Hotelzimmer & Gäste

prodinger
DAS GEHT.

WWW.UNYKAT.AT

Prodinger Tourismusberatung

Die PRODINGER TOURISMUSBERATUNG ist Teil der Prodinger Beratungsgruppe mit Hauptsitz in Zell am See.

Als führende Wirtschaftsberatung unterstützt sie ihre Kunden in den Geschäftsfeldern Steuerberatung, Unternehmensberatung, Wirtschaftsprüfung, Rechtsberatung, Marketing und Digitalisierung. Die Firmengruppe hat Spezialisten in den Branchen Tourismus, Bau- und Baunebengewerbe, Immobilienwirtschaft, freiberufliche Tätigkeiten, Handel, Gewerbe und Dienstleistung. Das Netzwerk hat Standorte in Bad Hofgastein, Bozen, Innsbruck, Lech am Arlberg, Linz, Mittersill, München, Saalfelden, Salzburg, St. Johann im Pongau, Velden, Wien und Zell am See. Die Netzwerkgruppe betreut aktuell mehr als 6.000 Kunden, davon über 500 Hotelbetriebe, 30 Destinationen und 40 Bergbahnen. Derzeit sind 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an 13 Standorten tätig.

Der Trendbericht verwendet allein aus Gründen der leichteren Lesbarkeit durchgängig die grammatikalisch männliche Form. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Wir weisen darauf hin, dass die Investitionskennzahlen abweichen können und wir für das Nicht-Eintreten der geplanten Ergebnisse keine Haftung übernehmen.

Hotelzimmer & Gäste

Wie stellen sich Gäste die Einrichtung im Hotelzimmer vor: nachhaltig & reduziert, chic & stylisch, traditionell & bodenständig, technologisch & smart? Ein Report über unterschiedliche Gästebedürfnisse und wie diese berücksichtigt und umgesetzt werden können.

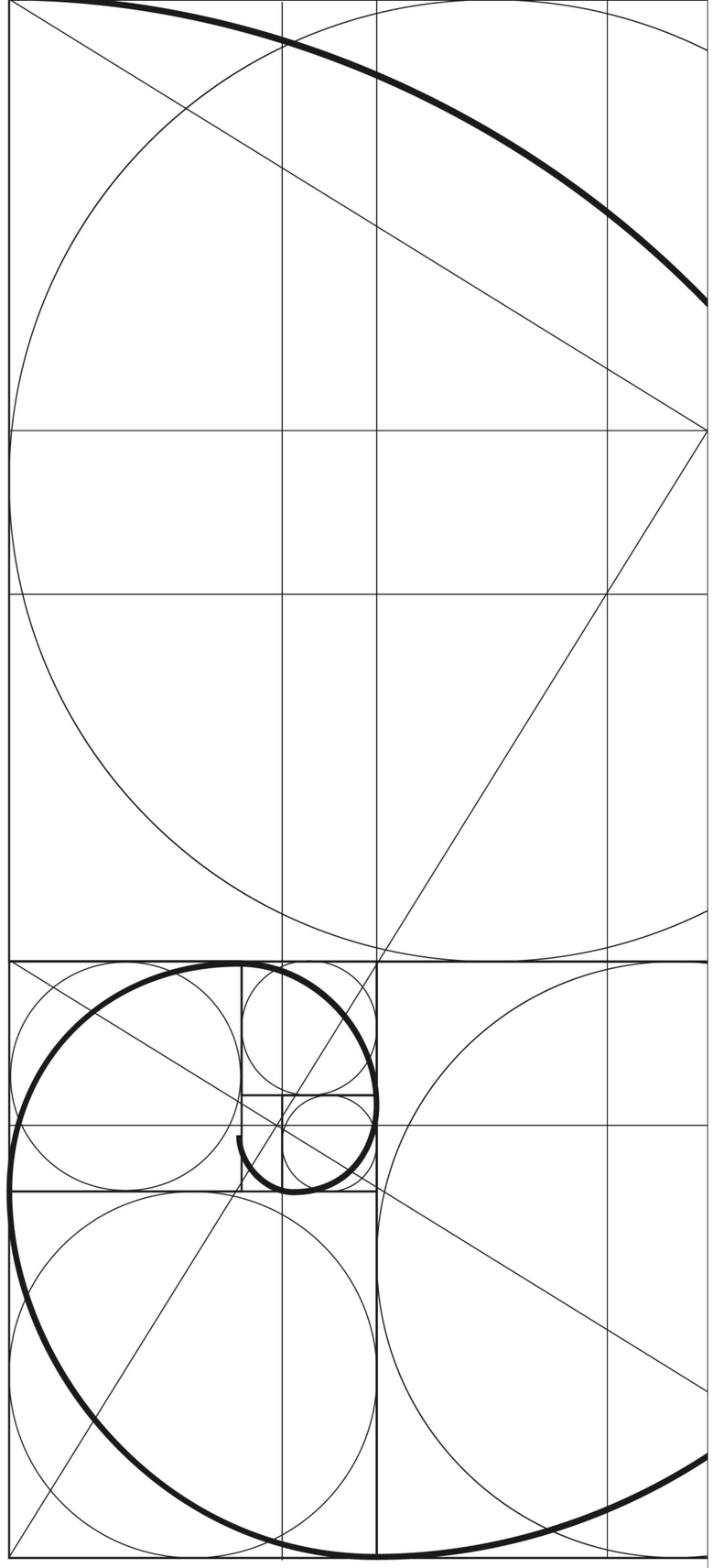
Ein besonderer Dank gilt den teilnehmenden Experten.

