

Grauer Koloss mit grüner Kappe

Die Aufstockung des Hochbunkers am Heiligengeistfeld gleich neben dem St.-Pauli-Stadion gilt nicht nur in Hamburg als spektakulärstes Bauvorhaben seit der Elbphilharmonie. Hier ist nicht nur ein Leuchtturmprojekt der Klimaanpassung in Großstädten entstanden, sondern mit dem Reverb by Hard Rock auch ein Hotel. Dessen Gäste können sowohl Musikkultur erleben, als auch kreative Kulinarik und „Vertical Gardening“ direkt vor der Fensterbank.

Autorin: **Brit Glocke**

STECKBRIEF

Eröffnung: 5. Juli

Objekt: Hochbunker Flakturm IV auf St. Pauli, eine Bestandsimmobilie der Stadt Hamburg

Bauherr: Thomas Matzen, Matzen Immobilien KG (hat Erbbaurecht für den Bunker bis zum Jahr 2053 inne)

Vermieter: EHP Erste Hanseatische Projektmanagement GmbH

Ingenieur- und Planungsbüro: Phase 10

Investition: im dreistelligen Millionenbereich

Umfang der Aufstockung:

5 Geschosse, 20 Meter hoch

Bauzeit: 5 Jahre

Hotelbetreiber: RIMC Hotels & Resorts, Hamburg, im Franchise mit der Marke Hard Rock und deren Subbrand Reverb by Hard Rock

Zimmer: 134 Zimmer, darunter 12 Suiten (35–45 m²) und 3 Künstlerwohnungen

Interior Design/Innenausbau:

Bachhuber Contract GmbH & Co. KG

Preise: ab 160 Euro/Nacht; Künstlerwohnungen zur Vorzugsrate von 100 Euro/Nacht

Ausstatter: u.a. Bauscher, WMF, Samsung, Roca, Laufen, Rituals, Duncker-iPhotex, Airfect, Duscholux, Glassforever, Astro, Kela, Cupfresh Kapselmaschinen, Geesa

Gastronomie-Outlets: La Sala, Karo & Paul, Constant Grind, Green Beanie

Sonstiges: Rock Shop

Mitarbeitende: rund 140

Kontakt: reverb.hardrock.com/hamburg/

Der „Grüne Bunker“ ist die neue Attraktion der Hansestadt. Nicht nur an diesem Montag Anfang August sind hier auf und im Gebäude viele Menschen unterwegs, auch die ersten Besucherzahlen bestätigen es: Am Eröffnungswochenende Anfang Juli wollten bereits 25.000 Besucher den Dachgarten auf dem bis dato grauen Koloss bestaunen, und auch einen Monat später liegen die Besucherzahlen täglich noch bei 4.000. Der begrünte Bergpfad, der sich mit 560 Metern Länge um den Bunker schlängelt, ist ein angesagtes Ausflugsziel, das Touristen wie Hamburger gleichermaßen sehen wollen.

Von dem Interesse profitiert auch das im Zuge der pyramidenförmigen fünfstöckigen Aufstockung entstandene Reverb by Hard Rock Hotel - das erste Haus der Marke in Europa und das zweite weltweit. „Die Auslastung liegt momentan bei knapp 90 Prozent“, berichtet Patrick Riegger vom Betreiber RIMC Hotels & Resorts. Lediglich an einzelnen Wochentagen sei noch Luft nach oben: „Das Ratenniveau hat sich gut eingependelt - wir starten bei 160 bis 180 Euro für ein Classic-Zimmer, das 17 bis 25 Quadratmeter groß ist.“ An manchem Wochenende liege man bereits gleichauf mit Hamburger Fünfsternehäusern wie dem Fontenay oder dem Vier Jahreszeiten. Das Hotelpublikum ist international, darunter Leisure- wie Businessreisende aus Amerika, Brasilien, Australien und Asien.

Die Hamburger RIMC Hotels & Resorts Group hatte 2021 im zweiten Anlauf den Zuschlag für den Hotelbetrieb im einstigen Hochbunker am Heiligengeistfeld in Hamburg erhalten und einen Pachtvertrag für 20 Jahre mit Option auf Verlängerung abgeschlossen. Bei der Konzeptentwicklung spielte von Anfang an das Thema Musikverbundenheit eine zentrale Rolle. „Die Frage war



1



2



3

1 Runde Sache: Der Check-in nennt sich „Will Call“ und ist als runder Tresen konzipiert. Die kleine Empore im Hintergrund wartet mit Co-Working-Plätzen und dem Meeting-Raum „Reverb Radio“ auf.

