

TITELTHEMA

DIE *große* GESTE

Zeiten-Symbiose. Manche aktuellen Gebäuden der Gestalter und Vermarkter kommen aus dem Übermorgen, andere aus der Gründerzeit: Die Lobby der Berliner Nobeladresse „Eisenbahn 1“, fertiggestellt 2017. Beim Interior bestand eine Kooperation zwischen dem Immobilienentwickler Ralf Schmitz und dem italienischen Luxuslabel Bottega Veneta

12

6/2018

A&W Architektur&Wohnen Nr. 6
Titel: Die Große Geste
Seite: 12-22
Quelle: Print
Datum: November/Dezember 2018

ARCHITEKTUR WILL
UND SOLL *Zeichen setzen,*
heute mehr denn je.
Das BAUWERK als Statement.
Das HOTEL als Wohlfühl-Hotspot.
Die IMMOBILIE als Verlockung.

Um Kunden, Gäste und Käufer
ZU ÜBERRASCHEN,
greifen Architekten, Hoteliers und
Immobilienvermarkter in
ihre Zauberkästen und jonglieren
MIT NEUEN IDEEN.
Ihr Ziel ist weniger der schnöde
Superlativ, sondern vielmehr
DAS BESONDERE,
das EIGENSINNIGE – *das einen*
Wurferst groß macht

Foto: Sebastian Treese



A&W Architektur&Wohnen Nr. 6
 Titel: Die Große Geste
 Seite: 12-22
 Quelle: Print
 Datum: November/Dezember 2018

TITELTHEMA

Ein Treffen mit Christoph Hoffmann zu arrangieren hat viel mit Glück und Hartnäckigkeit zu tun. Der Erstkontakt klappt noch reibungslos. Einige Terminvereinbarungen und -verschiebungen später stimmt seine Bestätigung beim letzten Kontrollanruf am Tag vor der Verabredung aber zuversichtlich. Treffpunkt ist die Lobby des neuen 25hours „The Circle“ in Köln. Der Beiname erklärt sich leicht: Für ihr neuestes Projekt hat sich die Kette das Sahnstück der Domstadt gesichert – das Hauptgebäude des legendären Gerling-Konzerns mit seiner imposanten Eingangshalle, die an die Brücke des noch legendäreren Raumschiff „Enterprise“ von Captain Kirk erinnert. Drum herum schießt ein hufeisenförmiger Bau auf neun Etagen weit über die Dächer der Stadt.

Christoph Hoffmann und seine Teilhaber Ardi Goldman, Immobilienentwickler aus Frankfurt, Kai Hoffmann, Hotelier aus Hamburg, und Stephan Gerhard, Hotel-Unternehmensberater aus München, können stolz sein auf ihren Coup. Obwohl: „Schlange gestanden haben die Bewerber wohl nicht“, glaubt Hoffmann. Denn „sehr schwierig“ sei sie, diese Architektur. Der Mann, den man als den Motor des 25hours-Hotelkonzepts bezeichnen kann, lässt sich nicht so eindeutig lokalisieren wie seine Teilhaber. Er fühlt sich überall auf der Welt zu Hause. Immer auf der Suche nach neuen Ideen, Inspirationen, Kontakten. Mehr als 200 Tage im Jahr irgendwo unterwegs. Deshalb auch so schwer, auf einen Termin festzulegen. „Und trotzdem noch verheiratet“, freut sich der 53-Jährige. Und seine Herkunft? Zögernd: „Süddeutschland.“ Auf Nachfrage: „Reutlingen.“

Hotels sind sein zweites, wenn nicht sein eigentliches Zuhause. Deshalb weiß er, was man alles falsch machen kann. „Wenn ich irgendwo als Gast bin, freuen mich die Fehler der anderen eher, als dass ich mich ärgere.“ In seinen Häusern will er alles richtig machen. Licht zum Beispiel ist ein Thema, das ihm am Herzen liegt. So sehr, dass er mit persönlicher Glühbirne reist. Kein Scherz. „Ich bin besessen von warmem Licht. Von richtigem. Und nicht von dem, was uns die LEDs vorgaukeln.“ Richtiges Licht verbindet er mit einer guten Welt. „Ich habe Sorge, dass sie schlechter wird. Dass die Menschen sich bald nicht mehr an die Atmosphäre des Lagerfeuers erinnern. Weil sie die gar nicht mehr erlebt haben.“

