

ATP Architekten und Ingenieure hat den ersten Preis für ein Hotelprojekt im österreichischen Vorarlberg gewonnen.



Das geplante Crown Hotel in Montafon ist weithin sichtbar und wirkt durch Lichtquellen wie durch die natürliche Fassade aus Holz und Stein.

## CROWN HOTEL MONTAFON

# Modernes Grandhotel

Das Architekturbüro ATP Architekten und Ingenieure, Innsbruck, hat bei der Jurysitzung zum Wettbewerb für ein Hotelprojekt im Vorarlberger Alpental Montafon den ersten Platz erhalten. Bei dem Projekt handelt es sich um eine Hotelanlage der Vier-Sterne-Plus-Kategorie, deren Eröffnung für Winter 2011/2012 geplant ist. Für 17 Mio. Euro, die eine niederländische Investorengruppe aufbringen will, soll mit 130 Zimmern, verschiedenen Restaurants, Wellnesslandschaft, Konferenzräumen und Kinderspielplatz eines der größten Resorts im Land Vorarlberg in Österreich entstehen. Es soll ein mehrsaisonfähiges Hotel für Familien und Wellnessgäste ebenso wie für Geschäftsreisende sein.

Der Entwurf der Architekten orientiert sich am Typus des alpinen Grandhotels. Sämtliche Zimmer sind in einem großvolumigen Baukörper mit innen liegendem Atrium untergebracht. Das großzügige,

übersichtliche Eingangsgeschoss nimmt Rezeption, Lobby, Bars und Restaurants in der lang gestreckten Grundform auf. Im hangseitigen Teil liegen die Nebenräume und die Küche. Darüber sitzt der Wellnessbereich, der sich durch eine Auskragung an der Nordwestecke körperhaft abhebt. Dadurch entsteht eine geschützte, besonnte Dachterrasse.

### Kurze Betriebswege

Die Pläne überzeugten die Jury, da der Bau in den bestehenden Hang hineingesetzt und nur eine geringe Veränderung des Geländes nötig wurde. Das Hotel ist von der Durchgangsstraße aus zu Fuß leicht zu erreichen. Der Restaurantbereich mit angeschlossenen Terrassen bildet eine Ergänzung zum eher dünnen gastronomischen Angebot des Tals. Die Kompaktheit des Baus gewährleistet kurze Wege für den Betrieb, ohne die Lage, die Aussicht und die Großzügigkeit der Anlage für den Gast einzuschränken. Die Anlieferung erfolgt hangseitig.

Innen wirkt das Gebäude durch den hohen Luftraum, der sich über sechs Geschosse erstreckt und natürliches Licht in die Lobby einfallen lässt. Der Baukörper besteht aus zwei hölzernen Kuben, die auf mit örtlichen Steinen verkleideten Sockelgeschossen ruhen. Dies ist die Antwort der Architekten auf die Forderung der Investoren und der Gemeinde, die Materialwahl nach örtlichen Gesichtspunkten sensibel und nachhaltig zu gestalten. Von der Lobby aus werden die halböffentlichen Nutzungsangebote, wie Restaurant, Weinkeller und Konferenzbereich, erschlossen. Zimmer und Aufenthaltsbereiche sind über die Galerien, die um das Atrium in Inneren laufen, zugänglich.

Der Wellnessbereich befindet sich im ersten Obergeschoss. Durch die Aufteilung in die verschiedenen Baukörper ergab sich ganz selbstverständlich die Aufteilung in die verschiedenen Zonen: Der Nacktbereich ist vom Poolbereich



Der Baukörper besteht aus zwei Kuben, die auf einem lang gestreckten Sockel ruhen.



Bild: ATP-Architekten (3)

„Zeitgemäße Gemütlichkeit“ wollte die Jury: Die Lobby erhält durch das Atrium mit Glasdach natürliches Licht.

durch eine Frucht-Bar getrennt. Große Glasflächen beziehen im Wellnessbereich die Umgebung ein.

