

artUNDreise

 MAGAZIN FÜR REISEN, LIFESTYLE UND GENUSS | DEZEMBER 2012 | CHF 6.50

KUBA

Warten auf Cuba libre

TANSANIA

Reisen wie zu Kolonialzeiten

LEBEN MIT STIL

Was ist cool?

ISSN 1662-8551



9 771662 855000



NEU DEFINIERTER LUXUS IM FÜNF-STERNE-SEGMENT

The Peninsula Hong Kong hat in der internationalen Grandhotellerie schon immer den Ton angegeben. Nun wird die Spitzenposition mit der laufenden Umgestaltung nochmals ausgebaut.

VON **WERNER KNECHT**

Das beste Hotel «East of Suez» zu sein, ist zwar schmeichelhaft, aber auch mit happigen Investitionen verbunden. Denn einerseits liegt die Konkurrenz auf der Lauer, und andererseits hegen Jetsetter steigende Ansprüche, die befriedigt werden müssen, will man das Rennen um die Spitzenposition gewinnen. Diesen Podestplatz besetzt und verteidigt das «Pen» mit allem, was man sich unter hochkarätigem Luxus einer Fünf-Sterne-Ikone vorstellt: zwei Helikopterlandeplätze auf dem Dach, eine Flotte von 14 neuen Rolls-Royce Phantoms, «selbstverständlich» im noblen Peninsula-Green, 300 üppig ausgestattete

Gästezimmer und Suiten, gekrönt von der James-Bond-würdigen Peninsula Suite, die den strengen Sicherheitsstandards des US-amerikanischen CIA und der britischen MI5 genügt. Dieser spektakuläre Adlerhorst im 25. und 26. Stockwerk mit Blick auf Victoria Harbour und Hong Kong Island verfügt so über alles, was man sich erträumt: private Eingangshalle, separater Lift zur Helikopterlounge und zum Felix-Dachrestaurant, ein immer startbereiter Rolls-Royce, eine Station für Sicherheitsbeamte und bei Bedarf sieben Schlafzimmer auf der gleichen Etage. Für königliche Dimensionen und absolute Diskretion ist also gesorgt.

Kein Wunder bei so viel Pracht und Glamour, dass das Peninsula für Gekrönte und Ungekrönte zum bevorzugten Ort für einen Hongkong-Trip avancierte. Nun wurde kürzlich die erste Phase eines umfassenden Renovierungsprogramms abgeschlossen, das alle Räume im Hotel-Tower umfasst. Im Gefolge des Neuauftritts werden alle 300 Gästezimmer und Suiten in Design und Technologie auf den neusten Stand gebracht. Die Gesamtinvestition beläuft sich auf umgerechnet 55 Millionen Franken. Momentan erhalten die Zimmer im Original-Gebäudekomplex ihren neuen Look und ihre neue Ausstattung, wobei diese zweite Phase im



Das Design im Felix stammt von Philippe Stark.



Ob Mini oder Rolls-Royce, die Pen-Wagenflotte kann sich sehen lassen.

April 2013 abgeschlossen werden soll und dann zudem die Feierlichkeiten zum 85. Geburtstag der Grand Lady einläutet.

Schicke Eleganz

War das bisherige Design von farbenprächtiger, klassischer Opulenz dominiert, liegt nun der Akzent auf Modernität, Schlichtheit und schicker Eleganz, wobei die neue Raumästhetik die charakteristischen Designansätze und praktische Anwendbarkeit heutiger Luxusjachten, Privatautos und -jets aufnimmt und umsetzt. Edelhölzer, luxuriöse Stoffe und prachtvolle Materialien verleihen dem Gesamtbild Ruhe und Ausgewogenheit, was auch durch die diskrete Farbpalette gewährleistet ist. Zur Ausstattung gehören handgeprägte, lederbezogene Kleiderschränke und Wandpaneele sowie von Vintage-Reisekoffern inspirierte Ledergriffe an den Schubladen. Möbel aus poliertem Wurzelholz, Türen mit geschnitzten Details, Sessel und Sofas in Sonderanfertigungen schaffen ein Ambiente von zeitgemäßem Luxus und Komfort. Von chinesischer Tuschmalerei inspirierte Kunstinstallationen aus bronzelackiertem Stahl sorgen für ein exotisches Flair und sind ortstypisch, genauso wie die kalligraphisch anmutenden, floralen Raumtextilien. Die neue In-Room-Technologie will ihrerseits Luxus

in vollkommen neuer Dimension sichtbar machen. Interaktive Tablets stehen am Bett und am Schreibtisch zur Verfügung und lassen sich je nach Herkunftsland des Gastes in fünf Sprachen voreinstellen.

Ein Gefühl des Wohlbehagens

Spiritus rector des Neuauftritts ist der Schweizer Peter Borer, Chief Operating Officer der Peninsula Hotels. Im Gespräch betont er die Bedeutung einer geschickten Kombination von «hard and soft factors» – also von «harten Faktoren wie Mobiliar, Teppichen und Tapeten» mit «weichen Faktoren» wie Licht, Temperatur, Düften und Klang; Dingen also, die man nicht berühren kann. «Erst dann entsteht eine gute, wohnliche Atmosphäre in einem Hotel. Diese zu erschaffen, gehört zu den wichtigsten und schwierigsten Aufgaben eines Luxushotels.» Deshalb verbringt der alerte Spitzenmanager viel Zeit mit dem hoteleigenen Designteam, um über diese Einflussfaktoren zu diskutieren. «Denn ein Hotel muss jene Stimmung vermitteln, die den Gästen und dem Personal ein Gefühl der Sicherheit und des Wohlbehagens bringt.» Wenn man das «neue» Peninsula Hong Kong betrachtet, darf man erfreut feststellen: Ziel erreicht! ■

