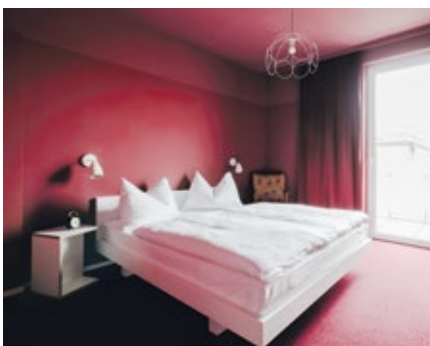


CELEBRATING DIVERSITY

Es ist weitgehend unbestritten, dass Arbeit einen zentralen Faktor für erfolgreiche Integration bildet. Zugleich ist in Österreich der Zugang zum Arbeitsmarkt für Asylsuchende, aber auch für anerkannte Flüchtlinge schwierig. Ein Gespräch mit dem Architekten Herwig Spiegl von AllesWirdGut über das Social-Business-Projekt „magdas HOTEL“ in Wien, das Arbeitsplätze für Menschen mit Fluchthintergrund schafft, dessen Skalierbarkeit und die Parallelen zwischen Hotel- und Wohnbau.



Christian Muhr (CM) im Gespräch mit Herwig Spiegl (HS)
Photos: AllesWirdGut/Guilherme Silva Da Rosa (2015)



In Österreich dürfen Asylsuchende laut Ausländerbeschäftigungsgesetz zwar nach drei Monaten arbeiten, uneingeschränkter Zugang zum Arbeitsmarkt bekommen sie aber erst nach positivem Abschluss des Asylverfahrens bzw. wenn sie „subsidiären Schutz“ erhalten haben. Die Frage nach der durchschnittlichen Länge der Asylverfahren in Österreich lässt sich nicht exakt beantworten: Nach aktuellen Angaben des Innenministeriums beträgt die Dauer im Bereich der ersten Instanz 4,7 Monate. Die Caritas schätzt die durchschnittliche Verfahrensdauer auf rund ein Jahr. Zugleich wird immer wieder von Fällen berichtet, deren Dauer über diesen Durchschnittswerten liegt. Und auch nach positivem Verfahrensausgang gestaltet sich die Arbeitsuche für die meisten Betroffenen schwierig.

Genau an diesem Punkt setzt das innovative Projekt „magdas HOTEL“ an, das im Jahr 2015 in Wien eröffnet wurde. In rund eineinhalb Jahren war ein ehemals als Altersheim genutztes Gebäude aus den 1960er-Jahren in bester Grünlage beim Prater durch das Architekturteam AllesWirdGut und viele Freiwillige, darunter auch Flüchtlinge, in ein Hotel mit 78 Zimmern verwandelt worden. Von der Caritas und durch Crowdfunding



finanziert und als eines von aktuell vier Social-Business-Projekten unter der Dachmarke „magdas“ gestartet, unterscheidet sich dieses Hotel vor allem durch seine Belegschaft und den Betrieb: Etwa zwei Drittel der Angestellten sind Menschen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus, subsidiär Schutzberechtigte oder jugendliche AsylwerberInnen, die dank einer gesetzlichen Ausnahmebestimmung im Betrieb eine Lehre machen dürfen. Abgesehen von den Gästen finden im „magdas HOTEL“ auch unbegleitete Minderjährige auf der Flucht in zwei Wohngemeinschaften Unterkunft.

Dieses intelligente Konzept ist nicht nur ein funktionierendes Geschäfts- und Ausbildungsmodell, das Arbeitsplätze schafft, sondern auch ein Beispiel für erfolgreiche, gelebte Integration, dem es auf diese Weise gelingt, Ängste und Vorurteile gegenüber Menschen mit Fluchthintergrund abzubauen.

CM: „magdas HOTEL“ ist das erste Social-Business-Hotel in Wien und auch das erste Hotel, das von anerkannten Flüchtlingen betrieben wird, denn der Großteil des Personals besitzt diesen Status. Was genau bedeutet „Social Business“?

