

ECHO

01/2013
TOURISMUS

ARCHITEKTUR IN DEN BERGEN

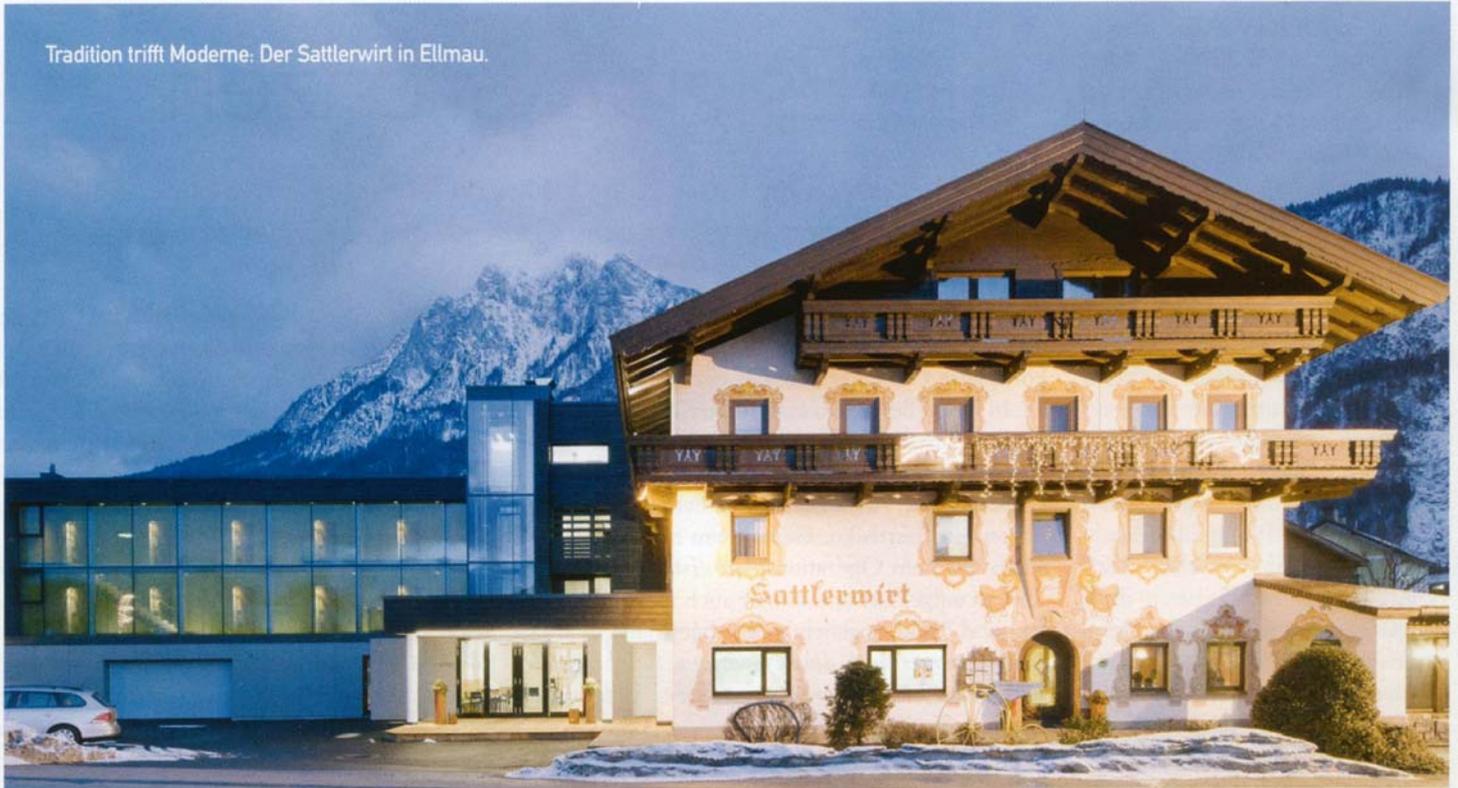
Was kommt, was geht, was bleibt? Zwischen Berghütten und Sternetempeln wuchsen über Jahre die touristischen Klischees. Und bestimmten die Erwartungen an die touristischen Bauten

- Zeitgemäße Architektur:
Langer Weg zur Moderne
- Trends & Architektur:
Neues & Spektakuläres
- Tourismuspolitik:
Im Westen nichts Neues
- TVB- und Gemeinderanking:
Die Auf- und Absteiger



JAHRBUCH DES TOURISMUS 20.13

Tradition trifft Moderne: Der Sattlerwirt in Ellmau.



