

Hotelier

Das Schweizer Fachmagazin
für Hotellerie und Gastronomie



GÜNTER WEILGUNI

Der Hotelier über Gastfreundschaft, Interior Design und Projekte → Seite 12

GEZIELTES ONLINE-RECRUITING

Jedem Zielpublikum seine Plattform → Seite 30

MASSGESCHNEIDERTE MÖBLIERUNG

Clevere Planung spart Kosten → Seite 52

CUSTOMIZED WELLNESS-ANGEBOTE

Entschleunigung hat Potenzial → Seite 56

MIT VIEL STRATEGIE GEPLANT

Die roten Sessel im Hotel Rössli in Bad Ragaz designte IDA14.

RALPH FEINER

Gebäude

Reinigung · Unterhalt · Ausstattung · Bauliche Massnahmen



URS WYSS

Für das Hotel City Garden entwarf IDA14 by Karsten Schmidt das Design für alle Polstermöbel, Tische, Schreibtische, den Kofferbock und das Betthaupt.

Folgendes stellt Fachautor **Karsten Schmidt-Hoensdorf** immer wieder fest: erstaunlich hochklassige Design-Stücke im Dreisterne-Hotelzimmer und Billigsessel im Fünfsterne-Kettenhotel. In seinem Beitrag zeigt der Innenarchitekt auf, wie man eine kluge Design-Strategie für die Ausstattung eines Hotels entwickelt.

TEXT: KARSTEN SCHMIDT-HOENSDORF

Angesichts der möglicherweise brutalen Auswirkung des Skaleneffekts auf das Budget ist ein Mangel an Bewusstsein oder Wissen über die Gestaltungskriterien gefährlich. Das Fehlen einer Strategie im Bereich FF&E (Furniture, Fixtures and Equipment) ist wie navigieren auf hoher See ohne Kompass und GPS.

Was bedeutet Skaleneffekt, und was sind nützliche Kriterien, die einen kalkulierten Kurs auch tatsächlich im angepeilten Hafen enden lassen? Skaleneffekt bedeutet für mich der rasante Anstieg von Totalkosten bei scheinbaren Einzelentscheiden: Wenn ich für 75 Hotelzimmer gepolsterte Sessel suche, dann beträgt der Unterschied zwischen einem Sessel für 350 Franken und einem Design-Stück für 1700 Franken in der Summe 100 000 Franken. Vergleiche ich weiter auch Schreibtisch, ergonomischen Stuhl, Beistelltisch, Nachttische, dekorative Leuchten, Vorhänge, abgestimmten Teppich, Betthaupt und Matratze (ohne Bad-Armaturen), dann ist eine Differenz

zwischen einer sparsamen einfachen Möblierung und einer komfortablen, vielleicht sogar luxuriösen Ausstattung für die 75 Zimmer von einer Million Franken realistisch.

«Die Möblierung erscheint oft willkürlich.»

Keiner dieser beiden Kostenpole ist per se falsch oder richtig. Die gewünschte Positionierung des Hotels und die zu erwartenden Einnahmen, der «return on investment», sind ausschlaggebend.

Mit einer entsprechend konfigurierten Excel-Tabelle unterstützen wir unsere Bauherren: Eingegeben in diese Tabelle werden die Auslastung übers Jahr in Prozent, realistisch zu erwartende Zimmerpreise, die Anzahl Jahre →



Links: Für das «Swissôtel Métropole Genève» entwarf IDA14 die Minibar aus Glas und Holz, den verschiebbaren Spiegel mit integriertem TV, Waschtisch, Tapete. Rechts: In der Lobby des «Swissôtel Zürich» hingegen sind alle Möbel Design-Stücke.

NIALL CLUTTON

BRUNO HELBLING

→ der Abschreibung, Unterhaltskosten, die zu erwartende Rendite usw. Wir erhalten daraus eine Zahl, die zeigt, welche Investition ins FF&E «drin liegt». Und welche Investitionssumme über das Ziel einer soliden nachvollziehbaren Finanzierung hinauschießt.