HS: Die Grundidee besteht darin, über den eigenen wirtschaftlichen Erfolg sozialen Mehrwert zu schaffen. Im Vordergrund steht nicht allein Profitmaximierung. Mit dem erwirtschafteten Ertrag möchte man soziale Probleme gänzlich oder zumindest zum Teil lösen, und das macht „magdas HOTEL“ ganz konkret. Es nimmt sich zunächst des Problems der Langzeitarbeitslosigkeit an, das häufig eine Folge des AsylwerberInnenstatus ist. Außerdem versucht es, Vorurteile gegenüber dieser Personengruppe abzubauen, indem es zeigt, dass ein Hotel mit diesem Personal ganz normal funktioniert.

CM: Kannst du vielleicht etwas präzisieren, wie der Betrieb aussieht?

HS: Das ist relativ einfach. „magdas HOTEL“ ist ein sogenanntes Budget-Hotel. Also ein Hotel, wie wir es hier im Raum Wien zigfach vorfinden. Das Doppelzimmer kostet etwa siebzig Euro. Die Ausstattung entspricht dieser Kategorie: So gibt es z. B. keinen Wellnessbereich oder andere „Extras“. Die Mannschaft des Hotels besteht einerseits aus Profis, die viel Erfahrung in anderen Hotels dieser Welt gesammelt haben, und andererseits aus Personen, die aufgrund ihres Status als AsylwerberInnen vorher lange Zeit arbeitslos waren.

CM: Wir sprechen jetzt von anerkannten Flüchtlingen?

HS: Genau. Das sind Personen, die sich nicht mehr im Asylverfahren befinden, sondern bereits einen positiven Bescheid bekommen haben und sich dann mit dem Problem des schwierigen Eintritts in den Arbeitsmarkt konfrontiert sehen. Ähnliche Probleme haben ja auch viele ältere Arbeitssuchende, denn es gibt ihnen gegenüber zahlreiche Vorurteile.

CM: „magdas HOTEL“ ist also eine konkrete Arbeitsmarktmaßnahme, die von der Caritas gesetzt wurde, um tatsächlich Arbeitsplätze zu schaffen. Zugleich ist es aber auch eine Art „PR-Aktion“ für die Forderung, den Arbeitsmarkt für AsylwerberInnen und anerkannte Flüchtlinge zu öffnen. Liege ich mit dieser Einschätzung richtig?

HS: Ob es eine bewusste PR-Aktion war, kann nur die Caritas beantworten. Aber beides ist möglich, beides ist auch legitim. Das Hotel an sich ist ein Arbeitsmarktservice in dem Sinn, dass es wie jede andere Beherbergungsstätte Arbeitsplätze schafft. „magdas HOTEL“ will den Beweis erbringen, dass es möglich ist, das Hotel im freien Wettbewerb mit Menschen mit Migrationshintergrund bzw. Flüchtlingsvergangenheit zu betreiben. Ziel ist, den Anteil dieser Personen an der gesamten Hotelbelegschaft sukzessive zu erhöhen, einfach um möglichst viele Menschen in den Arbeitsprozess einzugliedern

Natürlich ändert diese Zahl nicht viel an der hohen Arbeitslosigkeit an sich, ausschlaggebend sind aber der Modellcharakter und der Symbolgehalt.

Auch ein Architekturbüro wie unseres profitiert von der Diversität der Menschen, die ihre unterschiedlichen Perspektiven und Talente einbringen.

und um zu beweisen, dass so ein Konzept auch funktioniert.

CM: Es handelt sich also um ein exemplarisches Projekt mit Signalwirkung. Man könnte vielleicht auch kritisch anmerken, dass die Schaffung von 25 Arbeitsplätzen im Vergleich zur Anzahl der Arbeitssuchenden wenig ist.

HS: Natürlich ändert diese Zahl nicht viel an der hohen Arbeitslosigkeit an sich, ausschlaggebend sind aber der Modellcharakter und der Symbolgehalt. Deswegen muss man sagen: „magdas HOTEL“ ist auch dann ein Erfolg, wenn es nicht mehr aus der Masse heraussticht, weil es schon gang und gäbe ist, solche Social-Business-Projekte zu betreiben.

CM: Der Hoteldirektor meinte in einem Statement, er möchte, dass die Gäste wegen des Service kommen, nicht weil sie von Menschen mit Fluchthintergrund betreut werden.

HS: Aus seiner Sicht ist das völlig richtig. Meines Wissens ist das Hotel sehr gut gebucht, was aber sicherlich auch mit seiner Besonderheit und mit dem Thema an sich zu tun hat. Ich halte beides für legitim. Jedes Hotel hat seine Zielgruppe. Unter den Gästen befinden sich viele Menschen, die dem Thema aufgeschlossen gegenüberstehen und Sympathie für das Projekt haben.

