

People & Brands

- 06 Panorama
- 08 Lieblingsplatz
- 10 Auslandschef auf Sansibar

Business & Management

- 12 Hoteltest: Mystery-Besuch im Wasserturm Hotel Cologne
- 20 Expertenanalyse: Tina Froböse ordnet den Hoteltest ein
- 24 #Monotalk: Barbara Muckermann über Luxushotellerie
- 28 Strategie: Die österreichische Verkehrsbüro AG plant die Expansion nach Deutschland
- 32 Serie „Hidden Hospitality“: Die Légère Hotel Group

Spezial: Tophotel Day

- 34 Tophotel Newcomer Award: Die besten Neueröffnungen aus Hotellerie und Hotelgastronomie
- 46 Grand Prix der Tagungshotellerie: Sieger & Impressionen

Food & Beverage

- 50 Profirezept: Sommerlicher Lammrücken à la Egon Heiss
- 52 Selbstgebackenes zum Frühstück: Brotkultur im Hotel
- 56 Produktneuheiten: Frische Impulse fürs Frühstücksbuffet

Trends & Inspiration

- 58 Housekeeping: Was gute Führung ausmacht
- 63 Produktneuheiten: Smarte Helfer fürs Housekeeping

Service

- 03 Editorial
- 22 Steuertipp: Übernachtungssteuer
- 23 Versicherungstipp: Schadenfall auf dem Hotelparkplatz
- 30 Rechtstipp: Neue Gema-Tarife
- 31 Marketing Insight: Zu SEO kommt GEO
- 94 Branchennavigator
- 97 Impressum
- 98 Vorschau



12

Im Check

Tophotel-Hoteltest im Wasserturm Hotel Cologne



10

Auslandschef

Afrika-Liebe: Philipp Schrodinger berichtet von Sansibar

50

Profirezept

Villnösser Brillenlamm von Küchenchef Egon Heiss



70

Strandhaus
mit StoryDas Silt & Sand setzt
auf Beach-Style

88

Licht mit Stil

Tipps & Inspiration
rund um das Thema
Beleuchtung

HOTEL+TECHNIK

- 66 Panoramabild
- 68 Inspiration: Von Bio-Schatten-
spender bis Design-Heizkörper
- 70 Hotelreportage: Das Silt & Sand
setzt auf lässige Beach-Atmosphäre
- 76 Prävention statt Risiko: Sicher-
heitsanlagen richtig warten
- 81 Produkt-News: Von Brandmelder
bis Komplettsystem
- 82 Geschmackssache Trinkwasser:
Interview mit BWT water+more
- 84 Siegerporträt des Wettbewerbs
„Designed to stay“
- 88 „Licht ist mehr als Technik“:
Sabine De Schutter über
Lichtdesign
- 93 Produkt-News: Beleuchtung
im Fokus

34

Tophotel
Newcomer
AwardHotelkonzepte
begeistern mit Mut
und Kreativität



Rundum gut – mit kleinen Kanten

Ein außergewöhnliches Gebäude, ein atmosphärisches Konzept und engagiertes Personal prägen das Wasserturm Hotel Cologne. Der frühere Industriebau bietet stilvollen Rückzug mit urbanem Flair – und jede Menge Potenzial. Hinter der Fassade fehlen an wenigen Stellen noch die letzten Handgriffe, die aus einem guten Erlebnis ein großartiges machen würden.



HOTELTEST



Das prägnante Gebäude im Stadtbild der Domstadt war einst der höchste Wasserturm Europas und bis 1930 die Haupttrinkwasserquelle Kölns.

Reservierung

Wir buchen online drei Wochen vor Reisebeginn. Unsere Entscheidung fällt auf die „Water Junior Suite mit King-size-Bett“, die uns umgehend per Mail als „King Water Junior Suite“ bestätigt wird. 37 Quadratmeter groß, mit separatem Schlaf- und Wohnbereich. Leider gibt es in der Bildergalerie zu dieser Kategorie kein Foto des Badezimmers – wir vertrauen. Besondere Suiten wie die zweistöckige „Cathedral Suite“ mit Domblick, die kunstvolle „Art Suite“ oder die nach dem englischen Ingenieur des einst technischen Meisterwerks benannte „John Moore Suite“ sind zu die-

sem Zeitpunkt bereits ausgebucht. Insgesamt verfügt der Hotelurm über 88 Zimmer, die Hälfte davon sind Suiten, was den Grundrissen geschuldet sein dürfte. Das Größenspektrum reicht von 19 bis 85 Quadratmeter.

