

Top hötetel

DIE FACH-ILLUSTRIERTE FÜR DAS HOTEL-MANAGEMENT



NEUE HOTELS

**KAMEHA WIRD
ERWACHSEN**

BEWERTUNGEN

**PIMP MY
REPUTATION**

ITB-NACHLESE

**DIGITALE
NEUORDNUNG**

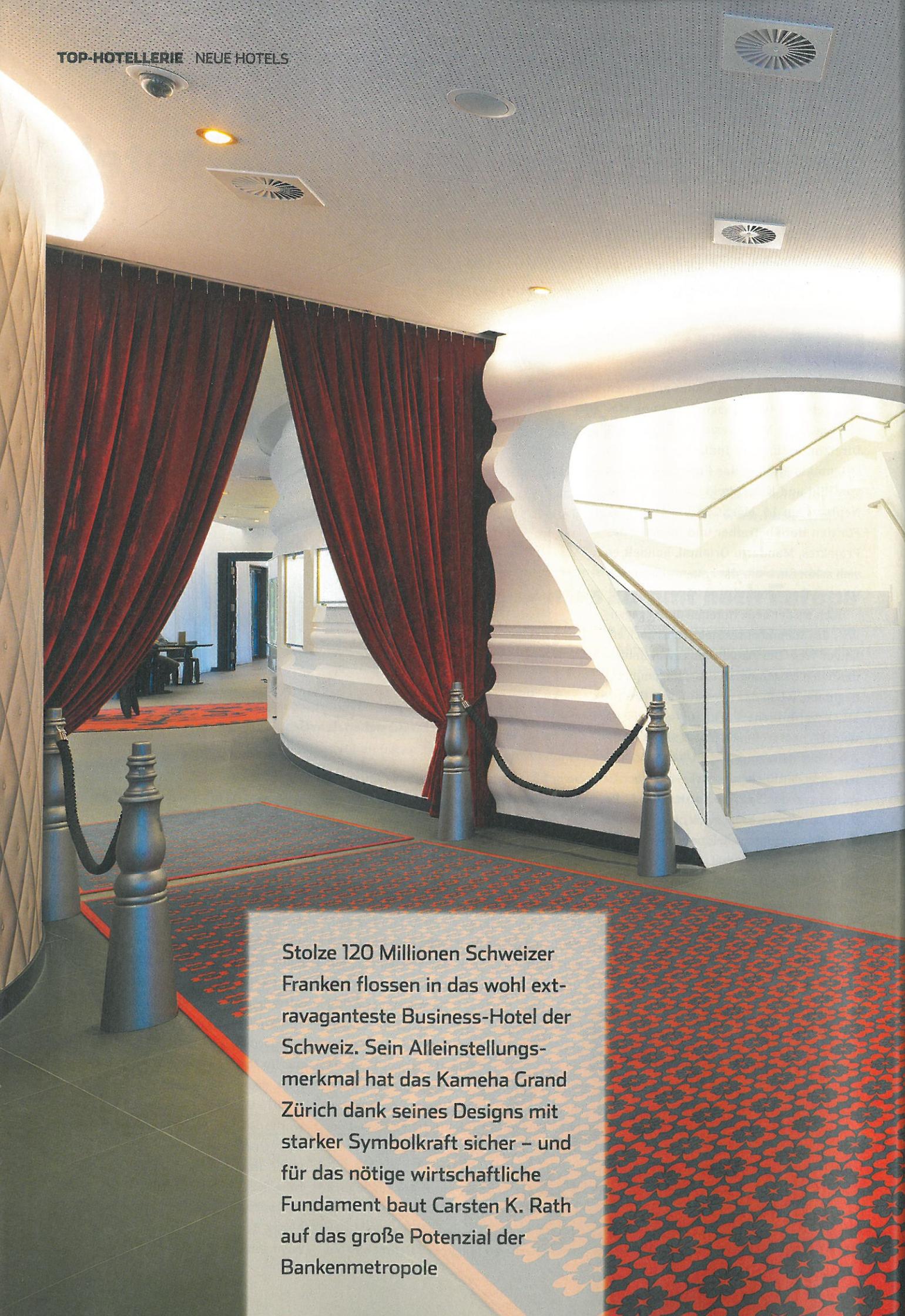
MICE-CHECK

**DIE CRUX MIT DER
WEB-BUCHUNG**



HOLOGRAFIE-TECHNIK BEI DER NH HOTEL GROUP

Virtuelle Nähe



Stolze 120 Millionen Schweizer Franken flossen in das wohl extravaganteste Business-Hotel der Schweiz. Sein Alleinstellungsmerkmal hat das Kameha Grand Zürich dank seines Designs mit starker Symbolkraft sicher – und für das nötige wirtschaftliche Fundament baut Carsten K. Rath auf das große Potenzial der Bankenmetropole



**Kameha
ist erwachsen
geworden**



Herzstück des Hotels ist der Ballsaal »Kameha Dome« (unten), kulinarisch gibt das italienische Hauptrestaurant »L'Unico« (li.) mit offener Showküche den Ton an.