### Beachtung von LEED-Kriterien

Die Planung orientiert sich hinsichtlich der Nachhaltigkeit an LEED-Kriterien: Es werden örtliche Materialien verwendet,

die Versiegelung des Bodens wird durch eine kompakte Bauweise reduziert, unter anderem sind Parkplätze weitestgehend in einer Tiefgarage untergebracht. Die Abwärme der Kamine wird genutzt, Wärmespeicherung erfolgt im Sprinkler-tank. Es werden hoch gedämmte Holzfassaden verwendet.

An dem geladenen Wettbewerb hatten sich fünf Architekturbüros beteiligt. Die Jury bestand aus Vertretern der Gemeinde Gaschurn, der Raumplanungsstelle des Landes und der Architekturplattform Vorarlberg.

Maxi Scherer ■■■

## INNENANSICHTEN

### Design von der Stange

Karl Lagerfeld macht es auch: Er verkauft sein Label an die Modekette H&M und kreiert preiswerte Designer-Mode von der Stange. Die Massen stürzen sich drauf und die neuen Kollektionen sind ruckzuck ausverkauft. Warum sollten Hotels dieses nicht auch tun? Matteo Thun in Serie gibt es ja auch schon bei Kannen, Gläsern und Badewannen. Warum also nicht auch Thun-Design im Serien-Hotel? Immer mehr Hotelgruppen haben immer weniger Berührungspunkte mit den großen Kreativen. So hat Rezidor den italienischen Designer für einzelne Projekte verpflichtet, pentahotels hat ihn ganz vereinnahmt und sogar sein Hotelkonzept mit ihm aufgesetzt (siehe Seiten 32-35). Individualität trifft Massengeschmack.

Für beide Partner geht es um Wiedererkennung, um (Marken-)Identifikation, um den Tick Lifestyle mehr, mit dem man auch die Preise hochsetzen kann. Denn mit dem großen Namen

verkauft man nicht mehr Betten und Baguettes, sondern süße Träume und fancy snacks.

Der Design-Gast ist ein begeisterungsfähiger Mensch. Und wer es schafft, den sogenannten Massengeschmack zu treffen, hat gute Arbeit geleistet. Motel One ist das jüngste Beispiel dafür in der Serien-Hotellerie. Ihr Slogan „Viel Design für wenig Geld“ hat den heute aufblühenden Trend von Anfang an getroffen. Dabei hat die Münchner Budget-Gruppe noch nicht einmal teure Designer eingekauft. Sie hat nur genau hingesehen – und dann eigene Leute beauftragt. Was in Herstellung oder Einkauf kleines Geld kostet, wirkt in Lobby und Zimmer äußerst wertig. Massenware trifft Individuum.

Diese Balance ist geglückt. Motel Ones multiplizieren sich mit ihrer Design-Idee inzwischen immer schneller. Design ist zum Serien-Standard geworden. Und zum Versprechen dank des Slogans. Die



Maria Pütz-Willems ist Chefredakteurin der Internetplattform [www.hospitalityinside.com](http://www.hospitalityinside.com). Ihre Kolumne erscheint in jeder Ausgabe von *hotelbau*.

Budgetkette hat die Messlatte jüngst wieder höher gelegt: Seit diesem Frühjahr ersetzt sie in neuen Hotels einzelne designerhaft wirkende Raumelemente jetzt durch echte (!) Marken. So gibt es jetzt im 2-Sterne-Budget-Hotel mit Zimmerpreisen ab 49 Euro echte Artemide-Leuchten und Loewe-Fernseher.

Nichts ist mehr unmöglich. Widersprüche lösen sich auf, Kostenargumente fallen zusammen. Der Gesamteindruck zählt: das gute Gefühl für eine Nacht. Oder zwei. Dafür ist Design von der Stange ideal.

Maria Pütz-Willems