

**RAL**

HERAUSGEBER EDITOR  
WOLF D. KARL

**CALLWEY**

# FARBEN DER COLOURS FOR



# HOTELS

AXEL VENN  
JANINA VENN-ROSKY  
CORINNA KRETSCHMAR-JOEHNK



## DIE SCHABLONE

Das jeweils gemeinsame Kreativfeld einer Themengruppe listet die wesentlichsten Farben eines Einzelthemas auf. Mithilfe der Schablone lassen sich äußerst anwendungsorientierte Kolorits entwickeln. Dies funktioniert in spielerischer, experimenteller Weise für alle im Buch dargestellten Farbbegriffe.

Aus gutem Grund hat die Schablone eine schwarze und eine weiße Seite. Sehr helle Töne lassen sich besser mit der weißen Schablone erfassen: Sie modelliert differenzierter die einzelnen leichten Töne. Die schwarze Schablone dagegen bringt die mittleren bis dunklen Farben dichter und harmonischer zusammen. Sie eignet sich nicht für die sehr hellen Farben, da der äußerst kräftige Hell- versus Dunkelkontrast die Nuancierungen verwischt.

Mit der Schablone ist es auch möglich, themenübergreifende Kolorits herzustellen. Außerdem können Farbgruppen aus den Wiedergaben der Forschungsarbeit „durchsucht“ werden. Das führt häufig zu überraschenden, kreativen und nützlichen Ergebnissen.

## THE TEMPLATE

The combined creative fields of theme groups list the essential colours of each individual theme. Highly application-oriented colour schemes can be developed with the help of the template. This works in a playful, experimental way for all colour-related terms represented in this book.

The template has a black and a white side with good reason. Very bright shades can be better determined using the white template: it modulates the single light shades in a more nuanced manner. The black template, on the other hand, brings medium to dark colours more densely and more harmoniously together. It is not suited for very bright colours because the contrast of the extremely strong bright and the dark blurs the nuances.

The template also makes possible the creation of colours that span a number of themes. Colour groups from the reproductions of the research study can also be "searched". Frequently, this brings about surprising, creative and useful results.

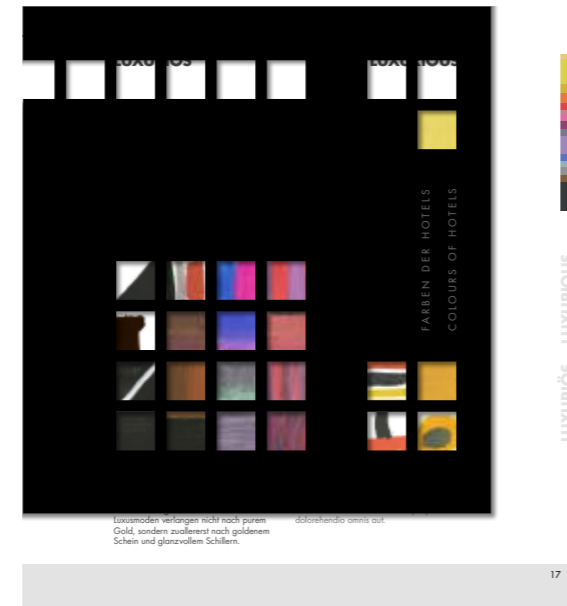
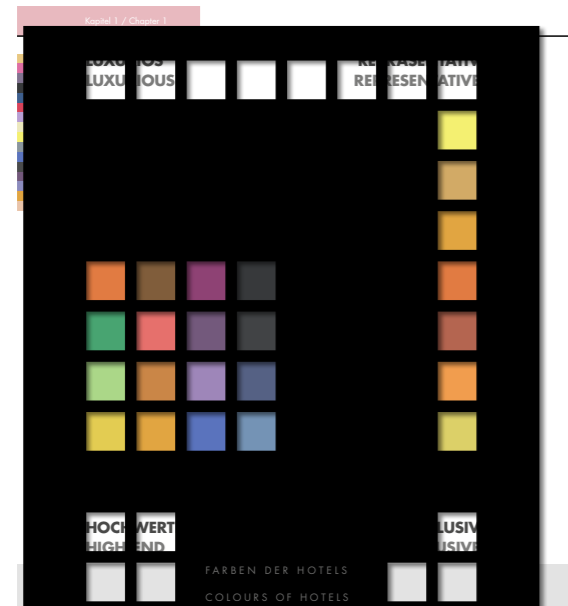
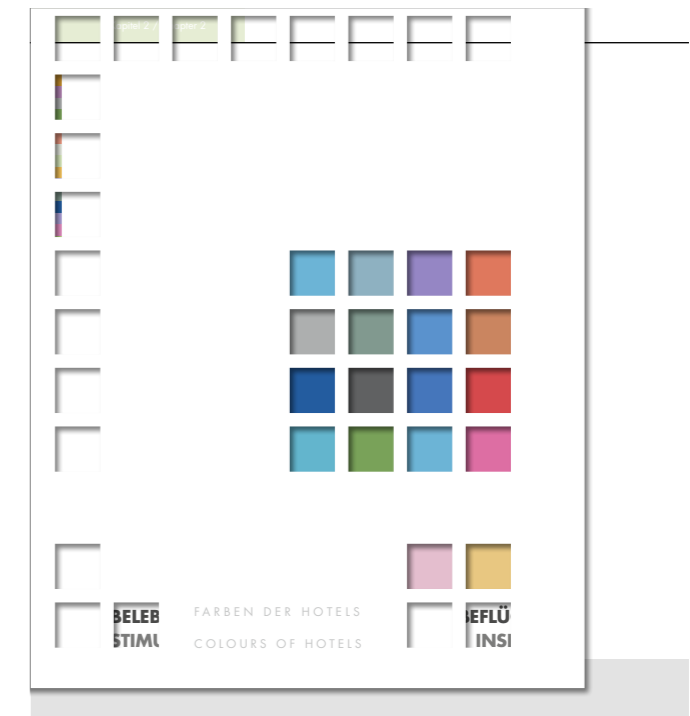
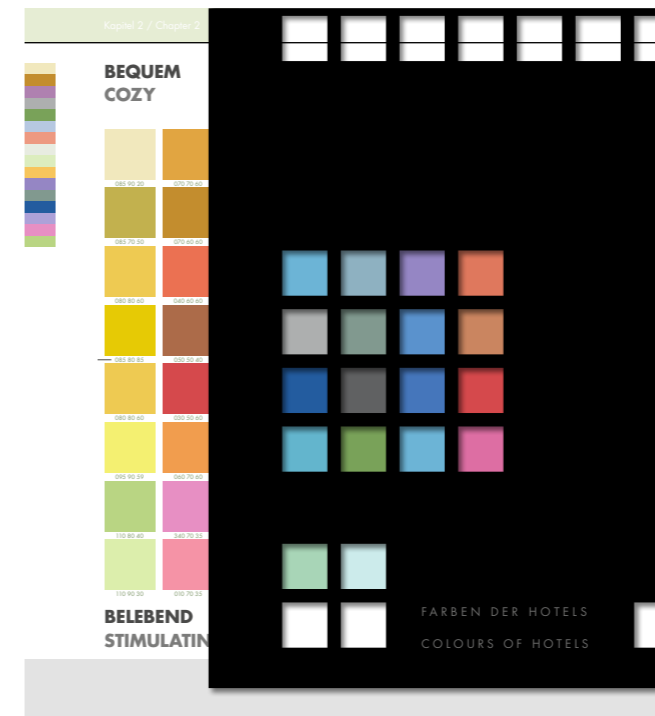


Weiße Schablone: Farbreihe über Eck  
White template colour range at right angles



Schablone auf den Malfeldern: Harmoniesuche  
Template on the painted fields: search for harmony

Schablone in Schwarz oder Weiß auf der selben Position: Es entsteht ein ganz anderes Bild.  
Black or white template in the same position: a completely different picture appears.



