

# Design ist Lebensgefühl - Hotelrestaurants als Imageträger

Hotelnutzungen haben sich geändert. Genau wie die Leute, die Hotels besuchen. Asien, der Mittlere Osten und die USA haben dies vorgemacht: Hier swingt das Hotel mit dem Pulsschlag der Stadt. Hier sind Hotelrestaurants und Bars trendy und das Klientel ein urbaner Mix aus den Menschen der Stadt und den Gästen. Dem Design kommt dabei eine besondere Rolle zu. Es macht die Vision und damit die Seele des Konzeptes sichtbar. Es schafft Lebenswelten, die für den Gast wichtiger sind als die Menge aller Komfortleistungen.

Von Pierre Nierhaus

Die moderne Definition von Hotels und Marken umfasst weit mehr als Komfort, Standards und Service. Das System mit Sternen und Klassifizierungssystem wird heute ergänzt durch die Dimension der Lebenswelt. Der Gast trifft heute seine Entscheidung für ein Hotel weniger nach dem rein

objektiven Angebot, sondern dahingehend, ob das Hotel seinem Lebensstil entspricht. Sichtbarer Ausdruck hierfür ist das Design, das die verschiedenen Aspekte eines Hotelkonzeptes – Business, Wellness, Gastronomie – im Sinne der Philosophie zu einem Gesamterlebnis verbindet.

Besonders gut kann dieser Spirit über die öffentlichen Bereiche und die Gastronomie transportiert und auch vermarktet

1

Grandiose Fernsicht in der 28. Etage in der Bar Felix in Honkong.

