

Hotel

der

Zukunft

Das empathische Hotel

**People
after
Meetings**

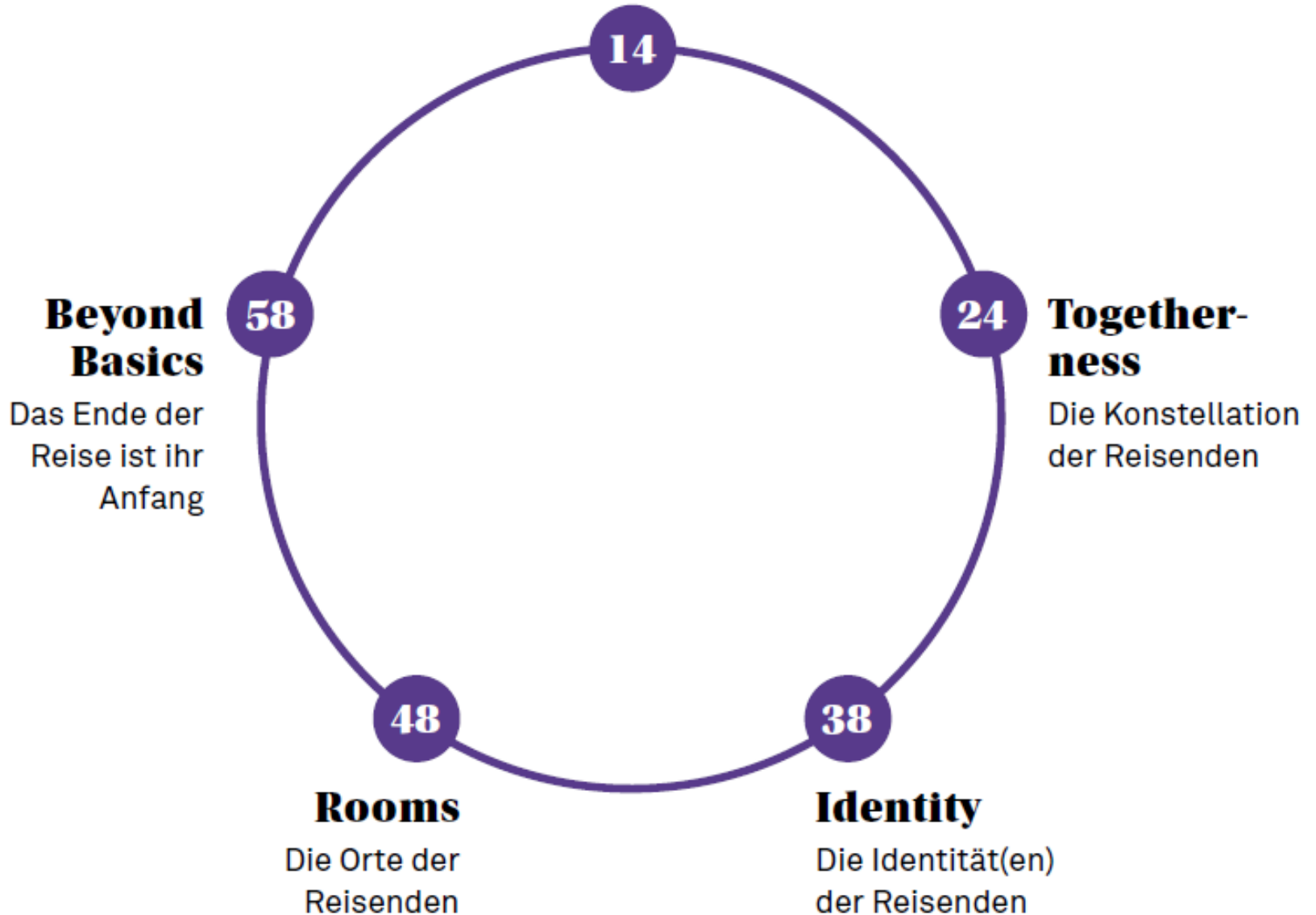


Fotograf: Denis Rouvre, Sony World Picture Award



The Art of Hosting

Der Start der Reise



The Art of Hosting

De-Touristification



WIR-KULTUR

Die Individualisierung der Gesellschaft und ihre neue Tendenz, sich wieder in Gemeinschaften zu orientieren.



