

HOTEL DESIGN



03 | 2015

DAS MAGAZIN FÜR BAU, DESIGN & TECHNIK

SPEZIAL

Ideen für Wohlfühlbäder

NEWCOMER

Eine Nacht mit Fritz im Pyjama

IM PORTRÄT

Erik Nissen Johansen, Stylt Trampoli

PORZELLAN

Schönes für die gedeckte Tafel



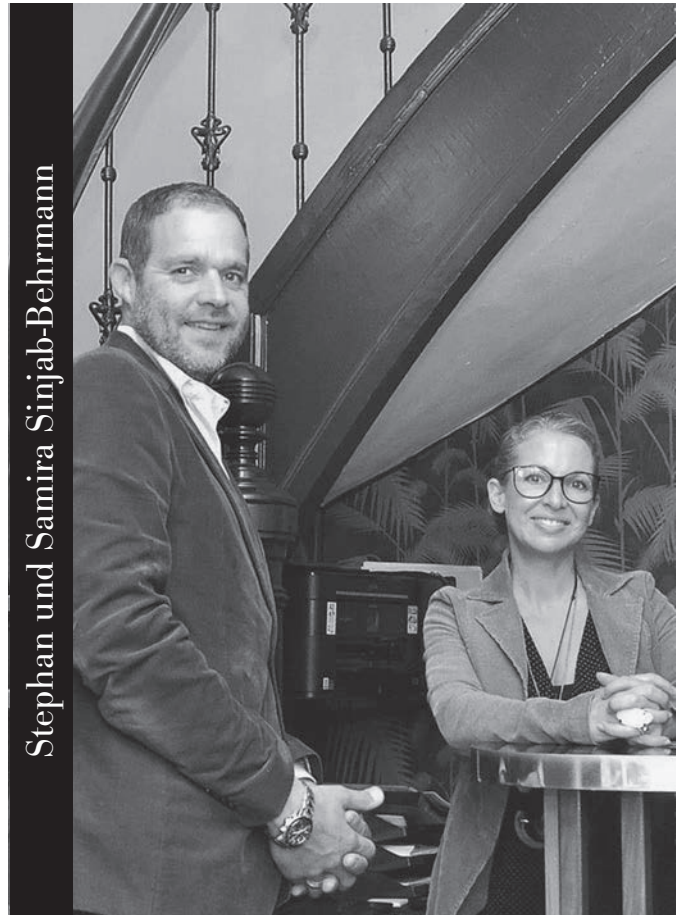
KÖPFE

Manfred Terliesner



Hotels umzubauen ist seine große Leidenschaft: Manfred Terliesner ist Geschäftsführer des Generalunternehmers TKS. Bei seinen Projekten arbeitet er eng mit international renommierten Architekten und Designern zusammen. Im Interview mit HOTELDESIGN verrät er, was bei der Umnutzung von Bürogebäuden zu Hotels die größte Herausforderung ist. **Interview, Seite 14**

Stephan und Samira Sinjab-Behrmann



Kommunikationsdesignerin Samira Sinjab-Behrmann hat eine Schwäche für Tapeten. Das merkt man sofort, wenn man im neuen Boutique-Hotel namens Fritz im Pyjama nächtigt. Zusammen mit ihrem Mann Stephan hat sie im Schanzenviertel ein Design-Konzept entwickelt, das sie als „Tropically and contemporary restyled“ bezeichnet. **Faszination, Seite 16**

Erik Nissen Johansen



Erik Nissen Johansen von Stylt Trampoli ist ein Weltenbummler. Unabhängig von konkreten Projekten treibt er sich in der Welt herum, immer auf der Suche nach neuen Trends in Hotellerie und Gastronomie. Ihn beschäftigt bei seinen Entwürfen jedes Mal eine entscheidende Frage: „Warum um alles in der Welt soll jemand ausgerechnet dieses Hotel besuchen?“ **Porträt, Seite 28**

Fotos: TKS, Helmut Heigert, Eric Nissen Johansen

DER ERZÄHLER

Erik Nissen Johansen ist kreativer Kopf des preisgekrönten Designbüros Stylt Trampoli. In Düsseldorf realisieren die Schweden gerade das neue 25hours.