Im Gepäck hat Hoffmann auch Duftkerzen. Spezielle Noten vermitteln ihm Heimat. „Duft ist tiefe Erinnerung.“ Und Bücher. „Nicht, dass ich sie lese. Aber ich stelle sie auf den Nachttisch. Das gibt mir ein Gefühl von Zuhause.“

Wie zu Hause, spricht wohl, sollen sich auch seine Gäste fühlen. Idealerweise: noch wohler. Das fängt am Eingang ein. Oder schon davor. Im Fall des neuen Hotels in Köln ist das fast ein Selbstläufer: Der halbrunde offene Baukörper scheint seine Arme einladend auszubreiten und einen mit imposanter Willkommensgeste zu begrüßen.

Die Kunst des herzlichen Empfangs zelebriert das Hotel, sobald die Gäste die Lobby betreten. Der gigantische runde Raum, der früher Macht und

DER HOTEL- ERFINDER

CHRISTOPH HOFFMANN

Er ist Gründungs-Teilhaber der Hotelkette „25hours“ und die treibende Kraft hinter dieser jungen Erfolgsstory. In Köln eröffnete Christoph Hoffmann gerade das zwölfte seiner Art – mit einem atemberaubenden Empfang in der Architektur des legendären Gerling-Quartiers

14

6/2018

TITELTHEMA

Zurück in die Zukunft: Die Eingangshalle erinnert an die Kommandozentrale eines Raumschiffs. Dekorative Roboter, Astronauten und Ufos verstärken den Eindruck. Links: Über den Dächern Kölns serviert das „Neni“ trendiges Streetfood aus Israel



Potenz ausstrahlen und Besucher einschüchtern sollte, hat sich in eine verspielte Welt aus Rezeption, offenen Shops, einem Raum für Co-Working und in der Mitte einem Concierge-Tresen für jedermann verwandelt. Sofort fühlt man sich angekommen und aufgenommen. Zu Hause eben.

Das ist der Subtext bei allen 25hours-Hotels. Auch wenn die Lobby der anderen Familienmitglieder nicht derart beeindruckend ist – immer ist sie ein Ort der Begegnung. Denn genau das ist der ursprüngliche Sinn, die Definition einer Lobby. Hoffmann verweist auf die etymologische Legende des Wortes „Lobbyist“, der zufolge US-Präsident Ulysses S. Grant nach langen Kabinettsitzungen gern Entspannung bei Zigarre und Whiskey im Washingtoner Hotel „Xxxxxxxx“ gesucht hat, wo ihm in der Lobby regelmäßig zahlreiche Bittsteller auflauerten, die er als „bloody lobbyists“ bezeichnet hat. So enthusiastisch Christoph Hoffmann den Begriff auch mit der Welt des Hotels verbindet, er ist älter und entstammt den Vorräumen englischer und amerikanischer Parlamente.



Ausstattung und Design des „The Circle“ hat das Studio Werner Aisslinger aus Berlin übernommen. Der AW-Designer des Jahres 2014 ist mittlerweile routiniert, was die Kooperation mit Christoph Hoffmann angeht. Es ist sein drittes 25hours-Hotel. Hoffmann und Aisslinger sind befreundet. „Trotzdem ist es kein Designhotel!“, sagt Hoffmann und legt Wert auf das Ausrufezeichen. „Bei uns steht der Gast im Mittelpunkt, nicht der Gestalter.“

Er selbst sieht sich als Orchestrator: „Ich bringe Menschen zusammen. Möglichst die richtigen.“ Und dann muss er vermitteln. Es gibt viele Forderungen, viele Bedürfnisse, viele Geschmäcker. Die gilt es zu koordinieren, abzuwägen – um dann zu entscheiden. Aber niemals darf das Resultat der kleinste gemeinsame Nenner sein. Nicht seelenloses Kettenhotel soll ein 25hours sein, sondern Statement.

