In den »Erd«-Zimmern mit höhlenartigem Charakter dominieren leuchtende Blautöne und traditionelle Wandmalereien

Hotel der Elemente

Das **Sofitel So** ist **Bangkoks** neueste Hotelattraktion, das zweite Haus der Marke »So« weltweit und das erste Stadthotel überhaupt – ein prachtvolles Designerhotel einerseits, eine sinnliche Hotel-Wunderkiste mit ausgefallenen Ideen andererseits

Der gewaltige Hotelturm befindet sich mit seinen 30 Stockwerken und einem grandiosen Ausblick auf die Skyline in unmittelbarer Nachbarschaft des Lumpini Parks, der grünen Oase im Zentrum der Stadt. Nur das direkt gegenüberliegende Banyan Tree Hotel ist höher, dafür aber auch in die Jahre gekommen. Vier der bekanntesten thailändischen Designer zeichnen zusammen mit der französischen Modeschöpfer-Legende Christian Lacroix für das Hotelkonzept des Sofitel So verantwortlich. Das Quintett hat sich einiges einfallen lassen (müssen), damit der Newcomer erfolgreich auf dem Hotelmarkt der thailändischen Metropole positioniert werden kann. Das fängt bei der Außenfassade an: Aus einem monumentalen, tiefbraunen Gebäude in Schatullen-Form, an dessen Spitze der weiße Schriftzug »So« prangt, entwickelt sich verschachtelt und versetzt eine wabenähnliche Glasfassade. Im Inneren prägt schwarzer Marmor die Lobby, in der Guest Relation Manager Paul die Gäste begrüßt. Paul ist eine Art menschliche Signatur für das neue Designhotel, ein Paradiesvogel mit feuerwehrroter Jacke, auftoupiertem, schwarzem Haar und gold lackierten Fingernägeln, auf dessen Visitenkarte steht, man solle einfach »So Guru« zu ihm sagen. Macht man gerne, denn Paul ist eine schillernde Kunst-Figur, eine Art cross-sexueller Gute-Laune-Harlekin, der mehr als 20 Jahre lang eine eigene Mode-Boutique in London besessen hatte.

> **»Wir wollten nicht nur ein neues Hotel in Bangkok sein, sondern zu einem neuen Hotel-Wahrzeichen des Designs werden«**
>
> General Manager Gilles Cretallaz

Je weiter man in das Hotel vordringt, desto öfter kommt man aus dem Staunen nicht mehr heraus. Viel haben sich die Designer einfallen lassen, fast zuviel. Tritt

Paradiesvogel: der »So-Guru« Paul

man beispielsweise aus den Aufzügen in die Lobby, huschen Gruppen von hellen »So«-Licht-Logos über den Boden und stieben – wenn man versucht, sie mit dem Schuh zu berühren – in alle Himmelsrichtungen auseinander. Und auch wenn die tiefschwarzen, fensterlosen Flure mit dezentem Schummerlicht und kleinen Lichtleisten am Boden anderes vermuten lassen – die Zimmer des Sofitel So sind allesamt spektakuläre, moderne Oasen der Entschleunigung, komponiert mit deckenhohen Fenstern, Panoramablick, begehbaren Schränken und stilvollen Bädern mit luxuriösen Designer-Wannen.

Sofitel So Bangkok

2 North Sathorn Road, Bangrak
10500, Bangkok, Thailand
Telefon +66-2-6240000
www.sofitel.com
Kategorie ☆☆☆☆☆
General Manager Gilles Cretallaz
Investitionsvolumen 75 Mio. US-$
Logis 238 Zimmer & Suiten
Preise DZ ab 147 €, Suiten ab 260 €

Die 238 Refugien des Luxushotels sind nach den Einflüssen von vier der »Fünf Elemente« aus dem Baum des Lebens gestaltet und designed: Wasser, Erde, Holz und Metall. Man solle sich bitte einfach die Atmosphäre aussuchen, die der eigenen Person am besten zusagt. Und so merkt man ziemlich schnell, dass sich hier vier Hotelkonzepte mit komplett unterschiedlichen Charakteren zu einem einzigen Hotelturm verbinden. Die Zimmer, designed im Zeichen des Wasser-Elementes, versprechen eine »durchdachte Atmosphäre der Ruhe«, in der schwarze und dunkelgraue Farben dominieren – kontrastiert durch sandfarbene Töne bei den Möbeln und dem Bett. Auf zweifelhafte Gags müssen die Gäste aber gefasst sein: Auf dem Schreibtisch findet der Gast zwei große Glas-Vasen vor, in denen sich je ein siamesischer Kampffisch befindet. Beide Vasen sind durch eine breite Holzscheibe getrennt. Zieht man diese weg, sehen die Fische einander, kommen in Wallung, die Körperfarbe in zornblau wechselnd, sich gegenüber aufplusternd und posend. Schiebt man die Scheibe wieder dazwischen, kehrt wieder Ruhe ein in den Glasvasen.

