

# Die Fünf-Sterne-Designer

Wenn es um authentischen Luxus geht, ziehen die Hotelbetreiber der Welt häufig Spezialisten aus Schweden hinzu: Das Büro AB.Living Design hat seit seiner Gründung 1982 über 90 Hotels und Resorts für Betreiber wie Kempinski, Radisson SAS und Sheraton realisiert. *puls* hat mit Tarek Hegazy von AB.Living Design gesprochen.

Von **Jakob Schoof**

Tarek Hegazy kennt das internationale Hotel-Business in- und auswendig. Bevor er Ende der 90er-Jahre zu AB.Living Design stieß, war der gebürtige Ägypter in Saudi-Arabien, den USA, Frankreich, Ungarn und Dubai tätig und wirkte dort an Bauten wie dem Burj Al Arab und den Emirates Towers mit. Gemeinsam mit seinen 16 Mitarbeitern bietet er heute schlüsselfertigen Planungsservice für Hotels gehobenen Standards. Das heißt: Von der ersten Entwurfsskizze über die Detailplanung bis zur Bauüberwachung liegt alles in der Hand des Büros mit Sitz in Stockholm.

**Herr Hegazy, Sie bieten Ihren Kunden Komplettservice aus einer Hand an. Welche Leistungen erbringen Sie selbst, und wofür ziehen Sie externe Dienstleister hinzu?**

Den Entwurf und die Detailplanung unserer Projekte erarbeiten wir selbst. Externe Dienstleister übernehmen Leistungen wie Visualisierung, Projektmanagement und Bauüberwachung. Meistens arbeiten wir mit ihnen schon lange zusammen und können uns auf sie verlassen wie auf unsere eigenen Angestellten.

**Heißt das, Sie haben strategische Partner in ganz Europa, die Sie etwa mit der Bauüberwachung beauftragen?**

Nein. In der Regel schicken wir Kollegen aus Schweden vor

Ort. Wir vertrauen sehr auf die schwedische Arbeits- und Qualitätskultur, und auch unsere Kunden nehmen uns als ein „schwedisches“ Unternehmen wahr, obwohl wir in Wirklichkeit sehr international aufgestellt sind: Bei uns arbeiten Innenarchitekten aus Großbritannien und Irland, der Schweiz, Kanada und Frankreich. Dadurch können wir uns bei unserer Arbeit auch leichter auf die Gepflogenheiten unterschiedlicher Länder und ihrer Kulturen einstellen.

**Was bedeutet „schwedische Qualität“ in der Innenarchitektur?**

Wir verwenden äußerste Sorgfalt auf Details, und ich glaube, dies hat seine Wurzeln in der schwedischen Kultur. Betrachten Sie zum Beispiel Marken wie Volvo und Ikea: Auch dort definiert sich Qualität immer über klug geplante und qualitativ voll ausgeführte Details.

**In welchen Teilen der Welt arbeiten Sie – und woran?**

Wir konzentrieren uns seit Jahren ausschließlich auf Hotellerie und Gastronomie. Nur ganz gelegentlich nehmen wir einen Auftrag für ein Privathaus oder eine Wohnung an. Wenn wir dies tun, gilt der Grundsatz: Wir wählen unsere Kunden aus, nicht sie uns. Wir entwerfen bisher ausschließlich für Standorte in Europa und Russland. Das lastet unsere

Tarek Hegazy (links) und sein internationales Team von AB.Living Design gestalten Hotelinteriors im absoluten Luxussegment.



Mikael Gustavsen



Neu eröffnet wurde im Herbst 2007 das renovierte Grand Hotel Kempinski Geneva. Die Hotelbar mit ihrem ornamentierten Edelmetallresen und die mosaikverkleideten Säulen zeigen mehr als nur einen Hauch von Extravaganz.

AB Living Design

Kapazität vollkommen aus. Als eines der ersten westlichen Planungsbüros waren wir schon vor 15 Jahren in Russland aktiv. Auf diese Weise haben wir die russische Kultur gut kennen gelernt.

**Wie stark unterscheiden sich die Ansprüche an russische Hotels von denen in Mitteleuropa?**

Jedes Land hat eine eigene Hotelkultur und einen eigenen Luxusbegriff. In Skandinavien zum Beispiel gilt Minimalismus als Luxus. In Russland dagegen wird Luxus durch komplexe Details, viel Gold und Holzschnitzereien zur Schau gestellt. Auch Bezeichnungen wie „zeitgenössisch“ oder „klassisch“ haben in Russland eine ganz andere Bedeutung als in Frankreich oder Skandinavien.

