

Blick in die Spa-Tower-Lobby des Grand Resort Bad Ragaz –
gestaltet von Claudio Carbone.

CLAUDIO CARBONE

SO KREIERT DER STAR- DESIGNER EINE HOTEL- LOBBY

Die Lobby. Sie ist die architektonische Visitenkarte des Hotels. Hier wird der Gast empfangen – und verabschiedet. Die Lobby ist das Herz des Hotels, Treffpunkt von Menschen aus aller Welt. «Hotelier» wollte vom renommierten und international erfolgreichen Hotel-Designer Claudio Carbone wissen: Was sollten Hoteliers bei der Gestaltung ihrer Hotelhallen besonders beachten?

Interview: Hans R. Amrein

Lobby im Arabella Sheraton Hotel Neues Schloss in Zürich –
konzipiert und gestaltet von Claudio Carbone.





Eine besondere Herausforderung für Claudio Carbone war die Lobby des St. Regis Mardavall auf Mallorca. Es ging darum, den bestehenden Charakter der Halle zu erhalten und trotzdem neuartige Design-Elemente diskret in den Raum zu integrieren.



Klassische Rezeption im Bellevue Palace Bern (gestaltet von Pia Schmid). Für Businesshotels eignet sich die hohe Theke besonders.

CLAUDIO CARBONE, WELCHE PRIMÄRE FUNKTION HAT – AUS IHRER SICHT – DIE HOTEL-LOBBY?

Die Hotel-Lobby hat für mich die Funktion vom Willkommen heissen, Verabschieden, Sehen und Gesehen werden. Es ist aber auch ein Treffpunkt für Geschäftspartner oder Familienangehörige. Speziell in der Ferien-Hotellerie ist sie auch ein Ort des Verweilens.

Was ist Ihnen besonders wichtig, wenn Sie ein Konzept für eine Hotel-Lobby entwickeln?

Ich muss möglichst viele Informationen vom Hotelier erhalten, zum Beispiel die durchschnittliche Übernachtungsanzahl der Gäste. Gibt es weitere Räume, die als Aufenthalt für schlechtes Wetter genutzt werden? Oder werden Speisen und Getränke in der Lobby serviert? Gibt es Unterhaltung (Musik) in der Hotelhalle? Je mehr Informationen ich erhalte, desto besser kann geplant werden – und die Lobby kann auf die Bedürfnisse des Hotels zugeschnitten werden.

Was sollte die Lobby in einem Business- oder Stadthotel unbedingt bieten?

Platz! Es geht hier um Sehen und Gesehen werden. Zudem: Rückzugsmöglichkeiten für Businessgespräche, Internetanschlüsse (WLAN) sowie Internet-Corner, die ebenfalls wichtig sind für geschäftliche Besprechungen.

Wie sieht das in einem Ferien- oder Wellnesshotel aus?

Auch hier muss die Lobby grosszügig konzipiert sein. Der Gast will hier verweilen, vielleicht ein Buch oder die Zeitung lesen, sich gemütlich in ein Sofa setzen und was trinken. Viele Hotels bieten beim Check-in in der Lobby auch einen Empfangscocktail an, um dem Gast die Wartezeit zu verkürzen. Info-Corner für Wellness-Angebote und Aktivitäten in der Umgebung, Zeitungen und Zeitschriften sollte man in der Lobby ebenfalls vorfinden. Wenn man von der Lobby aus die wunderschöne Bergwelt, den See oder die Natur sehen kann, umso besser.

Der Check-in-Desk ist ja die erste «Anlaufstelle» für den Gast. Wie sollte dieser Lobby-Bereich konzipiert sein, sodass sich der Gast sofort wohlfühlt?

Der Check-in-Desk sollte vom Eingang aus sofort sichtbar, aber dennoch diskret sein. Andere Gäste sollten nicht spezielle Wünsche und Vorlieben anderer Kunden mitbekommen. In der Ferien-Hotellerie könnte der Check-in-Desk auch gut mit Sitzbereichen in der Lobby kombiniert werden. Es muss ja nicht immer eine Theke sein!

SCHMUCK- UND SOUVENIR-VITRINEN HABEN IN EINER HOTELHALLE NICHTS ZU SUCHEN.

