

DAS THEMA: DESIGNPREIS



► Der Schlüssel zum „Hotel Mama“ führt in ein Fünf-Sterne-Haus mit Service rund um die Uhr.



► So sieht ein Stück Seife in dem fiktiven Hotel aus: „Sind deine Hände sauber?“ steht darauf.



► Ein Magazin, das für das „Hotel Mama“ wirbt: „Hier ist es doch am Schönsten!“ steht da.



► Und so könnte ein Auto für potenzielle Hotelgäste aussehen: Immer da und immer vollgetankt.



► Service wie früher: Dazu gehören auch Pausenbrote und die passenden Tüten dazu.

Noch einmal von Mutti bedienen lassen

Mit ihrem Entwurf des Fünf-Sterne-Hauses „Hotel Mama“ gewinnt Sabine Beaujean aus Übach-Palenberg den German Design Award

VON CHRISTINA DIELS

Übach-Palenberg. Mutti kocht. Mutti wäscht. Mutti bügelt. Mutti saugt. Mutti räumt hinterher. Für manchen Junggesellen ist das so bequem, dass er weit mehr als die ersten 25 Geburtstage zuhause feiert. Im „Hotel Mama“ lässt es sich aushalten. „Da hat man nicht so viel Verantwortung, denn man hat immer jemanden im Rücken, der sich um alles kümmert“, sagt Sabine Beaujean, 30. Für sie persönlich wäre dieses Lebensmodell nichts. Die Kommunikationsdesignerin ist mit 19 Jahren zuhause ausgezogen. Inspiriert hat sie das Phänomen „Hotel Mama“ umso mehr. Für ihr Designdiplom. „Ich wollte ein Thema nehmen, das wir alle kennen, das Hotel Mama eben, und das positiv aufziehen“, sagt Beaujean. „Das ist eine Technik der Kreation. Da entsteht ein Cocktail aus etwas Altem und etwas Neuem.“

Unter 1500 Arbeiten ausgewählt

Beaujean hat ein „Corporate Design“ für ein fiktives fünf Sterne Hotel entworfen: das „Hotel Mama“. Mit ihrem Entwurf hat die junge Frau den German Design Award 2013 gewonnen in der Kategorie „Corporate Design“. Es ist ein Preis, auf den sich kein Designer selbst bewerben kann. Beaujean wurde mit ihrer modernen und ironischen Inszenierung des fiktiven Hotels dafür nominiert. Unter 1500 Arbeiten wählten 30 Designexperten ihre Arbeit aus.

„Ich wollte unbedingt etwas Großes machen, und eine ‚Identity‘ aufbauen“, sagt Beaujean. Und das ist ihr gelungen. Von der Namensfindung über Produktausstattung wie Seifen,



So könnte es eines Tages tatsächlich aussehen: Dieses Werbeplakat für das „Hotel Mama“ hat Sabine Beaujean für ihren Entwurf in einer Fotomontage vor die Stufen zur Kunstsammlung NRW in Düsseldorf gesetzt. Fotos: Beaujean Design

Zahnbürsten, Speisekarten über Plakatdesign bis zur Magazingestaltung, das komplette Paket hat Beaujean vorgelegt. Und das haben auch schon andere Jurys gewürdigt: Den „red dot award“ hat sie für ihr Hotel 2009 erhalten, im Folgejahr den „Joseph Binder Award“ in Wien.

Was überzeugt an dem Entwurf, sind die eingängigen Sprüche, die sich überall finden. Zum einen Imperative, die jeder aus der eigenen Kindheit kennt: „Zähne putzen, ab ins Bett.“ Oder: „Nicht kratzen, waschen.“

„Leben wie früher“

Und dann sind da die Slogans, die einerseits ironisch rüberkommen, andererseits tatsächlich Lust machen auf den Service in einem solchen Wellnesshotel: „Leben wie früher! Aufgeräumtes Zimmer, voller Kühlschrank, frische Wäsche“, liest man auf einem Plakat. „Nest-

Mehrfach ausgezeichnet für ihren fiktiven Entwurf „Hotel Mama“: die Designerin Sabine Beaujean.

hocken extrem. Frühstück von 6 bis 15 Uhr, jedes Lieblingsessen jederzeit“, hat Beaujean für das andere getextet. „Nesthocken wird hier zum Trend. Die Plakate machen aufmerksam auf den First-Class-Komfort des Hotels und auf Mamas Spitzenleistungen.“

Ursprünglich habe sie einfach eine witzige Arbeit abliefern wollen. Doch aus der ironischen Inszenierung eines fiktiven Hotels entwickelte sich immer mehr ein Entwurf, den Beaujean tatsächlich eines Tages realisieren könnte. Vielleicht erhält ihr „Hotel Mama“ so viel Zuspruch, weil sich viele insgeheim zurücksehnen in die Zeit zuhause. Oder weil sie nie eine so unbeschwerte Zeit hatten als Kind und das nachholen wollen.

„Mein Lebensziel ist es, das ‚Hotel Mama‘ umzusetzen“, sagt Beaujean. Und wenn sie das sagt, klingt das nicht wie der Traum eines kleinen Mädchens, das Prinzessin werden will. Sie schätzt das realistisch ein. „Ich brauche dafür einen passenden Investor. Denn es wird Vollservice geboten, 24-7.“

Will heißen: 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Mama kocht, wäscht, bügelt, saugt und bringt im Krankheitsfall auch die heiße Zitrone ans Bett.

Sabine Beaujean könnte sich vorstellen, dass ihr Fünf-Sterne-Hotel in Berlin oder New York steht. „Oder das Hotel gibt es nur einmal, einzigartig, dann steht es hier in Übach-Palenberg. Und die

„Nesthocken wird zum Trend.“
SABINE BEAUJEAN ÜBER IHREN ENTWURF „HOTEL MAMA“

Leute reisen extra für das Erlebnishotel an.“

Noch hat sie keinen Investor gefunden. So lange konzentriert sie sich auf ihre Kunden, von denen viele aus Aachen und Umgebung kommen. Gerade arbeitet sie zum Beispiel an einem neuen Design für eine Aachener Anwaltskanzlei. Und am bunten „Corporate Design“ für eine Zahnarzt-Praxis in Eschweiler, die Beaujean „Mundraum“ getauft hat.

Auch zur Vermarktung von 64

neuen Apartments im entkerneten Versorgungsamt im Frankfurter Viertel hat Beaujean beigetragen: „Fastrada“ heißt das Projekt. Die Sage über die schöne Aachener Königin Fastrada, die den Ring von ihrem Ehemann Karl dem Großen geschenkt bekam, lesen die Besucher und Bewohner am Eingang auf der Glastüre.

Denn nach ihrer Ausbildung in Aachen und dem Grafikdesign-Studium in Dortmund hat sich die Übach-Palenbergerin bewusst dafür entschieden, in ihrer Heimat zu leben und zu arbeiten. „Hier ist nicht nur meine Heimat“, sagt Sabine Beaujean. „Die Region ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort mit interessanten mittelständischen und großen Unternehmen, die ich gern von meiner Arbeit überzeuge.“

Ihr Wunschbüro an einer grünen Wiese in Übach-Palenberg hat sie selbst gestaltet. Und zwar in das Haus hinein, in dem sie wohnt, bügelt, kocht und aufräumt. Und zwar ohne Mama. Dafür mit ihrem Mann.

Informationen im Netz www.hotelmama.net