LUXURIÖS

17

## HOTELS MIT LUXUSAPPEAL: LUXURIÖS BIS TEUER

Es gibt nichts Schöneres für ein Mitglied einer demokratisch-bürgerlichen Gesellschaft als in einem Schloss zu wohnen, wenn auch nur von Zeit zu Zeit. Viel Stuck an der Decke, vier Meter fünfzig hohe Räume, die Badewanne frei im Raum auf Löwentatzen stehend, Brokat vor den drei Meter hohen Fenstern, Quasten und Keder an Kissen und Polstern, dazu Barock- oder auch Rokoko- oder Empiresessel, die bequem für zwei Personen Platz bieten. An der Wand Bordeauxrote Stoffbespannung. Auf der Anrichte eine Riesenvase mit frischen Gladiolen.

An der Table d'Hôte trifft sich abends in gedecktem Anzug und gediegenem Kleid die Gästeschar. Hosenzüge sind genauso verpönt wie legere Sportleruniformen mit Kragenlogo. Auch dann, wenn die große Tafel aus vierzehn oder zwanzig Personen unterschiedlichen Alters und verschiedener Nationen besteht, ist – eine geschickte Moderation des Gastgebers oder der Gastgeberin vorausgesetzt – der Abend durch unterhaltende Gespräche oder charmante Plaudereien gerettet.

Natürlich sollten das Menü, die Weine, die Tischdekoration, das Ambiente und das sanfte, schattenwerfende Licht, unterstützt von brennenden Kerzen, ein Übriges dazu tun, solche Abende unvergesslich zu machen.

Kleine Privathotels in Frankreich, aber auch in England und Italien, pflegen noch immer solche Gastlichkeit. Warum müssen sie Geheimtipps bleiben? Nachahmung ist auf jeden Fall geboten. Lebensqualität ist auch stets eine Frage des außergewöhnlichen Ambientes, der ungewöhnlichen Gäste und der engagierten Gastgeberin, aber auch der schönen Farben und bunten Schnüre.

Solcherart kleine und intime Hotels offenbaren sich auch als Garant ungezwungener Völkerverständigung,

da die Gäste eingeladen sind, an multinationalen Abendessen teilzunehmen. Amüsant, wenn sechzehn Personen an einem Tisch mit einem versammelten Ausdrucksschatz von zwei bis drei dutzend lebender Sprachen beisammensitzen und sich prächtig unterhalten. Ein Interpret, der von der einen in eine andere Sprache übersetzt, während der Nächste ein weiteres Idiom übermittelt, ist stets vorhanden. Ungeduld ist nicht angebracht, genauso wenig wie die Annahme, Missverständnisse ausschließen zu können.

## HOTELS WITH LUXURY APPEAL: FROM THE LUXU- RIOUS TO THE EXPENSIVE

There is nothing better than being a member of a democratic civil society and living in a castle, if only sporadically. Plenty of stucco on the ceilings, rooms with ceilings four and a half metres high, a freestanding bathtub with lion-paw feet, brocade in front of the three-metre high windows, tassels and cord edges on cushions and upholstery, as well as baroque, rococo or Empire armchairs that offer ample room for two people. Bordeaux-red fabric covers the walls. On the sideboard stands a huge vase with fresh gladiolas.

At the table d'hôte, the guests come together in the evening in sober suits and elegant dresses; trouser suits are frowned upon, as are casual athlete's uniforms with logos on their collars. Even if the great meal includes 14 to 20 people of various age groups and different nationalities, the evening will, thanks to skilful moderation by the host or hostess, be judged a success due to entertaining conversations and charming chats.

Of course the menu, the wines, the table decoration, the ambience and the gentle lighting, supported by lighted candles, should also contribute to making the evening unforgettable.

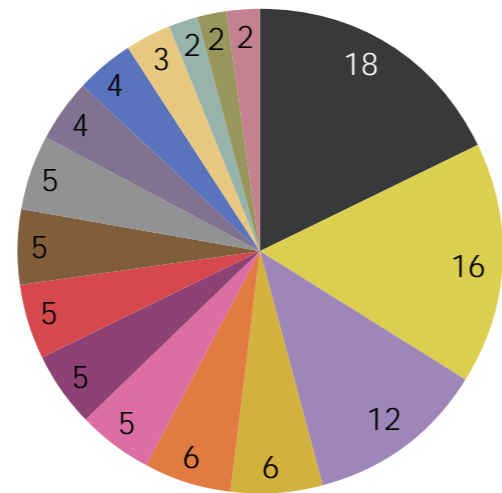
Small private hotels in France but also in England and Italy still cultivate this form of hospitality. Why do they have to remain an insider's tip? Imitation is definitely in order. Quality of living is always also a question of extraordinary ambience, of exceptional guests and a dedicated hostess, but also of beautiful colours and colourful anecdotes.

Such small and intimate hotels also reveal themselves to be guarantors of informal understanding among nations because the guests are invited to participate in multi-national dinners. It is amusing when 16 people sit at a table with an joint verbal treasure of two to three dozen living languages, and have great conversations. There is always an interpreter translating from one language into another while the next one conveys another idiom. Impatience would not be appropriate, and neither would be the certainty that one can exclude the possibility of a misunderstanding.

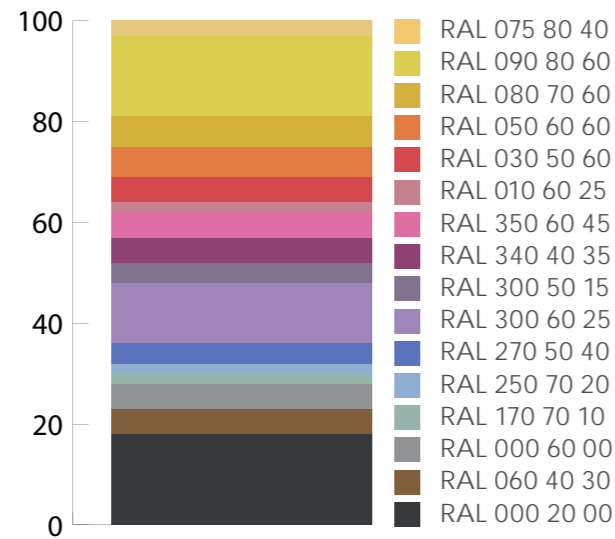
014	luxuriös - repräsentativ - hochwertig - exklusiv	luxurious - prestigious - high-end - exclusive
030	faszinierend - vornehm - niveauvoll - grosszügig	fascinating - elegant - high-class - generous
044	fürstlich - mondän - edel - glanzvoll	princely - sophisticated - noble - splendid
058	bürgerlich - stilvoll - gehoben - konservativ	bourgeois - stylish - upscale - conservative
072	erstklassig - weltklasse - protzig - herausgeputzt	premium - world-class - garish - dandified
088	bereichernd - spitzenmässig - anspruchsvoll - teuer	enriching - top-notch - discerning - expensive

# LUXURIÖS

Luxus ist nicht notwendig. Gerade seine fehlende Affinität zu realem Nutzwert macht ihn so begehrenswert. Der große Schwarzanteil wirkt wie ein stabiles Statement seiner Macht.



So sehen häufig die Kolorits sündhaft teurer Seidentücher aus. Man trägt sie als Trophäe und weithin sichtbares, flatterndes Signal neugewonnener oder wiedererlangter Souveränität.



Die Zeichnung ist nicht so notwendig wie die Farben: Ein paar grobe Linien und schlichte Urformen von rund bis eckig reichen aus.



The drawing is not as necessary as the colours: a few rough lines and simple basic shapes from round to angular suffice.

# LUXURIOUS

Luxury is not necessary. Its non-existent affinity to real user value in particular makes it so desirable. The large black section acts as a stable statement of its power.

This is what colour combinations of outrageously expensive silk scarves often look like. One wears them as a trophy and as a conspicuous fluttering signal of recently acquired or recovered authority.

# LUXURIÖS



Gold, Schwarz, Viola und Pink und Rosa – das ist purer Luxus. Luxus lebt vom Glamour und nicht unbedingt von materieller Pracht. Luxusmoden verlangen nicht nach schierem Gold, sondern zuallererst nach goldenem Schein und glanzvollem Schillern.

# LUXURIOUS

Gold, black, violet and pink and rose are pure luxury. Luxury depends on glamour and not necessarily on tangible splendour. Luxurious fashion does not call for pure gold but first and foremost for golden looks and glamorous opalescence.



