



INDIVIDUALISIERUNG IM HOTELBAD.
EIN ARTIKEL VON THOMAS EDELMANN.

DER AXOR TALK. MEGATREND INDIVIDUALISIERUNG.

Jeanette Huber vom Zukunftsinstitut, der Frankfurter Architekt Bernd Hollin und Eva Herrmann, die Geschäftsführerin des Düsseldorfer Boutique-Hotels „The Fritz“ diskutierten im zweiten AXOR Talk auf der ISH über die Herausforderungen der Individualisierung. Im Fokus stand dabei das Hotel-Bad.

Der Journalist und Designkritiker Thomas Edelmann saß im Publikum. Sein Artikel bringt die unterschiedlichen Sichtweisen der drei Podiumsteilnehmer auf den Punkt.



AUSWIRKUNGEN DER INDIVIDUALISIERUNG.

Huber skizzierte, was der soziale Wandel biografisch bedeutet und folgerte: „Individualisierung verändert unsere Biografien“, in Bezug auf Architektur und Wohnen forderte sie: „Wir brauchen nicht mehr perfekte Monofunktionalität, sondern modulare Wandelbarkeit. So auch im Bad.“

MÖGLICHKEITEN DURCH INDIVIDUALISIERUNG.

Architekt Hollin verwies auf Möglichkeiten „Welten über gebaute Substanz zu evozieren“ und zeigte Beispiele aus der langjährigen Zusammenarbeit mit der Lufthansa, für die sein Büro Lounges und First Class-Bereiche im A380 entwarf.



EINE FRAGE DER WIRTSCHAFTLICHKEIT.

„Wo ist Design nicht mehr individuell, wo wird es aus ihrer Sicht exaltiert?“ fragte der Moderator Hotel-Geschäftsführerin Herrmann. Sie macht das an der Wirtschaftlichkeit fest. „Wenn's zu teuer wird, ist es für die Hotelbranche nicht mehr interessant. Man baut nicht ein Bad, sondern mehrere. Bei uns sind es nur 31, aber in großen Häusern mit bis zu 400 Bädern ist das Budget der entscheidende Faktor.“

INNENARCHITEKTUR ALS DIFFERENZIERUNG.

Um sich zu differenzieren, habe Herrmann in ihrem Haus „das Design ganz nach vorne gestellt“. Die Innenarchitektur stammt von der Niederländerin Vivian van Schagen, Holz und Marmor dominieren die Gestaltung. Schwarz, Weiß und Gold prägen die Räume, im Bad mit glänzend-goldenen AXOR-Armaturen.





KLEINIGKEITEN FÜRS WOHLBEFINDEN.

Zukunftsforscherin Huber wurde konkret: Komfort und High-Tech seien begehrt. Dabei besteht sie darauf, dass ein Kontrollverlust gegenüber der Technik nicht akzeptabel ist. „Wir brauchen so etwas wie empathische Technologie, die im Hintergrund wirkt.“ Ein wenig erinnert das ans angelsächsische Konzept des Butlers, der trotz anderslautender PR-Versprechen längst noch keinen digitalen Nachfolger gefunden hat.

„SPANNUNGSVERHÄLTNIS ZWISCHEN INDIVIDUALISIERUNG UND IDENTITÄT“.

Architekt Hollin interessiert sich stärker für das „Spannungsverhältnis zwischen Individualisierung und Identität“, denn er baut Räume für Marken, die neben der Differenzierung der Oberflächen auf die Wiedererkennbarkeit des Marken-Absenders setzen.



WOHLBEFINDEN AUF ALLEN EBENEN.

Für Hotel-Managerin Eva Herrmann ist die verlässliche Nutzbarkeit ihrer luxuriösen Einrichtung essentiell. „Unser Ziel war, etwas zu bauen, das hochwertig ist, aber keinesfalls spießig, das edel ist und Humor hat.“ Für sie sei die neue Nachhaltigkeit die alte Langlebigkeit.

© Soenne Fotografie