

Mariola Milewska

Hotele sławne, dziwne, naj... na świecie

Wstęp

W wielu miejscach na świecie powstają imponujące hotele. Początkowo miały one za zadanie jedynie sprostać coraz wyższym wymaganiom gości hotelowych. Niektóre z nich wprowadziły np. system szybkiej obsługi (co jednak spowodowało, że goście poczuli się tak, jakby znajdowali się na fabrycznej taśmie montażowej). Inne hotele – zwłaszcza te, które wybudowano w miejscach o dużych walorach turystycznych – siłą się na krzykliwy przepych, aby przyciągnąć jak najwięcej klientów. Są również i takie, które charakteryzują się prawdziwą elegancją, wysoką jakością obsługi i mimo „wieku dojrzałego” zachowały swoją niepowtarzalność oraz klimat. Wreszcie, powstają też hotele ultranowoczesne, z najnowocześniejszych materiałów, wykraczające zastosowaną technologią poza swoją epokę.

Współcześnie obserwuje się zjawisko szybko postępującego wyrównywania poziomu usług hotelarskich na świecie. Ich zakres i standard jest coraz bardziej zbliżony, a różnice między kontynentami czy krajami coraz mniejsze. Jest to z jednej strony efekt globalizacji gospodarki, a zwłaszcza szerokiego rozpowszechniania nowych rozwiązań i wynalazków technicznych, z drugiej – działalności dużych międzynarodowych łańcuchów i systemów hotelowych, które we wszystkich krajach pracują według własnych standardów, z trzeciej zaś – ograniczonych możliwości stałego udoskonalania procesu świadczenia usług w tym sektorze gospodarki, co ułatwia naśladowanie liderów i niwelowanie różnic.

W tej sytuacji sama wysoka jakość oferowanego produktu nie jest już w stanie zapewnić hotelowi długotrwałej przewagi konkurencyjnej na

rynku. Część hoteli stara się więc wzbogacić swoją ofertę o pewne dodatkowe psychologiczne korzyści, tzw. wartość dodaną. Są to emocje, wrażenia i satysfakcje, które pojawiają się w umysłach klientów w związku z zakupem właśnie tego, a nie innego produktu (por. Altkorn 1999). Pobyt w hotelu może więc być wskaźnikiem prestiżu i dowodem przynależności do elity, może odzwierciedlać osobowość czy filozofię żywota gościa, może też dostarczać niepowtarzalnych przeżyć, którymi będzie można się pochwalić wśród znajomych etc.

W ostatnich latach zauważalna staje się niezwykle silna społeczna presja na kolekcjonowanie nietypowych przeżyć wakacyjnych. Aby zadziwić otoczenie, nie wystarczy już być w interesującym miejscu. Uznanie i podziw otoczenia może zapewnić jedynie wyjątkowe, niepowtarzalne, zaskakujące doświadczenie. Ponieważ nocleg w „zwykłych” hotelach, nawet o wysokim standardzie, nie jest już powodem do dumy, turyści coraz częściej poszukują niekonwencjonalnych obiektów noclegowych.

Niezależnie od tego, jak je nazwiemy – wyjątkowe, sławne, trendy, czy też butikowe – jedno jest pewne: obiekty te, o oryginalnym położeniu, o dziwnej, często ekscentrycznej architekturze, oferują noclegi w niezwykłych, fantazyjnych wnętrzach, z wyrafinowaną ofertą usług itp. Ta silna chęć wyróżnienia się w jakikolwiek sposób ma duży wpływ również na działania marketingowe hoteli.

Hotele sławne i luksusowe

Najbardziej prestiżowym i najwytworniejszym hotelem na Starym Kontynencie od 1 lipca 1898 r. (czyli dnia otwarcia) do dzisiaj pozostaje hotel Ritz, położony przy placu Vendôme w Paryżu. Jego nieusuwalną cechą charakterystyczną jest wyjątkowy szyk, elegancja, a także wręcz już mityczne ceny za pobyt (fot. 1–4).

Wysoki standard usług ustalony został przez założyciela hotelu – Cesara Ritza, szwajcarskiego pasterza, który stał się magnatem hotelowym. Czterystuosobowy personel (dwóch pracowników na jednego gościa!) stawić się ma na życzenie klienta w ciągu 30 sekund od zgłoszenia, niezależnie od tego, czy chodzi o zorganizowanie eleganckiego przyjęcia, czy zabranie rzeczy osobistych gościa do pralni. Od chwili oddania hotelu do eksploatacji do tej pory nie zrezygnowano z żadnej

dotychczasowej usługi, a wręcz przeciwnie wprowadza się ciągle nowe, szczególnie te z dziedziny najnowszej techniki.

Jedną z legendarnych atrakcji hotelu była znakomita kuchnia, kierowana przez George'a Augusto Escoffiera, który z gotowania uczynił działalność artystyczną. Obecnie restauracja Ritza – uzupełniona piwnicą zawierającą 100 tys. butelek różnych alkoholi – nadal serwują dania, których recepturę opracował Escoffier. W 2007 r. hotelowa restauracja L'Espadon została wpisana jako szczególnie polecana do czerwonego przewodnika Michelin'a (*Michelin Red Guide*).



Fot. 1. Front hotelu Ritz w Paryżu /
Front of Ritz Hotel in Paris
(www.en.wikipedia.org/wiki/File:Hotel_Ritz_Paris)



Fot. 2. Bar w hotelu Ritz w Paryżu /
Bar in Ritz Hotel in Paris
([www.hotele.pl/francja/paryz/ritz-\(executive\)](http://www.hotele.pl/francja/paryz/ritz-(executive)))



Fot. 3. Sypialnia apartamentu w hotelu Ritz
w Paryżu / Suite bedroom in Ritz Hotel
in Paris (A. Arnold 1990)



Fot. 4. Sypialnia apartamentu hotelu Ritz
w Paryżu / Suite bedroom in Ritz Hotel in
Paris ([www.hotele.pl/francja/paryz/ritz-\(executive\)](http://www.hotele.pl/francja/paryz/ritz-(executive)))

Listę gości Ritza można czytać jak stronicę międzynarodowego almanachu słynnych osobistości z ostatniego stulecia. Figurują na niej m.in.

Theodore Roosevelt, John Pierpont Morgan, Agha Khan, Francis Scott Fitzgerald, Greta Garbo, Douglas Fairbanks, Coco Chanel, Rudolph Valentino, Charlie Chaplin, Marlene Dietrich, Maurice Chevalier, Jean-Paul Sartre, Lady Diana, Karl Lagerfeld. Wielu spośród nich przyjeżdżało do hotelu z własnymi służącymi, pokojówkami czy nawet portierami. Nawet dziś hotel dysponuje pokojami dla osobistej służby swych gości.

O gościach hotelu Ritz W. Górnicki (1978) pisał w *Balladzie hotelowej*:

Cesar Ritz, którego król Edward VII nazywał kiedyś „królem hotelarzy i hotelarzem królów”, zabronił w testamencie czynienia jakichkolwiek ustępstw „na rzecz uboższej klienteli”, jak gdyby clochardzi rzeczywiście wybierali się na nocleg do Ritza. Surowo także zabronił pierworodnemu synowi, aby „nawet na cal nie odstępował od królewskiego standardu”.

