

HOTEL+

TECHNIK

Zukunftsweisend investieren

Wachgeküsst

Die Villa Keller wurde behutsam renoviert.

(Seite 66)

Schallschutz

Die Wahl der Tür macht den Unterschied.

(Seite 72)

Design-Trends

Wie Kreative neue Hotelwelten erdenken.

(Seite 82)

Welten von Ruhe bis Wow

Zwischen Zeitdruck, wirtschaftlichen Anforderungen und dem Anspruch an starke Identität verändert sich auch die Innenarchitektur im Hospitality-Bereich. Doch welche Entwicklungen prägen die Entwurfsarbeit? Welche Rolle spielen Farben und Materialien? Und wie lassen sich Qualität, Funktionalität und Nachhaltigkeit vereinen? Das sagen namhafte Designer. Text: Natascha Ziltz



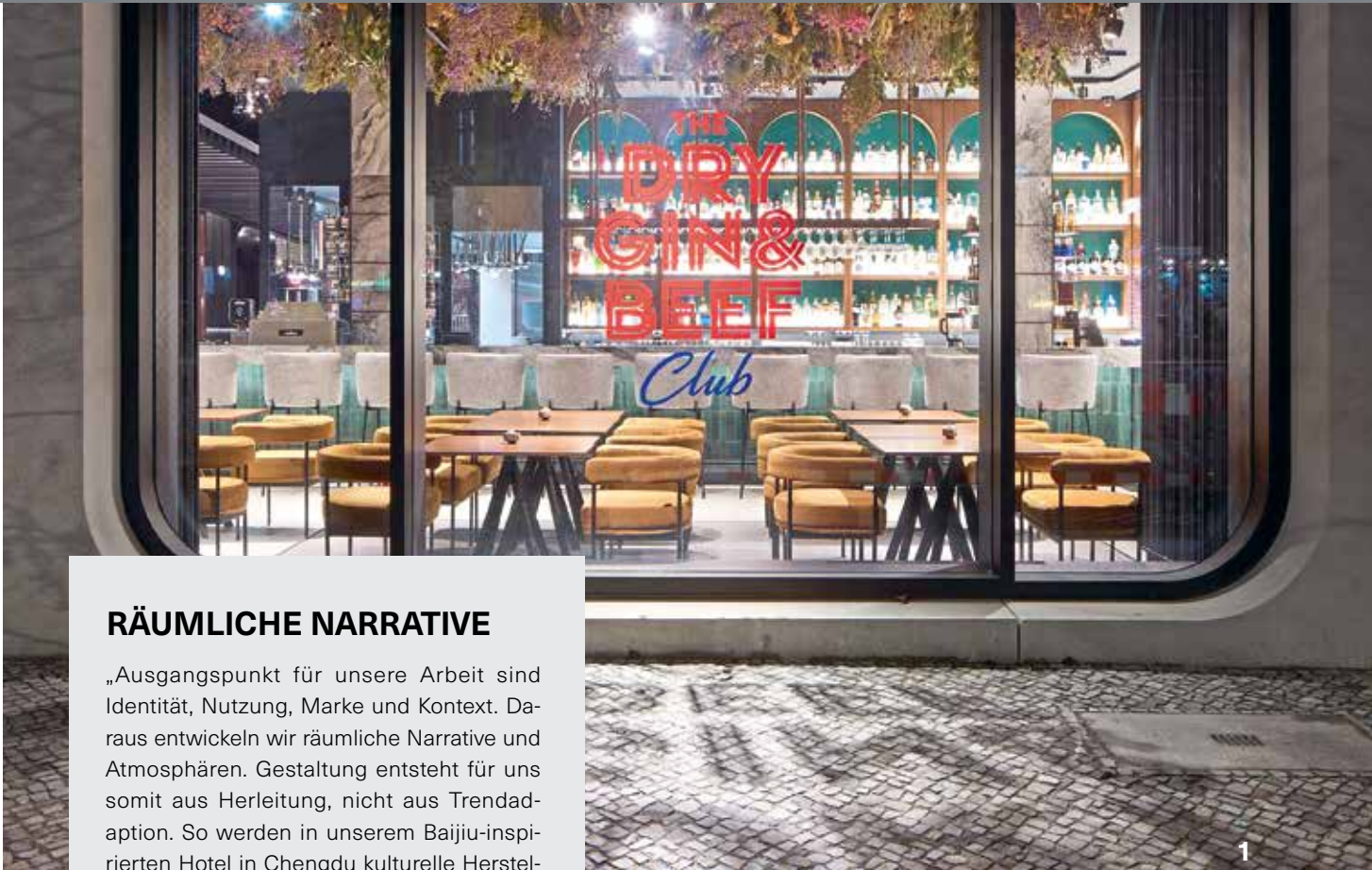
Naturmaterialien und Vanilletöne:
Aktuelles Moodboard vom
Architekturbüro Buerohauser.



