

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/
Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Tech-
nischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or
master thesis is available at the main library of the
Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>

WELLNESSHOTEL AM KAISERWASSER

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/
Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Tech-
nischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or
master thesis is available at the main library of the
Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>



DIPLOMARBEIT

WELLNESSHOTEL AM KAISERWASSER

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des Akademischen Grades einer Diplom-Ingenieurin
unter der Leitung

HERBERT KECK

OR Dipl.-Ing.Dr.techn.

E253/2

Institut für Architektur und Raumplanung

eingereicht an der Technischen Universität Wien
Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

ANJA TRIVIC

1129776

Wien, am 30.05.2017

KURZFASSUNG

Wo im Flächenwidmungsplan kontrastierende Farben aufeinandertreffen, wo städtebauliche Dichte großzügigen Grünbereichen gegenüber steht, und wo der prahlerische Investorenmaßstab unmittelbar neben der heterogenen Kleinteiligkeit von Gewerbe und lieblichen Kleingärten zu finden ist, dort trifft Urbanität auf Peripherie, in einer Stadt die, glaubt man den Demografen, die höchste Bevölkerungswachstumsrate im deutschsprachigen Raum hat.

Genau an dieser spannenden, morphologisch Schnittstelle, bietet das Wellness Hotel „Am Kaiserwasser“ einen Ort der „Entschleunigung“. Das Hotel soll diesen Standort bereichern und eine Brücke bilden, die den Gast in gesundheitsbezogene und kontemplative Lebenskonzepte einführen soll.

Selbst ein kurzfristiger, temporärer Ausstieg aus einer von wiederkehrenden Alltagserfahrungen, notorischen Zeitmangel und Stressbelastung geprägten Lebenswelt, kann nachhaltig verändern und zu einem positiven, „Wellness-orientierten“ Umdenken des Stadtbewohners führen.

Ein Gebäude, im urbanen Kontext, implementiert in einen weitläufigen Grünraum, mit hervorragender infrastruktureller Anbindung an das historische Stadtzentrum, besinnlich und introvertiert für seine Gäste, in der Gestaltung jedoch expressiv und mit einladender Geste im urbanen Raum, diese Überlegungen standen im Mittelpunkt der Planung für das Wellness Hotel „Am Kaiserwasser“.

ABSTRACT

Where contrasting colors meet with each other in the land-use plan, where urban density confronts to large green areas and where the investor dimension is to be found right next to the heterogeneous small part of trade and lovely little gardens, there urbanity meets peripheries, in a city that, according to the demographers, has the highest population growth rate in German-speaking countries.

Exactly at this exciting, morphological interface, the wellness hotel “Am Kaiserwasser” offers a place of “deceleration”. The hotel tends to enrich this location and form a bridge to introduce guests to health-related and contemplative lifestyle concepts.

Even a temporary exit from one of recurring everyday experiences, notorious time deficits and stressful life can permanently change and lead to a positive, “wellness-oriented” rethinking of the city dweller.

A building, in the urban context, implemented in a spacious green space, with an excellent infrastructure connection to the historical city center, contemplative and introverted for his guests, but expressive and intimate with the gesture in the urban space, these considerations were at the center of the planning of the spa hotel “Am Kaiserwasser”.

INHALT

1	EINLEITUNG	9
2	WELLNESSTOURISMUS	17
3	DAS PROJEKT	29
4	PLÄNE	45
5	REFERENZEN	93

1 EINLEITUNG

1.1	AUFGABENBESCHREIBUNG	10
1.2	ENTWICKLUNG DES TOURISMUS	11
1.3	WELLNESSTOURISMUS	12
1.4	LAGE	15

1.1 AUFGABENBESCHREIBUNG

Ein Wellnesshotel, im urbanen Kontext, implementiert in einen weitläufigen Grünraum, mit hervorragender infrastruktureller Anbindung an das historische Stadtzentrum, kontemplativ und introvertiert für seine Gäste, gleichzeitig expressiv und mit einladender Geste im urbanen Raum, diese Überlegungen standen im Mittelpunkt der Planung für das gegenständliche Projekt.

Alle oben erwähnten Prämissen verorten sich im Planungsgebiet. Die Vorteile, die das Kaiserwasser als Erholungsgebiet mit vielen differenzierten Grünbereichen bietet (einige Baumbestände wurden als Naturdenkmäler geschützt) unterstützen die Projektorientierung und die Absichten, die mit dieser Arbeit verfolgt werden. Dieser Seitenarm der Alten Donau ist einer der bekanntesten und schönsten Naturbadeplätze in Wien. Grünraum und Wassernähe haben positive Auswirkungen auf die menschliche Psyche.

Das Hotel ist ein Ort der Entschleunigung. Die Leistungsorientierung der modernen Gesellschaft lässt kaum Platz, weder für organisierte Freizeitaktivitäten, noch

für, was viel wertvoller, kontemplative Mußestunden.

Das Bewusstsein über einen gesunden Lebensstil, gesunder Ernährung, sowie einer nach dem antiken Vorbild gerichteten Lebensweise, die einen gesunden Geist nur in einem gesunden Körper entsprechende mentale innere Festigkeit und Stärke entwickeln lässt, geht in der postmodernen, jedoch noch nicht postmateriellen Gesellschaft, immer mehr verloren.

Dieses Hotel soll seinen Gästen Entspannung und Ruhe, aber auch physische und psychische Anregung bieten. Je nach persönlichen Bedürfnissen der Gäste, werden körperliche Aktivitäten oder vielfältige Entspannungsmethoden angeboten.

Der Außenraum unterstützt die Idee und das Konzept des Hauses, differenzierte Außenanlagen sollen zu unterschiedlichen Aktivitäten einladen.

1.2 ENTWICKLUNG DES TOURISMUS

Tourismus ist in der heutigen Zeit sicher einer der am schnellsten wachsenden wirtschaftlichen Sektoren. Tourismus ist wandlungsfähig und verlangt nach immer neuen Angeboten. Die Nachfrage richtet sich nach immer spezifischeren Kriterien. Dienstleistungen und Angebote werden immer differenzierter und müssen immer wieder auf das Neue zusammen- und bereitgestellt werden, um die komplexen Kundenanforderungen erfüllen zu können.

Heutzutage sind wir Zeugen der Entwicklung einer neuen Ära der Hotelbranche, die durch einen Anstieg der individuellen Reisebereitschaft, sowie durch Nachfrage nach größerer Auswahl und flexibleren Angeboten gekennzeichnet ist. Verhalten und Motive der Hotelkunden ändern sich schneller, die Leute reisen häufiger und die Aktivitäten, die ein Hotel anbietet, werden immer wichtiger.

Ein Hotel sollte ein umfangreiches originelles Angebot anbieten können. Dieses Angebot stellt, sofern Alleinstellungsmerkmale zutreffen, einen kompetitiven Vorteil im Vergleich zu ähnlichen Hotels dar.

Wenn man ein Hotel entwickelt, müssen alle konzeptuellen, funktionalen und ästhetischen Fragen ausgeglichen und integral geplant werden, um eine „Immobilie“ zu entwickeln, welche gleichzeitig die Bedürfnisse der Gäste, des Personals und darüber hinaus jene des Eigentümers erfüllt.

Die Best practice Modelle zeichnen technisch-funktionelle Eigenschaften wie: Effizienz, Preiswertigkeit, Funktionalität und geringe Betriebskosten aus, sowie in gestalterischer Sicht hohe architektonische Qualitäten, die für einen wesentlichen Mehrwert sorgen. Das gilt nicht nur für aktuelle Projekte, vielmehr zeigen auch viele in die Jahre gekommene Beispiele, einen durchwegs geschätzten Charme.

1.3 WELLNESSTOURISMUS

Die Gestaltung der Hotels hat sich in den letzten 25 Jahren erheblich verändert. Natürlich bleibt das Kernangebot eines jeden Hotels eine gute Nachtruhe, eine Dusche und ein Frühstück. Die Art wie diese elementaren Bedürfnisse dem Kunden offeriert werden ist heute jedoch anders. Jüngere Geschäftsleute und Reisende haben einen großen Einfluss auf das Hoteldesign.

Traditionelle Hotelzimmer sind kaum mehr gefragt. Individuelle Räume mit großen Bad und viel Tageslicht stehen heutzutage hoch im Kurs. Angenehme Duftnoten, professionelle und freundliche Mitarbeiter, ein spürbarer Gestaltungswille, die Kombination aus beruhigenden Farben und natürlichen Materialien, mit denen Innenräume eingerichtet sind, schaffen eine Umgebung, die entspannt und Wohlbefinden erzeugt.

Die Materialwahl sowie die Farbe, das Licht, Duft und akustische Eigenschaften sind sehr wichtige Kriterien. Besonders in einem Hotel, das Wellness und Wohlbefinden der Gäste zum Ziel hat.

Die moderne Lebensweise ist durch einen chronischen Mangel an freier Zeit gekennzeichnet. Die Gesellschaft fühlt sich durch Stress und Sorgen belastet, was zu einem erhöhten Interesse an Wellness-Lifestyle geführt hat.

Neologismen wie „work-life balance“ und „burnout“ tun ein Übriges, um die Sehnsucht nach einer „persönlichen Reformation“, sei sie auch noch so temporär, zu schüren.

Wellness-Konzepte sind heute die Antwort auf die Bedürfnisse der postmodernen Gesellschaft nach Gesundheit. Es enthält alle Komponenten, die eine harmonische und ganzheitliche Wirkung auf das Funktionieren des Körpers hat.



Abb. 1 Kaiserwasser



1.4 LAGE

Das Hotel befindet sich in Kaisermühlen, welches seit 1954 Teil des 22. Wiener Gemeindebezirks ist. Dieser Bereich liegt zwischen den Hubertusdamm und der Alten Donau. Kaisermühlen hat eine besondere Stellung im Wien. Nur wenige U-Bahn-Minuten vom Stadtzentrum entfernt, zeigt Kaisermühlen östlich der Wagrainer Straße einen naturnahen Charakter (liegt direkt am Kaiserwasser).

Auf der anderen Seite der Wagrainer Straße befindet sich ein urbaner Stadtteil mit hoher Bebauungsdichte, von globaler Bedeutung, mit der UNO City im Zentrum, umgeben von Hochhäusern mit gemischten Nutzungen. Heutzutage stellt Kaisermühlen aufgrund der vielen Bootsverleiher, Segelschulen, Badestegen und Gastronomiebetrieben und nicht zuletzt der Freibäder wegen, eine Naherholungs-Insel dar.

Es gibt mehrere Gründe, die dazu geführt haben, den Standort Kaisermühlen auszuwählen. Erstens stellt die Nähe zum Wasser ein attraktives Angebot zu dem Wellnesshotel dar. Die Nähe zum Vienna International Center, wo eine kosmopolitische Belegschaft täglich den Arbeitsplatz

aufsucht, ist ein weiterer Standortvorteil. Der Anschluss an das Wiener U-Bahnnetz ermöglicht dem Gast die direkte Verbindung ins historische Wiener Stadtzentrum und damit zu den wichtigsten Wiener Sehenswürdigkeiten.

2 WELLNESSTOURISMUS

2.1	WELLNESS - GESCHICHTE UND BEDEUTUNG	18
2.2	HOTELBAUTEN - REFERENZBEISPIELE	20
2.3	ATMOSPHERISCHE GESTALTUNG	24
2.4	ENTWERFEN MIT UND FÜR ALLE SINNE	25

2.1 WELLNESS - GESCHICHTE UND BEDEUTUNG

Der ursprüngliche Sinn kann bis in die Antike zurückverfolgt werden, als bestimmte Schichten der Bevölkerung ein Interesse an Gesundheit, körperlicher Betätigung, Hygiene und Vergesellschaftung in den öffentlichen Bädern hatten. Und ein modernes Wellness-Konzept basiert auf den gleichen Zielen. Es sollte der Prävention von Krankheiten, allgemeiner Gesundheitsförderung, der Bildung, gesunder Ernährung sowie zu geistigem und seelischem Gleichgewicht beitragen.

Wellness wurde aus zwei englischen Worten gebildet: Well being (ein gutes Gefühl) und Fitness (fit sein).

Das Konzept von Wellness und der Wellness-Philosophie entwickelte 1959 der amerikanische Arzt Halbert Dunn. Er unterschied erstmals zwischen Gesundheit und „high level wellness“. „Wellness“ bezeichnet das Wohlbefinden, wo der Mensch eine Einheit aus Körper, Seele und Geist darstellt. Aus seinen Forschungen entwickelte sich in den USA eine Bewegung, die ab den 1970er Jahren globale Bedeutung erhielt.

Müller und Kaufmann (2000) definieren Wellness als einen anzustrebenden Gesundheitszustand, der die Harmonie von Körper, Geist und Seele, Selbstverantwortung, körperlicher Fitness, Schönheitspflege, gesunder Ernährung, Entspannung, Meditation, geistige Aktivität, Bildung, Umweltempfindlichkeit und soziale Interaktion als elementare Voraussetzung sieht

Das National Wellness Institute (2007) definiert Wellness als: „einen aktiven Prozess, durch den sich die Menschen bewusstwerden und Entscheidungen treffen für eine erfolgreichere Existenz“.

Heutzutage existieren unterschiedliche Wellnesseinrichtungen (z.B. Wellnesshotels, Wellnessresorts).



Die Entwicklungsdynamik von Wellness ist ein Ergebnis des Lebensstils von Menschen, die zu vielen negativen Einflüssen ausgesetzt sind. Ungesunder Lebensrhythmus, Bewegungsmangel, Umweltverschmutzung und insbesondere Stressaussetzung gefährden die geistige und körperliche Gesundheit.

Für Menschen die Wellness praktizieren, wird gesunde Ernährung, Bewegung und das Gleichgewicht von Körper, Geist und Seele zur Manifestation eines Lebenskonzeptes, das alle gesellschaftlichen Schichten und Ebenen anspricht

Abb. 2 8 Dimensions of wellness

2.2 HOTELBAUTEN - REFERENZBEISPIELE

Loisium / Steven Holl

In Ehrenhausen, der Südsteiermark, eine Landschaft welche die Österreicher ihre Toskana nennen, und wo die Sonne mehr scheint als in jedem anderen österreichischen Bundesland, befindet sich das Loisium Wine & Spa Resort. Mit Verwendung traditioneller Materialien macht der Architekt ein hervorragendes Design, in dem ein modernes Gebäude in die sanfte Landschaft der Südsteiermark eingebettet wurde. Das Licht fällt auf eine Holzfassade, so dass die Gebäudekontur mit den umliegenden Weinbergen kommuniziert.

Das Hotel ist ein langer Baukörper mit Nord-Süd Orientierung. Die Grundstruktur ist klar, einfach und überzeugt mit moderner Architektur. Trotz der Großzügigkeit und Offenheit der Einrichtung, die scheinbar im Widerspruch zur traditionellen kleinteiligen Möblierung im ländlichen Raum steht, bietet das Loisium Wein & Spa Geborgenheit und Ruhe auf mehr als 1.400 Quadratmetern, einschließlich 8 Zimmer für Massagen und Schönheitsbehandlungen, zwei Behandlungsräume für Paare, 3 Saunas, 2 Infrarot-Saunas,

Ruheraum, eine Bar mit offenem Kamin, einem Fitness- und Yoga-Zentrum, einem Außenpool, Terrasse und Garten.

Die Innenräume des Loisium sind so organisiert, um die Wärme des sonnigen steirischen, nahezu mediterranen Klimas einzufangen. Das Erdgeschoß ist transparent und öffnet sich zum Innenhof mit Sitzgelegenheiten im Freien.



