



Kontrast ist hier Programm

Bevor Gebäudeflächen leer stehen, macht es Sinn,
sie mit einer Zwischennutzung als Pop-up-Hotel zu beleben.
Zwei kreative Beispiele aus München und Feldberg.

Wo einst die Rezeption war, erwartet die Gäste im „Pop-up
Staub Bierhäusle Feldberg“ heute ein digitales Self-Check-in-
Terminal. Die knallige Farbgebung dient als Blickfang.

Wir wollten etwas Provozierendes machen und nicht nur ein bekömmliches Produkt herstellen“, sagt Nils Deville über das „Pop-up Stuub Bierhäusle Feldberg“. Sein Unternehmen Black Forest Hospitality, das im Schwarzwald unter der Marke „Stuub“ Ferienhäuser und Serviced Apartments betreibt, hat dem ehemaligen Landhotel in Feldberg einen poppigen Refresh verpasst. Das fängt beim pinkfarbenen gestrichenen Außensockel des Hotels an und setzt sich in pink abgesetzten Wänden im Inneren fort. Was bei den Einheimischen durchaus für Stirnrunzeln sorgt, generiert Aufmerksamkeit bei jüngeren Gästen und für die Destination Schwarzwald.

„Jung und ein bisschen lauter“

Seit Dezember ist das Bierhäusle mit 13 Zimmern und Apartments am Markt – als einziges Pop-up-Konzept unter den bisherigen Stuub-Betrieben. Die schnelle Umsetzbarkeit gab den Ausschlag für ein temporäres Konzept. „Angesichts der derzeitigen Lage wollten wir uns Zeit verschaffen, um ein sauberes Konzept für ein Langzeitprodukt zu entwickeln“, erläutert der Geschäftsführer. Mit nur wenigen, dafür gezielten Eingriffen in die Struktur wurde der gestalterische Wandel herbeigeführt, in nur 90 Tagen das historische Gasthaus in Feldberg neu belebt.

Unterstützung holten sich die Stuub-Macher beim lokal ansässigen Design- und Architekturlabel Syndicat:Walden. Die Handschrift von Architektin Julia Schorsch-Poznanski prägt das Projekt, dessen Stil Nils Deville als „Schwarzwald in jung und ein biss-

chen lauter“ beschreibt. Während es in den öffentlichen Bereichen durchaus knalliger zugehen darf, bildet in den Zimmern eine harmonische, eher gedeckte Farbgebung den Kontrapunkt. Für Wertigkeit sorgen neue Böden und Design-Möbelstücke, eben-



1 Das Pop-up Stuub Bierhäusle Feldberg setzt auf Mix and Match mit Teller-Collagen, Designerstühlen und Boho-Leuchten.

2 In den Zimmern symbolisieren behutsam ausgesuchte Möbel und Accessoires den neuen Geist des Landhotels, ohne dessen Historie zu vernachlässigen.

neubert
HOTELEINRICHTUNG **XXXL**

Beraten, Planen, Realisieren
KOMPLETTAUSSTATTUNG

- Hotelzimmer
- Rezeptionen/Lobbys
- Restaurants
- Hotelbäder
- Kompetenz-Zentrum/
Showroom in Würzburg

BESUCHEN
SIE UNS
ONLINE UNTER:
WWW.OBJEKT.DE



CANEL BOUTIQUE HOTEL

GLAMOURÖSER SCHICK IM HERZEN WÜRZBURGS





Der Name „WDrei“ steht für die drei Künstlerinnen, die die Zimmer des Münchner Pop-up-Hotels gestaltet haben.

so wie natürliche Materialien und Bettwäsche aus Bio-Baumwolle. Die Badezimmer im 70er-Jahre-Retro-Look blieben aus Kostengründen erhalten. Investiert wurde eine Summe im niedrigen sechsstelligen Bereich. Die Netto-Durchschnittsrate beziffert Deville mit derzeit 130 Euro. Das Konzept setzt auf limitierten, dezentralen Service – vom digitalen Self-Check-in von Straiv bis hin zu übergeordneten Gastgebern, die gleichzeitig mehrere der aktuell acht Stueb-Objekte betreuen und daher nur sporadisch vor Ort sind. Zur Hochsaison soll indes das Restaurant im Erdgeschoss wieder in Betrieb gehen, ein lokaler Gastronom übernimmt die Bewirtschaftung und bietet dann klassische Schwarzwaldküche.

Farbe statt Tapete

Während der Schwarzwald nicht ganz so bekannt für Pop-up-Hotels ist, findet man in München unzählige Beispiele. Nach Projekten wie The Lovelace und The Flushing Meadows – das es von der Zwischennutzung zum Dauerbetrieb geschafft hat –, wurde dort im vergangenen August das Hotel WDrei in 1A-Premium-Lage der Maximilianstraße 14 eröffnet. Statt Pink lautet das Motto hier Schwarz-Weiß. Hinter dem Projekt stehen die Münchner Gastro- und Design-Experten Michael Faltenbacher und Martin Reifferscheid sowie zwei Mitbetreiber. Sie haben den leerstehenden Hotelanbau – drei Etagen, 1.000 Quadratmeter Fläche –, der einst zum Hotel an der Oper gehörte, für eine Zwischennutzungszeit angemietet.