SCHAUM-WELTEN

Die Überforderung durch visuellen Lärm, und damit die wachsende Unfähigkeit der Menschen, tiefgreifende Erinnerungen zu erleben.



CONVENIENCE-KONTINUUM

Die ununterbrochene Leichtigkeit des Seins durch ausgeklügelte Logistik-Performances.



GLOBALE DIMENSIONEN

Die reine Zahl an Menschen, welche in den kommenden Jahren viele Grenzen sprengen, auch wenn wir diese im Moment noch bauen.

A man with a beard is sitting on a wooden boat deck, reading a book. The book cover is red and has white text that reads "111 ORTE IN WIEN DIE GESEHEN HABEN MUSS". The man is wearing a dark t-shirt with a logo that says "ENGINE" and "1150". The background shows a wooden railing and a net. The entire image has a purple and pink color overlay.

02

Togetherness

The web is more a social creation than a technical one.





Co-Working, Co-Living, Co-Gardening - überall in den großen Städten entstehen neue Formen gesellschaftlicher Reziprozität, in denen sich das gewordene Ich um ein werdendes WIR ergänzt.

MATTHIAS HORX

**Die Zeit ist überreif für einen Umbruch –
unbedingt weg vom diktatorischen
Führungsstil, hin zu Teambuilding,
Eigenverantwortung und kreativen Freiräumen.**