In welchem Bereich der Lobby sollten Concierge und Kasse platziert sein?

Dies kommt auf die gegebenen Räumlichkeiten an. Beide Arbeitsplätze sollten aber erst auf den zweiten Blick sichtbar werden, da auch hier Diskretion eine grosse Rolle spielt.

Thema Check-out: Braucht es in der Lobby einen separaten Bereich für Gäste, die auschecken? Und wie löst man das Thema Gepäckaufbewahrung?

Das kommt auf die Grösse und die Art des Hotels an. In grossen Businesshotels macht ein separater Check-out-Bereich in jedem Fall Sinn, da es Geschäftsleute oft sehr eilig haben. Zum Thema Gepäckaufbewahrung: Hier sollte unbedingt von der Lobby aus die Möglichkeit gegeben sein, Gepäckstücke zu verwahren, damit sie auch schnell wieder greifbar sind.



CLAUDIO CARBONE IST ZWEIFELLOS DER ERFOLGREICHSTE INTERNATIONAL TÄTIGE HOTEL-DESIGNER DER SCHWEIZ.

Thema Licht und Beleuchtung:

Wie hell oder dunkel sollte eine Lobby sein?

Die Beleuchtung hängt von der Funktion des Hotels und der Lobby ab, da sich mit Licht die Atmosphäre komplett verändern lässt. Bei den «W Hotels» und den «Renaissance Hotels» (also Lifestyle-Marken) wird abends die Lobby zu einem «Place to be», dort spielt natürlich die Beleuchtung eine wesentliche Rolle.

Die Lobby ist ja auch Warte- oder Aufenthaltsraum. Wo sollen Sitzgruppen platziert sein?

Je nach Hotel ist das unterschiedlich, aber es sollten möglichst viele Bedürfnisse abgedeckt werden. Im Businesshotel benötigt es viele kleine Einheiten und Orte zum Zurückziehen. Im Ferien- oder Familienhotel sind grössere Einheiten sinnvoller, da immer öfter zwei oder drei Generationen miteinander die Ferien verbringen.

Oft entdeckt man in Empfangshallen irgendwelche Regale oder Ständer, wo der Gast Prospekte, Zeitungen, Magazine und andere Broschüren findet. Die Lobby gleicht so oft einem Bazar. Ihre Meinung dazu?

Ja, meistens ist das leider der Fall, wenn der Innenarchitekt von Anfang an nichts eingeplant hat. Spätestens nach der Eröffnung werden dann Regale, Tische oder Ständer vom Betreiber einfach in der Lobby platziert. Würde man sofort den richtigen Ort für Lesestoff einplanen, wäre dies sicher eine Bereicherung für die Lobby.

Was sagen Sie zu Werbeflächen, Vitrinen mit Schmuck, Uhren, Souvenirs und solchen Dingen? Gehören solche Elemente in eine Hotelhalle?

Nein! Solche Dinge haben in einer Hotelhalle nichts zu suchen. Dafür sollte man einen separaten Shop einrichten. Vereinzelt Vitrinen könn-

Hotelier info



WER IST CLAUDIO CARBONE?

Claudio Carbone, Jahrgang 1966, ist Kopf und Seele des Unternehmens «Carbone Interior Design». Und er ist mit Leidenschaft Designer. Nach der Ausbildung zum Schreiner und dem Sieg des praktischen Leistungswettbewerbs der Handwerksjugend 1984 bildete sich Carbone zum Innenarchitekten weiter. In seiner Laufbahn erhielt er unter anderem in Deutschland den Staatspreis für besondere Leistungen und später einen Lehrauftrag an der gewerblichen Berufsschule in St. Gallen. Zusätzlich absolvierte er die Management-KMU-Ausbildung am Institut für gewerbliche Wirtschaft an der Universität St. Gallen.

