



Bilder: Explorer Hotel

Let's explore

Das neue „Explorer“-Hotel Fischen im Allgäu positioniert sich als eine junge Marke, die zeitgeistiges wie funktionales Design zu günstigen Preisen bietet. Dabei können die Themenwelten Natur und Hightech mit allen Sinnen auf individuelle Weise erlebt werden.

Das Konzept der neuen Hotelmarke „Explorer“ scheint einfach: jung und jung gebliebenen sportlich aktiven Gästen eine günstige, aber dennoch komfortable Übernachtungsmöglichkeit zu bieten, die sich durch Programm, Kommunikation und Design von dem im Allgäu vorherrschenden Hotelangebot unterscheidet. Es soll eine Lücke zwischen den traditionellen Gästehäusern im Alpenkitsch und den hochpreisigen Wellnessoasen schließen und zugleich als erstes zertifiziertes Passivhotel im Allgäu Energie und Ressourcen schonen. Alles unter der Klammer regionaler Verbundenheit und unter Berücksichtigung des lokalen, speziellen Charakters des Ortes. Auf Basis eines umfangreichen Handbuches zur Markenbildung, in der von der Wortmarke bis zur Serviette, von Sinnbildern bis zur Auswahl der Fliesen alles ausgeführt ist, wird künftig auch das hochgesteckte Ziel, der Aufbau einer Kette von Explorer-Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz, in Angriff genommen werden.

Identität stiften

Ein mit allen Sinnen erlebbares Markenimage für das Konzept der Explorer-Hotels ist der Schlüssel zum Erfolg. „Uns war von Beginn an klar, dass die Abgrenzung zur bestehenden Hotellerie nicht nur durch das pure Angebot funktionieren kann, sondern man auch optisch durch eine sichtbare Markenidentität Zeichen setzen muss. Der umfangreiche Markenfindungsprozess wurde dabei von unserem Büro, das sich auf das gebaute Erzählen von Markengeschichten spezialisiert hat, initiiert und betreut. Dabei wurden in zahlreichen Workshops von der Positionsbestimmung, Kommunikation, Gestaltungsgrundlage, architektonischen Gestaltung, grafischen und virtuellen Erscheinung bis zu Produkten und Give-aways alle Bereiche einer erfolgreichen Markenkommunikation erarbeitet und in die Realität umgesetzt“, erläutert Peter Trunzer vom Innenarchitektur-Büro Camp. ►







Kreativ gestaltet

Natur (alpine Bergwelt) und Hightech (im Bereich Sport) – diese beiden konträren Erlebniswelten spiegeln sich im gesamten Ambiente des Hotel Explorer wider. Entstanden ist ein Baukastensystem aus verschiedenen Assoziationen zu den beiden Themen – von der Formsprache, Materialität, Farbe, bis hin zu Symbolen und Ornamenten, haptisch, akustisch und optisch für den Gast erfahrbar gemacht. Der spannungsreiche Kontrast zwischen Naturerlebnis und Technologie begegnet bereits in der Lobby, dem Herzstück des Explorer-Hotels. Hier wird ein rustikaler Tresen aus „Altholz“-Versatzstücken mit hinterleuchteten farbigen Glasscheiben ergänzt. Der Bereich wirkt als Bühne für eine Mischung von Sportschmiede inklusive Reparaturservice und Entertainment – hier ist chillen und fachsimpeln gleichermaßen angesagt.

Die Orientierung im Haus ist etwas für Spurensucher: Die Schilder an Türen erinnern an Pistenbeschilderungen, und auf dem eigens angefertigten Teppichboden finden sich die gleichen überlagerten Grafiken (Schneeflocke, Skispur, Wassertropfen oder Bikespur) wie auf den Möbeln und satinierten Folien. Selbst die Lichtbänder in den Fluren spielen mit diesen Motiven und weisen gleichzeitig den Weg. Kreative Freiräume schaffen, wo

immer es geht, lautet das Motto: „Ebenso wie die Auswahlkriterien für das Urlaubsdomizil haben sich auch Tagesablauf und Vorlieben der Gäste gewandelt: Multifunktionalität ist das Schlagwort. Espresso trinken an der Bar, statt klassisch am Tisch zu frühstücken. Oder lieber auf der Couch lümmelnd sein Müsli essen, nebenbei Mails lesen und den Wetterbericht checken. Abends den Drink an einem der Spieltische am Kamin einnehmen, an den Rädern schrauben, Skier wachsen und die besten Tiefschneerouten besprechen. In geselliger Atmosphäre über Wireless mit dem Bürocomputer verbunden sein und der morgigen Präsentation den letzten Schliff geben, statt einsam auf dem Zimmer zu sitzen – das will der sportive Gast von heute“, erläutert Peter Trunzer.