JOHANNES ROITHER, GASTRONOM







03

Identity



Credit: iStock, Lisa CC



Credit: Pexels



Der „Ich will alles, nur kein Tourist sein“-Fall



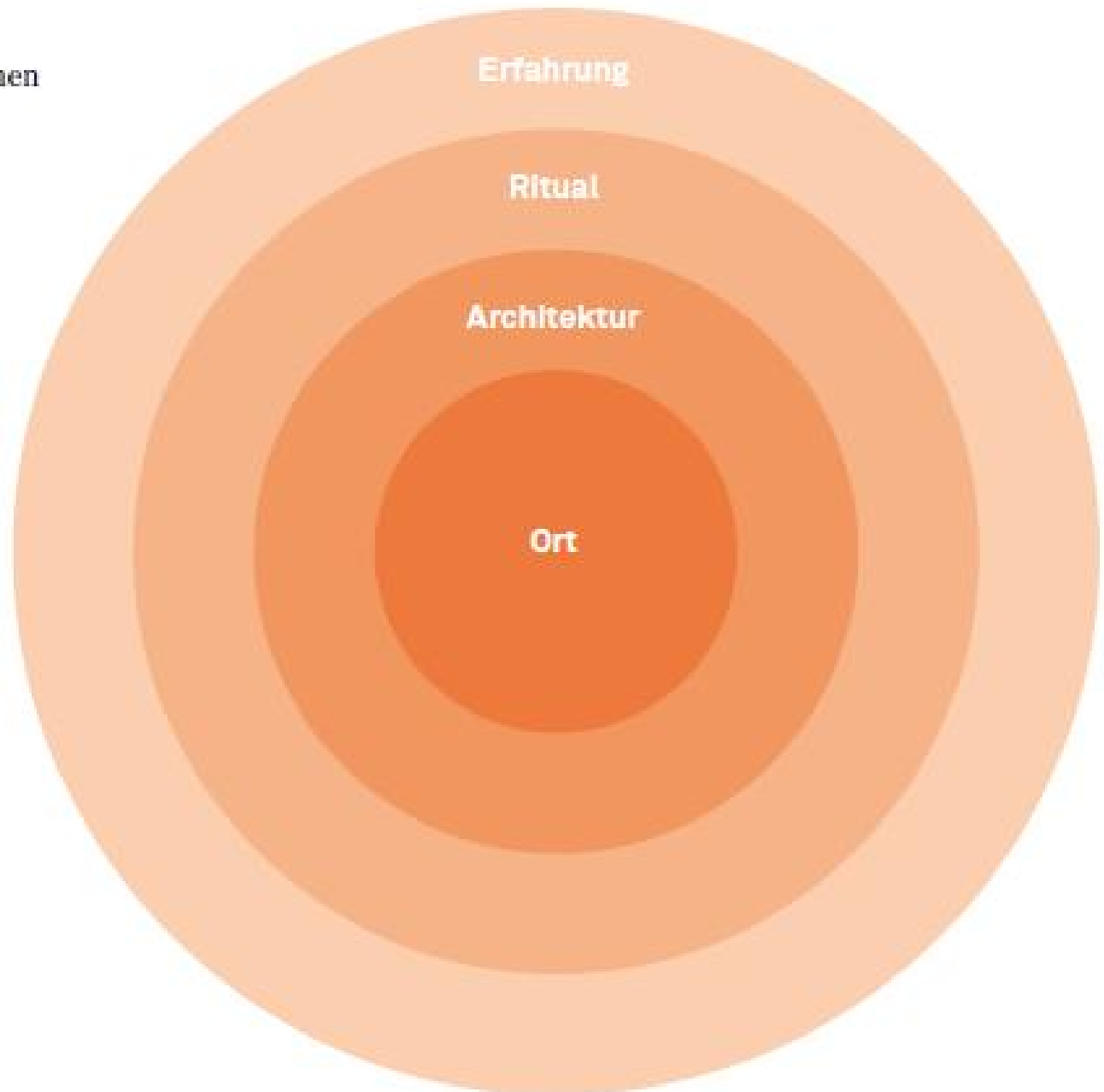
Die „Business-Lady“

Rooms



Ein Ort entsteht

Wechselwirkung zwischen
den Ort-Komponenten



There is no stopping the European quest for the local travel experience.

ALEXANDRA TALTY
FOR FORBES, HOTTEST TRAVEL TRENDS FOR 2015



