

Das Hotel der Zukunft

ODER IST DIE ZUKUNFT BEREITS DA?



Eine
Studie zum
Hotel 4.0

INHALT

Das Hotel der Zukunft

- 03 Vorwort
- 04 Hotel 4.0 – Die Zukunft beginnt jetzt
- 06 Die Megatrends der Zukunft
- 16 Wo Visionen Realität werden
- 26 Der „Future Bathroom“ – Was kann der eigentlich nicht?!
- 38 Zukunftsweisende Hotelkonzepte
- 52 Die außergewöhnlichsten Hotels der Welt
- 64 Die schönsten Klassiker



Experten-Beratung:
pro.villeroy-boch.com/hotel4_0



Newsletter für Planer & Architekten:
pro.villeroy-boch.com/news_ap

DAS HOTEL DER ZUKUNFT

Den Check-in erledigt der Dinosaurier

Ein selbstfahrender Gepäckwagen, der Ihre Koffer für Sie transportiert. Zimmer, deren Temperatur oder Beleuchtung sich per Sprachsteuerung ändern lassen. Ein Gepäckraum, dessen Gepäckfächer durch einen riesigen Industriegreifarm bedient werden. Und am Empfang erledigt ein Dinosaurier-Roboter den Check-in – per Gesichtserkennung!

Was nach Szenen aus einem Science-Fiction-Film klingt, ist im Henn na Hotel Maihama Tokyo Bay schon Realität. Im Zeitalter der digitalen Revolution stellen solche Entwicklungen erst den Beginn einer neuen Hotel-Ära dar. Erkunden Sie mit uns zusammen, wie das Hotel der Zukunft aussehen wird und wie die Vorreiter der Branche bereits heute auf Innovation setzen.



HOTEL 4.0

Die Zukunft beginnt *jetzt*

Der Fantasie scheinen keine Grenzen gesetzt zu sein - dank neuen Technologien, die im Begriff sind, unsere Welt grundlegend zu verändern. Besonders das »Internet der Dinge«, also die Erschaffung von »denkenden« Gegenständen, wird unser Leben revolutionieren.

Aber auch ein sozialer Wandel zeichnet sich ab: Menschen arbeiten immer mehr ortsunabhängig und sind gleichzeitig an vielen Orten zuhause. In diesem Zusammenhang kommt dem Hotel der Zukunft als neues „Home Away From Home“ besondere Bedeutung zu. Es muss einerseits sicherstellen, dass der Gast immer und überall vernetzt ist, um in dieser neuen Welt agieren zu können. Gleichzeitig gibt es aber auch einen Wunsch der Gäste nach temporärer Entschleunigung, also gelegentlichen Auszeiten von der schnellen Online-Existenz.

Das sind die Herausforderungen, mit denen das Hotel der Zukunft sich konfrontiert sieht. Es muss Lösungen finden, welche die gewaltigen Vorteile und Möglichkeiten der digitalen Revolution mit den menschlichen Bedürfnissen nach Ruhe und Balance vereinen. Hier sind Visionen und Mut gefragt, statt kleinteiliger, vorsichtiger Veränderungen! Denn wer als Hotelier nicht adäquat und schnell auf diese über uns hereinbrechenden Trends reagiert, wird den Anschluss verpassen. Trotzdem: Begreifen Sie das Hotel der Zukunft nicht als Bedrohung, sondern als Chance! Was sich hier in den nächsten Jahren vollziehen wird, ist nichts weniger als die Realisierung von Träumen, die früher dem Science-Fiction-Genre vorbehalten waren. Und Sie sind mittendrin in dieser aufregenden neuen Welt.

Wann diese Zukunft beginnt? Jetzt!



SO WÄCHST DER DEUTSCHE HOTELMARKT



8 JAHRE IN FOLGE

So lange übertrifft der deutsche Hotelmarkt schon die Anzahl der Vorjahresübernachtungen.

3%

Um diesen Wert stieg der Zimmererlös 2017 im Vergleich zum Vorjahr.

571 NEUE HOTELS

entstanden zwischen 2017 und 2019 in Deutschland.

85.115

die Zahl der neugeschaffenen Zimmer zwischen 2017 und 2019.

<https://www.konii.de/news/hotelmarkt-deutschland-positive-stimmung-in-den-hauptmarkten-201803015754>

<https://www.ahgz.de/archiv/hotelmarkt-die-konkurrenz-waechst-zweistellig,200012244785.html>

DIE GROSSE FRAGE:

Wie werden wir leben?

Will man das Hotel der Zukunft wirklich verstehen, dann muss man sich zuerst fragen: Wie wird unser Leben in 20, 30 oder 40 Jahren aussehen?

Und wer sind die Menschen, die sich in dieser Welt bewegen, in ihr reisen? Welche technologischen Trends kommen auf uns zu? Und wie können wir diesen begegnen? Wir müssen jetzt schon besser verstehen lernen, was es heißt, in einer Welt zu leben, in der selbstfahrende Autos und intelligente Roboter zum Alltag gehören. Wer auf diese Weise ein Gespür für die Zukunft entwickelt, kann auch das Hotel der Zukunft besser voraussagen!

Lassen Sie uns zunächst schlagwortartig einige der wichtigsten Trends skizzieren.

Megatrend Globalisierung

Die Welt rückt zusammen. Die neue Mobilität lässt bereits heute Entfernungen schrumpfen und Landes- und Kulturgrenzen verschwimmen. Menschen kooperieren weltweit und greifen mobil auf gemeinsame digitale Arbeitsplätze zu. Eine zuvor nie dagewesene Globalkultur entsteht. Geschäftstreffen oder ein Abendessen am anderen Ende des Planeten sind heute schon für viele Menschen Alltag. Die vernetzte Welt führt zu neuen komplexen Spielregeln und wir stehen erst am Anfang: nur 2% aller Studenten studieren nicht in ihrem Land, nur 3% der Menschen leben nicht in ihrem Geburtsland, nur ein Prozent aller amerikanischen Firmen weisen Auslandsaktivitäten auf und nur 9 % aller Investitionen weltweit sind Auslandsinvestitionen.

Schon diese beginnende Globalisierung geht mit einer starken urbanen Verdichtung einher, deren Prognosen surreal erscheinen.

Megatrend Urbanisierung

Schon 2050 werden drei viertel aller Menschen in Städten leben! Bereits heute gibt es über 25 Städte mit mehr als 10 Millionen Einwohnern. Die Anzahl solcher Städte wird ebenso wachsen wie die Zahl ihrer Bewohner: In China entstehen innerhalb kürzester Zeit Metropolen, in denen bald mehr als 100 Millionen Menschen leben sollen.

In der größten Stadt der Welt leben mehr Einwohner als in dem flächenmäßig zweitgrößten Land der Welt. Mit 37 Millionen Einwohnern gilt der Großraum Tokio als größte Stadt der Welt und hat damit etwas mehr Einwohner als Kanada.

Acht der zehn größten Städte der Welt befinden sich im asiatischen Raum. New York und São Paulo auf den hinteren Plätzen zählen mit 20 und 21 Millionen Einwohnern „nur“ noch etwas mehr als die Hälfte des Spitzenreiters Tokio. Auch Indiens Megastädte wachsen rasant. Innerhalb von sieben Jahren vergrößerte sich die urbane Bevölkerung von 290 Millionen Menschen (2001) auf 340 Millionen (2008). Im Jahr 2030 könnte sie schon auf 590 Millionen Menschen angewachsen sein.

Lagos mit 17 Millionen Einwohnern ist eine der schnellst wachsenden Städte der Welt. Jedes Jahr ziehen rund 730.000 Menschen in die Megacity. In Nigerias größter Stadt leben bis zu 30.000 Menschen auf einem Quadratkilometer. Im Vergleich: Deutschlands bevölkerungsdichteste Stadt München hat gerade mal 4.713 Einwohner pro Quadratkilometer.

Das bedeutet jedoch auch: Der Platz wird knapp. Wir benötigen neue Lösungen, um immer mehr Menschen auf engem Raum unterzubringen. Wahrscheinliche urbane Szenarien sind mobile Wohneinheiten. Dabei handelt es sich um transportable, jederzeit erweiterbare Module, die je nach Bedarf Größe und Form verändern – z.B. indem sich auf Knopfdruck zusätzliche Räume ausfalteten. Aber auch Gebäude auf dem Wasser und moderne vertikale Dörfer werden zukünftig das Bild der Megastädte prägen. Auf unser Thema bezogen heißt das: Mobile, schwimmende oder an Drahtseilen frei im Raum schwebende Hotels gehören bald zu unserer Realität.

In diese Hotels passt eine Kleinstadt

Unglaubliche **7351 Zimmer** machen das [First World Hotel](#) in Malaysia zum größten Hotel der Welt. Aber nicht mehr lange: Das gerade noch im Bau befindliche [Abraj Kudai](#) in Saudi-Arabien wird nach seiner Fertigstellung mit über **10.000 Zimmern** verteilt auf 12 Türme der neue Gigant unter den Mega-Hotels. Wer diese Zimmer alle mieten soll? Natürlich die aber-tausenden Pilger, die jeden Tag im nahegelegenen Mekka eintreffen. Die 5 obersten Stockwerke der beiden höchsten Türme sind übrigens exklusiv der saudischen Herrscherfamilie vorbehalten; ihre Spitze zierte ein gewaltiger Kuppelbau, der dem Stil einer arabischen Wüstenfestung nachempfunden ist.

Megatrend das „individuelle Wir“

Auch sozial kündigt sich bereits heute ein Megatrend an: das „individuelle Wir“. Dieser scheinbare Gegensatz erklärt sich wie folgt. Einerseits gibt es einen ausgeprägten Wunsch nach Selbstverwirklichung und Individualität. Das lässt sich z.B. daran ablesen, dass die Hälfte der Städter in Einzimmerwohnungen wohnen. Andererseits wollen wir jedoch ein Gegengewicht zu dieser ausgeprägten Individualität schaffen und zumindest gelegentlich starke Wir-Erlebnisse erfahren. Beispiele dafür sind schon heute Coworking -Spaces und Räume für gemeinschaftliche Freizeiterfahrungen:

„[Die Individualisierung] erzeugt neben dem Bedürfnis nach spezifischeren, ans Individuum angepassten Dienstleistungen – weg vom Massenmarkt – eine neue Sehnsucht nach dem WIR. Das drückt sich in den zahlreichen Versuchen des kooperativen Lebens aus: Vom Co-Living über Co-Gardening und Co-Working bis zur Share Economy. Eine neue selbstorganisierte Sozialität entsteht, in der sich Individuen frei vereinbaren.“ – **Oona Horx-Strathern**



Die Visionärin:

Die gebürtige Londonerin Oona Horx-Strathern ist seit gut 20 Jahren als Trendforscherin, Consultant und Autorin in England, Deutschland und Österreich tätig. Als Trendberaterin hat Oona Horx-Strathern für viele internationale Firmen geschrieben und gearbeitet, u.a. Unilever, Beiersdorf, Philip Morris und die Deutsche Bank.

DEUTSCHLAND, DEINE HOTELSTÄDTE



500+
HOTELS

Diese Anzahl macht **BERLIN** zum größten regionalen Hotelmarkt in Deutschland.

1,7
TAGE

So lange dauert die durchschnittliche Geschäftsreise in der Businessmetropole **FRANKFURT**.

50%
AUSLÄNDISCHE
GÄSTE

Touristen vor allem aus den USA, den arabischen Staaten am Persischen Golf und dem Vereinigten Königreich besuchen **MÜNCHEN**

80%
AUSLASTUNG

Mit diesem Wert ist **HAMBURG** Spitzenreiter in Deutschland.

<https://www.konii.de/news/hotelmarkt-deutschland-positive-stimmung-in-den-hauptmarkten-201803015754>

Megatrend demografischer Wandel

Sind wir schon bald „Forever Young“?

Auch der demografische Wandel beeinflusst die Welt von morgen – und das gilt nicht nur für Extremfälle wie China. Besonders in westlichen Ländern zeichnet sich ab: Weniger Kinder und mehr aktive ältere Menschen werden die Gesellschaft prägen. Doch „die Alterung macht uns in Wahrheit jünger“, so Oona Horx-Strathern. 50 ist das neue 40 – und die Menschen verhalten sich entsprechend: „Sie reisen, sie bilden sich weiter, suchen ihre Identität, ihre Leidenschaften. Sie eignen sich die Welt auf die verschiedenste Art und Weise an.“ Für Hoteliers bedeutet das: In Zukunft müssen vermehrt Angebote für die superaktiven 50+ Gäste geschaffen werden.

