120. Jahrgang • 2. Mai 2020 • Nr. 18 • www.ahgz.de

Silberstreif am Horizont?

Interior-Designer Peter Joehnk beschäftigt sich mit der Zeit nach der Krise. Seine Prognose: Der Paradigmenwechsel kommt – gerade in der Hospitality-Branche.

Wenn mit Abklingen der Pandemie die Ampel auf Grün umschaltet, wird es keinen Blitzstart geben, und die Welt hat sich ein Stück verändert.

Der Geschäftsreisebetrieb und der Materialfluss werden dann zögerlich wieder in Gang kommen. Kurzarbeit und Entlassungen können im besten Fall wieder zurückgenommen, Kredite abgezahlt werden. Die Hotellerie berappelt sich. Bald. Hoffentlich!

Hoteliers können unverkaufte Betten im Nachhinein nicht mehr belegen, und die Tage ohne F&B-Umsätze sind nicht wettzumachen. Bis man auf das Belegungsniveau von 2019 zurückkehrt, vergehen sicherlich noch viele Monate. Aber dann?

Rückblickend haben die letzten Krisen wohl Veränderungen mit sich gebracht, aber überschaubare. So haben sich seit 9/11 (2001) die Flughafenkontrollen verschärft. Die Lehman-Pleite (2008) brachte den Banken-Stresstest. Von der Sars-Pandemie (2003) habe ich keine langfristigen Auswirkungen bemerkt, aber Covid-19, welches ja wie das damalige Sars-Virus zur Gruppe der Coronaviren gehört, hat eine andere Dimension in der aktuellen Verbreitungsphase und wird langfristige Änderungen im Alltag mit sich bringen. Genau da gilt es, die Trends zu erkennen und Nutzen daraus zu ziehen.

Coworking und virtuelle Meetings

Ich selbst hatte in meinem Leben zuvor nie so viele Videokonferenzen und „Teams"-Meetings wie in den letzten fünf Wochen. Zoom, der Anbieter für Video-Conferencing, steigerte seine Nutzerzahlen in diesem Jahr von 10 Millionen auf zurzeit 200 Millionen Nutzer. Erstaunlicherweise sind diese virtuellen Meetings sehr effektiv! Man braucht insofern kein Zukunftsforscher zu sein, um sich vorzustellen, dass die erzwungene Lernphase bei virtuellen Meetings in die Zukunft wirken wird.

Hotels werden dadurch zwar weniger Geschäft aus dem Bedürfnis nach einem Meeting generieren, weil das erwiesenermaßen auch ohne physische Reise und Übernachtung vom Schreibtisch aus virtuell funktioniert. Allerdings wird genau das den bereits laufenden Trend verstärken, dass Hotels ihre Lounges und Restaurants als Coworking-Bereiche vermieten. Anders als etwa die Hotellobbys der ACE- und Hoxton-Hotels heute, die belagert sind von jungen „Couchsurfern", wird es dann intimere Rückzugsbereiche geben müssen.

Und auch dafür braucht man kein Zukunftsforscher zu sein: Die neuen Meetingräume werden nicht fest gemauerte Räume sein, sondern sie werden flächeneffektiv und flexibel innerhalb der Lobby und des Restaurants mit Raumteilern entstehen.

Apropos Interieur: „Raumteiler" ist auch ein Stichwort für mögliche Schutzmaßnahmen in der Übergangszeit zur Normalität. Frisch geöffnet und sicher heißen die Restaurants die Gäste willkommen. Statt leerer Tische und Stühle, die den Sicherheitsabstand gewährleisten, das Restaurant aber schrecklich kahl und leer aussehen lassen, sorgen attraktive Zwischenwände für Schutz und Privatsphäre. Angenehmer Effekt für den Betreiber: Sicherheit, fast ohne Kapazitätsverlust.

Der Raum wird für den Seelenfrieden der Gäste benötigt. Aus dem Schattendasein löst sich der Bedarf nach kombinierter und mentaler Wellness, beispielsweise nach Yoga. Auch diesem Anspruch muss entsprochen werden.