Seit Januar 2000 besitzt Claudio Carbone die Firma «Carbone Interior Design» mit Sitz in Wolfhalden. Durch seine Begabung, sein Charisma und seine Klasse zählt Carbone heute zu den erfolgreichsten Hotel-Designern Europas. Trotz des weltweiten Erfolgs ist er jedoch natürlich und bodenständig geblieben. Seine Fähigkeit, Kundenbedürfnisse zu erkennen, aufzunehmen und umzusetzen, schätzen renommierte Hotelgruppen, wie zum Beispiel St. Regis, The Westin, Marriott, Arabella Sheraton, Steigenberger Hotel Group, Althoff Hotels, Radisson SAS sowie Kunden im Bereich des Luxuswohnungssegments. Das Team setzt sich aus Innenarchitekten, Planern, Baubetreuern und Sachbearbeitern zusammen.

HOTEL-DESIGN VON CLAUDIO CARBONE

Referenzen von Claudio Carbone (umgesetzte Hotelkonzepte, vor allem auch Hotelhallen):

The St. Regis Mardavall, Mallorca
Grand Resort Bad Ragaz, Bad Ragaz
Arabella Sheraton Hotel Neues Schloss, Zürich
The Westin Grand München Arabellapark
Restaurant Sensi, Locarno
The Westin Grand Frankfurt
Steigenberger Belvédère, Davos
Arabella Sheraton Hotel Waldhuus, Davos
Hotel Säntispark St. Gallen, Abtwil
Hotel Pirmin Zurbriggen, Zermatt
Selfness Hotel Eiger, Grindelwald
Arabella Sheraton Hotel Seehof, Davos
Radisson Blu, St. Gallen
Swiss Holiday Park, Morschach

www.carbone-design.ch



Hotelhalle im Bellevue Palace Bern. Hier hat man alte, bestehende Elemente kunstvoll mit modernem Design kombiniert – gestaltet von Pia Schmid.



Die grosse Lobby des Grand Hotel Victoria Jungfrau in Interlaken ist schon fast legendär. Ein architektonisches Meisterwerk (kriert von den Architekten Wolfgang Behles, Ernst Andereg, und Jo Brinkmann).

ten allerdings unattraktive Seitengänge interessant gestalten.

Die klassische Empfangstheke ist eher hoch, der Gast steht, während er eincheckt. Es gibt aber auch niedrige Theken oder Tische, wo Gast und Empfangsmitarbeiter sitzen. Welche Lösung eignet sich für welchen Hoteltyp?

Im Businesshotel – bei kurzer Übernachtungsdauer mit schnellem Check-in und Check-out – sind eher hohe Empfangstheken angebracht. In der Ferien-Hotellerie mit längerer Aufenthaltsdauer ist eine Kombination möglich. Aber auch hier sollte man das Durchschnittsalter des Gastes beachten.

Musik in der Lobby: Macht das Sinn? Oder erinnert das eher an eine Flughafenhalle? Und wenn überhaupt, welche Musikart eignet sich besonders für Hotelhallen?

Ich denke, das kommt auf den Typ des Hotels an und dessen Lage. Wenn Musik gespielt wird, sollte diese gut ausgewählt sein und zum Hoteltyp passen. Schlecht wäre es, nur einen Radiosender laufen zu lassen.

Blumen und Grünpflanzen in Hotelhallen. Was spricht dafür, was dagegen?

Auch hier hängt dies von der Hotelhalle ab. Wenn Grünpflanzen eingesetzt werden, müssen diese auf jeden Fall echt sein und gepflegt werden. Bitte keine Staubfänger! Hier spielt natürlich der Lichteinfall eine besondere Rolle. In einem Ferienhotel können Pflanzen sehr attraktiv wirken, und man kann sie auch gut als Raumtrenner einsetzen. Im Businesshotel achtet der Gast kaum darauf, daher wäre eine Investition in diesem Bereich sicher falsch.

Oft bieten Hotels ihren Gästen direkt in der Lobby Arbeitsplätze mit Computern an (Business Corner). Wo sollen diese Corner platziert sein?

Schön ist, wenn es Nischen gibt, denn die Diskretion ist hier unbedingt zu beachten. Kein Hotelgast möchte seine Mails mit der ganzen Hotelhalle teilen. Andererseits sollte der Hotelier die Übersicht haben können, wenn Kinder oder Jugendliche im Internet surfen. **H**



Bellevue Palace Bern: Der Concierge sollte in der Lobby zwar sichtbar, aber trotzdem eher diskret platziert werden.