

ha mixt



den Zuckerhut hinunter. Beides sind beliebte Reiseziele für Touristen.

ALEXANDRE MACIEIRAI



In der Sambaschule Mangueria darf ein Kurs im Nationaltanz nicht fehlen. FOTOS: LOREN BEDELI



Petrópolis ist auch für Brasilianer ein beliebtes Ausflugsziel, da es in den Bergen kühler ist.



Das Pop-up-Hotel «Sun & Soul» in Saanen gefällt dem urbanen Publikum. HO



Alpenchic: Das Pop Down Zillertal. HO



Die Villa Lindeneegg in Biel. HO

Vorübergehend luxuriös

Die «Pop-up»-Welle mit Restaurants und Läden mischte unsere Innenstädte auf. Nun erobert der Trend die Hotellerie – mit überraschenden Ansätzen

VON SILVIA SCHAUB

Rollschuhe baumeln am Treppengeländer, antike Ski und Schlitten dekorieren den Frühstücksraum, und in der ehemaligen Telefonkabine befindet sich ein Selfie Corner. Wer das ehemalige Solsana-Hotel hoch über Saanen betritt, findet sich in einem begehren Wimmelbild wieder. An jeder Ecke entdeckt man neue Objekte und Kunst – und schmünzelt. Kitsch as Kitsch can, könnte man sagen. Heute heisst das einst als Sanatorium, Flüchtlingsheim und zuletzt als Kurs- und Ferienhotel für Blinde und Sehbehinderte benutzte Haus Sun & Soul und ist ein Pop-up-Hotel. «Wir wollen konventionelle Regeln der Hotellerie ganz bewusst brechen», erklärt Vanessa Schwenter.

Was sich in der Gastronomie etabliert hat, ist in der Hotellerie im Anrollen: Pop-up-Betriebe, die durch eine beschränkte Dauer Vergänglichkeit und Exklusivität zugleich bieten.

Die Kombination scheint zu ziehen, wie das Projekt von Schweiz Tourismus im letzten Sommer zeigte. Während dreier Monate lancierte man in elf Städten Hotelzimmer, in denen garantiert noch nie jemand geschlafen hatte – vom Fischerhäuschen in der Stadt Basel über das Turmzimmer auf Castelgrande über Bellinzona bis zum verträumten Bootshaus am Vierwaldstättersee. Allerdings ging es dabei weniger um eine Zwischennutzung wie im Fall des «Sun & Soul», sondern darum, versteckte, unbekannte Orte in den Städten zu zeigen.

Eine Experimentierwiese

Das «Sun & Soul» mit fünfzig Zimmern wird nicht nur drei Monate, sondern für mindestens zwei Jahre in dieser Form geführt, bis die Besitzer das Haus komplett umbauen werden. Die 28-jährige Vanessa Schwenter bezeichnet das Projekt als eine Experimentierwiese, wo sie sich ungehemmt ausleben könne. Betreiber dieser Zwischennutzung sind die Brüder Nik und Simon Buchs, die in Saanen das 16 Art-Bar-Restaurant und in Gstaad das Bergrestaurant Wasserngrat führen. Die einheimische Hotelfrau ist seit über vier Jahren Teil des Teams. «Wir bieten einen anderen

Luxus – nämlich den der totalen Entscheidungsfreiheit.» Zum Beispiel wann man isst: Im Parterre bietet die 24-Stunden-Cantina in zwei grossen Kühlvitrinen Getränke und Gerichte an, die man selbst aufwärmt, wann immer man eben Hunger hat. Oder wie man sich im Hotel beschäftigt: In den grosszügigen Räumlichkeiten kann man Indoor-Golf spielen, in der Turnhalle seine Fitnessstunden absolvieren, sich im Bastelzimmer handwerklich betätigen oder im ehemaligen Hallenbad eine Party organisieren.