www.peninsula.com

HIGHTECH DER SUPERLATIVE

The Peninsula Hotels verfügen als weltweit einzige Luxushotelgruppe über eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Bereich der In-Room-Technologie. Das in Hongkong ansässige Electronic Services Department zählt nicht weniger als 27 Spezialisten, zusammengesetzt aus Elektronik-, Soft- und Hardware-Ingenieuren. Die nun in Hongkong in den neuen Zimmern eingesetzten interaktiven, digitalen Tablets ermöglichen dem Gast Zugriff auf die Restaurant-Menüs, sämtliche Hoteldienstleistungen, die virtuellen PenCities-Guides sowie TV und Radio mit störschallunterdrückenden Kopfhörern. Von den LED-Touchscreens an den Wänden lassen sich sämtliche elektrischen und elektronischen Geräte im Zimmer – beispielsweise Beleuchtung, Klimaanlage, Audio- und Videosysteme oder die Vorhänge – bedienen. Die Tablets erlauben die Übertragung von terrestrischem Fernsehen sowie von 90 Internet-TV und 460 Internet-Radio-Kanälen. Der kostenlose Zugang zu Highspeed-Internet ermöglicht VoIP-Ferngespräche in alle Welt – gratis und franko.





UNVERKRAMPFT AUF DEM PODEST

VON WERNER KNECHT

The Peninsula New York passt zur Adresse Fifth Avenue: Weltläufigkeit, Luxus, Glamour und lockere Multikulti-Ambiance. Mit Up-dates und Zusatzangeboten behauptet sich das Pen in den Palmarès.

Die alljährliche Leserumfrage des US-amerikanischen Conde Nast Traveler hat soeben The Peninsula New York mit 95,4 Prozent aller Stimmen zum besten Hotel in New York City gekürt. Das hoteleigene Spa wurde gar zum besten Spa der USA erkoren; in exklusiver Penthouse-Lage in den obersten drei Stockwerken des Hotels wird auf nicht weniger als 3500 Quadratmetern Spa-Kultur vom Feinsten zelebriert. Man fühlt sich hier versetzt in einen Wald der Ruhe hoch über den Dächern der hektisch pulsierenden Millionenstadt. «Organic Form» lautet das Design-Konzept der 2009 völlig neu konzipierten Wohlfühl-Oase, die nicht weniger als 12 Behandlungsräume im Sinne ganzheitlicher Treatments aufweist. Im Fitnesscenter wartet ein modernes Cardio- und Life-Fitness-Trainings-Equipment auf Gesundheitsbewusste und -suchende.

Erfreulich unpräzise

Wer sich hier gestählt und von negativen Umwelteinflüssen entschlackt hat, fühlt sich moralisch legitimiert für eine stärkende Mahlzeit im Gastrobereich des Hauses. Die Küche kommt erfreulich unpräzise daher mit ungezwungenen, zeitlos modernen Kreationen, wobei die kulinarische

Handschrift vom neuen Küchenchef Cornel Ruh-land stammt. Der bei Berlin geborene Küchendirektor beliefert auch den Sunday-Treffpunkt der New Yorker Society, den in sinnlichen Farben und Formen gehaltenen Salon de Ning im 23. Stockwerk. Von hier aus kann man neben edlen Häppchen und Signature-Cocktails auch den spektakulären Blick auf Manhattans gleisende Skyline genießen – und sich mit etwas Phantasie in einen herrschaftlichen Privatsalon im Shanghai der 30er-Jahre träumen. Diese üppig ausgestatteten Salons bilden mittlerweile ein eigentliches Wahrzeichen der Peninsula Hotels in New York, Hongkong, Shanghai und Manila.

Wer es schliesslich ganz gediegen haben will – bitte sehr: Nahe des Salon de Ning, nämlich auf der 19. Etage, findet man im The Peninsula New York die mit über 300 Quadratmeter luxuriöseste Gästeunterkunft. Die Peninsula Suite wurde völlig neu gestaltet und reflektiert die pen-typische Raumästhetik, in der sich Moderne und Art Déco zu einer stimmigen Einheit verbinden. Alles atmet grossstädtisches Flair und Weltoffenheit, Highlife und Komfort im obersten Segment. Und wer locker mal 24 000 Dollar pro Nacht hinzublätern in der Lage ist, kommt zweifel-

los zu einem prägenden Erlebnis – und hat immerhin Anrecht auf verschiedene inkludierte Goodies.

General Manager Jonathan Crook weiss, worauf es den Pen-Gästen ankommt: «Sie wünschen eine breite Angebotspalette auf höchstem Niveau. Wir bauen unseren Dienstleistungsfächer denn auch permanent aus und bringen überall die unverwechselbare Pen-DNA hinein.»

Selbstverständlicher Luxus

Alle 239 Gästezimmer und Suiten – letztere erfreuen sich einer steigenden Nachfrage – atmen diesen unverkrampften Luxus, und erst noch im Rahmen eines vernünftigen Pricings, zumal man je nach Portemonnaie das passende Angebot wählen kann. Zudem werden immer wieder Packages zu Sonderkonditionen offeriert. Im Herzen Manhattans an der Fifth Avenue gelegen, kann der Gast vom Peninsula New York aus bequem in alle Richtungen ausschwärmen, sich dem Kaufrausch hingeben, die vielen nahen Museen besuchen (das Museum of Modern Art ist gleich um die Ecke) oder jenen Neuentdeckungen nachspüren, von denen er im neuen Online-Lifestyle-Magazin «PenCities» der Peninsula-Hotels (über www.peninsula.com) erfahren hat. Gastronomie, Unterhaltung, Shopping: Alles wird appetitlich serviert – und so das Reisefieber erfolgreich angeheizt. ■

www.peninsula.com