

Hyatt präsentiert neue Lifestyle-Marke «Caption»

Hyatt stellt mit «Caption» eine neue Lifestyle-Marke mit flexiblen Co-Working-Spaces und Community-Bereichen vor. Die neuen Hotels sollen die Menschen näher zusammenbringen.



Visualisierung der Lobby eines Caption by Hyatt Hotels.

Bild: Designed by Avenir, rendered by Radical Galaxy

Die Hyatt Hotels Corporation launcht mit Caption by Hyatt eine neue Lifestyle-Marke. Angesiedelt im sogenannten «Select Service Segment», soll Caption by Hyatt ein Ziel haben: Menschen näher zusammenzubringen.

Flexible Co-Working-Spaces und Community-Bereiche sowie ein aussergewöhnliches Gastronomiekonzept sollen zum gemeinsamen Arbeiten, Essen oder einfach Entspannen anregen. In Caption by Hyatt Hotels sollen sich Gäste wohlfühlen und in entspannter Atmosphäre bei einem Snack oder einem Drink mit anderen ins Gespräch kommen können.

Café, Wochenmarkt und Bar

Das gastronomische Konzept, bei dem Elemente eines Cafés, eines Wochenmarktes und einer Bar zu einem kulinarischen Erlebnis verschmelzen, wurde in Zusammenarbeit mit der Danny Meyers Union Square Hospitality Group (USHG) entwickelt.

«Wir wissen, wie wichtig es ist, einen persönlichen Bezug zu unseren Gästen herzustellen», erklärt Heather Geisler,

Vice President of Global Brands bei Hyatt. «Aus Erfahrung wissen wir, dass sich unsere Gäste am wohlsten fühlen, wenn die Umgebung authentisch ist und sie die Chance haben, andere Menschen kennenzulernen. In einem Caption by Hyatt Hotel sollen Einheimische und Gäste zusammenkommen, gemeinsam einen Cocktail genießen und einfach eine gute Zeit haben.»

Hyatt Hotels Corporation

Die Hyatt Hotels Corporation, mit Sitz in Chicago, ist ein führendes globales Hotelunternehmen mit einem Portfolio von 20 führenden Marken. Zum 30. Juni 2019 umfasste das Portfolio des Unternehmens mehr als 875 Häuser in 60 Ländern auf sechs Kontinenten.

Marke für dicht besiedelte urbane Gebiete

Die Marke Caption by Hyatt bietet einerseits die für das Select Service Segment charakteristische Effizienz und Flexibilität, kreiert andererseits jedoch ein überraschend neues Lifestyle-Erlebnis und bietet so ein gutes Umsatzpotential für Eigentümer, schreibt Hyatt in einer Mitteilung.

«Wir glauben, dass die Marke Caption by Hyatt großes Potential hat, unser weltweites Wachstum weiter voranzutreiben. Insbesondere in dicht besiedelten urbanen Gebieten und Nachbarschaften mit viel Publikumsverkehr sehen wir die Marke am richtigen Ort», betont Jim Chu, Global Head of Development bei Hyatt. «Die Marke ist auf eine starke Entwicklung ausgerichtet. Sie lässt sich leicht den Bedürfnissen der verschiedenen Standorte und Märkte anpassen und verspricht ein nachhaltiges Konzept in Hinblick auf Design und Hotel Operations.» (htr)

Die Marke Caption by Hyatt beinhaltet drei Kernelemente:

- **Ansprechende und gut zugängliche Räumlichkeiten.**

Caption by Hyatt Hotels locken ihre Gäste mit gemütlichen Zimmern und einzigartigen Community Spaces – so flexibel möbliert, dass sie sich leicht personalisieren lassen. Anregendes Design in Räumlichkeiten, die man am liebsten gar nicht mehr verlassen möchte, soll dafür sorgen, dass interessante Gespräche entstehen.

- **Ein Gastronomiekonzept, das von sich reden macht.**

Beim Gastronomiekonzept von Caption by Hyatt geht es um mehr als das, was auf den Tisch kommt. Dahinter steht der Gedanke, gemeinsam zu genießen und sich ganz auf die lokale Kultur und (Ess-)Dynamik einzulassen.

- **Reiseerlebnisse, die nicht erst am Hoteleingang beginnen – oder dort enden.**

Egal, ob Gäste neue Erfahrungen sammeln oder neue Bekanntschaften machen möchten, Caption by Hyatt Hotels schaffen die Voraussetzungen für echte Verbindungen. Bei einem spannenden Gespräch Drinks und Snacks genießen oder ausserhalb des eigenen Zimmers arbeiten – das alles ist rund um die Uhr möglich.

Publiziert am Mittwoch, 25. September 2019