bis hin zur Gästekommunikation besteht **Digitalisierungs- und Automatisierungspotenzial.**

Neues Qualitätssiegel⁹

Name:	ServiceQualität Deutschland
Intention:	Neues bundesweites Qualitätsleitbild zur Förderung der Service- und Gästezufriedenheit
Start:	Mai 2026

AUSBLICK 2026¹⁰

Urlaubsplanung:

- 62 % der Befragten planen für dieses Jahr private mehrtägige Urlaubsreisen
- 36 % davon mehrmals und 26 % einmal
- 16 % sind noch unentschieden
- 19 % wollen definitiv nicht privat verreisen

Gerade die jüngere Generation bis 34 Jahre (29 %) will 2026 mehr Tage unterwegs sein als zuletzt.

Workation:

Bekanntheit gering, aber wachsendes Interesse

- **Nur 4 %** der Bevölkerung haben bislang eine Erfahrung mit Workation
- 40 % haben den Begriff noch nie gehört

Reisearten:

1. 38 % Badeurlaub und Städtereisen
2. 24 % Natur- und Abenteuerreisen
3. 21 % Kultur- und Rundreisen

Reisezielpräferenz:

1. 56 % Übriges Europa
2. 51 % Deutschland



Die wichtigsten Ausstattungserwartungen¹¹:

- Moderne und effiziente Raumkonzepte
- High-End-Schlafkomfort
- Nachhaltigkeit und Naturmaterialien
- Smart-Room-Technologie
- Funktionales und hochwertiges Design
- In-Room-Amenities (Hochgeschwindigkeits-WLAN, USB-Ladestationen)
- Individualisierte Angebote

Die beliebteste Attraktion in Deutschland¹²

Der **Kölner Dom** bleibt mit über sechs Mio. Besuchenden pro Jahr auf **Platz 1** der touristischen Attraktionen.

WIRTSCHAFT



Investmentmarkt Hotel:
Das Investorenvertrauen kehrt zurück!



Deutschland

Transaktionen¹³

Gesamttransaktionsvolumen 2025:	1,84 Mrd. EUR
Gesamttransaktionsvolumen 2024:	1,31 Mrd. EUR
Durchschnittl. Transaktionsgröße 2025:	28,70 Mio. EUR
Durchschnittl. Transaktionsgröße 2024:	26,20 Mio. EUR

Bedeutendste Transaktionen 2025:

- 450 Mio. EUR:** Erwerb des Motel One Upper West Berlin (Mixed Use) durch die Schöller Group
- 150 Mio. EUR:** Erwerb des Fünf-Sterne-Hotel Mandarin Oriental München durch Eagle Hills aus den Vereinigten Emiraten
- 150 Mio. EUR:** Center Parcs Hochsauerland wechselte ebenfalls den Besitzer und ging an Atland Voisin (Frankreich)
- 75 Mio. EUR:** Blue Coast Capital übernahm das Courtyard by Marriott Munich City Center

Konjunkturmfrage¹⁴

In den Bereichen Beherbergung und Gastronomie sehen nahezu **20 %** der Befragten ihre **wirtschaftliche Existenz gefährdet** und berichten von zunehmenden **Liquiditätsengpässen**.

Insolvenzen¹⁵

Die Zahl der Unternehmensinsolvenzen im klassischen Beherbergungsgewerbe **stieg 2025** um **40,1 %** und lag damit deutlich über dem Vorkrisenniveau.

Reiseausgaben 2025¹⁶

Die durchschnittlichen Reisekosten pro Person und Jahr beliefen sich auf **1.636 EUR**.

Europa¹⁷

Gesamttransaktionsvolumen 2025:	27,0 Mrd. EUR
(beinhaltet 1.050 Hotels, 133.400 Zimmer)	
Gesamttransaktionsvolumen 2024:	24,3 Mrd. EUR

Aktivste Investmentmärkte:

1. England: **5,69 Mrd. EUR**
2. Spanien und Frankreich: jeweils **3,46 Mrd. EUR**

Neueröffnungen in Europa: 255 Hotels mit 30.603 Zimmern

Weltweit

Tourismus-Ranking¹⁸

Länder-Ranking mit den meisten internationalen Tourist:innen

- | | | |
|---------------|------------|-----------------|
| 1. Frankreich | 4. Italien | 7. Mexiko |
| 2. Spanien | 5. Türkei | ... |
| 3. USA | 6. China | 13. Deutschland |

Retreat & Wellness¹⁹

Retreat-Reisen sind eine der wachstumsstärksten Segmente.

Erwarteter Umsatz 2026:	1,06 Bill. US-Dollar
Erwarteter Umsatz 2030:	1,50 Bill. US-Dollar

^{1,7} Statista, Deutschland 2024

^{2,5} Destatis

³ Schollen Hotelberatung

^{4,15} Hotelverband Deutschland (IHA), Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2026“

⁶ Deutsches Hotel- und Gaststättengewerbe (Dehoga), Stichtag 30. Juni 2025

⁸ Studie des Fraunhofer IAO im Auftrag der Denkfabrik Zukunft der Gastwelt, Februar 2026

⁹ Deutscher Tourismusverband, Arbeitsgruppe Qualität

¹⁰ Studie YouGov im Auftrag des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), 2.123 Befragte ab 18 Jahren in Deutschland, Dezember 2025

¹¹ hogasearch

¹² Expatrio

¹³ LL

¹⁴ ifo Institut, April 2026

¹⁶ BTA, Deutsche Tourismusanalyse

¹⁷ Cushman & Wakefield

¹⁸ datainrace

¹⁹ Marktforschungsplattform Research & Markets



Weitere Informationen auf LinkedIn



nordlux[®]
www.nordlux.com

SIDARA 45 | POLLERLEUCHTE | SEASIDE



© Francisco Nogueira / Hotel Hobo Oslo / Studio Aisslinger

Mit der Fertigstellung des Hobo Hotels in Oslo verbindet Studio Aisslinger die historische Bausubstanz mit modernen Akzenten. Die sich unter einem Glasdach befindende „Hobo Bar“ ist durchzogen mit detaillierter Handwerkskunst.

NEUES ERLEBEN ALTER MAUERN

Behutsame Umwandlung und Modernisierung historischer Gebäude in Hotels

Altes Gemäuer trägt Erinnerungen in sich. In verwitterten Balken, ausgetretenen Steinstufen und verblichenen Fresken steckt die Geschichte vergangener Jahrhunderte, die sich nicht kopieren lässt. Gerade deshalb erleben historische Hotels derzeit eine neue Wertschätzung. Statt bestehende Gebäude abzureißen, werden sie behutsam transformiert. So entstehen Orte, die nicht allein vom Luxus leben, sondern von Atmosphäre, Identität und dem Gefühl, Teil einer längeren Geschichte zu sein.

Wie facettenreich diese Neuinterpretation historischer Bauten ausfällt, zeigen Projekte in ganz Europa. Das Hobo Hotel in Oslo setzt auf kreative Umnutzung und eine offene Gestaltung, die Begegnungen fördert. Bestehende Elemente wie Holzbalken, Ziegelmauern und Fensterrahmen fanden bewusst Eingang in das Konzept. Der Gedanke des sogenannten „City Mining“ macht die Vergangenheit dabei zum wertvollen Rohstoff für die Zukunft. Das Anwesen Château La Banquière aus dem 18. Jahrhundert nahe Montpellier erfuhr eine Umwandlung in ein edles Gasthaus. Umgeben von Weinbergen



© Marianne Tegen Interiors / Château La Banquière

Das Schloss Château La Banquière aus dem 18. Jahrhundert beherbergt nun Gäste.

und jahrhundertealten Eichen entstand eine Gestaltung, die eng mit der Landschaft verbunden ist. Naturmaterialien, antike Stoffe und traditionelle Handwerkskunst prägen die Räume,

während Licht, Stein und Holz eine stille, fast meditative Atmosphäre erzeugen. Das historische Erbe des Hauses ist weiterhin spürbar und entfaltet zugleich eine leichte, zeitgenössische



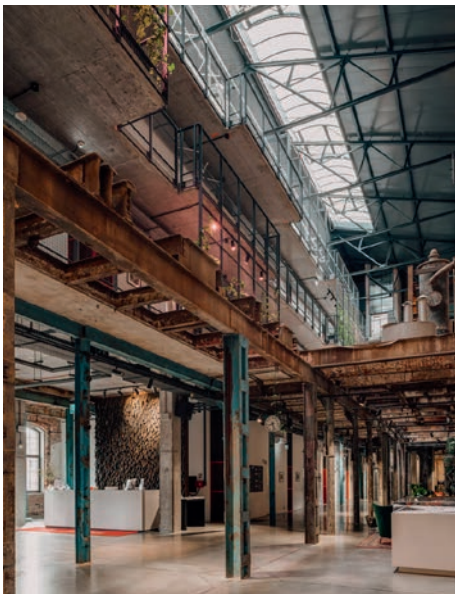
© Castel Badia

Um das Jahr 1000 errichtet, später in ein Benediktinerinnenkloster und nun in das mit viel Sensibilität gestaltete Hotel Castel Badia umgewandelt.



© Grand Hotel Straubinger

Das Grand Hotel Straubinger verkörpert die sorgfältige Restaurierung denkmalgeschützter Gebäude.



© Oni Studio / Znin Hotel

Die Zuckerfabrik Żnin aus dem 19. Jahrhundert wurde zum Żnin Hotel transformiert.



© Jake Curtis / Gerold Schneider

Im Inneren von Haus W bildet die helle Fichte einen effektvollen Kontrast zu den bestehenden, gealterten Holzwänden. Die Möbel sind maßgefertigt und von ortsansässigen Schreincrn und Polsterern hergestellt.

Wirkung. Einen anderen Zugang verfolgt das Castel Badia in Südtirol. Das Gebäude wurde ursprünglich um das Jahr 1000 errichtet und später als Benediktinerinnenkloster genutzt. Das heutige Hotel verbindet seine klösterliche Vergangenheit mit zurückhaltendem alpinen Luxus. Fresken, mittelalterliche Fenster und Innenhöfe bilden den historischen Rahmen, während warme Naturtöne, Holzoberflächen und weiche Stoffe modernisieren. Wie eng Tra-

dition und Handwerk synergieren, zeigt Haus W in Lech. Das Walserhaus aus dem Jahr 1609 erhielt mithilfe unbehandelten Fichtenholzes eine behutsame Rekonstruktion, bei der die lokalen Handwerker traditionelle Techniken weiterführten. Jahrhundertealte Holzbalken treffen dort auf neue Holzelemente, niedrige Decken erinnern an die ursprüngliche Bauweise. Das Ergebnis wirkt weder nostalgisch noch inszeniert, vielmehr authentisch und ruhig. Eine

besonders eindrucksvolle Transformation gelang schließlich mit der Zuckerfabrik Żnin in Polen. Die einstige Industrieanlage aus dem 19. Jahrhundert stand nach ihrer Stilllegung vor dem Abriss. Dies wurde verhindert und die Anlage in ein Hotelensemble überführt. Sogar kleinste Spuren der einstigen Fabrik wie Schrauben und Metallreste sind bis heute erhalten und prägen den Charakter des Ortes.



EINFACH BRILLIEREN



Innside, Kreta

Mit Innside by Meliá Elounda entwickelte Monoplan ein Resort im Norden Kretas, das urbane Hospitality-Architektur mit mediterraner Landschaft verbindet. Die Neuordnung der Baukörper sowie die abgestimmte Material-, Farb- und Lichtgestaltung schaffen eine klare räumliche Kontinuität. Natürliche Materialien, reduzierte Farbwelten und fließende Übergänge zwischen Innen und Außen prägen ein ganzheitliches Hospitality-Erlebnis.

ZEITLOS GESTALTETE GASTLICHKEIT

Monoplan entwickelt Räume mit architektonischer und atmosphärischer Präzision

Fotos: monoplan



AMERON, Zürich

Das denkmalgeprägte Haus aus den 1920er-Jahren wurde umfassend renoviert und als erstes Ameron Boutiquehotel neu interpretiert. Es verbindet urbanen Lifestyle mit mediterraner Leichtigkeit am Zürichsee. Monoplan entwickelte das Interior-Konzept für 61 Zimmer, Suiten sowie die öffentlichen Bereiche in einer zeitgenössisch interpretierten Art-déco-Ästhetik. Warme Materialien, elegante Details und eine fein abgestimmte Farbwelt prägen die Räume. Großzügige Blickbeziehungen zum See sowie das Zusammenspiel von Architektur und Interior erzeugen eine Atmosphäre mit mediterranem Flair.



The Europe Hotel & Resort, Killarney

Monoplan konzipierte das Interior der Signature- und Presidential Suite im The Europe Hotel & Resort und übersetzte die Landschaft Kerrys in eine ruhige, elegante Raumwelt. Weiche Texturen, zurückhaltende Materialien und lichtdurchflutete Räume schaffen ein sensorisches Erlebnis zwischen Komfort und Eleganz. Großzügige Fenster rahmen See, Golfplatz und Landschaft und machen die Natur zum integralen Bestandteil des Interiors.



KURZPROFIL

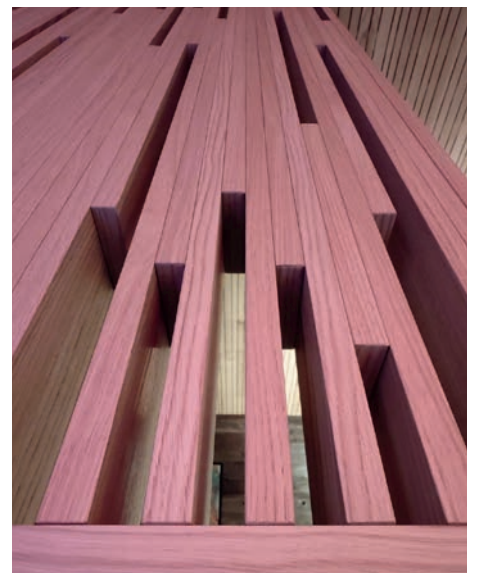
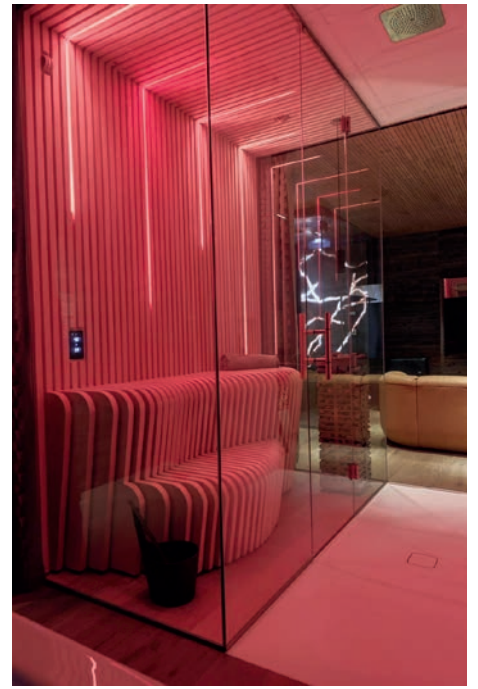
Monoplan ist ein international tätiges Architektur- und Designbüro mit Sitz in der Schweiz sowie Standorten in Deutschland und Griechenland. Rund 60 Mitarbeitende vereinen Architektur, Interior Design und Branding zu ganzheitlichen Lösungen und entwickeln insbesondere Hospitality-Projekte aus einer Hand. Ausgangspunkt jedes Projekts sind die individuellen Anforderungen der Aufgabe, die Bedürfnisse der Auftraggeber sowie der jeweilige räumliche und kulturelle Kontext. Gegründet 2008 von Daniel Schneider und Philip Wohlfarth und seit 2016 ergänzt durch Moritz Rinne als dritten Partner, steht Monoplan für vielfältige Architektur, konzeptionelle Tiefe und gestalterische Qualität – von der Projektentwicklung über alle Planungsphasen bis zur Umsetzung.

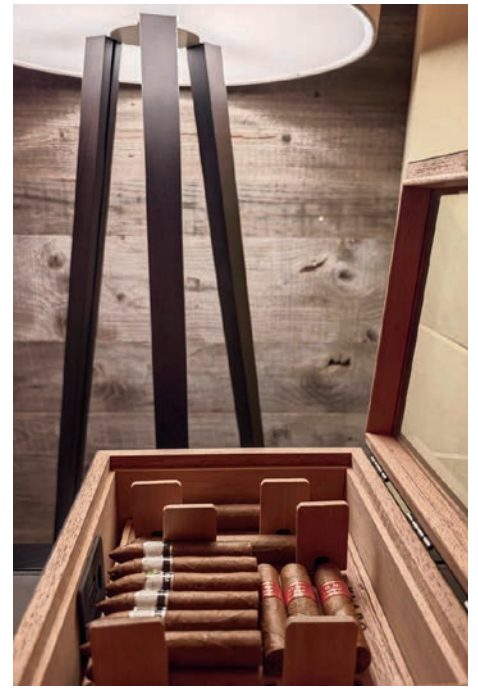
www.monoplan.com



Interlpen-Hotel, Tirol

Bereits seit 2009 begleitet Monoplan die gestalterische Weiterentwicklung des Interlpen-Hotel Tyrol. Für die jüngste Neugestaltung von 108 Zimmern und Suiten entwickelte Monoplan ein Konzept, das den Tiroler Charakter respektiert und zeitgemäß weiterführt. Großzügige Panoramafenster holen Berge und Wälder unmittelbar ins Innere und schaffen eine enge Verbindung zur alpinen Landschaft. Helles Holz, Naturstein und weiche Stoffe erzeugen warme, einladende Räume. So entsteht ein Hospitality-Erlebnis, das alpine Tradition und moderne Eleganz verbindet.