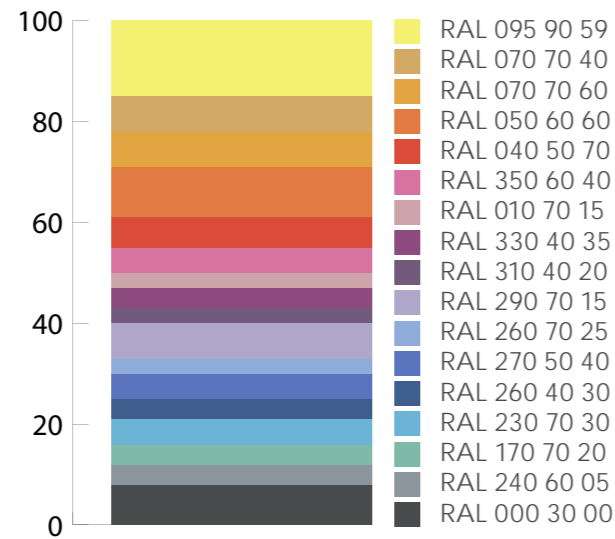
LUXURIÖS LUXURIOUS

## REPRÄSENTATIV

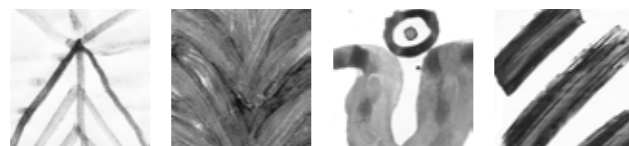
Schon lange gehören die Metallfarben wie Messing und Kupfer bis Gold sowie die Primärfarben Rot, Blau und Gelb und deren Ableger weltweit zu den bevorzugten Hotelfarben.



Die Farbreihe ist stark und besitzt eine gute Portion an Weisungsbefugnis. Wenn diese Skala eine Empfangssituation beherrscht, fühlen sich die Gäste ähnlich wie bei Gloria Swanson oder Prinz Charles beim Fünfuhrtee.



Demonstrativ und ungeschnörkelt, würdevoll und erhaben sehen die Signale aus. Herzlichkeit oder besondere Sympathien sind nicht erkennbar.



## PRESTIGIOUS

Metallic colours like brass, copper and gold as well as the primary colours red, blue and yellow and their derivatives have long been among to the preferred hotel colours all over the world.

The colour range is powerful and radiates much of the authority required when giving directives. If a reception situation is designed with this colour scale, the guests will feel as if they are with Gloria Swanson or Prince Charles having afternoon tea.

The signals appear demonstrative and without flourishes, dignified and exalted. Cordiality or special sympathies are not visible.

## REPRÄSENTATIV



Das koloristische Programm kommt ohne Überraschungen aus: Es ist massentauglich und so für jedermann erträglich und verständlich. Alle potenziell irritierenden Töne wie Braun, Beige und Gelbgrün, fehlen. Den „Zwischendrin“-Farben mangelt es an eindeutiger Kompetenz für Wertigkeit.

## PRESTIGIOUS

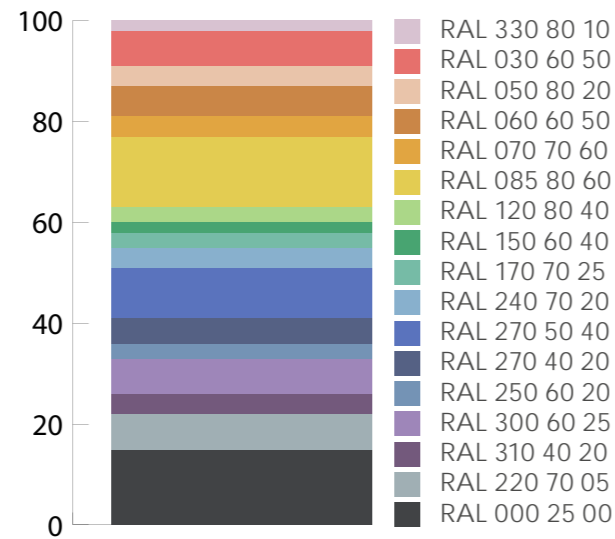
The colour programme dispenses with surprises: it is suitable for the masses and thus tolerable and comprehensible for everybody. All shades that might possibly cause irritation, like brown, beige and yellow-green, are absent. The "in-between" colours lack an unambiguous ability to express value.

## HOCHWERTIG

Räume in solcher Farbigkeit besitzen ein hohes Maß an luxuriöser Kapazität. Diese Töne verlangen nach perfekten Materialien und Produkten und nach werterhaltender, handwerklicher Sorgfalt.



Die anspruchsvolle Farbreihe ist mehr als ein Statement. Sie ist eine Herausforderung an den Gestalter, das Gute besser zu machen.



Auch die Zeichen sind Ausdrücke von Stabilität und Macht. Insbesondere die waagerechten Streifen verkünden Dauerhaftigkeit und Sicherheit.



The signs, too, are expressions of stability and power. The horizontal stripes in particular announce permanence and security.

## HIGH-END

Rooms designed in such colour schemes feature a high capacity for luxury. These shades call for perfect materials and products and value-preserving careful craftsmanship.

The discerning colour range is more than a statement. It is a challenge to the designer to make the good even better.

## HOCHWERTIG



Die dunklen Farben und goldenen Töne waren schon immer teurer als bescheidenes Beige oder kränkliches helles Grün. Auch das tiefe Schwarz ist nach wie vor ein Zeichen von Macht, Kraft und herrschaftlicher Distanz.

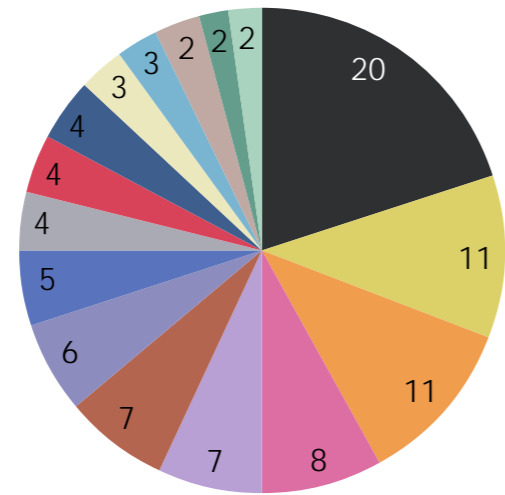
The dark colours and golden shades have always been more expensive than humble beige or ailing light green. Deep black, too, is always a symbol of power, strength and aristocratic distance.



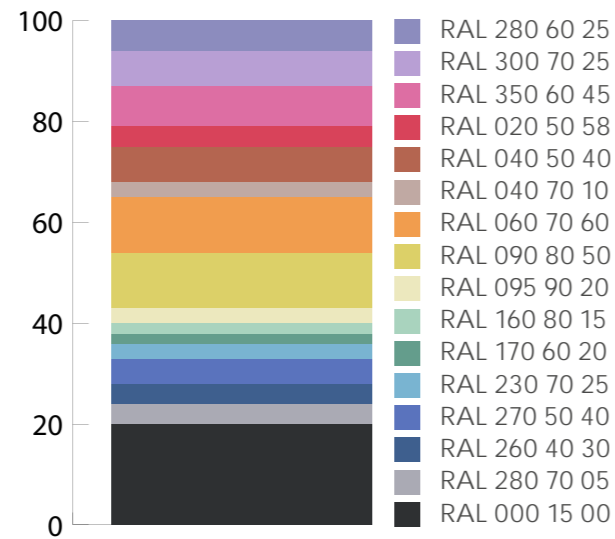
HOCHWERTIG HIGH-END

## EXKLUSIV

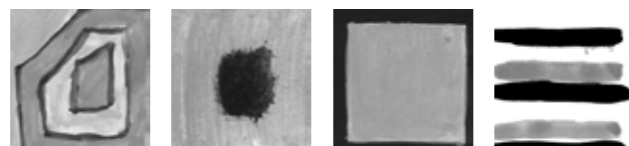
Die Töne fechten einen Machtkampf aus. Die Widersprüchlichkeit und Doppeldeutigkeit offenbaren sich eklatant. Anziehung und Ablehnung als Gestaltungsmodell! Rußschwarz versus Lichtgelb, Orangerot und Purpur.