Und es soll eine Geschichte erzählen. Im Idealfall kennt man die im Vorfeld, und das Projekt wird wie mit Drehbuch inszeniert. So in Köln. Hier war die Assoziation der Bausubstanz vielleicht ein bisschen übermächtig. Rund, Raumkapsel, Raumfahrt. Fortschritt, 60er-Jahre. Zukunftsgläubigkeit. Deshalb wimmelt es auch von Astronauten und Robotern. Sind vielleicht manchem zu viel. Aber sie berichten von tollen Geschichten aus den Weiten der Galaxie...

Jan van Rossem

Fotos: Nathan Baldassar (4)

TITELTHEMA

Liebiglich ist anderswo. Von früh bis spät branden die Verkehrsmassen – auf dem Wasser, der Schiene, dem Asphalt – um die Stadtinsel Oosterdokseiland herum. Der Amsterdamer Architekt Ben van Berkel sitzt nur 200 Meter von seiner Baustelle entfernt in einem Café an der Promenade, bei Tee und Apfelkuchen. Schräg jenseits Richtung Norden trumft das neue Filmmuseum Eye auf; hinter der nächsten Brücke holt Renzo Pianos grüner Museums-Wal Nemo Luft. Und gegenüber an der Prins Hendrikkade gewinnt seit 100 Jahren das Scheepvaarthuis mit den überbordenden Ornamenten der Amsterdamer Schule jeden Schönheitswettbewerb.

Tolle Umgebung, schwierig, hier noch mit einer weiteren emblemhaften Architektur aufzufallen, oder? Das reizt mich ja gerade. Die Lage am Eingang zur Stadt ist doch unvergleichlich. Hauptbahnhof und Hafen sind gleich nebenan. Millionen Menschen kommen jedes Jahr vorbei.

Ist hier nicht schon alles vorbestimmt?

Natürlich gab es Regeln und Restriktionen. Auf dem Oosterdokseiland wird ja bereits seit 15 Jahren umgebaut. Die Stadtplaner haben als Ideal für die Neubauten „Bücher im Regal“ ausgebracht, weil alle so nah beieinanderstehen. Mir gefiel die Idee, dafür auf unserem, dem abschließenden, Grundstück am Eck eine Art Buchstütze zu bauen. So können wir etwas aus der Reihe tanzen – und doch dazugehören. **Womit haben Sie den Wettbewerb gegen OMA und Coop Himmelb(l)au gewonnen?**

Unser Kunde ist die Tech-Company Booking.com. Ich habe zu ihnen gesagt: Ihr seid die Top-Reiseagentur der Welt, ihr müsst sichtbar und zugänglicher werden. So fanden wir diese doppelte Geste. Die Baufigur ist einerseits mit allen Verkehrsströmen verwoben, in die Stadt hineingeschneidert. Andererseits setzen wir nach Osten hin ein leicht wirkendes Signal – eine Glasfassade, die die Menschen mit ihrer aufschwingenden Art willkommen heißt.

Hätten Sie auch einen Turm entwerfen dürfen?

Hier nicht. Aber wenn ein Baufeld groß genug ist, kann man auch genug Ideen hineinfüllen. Booking ist ein ziemlich fortschrittlicher Kunde, sie haben gesagt: Schöpfe für unser Hauptquartier aus dem Vollen, wenn es dabei hilft, den Zeitgeist zu treffen! **Worauf sind Sie am meisten stolz?**

Eindeutig auf den zentralen Hof, der den Komplex zum kleinen Dorf macht. Es gibt mehrere Brücken zu den Gebäudeteilen links und rechts. Von außen wirkt das Ganze verwirrend – das ist gewollt, denn wir spielen ja mit der Geschichte der Stadt – Industrie, Hafen... Die Fassade reagiert auf das Wasser, antwortet ihm, reflektiert es, es gibt Twists und Bewegungen. Innen ist unser „Campus“ dagegen extrem organisch, verständlich, klar. Ein Marktplatz des Wissens, der Technik, der Ideen, an dem Innovation und Austausch passieren wie an einer Uni.



DER STADT-PLANSPIELER

BEN VAN BERKEL

„Ein Bau ist wie ein gutes Buch, das man mehrmals liest und dabei Neues findet“, sagt Ben van Berkel, dessen Büro UNStudio in Amsterdam und Frankfurt gerade wegweisende Architekturfiguren baut. Mit diesem Kompass steuert er verspielte wie veränderliche Objekte an

Firmen wie Booking.com müssen sich jeden Tag anstrengen, um im Wettbewerb vorn zu bleiben. Dafür soll das neue Headquarter mit Cafés und Shops in den ersten Etagen als Inkubator dienen und die besten Mitarbeiter anziehen.