Investitionen schaffen Zukunft

Rückgang. Erstmals seit Jahren investiert der Tourismus schwächer als die Gesamtwirtschaft. Dieser Trend hat auch Auswirkungen auf die vom Tourismus abhängigen Branchen wie Handwerk, Gewerbe, Bau- und Baunebengewerbe.

Es gab Warnhinweise in ausreichender Zahl, jetzt ist es Tatsache: Der Tourismus hat – trotz Nächtigungs- und Ankunftsrekord im ersten Halbjahr – seine Rolle als wichtige Konjunktur-Stütze der österreichischen Wirtschaft reduziert. Der Grund für diese doch recht heftige Ansage der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT): Die Investitionen der Tourismuswirtschaft sind innerhalb eines Jahres signifikant zurückgegangen. Aus volkswirtschaftlicher Sicht, so die Aussendung der ÖHT im August 2013, kann das durchaus große Auswirkungen haben, denn rückläufige Investitionen wirken sich negativ auf Beschäftigung und Konsum der Gesamtwirtschaft aus. Ein zusätzlicher Aspekt und nicht zu unterschätzender Punkt ist, dass 80 Prozent der von ihm getätigten Investitionen der Regionalwirtschaft zufließen. Diese bekommt den negativen Trend dadurch besonders stark zu spüren.

Das Investitionsvolumen brach im Vergleich zum Vorjahr um minus 30 Prozent ein. Damit werden 2013 im österreichischen Tourismus hochgerechnet um 1,5 Milliarden Euro weniger Investitionen getätigt als noch 2012. Den Anteil Tirols an den Gesamtinvestitionen beziffert Franz

Investitionskredite ab einer Million Euro. Die OeNB-Statistik bezieht sich auf die Entwicklung von Krediten ab 350.000 Euro. Hotellerie und Gastronomie wiesen diesbezüglich in den letzten Jahren stets und zum Teil deutlich stärkere Werte auf als die Gesamtwirtschaft. Doch im ersten

>> Während der Krise wurde überdurchschnittlich viel investiert. Warum sich die Investitionen seit 2012 in diesem Ausmaß reduziert haben, kann man aber nicht sagen. <<

Franz Hartl, GF der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank

Hartl, Geschäftsführer der ÖHT, mit etwa 40 Prozent. Die ÖHT stützt sich dabei auf die von der Österreichischen Nationalbank (OeNB) veröffentlichten Daten über die Großkreditevidenz im ersten Quartal 2013 und auf die im eigenen Haus abgewickelten

Quartal 2013 hat sich das umgekehrt. Dazu kommt, dass 2013 die Investitionsaktivitäten der Gesamtwirtschaft nahezu auf null zurückgehen (Zuwachs nur noch 0,1 Prozent). Der Tourismus rutschte mit minus 1,9 Prozent sogar ins Negative.

Jodelbarock ade

Architektur. Dass dem unsäglichen „Lederhosenstil“ in der Tiroler Hotelarchitektur nicht die Zukunft gehören wird, darüber sind sich alle Experten einig. Wohin der Weg der Architektur im Tourismus aber führen wird, entscheiden in erster Linie der Bauherr, der Architekt und nicht zuletzt die Erwartungshaltung der Gäste.



Die Osttiroler Architekten Madritsch & Pfurtscheller haben das altehrwürdige Hotel Hinteregger in Mauterthaler mit einer Lärchenholzhaute umhüllt.

Auch wenn in den letzten paar Jahren Hotellerie und Architektur einander zumindest etwas näher gekommen sind, so gibt es diesbezüglich weitverbreiteten Aufholbedarf. Zwar glänzt im Einheitsbrei touristischer Architektur ab und zu eine Perle heraus, aber auch diese vereinzelt Preziosen können nicht verhehlen, dass vielerorts noch der „Charme“ der Boomzeiten des Tourismus der 1970er und 1980er Jahre vorherrscht. Der in vielen Tiroler Tourismusorten dominierende „Lederhosenstil“, mit seinen auf das zehnfache Volumen aufgeblähten Bauerhäusern, für die es im ganzen Land keine realen Vorgänger gibt, hat zunehmend ausgedient. Denn die bäuerliche Tiroler Bautradition kannte bzw. kennt keine Überladenheit, keine auf Betonsäulen ru-

henden schindelgedeckten Vordächer und keine bombastischen Inszenierungen. Vielmehr dominierten schlichte Funktionalität und der Einsatz heimischer, nachhaltiger Baumaterialien. Aufgeblasene Bettenburgen wirken heute zunehmend nicht mehr authentisch und damit könnte – nein, wird – der Tiroler Tourismus bald große Schwierigkeiten bekommen.