Viel Freude beim Lesen!

© Prodinger Tourismusberatung, Frühjahr 2020

Autoren: Nina Pöllmann, MA & Thomas Reisenzahn

Inhalts-verzeichnis



01

Einleitung 10

02

Investitionen in der Hotellerie 12

2.1. 5 Schritte zum erfolgreichen Bauvorhaben 12

2.2. Positionierung & Differenzierung: 4 Steps to Profile 14

2.2.1. Zentraler Faktor: Gästeanforderungen 17

Wie soll das Wohnen im Hotel von morgen aussehen? 17

03

Die Sinus-Milieus® 19

3.1. Integral 21

04

Vorgehensweise bei der Zimmer-Konzeption 22

05

Etablierte 26

5.1. Die Lebensdimension des Etablierten 27

5.2. Szenen aus dem Leben des Etablierten 28

5.3. Das Zimmer für den Etablierten 30

5.4. Beispiele aus der Hotellerie 36

5.5. Zusammenfassung Etablierte 42

06 **Performer** 44
6.1. Die Lebensdimension des Performers 45
6.2. Szenen aus dem Leben des Performers 46
6.3. Das Zimmer für den Performer 48
6.4. Beispiele aus der Hotellerie 54
6.5. Zusammenfassung Performer 60

07 **Postmaterielle** 62
7.1. Die Lebensdimension des Postmateriellen 63
7.2. Szenen aus dem Leben des Postmateriellen 64
7.3. Das Zimmer für den Postmateriellen 66
7.4. Beispiele aus der Hotellerie 72
7.5. Zusammenfassung Postmaterielle 76

08 **Adaptiv-Pragmatische** 78
8.1. Die Lebensdimension des Adaptiv-Pragmatischen 79
8.2. Szenen aus dem Leben des Adaptiv-Pragmatischen 80
8.3. Das Zimmer für den Adaptiv-Pragmatischen 82
8.4. Zusammenfassung Adaptiv-Pragmatische 87

09 **Digitale Individualisten** 88
9.1. Die Lebensdimension des Digitalen Individualisten 89
9.2. Szenen aus dem Leben des Digitalen Individualisten 90
9.3. Das Zimmer für den Digitalen Individualisten 92
9.4. Beispiele aus der Hotellerie 98
9.5. Zusammenfassung Digitalen Individualisten 102

10 **Gastbeiträge** 104
10.1. Keine Emotion – Kein Gast 104
10.2. Atmosphäre und Milieus 108

11 **Exkurs: Architektenbriefing** 114
11.1. Planungsfehler 114
11.2. Realisierungsfehler 116
11.3. Schlussfolgerungen 117

12 **Produktlebenszyklus eines Hotels** 118

13 **Exkurs: Flächeneffizienz & Investorenkennzahlen** 124

Die grundlegenden Anforderungen an ein gutes Hotelzimmer sind über Jahrzehnte gleichgeblieben. Erwartet werden ein bequemes Bett, ein komfortables Bad und genügend Steckdosen.

