

18 — Energiekrise:  
Maßnahmen, die helfen

26 — Positionierung:  
Die Strategie von Flemings

39 — Architektur-Spezial:  
Konzepte und Trends

12 - 2022

# Tophotel

PEOPLE | BUSINESS | TRENDS

„Empathische  
Mitarbeiter  
sind der Luxus  
von morgen“

Natalie Fischer-Nagel, General Manager,  
Weissenhaus Grand Village Resort & Spa



## „Langlebigkeit ist aktive Nachhaltigkeit“



**Cord (links) und Rolf Glantz, Geschäftsführer von Geplan Design, Stuttgart**

lich zugleich. Eine bedürfnisorientierte Architektur, geprägt von den örtlichen Gegebenheiten, nicht unnötig mit ‚aufgesetztem‘ Storytelling verkünstelt, hat das Zeug zum Klassiker. Das hat Bestand und hält viel länger.“

**Drei Schlagworte für 2023:** Nachhaltigkeit, Bedürfnisse, Funktionalität

„Es geht 2023 einmal mehr um ernsthafte Nachhaltigkeit. Wir müssen wieder Möbel produzieren, die einen Wert haben, ästhetisch und funktional sind. Wie so etwas aussieht, lässt sich zum Beispiel in Goethes Wohnhaus in Weimar entdecken. Die derzeitigen Krisen haben automatisch zur Abkehr von kurzlebigen Trends geführt, gerade auch in der Innenarchitektur. Es geht vielmehr darum, die menschlichen Bedürfnisse zu erkennen und zu erfüllen: Ergonomie, Bequemlichkeit, guter Sitz- und Liegekomfort, gepaart mit guter Qualität – mehr braucht es nicht, um eine sinnvolle, lange Nutzungsdauer zu erreichen. Das ist nachhaltig und wirtschaftlich

## „Das Hotelrestaurant rückt in den Fokus“

„Stand 2022 noch das Verschmelzen von funktionalen Zonierungen in Public Spaces im Fokus, rücken 2023 Hotelrestaurants und F&B-Bereiche in den Vordergrund. Hier zeichnet sich ein Wandel vom ‚Hotel mit Restaurant‘ zum ‚Restaurant with Rooms‘ ab. Das rührt auch daher, dass ein Großteil des Gesamterlebnisses in Hotels über den F&B-Bereich abläuft. Bei Conference & Meeting Areas wiederum sind die Zeiten der reinen Bedarfsdeckung und des klassischen Mehrzweckraums ohne Atmosphäre und Charakter definitiv vorbei. Vielmehr gilt: Es muss warm, weich und richtig cosy sein. Die Menschen sehnen sich nach Farben und Textilien, nach Laid-back- und Low-Seating, nach reibungsloser Multifunktionalität, die sich aber zugleich hinter der Optik eines schönen, behaglichen Wohnzimmers verbirgt.“



**Erich Bernhard, Architekt & Designer bei BWM, Wien**

**Drei Schlagworte für 2023:** Conversion, Environmental Social Governance (ESG), Restaurant with Rooms

## „Authentizität gefragter denn je“

„Luxus definiert sich zunehmend neu – und das nicht erst seit diesem Jahr: Luxus ist Zeit, Luxus ist Digital Detox, Luxus ist Rückbesinnung auf das Wesentliche. So entstehen neue authentische und nachhaltige Konzepte wie das Cervo Mountain Resort in Zermatt. 2023 wird Authentizität gefragter denn je, auch erlebt der klassische Frühstücksraum quasi ein Revival. Schon länger ist er nicht mehr nur Hotelgästen zugänglich, sondern geht über seine ursprüngliche Funktion hinaus. Er steht nicht mehr da als Solitär, sondern wird zum eigenständigen Gastro-Konzept, in dem Gäste wie auch Locals zusammen eine gute Zeit verbringen. Was hilft bei der Gestaltung? Zu viele Einflüsse und gut gemeinte Ratschläge von außen verwässern eine Idee. Hoteliers sollten dem roten Faden eines Konzepts vertrauen und dabei bleiben, außerdem helfen realistische Budgets. Wir wollen wagemutig und kompromisslos sein und bleiben – und das Unbekannte umarmen!“

**Drei Schlagworte für 2023:** Details, Details, Details



**Armin Fischer, CEO und kreativer Kopf von Dreimeta, Augsburg**