

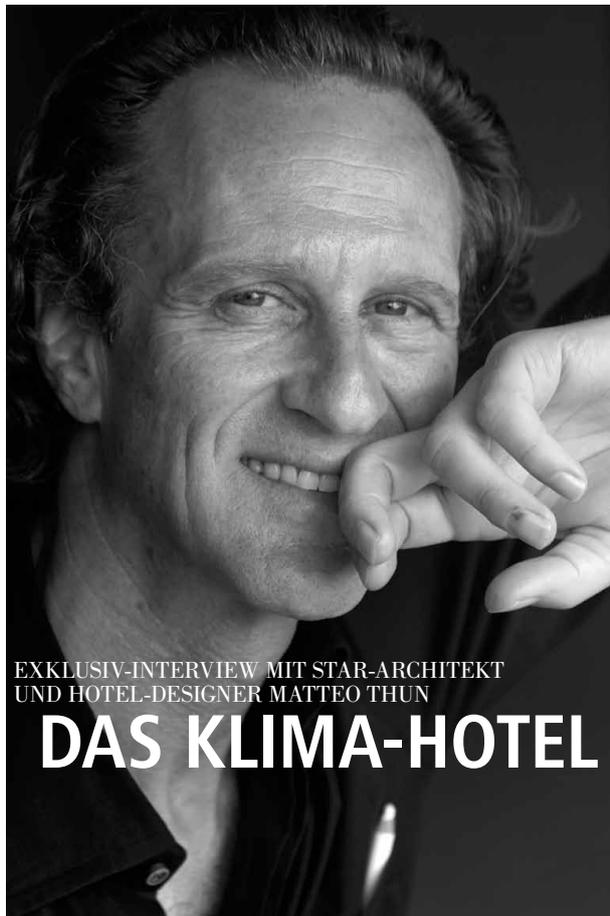
Publication

Publication  
Der Hotelier (CH)

Language  
German

Issue  
September 2011

Product / Project  
Hospitality



EXKLUSIV-INTERVIEW MIT STAR-ARCHITEKT  
UND HOTEL-DESIGNER MATTEO THUN

# DAS KLIMA-HOTEL IST DIE ZUKUNFT

Matteo Thun: «Wohlbefinden im Hotel bedeutet zum Beispiel, dass Sie Wasser trinken, das aus der Erde kommt, auf der das Haus steht, dass das Holz aus nächster Umgebung kommt und dass der Kaffee, mit dem Sie sprechen, die Sprache des Orts spricht und nicht aus Usbekistan kommt. Dass die Tomaten aus dem eigenen Garten sind und dass zum Beispiel ein mikroklimatisches Verständnis da ist, um das Hotel richtig zu positionieren.»

## TECHNIK & AMBIENTE HOTEL-DESIGNER MATTEO THUN

Er gilt als einer der erfolgreichsten und renommiertesten Architekten und Designer der Welt – vor allem wenn es um innovative und neuartige Hotelprojekte geht: Matteo Thun (59). Für Gesprächsstoff in der Hotelzeitschrift sorgt derzeit sein Projekt «Klima-Hotel», mit dem der Südtiroler Star-Designer völlig neue Wege geht in der Hotellerie. «Hotelier»-Chefredaktor Hans R. Amrein sprach mit Matteo Thun über Öko-Hotels, Hotel-Design, Luxus, Wellness und Schweizer Hoteliers.

Interview: Hans R. Amrein



Das erste Klima-Hotel im Südtirol (Modell). Ende 2011 soll in der Ortschaft Trafoi das Hotel Bella Vista eröffnet werden – ein Hotelbetrieb, der nach gesundheitlichen und nachhaltigen Kriterien konzipiert wird. Das Hotel wird mitten in den grünen Hügeln gebaut.

TECHNIK & AMBIENTE HOTEL-DESIGNER MATTEO THUN



Radisson Blu, Frankfurt am Main; von Matteo Thun entwickelt und gestaltet.



