



UD

urban
designers.

VOR ORT

**WENN ALTES WIEDER ZUM
LEBEN ERWECKT WIRD:
DIE METAMORPHOSE
INDUSTRIELLEN ERBES**

HIGH DEFINITION

**Der Platzverschwendung
ein Ende setzen?**

SPECIAL GUEST

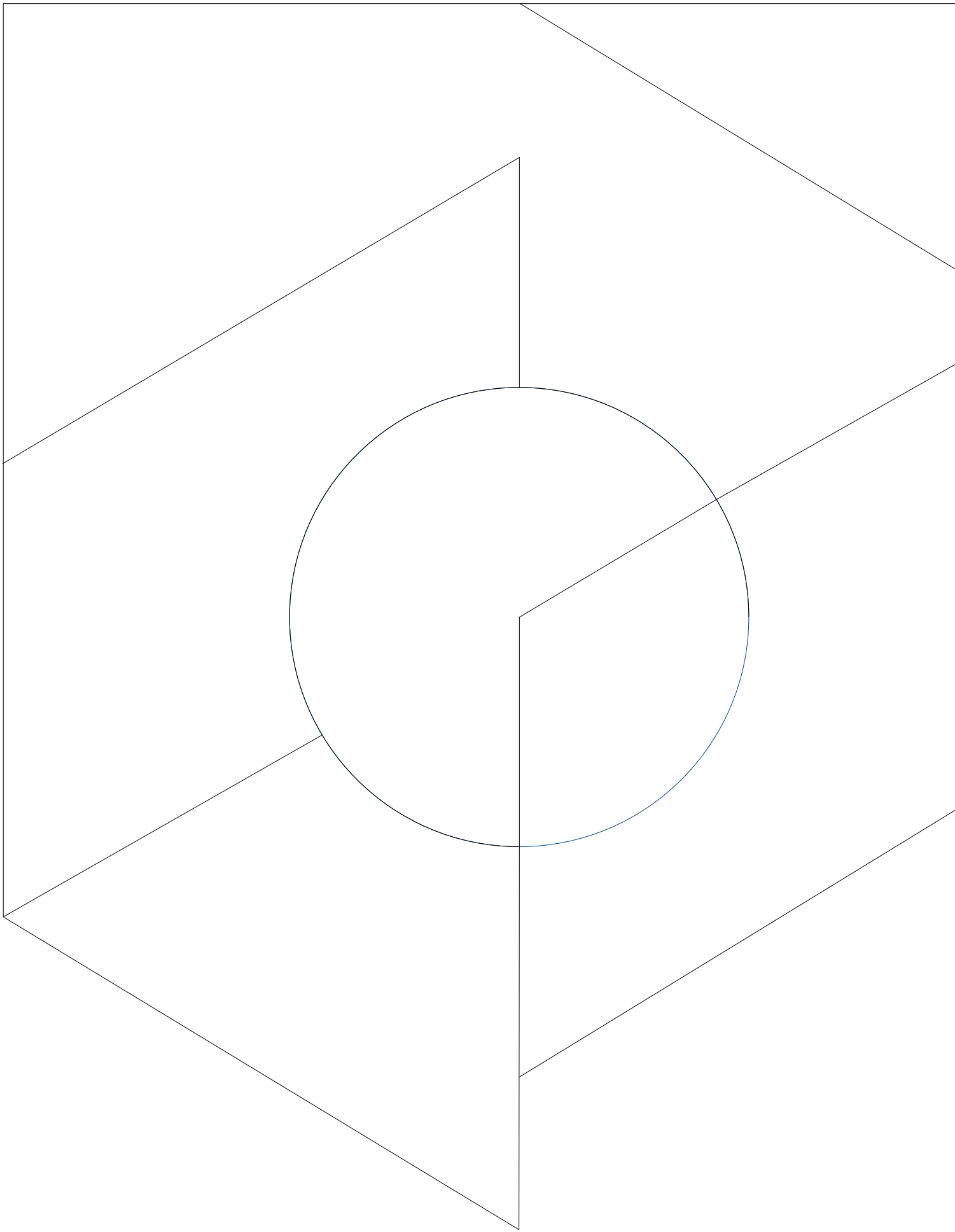
Robert Patzschke
ARCHITEKT, BERLIN

FOKUS

**DIE NEUEN
GESICHTER IM
HOTELBUSINESS**

COVIVIO

N°07 | APRIL 2025





März 2020: Die COVID-19-Pandemie versetzt die

Welt in einen Alptraum.

Fünf Jahre später hat sich der Immobiliensektor angepasst und neu aufgestellt. Büros, Hotels und Wohnungen

haben sich neu erfunden, um den neuen Arbeits-, Reise- und Lebensgewohnheiten gerecht zu werden.

Einige dieser Veränderungen, die sich noch in der Entwicklung befanden, sind heute Realität. Und sie werfen neue Fragen auf.

Wie werden die neuen Büros heute genutzt? Die Antwort liegt vielleicht in der Nutzungsintensität, wie wir in unserer Rubrik „High Definition“ untersuchen.

Wie können wir die Städte von morgen weiter gestalten? Vor Ort veranschaulichen die Projekte Scalo di Porta Romana und LOFT by Covivio unsere Fähigkeit, Industriebrachen und urbane Standorte in lebendige und vernetzte Begegnungsräumen zu verwandeln, die verschiedene Nutzungen miteinander verbinden.

Das Hotelbusiness, das sich in einem ständigen Wandel befindet, steht im Mittelpunkt unseres Dossiers. Design, Nutzung, Platz in der Stadt, Nachhaltigkeit: Wie sieht die Zukunft des Hotelbusiness aus?

Diese Ausgabe von Urban Designers lädt Sie ein, die Veränderungen mit uns zu entdecken und sich die Städte von morgen vorzustellen. Viel Spaß beim Lesen!

Christophe Kullmann

Generaldirektor, Covivio



RÜCKBLICK

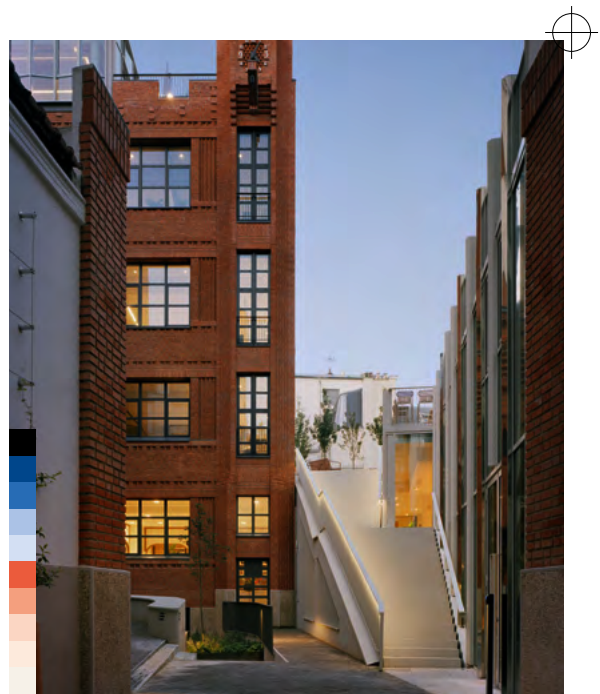
Die wichtigsten
Ereignisse
der letzten Monate
S.6



VOR ORT

WENN ALTES
WIEDER ZUM LEBEN
ERWECKT WIRD:
DIE METAMORPHOSE
INDUSTRIELLEN ERBES
S.8

HIGH DEFINITION
NUTZUNGSINTENSITÄT
**Der Platzverschwendung
ein Ende setzen?**
S.12



FOKUS

DIE NEUEN GESICHTER IM **HOTELBUSINESS**

S.14

Die Zukunft des Gastgewerbes
in 6 Trends *S.15* - Design als Ansatz,
das Hotelbusiness neu zu denken *S.18* -
Nachhaltigkeit jetzt: was die Hotelbranche
tun kann, um ein gutes Vorbild zu sein *S.20* -
Das Hotelbusiness in Zahlen *S.22*



GEGENÜBERSTELLUNG

LYON DÜSS- ELDORF

STÄDTE - FLÜSSE

S.24



SPECIAL GUEST

Robert Patzschke

ARCHITEKT, BERLIN

S.28

Die wichtigsten Ereignisse der letzten Monate



LAUNCH VON WIZIU, DER HOTELMANAGEMENT- PLATTFORM VON COVIVIO

OKTOBER 2024

Ende 2024 hat Covivio mit WiZiU ihre neue Hotelmanagement-Plattform vorgestellt, für 24 Hotels in Frankreich und Belgien mit fast 1.000 Beschäftigten.



WiZiU, hier geht es lang!



JEDE MENGE AUSZEICHNUNGEN FÜR L'ATELIER

NOVEMBER 2024

L'Atelier, der neue europäische Hauptsitz von Covivio in Paris, wurde bei den ULI Europe Awards for Excellence 2024



L'Atelier, Paris

ausgezeichnet, einem Preis für die innovativsten und nachhaltigsten Immobilienprojekte. Dieses symbolträchtige Gebäude erhielt auch die SIMI-Trophäe 2024 in der Kategorie „Umstrukturiertes Bürogebäude“.



Mehr erfahren



STUDIE ZU DEN INVESTITIONSKRITERIEN FÜR BÜROIMMOBILIEN IN EUROPA BIS 2025

DEZEMBER 2024

Eine von Wüest Partner France durchgeführte Analyse hat die Attraktivität von 18 europäischen Metropolen für Investitionen in Gewerbeimmobilien bewertet. Basierend auf 13 Kriterien zeigt sie die wachsende Bedeutung von ESG-Kriterien bei Investitionsentscheidungen auf.



Mehr erfahren



WOHNIMMOBILIEN IN DEUTSCHLAND: COVIVIO ZUM SIEBTEN MAL IN FOLGE AUSGEZEICHNET ALS „FAIRSTER VERMIETER“

JANUAR 2025

Covivio wurde vom Wirtschaftsmagazin Focus Money zum siebten Mal in Folge als „Fairest Landlord“ (Fairster Vermieter) ausgezeichnet. Diese Auszeichnung unterstreicht das Engagement von Covivio für eine verantwortungsvolle und transparente Verwaltung ihres Wohnimmobilienbestands und zeugt vom Vertrauen der Mieter und Mieterinnen.