Natalie Zieseimer,
Leitende Innenarchitektin,
Buerohauser

BALANCE ZWISCHEN LEISE UND LAUT

„Da wir fast ausschließlich im Bestand arbeiten, liefert das Gebäude selbst die spannendsten Impulse. Wir treffen auf Substanz in allen Zuständen. Die Kernfrage lautet dabei immer: Was retten, was sanieren, wo neu denken? Wir verfolgen einen zirkulären Ansatz: prüfen, was vorhanden ist und wiederverwertet werden kann. Second-Life-Elemente stiften Identität und verleihen Räumen Seele. Farbe ist eines unserer wichtigsten Werkzeuge. Das heißt aber nicht, dass es zwangsläufig ‚knallen‘ muss. Wir suchen die Balance zwischen leise und laut: Eine ruhige Basis aus Puder-, Sand- oder Vanilletönen, ergänzt durch gezielte Highlights. Spannend sind Naturmaterialien wie Hanf, Kork, Schafwolle, Leinen oder Lehmputz. Die echte Kunst im Horeca-Bereich ist der Spagat: Das Material soll nachhaltig und zirkulär sein, muss aber die harten Anforderungen an Brandschutz, Hygiene und Schallschutz erfüllen.“



RÄUMLICHE NARRATIVE

„Ausgangspunkt für unsere Arbeit sind Identität, Nutzung, Marke und Kontext. Daraus entwickeln wir räumliche Narrative und Atmosphären. Gestaltung entsteht für uns somit aus Herleitung, nicht aus Trendadaption. So werden in unserem Baijiu-inspirierten Hotel in Chengdu kulturelle Herstellungs- und Ritualprozesse räumlich übersetzt. Farbe verstehen wir als dynamisches Gestaltungsmittel und Spiegel gesellschaftlicher Entwicklungen. Mineralische, erdige Töne reagieren auf die Sehnsucht nach Haptik und Entschleunigung. Entscheidend ist die Kohärenz mit Identität, Designkonzept und User Journey. Materialwahl folgt Nachhaltigkeit, Langlebigkeit und Zirkularität. Spannend sind Materialien, die Effizienz und Handwerk verbinden und Nutzer einladen, sie mit ihren persönlichen Erinnerungen zu neuen Geschichten zu formen. Diese Haltung zeigt sich etwa in unserem Berliner The Dry Gin & Beef Club mit grillartiger Deckenstruktur, rohem Estrich, grünen Wandfliesen und Pflanzen.“



Andreas Bohlender,
Director Hospitality,
Ippolito Fleitz Group



1+2 The Dry Gin & Beef Club in Berlin (oben) ist konzipiert als Spannungsbogen zwischen ‚Gin-Labor‘ und archaischer ‚Beef‘-Welt. Im Chengdu Hotel (unten) werden lokale Traditionen räumlich übersetzt.