Abb. 3, 4, 5 Hotel Loisium, Steven Holl

Hotel Castell / UN Studio

Das Hotel Castell befindet sich in Zuoz, Schweiz. Als ein modisches Kurhotel wurde es 1913 von Nicolaus Hartmann gebaut. Mitte der 90er Jahre ist es in ein modernes Kunst- und Wellnesshotel umgewandelt worden.

UN Studio hat die zweite Phase geplant, unter anderem die Neugestaltung der Zimmer, eine neue Hotelküche und die Umwandlung des Kellers in einem Hamam.

In unmittelbarer Nähe des Altbaus wurde ein neues Aparthotel mit 14 luxuriösen Wohnungen gebaut. Die Räume wurden um einen zentralen Kern organisiert. Die vollverglaste Fassade referenziert auf den weichen Fluss der Topographie. Alle Wohnungen sind nach Süden ausgerichtet. Der moderne Zubau steht selbstbewusst neben dem angrenzenden Hotel.

UN-Studio hat den ersten Hamam in den Schweizer Bergen entworfen. Der Raum wird durch fünf helle Kegel und Zylinder erleuchtet. Rund um den Innenhof gruppieren

sich individuelle Räume. Obwohl der Hamam einem fremden Kulturkreis eigen ist, entspricht die Reinigung von Körper und Geist der modernen Wellness Idee.

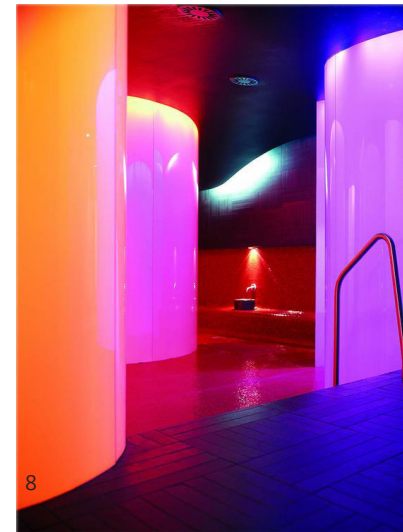


Abb. 6, 7, 8 Hotel Castell, UN Studio

2.3 ATMOSPHERISCHE GESTALTUNG

Atmosphäre kann man als subjektive, emotionale Wirkung der Umwelt definieren, welche in jedem Menschen spezifische Gefühle auslösen wird. Jedes Hotel besitzt generell eine bestimmte Atmosphäre, die entweder absichtlich oder unabsichtlich entstanden ist. Für ein gelungenes Gästeerlebnis in einem Hotel, ist die atmosphärische Gestaltung von großer Bedeutung.

Aussehen und die Stimmung innerhalb des Hotels wirken auf mehreren Ebenen auf die Gäste ein und bestimmen ihre Gefühle, den Verstand und das Verhalten. Im Allgemeinen kann man vier Hauptatmosphären unterscheiden: anregende, beruhigende, bedrückende und aggressive Stimmungen. Unterschiedliche Differenzierungen bzw. Mischungen sind auf jeden Fall möglich. Ziel in der Hotellerie ist eine Atmosphäre zu erzeugen, die eine ambivalente Stimmung zwischen anregend-belebend und beruhigend-entspannend generiert.

Die Atmosphäre ist ein häufig verwendeter Begriff, auf die Umgebung bezogen oder auch im zwischenmenschlichen Kontext.

Wir unterscheiden das Ambiente, die vorhandene oder auch gestaltete Umwelt, welche durch den Dialog mit dem Rezipienten die Atmosphäre generiert. Das sind Licht, Farben, Formen, Ton, Geruch oder Temperatur eines Raumes sowie die Menschen. Das alles trägt dazu bei, dass sich die Menschen in einem Umfeld wohl fühlen oder auch nicht. Atmosphäre ist ein Begriff, der die Emotionen inkludiert, etwas Subjektives, etwas das schwer messbar ist.

Philip Kotler, Professor für Marketing in den USA, versteht unter der Atmosphäre die spezifische Zusammenstellung der Umwelt, welche über die Sinne wahrgenommen wird und beim Betrachter bestimmte Gefühle evoziert.

Im gegenständlichen Projekt soll das Ambiente eines Hotels dem Gast eine angenehme Atmosphäre bieten, in der er sich wohl fühlen kann, die einen immanenten Genuss vermittelt und innere Erlebnisse generieren kann.

2.4 ENTWERFEN MIT UND FÜR ALLE SINNE

Jeder Mensch nimmt die Umgebung durch die Sinnesorgane wahr. Er interpretiert dann diese Wahrnehmungen subjektiv. Ein einladendes Umfeld kann durch Raumgestaltung, durch ausgewählte Materialien, Farben und Formen, durch Auswahl des Lichtes erzeugt werden.

Farben evozieren Gefühle. Wir unterscheiden zwischen warmen (Gelb, Rot, Orange, Braun, Beige), kalten (alle reinen Blautöne), aggressiven (alle Neonfarben), beruhigenden (Weinrot, Violett, Altrosa), anregenden (Rot, Orange), technischen (alle Grautöne) sowie Signal- oder Warnfarben (Vollton Gelb, Rot, Blau...).

Neben den Farben nimmt auch das Licht einen Einfluss auf den Lebensrhythmus, das Wohlbefinden und die Stimmung des Gastes. Licht ist eine Voraussetzung für das Sicherheits- und Wohlgefühl von Menschen. Man unterscheidet zwischen warmweißen, neutralweißen und tageslichtweißen Lichtfarben. Eine Kombination, das Changieren zwischen Licht und Farben, beeinflusst menschliche Wahrnehmung, bewusst als auch unbewusst.

Durch die Gerüche kann man Bilder aus der Vergangenheit aufrufen. Dadurch laden wir längst vergessenen Ereignisse, Personen die uns nahestehen, sowie Räume ins Gedächtnis ein. Unterschiedlichen Düften liegen spezifische Charakteristika zugrunde. Sie können unterschiedliche Wirkungen erzielen, wie z.B. Basilikum antidepressive, Jasmin anregende, Limette und Minze erfrischende, Majoran entspannende, Lavendel schlaffördernde, Koriander stärkende, Zimt sinnlich-anregende Gefühle.

Mit unterschiedlichem Duftnoten in einem Hotel können differenzierte Zielsetzungen verfolgt werden: Wecken von Emotionen, Aufhellung der Stimmung, Förderung der Konzentration und Beruhigung. Dazu kommt noch die unterschiedliche Semantik, der Eigenschaften der Objekte in den verschiedenen Kulturkreisen.

Das Hören ist die zweitwichtigste Sinneswahrnehmung des Menschen. Unterschiedliche Musik könnte unterschiedliche Emotionen hervorrufen. Raumakustik und Auswahl der Musik sind wichtige Bestandteile der atmosphärischen Gestaltung in einem Hotel.

Das Angebot an die Sinne wird ergänzt durch die haptische Wahrnehmung der Objekte, darüber hinaus wird für das Wohlbefinden selbstredend auch Raum für zwischenmenschliche Berührung angeboten.









3 DAS PROJEKT

3.1	FLÄCHENWIDMUNG	30
3.2	KONTEXT UND UMGEBUNG	31
3.3	KONZEPT	35
3.4	PROJEKTBSCHREIBUNG	36
3.5	FASSADEN UND MATERIALIEN	42
3.6	FLÄCHENAUSWERTUNG	43



3.1 FLÄCHENWIDMUNG 1:5000

-  WELLNESSHOTEL AM KAISERWASSER
-  WOHNGEBIET
-  BAUGEBIET - GESCHÄFTSVIERTEL
-  GEMISCHTES BAUGEBIET
-  ERHOLUNGSGEBIET
-  U-BAHN STATION

3.2 KONTEXT UND UMGEBUNG

Das Hotel liegt an der Ecke Wagramer Straße und Julius-Payer-Gasse, an der Parzelle nördlich vom Kaiserwasser. In der Umgebung befinden sich das Vienna International Center, sowie die UNO City mit etwa 3.600 internationalen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus mehr als 100 Ländern, sowie mehrere Büro und Wohnhochhäuser.

Die Achse der Wagramer Straße war bis vor ca. 10 Jahren Planungs- und Baugebiet einer extensiven städtebaulichen Entwicklung. Der Stadtentwicklungsplan hat dieser Verbindungsachse zwischen dem Stadtzentrum und der Peripherie eine besondere Stellung zugewiesen. Leider werden entgegen der damals angefertigten Studie, inzwischen Hochhäuser über das ganze Stadtgebiet verteilt. Für Kaisermühlen bedeutete dieser Schwenk in der Stadtentwicklungspolitik jedoch Einzigartiges.

Das Hotel befindet sich nun an einer Schnittstelle zwischen Urbanität und Peripherie, zwischen einem Wohngebiet im Nordosten und einem Erholungsgebiet im Südwesten, zwischen höchster und niedrigster Bebauungsdichte, zwischen Investorenmaßstäblichkeit und kleinteiligen

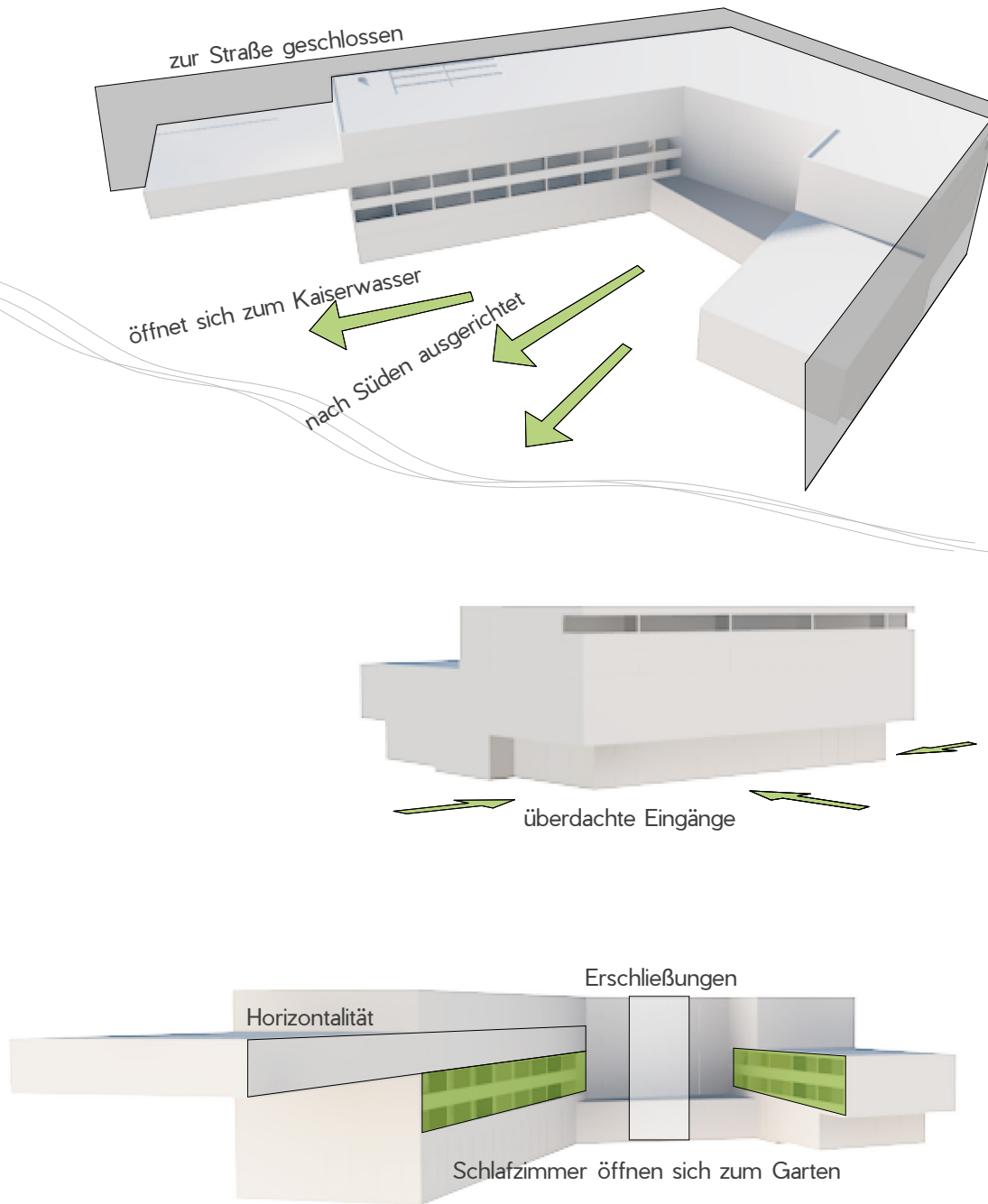
Gartensiedlungen. Diese Heterogenität macht diesen Standort einzigartig und besonders wertvoll für dieses Projekt. In unmittelbarer Nähe befindet sich die U-Bahn-Station Kaisermühlen/VIC der Linie U1, die den Projektstandort in 10 min mit dem historischen Stadtzentrum verbindet.



Abb. 9 Kaiserwasser



Abb. 10 Kaiserwasser



3.3 KONZEPT

Die Form des Hotels folgt den Baulinien der Wagramer Straße und der Julius-Payer-Gasse. Die beiden Schenkel ermöglichen ein Halbatrium, eine ruhige Oase, die vor äußeren Einflüssen geschützt und nach Süden ausgerichtet ist.

Der entstandene Innenhof öffnet sich zum Kaiserwasser und wird den Besuchern und den Anrainern zum Teil als öffentlicher Strand zur Verfügung gestellt. Dieser öffentliche Teil ist vom Hotel durch eine Promenade begrenzt, die dem Ufer des Kaiserwassers folgt und die Wagramer Strasse mit dem Grünraum verbindet.

In diesem Erholungsgebiet gibt es einen Sportverein mit verschiedenen Sportanlagen, welche die Gäste während ihres Aufenthalts im Hotel nutzen können.

3.4 PROJEKTBSCHREIBUNG

Expressiv weist der Infinity-Pool auf der obersten Etage in Richtung des Stadtzentrums. Dieser Teil des Gebäudes krägt hoch über der Wagramer Straße aus und ist unübersehbarer Teil der Corporate Identity des Wellnesshotels.

Die große Geste greift den Maßstab der gegenüberliegenden Bebauung auf, es entsteht eine neue vertikale Schichtung von Urbanität und Grünraum, welcher unter dem auskragenden Teil eine Pufferzone zwischen der Wagramer Straße und dem Naherholungsgebiet auf der anderen Seite schafft.

Dies ist der fußläufige Zugang für die Besucher und die Gäste. Der Haupteingang zum Hotel und der Zugang zur Tiefgarage befinden sich auf der Ostseite des Hotels, in der Julius-Payer-Gasse.

Die Tiefgarage besteht aus Parkplätzen für die Besucher und Mitarbeiter, sowie einem Lager für die Lebensmittel, diversen Technikräumen und der Wäscherei.

Der Eingang für Verwaltung und Personal erfolgt von der Wagramer Straße und ist etwas zurückgesetzt, um den Zugangsbereich zu überdachen. Das Erdgeschoß ist fast

vollständig transparent, um die visuelle Durchlässigkeit Richtung Kaiserwasser sicherzustellen. Dort befinden sich öffentliche bzw. halböffentliche Einrichtungen (Restaurant, Schönheitssalon, Shop und Bar).

Die vertikale Erschließung erfolgt mittels der zweiläufigen geraden Treppen und den beiden Gästenaufzügen und befindet sich zentral im Gebäude. Die geräumige Halle im Erdgeschoß ist die Hotel Lobby mit bequemen Sesseln, aus natürlichen Materialien in sanften Farbetönen. Diese Umgebung schafft schon im Eingangsbereich ein entspanntes Ambiente.