2 Kompakt: Blick in einen Classic-King-Room mit Stufenpodest vor dem Balkon, Nachttisch unter dem Bett und offenem Waschtisch in Terrazzo-Optik.

3 Artwork: In Kooperation mit dem Hamburger Künstler Carlos ist in jedem Zimmer ein anderes Graffiti mit Musikbezug entstanden.

nur, können wir das selbst oder brauchen wir eine Marke, die das Musikthema mitbegleitet“, erinnert sich Riegger zurück. „So kamen wir zur Hard-Rock-Kette und ihrer gerade erst frisch ge-launchten Subbrand Reverb Hotels, in deren Mittelpunkt die Fans und ihre Leidenschaft für Musik stehen.“ Angefangen bei Konzertplakaten im Eingangsbereich über von Fans inspirierten Kunstwerken bis hin zur CD-Fototape in den Toilettenräumen.

Sichtbeton fürs Bunkergefühl, Graffiti für St. Pauli

Das neue Lifestyle-Hotel verfügt über 134 Zimmer auf fünf Etagen, darunter zwölf Suiten mit einer Größe von 30 bis 50 Quadratmetern. Es gibt eine Mischung aus King-, Double-Queen- und „Roadie-Bunk“-Zimmern, die alle mit King- oder Queensize-Betten, freistehenden Waschtischen, einer Gestängekonstruktion mit Ablage- und Garderobenfunktion, einem orangefarbenem Beistelltisch und einem hellgrauen Pouf ausgestattet sind. Die Roadie-Bunk-Zimmer – Englisch „bunk“ bedeutet Koje oder Stockbett – verfügen über zwei Etagenbetten, ein Queensize-Bett, zwei eigene Bäder, eine Karaoke-Maschine und übergroße Smart-TVs. Hinzu kommen je nach Zimmertyp bodentiefe Fenster oder Balkone, Sofas oder Sessel.

Das Design- und Zimmerkonzept für das erste europäische Reverb-Hotel wurde im kreativen Austausch von Hard Rock International, RIMC und Bachhuber Contract aus Bad Birnbach entwickelt, so Patrick Riegger. „Es galt die Standards der Marke Reverb mit unseren europäischen Standards übereinzubringen. Die Amerikaner sind beispielsweise sehr viel detaillierter, wenn es um Matratzendicke, -qualität, die Kissenanzahl oder -größe geht. Von uns dagegen kamen Ideen wie die Graffiti an den Wänden, die auch ein Stück weit St. Pauli und das Thema Musik in die Zimmer bringen sollen.“ Mit Carlos habe man dabei einen Hamburger Graffiti-Künstler gefunden, der in zwei Monaten jedes Zimmer mit einem anderen musikalischen Motiv versehen hat.

Fürs Bunkergefühl wurde bei der Gestaltung der Zimmer zudem ein Teil in Sichtbeton-Optik gehalten. Auch Materialien und Farbwelt wurden an den nunmehr „grünen“ Bunker angepasst, so Innenarchitektin Merle Neumann von Bachhuber Contract. „Vorhänge in

RAL 6011 Resedagrün, gräuliches Eichendekor, Waschtische in Kunststeinmaterial mit feiner Terrazzo-Körnung und Sicht-Estrich komplettieren den industriell-reduzierten Stil der Zimmer.“ Auf Schränke habe man angesichts eher kurzer Aufenthaltszeiten von ein bis zwei Nächten bewusst verzichtet, aber auch, weil die Zimmergrundrisse teilweise sehr schmal geschnitten seien, so Neumann weiter.

Bei der Raumgestaltung spielte auch der Einsatz intelligenter Technologien eine Rolle. Jedes Hotelzimmer ist mit einem Alexa-Sprachassistenten ausgestattet, allerdings in der amerikanischen Version. Mit dieser lässt sich bislang nur die farbige Lichtstimmung der runden Leuchte über dem Bett verändern. Anfangsschwierigkeiten, die noch behoben werden, betont Riegger. Künftig sollen Gäste über Alexa dann auch auf Playlists oder einen Reverb City Guide zugreifen oder Hotelinfos abfragen können.

Über den klassischen Hotelbetrieb hinaus wartet das Hotel zudem mit drei jeweils 40 Quadratmeter großen Gästewohnungen für Künstler oder Stipendiaten auf, die von Hamburger Kultureinrichtungen gebucht werden können. „Wir freuen uns über die Möglichkeit, kreativen Köpfen einen inspirierenden Platz zu bieten, in dem sie ihre Zeit in einer ganz besonderen Atmosphäre erleben“, sagt General Manager Till Westheuser, der das Hotelprojekt seit Mai 2023 begleitet.

