

Bauen für Gäste

ARCHITEKTUR UND TOURISMUS

Macht Architektur Gäste? Dieser Frage widmete sich eine Diskussionsveranstaltung von Architektur in Progress (aip) in Tirol, bei der sich zeigte, dass das Bewusstsein für qualitativ hochwertige Architektur in der Tourismusbranche noch sehr ausbaufähig ist. Dabei stellt moderne Architektur einen wichtigen Marketingfaktor bei Bauten für touristische Zwecke dar und bietet Betrieben in diesem Bereich die Chance, sich von der Konkurrenz abzuheben.

von Thomas Pric



Das von Steven Holl geplante Weinresort Loisium brachte der ganzen Region touristische Impulse. Foto: Loisium / Robert Herbst

Tourismus verkauft sich naturgemäß am besten über Klischees: die hohen Berge, die weiten Täler, die idyllische Landschaft, die wunderbare Musik, die schönen Häuser. Kein Wunder also, dass auch in Sachen touristischer Bauten in Österreich Klischees keine Seltenheit sind. Man denke nur an die zahllosen Skihotels im alpinen Raum im Stile eines vermeintlich traditionellen regionalen Bauweise der Marke Lederhosenarchitektur.

Architektonisch hochwertige Bauten findet man in den heimischen Tourismusbetrieben hingegen noch verhältnismäßig selten. Die Architektin Bibiane Hromas von der Plattform *pla'tou* hat in einer Studie zu dem Thema ernüchternde Ergebnisse herausbekommen. „Das Potenzial ist in diesem Bereich noch lange nicht ausgeschöpft. Nur rund ein Prozent der heimischen Hotelbetriebe kann man als gut gebaute Architektur bezeichnen“, erklärte Hromas im Dezember anlässlich einer Diskussionsveranstaltung von Architektur in Progress im Tiroler Egger-Forum zum Thema „Macht Architektur Gäste?“.

Dabei bietet moderne Architektur Betrieben die Möglichkeit, sich zu positionieren und von der Konkurrenz abzugrenzen. Eine gute Planung und eine gute Organisation der Wege und Arbeitsabfolgen können dabei außerdem zur Reduktion der Betriebskosten beitragen. Auch für die Lebensqualität der Eigentümer und Beschäftigten, die in ihren Betrieben nicht nur arbeiten, sondern oft auch wohnen, ist die Architektur ein wesentlicher Einflussfaktor.

Hromas stellt mittlerweile immerhin eine wachsende Sensibilität der Touristiker für das Thema fest: „Es gelingt immer besser, die Branche dafür zu begeistern. Aber umgekehrt sollten sich auch die Architekten stärker damit befassen, was im Tourismus gefragt ist und worauf bei der Planung besonderes Augenmerk gelegt werden muss.“

Wie sehr zeitgenössische Architektur eine ganze Region touristisch aufwerten kann, zeigt sich etwa anhand des Weinresorts Loisiums im niederösterreichischen Langenlois. Das Weinbaugelände in der Nähe von Krems war schon vor dessen Errichtung zwar eine der führenden heimischen Weißweinregionen, touristisch gesehen aber absolutes No-Name-Land. Zusammen mit der Architektur musste also erst ein touristisches Angebot entwickelt werden. Die Initiatoren konzipierten dazu eine Weinerlebniswelt mit Besucherzentrum, Hotel, Spa und Vinothek, und engagierten als Planer den amerikanischen Stararchitekten Steven Holl. Die Weinwelt eröffnete 2003, das Loisium-Hotel 2005. Letzteres lag 2008 im Schnitt bei 64 Prozent Auslastung; auch in der Nebensaison fällt die Auslastung laut Miteigentümerin Susanne Kraus-Winkler nie unter 50 Prozent. Das Projekt lieferte nach seinem Start auch positive wirtschaftliche Impulse für die Umgebung. So stiegen etwa die Nächtigungen in der Region



Personalhaus des Hotels Anton in St. Anton / Tirol von Wolfgang Pöschl, Dieter Compoj und Thomas Thum: Auch für die Lebensqualität der Eigentümer und Beschäftigten ist die Architektur ein wesentlicher Einflussfaktor. Foto: Paul Ott, Graz

um 40.000 pro Jahr. Der Stellenwert zeitgenössischer Architektur sei derzeit hoch wie nie, ist Kraus-Winkler überzeugt. Allerdings müsse sich Architektur auch rechnen, sagt die Unternehmerin.