Funktional durchdacht

Dass bei aller Kreativität dennoch die funktionalen und organisatorischen Anforderungen an einen reibungslosen Hotelbetrieb oberste Priorität besitzen, zeigt sich an der durchdachten Zimmergestaltung. Diese wurde exakt auf eine junge dynamische Zielgruppe abgestimmt und nimmt Rücksicht auf das mit einem Sporturlaub verbundene, oft umfangreiche Equipment wie spezielle Bekleidung,





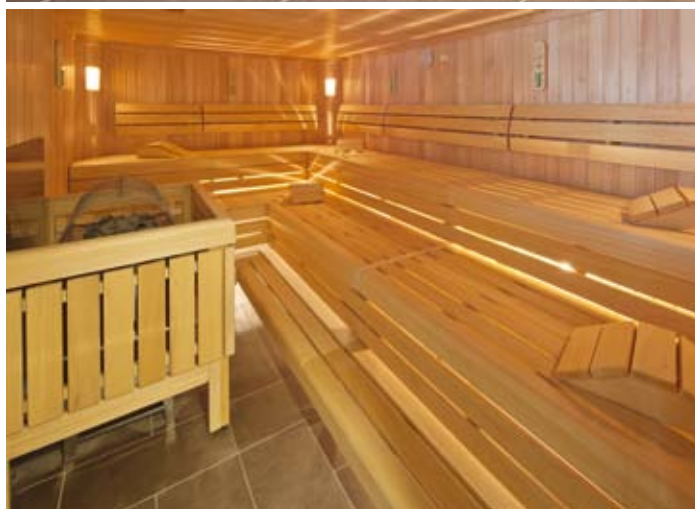
Technik und Sportgeräte. An den beiden Längswänden finden sich daher umlaufende Multifunktionsleisten mit vielseitigen Ablagefunktionen – als Kleiderschrank, Regal, TV-Aufhängung, Sideboard, Haken für Kleidung und oder Sportgeräte ausgestattet.

Für den perfekten Ausblick in die umliegende Landschaft sorgen bequeme Kissen in umlaufenden hölzernen Fensternischen, die zum Relaxen einladen. Großflächige Grafiken an Wand und Boden stehen in bewusstem Kontrast zu der rauen Holzverschalung und dem Ausblick in die Natur. Die Integration der Markenfarben wie beispielsweise Grün und Pink gelingt über kleine feine Details wie Kissen, Kleiderbügel oder auch Lampenkabel. Die eingestellte Badbox erinnert an den letzten Wanderausflug – von außen fehlt nur noch das obligatorische Guckloch in Herzform. Die Großzügigkeit und Funktionalität setzt sich in Form von vielen Ablageflächen sowie einer praktischen Duschlandschaft fort.

Auch der Spabereich mit angegliederter Fitnesszone richtet sich bewusst an eine unkomplizierte Zielgruppe – statt separaten Ruheräumen und aufwendigen Anwendungen setzt das Sport-Spa auf Sauna, Dampfbad, ergonomischen Relaxliegen sowie Kommunikationsinseln. Die Verwendung der Markenfarbe Pink und der Einsatz eines heimischen Natursteins fügen sich als weitere Bauelemente in das Markenimage ein.

Fazit: Ob das Bekenntnis zu lokalen Traditionen und Umweltbewusstsein oder offenen Strukturen mit klaren Linien, leuchtenden Farben und unkompliziertem Design: Das Explorer-Hotelkonzept erweist sich als sehenswertes Beispiel dafür, welche entscheidenden Rollen Architektur und Design für die Markenbildung eines Betriebes spielen können. (gg)