Der demografische Wandel hat auch entscheidende Konsequenzen für unsere Zukunft: Sie muss barrierefrei und universell gestaltet werden. Lebensumgebungen, Architektur und Gebrauchsgegenstände müssen für Jung und Alt gleichermaßen nutzbar sein.

Aus den dazugewonnen Jahren ergibt sich der Wunsch, diese möglichst hochwertig zu leben. Als Folge dessen erfährt die Definition von Gesundheit eine wichtige Erweiterung, so Horx-Strathern:

„Gesundheit ist in der neuen kooperativen Individual-Kultur nicht nur die Abwesenheit von Krankheit im medizinischen Sinn. Gesundheit hat etwas mit der Erfahrung von Vitalität zu tun, von Balance und Körper-Sinn.“

Diesem neuen Gesundheitsbegriff muss das Hotel der Zukunft Rechnung tragen, z.B. indem Wellness- und diagnostische Elemente in das Hotelbad der Zukunft integriert werden.

Alles Gute zum 111. Geburtstag!

Bisher gingen Experten davon aus, dass Menschen maximal 125 Jahre alt werden können. Ein israelischer Forscher zieht diese Grenze nun in Zweifel: Chaim Cohen, Professor an der Bar-Ilan-University, publizierte mit Kollegen eine Übersichtsarbeit, die behauptet, dass 140 Jahre bald möglich sind. Und damit nicht genug: Die Existenz einer biologischen Altersobergrenze wird überhaupt angezweifelt. Deutsche Forscher wie James Vaupel, Direktor des Max-Planck-Instituts, halten die Studie für seriös. Kommen auf uns also Geburtstagskuchen mit über 100 Kerzen zu? Na, dann viel Spaß beim Pusten!

Megatrend Smart Home

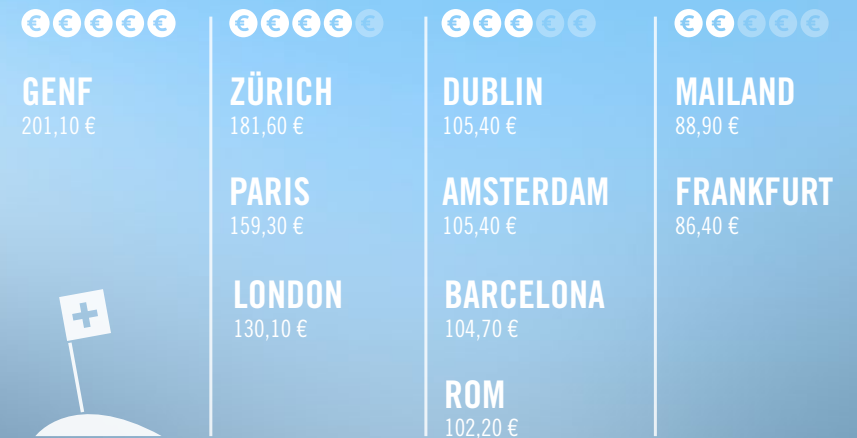
Feng-Shui trifft auf Star Trek

Wir werden immer mehr zu „Raumgeschöpfen“. Bereits heute verbringen wir etwa 95 % unserer Zeit in Räumen. Ein globaler Trend, der sich fortsetzt (vgl. Zukunftsinstitut 2016). Genau aus diesem Grund gewinnt das Wohlfühlen an unseren Aufenthaltsorten an Bedeutung. Wir benötigen Refugien zum Abschalten, wo Entspannung und individuelle Entfaltung möglich sind. Genau diese Funktion übernehmen in Zukunft immer stärker das Schlafzimmer und das Bad – auch im Hotel. Doch wie genau können wir uns das vorstellen?

Die Basis bildet die perfekte Abstimmung sämtlicher Raumelemente – vom Teppich bis zur Badewanne. Dazu treten die Möglichkeiten smarterer Technik: unterschiedliche Stimmungsatmosphären, die für Entspannung sorgen. Ein perfektes Raumklima, das Gesundheit und Ruhe begünstigt. Mobile und modulare Möbel, die Räume strukturieren und unterschiedlich nutzbar machen. Alles im Zimmer und im Bad wird digital vernetzt und steuerbar – das neue „Internet der Dinge“.

ÜBERNACHTEN IN EUROPAS METROPOLEN*

*basierend auf dem durchschnittlichen Zimmererlös im Jahr 2016



<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/252910/umfrage/prognose-zum-zimmererloes-fuer-den-europaeischen-hotelmarkt-nach-staedten/>



Megatrend Digitalisierung

Hausarbeit? Erledigt R2-D2

Diese neue Vernetztheit wird jedoch nicht nur unsere Entspannungsphasen beeinflussen, sondern auch unsere ganz alltäglichen Aufgaben: In unseren Smart Homes erledigen Roboter bald die gesamte Hausarbeit. Unser Mittagessen wird in kürzester Zeit im 3D-Drucker zubereitet.

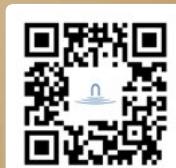
*Prototyp des „Foodini“: Per Knopfdruck erhält der Besitzer eine frisch „gedruckte“ Pizza.
(Bild © Natural Machines auf designboom.com).*

Experten-Beratung

Sie haben Fragen zum Hotel 4.0, dem Badezimmer der Zukunft oder Sie benötigen Unterstützung bei der Planung eines Projekts?

Hier geht es zu unserem Kontaktformular:

pro.villeroy-boch.com/hotel4_0



Unsere selbstfahrenden Autos bringen uns sicher zum nächsten Meeting. Nachrichten und News rufen wir nicht länger über unsere Smartphones ab, sondern lassen sie als Augmented Reality mitten in den Raum projizieren. Das Online-Leben wird noch schneller: Neue Ereignisse und Entwicklungen erreichen uns im Sekundentakt. Eine wesentliche Herausforderung für die Hotelindustrie wird deshalb darin bestehen, die richtige Balance aus Online- und Offline-Zeit zu bieten. Wir wollen immer informiert sein, aber gleichzeitig bei Bedarf auch digitale Pausen einlegen können.

Flieg schneller, Bruce!

Kennen Sie den Science-Fiction-Film „Das 5. Element“? Darin liefert sich Bruce Willis als Fahrer eines Flugtaxi eine rasante Verfolgungsjagd mit der Polizei. Der Film erschien 1997. Und heute? Heute stehen wir kurz vor Inbetriebnahme der ersten realen Flugtaxi. Das Münchner Start-up Lilium hat einen Prototypen entwickelt, der dank seiner schwenkbaren Elektromotoren senkrecht starten und landen kann. Fünf Gäste können transportiert werden, die Preise sollen Uber-Niveau haben. Das können Sie noch nicht so richtig glauben? Dann schauen Sie sich das an: In Dubai macht die Polizei bereits per Flugauto Verbrecherjagd. Bruce Willis muss einen Gang zulegen!

Megatrend Nachhaltigkeit

Die Farbe der Zukunft? Grün!

Bei all den Möglichkeiten, welche diese neue Welt bietet: Dem Einfluss des Menschen sind Grenzen gesetzt. In einer Zukunft, in der Klimawandel und die Verknappung von lebenswichtigen Ressourcen das Leben mitbestimmen, wird so auch die Natur zum Trendsetter. Im Häuserbau kommen natürliche und selbstreinigende Materialien zum Einsatz. Praktisch alles wird recycelt. Die Wiederverwendung von Grauwasser für Waschmaschinen und WC-Spülungen reduziert den Wasserverbrauch dramatisch. Gemüse wird fast ausschließlich regional produziert und wächst z. T. senkrecht an den Gebäuden der Zukunft hinauf. Für die Hotelindustrie wird das „Zero Emission“-Hotel zur Planungsvorgabe; dazu leistet das „Zero Emission“-Bad der Zukunft einen wichtigen Beitrag.



HOUSEKEEPING-FAKTEN



36–61 %

DER ANTEIL DER GÄSTE, DIE DURCHSCHNITTLICH AM TAG IN EINEM HOTEL ABREISEN.



31,5 MIN

DIE DURCHSCHNITTLICHE REINIGUNGSDAUER FÜR EIN ABREISEZIMMER.



20,5 MIN

DIE DURCHSCHNITTLICHE REINIGUNGSDAUER FÜR EIN ZIMMER, IN DEM DER GAST WEITERHIN BLEIBT.



7 %

DER ANTEIL DER ZIMMER, DIE PRO TAG NICHT GEREINIGT WERDEN, WEIL DER GAST NICHT GESTÖRT WERDEN MÖCHTE.



2,16 %

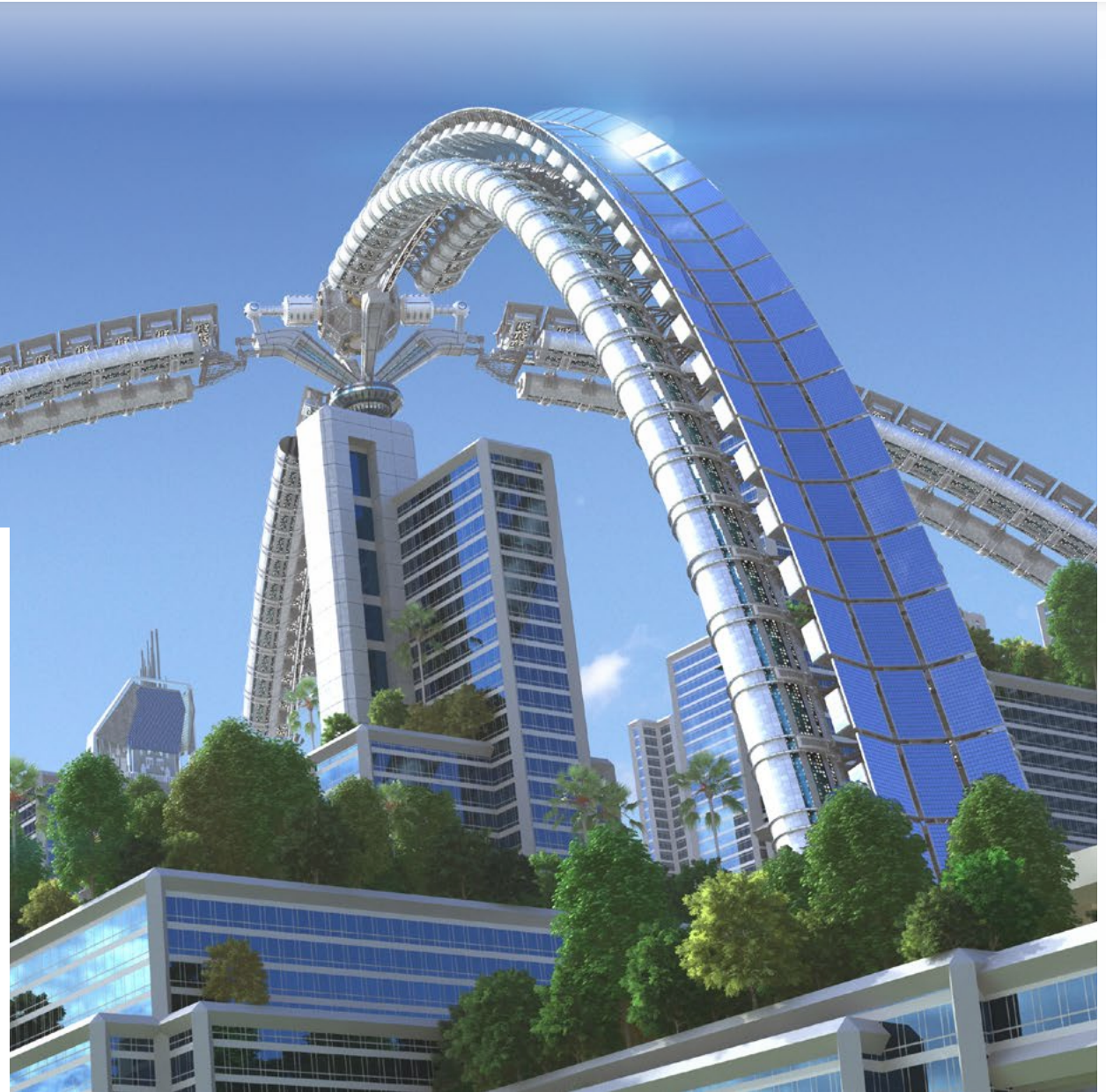
DER ANTEIL DER ABREISEZIMMER, IN DENEN DER GAST ETWAS VERGESSEN HAT.

