



Schindler Magazin

Hotels. In der Fremde zu Hause.



**Schindler**



«Ich bin wirklich schnell. Letzte Nacht schaltete ich das Licht in meinem Hotelzimmer aus und lag bereits im Bett, bevor der Raum dunkel war.»

**Muhammad Ali**





Liebe Leserin,  
lieber Leser,

in dieser Ausgabe des Schindler Magazins möchten wir Sie mit auf eine Reise nehmen. Alle Welt reist, schrieb schon Fontane. Heute zeigt sich, wie recht er hatte: Acht Milliarden Reisende waren im vergangenen Jahr unterwegs, und sie alle verbindet eins: Sie machen Station – die meisten von ihnen in Hotels.

Auch wenn es paradox klingt, ohne Hotels würden wir nicht vorankommen. Die globale Mobilität wäre nicht denkbar ohne Haltepunkte. Ohne Orte, an denen wir ausruhen, auftanken und weitermachen können. Orte, die nicht nur funktional sind, sondern mit ihrer Architektur, Ausstrahlung und Tradition das Bild ganzer Städte prägen. Jenen Orten, den Hotels in aller Welt, möchten wir dieses Heft widmen.

Wir laden Sie ein zu einer Reise zu den Wachstumsmärkten dieser Welt, nach China und Indien. Dort besuchen wir das Pangu 7 Star Hotel in Peking, das auf einzigartige Weise die chinesische Tradition in seiner Architektur aufnimmt, und in Mumbai das Sahara Star, in dessen architektonischem Konzept die Schindler Aufzüge eine ganz besondere Rolle spielen.

Wir fahren zu den verrücktesten Hotels in aller Welt und werfen einen Blick in die Zukunft der Hotellerie. Außerdem checken wir in zwei deutschen Hotels ein, die jeweils auf ihre Weise etwas ganz Besonderes darstellen – der Breidenbacher Hof in Düsseldorf mit seinem Servicekonzept und das Hamburger 25hours Hotel durch sein Design.

Wir erfahren auf unserer Reise, worauf es bei einem guten Hotel ankommt, wie man Luxus definiert, und vor allem, was guten Service auszeichnet. Können wir als Serviceunternehmen da gar selbst noch etwas von der Hotelbranche lernen? Aber lesen Sie selbst.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Reise und viel Vergnügen bei der Lektüre!

Ihr Oswald Schmid

1

**I'm so fast**

2 «Ich bin wirklich schnell»  
4 Editorial

2

**Sahara Star, Mumbai**

6 Oase im Orient

3

**Mehr als eine Nacht**

8 Für kurz oder für lang

4

**Einzigartige Hotels**

12 While you were sleeping  
16 Kuschelige Nächte auf kaltem Eis

5

**Dienstleister**

22 Aufmerksamkeit ist entscheidend  
24 Hotels in Zahlen

6

**25hours Hotel, Hamburg**

26 Aufzug ahoi!

7

**Pangu 7 Star Hotel, Peking**

28 East meets West

8

**Hotelexperte Nummer 1**

32 Die Rechnung geht immer auf mich

9

**Hotels der Zukunft**

36 Aufwachen im Übermorgen  
40 Phönix aus der Asche  
44 Impressum

0



## Oase im Orient

### Sahara Star, Mumbai

**Mit dem Sahara Star wurde eine tropische Oase inmitten der pulsierenden Metropole Mumbai geschaffen. Drei Aufzüge spielen in dem architektonischen Gesamtkonzept dieses Luxushotels eine ganz besondere Rolle.**

Mumbai, an der Westküste Indiens gelegen, ist nicht nur die größte Stadt des Landes. Die Metropolregion, die bis 1995 noch Bombay hieß, ist heute in aller Welt als herausragendes Handels-, Finanz- und Unterhaltungszentrum bekannt. Rund 20 Millionen Menschen leben in der Stadt und den Vororten. Ihr natürlicher Hafen gilt als einer der besten der Welt und Mumbai erfreut sich eines langjährigen Rufs als Indiens führender Seehafen, an dem 60 Prozent der gesamten Containerfracht des Landes umgeschlagen werden.

In der Geschichte Mumbais, die bis ins 13. Jahrhundert zurückreicht, hat die Stadt viele Perioden raschen Wachstums erlebt, besonders augenfällig

in den 1960er und 70er Jahren. In dieser Zeit entwickelte sich die Stadt zum wichtigen Akteur auf der Weltbühne und wuchs gewaltig. Allein von 1961 bis 2011 verdreifachte sich die Einwohnerzahl von Mumbai ohne Vorortgürtel auf mehr als zwölf Millionen. Mit dem raschen Aufstieg als Business- und Handelshauptstadt ging ein steigender Bedarf an Hotelkapazitäten einher.

Auch das Hotel Centaur, das in den 1970er Jahren gebaut wurde, war eine der vielen Antworten auf die wachsende Nachfrage in der expandierenden Metropole. In der Nähe des 1971 eröffneten Bombay Airports gelegen, war es für sein ungewöhnliches Design bekannt: Im Innenhof des Hotels liegt eine üppige Lagune. Mit der Zeit kam das Centaur allerdings etwas in die Jahre, sodass sich Sahara India Pariwar, ein führender Entwickler, dazu entschloss, das 70er-Jahre-Haus in ein Weltklasse-Hotel des 21. Jahrhunderts zu transformieren.

## Ein neues Zeitalter

Das Centaur wurde als Sahara Star wiedergeboren, und es ist tatsächlich ein Juwel in der Krone der Hotels in Mumbai. Eines der prägnantesten Merkmale des Sahara Star ist das Design der drei Aufzüge in seinem überdachten Innenhof. Die Sonderanfertigungen von Schindler sind mehr als nur ein Transportmittel für die Hotelgäste, sie sind ein integraler Bestandteil des architektonischen Gesamtkonzepts.

Um ein Hotel aus den 1970er Jahren in ein inspirierendes Erlebnis für Gäste des 21. Jahrhunderts zu verwandeln, benötigt man eine Vision und vor allem Phantasie. Sahara India Pariwar schickte daher Teams rund um den Globus, um Architektur- und Designtrends der Zukunft aufzuspüren. Das Ergebnis der Recherche ist das Sahara Star – ein Hotel und zugleich ein tropisches Naturschutzgebiet. Das kreisförmige Gebäude umfasst eine ausgedehnte Grünanlage, in deren Mitte eine tropische Lagune mit Wasserfällen und üppiger Vegetation von Bananenstauden, Palmen und Farnen liegt. Zudem beherbergt die Anlage Indiens größtes Meerwasseraquarium. Über diesem beeindruckenden Raum schwebt eine riesige Kuppel, die die Anlage umschließt, um eine Oase der Ruhe und eine entspannende Pause vom Trubel des umliegenden Mumbai zu bieten.

Ähnlich wie bei einem römischen Amphitheater sind die 223 Zimmer des Hotels rund um das «tropische» Herzstück angeordnet. Die Balkone sind auf die Lagune ausgerichtet, sodass die Gäste den Anblick genießen können, ohne ihre Zimmer verlassen zu müssen. Allein die Fahrt hinauf zu den Zimmern ist bereits ein Erlebnis. Drei gläserne Schindler Panoramaaufzüge bieten einen herrlichen Ausblick auf die tropische Oase. Je höher die Kabinen steigen, umso mehr von der Anlage offenbart sich, und wenn alle drei Aufzüge auf derselben Etage gleichzeitig stoppen, bilden sie eine Halbkugel – ein passendes Symbol für ein Hotel, das selbst sein eigenes Biotop ist.

## Inspiriertes Design

Die Inspiration für die Aufzüge kam aus der Schweiz. Während einer Reise entdeckte Vivek Kumar, Chief Executive Officer des Sahara Star, in Zürich zwei Aufzüge, die zusammen eine Halbkugel darstellten. Kumar war sofort klar, dass er solche Aufzüge auch für sein Hotel wollte. Dieser Ideentransfer von Zürich nach Mumbai ließ sich aber nicht von heute auf morgen realisieren. Derartige Aufzüge

sind Maßanfertigungen – vom Zeichenbrett bis zur Montage. Schindlers Top Range Division, Spezialisten für komplexe Aufzugslösungen in Hochhäusern, machten sich daran, Kumars Vision zum Leben zu erwecken. Die größte Veränderung bestand darin, drei statt zwei Aufzüge in das Design zu integrieren. Dadurch wurde die Hemisphäre, die entsteht, wenn sich alle Aufzüge auf derselben Ebene befinden, auch entsprechend größer – insgesamt 7,50 Meter.

Um den Nutzern der Aufzüge einen uneingeschränkten Blick auf die tropische Grünanlage zu ermöglichen, wurden die Kabinen, von den Stahlrahmen abgesehen, vollständig aus beschichtetem Sicherheitsglas gefertigt. Die dafür verwendeten 13 Millimeter dicken Glasscheiben sorgten jedoch dafür, dass jede Kabine ein Gewicht von 3,5 Tonnen auf die Waage brachte, zwei- bis dreimal so viel wie eine gewöhnliche Aufzugskabine vergleichbarer Größe. Darauf musste die gesamte Struktur der Anlage ausgerichtet werden. Zudem sollten die Gegengewichte der Aufzüge, die in die existierenden Schächte eingepasst wurden, verborgen werden, damit sie nicht das visuelle Empfinden stören.

## Eine filmreife Lösung

Die Kabinen wurden im Hauptbetrieb in der Schweiz vollständig montiert und geprüft, bevor sie für die Reise nach Mumbai wieder in ihre Einzelteile zerlegt wurden. Dort übernahm das Installations-team vor Ort die Montage. Weil die Kabinen so außergewöhnlich waren, wurde der Prozess bei der Erstmontage gefilmt, damit das Team in Mumbai keine Schwierigkeiten hatte, diese einzigartigen Aufzüge zu installieren. Eine der größten Herausforderungen bestand darin, die Schienen aller Aufzüge bei der Montage so auszurichten, dass alle Teile des Dreier-Ensembles bündig angeordnet sind, wenn man sie von außen betrachtet.

Das Ergebnis lässt sich sehen. Der Turm mit den drei gläsernen Aufzügen ist sicher das augenfälligste Merkmal des Hotels, wie ein Besuch im Sahara Star beweist und selbst ein Foto vom Inneren der Hotelanlage deutlich macht. Besonders spektakulär ist der Anblick bei Nacht, wenn der beleuchtete Turm, der über der tropischen Vegetation aufragt, von den Lichtern der umliegenden Balkone beschienen wird. Und aus eben dieser Dialektik von Natur und Technik, von Urbanität und Abgeschiedenheit, von Bewegung und Ruhe entspringt der besondere Reiz des Sahara Star, des Sterns von Indien.

# Für kurz oder für lang Mehr als eine Nacht

**Was ist ein Hotel? Es ist das Versprechen eines Heims in der Fremde. Manche finden darin ein Zuhause, andere gar das Paradies.**

Was das Hotel auszeichnet, ist seine Weltläufigkeit. «Das Hotel ist die Welt», schrieb der österreichische Schriftsteller Joseph Roth. Und in der Tat könnte man behaupten: Hier kommt alle Welt an, von hier aus fährt man los in alle Welt. Wie Bahnhöfe und Flughäfen sind Hotels transitorische Räume, Durchgangsstationen auf dem Weg zwischen zwei Orten.

Zugleich sind sie in all ihrer Weltläufigkeit stationär. Sie ziehen nicht weiter wie ihre Gäste. Hotels sind die Fixpunkte auf der Reiseroute des Weltenbummlers, dem sie für die Zeit seines Aufenthaltes ein Zuhause vorgaukeln. Die Illusion eines Heims in der Fremde, die eigenen vier Wände auf dem Weg ins Unbekannte. Hier kann sich der Gast häuslich einrichten: den Koffer auspacken, die Sachen in den Schrank hängen, die Jacke auf das Bett werfen und die Füße beim Fernsehschauen hochlegen. Doch immer weiß der Gast, dass er



Udo Lindenberg im Hotel Atlantic, Hamburg



Julia Roberts und Richard Gere im Beverly Wilshire Hotel, Los Angeles

nicht dauerhaft ankommen kann, dass er hier nur ein Heim auf Zeit hat. Denn gerade das macht das Wesen des Hotels aus: die geborgte Geborgenheit, der durchgehende Durchgang.