Obecnie w hotelu mieści się 107 pokoi i 55 apartamentów. Na 16 tys. m² znajduje się klub zdrowia z basenem w stylu rzymskim, łaźnia, fitness, kort do squasha, salon piękności. Ponadto w hotelu jest też osiem sal konferencyjnych mieszczących od 10 do 450 osób, z oddzielną recepcją, oraz Ritz Club (www.ritzparis.com).

Hotel Burj Al Arab (Wieża Arabów) w Dubaju nazywany jest symbolem sukcesu naftowego emiratu i współczesnym cudem świata. Z zasady najlepszym hotelom przypisuje się pięć gwiazdek. Jeśli jednak standard świadczonych usług znacząco przekracza zakładane normy, nieoficjalnie dodaje się kolejną gwiazdkę. Burj Al Arab jako pierwszy na świecie został wykreowany przez media na hotel siedmiogwiazdkowy (fot. 5–8).

Hotel Burj Al Arab został wzniesiony w 1999 r. na oddalonej o 280 m od plaży sztucznej wyspie, połączonej z lądem jedynie cienką, krętą ścieżką. Budynek ma charakterystyczny, powszechnie rozpoznawalny kształt żagla. Liczy 321 m wysokości i uznawany jest za najwyższy hotel na świecie¹.

Hotel należy do kompleksu wypoczynkowego Jumeirah Beach Resort. Obsługa gości hotelowych rozpoczyna się już na lotnisku, kiedy to podjeżdża biały rolls-royce, a szofer wręcza bukiet róż i orchidei. Po drodze szofer zamienia się w przewodnika, a w lobby hotelowym, mogącym

¹ Wyżej położony jest co prawda Grand Hyatt w Szanghaju, ale część wieżowca Jin Mao Building, w którym się mieści, zajmują pomieszczenia biurowe.

pomieścić Statuę Wolności, na każdego gościa czeka członek komitetu powitalnego. On też prowadzi gościa po ruchomych schodach wzdłuż morskich akwariów do złotej windy i przekazuje osobistemu służącemu. Wszystkie pokoje w obiekcie, których jest 202, to dwupoziomowe apartamenty.



Fot. 5. Hotel Burj Al Arab w Dubaju (materiał reklamowy hotelu) / Hotel Burj Al Arab in Dubai (hotel's promotional material)



Fot. 6. Apartament w hotelu Burj Al Arab w Dubaju (materiał reklamowy hotelu) / Suite in the Burj Al Arab Hotel in Dubai (hotel's promotional material)



Fot. 7. Apartament w hotelu Burj Al Arab w Dubaju / Suite in Burj Al Arab Hotel in Dubai (www.travelway.pl)



Fot. 8. Łazienka w apartamencie hotelu Burj Al Arab w Dubaju / Suite bathroom in Burj Al Arab Hotel in Dubai (www.travelway.pl)

Każdy urządzony jest niezwykle i może zaspokoić gusta oraz wymagania rodziny królewskiej czy gwiazdy rocka. Dwa apartamenty przezna-

czone są dla wyjątkowych VIP-ów. Jeden z nich to apartament królewski, a drugi prezydencki. W pokojach-apartamentach znajdują się obrotowe łóżka, własne kina, plazmowe telewizory, zdalnie sterowane zastawy, notebooki podłączone do Internetu i kilkanaście telefonów.

Przechadzka po hotelu zajmuje cały dzień. W obiekcie jest kilka ekskluzywnych restauracji, w których na jedno miejsce konsumenckie przypada czterech kelnerów, SPA, biblioteka, sale fitness, bar na 54. piętrze oraz najwyżej położony w budynku hotelowym basen kryty i wiele innych udogodnień, które potrafią zadziwić gości.

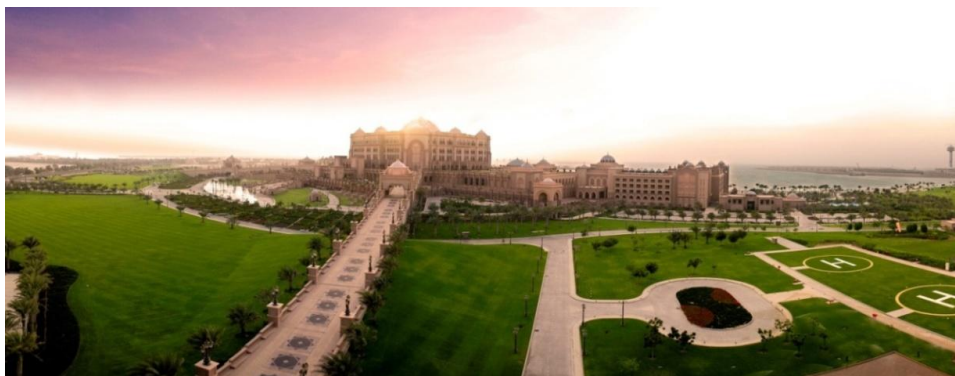
Innym hotelem, który może nie jest tak powszechnie znany jak Burj Al Arab, ale według opinii niektórych hotelarzy przewyższa go standardem, jest położony w Abu Zabi Emirates Palace (fot. 9). Został on wybudowany za ponad 3 mld € i uchodzi za najdroższy pod względem kosztów budowy obiekt hotelarski na naszym globie. Łśni od złota, srebra i najpiękniejszych marmurów. Za budowę Emirates Palace zapłacił rząd Zjednoczonych Emiratów Arabskich, natomiast zarządza nim łańcuch Kempinsky. Emirates Palace należy do grona najbardziej wyrafinowanych hoteli świata, będących w stanie spełnić najbardziej wygórowane oczekiwania swoich klientów.

Gośćmi hotelu są arabscy szejkwowie i milionerzy z całego świata. Obiekt dysponuje 302 luksusowymi pokojami i 92 apartamentami. Najdroższy apartament świata (o powierzchni 1200 m²) można wynająć, płacąc 15 tys. € za dobę (fot. 10–11). Do dyspozycji gości są 22 restauracje i 33 kuchnie, w których pracuje 190 kucharzy.

Obiekt stosuje własną klasyfikację gości, określając ich mianem „koralowych”, „perłowych” lub „diamentowych”. Każdy gość otrzymuje do swej dyspozycji osobistych kamerdynerów na cały czas pobytu. Pracują oni na zmiany, aby przez okrągłą dobę sprawować osobistą opiekę nad swym podopiecznym, m.in. przy ubieraniu i zarządzaniu posiadanymi bagażami.

Hotel zatrudnia pracowników znających w sumie 50 języków świata. Jedynym zadaniem dziesięciu osób jest utrzymywanie w doskonałym stanie 1002 kryształowych kandelabrow Swarovskiego, 250 pracowników dba o to, by należycie błyszcząły marmury na 110 tys. m² podłóg. O trawniki i ogrody troszczy się 260 ogrodników. W sumie hotel za-

pewnia pracę 2600 osobom – tak więc średnio na każdego gościa przypada czterech zatrudnionych.