PROBEWOHNEN IM SHOWROOM

Fotos: Kelly Kelch

Ein Praxistest der CUBE-Redaktion zeigt, wie Hersteller die Hotellerie auf unkonventionelle Weise nutzen

Beginnen wir mit einer Frage: Was verbindet Michael Struck, Gründer der Hotelgruppe Ruby, und den Münchner Architekt Michael Vogler? Beide entwickelten unabhängig voneinander eine Idee, die das klassische Verständnis von Hospitality erweitert. Während Struck sein Konzept in Atlanta verwirklichte, ist Voglers Interpretation im Münchner Schlachthofviertel zu erleben. Worum es dabei geht, erfahre ich im zweiten Obergeschoss des 1911 erbauten ehemaligen Fruchthofs. Dort verbirgt sich eine Übernachtungsmöglichkeit, die weit mehr sein will als ein Hotelzimmer. Die Fläche fungiert als begehbare Ausstellung für Innenarchitektur und Design. Hier sollen Produkte wahrhaft erlebt werden. Dafür kann man sich für eine Nacht einmieten und testen, ob die gezeigten Lösungen etwa zu einem geplanten Hotelprojekt passen. Gesagt – getan!

Bereits bei meiner Ankunft erwartet mich Initiator Michael Vogler, der auch für die außergewöhnliche Planung verantwortlich zeichnet. Seine Begeisterung während der Einführung ist ansteckend. Nach Hinweisen zu digitalem Zugangssystem, Whirlpool, Sauna, Kamin und

Entertainment fällt die Tür hinter ihm ins Schloss. Kurz darauf strömt Wasser in den Jacuzzi, die Sauna beginnt sich aufzuheizen und ich habe Gelegenheit, das Raumkonzept erstmals auf mich wirken zu lassen. Gefühlvoll dringt die Stimme von Maria Callas aus den Lautsprechern der Sauna. Zu den Klängen entsteht jene seltene Atmosphäre, in der Raum, Musik und Erwartung miteinander verschmelzen. Es dauert nur wenige Minuten, um die planerische Raffinesse zu erkennen. Raumaufteilung, Materialwahl, Beleuchtung und Nutzungsangebote greifen ineinander, nichts wirkt zufällig platziert. Ein großzügig ausgestatteter Barschrank gehört ebenso dazu wie ein Humidor mit einer exklusiven Auswahl an Zigarren. Eine zentral platzierte Sauna eröffnet Sichtbezüge zu nahezu allen Bereichen der Fläche. Hinzu kommt links die Zigarrenlounge mit ihrer hinterleuchteten Steinwand, deren Motive sich fortlaufend verändern. Gegenüber liegt der Wohnbereich mit einem täuschend realistisch wirkenden Kamin und einem großformatigen Spiegel, der sich als Fernseher entpuppt. Selbst die Wandgestaltung verdient Aufmerksamkeit. Ein von Hand ausgeführtes Kunstwerk mit graffi-

tierten Strukturen setzt einen bewusst urbanen Gegenpol zur wohnlichen Ausstattung. Besonders fasziniert mich das Lichtkonzept. Dezent im rechten Winkel angeordnete Leuchtstreifen befinden sich eigentlich nur im Dusch- und Saunabereich. Durch die zahlreichen Glasflächen vervielfachen sich ihre Linien jedoch optisch und ziehen sich scheinbar durch den gesamten Raum. Hinzu kommen die Spiegelungen der bewegten Motive aus der hinterleuchteten Steinwand. Daraus entsteht eine bemerkenswerte Tiefenwirkung mit beinahe surrealer Wirkung. Der eigentliche Gedanke hinter diesem Konzept wird spätestens dann sichtbar, wenn der Blick auf die dezent platzierten Etiketten fällt, die die Fläche als erlebbare Markenwelt kennzeichnen. Ob das Modell funktionieren kann? Absolut! Wer hier übernachtet, erhält nicht nur einen Eindruck von Design und Funktionalität, sondern erlebt zugleich ein bemerkenswertes Maß an Erholung. Wellness, Gesundheit und Architektur verschmelzen zu einem Gesamterlebnis, das lange nachwirkt. Vielleicht ist genau das die Zukunft einer Branche, die zunehmend auf Emotionen, Authentizität und Erlebnisqualität setzt.

SCHWIMMENDE ARCHITEKTUR

Maritime Gastwelten entzaubern den Massentourismus und entdecken die Reisebedürfnisse neu

Auf den Weltmeeren entsteht derzeit eine neue Form des Reisens, die sich spürbar vom klassischen Bild der Kreuzfahrt löst. Zwischen endlosen Horizonten und sich verändernden Küstenlinien offenbart sich eine maritime Gastwelt, in der das Schiff nicht länger ausschließlich als Transportmittel verstanden wird, sondern als hochwertig gestalteter Lebensraum. Weltweit unternehmen jährlich rund 35 Millionen Menschen eine Kreuzfahrt, vor allem aus den USA, gefolgt von Deutschland sowie dem Vereinigten Königreich und Irland. Doch innerhalb dieser beeindruckenden Zahlen verschieben sich die Bedürfnisse. Neben den bekannten Ozeanriesen wächst ein Segment, das auf Stille, Individualität und architektonische Qualität setzt. Ein prägnantes Beispiel für diesen Trend ist die geplante Explora III, die von der spanischen Architektin Patricia Urquiola gestaltet wird. Sie selbst beschreibt den Entwurf als „ein Nest, das über das Meer fährt“. Aus dieser poetischen Idee entstand ein großzügiger Wohnraum mit 180-Grad-Panoramablick, der die Grenze zwischen Innenraum und Horizont auflöst. Die besondere Herausforderung liegt in der permanenten Bewegung des Schiffes, die eine neue Form der räumlichen Organisation erfordert. Übergänge werden fließend gestaltet, Zonen nicht strikt getrennt. Materialien sind so gewählt, dass sie haptisch wirken, Wärme erzeugen und zugleich auf die Anforderungen des maritimen Umfelds abgestimmt sind. Sonderanfertigungen und skulpturale Lichtobjekte, die Motive von Segel und Bewegung aufgreifen, unterstreichen den gestalterischen Anspruch. So entsteht eine Suite als architektonischer Mikrokosmos zwischen Komfort und Seereise.

Einen anderen Ansatz verfolgt das japanische Schiff guntū im Seto-Binnenmeer. Der Name guntū verweist auf ein dort heimisches Kriebstier, das die enge Verbindung zwischen Schiff, Naturraum und Region symbolisiert. Ausgangspunkt ist die Region Hiroshima, in der das Schiff als schwimmender Ryokan gestaltet wurde. Mit lediglich 17 Suiten setzt es auf radikale Reduktion und eine intime Atmosphäre. Statt Unterhaltung und Animation prägen Stille, Wahrnehmung und Landschaftserfahrung das Konzept. Die Fahrt erfolgt in langsamer Bewegung durch geschützte Gewässer und lenkt den Blick magisch auf das Meer und die Inselwelt. Gestaltet wurde guntū von dem Architekten Yasushi Horibe, dessen Arbeit für

eine präzise, kontextbezogene Architektursprache bekannt ist. Sein Entwurf folgt einer klaren Logik, in der das Schiff nicht als Objekt im Vordergrund steht, sondern als Rahmen für die Umgebung. Innen und außen gehen visuell und atmosphärisch ineinander über. Materialien, Proportionen und Blickachsen sind darauf ausgelegt, das Erleben von Wasser, Himmel und Inseln zu intensivieren und

die Wahrnehmung zu schärfen. In der Gesamtschau zeigt sich eine neue maritime Gastwelt, die sich zwischen exklusivem Luxussegment und kulturell verankerter Reiseform bewegt. Kreuzfahrten entwickeln sich zunehmend zu architektonisch gestalteten Erfahrungsräumen, in denen Design, Raum und Landschaft zu einem zusammenhängenden Erlebnis verschmelzen.



© Explora Journeys / gestaltet von Architektin Patricia Urquiola



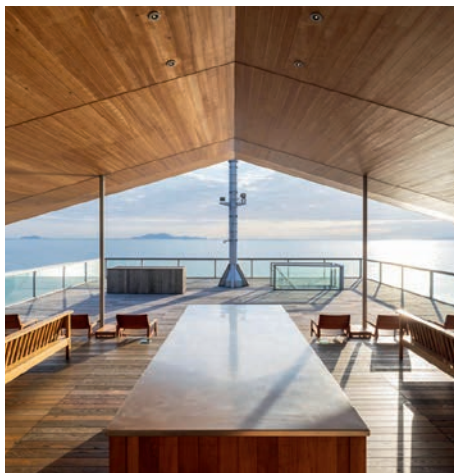
© Salt & Water Design Studio / Andockbare Katamaran-Suiten



© InterContinental Hotels Group / Shanghai Wonderland



© Waterstudio.NL / 5-Sterne-Hotel Krystall Hotel in Tromsø



© Guntū / gestaltet von Architekt Yasushi Horibe



© Johan Knauppi, Arctic Bath / Hotel und Spa auf dem Lule-Fluss

© privat

**Prof. Dr. Adrian von Dörnberg**

Er studierte Rechtswissenschaften sowie Betriebs- und Volkswirtschaft an der Universität Marburg und lehrt aktuell an der IST-Hochschule für Management in Düsseldorf. Von Dörnberg war Vorstandsmitglied der Deutschen Lufthansa AG sowie Vorstandsvorsitzender

der Arkona-Touristik und Deutschen Seereederei-Touristik (AIDA Cruises). Zudem ist er Vizepräsident des Travel Industry Club, Gründer und Geschäftsführer der „The Travel Consulting Group GmbH“, Sachverständiger für Reisebranchenthemen im Bundestag und Landtag Rheinland-Pfalz sowie Senior Advisor der „Arthur D. Little Global Tourism & Hospitality“.

„SLOW TRAVEL IST EIN TREND“

Die Kreuzfahrtsbranche sucht Antworten auf Nachhaltigkeit und veränderte Reisewünsche

CUBE: Die Kreuzfahrtbranche scheint sich gerade gleichzeitig in viele Richtungen zu bewegen – Nachhaltigkeit, Digitalisierung, neue Zielgruppen. Was ist aus Ihrer Sicht gegenwärtig der wichtigste strukturelle Wandel?

Prof. Dr. Adrian von Dörnberg: Die Kreuzfahrtbranche ist seit mehr als 30 Jahren in einem strukturellen Wandel. Kreuzfahrten waren exklusiv und für jene Klientel vorgesehen, die Luxus als Selbstverständlichkeit voraussetzte. Mitte der 1990er-Jahre wurde unter anderem mit Aida das Kreuzfahrtgeschäft für breite Zielgruppen erschlossen. Eine ungezwungene Atmosphäre und Buffetrestaurants ohne feste Essenszeiten „sozialisierten“ das Genre und führten zu einem bis heute nicht nachlassenden Boom. Schiffsreisen sind heute das am stärksten wachsende Segment in der Touristik.

Nachhaltigkeit wird zunehmend zum Buchungsfaktor und nicht mehr nur zum Imagethema. Wie ernst meint es die Branche tatsächlich mit der grünen Transformation und was tut sie konkret?

Die Seetouristik hat auf die Kritik an den Emissionen reagiert. Neue Schiffe werden heute mit Liquid Natural Gas (LNG) betrieben statt mit Schweröl. In Häfen setzt man auf Landstrom, Müllvermeidung und Recycling. Der Druck auf Nachhaltigkeit kommt tatsächlich nicht vom Kunden, sondern von Umweltverbänden und staatlich regulativen Vorgaben. Die Kreuzfahrt

ist dabei im Fokus der öffentlichen Wahrnehmung und die Fracht- und Containerschiffe weitgehend außen vor. Die grüne Transformation sollte die gesamte Seefahrt einbeziehen.

Der Vorwurf des „Overtourism“ trifft besonders Kreuzfahrtdestinationen. Muss die Branche akzeptieren, künftig weniger Wachstum um jeden Preis zu verfolgen?

„Overtourism“ ist tatsächlich ein Phänomen, das einige Destinationen betrifft. Beispiele sind Venedig sowie Inseln im Mittelmeer und in der Karibik. Die Reedereien reagieren in der Karibik etwa mit eigenen Inseln, mit der Entzerrung der Anlaufzeiten und letztlich auch mit der Größe der Schiffe. Ein Schiff mit mehr als 6.000 Passagieren ist für sich schon eine Destination, sodass Landgänge für eine Kreuzfahrt nicht mehr die alleinige Option sind. Neue Ziele und Destinationen gewinnen an Attraktivität.

Immer mehr Anbieter setzen auf kleinere Schiffe und alternative Routen. Bedeutet das das Ende der klassischen Megaliner?

Die Strategie, mit größeren Schiffen Skaleneffekte zu erzielen, führt in der Tat dazu, dass kleinere Schiffe mit bis zu 1.000 Passagieren erfolgreich Lücken schließen, auf Exklusivität und Luxus setzen und damit neue Zielgruppen erschließen. Kleinere Schiffe können zudem Häfen anlaufen, die für Megaliner mit bis zu 7.000 Reisenden keine Infrastruktur bieten. Inzwischen gibt es Anbieter wie „Aman at Sea“ oder die „Ritz-Carlton Yacht Collection“, die das Erlebnis Seereise auf ein absolutes Luxusniveau heben.

Mit dem Schiff zu verreisen, wird zunehmend als kuratiertes Gesamterlebnis vermarktet. Ist die Reise selbst wichtiger als das eigentliche Ziel?

Authentizität, Individualität und Erlebnisqualität gewinnen auch in der Kreuzfahrt an Bedeutung. „Slow Travel“ also Reisen mit längerem Aufenthalt in der Destination, mehr Ruhe, Flexibilität und weniger hektischem Sightseeing, sind ein Trend, dem einzelne Reedereien bereits entsprechen.

Kreuzfahrten sprechen heute zunehmend junge Menschen und Mehrgenerationenfamilien an. Was macht die Branche plötzlich attraktiv für jüngere Zielgruppen und verändern sie den Stil der Schiffe?

Stimmt, das ist ein auffälliges Phänomen. Diese Zielgruppen werden inzwischen gezielt angesprochen, auch Soloreisende sind nunmehr Zielgruppen, denen Einzelkabinen und Lounges zum Austausch untereinander angeboten werden. Das verändert natürlich die Angebote an Bord hin zu flexibleren Reiseformaten und Unterhaltung für unterschiedliche Altersgruppen. Nicht zu vergessen: Aufgrund der demografischen Entwicklung offenbart sich mit dem barrierefreien Reisen ein weiterer bedeutender Trend.

Wenn wir auf die maritime Gastwelt im Jahr 2030 blicken: Wird sie exklusiver, bewusster oder einfach technologischer sein?

Personalisierte Erlebnisse und Entschleunigung werden sicher durch technologische Entwicklungen, Digitalisierung und KI künftig eine größere Rolle spielen. Das wird sich in der Gastronomie an Bord oder im Entertainment zeigen. Nicht zuletzt ergibt sich dadurch für den Vertrieb von Kreuzfahrten ein hochattraktives Betätigungsfeld.

Herr Prof. Dr. von Dörnberg, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Das Interview führte Kelly Kelch, freie Redakteurin für Architektur und Interior Design.



FREIHEIT VEREINT MIT KOMFORT

Fotos: VIVA Cruises

Boutique-Kreuzfahrtschiff verbindet Hotelcharakter, Design und kuratierte Reiseerlebnisse

Mit einem besonderen Konzept möchte sich ein Boutique-Kreuzfahrtschiff bewusst von klassischen Flusskreuzfahrten absetzen. Ausgangspunkt war die Idee, ein Reiseerlebnis zu entwickeln, das die Exklusivität eines modernen, hochwertigen Schiffes mit der Freiheit verbindet, täglich in einer neuen Stadt aufzuwachen – und zugleich die Atmosphäre eines schwimmenden Boutique-Hotels bewahrt. Das Schiff mit 56 Kabinen versteht sich als kompakter, stark auf Individualität ausgerichteter Ort. Rund die Hälfte der Unterkünfte sind Suiten, die bis zu 30 m² groß sind. Großzügige Grundrisse, fein abgestimmte Materialien und eine reduzierte Gestaltung prägen das Interieur. Neben Kabinen umfasst das Schiff drei Restaurants, darunter ein Fine-Dining-Konzept am Heck.