**Sie haben für renommierte Hotelbetreiber wie Kempinski, Sheraton oder Radisson SAS gearbeitet. Wie unterscheiden diese sich in Stil und Anspruch?**

Die Unterschiede sind enorm. Der vielleicht größte besteht zwischen Vier- und Fünf-Sterne-Hotels: Ein Fünf-Sterne-Hotel hat sehr eigene Vorstellungen, was Stil und Komfort

angeht, und ist zu keinerlei Kompromissen bereit. Zum Beispiel arbeite ich sehr gern für Kempinski: Dieses Unternehmen will, dass sich jedes seiner Häuser vom anderen unterscheidet. Da heißt es, bei jedem Entwurf Neues zu wagen. Andere Fünf-Sterne-Betreiber setzen eher auf ein einheitliches Corporate Design. Sie bieten dem Hotelgast in jedem ihrer Häuser das gleiche visuelle Erlebnis. Doch dieser Typ Hotel als „globalisiertes“ Produkt wird letztlich weder seinem Standort gerecht, noch besitzt er eine eigene Identität. Er funktioniert im Drei- oder Vier-Sterne-Bereich, aber nicht im Luxussegment. Für mich hat individuelle Gestaltung etwas mit menschlichen Emotionen zu tun. Sie lassen sich auch nicht standardisieren oder „globalisieren“, sie bleiben immer die einer einzelnen Person.

**Die technische Ausstattung von Hotels und Hotelzimmern verändert sich. Wie beeinflusst das Ihre Arbeit?**

Gerade in den letzten drei Jahren hat sich in der Installationstechnik viel verändert. Kleine Details wie zum Beispiel Steckdosen, auf die früher weder die Hotelgäste noch wir Entwerfer besonders geachtet haben, werden auf einmal



AB Living Design



Das Kempinski Hotel Taschenbergpalais in Dresden (ganz oben und rechts) wurde 1998 eröffnet. Bei der Einrichtung des Barockbaus von Matthäus Daniel Pöppelmann verbanden AB.Living Design klassische Eleganz mit moderner Funktionalität. Skandinavisch minimalistisch präsentiert sich dagegen das Interieur des Hotel Clarion in Stockholm (Mitte).

wichtig. Mit EIB und anderen fortschrittlichen Installations-systemen lässt sich die Bedienung der Gebäudetechnik komfortabler und effizienter gestalten. Auf der anderen Seite steht der noch immer recht hohe Preis. Er führt dazu, dass die Akzeptanz dieser Systeme bei Hotelbetreibern noch nicht so hoch ist wie zum Beispiel im Bürobereich. Ich bin aber sicher, dass sich dies bald ändern wird.

**Wie stark sind Sie bei Ihrer Arbeit auf kompetente Partnern aus der Industrie angewiesen?**

Sehr stark. Wenn die Hersteller nicht absolut verlässlich arbeiten, scheitert man. Man muss daher bei der Wahl seiner Kooperationspartner äußerst selektiv vorgehen. Bei der Arbeit mit Busch-Jaeger ist dieses wechselseitige Vertrauen vorhanden: Wir wissen, was wir erwarten können, und wenn wir das Unternehmen an einen unserer Kunden weiterempfehlen, weiß auch er, was er bekommt.

**Der Vormarsch der großen Hotelketten scheint unaufhaltsam. Haben kleine, familiengeführte Hotels in dieser Situation überhaupt noch eine Zukunft?**

Die haben sie mit Sicherheit, allerdings nicht in den Großstädten. Dort ist ihre Zeit unwiderruflich vorüber. Auf dem Land oder in Kleinstädten werden sie dagegen überleben – auch weil sie dort einen Standortvorteil haben: Die großen Ketten haben meist Schwierigkeiten, sich an kleinstädtische Lagen anzupassen. Die Hotelgrößen und die Kultur, mit der sie operieren, sind einfach andere. In historischen Städten und in landschaftlich reizvollen Gebieten gehört dem Modell „Familienhotel“ daher die Zukunft.

**Wenn Sie eine Nacht in einem Hotel Ihrer Wahl frei hätten, welches würden Sie wählen?**

Das ist eine schwierige Frage. Das Hyatt in Singapur zählt zu meinen Lieblingshotels, und ich bewundere das Adlon wegen seines Services. Auch eine Nacht im „Emirates Towers“ in Dubai würde mir gefallen, vielleicht auch, weil ich seinerzeit daran mitgearbeitet habe. All dies hängt aber sehr von der Jahreszeit und der persönlichen Stimmung ab.

Lesen Sie mehr über Hotels in der nächsten Ausgabe von *puls*.