Als Zwischenräume bezeichnete daher der Soziologe Georg Simmel diese Häuser, in denen man gegen Bezahlung übernachten kann. Zwischenräume sind Hotels sogar in mehrfacher Hinsicht: als Schlafstätte zwischen zwei Wohnorten, als Zimmer zwischen zwei Gästen, als Raum zwischen Privatem und Öffentlichem. Wo das Hotel steht, hat mit seinem Wesen nichts zu tun. Es besteht durch seine Funktion, ein Bleibe für die Nacht anzubieten. Bleiben die Gäste aus, ist es kein Hotel mehr. Dadurch können Hotels jeden beliebigen Ort einnehmen: Ob in Gefängnissen, auf Bäumen, unter dem Wasser oder in Eis und Schnee – wo man bezahlt, da kann man sich betten. Die Vielfalt der Themenhotels in aller Welt belegt das auf eindrucksvolle Weise.

Der französische Philosoph Michel Foucault nannte Hotels darum auch Heterotopien, «andere Orte». Weil sie uns als Orte des Überall und Nirgendwo aus unserem gewohnten Lebensraum reißen, sind sie Imaginationsräume. Unsere Wünsche, Träume,

Ängste und Utopien sammeln sich in diesem Andern jenseits des Gewohnten wie in einem Brennglas: Seitensprünge, Hochzeitsnächte, konspirative Treffen, der große Abschluss, das kleine Schwarze, die endlose Suche, das beendete Leben. Im Hotel ist alles möglich.

Als symbolische Räume werden Hotels zu bevorzugten Szenarien in Film und Literatur. Legendar sind die großen Hotelromane wie «Menschen im Hotel» von Vicki Baum oder Joseph Roths «Hotel Savoy». Doch auch viele andere Literaten ließen sich von Hotels inspirieren oder wohnten jahrelang in ihnen: Ernest Hemingway, Thomas Mann, Marcel Proust, Arthur Schnitzler, Stefan Zweig, um nur einige zu nennen. Und selbst das popkulturelle Quintett aus Joachim Bessing, Christian Kracht, Eckhart Nickel, Alexander von Schönburg und Benjamin von Stuckrad-Barre quartierte sich 1999 für ein Wochenende im Berliner Hotel Adlon ein, um das gemeinsame Buch «Tristesse Royale» zu verfassen.

Im Film werden Hotels zu Orten, an denen sich das Schrecklichste und Schönste ereignen kann, an denen wir in Abgründe blicken und das Leben entdecken. Unvergessen die Hotelbar The Gold



George Clooney, Brad Pitt und Matt Damon im Bellagio, Las Vegas

Room aus dem Horrorklassiker «The Shining», in der sich Jack Nicholson mit dem imaginären Barkeeper Lloyd unterhält und langsam dem Wahnsinn verfällt, oder das elegante Regent Beverly Wilshire in Los Angeles, in dem Julia Roberts und Richard Gere das Märchen von der grenzenlosen Liebe in «Pretty Woman» verkörpern.

Aber ebenso wie wir in unsere Welt zurückkehren müssen, wenn der Film zu Ende ist, kommt auch im Hotel der Tag, an dem wir weiterziehen. Andere Leute nehmen dann unseren Raum ein. In diesem ganzen Kommen und Gehen gibt es aber immer

auch die, die bleiben. Es sind die Schönen und Reichen, die Einsamen und Verlorenen, vor allem sind es die Künstler. Sie sind die Dauergäste im Hotel.

Mit Udo Lindenberg wird man neben seinem Hut auch immer das Hamburger Hotel Atlantic verbinden, in dem er seit vielen Jahren wohnt. Der milliardenschwere Finanzinvestor und Kunstsammler Nicolas Berggruen hat keinen festen Wohnsitz und ist in den Hotels dieser Welt zu Hause. Paris Hilton ist nicht nur die Urenkelin des Hotelgründers Conrad Hilton, sie soll auch große Teile ihrer Kindheit in Hotels zugebracht haben. Sie alle stellen sich in



eine Reihe mit berühmten Dauergästen wie Coco Chanel, Faye Dunaway, Greta Garbo oder dem Schriftsteller Vladimir Nabokov, der sechzehn Jahre lang im Schweizer Luxushotel Montreux Palace lebte. Oscar Wilde starb sogar im Hotel. Im Zimmer 16 ließ der Besitzer des Pariser Hotel d'Alsace den mittellosen und schwerkranken Literaten bis zu seinem Tod am 30. November 1900 wohnen, sodass Wilde bemerkt haben soll: «Ich sterbe über meine Verhältnisse.»

Die Gründe dafür, dass Menschen ins Hotel ziehen, sind so vielfältig wie die Menschen selbst. Vielleicht

sind sie die Eigenverantwortung leid, vielleicht haben sie keinen Platz, wo sie hingehen können, vielleicht sind sie Kosmopoliten und in der Welt zu Hause, vielleicht haben sie einfach keine andere Wahl. Der Industriepionier Max Grundig etwa sah sich gezwungen, mit seiner Frau viereinhalb Jahre in einer Suite mit kugelsicheren Fensterscheiben im Hotel Forsthaus in Fürth zu leben, weil er sich von der RAF bedroht fühlte. Für Ernest Hemingway dagegen kam das Hotelleben gar dem Paradies gleich: «Wenn ich von einem späteren Leben im Himmel träume, dann spielt sich immer alles im Ritz ab.»

While you were sleeping

Nachts im Breidenbacher Hof, Düsseldorf





Susanne Köhler



Carsten Ackers



Tobias Schnall



Cyrus Heydarian

**Ein Tag im Hotel ist auch nachts noch nicht zu Ende. In einem der besten Stadthotels Deutschlands tragen rund um die Uhr viele Hände dazu bei, dass es den Gästen an nichts fehlt.**

Ein Nein hört ein Gast hier nur selten, wenn er einen Wunsch äußert. Auch nicht, wenn es schon weit nach Mitternacht ist. Das gehört zur Philosophie im Breidenbacher Hof in Düsseldorf. Das Luxushotel an der Königsallee, das im Mai 2012 sein 200-jähriges Bestehen feierte, wurde vor vier Jahren – nach mehrjähriger Umbauzeit – als Haus der Capella Hotel Group wiedereröffnet. Seither besticht das traditionsreiche Haus durch ein Servicekonzept, das einzigartig ist in der deutschen Luxus-Hotellerie.

Susanne Köhler steht exemplarisch für diesen Ansatz. Sie arbeitet im Breidenbacher Hof als «Personal Assistant» – ein Jobprofil, das es so in anderen Häusern nicht gibt. «Wir sind Concierge, Butler, Psychologe und Freund in einem», beschreibt Susanne Köhler ihr Aufgabenfeld. Im Unterschied zum klassischen Concierge nehmen die «Persönlichen Assistenten» bereits Kontakt zu den Gästen auf, bevor diese ins Hotel kommen.

In sogenannten Pre-Arrival-Calls fragen sie am Telefon ab, ob die Gäste bestimmte Wünsche für ihren Aufenthalt haben. «Das fängt bei einer Flasche Champagner und einem zusätzlichen Kopfkissen an und endet bei einer rosa beklebten Stretchlimousine, die eine Mutter für den zehnten Geburtstag ihrer Tochter haben wollte», sagt Susanne Köhler. Geht nicht, gibt's nicht, sei das Motto. Solange sich die Wünsche im Bereich des moralisch Vertretbaren und Legalen bewegen, versuchen die Persönlichen Assistenten alles möglich zu machen. Und so stand die rosa Stretchlimo schließlich genauso zur Verfügung, wie es die Karten für ein ausverkauftes Konzert gab, die sich ein anderer Gast gewünscht hatte.

Aber nicht nur das Wie des Umgangs mit den Gästen unterscheidet den Persönlichen Assistenten vom Concierge, auch das Wo. Susanne Köhlers Arbeitsplatz ist das «Wohnzimmer». Der sogenannte «Living Room» des Breidenbacher Hofs ist eine großzügig gestaltete Lounge, die von allen Gästen genutzt werden kann. Dort befinden sich auch die beiden Schreibtische, an denen die Persönlichen Assistenten arbeiten und wo sie jederzeit angesprochen werden können.

Hinter der Idee, allen Gästen des Hauses ein gemeinsames Wohnzimmer zur Verfügung zu stellen, steckt eine grundsätzliche Entscheidung: «In den meisten Fünf-Sterne-Hotels haben Sie eine Zwei-Klassen-Gesellschaft», sagt Hoteldirektor Cyrus Heydarian, «VIPs und Non-VIP-Gäste.» Das sei im Breidenbacher Hof nicht der Fall. «Bei uns sind alle Gäste ‚very important people‘ und können im Wohnzimmer Privatsphäre und Sicherheit finden.» Ein Angebot, das Hollywoodstars wie Penelope Cruz und George Clooney ebenso annehmen wie Hotelgäste, die nicht in Illustrierten und Prominachrichten auftauchen. Selbst der Hoteldirektor nutzt den «Living Room» als Arbeitsraum und führt schon mal Vorstellungs- und Geschäftsgespräche dort.

Und wie es sich für ein richtiges Wohnzimmer gehört, gehen auch im «Living Room» nicht die Lichter aus, wenn es draußen dunkel wird. Ab 20 Uhr dreht sich hier bei vielen Gästen alles um die Abendgestaltung. Da muss schnell noch ein Tisch reserviert oder ein Platz auf der Gästeliste einer angesagten Party organisiert werden. Auch die Reiseplanung der Gäste kann der Persönliche Assistent nicht einfach auf den nächsten Tag schieben. «Manch einer muss schnell weiter nach London oder Paris, das organisieren wir sofort, egal ob es um einen Privatjet, Helikopter oder Transfer mit einer Limousine geht», sagt Susanne Köhler.

Um 23 Uhr ist allerdings auch für die Persönlichen Assistenten so langsam Feierabend. Das heißt aber nicht, dass die Gäste mit ihren Anliegen dann allein gelassen werden.

«Gestern Abend kam noch kurz vor Mitternacht ein Gast, der sich die Hosennaht aufgerissen hatte», erzählt Susanne Köhler. Also wurde kurzerhand ein Schneider angerufen, der vorbeikam und das Problem behob. Für diese Fälle haben sich die Persönlichen Assistenten ein Netzwerk an Kontaktpersonen aufgebaut, die sie im Notfall rund um die Uhr kontaktieren können. Nur so kann mitten in der Nacht noch ein Blumenstrauß für 250 Euro beschafft werden oder ein Moosbett, in dem ein Einkaräter sitzt.

Die Wünsche der Gäste sind dabei so vielfältig wie der Arbeitsalltag der Persönlichen Assistenten im Breidenbacher Hof. Da sitzt dann schon mal um halb sieben Uhr morgens ein russischer Gast im «Living Room» und fragt, wo er denn zwei Kilo Murmeltiersalbe bekomme. Unvergessen ist für Susanne Köhler auch, wie Liza Minelli um zwei Uhr morgens mit roten Lockenwicklern im Bett saß und gemeinsam mit dem Hotelpersonal frühstücken wollte. «Darüber schütteln wir nicht den Kopf», sagt die Persönliche Assistentin, «wir versuchen es möglich zu machen.»

