



Ein Bera-Motiv von Joan Fontcuberta empfängt die Besucher im Le Méridien Hotel. Für das „Victoria“ hat Eva Sol (li.) Nürnberg-Motive im Auftrag von Chefin Sabine Powels (re.) gemalt. Fotos: oh/Matej

Die Kunst als Schlüssel zur Kommunikation und Gästezufriedenheit: Gerade in Krisenzeiten setzen Hotels verstärkt auf kulturelles Engagement, wie Beispiele auch aus Nürnberg zeigen.

Die Künstlerquote in Nürnberger Privathotels dürfte in diesen Tagen nach oben schnellen. Der Grund ist die Aktion „11 Hotels – 11 Einsichten“: Ausgewählte Maler, Bildhauer, Komponisten und Fotografen aus der Region sind eingeladen, die Häuser zu bewohnen. Nicht gegen Geld, versteht sich, sondern gegen Kunst. Die wird dann ab 29. September in einer Wanderausstellung in allen beteiligten Häusern zu sehen sein. Anlass für diese aufwändige Aktion ist das 20-jährige Bestehen des Verbundes „Privathotels Nürnberg“.

„Ich atme das Flair ein“, erklärt die Nürnberger Malerin Eva Sol beim Rundgang durch das Hotel Victoria am Königstor, für das sie im Rahmen der Aktion engagiert wurde. Das mit dem Einatmen ist dort derzeit allerdings etwas schwierig: Es wird renoviert. „Besser Staub aufwirbeln, als Staub ansetzen“, meint Eva Sol, die nach eigenen Worten sowieso dazu neigt, „alles farbiger zu sehen als es ist.“

„Wir möchten mit der Kunst unsere Einzigartigkeit unterstreichen und die Kommunikation mit und unter unseren Gästen fördern“, sagt Geschäftsführerin Sabine Powels. Deshalb hängen in ihren Zimmern auch keine Kunstdrucke, sondern Originale, die sie vor kurzem – und unabhängig von der Verbund-Aktion – bei Eva Sol in

Auftrag gegeben hat. Sieben sind es bislang, 15 sollen es werden: Farbkräftige, verfremdete Nürnberg-Ansichten in warmen Rot- und Orange-Tönen, die das jeweilige Zimmer dominieren. „Viele reagieren positiv auf die neuen Bilder. Manche älteren Gäste sind mit der Energie, die von den Leinwänden ausgeht, aber auch ein bisschen überfordert“, schildert Powels die Reaktionen.

Aber genau darum geht es ja: Anregen, irritieren, überraschen soll die Kunst – auch im schräg gegenüber vom Hotel Victoria gelegenen Le Méridien Grand Hotel. „Gästabefragungen haben gezeigt, dass die ersten zehn Minuten im Hotel den Gesamteindruck prägen“, sagt Eva Ziegler von der Starwood-Gruppe, zu der die Le Méridien Hotels gehören. Das „Begrüßungsprogramm“ im Nürnberger Haus: In den ersten zehn Minuten „erklettert“ der Gast einen Gebirgsgipfel, „badet“ in Weihrauch und Moschus und wird auf einen arabischen Markt versetzt.

Das klingt jetzt aber anstrengender und abgefahren als es ist: Der mächtige Berg prangt als durchscheinender Fotodruck des spanischen Künstlers Joan Fontcuberta auf der Eingangstür zur Lobby. Dahinter pustet eine Duftmaschine alle 30 Minuten eine angenehme Mischung dezent in den Raum,

Die Kunst als Schlüssel zum Gast

Auftragswerke und Aktionen mit dem Neuen Museum: Hotels setzen auf Kultur



Ein rosafarbenes Blütenmotiv des Künstlers Michael Lin zeigt die neue Schlüsselkartenserie, die den Gästen im Nürnberger Le Méridien Grand Hotel Zugang zu den Zimmern gewährt.

die, so Ziegler, „vom Wohlgeruch feiner Leder-Bucheinbände inspiriert ist.“

Im Aufzug schließlich läuft eine Klanginstallation des französischen Komponisten und Grammy-Gewinners Henri Scars Struck: Mal hört man Pferdegetrappel, mal Dschungelgeräusche, Vogelgezwitscher, Wasserplätschern oder eben Markttreiben. Nicht immer kommt das als Kunst beim Reisenden an: „Ein Gast hat uns einmal aufgeregt darauf aufmerksam gemacht, dass wir im Haus einen Rohrbuch haben müssten“, erzählt Angelika Hemm von der Geschäftsführung des Nürnberger Hauses.

Das profitiert von dem weltweiten Kunstkonzept des Konzerns, fördert aber darüberhinaus auch lokale Kulturschaffende: Seit einigen Monaten treten jeden Donnerstagabend Studenten der Nürnberger Musikhochschule in der „Atelier-Bar“ im Grand Hotel auf und spielen Jazz. Nach längerer Pause wird diese nun auch wieder für Ausstellungen genutzt. Im monatlichen Wechsel zeigen dort Absolventen des Studiengangs Design der Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule ihre Arbeiten.

Den Anfang machen der Fotokünstler Thomas Beyerlein und die Illustratorin Silke Werzinger, die schon für Kunden wie Vidal Sassoon und Peu-

geot sowie für Publikationen wie *Die Zeit* und *Neon* gearbeitet hat. „Wir möchten mit unserem Engagement beweisen, welch großartiges kreatives Potenzial an Nürnbergs Hochschulen gefördert und entwickelt wird“, sagt Wolfgang Selinger, der das Kulturprogramm für das Nürnberger Hotel organisiert. Im nächsten Jahr will er auch wieder zu Vernissagen einladen.

Sowohl für das „Victoria“ wie für das „Le Méridien“ ist das Neue Museum, das in unmittelbarer Nähe beider Häuser liegt, ein wichtiger Bezugspunkt. „Die Eröffnung des Museums war für mich ein weiterer Anstoß, mich noch mehr für die Kunst in unserem Haus zu engagieren“, sagt Sabine Powels. Ein großer Teil ihrer Zimmer bietet die Aussicht auf den Klarissenplatz mit der imposanten Glasfassade. „Wenn ich schon nicht im Neuen Museum hänge, dann zumindest ganz nah dran“, meint Eva Sol lachend.

Das Neue Museum können Gäste des Le Méridien Hotels seit neuestem kostenlos besuchen. Jedes der 120 Hotels der Gruppe kooperiert mit einem Museum oder mehreren Ausstellungshäusern vor Ort und händigt seinen Gästen kostenlose Tickets dafür aus. In München sind das zum Beispiel das Museum Brandhorst und die Pinakothek der Moderne, in Frankfurt die Schirn Kunsthalle und in Nürnberg das Neue Museum. „Bei unseren Gästen stößt das Angebot auf großes Interesse“, sagt Daniela Wurm, die die Freikarten am Empfang mit einer warmen Empfehlung zum Museumsbesuch ausgibt. **BIRGIT RUF**