Credit: Alex Fradette

Beyond Basics

Ich sehe, dass allmählich ein neues Denkmuster entsteht: das des ‚Kommunikationsmarketings‘ anstelle der Marketingkommunikation.

RICHARD EDELMAN, CEO EDELMAN GMBH



Credit: Pexels

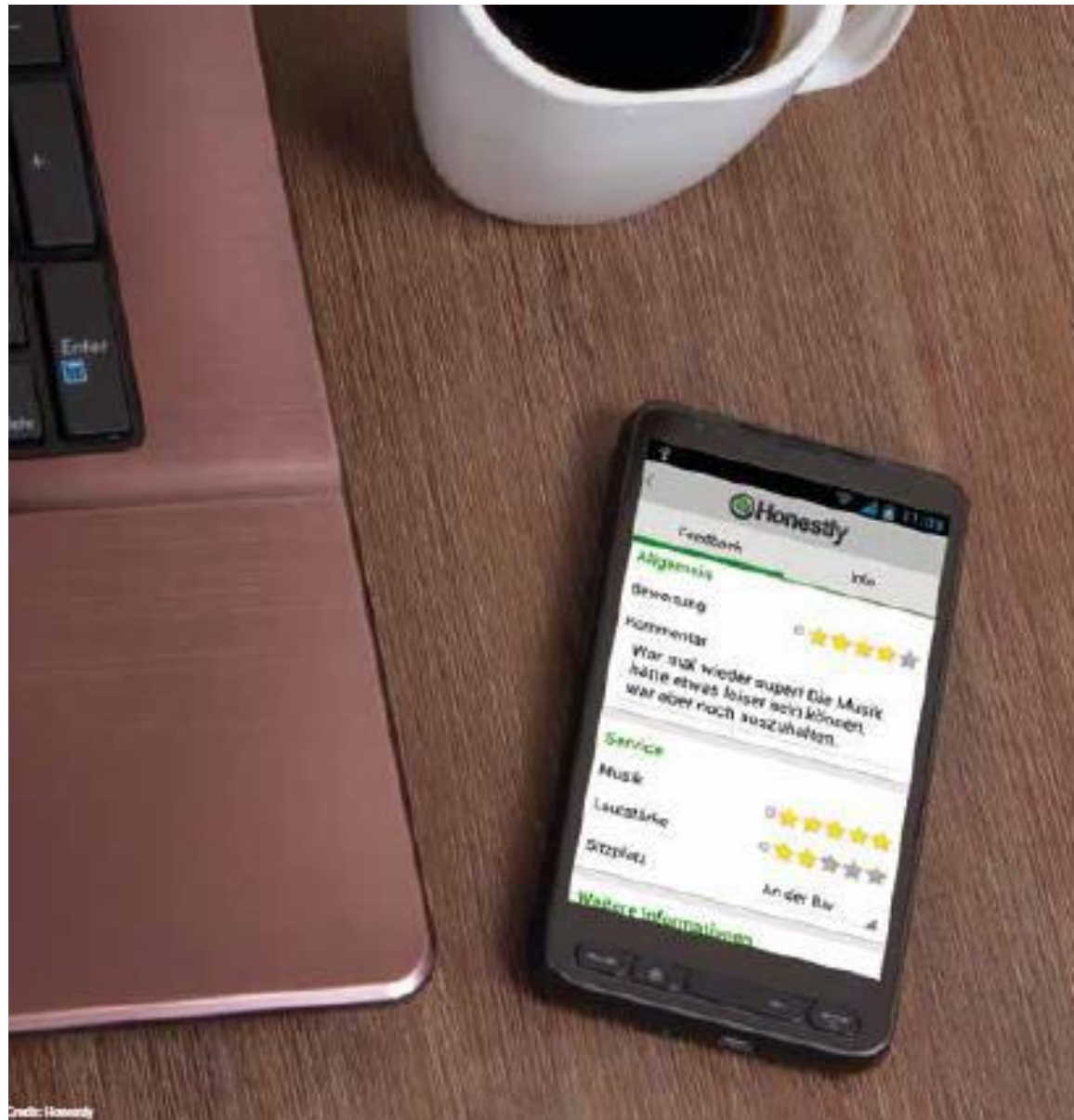
Ein Hotel kann heutzutage nicht jedem alles Gewünschte bieten. Aber es gibt Trends, die für jeden Reise-Typen gelten: Konnektivität, Flexibilität und Personalisierung.