Explorer Hotel

Adresse: An der Breitach 3,
87538 Fischen im Allgäu

Bauherr/Betreiber: Explorer Fischen GmbH & Co. KG

Innenarchitektur: camp Innenarchitektur
Szenographie

Gebäudeplanung: Architekten Sieber + Renn

Eröffnung: Dezember 2010



design point 13

arts & interiors

www.designpoint13.at



Fatboy Buggle Up

Mehr Sommer für Ihre Gäste



Dedon Slimline



Eagle Products, Ibiza



Fatboy Hängematte
inkl. Gestell

designpoint 13

laser business GmbH
Hochstr. 13, 2380 Perchtoldsdorf
Tel. & Fax: +43 (0)1 244 07 76
Mobil: +43 (0)664 30 32 099
E-Mail: laser@laser-business.at
www.designpoint13.at



Bilder: Leonardo Hotels, vision photos

Neues Highlight im Münchner Norden

München hat seit Jahresbeginn eine neue exklusive Adresse zu bieten. Das Viersterne-Superior Leonardo Royal Hotel Munich liegt auf dem historischen Gelände von Münchens erstem Flugplatz Oberwiesenfeld und empfängt mit einem gekonnten Mix aus moderner Architektur, trendiger Ausstattung und einem gelungenen Farbkonzept.

Die Lage am Olympiapark in unmittelbarer Nähe zur BMW-Welt macht das Hotel zum idealen Ausgangspunkt für jeden München-Aufenthalt. Dank der perfekten Anbindung, nur 50 m von der U-Bahn-Station Oberwiesenfeld, gelangt man schnell in die Innenstadt, zur Messe München sowie ins bayerische Umland. Ob Städte- oder Businessgast – das Leonardo Royal Hotel Munich bietet für jeden Aufenthalt das perfekte Ambiente. Denn dass bei der Ausstattung des Hauses viel Wert auf Komfort und Qualität gelegt wurde, spürt man in den modernen Zimmern ebenso wie im Gastronomie- und Kongressbereich. Andreas Neudahm, leitender Interior-Designer, betont: „Unser Ziel war es, auf innovative Weise möglichst viel Platz und Raum zu schaffen. Gäste aus aller Welt sollen sich hier, gemäß dem Leonardo-Hotels-Motto ‚The Art to Feel at Home‘, wie zu Hause fühlen.“

Umfassendes Raumangebot

Eine absolute Besonderheit ist das trendige Lobby-Konzept, das Rezeption, Bar und Lounge in einem beeindruckenden und weitläufigen Entrée kombiniert. Kräftige, harmonische Farben in Schwarz-, Grün- und Rottönen, wechselfarbige Lichtspiele und ausgefallene Designermöbel schaffen ein stylisches, kosmopolitisches Ambiente. Herzstück und beliebter Treffpunkt ist die großzügig gestaltete Lounge „Leo90“ sowie die exklusive „Zino Cigar Lounge by Davidoff“. In entspannter Clubatmosphäre genießt man Longdrinks, wechselnde Cocktailkreationen und kreative Snacks. Und da Licht das Leben schöner und heller macht, wurde auch ein durchdachtes Licht- und Musikkonzept umgesetzt, das zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Stimmungskombinationen ermöglicht und akustisch wie visuell einen „place-to-be“ erschafft.

Die Lounge- und Restaurant-Terrasse bietet 200 Sitzplätze und einen wunderbaren Blick auf die Gartenanlage, die das Hotel umgibt. Ein Blick, der „Resort-Feeling in der Stadt“ verspricht. ►



„Quick Check-In & Out“:

Um den Gästen der Leonardo Hotels das Check-in noch komfortabler zu gestalten, gibt es in ausgewählten Häusern der Hotelkette nun sogenannte „Quick Check-in & -out Counter“. Ähnlich wie bei den Check-in-Schaltern am Flughafen kann man hier einfach und unkompliziert ein- und auschecken, ohne dabei wertvolle Zeit zu verlieren. Entwickelt wurde der erste Prototyp in Kooperation mit den Unternehmen „Silverbyte“ und „Focus Centered Media“. Er wurde exklusiv auf der diesjährigen ITB in Berlin präsentiert. „Wir wollen mit der Zeit gehen und uns sowohl den Bedürfnissen von Geschäfts- als auch Privatreisenden anpassen. Heutzutage wird es immer wichtiger, formelle Abläufe wie Buchungen oder das Ein- und Auschecken durch einfache und schnelle Prozesse zu optimieren und dadurch noch komfortabler zu gestalten“, erklärt Daniel Roger, Geschäftsführer Leonardo Hotels.