Wenn Susanne Köhler und ihr Team nachts nicht mehr im Hotel sind, kümmern sich die Mitarbeiter der Rezeption um die Anliegen der Gäste. Ein Nachtportier und ein Nachtpage sind den Gästen behilflich, die sehr spät an- oder abreisen. Auch in einem überschaubaren Stadthotel mit 95 Zimmern fallen viele Arbeiten an, die nachts erledigt

werden. So müssen Zeitungen verteilt, Schuhe geputzt und die Karten eingesammelt werden, auf denen Gäste ihre Frühstückswünsche eingetragen haben. Wenn jemand nach Mitternacht noch schnell ein Hemd aufgebügelt haben will oder eine Zahnbürste oder ein Rasierset benötigt, kümmert sich ebenfalls der Page darum. Er ist auch dafür zuständig, die Speisen zu servieren, die der Nachtkoch zubereitet. Im Gegensatz zu anderen Luxushäusern gibt es hier im Breidenbacher Hof auch nach Mitternacht noch frisch gekochte Speisen – lediglich das Angebot der Karte ist reduziert.

Doch nicht nur der Page hat nachts zu tun. An der Rezeption werden die Dinge aufgearbeitet, die am Tage übrig geblieben sind. Der Koch bereitet schon mal das Frühstück vor. Zudem werden alle öffentlichen Bereiche des Hotels gereinigt. Selbst wenn die Capella Bar in den frühen Morgenstunden schließt, sind noch immer fünf bis sechs Leute im Hotel beschäftigt. «Nachts wird das Team immer kleiner», sagt Logisdirektor Tobias Schall. Das setzt Flexibilität bei den Mitarbeitern voraus und eine hohe Verantwortungsbereitschaft. «Bei einem nächtlichen Feueeralarm etwa sind die Kollegen an der Rezeption für das Hotel verantwortlich.»

Dass es so weit erst gar nicht kommt, dafür sorgt Carsten Ackers. Zumindest was Defekte anbelangt, die nicht vom Menschen verursacht sind. Der Technische Leiter des Breidenbacher Hofes ist zwar nachts nicht im Haus, aber für



Edle Aufzüge von Schindler im Breidenbacher Hof

den Notfall immer erreichbar. «Kleinere technische Probleme lösen die Mitarbeiter, die nachts im Hotel sind, selbst», sagt Carsten Ackers. Etwa wenn es darum gehe, eine Glühbirne auszutauschen, oder einem Gast dabei zu helfen, sich im Internet einzuloggen. Vor wenigen Tagen habe er aber auch mitten in der Nacht einen Anruf erhalten, weil der Internetzugang im gesamten Haus gestört gewesen sei. Doch auch dieser Fehler konnte schnell behoben werden.

Um technische Störungen möglichst ganz zu vermeiden, gibt es im Breidenbacher Hof das Care-System. Care steht dabei für «Clean and repair everything». In regelmäßigen Abständen und wenn die Belegung es zulässt, wird jedes Zimmer intensiv gereinigt und in technischer Hinsicht durchgecheckt: Lampen, Touchpads, Fernsehen, Internet, Klimaanlage – alles wird kontrolliert. Wartungen in öffentlichen Bereichen, etwa die Klimageräte in Lobby und Living Room, werden dagegen bewusst in die Nacht verlegt, da dann der Publikumsverkehr geringer ist. «Auch die Updates für Internet und Telefonanlage lassen wir nachts laufen», sagt Ackers. «Da stört ein Neustart weder die Gäste noch unsere Mitarbeiter.»

Damit die Gäste nicht nur ruhig, sondern auch sicher schlafen, gibt es im Breidenbacher Hof eine Zutrittskontrolle via Chipkarte. Jeder Gast kann mit dieser Karte seine Zimmertür öffnen und die Aufzüge benutzen. Dabei ist

für ihn immer nur die Etage freigeschaltet, auf der sich sein Zimmer befindet, sowie die Etagen mit öffentlichen Bereichen wie Fitnessraum oder Lobbyounge. Zudem sorgt freitags, samstags und zu Anlässen, bei denen in der Stadt viel los ist, noch ein Security-Mitarbeiter für die Sicherheit im Hotel. Die beliebte Capella Bar lockt insbesondere an diesen Tagen zahlreiche Nachtschwärmer in das zentral an der Altstadt gelegene Hotel. So wird der Breidenbacher Hof seinem Anspruch gerecht, nicht nur ein Wohnzimmer für die internationalen Hotelgäste zu bieten, sondern eben auch ein «Wohnzimmer» für alle Düsseldorfer zu sein. Zumindest für die, die es sich leisten können. Für Hoteldirektor Cyrus Heydarian liegt darin auch das Erfolgsrezept seines Hauses begründet: «Wir verkaufen keine Betten, wir verkaufen Emotionen.» Um sich in der Luxus-Hotellerie abheben zu können, müsse man einen besonderen Service bieten, der sich nicht in der Ausstattung erschöpft. «Unsere Dienstleistung wird ja nicht darüber definiert, ob da tolle Kronleuchter hängen oder die Wände mit Marmor verkleidet sind», sagt der erfahrene Hotelier, «sondern über ein Erlebnis, das durch Menschen vermittelt wird.» Und eben dadurch zeichnet sich der Breidenbacher Hof aus. Während es in deutschen Fünf-Sterne-Häusern durchschnittlich 0,5 Mitarbeiter pro verfügbarem Zimmer gibt, sind es hier 1,3. «Wir haben im Schnitt mehr Mitarbeiter als Gäste im Haus», sagt Heydarian. Und das merkt der Gast. Besonders nachts.



Privatsphäre und Sicherheit im Wohnzimmer

# Kuschelige Nächte auf kaltem Eis

## Einzigartige Hotels



Eine durch und durch coole Location

**Ein Hotel ist mehr als nur ein Bett für eine Nacht. Wer einmal in einem dieser Häuser übernachtet hat, hat daran keinen Zweifel.**

#### **Schlafen on the rocks – Icehotel Jukkasjärvi**

Vielleicht hängen immer noch Menschen dem Irrglauben an, dass Schlafen bei Eiskälte die Abwehrkräfte stärkt. Anders ist es kaum zu erklären, dass Unerschrockene im Winter in den Norden Schwedens fahren, um eine Nacht bei Zimmertemperaturen von minus 5 Grad zu verbringen. Dort in Jukkasjärvi, 200 Kilometer nördlich des Polarkreises, entsteht jedes Jahr aufs Neue das Icehotel, das weltgrößte Hotel, das nur aus Eis und Schnee besteht. Bereits seit 20 Jahren beginnen jeweils im Oktober die Arbeiten, um aus 30.000 Tonnen Schnee und 4.000 Tonnen Eis ein Hotel zu bauen. In der vergangenen Saison zählte das Schneehaus 47 Zimmer. Bei Außentemperaturen von minus 30 Grad verbringen die Gäste in der Regel nur eine Nacht in dieser frostigen Herberge. Nach einem Abend mit Wodka aus Eisgläsern an der Bar legt man sich auf Eisblöcken zur Ruhe. Gegen die Kälte schützen Skianzüge und Schlafsäcke auf Rentierfellen. Die Touristen scheinen das kühle Ambiente zu mögen: Jede Saison werden 14.000 Übernachtungen gebucht und das Konzept hat bereits zahlreiche Nachahmer gefunden. Den Abwehrkräften hilft die kalte Nachtruhe indes nicht. Das gehört in den Bereich der Mythen. [www.icehotel.com/](http://www.icehotel.com/)

#### **Ab ins Blaue – The Conrad Maldives Rangali Island**

Wenn früher davon die Rede war, jemanden bei den Fischen schlafen zu lassen, ging es in der Regel nicht um einen schönen Hotelaufenthalt. Heute ist es für viele ein Traum, auf dem Boden des Ozeans zu leben. Dieser hat nicht erst durch den spinnenartigen Unterwasserpalast Atlantis des Bond-Bösewichts Karl Stromberg in «Der Spion, der mich liebte» Gestalt angenommen. Seit vielen Jahren existieren Pläne, ein Hotel auf dem Meeresgrund zu errichten. Der erste und bisher einzige gelungene Versuch ist das in den 80er Jahren eröffnete «Jules' Undersea Lodge» in der Nähe von Key Largo, Florida. Wobei der Begriff «Hotel» etwas zu hoch gegriffen ist: Es handelt sich um ein ehemaliges Unterwasserlabor, das nur per Tauchgang

zu erreichen ist und Platz für maximal sechs Personen bietet. Wer etwas mehr Luxus für seine Nacht unter dem Meeresspiegel sucht, kann sich bisher nur – das nötige Kleingeld vorausgesetzt – das Unterwasserrestaurant «Ithaa» im Luxushotel «The Conrad Maldives Rangali Island» auf den Malediven zur Unterwassersuite umbauen lassen. Aber noch besteht Hoffnung, dass es auch bald ein «richtiges» Unterwasserhotel geben wird. Zwar wird die Eröffnung des «Poseidon Undersea Resorts» auf den Fidschi-Inseln mit 24 Suiten und 48 Bungalows, die komplett unter der Wasseroberfläche liegen, seit zwei Jahren regelmäßig verschoben. Dafür wurde unlängst bekannt gegeben, dass in Dubai mit dem Projekt «Water Discus» ein Hotel entstehen soll, das aus zwei runden Ebenen gebildet wird – eine fünf bis sieben Meter über der Wasseroberfläche, die zweite etwa zehn Meter unter Wasser. Baubeginn und Eröffnung sind noch offen. <http://conradhotels3.hilton.com/en/hotels/maldives/conrad-maldives-rangali-island-MLEHIC1/index.html>

#### **Hinter Gittern – The Malmaison Oxford**

Um einmal hinter schwedischen Gardinen zu sitzen, muss man sich nicht einbuchen lassen. Hotels, die ihren Gästen Knastfeeling versprechen, indem sie ehemalige Gefängnisgebäude und Stilelemente aus der vergitterten Welt nutzen, gibt es inzwischen auf fast allen Kontinenten. Kaum eines von ihnen hätte aber den Titel «Luxusknast» mehr verdient als das 2005 eröffnete Malmaison Oxford. Das Oxford Castle, im 11. Jahrhundert auf Geheiß «Williams des Eroberers» erbaut, diente bis 1996 als Gefängnis. Im November 2005 wurde das Hotel eröffnet: mit 94 Zimmern, einer großen Halle mit Glasdach – die 1969 schon als Filmkulisse im Klassiker «The Italian Job» mit Michael Caine diente –, First-Class-Restaurant und Bar. Das düstere Gefängnisambiente kam auch 2001 noch einmal im Film zum Einsatz: In «Spy Game» mit Robert Redford und Brad Pitt wurde das Oxford Castle zum chinesischen Zuchthaus. Zwei Zellen wurden übrigens bis heute im Original belassen – als Anschauungsobjekte. Denn im Gegensatz zu den früheren Insassen muss der Gast heute hier auf Annehmlichkeiten nicht verzichten. [www.malmaison-oxford.com](http://www.malmaison-oxford.com)

### **Gute Nacht, Lenin – Das Ostel Berlin**

Einchecken im sechsstöckigen Plattenbau, übernachten im «Pionierlager», am nächsten Morgen wird das Frühstück am «MuFuTi», dem Multifunktions Tisch, eingenommen. Und das alles unter den Blicken von Erich Honecker, Horst Sindermann und Willi Stoph, deren Konterfeis an den Wänden hängen. Im Ostel, dem Ostalgie-Hotel in Berlin-Friedrichshain, erlebt das DDR-Design seine Renaissance. Vom Pittiplatsch-Püppchen bis zur originalen DDR-Klopapierrolle – hier darf der realsozialistische Alltag noch einmal zeigen, wie er aussah. Zumindest bei den privilegierten Genossen: Die Holzbetten und -schränke in den Zimmern des Ostels stammen nämlich aus der ehemaligen Funktionsnäsiedlung Wandlitz. Auch bei den Preisen orientiert sich das Retro-Hotel eher an Vorwende-Verhältnissen. Eine Übernachtung im «Pionierlager», einem Mehrbettzimmer, ist bereits ab 15 Euro zu haben. Auch für das WLAN, eine Konzession an den modernen Zeitgeist, muss der Gast nicht zahlen. Das 2010 eröffnete Ostel-Restaurant, das seinen Gästen gehobene DDR-Küche jenseits von «Broiler, Spreewaldgurke und Sättigungsbeilage» näherbringen wollte, ist allerdings seit geraumer Zeit geschlossen. Vielleicht sollte man einige Dinge auch einfach Geschichte bleiben lassen. [www.ostel.de](http://www.ostel.de)