In authentischem Ambiente können die Gäste in der »Shisha Lounge« (re.) bei sanfter Musik Shishas, arabische Getränke sowie eine Auswahl an gerösteten Nüssen genießen



Rückblick: 2010 kaufte Mettler das Grundstück in Opfikon zu einem Zeitpunkt, als dort noch Kühe grasten – heute entsteht hier der neue Stadtteil »Glattpark« für rund 6.500 Einwohner und 7.500 Arbeitsplätze. Ein Jahr später startete die Planungsphase, bei der Rath wesentliche Funktionalitäten des Hotels festlegte. Entscheidend ist hierbei die imaginäre Trennung des Hauses in zwei Hälften: auf der einen Seite der A-la-carte-Bereich mit Shisha-Lounge, italienischem Restaurant, »Puregold Bar« und Smokers Lounge, auf der anderen die Konferenz- und Eventräume. Im Zentrum des Hauses gelegen und damit verbindendes Element aller Outlets ist die Bar samt ihrer Kühlräume. Rath: »Die Bar ist nicht eine Bar, es sind genau genommen vier

Die Region Zürich hat ein Hotel bekommen, das nicht zur 08/15-Kategorie zählt.« Das sagte – sehr sachlich – Jörg Arnold vom Verein Züricher Hoteliers, als er Ende Februar auf den neuen Mitbewerber im Stadtteil Opfikon angesprochen wurde. Deutlich emotionaler lesen sich die ersten Bewertungen auf Portalen wie TripAdvisor. So schreibt User »dpreisig« aus St. Gallen: »Das Kameha hebt sich mit seinem besonderen Design von vielen langweiligen Mainstream-Hotels ab. Die Liebe zum Detail erkennt man im ganzen Haus. Ein geniales Konzept, durchdacht und durchgezogen bis ins kleinste Detail – Kompliment!« In der Tat ist der zwischen Innenstadt und Flughafen gelegene Newcomer nicht wirklich mit seinen Mitbewerbern vergleichbar, was sich bereits bei der Kategorisierung zeigt. In die Schublade »Luxushotel« will Carsten K. Rath das 245-Zimmer-Haus nicht stecken lassen, vielmehr betitelt er es mal als Corporate-Hotel, mal als Grand Hotel anno 2015. Im Interview mit Tophotel (sh. S. 31) erklärt der deutsche Hotelier, dass das neue Kameha im Vergleich zum Bonner Haus erwachsen geworden sei: deutlich ruhiger, weniger verspielt, dabei aber romantischer. Ein Grund für diese gelungene Evolutionsstufe ist der Tatsache geschuldet, dass sich Rath erstmals in seiner Karriere die Gelegenheit bot, ein Hotel von Anfang an mitzuplanen. »Aufgrund der Partnerschaft mit unserem Schweizer Gesellschafter Peter Mettler gab es keine Ressentiments, keine Egoismen, keine Eitelkeiten«, erklärt Rath.



Bars: die Servicebar zum Restaurant, die Cocktailbar zur »Puregold Bar«, die Kaffee- und Kuchenbar zur Lounge und die Konferenzbar zum Tagungsbereich. Daher benötigen wir lediglich eine Bar-Mannschaft und ein Kühlhaus, was zu überaus rationalen Arbeitsabläufen führt.