Bestellen noch manche Kunden gebaute Matheformeln? Ihr Möbius House etwa war eine als Endlosschleife organisierte Villa. Ihr Stuttgarter Mercedes-Museum folgt der Figur einer Doppelhelix. (lacht) Die Klienten treten heute lösungsorientierter auf. Die Entscheider sind jünger und wissen viel über gutes Design. Sie wollen, dass aus der Architektur heraus etwas entsteht, das ihrer Firma guttut: Nachhaltigkeit, Verkehrstauglichkeit, Energieneutralität. Den Booking.com-Wettbewerb haben wir auch wegen der Forschung zu Arbeitsumgebungen gewonnen. Ich habe

Fotos: Robert Fischer; Visualisierung: UNS + HPP (FOUR Frankfurt, Germany, 2015-2023)





darüber acht Jahre in Harvard gelehrt. Wir sprachen mit Booking viel darüber, dass sich die Abläufe radikal ändern, wenn nun alle an einem Standort zusammenarbeiten statt wie bisher an zehn. So was wollen Klienten heute von ihrem Architekten wissen. **Die neuen Türme, die Sie für Melbourne und Frankfurt entworfen haben, sehen immer noch aus wie angewandte Mathematik.**

Absolut! Ich liebe komplexe geometrische Statik als figurale Geste. Wir bauen bald den höchsten Turm Australiens – mit Twists in der Fassade, die Wohnungen von Büros und einem Hotel konstruktiv trennen. Ich habe stets an die Idee des einen, vergrößerten Details geglaubt. Du bläst etwas auf und ziehst es in die Länge. Darin steckt enorme Freiheit. Design hat oft das Problem, dass zu viel Ehrgeiz unterwegs ist. Zu viele Schichten, zu viel Überschwang. Unser Ziel ist dagegen, dass wir immer eine sehr artikulierte Geste erreichen, die anderer-

Twist für die Skyline: Vier Türme von UNStudio und HPP werden bis 2021 im Herzen von Frankfurt in den Himmel wachsen. Sie sind allansichtig, unterschiedlich hoch und um je 90 Grad gegeneinander verdreht. So wird das Ensemble unverwechselbar sein – und aus jeder Perspektive anders aussehen

seits Ruhe ausstrahlt. Beispiel Mercedes-Museum: Innen wird alles ganz still, durch Wiederholungen. Das ist vielleicht mein Hauptinteresse: Disziplin in eine starke Geste zu bringen.

Diese Geste hat in Frankfurt einen komplett anderen Effekt als in Amsterdam.

Ja. Die Frage beim Projekt „Four“ war: Wie können die zwischen 100 und 228 Meter hohen Türme so ineinanderwachsen, dass sie mal wie ein Turm aussehen und – aus anderer Perspektive – mal wie vier Teile der Stadtsilhouette? Sie separieren sich und wachsen wieder in eins. Das Frankfurter Ensemble entstand wie Musik, wie eine Symphonie.

Die Skyline dort ist imposant, aber bis auf die neue EZB ziemlich altmodisch, sprich Eighties, Nineties... Lautet Ihr Auftrag, das zu ändern?

Unbedingt. Die Zeit der ikonischen Gebäude, die nur ein Gesicht haben, ist vorbei. Faltungen geben mehr Zukunft, mehr Bedeutung. Meine Theorie ist es seit Langem, „afterimages“ zu erzeugen. Ein Bau ist wie ein gutes Buch, das man mehrmals liest und dabei Neues findet. So müssen wir bauen! Ich will nicht einseitig sein – meine Features sind immer hybrid, veränderlich, mehrschichtig.

Sie errichten auch Türme in Dubai und China – gibt es da weniger Regeln als in Frankfurt?