Restaurant im Radisson Blu, Frankfurt am Main.



Doppelzimmer im Radisson Blu, Frankfurt am Main.

DIE SCHWEIZER HOTELIERS SIND  
DIE BESTEN DER WELT. IHRE HOTELS  
LEIDER NICHT IMMER.

## Hotelierinfo

**WARUM KLIMA-HOTEL?**  
Nachhaltigkeit als Grundorientierung anzuerkennen, bedeutet die Erde zu lieben. Und die Erde zu lieben bedeutet vor allem, sie zu respektieren. Das Qualitätsiegel Klima-Hotel garantiert, dass derjenige, der mit dieser Grundeinstellung ein Bauvorhaben plant, gewissen Kriterien und Vorgaben folgt. Dieser »Regelkatalog«, dem die Liebe und der Respekt der Erde gegenüber zugrunde liegt, untermauert das Qualitätsmanagement und verbessert die Rentabilität auf einem so wichtigen Sektor unserer Wirtschaft wie dem Tourismus. Klima-Hotel heißt die Identifizierung, dem Pfad der Nachhaltigkeit zu folgen – in allen verschiedenen Phasen der Projektentwicklung, Projektführung und Realisierung einer gastfreundlichen Struktur. Das Qualitätsiegel fungiert als Garant für eine sichere und rentable Investition. Klima-Hotel ist assoziiert ein Garant für den Gast – es legt nicht nur gewisse Qualitätskriterien fest, die den Energiekonsum betreffen, sondern dehnt diese auf das ganze Hotelleben aus. Dem Gast eines Hotels mit Klima-Hotel-Status ist der Respekt der Natur gegenüber garantiert. Gleichzeitig ist ihm ein einzigartiger und unvergesslicher Ferienaufenthalt im Kontext mit der Natur, der direkten Umgebung und der heimischen Kultur gewiss. Er hat die Möglichkeit, Tradition und Gebräuche des Ortes direkt und unverfälscht zu erleben.

**Das Hotel Bella Vista im Südtirol** in diesem Sinne reflektiert die Architektur des neuen Hotels Bella Vista die örtlichen Ressourcen: inmitten der Natur des Nationalparks um dem Südtirol, der mit seinen beeindruckenden Bergen den Ort Tfaal umgibt, wird das Hotel mit Materialien aus dem direkten Umland erbaut. Die Architektur speist sich aus der lokalen Kultur, interpretiert sie und schlägt neue Lösungen vor. Ebenso wie das Leben der Einheimischen vollkommen von der Natur bedingt wird, folgen auch die architektonischen Formen der Natur und wenden sich ihr gleichzeitig. **Bella Vista verwandelt die Dominanz über den Ort zu einer Koexistenz mit der Erde.** Folglich drängt sich die architektonische Gestaltung der Natur nicht auf, sondern unterwirft sich. Bella Vista hat insofern keine beherrschende Form, Bella Vista wird zur Landschaft selbst.

**M**atteo Thun, wie sieht Ihr Traumhotel in zehn oder zwanzig Jahren aus?  
Das hängt grundsätzlich sicher einmal vom Standort des Hotels ab. Ist es ein urbanes Projekt? Oder befindet es sich in den Bergen, am Meer oder beim Flughafen? Der Genius Loci, der Respekt für den Ort, das Mikroklima und die Beschaffenheit der Umgebung sind für mich immer entscheidende Faktoren, wenn ich ein Hotel entwerfe.  
**Sie haben den Begriff »Klima-Hotel« geprägt. Was meinen Sie damit? Was ist ein Klima-Hotel konkret? Wie funktioniert es?**  
Nun, Klima-Hotel ist ein Zertifikat, ein Gütesiegel für nachhaltige Hotelbauten. Es ist aus dem Bedürfnis entstanden, einen internationalen Standard für umwelt- und klimaausgerichtete Hotels zu schaffen. Es sichert dem Hotelier ein Produkt höchster Qualität und ist ein Garant für ein sicheres, lohnendes und beständiges Investment. Wirtschaftlich, ökologisch, sozial wie kulturell. Dem Gast bietet ein Klima-Hotel eine zusätzliche Qualitätsgarantie – es gewährleistet wirkliche Lebensqualität! Ein Klima-Hotel folgt nicht nur gewissen