Der gestalterische Ansatz folgt der Idee eines maßgeschneiderten Innenraums, bei dem jeder Bereich als eigenständige Szene gelesen werden kann. Inspirationen stammen von Pariser Boutique-Hotels, impressionistischer Malerei und der Atmosphäre entlang der Seine. Statt offensiver Gestaltungselemente setzen sich subtile



Bezüge durch, die sich erst im Detail erschließen. Kunst ist dabei integraler Bestandteil der Raumkonzeption, etwa in Form ausgewählter Motive in den Suiten. Besonderes Augenmerk

lag auf der Materialität: Samt, Naturstein und textile Oberflächen bestimmen die Kabinen und öffentlichen Bereiche. In Restaurants und Lounges kommt unter anderem Marmor wie Calacatta



Viola zum Einsatz, dessen natürliche Farbigkeit einen zurückhaltenden Akzent im Gesamtraum setzt. Gleichzeitig mussten die gestalterischen Entscheidungen den technischen Anforderungen der Schifffahrt entsprechen – von strengen Brandschutzauflagen bis zu Gewichtsbeschränkungen und hoher Belastbarkeit im laufenden Betrieb. Für das Design zeichnet der interne Design-Director gemeinsam mit einem Team aus der Reederei und dem Mutterunternehmen Scylla verantwortlich. Die Planungsphase erstreckte sich über mehr als ein Jahr, die Umsetzung über rund sechs bis sieben Monate. Die Kabinen sind umfassend ausgestattet, von Mini-Bar und Nespresso-Maschine bis zu individuell kuratierten Ausflügen. In den höherwertigen Kategorien erweitern Services wie bevorzugtes Boarding, Frühstück in der Kabine oder zusätz-



liche Annehmlichkeiten das Angebot. Eingesetzt wird das Schiff auf der Seine mit Themenreisen zwischen Paris, Rouen und Le Havre, die sich auf Kultur, Kulinarik und die Spuren des Impressionismus konzentrieren. Ergänzend werden kürzere Städtereisen angeboten. Zielgruppe sind Gäste, die Design, Kulinarik und zurückhaltende Exklusivität suchen – weniger als klassische Kreuzfahrt, sondern als kuratiertes Reiseerlebnis im Boutique-Format auf dem Wasser.

www.viva-cruises.com



SHAPE THE FUTURE WITH MYRTHA.

www.myrthapools.com





Layan Life by Anantara, Phuket (Thailand)



Bergkristall Resort, Oberstaufen (Allgäu)

URLAUB FÜR DIE SEELE

Retreat-Hotels schenken mehr als Erholung – sie verändern das Lebensgefühl

Retreat-Hotels treffen den Nerv der Zeit. In einer Welt voller Push-Nachrichten und Dauerstress sehnen sich viele nach Orten, an denen sie wirklich abschalten können – nicht nur körperlich, sondern auch mental. Dazu gibt es Programme und Kurse mit Themen wie Longevity, Mental Health, Selfcare oder Slow Living. Verbunden mit außergewöhnlicher Architektur und Interior Design schaffen sie Räume, die Ruhe und Geborgenheit ausstrahlen: Natürliche Materialien, harmonische Lichtkonzepte, fließende Übergänge zwischen Innen und Außen sowie bewusst reduzierte Gestaltung helfen dabei, den Kopf frei zu bekommen und wieder bei sich selbst anzukommen. Im Layan Life by Anantara auf Phuket wird diese Philosophie bereits bei der Ankunft spürbar. Die weit auskragenden Dächer, offenen Holzstrukturen und luftigen Pavillons greifen die tropische Umgebung auf und schaffen eine Architektur, die nahezu mit der Landschaft verschmilzt. Großzügige Glasflächen öffnen den Blick ins Grüne und lassen Licht und Natur zum festen Bestandteil des Aufenthalts werden. Wie moderne Architektur regionale Identität neu interpretiert, zeigt das Bergkristall Resort im



Moselschlösschen Spa & Resort, Traben-Trarbach (Rheinland-Pfalz)

Allgäu. Die neuen Seesuiten verbinden zeitgenössische Gestaltung mit alpiner Materialität. Holz, Stein und große Fensterflächen holen die Allgäuer Bergwelt ins Innere, während private Stege und der Infinity-Pool die Nähe zur Natur

zusätzlich verstärken. Im Moselschlösschen Spa & Resort in Traben-Trarbach wurde die Architektur selbst zum erzählerischen Element. Der neue Retreatbereich des Architekturbüros Alpstein orientiert sich mit geschwungenen Linien und



Como Shambhala Estate, Bali (Indonesien)



Schloss Elmau, Krün (Bayern)



Reschio, Lisciano Niccone (Italien)



Miraval The Red Sea Retreat, Umluj (Saudi-Arabien)

sanften Formen am Verlauf der Mosel. Natürliche Farbtöne und organische Raumstrukturen schaffen eine Atmosphäre, die Ruhe nicht nur verspricht, sondern räumlich erlebbar macht. Eingebettet in die üppige Vegetation Balis liegt das Como Shambhala Estate, ein Beispiel für die Verbindung von traditioneller Baukunst und zeitgenössischem Design. Architekt Cheong Yew Kuan ließ sich von der balinesischen Architektur inspirieren und entwickelte eine Anlage, die sich mit offenen Strukturen und natürlichen Mate-

rialien harmonisch in die tropische Landschaft einfügt. Zu den wohl außergewöhnlichsten Rückzugsorten Deutschlands zählt Schloss Elmau. Das moderne Gebäude der Münchner Architekten Hilmer & Sattler und Albrecht ergänzt das historische Ensemble mit einer klaren, zeitlosen Architektursprache. Große Fensterflächen, reduzierte Formen und großzügige Suiten lenken den Blick konsequent auf die alpine Landschaft des Wettersteingebirges und schaffen eine Atmosphäre konzentrierter Ruhe. Einen spannen-

den Dialog zwischen Geschichte und Gegenwart inszeniert das Reschio Retreat in Umbrien. Das historische Castell wurde behutsam restauriert und verbindet alte Gewölbe, Natursteinmauern und traditionelle Holzkonstruktionen mit modernem italienischem Interior Design. Visionär präsentiert sich das Miraval The Red Sea Retreat auf der saudischen Shura-Insel. Entworfen von Foster + Partners, orientiert sich die Architektur an den organischen Formen der umliegenden Korallenriffe und Dünenlandschaften.



Kollektion Midcentury



Kollektion Glashütte Limburg

BEGA

VIER KOLLEKTIONEN, EIN ZIEL

Fotos: BEGA

Passende Leuchten für jeden Einrichtungsstil

Licht prägt Räume, schafft Atmosphäre und unterstreicht die Identität von Architektur. Von klassischer Eleganz bis hin zu reduzierter Moderne eröffnen die abgestimmten Kollektionen von Bega vielseitige Möglichkeiten für designorientiertes Interieur. Dabei folgt jede der vier Linien einer eigenen gestalterischen Handschrift:

Kollektion Glashütte Limburg

Glas wird hier zum zentralen Gestaltungselement und verleiht den Leuchten eine ruhige, vornehme Ausstrahlung. Präzise Details, handwerkliche Qualität und Materialehrlichkeit schaffen Lichtobjekte mit bleibender Eleganz.

Kollektion Midcentury

Die Kollektion Midcentury interpretiert die Formensprache der Mitte des 20. Jahrhunderts neu. Chrom, Edelstahl sowie transparentes und opales Glas prägen die klaren geometrischen Entwürfe. Besonders Interieurs im Stil von Midcentury Modern oder Bauhaus profitieren von dieser Ästhetik.

Kollektion Studio Line

Mit ausdrucksstarker Formensprache und at-



Kollektion Studio Line

mosphärischem Licht werden markante Akzente gesetzt. Metallische Innenfarbtöne entfalten im beleuchteten Zustand eine besondere Tiefe und stehen im spannenden Kontrast zur äußeren Lackierung. So entstehen stilvolle Leuchten mit repräsentativer Wirkung.



Kollektion Calm Line

Kollektion Calm Line

Für mehr Ruhe in modernen Interieurs. Erdige Nuancen wie Sand und Taupe unterstreichen eine zurückhaltende Raumgestaltung und verleihen klaren Formen eine warme, harmonische Wirkung.

www.bega.com





EINFACH BRILLIEREN

Fotos: Feuerring

Der Feuerring: Ikonische, skulpturale Reduktion für eine gesunde Grillkultur

„Einfach brillieren“ lautet das neueste Motto von Feuerring-Erfinder Andreas Reichlin; denn der Feuerring ermöglicht mit seiner indirekten Grilltechnik auf dem Außenring eine schonende Zubereitung und schafft dazu ein Gemeinschaftserlebnis – sowohl im privaten Umfeld als auch in der gehobenen Gastronomie.

Der gelernte Bildhauer entwickelte die Skulptur unter anderem, um der Grillkultur eine neue, attraktivere Alternative zu bieten. Der Feuerring bietet die Chance, Kochen als gemeinschaftliches Erlebnis zu zelebrieren: mit einer breiten Vielfalt gesund gegarter Gerichte, deren Zutaten auf dem Ring eine völlig neue Konsistenz und Geschmacksfülle entfalten. Von Fleisch über Fisch zu verschiedensten Gemüsearten bis zum Spiegelei, das auf dem Feuerring zum regelrechten „Eicatcher“ wird, ist alles dabei – und das praktisch ohne Zubehör. Selbst Spinat wird hier zur kulinarischen Sensation. Für den Einsatz in der gehobenen Gastronomie eignet sich insbesondere der Luna Grande; doch werden hier auch die Gastro Luna und Tulip in verschiedenen Ausführungen verwendet. Unabhängig von



der Größe bleiben die Proportionen der Modelle immer gleich: Bei jeder Skalierung beträgt die Ringbreite jeweils $\frac{1}{4}$ des Durchmessers. So bleiben auch die Temperaturen am Innenrand mit 300°C jeweils konstant, während sie an den Außenrändern je nach Ringbreite variieren können: Je breiter der Ring, desto mehr unterschiedliche Temperaturzonen entstehen – etwa, um jeweils

am Innenrand das Fleisch zu garen, mittig den Fisch und am Außenrand das Gemüse. Einfachheit und Ästhetik bestimmen nicht nur die Skulptur, sondern auch das Kochen an sich – und nicht zuletzt zählt beim Feuerring auch immer der verbindende Aspekt der gemeinschaftlichen Zubereitung.

www.feuerring.ch



BEIM SCHWIMMEN SCHWEBEN

Fotos: Myrtha Pools

Außergewöhnlicher Hotelpool verbindet Wellness und Landschaft

Hoch über dem Val die Sole, eingebettet in die Kulisse der italienischen Alpen, liegt das Chalet al Foss Alp Resort. Das Haus inszeniert sich als luxuriöse Auszeit in den Bergen und setzt auf eine Gestaltung, die nicht nur Komfort bietet, sondern den Dialog zwischen gebautes Raum und Landschaft spürbar macht. Im Mittelpunkt steht ein außergewöhnlicher Pool, der die Terrasse in eine Bühne über dem Tal verwandelt. Myrtha Pools entwickelte dafür ein Becken, das weit über eine klassische Erweiterung hinausgeht: Mit transparenten Wänden aus Methacrylat, der charakteristischen Leichtigkeit der Konstruktion und einer präzise ausgeführten Infinity-Kante greifen Licht, Wasser und Panorama fast nahtlos ineinander. Zwei großformatige Sichtfenster im Boden verstärken den Eindruck des Schwebens und machen den Pool zu einem architektonischen Erlebnis zwischen Wellness und Landschaft.

Auch in den Details zeigt sich der hohe Anspruch des Projekts. Eine hochwertige Oberfläche, ein komfortabler Zugang zum Wasser und ein fein abgestimmtes Beleuchtungskonzept verleihen



dem Pool sowohl tagsüber als auch abends eine besondere Atmosphäre. Die Einfassung aus schwarzem Stein setzt einen markanten Kontrast zu den transparenten Flächen und verbindet ästhetische Wirkung mit funktionalem Nutzen, indem sie an sonnigen Tagen die Erwärmung des Wassers unterstützt. Das Projekt im Chalet

al Foss Alp Resorts zeigt, wie Architektur heute über reine Funktion hinausgehen kann. Die Terrasse wurde nicht nur ergänzt, sondern als Ort der Weite, Ruhe und visuellen Verbindung mit der Landschaft neu interpretiert.

www.myrthapools.com

schneider
my swiss mirror

Schneider **FLOAT D2W**



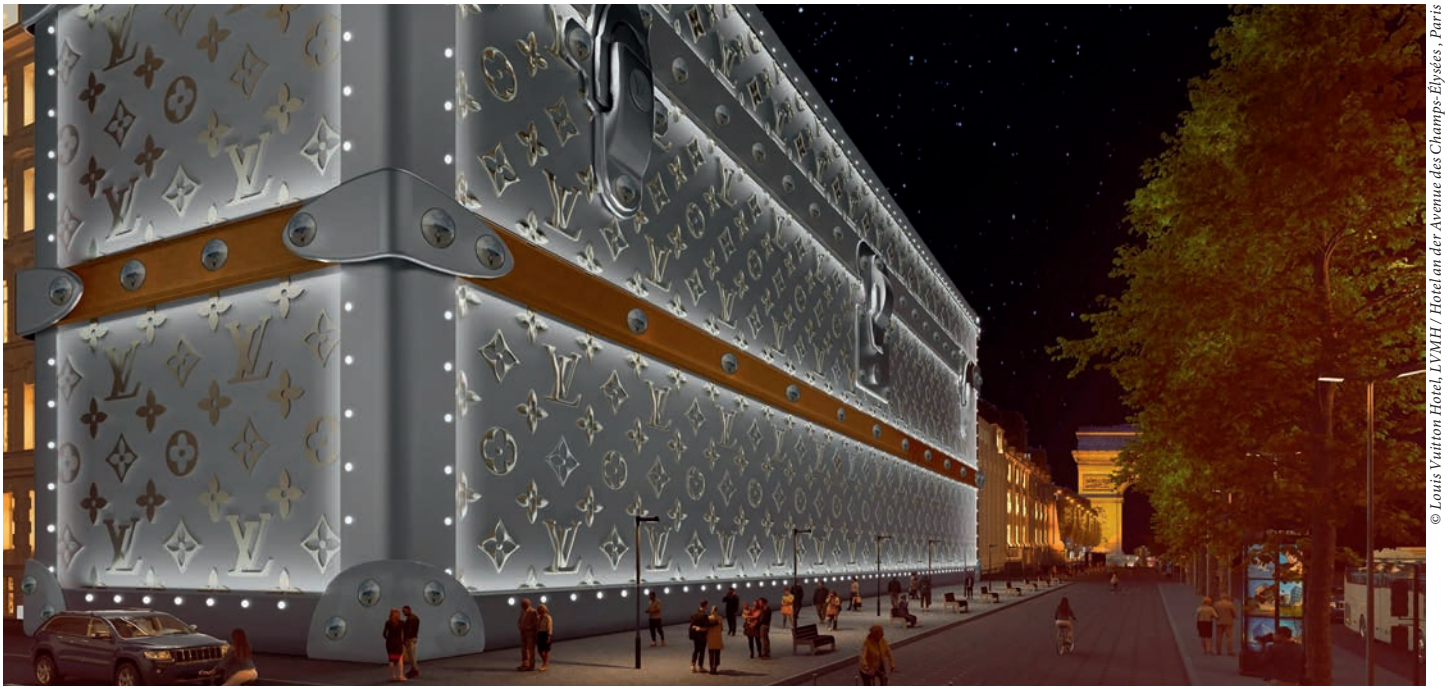
**BRING DESIGN IN RÄUME,
DIE MEHR ALS VIER WÄNDE SIND.**

Für Hotels, die Qualität zum Standard machen.

Alle Schneider Spiegelschränke und Lichtspiegel sind im Sanitärfachhandel erhältlich.

Weitere Informationen und alle Produkte unter [wschneider.com](https://www.schneider.com).





© Louis Vuitton Hotel, LVNH / Hotel an der Avenue des Champs-Élysées, Paris

WENN ELEGANZ ZIMMER BEZIEHT

Luxusmarken erschließen die Hotellerie als neue Erlebniswelt

Luxury is everywhere – könnte man sagen, denn immer mehr Premiummarken entdecken Hotels als Bühne für ihre Identität und schaffen Orte, an denen sich ihre Werte über Tage hinweg erleben lassen. Statt einzelne Produkte in den Mittelpunkt zu stellen, rücken Emotionen, Service und Lebensgefühl in den Fokus. Die Hotellerie bietet dafür ideale Voraussetzungen: Gäste tauchen tief in die Welt einer Marke ein, bauen eine enge Verbindung auf und erleben Luxus als Teil ihres Aufenthalts. Für Modehäuser, Juweliere und prominente Persönlichkeiten eröffnet sich damit die Chance, sich als umfassende Lifestylemarken zu positionieren und – natürlich – neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Wie konsequent dieser Ansatz verfolgt wird, zeigt etwa Louis Vuitton. Die weltweit größte Luxusmarke eröffnet 2026 ihr erstes Hotel in Paris. Das rund 6.000 m² große Anwesen mit dem vom Stadtplaner Georges-Eugène Haussmann geplanten Jugendstilgebäude an der Avenue des Champs-Élysées verbindet Hotel und Flagship-Store an einer der prominentesten Adressen der Welt. Dabei blickt das Gebäude auf eine bewegte



© Palazzo Versace / am Ufer des Dubai Creek

Geschichte zurück. 1896 entstand hier das Hotel Elysée Palace, das später von der HSBC Bank genutzt wurde. Ab dem Sommer steht der geschichtsträchtige Ort dann ganz unter dem Stern des Unternehmens Louis Vuitton. Während viele Details im Inneren noch verborgen bleiben, erfährt die Umgestaltung nach außen eine auffällige Inszenierung. Die Fassade erscheint während der

Bauarbeiten als überdimensionierter Koffer von Louis Vuitton mit den ikonischen Initialen LV.