Fot. 9. Hotel Emirates Palace w stolicy Zjednoczonych Emiratów Arabskich Abu Zabi (materiały reklamowe hotelu) / Emirates Palace Hotel in the capital of United Arab Emirates – Abu Dhabi (hotel's promotional materials)



Fot. 10. Diamond Grand Room w hotelu Emirates Palace w Abu Zabi (materiały reklamowe hotelu) / Diamond Grand Room in Emirates Palace Hotel in Abu Dhabi (hotel's promotional materials)



Fot. 11. Pokój Khaleej Deluxe Suite Lounge Area w hotelu Emirates Palace w Abu Zabi (materiały reklamowe hotelu) / Khaleej Deluxe Suite Lounge Area in Emirates Palace Hotel in Abu Dhabi (hotel's promotional materials)

Wystrój obiektu tworzą tradycyjne arabskie motywy pałacowe, takie jak wielka kopuła centralna i kopuły boczne, których jest 114. Kopuła osłaniająca atrium ma średnicę 42 m. Pokryta jest mozaikami z czystego srebra i złota, podobnie jak wszystkie halle, sale, korytarze i schody. Nad salą balową, która może pomieścić jednocześnie 2800 uczestników

przyjęcia, unosi się kopuła o średnicy 17 m. Pozostałe kopuły mają od 3 do 12 m. Wejście do budynku stanowi łuk – wysoki na 40 m i szeroki na 36 m. Główny hall wywiera jeszcze większe wrażenie – ma 60 m wysokości i 42 m szerokości. Fasada hotelu liczy 1 km długości, a obwód całej elewacji wynosi 2,5 km. Kolory ścian budynku wypełniają paletę wszystkich odcieni piasku, jakie znaleziono na arabskich pustyniach.

Wokół hotelu rozciąga się park o powierzchni 1 km², urządzony w stylu różnych ogrodów i plaż nadmorskich. Do Abu Zabi przywieziono z Afryki Południowej 8 tys. palm, by temu magicznemu zakątkowi nadać tropikalny urok. Za kwiaty ozdobne trzeba płacić rocznie 1,75 mln €.

Najciekawsze jest jednak to, że właściciele kompleksu wcale nie chcą na nim zarobić. Czemu więc cały ten przepych miałby służyć? Głównie celom propagandowym. Arabom zależy na tym, by wyrzeć wrażenie na całym zachodnim świecie. Chcą pokazać, że wybudowanie siedmiogwiazdkowego kompleksu hotelowego to dla nich tylko drobny wydatek.

Sławne hotele funkcjonują nie tylko na świecie. Również w Polsce odszukać można obiekty, które nie tylko mają duszę, ale także znane są daleko poza granicami kraju. Przykładem może być warszawski Bristol, który od wielu już lat regularnie znajduje się na liście 100 najbardziej eleganckich i ekskluzywnych hoteli świata (fot. 12–13). Obiekt wybudowany został w stylu *art nouveau* w latach 1889–1901. Należał wówczas do najnowocześniejszych hoteli w Europie. Wprowadzono w nim bowiem wiele nowatorskich rozwiązań technicznych, takich jak centralne ogrzewanie czy panoramiczną, kryształową windę z fotelami do siedzenia.

Przez wielu ekspertów narożny apartament nr 221, w którym mieszkał Ignacy Jan Paderewski podczas swych pobytów w Warszawie, był i nadal jest uważany za istne arcydzieło. W hotelu na stałe mieszkał kompozytor Karol Szymanowski, a na najwyższym piętrze znajdowała się pracownia Wojciecha Kossaka. W czasie II wojny światowej Bristol stał się obiektem zastrzeżonym *nur für Deutsche*, a po jej zakończeniu, pomimo radykalnych przemian politycznych, jego klientelę nadal stanowiły światowe sławy. W hotelu gościli m.in.: Pablo Picasso, Artur Rubinstein, Jan Kiepura, Margot Fonteyn, Marlene Dietrich, kanclerz Niemiec – Willy Brandt, szach Iranu – Reza Pahlavi, czy prezydent Francji – Charles de Gaulle.



Fot. 12. Hotel Bristol w Warszawie w 2004 r. (materiały reklamowe hotelu) / Hotel Bristol in Warsaw, 2004 (hotel's promotional materials)



Fot. 13. Apartament Paderewski, hotel Bristol Warszawa (pocztówka reklamowa hotelu) / Paderewski Suite, Hotel Bristol, Warsaw (hotel's promotional postcard)

Osiemdziesiąt lat po otwarciu wyeksploatowany do granic możliwości hotel został zamknięty. Dopiero 10 lat później, dzięki żmudnej pracy konserwatorów działających na zlecenie spółki *joint venture* Orbisu i koncernu Forte, udało się przywrócić obiektowi dawną świetność. Jedną z pierwszych osobistości, które zatrzymały się w świeżo odnowionym apartamencie Paderewskiego, była premier Wielkiej Brytanii Margaret Thatcher. To ona 17 kwietnia 1993 r. dokonała ponownego oficjalnego otwarcia hotelu.

Dzisiaj hotel Bristol pieczołowicie kultywuje swoje świetne tradycje i nadal przyjmuje najznamienitsze postacie świata polityki, sportu i show biznesu. Do najbardziej znanych gości ostatnich lat należą: Jacques Chirac, Helmut Kohl, Richard Nixon oraz królowa angielska Elżbieta II, która podczas swego pobytu w Polsce zorganizowała w Bristolu oficjalny bankiet, a także Wojciech Fibak, Julio Iglesias, Tina Turner.

Włączenie hotelu Bristol do łańcucha Le Meridien 24 września 1998 r., otworzyło nowy rozdział w jego historii. Obiekt uzyskał tytuł Le Royal Meridien, który nadawany jest wyłącznie wyselekcjonowanym pojedynczym hotelom, zapewniającym swoim klientom najwyższy na świecie standard i pełen zakres usług. Bardzo często nazwa ta jest łączona, tak jak w przypadku Bristolu, z bogatym dziedzictwem kulturowym i historycznym wybranego obiektu.

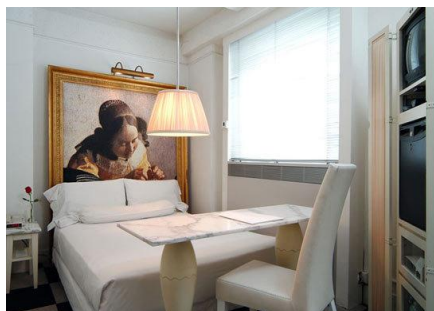
Hotele butikowe i designerskie

Oryginalną ofertę usług proponują hotele butikowe. Charakteryzuje je wyjątkowy wystrój wnętrz, atrakcyjna i ciekawa lokalizacja, niekonwencjonalne podejście do oferty noclegowej. Hotele typu *boutique* cechuje najczęściej udział znanego projektanta/designera w procesie aranżacji jego wnętrz, staranny projekt, dbałość o szczegóły, wyposażenie pokoi w meble z epoki, dzieła sztuki albo bardzo atrakcyjne designerskie detale. Pierwsze hotele butikowe powstały w Nowym Jorku w latach 80. ubiegłego stulecia w odpowiedzi na coraz bardziej wyszukane potrzeby kochających styl klientów (por. Miśkiewicz 2005).

