

# Ein Maßanzug fürs Hotel

**Am Anfang steht die Frage: Was will ich eigentlich? Dann beginnt ein mühsamer Reifeprozess. Vier Hoteliers erzählen, wie sie zu ihrer Corporate Identity gefunden haben. Eine Idee, eine Philosophie oder ein ganz bestimmtes Thema machen diese Häuser zu etwas Besonderem. Alle hatten dieselbe Architektin. Aber jeder einen anderen Traum.**



Epochenmischling:  
Dieser Schreibtisch im Hotel  
Friedrich von Schiller steht  
mit zwei Beinen im Barock.

## „Wir leben Schiller“

Regine und Burkhard Schork sitzen auf der Terrasse des Hotels Friedrich von Schiller in Bietigheim und genießen die Herbstsonne. Sie haben sich eine kleine Pause verdient. Hinter ihnen liegen anstrengende Zeiten. Innerhalb von sechs Monaten haben sie ihr Haus, das aus dem 17. Jahrhundert stammt, bei laufendem Restaurant-Betrieb fast komplett entkernt und umgebaut. Während Schorks ihre Gäste im Erdgeschoss mit feinsten Speisen verwöhnten, dröhnten darüber die Handwerker. Auf 800 Quadratmetern, verteilt über mehrere Etagen, schufen sie 15 neue individuelle Hotelzimmer. Unten, im 200 Quadratmeter großen Eiskeller mit verschiedenen Ebenen, richteten sie einen großen Veranstaltungsraum und eine Art Weinkeller-Bar ein. Sie hat sich inzwischen zu einem In-Treff gemauert, weil es dort so schön schummrig ist. „Der Ausgangspunkt war: Unsere Corporate Identity Schiller sollte noch

mehr Schiller werden“, sagt Schork. Das Thema spielte auch bisher eine große Rolle. Gemeinsam mit einer Werbeagentur entwickelt der Spitzenkoch immer wieder zu besonderen Anlässen anspruchsvoll gestaltete Karten, die die Gäste über aktuelle Entwicklungen im Haus informieren. Und zwar in Form von kurzen Dialogen zwischen Schork und Schiller. „Weil sein Geist noch durchs Haus

schwebt, rede ich mit ihm“, sagt der Chef. Beispielsweise über den Umbau. Im Gespräch mit dem Hausherrn zeigt sich das Dichter-Gespenst zunächst skeptisch, inzwischen dürfte es von den Resultaten entzückt sein. Jedes der Gemächer trägt den Namen eines seiner Stücke. Dazu hängen passende großformatige Bühnenszenen an den Wänden. Neben dem Bett steht ein Schiller-Kochbuch mit Anekdoten und Rezepten des Hausherrn, verfasst von einer Autorin, die weitläufig mit Schillers Schwiegermutter verwandt ist.

Schorks haben gemeinsam mit ihrer Architektin Birgit Nicolay alles recherchiert, was sie über Schiller und seine Epoche finden konnten: Bücher, das Wohnhaus in Weimar, sein Geburtshaus im nahen Marbach am Neckar, die typischen Farben der Zeit, Einrichtungsstil, Vorhänge. „Es gibt viele Hotels, die Schiller heißen. Aber nicht viele überlegen, wie sie einen Bezug zu dem Namen herstellen können“, sagt Nicolay. Dabei eigne sich so ein Thema bestens als Marketing-Instrument. Was kann man tun, damit die Gäste wiederkommen? Wie kann ich mich von der Masse abheben? „In diesem Fall war es klar. Schorks wissen viel über Schiller und haben Bücher über ihn gesammelt“, sagt die Architektin.

Aber gute Ideen brauchen Zeit. Ein halbes Jahr dauerte der Reifeprozess. Jede Woche trafen sie sich entweder in Bietigheim oder im Stuttgarter Büro der Architektin. Aus einem Sammelsurium an Ideen arbeiteten sie einen roten Faden heraus. Schnell war ihnen klar, dass der Schreibtisch in den Zimmern besondere Aufmerksamkeit verdient. Das Ergebnis: eine Sonderanfertigung mit einem kurvig gedrehten Tischbein als barockes Zi-



Ode an die Freude:  
Ein Notenblatt von  
Schillers vertontem  
Gedicht schmückt  
die Wand in einem  
Flur des Hotel  
Friedrich von Schiller.