FUNKTIONSSCHEMA

-  GASTRONOMIEBEREICH
-  WELLNESSBEREICH
-  ERSCHLIEßUNGEN
-  BEHERBERGUNGSBEREICH
-  TECHNIK-/LAGERBEREICH
-  WIRTSCHAFTS- UND VERSORGNUNGSBEREICH
-  PERSONALBEREICH
-  EMPFANGSBEREICH UND VERWALTUNG
-  KONFERENZRAUM
-  HOBBYRAUM
-  GARAGE

4. OBERGESCHOSS

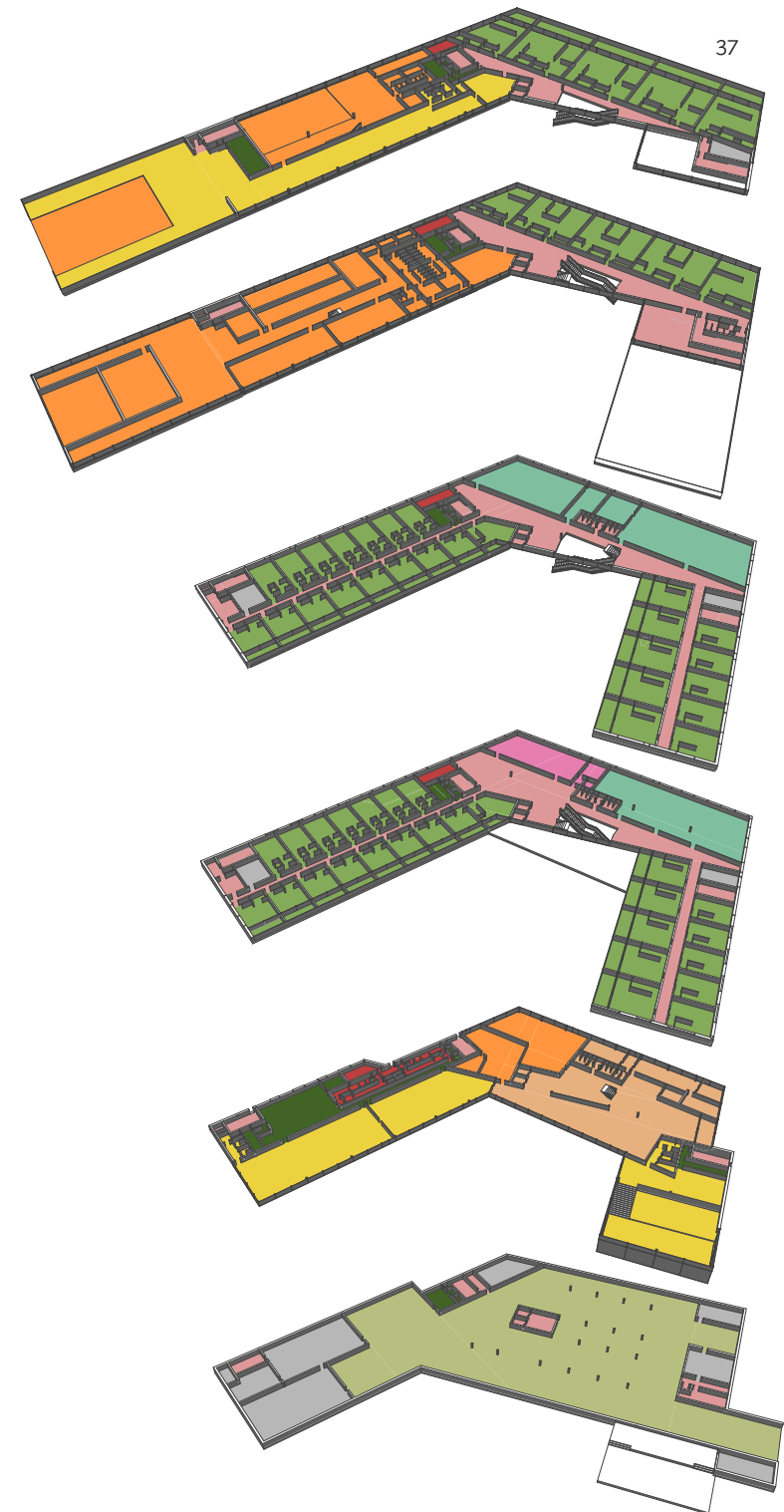
3. OBERGESCHOSS

2. OBERGESCHOSS

1. OBERGESCHOSS

ERDGESCHOSS

KELLERGESCHOSS



Das Hauptrestaurant im Erdgeschoß besteht aus zwei Teilen. Das Hotel bietet ein umfangreiches ernährungsorientiertes Programm für seine Gäste. Ein Teil vom Restaurant ist als Frühstücksraum bzw. als Gemeinschaftsküche geplant, wo die Gäste entweder Kochkurse besuchen, oder Ihr Wissen über gesunde Lebensmittel und Mahlzeiten erweitern können.

Die Bar im Erdgeschoß ist teilweise zweigeschossig und ermöglicht einen direkten Zugang in den Freiraum und zur Plattform auf dem Wasser. Diese Plattform wird morgens für Yoga, Meditation oder Tai Chi verwendet und später im Laufe des Tages in einen Gastgarten verwandelt.

Der Schönheitssalon, als Teil des Wellnessbereiches, befindet sich im Erdgeschoß und ist sowohl aus dem Hotel als auch von der Straße (Julius-Payer-Gasse) zugänglich. Dort werden folgende Dienstleistungen angeboten: Maniküre, Pediküre, Friseur, Make-up und Gesichtspflege. Daneben besteht ein Kosmetik- und Lebensmittelgeschäft mit Produkten auf natürlicher Basis.

Die Gästezimmer sind auf den ersten beiden Etagen konzipiert, sie sind in beiden Hotelflügeln untergebracht, entweder ost-, oder westorientiert. Die letzten beiden Stockwerke sind geräumigen Apartments vorbehalten.

Alle Zimmer haben größere Flächen im Vergleich zu den üblichen Standardabmessungen. Sie sind so konzipiert, dass es zusätzlich zur grundlegenden Ausstattung, über die jedes Hotelzimmer verfügt, genügend Platz für Bedürfnisse und Sonderwünsche von Gästen gibt. Alle Badezimmer verfügen über Tageslicht. Die in den Innenhof orientierten Zimmer haben eine Loggia. Die Fenster der „äußeren“ Zimmer bedürfen einer schallschutztechnischen Lösung, bleiben jedoch offenbar.

Die Gästezimmer werden aufgrund der Orientierung, respektive der Sonneneinstrahlung, bevorzugt für morgen- oder abendliche Aktivitäten benutzt. Die nach Osten ausgerichteten Zimmer sind für morgendliche Aktivitäten wie z.B. Yoga oder Meditation und die nach Westen ausgerichtete Zimmer sind für z.B. Massage vorbehalten. Auf jeder Etage gibt es Lagerräume, wo Zubehör wie z.B. Matten, Massagetische, aber auch Staffeleien zum Malen aufbewahrt werden.

Neben den Rückzugsmöglichkeiten in die Privatsphäre und Intimität der Gästezimmer muss ein Wellnesshotel auch die gemeinschaftlichen und sozialen Interaktionen fördern.

Die erste Etage hat einen offiziellen, formellen Charakter. Hier gibt es einen Konferenzraum und eine Bibliothek bzw. einen Lesebereich. Die zweite Etage beinhaltet ein Kino und einen Hobbyraum, der in drei kleinere Räume für verschiedene Altersgruppen aufgeteilt ist.

Die geräumigen Apartments befinden sich in den letzten beiden Stockwerken. Die Apartments sind zum Teil nach

Nordosten ausgerichtet und raumhoch verglast. Sie sind auf der obersten Etage mit Loggien ausgestattet. Diese Apartments sind als Lofts bewohnbar, mit leichten Trennwänden zwischen den Schlaf-, Kinderzimmer und Wohnbereichen. Sie verfügen über ein geräumiges Badezimmer, einen Jacuzzi und eine Sauna.

Eine große weitläufige Terrasse im dritten Stock soll multifunktional, zum Feiern oder auch für die Abhaltung von Kursen im Freien genutzt werden.

Wellness

Der Wellnessbereich ist in zwei Geschoßen organisiert, die miteinander durch Treppen verbunden sind. Der Eingang zum Wellnessbereich befindet sich auf der dritten Etage, ebenso wie ein Fitnessstudio, Raum für Yoga und Meditation, ein Ruheraum, ein Massagezimmer, sowie ein Solarium. Auf der vierten Etage befinden sich jeweils ein Innen- sowie ein Außenpool, Jacuzzi und ein weiterer Ruheraum.

Ein Teil des Wellness-Bereiches der obersten Etage ist verbunden mit einem Restaurant und einer Lounge, welche auch für hotelfremde Gäste zugänglich sind. Das Restaurant und die Bar sind von der Hauptstraße (Wagramer Straße) durch einen Aufzug zugänglich, der nur in die oberste Etage führt.

Das spektakuläre Außenpool und die Lounge bilden eine Funktionseinheit. Tagsüber ist es den Gästen gestattet, sich im Badeanzug frei zu bewegen. Hotelfremde Besucher des Außenpools müssen durch einen Garderobenbereich. Abends, nach der Badezeit, wird die Bar in der Lounge

geöffnet, wo die Gäste in entspannter Atmosphäre einen köstlichen Wein genießen können. Auf dieser Ebene gibt es eine weitere Küche, die durch den Aufzug mit der Hauptküche im Erdgeschoß und den Lagerräumen im Keller verbunden ist.

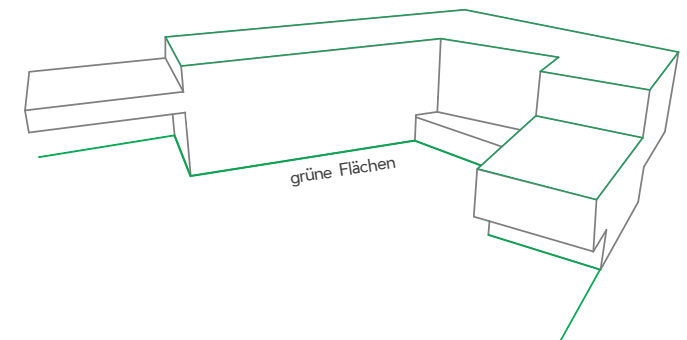
Die Terrasse des Außenpools bietet einen wunderbaren Ausblick auf das Naherholungsgebiet der Alten Donau auf der südöstlichen Seite, das historische Stadtzentrum im Süden, sowie die attraktive VIC Zone, die Abends hell erleuchtet und Wien in eine kosmopolitische Stadt verwandelt.

Die Nutzung der naheliegenden Erholungsgebiete liegt auf der Hand. Der Grünraum bildet eine wunderbare Ergänzung zu den Wellnessangeboten im Hotel. Etwas weiter östlich, an der Alten Donau befindet sich einer der beliebtesten, natürlichen und öffentlichen Strände der Wiener. In der Sommerzeit ist der Strand gut besucht, an kalten Wintertagen, wenn das Oberflächenwasser zum festen Eis wird, nutzt man den Bereich zum Eislaufen.

Dies sind nur einige von den Aktivitäten, die den Hotelgästen angeboten werden können. Da sie die körperliche Bewegung und körperliche Aktivität fördern, gehören alle diese Aktivitäten auch zu den Wellness Angeboten.

Landschaft

Das bestehende Gelände bleibt weitgehend erhalten. Das Semi-Atrium im zentralen Teil wird den Erfordernissen angepasst und entsprechend mit Wegen und einem einfachen Zugang zum Wasser abgetrept. Zusätzlich zu der dominanten Stiegenanlage (Sitzstufen), wird mittels Rampen ein barrierefreier Zugang hergestellt.



3.5 FASSADEN UND MATERIALIEN

Die Fassadengestaltung thematisiert die differenzierten Funktionseinheiten im Inneren des Gebäudes. Dabei entsteht eine horizontale Schichtung, nochmals hervorgehoben durch die Auskrugung der Poolebene, welche in angemessenem Selbstbewußtsein der Vertikalität der anderen Straßenseite gegenübersteht! Das Erdgeschoß ist transparent und verglast, ebenso wie die beiden obersten Geschoße. Das erste und das zweite Obergeschoß wirken massiv und haben kleinere Öffnungen an der Fassade. Sie sind mit Naturstein, namentlich Basalt, feingeschliffen und in verschiedenen Grautönen verkleidet.

Die hofseitigen Fassaden werden mit Holzlamellen gestalterisch hervorgehoben. Diese Lamellen haben Sichtschutzfunktion, ebenso bilden Sie auf den Loggien einen wertvollen Sonnenschutz.

Der Verwendung von baubiologisch angemessenen und natürlichen Materialien ist für dieses Projekt unabdingbar. Verwendet wird vorwiegend Naturstein und Holz, sowohl an der Fassade als auch in den Innenräumen.

Pfosten-Riegel-Fassaden ermöglichen große Verglasungen, natürlicher Lichteinfall ist einer der wesentlichen Faktoren, der die menschliche Psyche beeinflusst.

Der Boden der Gästezimmer wird mit Holzdielen belegt, die öffentlichen und halböffentlichen Bereiche vorwiegend mit Steinplatten.

3.6 FLÄCHENAUSWERTUNG

Widmung	Fläche [m ²]	Widmung	Fläche [m ²]
Kellergeschoss	2242,50	1. Obergeschoss	2027,33
1 Technikraum	97,13	1 Personalraum	25,46
2 Lagerraum	298,18	2 Etagenoffice	18,02
3 Wäschesammlung	24,3	3 Lagerraum	26,09
4 Kühlraum	154,82	4 Konferenzraum	139,30
5 Garage	1668,07	5 Vorbereitungsraum - Vortragender	30,86
		6 Bibliothek/Lesebereich	302,45
Erdgeschoss	2059,88	7 Toiletten	26,52
1 Eingang	18,86	8 Erschliessung	506,09
2 Lobby	403,40	9 Zimmer	952,54
3 Toiletten	33,98		
4 Rezeption	24,39	2. Obergeschoss	2024,81
5 Kofferraum	12,11	1 Personalraum	25,46
6 Verwaltung	56,83	2 Etagenoffice	18,02
7 Pausenraum	25,26	3 Lagerraum	26,09
8 Hotelmanager	18,16	4 Eingang Kino	43,47
9 Sitzungraum	48,82	5 Kino	202,50
10 Schönheitssalon	186,61	6 Hobbyraum	253,93
11 Geschäft	102,11	7 Hobbyraum - Kinderbereich	48,16
12 Lagerraum	19,90	8 Toiletten	26,52
13 Personal Eingang	8,20	9 Erschliessung	428,12
14 Kellner Garderobe	44,78	10 Zimmer	952,54
15 Köche Garderobe	44,78		
16 Personal Raum	19,59		
17 Esszimmer - Küche	12,73		
18 Kellnergang	35,36		
19 Küche	128,86		
20 Tageslager Küche	10,39		
21 Geschirr Spüle	8,01		
22 Frühstücksraum - Gemeinschaftsküche	196,70		
23 Restaurant	265,52		
24 Bühne	58,76		
25 Bar	261,00		
26 Küche	14,77		

