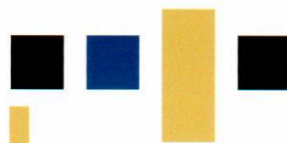


# hotelbau



FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG

INNENANSICHTEN

## Hotelbad „Generation 2015“

Vorbei die Zeiten von Dusche & WC auf dem Gang. „Fließend warm & kalt Wasser“ ist kein USP mehr – geblieben ist das Kernprodukt: das Hotelzimmer mit Bad. Für den Gast der erworbene Produktnutzen, die Übernachtung mit „Morgentoilette“. So viel dazu. Nicht lange her, da waren die Erwartungen der Hotelgäste an wenige Mindeststandards geknüpft: Taugliche Matratzen, ausreichende Beleuchtung, Heizung, Selbstwahltelefon, Sicherheit und Sauberkeit. Es gibt sie noch, diese Etablissements, doch der Markt ist gesättigt. Die neuesten Entwicklungen und Trends im Hotelbadbau und der Modernisierung sehen anders aus. Für die einen hat das Bad der Zukunft mindestens 6 bis 8 m<sup>2</sup>; mit einer Glaswand vom Zimmer getrennt. Das macht das Ganze optisch größer. Die anderen bieten ihrer Klientel 2,7 m<sup>2</sup> Nasszelle. Wo es ins Konzept passt, okay. Warum also größer, für drei bis 30 Minuten im Bad? Experten meinen, 3,3 m<sup>2</sup> braucht's, um alle Anforderungen im Bad zu erfüllen.

Der Trend im Vollservice-Hotel aller Typen geht eindeutig zur großen Walk-in-Erlebnisdusche mit Rainshower, Lichtszenarien, Musik und Dampf plus höhenverstellbarer Handbrause. Zart anmutende, edle Materialien sind in, bunte



STEPHAN GERHARD

## Crowdfunding

SPECIAL

## Green Hotels

oder übergroße Fliesen sind out. Die Badewanne mit eigener Kopf- und Handdusche steht separat; Toilette mit Handwaschtisch auch. Der Schlüssel heißt Funktionalität und Flexibilität: Installierbar. Revisionierbar. Bezahlbar. Wunderbar.

Als Hotelmann bin ich überzeugt, dass Kunden ihre Hotelwahl nicht am Bad festmachen. Nicht am Hotelzimmer. Nicht an der Lage. Richtig wichtig, ja von entscheidender Relevanz für die Wahl eines Hotels ist der Service! Und im Zentrum des guten Service steht der Mensch, die vielen jungen „Hotellies“ überall im Hotel, denn Hotelbusiness ist vor allem eins: People-business. Problemloser Check-in/Check-out und sicheres Parken sieht der Gast als Service. Kernnutzen hin, Produktnutzen her, ein Hotelbad der „Generation 2015“ künftig auch. Nirgendwo sonst sind Gastgeber dem Gast so nah, erfüllen persönliche Bedürfnisse, kleine Sehnsüchte, bieten einen Hauch von Luxus, Lifestyle, Atmosphäre, Funktionalität und Wohlbefinden: Das ist Service, der zählt, Service, der sich auszahlt. Mit Service gewinnt man Kunden; aus Kunden werden Gäste und aus Gästen Stammgäste. Die sorgen für ein volles Haus.

Winfried D. E. Völcker

SEXAPPEAL

# ALTE POST FLENSBURG