Darüber hinaus verschwinden aus den Hotelzimmern aber nach und nach Einrichtungsgegenstände, die lange Standard waren. Schreibtische zum Beispiel. Oder Telefone. Andere Einrichtungsgegenstände rücken dafür in den Vordergrund: Wer jederzeit sein Smartphone oder Tablet zur Hand hat, braucht vor allem ausreichend Lademöglichkeiten und bequeme Sitzmöbel zum Surfen und Arbeiten. Und auf dem Fernseher werden die Inhalte vom eigenen mobilen Gerät jetzt auf den Bildschirm übertragen – für ein Maximum an Individualität. Denn eines ist sicher: Die Gäste wollen heute ein Zimmer, das sich in jeder Hinsicht nach ihren Bedürfnissen richtet – und nicht umgekehrt.

„Keep it simple“ lautet die grundsätzliche Devise.

Wir erleben oft, dass es an einfacher Funktionalität und Flexibilität in vielen Hotelzimmern fehlt. Der Gast kommt in ein Zimmer und muss sofort sehen, wo er sein Gepäck abstellen kann und wo er das Licht an- und ausschalten kann. Ein Plätzchen für den Koffer findet sich immer, irgendwie. Aber die Sache mit der Beleuchtung ist oft viel zu kompliziert und verwirrend angelegt. Die Gäste wissen nicht, wo sie die Leselampe an ihrem Bett ausmachen sollen. Sie drücken verschiedene Knöpfe und sehen allerlei Lichter an- und ausgehen – die Lampe neben ihrem Bett brennt unverdrossen weiter.

Die wichtigsten Fragen sind daher: Welche Gäste will das Hotel ansprechen? Soll es beispielsweise ein Tagungshotel oder ein Wellnesshotel sein? Welche Milieus und Zielgruppen kommen zu mir?

Je nach Zielgruppe wird bereits die Gestaltung der Zimmer beeinflusst. Geschäftsreisende brauchen beispielsweise übersichtliche Schränke, die klar strukturiert sind, Touristen reisen mit größerem Gepäck und benötigen mehr Stauraum in den Zimmern. Dagegen halten sich Spa-Gäste oft stundenlang auf ihren

Hotelzimmern auf, deshalb müssen die Aufenthaltsbereiche in ihren Zimmern großzügiger sein. Andere wiederum lieben Design und fühlen sich nur mit exklusiven Materialien wohl. Schwierig wird es auch bei der Frage, wie nahe sich für einzelne Milieus Bett und Bad kommen sollten. Offene Bäder, die in den Raum integriert sind, finden sich zwar in einigen Hotels. Es gibt Zielgruppen die dies aber nicht gut finden.

**Grundsätzlich gilt:
Die 3 F müssen im Hoteldesign erfüllt werden**

Das Motto lautet absolute **Flexibilität** und **Flächeneffizienz**. Es geht letztlich um die Balance zwischen zeitlosem, geradlinigem Design und **Funktionalität** bei überschaubaren Kosten. Das Design sollte den Gast ansprechen, aber natürlich sollte sich auch der Hotelier damit identifizieren können.

In unserem neuen Trendbericht möchten wir das Thema **„Hotelzimmer und Gäste“** für die Ferienhotellerie abhandeln.

Basis des Trendberichts sind die Sinus-Milieus®, also Menschen mit ähnlichen Werten, ästhetischen Vorlieben und Lebensstilen. Basierend auf u.a. den Werten, Lebensstilen, der sozialen Lage und der präferierten Alltagsästhetik wurden im Zuge zweier Workshops von den Teilnehmern aus den Bereichen der Architektur und der Hotellerie Hotelzimmer für die jeweiligen Milieus konzipiert.

Zur Veranschaulichung werden zu den einzelnen Milieus Beispiele aus der Hotellerie gezeigt. Diese Beispiele sind bewusst nicht nur aus der Ferienhotellerie gewählt. Ziel ist aufzuzeigen, wie die Bedürfnisse einzelner Milieus umgesetzt werden können.
Wir wollen darstellen, wie die unterschiedlichen Gästebedürfnisse im Hotelzimmer berücksichtigt werden können.[1]

[1] Anzumerken ist, dass die Betriebe nicht ausschließlich einzelnen Milieus zuzuschreiben sind. Oftmals sprechen sie mehrere Zielgruppen an. Ebenfalls ist es wichtig zu erwähnen, dass die Fotos einzeln betrachtet werden sollen und nicht auf den ganzen Betrieb Rückschlüsse zulassen. Die Einteilung erfolgte auf Basis der veranschaulichten Bilder. Basierend darauf wurde die Einschätzung gemacht. Die Kategorisierung kann als Tendenz gesehen werden.