BIODIVERSITÄT IM MITTELPUNKT DES COVIVIO NATURE REPORT 2024

JANUAR 2025

Covivio hat ihren ersten Nature Report veröffentlicht, der erstmals einen kombinierten Ansatz für Klima und Biodiversität enthält. Diese Strategie, die das Ergebnis von zwei Jahren Arbeit ist, basiert auf drei Säulen: Vermeiden der Schädigung natürlicher Lebensräume, Reduzieren des Verbrauchs von Ressourcen und Stärken der biologischen Vielfalt in den Städten und Gemeinden.



Mehr erfahren



ITALIEN: CORTE ITALIA IN MAILAND AUSGEZEICHNET

FEBRUAR 2025

Am 5. Februar wurde der Corte Italia vom Plan Real Estate Award in der Kategorie „Innovation und Design“ ausgezeichnet. Das von Covivio getragene Sanierungsprojekt im Herzen von Mailand setzt Maßstäbe für eine nachhaltige und innovative Stadterneuerung.



Mehr erfahren



L'ORÉAL ITALIA BEZIEHT SEINE NEUEN BÜROS

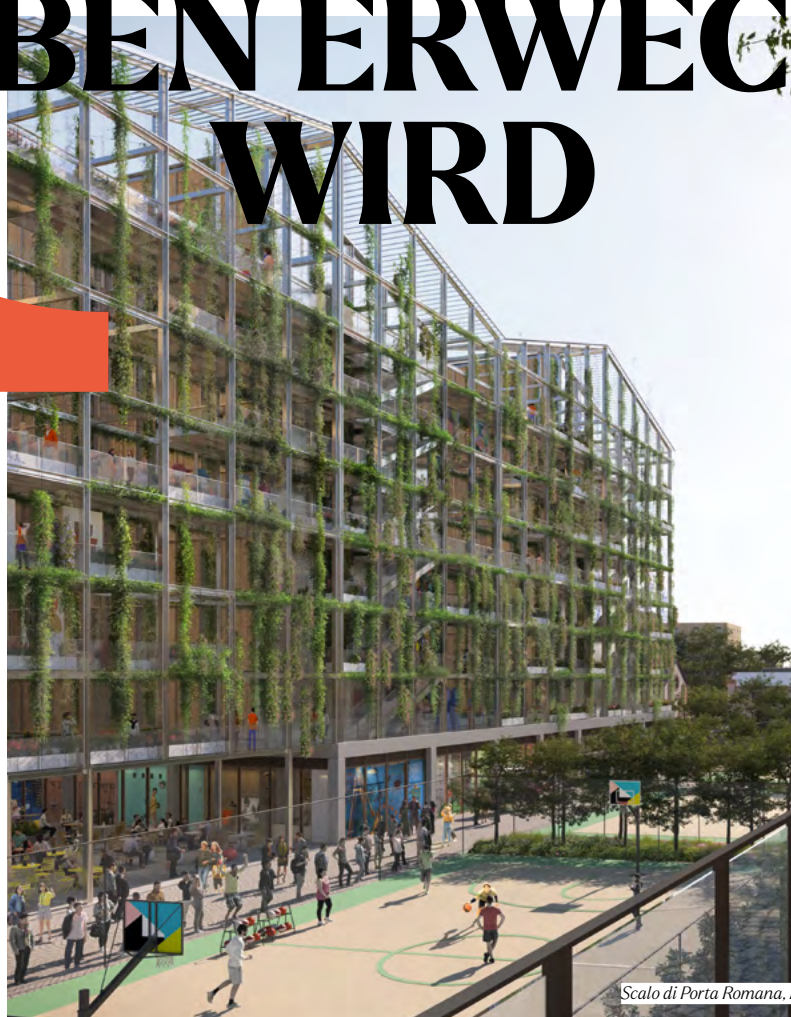
FEBRUAR 2025

Am 12. Februar diesen Jahres weihte L'Oréal Italia seinen neuen Hauptsitz im Viertel The Sign im Südwesten von Mailand ein: ein von Covivio geleitetes und von Progetto CMR entworfenes Stadterneuerungsprojekt. Das Gebäude, in dem 800 Mitarbeiter:innen von L'Oréal arbeiten, erstreckt sich über 13.000 m² und insgesamt neun Stockwerke und zeichnet sich insbesondere durch seine Fassade aus, auf der sich Glasflächen und transparente Metalelemente abwechseln. ●



Mehr erfahren

WENN ALTES WIEDER ZUM LEBEN ERWECKT WIRD



Scalo di Porta Romana, Milan

DIE METAMORPHOSE INDUSTRIELLEN ERBES

Mit zwei Projekten in Italien und Deutschland sorgt Covivio für Stadtbelebung – durch die Sanierung historischer Standorte. In Mailand verwandelt Scalo di Porta Romana eine ehemalige Eisenbahnbrache in ein gemischtes, nachhaltiges und vernetztes Viertel. In Berlin haucht LOFT by Covivio einem Industriegebäude neues Leben ein und verbindet dabei Kulturerbe und ökologische Nachhaltigkeit. Zwei Beispiele für Stadterneuerung in Einklang mit der Stadt von morgen.

SCALO DI PORTA ROMANA: HIER SCHLÄGT DAS NEUE HERZ VON MAILAND

EIN EHEMALIGER EISENBAHNKNOTENPUNKT WIRD ZUM ZUKUNFTSVIERTEL

Jahrzehntelang bildete das brachliegende Bahnhofsgelände Porta Romana im Südosten von Mailand eine Lücke im Stadtgefüge. Heute ist dieses 190.000 m² große, symbolträchtige Gelände Gegenstand eines groß angelegten Stadterneuerungsprojekts, das von Covivio, Coima und Prada getragen wird. *„Wir bündeln unsere Kräfte, um diesen ehemaligen Rangierbahnhof in ein pulsierendes und vernetztes Viertel zu verwandeln, das das Mailand von morgen widerspiegelt“*, erklärt Saverio Panata, Projektleiter, Covivio, Italien.

EIN MULTIFUNKTIONALER URBANER KOMPLEX

Das Projekt sieht mehr als 50 % Grünflächen vor – und einen großen zentralen Park, der die verschiedenen städtischen Bereiche mit Fußgänger- und Radwegen verbindet. Das neue Viertel wird Wohnungen, darunter ein Studentenwohnheim mit 1.700 Betten, Büros, Hotels und Geschäfte beherbergen. Hier werden sich täglich fast 10.000 Menschen begegnen. *„Über die Architektur hinaus geht es bei diesem Projekt vor allem um den Menschen“*, betont Saverio Panata. *„Wir haben einen partizipativen Gestaltungsprozess gewählt, um den Erwartungen der lokalen*

Communities gerecht zu werden und einen integrativen Raum zu schaffen.

EIN STANDORT IM HERZEN DER OLYMPISCHEN SPIELE 2026

Das Olympische Dorf der Winterspiele Mailand-Cortina 2026 im Südwesten der Stadt bildet den Anfang. Es wurde vom Architekturbüro Skidmore, Owings & Merrill (SOM) entworfen und wird zunächst die olympischen Athleten und Athletinnen beherbergen, bevor es sich im Anschluss in eines der größten Studentenwohnheime Italiens verwandelt. Es wurde so konzipiert, dass es die Umwelt so wenig wie möglich belastet, und wird als NZEB (Nearly Zero Energy Building/ Niedrigstenergiegebäude) zu mehr als 60 % mit erneuerbaren Energien betrieben.

COVIVIO UND DAS EASTERN GATE: EIN NEUER SERVICE- HUB

Covivio entwickelt das östliche Viertel des Projekts, das den Namen *Eastern Gate* trägt und Büros, Geschäfte, Hotels und Dienstleistungen umfasst. Dieses Ensemble wurde so konzipiert, dass es sich an neue Arbeitsweisen anpassen lässt, und wird modulare und energieeffiziente Büros beinhalten, die die neuesten Fortschritte im CO₂-armen Bauen berücksichtigen. Das Eastern Gate wird um einen erhöhten Platz herum

angeordnet sein, von dem aus der Bahnhof Porta Romana und die U-Bahn-Station Lodi leicht zu erreichen sind.

EIN VORZEIGEPROJEKT FÜR STADTERNEUERUNG

Mit einer gestaffelten Entwicklung bis 2030 ist Scalo di Porta Romana ein perfektes Beispiel dafür, wie sich städtische Brachflächen wiederbeleben lassen, um dynamische und zeitgemäße Stadtviertel zu schaffen. *„Dieses Projekt ist ein echter sozialer Katalysator, der einen einst fragmentierten Raum in ein Symbol für Integration, Innovation und gemeinsame Erfahrungen verwandelt“*, so Panata abschließend.



Mehr über das Projekt erfahren Sie hier

„Dieses Projekt ist ein echter sozialer Katalysator, der einen einst fragmentierten Raum in ein Symbol für Integration, Innovation und gemeinsame Erfahrungen verwandelt.“



Saverio Panata

Projektleiter,
Covivio, Italien

LOFT BY COVIVIO: FRISCHER WIND FÜR DAS INDUSTRIELLE ERBE BERLINS

DEN BESTAND TRANSFORMIEREN UND DIE WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT STELLEN

In Berlin definiert LOFT by Covivio den Begriff Büroimmobilien neu, indem es einem ehemaligen Industriegebäude im Stadtteil Alt-Moabit neues Leben einhaucht. Dieses innovative Projekt basiert auf einem Redewebment, bei der 80 % der bestehenden Struktur erhalten bleiben und so der CO₂-Fußabdruck des Gebäudes begrenzt wird.

EIN MODERNES UND EFFIZIENTES ARBEITSUMFELD

Mit seinen 6.000 m² flexibler Büros erfüllt LOFT by Covivio die Erfordernisse moderner Unternehmen. „Unternehmen suchen heute nach modernen Büros, die sowohl durch ihre Ästhetik als auch durch ihre Funktionalität überzeugen“, erklärt Janine Schreiner, Asset Managerin für Bürogebäude bei Covivio, Deutschland. LOFT by Covivio wurde entwickelt, um eine optimierte Nutzererfahrung zu bieten, mit der Integration von Coworking Spaces, informellen Meetingzonen, begrünten Terrassen und Premium-Services.