<http://blog.roomchecking.com/12-little-known-facts-about-hotel-housekeeping-and-maintenance>

WO VISIONEN REALITÄT WERDEN

Das ist also das Setting, in dem sich das Hotel der Zukunft wiederfinden wird. Und mehr noch: Das Hotel der Zukunft wird an der Spitze dieser Entwicklungen und Trends stehen. Denn Hotels sind per Definition ein Inkubator für neue Entwicklungen. In Hotels begegnen sich fortwährend divergente Lebensweisen: Gäste mit ganz unterschiedlichem kulturellen Background treffen aufeinander. Geschäftsreisende und Touristen mit verschiedenen Erwartungshaltungen wohnen unter einem Dach. Alt und Jung begegnen sich und haben spezifische Anforderungen an Komfort, Unterhaltung und Entspannung.

Das bedeutet: Das Hotel der Zukunft muss eine enorme Bandbreite abdecken. Es muss zugleich Arbeitsplatz, Abenteuerspielwiese und ein zweites Zuhause sein. Ganzheitliches Erleben und Service stehen im Vordergrund. Die Fokussierung auf den einzelnen Gast erreicht bisher unbekannt Dimensionen.



AIRBNB – DAS SCHRECKGESPENST DER HOTELINDUSTRIE IN ZAHLEN



300 MILLIONEN GÄSTE

so viele Besucher
verzeichnet Airbnb
bisher weltweit.



PARIS LONDON NEW YORK

die 3 beliebtesten
internationalen
Airbnb-Destinationen.



81.000 STÄDTE

an so vielen Stand-
orten in 191 Ländern
ist Airbnb vertreten.



BERLIN MÜNCHEN HAMBURG

die 3 beliebtesten
deutschen Airbnb-
Destinationen.



1.600 € EINKOMMEN

so viel verdient der
durchschnittliche
Gastgeber pro Jahr
auf Airbnb.



11.700 UNTERKÜNFTE

so viele Zimmer und
Apartments gibt es
via Airbnb in Berlin.



35 JAHRE

so alt ist der durch-
schnittliche Airbnb-
Gast.



100.000 UNTERKÜNFTE

so viele Zimmer und
Apartments gibt es via
Airbnb in Deutschland.

https://www.focus.de/magazin/archiv/hier-sitzen-31-milliarden-dollar-airbnb-in-zahlen_id_6826597.html
<https://pregas.de/allgemein/item/airbnb-verzeichnet-100-000-unterkuenfte-in-deutschland>
<http://www.airbnbberlin.de>



Zur Miete? Ich wohn' im Hotel!

Während die Hotels der letzten Jahrzehnte vor allem durch den Faktor Gästeunterhaltung geprägt waren, geht es zukünftig verstärkt um ganzheitliches Wohnen (vgl. Zukunftsinstitut 2016). Unser mobiles Leben wird sich zu einem großen Teil in Hotels abspielen:

„Und dabei geht es eben nicht nur um Oberflächen oder Design-Details, sondern um fundamental intelligente Konzepte. Weltweit entstehen urbane Hotels neuen (jungen) Typs, in denen Arbeit und Leben re-kombiniert werden – Refugien für die Nomaden der globalen kreativen Klasse. Ganzheitliche ‚Healthness‘ – Hotels neuen Typs kümmern sich nicht nur um die Entspannung ihrer Gäste im alten Wellness-Stil – auch geistige und spirituelle Anliegen spielen eine Rolle. Hyper-urbane Loft- und Lounge-Konzepte greifen auf Land- und Landschaftshotels über und experimentieren mit neuen Kombinationen von Natur, Ökologie und Coolness.“

– Oona Horx-Strathern

Geld spielt keine Rolle?

Dann gönnen Sie sich eine Übernachtung in der Royal Penthouse Suite des „President Wilson“ in Genf, dem teuersten Hotelzimmer der Welt. Der Preis pro Nacht liegt zwischen **61.000–84.000 US\$**. Mit 12 Schlafzimmern, 12 Badezimmern, mehreren Wohnzimmern und einem Speisesaal für 26 Personen bietet die Suite reichlich Platz – das wussten auch schon Michael Jackson und Bill Gates zu schätzen. Außerdem im Preis inbegriffen: Schusssichere Türen und Fenster, ein Billardzimmer und ein Steinway-Flügel, ein 103-Zoll-Flachbildfernseher von Bang & Olufsen (Preis 130.000 US\$) sowie ein Privatkoch und ein Butler. Man gönnt sich ja sonst nichts!

Big Brother is Watching You – Aber in nett

Das Hotel der Zukunft kann in bisher unbekanntem Maße Informationen über seine Gäste sammeln und so deren Aufenthalt verbessern. Hochentwickelte Sensorik hilft, genau zu erfassen, was Mensch braucht: Ist der Gast krank? Ist er gestresst? Will er alleine gelassen werden oder ist ihm nach Unterhaltung? Auf Grundlage dieser Sensordaten reagiert das Hotel der Zukunft – z. B. mit Anti-Jetleg-Beleuchtung, morgendlichem Vogelgezwitscher, News beim Duschen oder entspannenden Klängen zum Einschlafen. Das intelligente Hotel weiß von selbst, was der Gast wünscht.

Die Gretchenfrage: On oder Off?

„Connected dis-connected“ – so lautet die Devise der Zukunft. Der reisende Mensch möchte am liebsten beides gleichzeitig: nichts verpassen, aber bei Bedarf jederzeit vom hektischen digitalen Leben abschalten können. Die Hotels der Zukunft müssen diesen Spagat möglich machen, indem sie für einen Ausgleich zwischen Online- und Offlinezeiten sorgen. Sie müssen Rückzugsorte bieten, an denen das digitale Rauschen verstummt, bis der Gast bereit ist, sich wieder darauf einzulassen:

„Konnektivität, diese große Kraft, die alles miteinander verbindet, bringt eine große Gegen-Sehnsucht hervor: Endlich „Dis-connected“ sein. Abschalten, dem Terror der ewigen Erreichbarkeit, der quälenden Komplexität des vernetzten Lebens zu entkommen, die Umwelt wieder in einer direkten haptischen und sinnlichen Weise zu erfahren. [...] Es geht um neue, raffinierte Integration von Technik in die sinnliche Welt.“

– Oona Horx-Strathern



Zimmer mit Strandblick? Gibt's auch als virtuelle Realität

Umgeben von Korallenriffen und exotischen Fischen zu Mittag essen, aber beim Abendessen hoch über den Wolken schweben? Virtuelle Umgebungen machen es möglich. Sie erweitern oder überlagern unsere Realität, indem sie ihr zusätzliche „Schichten“ hinzufügen. Ihr Balkonblick entspricht nicht Ihren Wünschen? Sie wollen mehr Palmen und blaueres Wasser? Per Augmented Reality (erweiterte Realität) ergänzen Sie Ihre Aussicht um beliebige Elemente. Oder Sie wünschen sich eine komplett andere Szenerie (virtuelle Realität)? Dann wachen Sie doch einfach mit Blick über den Himalaya auf. Auf diese Weise können auch ganze Touren unternommen werden, welche Sie zu den exotischen Orten dieser Erde führen – bequem aus Ihrem Hotelzimmer.

Und natürlich kann man auch mit der Familie oder mitreisenden Freunden auf Entdeckungstour gehen oder sich auf Wunsch mit anderen Gästen zusammentun. Es ist ein mehr als reizvolles Versprechen: völlig gefahrenlos den inneren Entdeckungstrieb ausleben und gleichzeitig den eigenen Horizont erweitern.

DER LANGSAME TOD DER MINIBAR IN ZAHLEN



220.000 MINIBARS

nur so viele Minikühlschränke stehen noch in deutschen Hotels – Tendenz weiter fallend.

ÜBER 20 %

so hoch ist der Inventurverlust vieler deutscher Hotels durch Minibarbetrug.

2/3 DER GÄSTE

so viele Besucher wählen im Tagungshotel Sol Inn bei Potsdam die Zimmeroption „Ohne Minibar“.

5 STERNE

nur in Hotels dieser Klasse ist eine Minibar verpflichtend vorgeschrieben.

20–30 L FASSUNGSVERMÖGEN

das typische Volumen deutscher Minibars.

60 L FASSUNGSVERMÖGEN

so viel Volumen weisen viele „Minibars“ in US-Hotels auf.

<https://www.welt.de/wirtschaft/article156684998/Darum-schaffen-deutsche-Hotels-die-Minibar-ab.html>
<https://www.welt.de/print-welt/article533444/Service-im-Hotel-Daueraerger-Minibar.html>

Home away from home – Geht das?

Wenn das Hotel nicht zum Wohnzimmer kommt, kommt das Wohnzimmer eben zum Hotel

Die Zukunftsstudie des Fraunhofer-Instituts prognostiziert, dass wir im Jahr 2052 ständig mobil sein werden. Das gilt aber nicht nur für uns selbst, sondern auch für Gebäude wie das Hotel der Zukunft. Schwimmende Hotels erlauben es uns, die Weltmeere zu erkunden. Autonom fahrende und sogar fliegende Hotelkapseln bringen uns von A nach B. Der Transportweg selbst wird zur neuen mobilen Wohnform. Auch der Faktor Sicherheit profitiert davon: Bei Gefahr können sich schwimmende Hotelinseln mit dem Wasser mitbewegen; oder Ihre mobile Hotelkapsel fliegt Sie in Windeseile an einen sicheren Ort.

Falls Ihre Gäste ungern die eigenen vier Wände verlassen, bahnt sich auch hier eine Lösung an: Das mobile eigene Apartment kann einfach mitgebracht und an das Hotel angedockt werden. So genießt der Gast einerseits die Vorzüge eines Hotels – er wird versorgt und kann auf viele Services und Dienstleistungen zugreifen; andererseits braucht er nicht umständlich Koffer zu packen und muss sich nicht auf eine neue Umgebung einstellen. Die Idee „Home Away From Home“ wird hier wörtlich genommen.

Das etwas andere „Hausboot“

Auf dem Kreuzfahrtschiff „The World“ gibt es statt Touristen nur Dauerbewohner! Die **165 Apartments** in unterschiedlichen Größen können wie ein Eigenheim erworben oder langfristig gemietet werden. Der Ozeandampfer ist seit seiner Jungfernfahrt 2002 ununterbrochen auf den Weltmeeren unterwegs. Die Route wird dabei demokratisch durch **Abstimmung der Bewohner** festgelegt. Gleiches gilt z.B. für die Wahl des Treibstoffes oder die Farbe der Weihnachtsdeko. Eine weitere Besonderheit sind die regelmäßig angebotenen Expeditionen: Unter Anleitung kundiger Führer kann man z.B. die Antarktis oder Ost-Grönland entdecken.

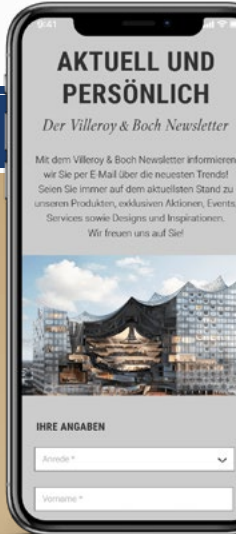
Newsletter für Planer & Architekten

Unser Newsletter informiert Sie über aktuelle Trends und Entwicklungen im Hotelbereich und stellt Ihnen innovative Ideen und Konzepte von Branchenexperten vor.

Sie sind interessiert und wollen nichts mehr verpassen?

Dann melden Sie sich jetzt an!

pro.villeroy-boch.com/news_ap



Wenn Gäste lange Finger machen

Hotelmanager können ein Lied davon singen: So mancher Gast lässt die Handtücher oder den Bademantel mitgehen. Was den Hotelier ärgert, ist aber erst die Spitze des Eisbergs! Kreative Langfinger, äh, Gäste stecken praktisch alles ein, was nicht niet- und nagelfest ist: Batterien aus Fernbedienungen. Oder gleich die ganze Fernbedienung. Den Fernseher. Die Glühbirnen. Die Kaffeemaschine. Und den Föhn schon sowieso.