**Die Suite mit der grünen Note im Weikersheimer Hotel Laurentius heißt „Silvanertraum“.**

tat, dazu ein Schriftzug des Dichters und eine Feder, die in einem Holzklötzchen steckt und wie ein Tintenfass aussieht. Um in den Räumen eine besondere Atmosphäre zu schaffen, achtete Nicolay auf gezielte Lichtakzente: „Licht lenkt Blicke und wertet Dinge auf“. Ein weiterer Hingucker ist Schillers Lieblingsobst: der Apfel. Er findet sich in den Zimmern, aber auch auf der Speisekarte. „Damit verwenden wir ein regionales Produkt. Außerdem hat sich Schillers Vater um den Obstbau verdient gemacht“, weiß Schork. So schafft man Anknüpfungspunkte. Bei aller Begeisterung für den Poeten verlor das Hoteliers-Paar nie sein Budget aus den Augen. „Es ging immer darum: Wie können wir es noch kostengünstiger machen?“ Sie kamen mit 500.000 Euro aus. Auf manchen Luxus verzichteten sie.

### „Wir leben Wein“

Wenn Jürgen Koch eines nicht leiden kann, dann ist das „Enten-Kürbis-Teddy-Alarm“. Damit meint er den Nippes, der manche Gaststuben wie Unkraut überwuchert. Koch übernahm vor zwölf Jahren den Betrieb seiner Eltern, das Hotel Restaurant Laurentius in Weikersheim. Zu seinem Glück keine Plüschtierhöhle, aber eines war ihm klar: „Wenn ich nichts unternehme, bekomme ich keine jüngeren Gäste, gibt es keine Entwicklung und keine Dynamik“. Mit dem Umzug der Familie aus dem Dachgeschoss in ein Häuschen fielen wichtige Entscheidungen: Das Restaurant im Keller zu renovieren und unterm Dach zwei neue Suiten einzurichten – mit Whirlpool, DVD und Flachbildschirmen. Letztere sind wie die meisten Zutaten aus Kochs Küche ein regionales Produkt. Darauf ist er besonders stolz. Fehlte nur noch ein zugkräftiges Thema für die ganze Unternehmung. Das war schnell gefunden. Immerhin liegt Weikersheim in einer Weingegend und



**Der Wein macht's: Jürgen Koch huldigt mit seinen Grand Cru-Suiten dem Rebensaft.**

Sabine Koch, die Frau des Maitres, ist Sommelière. Das Ergebnis sind zwei so genannte Grand-Cru-Suiten, kreiert und realisiert in Zusammenarbeit mit Birgit Nicolay. Durch Zufall war Koch auf die Architektin aufmerksam geworden: Ihm gefiel, was Harald Rüssel aus dem Restaurant seines Hotels Landhaus St. Urban gemacht hat und fragte ihn nach seinem Architekten. Koch bereut die Investition nicht: „Jetzt steht das Essen im Einklang mit der Optik“. Die Klarheit seiner von regionalen Produkten geprägten Küche sollte sich im Restaurant widerspiegeln. Einen exklusiven Gourmet-Tempel wollte er sich nicht zulegen. „Schließlich soll



**Sinnesfreudige übernachten im Laurentius in der Suite „Wein, Weib und Gesang“.**

ich für viele verschiedene Menschen gut kochen: Liebspärchen, Geschäftsleute, Wein- und Kulturtouristen“. Der Raum in dem Kellergewölbe ist schnörkellos elegant. Lichtspots geben den Gerichten auf dem Tisch einen schönen Schimmer.

Zwei Jahre liegt der Umbau zurück. Am Anfang sei der Umsatz im Lokal etwas gesunken, aber das Geschäft habe sich allmählich erholt. Die Grand-Cru-Suiten „Silvanertraum“ und „Wein, Weib und Gesang“ seien von Anfang an ein großer Erfolg gewesen. Die Belegungsrate sei höher als die der normalen Zimmer. Eine Suite mit klangvollem Namen verkaufe sich nunmal leichter. „Wenn ich dann noch sage, dass es einen Whirlpool, DVD und einen Flachbildschirm gibt, klappt das noch besser“, sagt Koch. Seine Mitarbeiter haben den Auftrag, Hotelgästen immer die Suiten zu zeigen, wenn sie

## Die Hotelflüsterin

Birgit Nicolay ist so etwas wie eine Pferdeflüsterin für Hotels. Sie will den Häusern nicht ihren eigenen Stil aufdrücken, sondern zu einer eigenen dreidimensional erlebbaren Corporate Identity verhelfen. Ihr Ziel sind stimmige Konzepte, die zu den Eigentümern passen.