Hotele butikowe są zwykle mniejsze niż tradycyjne hotele sieciowe, mają do 100 pokoi, chociaż są od tej reguły wyjątki, np. zaprojektowany przez Philippe Starcka hotel Paramount (600 pokoi) w Nowym Jorku (fot. 14–15). Często każdy pokój takiego hotelu jest urządzony w innym stylu, posiada odmienne motywy lub tematykę. Wiele z tego typu obiektów nie jest skategoryzowanych, ponieważ przyjęte w nich rozwiązania wymykają się obowiązującym w poszczególnych krajach przepisom.



Fot. 14. Wnętrze hotelu Paramount w Nowym Jorku / Interior of Paramount Hotel in New York
(www.magazyntd.com)



Fot. 15. Pokój typu Broadway Classic w hotelu Paramount w Nowym Jorku / Broadway Classic room in Paramount Hotel, New York
(www.channels.nl)

W Polsce jest zaledwie kilkanaście obiektów, które bez obawy można określić mianem hoteli butikowych. Do grupy tej zalicza się np. krakowskie hotele Copernicus (fot. 16–17) i Rubinstein (fot. 18–19) czy warszawski Rialto. Copernicus jako jedyny w Polsce należy do ekskluzywnej sieci Realis & Chateaux.



Fot. 16. Restauracja w hotelu Copernicus (materiały reklamowe hotelu) / Restaurant in Copernicus Hotel (hotel's promotional materials)



Fot. 17. Apartament z freskami w hotelu Copernicus (materiały reklamowe hotelu) / Suite with frescos in Copernicus Hotel (hotel's promotional materials)



Fot. 18. Apartament Heleny Rubinstein – 201 (materiały reklamowe hotelu) / Helena Rubinstein Suite – 201 (hotel's promotional materials)



Fot. 19. Restauracja w hotelu Rubinstein, Kraków (materiały reklamowe hotelu) / Restaurant in Rubinstein Hotel, Cracow (hotel's promotional materials)

Polskie hotele butikowe to przeważnie obiekty powstałe w wyniku adaptacji i modernizacji starych kamienic, pałaców, zamków czy klasztorów o ciekawej, bogatej historii, w większości bardzo atrakcyjnie usytuowane. Zazwyczaj są projektowane przez znanych architektów, a ich efektowne wnętrza urządzone przez najlepszych projektantów.

Od jakiegoś czasu na całym świecie panuje moda na hotele designerskie. Jednym z pierwszych był Fox w Kopenhadze, w którym pokoje zaprojektowało 21 artystów graffiti, grafików i ilustratorów. Później powstawały kolejne: Ripa Hotel w Rzymie, utrzymany w niezwykle mini-

malistycznym stylu, nietypowy Kube Hotel w Paryżu i Puerta America w Madrycie (fot. 20–21). Właścicielem tego ostatniego obiektu, uznanego za jeden z najbardziej designerskich hoteli Europy, jest hiszpańska sieć Silken. Autorami aranżacji hotelu jest 19 uznanych projektantów, architektów i dekoratorów. Newson, Mariscal, Foster, Nouvel, Isozaki, Hadid i wielu innych stworzyli niepowtarzalne oraz niezwykle oryginalne wnętrza. Każdy apartament ma indywidualny styl, a cały budynek, łącznie z andaluzyjskimi arabeskami w restauracji, basenem i siłownią na dachu, parkingiem w podziemiu, czy gabinetami SPA tworzy godne podziwu, współczesne dzieło sztuki. Hotel wyraźnie rozdziela różne style na poszczególnych piętrach, dzięki czemu twórcy, mimo że jeden zupełnie odmienny od drugiego, uzupełniają się wzajemnie, tworząc bardzo różnorodną, ale przemyślaną całość.



Fot. 20. Łazienka w pokoju hotelu Puerta America w Madrycie (materiały reklamowe hotelu) / Guestroom bathroom in Puerta America Hotel in Madrid (hotel's promotional materials)



Fot. 21. Pokój w hotelu Puerta America w Madrycie / Room in Puerta America Hotel in Madrid (www.w-a.pl)

W Polsce tego typu hotele bardzo często określa się mianem arthotele. Przykładem może być pełen niezwykłego wyposażenia, ekscentryczny i nowatorski hotel Lalala w Sopocie (www.lalala.lu).

Spacer po dwupoziomowej części hotelowej porównać można raczej do wizyty w galerii sztuki niż w tradycyjnym obiekcie tego typu. Już sama numeracja pokoi jest niezwykła – artyści użyli numerów znaczących i symbolicznych (np. liczby 44). Każdy z siedmiu pokoi powstał według pomysłu innego autora. Wchodząc do ich wnętrza, przenosimy się do zupełnie surrealistycznego świata. Pokoje mają niepowtarzalny wygląd i charakter. Każdy opowiada inną historię. W pokojach nie ma telewizji.

zorów. W zamian za to, znajdziemy w nich ulubione książki artystów-projektantów.



Fot. 22. Pokój w arthotelu Lalala w Sopocie (materiały reklamowe hotelu) /
Room in Lalala arthotel in Sopot (hotel's promotional materials)

Wnętrza wyróżniają ponadto niezwykle elementy wystroju, poczynawszy od nietypowych kolorów i wzorów na ścianach (w jednym z apartamentów cała łazienka jest czarna, w innym – podłoga ma krwistoczerwony kolor, fot. 22) aż po pokrycie ścian gęstym, czarnym futrem – to sztuczny wilk syberyjski. Artyści zaprojektowali także niezwykle przedmioty, które stanowią wyposażenie pokoi – spore wrażenie robi np. łóżko, którego nogi wyrzeźbione są na wzór stóp stojącej na pointach baletnicy albo drapieżnie czerwone poroże jelenia, będące trójwymiarowym uzupełnieniem fresku na ścianie. W hotelu działa winiarnia, w której można spróbować najrzadszych gatunków tego trunku, zjeść niezwykle potrawy i uczestniczyć w kameralnych wydarzeniach kulturalnych, np. koncertach.

Hotele osobiwe i nietypowe

Z hoteli utożsamianych z luksusem, tradycją czy galerią sztuki zaczęła się w pewnym momencie wyodrębniać nowa grupa obiektów stawiająca na zaskoczenie gościa oryginalnością. Usługa hotelarska wykonywana jest w nich bardzo profesjonalnie, ale w dość nietypowych warunkach.