Als ideales Zuhause auf Zeit erweisen sich die 424 modernen und komfortablen Zimmer und Suiten des Leonardo Royal Hotel Munich. In warmen Rot- und Terra-Tönen sowie dunklem Holz gehalten, verfügen sie über Klimaanlage, Tee- und Kaffeezubereitungsmöglichkeiten, Minibar, Flatscreen-TV, Safe, Schreibtisch, Telefon und W-LAN Internet. Die großzügigen Deluxe-Zimmer bestechen durch viele weitere Vorzüge, wie eine separate Sitzgelegenheit und viel Platz zum Arbeiten und Entspannen.

Kulinarisch verwöhnt werden die Gäste im eleganten Restaurant „Vitruv“ mit 320 Sitzplätzen. Hier genießt man internationale Spezialitäten, der Küchenchef selbst berät an der Frontcooking-Insel. Ob mediterran, asiatisch oder selbstverständlich auch bayerisch – die Gerichte werden nach Wunsch des Gastes individuell zusammengestellt und vor seinen Augen zubereitet.

Arbeiten & Entspannen

Die Executive Lounge »da Vinci« im 5. Stock erwartet mit fast privater Atmosphäre, einem fantastischen Blick, individuellem Service und vielen Extras. Flachbildschirmfernseher und eine Auswahl an Zeitschriften und internationalen Zeitungen garantieren eine Auszeit vom dynamischen Alltag. Kostenfrei und jederzeit zur Verfügung steht ein Businesscorner mit Internetterminals und W-LAN-Netz. Für kleine Besprechungen kann der angrenzende Boardroom gebucht werden, der Platz für bis zu 12 Personen bietet. Größere Veranstaltungen realisiert man im weitläufigen Tagungsbereich auf einer Gesamtfläche von 1.800 m² mit neun Tagungsräumen und dem Royal Ballsaal. Der Ballsaal ist für Ausstellungsfahrzeuge befahrbar, die Tagungsräume sind flexibel konstruiert und überzeugen durch edles Design und modernste Technik.

„Der Kunde kommt zu uns mit einer Vision und klaren Vorstellungen“, sagt Jan Heringa, General Manager Leonardo Royal Hotel Mu-

nich, „und wir sorgen dafür, dass daraus eine unvergessliche Veranstaltung wird. Unser professionelles Planungsteam unterstützt bei der Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung und stellt ein individuelles Angebot perfekt abgestimmt auf die Wünsche des Gastes zusammen. Ein kreativer Bankettservice rundet jedes Event auch kulinarisch ab.“ Für Entspannung und Ausgleich auf hohem Niveau sorgt der moderne Fitness Bereich: Ein stilvoller Ruheraum, moderne Geräte und zwei Saunen laden hier nach einem anstrengenden Tag zum Relaxen ein und lassen jegliche Hektik vergessen. Darüber hinaus wird der nebenan liegende Olympiapark, das Zentrum für Freizeitsport in München, auch höchsten sportlichen Ansprüchen gerecht. Ob Jogging, Nordic Walking, Schwimmen oder Inlineskating – auch Sportbegeisterte kommen im Superior Leonardo Royal Hotel Munich auf ihre Kosten.

Fazit: Ein Hotel, in dem keine Wünsche offen bleiben. (gg)



Speziell für Damen

Leonardo Royal Hotels bieten der reisenden Frau von heute die »women-friendly rooms« – besondere Hotelzimmer, in denen sich der weibliche Hotelgast entspannen, wohlfühlen und Kraft tanken kann. Die Zimmer, die sich alle auf der 2. Etage befinden, sind besonders lichtdurchflutet verfügen über viele Staumöglichkeiten sowie einen eigenen Schminkbereich. Für ein harmonisches Ambiente sorgen sowohl dimmbares Licht als auch Farben in Flieder und Weiß. Eine spezielle Ausstattung wie ausgewählte Blumen, Frauenmagazine, Schlafbrille, Wärmesocken, Power-Föhn, Prosecco und ein ausgewähltes Minibarsortiment sowie Schmuckständer sollen den Aufenthalt verschönern und dafür sorgen, dass sich »Frau« wie zu Hause fühlt. Weiche Kissen, kuschelige Decken und feinste Polsterstoffe aus dem Hause Jab Anstoetz sorgen für den gewissen Hauch von Luxus und vermitteln ein Gefühl von absoluter Geborgenheit. Der besondere Roomservice verwöhnt zudem mit leichter Kost und einem Masken-Menü.