Qualitätskriterien, die den Energiekonsum betreffen – es dehnt sich auf das ganze Hotelleben aus. Der Respekt gegenüber der Natur ist garantiert – alle Baustoffe stammen aus der unmittelbaren Umgebung, lokale, kulturelle, wirtschaftliche Aspekte sind berücksichtigt und gastronomisch kommt der Gast in Genuss der unverfälschten, heimischen Produkte.  
**Nachhaltigkeit ist in der Hotellerie derzeit so etwas wie ein Trend und auch ein Marketingmittel. Man ist »ein«, wenn man ökologisch oder umweltbewusst denkt und handelt. Immer mehr Hotels profilieren sich damit. Kann ein Hotel überhaupt nachhaltig betrieben werden?**  
Eigentlich spreche ich ungern über Ökologie und Nachhaltigkeit, weil sie im Grunde genommen ein Pleonasmus sind. Es sind Themen, die seit jeher zu unserem Beruf gehören. Nachhaltige Architektur speist sich immer aus der ortsansässigen Kultur, interpretiert sie und schlägt neue Lösungen vor. Tatsächlich aber beginnen Hotel- und Gewerbeverbände sich für das Projekt Klima-Hotel zu interessieren.

**Die Basis Ihrer Arbeit als Architekt sei eine rästhetische, ökonomische und technologische Nachhaltigkeit, haben Sie mal gesagt. Tönt ziemlich theoretisch. Was meinen Sie damit konkret?**  
C Ganz einfach. Es bedeutet, architektonische Wunden zu vermeiden und mit den richtigen Materialien, am richtigen Ort, die richtige Konfiguration des Bauvolumens herauszufinden. Es bedeutet, von jedem Ort die Seele zu erfassen und eine Synthese zu dem Bestehenden, der Bestimmung und dem Gelände zu schaffen. Die Lösung sieht natürlich jedes Mal anders aus!  
**Sie lehnen die Klassifizierung nach Sternen in der Hotellerie grundsätzlich ab. Warum eigentlich?**  
Der Komfort des modernen Gastes ist gesamtgesellschaftlich. Der moderne Gast will wissen, woher das warme Wasser kommt. Er will wissen: Woher

kommt das Mineralwasser? Was steht da auf dem Tisch? Woher kommen die Tomaten und woher kommt der Kellner? Dem Gast geht es zuallerletzt um den K-Wert, den er ohnehin nicht sieht. Zuersteller-Erz geht es ihm darum, ob er in einem 24 oder 28,5 Quadratmeter grossen Zimmer wohnt. Das ist das Hauptkriterium der Sterne-Zertifizierung. Vor diesem Hintergrund haben wir den Sternen den Krieg erklärt. Ob weiterhin die irreführende Anzahl der Sterne dem Investor zu trückerischen Sparmassnahmen verhilft oder dem Betreiber zu ebenso trückerischen, scheinbar höheren Erlösen, das interessiert mich überhaupt nicht mehr. Ich will einen fairen Umgang mit dem Gast.  
**Zahlreiche Standards stehen schon für die Zertifizierung von energetischen und nachhaltigen Gebäuden zur Verfügung – allein in Europa gibt es bereits rund 50 verschiedene**



Lounge im Hotel Missoni, Edinburgh.



Lobby im Hotel Missoni, Edinburgh.



Zimmer im Hotel Missoni, Edinburgh.

