

S T E C K B R I E F

Prizeotel Bremen

Standort: Theodor-Heuss-Allee 12,
28215 Bremen

Klassifizierung: 2 Sterne Superior

Betreiber: prizeotel Bremen
GmbH & Co. KG

Innenarchitekt: Karim Rashid

Zimmer: 127

BGF: 3.800 m²

Baubeginn: Juni 2008

Eröffnung: 14. Februar 2009

Zimmerpreise: DZ ab 59 Euro

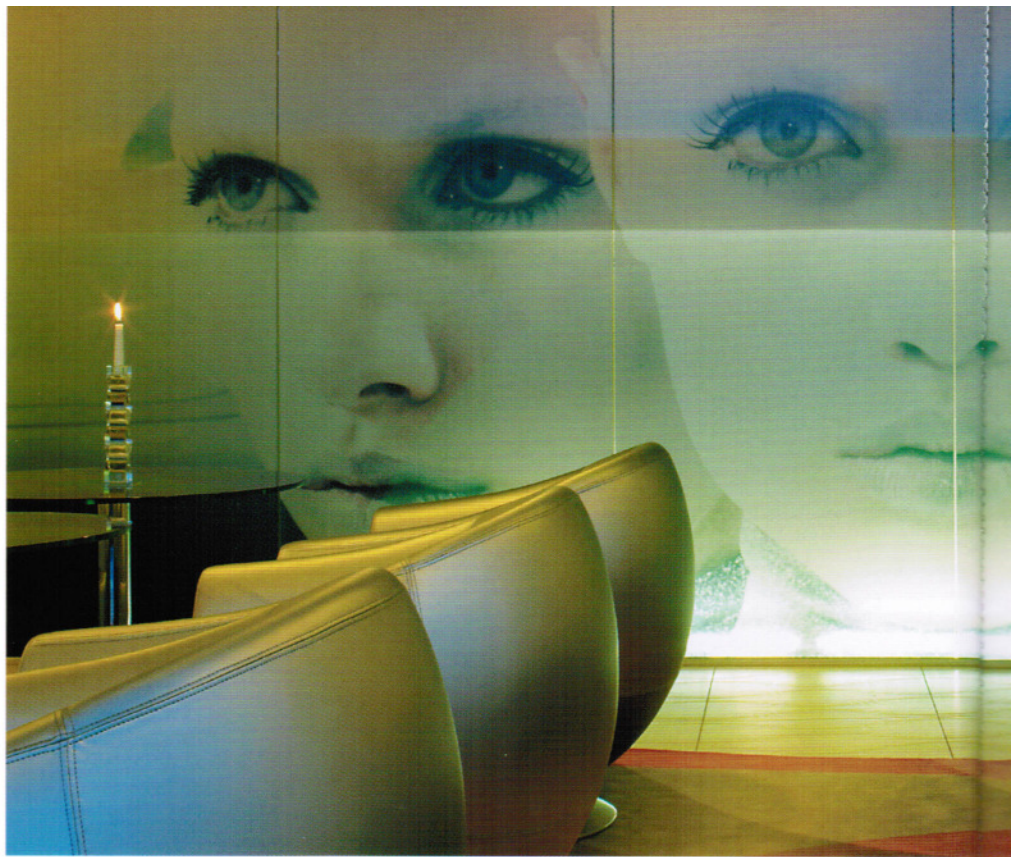
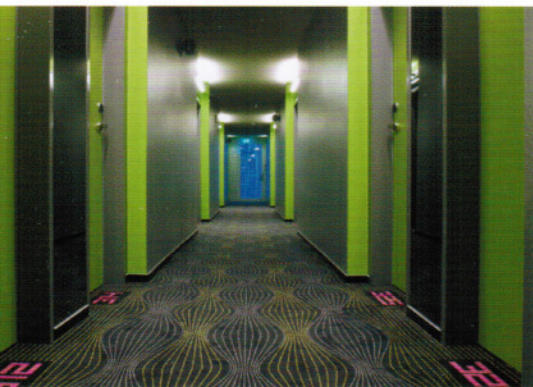


Bild: Prizeotel (4)

PRIZEOTEL BREMEN

Science Fiction zum Spar-Tarif



Karim Rashid schenkte der Hansestadt eine kühle nordische Schönheit im Sechzigerjahre-Retro-Look.