### **Und den Vögeln hinterher – Treehotel Harads**

Wer sich ins gemachte Nest legen will, muss hoch hinaus. Erst einmal nach Lappland, in den dichten schwedischen Kiefernwald, und dann noch einige Meter in die Höhe. Dort verbergen sich zwischen den Bäumen die fünf bisher fertiggestellten Räume des Treehotels. Eins davon ist ein überdimensionales Vogelnest, dessen Innenraum vom Architekten Bertil Harström so gestaltet wurde, dass es Platz für eine vierköpfige Familie bietet. Fügt sich schon das «Bird's Nest» perfekt in die umgebende Natur ein, so ist der «Mirrorcube» genannte Raum aus bestimmten Perspektiven mit bloßem Auge gar nicht zu erkennen. Wie der Name bereits verrät, ist der Wohnwürfel mit einer Seitenlänge von vier Metern von außen komplett verspiegelt und reflektiert so die umstehenden Bäume. Damit die Vögel ob dieser gelungenen Täuschung nicht reihenweise gegen das Baumhaus fliegen, wurde auf die spiegelnden Wände eine Infrarotfolie aufgetragen, die für Vögel, nicht jedoch für Menschen sichtbar ist. Wer gänzlich dieser Welt entfliehen will, kann eine Nacht im «UFO» verbringen, einer fliegenden Untertasse, die zwischen den Bäumen zu klemmen scheint. Und wer lieber Boden unter den Füßen hat, der entspannt am besten in der ebenerdigen Baumsauna. [www.treehotel.se](http://www.treehotel.se)

### **Nicht gleich abheben – Jumbo Stay Arlanda**

Manchmal sollte man einfach auf dem Boden bleiben. Wie sonst könnte man an Bord einer Boeing 747 eine Nacht verbringen, ohne von lärmenden Turbinen, heftigen Turbulenzen und einer halbaufrechten Sitzposition am erholsamen Tiefschlaf gehindert zu werden. Am Stockholmer Flughafen Arlanda wird der Wunschtraum vieler Langstreckenflieger Wirklichkeit: Hier heißt es nach dem Boarding nicht «Fasten your seatbelts» sondern «Sleep tight». Im «Jumbo Stay», einer zum Hotel umgewandelten Boeing 747-200, finden bis zu 76 Gäste in 27 Zimmern Platz. Der 1976 erbaute Jumbojet wurde 2002 stillgelegt und 2009 als das erste Flughafenhotel im Bauch eines Flugzeuges wiedereröffnet. Das Frühstück wird hier stilecht auf den von Flugreisen bekannten Tablettis serviert, die Gepäckfächer und Fenster sind noch original von 1976. Wer es etwas exklusiver mag, bucht die «Cockpit-Suite» für zwei Personen, die neben Steuerhorn und Bordinstrumenten im 70er-Jahre-Look einen faszinierenden Ausblick auf das Rollfeld bietet. Da stimmt der Slogan «Nur Fliegen ist schöner». [www.jumbostay.com](http://www.jumbostay.com)

### **Size does matter – Venetian Resort Hotel Las Vegas**

Wer die größten Hotels dieser Welt besuchen will, kann Deutschland bei seiner Reise getrost auslassen. Das an der Bettenzahl gemessen größte Hotel Deutschlands, das Estrel in Berlin mit 1.125 Zimmern, würde in Las Vegas nicht einmal die Top Ten erreichen. Allein 14 Hotels zählen dort mehr als 3.000 Zimmer, eins sogar mehr als 7.000: das Venetian. Das Außergewöhnliche an diesem größten Hotel der Welt ist aber nicht nur sein Gigantismus mit einem 11.000-Quadratmeter-Casino und 18 Restaurants. Das Venetian stellt das Verhältnis der räumlichen Nähe von touristischer Attraktion und Unterkunft auf den Kopf. Denn da das Venetian nun mal nicht in der Nähe des Touristenmagneten Venedig steht, musste der Berg zum Propheten und die Stadt auf den Stelzen nach Las Vegas kommen. So durchziehen das Megahotel venezianische Kanäle samt Gondeln und Gondolieri. Und wer die Sehenswürdigkeiten Venedigs entdecken möchte, wird hier ebenfalls bedient: Rialto-Brücke, Markusplatz, Dogenplatz und Campanile gehören selbstverständlich zum Fundus des Venetian. [www.venetian.com](http://www.venetian.com)



Jumbo Stay, Stockholm



The Venetian, Las Vegas



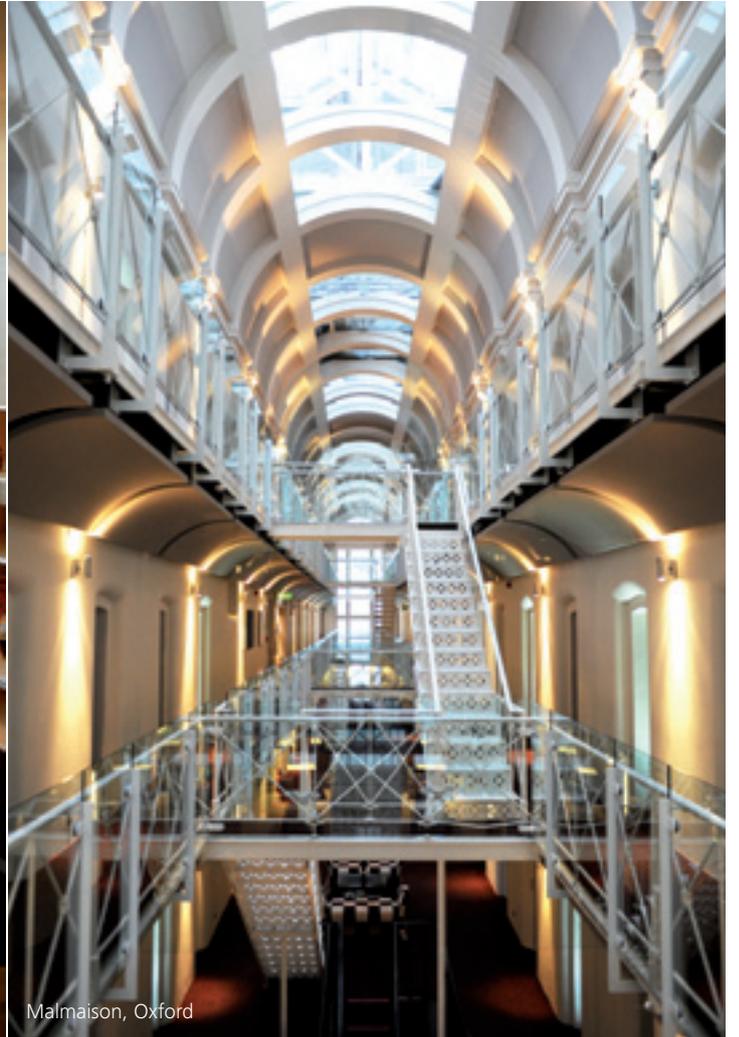
The Conrad Rangali Island, Malediven



Treehotel, Harads



Ostel, Berlin



Malmison, Oxford

# Aufmerksamkeit ist entscheidend

## Dienstleister

**Keine andere Branche wird so mit dem Servicegedanken verbunden wie die Hotellerie. Doch welchen Service erwartet ein Hotelmanager, wenn es um die Aufzüge in seinem Haus geht? Ein Gespräch mit Volker Schumacher, Operations Manager der RIMC Hotels & Resorts, und Olaf Beerbaum, Leiter des Key-Account-Managements bei Schindler.**

In einem Satz – Was ist für Sie guter Service?

Volker Schumacher: In meiner Branche definiere ich Service als das Erfüllen von Gästewünschen, wobei der gute Service sich vom schlechten vor allem dadurch unterscheidet, dass er den Wunsch des Gastes quasi vorwegnimmt.

Olaf Beerbaum: Ich verstehe unter einem guten Service eine kompetente Dienstleistung, bei der man auf den Kunden eingeht, seine Bedürfnisse aufnimmt und – nicht zu vergessen – diese Wünsche auch umsetzt.

Können wir in punkto Service etwas von der Hotellerie lernen?



Olaf Beerbaum

Volker Schumacher: Service ist nicht gleich Service. Da muss man differenzieren. Zum einen sprechen wir ja nicht umsonst von der Servicewüste Deutschland. Das Dienen ist einfach nicht jedem gegeben, und letztlich ist Service ja nichts anderes als dienen. Zum anderen verstehen wir überall etwas anderes unter Service. In den USA beispielsweise ist der Service stark standardisiert. Wenn Sie dort nicht die angebotenen Optionen eins oder zwei wollen, sondern lieber drei, fallen Sie aus dem Standard heraus und sind ebenso in der Servicewüste. Insofern ist die Frage nicht pauschal zu beantworten. Ich glaube aber schon, dass einige Branchen noch lernen müssen, sich mehr an den Wünschen ihrer Kunden zu orientieren.

Was wünschen Sie sich als Kunde von Schindler?

Volker Schumacher: Ganz klar einen funktionierenden Aufzug, 24 Stunden am Tag und sieben Tage in der Woche. Wenn Herr Beerbaum vorher weiß, dass ein Verschleißteil demnächst kaputtgehen könnte, freue ich mich natürlich, wenn er mir das sagt und das Teil austauscht. Ansonsten will ich davon eigentlich gar nichts mitbekommen.

Olaf Beerbaum: Die meisten Kunden wollen einfach, dass der Aufzug läuft und ansonsten Ruhe ist. Das möchten wir im Grunde auch. Dieser «unsichtbare» Service kann allerdings auch zu Diskussionen führen: Wenn der Kunde einmal im Jahr von uns die Rechnung erhält, fragt er sich, wofür wir eigentlich Geld von ihm verlangen. «Ihr habt doch gar nichts gemacht», müssen wir uns dann oft anhören, und antworten: «Doch, aber du hast uns einfach nicht bemerkt.»

Volker Schumacher: Das Problem kennen wir in der Hotelbranche nicht. Der Gast sieht ja im Prinzip den Service. Jemand bringt mir den Kaffee, ein anderer räumt mein Geschirr ab. Da sind Menschen, die irgendetwas für mich tun, und das kann ich ein Stück weit in Geld umrechnen. Bei Aufzügen ist das anders. Da sieht man den Service nicht.

Wenn Sie schon für einen «unsichtbaren» Service bezahlen, was erwarten Sie denn von den Aufzügen in Ihren Häusern?

Volker Schumacher: Wie schon gesagt, das Wichtigste ist die Verfügbarkeit. Wir haben kein Hotel mit Ruhetagen. Wir sind rund um die Uhr geöffnet, und ich wünsche mir, einen Gast genauso nachts um eins mit dem Aufzug ins Zimmer bringen zu können wie mittags um eins.

Olaf Beerbaum: Ich glaube, dass der Anspruch, dass der Aufzug funktioniert, in Hotels höher ist als in Wohn- und Geschäftshäusern. Nicht falsch verstehen: Jeder Nutzer will natürlich, dass der Aufzug funktioniert. Aber in Hotels ist der Aufzug Bestandteil eines Übernachtungspaketes, für das der Gast zahlt. Man kommt rein, meldet sich an der Rezeption an – und das nächste Thema ist schon, wo der Aufzug ist, der mich zu meinem Zimmer bringt. Daher ist die Verfügbarkeit so wichtig. Wenn der Aufzug in einem Wohnhaus mal ein paar Stunden ausfällt, ist das ärgerlich, im Hotel ist das eine Katastrophe.

