

# MIT ALLEN SINNEN

Die Details tragen die Marke.



Unsere Farben Schwarz und Gold, die sich durch die komplette Einrichtung ziehen, machen unser Hotel einzigartig\*, berichtet Gerhard Maier, Geschäftsführer des My home my hotel in Rosenheim. Dass das 2019 eröffnete Haus mit 69 Zimmern und 24 Apartments das „Maier-Gold“ auch beim Sonnenschutz genau getroffen hat, verdankt der Hotelier der Zusammenarbeit mit dem Schweizer Sonnenschirmexperten Glatz, der seine maßgeschneiderten Schattenlösungen auf die Bedürfnisse der Kunden zuschneiden kann. Für das Rosenheimer Hotel wurde der schwarze Schirmdachbezug mit einem Gestell im passenden Goldton kombiniert. Maximilian Andys, Leiter des Objektbereichs bei Glatz: „Wir sind in der Lage, unsere Schirme, also Mast

und Gestänge, in jeder RAL-Farbe zu liefern und damit dem unternehmenseigenen Farbkonzept unserer Kunden anzupassen.\* Die Schirmdächer können ebenfalls auf Maß genau auf die individuelle Beschattungsplanung im Outdoor-Bereich abgestimmt werden.

## Marken sehen und hören

Das Corporate Design eines Hauses hört aber nicht bei Signature-Farben auf, weiß Florian Zanger, Key Account Manager von Fritz Schlecht SHL, einem Hotelausstatter mit eigener Produktion: „Corporate Design definiert sich nicht ausschließlich über das dogmatische Wiederholen von einzelnen Elementen. Hotels sollten Erlebnisse im Maßanzug sein, die sich nicht an verschiedenen Stand-

orten mit der festgelegten Standard-Hotelkonzeption wiederholen. Es kommt darauf an, dass man mit seinem Gesamtkonzept eine authentische Geschichte wiedergibt, die zum Haus, zur Region und zum Team passt\*, sagt er. Die Qualität sei hierbei entscheidend für den Erfolg. Das Hotel am Zoo in Neunkirchen macht vor, wie es geht. Der Eingangsbereich zeigt das Farbspektrum eines Pfau. In den Zimmern können Gäste die Unterwasserwelt, die Savanne, die Vogelwelt und den Dschungel erleben. „Ein perfekt abgestimmtes Interieur-Design ist elementar wichtig, da der Gast die Inneneinrichtung am stärksten wahrnimmt“, erklärt Florian Zanger. Die Inneneinrichtung gebe zudem die Ausrichtung des Hauses vor. „Wir stellen uns immer wieder neu der Anforderung, gemeinsam mit dem Hotelier die Geschichte seines Hauses und seiner Region abzubilden. Um das erfolgreich umsetzen zu können, entwickeln wir automatisch mit unseren Kunden das Corporate Design für viele übergreifende Themen“, erläutert Zanger.

Marken kann man sehen, spüren, riechen und schmecken. Die Konzept Hotels kann man nun sogar auch hören. Das Unternehmen hat für sein Kölner Konzept Hotel Josefine ein dreiminütiges Hörspiel produziert. Hotel-Gäste erfahren auf den Zimmern oder in den öffentlichen Räumen, wie beispielsweise in der Lobby und den Sanitärbereichen, die Geschichte von Josefine Clouth, der Namenspatin des Hotels. Sie übernahm Anfang des 20. Jahrhunderts als eine der ersten Frauen überhaupt den Industriebetrieb ihres Mannes. Zukünftig soll jedes Konzept Hotel zu seinem speziellen Thema ein eigenes Hörspiel erhalten. nis