Eine Seele für die Marke

Das Leonardo Royal Hotel Munich wurde als eine Art Prototyp für alle weiteren Leonardo Hotels entwickelt. Interior-Designer Andreas Neudahm über die Besonderheiten dieses Projektes im Gespräch mit *hotelstyle*.

hotelstyle: Was waren bei diesem Projekt die besonderen Herausforderungen aus gestalterischer Sicht?

Andreas Neudahm: Das Leonardo Royal Hotel liegt nicht im unmittelbaren Zentrum Münchens, sondern in verkehrsgünstiger Lage nahe dem Münchner Olympiapark und der BMW-Welt. Diese Zone gilt übrigens als eines der spannendsten Entwicklungsprojekte Münchens. Die große Herausforderung des Projektes lag darin, das Hotel so zu konzipieren, dass Hotelgäste dazu animiert werden, im Hotel zu verweilen. Sie sollten nicht andere Bars, Restaurants und Clubs im Stadtzentrum aufsuchen müssen. Aus diesem Grund haben wir eine weitläufige Lifestyle-Lobby konzipiert, die Rezeption, Bar, Restaurant und Lounge zu einem wunderbaren szenischen Entrée vereint. Im Gegensatz zum Leonardo Royal Hotel in Berlin, wo es sich um die Umwandlung einer Bestandsimmobilie handelte, ist das Leonardo Royal Hotel Munich zudem das erste Leonardo Hotel in Deutschland, das komplett neu gebaut wurde. Es konnte somit von A bis Z nach den eigenen Vorstellungen gestaltet werden.

hotelstyle: Hat dieses Haus Vorbildcharakter für die Kette?

Andreas Neudahm: Ja, es war das Ziel mit diesem Objekt der Kette ein Gesicht, eine Seele bzw. eine Identity zu geben. Das Design des Leonardo Royal Hotel Munich gilt nun als „Master“ für alle weiteren Leonardo Hotels, die folgen werden. Vorbildcharakter hat auch die Außenanlage, sprich die Landschaftsarchitektur des Areals. In dieser luftig angelegten, zentral verorteten Grünanlage sorgt eine zweispurige Wasserachse für mildes Mikroklima und angenehme Atmosphäre. Das Gestaltungskonzept des Gesamtareals verbindet damit alle Kräfte des natürlichen Zyklus – vom Wasser über die Pflanzen bis hin zum Holz – zu einer ästhetisch perfekten Komposition mit hoher Aufenthaltsqualität.

hotelstyle: Was macht das Konzept in puncto Design unverwechselbar?

Andreas Neudahm: Für das Leonardo Royal Hotel Munich wurden zukunftsweisende Materialien und Farben gewählt. Wichtig war es dabei, dem Trend einen Schritt voraus zu sein und somit ein Haus zu kreieren, das eigentlich erst in zwei Jahren dem zeitgemäßen Design entspricht. Die warmen Lipstick-Red- und Lila-Töne kombiniert zu akzentsetzenden Gelbtönen sorgen für ein szenisches Ambiente, das Gästen das Gefühl gibt, einen Club zu betreten und nicht eine Hotellobby.

hotelstyle: Es begegnen dem Gast auch außergewöhnliche Mitbewohner?

Andreas Neudahm: Ja, in der Tat. Im gesamten Hotel finden Gäste zudem teils skurril, teils geheimnisvoll anmutende „Art Dolls“, welche auf abstrakte Art und Weise Herausforderungen, Ängste, Probleme und Aufgaben von Frauen zwischen Familie und Karriere aufzeigen. Alle „Puppen“ wurden von verschiedenen, israelischen Künstlerinnen gefertigt und spiegeln die enge Verbundenheit von Leonardo Hotels zum Heimatland ihres CEOs, David Fattal, wider. Durch unterschiedliche Darstellungsweisen und -techniken beschreiben sie verschiedene Sichten von der „emanzipierten Frau von heute“: Von der Amazone,



die ohne Hilfe des Mannes erreicht was sie will, bis hin zum Mischwesen aus Mann-Frau.

hotelstyle: Jedes Hotel hat ein besonderes Highlight – welches hat das Leonardo Royal Hotel?