Die Reihe ist ambitioniert, modisch, aber auch tradiert, barock und schickimicki. Sündhaft teuer, Kirmespunk, neuer Protz und alte Würde sind vereint.



Kräftige, grafische Zeichen stehen für Exklusivität. Wir erkennen sie ohne Überraschung wieder.



Vibrant, graphic signs stand for exclusivity. We are not surprised to recognise them.

## EXCLUSIVE

The shades vie with each other in a power struggle. The contrariness and ambiguity are glaringly obvious. Attraction and rejection as a design model! Soot-black versus light yellow, orange-red and purple.

The colour range is ambitious and fashionable, but also traditional, baroque and trendy. The outrageously expensive, funfair punk, new swank, and old dignity are united.

## EXKLUSIV



## EXCLUSIVE

Das Exklusive verhängt den Bann über das, was wir als „nicht dazugehörig“ titulieren. Die Exkommunikation von der Teilhabe trifft besonders jene hart, die auf Exklusivität pochen. Die Farbsubstanz dieses Begriffs liegt irgendwo zwischen Bollywood und Hollywood.

The exclusive imposes a ban on what we describe as "not belonging". Being banned from participation is especially hard for those who insist on exclusiveness. The colour substance of this term ranges somewhere between Bollywood and Hollywood.



EXKLUSIV EXCLUSIVE



**LUXURIÖS  
LUXURIOUS**

**REPRÄSENTATIV  
PRESTIGIOUS**



**HOCHWERTIG  
HIGH-END**

**EXKLUSIV  
EXCLUSIVE**

**LUXURIÖS  
REPRÄSENTATIV  
HOCHWERTIG  
EXKLUSIV**

**LUXURIOUS  
PRESTIGIOUS  
HIGH-END  
EXCLUSIVE**

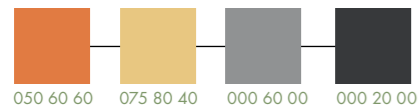
Der Verzicht auf Luxus kann ebenso schmerzlich sein wie ein Übermaß an Pink, Prunk, Protz, Purpur, Palisander, Puder, Pralinen und Plüsch. Beim intensiven Betrachten der nebenstehenden 64-tonigen Farbreihe fällt auf, dass die dunklen Töne zusammen mit den hellen, reinen Pastelltönen eine gleichberechtigte Gemeinschaft aus femininen und maskulinen Nuancen bilden. Süße Frucht- und leichte Blütentöne formen eine Einheit aus Pracht, Eleganz und bezaubernder Frische, während sich die Konträrfarben aus martialischen Schwarznuancen, anspruchsvollen Purpur- und Samttönen sowie königlichen Blaus und Edelsteinfarben zusammensetzen.

Hinter allen Farben verbirgt sich jedoch ein unverhohlener Macht- und Wichtigkeitsanspruch. Die Cäsaren trugen Purpur, die französische Lilie prunkte auf blauem Grund, die russischen Zaren liebten Grün und der holländische Hof baut auf Orange, weil die Oranier einiges mit Oranje zu tun hatten. Am spanischen Hof unter Philipp II. gab es nur einen Farbton: ein hoheitsvolles Schwarz.

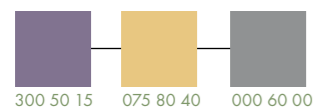
Doing without luxury can be as excruciating as an overabundance of pink, splendour, pomp, purple, rosewood, powder, chocolates and plush. Looking closely at the adjacent 64-shade colour field, it becomes clear that the dark shades together with the bright, pure pastel hues form an equal community of feminine and masculine nuances. Sweet fruit and light blossom shades constitute a unit of splendour, elegance and captivating freshness, whereas the contrary colours are made up of martial black nuances, sophisticated purple and velvet shades, as well as regal shades of blue and gemstone colours.

And yet behind all colours lies an overt claim to power and importance. The Roman emperors wore purple, the French fleur-de-lis stands out resplendently against a blue background, the Russian tsars loved green, and the Dutch court banks on orange because the Orange Order had a lot to do with Oranje. At the Spanish court under Philip II, there was only one shade: majestic black.

# LUXURIÖS LUXURIOUS



bringen eine Botschaft, die äußerlich neutral zu sein scheint, in Wirklichkeit jedoch eine spannend-provokante und ziemlich persönliche Seite haben kann. An irgendeiner Stelle muss das Farbthema Rot erscheinen, auch wenn es nur die Paspelierung einer Stoffbahn oder eine knappe Kanten-einfassung betrifft. Die nächsten Farben, die zum Luxus passen, sind Gelb und Gold und Silber.

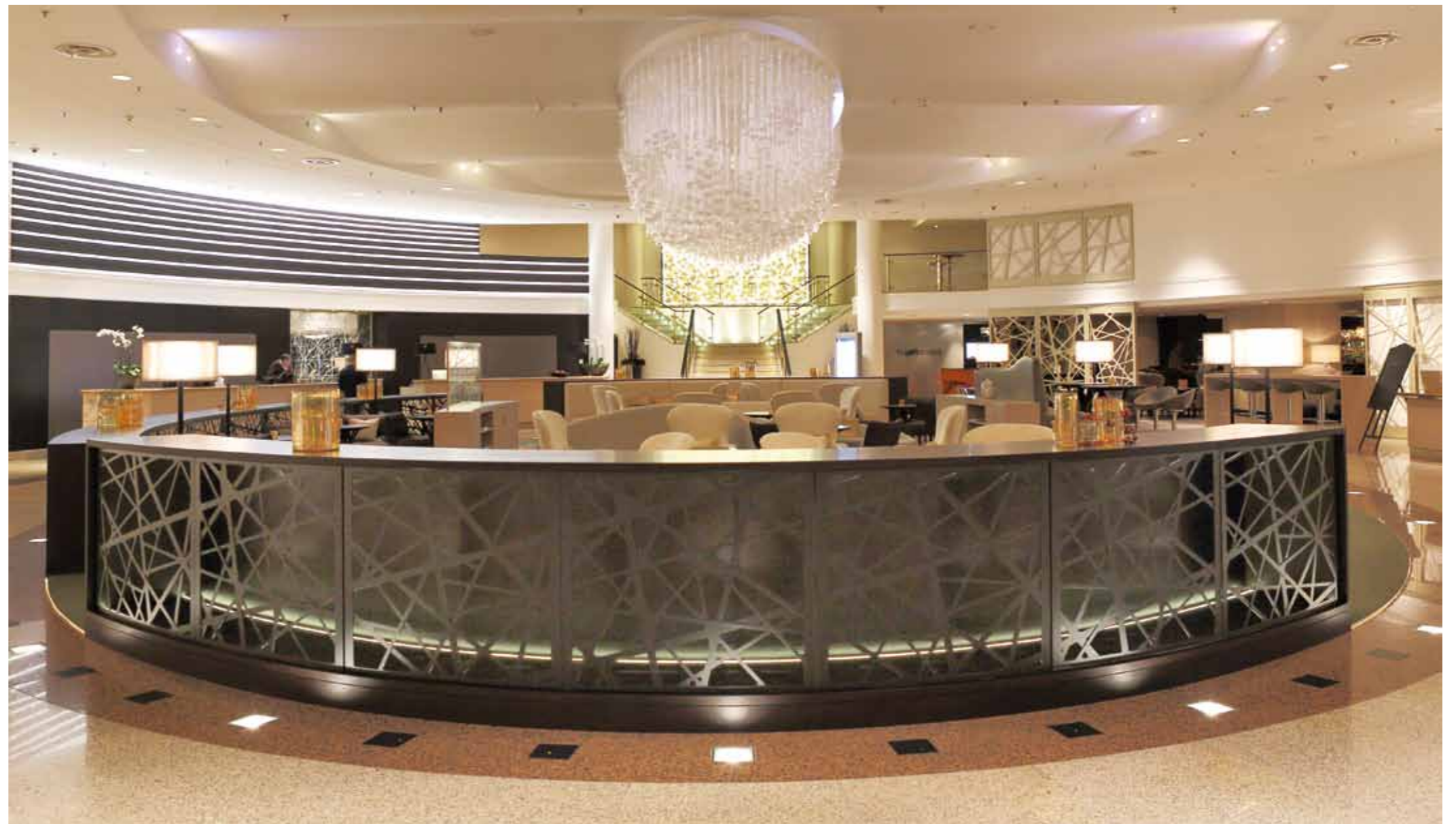
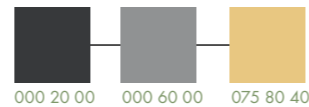


schmeichelt man nicht nur den Menschen, sondern auch den Farben und Materialien im Raum. Nicht ohne Grund sind Bars so spärlich beleuchtet: Hier wird der bescheidene, arbeitsame Städter zum schattenwerfenden spanischen Hidalgo und die freundliche Dame von nebenan zur Femme fatale.