Grundsätzlich vertrete ich die Ansicht, dass in den öffentlichen Bereichen wie Lobby, Bar, Lounge und Bibliothek die Stückzahlen der Möblierung eher

klein sind und hier der Skaleneffekt nicht wie in den Zimmern «zuschlägt». Ausserdem sind diese Räumlichkeiten die Visitenkarte eines Hotels. Hier mehr Geld pro Stück auszugeben, auf das «Charisma» und die hohe Qualität von Design-Stücken zu setzen, ist sinnvoll.

Zeigt sich anhand der Berechnungen, dass ein eher sparsames Budget für die Einrichtung der Zimmer zur Verfügung steht, fragt sich, was der Hotelier tun kann, damit diese Zimmer nicht billig aussehen. Was kann der Hotelier tun, um die im Total ja doch auch grosse Summe möglichst effizient und nachhaltig einzusetzen? Ich nehme wieder das Beispiel des Sessels: Es gibt Sessel für 350 Franken im Fachhandel zu kaufen. Die Namen der einschlägigen Discounter sind bekannt – allerdings auch dem Gast, und nicht nur die Namen, sondern auch die Produkte und deren Qualität. Sieht der Gast ein solches Billigmöbel in seinem Zimmer, fragt er sich zu Recht, ob

er vom Hotel für sein gutes Geld angemessen untergebracht wird.

Häufig ist auch das Mobiliar der Firmen, die komplette Zimmerausstattungen zum Festpreis anbieten, von fragwürdiger Qualität: In der Verwendung billiger Hersteller bei Textilien und

«Massgeschneiderte Entwürfe können die Lösung sein.»

Kunstleder und ohne Gestaltungsanspruch, der den Namen verdient. Logischerweise suchen Hotelausstatter in diesem Bereich ihre Gewinnmarge zu optimieren. Minderwertige Qualität hat aber ihren Preis: Sesselbezüge, die nach

einem Jahr bereits faltig und abgenutzt sind, Furniere, die angeschlagen sind und sich lösen, Vorhangstoffe, die ausbleichen oder nach der Wäsche um Jahre gealtert wirken. Mein persönlicher Lösungsansatz ist der Folgende: Wir entwerfen in unseren Hotelprojekten Möbel, Leuchten und andere Gegenstände oftmals selber. Zumindest für die Hotelzimmer, um den angesprochenen Skaleneffekt zu optimieren. Zusätzlich mischen wir das eine oder andere ikonische Design-Stück unter unsere Entwürfe. So schaffen wir ein originelles und hochstehendes Design, dass den Gast die Wertschätzung des Hotels erleben lässt. Es gibt im In- und Ausland spezialisierte handwerkliche Unternehmen, die solche Kleinserien im Auftrag anfertigen – in guter Qualität.

Mein Fazit: Erarbeiten Sie mit Ihrem Architekten oder Hotel-Designer ein klares Profil für das angestrebte FF&E: Sowohl, was das Budget betrifft, als

auch was das originelle und qualitätsvolle Design angeht. Fordern Sie ihn auf, innerhalb des definierten Budgets auch eigene Entwürfe zu machen und für die Produktion eine konsequente Qualitätskontrolle sicherzustellen. Es gibt den

«Lassen Sie ein klares Profil erarbeiten.»

Spruch: Auf hoher See und beim Bauen begeben wir uns in Gottes Hand. Mit den in diesem Artikel angesprochenen Grundsätzen und Vorgehensweisen sollten gröbere Unwetter zu umschiffen und eine pünktliche und entspannte Ankunft im Zielhafen realistisch und umsetzbar sein.



Der Fachautor

Karsten Schmidt-Hoensdorf ist Gründer und kreativer Kopf des Zürcher Architekturbüros und Interior-Design-Studios IDA14. In den letzten 20 Jahren verwirklichte er zahlreiche Projekte in der Hotellerie. Zudem ist er als Berater für Hotels und Hotelbrands tätig.

ANZEIGE

100 YEARS
ICONIC
BATHROOM
SOLUTIONS

KALDEWEI

Duschfläche CAYANOPLAN

kaldewei.ch