STARKES ENGAGEMENT FÜR NACHHALTIGKEIT

LOFT by Covivio ist Teil der Nachhaltigkeitsstrategie von Covivio. Zu den implementierten Innovationen gehören ein Fernwärmesystem, 120 m² Photovoltaik-Paneele, ein Regenwasserrückgewinnungssystem und eine Dach- und Wandbegrünung zur Förderung der Biodiversität.

Diese Bemühungen haben LOFT by Covivio die Prä-Zertifizierung DGNB Gold¹ für Umweltfreundlichkeit eingebracht, die die Leistungen des Unternehmens im Bereich ökologisches Bauen und Energieeffizienz auszeichnet. „Die ESG-Kriterien sind heute entscheidend für die Mieterinnen und Mieter unserer Büros. Und das nicht nur, um ihre eigenen Klimaziele zu erreichen, sondern auch, um ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein angenehmeres Arbeitsklima zu bieten“, betont Janine Schreiner.

EIN EINZIGARTIGES PROJEKT IN BESTER LAGE

LOFT by Covivio liegt ideal in Alt-Moabit, in der Nähe der Spree und nur eine Bahnstation vom Berliner Hauptbahnhof entfernt. Damit profitiert das Gebäude von einer strategischen Verankerung in der deutschen Hauptstadt. Diese Positionierung erhöht seine

Attraktivität für Unternehmen, die nach Konnektivität und Flexibilität suchen.

Mit der geplanten Fertigstellung im ersten Halbjahr 2025 legt LOFT by Covivio den Grundstein für einen innovativen Ansatz der Immobilienentwicklung im städtischen Umfeld. ●



Mehr über das Projekt erfahren Sie hier

1. Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen: Deutsche Zertifizierung zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Gebäuden

„Die ESG-Kriterien sind heute entscheidend für die Mieterinnen und Mieter unserer Büros, nicht nur, um ihre eigenen Klimaziele zu erreichen, sondern auch, um ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein angenehmeres Arbeitsklima zu bieten.“



Janine Schreiner

Asset Managerin Office,
Covivio Deutschland



NUTZUNGSINTENSITÄT

Der Platzverschwendung ein Ende setzen?

Trotz des scheinbaren Überflusses an Platz in der Stadt, gibt es zahlreiche Räume, die nur zeitweise genutzt werden. Die Möglichkeit einer Intensivierung der Gebäudenutzung anstelle von Neubebauungen scheint daher optimal, um der Zersiedelung der Städte entgegenzuwirken.

Marie-Laure Leclercq de Sousa, Geschäftsführerin Frankreich, Belgien, Luxemburg und Südeuropa von JLL Europa, erklärt uns die wichtigsten Grundsätze der Intensivierung der Nutzung von Arbeitsräumen (und ihrer Grenzen).

Während der Covid-Pandemie hat sich auch die Arbeitswelt komplett verändert. Insbesondere durch die weitreichende Umstellung auf Homeoffice standen Millionen von Büros plötzlich leer – und wurden dann anders genutzt: „*Das hat ein allgemeines Bewusstsein für die Notwendigkeit einer besseren Raumnutzung geschaffen. Wie unsere natürlichen Ressourcen ist auch der Raum zu einer Ressource geworden, die optimiert werden muss*“, erinnert sich Marie-Laure Leclercq de Sousa. Ein Büro zu einem Einpersonenbüro zu machen, erscheint als ein Unding, obwohl die tatsächliche Bürobelegungsrate in Europa heute nur auf 30 bis 40 % geschätzt wird.

„Wie unsere natürlichen Ressourcen ist auch der Raum zu einer Ressource geworden, die optimiert werden muss.“



Marie-Laure Leclercq de Sousa

Geschäftsführerin Frankreich, Belgien, Luxemburg und Südeuropa von JLL Europa

VIER GRUNDPRINZIPIEN

Angesichts dieser Feststellung verändert die Intensivierung der Gebäudenutzung die Art und Weise, wie diese Räume auf Basis von vier Grundprinzipien gedacht werden. Das Prinzip der **Hybridisierung** von Nutzungen besteht darin, bestimmte Arbeitsräume für andere Zwecke als ihre Hauptfunktionen zu öffnen, wenn sie nicht genutzt werden. Ein Beispiel ist die Umwandlung

von Betriebsrestaurants außerhalb der Essenszeiten zu Schulungs- oder Besprechungsräumen. Das Prinzip der **gemeinsamen Nutzung** zielt darauf ab, einen gemeinsamen Raum zwischen verschiedenen Nutzern und Nutzerinnen zu teilen. Dies ist das Vorzeigemodell des Coworking oder Flex Office. Die dritte Lösung, eine Mischung aus den beiden vorherigen, basiert auf dem Prinzip der „**Chronotopie**“ und besteht darin, Räume gleichzeitig in ihrer zeitlichen (Chronos) und räumlichen (Topos) Dimension zu betrachten. So können Büros am Wochenende zu Unterkünften werden, Besprechungsräume oder Hörsäle können in öffentliche Versammlungsorte verwandelt werden, wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Gebäude verlassen. Das vierte Prinzip ist das der **Umkehrbarkeit**, das darin besteht, die zukünftige Umwandlung eines Ortes von vornherein zu berücksichtigen, indem man ihn nicht auf eine einzige Nutzung beschränkt: So können beispielsweise ehemalige Büros zu Wohnungen oder Hotels werden.

EINE SCHWIERIGE ABSTIMMUNG

Diese Intensivierungsprinzipien stoßen jedoch bei ihrer Umsetzung auf einige Hindernisse. Die Vielfalt der gemeinsam genutzten Räume in Verbindung mit der Vielfalt der beteiligten öffentlichen und privaten Akteure erfordert maßgeschneiderte Lösungen, die sich nur schwer standardisieren lassen. Die Art und Weise, wie Städte historisch konzipiert wurden, sowie die kulturellen Beziehungen, in denen jedes Land zu seinen Arbeitsräumen steht, sind ebenfalls Besonderheiten, die schwer zu überwinden sind. „Die Menschen, die den Wert der täglichen Arbeit ausmachen, funktionieren nicht überall gleich“, erinnert Marie-Laure Leclercq de Sousa. ●





9 Millionen Quadratmeter

verfügbare Büroflächen in Frankreich.
5,2 Millionen Quadratmeter in der
Region Île-de-France und 4 Millionen
Quadratmeter in den umliegenden
Regionen.

Quelle: Konsortium der französischen Büros
(Consortium des bureaux en France, CBF)

30 bis 40%

durchschnittliche effektive
Auslastung eines Büros, einschließlich
abends und am Wochenende.

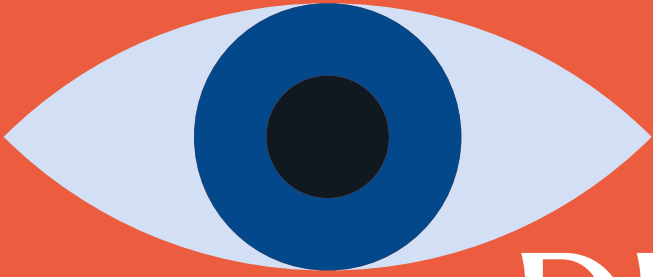
Quelle: McKinsey-Studie, What's next for remote work

24.000 Hektar

Fläche, die in Frankreich pro Minute
bebaut wird. Das entspricht
5 Fußballfeldern.

Quelle: Französisches Ministerium für Raumordnung
und ökologischen Wandel





DIE NEUEN GESICHTER IM HOTELBUSINESS



Die Zukunft des Gastgewerbes in 6 Trends *S.15* - Design als Ansatz,
das Hotelbusiness neu zu denken *S.18* - Nachhaltigkeit jetzt:
was die Hotelbranche tun kann, um ein gutes Vorbild
zu sein *S.20* - Das Hotelbusiness in Zahlen *S.22*

Wie wir heute reisen

oder: die Zukunft des Gastgewerbes
in 6 Trends

Vom verantwortungsbewussten Tourismus bis hin zu vernetzten Dienstleistungen – das Reisen von heute prägt das Hotelbusiness von morgen. Ein kleiner Überblick in sechs Schritten über die mittelfristigen Entwicklungen, um sich vorzustellen, wie die Zukunft touristischer Beherbergungsbetriebe aussehen wird.

1. NACHHALTIGES REISEN ALS NEUER STANDARD

Nachhaltiges Reisen wird zu einem unerlässlichen Kriterium für Menschen, die für die ökologischen Auswirkungen und das Umweltengagement der Orte, die sie besuchen, sensibilisiert sind. Der Vorschlag, im Badezimmer die Handtücher nicht jeden Tag wechseln zu müssen, reicht nicht mehr aus. 83 % der Befragten des von der Plattform Booking.com veröffentlichten Berichts über nachhaltiges Reisen² gaben an, dass ihnen eine umweltverträglichere Art des Reisens wichtig sei. Und 45 % bevorzugten Unterkünfte, die über ein Nachhaltigkeitszertifikat verfügen. Folglich müssen die Hotels ihr Engagement verstärken. Labels wie „Grüner Schlüssel“, „Ecogites“ oder „Bio-Hotels“ ermöglichen es bereits, sich an den nachhaltigen Ansätzen der Betriebe zu orientieren. Dies könnte in Zukunft jedoch nicht mehr ausreichen.

97,5 % der von Covivio in Europa betriebenen Hotels sind umweltzertifiziert (Ziel: 100 % bis Ende 2025).

2. Studie zum nachhaltigen Reisen, online verfügbar auf Booking.com, April 2024.

2.

REISEN ZWISCHEN FREIZEIT UND BERUF

Es gibt keine Unterscheidung mehr zwischen Urlaubs- und Geschäftsreisen. Auch die Differenzierung zwischen Geschäftsreisenden und Touristen und Touristinnen ist passé, da es sich bei diesen um ein und dieselbe Person handelt. Diese Art des Reisens, bei der Arbeit und Freizeit Hand in Hand gehen, wird sich in Zukunft noch weiter verbreiten und laut Statista in den nächsten zehn Jahren um 500 % wachsen. Das Hotel der Zukunft muss diese beiden Reisemotive berücksichtigen – mit einem Angebot, das es ermöglicht, an einem Tag zwischen Freizeit und Arbeit zu wechseln oder ein paar Tage Freizeit am Rande einer Geschäftsreise zu verbringen.