Widmung	Fläche [m ²]	
3. Obergeschoss	2590,71	
1 Personalraum	27,45	
2 Etagenoffice	26,57	
3 Eingang Wellness	79,71	
4 Garderone - Damen	57,00	
5 Garderone - Herren	57,00	
6 Garderone - Personal	23,95	
7 Massage	51,05	
8 Raum für Fitness/Yoga/Meditation	178,92	
9 Solarium	24,52	
10 Lagerraum	25,79	
11 Bar	20,61	
12 Gym	269,98	
13 Ausgang Terrasse	98,73	
14 Terrasse	410,78	
15 Pool Technik	217,38	
16 Suiten	588,58	
17 Erschliessung	432,69	
4. Obergeschoss	2101,84	
1 Personalraum	19,86	
2 Etagenoffice	18,02	
3 Eingang Wellness	54,76	
4 Sauna - Damen	23,41	
5 Sauna - Herren	23,41	
6 Dampfbad	12,16	
7 Jacuzzi	168,91	
8 Innenbecken	155,38	
9 Ruheraum	38,11	
10 Küche	34,34	
11 Bar	65,38	
12 Außenbecken	204,71	
13 Lounge Bar	284,83	
14 Restaurant	254,33	
15 Lagerraum	30,51	
16 Suiten	569,89	
17 Erschliessung	143,83	
Summe	13047,07 m²	

4 PLÄNE

4.1	LAGEPLAN 1:5000	46
4.2	LAGEPLAN 1:1000	47
4.3	GRUNDRISSE	48
4.4	SCHNITTE	61
4.5	ANSICHTEN	64
4.6	ZIMMERTYPEN	68
4.7	DETAILS - FASSADE, GLASDACH, SCHWIMMBECKEN	72
4.8	VISUALISIERUNGEN	74



4.1 LAGEPLAN

1:5000

4.2 LAGEPLAN

1:1000



4.3 GRUNDRISSE

Kellergeschoss

1:500

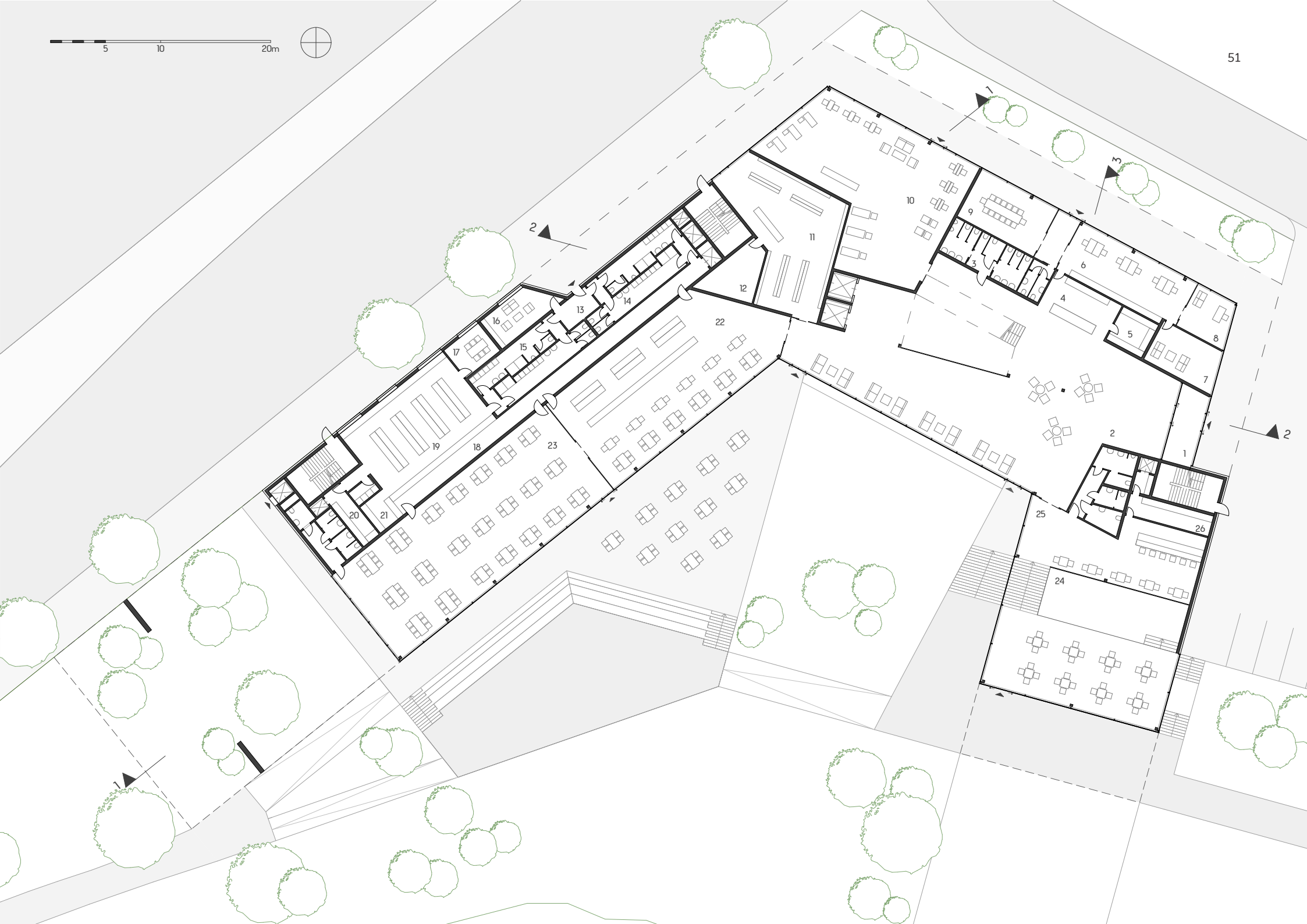
- 1 Technikraum
- 2 Lagerraum
- 3 Wäschesammlung
- 4 Kühlraum



Erdgeschoss**1:400**

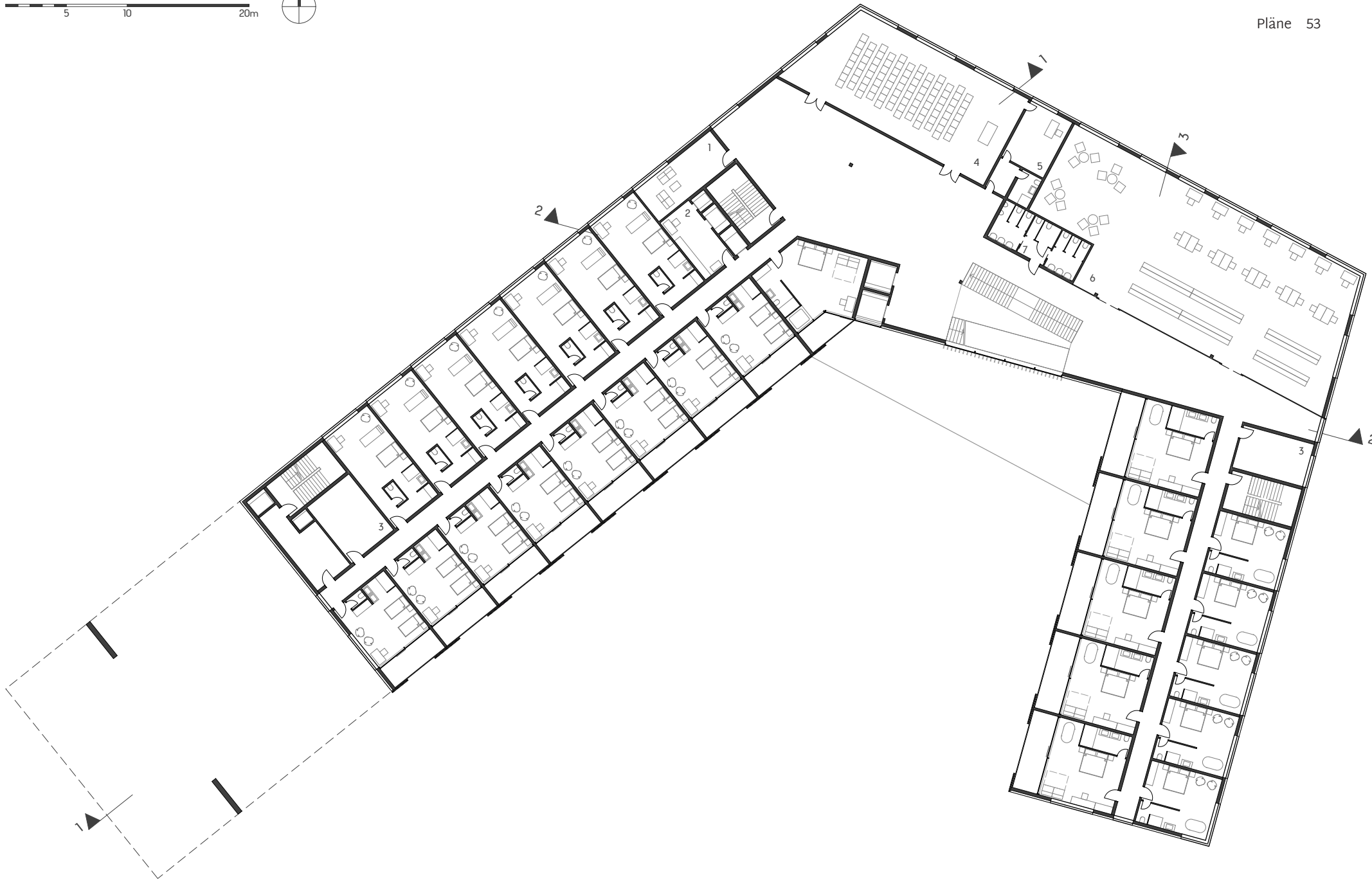
- 1 Eingang
- 2 Lobby
- 3 Toiletten
- 4 Rezeption
- 5 Kofferraum
- 6 Verwaltung
- 7 Pausenraum
- 8 Hotelmanager
- 9 Sitzungsraum
- 10 Schönheitssalon
- 11 Geschäft
- 12 Lagerraum
- 13 Personal Eingang
- 14 Kellner Garderobe
- 15 Köche Garderobe
- 16 Personalraum
- 17 Esszimmer - Küche
- 18 Kellnergang
- 19 Küche
- 20 Tageslager Küche
- 21 Geschirr Spüle
- 22 Frühstücksraum - Gemeinschaftsküche
- 23 Restaurant
- 24 Bühne
- 25 Bar

5 10 20m



1. Obergeschoss 1:400

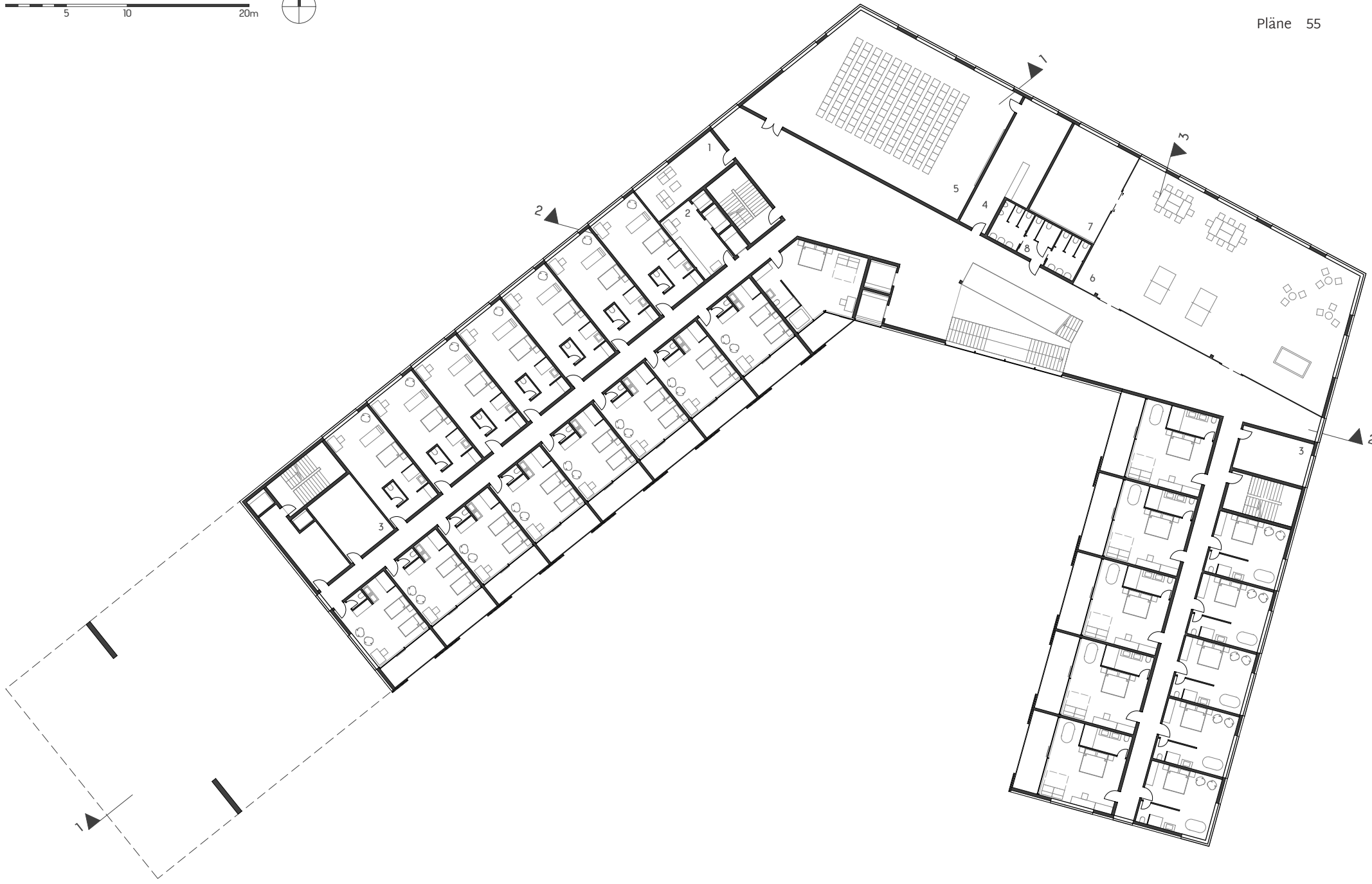
- 1 Personalraum
- 2 Etagenoffice
- 3 Lagerraum
- 4 Konferenzraum
- 5 Vorbereitungsraum - Vortragender
- 6 Bibliothek/Lesebereich
- 7 Toiletten