Nicht wirklich. In Dubai nimmt mein Turm – übrigens die größte Keramikfassade aller Zeiten – das ewige Narrativ der Sandlandschaft auf, wo die Winde die Dünen dauernd verändern. Wir mussten dort auch Erdbbensicherheit beweisen und den Mittelschaft extrem verstärken. In Hangzhou wiederum war es das Wichtigste, dass die Gebäude benutzerfreundlich sind. Glaubt man gar nicht – aber in China soll alles leicht zugänglich, komfortabel, frei von Hindernissen und voller Aufzüge sein. Zwei Metrostationen sind quasi Teil des Komplexes. Es geht darum, dass die Leute sich möglichst wenig bewegen müssen. Denn dann bleiben sogar die Autos stehen.

London hat, was Skyscraper angeht, zuletzt stark aufgerüstet. Paris tut das gerade ebenfalls. Wie wird Ihr Projekt „Four“ Frankfurt verändern?

Durch die neue Offenheit! Es ist ein altes Bank-Areal im Herzen der Stadt, aber auch direkt neben Fosters Commerzbank Tower. Lange war es für die Allgemeinheit verriegelt. Spooky – alle mussten immer drum herumgehen. Daher steht das Zusammenspiel der vier Nachbarschaften unserer Location im Mittelpunkt – Bahnhofsviertel, Altstadt, Business District, Goetheviertel. Zum Mix gehören ein zentraler Platz, Hotels, Cafés, Lokale, öffentliche Dachgärten. „Four“ ist ein Projekt für jedermann – darin sehe ich den größten Reichtum. Luxuswohnungen sind dabei, aber auch über 100 subventionierte Wohnungen. Ich kenne diese Stadt gut, ich habe zehn Jahre an der Städelschule unterrichtet. Alle sind hier gerade so optimistisch und in die Zukunft orientiert. Wir werden ein ganz neues, lebendiges Quartier schaffen. *Alexander Hosch*

TITELTHEMA

Dramatische Geste: Torfbrandziegel, dunkle Fugen, springende Fassaden und ein Sockel aus hellem Naturstein. So plant Architekt Sebastian Treese den siebengeschossigen Wohnblock „Alexander“. Bis 2020/21 wird er in Ku'damm-Nähe am Ludwigkirchplatz entstehen. Ein mit der Königlichen Gartenakademie Berlin-Dahlem entwickeltes Pflanzkonzept soll Hof und Vorgärten mit Götter- und Trompetenbäumen, Farnen und einem Herbarium im Geist Alexander von Humboldts beleben. Rechte Seite: Die Simulation eines Entrees im „Alexander“



20

6 2018

A&W Architektur&Wohnen Nr. 6
Titel: Die Große Geste
Seite: 12-22
Quelle: Print
Datum: November/Dezember 2018

Der Mann setzt auf das eklektische Spiel mit Traditionen.

Als erfolgreicher Immobilienentwickler appelliert

Axel Martin Schmitz an unsere Vorstellungskraft – und treibt uns geradewegs ins Land der Träume

Wer würde nicht gern im Prinzenpalais am Himmelschlüsselweg wohnen? Und dort vielleicht noch auf Wolke sieben. Adresse und Hausname sind seit jeher das Goldene Vlies im Architekturmarketing. Das ist so menschlich: Jeder möchte doch schon mal in Gedanken an seine neue Wohnung mit Worten das Tor aufschließen. Inzwischen spielen Immobilienentwickler aber auch noch mit ganz anderen Lockinstrumenten.

Als Developer wie Aby Rosen und Ian Schrager in den Nullerjahren begannen, den New Yorker Immobilienmarkt aufzumischen, änderte sich etwas grundsätzlich. Plötzlich gab es in Manhattan coole, feingliedrige Wohntürme, an denen sich europäische Architekten wie Jacques Herzog oder Jean Nouvel austoben durften. Passend zum dezent-eleganten Auftritt erhielten ihre Baustellen in den Trendbezirken TriBeCa, SoHo, NoHo Namen wie „10 Bond Street“, „56 Leonard“ oder „40 Mercer“. Understatement also einerseits. Allerdings wurden die Turm-Modelle andererseits vorab in Kunstgalerien und den besten Lifestyle-Magazinen der Welt präsentiert. Seither erhalten Kaufwillige immer auf-

wendigere Flyer und Broschüren, ja ganze Bausätze zum Haus, für die spezialisierte Art Directoren sich um einzigartige Logos und Schriften bemühen.

