



LUXUS? WAS IST DAS HEUTE?

— Im exklusiven Interview mit SPA DESIGN spricht der Künstler SHA. über die Wandlung des Begriffs Luxus und dessen Bedeutung für die Hotellerie. —

Der österreichische Künstler SHA. kreiert Kunst für den Alltag, um damit die Grenzen des Alltäglichen zu erweitern. Mit seiner Kunst erforscht er die menschliche Wahrnehmung – unsere Sinne. Er gestaltet „Sinnes-Räume“ für ganzheitliche Erlebnisse. SHA. lebt in Wien. Seine Projekte findet man heute in 35 Ländern an über 300 Standorten. Sie wurden international mehrfach ausgezeichnet. Aktuell stellt SHA. unter dem Motto „Wellness for Buildings!“ sein jüngstes Projekt in Deutschland fertig: die DNA für „Das Lebendige Haus“ in Dresden.

Während Spas ein Luxusgut sind, wirken Produkte wie deine „AlphaSphere“ für tiefgehender als die üblichen Treatments. Ist es daher naheliegend, dass du deine Projekte als Neudefinition von Luxus verstehst?

Menschen ein neues Verständnis und ein Gefühl für das zu geben, was wir heute „Luxus“ nennen, das ist definitiv Teil meiner Mission. Ich persönlich empfinde Raum-und-Zeit-In-Fülle als den wahren Luxus von heute. In unserem Zeitalter, das geprägt ist von Optimierung, Beschleunigung, Verdichtung und letztlich Druck wird der Wunsch nach Ruhe und Entspannung immer präsenter – nicht nur in Wellness Hotels, sondern in vielen Lebensbereichen. Ich habe den Eindruck, dass mitten in unserer „High-Speed-Society“ der Wunsch nach Entschleunigung unüber-

hörbar wird. Da ist vielfach das Bedürfnis nach einer neuen Balance zu spüren, nach einem Ausbalancieren des „Systems“.

Also Luxus definiert als „Zeit für Balance“?

Noch vor 10 Jahren war der Begriff Luxus für die meisten Menschen tief verbunden mit Reichtum, mit Geld und materiellen Dingen, die wir mit Geld kaufen können. Heute beginnen immer mehr Menschen zu begreifen, dass Luxus ein Gefühl und letztlich mehr mit immateriellen Aspekten verbunden ist – wie z.B. Freiheit und Unabhängigkeit. In der Zukunft der Hotellerie brauchen wir ja letztlich beides: Gäste, die einerseits ein großes Bedürfnis nach immateriellen Werten und sinnlichen Erlebnissen haben, die auf der andere Seite aber auch das Geld besitzen, um für diese Erlebnisse – für diese Selbsterfahrung – bezahlen zu können. Das klingt irgendwie widersprüchlich. Aber in der ganzheitlichen Weltbetrachtung ist das der ganz natürliche Prozess des Ausbalancierens aller Energien.

Die „AlphaSphere“ offeriert Gästen ein sehr persönliches, intimes Erlebnis. Glaubst du, dass Personalisierung ein wichtiger Faktor für die Hotellerie wird?

Mich hat ja schon immer irritiert, dass es da Draußen so etwas wie eine Wahrheit oder die eine Objektivität geben soll. Mir zeigt das Leben auf vielfältige Weise, dass diese Wahr-



SINNLICH & TIEFGEHEND:
ALPHASPHERE

heit ein Konstrukt meiner Wahrnehmung ist. Ich sehe das ganz fundamental: jeder Mensch ist einzigartig. Und diese Einzigartigkeit zeigt sich in der Art, wie wir die Welt wahrnehmen. Dies zu erforschen, fasziniert mich.

Jedesmal, wenn wir einen Menschen – einen Gast im Hotel – individuell behandeln, wenn wir ihm das Gefühl geben, dass wir ihn gerade im Hier und Jetzt als einzigartiges Individuum wahrnehmen, werden wir ein tiefes inneres Bedürfnis in dieser Person ansprechen. Wir werden in ihr sozusagen ein inneres Licht entzünden.