Nach der Wahl der Zimmerkategorie wird es verwirrend. Es erscheint eine Vielzahl an Ratenoptionen: „Angebot“, „Angebot – Frühstück inbegriffen“, „Semi-Flex“, „Vorauszahlung“, die Liste ließe sich fortsetzen. Wer sich im Loyalty-Programm „Hilton Honors“ anmeldet oder bereits Mitglied ist, erhält Rabatt. Wir wollen

sichergehen und entscheiden uns für die flexible Rate inklusive Frühstück, die bis einen Tag vor Anreise kostenlos storniert werden kann. Der tagesaktuelle Preis für zwei Nächte: 848,40 Euro. Einen Tiefgaragenparkplatz für 29 Euro je Nacht reservieren wir direkt dazu. Auch Haustiere könnten wir gegen Extragebühr mitanmelden. Assistenztiere wären sogar ohne Aufpreis willkommen. Das Buchen klappt reibungslos, ist aber eine emotionslose Angelegenheit. „Sie sind startklar“, wird immerhin auf der Website mit samt der Buchungsnummer mitgeteilt. Dabei werden gleich auch noch einige Upgrade-Möglichkeiten angezeigt.
Wertung: befriedigend (60 Prozent)

Beginn der Guest Journey

Mit der Bestätigungsmail, die sekundenschnell eingeht, werden auch die Anreiseinformationen kommuniziert. Nochmals hätten wir die Möglichkeit, „Hilton Honors“-Mitglied zu werden. Eine Woche vor Anreise erhalten wir eine Mail mit den Begrüßungsworten „See you soon“. Der gesamte Text, darunter die Buchungsdetails und erneute Links zum Loyalty-Programm sowie der dazugehörigen App, ist in englischer Sprache. Deutsch wäre uns lieber gewesen. Im Rahmen der Reservierung hatten wir die dort vorhandene, sehr umfassende Sprachauswahl noch anerkennend zur Kenntnis genommen.

Wertung: befriedigend (55 Prozent)

Homepage & Social Media

Es gibt die offizielle Hilton-Website, eine Website des Betreibers GCH Hotel Group und eine eigene des Hotels (wasserturm-hotel-cologne.com), die naturgemäß viel persönlicher und weniger nüchtern gestaltet ist als die der Gruppe(n). Ein bildschirmfüllendes Foto rückt das besondere Gebäude in den Mittelpunkt. Wer mag, kann eine Bildergalerie aktivieren.

Ein in die Startseite integriertes Video stellt das Hotel als inspirierenden Rückzugsort dar. Es zeigt einen Schauspieler beim Einstudieren einer Shakespeare-Rolle an verschiedenen Hotel- und Um-



Newcomer Award: Die Sieger 2025

Im hellen Veranstaltungsraum des Nouri Hotels in Bad Krozingen lag Spannung in der Luft – bis der erste Name fiel und Applaus aufbrandete. Babette Kierchhoff, Geschäftsführerin des John & Will Silo-Hotels by Guldsmeden in Bremen, rief ein begeistertes: „Yes!“ Die Freude war berechtigt: Das Hotel in einem umgebauten Hafensilo an der Weser überzeugte die Jury mit Mut, nachhaltiger Umsetzung und einem durchdachten Designkonzept.



TOPHOTEL
NEWCOMER
AWARD

Die Verleihung erfolgte in sechs Kategorien: „Hotel-Opening City“, „Hotel-Opening Leisure“, „Hotel-Reopening City“, „Hotel-Reopening Leisure“, „Hotelgastronomie Konzern/Kette“ sowie „Hotelgastronomie Privat“. Teilnahmeberechtigt waren alle Hotels und Hotelrestaurants im deutschsprachigen Raum, die 2024 neu eröffnet oder grundlegend repositioniert wurden. Veranstaltet wurde die Preisverleihung vom Fachmagazin Tophotel.

Neben dem John & Will Silo-Hotel wurden beim Tophotel Newcomer Award fünf weitere ambitionierte Projekte prämiert: das Seegut Zeppelin Friedrichshafen, das Taschenbergpalais Kempinski Dresden, der Berghof St. Johann im Pongau, das Restaurant Brunfels in Mainz sowie das „Silva – Taste the Forest“ in Leogang. Zwei Sonderpreise gingen an das modulare Hotelkonzept Tin Inn für seine Innovationskraft sowie an das Eriro Alpine Hide in Südtirol, das als außergewöhnliches Hideaway ausgezeichnet wurde.