Volker Schumacher: Außerdem müssen Sie an die Barrierefreiheit denken. Die Gästezimmer in Hotels liegen meistens im Ober-, WC-Anlagen oft im Tiefgeschoss. Häuser, die auch Zimmer im Erdgeschoss anbieten, sind eher die Ausnahme. Gehbehinderte und ältere Menschen sind daher auf den Lift angewiesen. Und wie wollen Sie einem solchen Gast bitte erklären, dass er fünf Stunden warten muss, bis der Aufzug wieder funktioniert?

Guter Service heißt dementsprechend auch schneller Service?

Volker Schumacher: Ja, aber das bedeutet nicht, dass der Gast immer alles sofort haben muss. Oft reicht es, dem Gast zu signalisieren, dass man gleich bei ihm ist. Diese Aufmerksamkeit ist wichtiger, als dass der Kaffee sofort auf dem Tisch steht. Die Hotellerie ist schließlich geprägt von Menschen. Die Gäste auf der einen Seite, die Mitarbeiter auf der anderen. Da kommt es vor allem auf das Miteinander an.



Olaf Beerbaum: Das ist bei uns auch so. Der beste Techniker nützt uns nichts, wenn man ihn nicht auf den Kunden loslassen kann. Natürlich macht es sehr viel Arbeit, wenn ich jeden Wartungstermin mit den Kunden vorher abspreche, aber das wird als Service wahrgenommen, der einen im Zweifelsfall vor den Mitbewerbern auszeichnet. Da ist die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter gefordert.

Volker Schumacher: Aufmerksamkeit ist das Entscheidende. Ich versuche den Unterschied zwischen gutem und schlechtem Service immer so zu erklären: Schlechter Service ist, wenn der Gast im Meer baden geht und ich mir denke, wenn er danach ein Handtuch möchte, wird er sich schon melden. Guter Service ist es, den Gast bereits zu fragen, wenn er auf dem Weg ist, ob man ihm ein Handtuch hinlegen soll. Der beste Service, den Sie ihm liefern können, ist aber, ihm ein Handtuch hinzulegen, ohne dass überhaupt ein Wort darüber gesprochen wurde. Beim Aufzug ist das so ähnlich. Wenn der immer läuft, ohne dass ich jemals einen Techniker zu Gesicht bekomme, dann ist doch alles bestens.

Volker Schumacher ist Manager Controlling & Operation bei RIMC International Hotel Resort Management & Consulting GmbH. Die RIMC mit Sitz in Hamburg ist eine der international führenden Hotelgesellschaften und betreibt derzeit rund 35 Hotels in sieben Ländern. [www.rimc.de](http://www.rimc.de)

Olaf Beerbaum leitet das Key-Account-Management bei der Schindler Deutschland GmbH. Seit 2010 betreut er im Rahmen eines Servicevertrages auch die Aufzüge in den deutschen Hotels der RIMC.

# Hotels in Zahlen



Das Royal Clock Tower Hotel im saudi-arabischen Mekka trägt mit 601 Metern den Titel «Höchstes Hotel der Welt» und ist gleichzeitig das zweithöchste Gebäude der Welt.

7.128

Zimmer hat das Venetian Resort Hotel in Las Vegas. Das größte Hotel der Welt ist der Lagunenstadt Venedig nachempfunden. Mit echten Kanälen, Gondeln und einer Nachbildung der berühmten Rialto-Brücke.

1,6

Milliarden Übernachtungen konnten im Jahr 2011 die Hotelbetriebe in den 27 EU-Mitgliedsländern verbuchen. Gegenüber dem Vorjahr ist dies ein Anstieg von 3,8 Prozent. In Deutschland lag die Zahl der Übernachtungen im Jahr 2010 allein schon bei 380 Millionen.

Milliarden Euro beträgt der Nettoumsatz, den allein die deutschen Hotels im Jahr 2010 erwirtschaftet haben.

17,2

256.092

sozialversicherungspflichtige Beschäftigte arbeiteten im Jahr 2010 im Hotelgewerbe. Im gesamten Gastgewerbe sind es mehr als 846.000 Beschäftigte.

InterContinental

16,8 Mrd. Dollar

Marriot

10,9 Mrd. Dollar

Accor

9,9 Mrd. Dollar

Hilton

7,7 Mrd. Dollar

Starwood

4,7 Mrd. Dollar

Wyndham

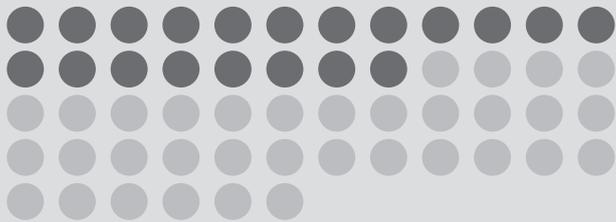
3,8 Mrd. Dollar

Hyatt

3,0 Mrd. Dollar

## Die größten Hotelketten der Welt

(nach Umsatz 2010)



20.160 Euro im Jahr beträgt der durchschnittliche Verdienst eines Zimmermädchens in einem deutschen Hotel. Ein Hoteldirektor verdient 53.760 Euro.

Euro beträgt der durchschnittliche Preis (ohne Frühstück) für ein Hotelzimmer in Deutschland. Die Zimmerauslastung der deutschen Hotels lag 2010 bei 63 Prozent.

96



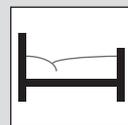
133

luxuriöse Fünf-Sterne-Hotels gibt es allein in Deutschland. Hotels der einfachen Tourist-Kategorie mit nur einem Stern gibt es dagegen nur insgesamt 72 Mal.



79,9

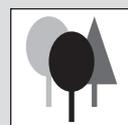
Prozent der deutschen Hoteliers wollten im Jahr 2011 ihre Gebäude modernisieren. Investiert wird vor allem in die Zimmer, Bäder, Außenanlagen und in die Gastronomiebereiche.



Zimmer



Bäder



Außenanlagen



Gastronomiebereiche



## Aufzug ahoi! 25hours Hotel, Hamburg

**Die Hamburger HafenCity zählt zu den bemerkenswertesten Waterfront-Projekten weltweit. In nur zehn Jahren haben sich die industriellen Brachflächen am Elbufer in ein prosperierendes Stadtareal verwandelt, das bereits heute rund 1.700 Menschen Wohnraum bietet und mehr als 300 Unternehmen mit fast 8.500 Mitarbeitern beherbergt. So zeichnet sich Hamburgs neues Szeneviertel durch eine urbane Mischung aus Kultur, Freizeit, Einzelhandel und Gastronomie aus. Gleichzeitig wird bei den zahllosen Sanierungs- und Neubaumaßnahmen der maritime Charakter des ehemaligen Hafengeländes auf einzigartige Weise gepflegt und weiterentwickelt. Dabei zeugt der gestalterische Charme der Docklands nicht nur von ausgeprägtem Traditionsbewusstsein – er liegt schlichtweg im Trend.**

Eines der jüngsten Objekte dieser Art ist das im vergangenen August eröffnete 25hours Hotel mitten im Herzen der HafenCity. Die vom europäischen Hotelforum zur «Hotelimmobilie 2011» gekürte

Bleibe wird dem selbstformulierten Anspruch eines Seemannsheims in vielen liebevollen Details gerecht. Lobby, Restaurant und Bar stehen für die raue Welt des Hafens: Versatzstücke aus Lagerhäusern und Containerterminals werden miteinander kombiniert, hölzerne Hochregale dienen als Wandverkleidung, ein Stapel alter Perserteppiche macht auf Sofa, Tagungsräume befinden sich in Überseecontainern. Währenddessen präsentieren sich die insgesamt 170 Zimmer als gemütliche Kojen, bei deren Gestaltung die verantwortlichen Innenarchitekten Stephen Williams Associates augenzwinkernd Elemente aus dem Schiffsbau haben einfließen lassen.

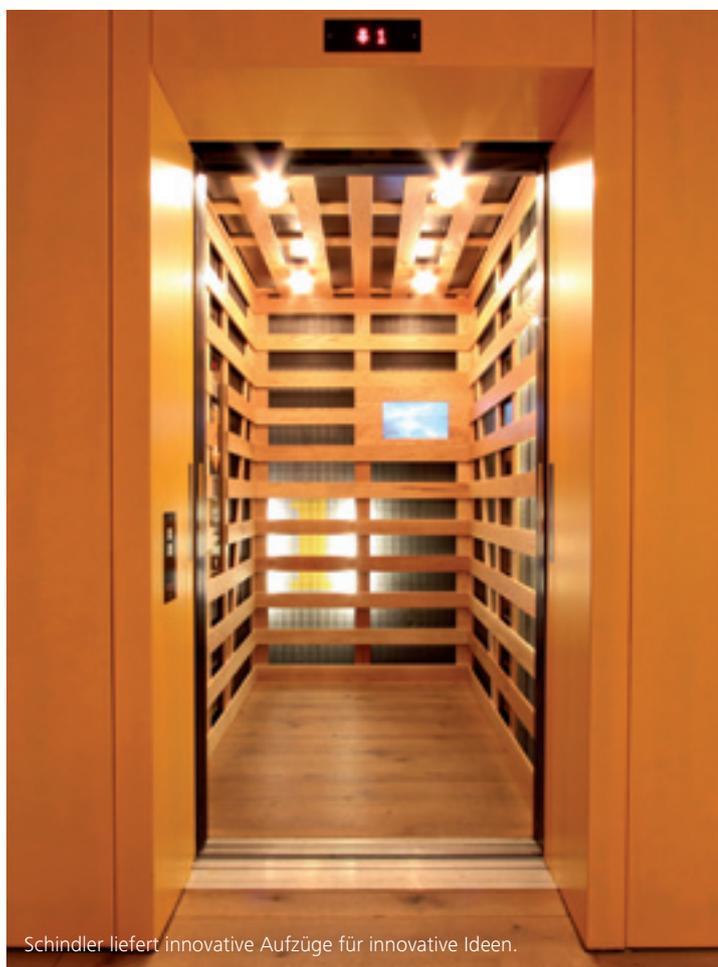
Ein ganz besonderes Erlebnis ist der Transfer zwischen den Etagen des sechsstöckigen Gebäudes. Denn auch bei der Gestaltung der beiden Gästenaufzüge wurde die Idee des Seemannsquartiers konsequent umgesetzt. Die Kabinen sind wie Holzverladekisten aufgemacht, deren Design den Gast noch tiefer in das Hafenumfeld eintauchen lässt. Die Wände und Decken bestehen aus Lochblech, das mit Massivholzlatten aus Eiche verkleidet ist. Bei

den Böden kommt ein passendes Massivholzparkett zum Einsatz. Als Beleuchtung fungieren Messing-Schildkröten, wie man sie noch aus der maritimen Kellerbar der 1970er Jahren kennt. Weitere Akzente setzt das schwarze, pulverbeschichtete Tableau. Es ist aber nicht nur die «Kisten-Optik», die für ein außergewöhnliches Fahrvergnügen sorgt. Durch das Lochblech sind die Wände nach außen hin offen. So weht bei jeder Aufzugsfahrt ein Luftzug in den Kabinen, der an die stetige Küstenbrise vor Ort erinnert.

Trotz des extravaganten Designs handelt es sich bei den Aufzügen des 25hours Hotels um eine verhältnismäßig kostengünstige Lösung. Lediglich das Kabineninnere ist eine Sonderanfertigung. Ansonsten basieren die Anlagen auf einem wirtschaftlichen Standardmodell von Schindler, das gezielt auf die harten Bedingungen des kommerziellen Bereichs ausgerichtet ist und sich vielfach bewährt hat. Die moderne Serientechnologie bildet in diesem Zusammenhang einen ausdrücklichen Kontrapunkt zum rustikalen Äußeren. Der getriebelose, hochleistungsfähige Permanent-Magnet-Antrieb ermöglicht eine sanfte und komfortable Fahrt sowie eine hohe Haltegenauigkeit. Eine Mikroprozessor-Steuerung sorgt für optimale Verfügbarkeit. Ebenso werden die Verbrauchswerte den heutzutage gängigen

Ansprüchen gerecht, so erfüllen die Aufzüge alle Anforderungen nach ISO 14001. Sie verzichten darüber hinaus auf einen Maschinenraum und konnten entsprechend platzsparend installiert werden. Hinsichtlich der Tragkraft sind die Anlagen auf 17 Personen bzw. 1.275 Kilogramm ausgerichtet. Dank der großzügigen Kabinenabmessungen und einer entsprechenden Türbreite werden die Anforderungen der DIN EN 81-70 sogar über die gesetzlichen Vorgaben hinaus erfüllt. Das heißt: Die Zugänglichkeit für Personen mit und ohne Behinderung ist umfassend gewährleistet.

