

Accor lanciert neue Lifestyle-Marke

Die französische Hotelgruppe Accor erweitert ihr Portfolio. Mit der neuen Lifestyle-Marke Tribe soll ein hochwertiges Hotelerlebnis zu einem erschwinglichen Preis angeboten werden.



Bild: Accorhotels

Die neu lancierte Accor-Marke Tribe zielt darauf ab, Reisende mit einem originellen, spannenden und sorgfältig kuratierten Angebot zu überraschen, das sich auf den Stil und nicht auf den Preis konzentriert. «Tribe» gestaltet das traditionelle Hotelerlebnis neu, schreibt der französische Hotelkonzern in einer Mitteilung.

Mit «Tribe» wolle man die Erwartungen und Anforderungen der Kunden auf bahnbrechende Weise erfüllen, heisst es weiter. Mit einem flexiblen und einzigartigen Modell zielt das neue Konzept auf eine internationale Kundschaft von Stammreisenden. Angesprochen werden sollen unabhängige, neugierige und abenteuerlustige Männer und Frauen auf Geschäfts- und Freizeitreisen.

Das Konzept beinhaltet einen einladenden Lobbybereich, Gästezimmer mit höchstem Komfort und neuesten Technologien sowie ein neu gestaltetes Gastronomie-Konzept.

Um das Raumgefühl zu erhöhen, wird das Design in den «Tribe»-Hotels schlank gehalten. Die Gemeinschaftsräume sowie die Gästezimmer soll ein Gefühl von mehr Platz schaffen. Ein besonderes Augenmerk wurde auch auf die Benutzerfreundlichkeit gelegt. Zudem soll den Gästen mehrere Kreativbereiche zur Verfügung stehen.

Der moderne Stil und das Dekor werden durch kunstvoll gestaltete Objekte ergänzt, welche die Wahrnehmung von einem gehobenen Raum vermitteln. Dazu gehören Moroso-Stühle, eine Reihe von Jean-Paul Gaultier-Kissen und Lampen von dem renommierten britischen Designer Tom Dixon in der Lobby, den Gästezimmern und in den Gemeinschaftsbereichen.

Der Service soll sich laut Accorhotels auf das Wesentliche konzentrieren. Die Gäste sollen aber von einem qualitativ hochwertigen Hotelerlebnis in standardisierten Einrichtungen mit viel Design und neuester Technologie profitieren. So sind in den Zimmern Betten mit individuellen Stauräumen, Smartfernsehen, Duschen mit Kevin Murphy Professional Produkten vorhanden und anstelle einer Minibar werden Nespresso-Kapseln und T2-Tee kostenlos zur Verfügung gestellt. Rund um die Uhr ist eine «Grab & Go»-Station verfügbar.

In Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten bieten die neuen «Tribe»-Hotels authentische, saisonale Küche. Tagsüber kann sich der Gast im Café und über die Nacht in der Bar verpflegen. Zum Angebot gehören auch ein Fahrradverleih und Fitnesscenter.

Das erste «Tribe» mit 126 Zimmern befindet sich im australischen Perth. Accorhotels plant bis zum Jahr 2022 weitere zehn Eröffnungen mit insgesamt mehr als 1'700 Zimmern in Europa und im asiatisch-pazifischen Raum. In Europa soll noch in diesem Jahr ein Haus im schottischen Glasgow mit 290 Zimmern eröffnen.

Gaurav Bhushan, Chief Development Officer bei Accor ist vom neuen Konzept überzeugt: «Die Pipeline mit mehr als 50 Hotels, die derzeit für die kommenden Jahre verhandelt werden, veranlassen uns zu der Annahme, dass die Marke Tribe weltweit ein deutliches Wachstum erzielen wird, auch an Gateway-Standorten wie Paris, London, Singapur, Dubai oder Bangkok. «Tribe» wird bis zum Jahr 2030 in 150 Destinationen sein Debüt geben».

Das Portfolio der Accorhotels umfasst weltweit 4'800 Hotels mit 704'000 Zimmern in über 100 Ländern. (htr)

Publiziert am Dienstag, 05. März 2019