ZIELGRUPPE IST ALLES. Gewiss, keiner kann verlässlich in die Zukunft schauen, aber eines steht allen Expertenmeinungen nach außer Diskussion: Der Hotelier der Zukunft wird sich für eine Gäste-Zielgruppe entscheiden und er muss diese, seine Gäste ganz genau kennenlernen, damit er entsprechend schnell auf Veränderungen reagieren kann.

Das Internet verkürzt diese Reaktionszeit noch einmal, denn ganz schnell kann heute ein Trend unattraktiv werden.

Für den Hotelier liegt das größte Problem bei der Definition seiner Zielgruppe darin, dass es so viele gibt. Der Gast ist als Typus so verschieden wie die Reiseziele dieser Welt. Es gibt mannigfaltige Strömungen innerhalb unserer Gesellschaft und alle haben unterschiedliche Ansprüche an Design, Kulinarik und Service, alle haben unterschiedliche Lebenseinstellungen und natürlich differieren auch die Erwartungshaltungen bezüglich Atmosphäre und Flair einer Urlaubsunterkunft. Aber egal, ob Krankenschwester, Trendsportler, Familienvater, Esoteriker oder verwöhnte Genießer, sie alle fahren in den Urlaub und suchen sich ihr Hotel.

ÜBERANGEBOT. Der Gründer der Hilton Hotelkette hat, gefragt nach den drei wichtigsten Kriterien für den wirtschaftlichen Erfolg eines Hotels, leicht ironisch geantwortet: „Erstens der Standort, zweitens der Standort und drittens der Standort.“ Es gibt aber darüber hinaus natürlich noch andere Kriterien, eines der wichtigsten dabei ist sicher ein stimmiges Konzept. Schon klar, ein veraltetes und vielleicht noch überschuldetes Hotel an einem miesen Standort wird keiner mehr retten können. Muss auch niemand, der Hotelbestand in Tirol ist ohnehin zu groß – für manche sogar viel zu groß.

„Das wird sich ausdünnen“, sagt dazu Arno Ritter, Geschäftsführer des Architekturforums „Architektur und Tirol (AUT) und fügt hinzu: „Das Überangebot gefährdet in manchen Orten bereits die Infrastruktur.“ Als Beispiel dafür gilt Sölden, ein Ort der

> Das Hotel muss dem Gast gefallen und nicht dem Hotelier. <

Thomas Barbist, Architekt

nicht nur durch eine Vielzahl besonders hässlicher Bettenburgen „glänzt“, sondern wo auch der Verkehr kaum noch bewältigbar scheint, Staus auf den Straßen ebenso wie vor den Liftkassen.

Eine Möglichkeit vom Übergang wegzukommen, ist der sinnvolle Um- bzw. auch Rückbau bereits bestehender Hotels. Und da kommt wieder die Architektur ins Spiel, denn ist für den Hotelier ein Konzept gefunden und die ideale Zielgruppe bestimmt, dann liegt es am Architekten, dem Ganzen ein schönes Etui zu geben, wie es Arno Ritter ausdrückt.

Beispiele für behutsamen Rückbau gibt es einige, auch wenn damit manchmal das Risiko verbunden ist, die alten Stammgäste zu verstören. Aber durch eine Revitalisierung alter Hotelgemäuer mit zeitgenössischer Architektur und modernem Design können wieder neue Gäste angelockt werden, die mit dem alten „Jodel-Barock-stil“ vielleicht nichts anfangen konnten.

Der Architekt und Generalplaner Thomas Barbist führt mit seinen Kunden aus dem Tourismus sehr lange und ausführliche Gespräche, bevor er den Zeichenstift zur Hand nimmt. Mit seinem Architekturbüro ist Bar-

bist seit Jahren gut im Geschäft, mittlerweile unterhält er Büros in Lechaschau und Innsbruck, neuerdings auch eines in Berlin. Auch er weiß, dass das Hotel mit den Erwartungen der Zielgruppe harmonieren muss.

