

Quo Vadis Hotelzimmer?

(Andreas Vögl: Erkenntnisse - Feedback eines Workshops in Brixen zu diesem wichtigen Thema.)

A: Gedanken zum Szenario:

- Es sind die wichtigen „Sofaktoren“ Wohlfühlen und Erholen (Aufhalten, Wohnen, Materialien, Farbgebung, Beleuchtung..), Ambiente schaffen (Aufmerksamkeits-Freundlichkeit), Gästebedürfnisse erfüllen (Zielgruppen Erwartungen kennen), die das Hotelzimmer erfolgreich als Lebensraum definieren.
- Funktionalität und Ausstattungsqualität, Lichtdurchflutung (natürliches Licht ist durch nichts zu ersetzen!) sowie die gleichbedeutende Rolle-Bedeutung des Badezimmers (Größe - Raum, Accessoires) zum Wohnzimmer, sind zentrale „Hardwarefaktoren“ für erfolgreiche Hotelzimmer.
- Den „Genius Loci“ – den Ort (wo sich das Hotelprojekt befindet) – verstehen... Was ist – kann der Ort....?
- *Gesamtheitliche* – Hollistische Betrachtungsweise bei Zimmerarchitektur einbringen.
- *Wie* definiert sich der Hotelgast von heute – *Wie* lässt er sich definieren? (Nach A. Zeytinoglou) *Wo* definiert sich der Hotelgast von heute?

Der neue Konsument definiert sich u.a. auch nach folgenden Kriterien: (nach Oskar Schenk, Selva Group)

„Markenwürdigkeit – Zeitknappheit – Individualität – Eklezistisches Kaufverhalten – Smart Shopper – Nutzen orientiert – Genervt – Shredder -...Vom Konsumenten zum Prosumenten“

- Lifestyle wellfare der Gästesegmente beachten!(vom midnight to seven Zimmer/ 15-25m² /bis zur Presidential Suite/ Überfluss +Genuss ist übersinnliche Sehnsucht/...) Wo ist das schnelle Wachstum zu Hause? Hotelzimmerarchitektur als Gewinn optimierendes Element anerkennen.
- Guest Story + Architektur als Kombination für ein erfolgreiches Hotelzimmer.

B: Gedanken zum Konkreten:

(Anregungen nach G. Alexander, K. Landauer, L. Bolli, M. Thun, H. Vorreiter)

- Guest flow im Hotelzimmer beachten – Konsumationen entlocken (Position d. Minibar..)
- Inspirierende Arbeitsbedingungen – auch für den Urlaubsgast – im Hotelzimmer schaffen.
- Purer Luxus „Schlafen wie zu Hause“ – Auswahl von Polstern Hygiene im Badebereich
- Translinearer Übergang der Innenarchitektur: Übergang zwischen Klassik und Moderne zielssicher und unaufdringlich.
- Fusion Architektur: Ethno – Mut zur Extravaganz – Mischung verschiedene Stile.
- Mögliche Zimmer Konfigurationen: (nach Matteo Thun)
„Chic-fresh-at home – fashion“ darauf aufbauendes Zimmer Konzept: „Re-furbishment statt re-construction..“
- Die Oberflächengestaltung ist entscheidend für die Materialien- Akzeptanz durch den Gast ; d.h. Lust auf's Greifen (Haptik) erleben lassen...(Z.B. durch offeneporige Materialien)
- Doorwash – downlights/Fluter an der Eingangstüre....
- Großzügige Kofferablage im Vorraum...
- Vorraum Bodenbelag selber Belag wie Schrankraum....
- Das Bett nicht durch andere Möbel stören! Schlafräum ist Erholungsraum....
- Headboard des Bettes mit tagtäglichem – frischen Leintuchbezug- versehen....
- Leselicht (Lampe) zusätzlich zur Nachttischlampe....
- Weckruf mit einer- automatischen- Licht und Vorhang Öffnungs- Regie kombinieren...
- Gestampfte Tonerde anstelle des Kachelofens....
- Keine Fliesen – diese altern stilistisch immer...(und haben meist auch ein Fugenproblem)
- Badewannen mit integriertem Überlaufgrill an Wannenoberkante...
- Videoserver – MP3 Server für individuelle Abrufbarkeit...one click away entertainment...Vorrangig zu Internetzugang
(EU weit werden bloß 7% der Internetzugänge via Notebook vollzogen..“ -Fiegl&Spielberger)
- Parkette – Holzböden kommen wieder anstelle von Teppichböden
- Verdunkelungsvorhänge bedrucken...
- Fensterläden in Hitzeanfälligen Regionen als Verdunkelung..
- Raumdecken in z.B. Massageräumen attraktiv gestalten.(dort liegt der Gast meist am Rücken und starrt auf die Raumdecke..)

Ein Wort von Adolf Loos zum Schluss:

„Die Kraft eines Entwurfes liegt in seinem Grundriss...“