Die Modifikation der Standardanlagen wurde ebenfalls vom Hersteller vorgenommen. Dabei war es durchaus eine Herausforderung, die Entwürfe der Innenarchitekten möglichst originalgetreu in die Realität umzusetzen. Dank der engen Zusammenarbeit der Beteiligten ist dies perfekt gelungen. Somit hat sich der Mittelweg zwischen Serienkomponenten und individueller Gestaltung in jeder Hinsicht bewährt. Die Betreiber verfügen über verlässliche Transportsysteme, die dem Gast trotz des «authentischen» Fahrerlebnisses ein Gefühl von Sicherheit und Komfort geben. Gleichzeitig wird das Designkonzept des 25hours Hotels durch ein echtes Highlight bereichert, ohne den Kostenrahmen zu sprengen.



Schindler liefert innovative Aufzüge für innovative Ideen.



Filmkulisse oder Hotelempfang?

# East meets West

## Pangu 7 Star Hotel, Peking

**Ein Höchstmaß an Glück und Wohlbefinden möchte das Pangu 7 Star Hotel in Beijing (Peking) seinen Gästen bieten. Dabei setzt man auf eine reizvolle Mischung aus chinesischer Tradition und europäischem Luxus.**

«Wohllullender Hauch der Drachen» wird im chinesischen Feng Shui eine für den Menschen positive und glückverheißende Energie genannt, die von den lebendigen Kräften in der Natur ausgeht. Sie fließt entlang sogenannter Energie- bzw. Drachenlinien durch die Landschaft und bildet unter anderem den

Ausgangspunkt für die Planung von Gebäuden und deren Zimmereinrichtung. Auch das Pangu 7 Star Hotel in Peking wurde nach diesen Vorgaben errichtet. Für seine Gäste soll es demnach ein Glück und Wohlstand verheißender Ort sein. Allerdings vertrauen die Betreiber der Beijing Pangu Investment Company bei der Umsetzung ihrer distinguierten Gäste nicht allein auf die Prinzipien des Feng Shui. «East meets West» lautet das Credo, nach dem traditionelle östliche Designelemente mit modernsten westlichen Standards und Technologien kombiniert werden. So vollzieht die opulente Luxusresidenz einen reizvollen Spagat zwischen der 5.000 Jahre



Ein Drache aus Stahl und Beton

alten Kultur Chinas und der aufstrebenden, westlich orientierten Wirtschaftsmacht.

### **Der Schweif des Drachen**

Wie kein anderes Symbol repräsentiert der Drache die chinesische Nation und Geschichte. Er ist Sinnbild der Kraft und höchsten Stufe des Glücks. Das Fabelwesen ist daher nicht nur innerhalb des Pangu 7 Star allgegenwärtig, vielmehr ist das Hotel Bestandteil der Pangu Plaza – eines rund 600 Meter langen Gebäudeensembles, das in der Gesamtheit einen großen weißen Drachen darstellt. Den Kopf bildet dabei ein 192 Meter hohes

First-Class-Bürogebäude mit elegant geschwungenem Gesims. Es folgt der Körper, bestehend aus drei niedrigeren Appartementhäusern. Das 22-stöckige Pangu 7 Star schließt den Komplex ab und fungiert somit als Drachenschweif. Eine über 400 Meter lange Einkaufspassage mit monumentalen Granitsäulen verbindet die einzelnen Gebäudeteile außenseitig miteinander.

Beim Pangu Plaza handelt es sich um einen Entwurf des Chinesen C.Y. Lee. Der renommierte Stararchitekt hat unter anderem das Taipei 101 in Taiwan errichtet, das mit 508 Metern bis zum Jahr 2010 als weltweit





höchstes Gebäude gehandelt wurde. Eröffnet wurde die Pangu Plaza zu den Olympischen Sommerspielen 2008. Aufgrund der zentralen Lage bieten die Gebäude einen atemberaubenden Blick auf die Attraktionen des Olympiageländes, wie etwa das Schwimmstadion oder das als «Bird's Nest» bekannt gewordene Nationalstadion.

#### **Stimmungsvoller Empfang**

So exklusiv wie der Ausblick ist auch das Interieur des Pangu 7 Star, das auf einem Design von Ricardo Bello Dias basiert. Stets wird das Gleichgewicht zwischen chinesischer Tradition und zeitgenössischem europäischen Glamour gehalten. So finden die strahlend weißen Granitoberflächen der Fassade im Innern ihre konsequente Fortsetzung in hellem Marmor, der eigens aus Italien importiert und von chinesischen Kunsthandwerkern teils mit klassischen Gravuren versehen wurde. Im Empfangsbereich bilden Drachenthronen aus Granit sowie prächtige Deckenschnitzereien aus Palisanderholz einen spannenden Kontrast. Großflächige Wandmalereien greifen Szenen der klassischen Geschichte «A Dream of Red Mansions» auf. Abgerundet wird das Gesamtbild durch ein stimmungsvolles Lichtdesign vom Studio Metis.

#### **Komfortabler Personentransport**

Sechs Personenaufzüge sorgen dafür, dass die Gäste schnell und komfortabel ihre Unterkünfte erreichen. Die großräumigen Kabinen orientieren sich in ihrer



Gestaltung an der Lobby. Die Böden sowie die unteren Wandbereiche sind ebenfalls mit Marmor ausgekleidet. Darüber erstrahlen goldfarbene gerahmte Kupferstiche mit Szenen aus der Verbotenen Stadt. Das Pangu 7 Star ist das einzige Hotel in ganz China, das Motive des einstmals für das Volk unzugänglichen Kaisersitzes verwenden bzw. reproduzieren darf. Ergänzend setzen goldene Handläufe, Leisten und Bedienelemente gelungene Akzente.

Das aufwändige Kabinendesign wurde eigens für das Pangu 7 Star entworfen. Währenddessen beruht die Aufzugstechnologie auf einem hochwertigen Serienmodell, das sich bereits vielfach bewährt hat. Konkret handelt es sich um Anlagen vom Typ Schindler 7000, der speziell für die Anforderungen in Hochhäusern entwickelt wurde. Sämtliche Aufzüge sind mit getriebelosen Antrieben ausgestattet, die sich durch hohen Fahrkomfort und einen geringen Energieverbrauch auszeichnen. Neben den sechs Anlagen für die Gäste verkehren in dem Hotel noch vier Serviceaufzüge, die auf der gleichen Technologie basieren.

### **Hochwertige Raumausstattung**

Das Pangu 7 Star verfügt über insgesamt 234 Zimmer. Das Spektrum umfasst 10 unterschiedliche Kategorien vom 45-Quadratmeter-Raum bis zur Präsidentensuite mit 488 Quadratmetern. Alle Unterkünfte haben eines gemeinsam: Sie sind besonders hochwertig ausgestattet. Die Wände schmücken handbestickte Seidentape-

ten. Auch hier finden sich Kupferstiche von Gemälden aus der Verbotenen Stadt. Von der Möblierung über das Bad bis hin zur Bettwäsche wird ausschließlich auf luxuriöse Markenware gesetzt. Gleiches gilt für die Technik: Jeder Raum ist mit einem Soundsystem sowie einem DVD-Player von Bose ausgerüstet. LCD-Bildschirme mit Kabelanschluss sind im Wohnbereich wie auch im Badezimmer installiert. Darüber hinaus gehört zu jedem Raum ein kabelloser Breitband-Anschluss für das Internet sowie ein professionelles IP-Telefon.

Natürlich darf der Service bei solchen Rahmenbedingungen nicht zu kurz kommen. Jeder Gast kann rund um die Uhr auf einen persönlichen Butler zurückgreifen, der alle Wünsche bis hin zum Mitternachtsdinner erfüllt. Ein 24-stündiger Wäsche- und Schuhputzservice zählen ebenso zu den Selbstverständlichkeiten. Hinzu kommen das hoteleigene Fitnesscenter sowie der fast schon obligatorische Spa-Bereich mit Swimmingpool. Nicht zuletzt wird für das leibliche Wohl so einiges geboten: Insgesamt fünf Restaurants und Lounges bieten traditionell chinesische und internationale Speisen.

Ob es nun am Feng Shui oder dem vielfältigen Luxus und Verwöhnprogramm liegen mag: Im Pangu 7 Star ist für das Wohlbefinden der Gäste wahrlich umfassend gesorgt. Das belegen auch die zahlreichen Auszeichnungen, die das Hotel seit seiner Eröffnung erhalten hat – zuletzt als «Best Luxury Hotel 2011» sowie als «Best Boutique Hotel».

# Die Rechnung geht immer auf mich

## Hotelexperte Nummer 1



Heinz Horrmann. Mehr als 2.000 Hotels in 35 Jahren – bietet jemand mehr?

**Sein ganzes Leben verbringt er in fremden Betten. In mehr als 2.000 Fünf-Sterne-Häusern war er schon zu Gast. Wenn einer weiß, was ein gutes Hotel von einem schlechten unterscheidet, dann ist es Heinz Horrmann, Gastronomie- und Hotelkritiker.**

Herr Horrmann, seit mehr als 35 Jahren sind Sie als Hoteltester unterwegs. Langweilen Sie Hotels nicht mittlerweile?

Nein, im Gegenteil. Es macht mir nach wie vor Spaß. Selbst wenn ich privat unterwegs bin, kann ich den Kritikerblick nicht abstellen. Meine Frau schaut schon immer ganz grimmig, wenn ich als Erstes Unordnung feststelle, sobald wir ein Hotelzimmer betreten. Entscheidend ist aber, dass ich genauso viel Grundempörung verspüre wie früher – etwa wenn der Service in einem Hotel schlecht ist.

Was macht denn für Sie den Reiz eines guten Hauses aus?

In der Küchensprache würde man von einem Schmetterlingsschnitt sprechen, der ein gutes Hotel auszeichnet. Zwei Seiten gehören dazu: die passende Hardware und ein perfekter Service. Bei der Hardware kommt es auf eine angemessene Zimmergröße und Ausstattung an und vor allem auf ein tolles Bad. Ich bin sowieso der Meinung, dass das Badezimmer die Zukunft des Hotels darstellt. Auf der anderen Seite muss der Service stimmen. Dabei finde ich es zum Beispiel unverzichtbar, dass man zum Zimmer eskortiert wird und dass es dort gut riecht.

Urteilen Sie etwa mit der Nase?

Der erste Eindruck ist entscheidend: Bleiben Sie in einem Hotel fremd oder fühlen Sie sich zu Hause. Dabei spielt neben vielem anderen der Geruch eine entscheidende Rolle. Wenn es angenehm duftet, weil das Zimmer gut gelüftet ist und frische Schnittblumen auf dem Tisch stehen, fühlen Sie sich gleich wohler. Nach mehr als 2.000 Fünf-Sterne-Hotels, die ich bisher besucht habe, kann ich Ihnen sagen, dass es genau diese vermeintlich

kleinen Dinge und Aufmerksamkeiten sind, die gute und schlechte Häuser unterscheiden: Wie ist das Zimmer vorbereitet, wie wird der Gast empfangen und Ähnliches.

Gibt es dann überhaupt noch Überraschungen für Sie, wenn Sie doch bereits die besten Hotels der Welt kennen?