Das Projekt löste Diskussionen über die Kommerzialisierung historischer Orte aus, gilt aber zugleich als eindrucksvolles Symbol für den Eintritt der Marke in die Luxushotellerie. Einen anderen Weg beschreitet die Partnerschaft



© Bulgari Hotels & Resorts / Dubai



© Armani Hotels & Resorts / Mailand



© ASTEC SRL, Ferragamo / Hotel Portrait Mailand



© Pestana Hotel Group / CR7 Funchal, Madeira

zwischen dem Fußballstar Cristiano Ronaldo (CR7) und der portugiesischen Pestana Hotel Group. Mit den Pestana CR7 Hotels entstand eine Marke, die Sport, Design und digitale Angebote miteinander verbindet. Die Gestaltung der Häuser nimmt sichtbar Bezug auf die Karriere des Ausnahmesportlers. Trikots, Verweise auf Stadionatmosphäre und moderne Architektur prägen das Erscheinungsbild. Besonders selektiv agiert Bulgari. Die zum LVMH Konzern gehörende Marke setzt auf radikale Exklusivität statt auf schnelles Wachstum. Neun Hotels umfasst

das Portfolio Anfang 2026. Die Immobilien befinden sich jedoch meist im Besitz von Partnern – ähnlich dem eines Asset-Light-Modells. Bulgari übernimmt gleichermaßen Design und Management und profitiert obendrein von der globalen Infrastruktur des Marriott International. Die Architektur stammt aus der Feder von Antonio Citterio und Patricia Viel, die große Mühe darauf verwenden, italienisches Design harmonisch mit lokalen Einflüssen in Synergie zu bringen. Jeder Standort will als individuelles Objekt wahrgenommen werden und zugleich

kompromisslose Markenidentität vermitteln. So könnte man die Beispiele mit Armani, Ferragamo, Versace und Dior weiterführen. Sie alle eint der strategische Gedanke, die eigene Designwelt räumlich erlebbar zu machen.

Die Kooperationen mit ebenso bekannten Marken aus Hotellerie und Unternehmertum reduzieren einerseits das wirtschaftliche Risiko. Vor allem dienen sie aber auch dazu, die Bindung zu einer besonders anspruchsvollen und kaufkräftigen Klientel nachhaltig zu vertiefen.



Corina Meroth

Seit über einem Jahrzehnt in der Welt von Vitra und der Designmöbelbranche findet Corina Meroth ein inspirierendes Umfeld, in dem sie persönliche Leidenschaft und berufliches Wirken miteinander verbinden kann. In ihrer anfänglichen Verantwortung für die Produktentwicklung und das Management von Wohnmöbeln bei Vitra

erkannte sie früh das Potenzial, diese Entwürfe wirkungsvoll in Hospitality-Kontexte zu übertragen. Heute treibt sie als Director Hospitality diese Überzeugung konsequent voran – mit dem Ziel, atmosphärische Räume zu gestalten, die Gäste berühren, Orientierung geben und nachhaltig in Erinnerung bleiben.

GASTGEBER-KULTUR ALS HALTUNG

Ein Interview mit Corina Meroth darüber, wie eine Marke zum Akteur im Hospitality-Design wird

CUBE: Frau Meroth, Vitra ist weltbekannt für wegweisende Bürowelten und zeitlose Wohnklassiker. Folgen Sie als Director Hospitality dem allgemeinen Trend – oder steckt da mehr dahinter?

Corina Meroth: Vitra-Produkte sind seit Jahrzehnten Teil internationaler Hotelprojekte, doch heute verstehen wir Hospitality nicht mehr als abgegrenztes Segment, sondern als universelles Prinzip. Hybride Nutzungen, neue soziale Dynamiken und die zunehmende Bedeutung von Orten als kulturelle und gemeinschaftliche Treffpunkte sind tiefgreifende Veränderungen, die Hospitality zu einer strategischen Klammer machen, die viele Raumtypen verbindet.

Vitras DNA steht in der Tradition von Ray und Charles Eames und dem Collage-Prinzip – also dem Mix & Match aus Klassikern, zeitgenössischen Entwürfen und Objekten. Prädestiniert Sie das nicht geradezu für die sehr wohnlichen Anforderungen im Hospitality Design?

Ja genau. Gerade weil Räume heute vielschichtiger werden, braucht es diese kuratierte Mischung aus Klassikern, zeitgenössischen Entwürfen und unterschiedlichen Typologien. Sie schafft Identität und erlaubt es, Räume kulturell aufzuladen. Einrichtung wird so zum erzählerischen Medium.

Aber wie lässt sich das mit den extremen funktionalen Anforderungen verbinden, wie es sie ja gerade bei hochfrequentierten Hotel- und

Gastronomieflächen oftmals gibt?

Die Herausforderung besteht darin, Wohnlichkeit nicht als Gegensatz zur Funktion zu verstehen. Hochfrequentierte Flächen erfordern robuste und langlebige Lösungen, dürfen dabei aber nicht steril wirken. Die Stärke unseres Portfolios liegt darin, dass viele Produkte sowohl im privaten als auch im objektbezogenen Kontext funktionieren. Eine hochwertige Konstruktion bildet die Basis, die Materialwahl differenziert: Je nach Nutzung kann ein Produkt funktional oder wohnlich interpretiert werden. So verbinden sich Effizienz und Atmosphäre.

Moderne Hospitality-Flächen müssen flexibel sein – morgens Frühstück, tagsüber Lounge mit Coworking, abends Bar. Wie unterstützt das Mobiliar von Vitra Architekt:innen dabei, offene Räume ohne starre Wände zu zonieren?

Vitra unterstützt diese Form der Mehrfachnutzung mit drei zentralen Designprinzipien: 1. Adaptierbarkeit: Möbel lassen sich schnell an neue Situationen anpassen. 2. Mehrfachnutzung: Produkte funktionieren in unterschiedlichen Szenarien. 3. Gestalterische Zurückhaltung: Die Funktion wird nicht überinszeniert, sodass Möbel flexibel interpretiert werden können. So entsteht eine Zonierung durch Möblierung statt durch Wände.

Wenn Sie einmal auf die bisherigen Projekte zurückschauen: Gibt es Kooperationen, bei denen Sie nicht nur aus dem Sortiment geliefert haben, sondern auch Mobiliar projektgebunden überarbeitet oder sogar neu entwickelt haben?

Selbstverständlich. Dabei geht es vor allem um die Differenzierung über Oberflächen, Materialien und spezifische Dimensionen, sodass Produkte optimal auf den jeweiligen Kontext abgestimmt werden können. Gleichzeitig verfolgen wir bewusst einen Ansatz, der auf Skalierbarkeit ausgelegt ist: Alles, was wir anpassen oder weiterentwickeln, bleibt Teil eines Systems und ist seriell umsetzbar. So verbinden wir projektspezifische Flexibilität mit der Qualität und Konsistenz industrieller Fertigung.

Neben den Möbeln bestimmen Materialien, Texturen und Licht die Atmosphäre eines Raumes. Welche Rolle spielen haptische Oberflächen und integrierte Beleuchtungskonzepte in Ihrer neuen Hospitality-Strategie?

Sie bestimmen, wie sich Räume im Tagesverlauf verändern und anfühlen. Ergänzt wird das durch Akustik, die entscheidend dafür ist, ob ein Raum als angenehm oder überfordernd empfunden wird. Gerade in frühen Planungsphasen denken wir diese Ebenen gemeinsam mit unseren Partnern für Licht und Akustik, um Räume zu schaffen, die ganzheitlich stimmig sind.

Die Branche fordert immer stärker Nachhaltigkeit. Wie stark verändert das Denken in zirkulären Modellen das Design und die Materialauswahl bei Vitra?

Zirkuläres Denken verstärkt unser Urverständnis von nachhaltigem Design: von der Materialwahl bis zur Rückführung in den Kreislauf. Mit unseren Kreislaufangeboten Vitra Circle for Contract und den Vitra Circle Stores setzen wir das konkret um, etwa durch Wiederaufbereitung, Rücknahme oder den Einsatz von Bestandsmöbeln. Der Fokus verschiebt sich damit vom kurzfristigen Investment hin zum Total Cost of Ownership – und verbindet ökologische, wirtschaftliche und gestalterische Qualität.

Frau Meroth, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Das Interview führte Paul Andreas, freier Redakteur für Architektur und Interior Design.

DER SCHLAUSTE SCHRANK IM HOTEL

ASSMANN
SMART



SMART LOCKER FÜR HOTELS

Für Gepäckaufbewahrung, Self-Check-in, Click and Collect, Housekeeping- oder Mitarbeiterschließfächer und vieles mehr...



Sie haben Fragen oder wollen mehr erfahren?

Jens Rüffer | smart@assmann.de

www.assmann.de

Hotel Design Award 2026

Für den Hotel Design Award, der am 20. April im Rahmen des 196+ forum Mailand verliehen wurde, hatte eine internationale Fachjury zehn Hotels aus sieben europäischen Ländern nominiert. Die Auswahl erfolgte aus 25 Einreichungen aus 13 europäischen Ländern. Entscheidend waren weder Größe noch Kategorie eines Hauses, sondern die Qualität und Stringenz von Architektur, Innenarchitektur und Landschaftsgestaltung. Als führende Auszeichnung für Hotelarchitektur und -design würdigt der Preis Projekte, die gestalterische Exzellenz mit einer klaren Identität

verbinden und zugleich einen Beitrag zu einer qualitativ vollen gebauten Umwelt leisten. Die Jury diskutierte die Frage, ob Hotels heute vor allem Orte der Geborgenheit sein oder mutige gestalterische Statements setzen sollten. Die nominierten Projekte zeigen, dass beide Ansätze überzeugende Antworten hervorbringen können. Bewertet werden insbesondere die Originalität des Konzepts, die architektonische Qualität von Gebäude und Fassade, die Gestaltung der Innenräume sowie die Kraft des Storytellings. Der Trend geht dabei klar zu „out-of-the-box“ gedachten Konzepten.

Maison Heler Metz | A Curio Collection Hotel by Hilton, Frankreich

Der Gewinner: Mit Maison Heler Metz realisiert Philippe Starck ein architektonisches Narrativ zwischen historischer Typologie und zeitgenössischer Intervention. Das Zusammenspiel von Architektur, Interieur und Narrativ schafft eine kohärente unverwechselbare Identität, so das Jury-Urteil. Im Quartier de l'Amphithéâtre, nahe dem Centre Pompidou, ruht auf einem monolithischen, achtgeschossigen Sockelbau die Replik einer lothringischen Villa des 19. Jahrhunderts. Der Entwurf basiert auf dem Buch „The Meticulous Life of Manfred Heler“ und wurde nach einer mehr als zehnjährigen Entwicklungs- und Realisierungsphase mit 104 Zimmern und Suiten sowie Gastronomie-, Bar- und Veranstaltungsflächen fertiggestellt.



© Maison Heler Metz, Curio Collection by Hilton



© LILLO Y Lindenberg

LILLO Y Lindenberg, Norwegen

LILLO Y in Lindenberg bei Bergen definiert als präzise komponiertes Zusammenspiel von Architektur, Design und Landschaft die Gastfreundschaft neu. Auf einer Privatinself, nur 40 Minuten von Bergen entfernt, bietet das Refugium Platz für bis zu zehn Gäste in einem behutsam restaurierten Haupthaus und einem ergänzenden Nebengebäude. Das Studio Vera & Kyte übersetzt die Identität des Ortes in eine zurückhaltende Gestaltungssprache. Nordische Handwerkskunst, handgefertigte Keramik, regionale Glaswaren und natürliche Materialien schaffen eine Atmosphäre von Wärme und Authentizität. Die besondere Qualität der Destination liegt in ihrer beeindruckenden Synergie von Architektur, Interieur, Kulinarik, Nachhaltigkeit und Erlebnis.



© Villa Pétrusse

Villa Pétrusse, Luxemburg

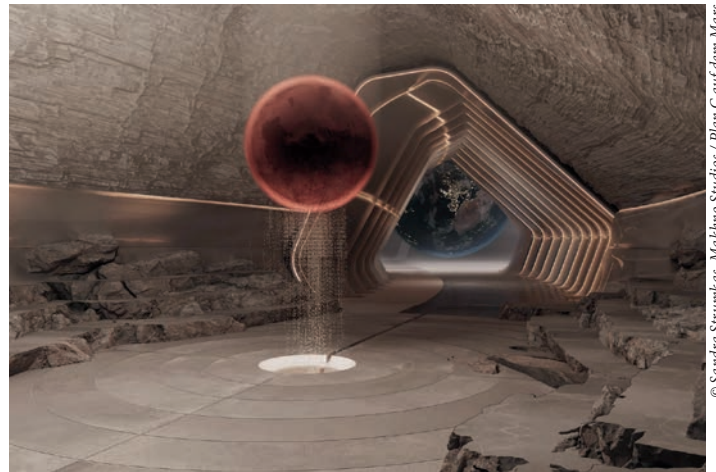
Die Villa Pétrusse in Luxemburg vereint Denkmalschutz und zeitgenössisches Design auf außergewöhnliche Weise. Mit Blick auf das Pétrusse-Tal bleibt die architektonische Identität des Gebäudes konsequent erhalten, denn originale Bauelemente, klassische Proportionen und kunstvoll ausgearbeitete Fassaden wurden sorgfältig bewahrt. Neue Eingriffe setzen auf Zurückhaltung und ausnahmslos hochwertige Naturmaterialien, die den Bestand ergänzen, statt ihn zu überformen. Großzügige Fenster und Terrassen öffnen das Haus zur Landschaft und schaffen einen fließenden Dialog zwischen Innen und Außen. Die von Tristan Auer gestalteten Interieurs sind geprägt von Naturstein, warmen Hölzern, gebürsteten Metallen und edlen Textilien.

Die Zukunft nächtigt kosmisch

ARCHITEKTURVISIONEN ZWISCHEN MONDBASIS UND MARSKOLONIE

Wie weit ist die Menschheit tatsächlich davon entfernt, Weltraumtourismus mit längeren Aufenthalten auf Mond oder Mars nicht nur als Vision, sondern als buchbare Realität zu erleben? Was lange unerreichbar klang, wird von einzelnen Akteuren der privaten Raumfahrt inzwischen als konkretes Geschäftsmodell behandelt. Besonders ambitionierte Entwürfe kommen derzeit aus Kalifornien. Das dort ansässige Raumfahrt Startup Gru Spaces stellte kürzlich Pläne für ein erstes Mondhotel vor, das den Projektstart bis zum Jahr 2032 vorsieht. Das Konzept trägt den Namen „Lunar Hotel“ und wird schon jetzt mit Reservierungsoptionen beworben. Die Initiative versteht sich als Schnittstelle von Weltraumtourismus, Hochtechnologie und dem Aufbau einer dauerhaften Infrastruktur außerhalb der Erde. Im Zentrum der architektonischen Idee steht die konsequente Nutzung lokaler Ressourcen. Mondstaub soll direkt vor Ort zu Baumaterial verarbeitet werden. Dieses Prinzip reduziert Transporte von der Erde und bildet die Grundlage für eine langfristig erweiterbare Siedlungsstruktur in einer extremen Umgebung. In genanntem Zeitraum planen die Beteiligten ein Hotelmodul auf den Mond zu entsenden, das als aufblasbare Konstruktion entworfen wurde. Vorgesehen ist eine Kapazität für bis zu vier Gäste bei einer anvisierten Nutzungsdauer der ersten Einheit von rund zehn Jahren. Mit der Zeit lassen sich weitere Module ergänzen, die schrittweise eine groere Station entstehen lassen. Der Zugang zu diesem neuen Tourismussektor ist bereits jetzt hochpreisig angelegt. Interessierte müssen zwischen 250.000 und einer Million US-Dollar investieren. Die bernachungskosten wurden mit etwa 410.000 US-Dollar angegeben. Architektonisch verfolgt das Projekt einen radikal ortsbezogenen Ansatz. Schutzschichten aus verdichtetem Regolith (Staubschicht von Mond oder Mars) bilden tragende Elemente, die sich nicht an irdischen Hotelvorbildern orientieren. Vielmehr entsteht eine Formsprache, die ausschließlich aus den Bedingungen des Mondes abgeleitet ist. Dazu gehören Schutz vor Strahlung, Einschlgen kleinster Meteoriten und extremen Temperaturschwankungen. Innenräume sollen zunächst kompakt und funktional sein, mit Perspektive auf spätere Erweiterungen durch vor Ort produzierte Materialien.

