

Dieter Pfister



© 2008 [AGI-Information Management Consultants](#)
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to [dandelion.com](#) network.

Raum - Gestaltung - Qualität

am Beispiel historischer Hotels

Nachhaltige Kommunikation durch
authentische Raumgestaltung

edition gesowip
Basel 2005

Inhalt

Inhalt.....	5
1. Geleitwort von Roland Flückiger-Seiler.....	9
2. Vorwort und Dank.....	11
3. Ziel und Methode der Studie.....	14
4. Zusammenfassung der Studienresultate.....	17
4.1 Ausgangslage.....	17
4.2 Praxis im historischen Hotel.....	18
4.3 Theorie.....	20

Teil I: Geschichte

1. Einführung von Roland Flückiger-Seiler.....	27
1.1 Ein Jahrhundert Kampf gegen und für historische Hotels....	27
2.2.3 <i>Ablehnung der Belle Epoque-Architektur</i>	27
1.1.2 <i>Staatlich verordnete Radikalkur</i>	29
1.1.3 <i>Wiederentdeckung historischer Hotelbauten</i>	30
1.2 Auszeichnungen, eine Marketinggruppe und ein Archiv für die Hotelzukunft mit Geschichte.....	33

Teil II: Praxis

1. Historische Hotels: Kultur- und sozialgeschichtliche Zusammenhänge.....	43
1.1 Ausgangslage vor dem Ersten Weltkrieg.....	44
1.2 Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg.....	45

2.	Hauptbefunde der Analyse von Raumgestaltung und Authentizität historischer Hotels.....	48
2.1	Auswahl und Typologie der Hotels.....	48
2.2	Hauptbefunde im Überblick.....	52
	2.2.2 Befunde bezüglich den Qualitätsindikatoren der Raumgestaltung.....	52
	2.2.2 Befunde bezüglich historischer Authentizität.....	54
	2.2.3 Befunde bezüglich Gestaltungsqualität nach ausgewählten Bereichen.....	55
	2.2.3.1 Rückwärtiger Aussenraum.....	56
	2.2.3.2 Reception.....	56
	2.2.3.3 Treppenhäuser und Gänge.....	57
	2.2.3.4 Toiletten bei Gemeinschaftsräumen.....	57
	2.2.3.5 Bar.....	57
	2.2.3.6 Seminarraum.....	58
	2.2.3.7 Wellnessbereich.....	58
	2.2.3.8 Zimmer und Badezimmer.....	59
	2.2.3.9 Corporate Design.....	61
	2.2.4 Befunde bezüglich Engagement der Hotelleitung.....	61
	2.2.4.2 Leitbild und Thema.....	61
	2.2.4.2 Gestaltungsleitbild.....	62
3.	Fallstudie: Befunde aus dem Jugendstilhotel Paxmontana.....	64
3.1	Analyse der Qualität der Raumgestaltung.....	64
	3.1.2 Echtheit.....	64
	3.1.2 Glaubwürdigkeit.....	65
	3.1.3 Stimmigkeit.....	67
	3.1.4 Praxistauglichkeit.....	67
	3.1.5 Formal-handwerkliches Niveau.....	68
	3.1.6 Erlebniswert.....	69
	3.1.7 Eigenständigkeit.....	70
3.2	Analyse der historischen Authentizität.....	70
	3.2.1 Ehrlichkeit.....	70
	3.2.2 Sorgsamkeit.....	71
	3.2.3 Substanz und Kontinuität.....	72
3.3	Analyse ausgewählter Raumbereiche.....	73
	3.3.1 Badezimmer.....	73
	3.3.2 Gänge.....	74
	3.3.3 Rückwärtiger Aussenraum.....	75
3.4	Analyse ausgewählter Objektbereiche.....	76
	3.4.1 Möbel.....	76

3.4.2	<i>Beleuchtungskörper</i>	77
3.4.3	<i>Textilien</i>	77
4.	Zukunftsperspektiven des Managements von Raumgestaltungsprozessen.....	79

Teil III: Theorie

1.	Raum.....	85
1.1	Raum und Räume.....	85
1.2	Raum und Zeit.....	87
1.3	Geschichte des Raumbegriffs.....	88
1.3.1	<i>Absoluter und relativer Raum</i>	88
1.3.2	<i>Relationaler Raum</i>	92
1.3.3	<i>Ort</i>	92
1.4	Relational-prozessualer Raumbegriff.....	94
1.4.2	<i>Spacing, Platzierung</i>	94
1.4.2	<i>Syntlieseleistung</i>	95
1.4.3	<i>Denken und Erkennen</i>	96
2.	Grundmodell der relational-prozessualen Raumvorstellung.....	99
2.1	Seelisch-emotionale Sphäre.....	103
2.2	Geistig-verbale Sphäre.....	104
2.3	Physisch-nonverbale Sphäre.....	105
2.4	Explizierungsstufen.....	106
2.5	Explikate.....	HO
2.5.2	<i>Explizierungsstufe 1</i>	112
2.5.1.1	<i>Atmosphäre</i>	113
2.5.1.2	<i>Schlüsselmerkmal</i>	135
Exkurs:	<i>Gänsemarsch der Stile und Bebilderungen</i>	116
2.5.1.3	<i>Anmitungscharaktere</i>	119
2.5.2	<i>Explizierungsstufe 2</i>	220
2.5.2.3	<i>Raubild/Image</i>	320
Exkurs:	<i>Raubild-Analyse</i>	322
2.5.2.2	<i>Handwerkliche Verarbeitung</i>	325
2.5.2.3	<i>Prinzipien der Raumgestaltung</i>	126
2.5.3	<i>Explizierungsstufe 3</i>	126
2.5.3.1	<i>Raumgestaltungsleitbild</i>	126
2.5.3.2	<i>Raumform und -Struktur</i>	325

2.5.3.3	<i>Raumgebrauchsfunktion</i>	229
2.5.4	<i>Explizierungsstufe 4</i>	130
2.5.4.1	<i>Weltbild, Geschichtsbild, Menschenbild, Leitbild</i>	230
2.5.4.2	<i>Raumgestaltungsioelt</i>	232
2.5.4.3	<i>Raaimtliema</i>	233
3.	Gestaltung.....	141
3.1	Gestaltungsbegriff.....	141
3.2	Gestaltung als Designmanagement im Objektbereich.....	143
3.2.2	<i>Semiotik</i>	245
3.2.2	<i>Hermeneutik</i>	245
3.2.3	<i>Ablauf des Designmanagement-Prozesses</i>	247
3.3	Gestaltungsprozess im räumlichen Bereich.....	151
3.4	Raum in der Geschichte der modernen Architekturtheorie.....	153
<i>Exkurs: Behälterraum in der Architekturtheorie</i>	253	
3.4.2	<i>Kaum und Innenarchitektur</i>	256
3.5	Management von Raumgestaltungsprozessen.....	158
4.	Qualität.....	163
4.1	Qualitätsbegriff.....	163
4.2.1	<i>Qualität und Design im Objektbereich</i>	165
4.1.2	<i>Qualität und Kunst</i>	267
4.2	Qualität und Raumgestaltung.....	168
4.3	Historische Authentizität als Qualitätsanforderungen an die Raumgestaltung historischer Hotels.....	174
5.	Raumgestaltung und Nachhaltigkeit in Kornmunikation und Marketing.....	175
5.1	Nachhaltigkeitsbegriff.....	175
5.2	Ausblick: Raumgestaltung als (selbst-)bewusster Prozess....	179
Anhang 1:	Glossar.....	191
Anhang 2:	Literatur.....	195