Das Frankfurter Zukunftsinstitut prognostiziert in einem aktuellen White Paper einen Scheidepunkt zwischen dem Festhalten am Bestand und einer neuen Schleife der Wirtschaft hin zu neuen Wegen. Am Anfang sind noch viel Unternehmergeist und Innovation gefragt. Umsatz und Wirtschaftlichkeit liegen aber noch in weiter Ferne. Man sieht dort sogar eine Phase der Dekonstruktion, die einerseits Opfer fordert, längerfristig aber Chancen eröffnet.

Die Krise wird aktuelle Trends definitiv beschleunigen. Ich denke da an regionales Wirtschaften, was im Moment durch Corona erzwungen wird. Raus aus der Nische, rein in den Trend! Für die Gastronomie ist es ein alter Hut, aber im Bereich Innenarchitektur der Hotels und Restaurants ist dies noch ein Wunschtraum. Knackpunkt: Die Mehrzahl der Möbel – auch wenn ein deutscher Name auf der Verpackung steht – kommt aus Asien. Das macht abhängig.

Regionale Produktion und traditionelles, handwerkliches Können, gerne mit umweltfreundlichen Materialien, besitzen schon lange einen hohen immateriellen Wert. Aus Preisgründen konnte aber bisher nur eine Minderheit von diesem Charme profitieren. Die Zeichen stehen gut, dass sich daraus ein Mainstream entwickelt, der gerade die schlichte handwerkliche Arbeit als den wahren Luxus begreift.

Das bringt mich zur entscheidenden Auswirkung von Covid-19 und dem behördlich verordneten Stopp des öffentlichen Lebens: Viele von uns haben etwas Abstand gewonnen zu ihrem Alltagsstress und dabei vielleicht entdeckt, dass es neben der beruflichen Erfüllung auch ein privates Leben gibt, jenseits der abendlichen Betäubung durch den Fernseher.

Leben im Einklang mit der Natur

Vielleicht hat die erzwungene Zeit der Besinnung zu mehr Achtsamkeit und Seelenfrieden geführt und damit zu einem Wertewandel. Technik und Technologie sind „nur" noch Mittel zum Zweck. Sie wirken unterstützend, bleiben aber im Verborgenen. Leben und Wirtschaften im Einklang mit der Natur ist das neue, alte Ziel – endlich mehrheitsfähig und nicht mehr nur für Greta-Idealisten.

Hier sitzen wir nun und werden zur (Rück-)Besinnung gezwungen. Wir können, wenn die Ampel auf Grün schaltet, so weiter machen wie vorher und den schwarzen Zahlen nachtrauern. Wir können aber auch, ausgerüstet mit den Erkenntnissen der enthaltsamen Wochen, Fahrt aufnehmen für die kommende Saison. Möge Mut unser Beifahrer sein!

Foto: Unternehmen

Peter Joehnk

GEBOREN: 1957 in Kronach, Oberfranken
STUDIUM: Innenarchitektur in Kaiserslautern und Mainz; Fernstudium zum Baubiologen
STATIONEN: Gründung des eigenen Büros joehnk. Interior Design (1984)
HEUTIGE POSITION: Geschäftsführer JOI-Design (ab 2003); Partner der JOI-Design Innenarchitekten A D joehnk + partner mbB (ab 2018); Mitglied in mehreren nationalen und internationalen Berufsorganisationen, darunter bdia (Bund Deutscher Innenarchitekten)

Das Unternehmen

JOI-Design mit Hauptsitz in Hamburg gehört zu den führenden Innenarchitektur- und Designstudios – mit mehr als 35 Jahren Erfahrung im Hospitality Design und mehr als 500 Hotelprojekten im In- und Ausland. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung von exklusiven und design-orientierten Interior-Konzepten für die internationale Hotellerie, für Serviced Apartments, für Offices mit New Work-Charakter und für Kreuzfahrtschiffe. JOI-Design unterhält Studios in Deutschland und Indien, in denen multidisziplinäre Teams beschäftigt sind – bestehend aus Innenarchitekten, Architekten, Ingenieuren, Grafikern und Produktdesignern.

Foto: Colourbox.de