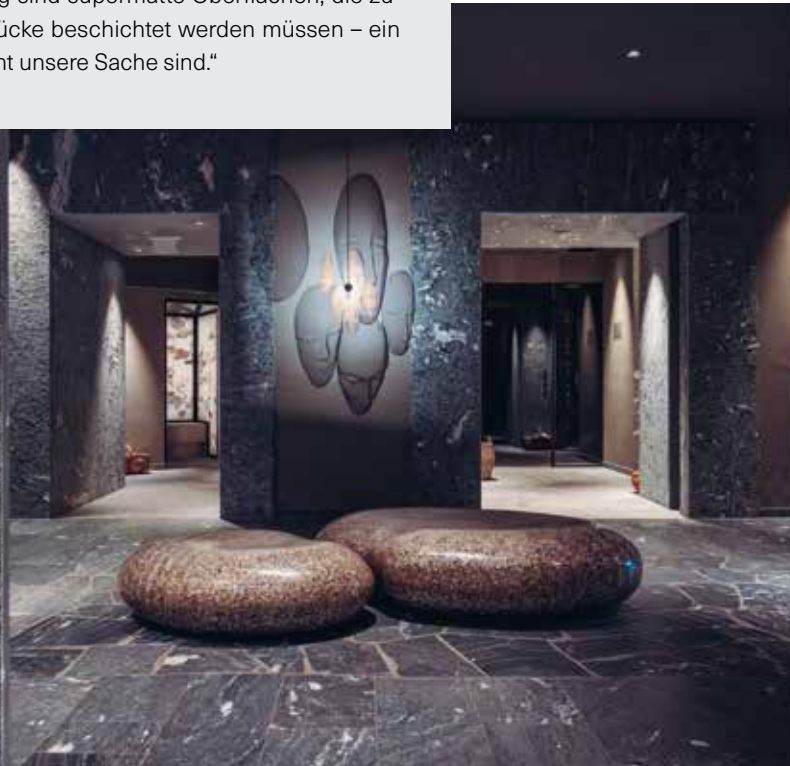
**Cord (links) und Rolf Glantz, Geschäftsführer,
Geplan Design Planungsgesellschaft**

INVESTIEREN STATT AUSGEBEN

„Innenarchitektur soll zeitlose Räume schaffen, die Identität stiften, funktionieren und wirtschaftlich sind. Sie müssen berühren, Abläufe, Licht, Material und menschliche Bedürfnisse erfüllen. Es geht um Investieren statt Ausgeben. Räume müssen Geld verdienen, deshalb sollte jeder Euro überdacht werden. Generell beobachten wir eine funktionale Entwicklung (Hybridisierung): Öffentliche Räume müssen alles können – Restaurant, Café, Event, Bar, Co-Working. Flexible Möblierung, modulare Systeme, textile und schiebbare Trennungen sowie steuerbares Licht passen sie unterschiedlichen Nutzungen an. Hintergrund ist der wirtschaftliche Zwang zur Ganztagsauslastung. Farben sind dabei ein strategisches Werkzeug: Sie schaffen Atmosphäre, zonieren Räume und transportieren Markenidentität. Licht verstärkt ihre Wirkung und muss immer im Zusammenhang mit der richtigen Lichttemperatur gedacht werden. Materialfarbe statt Lackfarbe ist langlebiger und robuster. Zudem empfehlen wir, Materialien mit Patina und robuste Kunstmaterialien zu kombinieren. Ein Trend und teurer Irrweg sind supermatte Oberflächen, die zusätzlich gegen Fingerabdrücke beschichtet werden müssen – ein Grund, weshalb Trends nicht unsere Sache sind.“



**Gelungenes Zusammenspiel
aus Naturmaterialien und
unterschiedlichen Licht-
quellen: Der neue
Wellnessbereich des
Hotels Jungbrunn.**