Aber es geht noch kurioser: In Frankreich versuchte ein Gast, **einen ausgestopften Wildschweinkopf** aus dem Hotel zu schmuggeln. In Italien transportierten drei Männer im Overall am helllichten Tag **ein Piano** aus dem Hotel – und wurden nie gefasst. Und ein Serientäter ließ in einem anderen Hotel so lange Besteck mitgehen, bis er **ein komplettes Service** bei-einanderhatte. Dagegen wirkt der gefürchtete Matratzenräuber fast etwas einfallslos.

DIE 10 AM HÄUFIGSTEN GEKLAUTEN HOTELARTIKEL



78%
HANDTÜCHER



32%
KOSMETIK



66%
BADEMÄNTEL



21%
BATTERIEN



49%
KLEIDERBÜGEL



19%
KUNSTWERKE



39%
STIFTE



15%
DECKEN



35%
BESTECK



14%
KISSEN

<https://www.wellness-heaven.de/wellness/studie-diebstahl-hotels/>

Und an der Hotelfassade wächst Ihr Frühstück

Auch die Hotelbranche wird mit den knapper werdenden natürlichen Ressourcen haushalten müssen: Gebäude- und Energiekonzepte werden schon während der Planung aufeinander abgestimmt. Das Ziel ist das autarke, selbstversorgende Hotel, welches alle wichtigen Rohstoffe (Energie, frisches Wasser, Sauerstoff) selbst produziert.

Zukunftsforscher gehen außerdem davon aus, dass im Jahr 2052 eine Vielzahl von intelligenten Materialien verbaut werden, die auf Naturgegebenheiten reagieren: wetterfähiges Holz, kühlende Keramik, Fassadenelemente, die sich je nach Feuchtigkeitsgehalt öffnen oder schließen und solaraktive Betonwände. Auch Nahrungsmittel produzieren Hotels bald selbst – an Hotelfassaden und in eigenen Räumen mit künstlichem Sonnenlicht. Im „PlantLab“ in den Niederlanden wachsen die Pflanzen bereits heute mithilfe roter und blauer Leuchtdioden. Nährstoffe, Wasser und Licht werden jeder Pflanze individuell zugeführt. Der Vorteil: Hierbei wird bis zu 70 % Wasser gespart, der Anbau ist CO₂-arm und chemische Dünger sind überflüssig.



Hmmm, lecker: Sechsfüßler auf Crème fraîche

Pizza aus dem 3D-Drucker? Die NASA arbeitet bereits daran: Die amerikanische Weltraumorganisation investierte 125.000 Dollar in ein entsprechendes Pilotprojekt. Aber es geht auch gesünder: Algenplantagen könnten in Zukunft einen großen Teil unseres Proteinbedarfs decken – ohne dass dafür Tiere sterben müssen. Und wer gar nicht aufs Fleisch verzichten mag, greift eben zu synthetischem Fleisch aus dem Labor: Die Herstellung ist bereits heute möglich. Das finden Sie gewöhnungsbedürftig? Dann erzählen wir Ihnen besser nicht von den geplanten Mega-Insektenzuchtfarmen: Die kleinen Kriecher sind reich an Nährstoffen.

„Computer: Bitte bau mal mein Hotel um!“

Architektonisch wird sich das Hotel der Zukunft in bisher ungeahnte Höhen entwickeln. Je knapper der Platz in den Städten wird, desto weniger Grundfläche kann in Anspruch genommen werden. Aber auch die Formgebung wird sich ändern: Konkave, fließende und unendlich wirkende Formen lassen die Hotels von morgen fast organisch wirken.

Die aufregendste Neuerung wird jedoch sein, dass ganze Hotelgebäude zukünftig ihre Form und Funktion verändern können – das Transformer-Hotel kommt: Wie in einem Baukastensystem werden einzelne modulare Räume, Balkone oder Etagen ein- und ausgefahren – und verändern so das komplette Design des Hotels. Treppen können in barrierefreie Zugänge umgeschmolzen werden und das intelligente Mobiliar verwandelt das Schlafzimmer in einen Arbeits- oder Wellnessraum.

„Persönlich glaube ich ja, dass es auf Reisen viel interessanter ist, überrascht zu werden. Zuhause würde man nie so mutig mit Farbe umgehen, wie in einem Restaurant oder Hotel. [...] Das Geheimnis und damit die Herausforderung liegen darin, Kontraste zu schaffen.“ – **Gesa Hansen**



Gesa Hansen

Die deutsch-dänische Designerin Gesa Hansen wurde in eine Familie von Möbeldesignern und Architekten geboren. Nach dem Studium an der Bauhaus-Universität Weimar und Arbeiten für Jean Nouvel gründete die Wahl-Pariserin 2009 das Label „The Hansen Family“.

Das Hotel der Zukunft wird also zum Vorreiter in Sachen neue Architektur, Technologien und Design. Und die Gäste schätzen es, sich unterwegs in Umgebungen aufzuhalten, die Innovation ausstrahlen. Für die Menschen der Zukunft geht es immer stärker um die Suche nach dem eigenen Glück. Dabei kommen Gesundheit und das persönliche Wohlbefinden an erster Stelle. Diese Entwicklung spiegelt sich innenarchitektonisch wider. In besonderem Maße gilt das für Badezimmer, die nicht länger nur Funktionsräume für die Körperhygiene sind.

DER „FUTURE BATHROOM“

Was kann der eigentlich nicht?!

Das Badezimmer der Zukunft wird zur neuen Wellnessoase, zum Gesundheitsraum und sogar zur Unterhaltungszentrale und steigt damit zum Mittelpunkt unserer neuen Wohn- und Lebenswelt auf (vgl. Das Bad 2034, Studie Villeroy & Boch 2014):

„Das Bad der Zukunft ist adaptiv, es muss sich verschiedenen Anforderungen und Nutzern anpassen können. Es erfüllt im Wesentlichen drei unterschiedliche Funktionen: Das Bad ist atmosphärischer Schaltraum – je nach Situation und Nutzer verändert sich die Erscheinung, Atmosphäre und Wirkung des Bades. Das Bad ist eine Gesundheitszelle – mithilfe von Technik, Personenerkennung und Sensorik werden Wohlbefinden und Gesundheit optimal unterstützt. Und das Bad ist ‚Bio‘ – Energieeffizienz, Recycling und Materialität sind von der Planung bis zum Rückbau konsequent Aspekten der Nachhaltigkeit unterworfen.“

– Dr. Alexander Rieck



Dr. Alexander Rieck

Der Wissenschaftler Dr. Alexander Rieck lebt zwischen virtuellen Forschungsprojekten und architektonischer Realität. Am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO in Stuttgart leitet Alexander Rieck unter anderem das Verbundprojekt „Future Hotel“. Parallel zu seiner akademischen Laufbahn gründete er mit Partnern 2007 das Architekturbüro LAVA.



Das Transformer-Bad – So individuell wie Sie

„Uniqueness“ – Einzigartigkeit – ist das Schlagwort für das Bad der Zukunft. Neben der Lieblingsfarbgebung passen sich auch Höhe und Form der Armaturen, Waschtische und des WCs automatisch an Körpergröße und Nutzungsbedürfnisse an. Die Dusche föhnt uns nach dem Waschen wieder trocken und der Spiegel verwandelt sich auf Wunsch in ein Computerdisplay mit zahlreichen Unterhaltungsprogrammen (vgl. Villeroy & Boch 2014). So oder so ähnlich könnte das Bad der Zukunft aussehen. Aber Achtung: Bei all der Technik und den Möglichkeiten müssen die unterschiedlichen Funktionen intuitiv zu erkennen sein. Schließlich hat niemand Lust, eine Gebrauchsanleitung zu lesen, bevor er sich unter die Dusche stellt.

Neben den personenbezogenen Anpassungen zeichnet sich auch eine regionale bzw. kulturelle Individualisierung des Bades ab:

„Man könnte fast sagen, das Bad wird ‚kulturübergreifend‘. Im Rahmen des Fraunhofer Verbundprojekts ‚Future Hotel‘ haben wir die These aufgestellt, dass das Bad regional authentisch wird. Was heißt das? Im Prinzip, dass die Destination über reale und virtuelle Gestaltung des Raumes – z. B. Informationen zur Umgebung, Materialien, ortstypische Gestaltungselemente – spürbar wird.“ – Dr. Alexander Rieck

Das bedeutet z. B., dass traditionelle Badkulturen und -rituale auch im Bad der Zukunft berücksichtigt werden. Das reicht von der japanischen Badekultur – in der zum Bad ein entspannender Tee gereicht wird – bis hin zu den religiösen islamischen oder jüdischen Waschungen. Das Bad der Zukunft wird sich flexibel auf derartige Nutzungsweisen einstellen.



So viel mehr als nur Körperreinigung

Der gesundheitsbewusste Mensch der Zukunft wünscht sich fit und zufrieden zu sein, deswegen wird das Bad der Zukunft immer mehr zur Wellness- und Gesundheitszentrale. Einige Beispiele: Die Regenwalddusche mit Stimmungsbeleuchtung, projizierten Landschaftskulissen, Amazonas-Geräuschen und duftendem Wasser dient nicht nur der Körperreinigung – sie ist ein Fest der Sinne. Und per Sprachbefehl verwandelt sich das Bad auf Wunsch in unser persönliches Yoga- oder Fitnessstudio – inkl. Personaltrainer, der uns per Videowand anleitet.

In seiner Funktion als Gesundheitszentrale bietet das Bad der Zukunft vor allem Diagnose-Tools. Untersucht werden kann praktisch alles – vom Gewicht, über den Körperfettanteil, den Blutdruck bis zur Speichelanalyse. Selbst eine Analyse des Urins und des Stuhls sind durch intelligente WCs möglich! Und die automatische Mimikerkennung des Badspiegels erfasst Ihren mentalen Zustand und leitet ggf. eine geführte Meditation ein – natürlich nur, wenn Sie das möchten.

„Durch neue Techniken und Produkte werden die Bäder zunehmend individualisierbar. Beispiel technisches Licht: LED-Beleuchtung sorgt für atmosphärische Stimmung, biodynamisches Licht und Anti-Jetlag-Beleuchtung unterstützen den Gast bei der Anpassung an die noch ungewohnte Umgebung. Gesteuert wird die Beleuchtung künftig über Sensoren, Sprache und RFID-Tags. Adaptive Lichtstimmungen und individuell wählbare Lichtszenarien steigern das Wohlbefinden des Gastes.“ – Dr. Alexander Rieck



Wellness? Mach ich in meinem Bad!

Nach einem anstrengenden Tag kommen Sie zurück ins Hotelzimmer und begeben sich schnurstracks ins Bad. Sobald Sie das Bad betreten, umfängt Sie wohlige Wärme. Dank Ihres Wearables wusste Ihr Bad nämlich schon, dass Sie kommen, und hat entsprechend vorgeheizt. Auch die Beleuchtung wurde schon gedimmt und farblich angepasst. Auf den Display-Wänden Ihrer Wohlfühlzentrale prasselt ein Kaminfeuer und aus dem Sound-System wallt leise Jazz. Dazu tritt ein ganz feiner Geruch von Räucherkerzen.

So eingestimmt streifen Sie sich Ihren vorgewärmten Bademantel über und legen sich in den „Regenerations-Kokon“ (eine futuristische Liege mit Glashaube). Sie liegen hier wie auf Wolken, weil die Liege mit ihrer Körperformanpassung für perfekte Druckentlastung sorgt. Auf die schalldichte Haube des Kokons lassen Sie als nächstes Ihr Lieblingsbuch projizieren, das sie so bequem im Liegen lesen können. Alternativ schauen Sie den Film, den Sie schon die ganze Zeit gucken wollten. Oder spielen Sie gegen andere Gäste online lustige Quiz- und Rate-Games.

Während Sie so angenehm unterhalten werden, genießen Sie die integrierte Massagefunktion der Kokonliege. Auch Wärme- und Kältebehandlungen stehen zur Verfügung, um z.B. die Wundheilung zu beschleunigen. Dafür kann der Kokon auf zahlreiche Ihrer Vitalwerte zugreifen, die er per eingebauter Sensorik ausliest.

Das Einzige, was der Kokon nicht kann: Sie ins Bett bringen. Die paar Schritte müssen Sie auch in der Zukunft noch selber machen.