Najzimniejszym hotelem świata jest Ishotelet w Kirunie w Szwecji (fot. 24). Temperatura w hotelu nie wzrasta powyżej -4°C , a niekiedy na

zewnątrz może spaść nawet do -40°C . Niezbędne są tu rękawiczki, czapki, szalik i ciepła kurtka. Obiekt wyróżnia się wśród innych hoteli tym, że co roku buduje się go w październiku wykorzystując lód z rzeki Tornio i śnieg. Z nich rzeźbi się krzesła, łóżka, stoły, bufety, a nawet szklanki. Wznosi się także kaplicę, w której udzielane są śluby, i kino z lodowym ekranem. Łóżka w pokojach pokryte są futrem, a śpi się w śpiworach. Niestety wraz z nastaniem wiosny hotel powoli topnieje, by ponownie zostać zbudowanym od podstaw jesienią. Baza noclegowa składa się z 40 łóżek w 10 pokojach. Takich hoteli lodowych powstaje coraz więcej, gdyż jak się okazało turyści polubili... zimno. Moda na „zimne noclegi” rozprzestrzeniła się spod koła podbiegunowego na tereny Alp szwajcarskich i niemieckich, a nawet dotarła do Rumunii (fot. 24–26).



Fot. 23. Kaplica w hotelu lodowym Ishotelet w Kirunie, Szwecja / Chapel inside Ishotelet ice hotel in Kiruna, Sweden (www.cyfraplus.pl)



Fot. 24. Hall recepcyjny w hotelu lodowym na przełęczy Bilea w Górach Fogaraskich, Rumunia / Lobby in Balea Lac Ice Hotel in Fagaras Mountains, Romania (www.odyssei.com.pl)



Fot. 25. Pokój w hotelu lodowym w Jukkasjarvi, Szwecja / Room in the ice hotel in Jukkasjarvi, Sweden (www.ilikedesign.blox.pl)



Fot. 26. Recepcja w hotelu lodowym, Jukkasjarvi, Szwecja / Reception in the ice hotel, Jukkasjarvi, Sweden (www.ilikedesign.blox.pl)

Na Florydzie w USA zlokalizowany jest jedyny na świecie podwodny hotel o nazwie Jules' Undersea Lodge (fot. 27–28). Aby do niego dotrzeć, trzeba zanurkować na głębokość prawie 7 m. Nie trzeba posiadać specjalnych uprawnień – goście przechodzą krótkie przeszkolenie na łodzi i schodzą pod wodę w towarzystwie profesjonalnych płetwonurków. Hotel ma zaledwie 55 m² powierzchni. Są w nim dwie sale: jedną podzielono na dwie sypialnie, wyposażono w lodówkę, umywalkę, telefon, sprzęt Hi-Fi, telewizor, video i 42-calowe okno, w drugiej mieści się pokój dzienny z małą kuchnią i jadalnią. Między nimi znajduje się pokój mokry z małym basenem, łazienką i wc. Z reguły w hotelu mieszkają dwie pary. Każda ma do dyspozycji własną sypialnię, a z reszty pomieszczeń korzystają wspólnie.



Fot. 27. Pokój w hotelu Jules' Undersea Lodge na Florydzie / Room in Jules' Undersea Lodge in Florida (2001) (Cieplińska 2001)



Fot. 28. Aneks kuchenny hotelu Jules' Undersea Lodge na Florydzie / Kitchenette in Jules' Undersea Lodge in Florida (www.jul.com)

W fazie budowy jest inny dużo większy podwodny obiekt – Hydropolis (fot. 29–30), który powstaje blisko hotelu Burj al-Arab w Dubaju. Budynek zaprojektowany został przez Joachima Hausera. Będzie można w nim zwiedzić muzeum, obejrzeć film w kinie, a nawet skorzystać z chirurgii plastycznej. Projekt przewiduje zagospodarowanie 27 akrów na głębokości 20 m pod wodą. Będzie dysponował 220 apartamentami gościnnymi. Okna jednostek mieszkalnych będą miały widok na Zatokę Perską (oczywiście pod wodą). Hotel ma być otwarty w końcu 2009 r.



Fot. 29. Wizualizacja apartamentu w Hydropolis w Dubaju / Visualisation of a suite at Hydropolis in Dubai (www.dubajtravel.pl)



Fot. 30. Wizualizacja Hydropolis w Dubaju / Visualisation of Hydropolis in Dubai (www.dubajtravel.pl)

Obiektem, który połączy elementy świata podwodnego i lądowego, będzie hotel Songjiang niedaleko Szanghaju (fot. 31). Swoją wyjątkowość ma zawdzięczać lokalizacji w wyrobisku kamieniołomu. Nowatorski projekt pięciogwiazdkowego hotelu, autorstwa biura projektowego Atkins, został wybrany do realizacji po wygraniu międzynarodowego konkursu dla architektów i biur projektowych ogłoszonego na najlepszy projekt obiektu hotelowo-wypoczynkowego. Budowa kurortu ma być ukończona w połowie 2009 r.



Fot. 31. Wizualizacja hotelu Songjiang w Chinach / Visualisation of Songjiang Hotel in China (www.swiat-kamienia.pl)



Fot. 32. Hall recepcyjny w Radisson SAS Hotel w Berlinie (materiały reklamowe hotelu) / Lobby in Radisson SAS Hotel in Berlin (hotel's promotional materials)

Ulokowany na zboczu zalanego wodą wyrobiska hotel Songjiang będzie o dwa piętra wyższy od 100-metrowej głębokości kamieniołomu (fot. 31). Część pomieszczeń, m.in. restauracja, centrum bankietowe i sala konferencyjna, będzie położona pod powierzchnią wody. Zalane wyrobisko stworzy również doskonałe możliwości do uprawiania sportów wodnych – nurkowania i żeglowania.

W swojej architekturze element wody posiada również jeden z najbardziej ekscytujących hoteli w berlińskiej dzielnicy Mitte, pięciogwiazdkowy Radisson SAS. W hallu recepcyjnym znajduje się największe cylindryczne akwarium świata z 2500 tropikalnych ryb. AquaDom ma 25 m wysokości (fot. 32).

Hotelowi rekordziści

Za największy hotel na świecie uchodzi MGM Grand w Las Vegas (fot. 33–34). Wyróżnia się nie tylko wielkością, ale i atmosferą specyficznej rozrywki, jaką jest hazard. Całkowita powierzchnia hotelu wynosi ponad 15 ha, czyli tyle, co 30 boisk piłkarskich. Obiekt jest tak ogromny, że potrzeba planu, aby się w nim nie zgubić. Posiada 5 tys. pokoi i zatrudnia 8 tys. pracowników do bezpośredniej obsługi gości.



Fot. 33. Hotel MGM Grand w Las Vegas
/ MGM Grand Hotel in Las Vegas
(www.u2achtung.com)



Fot. 34. Pokój 2-osobowy w hotelu MGM
Grand w Las Vegas / Double room in MGM
Grand Hotel in Las Vegas (www.las-vegas-hotels.tripadvisor.com)

W hotelu wszystko jest duże. Pokoje mają co najmniej 50 m², a apartamenty 70–645 m². W kompleksie hotelowym funkcjonuje 8 restauracji,

park z fontanną i dwoma wodospadami, korty tenisowe i inne obiekty służące do rekreacji. Znajduje się tu również hala widowiskowo-sportowa na 15 tys. widzów (por. Dudek 2005, www.mgmgrand.com).

Explorer of the Seas to największy pływający hotel, a zarazem statek pasażerski na świecie (fot. 35–36). Jeden z 19 liniowców Royal Caribbean zabiera na pokład 3,5 tys. pasażerów i 1500 osób załogi. Dla porównania Titanic mógł zabrać 2,5 tys. pasażerów i 900 osób załogi. Titanic miał 267 m długości i 53 m wysokości, Explorer... 311 m długości i 70 wysokości.



