

IT'S A BEAUTIFUL NOICE ... (Neil Diamond 1976)

IT'S A BEAUTIFUL LIGHT ... (FLOS 2003)

In seinem Erfolgssong beschreibt Neil Diamond die typischen Geräusche einer Stadt, die ihm sympathisch sind, weil sie unverwechselbar mit dem Umfeld in Verbindung stehen.

Ebenso unverwechselbar sind auch alle anderen Sinneseindrücke, wobei das Licht und die beleuchtete Atmosphäre einen der nachhaltigsten Eindrücke hinterlässt.

Der Hotelgast ist hierfür besonders sensibilisiert, weil seine Verweildauer temporär bestimmt ist und daher auch besonders intensiv und nachhaltig erlebt wird. Da wir dazu neigen die positiven Dinge des Lebens besonders abrufbar zu speichern, wird der Eindruck dessen, was wir gerne gesehen und somit durch Licht wohltuend erlebt haben, zu einer wunderbaren Erinnerung.

UNSER DOKUMENTATIONSFILM
IM KOPF ERKENNT DIE STADT,
DAS HOTEL, DAS LICHT.

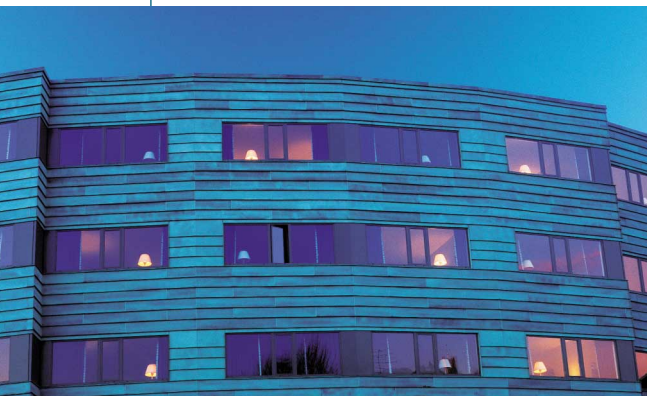
So, wie jede Stadt eine selbstverständliche Identität hat, die wir durch alle unsere Sinne wahrnehmen, sollte auch die Hotellerie ihren Gästen diesen Erlebnisbereich mit einer eigenen Lichtidentität nicht verweigern.

Kontakt: Siehe S.

Hotel Quality Toensberg, Oslo
Romeo soft F
Design: Philippe Starck

Four Seasons Canary, London
Sonderleuchte Canary
Design: United Designers Ltd.

Hotel Dorint am Gendarmenmarkt, Berlin
Sonderleuchte Bloc
Design: Light Contract



Hotel Hilton, Athen
Tischleuchte Oci
Design: Rodolfo Dordini