**Öko-Siegel. Was war für Sie der Anlass, ein eigenes Qualitätssiegel zu schaffen?**

Es ist kein eigenes Qualitätssiegel, sondern es ist Nachhaltigkeit gesamtgesellschaftlich betrachtet. Die Zertifizierung erstreckt sich dabei auf drei verschiedene Bereiche: Natur, Leben und Transparenz. Diese weichen Messstäbe werden in den mir bekannten Öko- oder Biohotels nicht berücksichtigt. Die sogenannten «Softfacts» werden in der Klima-Hotel-Zertifizierung dahingehend berücksichtigt, dass die «Hardfacts» wie k-Wert oder technische Parameter maximal 25 Prozent der Gesamtpunktzahl ausmachen. Auch damit bewegen wir uns in einem ganz neuen Feld.

**Nochmals: Woran merkt der Hotelgast, dass er sich in einem Klima-Hotel befindet?**

Es gibt, glaube ich, nur einen Begriff, mit dem man das ausdrücken kann: am Wohlbehinden. Durch die Klima-Hotel-Zertifizierung kann dieser eher schwammige Begriff objektiviert werden. Wohlbehinden bedeutet zum Beispiel, dass Sie Wasser trinken, das aus der Erde kommt, auf der das Haus steht, dass das Holz aus näch-

ster Umgebung kommt und dass der Kellner, mit dem Sie sprechen, die Sprache des Orts spricht und nicht aus Usbekistan kommt. Dass die Tomaten aus dem eigenen Garten sind und dass zum Beispiel ein mikroklimatisches Verständnis da ist, um das Gebäude richtig zu positionieren. Die Feststellung des Mikroklimas ist einer der Startpunkte für alle unsere Arbeiten. Wir müssen die lokalen Winde kennen, die Jahreszeiten kennen. Wo geht die Sonne auf, wo geht sie unter, wo kommt der Regen her, wie ist der Schatten, den das Gebäude spenden wird? Alle diese Dinge führen unter dem Strich zu einem Parameter: dem Wohlfühlen.

**Apropos Wohlfühlen. Sie haben sich als Architekt und Designer von Wellness-Einrichtungen international einen Namen gemacht. Wie würden Sie denn Ihre Spa-Philosophie umschreiben?**

Ein Spa bedeutet immer auch einem ganzheitlichen Anspruch gerecht zu werden. Nicht nur die Anlagen selbst sollten dem Gast genügen, er muss sich ausserdem auch emotional angesprochen fühlen, der entsprechende Service, das richtige Food & Beverage-Angebot – all dies führt zum «Wohlfühlen». Vielleicht war unser



Design by Matteo Thun: Bar im Hotel Missoni, Edinburgh.

WIR HABEN DEN  
HOTEL-STERNEN DEN  
KRIEG ERKLÄRT.

TECHNIK & AMBIENTE HOTEL-DESIGNER MATTEO THUN

Hotelier privat



WER IST MATTEO THUN?

Matteo Thun, Architekt und Designer, geboren 1952 in Bozen, studierte an der Akademie für Kunst in Salzburg unter Oskar Kokoschka und an der Universität von Florenz. Mit Ettore Sottsass war er Mitbegründer der «Memphis»-Gruppe in Mailand und Partner der «Sottsass Associati» von 1980 bis 1984. Von 1983 bis zum Jahr 2000 lehrte er an der Hochschule für Angewandte Kunst in Wien. Von 1990 bis 1993 agierte er als Art Director für Swatch. 1984 eröffnete Matteo Thun sein eigenes Studio in Mailand. Sein heutiges Unternehmen Matteo Thun & Partners beschäftigt ein Team von 50 Architekten und Designern. Die Arbeit von Matteo Thun steht für langjährige Lösungen mit ganzheitlichem Ansatz. Für ihn bedeutet Architektur, die Seele des Ortes zu gestalten. Ästhetische, ökonomische und technologische Nachhaltigkeit sind die Basis seiner Arbeit. Produkt-Design sollte den Kern einer Marke respektieren und reflektieren. Matteo Thun Design reduziert das Wesentliche einfach und pur. Im Laufe seiner Karriere wurde Matteo Thun mehrmals für Architekturprojekte, Interior- und Produktdesign ausgezeichnet. Unter anderem erhielt er dreimal den «Compass d'Or» und wurde 2004 in die Hall of Fame in New York aufgenommen. Sein Hotel Side in Hamburg, das er in Zusammenarbeit mit dem Künstler Robert Wilson realisierte, wurde 2001 «Hotel des Jahres». Für die 61., 62. und 63. Filmfestspiele in Venedig gestaltete er die Fassade des «Palazzo del Cinema» neu. 2004 bekam er den «Gala Spa Awards» und den «Wallpaper Design Award» für das Vigilius Mountain Resorts in Lana, Südtirol. Für das Hotel «Radisson Blu Frankfurt» bekam er 2005 den «Worldwide Hospitality Awards» in der Kategorie «Best Hotel opened in the Year».

