

MEDIENMITTEILUNG

Yoga-Retreat, Gentlemen's Club und eine Burlesque Suite - die ganze Welt im Kameha Grand Zürich

Zürich, Juni 2015 - Swissness, Sport und das Feeling der großen weiten Welt: In den Kameha Themensuiten ist Platz für Gentlemen und Prinzessinnen, für Diven und Sportler. Vor allem für alle, die einfach gutes Design zu schätzen wissen.

„Watchmaker“ heißt die Suite mit der Nummer 361: 44 Quadratmeter ist sie groß, der Blick kann durch die große Fensterfront über den Kameha Garden streifen. Schwarz ist die vorherrschende Farbe. Doch der Clou sind die Uhren - nicht alle aus der Schweiz. „Zeit ist heutzutage wahrer Luxus. Wir animieren unsere Gäste in der Suite dazu, die Zeit den schönen Dingen zu widmen“, sagt Carsten K. Rath, Gründer und CEO der Kameha Hotels & Resorts. Manche der Uhren sind ganz außergewöhnlich: Ziffern sucht man vergeblich, statt dessen zeigen witzige Sprüche wie zum Beispiel „jump for joy“ oder „go for beauty sleep“ an, wie spät es ist. Insgesamt finden sich ganze elf in der Suite - von der Kuckucksuhr bis zum japanischen Designerstück. „Und die Schweizer Bahnhofsuhr darf natürlich auch nicht fehlen“, so Rath.

Noch mehr Swissness findet sich in der Serenity Suite: Das Toblerone-Sofa ist weiß mit silbernem Muster, ähnlich ist die Wand dahinter. Wie die gesamte 50 Quadratmeter große Suite strahlt auch das Mobiliar Ruhe aus, Serenity. Eine Yoga-Matte und Thera-Bänder liegen zum Workout bereit, Yoga-Ratgeber zeigen Anleitungen und Bücher weisen den Weg zu innerer Ruhe und Einkehr. Die große Wanne im Bad und das gemütliche Bett tun ein übriges, um für echte Entspannung zu sorgen.

Ganz anders ein Stück weiter, auf demselben Flur: In der Workout Suite gibt es nicht nur eine ganze Wand voller Medaillen, sondern auch ein Laufband, eine Sprossenwand mit Krafttraining-Funktion und eine ganze Reihe verschiedener Hanteln. Der Boden ist derselbe wie in einem Leichtathletik-Stadion, der Couchtisch sieht aus wie eine Tischtennis-Platte.

Eher männlich geht es auch in der Fairplay Suite (inklusive Sandsack, Boxhandschuhen und Dartscheibe) und in der Gentleman Suite mit James-Bond-

Thema im Eingangsbereich und Roulette-Tisch zu.

Deutlich filigraner und zarter in den Farben: Die Prinzessinnen Suite, die Diva und die Burlesque Suite. Rosa Rosen, ein Moviestar-Schminktisch und eine Kleiderbüste geben sowohl der Prinzessin als auch der Diva das adäquate Umfeld, in der Burlesque Suite herrschen rot und schwarz vor. Dazu gibt es einen geheimnisvollen Koffer, ein rundes Bett und ein Chesterfield-Sofa.

Es gibt auch Unisex-Angebote: Die Ghostwriter Suite zum Beispiel oder die Oriental Suite. „Jede einzelne der elf Suiten ist mit großer Liebe und einem guten Auge fürs Detail eingerichtet worden“, sagt Rath. „Unsere Gäste sind tatsächlich in einer anderen Welt, wenn sie die Tür hinter den großzügigen Räumen schließen.“

Doch so klar die Fassade und die Räume von ihrer Form erscheinen und so modern die Systeme in diesem stylischen Grand Hotel funktionieren – Neobarock ist der Stil der öffentlichen Räume. Modern und opulent. Mit Anleihen an die Umgebung – „Swissness ist bei uns das vorherrschende Thema“, sagt Rath. Sei es als Form eines Goldbarren, einer Tafel Schokolade oder frischer Milch aus den Schweizer Bergen.

Die Experten von tecArchitecture zeichnen für die Architektur verantwortlich. Das Innendesign hat Marcel Wanders gestaltet. Entstanden ist am Zeichenbrett des weltbekannten Designers vor allem eines: ein einzigartiges Haus mit gemütlichen Räumen, in denen sich jeder Gast wohlfühlt. Urlaub für das Auge – oder Inspiration für die Business-Besucher. Das alles hat Wanders geschickt vereint.

Passend zu den Themensuiten hat das Kameha Grand Zürich eigene Packages aufgelegt: „50 Shades of ...you“ bietet zwei Übernachtungen in der Burlesque Suite inklusive professionellem Fotoshooting mit Model-Fotograf, Make-up, Posen-Coaching und fünf Fotos, ganztägig bestellbarem Frühstück in der Suite und einer Flasche Champagner als Willkommensgruß ab 1.920 EUR pro Nacht. Sportskanonen und Gesundheitsbewusste erhalten mit „Pure Power“ ab 946,00 EUR pro Nacht eine Übernachtung in der Workout Suite inklusive reichhaltigem Frühstücksbuffet, Low-Carb-Drei-Gang-Menü serviert auf der Suite mit Detox-Getränk als Aperitif, einem Glas Biowein und grünem Tee als Dessert sowie 45-minütigem Workout mit Personal Trainer in der Suite.

