



Fotos: Meindl Cavar Concepts

Raum für Gedanken

Wie Innenarchitektur Gäste bindet – und Hotels unverwechselbar macht.

In einer Branche, in der Standort, Service und Preis längst keine Alleinstellungsmerkmale mehr sind, gewinnt ein Faktor zunehmend an Bedeutung: die Gestaltung der Räume. Gäste buchen heute nicht mehr nur ein Zimmer, sie investieren in ein Erlebnis. Und dieses Erlebnis wird wesentlich über Architektur, Materialien und Atmosphäre geprägt – bewusst und unbewusst.

Design als strategischer Wettbewerbsvorteil

Ein stimmiges Raumkonzept ist kein „Nice-to-have“, sondern ein klarer Erfolgsfaktor:

- › Differenzierung: Ein markantes Interior erzählt die Geschichte eines Hauses und verleiht ihm Identität.
- › Emotionale Bindung: Farben, Licht, Haptik und Akustik schaffen Erinnerungen, die zu Wiederbuchungen führen.
- › Prozessorientierung: Durchdachte Räume optimieren Abläufe und steigern die Effizienz.
- › Positionierung: Wer Atmosphäre schafft, rechtfertigt höhere Raten und stärkt sein Pricing.

Hotel Der Wilhelmshof – ein Beispiel für gelebtes Design

Ein Beispiel liefert das Wiener Hotel Der Wilhelmshof. Rund 30 Zimmer wurden nicht einfach renoviert, sondern zu künstlerischen Erlebniswelten transformiert. Tiefes Waldgrün und sanftes Blush unterstreichen die Architektur und schaffen Geborgenheit, während Werke des Künstlers Constantin Luser den Räumen eine unverwechselbare Handschrift verleihen.

So entsteht eine Symbiose aus Gastlichkeit und Kunst – ein Aufenthalt, der weit über eine bloße Übernachtung hinausgeht und das Hotel klar im Markt positioniert.

Mehrwert für Hoteliers

Investitionen in Innenarchitektur zahlen sich mehrfach aus: durch höhere Gästezufriedenheit, steigende Wiederkehrraten und eine starke Markenpositionierung.

In Zeiten, in denen Bewertungen und Empfehlungen über den Erfolg entscheiden, wird die Gestaltung zum unsichtbaren Umsatztreiber. Sie wirkt zudem nach innen:

Sie verbessert die Arbeitsumgebung, stärkt die Identifikation des Teams mit dem Haus und reduziert Fluktuation. Gleichzeitig eröffnen charakterstarke Konzepte neue Vermarktungsmöglichkeiten – von Fotostrecken in Magazinen bis hin zu Reichweiten durch Gäste, die ihre Eindrücke online teilen.

Fazit

Wer Innenarchitektur als USP versteht, schafft nicht nur Räume, sondern Erlebnisse, die Gäste emotional binden und den Geschäftserfolg langfristig sichern. Atmosphäre entscheidet dabei über Wahrnehmung, Weiterempfehlung und Preissensibilität. Hotels, die mutig auf individuelle Gestaltung setzen, machen ihr Interior zum echten Erfolgsfaktor – und sichern sich die Gäste von morgen.

Kontakt:

Yvonne Meindl Cavar, Meindl Cavar Concepts
 Lindengasse 20/10, 1070 Wien
design@meindlcavar.com
www.meindlcavar.com