Die Architektur ist da natürlich maßgeblich, sagt Barbist: „Ganz wichtig – das Hotel muss dem Gast gefallen und nicht dem Hotelier. In Zeiten des Internets vermitteln die Bilder auf der Homepage dem Gast einen ersten Eindruck vom Hotel. Und wenn ihm das Hotel nicht gefällt, dann klickt er weiter.“

Es nützt also heute die allerfeinste Küche, die besten Betten und die höchste Service-

Die demographische Entwicklung in Europa wird die Herausforderungen an die Hotellerie in Zukunft noch verschärfen. Die Menschen werden älter, ihre Ansprüche an die Urlaubsunterkunft verändern sich, moderne Zivilisationskrankheiten, wie z.B. das Burn-out-Syndrom werden massiv zunehmen – und damit bieten sich für Gesundheits- und Reha-Hotels neue Möglichkeiten.

Es wird nicht notwendig sein, das fünftausendste Wellnesshotel zu eröffnen, der Gast sucht das Individuelle, das Außergewöhnliche, das Einzigartige. Ein zukünftiger Trend geht eindeutig in Richtung „Weniger



Das ehemalige Hotel Pezid in Serfaus wurde von seinem Besitzer in ein Appartementhaus umfunktioniert.

qualität einem Hotelier wenig, wenn die Hülle unattraktiv erscheint. Ein Hotelaufenthalt ist für den Gast wie ein geliehenes Zuhause, sozusagen ein Daheim auf Zeit. Und in seinem Zuhause will sich der Urlaubsgast rundherum wohlfühlen und dazu gehört auch die „Seele“ eines Hauses. Wenn ein Hotel das dem Gast vermitteln kann, wird dieser keinen Grund finden, nicht wiederzukommen.

HERAUSFORDERUNGEN. Aufgabe der zukünftigen Architektur wird es also sein, die Marktpositionierung und die architektonische Ausgestaltung eines Hotels in einen möglichst harmonischen Gleichklang zu bringen. Selbstverständlich kommt hinzu, dass sich ein Hotelbau seiner unmittelbaren Umgebung anpasst, dass er nicht wie ein Fremdkörper in der Landschaft wirkt und damit an Authentizität einbüßt.

ist mehr“, bald wird sich ein Drittel der Europäer als „Sinngesellschaft“ definieren und die brauchen im Urlaub keine All-inklusiv Rund-um-die-Uhr-Betreuung und schon gar keine aufwändig beheizten Hallenbäder.

Diese „Neuen Bescheidenen“ wollen im Urlaub aber auch nicht im cool designten Stadthotel logieren, so sich dieses in einer ländlichen Umgebung befindet. Diesen Spagat zwischen urbaner Herkunft und alpinem Urlauben gilt es für Hoteliers in authentische Angebotspakete zu verpacken, sonst wird in Zukunft der wirtschaftliche Erfolg wohl ausbleiben.

In der Nähe von St. Moritz versucht sich gerade ein besonders innovationsfreudiger Hotelier bewusst an einem 0-Sterne-Konzept für sein Haus und das große Interesse an dieser Idee scheint ihm Recht zu geben. Es zählt – wie überall in der Wirtschaft – auch im →



Architekt Thomas Barbist überzeugt mit einer klaren Formensprache. Neben der optischen Qualität seiner Hotelbauten legt Barbist großen Wert auf Nachhaltigkeit, denn nur damit wird ein Hotelier in Zukunft seine Gäste gewinnen können.

→ Tourismus mehr und mehr die USP – die Unique Selling Proposition.

Eine solche USP hat das in Serfaus entwickelte Appartementhaus „Pezid“ für sich gefunden, in dem es sich sozusagen selber neu erfunden hat. Jahrelang als typisches Tiroler Hotel geführt, entschlossen sich die Besitzer, das „Pezid“ in ein Appartementhaus umzubauen. Im vollen Risikobewusstsein, dass die radikale Veränderung der Marke langjährige Stammgäste abschrecken könnte. Das Risiko hat sich ausgezahlt, das neue Konzept wurde angenommen und die Gäste kommen.

Arno Ritter sieht mit dem neuen USP des „Pezid“ auch eine Möglichkeit aufgezeigt, wie den erwähnten Infrastrukturproblemen der Tourismus-Hotspots entgegengewirkt werden könnte: „Appartementshäuser ziehen

beispielsweise einen Lebensmittelmarkt an, weil sich deren Gäste eher selber versorgen. Die Nahversorgung ist in den Tourismushochburgen ohnehin oft nicht mehr gegeben, außerhalb der Hochsaison bleiben viele Läden geschlossen.“

> Der unreflektierte Lederhosenstil hat keine Zukunft. < Arno Ritter, AUT

Noch wird in Tirol der Zusammenhang zwischen betriebswirtschaftlichem Ergebnis und zeitgenössischer Architektur zu wenig gesehen. Aber – Architektur macht Gäste.