TEXT: KARIN RIEPPEL FOTOS: ERIK NISSEN JOHANSEN

Am Anfang, erzählt Erik Nissen Johansen, wenn es gilt, die Idee für ein neues Hotel zu entwickeln, dann schwirren er und sein Team aus wie ein Bienenschwarm. Sie erkunden die Stadt, die Gegend, in der es entstehen soll. Sie recherchieren die historischen und aktuellen Gegebenheiten des Standorts. Sie interviewen Menschen, die den Ort kennen und mit ihrem Wissen zu einem tieferen Verständnis beitragen können. „Normalerweise stoßen wir in einem

sign-Agentur Stylt Trampoli jüngst 25hours überzeugen: Sie werden das neue Hotel der Kette in Düsseldorf realisieren.

Stylt Trampoli in Göteborg, das sind mehr als 50 Leute, Künstler, Designer, Innenarchitekten, Projektmanager, Texter, Art Directors, PR-Experten, Digital-Entwickler. Erik Nissen Johansen ist der Gründer, Motor und kreative Kopf der Agentur. Unabhängig von konkreten Projekten treibt er sich viel in der Welt herum, auf der Suche nach

neuen Trends in Hotellerie und Gastronomie, besucht ungewöhnliche, inspirierende Hotels und Restaurants. Seine Entdeckungen und Erlebnisse auf diesen Reisen sind ein wichtiger Treibstoff für die Arbeit in Göteborg: „Mein Job in der Agentur ist es, dafür zu sorgen, dass die Projektteams kreativ arbei-

ten können. Deshalb versuche ich immer, meine Reise-Erfahrungen für das gesamte Team fruchtbar zu machen.“ Fruchtbar für das, was bei jedem neuen Projekt die Road Map liefern kann, den Fahrplan zur Beantwortung der wichtigsten Frage: Warum um alles in der Welt soll jemand ausgerechnet dieses Hotel besuchen? Beim Sonya Hotel

„Geschichten sind die beste Basis für Design“

Erik Nissen Johansen

solchen Prozess auf so etwas wie ein Samenkorn, etwas, woraus eine Story und schließlich ein Konzept entstehen können. Story und Konzept, das klingt abgegriffen, doch es geht um eine tragende Idee für ein Hotel, um eine soziale, historische und geografische Verankerung.“ Mit ihrer Art des Storytelling konnten Johansen und seine De-