MASSIVHOLZ, LACK UND METALL

„Die Erwartung an Design und Wow-Effekt ist hoch, Zeit- und Kostenrahmen werden jedoch herausfordernder. Als wesentliches Hilfsmittel hat sich KI etabliert: Design-Ideen lassen sich schneller visualisieren, ein Look & Feel rasch diskutieren. Gleichzeitig besteht die Gefahr, vom inhaltlichen Kern abzuschweifen. Bei einem Hotelkonzept geht es darum, die Marke räumlich spürbar zu machen und eine Experience zu schaffen, nicht um bloße Ästhetik. Farbkonzepte sind zentral für jedes Design und werden projektspezifisch entwickelt. Entscheidend ist, mit welchen Materialien und Oberflächen es zum Leben erweckt wird. Ein zeitloser Klassiker im Horeca-Bereich ist Massivholz: wohnlich, wertig und robust. Ergänzend setzen wir derzeit auf Lackoberflächen, Metall und Naturstein.“



Marlene Gesierich,
Head of Interior Design,
BWM Designers & Architects

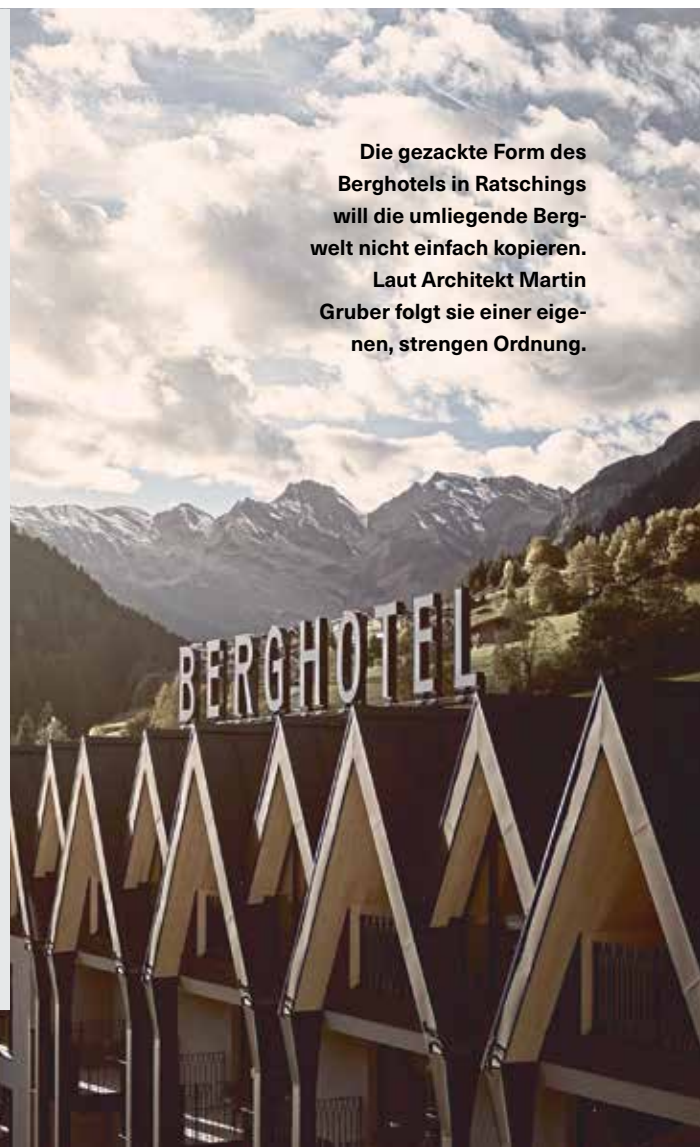
Sinnliches Rot:
Zu sehen im Figlmüllers Café
am Dom (Wien), gestaltet von
BWM Designers & Architects.



Martin Gruber,
Architekt, Brixen

ERDTÖNE & METALLISCHE AKZENTE

„Unsere Entwurfsarbeit entsteht aus Empathie und Aufmerksamkeit für Materialität. Gestaltung verstehen wir als Weiterdenken vorhandener Qualitäten. Material ist Träger von Erinnerung, Struktur und Atmosphäre. Oberfläche, Gewicht, Geruch und Alterungsfähigkeit eröffnen ein Erfahrungsfeld jenseits reiner Funktion. Zeitlose Formen entstehen, wenn die innere Ordnung lesbar bleibt. Holz etwa erzählt über Jahresringe von Dauer und Transformation. So gewinnt Architektur stille Dichte, fördert Orientierung und Wohlbefinden. Farben begreifen wir als räumliche Energie. Erdtöne und warme metallische Akzente schaffen Tiefe und ein Kontinuum aus Material, Farbe und Licht. Im Horeca-Bereich interessieren uns klare, sinnliche Materialien wie Kalk, Sumpfkalk oder handgefertigte Fliesen.“



