



ELKE M. WERTHER

„Wir werden nie im grau-beigen Einheitsbrei untergehen“

Elke M. Werther leitet den Vertrieb von Selva Hospitality in Deutschland. Cost & Logis hat sich mit ihr getroffen und über Einrichtung in der Hotellerie und die Selva-DNA unterhalten.

FRAU WERTHER, IN DER HOTELLERIE WIRD IMMER MEHR VON ERLEBNISSEN GESPROCHEN, DIE DEN GÄSTEN GEBOTEN WERDEN MÜSSEN. WAS MUSS EINE MODERNE EINRICHTUNG BZW. AUSSTATTUNG LEISTEN, UM DIESEN GEDANKEN ZU UNTERSTÜTZEN?

Das Erlebnis gibt es ebenso wenig wie den Gast. Unsere Aufgabe ist es, unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden und den Häusern eine Individualität zu verleihen, in der sich möglichst jeder Gast wohlfühlt. Ein großer Spiegel, eine gute Leselampe, ein komfortables Bett oder ein ansprechendes Bad werden vorausgesetzt. Vor allem aber muss das Zimmer funktionieren – auch technisch und ergonomisch. Wir müssen in der

Elke M. Werther: „Selva produziert keine Stilmöbel, sondern Möbel mit Stil.“

Lage sein, diese Bedürfnisse zu bedienen und sie mit einer zeitgemäßen Optik bzw. Haptik zu kombinieren. Es gilt, den Gast nachhaltig zu begeistern und ihm ein Wohlfühlambiente zu bieten.

WELCHE WÜNSCHE HAT DIE VIELZITIERTE GENERATION Y AN DIE EINRICHTUNG IM HOTEL?

Das lässt sich pauschal kaum beantworten. Für mich ist wichtig, dass wir bei allem Fokus auf die jüngere Klientel, bei allem Hype um die Gen Y, der ja auch in der Branche grassiert, die älteren Gäste, die den Hotels nach wie vor einen Großteil des Umsatzes bringen, nicht vernachlässigen. So gesehen müssen wir immer den Bogen schlagen, müssen traditionelle und moderne Elemente verbinden. Genau dafür steht Selva. Und fragen muss man sich auch, ob sich die Wünsche der Gen Y tatsächlich so gravierend von den Anforderungen der älteren Generation abheben. Es gibt junge Menschen, die den völlig automatischen Check-in gar nicht schätzen und die sogenannte ältere Generation, die ein Tablet auf dem Zimmer geradezu erwartet.

WIE DAS AUSSEHEN KANN, SEHEN WIR AN DEM ORT, AN DEM WIR UNS GERADE BEFINDEN – DEM DESIGNHOTEL WIENECKE IN HANNOVER.

Richtig. Wir haben uns zunächst mit dem Inhaber des Hauses intensiv darüber ausgetauscht, welche Vorstellungen er hat, welches Thema er in den Vordergrund stellen möchte und welche Story er seinen Gästen vermitteln will. Die meisten Gäste sind hier Business Traveller, die während ihres Trips nicht viel mehr sehen, als den Flughafen oder Bahnhof, die Messe und das Hotel. Von der Stadt bekommen sie deshalb so gut wie nichts mit. Und so entstand die Idee, den Gästen in der Lobby und auf den Zimmern etwas über Hannover zu erzählen: Geschichten, Wissenswertes und Skurriles. Denn: Wer heute als Business-Gast kommt, reist morgen womöglich mit Familie oder Freunden an.

SELVA IST TRADITIONELL STARK IN DER INHABERGEFÜHRTEN HOTELLERIE. KÖNNEN SIE AUCH KETTE?

Das können wir ohne Zweifel, sind viel flexibler als viele in der Branche denken, die uns allein über klassisches Mobiliar definieren und „in eine Schublade stecken“. Dabei gerät außer Acht, dass wir auch individuelle



Elke M. Werther: „Wir müssen immer den Bogen schlagen, traditionelle und moderne Elemente verbinden.“

Konzepte entwickeln und durchführen. Architekten sind oft völlig überrascht, was wir alles leisten können, wie vielfältig und flexibel wir sind. Unsere Produktlinien und Kataloge schließen das Eingehen auf individuelle Bedürfnisse nicht aus.

VIELE HOTELKONZEPTE ENTSTEHEN DERZEIT IN SEGMENTEN, IN DENEN BEI DER ENTWICKLUNG STARK AUF DIE KOSTEN GEACHTET WIRD. KOMMT EIN PREMIUM-ANBIETER WIE SELVA DORT ÜBERHAUPT IN FRAGE?

Wir sind ganz sicher kein Lieferant für Einstiegspreise, aber durchaus flexibel. Ich denke, dass bei allem Budget-Bewusstsein Qualität grundsätzlich ein Thema sein muss, damit die Gäste auch wiederkommen. Wir stehen jedenfalls für nachhaltige Ausstattung. Selva Möbel veralten nicht, sie unterstreichen den Retrotrend und lassen sich bei Renovierungen im neuen Umfeld perfekt integrieren, sorgen so für eine individuelle Gestaltung.

SIE KOMMEN GERADE VON DER MÖBELMESSE IN KÖLN. WAS BRINGEN SIE VON DORT MIT BZW. WELCHE TRENDS ZEICHNEN SICH AB?

Da komme ich zurück zu dem vielzitierten Retrotrend, der weiter aktuell sein wird. Im Trend sind satte Farben wie blau und grün, kombiniert mit Gold und Messing, sinnliche Formen, perfekte Handwerkskunst mit makellosem Finish. Materialien, die ein ArtDéco Feeling aufkommen lassen. Genau das bilden wir bereits seit 2017 mit unserer Kollektion „Gatsby“ aus der Linie PHILIPP



SELVA ab. Für uns von Selva ist nach wie vor wichtig, dass wir uns vom Rest des Marktes abheben. Das gilt auch für die Farben. Wir wollten nie im grau-beigen Einheitsbrei untergehen und werden das auch in Zukunft nicht tun. Das passt einfach nicht zu unserer DNA.

WIE SIEHT DIE SELVA-DNA AUS?

Wir kommen aus der Klassik und werden sie auch nicht vollständig verlassen. Sie werden niemals sehen können, aus welchem Jahr welches Mobiliar stammt. Die Selva-DNA steht für sinnlichen Materialmix und Design von zeitloser Eleganz, die einen besonderen Look erzeugen. Wir produzieren keine Stilmöbel, sondern Möbel mit Stil.

Elke M. Werther: „Wer heute als Business-Gast kommt, reist morgen womöglich mit Familie oder Freunden an.“