Ein weiteres Projekt stammt vom ukrainischen Architekturbüro Makhno Studio. Sie entwarfen mit Plan C eine 3D-gedruckte unterirdische Siedlung mit Hotel für den Mars, bei der Schutz vor extremen Umweltbedingungen im Vordergrund steht. Dazu zählen Staubstrme, hohe Strahlung und Meteoriteneinschläge. Parallel zu solchen visionären Hotelprojekten wird an den technischen Grundlagen geforscht. Im Rahmen einer Kampagne des Deutschen Zentrums für Luft und Raumfahrt werden dabei unter anderem Verfahren untersucht, wie sich Mondgestein schmelzen und weiterverarbeiten lässt. Ziel ist es, aus Regolith künftig Baumaterial für Infrastruktur im All zu gewinnen. Interplanetare Reisen bleiben jedoch auf absehbare Zeit nur einer kleinen Gruppe von Menschen vorbehalten. Dennoch lässt sich auch hierzulande das Gefühl einer kosmischen Atmosphäre erleben, etwa im Hotel Mars Land Luxury in der Wadi-Rum-Wüste in Jordanien. Die karge, schroffe Landschaft trifft dort auf weiße, kuppelartige Unterkünfte, deren Gestaltung an eine futuristische Mond- oder Marsstation erinnert.



© Sandra Strumkas, Makhno Studios / Plan C auf dem Mars



© Sandra Strumkas, Makhno Studios / Plan C auf dem Mars



© Gru Space / Lunar Hotel auf dem Mond



© Jordan All Hotels / Hotel Mars Land Luxury Camp, Jordanien



© Mit Unterstützung von KI

KI-Tools für die Hotellerie

Onsai Voice: KI-Telefonbot für Gästekommunikation. Beantwortet Standardfragen wie WLAN-Passwort, Early-Check-in oder Parken. Über 60 Prozent der Gästekontakte bestehen aus wiederkehrenden Fragen, die so automatisiert bearbeitet werden.

Duve: KI-gestützte Kommunikationsplattform. Greift in Echtzeit auf Reservierungsdaten aus Direktbuchungen, Gruppenreisen und Reisebüros sowie Gästepräferenzen, Taskmanagement und Gastro-noemiesysteme zu. Entsprechende Antworten erfolgen kontextbezogen und individuell, etwa mit unterschiedlichen Empfehlungen für Familien und Paare.

The Hotels Network: Direktbuchungs-App für ChatGPT. Zeigt von den teilnehmenden Hotels verifizierte Beschreibungen, aktuelle Preise und Bilder direkt in KI-Antworten. Nutzer gelangen per Klick zur Hotelwebsite und buchen dort direkt.

HOTELS IM ZEITALTER VON KI

Zwischen Gastlichkeit und digitalem Wandel

Wenn morgens die Lobby erwacht, arbeiten längst nicht mehr nur Rezeption und Housekeeping im Hintergrund. Parallel dazu berechnen die Algorithmen im Minutentakt Zimmerpreise, Chatbots beantworten Buchungsanfragen rund um die Uhr und intelligente Systeme erkennen frühzeitig, wann Heizungen, Aufzüge oder Klimaanlage gewartet werden müssen. Die Hotellerie erlebt 2026 keine ferne Zukunftsvision mehr. Man kann hier durchaus von einem tiefgreifenden Umbau ihres gesamten Alltags sprechen. Zwischen Personalmangel, steigenden Energiekosten und wachsendem Wettbewerbsdruck entwickelt sich künstliche Intelligenz vom digitalen Extra zum wirtschaftlichen Erfolgsfaktor. Den für sich zu nutzen, ist vor allem für kleinere und mittlere Betriebe essenziell, die zunehmend unter Zugzwang stehen.

Viele Häuser kämpfen mit knappen Personalressourcen, schwankender Auslastung und Gästen, die schnelle digitale Abläufe längst als selbstverständlich erwarten. Genau hier setzt etwa die neue Digitalisierungs- und KI-Taskforce der Denkfabrik „Zukunft der Gastwelt“ an. Hier werden konkrete Werkzeuge bereitgestellt, damit die Branche mit dem rasanten technologischen Tempo Schritt halten kann. Wie groß der Nachholbedarf tatsächlich ist, zeigen aktuelle Untersuchungen des Fraunhofer IAO. Demnach steckt in fast 70 Prozent aller Hotelprozesse erhebliches Potenzial für Digitalisierung und Automatisierung. Besonders deutlich wird das bei Personalplanung, Gästekommunikation und Logistik. Noch immer arbeiten zahlreiche Betriebe mit isolierten Einzellösungen, während Zeitdruck und Kostenlast kontinuierlich steigen. Gleichzeitig fehlen häufig technisches Know-how,

klare Standards und finanzielle Spielräume für größere Investitionen. Dabei zeigt die Praxis, wie stark künstliche Intelligenz dem Betrieb nützen kann. Smarte Preialgorithmen reagieren sekundenschnell auf Nachfrage, Wetterlage oder Veranstaltungskalender und passen Zimmerpreise automatisch an. Intelligente Buchungssysteme analysieren Vorlieben der Gäste und schlagen passende Zusatzangebote vor. Wer etwa regelmäßig Wellness nutzt, erhält gezielte Empfehlungen an Regentagen. Geschäftsreisende bekommen Fitnessangebote, abgestimmt auf ihren Kalender. Moderne Sprachassistenten organisieren Weckzeiten, Lichtsteuerung oder Room-Service direkt im Zimmer. Vor allem an der Rezeption verändert sich der Alltag spürbar, denn digitale Check-in-Systeme verkürzen Wartezeiten erheblich. Obendrein übernehmen smarte Systeme immer mehr Verantwortung. Sensoren melden frühzeitig technische Defekte, automatisierte Reinigungspläne reagieren flexibel auf tatsächliche Zimmerbelegung und smarte Energiesteuerungen senken den Verbrauch deutlich.

Trotz aller technischer Dynamik bleibt eine Erkenntnis zentral: Gäste wünschen sich Effizienz, aber keine emotionslose Atmosphäre. Die meisten Hoteliers ziehen deshalb klare Grenzen. Begrüßung, persönlicher Empfang und individuelle Betreuung sollen weiterhin Menschen übernehmen. Genau darin liegt die eigentliche Herausforderung der kommenden Jahre. Künstliche Intelligenz muss Abläufe vereinfachen, ohne die Seele der Gastlichkeit zu verdrängen. Klar ist jedoch auch, dass die Branche keine Zeit mehr verlieren darf. Expert:innen gehen davon aus, dass KI-gestützte Prozesse schon in wenigen Jahren europaweit zum Standard gehören.

FUGENLOSE BODENKONZEPTE

NACHHALTIG UND DESIGNSTARK

SERENA'S LIVING – MÖBELHAUS

Für das Einrichtungshaus im niederländischen Assen wurden rund 1.900 m² der Cradle-to-Cradle-zertifizierten Arturo PU2050 Verlaufbeschichtung verlegt. Zum Einsatz kam die Farbe „Mild Shades“ aus der Arturo Color Collection.

Mehr Inspiration unter: arturoflooring.com





Die Farbnuance 127 Taupe verleiht den Räumlichkeiten des Hotels Seegarten eine warme und natürliche Ausstrahlung.



158 Anthrazit setzt die markante und zeitlose Optik der Straßenbesenentechnik wirkungsvoll in Szene.

NATÜRLICH WOHNGESUND

Räume fürs Leben. Durch Farben, die atmen.

Volvox by Ecotec steht für natürliche Farben auf individuellen Oberflächen, die gestalterische Ansprüche mit wohngesunden Eigenschaften verbinden. Die diffusionsoffene Rezeptur unterstützt ein angenehmes Raumklima und verleiht Innenräumen Natürlichkeit. Wie dieser Anspruch in der Praxis umgesetzt wird, zeigt das Hotel Seegarten im Sauerland. Dort prägen volvox-Lehmfarben in den Nuancen 288 Manhattan, 023 Ivory und 127 Taupe die Innenräume und schaffen eine warme Atmosphäre.

Für Olaf Baumeister, Fernsehkoch und Hotelier, sind die Lehmfarben von volvox ein wesentlicher Bestandteil seines Gestaltungskonzepts. Ausschlaggebend waren für ihn die natürliche Farb- und Oberflächenqualität sowie das spürbar verbesserte Raumklima, das den Aufenthalt seiner Gäste bereichert. Besonders die harmonische Wirkung der Farben unterstützt die wohnliche Atmosphäre des Hauses und fügt sich stimmig in das Interiorkonzept ein. Die Verbindung aus Ästhetik, Natürlichkeit und Funktionalität macht volvox für ihn zur passenden Wahl im hochwertigen Innenausbau.



Die Farbnuancen 291 Heugrün und 009 Azur von volvox unterstreichen im Hotel Seegarten die gestalterische Vielfalt des Projekts und sorgen für eine ausgewogene und charakterstarke Farbwirkung.

Auch die neue Farbkarte von volvox unterstreicht den gestalterischen Anspruch der Marke. Sie bietet Architekt:innen und Planenden eine präzise Grundlage für die Material- und Farbabstimmung: 185 fein nuancierte Naturfarben werden als handgefertigte Originalmuster präsentiert

und vermitteln einen authentischen Eindruck von Farbwirkung und Materialität. Alle Farbtöne sind produktübergreifend in sieben Produktlinien verfügbar und ermöglichen eine konsistente Farbgestaltung für individuelle Architekturkonzepte. **www.volvox.de**



Viktoria Schlegel

Viktoria Schlegel ist seit Februar 2026 Managerin des 5-Sterne-Boutiquehotels The Capra in Saas-Fee, das bereits zum zweiten Mal in Folge mit zwei Michelin Keys ausgezeichnet wurde.

Zuletzt war sie als Front of House Director und Mitglied des Executive Committees des Beau-Rivage Palace in Lausanne tätig und verantwortete dort die operativen Abläufe des Beau-Rivage Palace, des Hôtel Angletterre sowie des Château d'Ouchy. Viktoria Schlegel wurde 2025 von Bilanz als „Front of House Director of the Year“ ausgezeichnet.

ZWEITES ZUHAUSE IN DEN BERGEN

Luxushotel mit Authentizität, lokaler Anbindung und alpiner Materialität

CUBE: Wann haben Sie mit der Hotellerie angefangen?

Viktoria Schlegel: Ganz früh eigentlich! Ich komme aus einer Hoteliersfamilie, die schon immer in der Hotellerie und im Tourismus tätig war. Mit Eltern, die in der Schweiz die Hotelfachschule abgeschlossen haben und einem Patenonkel, der ein Hotel in Österreich hat. Das heißt, ich bin da schon so ein bisschen hineingeboren worden und durfte die Branche vor und hinter den Kulissen „erleben“. Und für mich stellte sich nie die Frage, was ich eines Tages machen werde: Mein ganzes Leben war quasi daraufhin ausgerichtet, in die Hotellerie zu gehen – ganz aus eigenem Willen.

Das klingt wunderbar – ein Familienerbe, das gerne übernommen wurde. Kommen wir zum Hotel selbst: Was macht The Capra einzigartig, auch in Bezug auf die Umgebung? Die Viertausender des Wallis prägen die Landschaft ja sehr stark. Wie spiegelt sich das im Hotel wider?

Eigentlich sehr stark. Das Capra ist einzigartig, weil es sich wirklich in seine Umgebung mit ihren 18 Viertausendern, den Gletschern und den Bergen um uns herum perfekt einfügt. Es ist, als würde es seit jeher dazugehören.

Wodurch gelingt diese Einbindung? Eher durch die Architektur oder die verwendeten Materialien?

Ich würde sagen, es ist eine harmonische Fügung aus vielen Dingen – auf jeden Fall aber auch aus der Architektur und den Materialien, wie zum

Beispiel Holz: Wo auch immer Sie sich im Hotel befinden, haben Sie ein wirkliches Naturgefühl. Es wird auch überall Naturstein verwendet, um die Umgebung widerzuspiegeln. Bei der Architektur des Hotels war es sehr wichtig, dass alles harmonisch entsteht. Durch die Authentizität, die wir pflegen, sei das jetzt durch unser Team oder auch die Materialien, wird es einzigartig und fügt sich auf natürliche Art und Weise in die Umgebung ein.

Hängt das auch mit den Proportionen zusammen?

Unter anderem, ja. Zum Beispiel werden die Proportionen unserer Zimmer ähnlich sein, wie es bei Ihnen zu Hause ist: Es wird weniger nach einem Hotelzimmer aussehen, sondern ist so gedacht, dass man einfach darin lebt und wohnt – wie in seiner eigenen Wohnung oder in seinem eigenen Haus. Es gibt zum Beispiel Kamine in unseren Penthouse-Suiten, und sehr hohe Fenster, um auch auf die Berge schauen zu können. Wenn man sein Haus baut, irgendwo in der Natur oder im Wald, dann würde man das sicherlich genauso machen. Auch das Licht ist ganz wichtig im The Capra: Da hatten wir tolle Lichtarchitekten, die ein Spiel zwischen Feuer und Eis kreiert haben, das durch seine Wärme das Holz quasi zum Leben erweckt und gleichzeitig eine ganz dramatische Gletscherspiegelung darstellen kann. Also zählen nicht nur die Proportionen, sondern auch die Eindrücke, würde ich sagen.

Welche Designer waren hier involviert?

Das große Architekturbüro MLS Architekten. Und für das Lichtdesign waren es Sommerlatte & Sommerlatte aus Zürich, die sich da ganz speziell auf uns konzentriert haben.

Wurden auch lokale Betriebe eingebunden?

Ja, sehr viele. Ich bin erst seit Februar dieses Jahres in The Capra, aber ich sehe jetzt schon, inwiefern wir mit lokalen Handwerkern, Partnern und auch Lieferanten arbeiten. Wenn man in Großstädten aufgewachsen ist und gearbeitet hat, ist das etwas ganz Wertvolles: Da wird auf einer ganz anderen Ebene gearbeitet und kommuniziert, und das trägt auf jeden Fall zu unserer Einzigartigkeit bei.

Da fühlt man sich bei Ihnen wahrscheinlich besonders wohl, was sich ja auch in den Michelin Keys widerspiegelt. Und zusätzlich noch durch die fünf Sterne: Was können Sie uns denn zur Kulinarik erzählen?

Wir haben ein Konzept, das sehr lokal ist, und eine „Less is more“-Philosophie. Wir arbeiten im Drei-Stunden-Radius, was die Produkte betrifft: Fleisch und Fisch zum Beispiel kommen ausschließlich aus der Schweiz. Zum einen trägt das zur Nachhaltigkeit bei – aber es ist auch etwas, woran wir wirklich glauben. Und es geht uns auch um Austausch und dieses Gefühl, wirklich zu Hause zu sein: Wir haben in unserem Weinkeller eine ganz lange Tafel, wo Gäste zusammenkommen können und dann gemeinsam einen ganz typischen Walliser Abend verbringen, sei das jetzt mit Fondue oder Raclette oder einfach mit Spezialitäten hier aus dem Kanton.

Hören Sie das gesamte Interview, das hier als Auszug veröffentlicht ist, als Podcast. Hierfür einfach den QR-Code scannen.



Das Interview führte Cornelia Brelowski, freie Redakteurin für Architektur und Interior Design.



GROSSZÜGIGKEIT SICHTBAR GEMACHT

Lichtkonzept verbindet Materialität, Raum und Orientierung miteinander

Fotos: Mark Seelen

Im Designhotel Cugó Gran Vittoriosa auf Malta lässt Lichtgestaltung historische Architektur, maltesischen Kalkstein und zeitgenössische Gastlichkeit in einen neuen Dialog treten. Das Lichtkonzept respektiert die Substanz des denkmalgeschützten Gebäudes, ohne dessen gewachsene Identität zu überformen. Stattdessen treten Architektur, Materialität und Atmosphäre in einen ausgewogenen Dialog. Bereits im Empfangsbereich des Luxushotels wird Licht zum ersten atmosphärischen Moment des Hauses. Von der Glaskuppel herabgeführte Pendelleuchten betonen die vertikale Dimension, während Wandleuchten dazu präzise Akzente setzen und den Blick auf die architektonischen Linien des Raums lenken. Ihr Schein greift die Sprache des Gebäudes auf und formt Bögen aus Licht. Besonders eindrucksvoll zeigt sich seine Wirkung auf dem maltesischen Stein. Seine warmen, sandfarbenen Nuancen und die lebendige Oberflächenstruktur werden sichtbar, ohne in den Vordergrund zu treten. Licht fungiert hier als Medium, das Materialität erfahrbar macht. In Korridoren, Treppenhäusern und Übergangsbereichen unterstützt die Beleuchtung die Ori-



entierung. Unterschiedliche Lichtintensitäten markieren Wege und Knotenpunkte, schaffen visuelle Kontinuität und begleiten den Wechsel zwischen öffentlichen und privaten Bereichen. Auch im Wellnessbereich verwandeln Lichtstimmungen den Raum, je nach gewünschter Wirkung. In den Bar- und Aufenthaltsbereichen trägt Licht zur intimen Wirkung der Räume



bei, während in den Zimmern und Suiten die räumliche Höhe durch vertikal angeordnete Pendelleuchten erfahrbar wird. Ihr Licht verbindet die Ebenen miteinander und unterstreicht die Großzügigkeit der Architektur, ohne sich selbst in den Vordergrund zu stellen.

www.cugogranvittoriosa.com

www.occhio.com



DIE HAGER MANUFAKTUR

Fotos: Hager Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG

Individualität in Form und Farbe

In einer Verbindung aus Hightech und Handarbeit fertigen die Experten der Hager Manufaktur Schalter, Steckdosen, Leitungsführungen und Türkommunikationsanlagen, die es so kein zweites Mal gibt. Viele werden gemeinsam mit Architekt:innen, Innenarchitekt:innen oder Planenden für ein ganz bestimmtes Objekt oder eine spezielle Aufgabe entwickelt. So entstehen individualisierte Lösungen aus dem gesamten Spektrum smarter elektrotechnischer Installation – und all das in einem durchgängigen Design.