Covivio hat die Marke ZOKU bei der ersten Umsetzung eines Hybridkonzepts in Frankreich begleitet, das Mid-Stay-Angebote und Arbeitsbereiche miteinander verbindet.

3.

BELIEBTE ARBEITSPLÄTZE

In den Berufen des Gastgewerbes herrscht keine gute Stimmung. Nach Schätzungen der französischen Gewerkschaft UMIH (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) fehlen heute in Frankreich über 100.000 Arbeitnehmer:innen aller Berufe in der Gastronomie, um den gesamten Bedarf zu decken. Wenn ein Hotel in der Lage ist, in den Augen seiner Gäste ein „loving place“ zu sein, gibt es keinen Grund, warum es ihm nicht gelingen sollte, dies in Zukunft auch für seine Angestellten zu sein. Arbeitgeber der gesamten Branche müssen sich daher neu erfinden, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzuziehen und zu halten. Die Zukunft des Hotelgewerbes gehört jenen Playern und Betrieben, die es verstehen, in ihre treibenden Kräfte zu investieren und für ihre Mitarbeiter:innen wieder begehrten Arbeitsplätze zu bieten.

Im Jahr 2024 hat WiZiU, die Hotelmanagement-Plattform von Covivio, die Marke von 1.000 Mitarbeiter:innen überschritten.

4.

GEFRAGT: AUTHENTIZITÄT

Eine Reise ist immer ein Erlebnis. Der von der Hilton Group veröffentlichte Reisetrendbericht 2024 zeigt, dass dieses Erlebnis für 86 % der Reisenden über die lokale Küche führt und für 40 % über den Wunsch, die Bräuche und Traditionen vor Ort zu entdecken. Die Suche nach Authentizität ist ein Motor, bei dem die Unterkunft einen wirksamen Treibstoff darstellen kann. Von nun an geht es also nicht mehr darum, neue Hotels zu bauen, sondern vielmehr darum, bestehende Gebäude neu zu erfinden und dabei die Spuren ihrer Geschichte zu bewahren. Wiederaufgebaute Werkstätten, alte Bankgebäude und andere historische Bauwerke ermöglichen es, das kulturelle Erbe und die Authentizität mit anderen zu teilen. Diese Erfahrung lässt sich noch verstärken durch eine Annäherung an die Gastronomie, die Kultur und das lokale Erbe. Eine Möglichkeit, der Verknappung von Grund und Boden in den Städten entgegenzuwirken und den Erwartungen der Besucher:innen und den wirtschaftlichen Bedürfnissen der Betreiber:innen gerecht zu werden!



Lesen Sie den Hilton-Bericht über Reisetrends

Die drei Restaurants des Radisson Red Madrid, das sich im Besitz von Covivio befindet, stehen sowohl Hotelgästen als auch Einheimischen offen.

5. DIE KI HÄLT EINZUG IN ALLE LEBENSBEREICHE

KI (Künstliche Intelligenz) eröffnet der Hotelbranche völlig neue Möglichkeiten. Bei der Optimierung von Buchungen wird die KI Trends voraussehen, Belegungsraten weit im Voraus prognostizieren und sogar eine dynamische Preisgestaltung auf der Grundlage von Buchungsprognosen ermöglichen. Im Bereich der Kundendienstleistungen ist mit Personal Assistants zu rechnen, die für jeden Gast und jede Situation einen individuellen Service bieten. Ob sie nun an ihrem Golfschwung arbeiten, einen Tag auf der Skipiste verbringen oder eine Sehenswürdigkeit besuchen, die Gäste werden ständig mit ihrem virtuellen Concierge in Kontakt bleiben, der jederzeit ihre Anfragen entgegennimmt und auf ihre Wünsche eingeht. Im Bereich des Gebäudemanagements wird die KI bald in der Lage sein, den Energieverbrauch automatisch zu regulieren, den Zustand der Infrastruktur in Echtzeit zu überwachen und Ausfälle und Renovierungsschritte zu antizipieren.

Die Radisson Hotel Group (RHG) hat einen Transformationsprozess eingeleitet, um die Art und Weise, wie Kunden und Kundinnen die Hotelbuchung und -bindung erleben, neu zu definieren. Mithilfe modernster Technologie hat RHG eine immersive Customer Journey entwickelt, um einen neuen Standard in der Hotellerie zu setzen.

6. EINZIGARTIGE MARKEN, HERAUSRAGENDE ERLEBNISSE

In einer Welt, die von unpersönlichen Internetplattformen beherrscht wird, setzen Beherbergungsbetriebe auf die Stärke ihrer Marke, um sich von der Masse abzuheben und ein besonderes Erlebnis zu bieten. Concierge-Service und Dienstleistungen reichen nicht immer aus. Unterkünfte sind jetzt ein Erlebnis. Für Instagram geeignete Einrichtungselemente, thematische Angebote, Mixology-Erlebnisse, in die Umgebung integrierte Architektur, Treueprogramme und Gemeinschaftsgeist sind Teil der Hospitality Programme und ermöglichen es, ein bestimmtes Objekt in den Köpfen der Reisenden klar zu positionieren, mit einem Versprechen und einem Angebot, das sich von der Masse abhebt. Einige Häuser setzen auf ein bestimmtes Segment mit einem bestimmten Angebot, um eine Nischen-Zielgruppe anzusprechen. Andere, wie die großen Hotelgruppen, diversifizieren ihr Portfolio mit einem breiten Angebot, das ebenso viele spezifische Erwartungen erfüllt. Hier kommt es darauf an, Argumente zu finden, um eine Verbindung zu schaffen und die Bindung an eine Marke zu entwickeln. ●

Covivio, das sind 16 kooperierende Betreiber und Betreiberinnen und mehr als 20 Marken, die im Hotelportfolio des Konzerns vertreten sind.



DAMIEN PERROT

DESIGN ALS ANSATZ, DAS HOTELBUSINESS NEU ZU DENKEN

Für Damien Perrot, Global Chief Design, Technical Services & Innovation Officer für die Premium-, Mittelklasse- und Economy-Marken von Accor, hat Design weit mehr als nur eine ästhetische Bedeutung. Es ist ein kollaborativer, wechselseitiger Prozess, ein Kompass, der das Hotelbusiness in die Zukunft führen kann. Es erfüllt die sich ständig ändernden Erwartungen der Gäste und erfindet gleichzeitig die Nutzungsarten, die Räume und die Erfahrungen ganz neu. Aber wozu dient Design in dieser Branche wirklich? Was sind seine Grundlagen, seine Grenzen und seine Versprechen? In diesem Interview erkundet Damien Perrot die Schlüsselrolle des Designs in einer sich schnell verändernden Branche und teilt seine Vision von einer Zukunft, in der Kreativität und Anpassung die Schlüsselwörter sind.

Was bedeutet „Design“ in der Hotellerie und wozu dient es wirklich?

DAMIEN PERROT Der Begriff „Design“ wird sehr oft und oft falsch verwendet. Es ist wichtig, ihn neu zu definieren. Design ist eine Methode, ein Prozess, der es ermöglicht, kreative Lösungen für komplexe Herausforderungen zu finden. Es geht nicht nur darum, ästhetische Objekte oder Räume zu schaffen: Design ist ein strategisches Instrument, das es ermöglicht, ein Markenversprechen zu stärken, die wirtschaftliche Leistung einer Einrichtung zu verbessern oder auf gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen zu reagieren. Design beschränkt sich nicht auf das fertige Produkt: Es ist ein Ansatz, der die Herausforderungen problematisiert, die Möglichkeiten erkundet und geeignete Antworten mitgestaltet. Je früher dieser Prozess in die Überlegungen einfließt, desto wirksamer ist er bei der Schaffung von Räumen, die einer Vielzahl von Erwartungen unserer Gäste, unserer Hoteliers und auch unserer Eigentümer gerecht werden. Die Renovierung des Novotel Brugge Centrum ist ein gutes Beispiel dafür, wie dieser Prozess in Zusammenarbeit mit Covivio umgesetzt wurde.

Im Hotelbusiness stellt das Design den Gast in den Mittelpunkt der Gleichung. Als interaktiver Prozess ermöglicht es einer Marke, sich ständig weiterzuentwickeln und mit ihren Kundinnen und Kunden Schritt zu halten, anstatt in einem statischen Ansatz zu verharren. Für IBIS zum Beispiel haben wir das Zimmer und die Aufenthaltsbereiche völlig neu erfunden, um den Erwartungen einer pluralistischen und sich schnell verändernden Gästeschaft gerecht zu werden.

Genauso gingen wir bei Jo&Joe vor, das selbe Vorgehen bei Jo&Joe, einer Marke, die eine Art moderne Jugendherberge verkörpert und sich stark von denen früherer Generationen unterscheidet. Auch die sogenannten Lifestyle-Marken, die in den letzten 20 Jahren entstanden sind, sind eine direkte Antwort auf gesellschaftliche Veränderungen wie die Uberisierung, das mobile Arbeiten oder die Digitalisierung. Diese Marken bieten erlebnisorientierte Lebensräume, die sich an Communities richten, die auf der Suche nach neuen Wegen sind, sich zu begegnen.

Es ist der Gast, der die Nutzung, die Funktion und die Aufteilung der Räume inspiriert. Design vereint in einem kreativen Prozess alle, die beim Aufbau einer Marke etwas zu sagen haben, nicht nur die Designer, sondern auch das Marketing, die Betriebsleitung, die Konzeption ...

Kann man alles ganz neu erfinden oder gibt es unveränderbare Grundlagen in der Hotelbranche?

D. P. Design lädt dazu ein, das Bestehende in Frage zu stellen und den „Reset“-Knopf zu drücken. Ausgehend von dieser Logik kann alles neu erfunden werden. Alles muss es sein, denn die Hotellerie ist eine Branche, die sich ständig in Bewegung befindet und ständig neu interpretiert wird, um relevant zu bleiben.