2. Obergeschoss

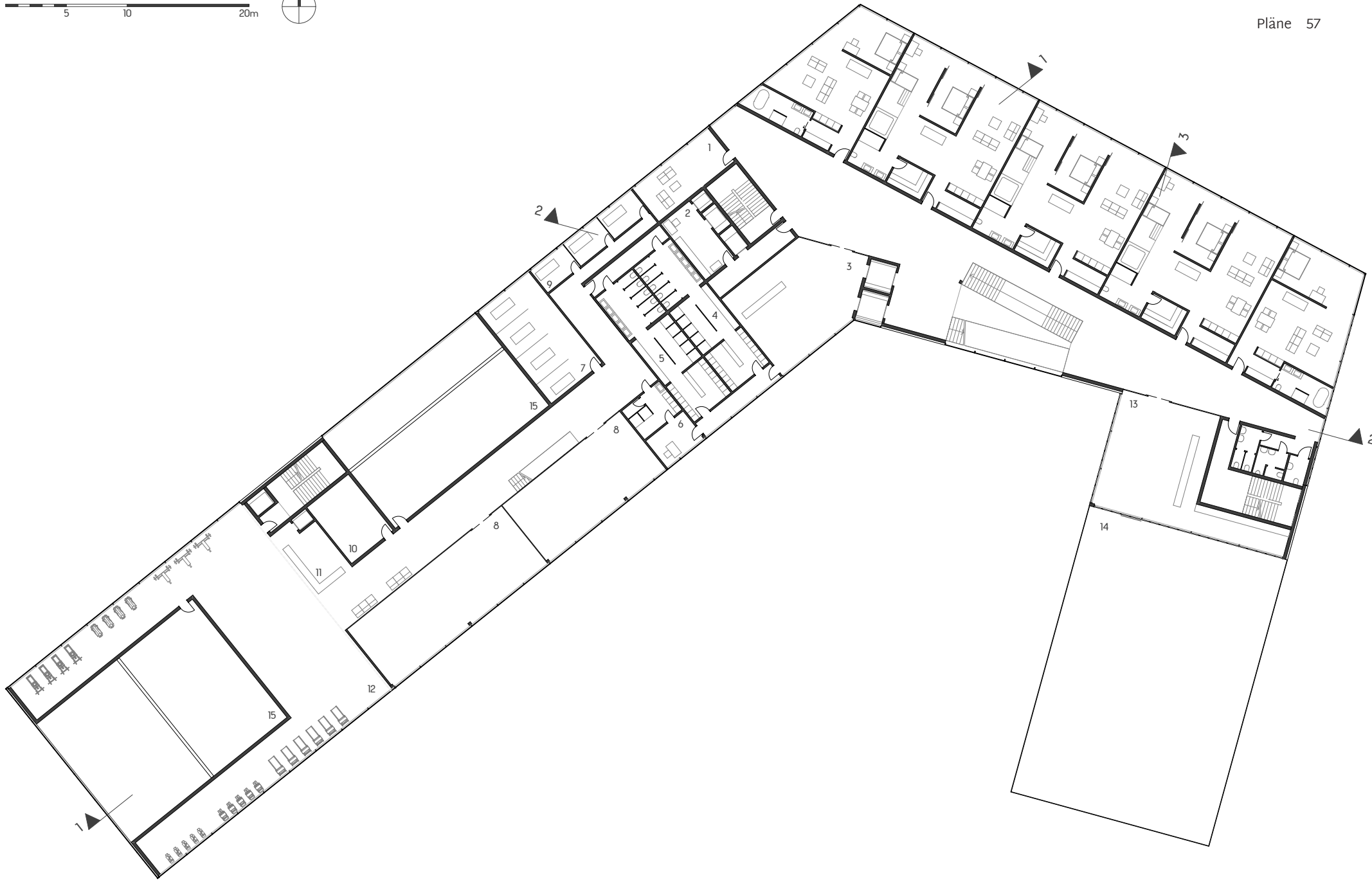
1:400

- 1 Personalraum
- 2 Etagenoffice
- 3 Technikraum
- 4 Eingang Kino
- 5 Kino
- 6 Hobbyraum
- 7 Hobbyraum - Kinderbereich
- 8 Toiletten



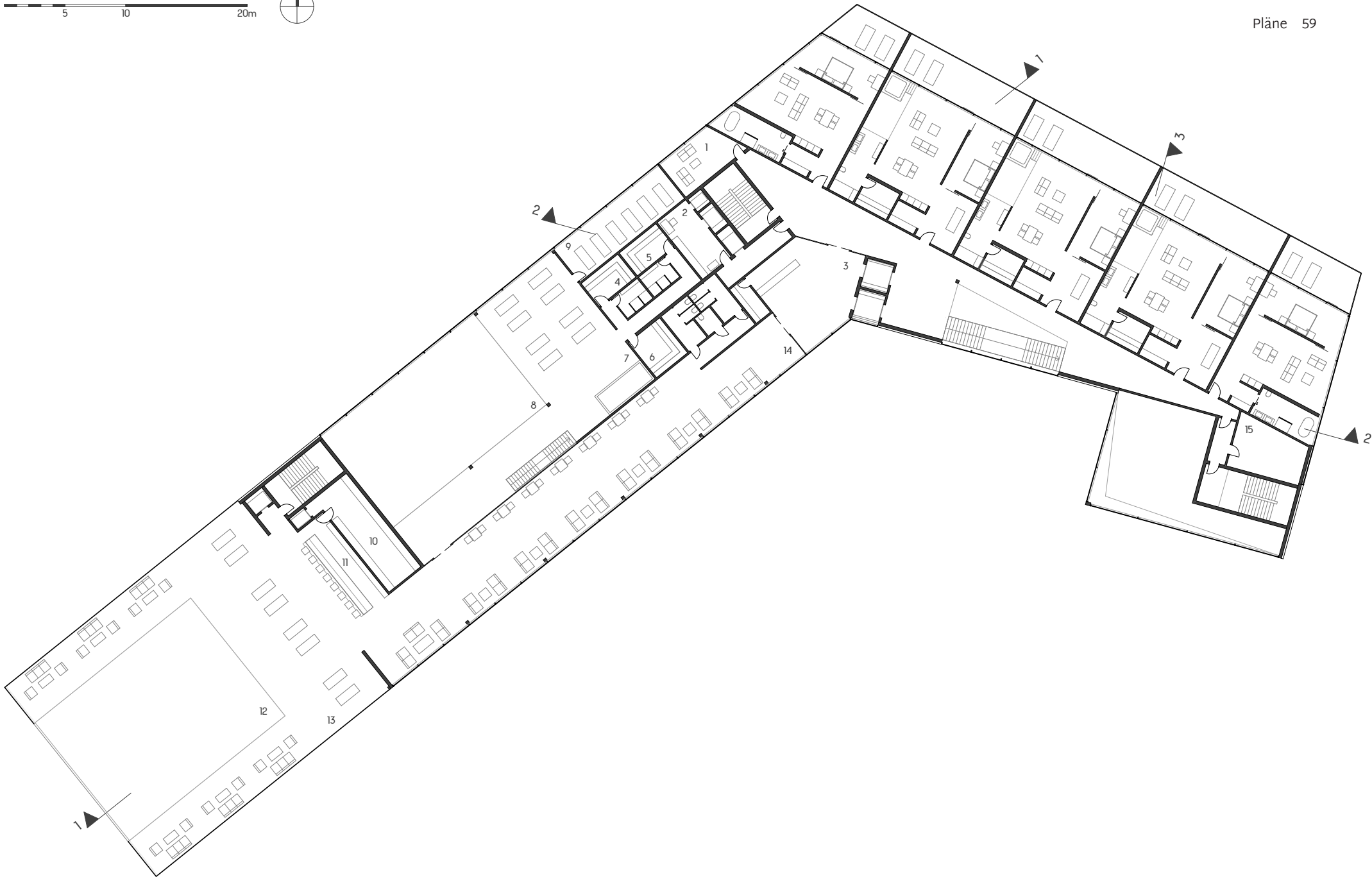
3. Obergeschoss 1:400

- 1 Personalraum
- 2 Etagenoffice
- 3 Eingang Wellness
- 4 Garderone - Damen
- 5 Garderone - Herren
- 6 Garderone - Personal
- 7 Massage
- 8 Raum für Fitness/Yoga/Meditation
- 9 Solarium
- 10 Lagerraum
- 11 Bar
- 12 Gym
- 13 Ausgang Terrasse
- 14 Terrasse
- 15 Pool Technik



4. Obergeschoss**1:400**

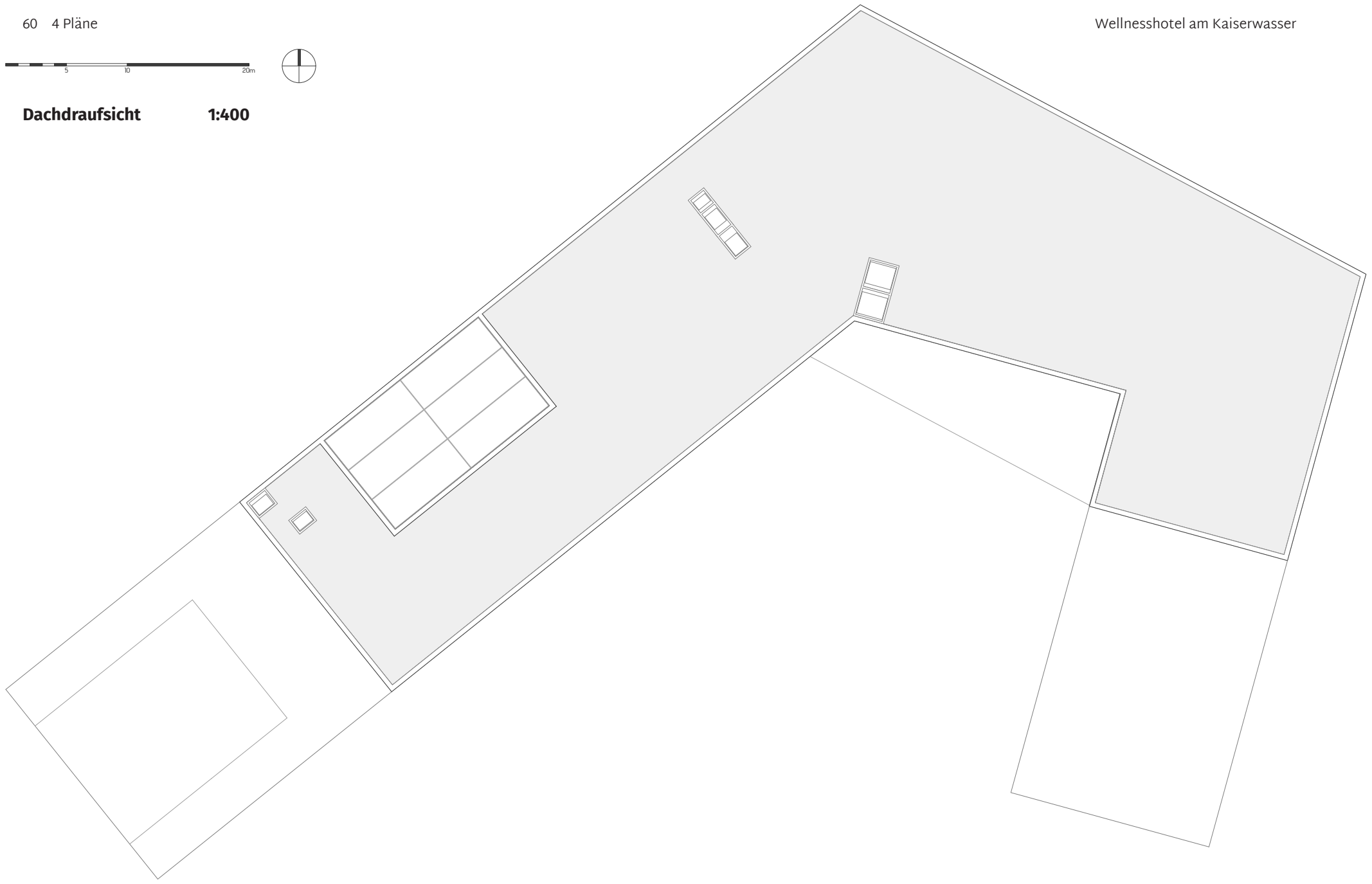
- 1 Personalraum
- 2 Etagenoffice
- 3 Eingang Wellness
- 4 Sauna - Damen
- 5 Sauna - Herren
- 6 Dampfbad
- 7 Jacuzzi
- 8 Innenbecken
- 9 Ruheraum
- 10 Küche
- 11 Bar
- 12 Außenbecken
- 13 Lounge Bar
- 14 Restaurant
- 15 Technikraum