Andreas Neudahm: Das ist für mich ganz eindeutig die moderne Lobby mit ihren vielen kuscheligen Ecken und Rückzugsmöglichkeiten. Sie ist das Herzstück des Hotels, der Ort, wo sich Menschen aus aller Welt begegnen, relaxen oder auch kennenlernen. Je nach Tageszeit wird hier durch Beleuchtung und Musik eine ganz spezielle Stimmung erzeugt, die trotz der Größe des Hotels, Behaglichkeit und Wohlbefinden vermittelt. Wer hier landet, will so schnell nicht wieder weg.

Herzlichen Dank für das Gespräch!









Leonardo Royal Hotel Munich

Adresse: Moosacher Straße 90, 80809 München
Bauherr: Investa Immobilien Gruppe
Architekt: JSK - SIAT international
Innenarchitekt: Andreas Neudahm

Grundstücksfläche: 10.580 m²
Bebaute Fläche: 27.137 m²
Vermietbare Zimmerfläche: 9.974 m²
Vermietbare Konferenzraumfläche: 1.500 m²
Planungsbeginn: Feb. 2009
Bauzeit: Feb. 2009 bis Nov. 2010
Baukosten (exkl. MwSt.): ca. 72 Mio. Euro

Röhl GmbH:
Planung, Fertigung und Montage der Nasszellen



RÖHL®
Nasszellen



**wurden für das Leonardo Hotel
exklusiv, individuell nach
Kundenwünschen geplant, gefertigt
und montiert**

Tel. 0931/406640 www.roehl.de



Neuer Luxus in Linz

Im Zentrum der oberösterreichischen Landeshauptstadt bietet das Austria Trend Hotel Schillerpark Linz seit April 2011 noch mehr Komfort für Business- und Leisure-Gäste. Das Haus wurde umfassend renoviert und verfügt nun über 29 Zimmer und luxuriöse Suiten auf den neu gestalteten Executive Floors.

Rund 800.000 Gäste besuchten im vergangenen Jahr die drei Themenrestaurants, zwei Bars und zwei Cafés des Hauses. Die fünf Veranstaltungsräume mit modernster Seminartechnik wurden laufend für Meetings und Events genutzt und das exklusive Schillerpark-Partyservice caterte für bis zu 1.500 Gäste. Direkt im Hotel befindet sich auch das Casino Linz mit seinen zahlreichen Black-Jack-, Roulette- und Poker-Tischen. Mit seinem umfassenden Angebot konnte das beliebte Haus

auch im schwierigen Wirtschaftsjahr 2010 eine durchschnittliche Auslastung von über 70 Prozent erzielen.

Nach der Neugestaltung des über 1.500 Quadratmeter großen Spielcasinos wurden in den beiden letzten Jahren die zwei Restaurants und die Lifestyle Bar Schiller's umfassend renoviert. Für noch mehr Lifestyle investierte Austria Trend nun noch einmal insgesamt eine Million Euro. Der Sauna- und Fitnessbereich

und die Bar wurden neu ausgestattet und zwei Etagen des Hauses als Executive-Floors völlig neu gestaltet. 29 der insgesamt 111 modernen und komfortablen Zimmer und Suiten verwöhnen seither mit einer besonders exklusiven Ausstattung.

Lifestyle mit Panoramablick

Herausragend und für Linz einzigartig ist die neue „Schillerpark Triple Seven Suite“. Sie beherbergt auf 155 Quadratmetern gleich



zwei Designbäder mit Infrarotkabine, LED-Flatscreen und Ergometer, einen Master Bedroom sowie einen Panorama Bedroom, ein Esszimmer und einen großzügigen Wohnbereich. Von 20 Panoramafenstern eröffnet sich der Blick über die Stadt.

Große Fenster mit Panoramablick bieten auch die anderen Zimmer des Hauses, ebenso wie kostenloses W-LAN, Kabel-TV, Minibar, Safe und eine individuell einstellbare Klimaanlage. Die neuen Junior-Panorama- und Parksuiten verfügen zusätzlich über ein Panoramabad mit Glasfront zum Zimmer und eine eigene Infrarotkabine. Eine Musikanlage, ein Doppelwaschtisch, die großzügige Dusche und teilweise freistehende Badewannen, ein Ergometer und ein LCD-Flatscreen-TV gehören zur Badezimmersausrüstung. Die Wohn- und Schlafräume verfügen über ein qualitativ besonders hochwertiges Doppelbett, ein komfortables Designsofa, einen Schreibtisch und einen 40 Zoll LED-Fernseher. Bis zu neun schallgedämmte Fenster gewähren einen Panoramablick über die Stadt. Warme Beige- und Kupfertöne der Stoffe und Lederpolsterungen kombiniert mit hellen Hölzern in den Zimmern und dem dunklen Eichenton in den Suiten sorgen für ein harmonisches Gesamtkonzept.

