

Design & Ästhetik - Die richtige Mischung für authentische Urlaubserlebnisse



Falkensteiner Hotel & SPA Bad Waltersdorf (A)

Credit: Michaeler & Partner

Fotograf: Christian Wöckinger

Vahn (TP/OTS) - Designhotels, Fashion Restaurants und modische Erlebniszentren - der Tourismus des 21. Jahrhunderts ist geprägt von einem Ästhetik-Trend, der sich vor Jahrzehnten bereits manifestiert hat, und nun einen der entscheidenden Einflussfaktoren bei Urlaubsentscheidungen darstellt. Das architektonische Design ist hierbei nur ein Element der Ästhetik-Kette.

Das Bedürfnis nach Ästhetik ist so alt wie die Menschheit selbst. Bereits die Behausungen unserer Vorväter drückten über deren ästhetische Gestaltung ihre materielle und spirituelle Macht aus. Seit langem verzaubern uns die Pyramiden der alten Ägypter genauso, wie die romanischen Kapellen und die gotischen Kathedralen.

Die Entdeckung der Architektur als Motor für die Gästegewinnung kommt nicht von ungefähr. Laufend belegen Statistiken, dass Design und Ästhetik touristischer Einrichtungen und Destinationen einen wesentlichen Einfluss auf die Urlaubsentscheidung einnehmen. Eine Ästhetisierung über das Design, sei es des eigenen Betriebes oder der gesamten Region, bietet eine Chance, entscheidende Wettbewerbsvorteile im Kampf um die touristische Aufmerksamkeit zu erwerben.

Obwohl die Wichtigkeit der Ästhetik des touristischen Angebotes allseits bekannt ist, wurde ihr Einfluss auf die Reisemotivation bisher noch wenig erforscht und vielfach stellt sich die Frage, wie dieser Begriff für den Tourismus interpretiert werden kann. Einerseits handelt es sich um ein visuelles Erleben von Räumen, Orten

oder Umgebungen. Andererseits verlangen die Schnelllebigkeit und die Austauschbarkeit des touristischen Angebotes ein eigenes, ästhetisches Erleben, eine Art "ästhetischen USP".

Mit dem Internetboom in den Neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts, mussten vor allem die Hotelbetriebe weltweit ihre Konzepte überprüfen. "Retro chick" war längst out und Boutique Hotels oder thematisierte und "Designhotels" versuchten die Märkte zu führen. Bauliche Mode schafft jedoch schnell alternde Ansätze, die heute die Branche in einen ästhetischen Zugzwang bringen, der Nachhaltigkeit und Authentizität fordert.

Das Design ist hierbei natürlich ein essentielles Element, wobei es aber nicht alleinige Bedingung für den Erfolg ist, für den es nach wie vor keine Rezepte gibt. Kleine, erlebbare Einheiten gehören genauso dazu, wie etwa die Empathie des Personals. Die Architektur muss identitätsbildend sein und gleichzeitig den Gast überraschen, bewegen, Gefühle und Gedanken auslösen.

Das Verlangen nach Authentizität wird ergänzt durch ein Verlangen nach neuer ästhetischer Originalität und Qualität; Orte, wo einzigartige Momente erlebt werden können, wo Design und Ästhetik einen eigenen Lebensstil vermitteln. Der richtige Mix aus den beiden Elementen schafft einen "ästhetischen USP" und somit ein einzigartiges, umfassendes Urlaubserlebnis für den Gast.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at> .

Rückfragehinweis:

Dr. Iris Costazza
Michaeler & Partner
Marketing & PR
Eisackstraße - Via Isarco 1
I-39040 Vahrn - Varna (BZ)
Tel.: +39 0472 978 180
Fax: +39 0472 978 141
skype mp iris costazza
<mailto:iris.costazza@michaeler-partner.com>
<http://www.michaeler-partner.com>
<http://www.press.michaeler-partner.com>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER

INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2009-07-21/13:44

211344 Jul 09

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20090721_TPT0004