Dieser ständige Wandel stellt eine Stärke dar: Das Hotel ist nicht mehr nur ein statischer Raum, sondern eine ganze Palette von Nutzungs- und Bedeutungsmöglichkeiten. Warum sollte man sich zum Beispiel auf einen festen Ort beschränken? Die Idee eines mobilen Hotels, das den Bedürfnissen der heutigen Zeit entspricht, könnte durchaus geprüft werden.

Zwei grundlegende Dinge bleiben jedoch unveränderbar: das Bett und der Mensch. Das Bett, weil es die wichtigste Funktion des Hotels ist. Der Mensch, denn es ist die Begegnung, die Verbindung, die ein Hotel von einer einfachen Vermietung unterscheidet. Das Hotel ist ein sozialer Knotenpunkt, wohingegen private Wohnungen oder Häuser darauf ausgelegt sind, sich von der Außenwelt abzuschotten.

Eine kontinuierliche Entwicklungsdynamik anzunehmen bedeutet auch, den dazugehörigen unerlässlichen Optimismus zu pflegen.

Hat Standardisierung etwas Gutes? Wie kann man ein einzigartiges Markenerlebnis bewahren?

D. P. Jede Marke basiert auf einer gewissen Standardisierung, da sie bei einem Kunden oder einer Kundin das Bedürfnis nach Rückversicherung befriedigt. Standards definieren Codes, die das Erlebnis in einem bekannten Rahmen verankern.

Diese Standards sind jedoch keine Zwangsjacken: Sie bilden die Identität einer Marke, müssen aber an jede lokale Umgebung angepasst werden können. So bleibt jedes Hotel einzigartig, bietet aber gleichzeitig ein einheitliches Markenerlebnis, das überall auf der Welt erkennbar ist.

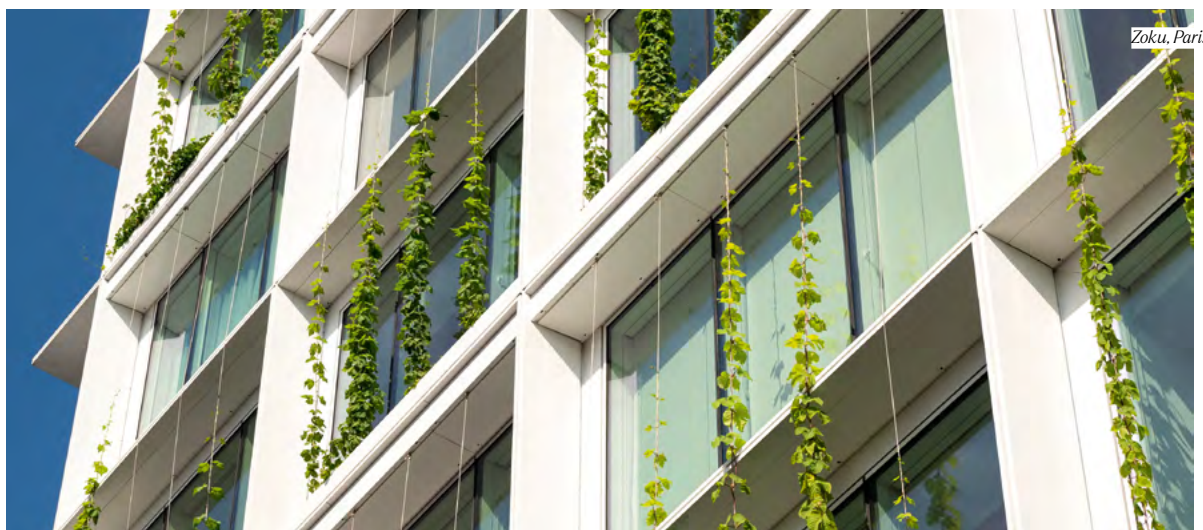
Das Design spielt hierbei eine Schlüsselrolle. Wenn die Grundlagen einmal geschaffen sind, sollte man nicht zögern, die Grenzen zu überschreiten und Talente von außerhalb der Hotelbranche einzubinden, um die Perspektiven zu erneuern. In diesem Zusammenhang vergleiche ich diesen Ansatz oft mit der Modewelt. Wenn Louis Vuitton Pharrell Williams einstellt, erfindet er die Codes des Hauses neu, ohne jemals seinen Geist und seine französische Identität zu verraten. Es ist diese Fähigkeit, Innovation mit dem Respekt für das Erbe zu verbinden, die die Relevanz einer Marke im Laufe der Zeit sichert.

Welche großen Trends treiben die Entwicklung der heutigen Hotellerie voran?

D. P. Eine der größten Herausforderungen besteht darin, nicht nur die Gäste, sondern auch eine Vielzahl von Stakeholdern für eine gemeinsame Vision zu gewinnen. Immersive Erlebnisse erfordern die Einbeziehung jedes Einzelnen, ob Management, Mitarbeiter:in oder Partner:in.

Darüber hinaus verwischt die Hybridisierung der Konzepte – Co-Living, Langzeitaufenthalte – die traditionellen Grenzen. Diese Konzepte erfordern maßgeschneiderte Geschäftsmodelle, die sowohl den Leistungserwartungen der Hoteliers als auch den sozialen und urbanen Herausforderungen gerecht werden.

Schließlich definieren gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen wie die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes die Rolle von Hotels innerhalb erweiterter Gemeinschaften grundlegend neu. Es geht nicht mehr nur darum, Dienstleistungen für Gäste zu erbringen, sondern sich in ein lokales Ökosystem einzufügen, es zu reflektieren, zu unterstützen und ein aktiver Teil davon zu sein. Diese Herausforderungen sind zwar komplex, aber auch spannend, da sie dazu anregen, die grundlegende Frage neu zu überdenken: Wozu dient ein Hotel? Eine Fragestellung, die im Mittelpunkt der Frage nach dem Design steht. ●



NACHHALTIGKEIT JETZT

Was die Hotelbranche tun kann,
um ein gutes Vorbild zu sein

Um die Ziele des Pariser Abkommens zu erreichen, steht die Hotelbranche vor einer enormen Herausforderung: Sie muss ihre CO₂-Emissionen pro Zimmer bis 2030 um 66 % und bis 2050 um 90 % senken. Während einige Veränderungen hohe Investitionen und eine langfristige Vision erfordern, lassen sich andere Maßnahmen sofort umsetzen. Hier sind sechs konkrete Initiativen, die bereits von Akteuren der Branche umgesetzt werden, um weitere Hoteliers zu unverzüglichem Handeln zu inspirieren.



1. RÄUME FLEXIBEL UND DYNAMISCH MANAGEN

Das erste Zoku Hotel in Frankreich im Pariser Stream Building, das von Covivio entwickelt wurde, optimiert die Raumnutzung durch einen hybriden Ansatz, der Unterkunft, Arbeit und Freizeit vereint. Seine modularen Lofts sind so konzipiert, dass sie sich an die Bedürfnisse von Reisenden ebenso wie an die der sogenannten „digitalen Nomaden“ anpassen. Sie maximieren die Raumnutzung, indem sie sich je nach Bedarf in Wohn- oder Coworking-Räume verwandeln lassen. Gleichzeitig stehen das Restaurant, die Besprechungsräume und die Dachterrasse sowohl den Bewohner:innen als auch externen Gästen offen, was eine reibungslose und dynamische Nutzung der Infrastruktur gewährleistet. Dieses Modell begrenzt somit die Energieverschwendung durch leerstehende Räume und diversifiziert gleichzeitig die Einnahmequellen, wodurch die Resilienz und Attraktivität des Standorts gestärkt werden.



2. DESIGN UND UPCYCLING MITEINANDER VERBINDEN

Die Hotels der Marke greet von Accor integrieren die Prinzipien des Upcyclings in ihr Design und schaffen Neues aus Altem. Obwohl die Idee nicht neu ist, setzt ihre Umsetzung auf Kreativität. Nicht zusammenpassendes Geschirr, Bücherregale aus Kisten, Kleiderhaken aus Billardkugeln oder Kleiderbügel aus aufbereiteten Reifen: Die wiederverwendeten Materialien überraschen und tragen zur einzigartigen Identität der Einrichtung bei. Dieser Ansatz wird auch in Workshops für Kunden und Kundinnen kommuniziert.



3. ERST TESTEN, DANN GROSSFLÄCHIG UMSETZEN

Ausprobieren ist ein entscheidender Schritt, um die Relevanz von Ideen auch im Bereich Nachhaltigkeit sicherzustellen. Es muss mit einem schnellen Erfahrungsaustausch einhergehen, um die Möglichkeit zu bewerten, die Lösungen in größerem Maßstab einzusetzen und andere Einrichtungen zu inspirieren. So konnte beispielsweise durch die Installation einer Wärmepumpe im Jahr 2024 im B&B Frankfurt-Offenbach der Energiebedarf für Warmwasser um ein Drittel gesenkt werden. Dieses Experiment soll als Modell für eine breite Einführung ab 2025 dienen.

Bei Covivio geht es darum, die Dekarbonisierung massiv und über eine große Anzahl von Anlagen hinweg durchzuführen. Dies erfordert eine Planung, die neben der Dynamik der kontinuierlichen Bemühungen innerhalb der Hotels auch „Stufen“ vorsieht. Der Ausstieg aus fossilen Brennstoffen, die Energieeffizienz und der sparsame Umgang mit Energie bilden das Triptychon der Dekarbonisierungsstrategie der Gruppe.



4. KUND:INNEN UND MITARBEITER:INNEN IN NACHHALTIGKEITS- BESTREBUNGEN EINBINDEN

Die Marriott International Group bietet den Mitgliedern ihres „Bonvoy“-Programms an, ihre Punkte in Spenden für zertifizierte Umweltprojekte, wie Wiederaufforstung oder die Entwicklung erneuerbarer Energien, umzuwandeln. Dieses Modell stärkt ihr persönliches Engagement und bindet gleichzeitig eine Kundschaft, die zunehmend empfänglich für Umweltfragen ist. Einige Hotels belohnen Kunden und Kundinnen, die sich nachhaltig verhalten, direkt: Im Hotel Schweizerhof in Zürich werden beispielsweise Kund:innen, die auf die tägliche Reinigung der Zimmer verzichten, kostenlose Getränke angeboten.