Individualität war den Machern bei der Umgestaltung zum Pop-up-Hotel wichtig. Entsprechend wurden mit Tanja Leithe, Theodora Spassova und Daniela Viveros Barrera drei völlig unterschiedliche Künstlerinnen ins Boot geholt, die man von früheren Projekten kannte. „Da wir Tapete unspannend fanden, haben wir uns für schwarze Wände, weiß bemalt entschieden“, so Faltenbacher. Zusammen mit dem Thema München und Bayern war das die einzige Vorgabe für die Künstlerinnen, die insgesamt 21 Räume individuell zu gestalten.

Entstanden sind Wandbilder, die unter anderem den Chinturm, den Monopteros-Tempel im Englischen Garten, die Surflocation Eisbach oder Modezar Rudolph „Mosi“ Moshammer samt Yorkshire-Dame Daisy zeigen. Jedes Zimmer, buchbar ab 130 Euro, ist ein Einzelstück im Stil der jeweiligen Künstlerin. „Die Drei sind der Grund, warum unser Hotel so geworden ist, wie es jetzt ist“, sagt Faltenbacher. „Daher haben wir uns für den Namen WDrei für ‚Wir Drei‘ entschieden.“

Knapp sechs Wochen dauerte der Umbau, die Kosten beziffert Faltenbacher im niedrigen sechsstelligen Bereich. Was unverändert blieb, sind die Bäder, deren Böden jedoch gestrichen wurden. „Entstanden ist eine Unterkunft, in die ich selbst gern fahren würde“, sagt der New-York-Fan. Im Treppenhaus wurden zudem die Namen aller Projektunterstützer verewigt. „Bei meinen Projekten lebe ich stets die Maxime ‚Geben und Nehmen‘“, so Faltenbacher.



Designelement im WDrei: Pendelleuchte „Ambiloom Pendant 250“ mit Texturoberfläche.

Auch im WDrei gilt limitierter Service: Kein Restaurant, kein Frühstück, der Rezeptions-Designkiosk ist von 9 bis 17 Uhr besetzt, in der kleinen Honesty Bar gilt Selbstbedienung auf Vertrauensbasis. Stattdessen schicken die gut vernetzten Betreiber ihre Gäste überall dorthin, „wo es uns selbst gefällt“. WDrei-Frühstücksangebote gibt es etwa bei Kooperationspartnern wie dem Brenner, der Bar Centrale oder dem Cortiina Hotel. Eine eigene Landingpage powered by Gastfreund listet die Empfehlungen der Betreiber und Informationen rund um den Aufenthalt.

Als temporäre Hotels angelegt, ist die Betriebsdauer von Bierhäusle und WDrei absehbar. Nils Deville plant, in zwei, drei Jahren die Kernsanierung des Stueb-Pop-ups anzugehen. Das WDrei dagegen geht ab August in eine sechsmonatige Verlängerung. Michael Faltenbacher: „Ich hätte aber auch nichts dagegen, wenn es noch mal anderthalb Jahre mehr werden würden.“

Brit Glocke



Schwungvolle Strichzeichnungen auf schwarzem Hintergrund: Ein Wandbild der Künstlerin Tanja Leithe.



Sonderanfertigungen in anderen Farben sind möglich.



Sessel Caso



Stuhl Lindo

ADVERTORIAL

TRENDSTOFF BOUCLÉ

Absolute Gemütlichkeit für designaffine Gäste

Um Gästen ein unvergessliches Erlebnis zu bieten, spielt das Ambiente eine entscheidende Rolle – Komfort und Design sind dabei unverzichtbare Elemente. Auf der Suche nach einem einzigartigen Stoff, der Hotelinterieur einen Hauch von Luxus verleiht, ist Bouclé die perfekte Wahl. Dieser vielseitige Trendstoff, der Wärme und Weichheit ausstrahlt, erfreut sich zunehmender Beliebtheit in der Welt des Innendesigns und bietet eine Fülle an Möglichkeiten, um Gästen einen anspruchsvollen Aufenthalt zu ermöglichen.

Der Stuhl Lindo von VEGA ist ein Traum für alle, die gerne weich und bequem sitzen möchten. Dafür sorgen die breite und gewölbte Rückenlehne sowie die aufwendig geformte Sitzfläche. Mit seinem eleganten Design und der bequemen Polsterung ist dieser Stuhl die perfekte Ergänzung für jedes Hotelrestaurant und jede Hotellobby. Der flauschige Bouclé-Bezug verleiht dem Stuhl einen Hauch von Raffinesse und macht ihn zu einem Blickfang in jedem Raum.

Eine perfekte Ergänzung zu Lindo ist der Sessel Caso von VEGA. Die großzügige Sitzfläche und der hochwertige, wunderbar weiche Bouclé-Bezug laden zum entspannten Verweilen ein. Sein Design und die fließende Linienführung im Zusammenspiel mit den komfortablen Polstern bieten einen einzigartigen, ausgewogenen Sitzkomfort. Ein auffälliger wie bequemer Sessel, auf dem alle Gäste gerne Platz nehmen werden. Caso und Lindo sind im LUSINI Online-Shop erhältlich:

lusini.com

VEGA ist eine Eigenmarke der LUSINI Group, einem der führenden Hotellerie- und Gastronomieausstatter in Europa. Die LUSINI Group hat ihren Hauptsitz im bayerischen Wertingen. Weitere Eigenmarken sind JOBELINE, ERWIN M. und PULSIVA. Fotos: VEGA