Vier gastronomische Outlets von schick bis retro

Noch reduzierter als die Zimmer ist der Look der Rezeption. Sie befindet sich auf dem Level Null – das dem Dach des 1942 erbauten Bunkers entspricht – in einem der ehemaligen Flakgeschütztürme. Passend zur Kreisform des Raumes wurde auch der Rezeptionstisch rund gestaltet und in der Raummitte positioniert. Schwarze Farbgebung trifft hier auf Eichenoptik und Kunststein. Auf einer Empore hinter dem Tresen befindet sich zudem der sogenannte Radio Room für kleine Besprechungen und entlang der Fensterfront ein weiterer Tresen mit Co-Working-Plätzen.

Zum Hotelbetrieb gehören außerdem vier gastronomische Outlets, die als eigenständige Marken positioniert werden und sowohl für Hotelgäste als auch externe Besucher zugänglich sind: Das Hauptrestaurant „La Sala“ in der



texcare
international

6. – 9. 11. 2024
Frankfurt am Main

Begeistern Sie Ihre Gäste mit Wäsche zum Wohlfühlen.

Qualität und Hygiene sind Ihr Anspruch und auch der Ihrer Gäste. Ob interne Wäscherei oder textile Dienstleister: Auf der Texcare finden Sie alles, was Sie für Ihre perfekte Hotelwäsche brauchen. Neue Impulse und jede Menge Erfahrungsaustausch.

Seien Sie dabei! www.texcare.com



1 Totenkopfmotive und rote Leuchten: Das Design im Karo & Paul nimmt Bezug auf St. Pauli, der Glasboden über dem einstigen Standort eines Flakgeschützes wiederum auf die Geschichte des Bunkers.

2 Wohnzimmerflair: Das Hauptrestaurant La Sala spielt mit mediterranen Anleihen und setzt die äußere Begrünung – wenn auch künstlich – im Inneren fort.

biente ist schick-gemütlich. Beige-, Braun- und Grüntöne treffen auf Möbel im Retrolook, Holzelemente und Sichtbeton. Live-Musik-Acts und DJ-Auftritte sollen hier – wie auch im Karo & Paul – für musikalische Untermalung sorgen, das ist zugleich der rote Faden, der bei Reverb Programm ist.

Über gleich drei Etagen erstreckt sich das Karo & Paul by Frank Rosin, dessen Name nicht nur auf die benachbarten Stadtteile Karo Viertel und St. Pauli Bezug nimmt, sondern auch auf den bekannten TV-Koch, der als gastronomischer Berater agiert. Das Outlet vereint eine Bar mit 125 Plätzen und Dancefloor, ein Restaurant mit 26 Tischen für 77 Gäste und einen Private-Dining-Bereich mit kleiner Terrasse für 25 Personen.

Das Interieur gibt sich „sehr musterfreudig und farbenfroh“, beschreibt es Merle Neumann – der Mix reicht von gelben Sofas über Retro-Stehlampen, Schaukelsessel bis hin zur Blumentapete. „Ein bisschen Schanze, ein bisschen St. Pauli, gepaart mit modernem Interieur“, fasst es Patrick Riegger zusammen. Zum Redaktionsschluss war lediglich die Bar des Karo & Paul geöffnet, in Kürze soll hier dann internationale Fusionsküche serviert werden.

„Bunker-Experience“ zwischen Stauden und Sträuchern

Das kreisrund gestaltete Café Constant Grind mit 94 Sitzplätzen vereint wiederum Bäckerei, Coffee Shop und Grab-and-go-Angebot. Das Design in Naturtönen, mit Holzmöbeln und Pflanzendeko sorgt für ein skandinavisch angehauchtes Ambiente. Das Gastro-Pop-up Green Beanie in einem 3 mal 6 Meter großen grünen Schiffscontainer auf dem Bunkerdach steht für ein kleines, saisonal wechselndes Angebot an schnellen Speisen und Getränken, das sich derzeit jedoch noch im Aufbau befindet. Darüber hinaus darf natürlich auch der zur Marke Hard Rock zugehörige Rock Shop nicht fehlen. Hier wird von Hard-Rock-Musik inspirierte Kleidung und Mer-



fünften Etage der Aufstockung sowie das „Karo & Paul“ by Frank Rosin mit Bar, Restaurant und Private-Dining-Bereich, das Café-Konzept „Constant Grind“ und die Pop-up-Gastro „Green Beanie“ auf dem Bunkerdach. „Unser Ziel für die Locals lautet: Von Hamburg für Hamburg“, so Riegger. „Am Wochenende soll es heißen ‚Lass uns in den Bunker gehen – dort gibt es Live-Musik, gutes Essen und gute Stimmung.‘“