Zielgruppe? – Gibt es nicht

Fische findet man in den »Metall«-Refugien nicht. Dafür versprechen zwei handgroße Qigong Kugeln aus Metall, die beim Bewegen unterschiedlich gurrende Klangtöne erzeugen, Entspannung, Frieden und Stressabbau. Die Zimmer stehen unter dem Motto »Klarheit und Moderne« und sind komplett in Weiß durchgestylt. Die Zimmer im Zeichen des Holzes stehen ihrerseits unter dem Motto »Eleganz und Ruhe«, orientieren sich an traditionellen thailändischen Holzbauten und Teakholz-Jalousien, die das Bad dezent zum Wohnbereich abgrenzen. Im Zeichen von »Wunder und Bereicherung« präsentieren sich die »Erd«-Zimmer in satt leuchtenden Blau-Tönen. Die Räume weisen zudem einen höhlenähnlichen Charakter auf, zu dem auch traditionelle Wandmalereien beitragen.

»Wir wollten nicht nur ein neues Hotel in Bangkok sein, sondern zu einem neuen Hotel-Wahrzeichen des Designs wer-

Der »Club Signature« (ob.) im 25. Stock bietet eine herrliche Aussicht. Dem tiefbraunen Hotelturm liegt der Lumpini Park zu Füßen (re.)

ANZEIGE

Cretallaz weiter. Insgesamt neun »Live-Cooking« Stationen sorgen für eine kulinarische Reise rund um den Globus – vom japanischen Robiotayaki Grill bis hin zum französischen Seafood. Im Zentrum steht ein riesiger »Red Oven« von Molteni, der längste seiner Art in Asien, der dem Restaurant auch seinen Namen gegeben hat: »Red Oven« (sh. S. 114).

Im 25. Stock hat der französische Großmeister des Mode-Designs Christian Lacroix sich nicht nur im Rohbau mit seiner Unterschrift an der Beton-Wand verewigt, sondern auch eine wunderbar plüschige Lounge geschaffen, den »Club Signature«. Alles wirkt hier ein bisschen überfrachtet; kreative Muster an den Wänden, der Baum des Lebens als zentrales Symbol des Hotels auf dem Boden. Eine lebhafte Farbpalette von Rosa, Braun bis hin zu Silber reichend, bilden eine durchgestylte Szene, in deren Mitte man sich als Gast fühlt, als wäre man selbst Teil einer Inszenierung. Und genau das ist beabsichtigt. THOMAS STAROST

den«, erläutert General Manager Gilles Cretallaz, der als verantwortlicher Area Manager bei Sofitel auch das neue »So« in Singapur betreut, das Anfang 2014 eröffnet werden soll. Allein in Bangkok haben die Investoren mehr als 75 Millionen US-Dollar überwiesen, um dem neuen Design-Turm dieses einzigartige Themen-Ambiente zu verleihen. Zielgruppen gibt es keine. »Egal ob Geschäftsreisender oder Urlauber, wir wollen beide gleichermaßen überraschen und an uns binden«, erklärt Gilles weiter. In der Anlaufphase konnte man bereits eine Auslastung von über 50 Prozent vorweisen, für den weiteren Jahresverlauf erwartet der 47-jährige GM rund 75 Prozent.

Als fehlendes fünftes Element schließt »Feuer« den Kreis im neuen Sofitel. »Feuer ist bestimmt das Letzte, was jemand im Hotel haben möchte. Aber es gehört zu den Elementen und ist bei uns das Motto, nachdem wir das Design des Hauptrestaurants gestaltet haben«, erklärt Gilles

Paul ist eine Art menschliche Signatur für das neue Designhotel, ein Paradiesvogel mit feuerwehrroter Jacke und auftoupiertem, schwarzem Haar