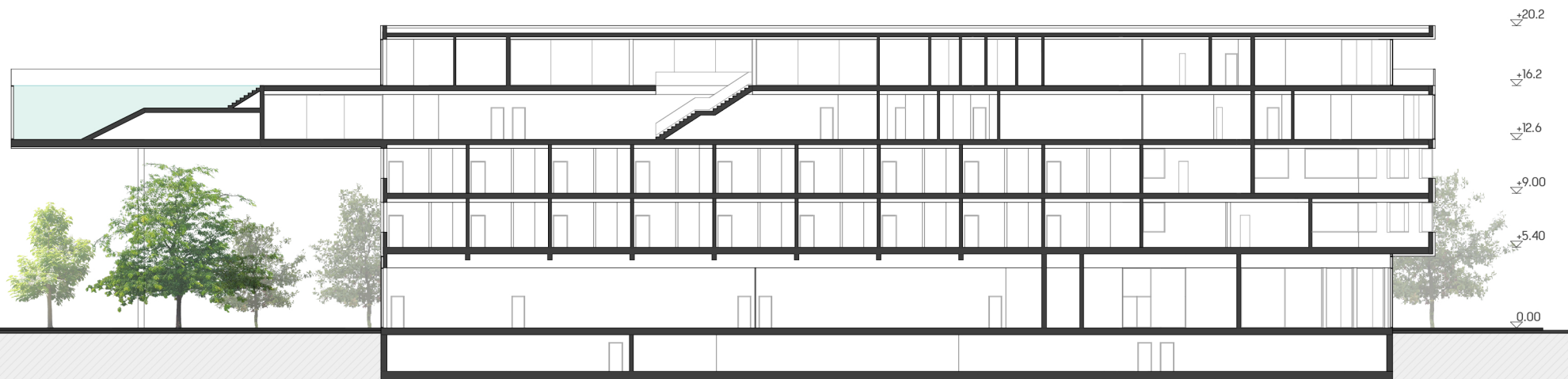
Dachdraufsicht

1:400

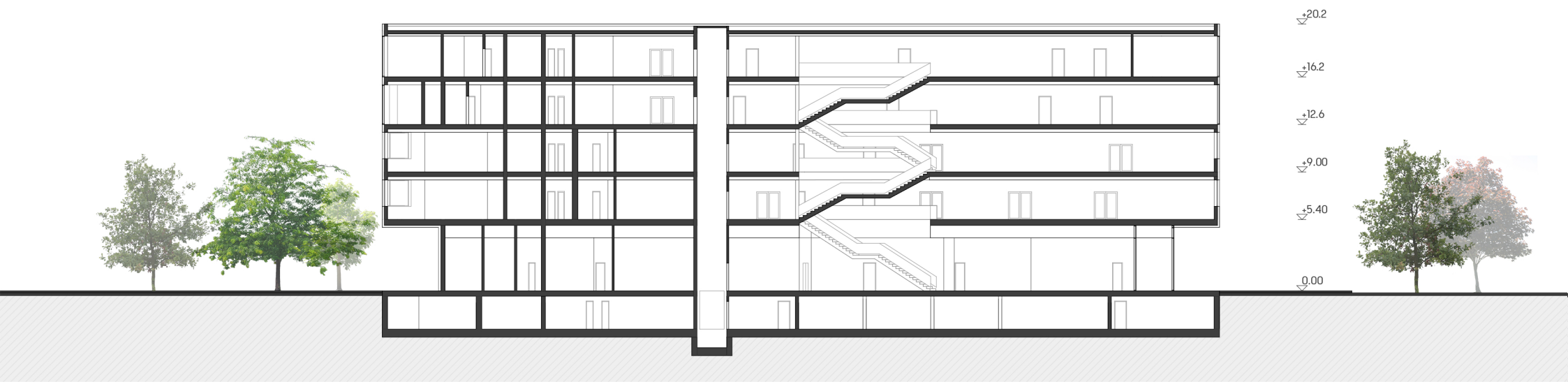


4.4 SCHNITTE

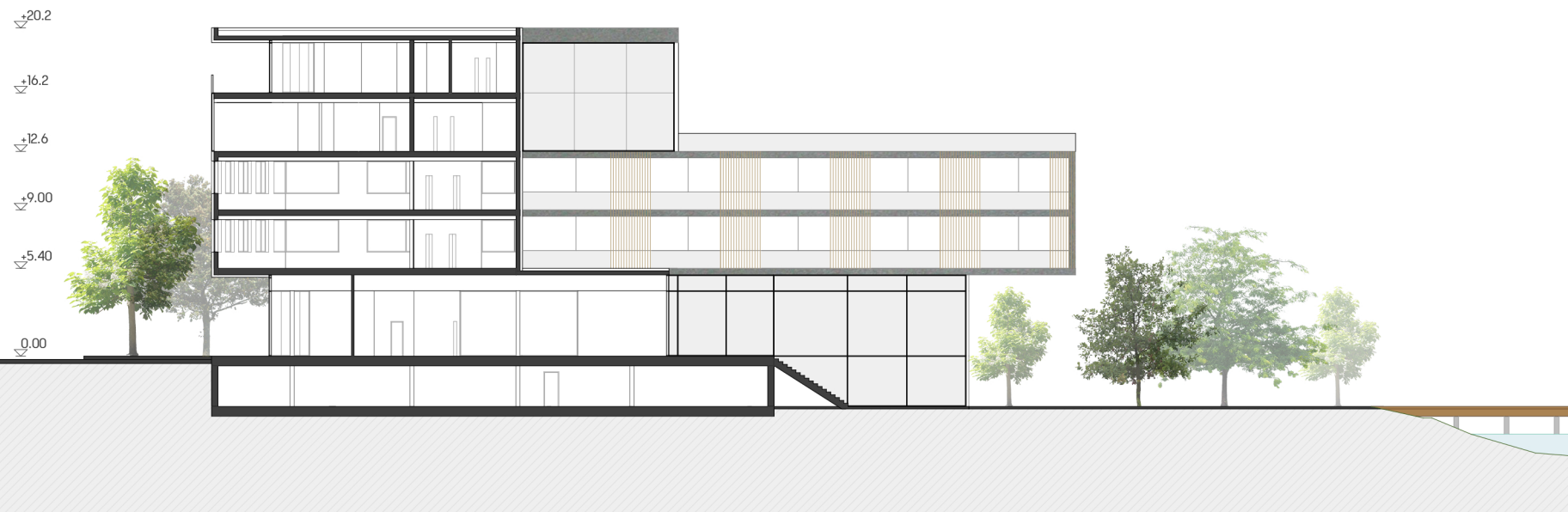
SCHNITT 1 1:400



SCHNITT 2 1:400

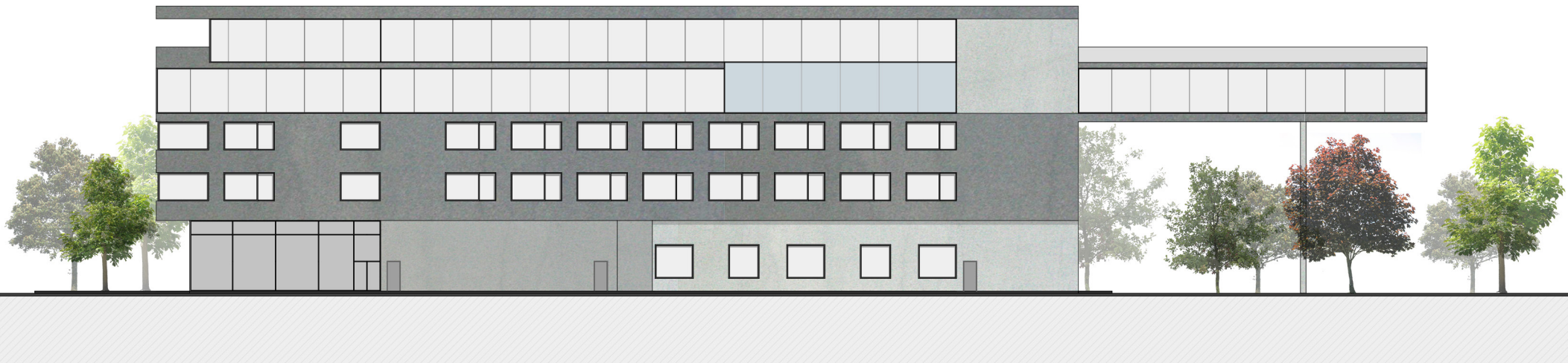


SCHNITT 3 1:400

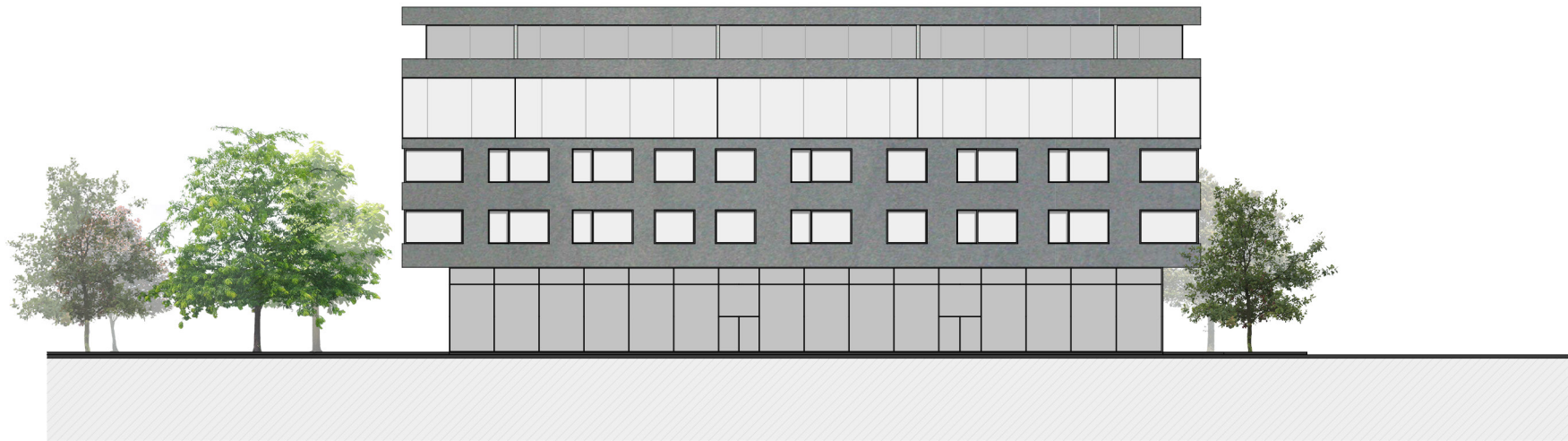


4.5 ANSICHTEN

NORD-WEST FASSADE 1:400

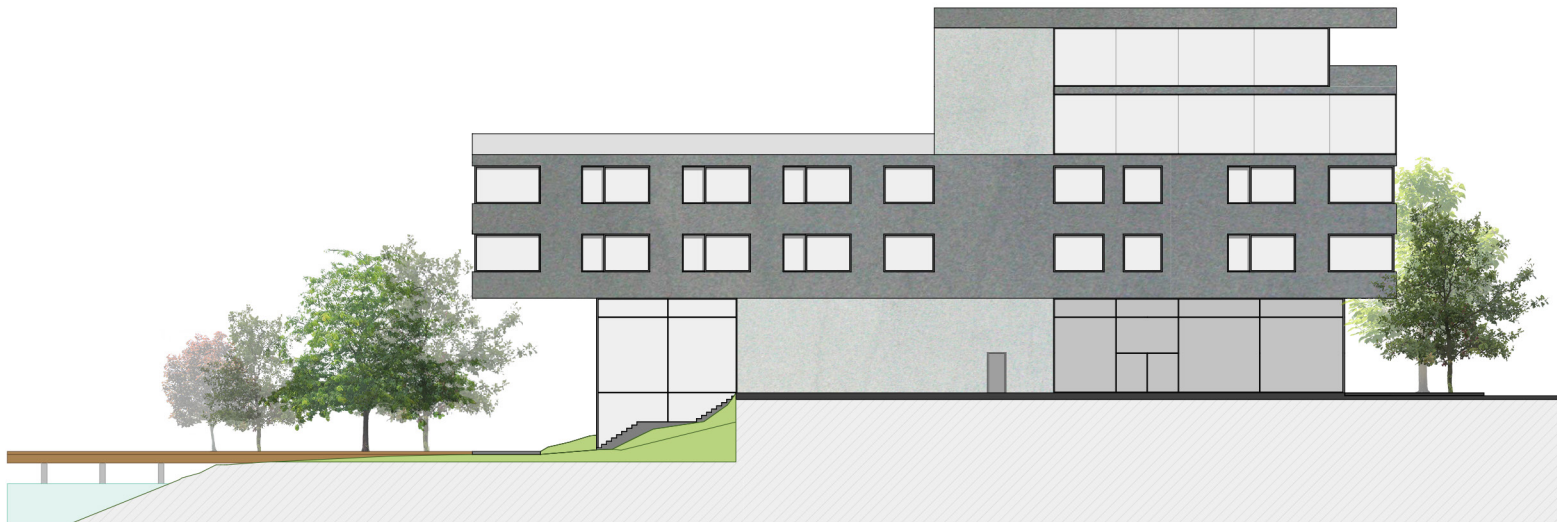


NORD-OST FASSADE 1:400

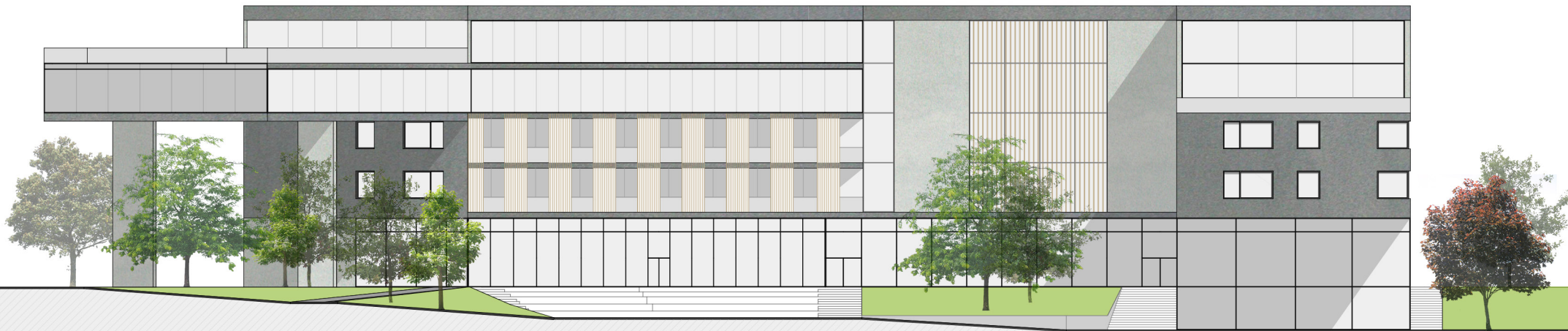


OST FASSADE

1:400

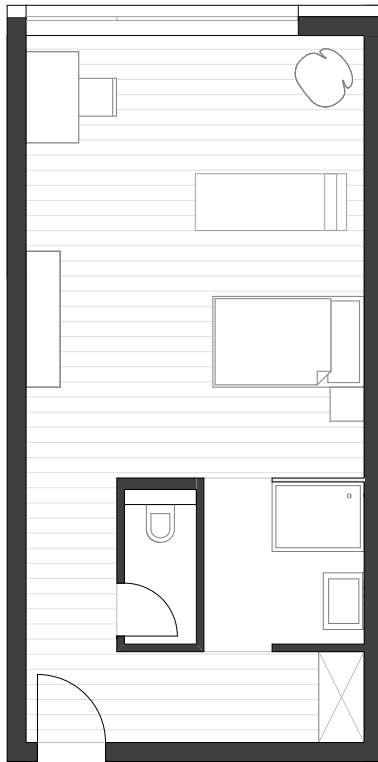


SÜD FASSADE 1:400

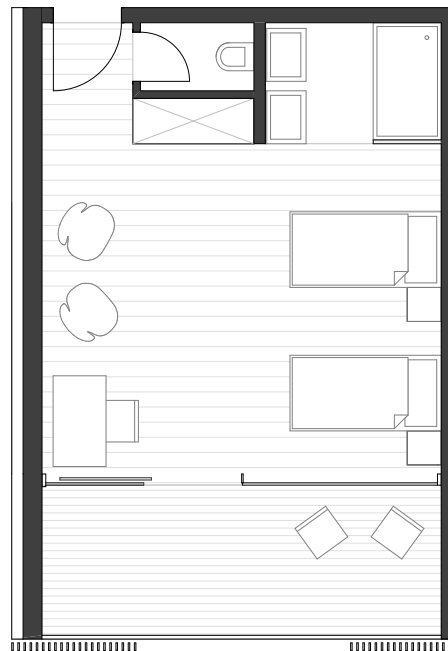


4.6 ZIMMERTYPEN

1:100



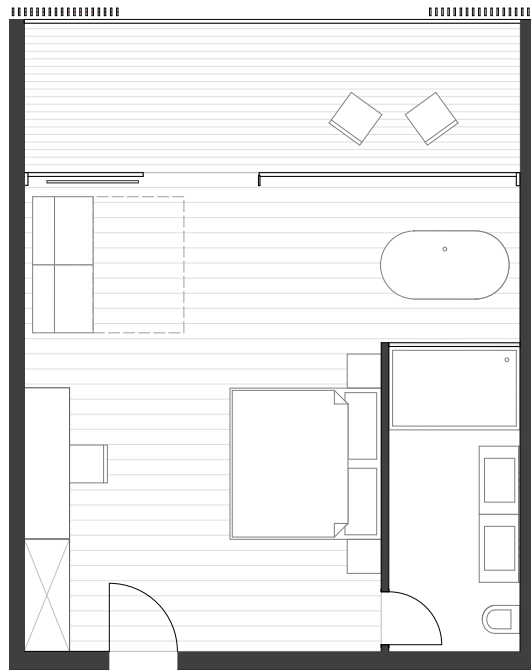
ZIMMER TYP 1
 FLÄCHE: 41.80 m²
 ANZAHL: 14



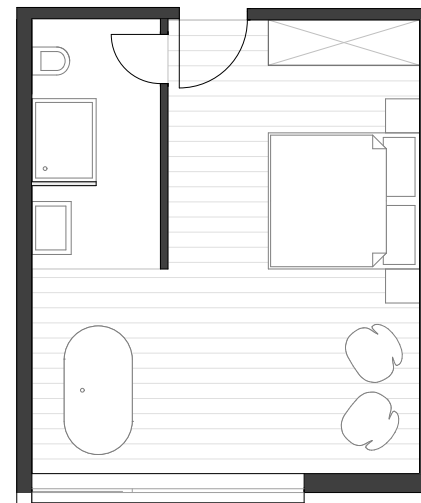
ZIMMER TYP 2
 FLÄCHE: 43 m²
 ANZAHL: 16



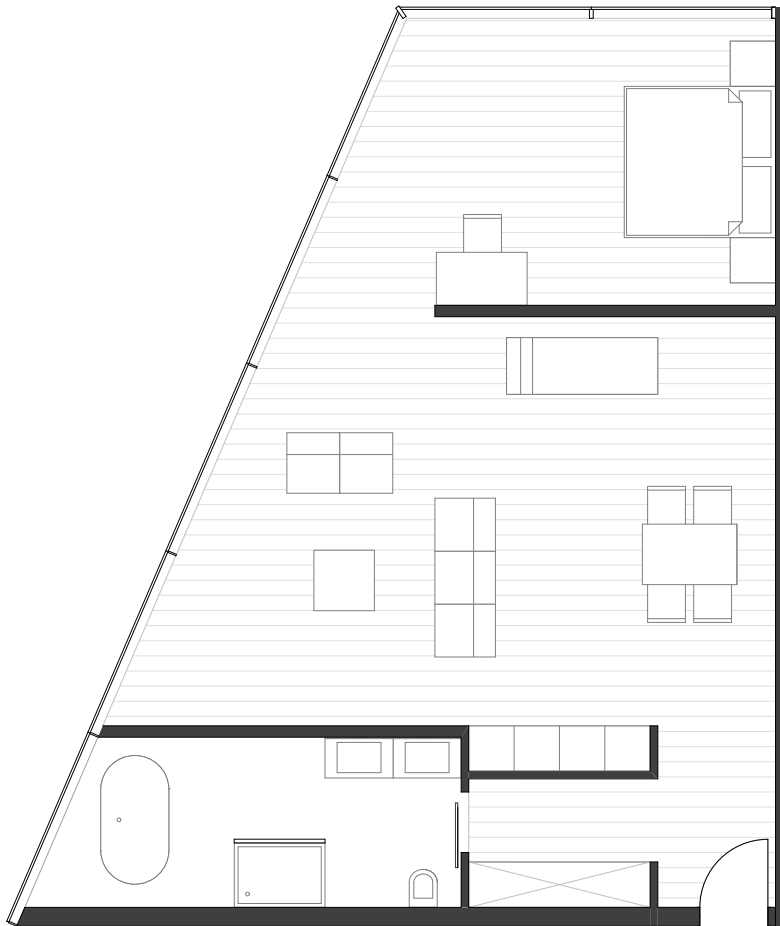
ZIMMER TYP 3
 FLÄCHE: 52.10 m²
 ANZAHL: 2