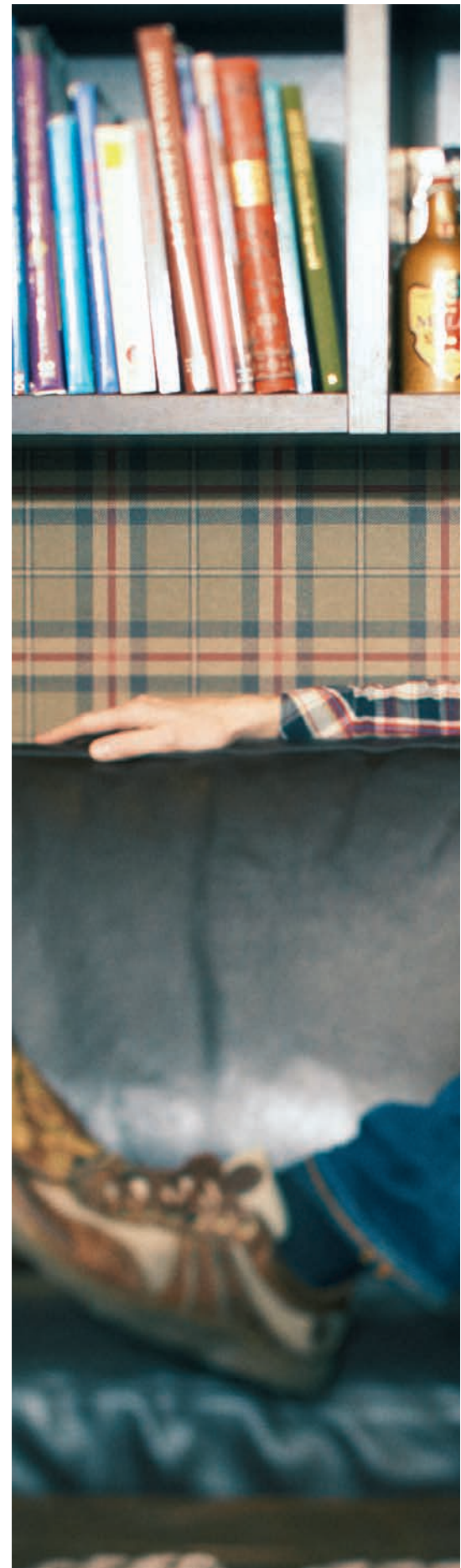




Foto: Helene Bernstone

in St. Petersburg, einem 176-Zimmer-Haus unweit der Eremitage, das Stylt Trampoli 2009 für die skandinavische Kette Radisson gestaltet hat, war es ein Stück Weltliteratur, das den Ausschlag gab: „Schuld und Sühne“, der erste große Roman des russischen Nationaldichters Fjodor Dostojewski, hat dem Hotel seine Geschichte beschert. „Wir haben versucht“, erzählt Johansen, „die Seele von St. Petersburg zu ergründen und jemand sagte uns, wenn ihr die Stadt und ihre Menschen und Russland als solches verstehen wollt, dann müsst ihr nur

eines machen: „Schuld und Sühne“ lesen. Zunächst, so Johansen, seien sie recht überrascht gewesen, denn dieses Buch sei ja nun kein Reiseführer. Doch dann sei ihnen klar geworden, dass die Idee brilliant ist. „Die Menschen reisen nach St. Petersburg, um die Kultur und Geschichte Russlands zu erfahren. Wenn sie dann dort in einem Hotel zu wohnen, das ihnen Russland durch eines der berühmtesten Werke der Weltliteratur näher bringt – was für ein Erlebnis!“ Als man schließlich den Auftraggeber von der „Schuld und Sühne“-

Idee überzeugt hatte, begann das, was Stylt Trampoli Stage 2 nennt, Phase 2: „Unsere Designer durchdrangen die wichtigsten Gedanken in diesem Buch, seine zentralen Metaphern und übersetzten sie in Mobiliar, Oberflächengestaltung, Farben und Requisiten.“ Manche Teile der Innenausstattung wurden maßgefertigt, wie zum Beispiel der Empfangstresen, ein schweres, schwarzes Möbel, das auf kleinen, zarten Babuschka-Füßen steht. Zu Phase 3, der gesamten Umsetzung und Ausstattung vor Ort, gehörte in St. Petersburg auch ein Bücherregal in der Lobby: Darin stehen mehr als 50 verschiedene Ausgaben von „Schuld und Sühne“.

Hotels und Restaurants sind das Hauptgeschäft von Stylt Trampoli, mehr als 400 Restaurants und 250 Hotels gehören zu ihrem Portfolio. Darunter zahlreiche Hotels in Schweden und Finnland, in Frankreich oder Großbritannien. Im nord-schwedischen Umea beispielsweise, einer Stadt mit 120 000 Einwohnern und einer langen Seefahrertradition, haben sie dem 1895 gebauten Grand Hotel, dem Sora Hotellet, neues Leben eingehaucht. Das Haus hatte seine beste Zeit lange hinter sich und war nicht zuletzt durch übereifrige Modernisierungen seiner Seele beraubt worden. Doch der Besitzer wollte sein Traditionshotel nicht sterben lassen, es sollte wieder ein echtes Grand Hotel werden. Stylt Trampoli fand die Lösung im Widerspruch, in einer historischen Reminiszenz. Der einstige Kontrast zwischen den Seeleuten und der High Society, den rau-



Schuld und Sühne: Das ist das Design-Motto im Radisson Sonya in St. Petersburg.