Anspruch an unsere Spa-Einrichtungen immer schon das, was man heute «Selfness» nennt – von SPA (salus per aquam) zu SAO (simpliciter ad origins).

**Vor allem in der Luxushotellerie erbt der Ruf nach mehr Individualität und Einzigartigkeit. Wie wollen Sie dem als Architekt und Designer Rechnung tragen?**

Mit einem Hin zur Einfachheit – zur Individualität! Ereignisse wie der 11. September und die Entwicklung unseres Klimas stellen Luxus im herkömmlichen Sinne heute in Frage. Wir gewinnen so die Individualität eines privat geführten Hotelbetriebes wieder zurück. Der Gast spürt die Authentizität und das generierte Wohlfühlen. Derzeit arbeiten wir an einem Hotel an der Mosel – hier bekommt jeder Gast einen 30 Quadratmeter grossen Obst-, Blumen- und Gemüsegarten, den

er für die Zeit, in der er sein Winzerhaus bewohnt, auch pflegen und nutzen kann. Das heisst, wenn saisonal gerade Erdbeeren wachsen, dann heißt er sie sich zum Frühstück aus dem «eigenen» Garten. Das erzeugt natürlich eine ganz andere Kundenbindung, weil der Genuss von Frische eben authentisch wird.

**Sprechen wir über konkrete Projekte. In Ascona haben Sie vor gut einem Jahr die Giardino Lounge kreiert. Highlight ist die grosse Wand mit den echten Grünpflanzen mitten im Lokal. Wie sind Sie denn auf diese Idee gekommen?**

Ganz einfach: Wie schon der Name sagt, haben wir versucht, den wunderschönen Garten ins Innere des Lokals zu holen...

**In Edinburgh haben Sie das Hotel Missoni gestaltet. Was ist das Besondere in diesem Haus?**

TECHNIK & AMBIENTE HOTEL-DESIGNER MATTEO THUN



Design by Matteo Thun: Suite im Altstadt Hotel, Wien.



Design by Matteo Thun: Edelweiss Resort und Residenzen, Katschberg (Österreich).



Design by Matteo Thun: Toilettenanlage im Nhow Hotel, Milano.



Design by Matteo Thun: Lobby im Nhow Hotel, Milano.



Design by Matteo Thun: Fünfzehen-Hotel Vigilius, Montain Resort, Meran (Südtirol).



Design by Matteo Thun: Bloom Hotel & Residences, Fehmarn (Deutschland).

« WIR PLANEN GERADE EIN NEUES LUXUSHOTELPROJEKT, DAS AUF DREI SÄULEN FUSST: ENTGIFTUNG, GEWICHTSABNAHME, POSTOPERATIVE NACHSORGE. DAMIT GLAUBEN WIR EINE HOHE AUSLASTUNG ZU ERREICHEN UND VOR ALLEM DAS PROBLEM DER NIEDERSAISON ZU KOMPENSIEREN. EIN SEHR SPANNENDES GESCHÄFTSMODELL. DER INHALT VON LUXUS VERSCHIEBT SICH. »  
Welt am Sonntag, Mai 2011

Als wir begannen, mit Rosita Missoni das Hotelkonzept zu erarbeiten (in Edinburgh war das erste Haus der Missoni-Hotelkette), haben wir die Kompetenzen aufgeteilt: Wir liefern die Bodies – Missoni das Kleid!