Ein Budget-Hotel vom Stardesigner. Gibt's nicht? Gibt's doch! Das Prizeotel Bremen. Karim Rashid, der berühmte Produkt- und Modedesigner, hat für die Prizeotel Bremen GmbH & Co. KG das erste Haus ihrer Zwei-Sterne-Superior-Marke gestaltet. Sein äußerst artifizeller Ansatz, der von der Science-Fiction-Ästhetik der Sechzigerjahre inspiriert ist, kann in seiner detailversessenen Konsequenz fast schon als Parodie jener Zeit angesehen werden. Jeden Augenblick, so erwartet man, müsste Jane Fonda im Barbarella-Kostüm um die Ecke biegen und einen neon-grünen Drink servieren.

Bei den beiden Prizeotel-Gesellschaftern Marco Nussbaum und Dr. Matthias Zimmermann handelt es sich jedoch keineswegs um Design-Fetischisten, sondern um hart kalkulierende Kaufleute. Alle Prozesse, die nicht unmittelbar „am Gast stattfinden“, sagen sie, sind automatisiert. Der Check-in beispielsweise kann über das Handy vorgenommen werden. Oberstes Ziel im Prizeotel ist Flächenoptimierung. Die Flurflächen und die Zimmer sind nach der 2-Sterne-Richtlinie des DEHOGA auf ein Minimum reduziert. Die Zimmerzuschnitte in den Regelgeschossen sind durch den Einbau von Gipskarton-Wänden zwischen den Räumen veränderbar. Dadurch können, falls sich der Bedarf dafür ergeben sollte, Budget-Suiten geschaffen werden.

Martin Gräber ■

Weitere Bilder finden Sie im Bildarchiv in der Rubrik „Das Magazin“ unter www.hotelbau.biz.



INNENSICHTEN

Themenhotels sind ein ernstzunehmendes Thema

Design ist ein gesellschaftliches Thema geworden. Insofern wäre auch jedes Design-Hotel ein Thema – aber nicht unbedingt ein Themen-Hotel. Letzteres schält sich in jüngerer Zeit als eine eigene kleine Variante in der bunten Hotelwelt heraus. Gemeint



Maria Pütz-Willems ist Chefredakteurin der Internetplattform www.hospitalityinside.com. Ihre Kolumne erscheint in jeder Ausgabe von *hotelbau*.

sind damit Herbergen, die um das Bett herum ein thematisches Design kreieren. Berühmte Beispiele gibt es schon: die Disney-Hotels etwa oder die vier Erlebnishotels im Europapark Rust bei Baden-Baden. Die Kunsthotels, in denen jedes Zimmer von einem anderen Künstler gestaltet wurde oder das 25hours tailored by Levi's in Frankfurt. Alle zeichnen sich durch Authentizität aus, durch Einfühlungsvermögen in eine andere Gedankenwelt. Sie spielen mit dem Fremden, dem Ungewöhnlichen und Exotischem und transferieren dessen Kern auf hiesige Komfort-Ansprüche und Mentalität. Wenn es nicht kitschig wirkt, haben Architekten und Interior Designer einen guten Job gemacht.

Der Grat zum Kitsch ist schmal, trotzdem reizt das Themen-Hotel Hotel-Macher immer wieder. Als nächstes wird die Branche zum Lindner Hotel Hagenbeck in Hamburg pilgern. Nicht, weil Bauherr und Betreiber gerade einen Immobilienpreis gewonnen haben, sondern weil Otto Lindner sagt, er möchte nur noch „sexy Hotels“ betreiben. Jetzt steht er erneut im Wort.

Sein Vorteil in Hamburg: Das Thema Tiere spricht Menschen aller Altersklassen an, es weckt Erinnerungen an die Kindheit und lebenslange Sehnsüchte. Genau wie der Tierpark Hagenbeck nebenan. Insofern erscheint es buchstäblich „naheliegend“, beide Welten miteinander zu verknüpfen. Es ist angeblich das erste Tierpark-Themenhotel der Welt. 30 Millionen Euro hat das 158 Zimmer-Hotel gekostet, die Auslastung liegt wenige Monate nach der Eröffnung bei über 80 Prozent, jubiliert Lindner. Die hohen Belegungen sind realistisch – der Europapark Rust macht es seit Jahren vor.

Themenhotels sind damit offenbar ein ernstzunehmendes Thema. Ihren potentiellen Erfolg kann übrigens jeder, ohne eine Statistik zu bemühen oder Feasibility Studies zu beauftragen, im eigenen Freundeskreis abchecken: Fragen Sie doch mal in der Runde, ob man gegebenenfalls lieber in einem (coolen) Design-Hotel übernachten würde oder in einem (bunten) Themen-Hotel? Ich wette, die Mehrheit entscheidet sich für letzteres. Der Reisende von heute sucht Emotion – gefühlvoll inszenierte Alternativ-Welten auf Zeit.

Maria Pütz-Willems