Die Rath-Pläne bezüglich des 915 Quadratmeter großen, lichtdurchfluteten Ballsaals mit 7,60 Meter Deckenhöhe und 350 Quadratmeter Dachterrasse waren in den Augen der Kameha-Investoren dagegen nicht auf Anhieb rational, schließlich ist Bedachtsamkeit und Mäßigung Teil der Schweizer DNA. Der deutsche Hotelier setzte den »Kameha Dome« – nach Aussage von Rath der größte Ballsaal der Schweiz – dennoch durch und plant hier Hochzeiten und Firmenanlässe ebenso wie glamouröse

Feiern und Auto-Präsentationen. Maßstäbe setzt der sechsstöckige Newcomer auch in puncto Gastronomie. Das japanische Fine-Dining-Restaurant leitet mit Norman Fischer der ehemalige Küchenchef des Parkhotel Bremen, dem bereits

kurz nach Eröffnung des »Yu Nijyo« Sterne-Niveau attestiert wurde. Und im italienischen Hauptrestaurant, dem »L'Unico«, setzt der italienische Chefkoch Iginò Bruni unter anderem auf handgemachte Pasta, die vor den Augen der Gäste in der offenen Showküche hergestellt wird.

Eigentlicher Star des Hotels ist aber das extravagante, neobarocke Innendesign, für das der holländische Designer Marcel Wanders verantwortlich zeichnet. Herausgekommen ist eine Inneneinrichtung, die augenzwinkernd

Kameha Grand Zürich

Dufaux-Straße 1
CH-8152 Glattpark / Zürich
Telefon +41-44-5255810
www.kameha.com

Kategorie Lifestyle Hotel

Gastgeber Carsten K. Rath

Zimmer 245; **Preise** DZ ab 290€, Themensuite ab 1.340 €, »King Kameha Suite« ab 2.500 €

► MINIBARS ► ZIMMERSAFES

Ausgestattet mit modernster
Technik von HARTMANN TRESORE:
Kameha Grand, Zürich

- Einwurftresore
- Depositoresore
- Schließfachanlagen
- Backoffice-Tresore



Energieeffizienzklasse A+

- Besonders niedriger Energieverbrauch!
(nur 0,26 kWh/24h)
- 100% geräuschlos

Katalog unter:
Tel. 05251-17440
info@hotelsafes.de



**HARTMANN
TRESORE AG**





Ob stilisierte Goldmünzen an der Wand der »Pure Gold Bar« (li.), Minibars in Form eines Tresorschranks in der Deluxe-Suite (unten li.) oder die Trennwand zum Badezimmer in Schokoladentafel-Optik wie in der »Diva Suite« (unten) – das von Marcel Wanders gestaltete Interior Design integriert »Swissness« auf charmante Art und Weise



»Wir haben versucht, Architektur und Design zu einer perfekten Symbiose zu verbinden. Eine gewisse Verrücktheit bei der Inneneinrichtung gehört zum Konzept.«



mit Elementen spielt, welche gemeinhin der Schweiz zugeordnet werden: Trennelemente, die wie Schokoladentafeln aussehen, Minibars in Tresorform, stilisierte Goldmünzen als Einleger im Teppich und an der Rückwand der Bar und immer wieder die Glocke als Symbol für Ankunft und Zusammenkunft – der Gast kann ständig Symbolhaftes entdecken. »Wir haben versucht, Architektur und Design zu einer perfekten Symbiose zu verbinden. Eine gewisse Verrücktheit bei der Inneneinrichtung gehört zum Konzept«, erklärt Rath, der das Storytelling ganz bewusst ins Marketing einbindet.

Prädestiniert hierfür sind die elf individuellen Themensuiten mit Namen wie »Diva Suite«, »Watchmaker Suite«, »Fair Play Suite« oder »Poker Face Suite«. Letztere ist mit einem Roulettetisch und Pokerkarten ausgestattet. Absolutes Highlight wird aber die »Space Suite« des weltbekannten Fotokünstlers Michael Najjar werden, die sich derzeit in der finalen Phase der Fertigstellung

befindet und den Gast auf eine faszinierende Reise ins Universum mitnehmen soll. Gleichzeitig ist es der einzige Raum im Kameha Grand Zürich, der nicht aus der Designfeder von Marcel Wanders stammt. Dafür hat der Holländer – neben der durchwegs außergewöhnlichen Einrichtung von der Lobby bis hinauf in den Spabereich – seine ganz eigene Visitenkarte im Hotel hinterlassen: Wie in Bonn gibt es auch in Zürich wieder eine Kameha-Blume – vielmehr ein ganzes Bouquet an Schweizer Blumen, wobei der niederländische Designer neben Berggewächsen wie Enzian und Silberdistel spitzbübisch auch eine Tulpe mit eingeschmuggelt hat.