Überraschungen gibt es immer wieder in den besten Häusern der Welt – positive genauso wie negative. Erst neulich sind Helene Fischer und Florian Silbereisen aus einem Fünf-Sterne-Hotel in South Beach geflohen, weil der Service dort so unterirdisch war. Man erlebt aber auch immer wieder schöne Dinge. Zum Beispiel wurde ich auch schon vom Hoteldirektor persönlich auf dem Golfplatz mit Picknickkorb und Ausrüstung begrüßt.

Apropos negative Überraschungen: Sind Sie denn auch schon mal direkt nach der Ankunft wieder abgereist?

Einmal war ich kurz davor. Das war in einem Hotel in Kehl am Rhein. Mal ganz davon abgesehen, dass es dort nur ein winziges Handtuch und ein winziges Kopfkissen gab und zudem die Matratze durchgelegen war – das Zimmer hatte kein Telefon. Stattdessen stand dort ein Schild, dass man einen Telefonapparat gegen 50 Euro Kaution an der Rezeption erhalten könne. Das hatte ich bis dato noch nie erlebt.

Was darf bei der Ausstattung eines Hotelzimmers für Sie auf keinen Fall fehlen?

Neben der Basisausstattung sollten auch die technischen Möglichkeiten da sein, um Business zu machen. Und da ich ja, wie ich schon erwähnt habe, ein Bad-Freak bin, gehört für mich auch eine Walk-in-Dusche dazu und die Toilette sollte möglichst aus der Nasszelle verbannt sein. Und dann – damit sind wir wieder beim Service – ist da noch das kleine Krönchen, das mein Zimmer von den anderen abhebt: eine persönliche Willkommenskarte oder eine andere kleine Aufmerksamkeit.

Das hört sich doch aber schon sehr nach Luxus an.

Das hängt davon ab, was Sie als Luxus definieren. Für mich gehört eine anheimelnde Umgebung ebenso dazu wie guter Service. Goldene Wasserhähne allein reichen da nicht aus. Ich habe sogar mal das Armani-Hotel im Burj Khalifa in Dubai verrissen und mir damit den Zorn von Giorgio Armani zugezogen, aber der Service dort war einfach grottenschlecht. Da half es auch nichts, dass ich eine 280-Quadratmeter-Suite mit großartigem Design und toller Ausstattung hatte.

Was den Service anbelangt, galt ja Deutschland lange Zeit als Negativbeispiel. Hat sich da in den vergangenen Jahrzehnten etwas getan?

Unbedingt! Mit den Service-Vorbildern ist das ja so eine Berg- und Talfahrt. Erst galt die Schweiz als Maßstab, dann die USA, dann Asien und inzwischen gibt es auch in Deutschland viele Beispiele für hervorragenden Service. Zum Besten, was ich hier erlebt habe, gehört das Ritz-Carlton in Wolfsburg, aber auch viele kleinere Häuser sind besonders liebenswürdig, immer je nach den Möglichkeiten, die sie haben. Insgesamt kann man sagen, dass der Service einfach auch durch den Konkurrenzkampf wesentlich besser geworden ist.

Gibt es aktuell einen Trend, wohin sich die Hotelbranche entwickelt?

Es geht ganz klar in zwei Richtungen: einerseits hin zum absoluten Spitzenbereich, in dem Geld keine Rolle mehr spielt, auf der anderen Seite wächst das Segment, in dem es ausschließlich um das Budget geht. Berlin ist für diese Entwicklung ein Musterbeispiel. Sie haben dort Häuser wie das Adlon, und andererseits habe ich neulich gesehen, dass ein Vier-Bett-Zimmer für 18 Euro angeboten wird.

Mit Ihrer Erfahrung in der Hinterhand: Wann wird es das erste Heinz-Horrmann-Hotel geben?

Mein Sohn, der ebenfalls in der Hotelbranche tätig ist, wollte mich auch schon mal dazu bewegen, ein eigenes Haus aufzumachen. Aber das ist nicht mein Ding. Ich möchte die Hotels lieber weiter mit der notwendigen Distanz unter die Lupe nehmen. Und glauben Sie mir, mit fünf wöchentlichen Kolumnen in Zeitungen und Zeitschriften sowie

diversen Radio- und TV-Sendungen bin ich alles andere als unterbeschäftigt.

Aber ist in Zeiten von Hotelbewertungsportalen im Internet wie Tripadvisor & Co. der klassische Hotelkritiker nicht überflüssig geworden?

Überhaupt nicht, ganz im Gegenteil! Es gibt nichts Unglaublicheres als diese ganzen Portale. Sie können sich gar nicht vorstellen, was da alles manipuliert wird. Das ist vieles getürkt. Insofern sind unabhängige Hotelkritiker wichtiger denn je!

Aber sicher wurden auch Ihnen schon unmoralische Angebote gemacht? Sie sind doch als Hoteltester und Gastrokritiker bekannt wie ein bunter Hund.

Es wird in der Tat immer schwieriger für mich, noch unerkannt irgendwo hinzugehen. Selbst in Hotels, in denen ich noch nie war, wurde ich schon von Leuten aus dem Personal angesprochen, die mich von ihren früheren Anstellungen in anderen Häusern kannten. Aber um Ihre Frage zu beantworten: Die klassische Speisekarte mit dem Geldschein darin wurde mir erstaunlicherweise nie angeboten. Vielleicht ist das ja auch nur ein Mythos. Und auch wenn ich hin und wieder ein Upgrade und eine besonders liebevolle Behandlung sehr gern akzeptiere – ich habe mich noch nie einladen lassen. Die Rechnung geht immer auf mich.

Heinz Horrmann (69) ist Gastronomie- und Hotelkritiker und arbeitet seit 35 Jahren als Journalist und Buchautor. Nach dem Volontariat war er Redakteur bei der WELT und der WELT am SONNTAG sowie bei der Berliner Morgenpost als Geschäftsführender Redakteur tätig. Horrmann hat 35 Reise-, Hotel- und Genussbücher veröffentlicht, unter anderem den Bestseller «Die 99 ultimativ besten Hotels der Welt». Zuletzt erschien der vierte Band der Serie «In fremden Betten». 2001 wurde er mit dem Bundesverdienstkreuz für seine «Verdienste um die deutsche Hotellerie und Gastronomie» geehrt, 2011 erhielt «Deutschlands Hotelexperte Nr. 1» (Die Zeit) den «Five Star Diamond Award» der «American Academy of Hospitality Sciences» für sein Lebenswerk. Der Nachrichtensender CNN nannte ihn den «meist respektierten Hotelkritiker weltweit».





Organische Formen und intelligente Technik könnten das Hotelzimmer der Zukunft bestimmen.

## Aufwachen im Übermorgen Hotels der Zukunft

**Räume, die den Gast erkennen, Informationen auf Sprachbefehl, ein Zimmerroboter als Bedienung: Für das Hotel der Zukunft ersinnen Wissenschaftler die fantastischsten Spielereien. Nur der Mensch kommt etwas zu kurz.**

Willkommen im Jahr 2020. Das Hotel ist zur Heimstätte einer zunehmend mobilen Gesellschaft geworden. Ganz gleich, ob es sich um Urlauber oder Geschäftsleute handelt – weltweit wird der Gast erkannt und mit seinem ganz persönlichen Wohlfühlpaket empfangen. So oder ähnlich sehen die Visionen von Trendforschern und Wissenschaftlern mit Blick auf die Zukunft des Hotelgewerbes aus. Glaubt man den Experten des Fraunhofer-Instituts, wird dabei vor allem der technische Fortschritt zur Triebfeder der Veränderung.

Im institutseigenen inHaus-Zentrum in Duisburg zeigen die Forscher schon heute, wie ein Hotel der Zukunft ganz konkret aussehen könnte.

### **Check-in war gestern**

Vor rund vier Jahren hat das Fraunhofer-Institut das Verbundforschungsprojekt «FutureHotel» ins Leben gerufen. Gemeinsam mit zahlreichen Partnern aus der Hotelbranche setzte man sich zum Ziel, die Hotelstandards des 21. Jahrhunderts zu erkunden. Seither entsteht auf einer Forschungsfläche von rund 1.500 Quadratmetern ein Zukunftsszenario, das vor allem eine Prämisse hat: dem Gast einen möglichst umfassenden und individuellen Service zu bieten. Dabei machen sich die Wissenschaftler die neuesten Technologien zu Nutze. So wird der Gast bereits bei der Anreise mit seinem Fahrzeug von einem elektronischen



Panoramafenster und Leinwand in einem



Das InHaus2 des Fraunhofer-Instituts in Duisburg

Leitsystem ohne Umwege zum Stellplatz geführt. Auch das umständliche Check-in gehört der Vergangenheit an. Gebucht wird über das Internet, alle Daten sind schon erfasst. Der Gast erhält nur noch einen Zugangscodex per SMS.

Das ist der Preis, den der Reisende der Zukunft zahlen muss. Er wird zum gläsernen Kunden, dessen Personeninformationen, Vorlieben und Sonderwünsche in einem zentralen Nutzerprofil abgelegt und weltweit abrufbar sind. Welche Raumtemperatur ist gewünscht? Gibt es Farb- und Dekorationswünsche? Wie sind die technischen Ansprüche? Darf es eine bestimmte Zeitung sein? Eine besondere Musik? Wer sich um den Datenschutz keine Sorgen macht, kann von einem beträchtlichen Mehr an Komfort profitieren.

### Übernachten im Raumschiff

Das Zimmer im FutureHotel erkennt den Gast gleich beim Betreten. Sensoren im Boden registrieren jede Bewegung und steuern intelligent die Beleuchtung. Der beinahe runde Raum erinnert an die Kommandobrücke in einem Science-Fiction-Klassiker. Das Mobiliar wird von sanft geschwungenen Formen bestimmt. Absoluter Blickfang ist ein Panoramafenster in Form einer überdimensionalen Skibrille. Hier kann man ganz traditionell die Aussicht genießen. Auf Knopfdruck lässt sich die Scheibe aber auch in eine Leinwand für Filme, persönliche Bilder oder Videokonferenzen verwandeln. Mitgebrachte Technik ist schnell und einfach zu integrieren, so dass auch der Geschäftsreisende eine ideale Arbeitsumgebung vorfindet.

Im Mittelpunkt steht aber die Erholung. Das als «FutureSpa» titulierte Bad ist eine Wellnessoase erster Güte. In die Wände eingelassene Infrarotstrahler sorgen für ein saunaähnliches Erlebnis. Ein integrierter Duftspender verbreitet je nach Belieben verschiedene Aromen. Die Whirlwanne lädt zur Fußreflexzonenmassage ein. Vollkommen entspannt kann sich der Gast dann in das sogenannte EnergyBed zurückziehen, das sich auf Sprachbefehl in eine Pendelbewegung versetzen lässt. Wird dann noch ein Drink gewünscht, sorgt der persönliche Zimmerroboter für umgehenden Service.

### **Praxistest für Hightech-Zimmer**

Die Wissenschaftler des Fraunhofer-Instituts sind selbstverständlich nicht die einzigen, die sich Gedanken über die Zukunft der Hotellerie machen. Im Pariser Novotel Vaugirard Montparnasse etwa wurde bis zum vergangenen Februar ein neuer, futuristischer Zimmertyp über zwei Monate hinweg einem handfesten Praxistest unterzogen. Auch bei diesem Ansatz ist «Hightech» das Zauberwort. Nicht umsonst war Microsoft an der Ausstattung maßgeblich beteiligt. So bildet die Xbox 360 die Basis aller Annehmlichkeiten. Der integrierte Kinect-Sensor ermöglicht es, unterschiedlichste Funktionen und Informationen allein durch Gesten und Sprache abzurufen. Hinzu kommt ein bedienerfreundlicher «Surface-Multitouch-Tisch», der nur durch die Berührung mit der Fingerspitze umfangreiche Multimedia-Inhalte zur Verfügung stellt.

