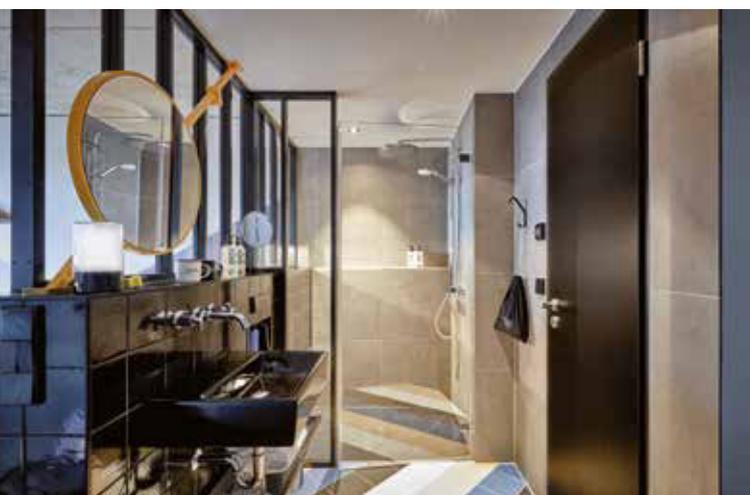


zusammengetan hat. Meyer hat schon andere Bar-Konzepte für 25hours entworfen und nun auch für Düsseldorf u. a. individuelle Cocktails kreiert. Das Design der Bar soll an ein Atelier erinnern, mit Staffeleien und Bildern an den Wänden. Ein Kamin und gemütliche Sitzmöbel stehen in Kontrast zu den offenen Decken, Metallgittern und -regalen – Künstler-Flair meets Industrial Look, Frankreich trifft auf Deutschland. Diesen Gegensatz trägt letztlich auch der Name des Hotels in sich, „Das Tour“ – bestehend aus dem Wort „das“, ein deutscher Artikel, kurz, präzise, schnörkellos, und dem Wort „Tour“, das für den Eiffelturm, die Tour de France, aber auch die Form des Hotelgebäudes steht. Eine perfekt unperfekte Kombination, die eine faszinierende Geschichte erzählt. Und die muss nur noch von den Gästen entdeckt werden.

Sandra Lederer ■



Auch die Badezimmer passen sich den jeweiligen Zimmertypen an. In der deutschen Version (Bild unten, M-Zimmer) herrschen dunkle Farben und klare Strukturen vor. Helle Fliesen und ein verspielteres Design finden sich dagegen im französischen Bad (Bild oben, M-Zimmer).

Bild: S.Herud/25hours (10)

INNENANSICHTEN

Urlaub ist der Höhepunkt des Jahres und passé. Was sagen die Trend-Scouts?

Quellmarkt des Tourismus ist die globale Menschheit mit 7,65 Mrd. potenziellen Touristen. 1.3 Mrd. Menschen kutschierten 2017 durch die Welt. Jedes Jahr sind es zehn Prozent mehr. Der Trend zur Sorge vor „Overtourism“ wächst mit. Er treibt Stadtväter, Regierungen und Bürger um. Angstmache? Kaum. Amsterdam und Barcelona sind nur die Speerspitze.



Winfried D. E. Völcker,
Hotelier
www.voelcker-hospitality.de

... hat rund ein Dutzend internationale Business & Leisure-Hotels, teils mit großen Veranstaltungszentren und mehr als 60 Restaurants & Bars, auf drei Kontinenten eröffnet, geführt oder modernisiert. Völcker Hospitality betreibt, konzipiert und entwickelt Hotels – von der Idee bis zur Eröffnung.

Member CHS (Cornell Hotel Society) USA, RC Wiesbaden-Kochbrunnen, Kaufmannschaft zu Lübeck.

Mitglied im

 **ARBEITSKREIS**
HOTELIMMOBILIEN
ak-hotelimmobilien.de

Sicherheit ist ein Megatrend weltweit und bestimmt zunehmend die Wahl der Reiseziele. Terror hat zwar keine reale Bedeutung für Reisewillige, doch die Angst davor ist ein ernst zu nehmender Faktor.

Individualismus ist voll im Trend. Cocooning auch. Während Airbnb, Low-Budget-Hotels und „Human-Cargo“ fast jeden fast überall hin- und unterbringen, wächst das Bedürfnis, ungewöhnliche Destinationen mit Stil, Charme, Kultur und Klasse zu erleben. Hier liegt die Alternative für Deutschland als touristisches Juwel, prädestiniert für Klasse statt Masse. Halber Aufwand, doppelter Gewinn. Hohe Qualität und Leistung zu einem Preis, der alles regelt: Made in Germany eben.

Die Welt in Bettenburgen auf hoher See zu entdecken, liegt weiter im Trend. Glamping: Camping mit Glamour ist im Kommen. Dauertrend ist die Lust auf Städtereisen bei Jung und Alt. Metropolen liegen vorn, aber auch kleine Städte sind attraktive Ziele. Neugier ist ein Motiv des Reisens. Erholung und Entspannung, um neue Energien zu schöpfen, ebenfalls. Andere Trends: Wellness zur Stärkung des eigenen robusten Gesundheitszustandes. Sport, um aktiv zu bleiben. Spas mit Wohlfühlbehandlungen. Eintauchen in die Natur, um sich selbst zu finden. Events, Kultur und eine kontaktpendende, abwechslungsreiche Gastronomie liegen im Trend, genauso wie schickes Shopping.

Investitionen in touristische Destinationen, in Hotelbau und Gastronomie sind Impulse für Tourismus und Freizeitwert. Hotellerie und Gastronomie sind Infrastrukturbereiter und städtebauliche Entwicklungskatalysatoren.

Winfried D.E. Völcker