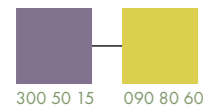
Man kann Luxushotels nur lieben. So finden wir dort jenen Raum, der uns die Freiheit gibt, ab und zu den schönen Traum vom Außergewöhnlichen zu verwirklichen. Denn eine Menge nicht notwendigen Raum um uns herum zu haben, gehört zur schönen Welt des Überflusses.

Die Lobby von schwarzen Mattglanzeffekten umgeben: Wer hier Platz nimmt, zieht sich für einen Moment in eine Welt zurück, die ein Gefühl von Würde und Bedeutung erzeugt. Die Wandprodukte am unteren Bildrand zeigen dies ebenso: Gedämpfte Métalliséeeffekte mit einer reduzierten Strukturoberfläche unterstreichen eine beabsichtigte distanzierte Haltung des Menschen zum Produkt.

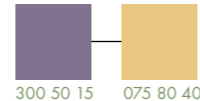
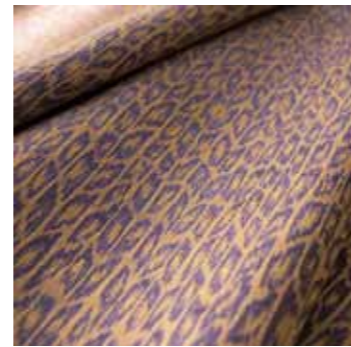
Jedes Kolorit besitzt seine eigenen Appelle, wie auch jeder formale Inhalt. Schwarzgesteppte Ledercouches über-



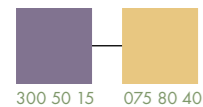
LUXURIÖS LUXURIOUS



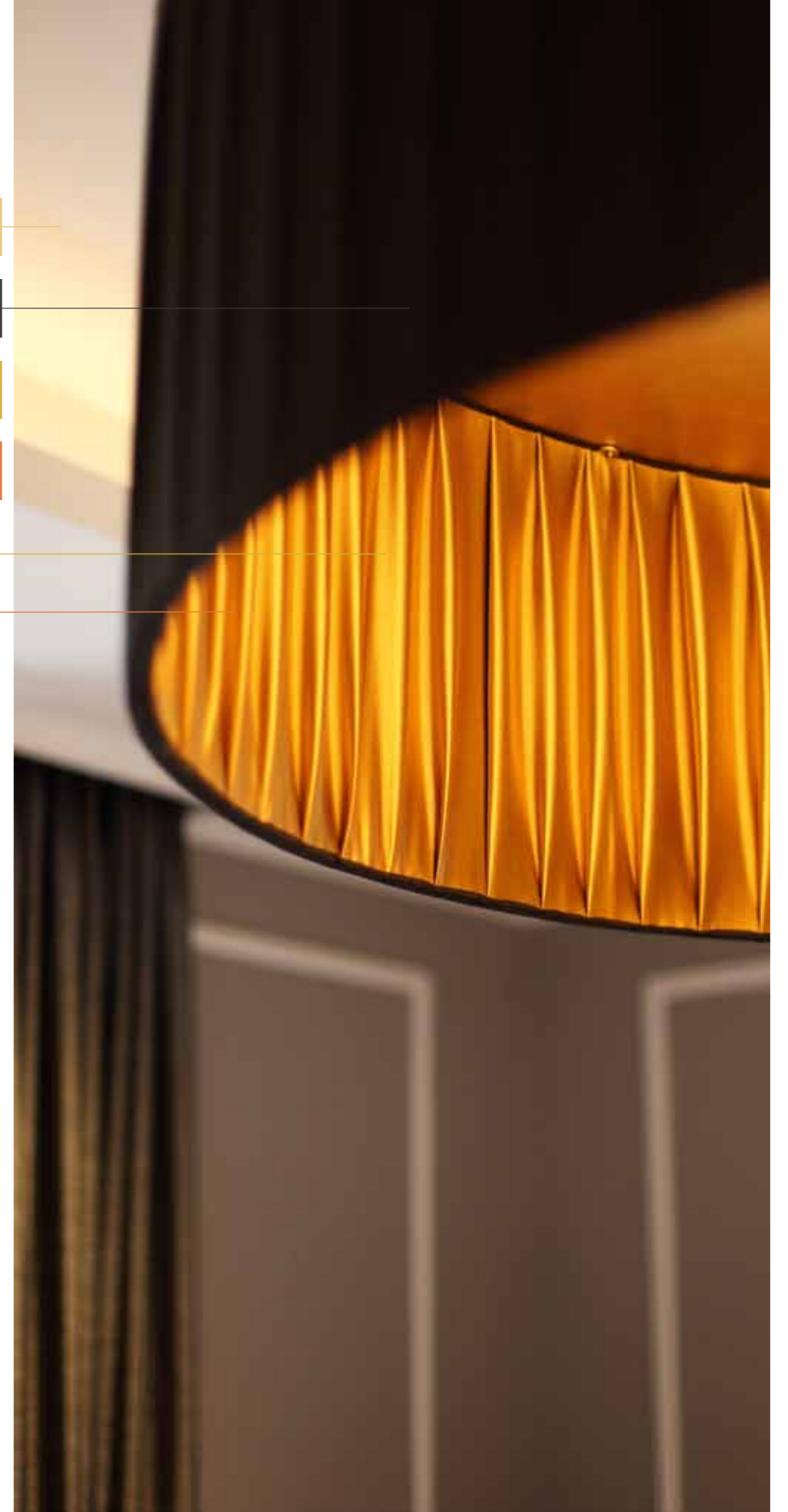
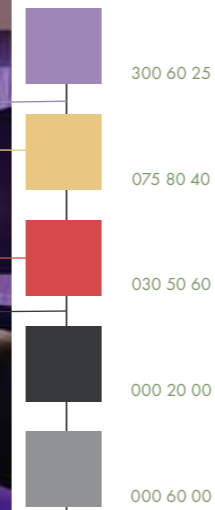
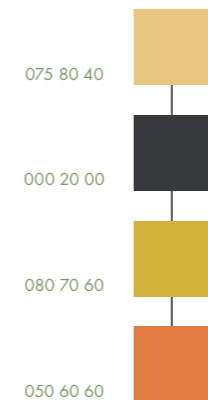
Auch das Spiel mit dem Licht hat großen Einfluss auf das großzügig gestaltete Ambiente: Viele konzentrierte, aber weich fließende Leuchten markieren Sehenswürdigkeiten, deren verlockende Angebote zum Verweilen einladen. Warmes Licht zieht Menschen an, grelles Licht macht sie neugierig oder stößt sie ab.



A lobby enveloped by black matt and glossy effects: those who take a seat here will for a moment retreat into a world that evokes a feeling of dignity and significance. This is also illustrated by the wall products at the bottom of the previous page: subdued metallised effects with a reduced textured surface emphasise man's intentionally reserved attitude towards the product.



Each colouring, like each formal content, has its own appeal. Black back-stitched-leather sofas deliver a message that seems on the surface to be neutral. In actual fact, it can have an exciting, provocative and rather personal side to it. At some point, the red colour theme must appear, even if it shows only as the piping of a panel of fabric or narrow edge binding. The next colours that suit luxury are yellow and gold and silver.

