

Interview: Sabine Beaujean, Diplom-Designerin

„Zähne putzen, ab ins Bett!“

aus: AHGZ-Druckausgabe Nr. 2013/4 vom 26. Januar 2013



+ Sabine Beaujean: „Mama kennt jeder“ Foto: Mirjam Wählen

Ich stelle mir gerade einen Geschäftsmann vor, der sich abends in seiner Suite einen Bademantel mit Hotel-Mama-Logo anzieht ...

Beaujean: Warum nicht. Ich denke, gerade solche Menschen, die den ganzen Tag in berufsmäßiger Verkleidung ihre Rolle spielen müssen, sind privat ganz locker. Vielleicht wünschen die sich vielleicht so einen Ort der Geborgenheit, in dem sie nicht der Banker sind, sondern Mamas Liebling. Da heißt es: Zähne putzen, ab ins Bett!

Sie haben für Ihr Hotel-Mama-Design erst kürzlich den German Design Award 2013 gewonnen. Setzen Sie damit bewusst auf einen Trend?

Beaujean: Eigentlich nicht. Es sollte ursprünglich eine ironische Inszenierung werden, doch nach meiner Diplom-Ausstellung, auf der ich das Konzept zum ersten Mal präsentiert hatte, kamen plötzlich ganz viele Leute auf mich zu und sagten, wie begeistert sie davon sind. Das hat mich bestärkt, die Idee irgendwann auch praktisch umzusetzen.

Wie kamen Sie auf Hotel Mama?

Beaujean: Mein Mann arbeitet in der Reisebranche, sodass ich schon während des Studiums viel reisen konnte. Wir haben in Hotels quer durch alle Kategorien übernachtet. Nur fehlte mir oft der Witz und das gewisse Etwas, wodurch ein Hotel in Erinnerung bleibt. Die meisten Hotels wirkten auf mich irgendwie alle gleich. „Hotel Mama“ hat mir so gefallen, weil es aus dem Sprachgebrauch stammt und weil ich eine Verbindung zwischen dem häuslichen Bereich und dem Hotel herstellen wollte.

Bei Ihnen trägt jedes Medium – ob Duschgel oder Rechnungsbogen – das Hotel Mama-Branding kombiniert mit einem individuellen Spruch, den wohl jeder so oder so ähnlich von seiner Mutter kennt. Worauf lässt sich das Konzept denn noch ausweiten?

Beaujean: Ich wählte für meine Diplomarbeit eine Corporate Identity als ganzheitliche Arbeit aus, und brachte die Markenpersönlichkeit Mama richtig nach vorne. Mama kennt jeder: Mal ist sie witzig, nervend, fürsorglich, aber immer authentisch. Dadurch wird das Hotel lebendig und bekommt einen eigenen Charakter, eben Mamas Charakter und der kann jeden Tag anders sein. Es geht aber nicht nur darum, dass das Duschgel gebrandet wird, sondern darum, dass sich das Personal entsprechend verhält. So sollte der Servicegedanke auch beinhalten, dass man bei einem Schnupfen eine heiße Zitrone ans Bett gebracht bekommt. Die Liebe zum Detail darf im Hotel Mama nicht auf der Strecke bleiben.

Sie möchten das Design irgendwann einmal in einem richtigen Hotel realisiert sehen. Führen Sie schon Gespräche mit möglichen Partnern?

Beaujean: Toll wäre, wenn sich das Konzept auf eine ganze Hotelkette übertragen ließe. Andererseits könnte ich mir aber auch vorstellen, das Konzept mit einem hiesigen Hotel-Partner aus Übach-Palenberg im Großraum Aachen, meinem Wohnort, als Einzelobjekt zu realisieren. Unser Bürgermeister findet diese Idee super.

Die Fragen stellte Nathalie Kopsa [www.hotelmama.net](http://www.hotelmama.net)

Profil | Kontakte | Gelesen | Einstellungen

Meistgelesen Meistkommentiert

- 1. Neueröffnung: Michael Reinhardt eröffnet eigene...
- 2. In der aktuellen AHGZ: Hygiene-Pranger: Pranger auf dem Prüfstand
- 3. In der aktuellen AHGZ: Der Hotelier: Das Jumeirah im Hoteltest
- 4. Personalia: Benedikt Jagdfeld löst Anno Augus...
- 5. Fotostrecke: Steigenberger Frankfurter Hof mit neue...

Themenkanäle

- Alkoholfreie Getränke
- Außengastronomie
- Berufskleidung
- Bioprodukte & Bioküche
- Buchungsportale
- Catering & GV
- Eis & Desserts
- Energiesparen
- Fisch
- Frühstück und Brunch
- Heizung, Lüftung & Klima
- Hotelier des Jahres
- Internorga
- Kaffee und Heißgetränke
- Konzepte
- Kuchen & Torten
- Küchenausstattung
- Marktdaten
- Mindestlohn
- Reinigung & Hygiene
- Social Media
- Software & EDV
- Steuern & Abgaben
- Systemgastronomie
- Tabletop
- Tarifverträge
- Tische & Stühle
- Wein, Bier & Spirituosen

Wellness

Suche in 32.700 aktuellen Stellenangeboten:

Job/Unternehmen (z.B. Koch, Chef de Rang, Accor ...)

Ort (z.B. Berlin, 10115)

Jobs suchen |

Die AHGZ bei Facebook

Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung  
Gefällt mir

Die neuesten Kommentare

EBERHARD Gold: Zimmerpreise müssen steigen !, betrifft: Die Zimmerpreise müssen steigen