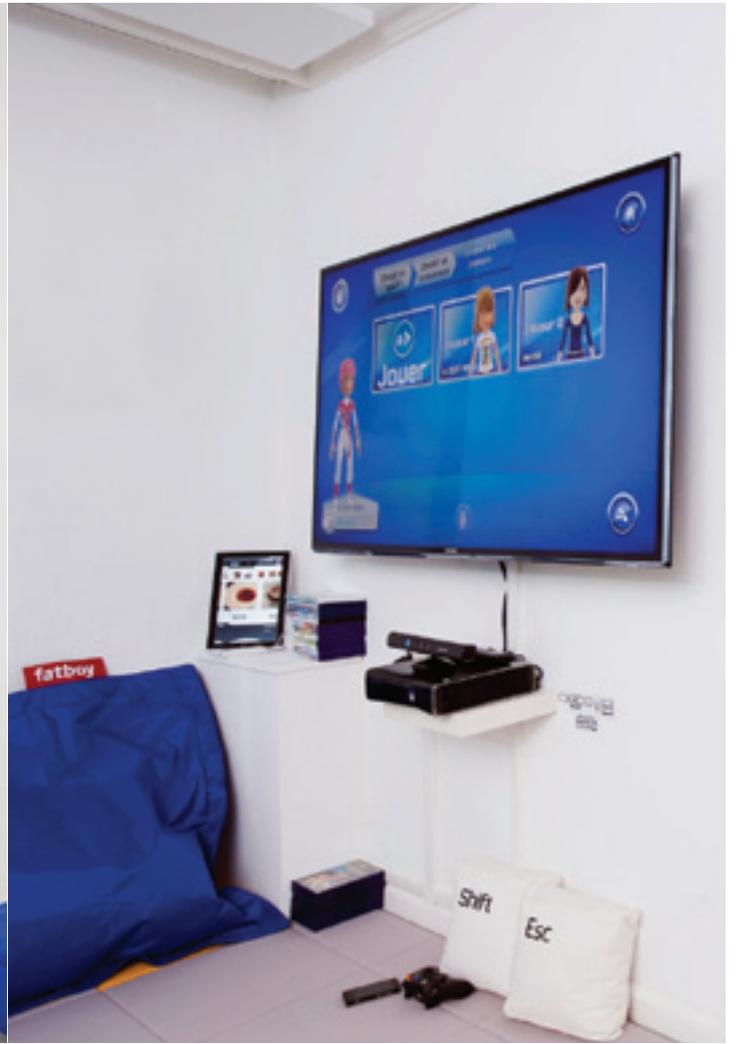
Ebenfalls überdacht wurde die Gestaltung der Zimmer. Zwar weisen Wände und Einrichtung im Unterschied zum FutureHotel noch Ecken und Kanten auf. Aber die althergebrachte, leicht angestaubte Würfelform hat auch hier ausgedient. Nirgends stehen Möbel im Weg. Das reduzierte, geradlinige Design mit Weiß als dominierender Farbe weckt die Assoziation eines virtuellen Raumes. So will sich das Novotel der Zukunft als

multifunktionale, flexible und barrierefreie Bleibe präsentieren, die sich den Bedürfnissen des Gastes anpasst. Noch sind die Ergebnisse der Testphase nicht bekannt. Fällt das Resümee positiv aus, wird das neue Zimmerkonzept flächendeckend in den rund 400 Novotels in 60 Ländern Einzug halten.

### **Einheitliche Steuerung der Haustechnik**

Doch nicht nur die Gäste profitieren von der schönen neuen Hotelwelt. Auch der Hotelbetrieb befindet sich heute schon in einem umfassenden Wandel. So wird die Technik der insgesamt neun Hotels der Peninsula-Gruppe zentral von einem Kontrollraum aus betreut, der sich auf Hong Kong Island befindet. Per Mausklick können in jedem Zimmer beispielsweise die Raumtemperatur oder die Musikkautstärke eingestellt werden, ganz gleich, ob es sich um die Dependance in New York oder Manila handelt. Währenddessen basiert im Hamburger Amedia die gesamte Haustechnik auf einer einheitlichen IP-Plattform, über die die komplette Elektrik, Klima- und Wärmetechnik gesteuert wird. Gleiches gilt für die Kommunikations-, Entertainment- und Verwaltungstechnik einschließlich der Nutzung alternativer Energiequellen. Die Datenkommunikation zwischen allen Komponenten wird über einen Highspeed-Internetanschluss sowie eine leistungsfähige Glasfaserverkabelung geregelt.

Alles in allem eröffnen also die Zukunftsvisionen für den Hotelbereich viele faszinierende Perspektiven. Dank modernster Technologien wird sowohl das Leben der Gäste als auch der Betreiber weitaus einfacher und komfortabler gestaltet. Woran es dem Reisenden allenfalls mangeln könnte, ist ein wenig mehr Menschlichkeit. Denn die zuvorkommende Servicekraft – sei es an der Rezeption oder beim Zimmerservice – wird oftmals durch die Technik ersetzt. Dabei vermittelt gerade ein strahlendes Lächeln eine Art von Wärme und Gastfreundlichkeit, die durch einen Roboter nicht zu ersetzen ist.



«Room 3120» im Pariser Novotel Vaugirard Montparnasse



## Wie Phönix aus der Asche Hyatt Regency, New Orleans

**Es begann am 23. August als tropisches Tiefdruckgebiet über den südöstlichen Bahamas. Dann zog es nordwärts. Am Morgen des 24. wurde es zum tropischen Sturm hochgestuft. Über dem Golf von Mexiko lud sich der Sturm durch das warme Gewässer weiter auf, und innerhalb von 9 Stunden wuchs er von einem Hurrikan der Kategorie 3 zu einem Monster der Kategorie 5 – mit Windgeschwindigkeiten von 280 km/h.**

Als Hurrikan Katrina 2005 die Golfküste erreichte, verwüstete er Mobile in Alabama, Gulfport in Mississippi, New Orleans und Dutzende weiterer Küstenstädte. Etwa 1.800 Menschen starben und es entstanden Schäden in Höhe von mehr als 100 Milliarden Dollar. Aber auch wenn Katrina der bisher sechststärkste atlantische Hurrikan war – wie auch all seine Vorgänger stieß er auf die noch stärkere Willens- und Entschlusskraft der Menschen, die sich für den Wiederaufbau nach der Verwüstung einsetzten.

### **Ikone der Zerstörung**

Während 2006 schon Teile von New Orleans wieder aufgebaut waren, lagen viele Gewerbegebäude noch brach, so auch das Hyatt Regency New Orleans. Mit seinen größtenteils zerstörten Fenstern und den im Wind flatternden Gardinen war es bereits zu einer Ikone der Zerstörungen durch Katrina geworden. Dennoch wurde das stark beschädigte Hotel nach dem Hurrikan zwischenzeitlich von der Stadtverwaltung genutzt. Bis zur Wiedergeburt des Hyatt als pulsierendem Bestandteil der Stadt sollte es allerdings – durch mehrere Verzögerungen und wechselnde Eigentümer – noch fünf Jahre dauern. Aber dank der Entscheidung der Eigentümer und der Hyatt Hotels Corporation war das Hotel dazu bestimmt, seine Position als Seele von New Orleans zurückzuerobern.

### **Neues Leben, neues Ziel**

Mit Blick auf die Zukunft sagte der Hotelgeneraldirektor Michael Smith: «Wir haben mit einem

großen Knall geschlossen, wir werden mit einem wiedereröffnen. Wir sind der Phönix, der sich aus der Asche erhebt. Für uns geht es um mehr als eine Reparatur unseres Hotels, es ist vielmehr eine Neugestaltung und Neupositionierung.» Diese Vision ist Wirklichkeit geworden. «Jetzt, wo der Bau fertiggestellt ist, ist das Hyatt Regency New Orleans ein komplett neues Hotel», sagt Smith. «Heute haben wir 1.193 Hotelzimmer inklusive 95 Suiten, 18.580 Quadratmeter flexible Eventflächen, ein breit gefächertes Angebot an Speisen und

Getränken und noch nie da gewesenen Service.» Damit bietet das Hyatt Regency New Orleans das größte Kontingent an Konferenzflächen der ganzen Stadt, genau wie die einzigartige Möglichkeit, geschlossene Gesellschaftsfeiern jeder Größe dort abzuhalten.

#### **Neue Technologie**

Mit dem Gästeaufkommen stieg auch das Bedürfnis nach mehr Sicherheit und Technologie, um einen flüssigen Transport der Menschen im



Mit PORT in die Zukunft



Gebäude sicherzustellen. Daher hat Schindler vor Kurzem seine PORT-Technologie in acht Hochleistungsaufzügen des Hotels installiert. «Die Technologie in unserem Hotel ist unübertroffen», sagt Smith. «Jeder Hotelzimmerschlüssel wird beim Check-in automatisch mit einem individuellen Zugang zum Aufzug programmiert. Wenn unsere Gäste ihre Zimmerschlüssel an die PORT-Einheit halten, wird ein Aufzug gerufen, der sie geradewegs in die Etage befördert, in der sich ihre Zimmer befinden. Wir sind das erste Gebäude in Louisiana, das die Schindler PORT-Technologie einsetzt, und die Ersten, die es mit unserem Sicherheitssystem für die Aufzugszugangskontrolle in jedem Stockwerk nutzen.»

Die PORT-Technologie ermöglicht es, die Nutzer zu erkennen und auf deren Bedürfnisse zu reagieren. So wird aus dem Hyatt Regency New Orleans eine wahrhaft vernetzte Umgebung. Das patentierte System verwendet RFID-Technologie, um Passagiere – über deren programmierte Karte – zu identifizieren und ihnen nach ihren individuellen Bedürfnissen einen Aufzug zu rufen. Hotelmanager können

dabei leicht Anwendungen entwerfen, um eine große Auswahl spezieller Situationen in Echtzeit abzudecken. PORT liefert zusätzliche Sicherheit für die Gäste und hilft durch einen effizienteren Aufzugsbetrieb Energie zu sparen.

#### **In den Wind, in die Zukunft**

Das Hyatt Regency New Orleans steht als Symbol für die unnachgiebige Entschlossenheit einer Stadt, sich aus der Verwüstung zu erheben. Auch wenn es sechs Jahre nach Katrina bei einer 32-stöckigen Struktur geblieben ist, scheint das Hyatt Regency New Orleans irgendwie neue Höhen erreicht zu haben: Es hat ein neues Ziel, fortschrittliche Technologie und präsentiert seiner Stadt ein neues, unverbrauchtes Gesicht. Ein Neuanfang, der sichtbar ist: «Bei unserer Wiedereröffnung haben wir 5.000 silberne und lila Luftballons in den Himmel aufsteigen lassen, um die Auferstehung unseres Hotels von der fast völligen Zerstörung zu illustrieren», erzählt Michael Smith. Diese Ballons wurden von einer sanften Brise der Golfküste emporgetragen.



New Orleans – eine Stadt schöpft neue Hoffnung

# Schindler Magazin

## Impressum

### **Herausgeber**

Schindler Deutschland GmbH  
Kommunikation + Marketing  
Ringstraße 54  
12105 Berlin  
Telefon (030) 7029-0  
Telefax (030) 7029-2406

[marketing@de.schindler.com](mailto:marketing@de.schindler.com)  
[www.schindler.de](http://www.schindler.de)

### **Verantwortlich**

Birgit Dirks (V.i.S.d.P.)  
[birgit.dirks@de.schindler.com](mailto:birgit.dirks@de.schindler.com)

### **Redaktion, Text**

Jan Steeger  
[jan.steeger@de.schindler.com](mailto:jan.steeger@de.schindler.com)

### **Redaktion, Idee, Gestaltung und Bildbearbeitung**

Jörn Meyer  
[joern.meyer@de.schindler.com](mailto:joern.meyer@de.schindler.com)

### **Lektorat**

Text+Stil, Sybil Volks, Berlin

### **Druck**

Kauffeldt GmbH & Co. KG, Ahrensburg