



SORELL ARBEITET AN DER STADTHOTELLERIE 2.0

Schweizer Hotelgruppe Sorell nutzte Pandemie für neue Hotelkonzepte

Ein Blick ins frisch renovierte Hotel Seefeld, das mithilfe kreativer Nachbarn zum Treffpunkt des trendigen Zürcher Quartiers werden soll.

Autor: Urs Huebscher

Nach herausfordernden Jahren findet sich Sorell, die grösste Schweizer Hotelgruppe in Eigenbesitz, wieder auf Kurs. Im 2023 verzeichnete die Gruppe ein Umsatzwachstum von 15,4 Prozent und auch 2024 rechnet COO Thomas Kleber mit einem moderaten Wachstum.

Doch um langfristig erfolgreich zu bleiben, hat Sorell zuletzt intensiv darüber nachgedacht, wie die Stadthotellerie der Zukunft aussehen könnte. Während das im März 2022 wiedereröffnete Hotel Seidenhof die Gäste auf eine Reise in die Zeit mitnimmt, als Zürich das Zentrum der europäischen Seidenindustrie war und mit dem innovativen Restaurant

Enja punktet, hat man beim jüngst teilrenovierten Hotel Seefeld einen anderen Ansatz gewählt.

Beim Umbau des Vier-Sterne-Hotels im Zürcher Trendquartier wurden mehrheitlich Unternehmen aus der näheren Umgebung berücksichtigt. Auch bei der Ausstattung und dem Dekor arbeitete man eng mit lokalen Designern, Handwerkern und Künstlern zusammen.

TREFFPUNKT FÜR QUARTIERBEWOHNER

Die neu konzipierte «Café Bar Flor» im Erdgeschoss des Hotels soll nicht nur ein Ort für Erlebnisse und lokale Begegnungen sein, sondern auch für Nachhaltigkeit und persönliche Gastfreundschaft stehen. Mit

Schlagworten wie unkompliziert, gepflegt, chic und persönlich definiert das Hotel ein urbanes und dennoch naturnahes Umfeld.

«Mit dem Hotel Seefeld wollen wir vor allem Freizeitgäste ansprechen, die nach einem stilvollen und modernen Rückzugsort mitten im Trendquartier suchen und Wert auf zeitgemässe Dienstleistungen legen», sagt Thomas Kleber. «Gleichzeitig war es uns aber sehr wichtig, die Kreativität in der Nachbarschaft zu nutzen und auch Quartierbewohnern einen Wohlfühlort zu bieten, an dem sie einen genussvollen Abend verbringen können». ■

www.sorellhotels.com