Manufaktur Türkommunikation – Für individuelle Außenstationen

Das Türkommunikations-Portfolio Hager besticht durch klare Linien, durchdachten Systemaufbau und modernes Design. Für Wünsche, die über das Standardangebot hinaus gehen, bietet Hager ebenfalls vielfältige Möglichkeiten. Denn die Manufaktur fertigt individuelle Türkommunikation in kleinen Serien und auch als Einzelstücke. Die Möglichkeiten reichen von der individuellen Farbgebung über Oberflächenbeschichtungen und Beschriftungen bis hin zu speziellen Funktionen. So können die Oberflä-



chen der Außenstation z. B. mit individuellen RAL-Farben, mit Pulver oder PVD beschichtet werden. Für die Beschriftung stehen verschiedene Techniken wie mechanische Gravuren, Durchsteckzahlen und -buchstaben oder Folienbeschriftungen zur Verfügung. Eine Installation

ist z. B. als Unterputzlösung, freistehende Säule, Einzelmodul oder kombiniert mit Briefkastenanlagen möglich – funktional und passend zur architektonischen Identität des Gebäudes.

www.hager.de



LANDSCHAFT ALS LEITMOTIV

Fotos: The Europe Hotel & Resort

Behutsame Transformation eines Hotels stärkt die Verbindung zur Natur

Am Ufer des Loch Léin im Südwesten Irlands gelegen, mit Blick auf die Bergkette der MacGillicuddy's Reeks, wird das The Europe Hotel & Resort seit mehreren Jahren schrittweise weiterentwickelt. Die Neugestaltung erfolgt im laufenden Betrieb und umfasst unterschiedliche Bereiche des Hauses. Für die jüngste Projektphase entwickelte das Büro Monoplan ein Interiorkonzept für die Lobby, die Signature Suites sowie die Presidential Suite, das die landschaftlichen Qualitäten der Region in eine zeitgenössische Gestaltung übersetzt. Die aktuelle Intervention konzentriert sich auf die öffentlichen Bereiche sowie ausgewählte Gästezimmer und folgt dem Ziel, die Verbindung zwischen Architektur, Interior und Landschaft weiter zu stärken. Für die Signature Suites wurde die Raumstruktur neu organisiert. Teilweise bis auf den Rohbau zurückgeführt, ermöglichte die Sanierung die Erneuerung der technischen Infrastruktur und die Zusammenführung kleinerer Einheiten zu großzügigen Suiten. Natürliche Materialien, warme Farbtöne und weiche Texturen prägen die Gestaltung. Großzügige Öffnungen, gezielt platzierte Licht- und Reflexionsflächen sowie die

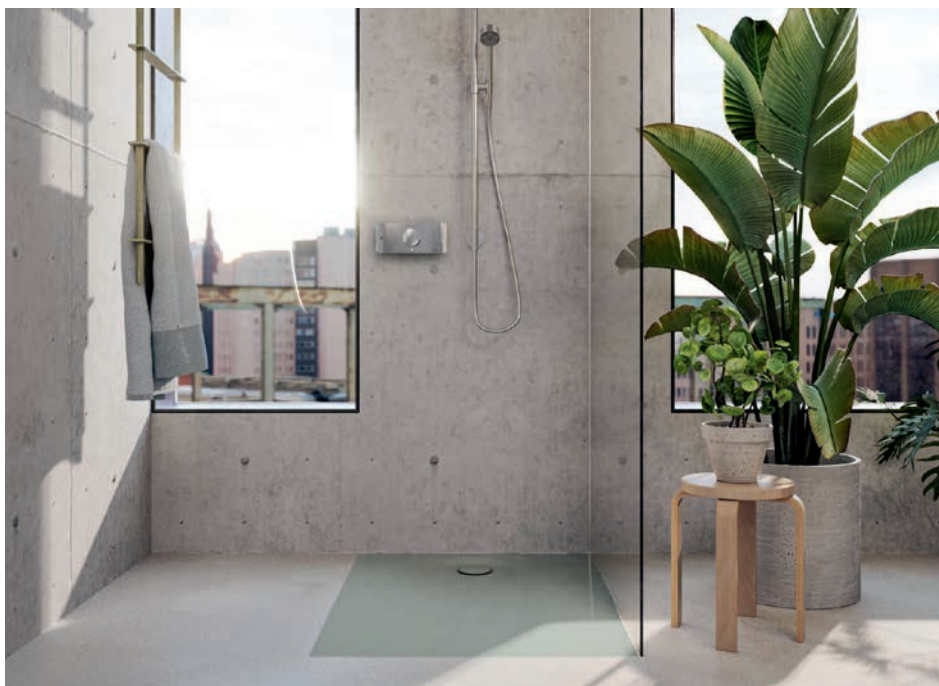


architektonische Rahmung der Fenster lenken den Blick auf den See und die umliegende Landschaft. Der Ausblick wird damit zum zentralen Gestaltungselement. Auch die zweigeschossige Lobby erhielt eine neue räumliche Ordnung. Eine offenere Lounge-Struktur, zurückhaltend eingesetzte Möblierung und dekorative Beleuchtung

schaffen unterschiedliche Aufenthaltsbereiche und stärken den Bezug zur Umgebung. Maßgefertigte Teppiche interpretieren die irische Landschaft aus der Vogelperspektive und setzen eigenständige Akzente im Raum.

www.monoplan.com

www.theeurope.com



GROSSZÜGIGER KOMFORT

Fotos: Bette

Flach, elegant und vielseitig – neue Duschwanne überzeugt mit vielen Vorzügen

Bei einer Badmodernisierung stehen oft mehr Großzügigkeit, mehr Komfort und eine langfristig begeisternde Optik auf der Wunschliste. Genau hier setzt die neue Duschwanne BetteUltra Space an. Mit ihrer besonders flachen Form fügt sie sich elegant in unterschiedliche Badstile ein und lässt den Raum offener und hochwertiger wirken. Mit einer sichtbaren Höhe von nur 15 Millimetern zählt die BetteUltra Space zu den flachsten Duschwannen des Herstellers. Das wirkt nicht nur besonders edel, sondern ermöglicht auch nahezu bodengleiche Lösungen, die den Einstieg erleichtern und das Bad optisch vergrößern. Und auch im Alltag überzeugt das Design: Durch den wandnahen Sitz des Abflusses auf der schmalen Seite entsteht eine großzügige Standfläche, die mehr Bewegungsfreiheit unter der Dusche bietet und den Komfort spürbar erhöht. Gleichzeitig sorgt die durchdachte Form dafür, dass das Wasser zuverlässig abläuft. Gefertigt aus glasiertem Titanstahl, punktet die Oberfläche mit fugenloser, hygienischer und pflegeleichter Qualität. Gleichzeitig spricht die hohe Robustheit des Materials für sich – unterstrichen durch 30 Jahre Garantie. Mit 40 Größen und



in zahlreichen Farben erhältlich, eignet sich die BetteUltra Space sowohl für das kompakte Gästebad als auch für das komfortable Familienbad. Wer zusätzlich Wert auf eine einfache Montage legt, kann die Duschwanne als Komplettlösung mit passendem Träger, Dichtsystem und Ablauf-

garnitur wählen. So wird die BetteUltra Space zur überzeugenden Lösung für alle, die sich ein modernes Bad wünschen, das stilvoll aussieht und im Alltag angenehm unkompliziert bleibt.

www.my-bette.com



STILVOLLER RÜCKZUG

Fotos: Thomas Ott Fotografie

Hotel im Rheingau verbindet Landschaft, Nachhaltigkeit und Luxus

Das Wald.Weit Rheingau Hotel & Retreat liegt auf einem Hügel über dem Hahnwald im Rheingau – und sein Name ist außen wie innen Programm. Die Architektur entfaltet ihre Wirkung aus der konsequenten Verbindung von Landschaft und Baukörper. Das Ensemble folgt der Topografie und ist gestaffelt in das Gelände eingebettet. So entstehen klare Horizontlinien, während sich die vertikal gegliederte Holzfassade wie ein abstrahierter Wald vor die Struktur legt. Das Architekturbüro BGF+ Architekten übersetzte die umgebenden 18 Hektar Wald in eine gebaute Textur: Lamellen, Rhythmus und Materialität formen ein Gebäude, das nicht mit seiner Umgebung konkurriert, sondern selbstverständlich mit ihr verschmilzt.

Im Inneren führt die Architektur das Thema Wald atmosphärisch weiter. Holz, Stein und textile Oberflächen filtern Licht wie ein Blätterdach; Farben greifen die Fassadentöne auf und schaffen eine visuelle Kontinuität. Die Räume öffnen sich bewusst zur Landschaft und zum Horizont. Zimmer und Suiten sind lichtdurchflutet, die Blickachsen reichen bis in die Bäder.



Transparente Abtrennungen und fließende Grundrisse verstärken das Gefühl von Weite. Gemeinschaftsbereiche wie Restaurant und

Konferenzebene liegen jeweils ebenerdig zur Landschaft und profitieren dennoch von weiten Ausblicken. Eine unterirdische Verbindung



verknüpft die Baukörper funktional, ohne die Ruhe der Umgebung zu stören. Auf der Panoramaterrasse verdichtet sich das Erlebnis: Luft, Licht und Landschaft werden Teil des Aufenthalts. Die Haltung der Architektur setzt sich im nachhaltigen Gesamtkonzept des Hotels fort. Geothermie und Hackschnitzelheizung übernehmen das Heizen und Kühlen, Photovoltaik liefert zusätzliche Energie. Eine intelligente Gebäudeautomation steuert Verbrauch und Licht effizient, Regen- und Brauchwasserteiche sichern die Bewässerung. Recycelte Materialien aus dem Bestand wurden integriert, während Natursteinfassaden zugleich Lebensräume für heimische Tierarten schaffen. Auch die 25 E-Ladestationen und die Förderung sanfter Mobilität zeigen, dass hier Komfort und Verantwortung zusammen gedacht werden.



So entstand ein Ort, der Erholung nicht inszeniert, sondern ermöglicht. Wandern, Mountainbiken oder Yoga fügen sich selbstverständlich in das Konzept, der Spa-Bereich übersetzt die Ruhe des Waldes in sinnliche Regeneration. Regionale Kulinarik und kurze Lieferketten ergänzen den Ansatz.

www.wald-weit.com
www.bgf-plus.de



VOM TELEGRAPHENAMT ZUM HOTEL

Neobarocke Postarchitektur in neuer Nutzung

Fotos: Florian Groehn

Das ehemalige Kaiserliche Telegraphenamt in Berlin-Mitte zählt zu den markantesten Postbauten des frühen 20. Jahrhunderts. Zwischen 1910 und 1916 nach Plänen des Architekten Max Lehmann im Stil des Neobarocks erbaut, galt es als der teuerste Postbau Deutschlands seiner Zeit. Seit 1919 war das Gebäude über Jahrzehnte hinweg ein zentrales Zentrum der Kommunikation. Dank einer damals hochmodernen Rohrpostanlage, die noch bis 1976 in Betrieb blieb, wurden von hier aus täglich 20.000 Telegramme auf den Weg gebracht.

Heute ist das natürlich alles längst Geschichte. Aus dem denkmalgeschützten Gebäude ist nach aufwendiger Restaurierung und Modernisierung ein privatgeführtes Boutiquehotel geworden, das – 2022 eröffnet – historische Elemente mit zeitgemäßem Komfort verbindet. Damals wie heute sind die markante Natursteinfassade mit den großen Rundbogenfenstern und die großzügige Auffahrt gegenüber dem Monbijoupark prägende Merkmale. Innen kontrastieren freigelegte Backsteinwände, historische Säulen, Mosaikböden und Kappendecken mit modernen Gestaltungs-



elementen des Designbüros Dreimeta. Beige- und Grautöne, kombiniert mit bronzefarbenen Details, prägen die Atmosphäre. Besonders hervorzuheben sind die sieben Maisonette-Zimmer mit

bis zu fünf Metern Deckenhöhe und bodentiefe Fenstern. Handwerkliche Details wie Fischgrätparkett und maßgefertigte Möbel setzen die historische Substanz in einen neuen Kontext.



© Telephonamt



© Telephonamt

Der Gebäudekomplex umfasst mehrere Flügel, Treppenhäuser, Innenhöfe und große Säle, die heute für Veranstaltungen genutzt werden können. Der ehemalige Kutscherhof erhielt ein Glasdach, das eine neue Nutzung als Eventfläche ermöglicht. Das Frühstück wird in den einstigen Arbeitssälen serviert, während Restaurants, eine Bar und Cafés das kulinarische Angebot ergänzen.

Mit seiner Lage unweit der Museumsinsel, der Hackeschen Höfe und des Fotografiska Museums



gehört das Telephonamt heute zum „Forum an der Museumsinsel“, einem Stadtquartier, das historische Architektur aus mehreren Jahrhunderten in eine neue städtebauliche Nutzung einbindet. Das Gebäude wird damit zu einem Beispiel für den Wandel von Infrastrukturbauten zu Orten des städtischen Lebens – und für den schonenden Umgang mit einem bedeutenden Baudenkmal der Berliner Stadtgeschichte.

www.patzschke-architektur.de
www.telephonamt.com



LÄSSIGE OASE IN DER STADT

Fotos: Cocoon

Ein Hotel begeistert mit biophilem Design und urbanem Lebensgefühl

Das Hotel Cocoon Sendlinger Tor erzählt mit einem klaren gestalterischen Konzept eine Geschichte der Metamorphose. Inspiriert vom Gedanken der Verwandlung sind die Zimmer als intime Rückzugsorte konzipiert, Orte zum Einkuscheln, in denen Gäste zur Ruhe kommen und sich vom Rhythmus der Stadt lösen können. Gedämpfte, erdige Farbtöne, kombiniert mit Korbmöbeln und wohnlichen Details, schaffen eine Atmosphäre der Geborgenheit. Im Kontrast dazu stehen die lebendigen öffentlichen Bereiche des Hauses. So präsentieren sich die Lobbys als kommunikative Treffpunkte – offen, einladend und urban.

Hinter der Marke Cocoon steht Hotelier Johannes Eckelmann, der mit seinen inzwischen sechs Cocoon-Standorten in München, Wien und Salzburg eine klare Vision verfolgt: urbane Rückzugsorte zu schaffen, die Ruhe, Inspiration und Kraft schenken. Das Hotel am Sendlinger Tor war das Ursprungs-Cocoon, das vom Büro Dreimeta aus Augsburg neu inszeniert wurde. Mit feinem Gespür für Materialität setzt das Studio auf hochwertige, zugleich unkonventionelle



Elemente. Großformatige florale Motive, kräftige Farben und ein ausdrucksstarkes Design verleihen den öffentlichen Räumen eine dynamische Energie, die Begegnung und Austausch fördert. In der Lobby laden abgestufte Loungebereiche zum Entspannen ein: Blau- und Grüntöne in

Verbindung mit Grünpflanzen setzen frische Akzente. Tapeten mit üppigen Pflanzen- und Waldmotiven verstärken das biophile Design. In den Zimmern liegt der Fokus auf dem „Nestgedanken“: Holzoberflächen schaffen Wärme, Filzelemente verbessern die Akustik und vermit-



teln ein Gefühl von Geborgenheit. Die Farbwelt bleibt bewusst zurückhaltend und erdig. Schwarze Akzente – etwa matt-schwarze Türdrücker – setzen markante Kontraste und unterstreichen den modernen Anspruch des Designs. Auch für die neue Rooftopbar „Freischwimmer“ entwarf Dreimeta ein außergewöhnliches Design: eine Poolbar ohne Wasser, aber voller Sommergefühl. Türkisfarbene Fliesen, Schwimmflossen und Strohtaschen fangen Urlaubsstimmung in der Stadt ein. Schaukeln ersetzen Barhocker, eine Poolleiter lehnt an einem imaginären Becken und das Schild „Nicht vom Beckenrand springen“ lädt spielerisch dazu ein, loszulassen und sich zu entspannen. Die Bar ist nach Osten und Westen ausgerichtet und eignet sich perfekt für einen Kaffee bei Sonnenaufgang oder einen Drink bei Sonnenuntergang. Liegestühle,

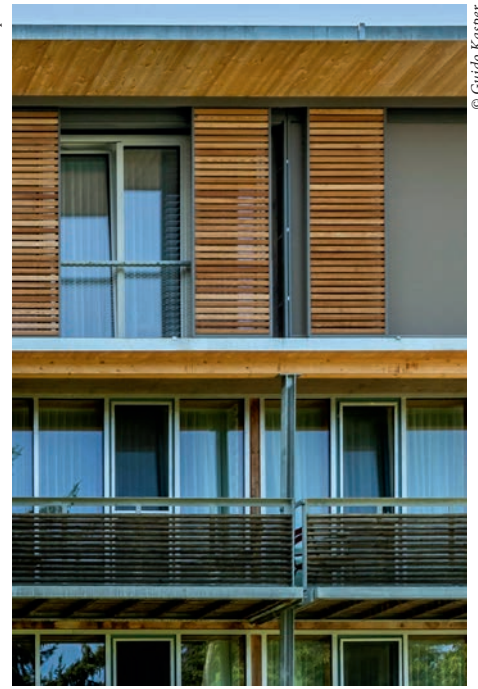


gestufte Sitzgelegenheiten und kleine Tische laden zum Verweilen und Netzwerken ein. Auch die Pinsabar im Haus greift das Interior-Konzept auf: moderner Look, warme Materialien, entspannte Atmosphäre. Kulinarisch setzt das Hotel konsequent auf Regionalität und Nachhaltigkeit – von Bio-Frühstücksprodukten bis zur frisch gebackenen Pinsa.

www.cocoon-hotels.com
www.dreimeta.com



© Guido Kasper



© Guido Kasper

IM DIALOG MIT DER LANDSCHAFT

Fotos: Heike Rahmen

Sensible und nachhaltige Aufstockung eines inklusiven Biohotels

Passend zum Bestand in Holzbauweise aufgestockt, fügt sich das inklusive Hotel und Gasthaus Seehörnle in Gaienhofen-Horn sensibel in das Landschaftsschutzgebiet Bodenseeufer ein. Auf der idyllischen Halbinsel Hörli gelegen, bietet das Haus, das viele Wander- und Fahrradtouristen anzieht, auch Menschen mit Behinderung barrierefreie und rollstuhlgerechte Unterkünfte und inklusive Arbeitsplätze.

