

Licht im Hotel

.PROJECTS

Jugendherberge Bayreuth
Alpine Spa, Bürgenstock Resort

.PRODUCTS

Leuchten und Schalter
Glas – interaktiv und multifunktional

.PEOPLE

Hans-Jörg Müller
Christian Büttner



HOSPITALITY – DAS BETT ALS DISTINKTIONSMERKMAL

SCHLAF WANDEL

Wie schläft man gut? Unsere Autorin Fredericke Winkler leuchtet aus, welche Erfolgsrezepte die Hotelbranche anwendet. Dabei gilt: Je besser Planer und Einrichter auf individuelle Bedürfnisse eingehen, desto größer das Alleinstellungsmerkmal.

Autorin
Fredericke Winkler

„Ich habe sehr gut geschlafen.“ So lautet gewöhnlich die erste positive Rückmeldung eines Hotelgasts. Eine knappe Zusammenfassung, in der viele Aspekte stecken, die eine gute Unterkunft ausmachen. Denn guter Schlaf versteht sich als die höchste Auszeichnung, als letzter Beweis dafür, dass sich ein Gast rundum wohl und sicher fühlt. Schon Spätromantiker Friedrich Hebbel bezeichnete den Schlaf als „ein Hineinkriechen des Menschen in sich selbst“, die äußerste Form der Intimität. Für die Hotellerie gehört der „Gute Schlaf“ traditionell zum Kerngeschäft. Neuerdings aber avanciert ihr Know-how rund um die Erholung zum Distinktionsmerkmal und wird als Ressource zur Kundenbindung entdeckt. Zwei Entwicklungen sind hierfür verantwortlich. Im Zuge des Gesundheits-Megatrends und der einhergehenden Selbstoptimierung haben sich Themen wie Bewegung, Ernährung und Schlaf sehr differenziert zu integralen Bestandteilen des heutigen Lifestyles entwickelt. Als Teil des Luxusverständnisses wird es nicht mehr dem Zufall überlassen, ob die Nacht eine geruhsame ist. Der gesundheitsbewusste Reisende möchte optimal in den Schlaf begleitet werden.

Dieses Begleiten beginnt mit der richtigen Umgebung, wozu eine anständige Matratze gehört. Immerhin ist diese laut Umfrage von hotel.de aus 2016 in acht von zehn Fällen Schuld an einer durchwachten Nacht. Auch das richtige Kissen darf nicht fehlen. Weswegen heute unterschiedliche Kissenarten, ja regelrechte „Kissenmenüs“ zur Standardzimmerausstattung gehören. Ein angenehmes Raumklima, Geräuscharmheit und die Möglichkeit den Raum abzudunkeln, tragen ebenfalls zur Wohlfühlatmosphäre bei.

DAS GESCHÄFT MIT DEM SCHLAF
Interessant ist: Viele Gäste geben an, im Hotel besser zu nächtigen als im trauten Heim. „In der Ferne schlafen Menschen, die zu Hause durch Arbeit oder Familie Stress haben, besser, weil sie sich unterwegs mehr Zeit nehmen, womöglich gute Gespräche bei einem netten Essen führen und sich mehr bewegen. Dadurch entsteht eine angenehme Bettschwere“, erklärt der Schlafcoach und Präventologe Markus Kamps. „Manchmal genießt man das Schlafen in einem anderen Bett, weil die Veränderung als Muskelimpuls positiv bemerkt wird. Wer Zuhause hart liegt, wird kurzfristig weiche Betten gut finden und anders-

rum“. Kamps ist Gründer und Leiter der „Schlafkampagne“, berät Onlinehändler sowie den Möbel- & Bettenfachhandel, aber auch Firmen und Hotels zu Schlaf- & Bettthemen und hält Vorträge vor Privatpersonen. Wissen Hotels also besser, wie man optimal gebettet ist, als man selbst? Hier setzt die zweite interessante Entwicklung an. Studien besagen: Der Lifestyle eines Hotels bestimmt seinen Erfolg und die Unterkunft selbst avanciert zur Destination. Mehr denn je geht es um das vertraute Verhältnis zum Gast, der sich durch die Gestaltung und den Service wie bei Freunden zu Hause fühlen möchte. Boutique- und Designhotels machen es vor, Ketten adaptieren schnell. Kurz: Es menschelt in den Hotels. Es hotelt aber auch im Privatraum, wenn Gäste sich von den Einrichtungsideen der Unterkunft inspirieren lassen und diese in den eigenen Wohnräumen umsetzen. „Hometel“ nennt die Studie „Die Zukunft des Wohnens“ von 2017 diesen Trend, der das Hotel als „Experten für guten Geschmack“ auszeichnet. Zudem wird das Hotel zum Experten für Erholung. Denn wird die Übernachtung selbst zum Erlebnis, rückt diese automatisch in den Fokus. So verkauft das Bio-Hotel Kenners

Landlust in den Elbtalauen Kissen mit Dinkelspreufüllung aus seiner Ausstattung, da manche Gäste nach dem Aufenthalt auf sie nicht mehr verzichten möchten.

Die Hotelkette Four Seasons hat ein Forum namens „Signature Sleep“ aufgebaut, in dem sich Gäste rund um das Thema informieren und die eigenen Schlafpräferenzen von Experten analysieren lassen können.

Einen anderen Fokus setzt das Swissôtel Berlin und bietet einen „Schlaf-gut-Service“ für alle an, die im heimischen Bett wegen des schnarrenden Partners oder der rasenden Gedanken nicht zur Ruhe kommen. Inbegriffen sind Hilfsmittel wie Soundkissen und Höhenluftgeneratoren, aber auch eine Beratung vom Experten.