Die gezackte Form des
Berghotels in Ratschings
will die umliegende Berg-
welt nicht einfach kopieren.
Laut Architekt Martin
Gruber folgt sie einer eigen-
nen, strengen Ordnung.

Skulpturale Wand-
installation im „Dein Apart“
in München, gestaltet
vom Büro Olufemi Moser.



SINNLICHKEIT MIT SUBSTANZ

„Wir beobachten drei prägende Entwicklungen: Erstens den urbanen Wohncharakter in der Hospitality. Die Sehnsucht nach Aufenthaltsqualität jenseits standardisierter Hotelästhetik wächst. Räume sollen wohnlich und urban zugleich wirken, dank natürlicher Materialien, skulpturaler Elemente und klar strukturierter Zonen für Begegnung und Rückzug. Zweitens radikale Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit: Circular Design ist keine Option mehr, sondern bauliche Notwendigkeit. Die Entwicklung geht weg vom kurzfristigen Effekt hin zu langlebigen Materialien wie dunkler Eiche, Messing oder pigmentierten Putzoberflächen, die über Jahrzehnte bestehen. Drittens kontextuelles Storytelling: Entwürfe dürfen nicht austauschbar sein. Regionale Materialien, Geometrien und kulturelle Bezüge werden räumlich neu interpretiert und machen die DNA des Ortes spürbar. Insgesamt zeigt sich eine klare Tendenz zu ‚Sinnlichkeit mit Substanz‘: technologisch hoch effizient, zugleich intuitiv, warm und charakterstark.“



Christian Olufemi,
Geschäftsführer,
Olufemi Moser



Robin Heather,
Geschäftsführer,
Studio Aberja

KERAMIK, BUNTES GLAS & SPIEGEL

„Die visuelle Welt ist durch KI dichter, aber nicht origineller geworden. Vieles überzeugt auf den ersten Blick, bleibt jedoch reine Re-kombination. Unsere Aufgabe liegt daher nicht im Erzeugen von Bildern, sondern im Entwickeln von Räumen mit eigener Identität. Jeder Ort besitzt räumliche, kulturelle und materielle Voraussetzungen – den Genius Loci. Diesen ernst zu nehmen und mit den Anforderungen der Nutzer zu verbinden, ist Kern unserer Arbeit. Interior verstehen wir als präzises Zusammenspiel aus Idee, Raum, Material und Nutzung – mit Material als charaktergebender Eigenschaft. Farbe verstehen wir weniger als dekoratives Element, sondern als verbindendes Prinzip innerhalb eines räumlichen Konzepts. Derzeit beobachten wir eine Entwicklung hin zu mehr Mut im Umgang mit Farbe und weg von rein neutralen, beige Landschaften, die lange Zeit in der Hotellerie dominierend waren. Gleichzeitig entfernen wir uns von stark kontrastierenden, plakativ-monochromen Räumen. Stattdessen geht es zunehmend um differenzierte Farbfamilien: um das Zusammenspiel aus gedeckten und kräftigen Tönen, um Nuancen und um Farbfamilien, die sich gegenseitig verstärken. Spannend ist für uns gerade die klassische Keramik: dauerhaft, vielseitig und charakterstark, besonders in Kombination mit farbigem Glas und Spiegeln.“



Harmonisch:
Studio Aberja kombiniert
Keramikkacheln (z.B. Kauf-
mann Keramik) mit
Metallelementen.



Dieses Projektrendering von
Studio Aberja zeigt gleich mehrere
gestalterische Highlights: Keramik,
Edelstahl, Terrazzo-Boden und
Farbe bei Möbeln und Teppichen.