Fot. 35. Statek pasażerski Explorer of the Seas / Cruise ship Explorer of the Seas (Cieplińska 2001)



Fot. 36. Górny pokład statku pasażerskiego Explorer of the Seas / Upper deck of the cruise ship Explorer of the Seas (www.boards.cruisecritic.com)

Podróż statkiem kosztuje od 900 do 8800 USD. W tę cenę wliczone są posiłki, a płaci się tylko za napoje. W ofercie są dania kuchni z całego świata. Podczas śniadań i lunchów stroje mogą być dowolne. Na kolacji, co najmniej dwa razy w czasie rejsu, zjawia się kapitan i wtedy trzeba się ubrać wieczorowo. Na statku codziennie odbywają się przedstawienia i koncerty, działa kasyno z licznymi grami hazardowymi, satelitarna sieć internetowa, biblioteka, salon gier wideo i klub dla dzieci. Na rufie statku znajduje się centrum sportowe z polem do minigolfa, torem do jazdy na rolkach, boiskami do siatkówki, ścianą do wspinaczki, ścieżką do joggingu, siłownią oraz salonem piękności. Na statku jest centrum handlowe i dobrze rozbudowana gastronomia. Podczas okrętowania, które dzięki sprawnej obsłudze załogi i licznym udogodnieniom technicznym trwa tylko 2–3 godziny, pracownik linii wręcza pasażerom niebieskie kartoniki

– karty z kodem paskowym służące do otwierania drzwi do pokoi-kajut, salonów gier, obiektów sportowych, restauracji etc. (por. Rouba 2003).

Najmniejszymi pomieszczeniami do spania dysponują hotele kapsułowe (fot. 37–38). Funkcjonują one na terenie Japonii i są niespotykane w żadnym innym zakątku świata. Jako jedyne na świecie nie mają pokoi. Dosłownie śpi się w małych kapsułach o wymiarach ok. 2,2 m x 1 m x 1 m. Kapsuły ułożone są jedna na drugiej, najczęściej w jednym dużym pomieszczeniu po kilkadziesiąt lub kilkaset. Każda kapsuła jest wyposażona w telewizor, klimatyzację, telefon, budzik oraz roletę zamiast drzwi. Łazienki są wspólne. Na terenie hotelu dostępne jest też jacuzzi, wanna, a nawet pralnia automatyczna.



Fot. 37. Hotel kapsułowy w Osace /
Capsule hotel in Osaka
(www.intravelnat.com)



Fot. 38. Kapsuła hotelowa w Osace /
Hotel capsule in Osaka
(www.traveller.pl)

Na wydzielonym piętrze znajduje się sala wypoczynkowa z zawsze włączonym telewizorem i wygodnymi fotelami. Obok niej najczęściej jest przebieralnia, szatnia i łazienka. W przebieralniach są szafki podobne do basenowych. Po przebraniu się w odpowiedni kostium, przypominający szlafrok, można dopiero wejść do łazienki. Składa się ona z dwóch pomieszczeń połączonych szklaną ścianą z rozsuwanymi drzwiami. W pierwszej są umywalki, lustra, elektryczny fotel do masażu i wszelkie możliwe przybory higieniczne jednorazowego użytku (np. zapakowane sterylne szczoteczki do zębów z nałożoną na włosie pastą – „otwierasz i myjesz”). Drugie pomieszczenie wyposażone jest w natryski z prysznicami na wysokości 1 m (korzysta się z nich siedząc na plastikowym stołeczku). Następne lokum to basen z gorącą wodą, a za nim sauna.

Niemal każde pomieszczenie wymaga zmiany obuwia na właściwe tylko jemu. Wymienia się nawet buty przy wejściu do toalety.

Brak prawdziwej prywatności jest prawdopodobnym powodem nikłego zainteresowania tym hotelem przez kobiety. Dla nich funkcjonują oddzielne hotele, ale nie mają one takiej popularności, jak te dla mężczyzn. Często przed wejściem do obiektu umieszczane są informacje, że ludzie wytatuowani nie są mile widziani. Jest to sposób na pozbycie się klientów z jakuzi (japońskiej mafii). Ceny noclegu w hotelu kapsułowym wahają się w granicach 5000 jenów (95 zł) za noc.



Fot. 39. Hotel Gornergrat w Szwajcarii / Gornergrat Hotel in Switzerland
(www.cuso4.org)

Najwyżej położonym hotelem na świecie jest Gornergrat w Zermatt w Szwajcarii. Zbudowano go na wysokości 3100 m n.p.m., na szczycie góry Gornergrat (fot. 39). Do obiektu można się dostać jedynie kolejką, która kursuje z centrum miasteczka Zermatt. Podróż zajmuje 45 min. Ostatni pociąg odjeżdża o godzinie 18.00 i o tej samej godzinie odjeżdża ostatni pociąg z górnej stacji przy hotelu. Spóźnialscy muszą szukać innego lokum lub też próbować sił we wspinaczce. Hotel rozpoczął działalność w 1898 r. wraz z ukończeniem budowy kolejki zębatej na szczyt góry. W obiekcie jest 21 skromnie urządzonych pokoi ze wspólnymi łazienkami. Z okien wszystkich pokoi gościnnych rozciąga się widok na szczyt Matterhorn, a gości co rano budzi wkradające się do pokoi ostre alpejskie słońce.

Jednym z najwyższych hoteli na świecie jest Grand Hyatt w budynku Jin Mao Tower w Szanghaju w Chinach (fot. 40). Gdyby ustawić na sobie trzy Pałace Kultury, to i tak byłyby one niższe, niż ten hotel. Budynek mierzy bowiem 420,5 m wysokości i ma 88 pięter. Ostatnie 35 pięter zajmuje hotel. Pokoje urządzone są w stylu *art deco* z chińskimi detalami. Najdziwniejsze są łazienki z nowoczesnymi prysznicami w kształcie wieży i lustrami w kabinach.

Jednakże najwyższy hotel, a zarazem najwyższy budynek świata, Burj Dubai jest w tej chwili w fazie budowy (fot. 41). Obecnie osiągnął już wysokość 650 m, a ma mieć aż ok. 818 m. Ukończenie jest planowane na wrzesień 2009 r. Hotel będzie zajmował 37 pierwszych pięter, a aranżację wewnątrz powierzono Giorgio Armaniemu. Pozostałe piętra budynku zajmą prywatne apartamenty (od 45 do 108 piętra) i biura. Na najwyższym piętrze przewidziany jest taras widokowy.