Das Loisium hat die Region um Langenlois zwar international bekannt gemacht, gerade architektonisch wurde das Projekt nach seiner Eröffnung aber durchaus kontrovers diskutiert. Doch wenn sich schon die Fachleute nicht einig sind, wie gute Architektur ausschaut, wie soll man das Thema dann erst den potenziellen Bauherren näherbringen? Für den Salzburger Architekten Tom Lechner sind dabei vor allem die Architekten selbst gefordert, die nicht zu abgehoben agieren dürften: „Wir versuchen, unsere Bauherren da abzuholen, wo sie sind, um mit ihnen gemeinsam Lösungen zu erarbeiten und im Vorfeld bestimmte Dinge zu erklären.“ Mit seinem in Altenmarkt ansässigen Büro LP Architekten will Lechner eine bewusste Alternative zum gebauten Alltag im Alpenraum bieten und hat für sich dazu strenge Qualitätskriterien entwickelt. Lechner versucht dabei aber weg von formalen Gestaltungsfragen zu kommen: „Es geht uns zum Beispiel nicht ums Thema Flachdach als Qualitätskriterium – es gibt ja auch viele gute Lösungen mit geneigten Dächern.“

Eine wesentliche Rolle spielt für den Architekten in Sachen baulicher Qualität der ehrliche Umgang mit den verwendeten Materialien. Im Salzburger Ort Flachau zum Beispiel erhielt das Büro den Auftrag, der Fassade des Hotels Tauernhof ein Facelifting zu verpassen. Die Planer erneuerten die komplette 90 Meter lange Erdgeschoßzone und entwarfen einen überdachten Vorbereich, der nun einen optisch markanten Gegensatz zur Hotelfassade aus den Siebzigerjahren bildet. Zur Wandverkleidung und als Deckenuntersicht verwendete Lechner helle Dreischicht-Holzplatten (die nur geölt und sonst nicht weiterbehandelt wurden), die eigentliche Dachkonstruktion ist aus Stahl, und sitzt auf einem dunklen Sichtbetonsockel. „Es gibt immer noch viele Vorurteile gegen Beton, die Frage ist nur, wie man die Materialien einsetzt“, sagt Lechner. „In diesem Bereich bildet der Beton die Schnittstelle zur Straße und wird innerhalb des Materialkonzepts auch einem gewissen Ästhetikanspruch – oder in diesem Fall eben Nicht-Ästhetikanspruch – gerecht.“ Für den Architekten ist der Sichtbeton in diesem Fall ein bewusstes Statement, für das allerdings auch einiges an Überzeugungsarbeit bei den Bauherren notwendig war. Sture Zwangsbeglückung sei in solchen Fragen aber trotzdem der falsche Weg, meint Lechner.

Vermutlich wird es aber ohnehin immer Leute geben, denen trotz allem die Lederhosen-Bauvariante lieber ist als ein modernes Architektenwerk. Nicht zu vergessen außerdem, dass die beste Architektur einem Tourismusbetrieb wenig bringt, wenn alles andere nicht funktioniert. Denn wenn das Marketing nicht stimmt, das Service langsam oder das Essen schlecht ist, kann auch der schönste Architektenbau in Sachen Gästerauslastung allein nicht mehr viel ausrichten.



Neue Erdgeschoßzone als markanter Kontrast zum Bestand beim Hotel Tauernhof in Flachau von LP Architektur. Foto: Atelier Wolf / Susanne Reisenberger-Wolf



Kitschfreie Neuinterpretation neben dem traditionellen Vorbild: Ferienapartments im „Brizerhaus“ von Martin Feiersinger. Foto: Werner Feiersinger