Kameha Grand Zürich

Auf der Hotelwebseite www.lieblingsplatz.com erhält man Einblicke in das aussergewöhnliche Gesamtkonzept des Kameha Grand Zürich, dessen Lifestyle-Atmosphäre und Herzlichkeit den Gast in den Mittelpunkt allen Handelns stellt. Dank seiner einzigartigen Verschmelzung von technischen Innovationen und herzlichem Service stellt das Kameha eine attraktive Ergänzung in der Zürcher



Hotelszene dar. Nur drei Monate nach der Eröffnung wurde es bereits vom renommierten Hotelrating der Sonntagszeitung unter den Top 10 der besten Stadthotels der Schweiz positioniert. Carsten K. Rath, Gründer und CEO der Kameha Hotels & Resorts wurde darüber hinaus als „Newcomer des Jahres“ ausgezeichnet. Das Hotel befindet sich nur rund sechs Minuten vom Flughafen sowie acht Minuten vom Zürcher Hauptbahnhof bzw. Stadtzentrum entfernt – beste Voraussetzung für Geschäftsreisende. Der unweit vom Hotel gelegene Badensee mit 550 Metern Länge, 41 Metern Breite und drei Metern Tiefe ist der wohl größte Pool eines Schweizer Hotels. Eingebettet ist er in das 128.000 Quadratmeter große Naherholungsgebiet mit weitläufigen Wiesen und Wäldern. Vielfältige Freizeitangebote wie Ping-Pong-Tische, ein Beach-Volleyball-Feld, Basketball-Court, Fußballplatz, Grillstellen, ein Bike-Park sowie eine eigene Karte mit Jogging-Routen lassen keine Wünsche für Frischluftsuchende offen. Weitere Informationen und Bildmaterial unter www.lieblingsplatz.com. News rund um das Kameha Grand Zürich gibt es zudem auf www.facebook.com/kamehahotelsresorts.

Über die Lifestyle Hospitality & Entertainment Group AG (LH&E Group)

Die LH&E Group ist eine Betriebs- und Management-Gesellschaft der Kameha Hotels & Resorts. Kameha betreibt und managt internationale Lifestyle-Hotels, Luxus-Resorts, private Design-Residenzen sowie erstklassige Event-Gastronomie. Gründer und CEO ist Carsten K. Rath, Präsident des Verwaltungsrates ist Peter Mettler. Das erste Hotel der LH&E Group, das Kameha Grand Bonn, wurde mit zahlreichen nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet, wie beispielsweise als „Bestes Hotel des Jahres weltweit“ (Diners Club Magazin Award), „Hotel des Jahres“ (Busche Verlagsgesellschaft), „Bestes Event Hotel des Jahres“ (Location Award), „Deutschlands Trendhotel Nr.1“ (TripAdvisor) und als „Arbeitgeber des Jahres 2011/2012“. Nach der erfolgreichen Positionierung der Kameha Suite in Frankfurt am Main, ausgezeichnet mit dem Location Award 2012 als „Beste Historische Event-Location in Deutschland“ sowie des Kameha Grand Bonn, lanciert die LH&E Group nun weitere Projekte wie das Kameha Grand Zürich.

Autograph Collection Hotels

Außergewöhnliches aus Film, Kunst, Design und Literatur, gebündelt zu einem einzigartigen Aufenthaltserlebnis, das sind die mehr als 80 unabhängigen, luxuriösen Lifestyle-Hotels der Marke Autograph Collection, angesiedelt in den attraktivsten Destinationen weltweit. Ausgewählt wurden die Häuser aufgrund ihres ausgeprägten Charakters und ihrer bemerkenswerten Besonderheiten: ob markantes Wahrzeichen, außergewöhnliches Design oder bestes Resortangebot in seinem Bereich – jedes einzelne Hotel gilt als absolut einzigartig.

www.autographhotels.com

Facebook: www.facebook.com/AutographCollection

Twitter: www.twitter.com/Autograph

Tumblr: <http://autographcollectionhotels.tumblr.com/>

Instagram: www.instagram.com/AutographHotels

Im Luxus- und Lifestyle-Markenportfolio von Marriott International befinden sich aktuell The Ritz-Carlton Hotel Company, EDITION, JW Marriott Hotels & Resorts, the Autograph Collection, Renaissance Hotels, AC Hotels by Marriott und Moxy Hotels. Dieses macht rund 25 Prozent des Gesamtportfolios des Konzerns aus. Im Laufe der kommenden Jahre sollen mehr als 200 Luxus- und Lifestyle-Hotelprojekte hinzukommen, was einem Investment seitens der Unternehmenseigener und Franchisenehmer in Höhe von 15 Milliarden US-Dollar entspricht.

K A M E H A
G R A N D
Z Ü R I C H

Pressekontakt

Kameha Grand Zürich, Sarah Hosser, Marketing Manager

Dufaux-Straße 1, CH-8152 Glattpark/Zürich

Tel +41 (0) 44 525 58 11, sarah.hosser@kameha.com , www.kameha.com