Fot. 40. Hotel Grand Hyatt w Szanghaju / Grand Hyatt Hotel in Shanghai (Cieplińska 2001)



Fot. 41. Budynek Burj Dubaj / Burj Dubai building (www.luxlux.pl)

Hotele kuriozalne i ekstrawaganckie

Z noclegiem na wysokości wiąże się kolejny obiekt – Harbour Crane, powstały w 2001 r. na nadbrzeżu Harlingen nad zatoką Vattdenze w Holandii. Założył go Holender Gosse Beerda w niewykorzystywanym od lat dźwigu (fot. 42–43). Dźwigowa kabina po odnowieniu, usunięciu silnika i wstawieniu łóżka oraz szafy została zmieniona na przytulny dwuosobowy pokój (60 m²). Na gości, których skusi noc w żurawiu, czekają cudowne widoki, a wcześniej wspinaczka na wysokość 15 m, bowiem tyle nad ziemią znajduje się pokój. Co ciekawe, można go własnoręcznie obracać o 360 stopni. Za spędzenie nocy w nietypowym hotelu za osobę trzeba zapłacić od 319 €.



Fot. 42. Hotel Harbour Crane w Holandii / Harbour Crane Hotel in the Netherlands (www.vuurtoren-harlingen.nl/eng/index3.html)



Fot. 43. Pokój w hotelu Harbour Crane w Holandii / Room in Harbour Crane Hotel in the Netherlands (www.vuurtoren-harlingen.nl/eng/index3.html)

Oryginalne otoczenie dla swojego hotelu stworzyli właściciele The Giraffe Manor w Kenii (okolice Nairobi, fot. 44–45). Od 1970 r. w przyhotelowym parku mieszka 5 żyraf. Dodatkowym atutem hotelu jest widok z okien na najwyższą górę Afryki Kilimandżaro. Za pokój dwuosobowy z pełnym wyżywieniem ceny kształtują się od 596 USD.

Z kolei gości przybywających do hotelu Arianne Jungle Tower, położonego w sercu tropikalnej dżungli witają napisy „Turysto, wychodząc starannie zamykaj za sobą drzwi. Małpy, które mogą tu wejść, są w stanie poczynić szkody godne słonia”. Pomysłodawcą zbudowania miejsca,

gdzie turyści mogliby z bliska obcować z tropikalną dżunglą, z jej florą i fauną, był Jacques Cousteau – francuski nurek i obrońca środowiska. Hotel zbudowano na palach u zbiegu rzeki Ariau i Rio Negro. Aby się do niego dostać, trzeba przylecieć samolotem do stolicy Amazonii – Manaus. Dalej płynie się przez 60 km niewielkim stateczkiem lub leci helikopterem. Nie docierają tam żadne lądowe drogi.



Fot. 44–45. Hotel The Giraffe Manor w Kenii / The Giraffe Manor Hotel in Kenya
(www.giraffemanor.com)

Hotel tworzą drewniane, okrągłe wieże połączone kładkami (fot. 46). Pokoje zapewniają maksimum możliwej wygody (fot. 47). Wyposażone są w łazienki, choć bez ciepłej wody. W amazońskich warunkach to jednak bardzo nie przeszkadza. Ariau Tower może przyjąć 280 gości. Uzupełnieniem kompleksu jest 40-metrowa platforma widokowa i restauracja. Dla zakochanych i nowożeńców zbudowano wysoko w koronie drzewa romantyczną chatkę Tarzana i Jane.

W hotelu gościło wiele światowych znakomitości – tu podziwiali dżunglę kanclerz Niemiec Helmut Kohl, prezydent Portugalii Mario Soares, gwiazda brazylijskiego futbolu Romario czy aktor Kevin Kostner.



Fot. 46. Hotel Ariaui Jungle Tower / Ariaui Jungle Tower Hotel (www.ariautowers.com)



Fot. 47. Pokój w hotelu Ariaui Jungle Tower / Room in Ariaui Jungle Tower Hotel (www.ariautowers.com)

Spacerując po drewnianych kładkach ma się wrażenie, że hotel wrósł w dżunglę. Wszędzie biegają małpy – jest ich kilka gatunków, małe i duże. Na drzewach siedzą przepiękne, wielobarwne papugi. Zwierzęta nie boją się ludzi, można je bez problemu pogłaskać, jedzą z ręki. Trochę mniej sympatycznymi przedstawicielami fauny są olbrzymie, wielkości pudełka od papierosów, karaluchy. Można je spotkać w pokojach, podobnie jak żółte skorpiony i tarantule. Do obecności owadów można się przyzwyczaić. Doświadczeni podróżnicy radzą tylko, żeby odsunąć łóżko od ściany i już można spać spokojnie. Nie wolno też wykladać ubrań do szafy, lepiej wszystko trzymać w zamkniętej walizce.

W czasie pobytu w hotelu, nie brakuje atrakcji: dreszczyk emocji wzbudza połów piranii. Inną ekscytującą wyprawą może być nocny połów kajmanów (brazylijskich krokodyli). Niezapomnianym przeżyciem jest też kilkugodzinna piesza wyprawa do dżungli, podczas której przewodnik pokazuje różnorodne gatunki roślin.

Niezwykły jest także hotel trzygwiazdkowy Lady's First w Zurychu (www.ladysfirst.ch). Dzieje się to za sprawą zakazu wstępu mężczyznom i to w jakimkolwiek charakterze. Taka wybiórczość gości okazała się strzałem w dziesiątkę, zwłaszcza w przypadku podróżujących samotnie *bizneswomen* (frekwencja roczna ponad 80%). W hotelu Lady's First nie muszą robić makijażu przed zejściem na śniadanie. Mogą w różnych porach dnia swobodnie spacerować w piżamach po hotelowych korytarzach i nie budzą zainteresowania, gdy samotnie jedzą w hotelowej restauracji.



Fot. 48. Wampir – specjalny bonus w hotelu Hard Rock w Ontario / Vampire – a special bonus in Hard Rock Hotel in Ontario (*Świat Hoteli*, 1/2003)

Z kolei w hotelu Hard Rock w Ontario wprowadzono pakiet usług hotelowych „Wieczny odpoczynek” (*Eternal Rest*), który obejmuje m.in.: nocleg w pokoju urządzonym w stylu horrorów z trumną oraz z trupem w szafie. Specjalnym bonusem jest nie spodziewane straszenie przez wampira w środku nocy.

Hotelami zbliżonymi do opisanych już hoteli kapsułowych, ale wykorzystywanymi głównie przez kilka godzin są Yotele. Są one przeznaczone dla turystów, którzy niespodziewanie dowiadują się na lotnisku, że muszą poczekać na dalszą podróż, i nie wiedzą, co z sobą dalej zrobić (fot. 49–50).



Fot. 49. Kabina standardowa z łazienką w Yotelu na lotnisku Gatwick / Standard cabin with a bathroom at Gatwick Airport Yotel (www.happyhotelier.com)



Fot. 50. Korytarz w Yotelu na lotnisku Gatwick / Corridor in Gatwick Yotel (www.mostlypopolsku.wordpress.com)

Koncepcję obiektu stworzyli Simon Woodroffe i Gerard Greene. Wnętrza Yotelu zaprojektował Priestman Goode. Na 7–10 m² znajduje się obrotowe dwuosobowe łóżko, składane biurko oraz tzw. „monsunowy” prysznic. Na techniczne wyposażenie jednostki mieszkalnej składa się wielopunktowe oświetlenie, płaski ekran telewizyjny z możliwością obejrzenia kilkuset filmów oraz bezprzewodowy dostęp do Internetu. Zameldowanie i wymeldowanie w Yotelu podobne jest do procedur, jakie istnieją w hotelach sieci Formule 1 – za pomocą elektronicznych kio-

sków. Pierwsze kabiny Yoteli pojawiły się na londyńskim Gatwick i kosztują 25–40 funtów za 4 godziny (www.yotel.com/gatwickhotels.aspx). Hasłem reklamowym hotelu jest slogan: „Yotel! to ambitny luksus w niskiej cenie”.