Eine Umfrage vor sechs Jahren hat ergeben, dass bei 51 Prozent der Hotelbetriebe, die anspruchsvolle zeitgenössische Architektur verwirklicht haben, Gästezahlen und Umsatz über dem Durchschnitt lagen. Noch beeindruckender die Zahlen einer weiteren Untersuchung: Die Erwartungshaltung der Hoteliers, dass sie durch den Einsatz hochwertiger Architektur eine differenzierte Marktposition erreichen, erfüllte sich zu 97 Prozent – mit den dadurch lukrierten neuen Gästeschichten sind 95 Prozent der Hotelbetreiber zufrieden.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass es den einen erfolgsversprechenden Weg für die Tourismusarchitektur der Zukunft nicht gibt. Da aber nachgewiesen ist, dass mit zunehmender Bildung der Menschen auch deren ästhetische Ansprüche ansteigen, werden Architektur und Tourismus weiter zusammenwachsen müssen. Sonst wird aus Stillstand sehr schnell ein Rückschritt. Aus Ratlosigkeit lieber weiter im konservativen Stil zu bauen, ist ein solcher Rückschritt. Die kitschige Scheinwelt pseudogemütlicher Tiroler Gastlichkeit war gestern – läppische alpine Formensprache zieht nur noch bei jener Minderheit von Gästen, die sich auch erwartet, dass im Weißen Rössl am Wolfgangsee die Kellnerinnen singen und tanzen.

Die Zukunft kann wie gesagt niemand voraussagen – aber dass Architektur im Tourismus eine immer größere Rolle spielen wird, diese Prognose sei zu äußern gewagt.

Gernot Zimmermann



Madritsch & Pfurtscheller verjüngten auch das Hotel Steinerwirt in Zell am See durch Zu- und Umbauten.

Klar & Sachlich

Tourismus-Architektur. Mehr und mehr setzt sich eine klare Sachlichkeit durch, die aber auch die Entwicklung und den Fortschritt im alpenländischen Raum symbolisiert.



Tatanka

Nach wie vor ist in Tirol der Typus des überdimensionierten Bauernhauses im Hotelbau weit verbreitet. Das von der tatanka ideenvertriebs gmbh geplante Hotel Arlmont in St. Anton zeigt, dass in der jüngeren Generation von Touristkern ein Umdenken stattfindet. Statt geschnitzter Holzbalkone umfasst eine Brüstung in einem in hellem Beige eingefärbten Sichtbeton über einem organisch geschwungenen Grundriss ausgeführte Gebäude. Raumhohe Fensterflächen bieten dem Gast ein lichtdurchflutetes Ambiente.

Früher waren die Fronten klar. Hier die nahezu alles bestimmende Lederhosenfraktion, da die „Baukünstler“, die technische und ästhetische Standards aus der Stadt auf Berghotels, Skihütten und Seilbahnen übertragen wollten. „Doch heute beginnt sich diese scharf gezogene Grenze mehr und mehr zu verwischen“, meint Matthias Boeckl, Professor für Geschichte und Theorie der Architektur an der Universität für angewandte Kunst in Wien. Wie es scheint, so Boeckl, sehen die Radikal-Avantgardisten

ein, dass der Feriengast im Urlaub nicht unbedingt die gleiche kühl-geometrische Architektur in industriellen Materialien wie zu Hause sehen will. Und die Jodel-Dogmatiker unter den Touristikern dürften begriffen haben, dass sich vor allem der junge urbane Gast, der ja wiederkommen und einmal unsere Zukunft sichern soll, von einer verquast pseudo-traditionellen „Anmache“ nicht mehr beeindrucken lässt.

Wo über Jahrzehnte verklärt-verkitschte und aus den Fugen geratene Quasi-Bauern-

häuser aus der pseudo-historischen Retorte in die Tiroler Landschaft geklatscht wurden, zeichnen sich heute die neuen Tourismus-Bauten mehr und mehr durch eine klare, sachliche Funktionalität aus. Sie gehen häufig eine sanfte Symbiose mit der Landschaft ein und sollen auch nicht ein futuristischer Kontrapunkt in einem an sich traditionellen Umfeld sein. Vielmehr bekräftigen sie sehr oft die Verbindung zur Moderne, indem sie auch Entwicklung und Fortschritt im alpenländischen Raum symbolisieren.