Der Designer? Heißt Natur

In Sachen Design orientiert sich das Bad der Zukunft an der Natur. Dafür gibt es sogar eine eigene Design-Schule, die sich „Biophilic Design“ nennt. Kühle Steinwände, hölzerne Designelemente und Böden, die an Moos oder Fels erinnern, zeichnen diesen Stil aus. Das Ziel: Nüchtern wirkende Funktionselemente wie gewachsene Naturobjekte erscheinen zu lassen. Verstärkt wird dieser Eindruck noch durch virtuelle Realitäten, die z. B. täuschend echt aussehende Pflanzen und Waldkulissen ins Bad zaubern.

Zukunftstrend oder trendiger Unsinn? Das freistehende Bad

Es ist eine Innovation, an der sich die Geister scheiden: In vielen modernen Hotelzimmern gibt es keine Badezimmerwände mehr. Da thront die Luxus-Badewanne dann mitten im Zimmer auf einem Podest und die Toilette befindet sich in einer Ecke des Raumes – nur durch eine Glaswand abgeschirmt. Was auf den ersten Blick sehr stylish wirkt, kann auf den zweiten Blick zum echten Problem werden. Dann nämlich, wenn man nicht alleine reist.

Auch wenn man sich sehr liebt, möchte man dem Partner nicht unbedingt zuwinken können, während er auf der Toilette sitzt. Noch kritischer wird es, wenn man aufgrund von Reisekosteneinsparungen auf der Geschäftsreise im selben Zimmer wie der Chef schläft. Dem beim Aussteigen aus der Badewanne zusehen zu müssen, kann einen schon dazu veranlassen, das Unternehmen zu wechseln... Aber im Ernst: Wie immer im Hotel ist es ein feiner Grat zwischen Innovation, Design und Praxistauglichkeit. Und wer weiß: Vielleicht ist das freistehende Hotelbad auch ein Indikator dafür, dass unsere Privatsphäre-Gewohnheiten im Wandel begriffen sind?

Mit gutem Gewissen in Richtung Bad verschwinden

Nachhaltig und ressourcenschonend: Im Zero-Emission-Bad können Gäste so oft duschen wie sie möchten oder das Vollbad im Whirlpool genießen, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben. Benutztes Wasser wird wiederaufbereitet, die Vakuumtoilette vermeidet Abwasser und ungeklärtes Wasser wird in Methan-gas umgewandelt und zur Wärmeerzeugung genutzt. Ganzkörperföhns machen Handtücher – und damit das chemische Reinigen – überflüssig. Selbst die Bauweise ist ressourcenschonend: Die für das Bad verwendeten Rohstoffe werden nachhaltig produziert. Damit wird im Falle eines Rückbaus des Hotels gewährleistet, dass alles recyclebar ist (vgl. Villeroy & Boch).

UNGLAUBLICHE ZAHLEN RUND UMS HOTELBAD



400–1000 L WASSER

diese Menge verbraucht ein Hotel pro Gast am Tag!



6–8 L WASSER

nur so viel Wasser fließt durch spezielle Spar-Duschköpfe, die den Wasserverbrauch halbieren.



20–80 €

der Preis eines solchen Spar-Duschkopfes (1 Stück).



20.000 000 US\$

der Betrag, den die Marriott-Hotelkette jährlich in Amerika und Asien für Hautpflegeprodukte auf den Zimmern ausgibt.



5,73 SEKUNDEN

so lange dauert es durchschnittlich, das Ende einer Klo-papierrolle für den nächsten Gast zu falten.



3.800 000–14.200 000 STUNDEN

die Zeit, die jährlich weltweit auf das Falten von Klopapier-rollen in Hotels verwandt wird.



10 Millionen Badezimmer

die Anzahl der Hotelbäder, die jeden Tag gereinigt werden.

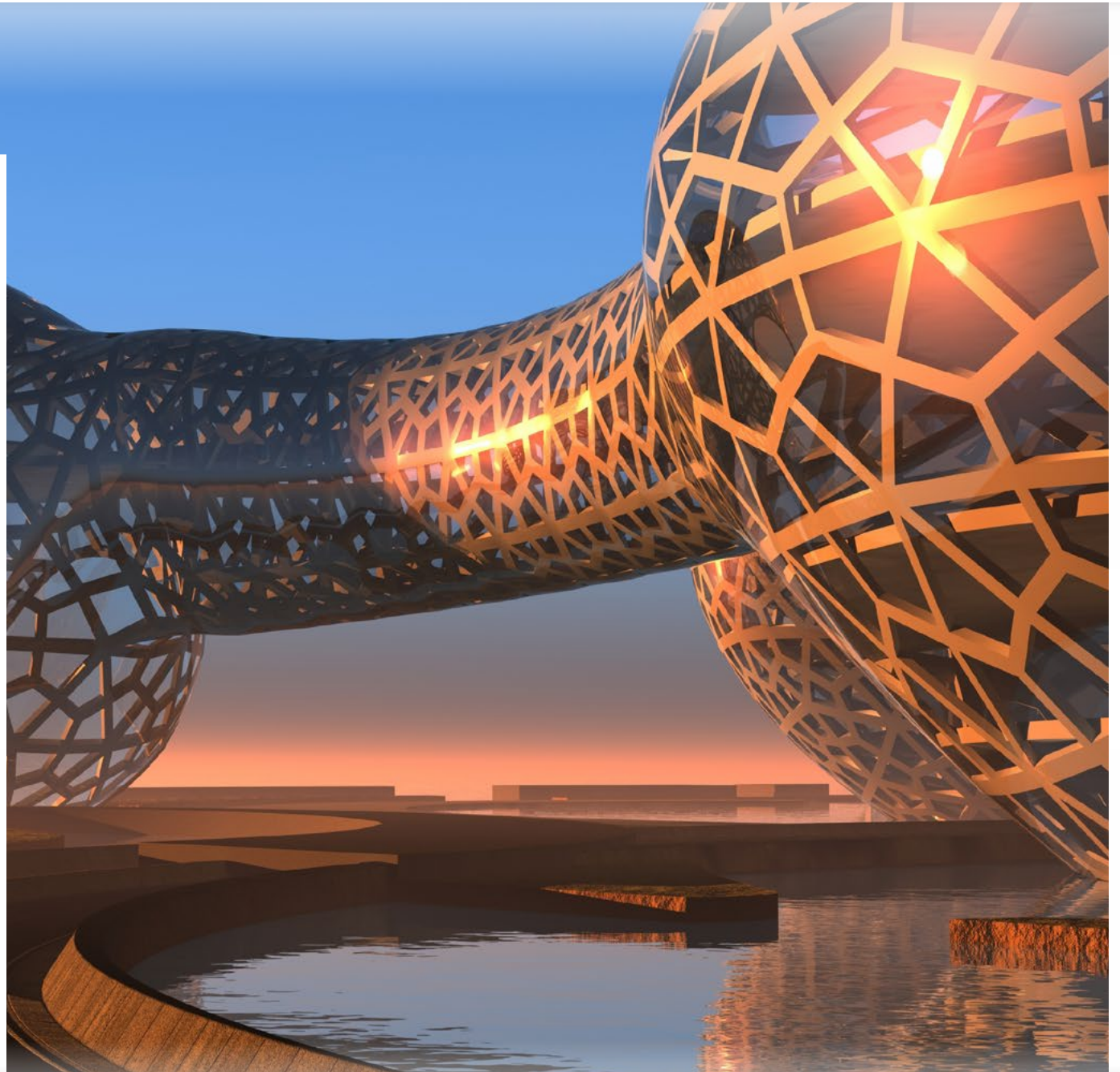
https://www.realclearscience.com/quick_and_clear_science/2016/12/16/researcher_estimates_the_hours_spent_folding_toilet_paper_in_hotels.html
http://www.dailymail.co.uk/travel/travel_news/article-3036627/Your-burning-hotel-questions-answered.html
<https://www.ahgz.de/unternehmen/jeder-tropfen-wasser-zaehlt,20001220772.html>

Schon heute die Weichen richtig stellen!

Auch wenn manche der hier vorgestellten Neuerungen stark nach Science-Fiction klingen: Das Hotel der Zukunft wird schneller Realität, als wir denken! Zum Vergleich: Vor 20 Jahren konnten wir uns auch noch nicht vorstellen, wozu wir einmal durch das Internet und moderne Smartphones in der Lage sein würden. Wer aber damals schon zukunftsorientiert dachte, gehört heute zu den großen Gewinnern – man denke an Steve Jobs, Jeff Bezos oder Elon Musk. Deshalb sollten auch Hoteliers Mut zeigen und zukunftsorientiert denken: Wer hier heute schon etwas wagt, sichert sich in Zukunft Marktanteile. In den Worten von Oren Harari:

„Die Glühbirne wurde auch nicht durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Wachskerze erfunden.“ – **Oren Harari, 2002, Professor an der Universität San Francisco**

Tatsächlich werden wir in wenigen Jahren schon nicht mehr verstehen können, was uns einst an Service-Robotern, mobiler Hotelarchitektur und wandelbarer Raumgestaltung so sonderbar vorkam! Und falls Sie immer noch skeptisch sind: Lesen Sie im nächsten Kapitel über Hotels, die heute schon zukunftsweisende Konzepte und Technologien realisieren – und damit sehr gut fahren.



ZUKUNFTSWEISENDE HOTELKONZEPTE



DAS HOTEL SCHANI WIEN

Future Meets Tradition

Das Hotel Schani in Wien lebt von seinen Gegensätzen: Als erstes reales „Future Hotel“ des gleichnamigen Verbundprojekts des Fraunhofer IAO verknüpft es Tradition und Moderne.

Am neuen Wiener Hauptbahnhof präsentiert sich das Schani mit 135 Zimmern als Zukunftshotel für Reisende aus aller Welt. Das kann der Gast bereits bei der Buchung und Ankunft erleben: Das Lieblingszimmer kann online ausgewählt werden und das Smartphone wird für den Check-in und als Zimmerschlüssel genutzt.

Das smarte Hotel wurde in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer IAO (Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation) und dem Hotelarchitekten Gabriel Kacerovsky von Archisphere Vienna entworfen und im April 2015 eröffnet. Seitdem überrascht es immer wieder mit technischen Innovationen und zukunftsweisenden Ideen. Jüngste Neuerung: An der Hotelbar oder im Hotelshop können die Gäste mit Bitcoins zahlen. Auch in punkto Nachhaltigkeit geht das Schani neue Wege. So wird in speziellen Zimmern getestet, wie der Gast zum Wassersparen motiviert werden kann: Nach einer bestimmten Wassermenge wechselt die Beleuchtung von Grün auf Rot, um dem Gast ein Feedback über seinen Verbrauch zu geben!





Tradition und/oder Moderne?

Trotzdem praktiziert das Schani keine blinde Zukunftshörigkeit: Im Gegenteil erinnert die Atmosphäre im Inneren angenehm an das Wien der Jahrhundertwende. In der Lobby lesen Gäste Zeitung an Marmortischen oder kommen im Schanigarten „Grünoase“ miteinander ins Gespräch. Ein Co-Working-Space, in dem sich sowohl Hotelgäste als auch Geschäftsleute von außerhalb treffen, befindet sich in einem neu-interpretierten Wiener Kaffeehaus. Auch die Fassade vereint Tradition und Moderne: Stirnseitig ziert das Hotel eine Interpretation des Wiener Geflechts aus Metall, welches Michael Thonet Mitte des 19. Jahrhunderts für seine Bugholzstühle entwickelte.

Am interessantesten präsentiert sich das Schani, wenn Tradition und Moderne unmittelbar aufeinandertreffen. Das wird besonders durch geschickte architektonische Brüche in der Innengestaltung erreicht: In der Lobby vermitteln der Industrieboden und die Regale aus Multiplexplatten industriellen Charakter, während Zementfliesen nach historischem Vorbild die Wand zieren. In den Hotelzimmern setzt sich dieser Stilmix mit Kofferblöcken aus Kiefernholz und Sichtbeton an der Decke konsequent fort.

In allen Belangen ein durchdachtes Hotel

Aber Konzept und Design sind nicht alles: Der Gast muss sich vor allem wohl fühlen. Dafür sorgen die viele kleinen Details, die den Aufenthalt angenehmer machen: Ausreichend Steckdosen an Bett und Couch, Ablageflächen im Türbereich oder ein Halter an der Duschtür, der das Handtuch trocknet und gleichzeitig schnell greifbar macht. Die DirectFlush-WCs aus der Kollektion Architectura von Villeroy & Boch, die mit ihrer intelligenten Wasserführung ohne Spülrand auskommen, vervollständigen den durchdachten Gesamteindruck.