Die statische Anbindung der Aufstockung an das Bestandsgebäude, geplant durch die Architektin Gabi Davidson, erfolgte präzise: Der Übergang von den akustisch getrennten Brettstapelmodulen zu den als Holzständerwände ausgeführten Trennwänden wurde über akustisch entkoppelte Schwellen realisiert. Auf diese Weise entstand eine stabile, elegante Einheit zwischen Bestand und Aufstockung, die Sicht- und Wärmequalität optimal vereint. Ein neuer Aufzug dient als Evakuierungsaufzug. Zudem wurde die Ankunftssituation neu gestaltet, um einladende Blickbezüge vom Bodenseeradweg zu ermöglichen und den Außenbereich für Bewirtung sowie eine strukturierte Stellplatzordnung übersichtlich zu gestalten.



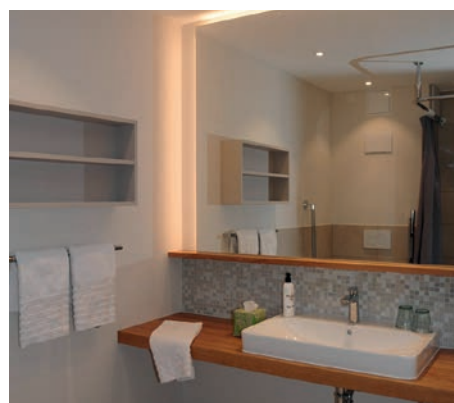
© Guido Kasper

Um die Aufstockung zu ermöglichen, musste zudem der Bestand brandschutztechnischertüchtigt werden, was dazu führte, dass die bestehenden Zimmer saniert wurden. Im Zuge der

Aufstockung entstanden im neuen Geschoss elf neue Gästezimmer, die der Philosophie folgen: barrierefrei und nutzerorientiert. Um großzügige Räume zu ermöglichen, ragt dieser Bereich aus und



verzichtet auf Balkone. „Das Ziel bei der Inneneinrichtung der neuen Zimmer war es, ein wertiges Interior zu schaffen – mit vielen Naturmaterialien im Sinne des Biohotels und einer wohltuenden Atmosphäre“, erläutert Innenarchitektin Heike Rahmen. Eingesetzt wurde eine fein abgestimmte Komposition aus Farben und Materialien, darunter Landhausdielen aus Eiche, Massivholzbetten und feine Polstermöbel. Am Eingang des Hotels entsteht die neue Rezeption mit Front- und Backoffice. Von dort aus blickt man direkt auf die Terrasse und das dazugehörige Gasthaus. Das Besondere



im Planungsprozess war die enge Zusammenarbeit zwischen Architektin und Innenarchitektin sowie ein vertrauensvoller Dialog mit der Bauherrschaft.

Sowohl bei der Gestaltung als auch bei den Baustoffen wurde auf Nachhaltigkeit, Naturnähe und Schadstoffvermeidung geachtet. Eine hohe Energieeffizienz des Gebäudes sowie eine Kombination aus extensiver Dachbegrünung und Photovoltaik unterstützen den ökologischen Anspruch.

www.davidson-schroff.net

www.heike-rahmen.de



ZWISCHEN LÄSSIG UND KUNSTVOLL

Cityhotel mit eigenem Interior-Stil

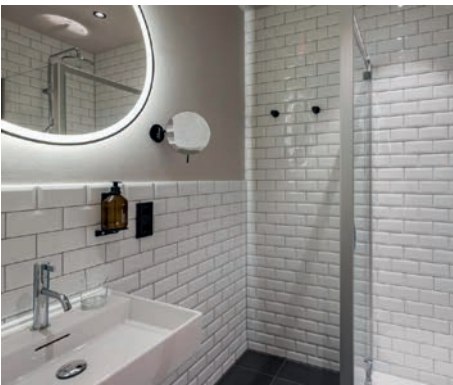
Fotos: Amano Group

Ob für Städtereisende oder Messebesucher:innen – ist zwischen Hauptbahnhof und Königsallee mit dem Amano Düsseldorf ein neues Zuhause auf Zeit entstanden. Das neugestaltete Hotel ist das zwölfte der in Berlin ansässigen Hotelgesellschaft, die in den letzten Jahren bereits acht Häuser in der Hauptstadt und je eins in München, London und Leipzig eröffnet hat. Bei der Wahl des neuen Standorts konnten vor allem die spannende Kunst- und Modeszene, die vielfältige Gastronomie, der ausgeprägte architektonische Mix aus Historie und Moderne sowie viel Wasser und Ufer punkten. Düsseldorf hat mit seiner Mischung aus Kreativität, Internationalität und Stilbewusstsein überzeugt. „Wir glauben, dass Amano hier gut andocken kann: mit Charakter, Design und einer gewissen Offenheit für Neues“, erklärt Ariel Schiff, Gründer der Amano Group und fügt hinzu: „Unser Ziel ist es, mit dem Hotel Amano Düsseldorf einen lebendigen Ort zu schaffen – nicht nur für Gäste, sondern auch für die Stadt selbst.“ Geführt wird das Hotel von einer waschechten Düsseldorferin, die ihren Gästen dank des klaren Heimvorteils viele Insider-Tipps bieten kann.



Seinen unverwechselbaren und in allen Hotels wiedererkennbaren Charme verdankt das neue Haus in Düsseldorf dem Berliner Inhouse-Architekten Julien David Schaab. Erstmals wurde ein Hotel komplett im eigenen Interior-Stil eingerichtet. Mit Materialien wie Nussbaumholz,

Marmor und Messing sowie warmen, dunklen Farbtönen ist eine wohlige Atmosphäre entstanden, die Gäste aus aller Welt willkommen heißt. Details wie die Designer-Leuchten und handgefertigte Fliesen setzen starke Akzente. Außergewöhnliche Eyecatcher wie die „Panora-



ma in Chenille“-Tapete hinter der Rezeption und Kunst von Oliver Rath oder ZooZoo bringen den typischen Lifestyle von Amano zum Ausdruck: lebensfroh, kosmopolitisch und genussvoll. Durch einen Rundbogen, ein Podest, spezielle Farbwelten sowie Einblicke und Ausblicke sind die öffentlichen Bereiche in verschiedene Ebenen unterteilt und doch miteinander verbunden. Auf diese Weise bietet die Lobby eine entsprechende Umgebung für fast jede Gelegenheit. So dient sie als Bar, Frühstücksraum, Coworking-Space oder als Treffpunkt für Reisende. Die zusätzliche Wandelbarkeit ermöglicht eine optimale Ausnutzung des Raums über den gesamten Tag hinweg. Gleichbleibend ist dabei nur der urbane Style. Das neue Hotel verfügt über 92 Zimmer, die mit warmen Holzböden, hochwertigen Materialien und einer klaren Formensprache zum



langen Verweilen einladen. Dabei erinnert die Einrichtung weniger an ein Hotel als vielmehr an ein Gästezimmer mit Zuhause-Flair. Zurückhaltender Luxus und Komfort tragen zudem zu einem angenehmen Aufenthalt bei.

www.amanogroup.com



RESONANZRÄUME

Fotos: Steve Herud

Transformation eines Gebäudes macht die industrielle Vergangenheit erlebbar

Das Noxx Hotel verbindet Geschichte und Moderne auf eindrucksvolle Weise. Als Teil des Lifestyle-Areals des Lokschuppens Marburg verwandelt es ein Industriedenkmal in einen lebendigen Ort für Begegnung, Arbeit, Genuss und Erholung. Auf sechs neuen Geschossen bietet das Hotel, errichtet auf den Resten der alten Maschinenhalle neben dem ehemaligen namensgebenden Lokschuppen, 82 Zimmer, Seminarräume, ein Fitnessstudio, eine Bar und eine Rooftop-Terrasse mit Panoramablick.

Das Gebäude erfüllt den Effizienzhaus-Standard 55 EE mit Wärmepumpen, Photovoltaik und intelligenter Gebäudetechnik und erzählt zugleich von der gelungenen Verbindung aus industrieller Geschichte, moderner Ingenieurskunst und emotionaler Gastlichkeit. Das Interior Design von Studio Aberja macht die Vergangenheit des Lokschuppen-Areals als atmosphärischen Resonanzraum für zeitgenössischen Lifestyle spürbar. Bereits beim Betreten der Lobby wird deutlich, wie die Gestalter die industrielle DNA des Ortes in ein Raumkonzept übersetzt haben, das gleichermaßen funktional wie sinnlich ist:



Sichtbare Betonstützen, gealterte Ziegelwände und maßgefertigte Details wie gebogene Stahlwaschschalen erzählen von Handwerk und Tech-



nik, während warme Farben und Texturen eine Weichheit hinzufügen. Das Ziel der Planer war nicht, die Spuren zu glätten, sondern diese zu



transformieren. So avancierten 24 Rundstützen im Erdgeschoss zu Protagonisten des Raums: Sitzbänke, Regale, Tische und raumhohe Leuchten verbinden sich zu einer begehbaren Skulptur, die an eine riesige Maschine erinnert – ein Sinnbild für die Ingenieurskunst, die einst hier zu Hause war. Gleichzeitig brechen Materialien und Farben bewusst mit der kühlen Analogie und verleihen dem Ensemble einen warmen, fast wohnlichen Charakter. Auch in den Gästezimmern folgt das Design dieser Dualität: Aufgrund der komplexen Gebäudegeometrie entwickelten die Gestalter ein System typisierter Einbaumöbel – Regale, Kleiderschränke, Waschtische –, um die Vielfalt der Grundrisse zu ordnen und zugleich Individualität zu bewahren. Ein homogenes Prinzip, das Ruhe schafft, ohne Eintönigkeit zu erzeugen. Ein besonderer Dialog entwickelte



sich mit dem Bauherrn, dessen Begeisterung für Technik und Präzision das Projekt prägte. In enger Abstimmung mit Aberja entstand so zum Beispiel die Noxx-Signature-Leuchte: eine parametrisch entworfene Lichtskulptur, deren Wellenstruktur ein faszinierendes Spiel aus Schatten und Reflexionen erzeugt. Ihr Licht erinnert an die Iris eines Auges und steht symbolisch für Wahrnehmung, Fokus und Tiefe.

www.noxx-hotel.com
www.aberja.net



© Sine Heilmann



© Ed Reeve

TEIL DER GESAMTIDEE

Bad design unterstützt detailorientierte Gestaltung

In hochwertigen gastronomischen Innenräumen werden Ausstattungselemente zunehmend als Teil einer durchgängigen gestalterischen Gesamtidee verstanden. Im Restaurant „Goldfinch“ in Kopenhagen unterstützen die Badaccessoires von Frost Denmark eine sachliche, detailorientierte Gestaltung ohne dominante Präsenz. Das Lokal verbindet kantonesische Küche mit einem ruhig gestalteten, modernen Interieur. Warme Materialien und klare Linien prägen die Atmosphäre. Das Restaurant „Alchemist“ in Kopenhagen verbindet Gastronomie, Kunst und Raumgestaltung zu einer Gesamtkomposition. Die Räume sind als kuratierte Sequenzen angelegt, in denen jedes Detail Teil der Erfahrung wird. Auch hier sind Badaccessoires in die Architektur eingebunden und treten mit reduzierter Formsprache hinter Materialität und Lichtwirkung zurück.

www.frostdenmark.com



© Søren Gammelmark

REISE DURCH RAUM UND KUNST

Restaurant als begehbares Haus mit Kunstkonzept

Im eleganten Madrider Stadtviertel Salamanca präsentiert sich das Restaurant Keli in einem dreistöckigen Gebäude mit neuer Innenraumgestaltung. Das Interior Design der Rockwell Group für das 600 m² große Lokal mit 224 Plätzen ist von der Einladung in ein privates Zuhause inspiriert und integriert ein Kunstprogramm.

Das Restaurant entfaltet sich wie ein Privathaus: Jede Ebene bildet eine eigene Szene eines weit gereisten Gastgebers. Die Farb- und Materialwelt greift die Farbpalette Pedro Almodóvars auf und kombiniert Holz, Leder, Stein und maßgefertigte Einbauten. Bibliothek, Bar und Küche liegen auf Erd- und Zwischenebene mit restauriertem Parkett und Fliesen; darüber Restaurant und Terrasse, darunter Spiel- und Musikräume als nächtliche Bühne. Kunstwerke verschiedener Künstler:innen verwandeln das Restaurant in eine sich wandelnde Galerie.

www.rockwellgroup.com



© Ed Reeve



© Ed Reeve



HARMONISCHES ZUSAMMENSPIEL

Fotos: Villeroy & Boch

Sanierung eines Hotelensembles vereint historische Substanz und zeitgemäße Gestaltung

Im Herzen von Baden-Baden präsentiert sich das traditionsreiche Steigenberger Icon Europäischer Hof nach umfassender Sanierung und Erweiterung in neuem Erscheinungsbild. Das vom Büro DK Studio geplante Projekt vereint vier denkmalgeschützte Bestandsgebäude und einen Neubau zu einem Ensemble, das historische Bausubstanz und zeitgenössische Architektur miteinander verbindet. Die Umsetzung stellte hohe Anforderungen an Planung und Bauausführung. Neue Verbindungsstrukturen schaffen fließende Übergänge zwischen Alt und Neu und ermöglichen ein harmonisches Zusammenspiel unterschiedlicher Bauzeiten und Architekturschichten.

