

Ein Paradies für den modernen Reisenomaden

«The Flag» mit innovativem Apartment-Konzept neu in Zürich.

Geschäftsleute übernachten zum Teil über Jahre häufiger in Hotelzimmern als in ihren eigenen vier Wänden. Das Leben aus dem Koffer ist für sie normal oder zumindest ein Zustand, den sie akzeptieren müssen. «Hier setzt «The Flag» in Zürich an: Das Apartment-Hotel passt sich den Bedürfnissen der Reisenomaden an und bietet auf diese Zielgruppe ausgelegte Annehmlichkeiten», erklärt Rudolf Muhr, der Besitzer des Hotels. So können die Zimmer bei «The Flag» bis zu drei Monate gemietet werden. Das Konzept ist für internationale Gäste eine langfristige Alternative zu anderen Hotelformen. Jedes der 104 Zimmer verfügt über die neusten technischen Features. Die Grösse der Standardzimmer variiert von 19 bis 23 Quadratmeter während Superiorzimmer eine Fläche von 24 bis 28 Quadratmeter aufweisen. Zusätzlich warten drei Attika-Apartments auf Gäste.

Ein virtueller Concierge

In der Lobby ist ein grosser Holztisch von sieben Metern Länge für bis zu 20 Personen geplant. Der Tisch wird in Graubünden in der Nähe der Lenzerheide aus einheimischen Hölzern exklusiv für «The Flag» entworfen und produziert. Hier wird auf Wunsch das Frühstück serviert. Der modern und grosszügig gestaltete Raum bietet auf 120 Quadratmetern auch Platz für Besprechungen in kleinen Lounge-Ecken. Zusätzlich stehen auf einigen Etagen Aufenthaltsräume zur Verfügung. Beim virtuellen Concierge können sich die Gäste selbst Infor-

mationen über Zürich einholen: Von den besten Zug- und Busverbindungen über das kulturelle Angebot bis zum Einkaufen über Internet sind die wichtigsten Informationen über hotelteigene Apps abrufbar. Ein weiteres Plus ist das 24-Stunden-Check-in/Check-out-System.

«Die technische Ausstattung von «The Flag» hat Vorbildcharakter», sagt Mounir Brown, Geschäftsleiter des Hotels. Das ganze Haus ist mit kostenlosem WLAN ausgerüstet, USB-Anschlüsse und Netzwerkkabel sind in der Lobby genauso vorhanden wie in Aufenthaltsräumen und Zimmern. Letztere verfügen über Smart TV, also über Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, die eine Telefonkonferenz via Skype ermöglichen. Das Hotelzimmer wird so zum Arbeitsplatz umfunktioniert. Ausserdem können über 200 Filme kostenlos heruntergeladen und verschiedene internationale Fernsehsender live übers Internet empfangen werden. Auch für sportliche Gäste hat das Hotel etwas zu bieten. Die Umgebung macht ausgedehnte Joggingeinheiten möglich. Weiter geht «The Flag» für seine Gäste Partnerschaften mit umliegenden Fitnesszentren ein.

Wie ein Chamäleon

Ein harmonisches Licht- und Farbkonzept gehört bei «The Flag» zur Corporate Identity und bewegt sich in einem weiten Grünspektrum.

Friederike Tebbe vom studio farbarchiv in Berlin zeichnet dafür verantwortlich, wie schon bei den Konzepten von «The Flag» in Deutschland. Das Hotel soll sich, wie ein Chamäleon, in die Umgebung einbinden und je nach Blickwinkel eine entsprechende Farbigkeit aufnehmen. Passend dazu arbeitet das Hotel mit zeitgenössischen und lokalen Künstlern zusammen. «Der erste Auftrag für die Gestaltung dreier der sechs Etagen ging an Tilo Kaiser», sagt Sabine Muhr, die für das Konzept verantwortlich ist. Der 1965 in Frankfurt geborene Künstler komponiert und kollagiert seine Werke in kräftigen Farben in Anlehnung an Pop Art, Expressionismus, Komikzeichnungen und Graffiti. Toto Zumpano gestaltet eine weitere Etage. Der in Argentinien geborene Künstler studierte vor seiner Karriere als Maler Architektur und arbeitete in Argentinien als Professor für Architekturgeschichte. Mit seiner Kunst möchte Zumpano eine Brücke schlagen von seiner inneren Welt zur äusseren und so eine neue, farbige Welt schaffen. Weitere Künstler werden für die verbleibenden Etagen folgen. Ziel ist es, jeder Etage und den entsprechenden Zimmern durch die Arbeiten jeweils eines Künstlers einen eigenen Charakter zu verleihen. In der Lobby steht für wechselnde Ausstellungen eine spezielle Fläche zur Verfügung, die mit einer Ausstellung von Tilo Kaiser eröffnet und dann in erster Linie Schweizer Künstlern rotierend zur Verfügung stehen wird. (chg)



MOUNIR BROWN

Das Hotel ist für Geschäftsleute konzipiert, die länger in Zürich sind. Die Eröffnung von «The Flag» ist für Juli 2013 geplant.