Für ihr Vigilius Mountain Resort bei Meran im Südtirol haben Sie mehrere Preise erhalten. Nach welchen ästhetischen und ökologischen Kriterien haben Sie dieses Projekt umgesetzt?  
Das Konzept für das Vigilius Mountain Resort entstand in engerster

Zusammenarbeit mit Ulrich Ladurner, der erste aus einer Reihe von Quereinsteigern im Hotelbusiness. Er wünschte sich etwas Besonderes, ja Einmaliges, das alles Bestehende bei Weitem übertreffe und nachhaltig sei. Der Ort selbst ist bereits von magischer Stille, an dem sich – unabhängig von einer Sterne-Qualifizierung – die Erholung fast von selber einstellt. Exakt dieses Konzept spricht eine neue Generation von Touristen an, die genau diese Abgeschiedenheit und den Respekt vor der Natur zu schätzen wissen und die Möglichkeit sucht, Tradition und Brauchtum des Ortes direkt und unverfälscht zu erleben. Die Natur hat zum Projekt das Übrige dazugegeben und dem ganzen Komplex eine wunderschöne Patina verliehen. Und dank der Hotelleitung und der enormen Aufmerksamkeit der Mitarbeiter für jedes Detail, ist das Resort heute vollendet als vor zehn Jahren.

Was fasziniert Sie eigentlich an der Hotellerie?  
Ein Hotel zu entwerfen, bedeutet vielen Menschen ein temporäres «Zuhause» zu erschaffen. Mich interessiert vor allem der holistische, aber ganzheitliche Ansatz. Die Mailänder Schule nennt es

«vom Löffel zur Stadt». Ideal ist es, wenn wir vom Masterplan auch das Interior, das Design der Zimmer, der Public Spaces und des Spabereichs miteinander harmonisch gestalten können. Da unser Büro alle Disziplinen in den Bereichen Architektur, Interior und Design bietet, fließen natürlich alle innovativen Lösungsmöglichkeiten im Hinblick auf Energieeffizienz, Nachhaltigkeit und Technik mit ein. Dieses Know-how ist dann auch aus ökonomischer Sicht sehr interessant, denn es spart Zeit und löst Schnittstellen.

Hatten Sie nie Ambitionen, selber ein Hotel zu betreiben oder mindestens ein Hotel zu erwerben? «Matteo Thun Collection» als erfolgreiche Hotelmarke...  
Ich habe sehr viel Achtung vor jedem Hotelbetreiber, der seine Sache ernst nimmt. Hotellerie bedeutet starkes und tägliches Engagement! Und dann gibt es noch den Spruch «Schuster bleib bei deinen Leisten».

Im Flughafen Zürich haben Sie das Radisson Blu gemacht. Sind weitere Hotelprojekte in der Schweiz in der Pipeline?

Es gibt da einige Projekte kurz vor Baubeginn – ich möchte hier aber nicht vorgeifen.

Wo in der Schweiz würden Sie gerne ein Hotel bauen? Und wie würde dieses Hotel aussehen?  
Am liebsten würde ich ein Hotel am Westufer des Lugano-See realisieren, oder eins am Vierwaldstättersee und noch eines am Ostufer des Zürichsees.

Wie beurteilen Sie die Schweizer Hotellerie – in architektonischer und ästhetischer Hinsicht?  
Die Schweizer Hotelliers sind in aller Welt aktiv. Sie sind die Besten! Ihre Hotels leidet nicht immer... Übrigens: Meine Familie und ich sind seit Generationen Stammgäste im Hotel Storchen in Zürich. Eine einmalige Location.

Ihre nächsten (aktuellen) Projekte?  
Eine Ferieninsel bei der Ostsee-Verbindung zu Dänemark, ein Inselresort vor Venedig und diverse Villen am Gardasee.