SAMANTHA SHANKMAN,
JOURNALISTIN BEI SKIFT, CONDÉ NAST TRAVELLER





**Die Quintessenz lautet also:
Allrounder sind gefragt,
die an der Schnittstelle von
Gast, Mitarbeiter
und Zahlen arbeiten.**



Zustand:

„permanent beta“

Tim O'Reilly

Casa Campa



VERRINGERN

GRUND

RAUSCHEN

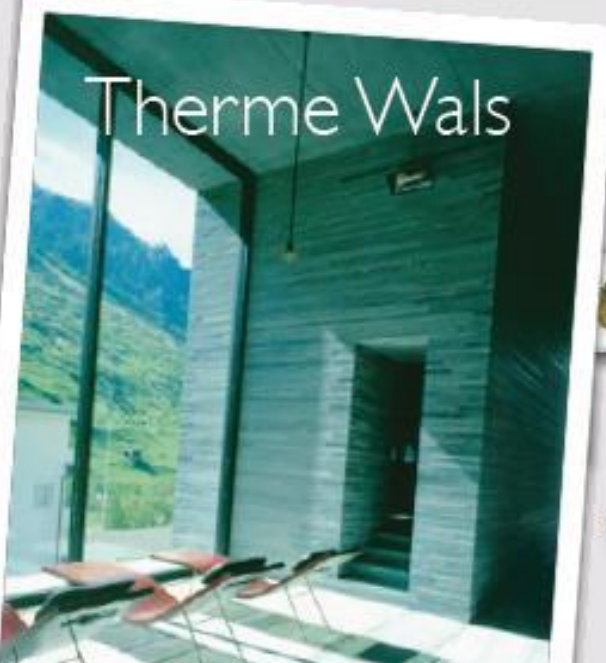
ÜBERZEICHNEN

INTEGR

Hotel Basico



Therme Wals



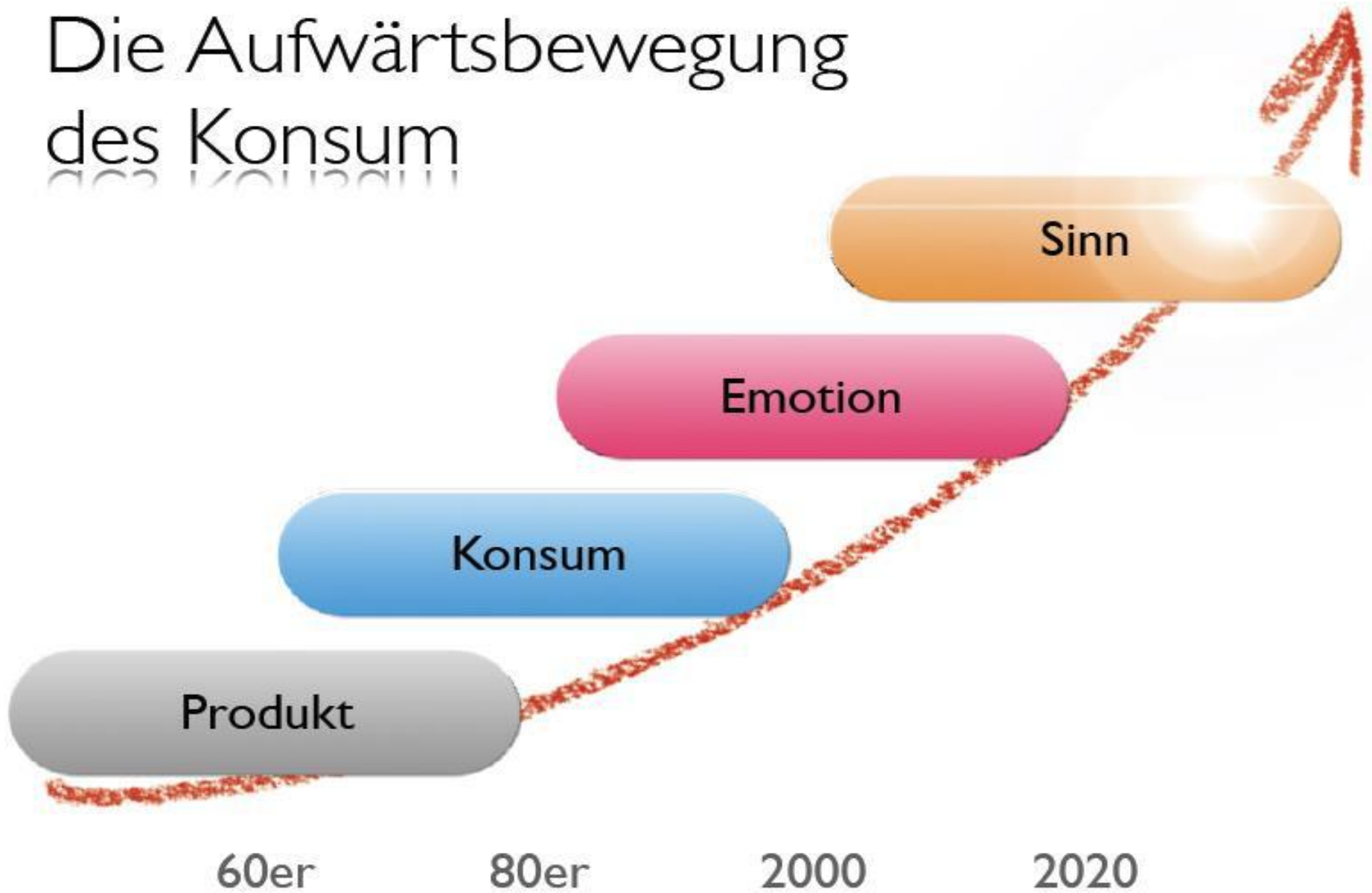
KREIEREN

Quelle: Zukunftsmuseum Österreich, 2011

Mama Shelter



Die Aufwärtsbewegung des Konsum



nicht Krank

fit

Selbstkompetenz

Glücksgesundheit

Sinnhaftigkeit
Balance
Kreativität

Körperwissen

ENERGIE

Kraftreserven
Individual-Verantwortung
Lebensanpassung

Most photographed places in the world





„One surrounds me by luxury.
I can do without everything necessary.“
(Oscar Wilde)



digitainment im hotel der zukunft

Digitainment im Hotel der Zukunft

*"Jede Reise beginnt
mit dem ersten Schritt"*
- Lao Tse



0:04 / 1:17

Gäste der Zukunft

Gäste der Zukunft

*Willkommen im **Hotel der Zukunft***

Check-In



0:04 / 1:25

Erfahrungsraum Hotel der Zukunft

Erfahrungsraum Hotel der Zukunft

*Sind Hoteliers
Erinnerungsdesigner?*

0:04 / 1:05