

Zweimal prämiert: ADC vergibt Auszeichnungen für Pop-up-Hotel The Lovelace

Gleich zwei Auszeichnungen für die besondere Konzeption, Inszenierung und das Design der Hotelzimmer des temporär genutzten The Lovelace in der ehemaligen Bayerischen Staatsbank erhielt die RBSGROUP, eine Beteiligung der Drees & Sommer SE. Der Art Directors Club für Deutschland e.V. (ADC) prämierte das experimentelle Kultur- und Hotelprojekt in München in den Kategorien „Design Disziplin“ und „Kommunikation im Raum“. Im Verein haben sich führende Kreative unter anderem aus den Bereichen Werbung, Design, Fotografie, Illustration und Szenografie zusammengeschlossen und zeichnen jährlich herausragende Projekte aus.

Einblicke in das Hotel The Lovelace bietet das folgende Video: [RBSGROUP The Lovelace](#)

Ein Ort, der mehr ist als nur ein Hotel und Menschen einen Raum bietet, sich zu treffen. Mit dieser Vision gestalteten Cambis Sharegh, Michi Kern, Gregor Wöltje, Lissie Kieser und Alexander Lutz, die Partner hinter The Lovelace, die ehemaligen Vorstandsbüros in 30 geräumige und komfortable Hotelzimmer und Suiten unterschiedlicher Zimmerkategorien um. Ziel dabei war es, den ursprünglichen Charakter der Bayerischen Staatsbank zu wahren. Seit Herbst 2017 hat das Pop-up-Hotel als spannendes Zwischennutzungsprojekt für das Gebäude seine Türen bis voraussichtlich 2019 geöffnet. Neben den Hotelzimmern bietet das Hotel sowohl Platz für Kunst-, Musik-, Literatur- und Diskussionsveranstaltungen als auch für Läden, Café, Restaurant, Club, Bar und Studios. „Mit The Lovelace haben wir ein Hotel Happening mit außergewöhnlicher Atmosphäre geschaffen, das es so bislang noch nicht gab. Dazu trägt auch das Design und Storytelling der Hotelzimmer nach dem Konzept der RBSGROUP bei“, sagt Gregor Wöltje, geschäftsführender Gesellschafter von The Lovelace.

Das Hotelzimmer als Bühne

Inszeniert sind die Zimmer des Lovelace beispielsweise durch einen 360°-Vorhang, der die Räumlichkeiten als Bühne einrahmt und eine hohe Aufenthaltsqualität bietet. Stauräume wie Regale und Garderoben sind dahinter verborgen, Kunst und Stadtausblicke hingegen werden gut in Szene gesetzt. Showrooms, ein Veranstaltungsraum, eine Rooftop-Bar, Pop-up-Shops und eine bewirtete Flying Lobby gehören zum Gesamtkonzept. „Die Besonderheit bei The Lovelace ist der Gedanke, dass dieser Ort in der Form, wie wir ihn schaffen, nicht für immer existieren wird. Unsere Aufgabe war es daher, die Identität des Kunden und die Bedürfnisse der Besucher mit den bestehenden Strukturen zu vereinen. Auf Basis der kuratierten Inhalte wie Kunst, Literatur und Musik entstand die Idee, die

Zimmer sehr szenografisch zu betrachten und zur Bühne werden zu lassen. Eine Bühne in der die Gäste gleichsam Betrachter und Akteure sind“, erklärt Alexander Strub, Consultant der RBSGROUP, Beteiligung der Drees & Sommer SE.



Bildunterschrift: Umlaufende 360°-Vorhänge inszenieren die Hotelzimmer im Lovelace.

© Steve Herud/The Lovelace

Weitere Informationen zum weltweit ersten Pop-up-Hotel mit Hotelzimmern, Kulturprogramm und Eventflächen finden Sie auf der Lovelace-Website: www.thelovelace.com.

* * *

Drees & Sommer: Innovativer Partner für Beraten, Planen, Bauen und Betreiben.

Drees & Sommer begleitet private und öffentliche Bauherren sowie Investoren seit über 45 Jahren bei allen Fragen rund um Immobilien und Infrastruktur. Das partnergeführte Unternehmen mit Hauptsitz in Stuttgart ist mit rund 2.400 Mitarbeitern an insgesamt 43 Standorten weltweit vertreten.

Seine Leistungen erbringt Drees & Sommer unter der Prämisse, Ökonomie, Qualität und Ökologie zu integrieren. Diese ganzheitliche und nachhaltige Herangehensweise heißt bei Drees & Sommer „the blue way“.

Drees & Sommer steht gemeinsam mit EPEA Internationale Umweltforschung in Hamburg für Cradle to Cradle® in der Baubranche und bringt Bauherren, Investoren, Architekten und Produkthersteller zusammen, um das Thema voranzutreiben.