HOTEL SCHANI: DIE FAKTEN

PROJEKTNAME: Hotel Schani

ORT: Wien, Österreich

FERTIGSTELLUNG: 2015

BAUHERR: H5 GmbH & Co. KG

BETREIBER: Hotel Schani GmbH

GESCHÄFTSFÜHRENDER: Benedikt Komarek, Hotelier

GESELLSCHAFTER: archisphere Gabriel Kacerovsky

ARCHITEKTEN: ZT-GmbH





FARALDA NDSM CRANE HOTEL

Luxus in 50 m Höhe

Ein Hotel, untergebracht in einem ehemaligen Industriekran? Willkommen im Faralda NDSM Crane Hotel in Amsterdam. Drei Luxus-Suiten stehen bereit für wohlbetuchte Gäste, die das Ungewöhnliche suchen.

Ohne Zweifel das Highlight für die Gäste des Faralda NDSM Crane Hotels: der 360°-Blick über Amsterdam – wenn man denn dazu kommt, ihn zu genießen! Denn das Faralda ist bekannt dafür, ein exklusiver Hang-out von berühmten DJs und Rockstars zu sein, die hier nicht nur schlafen! Einen besseren Ort für dekadente Partys könnte man sich aber auch kaum vorstellen: In einer ehemaligen Schiffswerft im Norden der Stadt steht der denkmalgeschützte Verladekran, der dieses außergewöhnliche Hotel beherbergt. Die Idee zu dem Projekt stammt von Edwin Kornmann Rudi, der den Kran vier Jahre lang auf eigene Kosten umbaute. Heute beherbergt der Stahlriese drei anspruchsvolle Suiten, die um 1.200 US\$ pro Nacht kosten.

So geht Industrial Chic

Der vierjährige Umbau gestaltete sich als technischer und konzeptioneller Kraftakt. Der 50 Meter hohe Industriekran wurde vollständig demontiert, alle Einzelteile wurden restauriert und der Nutzung entsprechend als Designhotel wieder zusammengesetzt. Die neuen Elemente ergänzen den Bestand durch eine rote Stahlskulptur. Mit sichtbar geschweißten Stahlplatten und Bullaugen orientiert sich das Design an nautischen Objekten wie Schiffen oder Bohrinseln. Ein außen liegender Aufzug am Kranschafft verbindet die verschiedenen Ebenen miteinander.

Die Innenarchitekten vom Studio Heem aus Haarlem entwarfen im Inneren des Kranschäfts drei Luxus-Suiten in zeitgenössischem Design. Im ehemaligen Führerhaus wurde eine Zwischendecke eingezogen, die eine zweigeschossige Einheit mit separatem Wohn- und Badezimmer in der unteren Ebene und einen Schlafbereich in der oberen Ebene entstehen ließ. Zwei baugleiche Container darüber und darunter nehmen jeweils eine Suite auf. In 35 bis 45 Metern Höhe verfügen die Suiten über einen beeindruckenden Panoramaausblick.

Ein Whirlpool auf der Spitze eines Krans

Auch in Sachen Badkultur kombiniert das Faralda gekonnt Luxus und klare Funktionalität. Die Bäder sind mit Villeroy & Boch-Produkten der Kollektionen Loop & Friends und Aveo ausgestattet. Je nach Suite kann der Gast in einer „La Belle“-Badewanne Platz nehmen oder in einer freistehenden „Squaro Edge 12“-Badewanne entspannen.

Unbestrittenes Highlight ist aber der Outdoor-Whirlpool auf der Kranspitze. In 50 Metern Höhe sorgt der Pool der SportX-Line von Villeroy & Boch für ein „Once in a Lifetime“-Badeerlebnis. Der Pool kann von allen Mietern der drei Suites benutzt werden. Besonders bei Nacht bietet sich ein unvergleichlicher Ausblick über das beleuchtete Amsterdam.



FARALDA NDSM CRANE HOTEL: DIE FAKTEN

PROJEKTNAME: Faralda NDSM Crane Hotel, Amsterdam

ORT: Amsterdam, Niederlande

FERTIGSTELLUNG: 2013

BAUHERR: Edwin Kornmann Rudi

GENERALUNTERNEHMER: Talsma Scheepsbouw

ARCHITEKT: IAA Architecten, Enschede/NL

BAUINGENIEURE: VDNDP bouwingenieurs bv

BERGUNGSARBEITEN: Koninklijke Saan B.V.

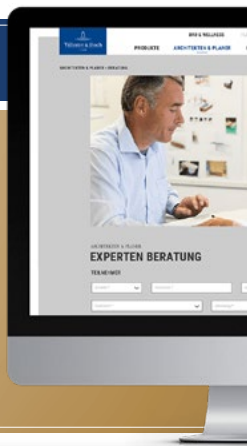
FACHPLANER: SIDstudio, SDC Verifier, Constructiebureau Tentij BV, Cargotec, Gerd Jacobs

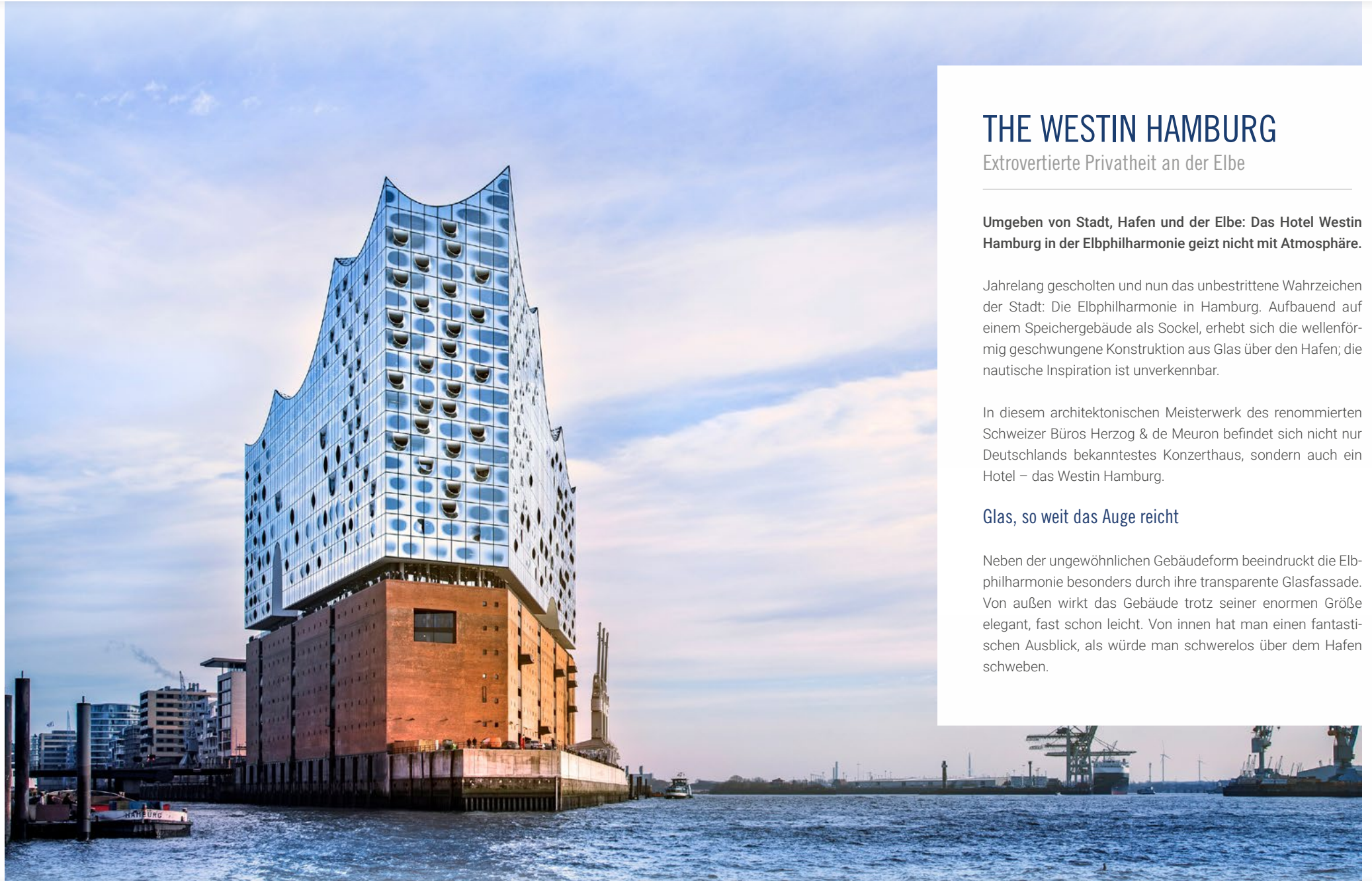
Experten-Beratung

Sie haben Fragen zum Hotel 4.0, dem Badezimmer der Zukunft oder Sie benötigen Unterstützung bei der Planung eines Projekts?

Hier geht es zu unserem Kontaktformular:

pro.villeroy-boch.com/hotel4_0





THE WESTIN HAMBURG

Extrovertierte Privatheit an der Elbe

Umgeben von Stadt, Hafen und der Elbe: Das Hotel Westin Hamburg in der Elbphilharmonie geizt nicht mit Atmosphäre.

Jahrelang gescholten und nun das unbestrittene Wahrzeichen der Stadt: Die Elbphilharmonie in Hamburg. Aufbauend auf einem Speichergebäude als Sockel, erhebt sich die wellenförmig geschwungene Konstruktion aus Glas über den Hafen; die nautische Inspiration ist unverkennbar.

In diesem architektonischen Meisterwerk des renommierten Schweizer Büros Herzog & de Meuron befindet sich nicht nur Deutschlands bekanntestes Konzerthaus, sondern auch ein Hotel – das Westin Hamburg.

Glas, so weit das Auge reicht

Neben der ungewöhnlichen Gebäudeform beeindruckt die Elbphilharmonie besonders durch ihre transparente Glasfassade. Von außen wirkt das Gebäude trotz seiner enormen Größe elegant, fast schon leicht. Von innen hat man einen fantastischen Ausblick, als würde man schwerelos über dem Hafen schweben.



Es ist nicht schwer, sich vorzustellen, wie diese besondere Architektur einem Luxushotel zugutekommt. Stellen Sie sich vor, Sie wachen morgens sanft durch die Sonne geweckt auf, weil die Glasfront Ihr Zimmer in goldenes Licht taucht. Beim Blick aus den Glaswänden sehen Sie, wie draußen zum Greifen nahe die Queen Mary 2 festmacht. Und abends sehen Sie der Sonne zu, wie sie langsam hinter der malerischen Hafenkulisse versinkt.

Als ob man im Freien duscht

Dieses „transparente Wohnen“ ist beim Westin Hamburg konsequentes Gestaltungsprinzip. Beispiel Badezimmer: In einem Raum, der normalerweise sehr privat ist, fehlen auf einmal die Wände – überall nur Glas. Das überrascht und schockiert den Gast sogar im ersten Moment, aber es erzeugt auch ein ganz neues Gefühl von Freiheit. Und dadurch, dass die Glaswände von außen nicht einsehbar sind, bleibt trotzdem die Privatsphäre gewahrt. Extrovertierte Privatheit – auf diese Formel könnte man das neue Wohn- und Baderlebnis im Westin Hamburg zuspitzen. Hoteldesigner Tassilo Bost ist sich sicher: „Solche Erlebnisse können eine ‚Sucht‘ auslösen – den dringenden Wunsch, an diesen Ort zurückzukehren.“

Entscheidung gegen die Wirtschaftlichkeit?

Interessant ist bei diesem Konzept auch, dass die Wirtschaftlichkeit der Zimmeraufteilung hinter dem Erlebnis des Gastes zurücktritt. Um im Badezimmer ein derartiges Panorama bieten zu können, muss zwangsläufig an der Fassade entlang gebaut werden. Für eine möglichst effiziente Platznutzung der Hotelfläche ist das eher hinderlich. Aber genau daran sieht man, wie sich die Hotels der Zukunft von den Hotels der Vergangenheit unterscheiden: Das individuelle Erlebnis des Gastes kommt an erster Stelle – statt Effizienz und Massenbeherbergung steht das Erschaffen von besonderen Momenten im Vordergrund.