Bei Covivio reicht das Thema Nachhaltigkeit weit über die Umweltteams hinaus: Die Frage der Dekarbonisierung wurde in den letzten Jahren mit speziellen Schulungen und projektbezogenen Zielen in den Mittelpunkt des Berufs des *Asset Managers* gestellt.



5. INNOVATIVE NUTZUNG VON ABWASSER

Das Meininger Hotel Porte de Vincennes in Paris, das zu Covivio gehört, hat ein innovatives System getestet, das die Wärme aus dem Abwasser der Duschen zurückgewinnt, um das Warmwasser für den Sanitärbereich vorzuwärmen, was wiederum den Gasverbrauch reduziert. Brauchwasser kann auch zur Bewässerung von Gärten und Grünflächen wiederverwendet werden, wie im Novotel Itu Terras in São José, Brasilien, wo 2023 4,4 Millionen Liter Abwasser wiederaufbereitet wurden.



6. ÖKOLOGISCH VERANTWORTUNGSVOLLE KÜCHE

Das Hôtel du Couvent in Nizza hat sich der nachhaltigen Gastronomie verschrieben und bietet Menüs an, die aus lokalen und saisonalen Produkten zubereitet werden. In Zusammenarbeit mit lokalen landwirtschaftlichen Betrieben bezieht das Haus frische, biologische und saisonale Zutaten, wodurch der CO₂-Fußabdruck durch den Transport von Lebensmitteln reduziert und gleichzeitig die lokale Wirtschaft unterstützt wird. Diese Initiative ermutigt die Gäste auch, das gastronomische und kulturelle Erbe der Region zu entdecken. ●

Das Hotelbusiness in Zahlen

Nichts ist besser als eine kurze Reise durch die Welt der Zahlen, um auf einen Blick zu erfassen, wie die Hotelbranche von morgen aussehen wird. Die Trends werden kommentiert von Vanguélis Panayotis, Präsident des Marktforschungsunternehmens MKG Consulting, das die wirtschaftliche Aktivität der Branche genau verfolgt.

10 Milliarden

Euro Investitionen in die Hotelbranche in den nächsten 3 Jahren.

Quelle: Savills, European Investor Sentiment Survey, 2024

Vanguélis Panayotis Bei Investitionen im Hotelsektor ist eine Aufteilung der Gewerke zu beobachten. Sie sind entweder auf das Gebäude, die Tätigkeit oder die Dienstleistungen ausgerichtet. Aber im Allgemeinen muss man festhalten, dass der Sektor in dieser Hinsicht derzeit eher ein Unterangebot an Investitionen aufweist.

Jeder fünfte Mensch ist eine Tourist:in.

Quelle: Welttourismusorganisation

V. P. Während das weltweite Touristenaufkommen steigt, entwickelt sich die Soziologie weiter. Es existieren zwei ‚Tourismen‘ nebeneinander. Ein Tourismus, der das Reisen ‚konsumiert‘ (wie Instagram) und ein Tourismus, der nach emotionaler Erfahrung sucht.

69%

Tourist:innen planen, in Zukunft „nachhaltig“ zu reisen. Kriterien, die bei der Wahl der Reiseziele, der Transportmittel und der Gesamtauswirkungen einer Reise eine Rolle spielen.

Quelle: World Travel & Tourism Council (WTTC), 2023

V. P. Auch wenn die meisten Reisenden diese Kriterien für wichtig halten, nennen drei von zehn die ‚Nachhaltigkeit‘ nicht als einzige Bedingung bei der Wahl eines Hotels. Letztendlich sind es immer noch der Preis und die Lage, die im Vordergrund stehen.

8%

der gesamten Treibhausgasemissionen (THG) stammen aus dem Tourismussektor. 25 % dieser Emissionen betreffen Unterkünfte, den Kauf von touristischen Produkten und die Gastronomie.

Quelle: Nature Climate Change

V. P. Der Sektor ist in diesem Bereich nicht wirklich ein Vorreiter, insbesondere nicht im Transportwesen. Allerdings ist die Gastgewerbebranche Teil eines allgemeinen Trends zur Dekarbonisierung von Gebäuden, zur Energieeffizienz und zur Abschaffung von Einwegprodukten.

95 %
der Touristinnen
und Touristen
besuchen weniger
als 5 % der gesamten
Erdoberfläche.

Quelle: Welttourismusorganisation

V. P. Der Tourismus bleibt eine Angebotsindustrie. Ohne Infrastruktur und Dienstleistungen gibt es keinen Tourismus. Man muss lernen, die Ströme besser zu steuern und negative Auswirkungen wie den Massentourismus oder die Auswahl nach Reichtum zu vermeiden, die das Risiko einer Gentrifizierung bestimmter Reiseziele bergen. Das Ziel muss ein ‚ausgewogener Tourismus‘ sein.

+ 21,1 %

Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) im Jahr 2024, im Vergleich zu 2019.

Quelle: MKG Consulting

V. P. Das Hotelbusiness bleibt eine zyklische Branche, die nicht so sehr schwankt. Sie bleibt auf jeden Fall widerstandsfähig und erwirtschaftet mehr als die Inflation.

+ 1,5 %

Entwicklung des französischen Hotelbestands nach Volumen im Jahr 2023, gegenüber +2 % im Jahr 2013.

Quelle: MKG Consulting

V. P. Das Hotelangebot wächst volumenmäßig zu langsam. Auf jeden Fall langsamer als die durch die COVID-Krise verursachte Fluktuation. Andererseits führen die französischen und europäischen Vorschriften zwar zu einem qualitativ hochwertigen Angebot, insbesondere im Bereich der sozialen Verantwortung von Unternehmen, aber sie bremsen auch die Zahl der Hoteleröffnungen.

731,4
Milliarden

Dollar im Jahr 2032, das ist die Schätzung des Marktes für *Bleisure*, der Praxis des Reisens, die *Business* und *Leisure* kombiniert.

Quelle: Bleisure-Reisemarkt, 2023

V. P. Die Praxis des Bleisure spiegelt die Entwicklung der Gepflogenheiten wider. Arbeit und Freizeit sollen leicht kombinierbar sein. Man sucht nach neuen Serviceleistungen, wie z. B. mit Videokonferenztechnik ausgestatteten Besprechungsräumen, die an Wellnessbereiche und Fitnessstudios angrenzen.

36 %
der Reisenden
möchten sich
mit ihrer Umgebung
und der lokalen Kultur
vertraut machen.

Quelle: European Travel Trends, 2024

V. P. Reisende wollen keine ‚Bunkerhotels‘ mehr, die vor der Außenwelt schützen. Es besteht eine Nachfrage nach Offenheit und Individualisierung je nach Reiseziel. Dies erfordert eine Fragmentierung des Angebots, insbesondere in den traditionellen großen Häusern, in denen die Zimmer, die Services und die Angebote nun anders strukturiert sind, um den Aufenthalt persönlicher zu gestalten.



Vanguélis Panayotis

Präsident des Marktforschungsunternehmens
 MKG Consulting

LYON DÜSS- ELDORF

Von Paris über Berlin, Lyon, Barcelona und Düsseldorf bis Mailand: Covivio ist seit 20 Jahren in den wichtigsten europäischen Metropolen präsent.

Aber worin unterscheiden sie sich? Was haben sie gemeinsam? Welchen Herausforderungen werden sie sich in den nächsten Jahren stellen müssen? Wie sehen ihre städtebaulichen Entwicklungen aus? Wir laden Sie ein, anhand einer Reihe von Stadtporträts diese Metropolen zu entdecken, deren gemeinsamer Nenner Covivio und Europa sind.

LYON – DÜSSELDORF: IN DER MITTE FLIESST EIN FLUSS

Lyon und Düsseldorf, die am Zusammenfluss von Rhône und Saône bzw. von Düssel und Rhein liegen, sind eng mit den Flüssen verbunden, die sie geprägt haben. Diese Wasserläufe sind sogar der Grund für die Existenz dieser beiden jahrhundertealten Städte. Doch im Laufe der Zeit und der Revolutionen, sowohl städtischer als auch industrieller Art, verloren beide Städte nach und nach ihre Verbindung zum Wasser, bevor sie sich allmählich wieder ihren Ursprüngen am Fluss zuwandten.



STÄDTE – FLÜSSE

Lyon und Düsseldorf sind geographische, kommerzielle, industrielle und demographische Knotenpunkte. Im Laufe der Jahre hat sich ihr Nutzen durch ihre Fähigkeit, zu verbinden und zusammenzubringen, definiert und bewahrt.

„Lyon ist aus den Flüssen entstanden, es hat sich um diese großen, grundlegenden Leerstellen herum entwickelt, mit diesen zwei Gesichtern, diesen zwei Maßstäben, der ruhigen Saône und der imposanten Rhône“, verrät uns Emmanuel Jalbert, Geschäftsführer des Lyoner Stadtplanungsbüros In-Situ.

Die gleiche Geschichte gilt auch auf der anderen Seite der Grenze, wo Düsseldorf seine Existenz dem Zusammenfluss der Düssel mit dem Rhein verdankt, die an vier Stellen in den Rhein mündet und die Geografie der Stadt prägt. Jörg Lesser, Professor für Stadtplanung an der Fachhochschule Düsseldorf, sagt: *„Seit seinen Anfängen ist Düsseldorf ein Ort des Austauschs. Seine Geschichte folgt den Handelsrouten und der industriellen Entwicklung der Region und prägt die Geografie entsprechend ihrer Prioritäten.“*

Beide folgten den Wechselfällen der Geschichte und entwickelten sich zu zentralen Logistik- und Produktionszentren in ihren jeweiligen Einflussbereichen. Während die

beiden Städte bei der Nutzung ihrer Flüsse unterschiedliche Wege eingeschlagen haben, die mit dem Aufschwung und dem anschließenden Niedergang ihrer Industrie verbunden sind, wurden beide in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts stark von der unaufhaltsamen Zunahme des Straßenverkehrs geprägt.

SEHEN ODER FAHREN – ENTWEDER ODER!