Bilder des österreichischen Malers Gerhard Prem komplettieren das elegante Ambiente. Spezielle Tapeten in den Fluren optimieren die Schalldämmung. Insgesamt strahlt das Farb- und Materialkonzept Modernität und Frische aus und kommuniziert eine behagliche Atmosphäre, in der sich Gäste entspannt zurücklehnen und einfach wohlfühlen. (hs)





Austria Trend Hotel Schillerpark

Adresse: Schillerplatz, 4020 Linz
Innenarchitektur: Planungsbüro Bachhuber-Geissinger

Fertigstellung: April 2011
Baukosten: € 1 Mio. (exkl. MwSt.)

Hoteleinrichtung: Appia Contract GmbH
Wellnessplaner: Planungsbüro Bachhuber-Geissinger
Infrarotkabine: Physiotherm GmbH

Büro Grömmner & Daxner: Einrichtung Schiller's und Restaurant

APPIA Contract GmbH: Komplettrenovierung der Zimmer

Backhausen interior textiles GmbH: Stoffe



FÜR DIE KOMPLETT-RENOVIERUNG DER ZIMMER
IM AUSTRIA TREND HOTEL SCHILLERPARK

APPIA
CONTRACT
a part of SELVA group

APPIA Contract GmbH
Dorfstr.20
D-84378 Dietersburg
Peterskirchen
www.appia-contract.com

Ihr Ansprechpartner
Eva-Maria Eglseer
Tel.: +49 8565/9610-15
Fax: +49 8565/9610-70
info@appia-contract.com





Bilder: Hotel Etap Wien

Unterkunft für Schlaue

Bei der Wiener Messe eröffnete das vierte Etap-Hotel Österreichs und damit hierzulande das erste Hotel dieser Marke im designpreisgekrönten „Cocoon Style“. Nach dem Motto „Hier schlafen die Schlaunen“ bietet das Haus ein ansprechendes Ambiente zum besten Preis.

Auf dem Areal des heutigen Etap-Hotels Wien Messe an der Lassallestraße 7a befand sich zuvor ein gemischt genutztes Objekt. Dazu zählten ein Cineplexx-Kino mit 12 Kinosälen, Restaurants und Büros. Heute sind 11.000 Quadratmeter der insgesamt 30.000 Quadratmeter großen Nutzfläche des Areals an die Accor-Hotelgruppe vermietet, die darauf ein ibis-Hotel betreibt und nun auch das neue Etap-Hotel Wien Messe eröffnet hat.

Cocooning pur

Im neuen Hotel Etap Wien erwarten die preisbewusste Gästeklientel 250 Zimmer mit modernster Technik und gratis WLAN sowie ein Komfort-Plus, das unter anderem besonders weiche Bettdecken, bedienungsfreundliche

Leselampen mit Berührungssensoren und Duschkabinen mit farbigem Wasserstrahl – abgestimmt auf die jeweilige Wassertemperatur – inkludiert. Zur gehobenen Ausstattung zählen zudem ein Fernseher mit Multimedia-Anschlüssen sowie ein großzügiger Verstaumraum für Gepäck. Die unterschiedlichen Kategorien im Doppel-, Twin- oder Dreibettstil eignen sich sowohl für Singles als auch für Paare mit Kindern. Das innovative Design-Konzept des „Cocoon-Style“ hat bereits bei den European Design Awards 2008 den Preis „Best Interior Design“ erhalten, in Frankreich wurde es wegen seines Engagements für bessere Lebensqualität mit dem „2009 Janus du Commerce“ ausgezeichnet. Ausschlaggebend waren dafür die Reduzierung des Wasserverbrauchs sowie ein niedrigerer

Stromverbrauch. Das erfolgreiche Konzept soll in den nächsten fünf Jahren im gesamten Etap-Hotel-Netzwerk umgesetzt werden.

