



Hospitality. Wie sich die Häuser verändern, Locals hineingeholt werden und die Rezeption ihre Aufgabe als Wächterin verliert. Und warum der Stauraum in den Zimmern schrumpft.

VON SABINE MEZLER-ANDELBURG

Einst war sie so etwas wie der Wachtposten, der überwunden werden musste, wenn man ohne Hotelgast zu sein in der Lobby oder an der Bar sitzen wollte: die Rezeption. Schön langsam verliert sie aber die Lufthoheit über den Zugang in die heiligen Hallen. Und das nicht zufällig, sondern weil immer mehr Häuser ihre Konzepte umstellen und das, was einst verpönt war, inszenieren: die Anwesenheit von lokaler Laufkundschaft im Haus. „Inzwischen hat die Rezeption vielmehr beratende Funktion, als Barriere zu sein“, erklärt Erich Bernard, Gründer und Inhaber von BWM Designers & Architects, zu deren jüngsten Hotelprojekten unter anderem das Hoxton und die Imperial Riding School in Wien zählen. „Heute ist das Hotel kein distanzierter Ort mehr und die alte Regel, dass ein Wiener nie in einem heimischen Hotel außer dem Sacher oder Vier Jahreszeiten essen geht, gehört der Vergangenheit an.“

Essen für Einheimische

Zu den Häusern, die damit begonnen haben, dieses Schema aufzubrechen, gehöre das 25 Hours, das von Anfang an mit mehreren Food&Beverage-Angeboten (F&B) konzipiert war: von der Bar am Dach bis zum Restaurant im Erdgeschoß, in die man auch die Einheimischen bringen wollte. Denn der Wunsch der Hotelgäste nach authentischen Erlebnissen habe heute eben auch damit zu tun, dass man dort essen möchte, wo die Locals essen, und die Speisekarten eben keine Bilder haben. „Das hat für die Hotels mehrere Vorteile“, so Bernard. „Zum einen behält man damit die eigenen Gäste im Haus, statt dass sie anderswo essen gehen. Zum anderen brauche ich den Bereich als Hotellier ohnehin für das Frühstück, und dann ist es sinnvoll, wenn ich ihn auch gleich nutze, um Essen und Trinken anzubieten und ihn mit Einheimischen zu beleben.“

Offen statt elitär

Zu den Gründen, warum sich die Hotels heute stärker öffnen, gehört unter anderem die Tatsache, dass sich Arbeit und Freizeit immer stärker überlagern. „Daher gibt es weniger reine Business-Hotels, viele wollen ihre Besucher auf einer persönlichen Ebene abholen. Etwa durch Orte im Hotel, an denen ich auch arbeiten kann.“ Und die sollen nicht mehr wie früher an Raucher-kammerl am Flughafen erinnern, bringt es Bernard auf den Punkt, „sondern stylisch und - je nach Konzept - bunt, vintage oder auch redu-

„Das Hotel ist kein distanzierter Ort mehr“



Hereinspaziert! Einst nur für Hotelgäste, immer öfter auch für Kurzbesucher geöffnet: Hotelbar. Getty images/Alvarez

ziert aussehen“. Design hat in Zeiten der sozialen Medien enorm an Bedeutung gewonnen, wie auch Architektin und Interior-Designerin Anke Stern berichtet: „Inzwischen haben sich fast alle Allgemeflächen in den Hotels in Insta-Spots verwandelt.“

Denn ohne Influencer sei fast kein Hotelmarketing mehr möglich, da vor allem die jüngere Generation jedes Hotel vor der Buchung auf Instagram oder TikTok abchecke. Entsprechend müsse eben alles „picture perfect“ sein und es genügend Bereiche geben, die dazu geeignet seien abgebildet zu werden. „Das können der Pool oder eine frei stehende Badewanne mit Blick über die Stadt sein“, nennt Stern einige Beispiele.

Ende der Uniformität

Besonders erfolgreich sind Bilder, die Dinge zeigen, die man daheim nicht hat. „Für manche ist das ein besonders schönes Spa, für andere Langhanteln im Fitnessbereich, die im eigenen Gym nicht vorhanden sind“, so Stern, zu deren jüngsten Projekten das Hotel Indigo und die

Hans-Y-Apartments in Wien gehören. Im Kampf um die schönsten Bilder hat auch die einst so populäre Uniformität in den großen Hotelketten gelitten. Ging es lang darum, dass ein Gast in jedem Hilton oder Marriott der Welt alles am gleichen Platz fand, haben sich die großen Häuser vom Erfolg der Boutiquehotels inspirieren lassen. „Es findet eine Individualisierung der großen Marken statt“, sagt Bernard. Heute seien Stimmungen und Funktionen das

HOTELS IM AUFSCHWUNG

Der Hotelmarkt erlebt in Österreich derzeit einen Aufschwung: Die Nächtigungszahlen 2024 erreichten mit 152,7 Mio. einen Rekordwert. Auch am Investmentmarkt ist ein deutlich gestiegenes Interesse zu vermerken. Laut aktuellem **CBRE-Market-Outlook 2025** entfielen zehn Prozent des Transaktionsvolumens auf Hoteldeals. Dabei steigt die Bedeutung des gehobenen Segments, **2025 eröffnen sechs Luxushotels** in Wien.

Verbindende, während das Interior Design dem Gast das Gefühl gebe, an einem einzigartigen Ort zu sein.

In der Lobby wird also aufgerüstet und immer mehr Schönes für Gäste und Nicht-Gäste erdacht, in den Zimmern - zumindest der Stadthotellerie - findet das Gegenteil statt. Zwar ist Style ein Muss, allerdings werden den schrumpfenden Quadratmetern und den in die Allgemeflächen verlagerten Angeboten Rechnung getragen. „In den Zimmern findet eine Reduktion von Stauraum statt“, sagt Stern. Denn nach den Auswertungen der Statistik Austria schrumpft die Zahl der Nächtigungen pro Urlaub, dafür wird öfter im Jahr verreist. Deshalb finden sich in den Zimmern statt ungenutzter Kästen öfter „Luxus-Kofferböcke mit einer fancy Kleiderstange und einem Spiegel daran, an dem ich ein Kleid drapieren kann“, sagt Stern. Auch die Minibar fehle immer häufiger, weil deren Reinigung und Bestückung aufwendig ist - und die Gäste lieber in der coolen Bar der Lobby gesehen werden.