Traditionell: Russische Puppen fügen sich harmonisch in das Design-Konzept ein.

en Männern und den an ihren Teetassen nippenden Ladies, inspirierte sie für die komplette Neugestaltung. Sie holten mit ihrer Ausstattung den Hafen und den früheren Glanz zurück in das Haus und schufen dadurch einen raffinierten Mix.

Für den charismatischen Erik Nissen Johansen, einen gebürtigen Norweger, ist das alles noch nicht genug. Gemeinsam mit Lena Mossberg, einer Hotellerie-Marketingexpertin, hat er ein Buch geschrieben „Storytelling as a marketing tool for the experience economy“. Auf internationalen Messen und Konferenzen gibt er Seminare und hält Vorträge. Man kann ihn auch für entsprechende Anlässe einladen, unter dem Motto „Book a talk with Erik Nissen Johansen“ schickt die Agentur ihn sozusagen vorbei und dann packt er aus, plaudert aus dem Nähkästchen.

Nun also das neue 25hours in Düsseldorf. Im Frühjahr 2018 soll es fertig sein, das heißt, wir befinden uns noch in der Stylt Trampoli Phase 1, der Ausarbeitung der tragenden Idee, des Konzepts. All zu viel können oder wollen sowohl die 25hours-Manager als auch Erik Nissen Johansen noch nicht verraten. Bei Stylt Trampoli jedenfalls ist man stolz und glücklich, dass man 25hours überzeugen konnte, eine Hotelkette, die für ihre Kreativität und Innovation von vielen be-

wundert wird: „Von einer Zusammenarbeit mit 25hours träumen wir schon seit geraumer Zeit. Denn wir glauben, dass wir ähnliche Auffassungen von Hotels haben. Wir sind beide der Meinung, dass Geschichten die beste Basis für Design sind.“ Umgekehrt war man bei 25hours durch das Sonya Hotel in St. Petersburg auf Stylt Trampoli und ihre Art des Geschichtenerzählens aufmerksam geworden. Eine Kompetenz, die nach Meinung des Hotelmanagements beim Neubau in Düsseldorf besonders wichtig ist. Und so hat man zum ersten Mal einem nicht deutschen Designerteam ein Hotel anvertraut.



Optische Täuschung: Graffiti-Kunst im U&Me Hotel Umeå.

ANZEIGE

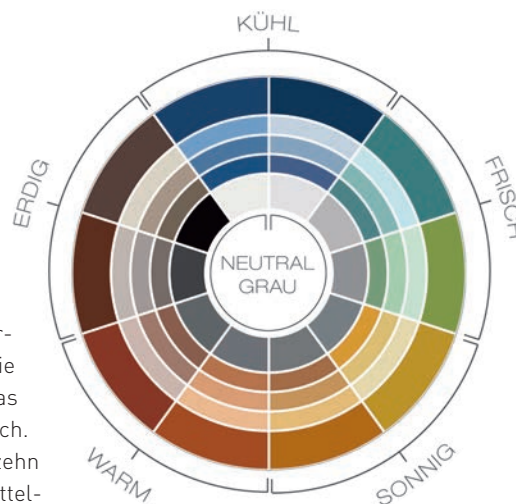
Hospitality Design

Aus der Farb- und Formatvielfalt von ChromaPlural schöpfen

Hotels müssen für ihre Gäste gleich mehrere Ansprüche erfüllen. Für die einen sind sie Rückzugsorte, für die anderen ein Ort der Geschäftsbeziehung. Gutes Hospitality Design erfüllt sie alle und achtet gleichzeitig auf Funktionalität. Keramikfliesen mit ihrer immensen Vielfalt an Farben, Formaten und Oberflächen bieten ideale Möglichkeiten maßgeschneiderte Konzepte zu gestalten. Noch mehr Spielräume ermöglicht das neue ChromaPlural-System von Agrob Buchtal:

Es beruht auf einem speziell kreierten Farbkreis – ganz gleich, wie die Nuancen kombiniert werden, das Ergebnis wirkt stets harmonisch. Der Kern des Kreises beinhaltet zehn Farbrichtungen jeweils in Hell-Mittel-Dunkel-Abstufung, zehn darauf abgestimmte kräftige Töne und eine neutrale Graureihe, die weitere zehn Abstufungen umfasst. In Summe ergeben sich so 50 Töne, die sich in die Farbräume kühl, frisch, sonnig, warm, erdig sowie neutral unterteilen und entsprechende Stimmungen schaffen.

Mehr unter: www.chromaplural.com



Kontakt:

AGROB BUCHTAL GmbH
Buchtal 1 | 92521 Schwarzenfeld
T.: 09435/391-0
agrob-buchtal@deutsche-steinzeug.de
www.agrob-buchtal.de

DEUTSCHE STEINZEUG AGROB BUCHTAL

Zur Person

Erik Nissen Johansen ist 1965 auf der Insel Nesoya bei Oslo geboren und hat in Florenz Kunstgeschichte, Marketing und Design studiert. 1988 hat er in Göteborg Stylt Trampoli gegründet. Das 50-köpfige Team von Stylt Trampoli entwirft und realisiert Hotels und Restaurants. Das jüngste Projekt: Ein 25hours Hotel in Düsseldorf, das im Frühjahr 2018 öffnen soll.

Gebaut wird das 200-Zimmer-Haus in einem völlig neuen Düsseldorfer Stadtviertel, dem Quartier Central, das seit einigen Jahren auf dem Gelände eines ehemaligen Güterbahnhofs entsteht. Mit dem Namen Quartier Central wollen die Investoren offensichtlich an die französische Geschichte des Quartiers anknüpfen. Die Ideenskizze, die Erik Nissen Johansen und sein Team für das Hotel in diesem Quartier ent-

worfen haben: Eine Mischung aus deutscher Funktionalität und französischer Finesse, angereichert mit einer Spur Elektronik à la Kraftwerk, der berühmten Stil prägenden Elektro-Pop-Band aus Düsseldorf. Arbeitstitel für das Projekt ist „Das Tour“. Das 25hours Hotel wird das höchste Gebäude auf dem gesamten Areal sein.

Es gibt zwei Hotels auf der Welt, die Johansen ganz besonders mag: das ACE Hotel in New York City, ein stylisches Haus mit Hipster-Faktor in Midtown Manhattan, und das Michelberger in Berlin. „Beide Hotels haben es geschafft, einen ganz eigenen Stil zu kreieren und sie haben auch keine Angst vor Individualität. Das finde ich toll.“ Das Michelberger hat übrigens Werner Aisslinger gestaltet, der deutsche Topdesigner, der mit dem 25hours in Berlin für Furore sorgte.

In einem Hotel zu übernachten, das er und sein Team gestaltet haben, das liebt Erik Nissen Johansen ganz besonders: „Bis ein Hotel eröffnet, ist alles nur Theorie. Dann zu erleben, wie es funktioniert, etwas, das man selbst geschaffen hat, und dann ist es plötzlich voll glücklicher Gäste – das ist ein unvergleichlicher Moment.“ Und was ist das Entscheidende an einem gelungenen Hotel? „Wenn der Gast das Hotel verlässt und sein Lächeln größer ist als das Loch in seiner Brieftasche, dann hat man nichts falsch gemacht. So einfach ist das.“



Pfiffiges Konzept: In den Zimmern des U&M Hotel Umeå sind Bad, Arbeitsplatz und Bett in einem Raum.