THE WESTIN HAMBURG: DIE FAKTEN

PROJEKTNAME: The Westin Hamburg

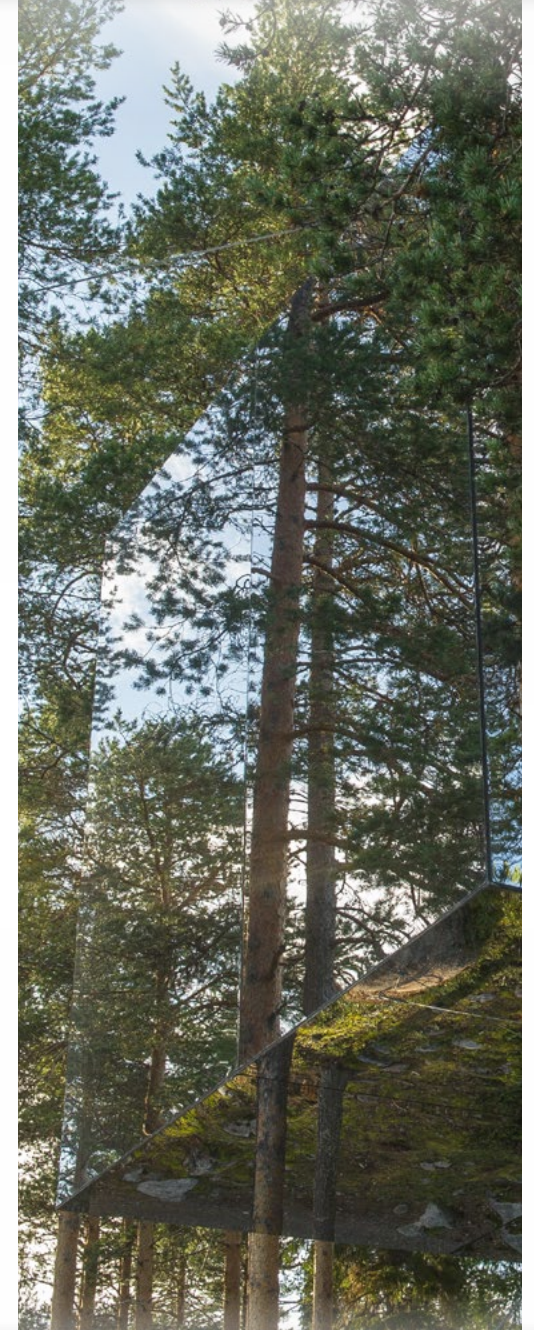
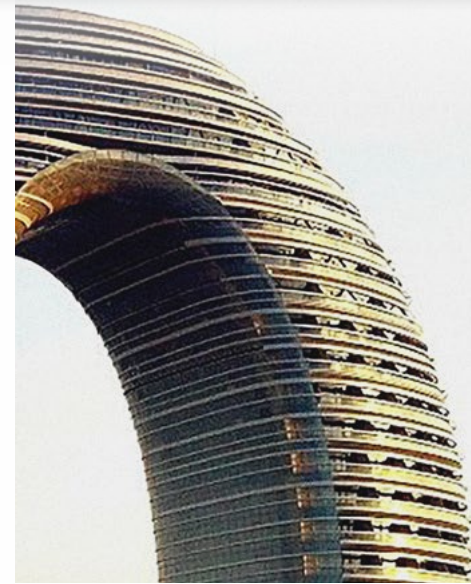
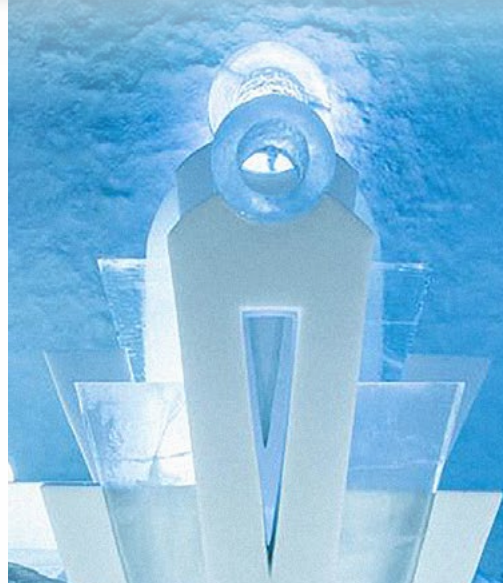
ORT: Deutschland, Hamburg

BAUZEIT / FERTIGSTELLUNG: 2016

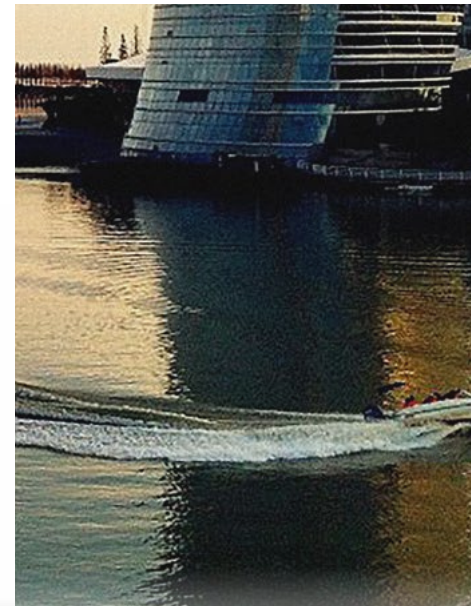
BAUHERR: Elbphilharmonie Hamburg Bau GmbH & Co. KG

ARCHITEKTEN: Herzog & de Meuron





DIE AUSSERGEWÖHNLICHSTEN HOTELS DER WELT





ABRAJ KUDAI

Noch im Bau befindlich, aber mit 10.000 geplanten Zimmern bald das größte Hotel der Welt: Das Abraj Kudai in Mekka, Saudi-Arabien.

Geplante Eröffnung:2020
 Zimmerpreise: ca. 5250 US\$ / Nacht
 Zimmerzahl:10.000

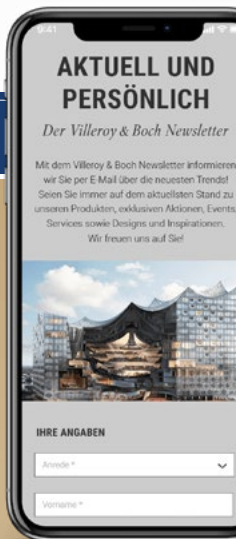
Newsletter für Planer & Architekten

Unser Newsletter informiert Sie über aktuelle Trends und Entwicklungen im Hotelbereich und stellt Ihnen innovative Ideen und Konzepte von Branchenexperten vor.

Sie sind interessiert und wollen nichts mehr verpassen?

Dann melden Sie sich jetzt an!

pro.villeroy-boch.com/news_ap



SHERATON HUZHOU HOT SPRING RESORT

Sieht aus wie ein Hufeisen, ist aber ein Donut: Zwei unterirdische Stockwerke verbinden das Sheraton Huzhou Hot Spring Resort, gelegen in der Nähe von Shanghai, China.

Eröffnung: 2013
Zimmerpreise: ca. 400 US\$ / Nacht
Zimmerzahl: 238 Zimmer, 44 Suiten und 39 Villen





ICEHOTEL SWEDEN

Entsteht jedes Jahr aufs Neue: Das Icehotel in Jukkasjärvi, Schweden. Die von Künstlern gestalteten Räume und Suites können ab Dezember bezogen werden, bevor das Hotel Mitte April langsam zu schmelzen beginnt.

Eröffnung: 1990
 Zimmerpreise: ab 160 €/ Nacht
 Zimmerzahl: etwa 65 Zimmer



HOTEL ARBEZ

Das Hotel, durch das eine Grenze läuft: Die eine Hälfte des Hotel Arbez befindet sich in Frankreich, die andere in der Schweiz. Die Grenze verläuft durchs Treppenhaus, den Speisesaal und mehrere Gästezimmer. Es gibt Betten, in denen der Kopf in der Schweiz und der Körper in Frankreich schläft.

Eröffnung: 1921
Zimmerpreise: ab 89 €/ Nacht
Zimmerzahl: 10

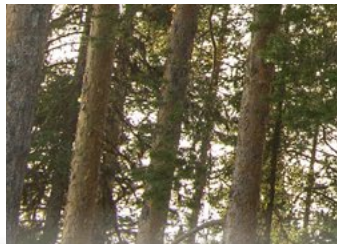


THE MIRRORCUBE TREE HOUSE HOTEL

Baumhaus meets high end design: das Mirrorcube. Dieser futuristische Kubus ist von außen völlig verspiegelt, sodass er sich perfekt in seine Umgebung, die schwedischen Wälder in Harads, einfügt.

Eröffnung: 2010

Zimmerpreise:ca. 560 US\$ / Nacht für den Mirrorcube





DIE SCHÖNSTEN KLASSIKER





DAS HOTEL ADLON KEMPINSKI BERLIN

Das Hotel Adlon Kempinski ist eines der geschichtsträchtigsten Hotels weltweit. In Berlins Zentrum gelegen, feierte das prunkvolle Gebäude 1997 seine Neueröffnung.

Eröffnung:	1907
Wiedereröffnung:	1997
Zimmerpreise:	290 € / Nacht (Durchschnittsrate)
Zimmerzahl:	307 Zimmer, 78 Suiten
Neugestaltung der öffentlichen Bereiche:	2016

DAS ATLANTIC HOTEL HAMBURG

Direkt an der Außenalster befindet sich das Hotel Atlantic Kempinski Hamburg. Am 2. Mai 1909 wurde es als klassisches Grandhotel für die Erste-Klasse-Passagiere berühmter Luxusliner eröffnet. Auch heute noch repräsentiert es einen exquisiten Grandhotel Stil mit europäischem Flair.

Eröffnung: 1909
 Zimmerpreise: ab 169,00 € / Nacht
 Zimmerzahl: 188 Zimmer, 33 Suiten
 umfassende Renovierungsarbeiten: 2010 - 2012

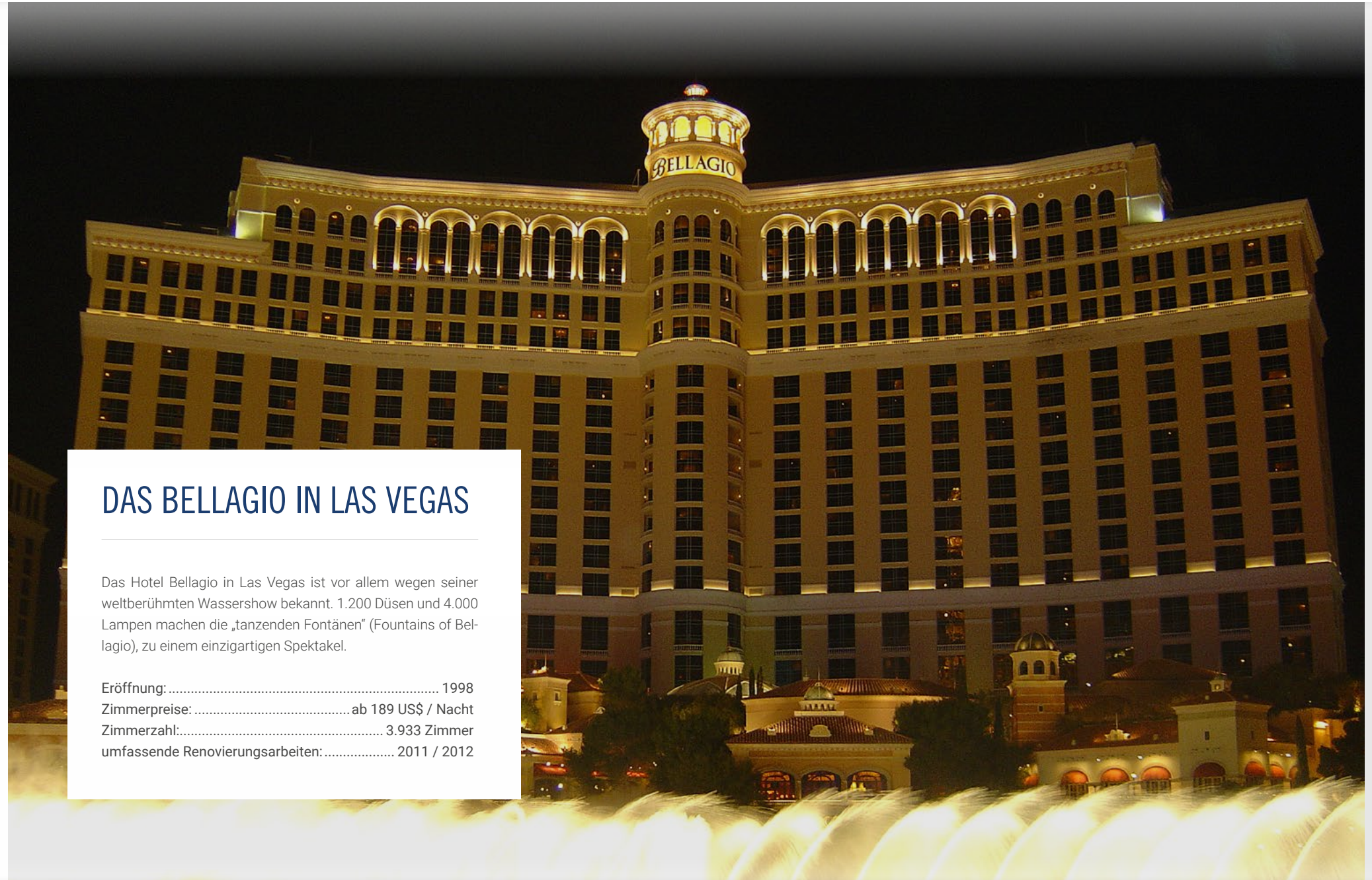




DAS HOTEL WALDORF ASTORIA IN NEW YORK CITY

Das Stammhaus der Waldorf-Astoria-Kette gehört mittlerweile dem chinesischen Staat. Es ist für eine Renovierung geschlossen, die bis 2021 dauern soll. Ein Großteil des Gebäudes soll in Eigentumswohnungen umgewandelt werden.