ZIMMER TYP 4
FLÄCHE: 55.10 m²
ANZAHL: 10



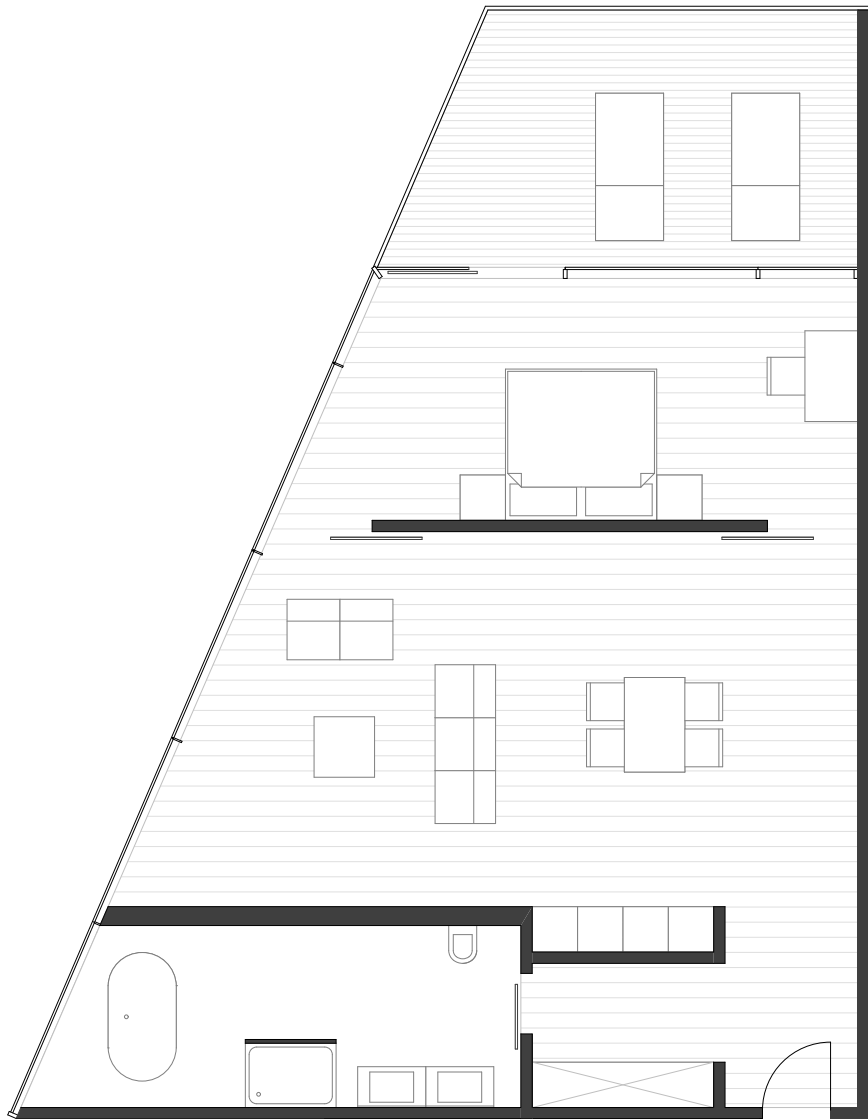
ZIMMER TYP 5
FLÄCHE: 30.80 m²
ANZAHL: 10



