

## Publication

Publication  
NZZ (CH)

Language  
German

Issue  
February 2011

Product / Project  
Spa

# «Ein grosses Problem sind die Spa-Betreiber»

Architekt Matteo Thun will beim Bau von Spas und Hotels in Zukunft indische Philosophien einfließen lassen

**NZZ am Sonntag:** An welches Spa-Erlebnis erinnern Sie sich gerne?

**Matteo Thun:** Ich war einmal zu Besuch in einem Hotel auf Mauritius. Es begann damit, dass ich am Check-in mit einem ehrlichen, glaubwürdigen und freudigen Lächeln begrüsst wurde. Eine Viertelstunde vor dem Treatment erhielt ich einen passenden Tee und höfliche Informationen, die mich auf das Ergebnis vorbereiteten, das aus dem Treatment zu erwarten ist. Das heisst, der Körper und der Geist stellen sich auf das ein, was abschliessend passiert ist. Leider funktionieren nicht alle Spas so. Häufig ist es mehr wie eine Pillenabgabe durch den Arzt. Hier gibt es unglaublich viel zu tun.

Was gibt es im Bereich Hotel mit Spa denn zu tun? In Freizeit- oder «Leisure»-Hotels muss das Wohlbefinden nicht nur in den klassischen Bereichen Public-Space, Zimmer und Sälen stattfinden, sondern mehr denn je in einem dem Ort und seiner Seele entsprechenden Spa- und Wellnessbereich. Ich habe Hotels in Zermatt und Cortina geplant. Nun könnte man meinen, die Voraussetzungen für den Spa- und Wellnessbereich seien in Zermatt und Cortina gleich. Es geht um Wintersport, um die starke Beziehung zu den Bergen und zum Holz. Trotzdem gab es komplett verschiedene Bedürfnisse: Die Zermatter Gäste sind nach wie vor weitgehend «British inspired» und haben ganz andere Bedürfnisse als der norditalienische oder Römer Gast in Cortina. Cortina hat mehr Sonne und die Dolomiten, während Zermatt Urgestein hat. Ich könnte Ihnen stundenlang erzählen, warum Spa und Wellness wirklich die Seele des Ortes darstellen sollen. Man geht mit nackten Füssen, man ist zumeist entkleidet, also stark exponiert. Das Wasser-Erlebnis und auch die Wasser an sich sind ganz verschieden. Die Lichter des Tages am Morgen und Nachmittag verlangen jeweils ein massgeschneidertes Konzept.

Und das gilt für jedes Spa, egal, wo es ist?

Es braucht, wie in jedem unserer Projekte, die Analyse, um die Seele des Ortes, den Genius Loci zu verstehen. Die lokalen Materialien. Das hat mit unserem Verständnis von Nachhaltigkeit zu tun. Man spricht von Eco-Resort und weiss eigentlich nicht, wieso. Was ist ein Eco-Resort? Unser Verständnis beginnt damit, dass die gesamtethische Betrachtung des Energiehaushaltes von der Planung über den Betrieb bis zur Entsorgung nach hundert Jahren geplant und stimmig ist.

Auf welche Probleme stossen Sie da?

Die Spa-Projekte haben alle ein Riesenproblem, dem wir auf der Spur sind. Und das ist der Betreiber. Was kann der Architekt schon machen, wenn der Betreiber mit einer Kosmetik-Edelmarke arbeitet, die mit hübschen Mädchen an der Spa-Reception ausschliesslich ihre Kosmetikprodukte verkaufen will. Das braucht es nicht. Ich weigere mich beispielsweise, im Receptions-Bereich Vitrinen aufzustellen. Was man dort braucht, ist eine wirklich gute Treat-



Matteo Thun in seinem Architektur- und Designstudio in Mailand.

### Matteo Thun

Matteo Thun, 59, stammt aus einer Südtiroler Adelsfamilie und studierte in Florenz Architektur. Er gehörte in den achtziger Jahren zur Memphis-Design-Gruppe und gründete 1984 in Mailand das Studio Matteo Thun, das Designprojekte etwa für Alessi oder Gebert ausführt und in der Hotel- und Spa-Architektur Zeichen setzte. Zu seinen bekanntesten Bauten zählen die Terme Meran und das Vigilius Mountain Resort. In Zürich gestaltet er das Interieur des Rasidone-Flughafen-Hotels. (roz)

ment-Beratung. Wir arbeiten mit einer Organisation und Schule in Indien zusammen, welche die drei indischen Philosophien Ayurveda, Yoga und Vedanta zusammenbringt: Man kann bei einer solchen gesamtethischen Betrachtung von Wohlbefinden nichts ausgrenzen. Ayurveda, das die Ernährung betrifft, muss mit Yoga verbunden werden. Ein Treatment, in dem Sie nicht richtig atmen, bringt zum Teil das Gegenteil dessen, was angestrebt wird. Das heisst: Man muss wie im Yoga atmen lernen. Und das Dritte, Vedanta, ist dem übergeordnet: die Lehre, wie man Geist, Intellekt und Körper kombiniert.

