

HOTELDESIGN

Auf der grünen Wiese

Von Natascha Ziltz (mailto:n.ziltz@ahgz.de) | Mittwoch, 07. April 2021



Allgäu-Feeling: Direkt hinterm Hotel stehen Kühe auf der Wiese.

(/news/media/26/Flax-252876.jpeg)

Mitten im Lockdown hat in Dietmannsried ein ambitioniertes Budget-Designhotel eröffnet. Das Flax Allgäu ist clean, kantig und konzentriert sich auf das Wesentliche. Doch bei Ausstattung und Gebäudetechnik wurde nicht gespart.

"Wollen Sie Geld verdienen oder ein Hotel bauen?" Diese Frage wirbelte die Pläne von Ulrich und Alexander Geiger ordentlich durcheinander. Sie hatten es sich so schön vorgestellt: Ein 4-Sterne-superior-Hotel direkt an der Autobahn in Dietmannsried, mit Restaurant, Bäckerei und Marktplatz, in dem Autofahrer auf der Durchreise regionale Spezialitäten kaufen können. Doch dann kam Sabrina Gambino-Kreindl, die sich die Geigers als Beraterin ins Boot geholt hatten, und setzte gnadenlos den Rotstift an: „Lassen Sie das ganze Zeug weg, Sie verzetteln sich! Hier funktioniert nur eines: Und das ist angenehmes Schlafen!“ Die Geigers ließen sich überzeugen und entwickelten mit der Hotelexpertin, die in München die Gambino Hotels und ein Consulting-Unternehmen betreibt, ein modernes, schlankes Hotelprodukt: Mit 107 Zimmern in vier Kategorien (19 bis 22 Quadratmeter groß), sechs Tagungsräumen, Bar-Lounge-Bereich, Fitness- und Wellnessbereich sowie einem Parkhaus.



Lässig: Der Eingangsbereich mit Rezeption.

[\(/news/media/26/rgtgrt-252883.jpeg\)](/news/media/26/rgtgrt-252883.jpeg)

Das Flax Hotel ist clean, modern und kantig – kitschigen Alpenstyle sucht man trotz der Lage im Allgäu vergebens. Stattdessen dominieren Sichtbeton, Holz und Naturstein. Das Alpen-Thema findet sich nur dezent wieder: Zum Beispiel bei den abstrakten Bergmotiven in den Fluren oder in der gut durchdachten Farbwelt. Grün steht für die Wiesen der Region, das Steingrau für die Farbe der Berge, Weiß für den Schnee und Gelb für die Sonne. Auch der Name Flax hat eine tiefergehende Bedeutung. Blauer Flachs war früher das Markenzeichen des Allgäus. „Wir wollten keine Kuhglocke an die Wand hängen, Regionalität geht auch subtiler“, sagt Alexander Geiger, der erst vor Kurzem in das Unternehmen seines Vaters eingestiegen ist. Zur Geiger Facility Management Gruppe zählen verschiedene Geschäftsbereiche, darunter eine Großküche, Coffeeshops, Biobäckereien und Wäschereien. „Mit dem Hotel wollten wir unser Dienstleistungsportfolio erweitern“, so Seniorchef Ulrich Geiger. „Als das Angebot kam, das Grundstück zu kaufen, fackelten wir nicht lange. Ein Hotel passt ideal zu uns.“ Da Vater und Sohn Hotellaien waren, vertrauten sie auf die Expertise von Sabrina Gambino-Kreindl und dem Architekten Michael Gibbesch aus Sonthofen. Die Zusammenarbeit ging Hand in Hand, immer unter der Prämisse, das Budget konsequent einzuhalten. „Man ist immer geneigt, mehr auszugeben. Aber wenn man an einer Stelle etwas hinzunehmen will, muss man woanders wieder etwas wegnehmen. Sonst läuft das schnell aus dem Ruder“, weiß Geiger.



Basic Zimmer im Erdgeschoss

[\(/news/media/26/Zimmer-252878.jpeg\)](/news/media/26/Zimmer-252878.jpeg)

100 Zimmer sollten es mindestens sein

Bis der finale Entwurf stand, gab es an „die 1000 Ideen“. Zum Schluss waren es vier: Die erste Idee war ein geradliniger Riegel, der dem Seniorchef zu kompakt war. Er wünschte sich, dass die Funktionsbereiche stärker zoniert seien. Es folgte ein Entwurf mit vier einzelnen Würfeln, der wiederum verworfen wurde und zu einer Idee mit einem abgeschrägten Gebäude führte. Da das Grundstück einst eine abschüssige Wiese war, gab es eine Höhendifferenz von rund 5 Metern. Als auch dieser Entwurf verworfen wurde, setzte Gibbesch mit dem Bleistift in der Mitte des Grundstücks einen Punkt und plante mehrere Gebäude drum herum – geboren war das Flax.

Auch die Anzahl der Zimmer divergierte zu Beginn: „Die Bauherren wollten, dass ich 60 Zimmer baue, damit etwa eine Busgruppe in dem Hotel unterkommen kann“, so Gibbesch. „Wenn man aber mit Hotelberatern spricht, ist schnell von 100-Keys die Rede. Nur dann sei ein Hotel wirtschaftlich.“ Aus den 100 „Keys“ wurden letztlich 107 Keys für insgesamt 214 Gäste. Ungewöhnlich für ein Budget-Hotel sind die sechs Tagungsräume à 50 Quadratmeter, die miteinander kombiniert werden können. Sie befinden sich im Untergeschoss mit Blick in den Innenhof, der ebenfalls für Events genutzt werden kann. Noch im Rohbau ist eine große Aula, die sobald möglich für große Veranstaltungen wie Hochzeiten gebucht werden soll. Ebenfalls im Untergeschoss angesiedelt ist ein Coworking-Bereich mit rund 120 Quadratmetern. Im Erdgeschoss befinden sich die öffentlichen Bereiche mit Rezeption, Bar und Lounge-Bereich sowie einem Spa- und Fitnessbereich. Außerdem sind dort Zimmer der Kategorie Basic angesiedelt, in den oberen drei Stockwerken die Kategorien Economy, Superior und Deluxe.

„Wir wollten keine Kuhglocke an die Wand hängen. Regionalität geht auch subtiler.“

GESCHÄFTSFÜHRER ALEXANDER GEIGER

So reduziert der Bau auch wirkt: Bei genauerem Hinsehen offenbart sich die Architektur als äußerst komplex. Außer in den Zimmern gibt es fast im gesamten Haus keinen rechten Winkel. Man sieht, wie die Konstruktionen funktionieren: Leitungen und Rohre wurden nicht unter Decken versteckt, sondern sind Teil des Looks. Rohe Betonoberflächen dominieren und wirken in Kombination mit den Möbeln, Lampen und Textilien dennoch gemütlich. Lag der Bau in der Verantwortung eines Generalunternehmers, lief die Ausstattung über Einzelvergabe ab. Um die Wertschöpfung im Allgäu zu halten, entschied man sich für einen örtlichen Schreiner, der sämtliche Möbel baute. „Sabrina Gambino war auch für das Interior-Design und die Auswahl der Firmen verantwortlich: Angefangen beim Bett bis hin zum Wasserkocher“, so Alexander Geiger.



Kommunikativ: Der Coworking-Bereich im Untergeschoss bietet Privatsphäre und Geselligkeit zugleich.

[\(/news/media/26/fgfgf-252881.jpeg\)](#)

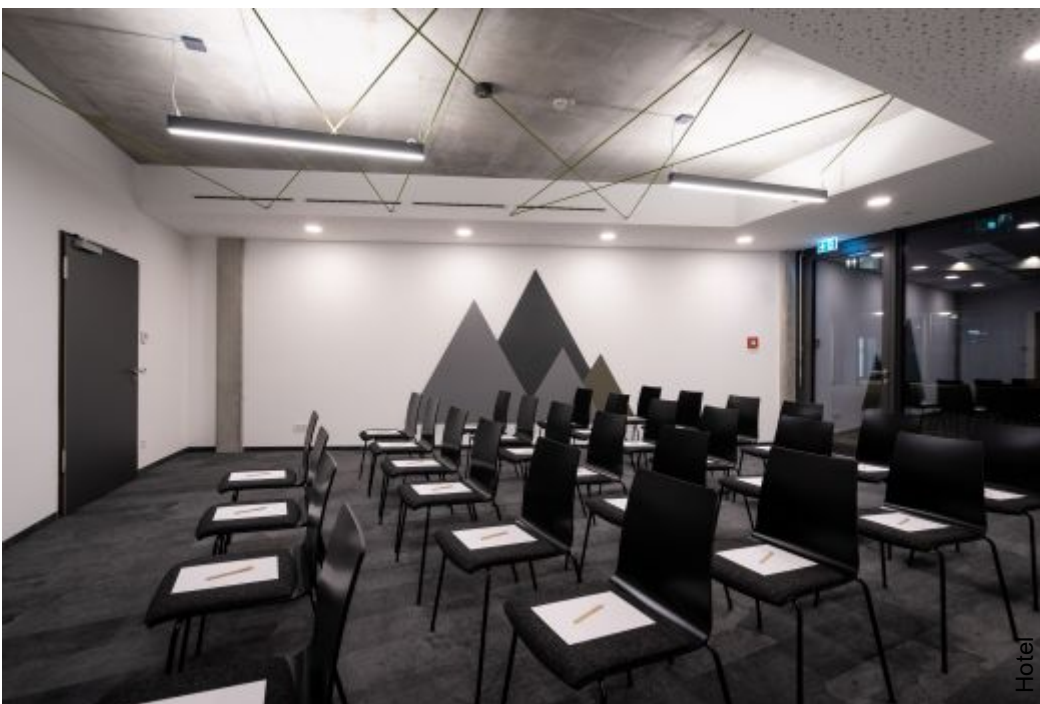
Um der Nachhaltigkeit Rechnung zu tragen, gibt es möglichst wenig Farbe und Tapeten an den Wänden. Das erklärte Ziel: So wenig künstliche Produkte wie möglich einzusetzen. Das ist auch der Grund für die Klinkerfassade, die für ein Budgethotel ungewöhnlich ist, bei der Instandhaltung aber äußerst pflegeleicht ist. „Grundsätzlich hätten wir uns noch Holz an der Fassade gewünscht“, so Alexander Geiger. „Aber da das Haus Gebäudeklasse 4 ist, hat uns der Brandschutz einen Strich durch die Rechnung gemacht.“ Brandwände aller Art – egal ob

äußere oder innere – müssen aus nicht brennbaren Baustoffen der Baustoffklasse A1 oder A2 bestehen und Feuer mindestens 90 Minuten standhalten.

Weiteres Problem: In Dietmannsried gibt es keine Drehleiter, die bei einem Brand nötig wäre. „Wir haben sogar mit dem Gedanken gespielt, Metalllamellen in Holzoptik für 50.000 Euro an die Fassade zu machen. Aber das wäre ja völliger Irrsinn“, sagt Gibbesch und ärgert sich, dass sie sich damals noch an eine alte Bauordnung halten mussten. Am 1. Februar wurde die bayerische Bauordnung novelliert, die Holz an der Fassade seither leichter möglich macht.

Zu- und Abluft sind getrennte Systeme

Auch wenn man das Holz von außen nicht sieht – im Inneren spielt es eine große Rolle: Das Hotel ist in Hybridbauweise mit Holzaußenwänden errichtet. Auch in den Zimmern kommt Holz zum Einsatz. Allerdings entschied man sich für Schichtstoffe, die der Belastung im Hotelbetrieb besser standhielten und hygienischer seien. Einen Vorteil in Pandemiezeiten verspricht sich Alexander Geiger von der Lüftungsanlage. „Zuluft wird nicht über die Fassade oder die Fenster gesteuert, sondern zentral im Keller. Somit können wir garantieren, dass ein 1,5 facher Luftwechsel pro Stunde möglich ist. Zu- und Abluft sind bei uns getrennte Systeme, das heißt, wir pumpen alte Luft nicht wieder rein.“ Dass man sich für diese Lüftungsanlage entschied, hatte primär akustische Gründe. „Wir sind an der Autobahn, da bedarf es hochwertiger Schallschutzfenster und einer Lüftungsanlage“, sagt Michael Gibbesch und ergänzt: „Das Auge hört mit. Deswegen haben wir das Gebäude so geplant, dass die Autobahn kaum zu sehen ist.“



In den Tagungsräumen erinnern abstrakte Bergmotive an den Allgäuer Standort.

[\(/news/media/26/Tagen-252885.jpeg\)](/news/media/26/Tagen-252885.jpeg)

Stolz ist Alexander Geiger auch auf die Absorptionskälteanlage im Keller, die aus Hitze Kälte

macht. „18 Grad im Sommer schaffen wir damit zwar nicht, aber 5 Grad Differenz sind problemlos möglich“, so der 30-Jährige. Im Restaurant wurden Textilschläuche der Allgäuer Firma Kienzle Klima verbaut, die dafür sorgen, dass die klimatisierte Luft in Luftverteilssysteme eingeblasen wird. Somit sei eine zugfreie Verteilung der Luft möglich.

„Unser Nachhaltigkeitskonzept fusst auf mehreren Bestandteilen: Erstens erzeugen wir im Nahwärmenetz regenerative Energie mit einem Blockheizkraftwerk, zwei Pelletkesseln und einem Gastbrennwertspitzlastkessel, zweitens haben wir einen KfW55-Standard“, so Gibbesch. „Hinzu kommt der Holzständerbau. Viele andere Hotels klatschen Wärmedämmverbundsysteme aus Styropor an die Wand. Das gibt es bei uns nicht.“

Insgesamt 19 Monate hat die Bauzeit gedauert – selbst während Corona gab es kaum Verzögerungen. Das Budget von mehr als 10 Mio. Euro wurde eingehalten. Zu verdanken sei dies unter anderem dem Generalunternehmer, der zum Festpreis baute, und Sabrina Gambino, die akribisch darauf achtete, im angestrebten Preissegment zu bleiben.

Dass die Eröffnung in den Lockdown fiel, war großes Pech. Doch da das Hotel Bestandteil der Geiger-Gruppe ist, lassen sich die fehlenden Einnahmen noch abfedern. Hatten die Geigers zu Beginn euphorisch über Expansion nachgedacht, äußern sie sich heute zurückhaltender zu dem Thema. „Wir glauben an das Konzept und den Standort. Aber jetzt müssen wir erst einmal Geld verdienen.“ Große Hoffnung liegt auf Domestic Travel: Das Flax ist neu, hat hochwertige Betten, regionales Frühstück und ist mit Preisen ab 54 Euro pro Nacht bezahlbar. Das sei nicht nur für Business interessant, sondern auch für Kurzurlauber. „Bleisure-Reisen wird immer wichtiger. Man reist mit Laptop und kann trotzdem den halben Tag in die Berge. Das ist definitiv die Zukunft.“

Anzeige