Der Tophotel Newcomer Award zählt seit 14 Jahren zu den renommiertesten Preisen für neue und ambitionierte Hotelkonzepte im DACH-Raum. Eingebettet war das Event in den Tophotel Day, der mit dem Reiseportal Mein Tophotel stattfand und wieder von Max Herrmannsdörfer vom Handwerker Radio moderiert wurde. Partner und Sponsoren waren die Firmen HGK, Westhoff, Dyflexis, Appia, Intergastra, Dirs21, Weingut Martin Waßmer, IST-Studieninstitut, Fritz & Fritz, Zwiessel Glas, Kranz Live und Profitabel. Natascha Ziltz



In Plauderlaune: (von links) Florian Swoboda, Media Sales Tophotel, und Jacqueline Schaffrath, Mein Tophotel, begrüßen die Jury-Mitglieder Susanne Stauß und Christopher Appel von Ascensus.



Emotional: Babette Kierchhoff (rechts) und Janek Burgdorff vom John & Will Silo-Hotel freuen sich sichtlich über die Auszeichnung. Jury-Mitglied Carolin Brauer, QR Quality Reservations, applaudiert.



Souveräner Moderator: Max Herrmannsdörfer vom Handwerker Radio, Holzmann Medien.



Lesestoff: Die vorherige Ausgabe von Tophotel und der Reiseführer „Mein Tophotel“.



Große Freude: Henning Schaub vom Eriro Alpine Hide (rechts) hält den Preis in den Händen. Ihm gratulieren (von links) die Jury-Mitglieder Peter Ippolito (Ippolito Fleitz) und Michael Lidl (Treugast) sowie Isabella Owen und Stephanie Zink vom Hotel Engelwirt.

Unsere Sponsoren





Den Ernstfall einplanen

Brandmeldeanlage, Alarmierungssystem oder Rauchabzug: Viele sicherheitstechnische Anlagen in Gebäuden weisen Mängel auf – teils so gravierend, dass sie im Ernstfall nicht richtig schützen. Das muss nicht sein: Mit sorgfältiger Planung sowie regelmäßiger Wartung und Instandhaltung lassen sich die meisten Schwachstellen vermeiden, wie dieser Fachbeitrag zeigt.

Die Zahlen des TÜV-Verbands sind alarmierend: Laut Mängelstatistik 2024 weist mehr als jede vierte Brandschutzanlage (27 Prozent) wesentliche Mängel auf – sie funktionieren im Ernstfall nicht oder nur eingeschränkt. Bei weiteren 44 Pro-

zent wurden geringfügige Mängel festgestellt. Diese beeinträchtigen die Betriebssicherheit zwar nicht unmittelbar, können aber dennoch zum Risiko werden. Typische Beispiele sind kleinere Schäden wie eine gebrochene Melderabdeckung, leichte Abweichun-



Sicherheit mit System:
Experten raten dazu,
sicherheitstechnische
Anlagen im Hotel einmal
im Jahr prüfen zu lassen.

gen von technischen Regelwerken oder eine unvollständige Dokumentation.

Hotels und Pensionen gelten, ebenso wie Konferenzzentren und Gaststätten, als Sonderbauten. Für diese schreibt unter anderem das Landesbaurecht gemäß der Beherbergungsstätten-Verordnung regelmäßige Prüfungen vor. Trotz dieser Pflicht waren nur 29 Prozent und damit noch nicht einmal jede dritte sicherheitstechnische Anlage einwandfrei und

ohne Mängel. Die Untersuchung bestand aus wiederkehrenden Prüfungen im laufenden Betrieb an knapp 70.000 sicherheitstechnischen Anlagen sowie 13.000 Prüfungen vor Inbetriebnahme. Für die Fehleranalyse hat TÜV Süd etwa 600 Prüfberichte ausgewertet. Besonders im Fokus standen Brandmelde- und Alarmierungsanlagen. Ziel der Analyse war es, Wege zu finden, die seit Jahren konstant hohe Mängelquote deutlich zu senken. Die DIN 14675-1 (Brandmeldeanlagen) spezifiziert Schutzziele, die



Rutsch Sicherheit auf Stein, Fliesen ...
Tel. 041 01 - 31061 www.supergrip.de

SUPERGRIP
ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG



„Beleuchtung ist kein Selbstzweck“

Sabine De Schutter und ihr Studio denken Licht nicht als technische Pflicht, sondern als kreatives Gestaltungselement mit emotionaler Wirkung. Im Gespräch mit Tophotel erläutert sie, warum Licht von Anfang an mitgedacht werden muss, und weshalb ein kluger Schalter oft mehr bewirkt als die teuerste Leuchte.