Und wie verkauft man im Jahr 2018 in Deutschland Wohnungen, die es noch gar nicht gibt? Wir haben einen Experten gefragt, der erfolgreich Immobilien entwickelt: Axel Martin Schmitz, der mit seiner rheinischen Familie in fünfter Generation Projekte „im klassischen Stil“ errichtet – vor allem in Düsseldorf, Berlin und Hamburg.

„Warum alles neu erfinden?“, fragt Schmitz, neben Vater und Bruder geschäftsführender Gesellschafter und so was wie der Außenminister der Firma Ralf Schmitz. „Bei uns gibt es nur

Visualisierungen: Sebastian Treese (2); Portrait: Gregor Hohenberg



**DER WOHN-
PIONIER**

AXEL MARTIN SCHMITZ



21

A&W Architektur&Wohnen Nr. 6

Titel: Die Große Geste

Seite: 12-22

Quelle: Print

Datum: November/Dezember 2018

TITELTHEMA

Als wär's eine Villa: Die 35 Quadratmeter große Loggia zum Hof im Objekt „Eisenbahn 1“, das als Ode an die alte West-Berliner und zugleich an die Pariser Wohnkultur entstanden ist. Rechts: Bücher und Werbeaccessoires der Firma Ralf Schmitz. Käufer der Luxuswohnungen bekommen übrigens schon vor dem Einzug eine edle, handgefertigte Box mit Grundrissen und Proben der in ihrem Apartment verwendeten Materialien – Holzparkett, Marmor, Stoff und Stuck



Parkett- oder Natursteinböden, hohe Decken, echten Stuck, profilierte Sockelleisten und Holztüren vom Schreiner.“ Er weiß, dass sein Markt am besten über die Menschen funktioniert, für die seine Familie früher schon einmal etwas errichtet hat. Die kommen wieder! „Unser Unternehmen baut auf Dauerhaftigkeit, Komfort, hochwertiges Handwerk, persönliche Betreuung – und auf Kunden, die bei sich selber angekommen sind.“ Einzelne Elemente dieser Neubauten gab es schon in der Antike, in der Renaissance, im Historismus. Die Spitzgiebel, Risalite, Erker, Rustizierungen, Ädikulä und Ornamente lassen an eine Art neue Gründerzeit denken. Eklektisch. Aber bis heute hochbeliebt. „Zeitlos bauen“ nennt Axel Martin Schmitz das. „Die 50er- bis 80er-Jahre waren voller Bausünden. Wir entwickeln daher lieber das Beste von früher weiter. Aber mit Grundrissen von heute und ohne die Probleme, die ein herkömmlicher Altbau macht.“

Den amerikanischen Weg hält Schmitz für professionell, pragmatisch und profitträchtig. „Aber in Deutschland stößt zu viel Show die Leute ab.“ Trotzdem hat sich die Firma Ralf Schmitz, gegründet 1864, einige Tools abgeschaut. Das Buch „Exceptional Homes“ etwa, das der Verlag

teNeues 2017 publiziert und in 16 Länder verkauft, ist bereits das zweite Werk. Es stellt in deutscher und in englischer Sprache Fertigkeiten und Tradition aus.

60 Wohneinheiten, verteilt auf vier Projekte, baut das zuletzt kräftig gewachsene Unternehmen aus Kempen am Niederrhein derzeit pro Jahr. 2017 wurde der Komplex „Eisenbahn 1“ nahe des Kurfürstendamms fertig. Jetzt geht in der Hauptstadt das nächste Prestigeobjekt an den Werbestart: „Alexander“ in Wilmersdorf nimmt auf den viel reisenden Gelehrten Alexander von Humboldt Bezug. Pflanzen, die der einst entdeckte, überformen das Marketing. Später werden sie ganz real neben Schätzen aus aller Welt die öffentlichen Bereiche zieren. Das Bildungsbürgertum soll sich vom kosmopolitischen Umfeld angesprochen fühlen. So geht das heute, wenn man die Kunden ins Land der Träume treibt – auf dass sie irgendwann wirklich wahr werden ...

Alexander Hensch

Fotos: Gregor Hohenberg, André M. Wüst (2)