Jahrelang arbeitete die Stuttgarterin sieben Tage die Woche in zwei „Dreiviertel-Jobs“: Als Architektin und, gemeinsam mit ihrem Mann, als Weinhändlerin. Als er vor zehn Jahren starb, machte sie zunächst alleine weiter, verlagerte ihren beruflichen Schwerpunkt dann aber wieder in die Architektur. Sie beschäftigte sich damit, wie Räume auf Menschen wirken, welchen Einfluss das Licht hat und wie man unsichtbar Stimmungen schafft, zum Beispiel mit Musik. Ihre Erkenntnisse wollte sie mit der Philosophie des jeweiligen Kunden in Einklang bringen. Da die meisten Architekturbüros Corporate Design vernachlässigten, machte sie sich genau mit diesem Schwerpunkt selbstständig.



**Für Birgit Nicolay ist Corporate Identity wichtig.**

Die Zielgruppe ergab sich für die Weinexpertin wie von selbst: Weingüter und -geschäfte, Hotellerie und Gastronomie. Inzwischen hat Birgit Nicolay neben ihrem Stuttgarter Büro ein zweites Standbein in New York, wo sie jeden Monat eine Woche verbringt. Ideen sammelt sie jedoch nicht nur im Big Apple, sondern auch in Barcelona und Paris: „Dann besuche ich fünf Hotels und Restaurants an einem Tag“.

Kontakt: [www.nicolay-raumdesign.de](http://www.nicolay-raumdesign.de)



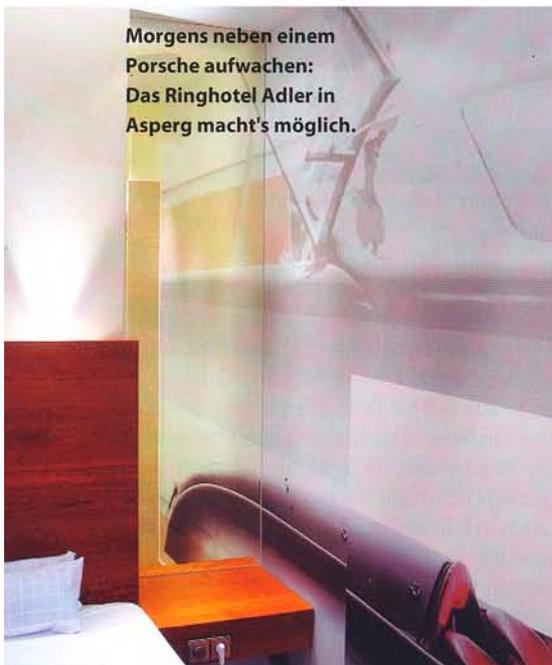
**Die Vorher-Nachher-Show: Neuer Look für den Saal des Hotels Landhaus St. Urban.**

frei sind. Viele würden danach von ihrem normalen 100-Euro-Zimmer auf das Weinambiente für 170 Euro umbuchen. Demnächst will Koch zwei kleine Zimmer zu einem dritten Grand-Cru umbauen. „Wir wollten unser Hotel insgesamt weingerechter gestalten, wussten aber nicht wie“, sagt Koch. Da traf es sich gut, dass Birgit Nicolay als ehemalige Weinhändlerin ein Näschen für das Thema hat. „Sie ist jemand, der Prozesse anstößt und einen fordert“, sagt Koch. Zum Beispiel mit spontanen Änderungen in der Bauphase. Doch dadurch sitze das Konzept nachher wie ein Maßanzug.