Die Stadtautobahn ... das Konzept lässt uns heute Schauer über den Rücken laufen. Und doch ist sie ein charakteristisches Merkmal der modernen Nachkriegsstadt. In Düsseldorf wie in Lyon haben der Vormarsch der Privatfahrzeuge, Zeichen des Wohlstands einer boomenden Mittelschicht, sowie die Verlagerung des Gütertransports vom Schiff auf die Straße, die Stadt vor allem als Raum für den Autoverkehr definiert. Und da es nicht in Frage kam, die historischen Viertel zu trennen, organisierte sich der Straßenverkehr ganz natürlich entlang einer Achse, die sich geradezu anbietet: den Flussufer. So gelangt man in Lyon und in Düsseldorf in Städte, die sich von ihrem ursprünglichen Fluss-Lebenslauf distanzieren – zu Gunsten von Barrieren aus Hupen und Staus. Aber die Natur lässt sich so leicht nicht unterkriegen ...



„Bereits Mitte der 80er Jahre hat man in Düsseldorf reagiert“, berichtet **Jörg Lesser**. „... mit zwei gewaltigen Projekten: dem Verlegen der Stadtautobahn in einen Tunnel und dem Umbau eines Teils des Hafens. Diese beiden Maßnahmen, die Anfang der 90er Jahre durchgeführt wurden, haben das Gesicht der Stadt radikal verändert. Über dem Tunnel wurde eine breite Promenade errichtet, um den Fluss wieder in die Stadt zu integrieren. Der für Radfahrer und Fußgänger angelegte Raum wurde zu einem Ort der Flanier- und Begegnungsmöglichkeiten und ist heute einer der Anziehungspunkte der Stadt. Weiter südlich wurde ein Teil des Hafens in ein Medien- und Geschäftsviertel umgewandelt, in dem umgebaute ehemalige Industriegebäude und Luxusimmobilien nebeneinander stehen. Die Nähe zu den Logistikaktivitäten ist jedoch nicht unproblematisch.“

Auch in Lyon hat man einen Weg der Entspannung eingeschlagen. Zunächst wurde 2007 den Einwohnerinnen und Einwohnern das linke Rhône-Ufer zurückgegeben. Auf einer Strecke von fünf Kilometern von der Tête d'Or bis nach Gerland wurden die Parkplätze unter freiem Himmel abgeschafft und durch Parks, Radwege und Uferpromenaden ersetzt. Und bald wird auch das rechte Ufer wieder seine Funktion als Erholungsgebiet wiedererlangen, im Rahmen eines umfangreichen Projekts zur Reduzierung der Verkehrswege und zur Umwandlung des öffentlichen Raums in eine Promenade, wie von der Stadtverwaltung Anfang Juni 2023 angekündigt: „Die Flüsse werden wieder zu zentralen Orten, nachdem sie Hindernisse waren, die es zu überwinden galt, erläutert **Emmanuel Jalbert**. Den Kontakt zum Fluss wiederzufinden, bedeutet, den Horizont für eine Vorstellungskraft zu öffnen, die über den Rahmen der Stadt hinausgeht. Vor allem in einem Raum, in dem alles programmiert und kommerziell ist, bieten die Ufer offene und freie Orte, was von grundlegender Bedeutung ist.“

FLEX AND THE CITY

Wenn Lyon diesen Wandel geschafft hat, dann vor allem, weil es die Zustimmung aller Beteiligten gesucht hat. Für **Samuel Linzau**, Generaldirektor von Lyon Confluence, „hat die urbane und architektonische Rückeroberung damit bereits Ende der 90er Jahre begonnen. Die Neugestaltung erfolgte auf Basis von grundlegenden Werten und Fragen zur nachhaltigen, begehbaren Stadt, die an

die Bedürfnisse und Herausforderungen von heute angepasst ist. So entstand eine echte öffentliche Vision, die auf einem hohen Anspruch an die Stadt von morgen beruhte.“

Während die Verlegung der Stadtautobahn in Düsseldorf reibungslos verlief, ist die Neugestaltung des Hafenviertels bis heute ein gewagtes Tauziehen, bei dem niemand auch nur einen Zentimeter Land abgeben will. „Es ist ein echter Konflikt der Nutzungen und Visionen“, erklärt **Jörg Lesser**. „Auf der einen Seite stehen die Interessen der Stadt, die in diesen quasi brachliegenden Industriegebieten die einzigen Flächen sieht, die in der Lage sind, die Probleme des Wohnungsbaus und der Stadtentwicklung zu lösen, und auf der anderen Seite die Interessen der im Hafen tätigen Akteure, die, auch wenn die wirtschaftlichen Aktivitäten im freien Fall sind, versuchen, ihren territorialen Einfluss zu bewahren. Dies führt zu komplexen Gebieten, in denen Wohnen und Industrie nebeneinander existieren müssen. Die Verwaltung hat eine neue Art der Zoneneinteilung eingeführt, die es ermöglicht, die Umwandlung von Flächen neben Industriegebieten zu erleichtern, wie dies in Köln oder Hamburg bereits erfolgreich geschehen ist.“

Ob frei fließend oder kontrolliert, ob als Lebensader oder als Ressource – die Flüsse, an denen Lyon und Düsseldorf liegen, sind weiterhin das Herzstück der geographischen Identität der beiden Städte. „Es geht darum, dass sich die Städte das Bild des Wassers wieder zu eigen machen“, schließt **Samuel Linzau**. „Und in einer Welt, die vom Klimawandel geplatzt ist, werden die Gewässer zweifellos im Mittelpunkt der Zukunft der Städte stehen, wie es auch schon am Anfang der Geschichte der Fall war.“ ●

„In einer Welt, die vom Klimawandel

geplatzt ist, werden die Gewässer

zweifellos im Mittelpunkt der Zukunft

der Städte stehen, wie es auch schon

am Anfang der Geschichte der Fall war.“

Samuel Linzau

Generaldirektor
von Lyon Confluence



Um andere urbane Pfade zu entdecken

SILEX¹ UND SILEX²: DIE SKYLINE VON LYON NEU ERFINDEN

Seit etwa zehn Jahren bereichern die unverwechselbaren Profile der Gebäude Silex¹ und Silex² die *Skyline* des Geschäftsviertels Lyon Part-Dieu. Das 2017 fertiggestellte Bürogebäude Silex¹ erstreckt sich mit acht Stockwerken auf einem Areal von 10.000 m², das früher vom französischen Stromversorger EDF genutzt wurde. Mit einem nach außen offenen Erdgeschoss, in dem Dienstleister und Geschäfte untergebracht sind, lässt das Gebäude auch viel Platz für Pflanzen, mit 100 m² begrünten Innenhöfen und 610 m² Hängegärten. Der 2021 fertiggestellte Komplex Silex² erreicht eine Höhe von 130 m (23 Stockwerke) und erstreckt sich über 32.700 m². Das Gebäude wurde durch die architektonische Erweiterung eines alten Hochhauses aus den 70er Jahren geschaffen. Silex¹ und Silex² sind Teil eines regenerativen Ansatzes, der darauf abzielt, die Umweltauswirkungen von Gebäuden zu begrenzen und gleichzeitig die modernsten Techniken und Materialien zu nutzen.



Weitere Informationen
über das Projekt

ICON BY COVIVIO: TRANSFORMATION EINES IKONISCHEN GEBÄUDES

Das in den 1970er Jahren erbaute Gebäude ICON by Covivio ist ein architektonisches Wahrzeichen. Mit seiner geschwungenen Fassade, den versetzten Terrassen und zwei markanten Türmen prägt das ICON by Covivio seit Jahrzehnten das Stadtbild von Düsseldorf. Derzeit finden umfangreiche Modernisierungsmaßnahmen statt, um das denkmalgeschützte Objekt in eine zukunftsorientierte Multi-Mix-Immobilie zu transformieren. Dazu gehören unter anderem die Aufwertung von Lobby, Foyer, Innenhof und Dachterrasse sowie neue Angebote für Nutzer:innen und Besucher:innen. Auf einer Gesamtmietfläche von rund 55.700 m² wird das markante Objekt in Zukunft seinen Nutzer:innen moderne Büroflächen mit einem breiten Serviceangebot sowie Community- und Grünflächen, Gastronomie und einen Fitnessbereich bieten.



Weitere Informationen
über das Projekt



Klassisch denken, zukunftsfähig bauen – die Architektur von „Vert by Covivio“

mit Robert Patzschke

ARCHITEKT, BERLIN



Die Stadtentwicklung in Berlin bringt ein neues architektonisches Highlight hervor: Mit dem Projekt Vert by Covivio – einem hochmodernen Bürogebäude mit 14.700 m² Nutzfläche – hat Covivio Nachhaltigkeit, Funktionalität und Modernität in einen zeitgenössischen Klassiker verwandelt. Für die Umsetzung dieses Anspruchs holte sich die Projektentwicklerin die Berliner Patzschke Architekten an Bord – bekannt für ihre Verbindung aus klassischer Entwurfshaltung und zukunftsfähiger Planung. Wir haben mit Robert Patzschke über das Projekt, seine Philosophie und die Rolle der Architektur in Zeiten globaler Herausforderungen gesprochen.

Was hat Sie zu dem Entwurf von Vert by Covivio inspiriert, und was waren die größten Herausforderungen dabei?

Robert Patzschke Die Ästhetik der Architektur liegt für uns darin, sämtliche Aspekte – den Ort, die Vision des Bauherrn, funktionale Anforderungen, Rahmenbedingungen und unsere eigene gestalterische Haltung – zu einem stimmigen Ganzen zusammenzuführen.

Vert by Covivio entstand an einem Standort mit

industrieller Vergangenheit, in bester innerstädtischer Lage innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings, direkt an einem dynamischen Verkehrsknotenpunkt. Covivio hatte den Anspruch, helle, flexible und hochwertige Büroflächen zu schaffen – unsere Aufgabe war es, diese Ziele in eine Architektur zu übersetzen, die sich wie selbstverständlich in das heterogene Umfeld einfügt.

Wie immer begann unser Entwurfsprozess mit handgezeichneten Skizzen. Wir haben uns von der Vielfalt der Umgebung inspirieren lassen: Industriebauten des frühen 20. Jahrhunderts,

gestalterische Einflüsse der 1980er Jahre, dekonstruktivistische Schularchitektur, gründerzeitliche Wohnhäuser – und mittendrin ein hochmoderner Verkehrsknotenpunkt.