CM: Ein wichtiges Wort im Zusammenhang mit Business lautet „Skalierbarkeit“. Ließe sich „magdas HOTEL“ so skalieren wie etwa der Typus des Seminarhotels, von dem es in Österreich wahrscheinlich Hunderte gibt?

HS: Ich bin überzeugt, das Konzept wäre skalierbar. Die Qualität und der Reiz dieses Hotels beruhen auch auf der Tatsache, dass in ihm Menschen mit unterschiedlichsten Backgrounds tätig sind. Diese Vielfalt besitzt ganz konkrete Vorteile für die Gäste, sei es ein abwechslungsreiches Speisenangebot oder die Mehrsprachigkeit an der Rezeption. Abgesehen davon ist für mich auf jeden Fall die Grundaussage skalierbar, nämlich dass Vorurteile die Welt enger machen und zu Fehleinschätzungen führen.

CM: Dieser Grundgedanke lässt sich ja auch jenseits des Hotelgewerbes anwenden.

HS: Ja, natürlich. Auch ein Architekturbüro wie unseres profitiert von der Diversität der Menschen, die ihre unterschiedlichen Perspektiven und Talente einbringen. Der Vorteil von „magdas HOTEL“ besteht u. a. in der Vielfalt der Erfahrungen, die es bietet und die sich auch in seinem Design abbilden. In meinen Augen ist Vielfalt überhaupt ein produktiver und bereichernder Faktor.

CM: Ein Ort, an dem sich Vielfalt in besonderem Ausmaß manifestiert, aber idealerweise auch austauscht, ist die Stadt. Aus diesem Grund spielt die Stadt auch eine wichtige Rolle in unserem Projekt „Orte für Menschen“. Enthält „magdas HOTEL“ auch Elemente einer „Stadtvision“ für die Zukunft?

HS: Das Konzept ließe sich z. B. auf ein kleines Element der Stadt – nämlich den Wohnbau – übertragen. Ich bin absolut der Meinung, dass auch hier Diversität und Durchmischung für das Miteinander förderlich sind, sowohl auf der Ebene des Wohngebäudes an sich, aber auch in Bezug auf die Stadt und die gesamte Gesellschaft.

So gesehen kann man viele Aspekte auf die Stadt übertragen. Es gibt in diesem Hotel öffentliche und privatere Bereiche. Wir haben versucht, ganz bewusst Orte zu schaffen, an denen sich unterschiedlichste Menschen begegnen können, weil diese Begegnungen inspirierend sind und vor allem auch Ängste und Vorurteile abbauen. Meiner Meinung nach gilt das für die Stadt genauso.



Die Wohngemeinschaft ist eigentlich ein Erfolgsmodell, das in der Realität bisher nur von bestimmten Gruppen gelebt wird, was aber nicht so sein müsste.

In den Hotelzimmern gibt es übrigens keine Fernseher, was einen bewussten Verstoß gegen den herrschenden Standard darstellt.

Man kann hier wieder das aktuelle Thema der Parallelgesellschaften aufgreifen, das sich natürlich dann auch in der Stadt und ihren Besiedelungsdynamiken niederschlägt. Dieser Entwicklung gegenzusteuern ist wichtig, und so gesehen enthält „magdas HOTEL“ auch Elemente eines integrativen Stadtmodells.

CM: Wenn wir über Segregation und Parallelgesellschaften sprechen, kann man sagen, dass solche Phänomene abgesehen von den sozialen und politischen Implikationen auch deshalb problematisch sind, weil sie den Austausch von Ideen und dadurch die Innovationskraft einer Stadt schwächen. Die implizite These lautet: Unterschiedlichkeit ist produktiv.

HS: Für mich schon. Ich bin – wenn man so will – in der kreativen Branche tätig. Kreativität hat immer mit Überraschendem und Unerwartetem zu tun, und das kann man nicht unbedingt konkret planen. Manchmal muss das einfach passieren, und dazu gehören Irritationen, andere Sichtweisen und Perspektiven. Ich persönlich bin ein großer Fan von Heterogenität und Durchmischung. Es gibt immer dieses plakatative Gegeneinander-Ausspielen von Fortschritt, Innovation und Heterogenität gegenüber Tradition, Historie und Werten. Ich glaube, dass das kein Widerspruch sein muss – Koexistenz ist hier möglich.

