



Karin Mitterutzner MSc ist Senior Projekt Managerin beim Beratungsunternehmen Michaeler & Partner. Seit 18 Jahren unterstützt sie Kunden in der Projektentwicklung und im Projektmanagement bei Neu- und Umbauten von Hotels. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Projektmanagement, Consulting und Tourism Development und hat in 23 Jahren bereits mehr als 300 Kunden erfolgreich begleitet und betreut.

Von der Digitalisierung bis zur Authentizität – Trends in der Architektur und im Interior Design

In der Konzeption von Neu- oder Umbauten von Hotels spielen die Architektur und das Interior Design eine immer bedeutendere Rolle. Häufig kann man erkennen, dass diese beiden Faktoren ein großes Potenzial aufweisen, zukünftig einen USP (unique selling point) für den Betrieb darzustellen und als solcher auch von den Gästen beziehungsweise potenziellen Gästen wahrgenommen zu werden. Selbstverständlich gilt es dieses Alleinstellungsmerkmal dann wiederum in der Kommunikation aufzugreifen und zu nutzen.

Wenn es um Architektur und Interior Design geht, ist es schwer über Trends zu sprechen, da jeder Architekt oder Designer stets etwas Einzigartiges schaffen möchte. Dennoch geht aus aktuellen Gesprächen mit einigen der bekanntesten und renommiertesten Fachleute auf diesem Gebiet (Arkan Zeytinoglu, Jo Littlefair, Matteo Thun, Tara Bernerd, etc.) hervor, dass es gewisse Tendenzen gibt.

| Digitalisierung | Ein Trend, der sich über die verschiedensten Bereiche der internationalen Wirtschaft zieht und auch vor der Hotellerie nicht haltmacht, ist die Digitalisierung. Diese gilt es auch in der Gestaltung von Räumlichkeiten in Hotels zu berücksichtigen. Der Gast möchte heutzutage alles mit dem Handy erledigen können: Von der Buchung bis hin zur Gestaltung seines Aufenthalts vor Ort.

| Ein Raum – viele Möglichkeiten | Immer häufiger verschmelzen auch Freizeit und Arbeit, Stichwort „Open Space“: Das sind multifunktionale, unkonventionelle Räume, in denen die verschiedensten Tätigkeiten ausgeübt werden können. Große, universell nutzbare Räume, die keinem bestimmten Zweck gewidmet sind, allerdings viele Möglichkeiten eröffnen, liegen hoch im Trend. Sie sind eine mögliche Antwort auf die immer variableren Gästebedürfnisse. Arbeiten an einem nicht speziell dafür vorgesehenen Arbeitsplatz, sondern an den verschiedensten Orten – im Bett, in der Lobby, an der Bar – ist angesagt. Speziell vorgesehene Arbeitszimmer verschwinden, auch die Tischflächen in den Gästezimmern werden kleiner. Stattdessen werden anderweitig nutzbare Arbeitsflächen konzipiert und vorgesehen sowie mit neuesten Technologien und Features ausgestattet: moderne Beleuchtung, USB-Anschlüsse, mobile Musikanlagen und vieles mehr.

| Authentizität und Individualität | Einen immer größeren Stellenwert nehmen auch im Hoteldesign die Faktoren Authentizität und Ehrlichkeit ein. Dies ist ein großer Trend, der im gesamten Reisesektor stark präsent ist. Der Gast sucht immer häufiger nach unverwechselbaren, einzigartigen Erlebnissen – auch im Hotel selbst. Individualität spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle. Die Auswahl von Mustern, Geweben, Farben, Materialien und Haptik sowie deren Kombination stehen dabei im Zentrum. Es gilt sich nicht von gestalterischen Trends beeinflussen zu lassen, sondern eine ehrliche, ungezwungene Wohlfühlatmosphäre zu schaffen.

| Eine Geschichte erzählen | Storytelling ist auch in der Architektur und im Design ein bedeutender Aspekt, der häufiger gespielt werden könnte und sollte. Der Hotelier muss sich mit dem gewählten Design identifizieren können, der definierte Wunschgast soll sich in den Räumen wohlfühlen und die erzählte Geschichte fühlen können.

| Der entscheidende Unterschied | Das „Anderssein“ wird in seiner Bedeutung weiter zunehmen. Dies geht zu einem gewissen Grad mit dem Thema Authentizität einher. Ein Großteil des Erfolges von Plattformen wie beispielsweise Airbnb liegt wohl in der Andersartigkeit. Hotels können und sollen sich durch ihr „Anderssein“ von Mitbewerbern abheben und sich dadurch einen Vorteil verschaffen. Überspitzt gesagt: Warum sollte der Gast Hotel A oder B buchen, welche nebeneinander stehen und über dieselbe Lage, Aussicht sowie ähnliche Ausstattung und Services verfügen? Richtig, speziell und anders zu sein kann hier den entscheidenden Vorteil ausmachen.