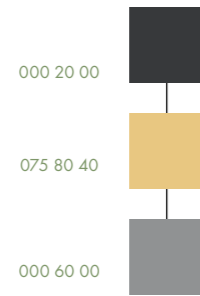


LUXURIÖS LUXURIOUS



**F**requently, too much light is unsuitable. Concentrating on a few areas is more fitting. That way one not only flatters the person but also the colours and materials in the room.

It is not without good reason that bars are so sparsely lit: this transforms the modest, hardworking city dweller into a shadow-casting Spanish hidalgo, and the friendly woman next door into a femme fatale.



**O**ne has no choice but to love luxury hotels. This is where we find a space that gives us the freedom to occasionally make a wonderful dream of the exceptional come true. Being surrounded by more space than is actually necessary is part of the wonderful world of abundance.

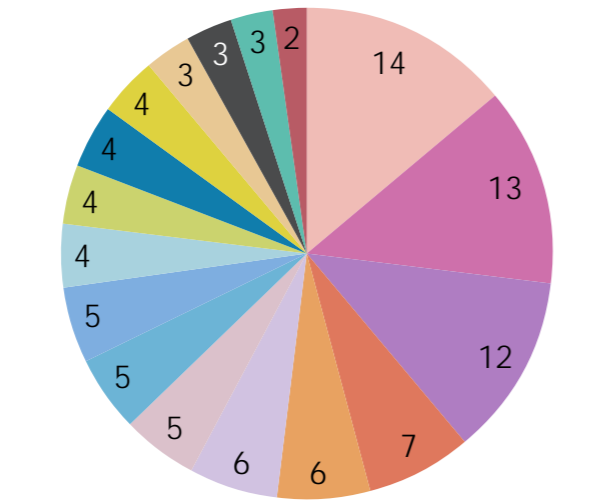
**T**he play with light also has a great impact on the generously designed ambience. Many concentrated but gently flowing lights constitute visual events whose enticing offerings invite you to linger. Warm light attracts people, whereas glaring light arouses their curiosity or repels them.



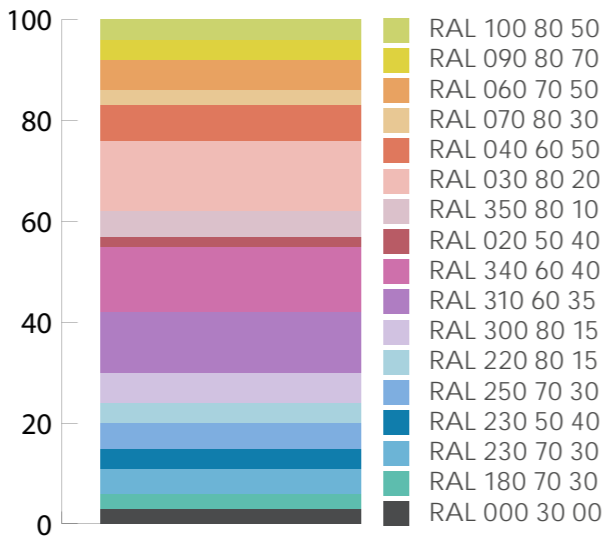
LUXURIÖS LUXURIÖS

## FASZINIEREND

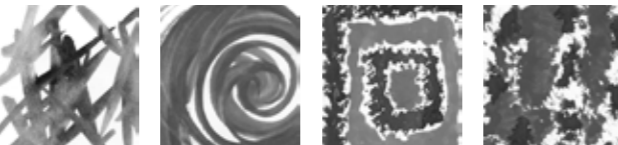
Geheimnisvolle aber auch verbrauchte bis morbide Interpretationen scheinen ausreichende Deutungshoheit zu besitzen. Pompöses oder extrem Kostbares wird zumeist nicht hinter dem Faszinierenden vermutet.



„Elegant“ und „modisch“, „äußerst schmückend“ und „kleidsam“ sind die Adjektive der chromatischen Farbfolge. Ernsthaftigkeit und Tradition scheinen als zutreffende Begleitaspekte den Platz von Pomp und Prunkhaftigkeit einzunehmen.



Faszinierend ist nicht die Ruhe und Ausgewogenheit, sondern das leichte Chaos als Gegensatz zum konsequent geradlinigen und kompakten Bild.



## FASCINATING

Mysterious but also exhausted to morbid interpretations seem to have a sufficient level of interpretational sovereignty. The pompous or extremely precious is mostly not suspected behind the fascinating.

The chromatic colour sequence can be described as "elegant" and "fashionable", "extremely decorative" and "becoming". Sobriety and tradition are relevant attendant aspects seem to take the place of pomp and showiness.

It is the gentle chaos and is not the quiet and balance that we find fascinating as a contrast to the consistently straight and compact picture.

## FASZINIEREND



Ist unsere Vorstellung vom Faszinosum gar nicht so eindrucksvoll und großartig, wie wir das glauben wollen oder erhoffen? Vielleicht steht hinter dem Begriff des Faszinierenden eher eine verbrauchte Metapher, die in einer Welt der täglich neu auftauchenden Superlative nicht mehr vorkommt.

## FASCINATING

Is our idea of fascination actually not as impressive and magnificent as we should like to believe or anticipate? Maybe a tired metaphor lies behind the concept of the fascinating, which no longer exists in a world of new superlatives that appear on a daily basis.



**MÄRCHENHAFT  
FAIRYTALE-LIKE**

**KUSCHELIG  
COSY**

100 90 20	340 90 05	300 80 15	150 80 20	280 80 10	330 90 05	070 80 20	100 90 20
060 80 30	330 80 15	230 80 15	180 70 40	210 80 15	340 80 10	040 70 30	095 90 50
060 70 50	030 60 50	320 60 15	180 50 25	290 70 25	340 70 30	050 60 40	085 80 80
090 80 70	340 60 40	280 50 25	080 50 10	260 60 30	010 50 40	060 60 60	070 70 60
070 60 30	030 50 60	040 40 20	000 30 00	000 20 00	060 30 27	050 50 70	280 70 05
110 90 30	060 60 60	030 40 50	280 40 45	300 40 25	040 50 30	090 80 80	095 80 10
100 90 20	085 80 60	330 70 30	220 70 30	260 40 45	290 70 15	075 80 50	110 80 30
090 90 10	070 80 30	220 70 15	160 70 35	180 60 35	050 70 20	330 80 15	220 80 20

**BEHAGLICH  
SNUG**

**NOSTALGISCH  
NOSTALGIC**

**MÄRCHENHAFT  
KUSCHELIG  
BEHAGLICH  
NOSTALGISCH**

**FAIRYTALE-LIKE  
COSY  
SNUG  
NOSTALGIC**

Immer, wenn die Farben einen hohen Wohlfühlfaktor haben, sind sie in der Mehrzahl warm getönt, zumeist unvermischt und lustvoll animierend schön. In ihrer Anmutung sind die vier Paletten ähnlich, weil ihnen eine zarte, behutsame, weiche und milde Basis gemeinsam ist. Die Farben des „Behaglichen“ und „Nostalgischen“ sind im Wärmegrad unterschiedlich: Während das, was wir unter „behaglich“ verstehen, häufig rötlich gefärbt ist, wird „nostalgisch“ mit tieferen Tönen sowie mit Braun- und Grauschwarzfarben assoziiert.

Dennoch sticht beim Herausheben der einzelnen Begriffsfelder eine jeweilige Eigenständigkeit zutage, weil sie heller oder dunkler, reiner oder getrübt nuanciert sind. Die Profilierung eines Begriffstypus zeigt, auch in der Wiederholung, immer wieder ein äußerst fein justiertes Ergebnis.

Whenever the colours reflect a high feel-good factor, they are predominantly warm-toned, mostly unmixed and sensually, animatingly beautiful. The impressions made by the four colour ranges are similar because they are unified by a delicate, cautiously soft and mild foundation. The colours of the „snug“ and the „nostalgic“ vary regarding their degree of warmth: what we understand by „snug“ is frequently reddish, whereas „nostalgic“ is interpreted with deeper tones and with brown and grey-black colours.

Nonetheless, when underlining out fields covered by single terms, their independence catches one's eye because they are nuanced more brightly or darkly, more purely or cloudily. The profiling of a type of term frequently shows, especially when repeated, a very finely adjusted result.