Mit dem La Sala holen RIMC Hotels & Resorts zudem ein spanisches Gastro-Konzept aus Marbella nach Deutschland – mit Schwerpunkt auf Gemüse, Tapas und Sharing. Das Restaurant verfügt über 170 Sitzplätze und zwei Private-Dining-Räume. 14 Köche arbeiten hier in einer offenen Konzeptküche mit integriertem Buffetbereich und bieten täglich Frühstück, (Business-)Lunch, Kaffee & Kuchen sowie Abendessen an. Das Am-

chandise sowie eine eigene Bunker-Kollektion angeboten. Zur „Bunker Experience“, wie es GM Till Westheuser nennt, gehören auch der 560 Meter lange und fünf Meter breite Bergpfad, der auf der Nordseite des Bunkers ebenerdig startet, sowie der Stadtgarten auf dem Dach des Bunkers, der täglich von 9 bis 21 Uhr für jeden zugänglich ist. Hotelgäste haben den Vorteil, dass sie den Dachgarten auch über diese Öffnungszeiten hinaus nutzen können und dafür keine 335 Stufen erklimmen müssen, um den 360-Grad-Blick auf die Hansestadt zu genießen.

Insgesamt wurden auf dem Bunker 4.700 Gehölze und Sträucher sowie 16.000 Stauden gepflanzt (siehe Podcast-Tipp, Seite 9). Diese stammen überwiegend aus dem alpinen und nordeuropäischen Raum, sodass sie Frost, Hitze und Sturm in 38 bis 58 Meter Höhe aushalten können. Obwohl die Begrünung erst in vier Jahren zur vollen Entfaltung gekommen sein wird, ist sie bereits jetzt gut vorangeschritten. Vor den Zimmerbalkonen sieht es schon bu-

”

Flora und Fauna geben richtig Gas – wir haben hier schon Vögel, Bienen und Hummeln.

Patrick Riegger, RIMC Hotels & Resorts

schig und waldig aus. „Flora und Fauna geben richtig Gas – wir haben hier schon Vögel, Bienen und Hummeln“, so Riegger. Die Begrünung ist auch von wissenschaftlichem Interesse. Forscher der TU Berlin haben im Bunker Sensoren installiert, um fünf Jahre lang Daten zur Verdunstungskälte und Wärmedämmung zu erfassen und so Erkenntnisse zur Klimaanpassung in Großstädten zu gewinnen. Was das Thema Nachhaltigkeit angeht, verzichte man im Hotel, wo möglich, auf Plastik und Papier, berichtet Riegger. Die Klimaanlage

in den Zimmern schaltet automatisch ab, sobald die Balkontür geöffnet wird, das Nachtlicht am Bett ist sensorgesteuert. Dazu ist das Hotel energetisch mit dem BHKW des Bunkers gekoppelt. Das Thema Solar sei indes verworfen worden, weil es zu viel Reflektion an der Außenfassade bedeutet hätte.

Zusätzlich zu den genannten Outlets befindet sich im Zentrum der Bunker-aufstockung mit der Georg-Elser-Halle noch eine Dreifeldhalle für 2.200 Menschen, die neben Konzerten und Kulturveranstaltungen auch für den Schulsport genutzt wird, sowie auf Ebene 0 einen Gedenk- und Informationsort für die Opfer des NS-Regimes und des Zweiten Weltkrieges.

Zur weiteren Entwicklung der Marke Reverb verrät Patrick Riegger: „Mit unserem Standort haben wir die Marke klar aufgewertet.“ Und: „Weitere Reverb Hotels sind geplant. Wir planen auch zusammen mit Hard Rock – sowohl national wie international. Da ist noch mehr zu erwarten.“ |

WÄRMEPUMPE WEITERGEDACHT

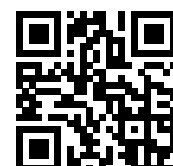


MODERNE UND NACHHALTIGE HOTELKLIMATISIERUNG

Entdecken Sie unsere vielfältigen Zukunftslösungen zum Heizen und Kühlen von Hotels. Zum Beispiel mit der einzigartigen Hybrid VRF-Technologie ohne Kältemittel in den Räumlichkeiten.

Hocheffiziente Wärmerückgewinnung. Individueller Komfort. Reduzierte Kältemittelfüllmenge.

Hier im Einsatz im Me and All Hotel, Kiel



CHILVENTA
Besuchen Sie uns
08. – 10.10.2024
Halle 4, Stand 4–250
mitsubishi-les.com