Hoher Service-Faktor

Anders als bei herkömmlichen Low-Budget-Hotels steht die Rezeption für Gäste rund um die Uhr zur Verfügung, auch ein reichhaltiges All-you-can-eat-Frühstück ist gegen einen Aufpreis im Angebot. „Wir sind günstig, aber nicht billig!“, bringt Hoteldirektor Dieter Lugstein die Markenphilosophie auf den Punkt. „Alle Zimmer verfügen über die gleich hohe Qualität, und wir halten uns an unser Qualitätsversprechen: Etap Hotel bietet verlässlichen Service, der auch den Erwartungen anspruchsvoller Gäste entspricht.“ (gg)



Low-Budget-Marke mit Designanspruch

Etap, eine Marke der Accor-Gruppe, steht für leistbare Unterkünfte mit einem gleichzeitigen Anspruch an Qualität und Design. Hannes Lechner, Director of Operations im Bereich der Budget-Marken von Accor Österreich, im Gespräch über die Besonderheiten dieser Kette.



hotelstyle: Die Marke Etap fährt mit ihren Budget-Projekten einen konsequenten Expansionskurs?

Hannes Lechner: Etap Hotel ist als Marktführer in der Low-Budget-Hotellerie in 10 europäischen Ländern vertreten und baut seine Präsenz in europäischen Hauptstädten sukzessive weiter aus. Nach Genf, Brüssel, Málaga und Berlin eröffnete Etap Hotel als eine Marke der Accor-Gruppe jetzt endlich auch ein neues Hotel in Wien. Wir haben damit in Europa ein dichtes Netz an strategischen Standorten, wobei rund die Hälfte der Hotels in Großstädten liegt. 60 Prozent des Netzes befinden sich in Stadtzentren oder Geschäftsvierteln und 20 Prozent in der Nähe von Flughäfen.

hotelstyle: Sehen Sie generell einen Trend in Richtung Budget-Hotels?

Hannes Lechner: Ja, in der Hotellerie ist eindeutig ein Trend in Richtung Budget-Hotels zu verzeichnen. Das beweisen der Erfolg unserer

jüngsten Eröffnungen und die Zahlen weltweit. Die positive Marktentwicklung ist auf ein verändertes Konsumentenverhalten zurückzuführen, das zunehmend auf hohe Qualität zu einem fairen Preis setzt.

hotelstyle: Ganz nach dem Motto „Gutes Design, erschwinglich für alle“?

Hannes Lechner: Das Cocoon-Konzept von Etap Hotel wurde in Zusammenarbeit mit der Designagentur Priestman Goode entwickelt, die auf erschwingliche und ergonomische Designlösungen spezialisiert ist. Gutes Design ist also nicht immer eine Frage des Geldes. Unsere Zimmer punkten dank einer durchdachten offenen Raumgestaltung mit Flexibilität, Dynamik und viel Liebe zum Detail. So steht beispielsweise eine beleuchtete Säule im Mittelpunkt der Räume, ein technologischer Clou, der Schlafzimmer und Bad voneinander trennt. Die Säule dient auf der einen Seite als Waschbecken und auf der anderen Seite als Schreibtisch. Verschiedene Lichtquellen verstärken die intime und entspannende

Atmosphäre. – Ein umlaufendes LED-Kranzprofil akzentuiert beispielsweise die Konturen des Zimmers in der Nacht. Individuelle Leselampen an der Kopfseite des Betts und ein Spiegellicht über dem Waschbecken können bequem mit Berührungssensoren gesteuert werden.

hotelstyle: Trotz Low-Budget ist bei Etap auch die Umwelt ein Thema?

Hannes Lechner: Neben unterschiedlichen Nachhaltigkeitskriterien bei der Gebäudeerrichtung haben wir auch bei der Zimmerausstattung auf die Umwelt geachtet. Besondere Aufmerksamkeit wurde der Reduzierung des Wasserverbrauchs mit regulierbaren Duschköpfen und Wasserhähnen sowie wassersparenden Toilettenspülungen geschenkt, für einen niedrigeren Stromverbrauch sorgen energieeffiziente Lampen und Bewegungssensoren. Was beweist: Bei einem intelligenten Low-Budget-Konzept ist wirklich vieles möglich.

Herzlichen Dank für das Gespräch!





Etap Hotel Wien

Adresse:	Lassallestraße 7a 1020 Wien
Bauherr:	S+B Gamma Immobilienentwicklung GmbH
Architekt:	BEHF
Nutzfläche:	11.000 m ² Hotel Ibis und Etab Hotel
Bauzeit:	23 Monate
Fertigstellung:	11/2010