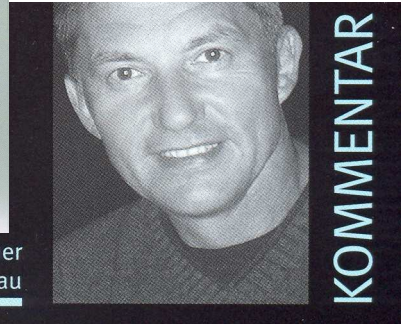


# HIGH LIGHT

DAS FACHMAGAZIN DER LICHTBRANCHE

K45886\_7/0 EUR  
5/6 2006



KOMMENTAR

Karl Kadner  
Kadner Hotel Consulting, Kolochau

## ” Mit Licht die Sinne anregen

Wie wichtig das Thema „Licht“ im Marktsegment Hotellerie, Gastronomie und Wellness geworden ist, zeigen sowohl die strategischen Maßnahmen bei den Industriepartnern als auch die spürbar deutlicher werdende Wahrnehmbarkeit von Licht für den Gast.

So hat Zumtobel als international führender Anbieter von ganzheitlichen Lichtlösungen eine strategische Wachstumsinitiative Hotel, Wellness und Gastronomie geschaffen und beteiligt sich federführend an der Entwicklung von Beleuchtungskonzepten für hochwertige und architektonisch anspruchsvolle Hotelprojekte. Dabei erlangt eine stimulierende Atmosphäre ebenso große Bedeutung wie die Energieeffizienz.

Schon seit langem begeistern sich Designer wie Nik Schweiger von 3deluxe für stimmungsvolles Licht. Dies wird beispielsweise in den Restaurants Silk und Micro des Frankfurter Cocoon Clubs auf hohem Niveau präsentiert.

Auch die Möbelindustrie hat dazu beigetragen, dass das metamorphe Lichtelebnis Einzug in die Hospitality-World gefunden hat. Unterstützt durch die immer populärer werdende LED-Technik, sieht man in Edelrestaurants beleuchtete Glasvitrinen mit farblich wechselndem Licht, LED-Lichtstreifen in hippen Designer-Möbeln, in Decken, im Tresen, im Fußboden und in Spiegelwänden – überall werden mit Licht die Sinne angeregt.

In Szene setzen und damit dem Gast zeigen, dass man an seinem Wohlbefinden interessiert ist – so lässt sich Licht ohne viele Worte zu einem Marketing-Tool entwickeln, das vor allem in der Wellness-Welt nicht mehr wegzudenken ist. Keine Sauna, kein Dampfbad und kein Ruheraum sind heutzutage noch „normal“ beleuchtet. Unter Wasser und über Wasser, in Beauty- und Behandlungsräumen, in den Wellness-Suiten und in den Wellness-Gärten – der Gast findet heute in allen Bereichen der Hotellerie eine hohe Beleuchtungsqualität die ihn positiv stimuliert, entspannen lässt und sich sogar seinem Biorhythmus anpassen kann.

Etwas Besseres hätte der Lichtindustrie nicht passieren können – es wird nicht mehr Licht, sondern es werden Emotionen verkauft. Mit dem Hinweis auf die Gästeorientierung wird Licht für den Hotelier zu einem „Must have“. Da macht Verkaufen doch Spaß.

”