Die Herausforderung bestand darin, all diese Einflüsse aufzunehmen und gleichzeitig die ambitionierten Nachhaltigkeitsziele und das fest definierte Budget von Covivio einzuhalten. Hinzu kam, dass es noch keine:n feste:n Endnutzer:in gab. Das bedeutete, dass wir während des gesamten Planungsprozesses ein hohes Maß an Flexibilität bewahren mussten. Gelingen konnte das nur durch enge Abstimmung, durch einen schrittweisen, dynamischen Austausch – ein anspruchsvoller, aber auch sehr bereichernder Prozess.

Welche Gestaltungselemente oder -konzepte haben Sie implementiert, um diese Ziele zu erreichen?

R. P. Einige Lösungen waren technischer Natur: Wir haben Materialien mit möglichst geringem CO₂-Fußabdruck eingesetzt, geothermische Systeme integriert, Solarmodule eingeplant und aktivierte Decken für energieeffizientes Heizen und Kühlen vorgesehen.

Andere Lösungen betrafen die räumliche Struktur: Wir entwickelten ein klares Rastersystem, das sowohl kompakte Einzelbüros als auch großzügige Open-Space-Lösungen ermöglicht. Große, begrünte Innenhöfe sorgen für natürliche Belichtung und dienen zugleich als Gemeinschafts- und Besprechungsräume. Die Foyerbereiche sind modular konzipiert und lassen sich je nach Nutzeranforderung flexibel anpassen.

Auch die Verkehrsanbindung war ein zentrales Thema: Die direkte Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel, Fahrradschnellwege, Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge sowie Umkleide- und Duschbereiche unterstützt eine zukunftsfähige, nachhaltige Mobilität.

Insgesamt spiegelt das architektonische Konzept klassische Prinzipien von Ordnung und Proportion wider – und schafft dabei moderne, helle und identitätsstiftende Arbeitswelten.

Ihr Unternehmen ist seit langem dafür bekannt, klassische und moderne Elemente zu verbinden. Wie würden Sie Ihren Ansatz in der Architektur beschreiben, und wie hat er sich entwickelt?

R. P. Unser Büro wurde vor über 55 Jahren von meinem Vater und meinem Onkel gegründet. In dieser Zeit haben wir viele architektonische Strömungen kommen und gehen sehen. Unser zentrales Prinzip ist aber immer dasselbe geblieben: Wir hören darauf, was sich die Menschen von ihrer gebauten

Umgebung wünschen.

Ein Wendepunkt war die Beauftragung mit dem Neubau des Hotel Adlon in den 1990er Jahren: das erste zeitgenössische Gebäude mit klassischer Architektursprache an einem so prominenten Ort im Nachkriegsdeutschland. Seitdem haben wir diese Entwurfsprinzipien in zahlreiche Wohn-, Büro- und Hotelprojekte einfließen lassen.

Was uns leitet, ist die Idee einer Architektur im menschlichen Maßstab. Das bedeutet, große Räume durch klare Gliederung lesbar und zugänglich zu machen – damit sie intuitiv nutzbar und einladend wirken.

Viele dieser gestalterischen Prinzipien haben sich über Jahrhunderte hinweg bewährt und sind gerade deshalb zeitlos und flexibel einsetzbar. Leider ist die Nachkriegsarchitektur oft von monotonen Großformaten geprägt, in denen das menschliche Erleben im Straßenraum verloren geht. Dabei ist genau dieser Raum – das urbane Straßenbild – unser gemeinsames Wohnzimmer. Unser Ziel ist es, durchdachtes, Menschen zentriertes Design zu schaffen, das Schönheit und Lebensqualität zurück in die Stadt bringt.

Welche Rolle sollte Architektur bei der Bewältigung der globalen Herausforderungen von heute spielen?

R. P. Ein Architekt ist – wie ein Filmregisseur oder ein Dirigent – dafür verantwortlich, unterschiedliche Talente und Gewerke zu koordinieren, um ein bestmögliches Ergebnis zu erzielen. Diese Rolle bringt eine große gesellschaftliche Verantwortung mit sich.

Gebäude müssen auf Langlebigkeit angelegt sein und funktionale, ästhetische und ökologische Anforderungen gleichermaßen erfüllen. Eine Partnerin wie Covivio, die langfristig investiert und Bestandswerte schaffen will, ist in diesem Sinne die ideale Auftraggeberin.

Der Schlüssel zur Nachhaltigkeit liegt für uns in der Zeitlosigkeit. Der größte Teil des ökologischen Fußabdrucks eines Gebäudes entsteht bei seiner Errichtung – deshalb ist es umso wichtiger, Gebäude zu schaffen, die über Generationen hinweg Bestand haben.

Gute Architektur entsteht für uns aus dem Zusammenspiel von Funktionalität, Nachhaltigkeit, Ästhetik, Verantwortung, Anpassungsfähigkeit und Langlebigkeit. Es geht nicht nur darum, für das Heute zu entwerfen – sondern eine Zukunft zu gestalten, die sowohl praktisch als auch inspirierend ist. Zugegebenermaßen keine leichte Aufgabe. ●

HERAUSGEBERIN

Covivio Immobilien GmbH,
Knesebeckstraße 3, 10623 Berlin
Telefon: +49 30 22 18 21 373

KOMMUNIKATION

Barbara Lipka (V.i.S.d.P.)

GESCHÄFTSFÜHRUNG, DESIGN UND UMSETZUNG

Myriam Despas
Dr. Daniel Frey
Jochen Humpert
Rainer Langenhorst
Katja Stiefenhöfer
Usbek & Rica

TEXT

Pascal Beria
Arnaud Pauchenne

**Vielen Dank an alle,
die sich bereit erklärt haben,
unsere Fragen für dieses
Magazin zu beantworten:**

Emmanuel Jalbert
Marie-Laure Leclercq de Sousa
Jörg Lesser
Samuel Linzau
Saverio Panata
Vanguélis Panayotis
Robert Patzschke
Damien Perrot
Janine Schreiner

Bildnachweis

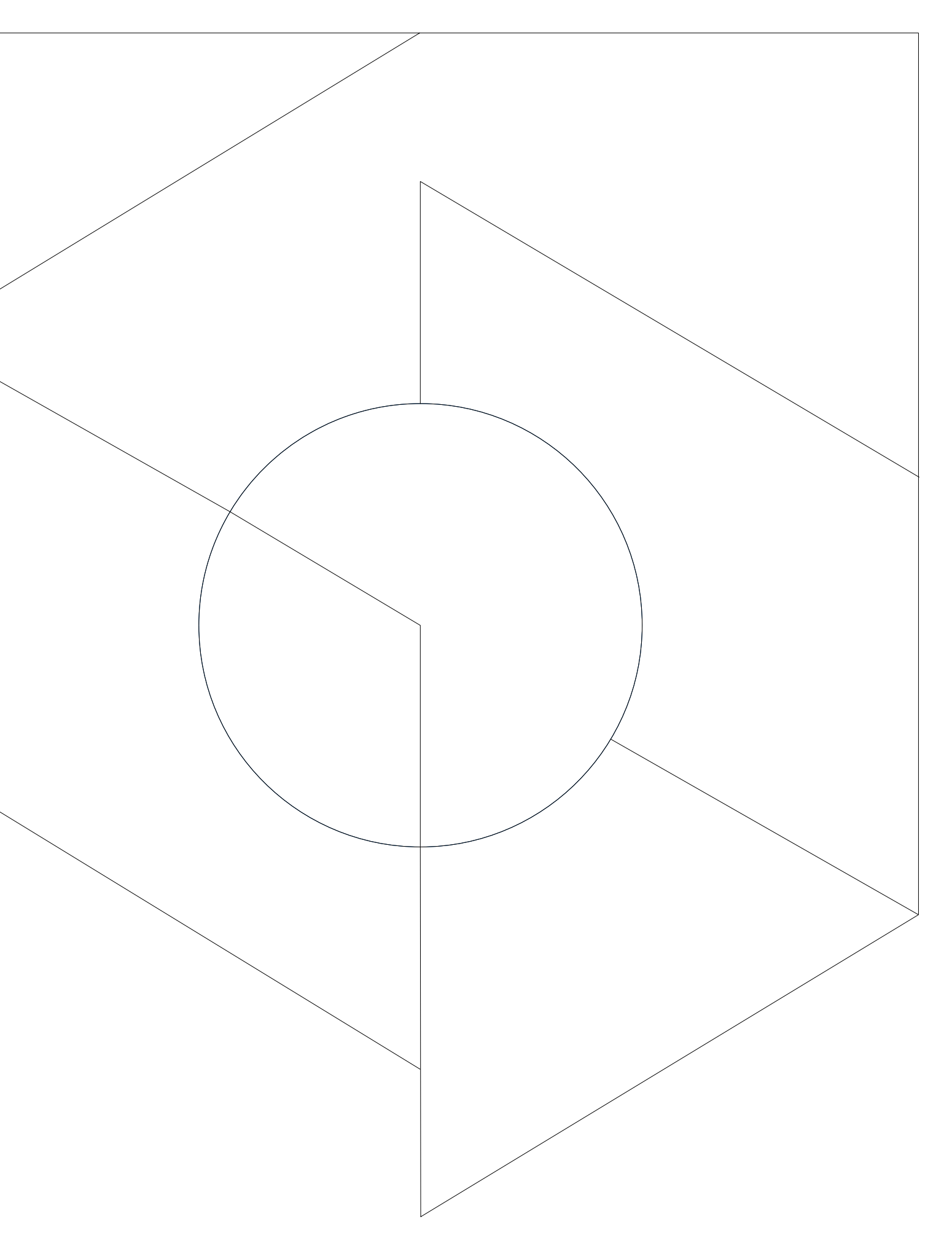
Covivio
Philippe Binda
Diego De Pol
Annette Koroll
Thomas Laisné
Olivier Ouadah
Thomas Tissandier

Das nächste Magazin erscheint im Oktober 2025.

**Bis dahin können Sie unseren
monatlichen Newsletter abonnieren, der Sie über alle
aktuellen Neuigkeiten informiert.**

Erhalten Sie unsere
Nachrichten





COVIVIO

covivio.immo

