



ESSAY

»Hoteldesign muss durchdacht sein und Nutzen mit Design vereinbaren.«

Um sich in einem wettbewerbsintensiven Markt abzuheben, spielt das Design des Hotels eine immer entscheidendere Rolle. Die Auswahl eines Hotels wird stark vom visuellen Erscheinungsbild beeinflusst. Look und Ambiente werden so nicht nur zum Alleinstellungsmerkmal, sondern zum Verkaufsargument.

Um die Gäste auch vor Ort für sich zu gewinnen, ist es wichtig, eine einzigartige Umgebung zu schaffen, die positive Emotionen weckt. Dabei geht es in erster Linie darum, die Bedürfnisse der Gäste zu erkennen und auf Wünsche einzugehen. Nur durchdachtes Design, welches sich intensiv mit der Zielgruppe auseinandersetzt und für alle Anwesenden praktikabel ist, wird nachhaltig überzeugen. Es allen recht machen zu wollen, hat ausgedient und lässt sich mit dem Wunsch nach mehr Individualität sowie so nicht vereinbaren. Doch wie schafft man das? Kennt man seine Zielgruppe und bindet man die lokale Kultur und andere Aspekte des Ortes mit ein, hat man bereits die Basis für ein authentisches Design geschaffen.

Außerdem ist es wichtig, gesellschaftliche Veränderungen zu beachten. Nach Zeiten der Distanz sehnen sich die Menschen nach Begegnungen. Die zunehmende Verschmelzung von Arbeit und Freizeit hat den Trend zum ortsunabhängigen Arbeiten ausgelöst. Hotellobbys werden zu multifunktionalen Bereichen mit Wohnzimmercharakter, in denen man ins Gespräch kommt, Musik hört, arbeitet oder sich kulinarisch verwöhnen lässt. Ohne an Orientierung einzubüßen, rückt die Rezeption dabei eher in den Hintergrund.

Auch der allgemeine Wandel zu mehr Nachhaltigkeit sollte im Hoteldesign berücksichtigt werden. Lokal produzierte Möbel haben nicht nur einen geringeren ökologischen Fußabdruck, man profitiert zudem von der hohen Qualität und Langlebigkeit – egal ob im Indoor- oder Outdoorbereich. Dieser sollte mindestens genauso sorgfältig gestaltet und in das ganzheitliche Designkonzept integriert werden, denn spätestens seit 2020 werden diverse Außenbereiche nicht nur ganzjährig genutzt, sie tragen auch enorm zum Wohlbefinden der Gäste bei.

Trotz der vielen Aspekte, die man beachten sollte, darf man eines nie aus den Augen verlieren: mit jeder Buchung werden automatisch Erlebnisse und Emotionen verkauft, die den Gast im besten Fall mit Vorfreude auf den nächsten Aufenthalt blicken lassen.

YVONNE MEINDL-CAVAR, MA
Innenarchitektin, Schönstil GmbH, www.schoenstil.at