Londons Corinthia Hotel ging 2017 noch einen Schritt weiter und erhob im Rahmen des „Neuroscientist in Residence“-Programms Daten von Personal und Stammgästen zur Stressresilienz. Diese mündeten in einer „Brain Power Study“ sowie speziellen Angeboten wie Wellnessbehandlungen, Schlafmenüs oder einem vitalisierenden Frühstück.

Mit diesen Best-Practice-Beispielen kündigt der Trendguide „Schlafen“ des Zukunftsinstituts ein Umdenken in der Hotelbranche an. „Das Bedürfnis nach einem Paradigmenwechsel, der das Thema Schlaf in unserer kulturellen Wahrnehmung neu einordnet, scheint stärker zu werden“, so die einleitenden Sätze des 2017 erschienenen Handbuchs.

HILFE VOM SCHLAFCOACH

Bei aller Begeisterung für die Lifestyle-Unterkunft bevorzugt man dennoch in der Regel das eigene Zuhause als Schlafstätte. Um hier einer gewissen Unruhe in der Fremde vorzubeugen, stellt Nick Littlehales, der

„Hotels werden die Schlafbedürfnisse ihrer Gäste erfragen und danach planen“

Markus Kamps, Schlafcoach

Starschlafberater von Profisportlern aus dem Fußball und verschiedenen Tour-de-France-Teams, seinen Klienten ein Rüstzeug für die Reise zusammen, mit denen sie die Heimat mit in die Fremde nehmen können.

„Zuerst erstellen wir ein Profil des Athleten. Wir betrachten seine vertraute Schlafumgebung – Schlafzimmer, Decken und Kissen – inklusive der individuellen Schlüsselfaktoren wie Raumtemperatur, Gerüche, Helligkeit und Geräusche. Dann prüfen wir, ob das Hotelzimmer geeignet ist, ihn bestmöglich zu schützen“, erläutert Littlehales. Vor allem in den ersten Nächten unterwegs könne sich der Erholungswert um bis zu vierzig Prozent verschlechtern, weil das Gehirn in einer unbekanntem Umgebung den tiefen Schlaf verhindert. „Daher achten wir darauf, dass der Athlet etwas von zu Hause mitbringt, was ihm hilft, diese Hürde zu nehmen.“

Das Zimmer müsse zudem außerordentlich sauber sowie individuell anpassbar sein – kann man das Bett verschieben? – und das Hotelteam sollte sich kooperativ zeigen. „Ich stelle fest, dass immer mehr Hotels von ihren Standardisierungen zugunsten individueller Lösungen ablassen“, freut sich der Experte aus England.

Und wo bleibt bei allem Pragmatismus in der Raumgestaltung der Designaspekt? Der ist wichtiger denn je. Dabei gilt: Je unflexibler die Rahmenbedingungen, desto größer ist die Herausforderung für die Gestaltung. Das weiß natürlich auch Olaf Kitzig, Chef der Kitzig Design Studios, mit Kunden wie der Hilton Group oder der

Accor Hotellerie. Das Designstudio ist spezialisiert auf die individuelle Gestaltung von Hotelketten sowie auf anspruchsvolle Konzepte im Luxusbereich: „Die Hardware in einem Hotelzimmer ist die Gestaltung. Sie ist genauso wichtig wie die Software. Alles beeinflusst sich gegenseitig. Das Bett steht dabei im Mittelpunkt.“

Für Kitzig ist „gut schlafen“ etwas Ursprüngliches und dabei in seiner Qualität von technischen Errungenschaften weitgehend unberührt. „Klarheit und Komfort sollten im Fokus stehen. Eine behagliche Anfangsweichheit des Betts durch einen Topper sowie eine hohe Matratzenqualität sind ein Muß“, rät der Experte. Dazu gehören positive Add-ons, sprich „Services wie ein Kissen- oder Bedsheet-Menü, antiallergisch, aus Leinen oder Baumwolle“. Die besten Begleitservices für den „Guten Schlaf“ sind und bleiben für Kitzig jedoch die „Wohlfühlatmosphäre und Behaglichkeit durch ein unaufgeregtes aber gestaltetes Ambiente“.

Sinnvolle Gestaltung als Pflicht, erweiterter Service als Kür und somit Zünglein an der Waage bei der Abgrenzung von Marktpartnern. Markus Kamps sieht im Beratungsangebot noch viele Potenziale. „Ich kann mir gut vorstellen, dass Hotels zukünftig Schlafbedürfnisse erfragen und die Zimmer danach planen. Beim Einchecken hilft geschultes Personal bei der Auswahl des Kissens und gibt je nach Uhrzeit Empfehlungen zu einem Schlummermenü. Wer mehr Zeit hat, kann Schlaftraining oder Schlafcoaching im Haus oder online nutzen“, schlägt der Präventologe vor.

So erholsam schlafen wie ein Fußballstar? Sein lapidares „ich habe sehr gut geschlafen“ würde als Antwort auf die Frage nach der Nachtruhe wohl der Anfang eines längeren Austauschs werden. ←

Im Fokus

Die Heimtextil (8. bis 11. 01. 2019) etabliert erstmals ein Wissensforum zum Thema Schlaf. Auf dem „Sleep! The Future Forum“ in Halle 11 informieren vier Themenbereiche über aktuelle Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung. Eine Zusammenarbeit mit dem Schlafexperten Markus Kamps.