+ PERSONALIA +

Helen und Vic Jacob
Das Direktorenpaar des «Suvretta House» zieht sich zurück

Der Rücktritt erfolgt Ende April 2014 nach 25 Jahren erfolgreicher Führung eines der bedeutendsten Fünfsternehäuser der Schweiz. Ihre langjährige und von Erfolg gekrönte Direktionszeit ist geprägt von investitionsintensiven Erneuerungsphasen und der Erarbeitung eines zukunftsorientierten Masterplans. Als Meilenstein konnte während der Wintersaison 2012/2013 unter der Ägide von Helen und Vic Jacob das 100-jährige Bestehen der AG Suvretta-Haus gefeiert werden. Der Verwaltungsrat bedauert den Rücktritt des Ehepaares und bedankt sich für dessen dauerhaftes, unermüdeliches Wirken und Engagement als passionierter Gastgeber. Auch nach dem Rücktritt von der operativen Leitung verbleibt Vic Jacob im Verwaltungsrat der AG Suvretta-Haus in seiner jetzigen Funktion als Delegierter. (chg)

KÖPFE DER WOCHE



Sarah Fuss, Tabera Eberhard, Sabrina Knittel, Roman Oswald – alte und neue Gastgeber im Restaurant Salzhaus in Solothurn

Ab Mitte April liegt die Führung des Restaurants Salzhaus in neuen Händen: Sarah Fuss und Tabera Eberhard übernehmen die Leitung von Sabrina Knittel und Roman Oswald, die es beruflich ins Ausland zieht. Keine Änderung gibt es in der mit 14 GaultMillau-Punkten ausgezeichneten Küche: Christian Härtege verwöhnt die Gäste weiterhin. Nach über dreijähriger Aufbauarbeit verlassen Geschäftsführerin Sabrina Knittel und ihr Stellvertreter Roman Oswald das «Salzhaus». Den beiden jungen Gastronomen gelang es, den dritten und jüngsten Gastro-Betrieb der Genossenschaft Baseltor in kurzer Zeit zu einer angesagten Feinschmecker-Adresse in der reich bestückten Solothurner Gastro-Szene zu machen. Die beiden Solothurnerinnen Sarah Fuss und ihre Stellvertreterin Tabera Eberhard verfügen über die Ausbildung zur Hôtelière-Restauratrice und kennen das «Salzhaus» durch ihre Praktika bereits bestens. Die zwei neuen Gastgeberinnen können sich auf ein gut eingespieltes Team in Service und Küche stützen. (chg)

Logiernächte: Rückgang im Februar

Von Oktober bis Dezember 2012 sind die Übernachtungen kontinuierlich gestiegen. Doch in den ersten zwei Monaten dieses Jahres sieht es schon wieder anders aus.

Im Januar und Februar 2013 kumulierte sich die Zahl der Logiernächte auf 5,8 Millionen. Dies entspricht einer Abnahme von 1,4 Prozent (-83.000 Logiernächte) gegenüber derselben Vorjahresperiode. Die ausländische Nachfrage registrierte drei Millionen Übernachtungen und damit einen Rückgang von 2,3 Prozent (-70.000 Einheiten). Die Gäste aus dem Inland verzeichneten 2,8 Millionen Logiernächte und damit eine Reduktion um 0,5 Prozent (-13.000 Logiernächte).

Anstieg aus Asien

Die Nachfrage aus dem asiatischen Kontinent erhöhte sich um 26.000 Logiernächte (+21%). Mehr Gäste kamen aus China, Hongkong und Indonesien. Hingegen verzeichneten die Golfstaaten und Japaner eine Abnahme. Weniger Gäste kamen auch aus Amerika, Afrika und Ozeanien. Den grössten Rückgang gab es jedoch bei den Gästen aus Europa (-51.000). Acht der dreizehn Tourismusregionen verbuch-

ten im Februar 2013 gegenüber Februar 2012 einen Logiernächterückgang. Genf verzeichnete mit einem Minus von 30.000 Logiernächten (-14%) den deutlichsten absoluten Rückgang. Die Ostschweiz registrierte eine Abnahme um 15.000 Logiernächte (-9,1%) und das Wallis ein Minus von 9.900 Einheiten (-1,9%). Weniger Übernachtungen gab es auch in der Region Basel und in Graubünden. Demgegenüber verzeichnete die Region Luzern/Vierwaldstättersee mit einem Plus von 13.000 Einheiten (+6,1%) das deutlichste Wachstum. Es folgen die Region Zürich und das Berner Oberland.

Erwartete Abnahme

Überraschend kommt der erneute Rückgang nicht. Das Forschungsinstitut Bak Basel stellt jeweils mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) die Prognosen für den Tourismus vor. Für dieses Jahr rechnen die Experten mit einem Minus von 0,4 Prozent. Erst 2014 soll es mit einem Plus von 1,8 Prozent aufwärtsgehen.

Für 2015 rechnet Bak Basel gar mit 2 Prozent mehr Übernachtungen.

Überrascht von dieser Entwicklung ist auch Schweiz Tourismus nicht. Für Direktor Jürg Schmid ist schon lange klar, dass der hohe Schweizer Franken für den Tourismus eine Herausforderung ist. Europäer blieben deswegen in Scharen weg. Ausserdem sind die Löhne in der Schweiz bis 45 Prozent höher als im Ausland. Schmid findet dazu: «Die Gäste, die für einen Schweiz-Urlaub tief in die Tasche greifen müssen, sollen auch etwas Besonderes erleben.» Die Marketingexperten nehmen 45,6 Millionen Franken in die Hand und heben nun in ihrer Sommerkampagne das Schweizer Brauchtum aufs Podest. Fahnenchwinger, Alphornklänge und altes Handwerk sollen Begeisterung auslösen und sich für den Tourismus in bare Münze umsetzen. Schmid setzt auf Einzigartigkeit: «Die Einkaufsstrassen dieser Welt gleichen sich immer mehr. Da gewinnt das Echte und Unerkennbare an Bedeutung.»

Mario Gsell

ANZEIGE

**AM MITTWOCH
SCHENKT'S FÜR
PROFIS EIN!**

gültig Mittwoch 24. April 2013, solange Vorrat!



Ripasso
Antiche Terre
2009/10
Flasche 75 cl

5.98
Fl

statt 10.14
exkl. MWST



-41%

Cash+Carry
CC A **Angehrn**
Frische für Profis.