# BEHAGLICH SNUG



Die Details sind so wichtig wie das große Ganze. Behaglichkeit zu verbreiten benötigt warme Gold-, Tee- und Mintfarben, die, gleich ob bei klarem Licht, strahlender Sonne oder flackerndem Kaminfeuer besehen, die Fähigkeit besitzen, vollkommenes Relaxen zu ermöglichen. Jedes Detail muss stimmen, ob es die Bronzestangen, das Bild am Kopfende des Bettes oder die sandfarbenen getönten Vorhänge sind.



Das wesentliche Element beim Gestalten sind die geglückten Kombinationen. Räume sind nichts anderes als Landschaften auf kleinem Raum. Sie sollen im Großen wie im Kleinen Sichtachsen von

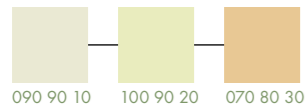
Anregung und Beruhigung, von Animation und Stille bieten. Gerade Hotelzimmer müssen einen Mikrokosmos der Behaglichkeit auf ziemlicher Enge bieten und dennoch kuschelige Nähe mit weitendem Blick verbinden.



Ein mit feinem Leder gepolstertes Bettkopfteil suggeriert Wärme und schafft obendrein absichernde Empfindungen natürlicher Qualität



und akustischen Wohlklangs. Im Bad sind große Spiegel das Wichtigste, auch sie weiten den Raum und geben den Reisenden mit vielleicht ein bisschen mehr Muße als sonst Gelegenheit, sich selbst genauer zu betrachten ...

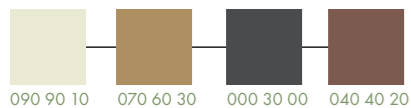
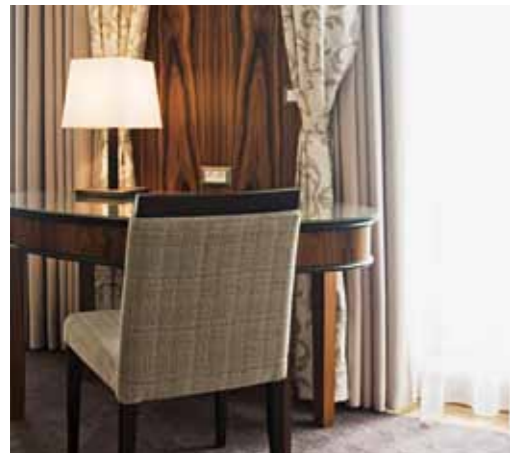


Viele unserer männlichen Freunde

berichten darüber. Ein wenig mehr Eitelkeit zu zeigen, gehört zu den lässlichen Sünden, deren Ergebnis auch den Partnerinnen oder Freunden zugutekommt.

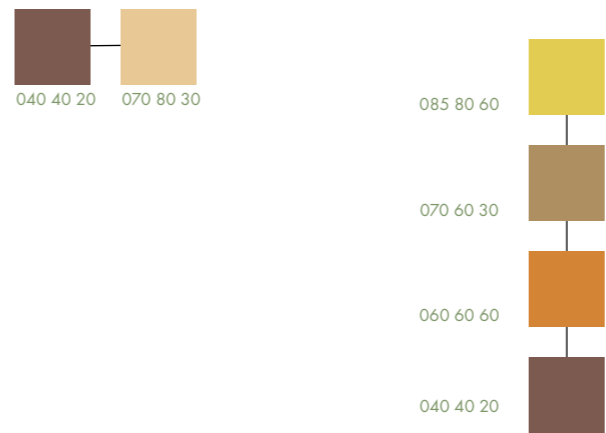


BEHAGLICH SNUG

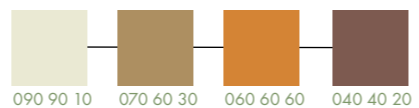


The details are as important as the big picture. Radiating snugness requires warm shades of gold, tea and mint, which, regardless of whether they are viewed in clear light, bright sunlight or by a flickering open fire, have the ability to permit complete relaxation. Every detail must be right, regardless whether it is the brass rails, the picture next to the headboard of the bed or the sand-coloured curtains.

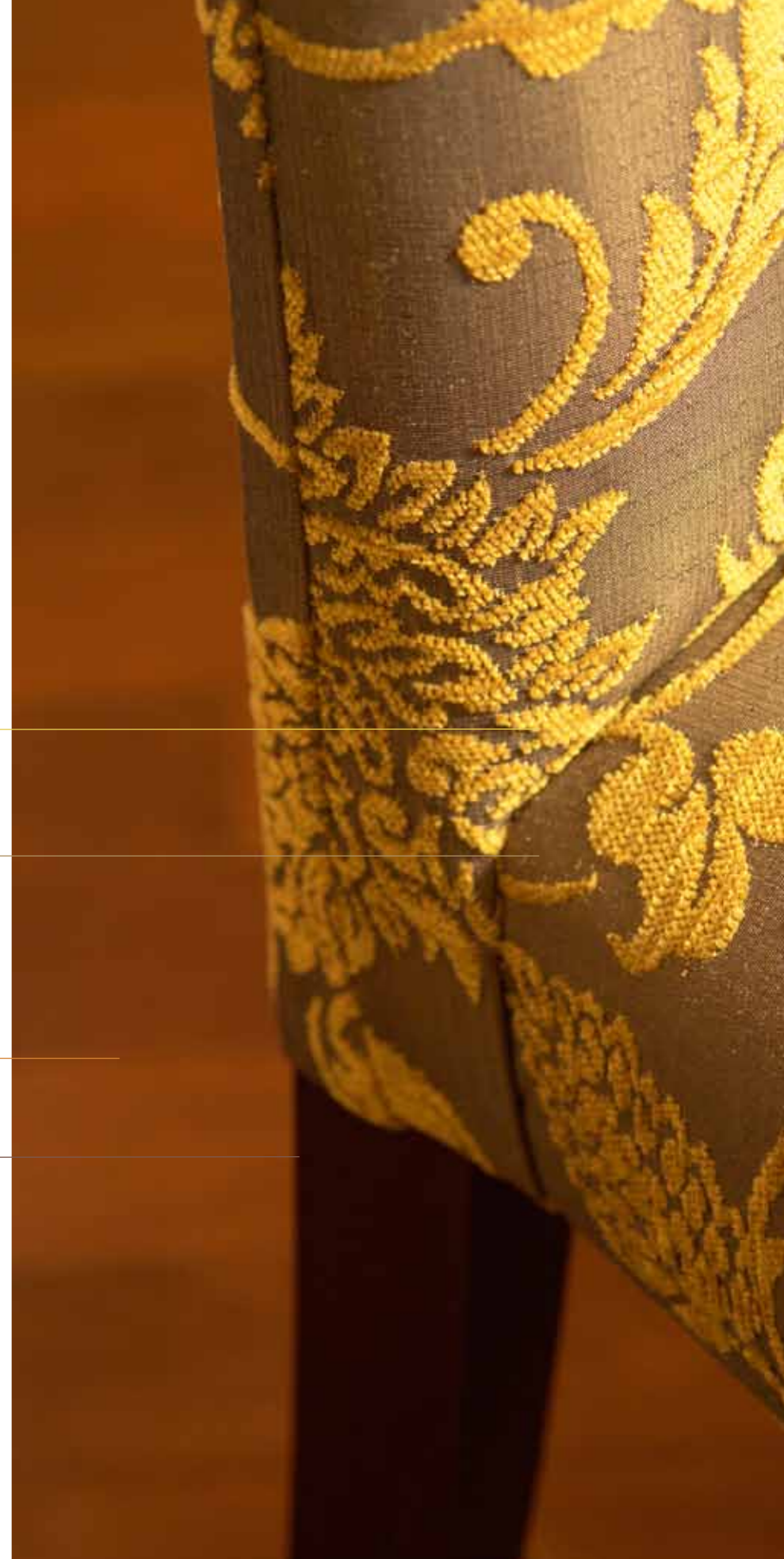
The essential elements when designing are successful combinations. Rooms are nothing other than landscapes in the smallest of spaces. Both on the large and the small scale, they must offer visual axes of stimulation and easing, of animation and quiet. Hotel rooms in particular must provide a microcosm of snugness in a fairly confined space and yet combine cosy closeness with a far-reaching perspective.



