

Hotelier

Das Schweizer Fachmagazin
für Hotellerie und Gastronomie

ZUKUNFTSTAUGLICHE GESCHÄFTSMODELLE

Die richtige Positionierung
bringt's → Seite 28

EINE FÜNFTAGEWOCHE FÜRS HOTEL

Hans Schmid hat es
gewagt → Seite 32

EIN SPA IM HOTELZIMMER

Karsten Schmidt sagt,
wie das geht → Seite 48

DAGMAR WEBER

Die Hotelière bringt so rasch
nichts aus der Ruhe, auch kein
Opening → Seite 12





In seinem Gastbeitrag spricht **Karsten Schmidt-Hoensdorf** über das Spa-Erlebnis und warum dieses für den Gast nicht öfter schon im Hotelzimmer beginnen kann. Er ortet dort ein grosses Potenzial, um sich als Hotel zu differenzieren und allenfalls auch ohne Spa-Bereich zu einem Wellnesshotel zu werden.

TEXT: KARSTEN SCHMIDT-HOENS DORF
VISUALISIERUNG: ARCHIFICIAL



Cocooning ist angesagt: Der Gast will sich im Zimmer geborgen fühlen. Gerne verweilt er darin auch viele Stunden.

Ich stosse bei meiner Arbeit immer wieder auf tradierte Denkmuster, die meine Bauherren und ich in einem Projekt nicht hinterfragt haben und für gegeben hielten. Im Nachhinein und bei näherer Betrachtung zerbröselt die vermeintliche Selbstverständlichkeit jedoch oft und eröffnet neue Chancen und Möglichkeiten in der Gestaltung. Ist der Businessgast nicht auch Freizeitgast?

Denn heute verfliessen viele Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit. So etwa auch im Bezug auf die Wahl des Hotels. Ein Businessgast hält sich heute möglicherweise lieber in einem Boutique-Hotel auf, das seinem privaten Lifestyle entspricht, als in einem konventionellen Hotel einzuchecken.

Das Hotel wird zum Treffpunkt

Lobbys, Bars und Restaurants in angesagten Hotels sind mittlerweile zu beliebten Treffpunkten und Hotspots geworden. Einheimische und Hotelgäste vermischen sich und geniessen es, auf unkomplizierte

Art und Weise miteinander in Kontakt zu treten. Kurz und prägnant auf den Punkt gebracht, lautet das Lebenskonzept: Work hard, enjoy life, stay in the flow.

«Work hard,
enjoy life, stay
in the flow.»

Auf unsere Denk- und Planungsmuster punkto Spa bezogen, drängt sich die Frage auf, ob ein eigenes Hotel-Spa ein Spa-Erlebnis im Hotelzimmer ausschliessen muss. Warum beginnt das Spa-Erlebnis für den Gast heute nicht schon in seinem Zimmer, sondern erst im Hotel-Spa? Warum hört das Wellnessangebot bei der Badezimmertür auf und bezieht nicht das gesamte Zimmer mit ein? Und zugespitzt formuliert: Kann ein Hotel ohne Spa-Bereich ein Wellnesshotel sein? →



Warum beginnt das Spa-Erlebnis für den Gast in der Regel erst im Spa und nicht bereits im Hotelzimmer?

Zum aktuellen Projekt

HOTEL 7132, VALS

In einer Arbeitsgemeinschaft mit dem Churer Architekten Andrea Giubbini und seinem Team plant Karsten Schmidt-Hoensdorf mit seinen Mitarbeitenden 18 Suiten im Hotel 7132 in Vals. «Wir legen jeweils zwei kleinere Räume zu einem grosszügigen Zimmer zusammen: einen Schlaf- und Wohnraum mit Loungesofa und grosszügigem Barmöbel und einen Bade- und Relaxraum. Das Thema lautet Cocooning, sich im Zimmer geborgen fühlen und gern auch viele Stunden dort verweilen. Dazu werden Vorhänge grosszügig in die Räume hinein gezogen, die das Zimmer partiell wie einen Kokon auskleiden.»