CM: Welche Ideen, Konzepte oder Methoden, die ihr bei „magdas HOTEL“ angewendet habt, könnt ihr auch in anderen Bereichen nutzen, etwa im Wohnbau?

HS: Bei Wohnbau und Hotelarchitektur geht es jeweils um das Thema Beherbergung. Beide haben aufgrund der vielfachen Anforderungen auch klare Richtungen. Was ihnen gemeinsam ist, sind u. a. Angebote von öffentlichen, halb öffentlichen, halb privaten und privaten Flächen. Diese Bandbreite in der Stadt zu erzeugen ist unglaublich wichtig: vom Großen bis ins Kleine, von der Stadtplanung bis zum Wohnbau. Nötig sind Strukturen, die entsprechende Flächen für Gemeinschaft ermöglichen. Hier sehe ich Parallelen zwischen der Magdas Lounge, die so einen Ort darstellt, und den Freiraumangeboten der Wohnbauten, die wir momentan planen. Freiraum bedeutet im Wohnbau nicht zwangsweise nur einen grünen Innenhof. Es gibt Begegnungszonen, die sich mittlerweile nicht mehr nur auf das Wiener Stiegenhaus beschränken. Diese Begegnungszonen geben den Anreiz, das Umfeld kennenzulernen. Aktuell wird gepredigt, dass der private Raum kleiner werden muss, dass er leistbar wird. Das ist zwar nicht so, aber wenn es so wäre, würde der gemeinschaftliche Raum immer wichtiger. Das kann die Waschküche oder der vertikale Garten in einem Stiegenhaus sein. Die Leute kommen zusammen und schaffen gemeinsam etwas, das sie allein in dieser Form nicht erreichen würden. Hier sehe ich die Parallelen.

„magdas HOTEL“ führt die höchstmögliche Reduktion des privaten Raums vor, und das ist natürlich auch für den Wohnbau relevant. Das Zimmer ist eigentlich nur der Ort, an dem man schläft und sich wäscht. Die essenziellen Bedürfnisse in Bezug auf Intimität und Privatheit werden dort erfüllt, und diese Essenz wird sich meiner Meinung nach auch in Zukunft nicht groß ändern. Zugleich bietet das Hotel genug Raum für „Ressourcenteilung“. Diese Situation ist ja nicht neu, sondern aus Wohngemeinschaften bekannt. Die Wohngemeinschaft ist eigentlich ein Erfolgsmodell, das in der Realität bisher nur von bestimmten Gruppen gelebt wird, was aber nicht so sein müsste. „magdas HOTEL“ besitzt eine große Ähnlichkeit mit einer WG, wobei sich die Nutzungsdauer natürlich stark unterscheidet. Deutlich wird dieser Gedanke etwa in der Gestaltung der Lobby. Ich halte Hotel-Lobbys im Normalfall für einsame, triste Orte, weil dort kaum Begegnungen möglich sind, was viel mit der Architektur zu tun hat. Die Lobby in „magdas HOTEL“ besitzt viele Funktionen und Möglichkeiten. Sie ist öffentlich zugänglich und nicht nur Hotelgästen vorbehalten. Neben den 78 Zimmern gibt es zwei Wohngemeinschaften für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge. Unbegleitete minderjährige

Wir waren phasenweise nicht mehr Kapitäne auf diesem Schiff, sondern Passagiere.

Flüchtlinge haben nicht das Problem, dass sie keine Beschäftigung finden, denn sie dürfen ja auch eine Ausbildung machen. Es gelingt ihnen auch, soziale Kontakte in der Stadt zu knüpfen und aufzubauen. Ihnen fehlt nur oft die Möglichkeit, diese zu leben. Sie können nicht in ein Kaffeehaus gehen, weil sie meistens das Geld dafür nicht haben. Für diese Personen bietet „magdas HOTEL“ mit seiner Lounge eine Art Wohnzimmer. Wir haben demnach schon Nachbarschaft, Hotelgäste, unbegleitete minderjährige Flüchtlinge und im Idealfall auch das Hotelpersonal, wenn es Pause macht. Das sind schon vier unterschiedliche Gruppen, die aufeinandertreffen, und diese Begegnungen machen den Aufenthalt besonders reizvoll. Nicht nur fernsehen, sondern Geschichten anders konsumieren. Auf diese Art und Weise entsteht für jede dieser Gruppen ein gewisser Vorteil oder Gewinn. In den Hotelzimmern gibt es übrigens keine Fernseher, was einen bewussten Verstoß gegen den herrschenden Standard darstellt.