Sie leben nach diesen Prinzipien?

Ich versuche es. Für einen Europäer ist das schwierig, aber man kann dazulernen.

Was bedeutet das für den Architekten?

Die Architektur sieht anders aus, wenn Sie dieser Gesamtstrategie folgen.

Inwiefern?

Im Treatment-Bereich darf zum Beispiel kein Sardinienbüchsen-Feeling aufkommen. Wir brauchen Volumen, Luft und Raum. Der Raum muss Individual- und nicht Serial-Charakter haben. Sie haben da einen der Hauptschwachpunkte aufgegriffen. Ich glaube, dass wir die komplexe Maschine des Hotelgeschäftes, insbesondere der Freizeitaktivitäten, relativ gut beherrschen, dass aber das Thema Wohlbefinden, das man einfacherweise oft «Spa und Wellness» nennt, erst am Anfang ist.

Wie würde ein Hotel mit Spa aussehen, das Sie nicht nur bauen, sondern auch führen könnten?

Ich habe Gespräche im Laufen und hoffe, in den nächsten Jahren aus dieser indischen Schule (sagen zu generieren und damit einen Qualitätssprung zu schaffen, weg von der vordergründigen Kosmetik, hin zu einer gesamtethischen Betrachtung von Körper, Geist und Seele. Alle meine Projekte möchte ich nach diesen Prinzipien ausrichten.

Wie würde Ihr Hotel mit Wellnessbereich denn aussehen?

Im Freizeithotel würde ich ungefähr 33 Prozent der Netto-Nutzfläche diesen Aktivitäten zur Verfügung stellen. Heute sind es meistens unter 20 Prozent. Natürlich müssen auch die Köche umdenken. Man muss sich von der Tiefkühlkost verabschieden.

Das bedarf einer längeren Überlegung. Vedanta ist eine Geisteshaltung. Ich habe einmal in Berlin, im angeblich besten Haus der Stadt, übernachtet. Es war eine Odyssee. Wie üblich habe ich beim Check-in darum gebeten, die Klimaanlage abzustellen. Es hiess, das würde sofort erledigt. Dann konnte ich nicht einschlafen, weil ich im Gesicht immer kalte Luft hatte. Zweiter Anruf: Wird sofort erledigt. Zweites Beispiel: Im Zimmer hat die höfliche Dame, die mich begleitete, eine Nachtschubladle aufgemacht und gesagt: «Wir haben an alles für Ihr Wohlbefinden während des Aufenthaltes gedacht. Sie haben fünf Knöpfe und können hier am Bett alle Lichtquellen bedienen.» Nichts hat funktioniert. Ich musste zweimal aufstehen, weil ich nicht wusste, wie und wo ich das letzte Licht wegkriegt. Das heisst, ich bin mit einem hohen Quantum an Irritation eingeschlafen, im «besten» und teuersten Hotel der Stadt. Hätte man all diese Dinge nach einem Vedanta-Prinzip geplant und gebaut, dann hätte derselbe Bau wahrscheinlich 20 bis 30 Prozent weniger gekostet und hätte glückliche Kunden generiert. In einem Business-Hotel andererseits ist die Investition ins Bad wichtig für das Wohlbefinden des Gastes. Dass die Matratze okay ist, davon kann man weitgehend ausgehen. Der Rest ist mir persönlich absolut egal. All die phantastischen Dinge gehen völlig an mir vorbei: Ich schaue kein TV, mache nie die Minibar oder den Schrank auf, weil ich dazu keine Zeit habe und zu faul bin. Ich hab um Mitternacht eingecheckt und um 7 Uhr ausgecheckt. Was soll ich da einen Kasten aufmachen, die Minibar untersuchen oder einen Film anschauen? Nein, ich will «einfach» optimal schlafen.

Ferien sind heute selten nachhaltig. Man fährt weit, vielleicht sogar mit dem Auto, und der Gast kann nicht wissen, wie umweltfreundlich das Hotel gebaut wurde. Gibt es da eine Lösung?

Ein ganz wichtiges Thema: der Gesamtenergieverbrauch eines Hotels. Das beginnt mit dem Aushalt. Zurzeit entwickeln wir Konzepte, die als Ersatz zur «Sterne»-Kategorie einer Zertifizierung «KlimaHotels» folgen. Wir haben Mitarbeiter, die zu Beginn des Hotel-Projektes, das heisst noch bevor unsere Konzeptplanung beginnt, ein für den Ort angemessenes Energiekonzept erstellen. Wir prüfen beispielsweise, ob nicht die Nutzung der Erdwärme möglich ist. «Triple Zero», nämlich null Kilometer, null CO<sub>2</sub> und null Müll, beginnt beim ersten Planertriften.

Schönheit



Matteo Thun  
& Partners

Via Appiani 9  
20121 Milano

Tel. + 39 02 655 69 11  
Facsimile + 39 02 657 06 46

www.matteothun.com  
mail@matteothun.com