7132.com

→ Was fördert grundsätzlich das Wellbeing und die Behaglichkeit im Zimmer? Architektonisch ideal sind beispielsweise wärmegeämmte Wände und Fenster, die keine Kälte abstrahlen. Wenn keine zentrale Lüftung vorgesehen ist, sollten im Storenkasten integrierte schallgedämmte Ventilatoren die frische Aussenluft filtern und in den Raum abgeben. Dies ist insbesondere für Allergikerzimmer ein Muss. Zu einem vollendeten Wohlbefinden tragen auch natürliche, gesunde Materialien bei.

«Licht ist wesentlich fürs Wohlbefinden.»

Gutes Licht, nach heutigem Stand der Technik vielleicht sogar an die Tageszeit angepasst, ist ebenfalls wesentlich für das Wohlbefinden. Will heissen: ein im Raum integriertes Lichtsystem, das die Lichtfarbe und Beleuchtung im Zimmer zyklisch an den Lichteinfall und die Tageszeit anpasst. Dadurch wird die Melatonin-

produktion im Hirn beeinflusst, was unterstützend bei Jetlag oder einem Mangel an Sonnenlicht wirken kann.

Was fördert die Behaglichkeit?

Allseits bekannte Elemente, die ein Badezimmer in ein privates Spa verwandeln, sind beispielsweise Duftaromen, regelbarer Wasserdruck zur sanften Massage, eine bequeme Badewanne, vielleicht mit Zusatzfunktionen wie Bubbles, und eine Dampf- und Regendusche. Sanitäre Produkte gibt es mittlerweile in Hülle und Fülle. Auf Fachmessen in Frankfurt oder Mailand kann man sich einen entsprechenden Überblick verschaffen. In der Raumausstattung behaglich sind schöne Bettwäsche, ein qualitativ hochwertiges Bett, eine Auswahl verschiedener Kissen.

Das Spa-Angebot im Hotel ganzheitlich umsetzen

Um das ganzheitliche Spa-Angebot für den Gast abzurunden, sollten alle Hotelleistungen auf die Thematik abgestimmt sein. Das kann vom Roomservice bis hin zum F&B-Angebot reichen. Detox-Gerichte, gutes Wasser, hochwertige Frucht- und Gemüsesäfte und Kräuterteemischungen sowie gesunde warme und kalte

Gerichte zu den unterschiedlichen Tageszeiten bieten einen Mehrwert.

Yoga im Konferenzraum

Viele Gäste legen mittlerweile auch grossen Wert darauf, regelmässig ihr Fitnessprogramm absolvieren zu können. So kann man dem Gast für sein gewohntes Workout einen freien Konferenzraum für Gymnastik oder Yogaübungen zur Verfügung stellen oder einen Joggingtreff organisieren. Oder man legt eine persönlich geschriebene, täglich wechselnde Anleitung für eine kurze Morgengymnastik im Zimmer auf. Es können Massagetermine oder Personal-Trainer-Stunden im Hotelzimmer stattfinden, die über das Hotel gebucht wurden. Natürlich müssen dafür geeignete Zimmer entsprechend gestaltet und ausgerüstet werden. Es würde vielleicht auch ausreichen, nur

einen Teil der Zimmer so auszustatten und entsprechend als eigene Zimmerkategorie zu vermarkten. Ein Hotel, das seinen Gästen ein ganzheitliches Spa-Erlebnis bietet, sollte sich auf jeden Fall als Wellnesshotel deklarieren können.

«Es ist Kreativität gefragt.»

Auch ohne eigenen Spa-Bereich. Es gibt viele Möglichkeiten, die Qualität des Aufenthalts für den Gast im Hotel zu verbessern. Dafür braucht es kein grosses Budget. Es ist einzig Kreativität gefragt.

ida14.ch



Der Fachautor

Karsten Schmidt-Hoensdorf ist Gründer und kreativer Kopf des Zürcher Architekturbüros und Interior-Design-Studios IDA14. In den letzten 20 Jahren verwirklichte er zahlreiche Projekte in der Hotellerie und ist national und international als Berater für Hotels und Hotelbrands tätig.

Geberit AquaClean Mera

■ GEBERIT

Einzigartig genial.

KNOW HOW INSTALLED



Revolutionäre Technik und stilvolles Design vereinen sich perfekt. Kein Wunder, ist das AquaClean Mera der Bestseller unter den Schweizer Dusch-WCs. Einzigartig, genial und unbeschränkt verfügbar. → www.geberit.ch/mera