ZUR PERSON

Die belgische Lichtdesignerin Sabine De Schutter gründete ihr gleichnamiges Studio 2015 nach dem Abschluss der Masterstudiengänge in architektonischer Lichtplanung an der Hochschule Wismar und Innenarchitektur am Henri-Van-De-Velde-Institut in Antwerpen. Neben ihrer Arbeit im Studio lehrt sie Lichtplanung an der Hochschule Wismar und Design-Innovation am Hasso-Plattner-Institut, Potsdam.
www.studiodeschutter.com

Frau De Schutter, Ihr Büro arbeitet eng an der Architektur. Wie gelingt es Ihnen, Licht als integralen Bestandteil des Entwurfs zu denken?

In vielen Projekten wird Licht noch immer als rein technische Notwendigkeit betrachtet. Dabei verschenkt man eine enorme gestalterische und emotionale Kraft – gerade im Hotelbereich, wo Atmosphäre, Wohlbefinden und Identität entscheidend sind. Wir verstehen Licht als integralen Bestandteil der Architektur. Unser Fokus liegt nicht auf Produkten, sondern auf Erlebnissen: Wie fühlt sich ein Raum am Tag an, wenn das Licht das natürliche Tageslicht subtil ergänzt? Wie verwandelt sich dieser Ort abends in eine stimmungsvolle Szenerie, die Gäste willkommen heißt, inspiriert und zur Ruhe kommen lässt? Wir arbeiten eng mit Architekten und Innenarchitekten zusammen, um Licht gezielt einzusetzen: zum Leiten, Inszenieren, Kaschieren – und um mit gezielten Akzenten visuelle Hierarchien zu schaffen. Licht kann beeinflussen, wie hochwertig Materialien wirken, wie großzügig Räume erscheinen oder wie intuitiv Gäste sich in einem Hotel bewegen.

Wie gehen Sie bei einem Hotelprojekt vor, vom ersten Gespräch bis zur Umsetzung?

Wir tauchen zunächst tief in die Identität der Marke ein und stellen uns folgenden Fragen: Was ist das Konzept? Für welche Zielgruppe wird der Raum gestaltet? Welches Ambiente soll entstehen? Beleuchtung ist kein Selbstzweck. Es ist ein strategisches Werkzeug, um Markenwerte zu transportieren und Räume lebendig wirken zu lassen. Deshalb analysieren wir genau, wie die verschiedenen Bereiche im Hotel genutzt werden. Ebenso entscheidend ist die gestalterische Sprache von Architektur und Interior Design. Oft liegt bereits ein Konzept vor, das wir mit unserer Lichtplanung gezielt unterstützen und weiterentwickeln. Im ersten Entwurf skizzieren wir Lichtstimmungen, definieren Lichtwirkungen und gestalten das Besuchererlebnis – funktional und atmosphärisch, immer abgestimmt auf den Raum, den Ort und die Identität der Marke. Dann stimmen wir uns eng mit Architekten, Fachplanern und ausführenden Gewerken ab, um das Konzept präzise umzusetzen. Ziel ist, dass Licht nicht wie ein später hinzugefügtes „Add-on“ wirkt, sondern Teil der Architektur ist. Dabei denken wir Licht nicht nur im eingeschalteten Zustand. Auch wenn es aus ist, soll es gestalterisch überzeugen. Subtil, unaufdringlich, aber wirkungsvoll.

Was macht grundsätzlich gute Lichtplanung in einem Hotel aus?

Sie unterstützt den Tagesablauf. Sorgfältig geplantes Licht ist deshalb niemals laut oder aufdringlich. Es



1 + 2 Für das Coreum Hotel in Stockstadt am Rhein konzipierte das Studio ein ganzheitliches Lichtkonzept. Vom Außenbereich bis hin zum Bad.