Hugo Huber <

Refugio Laudegg

VENTIRA

Am Fuß der Burg Laudegg in Ladis entstand mit dem Refugio Laudegg eine moderne Apartment-Anlage. Glasfronten erlauben die Sicht auf Ladis und die Suiten und Rooms sind komplett aus Holz. In enger Zusammenarbeit mit Denkmalamt und Naturschutz entwickelte das Architektenteam ventira architekten ein auf diesen konkreten Ort abgestimmtes Konzept. Vier leicht voneinander abgesetzte und höhenversetzte Baukörper bilden eine feingliedrige Einheit. Die Baukörper bieten durch Vor- und Rücksprünge nicht nur Platz für zahlreiche Terrassen, sondern tragen zusammen mit der differenziert ausgebildeten begrünten Dachlandschaft dazu bei, dass sich die Anlage in das Umfeld der denkmalgeschützten Burg Laudegg wie von selbst einfügt.



Werner Kleon

Die Idee für das La Cantina entsprang dem Wunsch, den Typus Weinbar mit der klassischen italienischen Bar zu verbinden. Nach der Neugestaltung des südlichen Baukörpers am Sparkassenplatz in Innsbruck wurde die Nische zu einem attraktiven innerstädtischen Zwischenraum. Durch die Entscheidung, den ursprünglich dreigeschoßigen, schmalen Zwischenbau aufs Erdgeschoß zu reduzieren, erhielt die Platznische neue Dimensionen. Passend zum Gastronomiekonzept unterstützt die Architektur, die von Architekt Werner Kleon in Zusammenarbeit mit dem Architekturbüro Giner+Wucher entwickelt wurde, mit Holz und Leuchtenhimmel die gedachte atmosphärische Stimmung dieses besonderen Orts.



Reitter Architekten

Aufgebaut auf den Kellermauern einer baufälligen Hütte entstand mit dem Bergrestaurant Rifflesee Sunna Alm auf 2300 Metern Seehöhe ein alpiner Gastronomiestützpunkt mit 140 Sitzplätzen. Die Sunna Alm soll eine Brücke zwischen moderner Touristik und lokal-traditionellem Bergerleben schlagen, ohne dabei in peinliche Klischees des „Urigen“ abzugleiten. Trotz der extremen klimatischen Bedingungen wurde zudem ein Heizenergiebedarf von zwölf kWh/Quadratmeter und Jahr und somit Passivhausstandard erreicht.

Madritsch/Pfurtscheller

Der Sattlerwirt in Ebbs erhielt 2012 einen neuen Anbau. Dieser folgt einer einfachen Formensprache und steht so im Kontrast zum Altbestand. Südseitig wurde über die Zimmergeschoße bzw. deren Balkonzone ein transparenter „Lärchenholzschild“ gezogen, der zugleich Aussicht und Sonnenschutz bietet. Den Abschluss der südlichen Neuausrichtung bildet der vorgelagerte (Obst-)Garten. Nordseitig dämpft die mehrgeschoßige verglaste Treppenanlage den Lärm der Hauptstraße. Der Anbau zeigt auch deutlich die Entwicklung. War vorher die Straßenausrichtung für die Außenwirkung wichtig und auch aufgrund von weniger Verkehr kein Problem, wird die Straße heute weitgehend ausgeblendet und durch die Gartenausrichtung eine wichtige Ruhezone gewonnen.



BERGMEISTERWOLF

Hotel Pupp

Das Hotel befindet sich an einer Schnittstelle der Stadt Brixen, zwischen Altstadt und Stadtrandgebieten, und bildet somit eine Art Torsituation aus. Drei Geschoße verschieben sich schubladenartig gegeneinander und lassen einen Anklang an die Erker der Altstadtgebäude aufkommen. Durch die Verschiebungen entstehen unterschiedliche Freibereiche im Inneren, die es ermöglichen, jedem Gästezimmer seinen uneinsehbaren Garten oder Terrasse mitten in der Stadt anzubieten. Es entsteht eine Intimität, die wichtiger ist als Ausblicke in die Stadt. Von außen ist das Gebäude eher geschlossen, von innen lichtdurchflutet. Die Zimmer werden über die privaten Freibereiche von oben belichtet und ein Ausschnitt im Gebäude bringt Licht in die Flurbereiche.