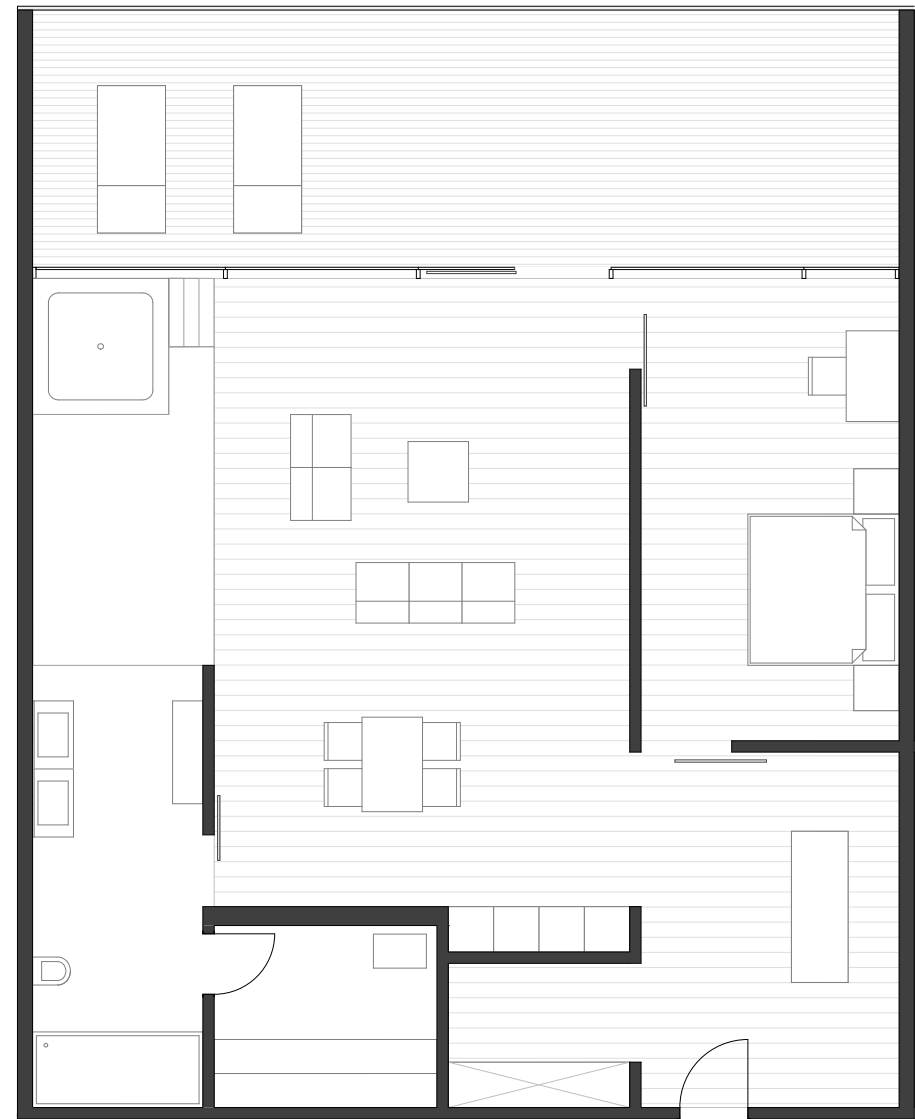
APARTMENT 1
FLÄCHE: 90 m²
ANZAHL: 2



APARTMENT 2
FLÄCHE: 136 m²
ANZAHL: 3



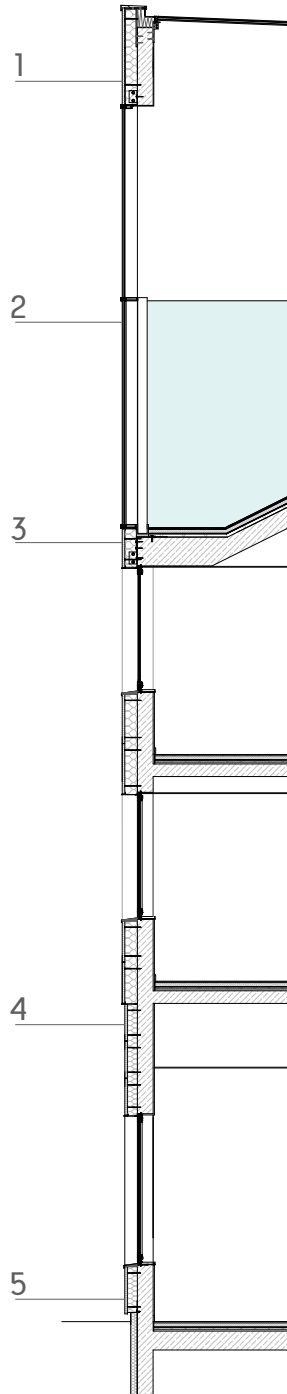
APARTMENT 3
FLÄCHE: 115 m²
ANZAHL: 2



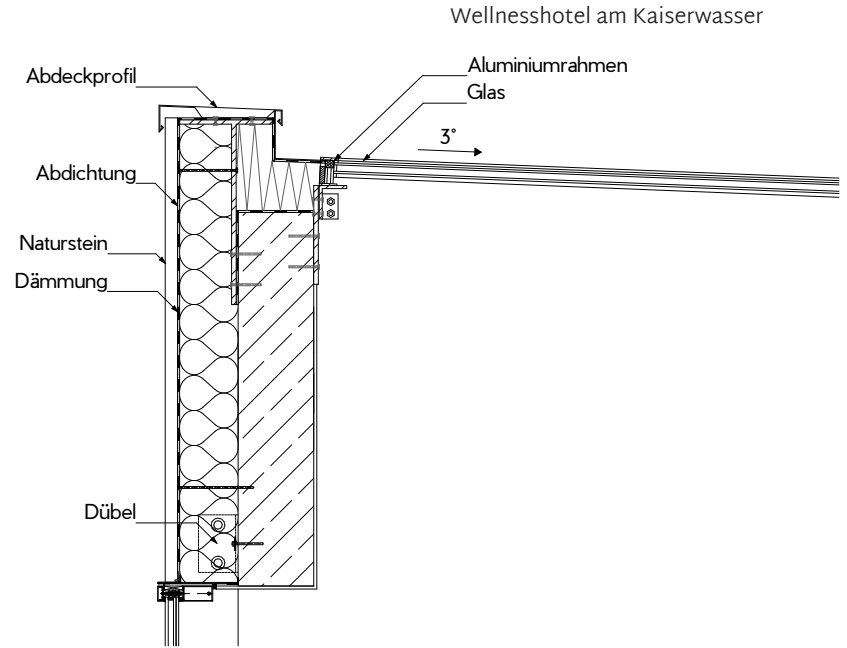
APARTMENT 4
FLÄCHE: 168 m²
ANZAHL: 3

4.7 DETAILS

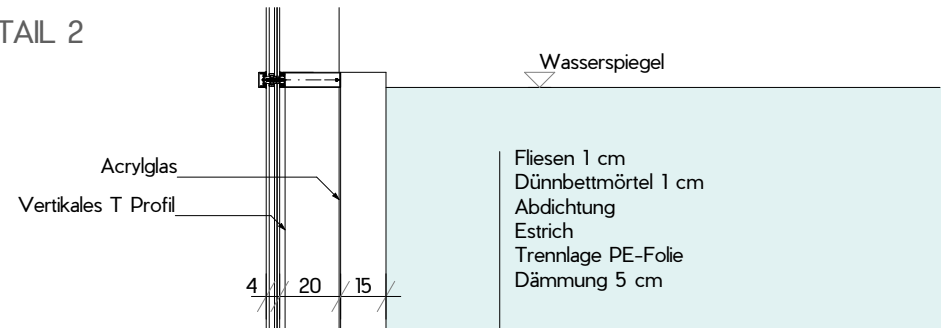
1:25



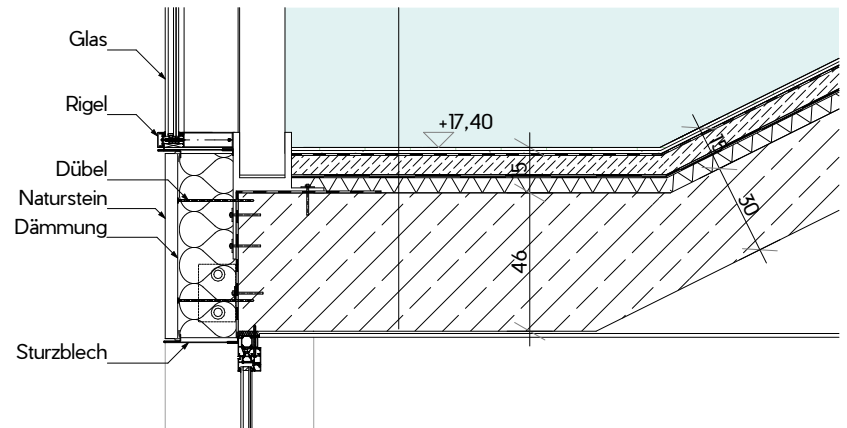
DETAIL 1



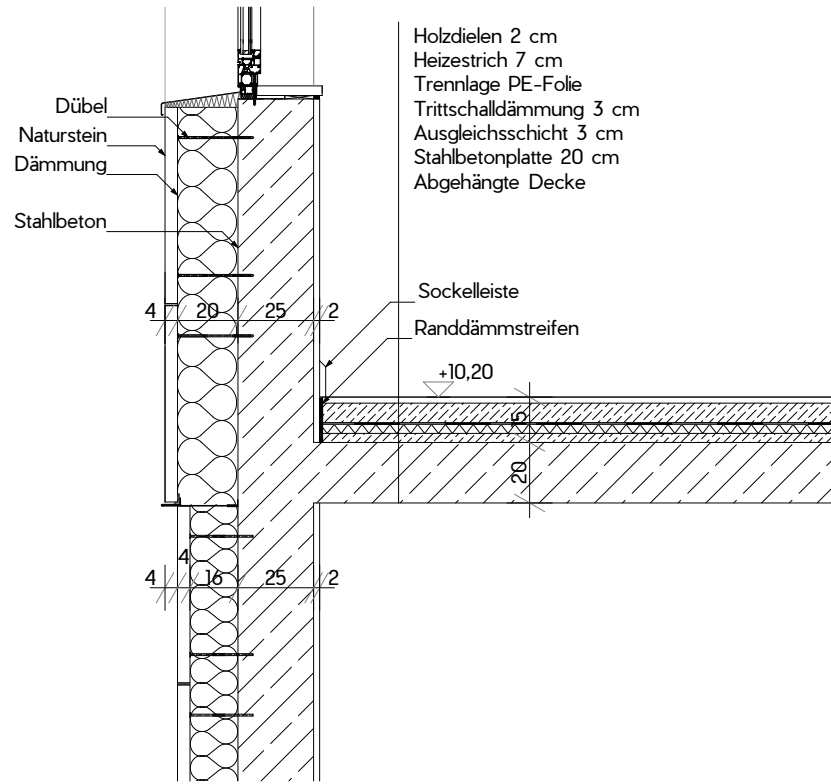
DETAIL 2



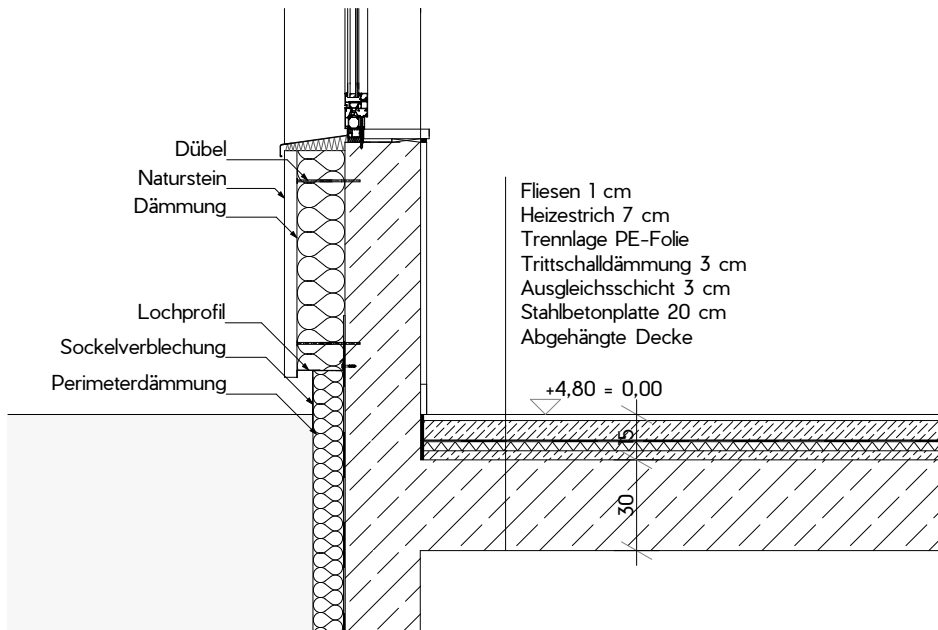
DETAIL 3

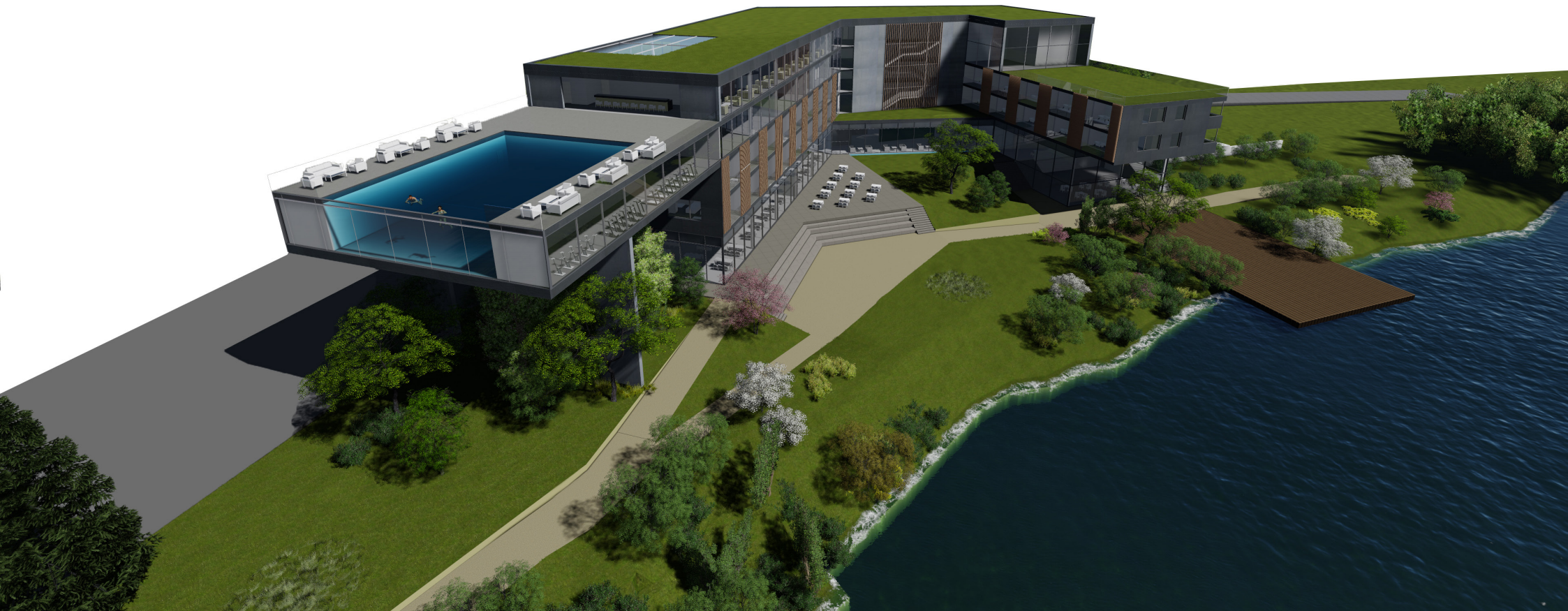


DETAIL 4

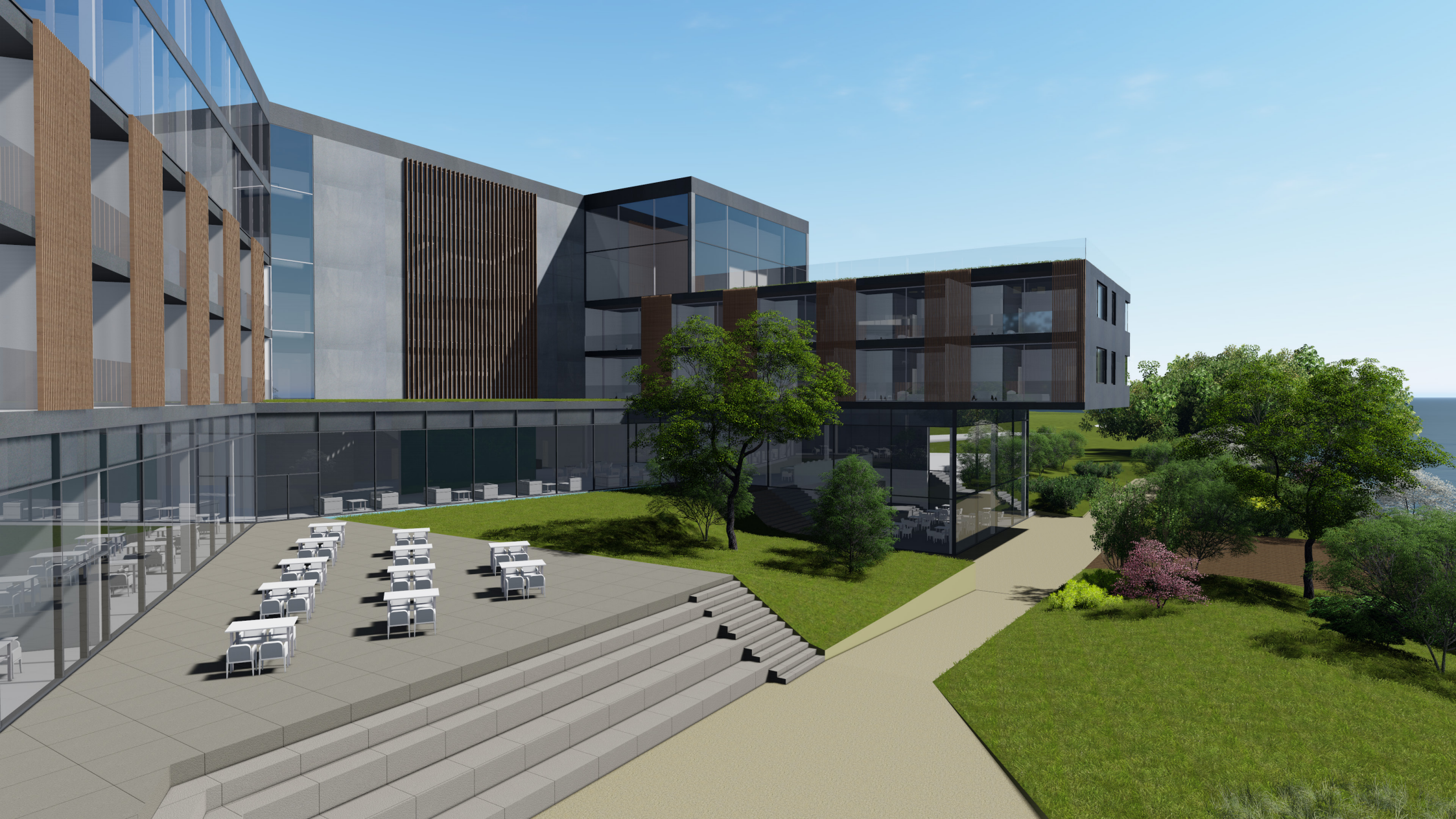


DETAIL 5









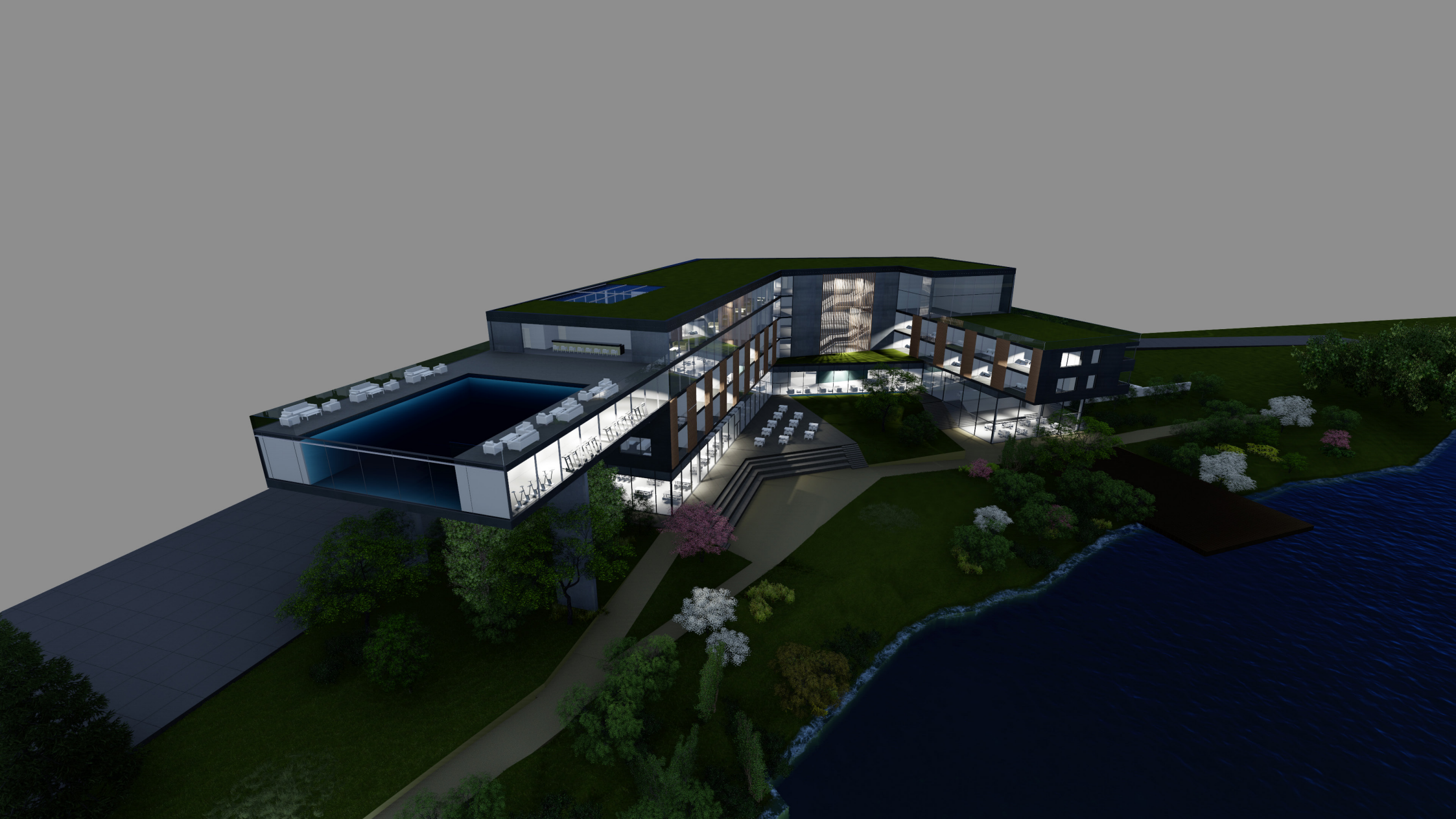












5 REFERENZEN

LITERATURVERZEICHNIS:

Veronika A. Leichtle, *Handbuch für atmosphärische Gestaltung im Hotel*, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin (2009)

Melanie Smith, László Puczkó *Health and Wellness Tourism*, Elsevier/Butterworth-Heinemann (2009)

Herbert Keck, *Skriptum zur Vorlesung Temporäres Wohnen - Hotelplanung*, Wien (2007)

Christian Schittich, Gerald Staib, Dieter Balkow, Matthias Schuler, Werner Sobek, *Glasbau Atlas*, Institut für internationale Architektur-Dokumentation GmbH & Co. KG, München (2006)

Fachzeitschrift Detail, *Fassaden best of Detail*, Institut für internationale Architektur-Dokumentation GmbH & Co. KG, München (2015)

INTERNETQUELLEN:

<http://tv.orf.at/gutenmorgen/stories/2780785/>

<http://www.archdaily.com/5524/loisium-hotel-stein-holl>

<https://www.architonic.com/en/project/unstudio-ben-van-berkel-hotel-castell-in-zuoz/5100005>

<http://www.nationalwellness.org/> <https://www.wien.info/de/sightseeing/gruenes-wien/naturbadeplaetze>

<http://www.norstone.co.uk/basalt-interlocking-tiles.html>

<http://www.buildingstoneinstitute.org/technical-stone-information/stone-and-sustainability-technical/why-choose-natural-stone/>

ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1: Kaiserwasser, Donauplatte - Foto-Julius, <http://www.foto-julius.at/wien10/W5898.html>

Abb. 2: 8 Dimensions of Wellness, <https://umwellness.wordpress.com/8-dimensions-of-wellness/>

Abb. 3: Loisium hotel, Steven Holl, <http://www.archdaily.com/5524/loisium-hotel-steven-holl/500f062528ba0d0cc700136f-loisium-hotel-steven-holl-image>

Abb. 4: Loisium hotel, Steven Holl, <http://www.archdaily.com/5524/loisium-hotel-steven-holl/500f061928ba0d0cc700136d-loisium-hotel-steven-holl-image>

Abb. 5: Loisium hotel, Steven Holl, <http://www.stevenholl.com/projects/loisium-hotel>

Abb. 6: Castell hotel, UN Studio, <https://travelblogger.ch/2015/03/02/kopflueftete-auszeit-im-hotel-castell-in-zuoz/>

Abb. 7: Castell hotel, UN Studio, <https://www.architonic.com/en/project/unstudio-ben-van-berkel-hotel-castell-in-zuoz/5100005>

Abb. 8: Castell hotel, UN Studio, <http://www.hotelcastell.ch/medien/>

Abb. 9: Kaiserwasser, http://swietelsky.immo/Content/uploads/wien-nauschgasse-46/generated/Nauschgasse-4_MG_8087-1280x853.jpg

Abb. 10: Kaiserwasser, <http://www.sebastiangrabbe.com/skyline-wien-kaiserwasser-als-spiegelung/>

DANKSAGUNG

Danke an Univ. Lektor Oberrat DI Dr.techn. Herbert Keck für die Betreuung meiner Diplomarbeit und seine konstruktiven Vorschläge.

Danke an meine Kollegen und ein großes Danke an Michael Jeitler für seine Hilfe und Unterstützung.
Danke an meine Familie die immer an mich glaubte.