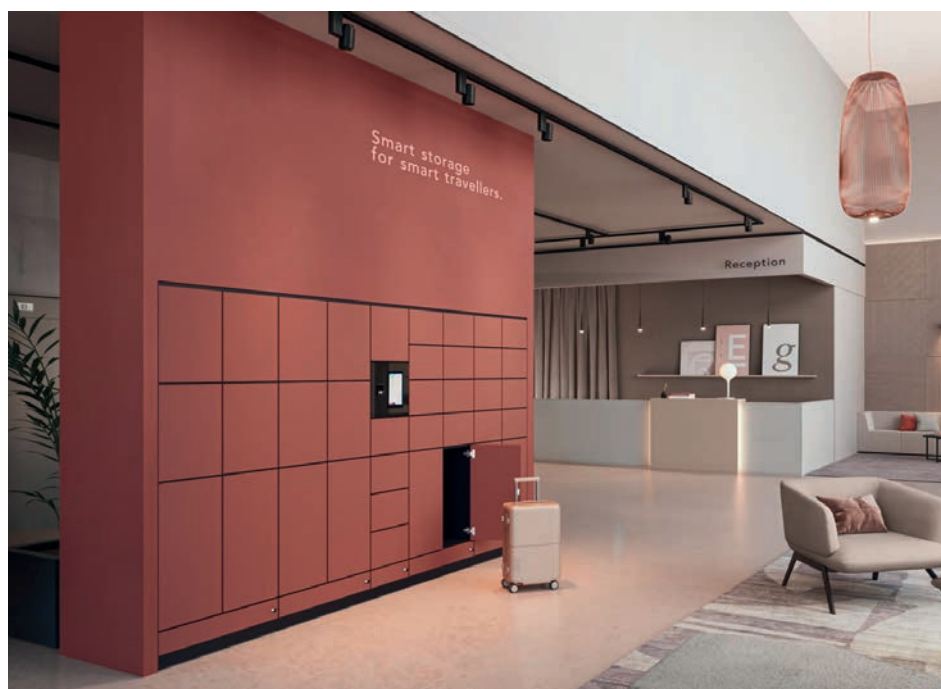
Auch im Interior Design setzt das Fünf-Sterne-Hotel auf eine zurückhaltend elegante Gestaltung. Natürliche Materialien, hochwertige Oberflächen und eine fein abgestimmte Farbpalette prägen die Atmosphäre der Gästezimmer und Bäder. Für die Ausstattung der Bäder kamen Produktlösungen zum Einsatz, die sich in das anspruchsvolle Gestaltungskonzept einfügen und die klare Formensprache der Innenarchi-



tektur unterstützen. Blickfang in der Suite ist eine freistehende Badewanne. Ihre geometrisch präzise Gestaltung verbindet ovale und rechteckige Konturen und setzt einen ruhigen Akzent innerhalb des marmorverkleideten Raumes. Die Ausführung aus Quaryl® ermöglicht filigrane Wandstärken bei hoher Stabilität und trägt

damit zur hochwertigen Anmutung des Badezimmers bei. Das Projekt zeigt beispielhaft, wie sich denkmalgeschützte Architektur, zeitgemäße Hotelkonzepte und hochwertige Innenraumgestaltung zu einem stimmigen Gesamterlebnis verbinden lassen.

www.villeroy-boch.de



MEHR ALS GEPÄCKAUFBEWAHRUNG

Modulares, smartes Schließfachsystem ermöglicht kontaktlosen Service im Hotellalltag

Fotos: Ina Fassbender

Digitale Services und flexible Nutzungsangebote verändern die Anforderungen an Hotels. Gäste erwarten heute unter anderem einen jederzeit möglichen Check-in, uneingeschränkten Zugang zu Wellness-, Sport- oder Tagungsbereichen, sichere Gepäckaufbewahrung, kontaktlose Übergaben oder die Annahme von Lieferungen unabhängig von Rezeptionszeiten. Gleichzeitig stehen viele Betriebe vor personellen Herausforderungen und suchen nach Möglichkeiten, Abläufe effizienter zu organisieren.

Ein modulares Schließfachsystem präsentiert Assmann Büromöbel im Hotelkompetenzzentrum Oberschleißheim, der neutralen Ausstellungs- und Beratungsplattform für Hotelplaner, Architekten und Entscheider. Ursprünglich für Büro- und Coworking-Umgebungen entwickelt, kann der Smart Locker inzwischen als vielseitig nutzbare Infrastrukturkomponente überall dort genutzt werden, wo flexible und sichere Übergabe- und Aufbewahrungsprozesse benötigt werden. Die Anlage verfügt über Fächer in verschiedenen Größen und lässt sich für zahlreiche Anwendungen nutzen – von der Gepäckaufbe-



wahrung über die Schlüssel- und Dokumentenübergabe bis hin zur Paketannahme. Auch als Fundbüro, Mitarbeiter-Locker oder Übergabestation für Housekeeping-Prozesse kann das System eingesetzt werden. Die Integration in bestehende digitale Infrastrukturen ist möglich. Die Schließfächer können an vorhandene Softwarelösungen angebunden werden und funk-

tionieren ohne klassische Schlüssel, wobei die elektronischen Schlösser auch ohne Batterien arbeiten können. Durch das Betätigen des Öffnungsmechanismus wird ausreichend Energie erzeugt, um einen RFID-Transponder auszulesen und die Zugangsberechtigung zu prüfen.

www.assmann.de

EIN RAUMKONZEPT, DAS MEHR KANN

Einrichtungslinie für die Hotellerie mit Loftästhetik

Mit „MIX“ präsentiert sich ein durchdachtes, bewusst schlicht gehaltenes Designkonzept, das sowohl für Stadthotels und Kurzaufenthalte als auch für die moderne Ferienhotellerie entwickelt wurde. Der moderne Loft-Stil lebt von markanten Metall-Holz-Kombinationen und eröffnet eine Vielzahl individueller Farbmöglichkeiten.

Stimmungsvolle LED-Beleuchtung sorgt für Atmosphäre und unterstreicht den urbanen Charakter. Für höchsten Schlafkomfort stehen komfortable Betten mit hochwertigen Matratzen zur Verfügung, bei denen der Hotelier zwischen zwei Härtegraden innerhalb einer Matratze wählen kann – ein Service-Highlight, mit dem Hotels spürbar punkten.

www.objekt.de

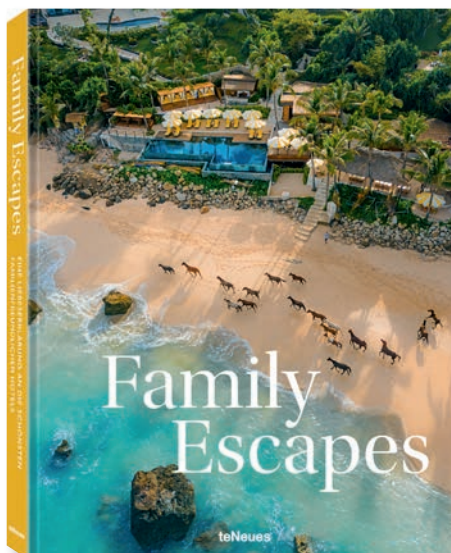


BUCHTIPP

FAMILY ESCAPES

Schönste, familienfreundliche Rückzugsorte

Das Buch lädt reiselustige Familien dazu ein, Neues auszuprobieren, Grenzen zu verschieben und die Welt mit jener natürlichen Neugier zu entdecken, die Kinder ganz selbstverständlich mitbringen. Oder, wie die Autorin Andrea Stadlhuber es formuliert: „Mit Kindern ist alles möglich – nur noch schöner.“ Für die Autorin ist gemeinsames Reisen weit mehr als Urlaub: Es bedeutet, Freiheit zu spüren, den Blick zu erweitern und besondere Momente zu teilen – Erlebnisse, die für Kinder zu Erinnerungen werden, die ein Leben lang nachwirken. In den letzten zehn Jahren hat Andrea Stadlhuber gemeinsam mit ihrem Mann und ihren drei Söhnen jedes Hotel dieses Bildbands besucht. Dabei richtet sich der Blick des Buches nicht auf klassische Familienhotels, sondern auf außergewöhnliche Rückzugsorte. Entstanden ist eine sorgfältige Auswahl traumhafter Inseln, individueller Safari-Camps, charaktervoller Natur-Lodges und Orte, die zum Entdecken einladen. Für die Autorin ist Reisen untrennbar mit Slow Travel verbunden – Zeit für das Wesentliche und füreinander.



Andrea Stadlhuber (Autorin)
teNeues (Hrsg.)

Family Escapes

272 Seiten, Hardcover, Farbfotografien,
Format: 24,5 x 31,4 cm

60 Euro

ISBN: 978-3-96171-728-6

www.teneues.com



REDUZIERT MIT WEICHER NOTE

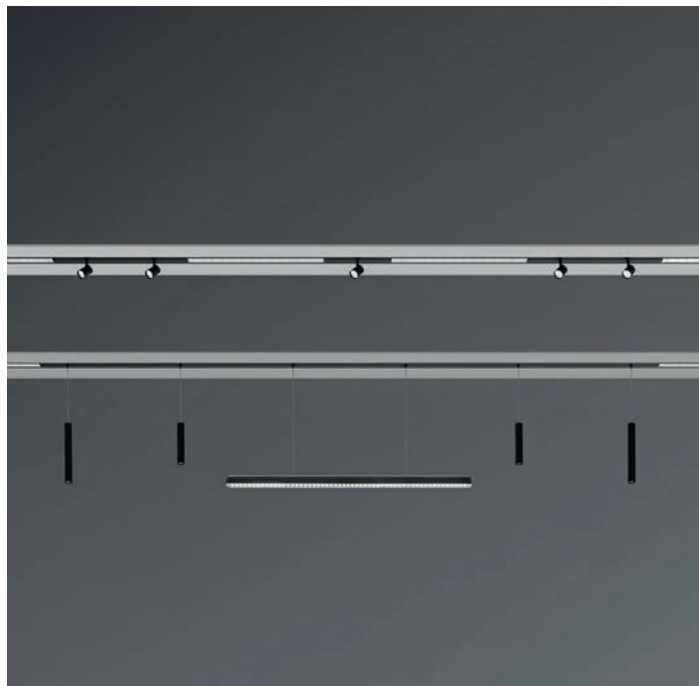
Wandleuchte mit klarer Formensprache

Wandleuchte Makoto (Design: Nital Studio) zeichnet sich durch ein schlankes, minimalistisches Design aus. Ihre vertikale Silhouette besteht aus satiniertem Chrom mit gebürsteter Oberfläche, die dem industriell anmutenden Look eine subtile Weichheit verleiht. Der verstellbare Leuchtenkopf ermöglicht eine gerichtete Lichtführung. Dadurch lässt sich die Leuchte flexibel für unterschiedliche Nutzungssituationen einsetzen, etwa beim Lesen oder Arbeiten.



Die reduzierte Formgebung stellt die Funktion in den Vordergrund und integriert sich zurückhaltend in unterschiedliche Innenraumkontexte. Dabei folgt die Gestaltung einem funktionalen Ansatz innerhalb zeitgenössischer Innenarchitektur. Die Leuchte fügt sich sowohl in privaten als auch öffentlichen Bereichen ein.

www.nordlux.com



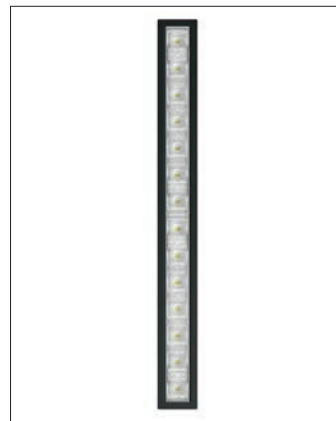
© lichtwerk

FORMT RÄUME AKTIV

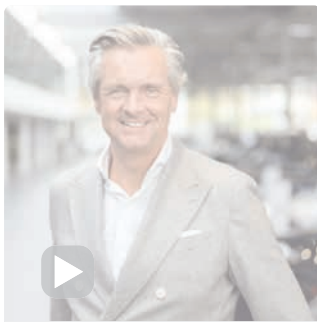
Modulares, neu konfigurierbares Lichtkanalsystem

Das modulare Lichtkanalsystem cena vereint Lichtgestaltung, Installationskomfort und langfristige Nutzungsqualität in unterschiedlichen Innenräumen – von Verkehrsflächen über Büro- und Besprechungsräume bis zu Retail- und Bildungsbauten. Herzstück ist ein schmales Kanalprofil mit innenliegender Verdrahtung. Die Komponenten lassen sich frei positionieren und später neu konfigurieren. Auch Blindeinheiten sind integrierbar, so dass Lichtkanäle bewusst gegliedert werden können. Über Ecken mit 90° geführte Lichtstrukturen sind ebenfalls möglich. Opale Lichtlinien sorgen für eine gleichmäßige Grundbeleuchtung, asymmetrische Lichtlenkung dient Wand-, Tafel- oder Flurbeleuchtung. Das System ist in 64 RAL-Farben erhältlich und integriert Einzel- und Doppelstrahler, Pendelleuchten, die die filigrane Leuchte klar und Stromschieneneinsätze stimmig in eine durchgehende Lichtstruktur einbinden.

www.lichtwerk.de



© lichtwerk



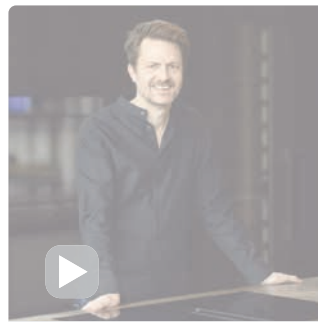
Steffen Knies, Geschäftsführer Porsche Zentren Hamburg, über das neue Porsche Approved & Service Zentrum

18:44



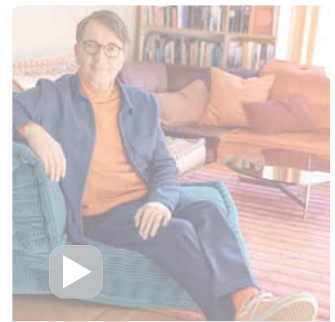
Susanne Brandherm, brandherm+krumrey interior architecture, zum Wandel von Bürowelten

36:22



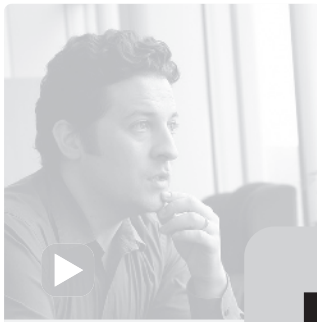
Martin von Freeden, Head of Design bei V-Zug, über seine Vision und den Ansatz minimalistischer Ästhetik

29:46



Prof. Dr. Axel Buether, Didaktik der Visuellen Kommunikation, wie sich Atmosphäre in Stadtraum, Architektur und Innenraum auf das Wohlbefinden auswirkt

44:50



Prof. Ulrich Blum, Digitales Entwerfen, Konstruieren, Zaha Hadid Architects, Arbeitsplatzgestaltung mithilfe von VR

41:07



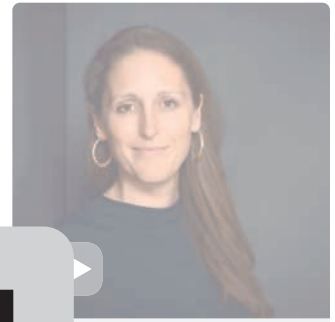
Trendexpertin Birgit Gebhardt über eine neue Bedeutung für das Büro

40:20



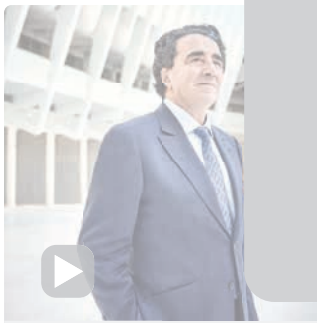
Interior Designer Olaf Kitzig zum Umbau einer historischen Backsteinvilla

37:49



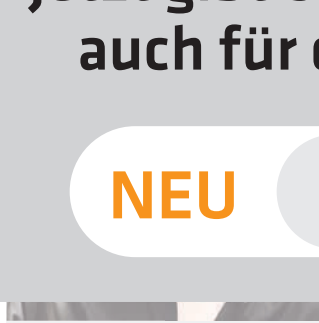
Axel Schmid, Head of Product & Project Design bei Ingo Maurer

31:50



Santiago Calatrava über seine Haltung als Architekt und Künstler

56:56



Maria Faßbender, Innenarchitektin und Projektleiterin bei rehub, über digitale Visionen im Bürobereich

32:33



Claude-Patrick Jeutter, technischer Geschäftsführer bei Porr, über Flexibilität und Vielfältigkeit des nachhaltigen Wohnungsbaus

18:29



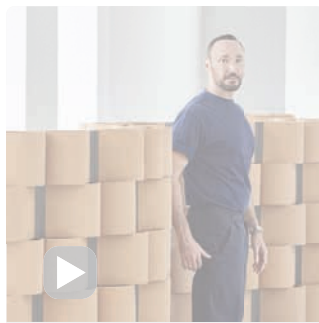
Roland Kühnel, Geschäftsführer bei Timpla, über Einsatz- und Umsetzbarkeit der Modulbauweise

30:55



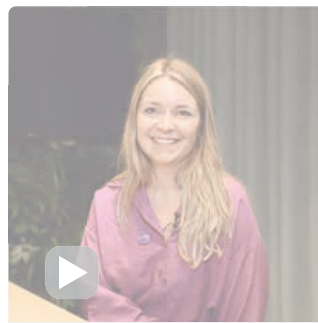
Produktdesigner Bodo Sperlein über seine Philosophie, Inspiration und Projekte

41:04



Prof. Dr. Axel Buether, Didaktik der Visuellen Kommunikation, wie sich Atmosphäre in Stadtraum, Architektur und Innenraum auf das Wohlbefinden auswirkt

44:50



Trendexpertin Birgit Gebhardt über eine neue Bedeutung für das Büro

40:20



Interior Designer Olaf Kitzig zum Umbau einer historischen Backsteinvilla

37:49

HÖRT, HÖRT!

Jetzt gibt's Architektur auch für die Ohren!

NEU

PODCASTS

Einfach QR-Code einscannen oder dem Link folgen



www.cube-magazin.de/videos-podcasts



HEWI

HEWI

Ikonische Form am Waschtisch



Die Armatür AQ 111 überträgt die prägnante Rundrohr-Form des HEWI Türdrückers System 111 konsequent auf den Waschtisch. Inspiriert von der ikonischen Formensprache verbindet sie ruhige Geometrie mit einer Bedienung, die sich mühelos erschließt, und einer Verarbeitung, die Präzision spürbar macht. In Kombination mit dem DUO Waschtisch entsteht eine architektonische Einheit. Erhältlich in Chrom, Schwarz matt, Weiß matt und Messing glänzend. www.hewi.com