CM: Bei „integrativer Architektur“ denkt man immer an die soziale Dimension, aber bei euch betrifft dies auch das „Management“. Am Realisierungsprozess waren viele unterschiedliche Player wie auch die Flüchtlinge selbst beteiligt.

HS: Dieser Prozess war etwas, das wir in der Form noch nicht gekannt oder noch nicht erprobt hatten. Da spielte Integration eine wesentliche Rolle. Der Planungsprozess hatte z. B. keinen klaren Start und Zielpunkt und konnte nicht linear abgearbeitet werden. Er war vielen überraschenden und ungeplanten Einflüssen ausgesetzt und hat sich eigentlich ständig gewandelt. Ein Klassiker in diesem Zusammenhang sind Sachleistungen von SponsorInnen, die oft sehr kurzfristig zustande kommen. Manchmal werden dann aber ganz andere Dinge gesponsert, als geplant war. Eine spezielle Herausforderung war auch der Umgang mit der Öffentlichkeit, denn das Projekt war von Anfang an viel in den Medien und hat dadurch natürlich sowohl wohlwollende als auch ablehnende Reaktionen erhalten. In diesem Fall haben wir versucht, Vorurteile und Ängste durch Aufklärung und Information abzubauen. Andererseits sind durch die Medienberichte auch viele Leute auf uns zugekommen, die sich engagieren und etwas beitragen wollten. Beide Dynamiken, Engagement und Protest, konnten wir natürlich nicht kontrollieren, wir mussten damit arbeiten.

Das erforderte oft eine Gratwanderung: genug Freiheit zu geben, um tolle, überraschende Dinge entstehen zu lassen, und gleichzeitig ausreichend Kontrolle zu bewahren, damit die Dinge nicht aus dem Ruder laufen. Letztlich handelte es sich um eine Baustelle, für die es Regeln gibt, die wir einhalten müssen. Dieses Spannungsfeld war auch deshalb interessant, weil sich die einzelnen AkteurInnen nicht von vornherein bestimmten Gruppen zuordnen ließen. Im Gegenteil: Sie waren genauso vielfältig wie die Menschen, die in Wien unterwegs sind.

CM: Nach drei oder vier weiteren „magdas HOTELS“ könnte der Planungsprozess zunehmend stromlinienförmiger ablaufen. So nach dem Motto: „In der Kalenderwoche 34 wird der Gemeinschaftsgarten von den GemeinschaftsgartenexpertInnen XY geliefert.“

HS: Richtig. Dann würden wir allerdings aus „magdas HOTEL“ ein Produkt machen bzw. seine Qualitäten auf das Reproduzierbare reduzieren. Dadurch ginge der wesentliche Aspekt verloren, nämlich genau das Ungeplante bzw. das Unplanbare. Für ArchitektInnen ist das vielleicht eher ungewohnt – fast auch bedrohlich, weil sie einen klaren Plan im Kopf haben und immer alles kontrollieren wollen.

Hier möchte ich nochmals einen Vergleich mit der Stadt machen: Natürlich versucht die Stadtplanung, wohlüberlegte und meistens jedenfalls gut gemeinte Konzepte zu entwickeln und umzusetzen. Ein Grund, warum viele dieser Konzepte aber letztlich zu enttäuschenden Stadträumen führen, liegt darin, dass sie nicht auf das Feedback durch die BenutzerInnen

reagieren können, weil es dann meistens schon zu spät ist. „magdas HOTEL“ war auch deshalb spannend, weil es auch aufgrund seiner Kleinheit für uns möglich war, ständig auf Feedback zu reagieren, das aus den unterschiedlichsten Richtungen kam. Das war oft schwierig, auch wegen der hohen Öffentlichkeit aller Vorgänge und der Vielzahl der Beteiligten. Wir waren phasenweise nicht mehr Kapitäne auf diesem Schiff, sondern Passagiere.