Eröffnung: 1893 auf dem heutigen Gelände des Empire State Building
Wiedereröffnung: ... 1931 (Eröffnung an der derzeitigen Park Avenue)
Zimmerpreise: zurzeit nicht verfügbar
Zimmerzahl: 1400



DAS BELLAGIO IN LAS VEGAS

Das Hotel Bellagio in Las Vegas ist vor allem wegen seiner weltberühmten Wassershow bekannt. 1.200 Düsen und 4.000 Lampen machen die „tanzenden Fontänen“ (Fountains of Bellagio), zu einem einzigartigen Spektakel.

Eröffnung: 1998
Zimmerpreise: ab 189 US\$ / Nacht
Zimmerzahl: 3.933 Zimmer
umfassende Renovierungsarbeiten: 2011 / 2012



DAS RAFFLES HOTEL SINGAPORE

Das Raffles Hotel Singapore ist ein Kulturerbe mit ikonischem Charakter. Es wurde 1887 im Kolonialstil errichtet. Berühmte Gäste wie Hermann Hesse, Elizabeth Taylor oder Michael Jackson haben hier bereits einige Nächte verbracht.

Eröffnung: 1887
 Zimmerpreise: zurzeit nicht verfügbar
 Anzahl der Zimmer: 115
 umfassende Renovierungsarbeiten: 2018

LITERATURVERZEICHNIS

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO (2017a): FutureHotel Baderlebnis 2030 – Visionen und Lösungen für das Hotelbad der Zukunft; Studie aus dem Forschungsprojekt FutureHotel. Stuttgart: Fraunhofer Verlag.

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO (2017b): FutureHotel Building 2052 (2016): Visionen und Lösungen für das Hotelgebäude der Zukunft; Studie aus dem Forschungsprojekt FutureHotel. Stuttgart: Fraunhofer Verlag.

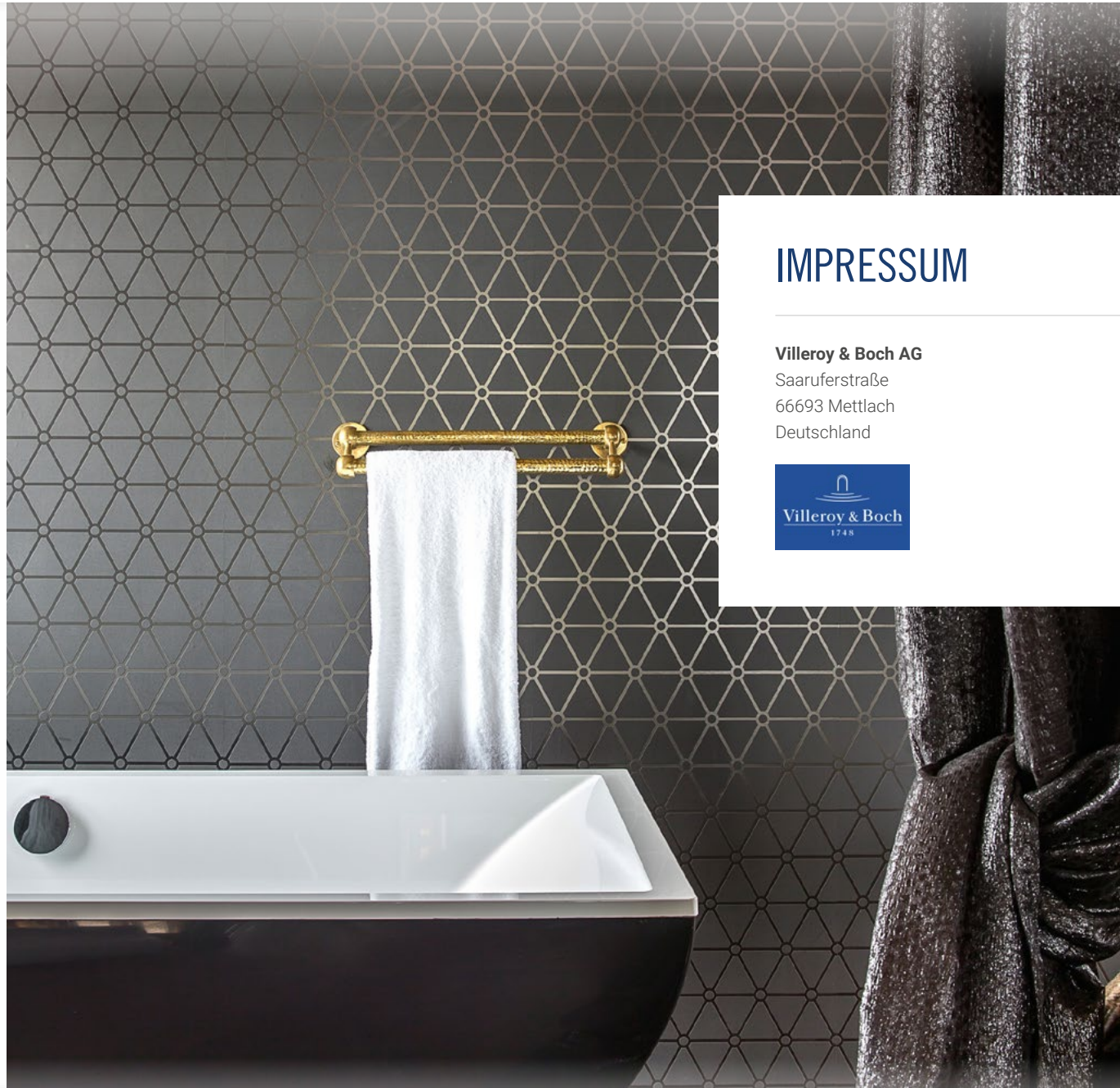
Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO (2017c): Urban Living Lab. Online verfügbar unter: <https://www.iao.fraunhofer.de/lang-de/labors-ausstattung/978.html>, zuletzt eingesehen am 06.08.2018.

GROHE/Villeroy & Boch (2014): Das Bad 2034 – Mittelpunkt neuer Wohn- und Lebenswelten. Frankfurt am Main: Das Zukunftsinstitut.

Pop up my Bathroom (2017): Trend report ISH 2017 – Individualisation. Bonn: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft. Online verfügbar unter: <http://www.pop-up-my-bathroom.de/de/trends-2017/trendbuch.html>, zuletzt eingesehen am 06.08.2018.

Villeroy & Boch: Wellbeing in hospitality. A Factbook of Hotel Bathroom Trends. Online verfügbar unter: <https://pro.villeroy-boch.com/fileadmin/sites/ebooks-fl/Factbook%20Hotel%20EN%20Neu%202/index-sd.html>, zuletzt eingesehen am 06.08.2018.

Zukunftsinstitut (2016): Das Hotel der Zukunft. Das empathische Hotel. Wien: Zukunftsinstitut Österreich GmbH.



IMPRESSUM

Villeroy & Boch AG
 Saaruferstraße
 66693 Mettlach
 Deutschland



BILDNACHWEIS

Cover.....	© sellingpix / fotolia.de
Inhaltsverzeichnis.....	© Gencho Petkov / stocksy.com
Seite 3.....	© Henn na Hotel Maihama Tokyo Bay / h-n-h.jp/en/
Seite 4/5.....	© denisgo / fotolia.de
Seite 6.....	© chuttersnap / unsplash.com
Seite 8.....	© Oona Horx-Strathern
Seite 12.....	© Natural Machines / designboom.com
Seite 14/15.....	© Cloud Corridor / MAD Architects
Seite 16/17.....	© 3000ad / fotolia.de
Seite 18/19.....	© leeyiutung / stock.adobe.com
Seite 20/21.....	© suparson / fotolia.de
Seite 22.....	© denisgo / fotolia.de
Seite 23.....	© terng99 / fotolia.de
Seite 24.....	© Alex Bertha / unsplash.com
Seite 26.....	© Marjo van de Peppel / PlantLab
Seite 27.....	© Gesa Hansen
Seite 28.....	© Dr. Alexander Rieck
Seite 29.....	© FINION / Villeroy & Boch
Seite 31.....	© LEGATO / Villeroy & Boch
Seite 32.....	© VASCA LAVABO / Villeroy & Boch
Seite 36/37.....	© Kovalenko I / fotolia.de
Seite 38/39.....	© Herzog de Meuron / bloomimages
Seite 41.....	© Häfele / Studio KHF
Seite 42-43.....	© Hotel Schani Wien / Kurt Hoerbst
Seite 44-47.....	© Faralda NDSM
Seite 48/49.....	© Thies Raetzke / Elbphilharmonie
Seite 50.....	© The Westin Hamburg
Seite 51.....	© Thies Raetzke / Elbphilharmonie
Seite 52 links.....	© Dar Al-Handasah / dar.dargroup.com



Seite 52 rechts.....	© Asaf Kliger / Luc Voisin & Mathieu Brison / icehotel.com
Seite 53 links.....	© 井浩泽, design by MAD China / Wikimedia / CC-BY-SA-3.0
Seite 53 rechts.....	© O.C Ritz / Shutterstock.com
Seite 54.....	© Dar Al-Handasah / dar.dargroup.com
Seite 56/57.....	© 井浩泽, design by MAD China / Wikimedia / CC-BY-SA-3.0
Seite 58/59.....	© Asaf Kliger / Luc Voisin & Mathieu Brison / icehotel.com
Seite 60.....	© Diego González / Fronterasblog.com / Hôtel Arbez
Seite 62/63.....	© O.C Ritz / Shutterstock.com
Seite 64-67.....	© Adlon Kempinski
Seite 68/69.....	© Starpics / stock.adobe.com
Seite 70/71.....	© Gordon Bell / shutterstock.com
Seite 72/73.....	© Looby-Lou / fotolia.de
Seite 74/75.....	© Raffles Hotel
Seite 77.....	© Faralda NDSM
Seite 78/79.....	© ARTIS LEMON / Villeroy & Boch

Das Hotel der Zukunft

Eine Studie zum Hotel 4.0

ODER IST DIE ZUKUNFT BEREITS DA?

- ✓ Umfassender Einblick in die Herausforderungen des Hotels der Zukunft im Spannungsfeld zwischen optimaler digitaler Vernetzung und dem Gästewunsch nach temporärer Entschleunigung
- ✓ Übersicht über zukünftige Megatrends, wie Urbanisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit und deren Einfluss auf die Hotellerie
- ✓ Anforderungen an das Hotel-Badezimmer der Zukunft als Wellnessoase, Gesundheitsraum und Unterhaltungszentrale
- ✓ Überblick über zukunftsweisende Hotelkonzepte, die außergewöhnlichsten Hotels & die schönsten Klassiker

Villeroy & Boch AG

Saaruferstraße
66693 Mettlach
Deutschland



Newsletter:



Experten-Beratung:

