

KLEINOD IM HERZEN DES EMMENTALS



Blick in die «Heugade-Suite» im «Stöckli» des Hotels Kemmeriboden-Bad, wo urchige Gemütlichkeit auf eine hoch technologische Materialisierung sowie ein modernes Boxspringbett auf einen wuchtigen Bauernschrank von 1878 trifft. Für den Umbau verantwortlich war strasserthun, ein traditionsreiches Berner Oberländer Schreinerunternehmen, das sich in den letzten Jahren vom traditionellen Handwerksbetrieb zum High-Tech-Unternehmen mit Fokus auf hochwertige Innenausbauten gewandelt hat.

TEXT: PHILIPP BITZER
BILDER: STRASSERTHUN

Was hat ein Trendbegriff wie «Corporate Interior» mit bodenständiger Schweizer Hotellerie zu tun? Ziemlich viel, wenn man bei der baulichen Auffrischung seines Hauses nicht nur die Stammgäste im Auge hat, sondern gleichzeitig auch neue Kundensegmente ansprechen will. Ein erfolgreiches Beispiel dafür ist das Hotel Kemmeriboden-Bad.

«Träumen in Eiderdaunen, kuscheln in feinsten Bettwäsche. Und rundum Entspannung im Deluxe-Boxspring!» So preisen heute die Verantwortlichen des Hotels Kemmeriboden-Bad die Übernachtung in der «Heugade-Suite» im Dachgeschoss des «Stöckli» an. Doch das ist pures Understatement: Denn die Suite ist nicht nur bequem möbliert, sondern sie wurde 2015/16 komplett um- und ausgebaut. Entstanden ist ein urgemütliches Schmuckstück, das Traditionalisten und Modernisten gleichermaßen anzieht.

Für die Neugestaltung verantwortlich war Harry Hersche, damals Designverantwortlicher beim Berner Oberländer Innenausbauer strasserthun: «Ich traf zu Beginn auf einen Raum», erinnert sich der inzwischen selbstständige Produktgestalter und Innenarchitekt, «der nicht typischer hätte sein können für einen Estrich

Das Hotel



Das Hotel Kemmeriboden-Bad liegt mitten im Emmental und wird in sechster Generation von der Inhabersfamilie Invernizzi geführt. Das Traditionshaus in Schangnau verfügt über 30 Zimmer, die Palette reicht vom Einzel- über das Doppel- und Familienzimmer bis zum «Mehrbettenschlag». Als Mitglied der Gilde etablierter Gastronomen besticht das Hotel durch seine täglich frische, regionale Küche. 2015/16 wurden Teile des Hotels erneuert. Den Umbau realisierte das Berner Oberländer Unternehmen strasserthun.

kemmeriboden.ch
strasserthun.ch

in einem alten Gebäude auf dem Land: viel Gebälk, Täferausbau und ein stark abgenutzter Teppichboden.» Der Raum sei bis dahin als einfacher Seminarraum genutzt worden. «Es war ein kunterbunter Mix», so Hersche, «den ich ziemlich schön fand und auf jeden Fall in irgendeiner →



Topmoderne Einrichtungselemente kontrastieren charmant mit dem urchigen Bestand. Dies gilt auch für den Ausstellungsbereich der Hausspezialität, die seit 1939 angebotene «Kemmeriboden-Merägg».

→ Form in die Zukunft überführen wollte.» Ob denn das Ziel der Erneuerung gewesen sei, in verstärkter Masse ein urbanes Publikum anzulocken? «Nein», meint Hersche, «ein zu moderner Ausbau war nicht gewünscht und wäre hier auch fehl am Platz, da weder ehrlich noch authentisch oder ortsgerecht gewesen.» Im Vordergrund hatte vielmehr gestanden, einen roten Faden in das Corporate Interior zu bringen und so die Marke Kemmeriboden-Bad zu stärken und die gute Auslastung nachhaltig zu festigen. Die Suite als gestalterisches Vorbild sozusagen für künftige bauliche Massnahmen im Hause. Und als Schaufenster für die Geschichte des Hauses und seiner Inhaber, die das Hotel bereits in der sechsten Generation führen.

Aufgrund der klaren Vorstellungen der Besitzer erstaunt es nicht, dass der Schlafbereich der Suite heute von einem wuchtigen antiken Bauernschrank aus dem 19. Jahrhundert dominiert wird: Das Möbel stammt aus dem Privatbesitz des heutigen Inhabers und war ein Hochzeitsgeschenk für seine Ur-Ur-Grosseltern. Für die Suite wurde es kurzerhand vom Estrich heruntergeholt und nach Thun gebracht, wo er aussen sanft restauriert und innen komplett erneuert wurde. Heute setzt der Schrank mit weiteren persönlichen Gegenständen der Familie den gestalterischen Kontrapunkt zu

modernen Design-Ikonen wie der freistehenden Badewanne, den Designer-Leuchten oder dem Schiebewand-System (das seinerseits von einem bäuerlichen Motiv von anno dazumal aus dem Familienalbum der Hotelbesitzer kontrastiert wird).

Schaukasten für die «Merägg»

Aber das Kemmeriboden-Bad wäre nicht das Kemmeriboden-Bad, wenn nicht die Rede auf seine «Merägg» käme: Dieses ortverbundene Eiweissgebäck ist das Markenzeichen des Hauses schlechthin. Es wird täglich frisch angeliefert und von den Gästen in rauen Mengen verzehrt.

Um das legendäre Schaumgebäck noch mehr ins Zentrum zu stellen, beauftragte Hotelier Invernizzi strasserthun, einen Lagerraum für die «Merägg» zu schaffen, der ein konstantes Raumklima von 26 Grad Celsius und 20 Prozent Luftfeuchtigkeit haben und die Hausspezialität in ein repräsentatives Licht rücken sollte. Hersche nahm das gerne an: «Wir waren wie der Sommelier zu seinem Wein oder der Affineur zu seinem Käse und stellten die «Merägg» dorthin, wo sie jeder sehen kann: in einen transparenten und begehbaren Schaukasten in unmittelbarer Nähe zur Empfangstheke.» ←



Zur Dekoration der 30 Quadratmeter grossen Suite wurden Motive und Gegenstände aus dem bäuerlichen Alltag vergangener Jahre verwendet.

WO MAN ÜBER 1000 MATERIALIEN BEGREIFEN KANN

Das 1947 als klassische Schreinerei gegründete und heute in dritter Generation geführte Familienunternehmen strasserthun ist Experte in Sachen Materialien.

Die Firma strasserthun ist in einem breiten Arbeitsfeld international tätig und bietet neben hochstehenden Materialberatungen, Innenarchitektur und Innenausbauten im gehobenen Segment auch eine eigene Möbelkollektion in Manufakturqualität. Das Unternehmen ist laufend auf der Suche nach Material-Innovationen, vergessenen Handwerkskünsten und investiert in die Entwicklung von neuen Techniken in der Materialveredelung. Die Verarbeitungsmöglichkeiten verschiedenster Materialien unter Einsatz neuester Technologien und die Leidenschaft für das Handwerk eröffnen so ganz neue Gestaltungsfelder. Sei dies in enger Zusammenarbeit mit Architekten, Innenarchitekten und Designern oder durch das im Unternehmen integrierte Design-Studio in Zürich. In nahezu 70 Jahren entwickelte sich strasserthun zu einem führenden Kompetenzpartner für exklusive, hochwertige Materialien und ihren Einsatz im Raum oder im Produkt. Diese Materialkompetenz präsentiert die Firma anschaulich in einer eigens dafür errichteten Plattform: «punkt6» ist das neue Haus der Materialien. Auf rund 450 m² ist eine grosse Palette an altbewährten Materialien, Materialinnovationen und -veredelungen zu finden. Im Unterschied zu einem reinen Showroom versteht sich «punkt6» als inspirativer Ausgangspunkt und erlaubt jeglichen Spielraum bei der Weiterverarbeitung. Von der Entstehung der Idee bis zur Anwendung im Raum oder im Produkt. Daneben finden im «punkt6» regelmässig Vorträge statt (siehe Kasten und Interview eines Referenten).

strasserthun.ch



DIETER PFISTER
Wissenschaftler und Bauherren-Strategie-Berater

HOTELIER: Wie schafft man Atmosphäre?

DIETER PFISTER: Wir sollten uns das nicht technokratisch vorstellen, bis ins Detail auf dem Reissbrett planbar, sozusagen mit einem Rezeptbuch, worin steht, mit welcher Form, Farbe, Materialisierung «man» sich wohlfühlt. Ich sehe das vielmehr als Prozess einer Raumentwicklung als Persönlichkeitsentwicklung. Wenn der Bauherr, der Hotelier Räume gestaltet, in denen er sich selber wohlfühlt, die zu ihm, seiner Geschichte und dem Umfeld passen, wo er und seine Mitarbeitenden dem Gast mit Zuneigung begegnen, dann wird er Menschen anziehen, die diese Atmosphäre suchen.

HOTELIER: Was ist Atmosphäre?

PFISTER: Mit der Atmosphäre beschreiben wir eine Gesamtwir-

kung eines Ortes auf uns, und zwar emotional, kulturell-geistig und leiblich-physisch. Das macht den Begriff natürlich komplex. Ihn zu differenzieren und ein Hotel atmosphärisch zu beschreiben hilft uns aber, besser zu verstehen, wie ein Ort auf den Gast wirkt, denn gerade der berühmte erste Eindruck ist eigentlich immer ganzheitlich-atmosphärisch, ein Bauchgefühl.

HOTELIER: Welche Rolle spielt die Haptik bei Materialien?

PFISTER: In einer Zeit der Virtualisierung und Digitalisierung kommt der Haptik wohl eine zunehmend grössere Bedeutung zu. Die Welt nicht nur geistig und als Bild und Text zu begreifen, sondern wörtlich begreifbar zu machen, also auch handgreiflich werden

zu dürfen, könnte an Wichtigkeit gewinnen. Aus der Sicht der Alltagspraxis stellen sich allerdings gleich wichtige Fragen: Wie gehen Kinder damit um? Wie rasch ist ein Objekt «abgenutzt»? Was kostet mich der Ersatz? Ich glaube allerdings, hier sollten wir gerade in der Schweiz etwas gelassener werden, denn Patina hat eine recht starke atmosphärische Wirkung.

HOTELIER: Was fasziniert Sie am Thema Raum?

PFISTER: In der Praxis Bauherren zu unterstützen, ihre Persönlichkeit in den Raum zu tragen, fasziniert mich seit fünfundzwanzig Jahren emotional als Prozess und im Resultat. Denn gibt es etwas Schöneres, als liebenswürdigen Menschen in Räumen zu begegnen, die mit Liebe gestaltet worden sind?
Interview: Bernadette Bissig

VORTRAG: WENN DER HOTELIER ZUM BAUHERRN WIRD

Bei vielen Hotels steht eine Erneuerung an. Doch wie soll diese aussehen? Was schafft eine eigene Atmosphäre? Wie bereitet sich ein Hotelier professionell auf einen baulichen Veränderungsprozess vor?

Ein Vortrag des Baukultur- und Markenraum-Experten Dieter Pfister gibt Aufschluss.

Besuchen Sie seinen Vortrag am Donnerstag, 27. April, von 18 bis circa

19 Uhr, mit anschliessendem Apéro riche, im «punkt6», Haus der Materialien, Biergutstrasse 6 in Thun.

Die Veranstaltung ist kostenlos, die Anzahl Teilnehmer limitiert. Anmeldung unter: info@strasserthun.ch