Das Publikum ist urban und jung oder junggeblieben. Auch Familien zieht das Hotel an, in dem sich die Kinder wie in einem Roman von Astrid Lindgren fühlen müssen. Die Zimmer indes wurden kaum verändert und sprechen mit 160 Franken für das Doppelzimmer inklusive Frühstück auch die preisbewussten Gäste an.

Die Villa Lindeneegg in Biel funktioniert derzeit ebenso als Pop-up-Hotel. Das etwas in die Jahre gekommene Gebäude in einem lauschigen Park gehört der Stadt Biel. Weil man einen Leerstand des attraktiven und gut besuchten Restaurants und Kleinhotels vermeiden wollte, vermietet die Stadt die Lokalität dem Start-up-Unternehmen Scratch der drei Bieler Patrick Weiss, Olivier Paratte und Reto Bloesch, die schon mit dem «First Friday»-Konzept die Bieler Altstadt wiederbelebten. Mit tieferen Zimmerpreisen und jungen Köchen konnten sie eine andere Klientel ansprechen, «die sonst nie den Weg in die Villa Lindeneegg gefunden hätte», wie Reto Bloesch sagt. Ende Januar ist aber Schluss, danach soll das Haus umgebaut werden – und wohl wieder kaufkräftigere Gäste anlocken.

Pop-up-Hotels

Sun & Soul, Saanen, DZ Fr. 160.– inkl. Frühstück, bis ca. April 2020, www.solsana.ch
Popdown Zillertal, Österreich, DZ ab 148 Euro, bis April 2019, www.popdownhotel.com

Auch in den umliegenden Ländern mischen Pop-up-Hotels die Hotellerie auf. So etwa in München mit «The Lovelace» oder im Zillertal mit dem «Pop Down Hotel». Dort haben Silvia Gschösser und ihr Partner Markus Rist das elterliche Hotel übernommen und aus dem ehemaligen gutbürgerlich geführten Zillertaler Grillhof einen «kulturellen Treffpunkt sowie einen Ort für Nostalgie und Raum für Zukunftsträume» geschaffen. Mit dem Generationenwechsel haben sie die Chance genutzt, sich kreativ auszutoben. Sie liessen das Hotel von einem Schweizer Architekturbüro umgestalten.

Hungrig nach neuen Konzepten

Nun leuchtet das Haus im Chalet-Stil komplett weiss, eine lange Tafel zieht sich über drei Stockwerke und der Keller steht unter Wasser. Dennoch ist die alte Aura noch spür- und sichtbar. «Die Leute sind hungrig nach neuen Konzepten», stellt Silvia Gschösser fest. «Diese Ausprobierphase ist wichtig für uns, denn sie hilft uns, den Weg zu finden, den wir künftig mit unserem Haus gehen möchten.» Denn einfache Betten verkaufen kommt für die Besitzer nicht infrage. Der Erlebnischarakter mit den Gemeinschaftsräumen soll auch im neuen Hotel im Vordergrund stehen, das diesen Herbst eröffnet wird.

Die zeitliche Einschränkung kombiniert mit dem speziellen Ambiente machen den Besuch solcher Pop-up-Hotels zu einem einzigartigen Erlebnis. «Und ist offenbar ein Bedürfnis», stellt Felix Pal von Schweiz Tourismus fest. Die Aktion im vergangenen Sommer betrachtet er auf jeden Fall als vollen Erfolg. «Doch sie lebt von der Einmaligkeit, weshalb wir sie nächstes Jahr nicht wiederholen werden.»

Auch wenn nun überall solche Projekte aufpoppen, dürfte der Trend ein Nischenprodukt bleiben. Das glaubt Fiorenzo Fässler, Managing Director bei der SMarket AG und Geschäftsführer der Best 3 Stars Hotels. «Pop-ups werden den Gesamtmarkt kaum je beeinflussen.» Wichtig sei, dass diese Hotels trotz Kurzlebigkeit mit gleichen Auflagen belegt würden wie konventionelle Hotels, betont Fässler.