Zugleich muss ich zugeben, dass wir ArchitektInnen sind, die auch den kontrollierten, geplanten Prozess lieben, und dass ich nicht nur solche Projekte machen möchte. Aus diesem Grund haben wir dann auch beschlossen, unsere Erfahrungen zu dokumentieren. Wir haben ein Buch über „magdas HOTEL“ herausgebracht, um dieses Wissen und dieses Know-how allgemein zugänglich zu machen.

CM: Interessanterweise enthält dieses Buch keine Fotos vom fertigen Gebäude, keine Pläne und Grundrisse, dafür aber praktische Hinweise auf aktuelle Strategien, mit denen ähnliche Projekte angegangen werden könnten. Diese insgesamt 17 „Werkzeuge“ sind stark von der digitalen Kultur geprägt und reichen vom „Networking“ bis zum „Crowdfunding“. Eine spezielle Architektursprache und auch -typologie vermittelt das Buch hingegen nicht.

HS: Genau. Wir haben lange überlegt, ob wir es „Werkzeug“ nennen sollen, aber „Rezept“ erschien uns am treffendsten. Im Prinzip ist es etwas zum Nachkochen – eine Hilfestellung zum Nachmachen.

Es gibt im Buch auch eine Auflistung von anderen Projekten, die zeigen, dass die Ergebnisse total unterschiedlich sein können. Es hat mich zwar gefreut, aber auch gewundert, dass „magdas HOTEL“ den Staatspreis für Design bekommen hat, denn es handelt sich ja nicht um ein Produkt wie einen Kerzenständer von Philippe Starck. Es ist vielmehr das Ergebnis einer Zusammenarbeit vieler Leute, und seine Qualität hat nur bedingt mit der äußeren Form zu tun, die man fotografieren kann. Ich denke, Architektur geht längst darüber hinaus, und es gilt in vielen Bereichen neue Lösungen zu finden. Da möchten wir uns nicht auf Formfragen reduzieren lassen.

Über „magdas HOTEL“

Die Umgestaltung des Seniorenheims zu einem Dreisternehotel kostete rund 1,5 Millionen Euro, die von der Caritas in dieses Social-Business-Projekt investiert wurden. In spätestens fünf Jahren soll dieser Betrag durch die Einnahmen refinanziert sein. Durch Crowdfunding wurden zusätzlich rund 60.000 Euro eingespielt. Das Hotel verfügt über 78 auf Basis von Upcycling und Sachsponsorship individuell eingerichtete Zimmer in fünf Kategorien, von denen rund die Hälfte einen Balkon hat.

Das charakteristische Interior Design wurde maßgeblich von Daniel Büchel entwickelt und in Zusammenarbeit mit engagierten HelferInnen in einer eigens dafür eingerichteten Werkstatt produziert.

Das Hotel beschäftigt aktuell 27 MitarbeiterInnen mit Fluchthintergrund aus insgesamt 16 Nationen. Ein öffentlich zugängliches Restaurant mit Bar und Café im Erdgeschoss und zahlreiche weitere Kommunikationszonen im Innen- und Außenbereich bieten reichlich Raum für Begegnung und damit für jene spezielle, offene Atmosphäre, die den Erfolg des Hotels wesentlich ausmacht.

www.magdas-hotel.at

Über AllesWirdGut

„Probleme als Chancen“ zu betrachten war von Anfang an das Motto des 1999 gegründeten Architekturbüros. Wie produktiv sich dieser Ansatz erwiesen hat, lässt sich sowohl an der enormen Anzahl der mittlerweile realisierten Projekte als auch an der Vergrößerung des Teams vom ursprünglichen Kern der vier Gründer, darunter Herwig Spiegl (geb. 1973), auf aktuell fünfzig MitarbeiterInnen ablesen. Seit Kurzem auch mit einem zweiten Büro in München vertreten, ist AllesWirdGut vom Städte- über den Industrie-, Schul- und Wohnbau in allen Sparten und Maßstäben tätig, ohne Konzessionen an seine Qualitätsvorstellungen zu machen. Die ebenso straighte wie improvisierte Gestaltung von „magdas HOTEL“ bildet einen wesentlichen Faktor des Erfolgs und der enormen medialen Resonanz, die dieses vergleichsweise kleine Projekt gefunden hat.

www.alleswirdgut.cc/