An upholstered and leather-covered head section of a bed suggests warmth and additionally generates feelings of security, of natural quality and melodious acoustics. In the bathroom, large mirrors are the most important component; they also enlarge the room and give travellers the opportunity to look at themselves in more detail by affording them a little more leisure than usual ...



Many of our male friends talk about it. Exhibiting a bit more vanity may be counted as one of the venial sins, but the result also profits female partners or friends.



BEHAGLICH SNUG



## HOTELS FÜR KENNER UND BOHEMIENS: VON SCHRÄG BIS DISKRET

Vicki Baum schrieb den berühmten Roman „Menschen im Hotel“. Er wurde mit großer Besetzung verfilmt.

Vor einem halben Jahrhundert waren Grand Hotels Treffpunkte der feinen Gesellschaft. Ihnen eilte der Ruf von Vornehmheit, Internationalität und Ort dramatischer Liebeshändel voraus, manchmal auch der Ruf, Ort von Hochstapelei und geschichtlicher Ereignisse zu sein, wenn sich Geheimdienstler mit grauen Eminenzen trafen. Sie waren Plätze, an denen berühmte Filmstars auf Industriemagnaten und Impresarios auf Operndiven trafen. In Filmstreifen dieser Zeit trugen die Herren Menjoubärtchen und Borsalino Hüte und waren sehr elegant. Die Damen mit eng geschnürter Taille hatten feine Schleier vor ihren Gesichtern und ein Federhütchen auf dem Kopf. Man reiste noch mit der „RMS Queen Elizabeth“ oder „RMS Queen Mary“ von Kontinent zu Kontinent oder mit dem Flugzeug mit Zwischenlandungen in Shannon und auf Neufundland.

Großartig, wenn sich Hoteliers an solche Zeiten erinnern und „schräg“ oder „nonkonformistisch“ nicht als Schimpfwort betrachten, sondern als Ansporn, Bekanntes neu zu inszenieren. In einer Zeit, in der wir die Dienstleistungswelt in Kompetenzfelder teilen und Menschen für kompetent oder inkompetent halten und uns darauf versteifen, dass Kompetenz neben Nachhaltigkeit und Innovation zu den Hauptbefähigungsmerkmalen gehört, müssen wir uns nicht wundern, dass uns das gesamte Befähigungsgerangel als Zeichen um das „Bessere“ und „Tüchtigersein“ zu langweilen beginnt.

Hotels mit Herz und Seele, mit Geschichts- oder Zukunftsbewusstsein, die „chic“ oder „ungewöhnlich“ sind, „kultig“, aber auch „turbulent“ und „exzentrisch“ sein dürfen: Da will ich sein.

Ab und zu gibt es noch kennerschaftliche Optionen, die aus Herz, Intuition und Erfahrung kommen und die

helfen zu entscheiden, wohin ich das müde Haupt bete und wo ich den hungrigen oder durstigen Leib labe. Das ist verlässlicher als jeder Tourismus- und Glanzpostillenratgeber.

Die nächsten Seiten beschäftigen sich mit Beispielen, wie die Hotels mit dem besonderen Image aussehen können, welche Formen, Produkte und Interiors entscheidend sind. Wir werden sehen: Akzente können genauso gut helfen, eine „anregend-aufregende“ Gestaltung zu entwerfen, wie das „Pfiffige“, „Charmante“ oder auch sehr „Diskrete“ Impulse schafft.

Die Arbeit des Designers dreht sich immer um die gleiche Frage: „Wie gelingt es, Berührtsein zu entwickeln?“ Immer dann, wenn sich Farben, Oberflächen, Formen, Strukturen, Dimensionen, Licht und Schatten vertragen, Komplimente austauschen und harmonieren – dann fühlen wir uns wohl.

## HOTELS FOR CONNOISSEURS AND BOHEMIANS: FROM WEIRD TO DISCREET

Vicki Baum wrote the famous novel “Grand Hotel”. It was made into a movie with a top-class cast.

Fifty years ago, grand hotels were the meeting places of high society. Their reputations preceded them as stately, international places where dramatic liaisons, impostures and historical events took place when secret service agents met grey eminences. They were places where famous film stars got to know industrial mag-

nates and impresarios met opera divas. In the movies of those days, gentlemen wore pencil moustaches and Borsalino hats, and they were very elegant. The ladies with tight-laced waistlines wore delicate veils in front of their faces and little feather hats. People still travelled on the “RMS Queen Elizabeth” or “RMS Queen Mary” from continent to continent, or by aeroplane with stops in Shannon and Newfoundland.

It is wonderful when hoteliers remember those days and do not consider “weird” or “nonconformist” to be insults, but incentives to re-stage the well-known. At a time when we divide the service world into areas of expertise, judge people to be “competent” or “incompetent”, and become set on the idea that competence, in addition to sustainability and innovation, is one of the main markers of competence, we need not be at all surprised that the struggle to prove competence, as a sign of being “better” and “more diligent”, starts to bore us.

Hotels with a heart and soul, in touch with history or the future, which are “chic” or “unusual” or “iconic”, but also “turbulent” and “eccentric”: that is where I want to be. Every now and then, one still encounters connoisseurs’

options. These come from the heart, intuition and experience; they help to make a decision as to where I want to rest my weary head and where I will refresh my hungry and thirsty body. They are more trustworthy than any tourist guidebook or glossy magazine.

The pages that follow will give examples of what hotels with that special image might look like, and which forms, products and interiors are crucial. We will see that accentuations can be just as conducive in creating an “inspiring and exciting” design, and that the “witty”, the “charming” and the very “discreet” has a stimulating effect.

The work of designers always revolves around the same question: “How can one develop the sense of being touched?” Whenever colours, surfaces, shapes, structures, dimensions, light and shadow complement each other and harmonise, then we feel at ease.

320	schräg - nonkonformistisch - krass - frech	weird - nonconformist - stark - bold
332	bohemien - lustvoll - berauschend - überzogen	bohemian - sensual - intoxicating - exaggerated
344	schick - farbenfroh - ungewöhnlich - spektakulär	chic - colourful - unusual - spectacular
360	turbulent - akzentreich - revolutionär - schrill	turbulent - richly accented - revolutionary - extravagant
372	kultig - futuristisch - exzentrisch - progressiv	iconic - futuristic - eccentric - progressive
386	pfiffig - charmant - schlicht - diskret	witty - charming - plain - discreet

FARBEN DER HOTELS ist ein Buch für Kreative, Suchende und Genießer und all jene, die in der Hotelbranche arbeiten. Wenn Wissenschaft und Kreativität, Design und Spaß am Experimentieren zusammenfinden, kann nur solch ein umfangreiches Werk entstehen. Das Autorenteam Corinna Kretschmar-Joehnk, Innenarchitektin, und Axel Venn, Farbforscher, haben ein klassisches Lehrbuch für Farbgestaltung und hochwertiges Hotelambiente geschrieben, das auch als Anleitung zur methodischen Recherche dient. Untersucht wurden die aktiven Prozesse der Wahrnehmung und Farbgebung, die für die Wohlfühlqualität eine große Rolle spielen. Es ist ein zeitgenössisches und dennoch klassisches Standardwerk, das für alle Hotelinteressierten, von suchenden Gästen bis zu Investoren, Bauherren, Architekten und Hoteldirektoren, eine unabdingbare Bereicherung ist.

LUXURIÖS LUXURIOUS

COLOURS FOR HOTELS is the ultimate source for creatives, seekers, bon vivants and those who work in the hotel business. It combines science with creativity, design and the joy for experimenting. The authors Corinna Kretschmar-Joehnk, Interior Designer, and Axel Venn, colour researcher, succeeded in writing a book on colour designs and hotel interiors that can also be used as a guide for methodical research. The experts evaluated the direct effect of active cognition on colours and its relation on well-being. COLOURS FOR HOTELS is the indispensable standard book for those who work in the hotel business such as investors, constructors, designers, creative and all other curious people.

ISBN 978-3-7667-2025-2