Personalisierung und Individualisierung sind die wichtigsten Faktoren in der zukünftigen Entwicklung der Hotellerie, insbesondere im High-End-Segment. Da gibt es heute schon einige gute Beispiele – aber leider auch sehr viele schlechte. Ehrlichkeit und Authentizität spielen dabei sicher eine große Rolle.

Wie malst du dir die Zukunft der Spa Hotellerie aus, bezogen auf das Gasterlebnis?

In einer Welt, in der unsere Medien die Beschleunigung und Verdichtung zelebrieren, bekommt die Hotellerie die Chance, alternative Szenarien anzubieten. In einer Welt in der „Verortung“ – ich meine damit das Bauchgefühl im Hier und Jetzt – zu den raren Momenten zählt, kann die Hotellerie damit punkten, Off-line Erlebnisse im realen, sinnlichen Raum

zu ermöglichen. Es klingt wie ein Paradoxon, aber mit der zunehmenden Digitalisierung aller Bereiche gewinnt das Analoge, das physische Erlebnis an Bedeutung. Hotels bekommen ein neues Feature, eine neue Aufgabe: Sie müssen Menschen tiefgehend berühren, ja regenerieren können – sie letztlich neu ausbalancieren.

Welchen Beitrag kann ein Künstler leisten?

In diesen Kontext des Ausbalancierens verankere ich mein ganzes „Holistic Design“-Konzept, meine sogenannten „Sinnes-Räume“ für ganzheitliche Erlebnisse. Heute ist es nicht länger die Aufgabe von Architekten und Designern, nur spektakuläre dreidimensionale Hüllen zu entwerfen, die wir als Menschen gar nie so wahrnehmen können, wie es im tollen Modell oder in der coolen 3D Animation simuliert wird. Wie fühle ich mich als Mensch in diesem Raum? Das wird die entscheidende Designfrage der Zukunft – gerade und vor allem auch in der Spa Hotellerie.

Also brauchen wir im Spa der Zukunft ein anderes Design als das, was wir kennen?

Ja! Ein radikal anderes Verständnis von Design. Es ist ganz einfach: Im „Wellnessen“, im Spa, im Wasser, im Berührtwerden, im Liegen und letztlich auch im Nacktsein verändert sich unsere Wahrnehmung, verändert sich die ganze Raumwahrnehmung des Menschen –

ganz egal ob wir dies wollen oder nicht. Es geschieht auf einer vorwiegend unbewußten Ebene, dort wo Körperwissen und Körpergedächtnis die Oberhand bekommen gegenüber der Ratio, der Logik, dem angeblich so wichtigen Verstand des Menschen.

Spa ist ein Ort, wo auf besondere Weise Besinnung in den Mittelpunkt rückt – Besinnung für die Sinne aber auch für den Sinn des Menschen. Und genau dafür sind neue Räume und Rituale gefragt, die das Vertrauen in den Moment – in das Hier und Jetzt – stärken. Räume und Rituale, die die archaische Verbindung zwischen Sinn und Sinne erneuern.

Was bedeutet das für die Praxis?

Etwas Radikales: „Doing design is working with all your senses!“ Ich frage mich oft, ob wir dafür bereits genug Bewusstsein entwickelt haben, wenn wir uns an die Gestaltung eines Spas heranmachen? Ist da genug Sensibilität, genug Wahrnehmung mit im Spiel, wenn wir neue Räume für Well-being kreieren? In jedem Fall ist dies ein weites Feld, in dem wir Kreative, wir Künstler, auch wirklich etwas Essentielles beitragen können: Nämlich unser Know-how, unsere Expertise darüber, wie wir Menschen wahrnehmen, wie unsere Sinne funktionieren – und wie wir daraus schließlich Räume gestalten, die uns berühren.

MEHR INFORMATIONEN: WWW.SHA-ART.COM