### „Wir leben Erfindergeist“

Im Hotel Adler in Asperg unweit von Stuttgart verkehren viele Geschäftsreisende aus der Automobilindustrie. Porsche, Daimler-Chrysler und viele Zulieferer der Branche sitzen in nächster Umgebung. Da liegt es nahe, auch im Hotel etwas Gas zu geben. Christian Ottenbacher, Chef des Vier-Sterne-Hauses, hat drei Zimmer für je 80.000 Euro in Themenappartements umbauen lassen. Sie sind Robert Bosch, Gottlieb Daimler und Ferdinand Porsche gewidmet. Drei Tüftler und

**Morgens neben einem Porsche aufwachen: Das Ringhotel Adler in Asperg macht's möglich.**



**Fanden ihr Idyll im Grünen: Die Mitglieder der Familie Rüssel.**

Gründer schwäbischer Traditionsunternehmen. Aufwändige Präsentationstechnik, auf die jedes Museum stolz sein könnte, vermittelt in leicht konsumierbaren Dosen das Leben der Namensgeber und die Meilensteine ihrer Unternehmensgeschichte. Als Gute-Nacht-Lied liegt in der Porsche-Suite eine CD mit dem Motoren-Soundtrack des Sportwagens bereit. Die Wand entlang des Bettes ziert das Profil des Flitzers aus Zuffenhausen.

Wirtschaftlich rechnen würde sich der Aufwand nicht, sagt Ottenbacher. Aber ab und zu müsse man etwas Neues bieten, um im Gespräch zu bleiben. Bei aller Liebe zum Automobil ist aus dem Adler mit seinen 70 Zimmern und Appartements noch lange kein Motto-Motel geworden. Sollte es auch nicht. Während die Themensuiten die kühle Eleganz einer Luxus-Limousine ausstrahlen, herrschen im Restaurant Schwabenstube warme Creme- und Rotweintöne vor. Auch hier saß Birgit Nicolay am Steuer.

### „Wir leben die Provence“

Harald und Ruth Rüssel haben sich im Hunsrück vor 13 Jahren eine alte Mühle samt 7,5 Hektar Land gekauft. Daraus wollten sie eine Wohlfühl-Insel machen. Entspannte südfranzösische Lebensart, wie sie Harald Rüssel während seiner Auslands-Stationen kennengelernt hat, dazu mediterrane und regionale Spezialitäten auf der Speisekarte. „Damals war der Stil des Hauses am Ende“, sagt Rüssel. Was tun? Gegen Architekten hatte er Vorbehalte. Die meisten hielten sich seiner Erfahrung nach für Künstler, die ihre eigene Handschrift verewigt sehen wollen und selten auf die Wünsche und Bedürfnisse der Bauherren eingehen. Damals lernte er Rolf Nicolay kennen, der zu der



**Ein völlig neuer Raum, nur der große Tisch durfte bleiben.**

Zeit gemeinsam mit seiner Frau Birgit einen Weinhandel betrieb. Als das Ehepaar Rüssel die Pläne für eine Terrasse mit sich herumtrug, machte ihnen Nicolay einige Verbesserungsvorschläge, die dem Hoteliershepaar einleuchteten – obwohl sie Architektin war. Die Chemie hatte einfach gestimmt. Und so kam man ins Geschäft. Inzwischen hat sich das Landhaus St. Urban zum Vorzeigeprojekt gemauert. Hoteliers, die ihr Haus verändern wollen, pilgern gerne zu dem Idyll im Dhronental unweit der Mosel. Und sie merken recht schnell, dass es nicht damit getan ist, hübsche Landhauszimmer anzubieten. Es geht um die persönliche Handschrift. Bei Rüssels trifft das im wahrsten Sinne des Wortes zu: Der Chef des Hauses schreibt die Karte mit dem Füller.

„Das Projekt funktioniert, weil ich es gemeinsam mit meiner Frau bewältige. Wir sind regelrecht infiziert“, erklärt der Chef der Jeunes Restaurateurs Deutschland. Damit komme zwar kein Euro mehr in die Kasse, aber die Gäste fühlten sich in dem Ambiente jugendlich-lässiger Ländlichkeit wohler: eben provenzalisch und nicht provinziell. *Micaela Buchholz*

### Adressen der vorgestellten Hotels

Historik Hotel Friedrich von Schiller,  
Bietigheim, Tel. 07142-90200  
[www.friedrich-von-schiller.com](http://www.friedrich-von-schiller.com)

Hotel Restaurant Laurentius,  
Weikersheim, Tel. 07934-91080  
[www.hotel-laurentius.de](http://www.hotel-laurentius.de)

Hotel Adler Ottenbacher GmbH,  
Asperg, Tel. 07141-26600  
[www.adler-asperg.de](http://www.adler-asperg.de)

Landhaus St. Urban,  
Naurath/Wald, Tel. 06509-91400  
[www.landhaus-st-urban.de](http://www.landhaus-st-urban.de)