MATHIAS HANSEN

»Zürich hat noch viel Potenzial«

Für Carsten K. Rath stellt das Kameha Grand Zürich eine Premiere dar: Es ist das erste Hotel, bei dem der Gründer & CEO der Kameha Hotels die Chance hatte, es von Anfang an mitzuplanen. Mit entsprechendem Enthusiasmus ging der 48-Jährige ans Werk, was ihn »viel schöne Kraft« gekostet hat. Im Interview erklärt Rath den Standort Zürich, die Vorteile der Autograph Collection und die Fortschritte beim Design

Tophotel: Herr Rath, Bonn bezeichneten Sie vor einigen Jahren als meist-unterschätzten Hotelstandort Deutschlands. Welche Aussage würden Sie diesbezüglich für Zürich treffen?

Carsten K. Rath: Zürich verändert sich gerade mit rasanter Geschwindigkeit. Ich glaube, dass die Stadt trotz der Banken- und Währungskrise weiter wächst. Weiterhin glaube ich, dass Zürich noch viel Potenzial hat, das es zu entdecken gilt. Bremsklotz ist derzeit zweifellos die Währung. Aber gleichzeitig spült sie uns zahlreiche Menschen in die Stadt: 800 Milliarden Euro griechisches Vermögen – das muss ja irgendwo hin. Und der Dollar erstarbt – unser Markt Nummer eins neben der Schweiz sind die Vereinigten Staaten.

Tophotel: Entwickelt sich der Markt so, wie Sie ihn eingeschätzt hatten?

Rath: Nein. Ich hätte beispielsweise nicht damit gerechnet, dass wir bis dato weitaus mehr amerikanische als deutsche Gäste haben. Letztere liegen derzeit nur auf Platz fünf, noch hinter den Briten, Franzosen und Arabern. Zudem hatte ich eine Auslastung von 60 Prozent avisiert – dies werden wir im ersten Jahr wohl nicht erreichen und stattdessen bei rund 50 Prozent landen. Dafür



**Kein konventioneller Hotelier:
Carsten K. Rath**

werden wir in der Rate deutlich besser sein – etwa 290 statt der geplanten 240 Schweizer Franken.

Tophotel: Bei der Eröffnung des Bonner Kameha wurde sofort eine Partnerschaft mit den Leading Hotels of the World angestrebt. Weshalb haben Sie in Zürich darauf verzichtet und sich stattdessen der Autograph Collection von Marriott angeschlossen?

Rath: Leading macht einen tollen Job. Aber: Erstens gibt es in Zürich bereits mit dem Widder, dem Dolder und dem Baur au Lac drei Mitgliedsbetriebe, daher muss ich nicht das nächste Leading-Hotel aufmachen. Zweitens bin ich der Meinung, dass es keine Gruppe gibt, die in der Buchungsmaschine stärker ist als Marriott. Drittens lässt uns die Autograph Collection bei unserer Arbeit komplett freie Hand. Und viertens haben wir natürlich genau analysiert, wer zu uns kommen soll: Das sind nicht zuletzt jene Berater und Geschäftsführer, die ihre Marriott-Punkte sammeln wollen.

Tophotel: Wie aufwendig war die Rekrutierung der Mitarbeiter? Und gibt es einen Austausch mit Bonn?

Rath: Unter den 160 Mitarbeitern und 20 Führungskräften in Zürich sind 50 Mitarbeiter, die bereits einige Jahre für Kameha tätig sind. Darüber hinaus haben wir vor allem international rekrutiert, da es in der Schweiz quasi keine Arbeitslosigkeit gibt und der Fachkräftemangel extrem stark ausgeprägt ist.

Tophotel: Wo sehen Sie mit Blick auf das Design die größten Unterschiede zum Bonner Haus?

Rath: In Zürich ist Kameha erwachsen geworden. Es ist deutlich ruhiger, weniger verspielt, dabei aber romantischer. Zudem ist es auch qualitativ sehr hochwertig, was sich nicht zuletzt an den Gesamtkosten von 120 Millionen Schweizer Franken ablesen lässt.

TOP-PARTNER
KAMEHA GRAND ZÜRICH

Mühdorfer

FBF
bed&more

ALISEO^{GmbH}
GERMANY

HÄFELE

ZIEHER
GERMANY

Convotherm

HOSHIZAKI

TAFELSTERN
professional porcelain

wanzl

m mebloform
the furniture expert

ORACLE | micros

HARTMANN
TRESORE^{AG}

Dallmayr

VESCOM

obad.at