Najprostszy jednak hotel na świecie zlokalizowany jest w Ottensheim koło Linzu w Austrii (www.dasparkhotel.net). Das Park Hotel stanowią kręgi kanalizacyjne o średnicy dwóch metrów, ustawione w formie kempingu (fot. 51). W każdym jest podwójne łóżko, koce, gniazdko elektryczne i wentylacja. Po zarezerwowaniu „pokoju” otrzymuje się e-mailem kod, potrzebny do otworzenia drzwi. Hotel nie ma ogrzewania i działa jedynie od maja do października. Ze względu na to, iż nie ma toalet i innych udogodnień, pomysłodawcy projektu uznali, że goście płacą tyle, ile mogą lub chcą. Na podobnych zasadach funkcjonuje hotel De Vrouwe van Stavoren w Holandii, mieszczący się w starych beczkach po winie (fot. 52).



Fot. 51. Das Park Hotel w Ottensheim k. Linzu / Das Park Hotel in Ottensheim, Austria (www.horecablog.pl)



Fot. 52. Hotel De Vrouwe van Stavoren – sypialnia w beczce po winie / De Vrouwe van Stavoren Hotel – bedroom in a wine barrel (www.horecablog.pl)

Niesamowite wrażenie, ponoć większe niż słynne Alcatraz w USA, robi więzienie Karosta w byłym porcie Marynarki Wojennej ZSRR Lipawie (łot. Liepāja) na Łotwie. Z wybudowanego ponad 100 lat temu więzienia nikomu nie udało się uciec. Obecnie jest to jedyne wojskowe więzienie na świecie udostępnione turystom, zarówno do zwiedzania, jak i zakwaterowania. W ofercie „hotelu” są m.in. noclegi w obskurnych celach, na piętrowym łóżku lub żelaznej pryczy, plus więzienny posiłek (fot. 53–54). Cena za noc od osoby wynosi 8 łatów, czyli blisko 40 zł (www.karostascietums.lv).

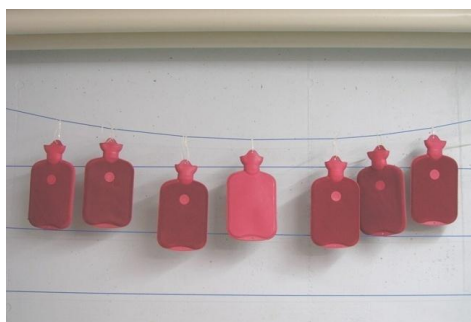


Fot. 53. Drzwi wejściowe do pokoju-celi więzienia Karosta w Lipawie / Entry door to the prison cell – room in Karosta in Liepāja, Latvia (www.karostascietums.lv)



Fot. 54. Wnętrze pokoju-celi więzienia Karosta w Lipawie / Interior of the prison cell – room in Karosta, Liepāja (www.karostascietums.lv)

W Szwajcarii funkcjonuje całkowicie niskobudżetowy hotel Zero Star Hotel. Usytuowany jest w mieście Sevelen. Obiekt został zaprojektowany według kanonów totalnego minimalizmu. Wyróżnia się przede wszystkim niskim standardem, gdyż z założenia oferuje wypoczynek w spartańskich warunkach – bez okien i bez ogrzewania. Goście mogą grzać się używając termoforów z gorącą wodą zawieszonych na ścianach (fot. 55). Łóżka zaś pochodzą z pobliskiego, niedawno zamkniętego hotelu (fot. 56). Łazienki są wspólne. Cena pobytu w obiekcie waha się od 6 do 16 € za noc (www.null-stern-hotel.ch).



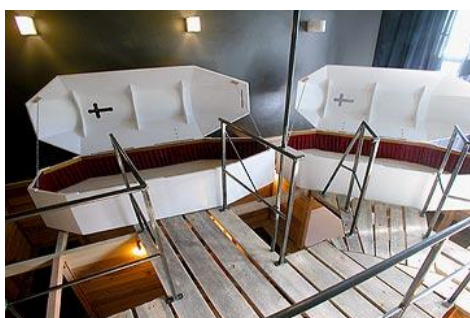
Fot. 55. Termofory z gorącą wodą na ścianie pokoju gościnnego / Hot water tanks on the guestroom wall (www.null-stern-hotel.ch)



Fot. 56. Pokój gościnny / Guestroom (www.null-stern-hotel.ch)

W Berlinie zlokalizowany jest Propeller Hotel, w którym można mieć problem z wybraniem pokoju. Każda z ok. 50 sypialni została bowiem urządzona w innym, awangardowym stylu (fot. 57–60).

Na przykład Freedom to więzienna cela z sedesem w środku (i dziurą w ścianie), w Flying Bed łóżko unosi się nad podłogą, Mirror room cały jest wyłożony lustrami, w Two Lions można spędzić noc niczym niebezpieczne zwierzę, a w Gruft za łóżko posłuży nam trumna.



Fot. 57. Pokój Gruft w Propeller Hotel w Berlinie / Gruft Room in Propeller Hotel, Berlin (www.propeller-island.com)



Fot. 58. Pokój Symbol w Propeller Hotel w Berlinie / Symbol Room in Propeller Hotel, Berlin (www.propeller-island.com)



Fot. 59. Pokój Gallery w Propeller Hotel w Berlinie / Gallery Room in Propeller Hotel, Berlin (www.propeller-island.com)



Fot. 60. Pokój Glas House w Propeller Hotel w Berlinie / Glas House Room in Propeller Hotel, Berlin (www.propeller-island.com)

Są też bardziej „klasycznie” urządzone pokoje, np. Orange Room w całości pomalowany jednym odcieniem barwy pomarańczowej z łóżkiem na podwyższeniu. Cena za nocleg waha się od 69 € od osoby za pokój Medi-Tera do 190 € za Two Lions (www.propeller-island.com).

Hotele w środkach transportu

Do nietypowych obiektów noclegowych należą i takie, które są zlokalizowane w różnych środkach transportu. Mogą to być pojazdy zarówno poruszające się, jak i unieruchomione na stałe.

Controversy Tram Inn to klimatyzowany wagon o długości 26 m i szerokości 2,6 m. Mieści się w nim salon i łazienka z jacuzzi (fot. 61). Właściciele „tram inn” oferują też noclegi w dwóch tramwajach kupionych od Amsterdamskiego Muzeum Transportu Publicznego (fot. 62). Cena za pokój w pociągu wynosi 250 € za 2 osoby, a w tramwaju 60 € od osoby (www.controversy.nl).



Fot. 61. Controversy Tram Inn – pokój w pociągu
/ Controversy Tram Inn – room inside a train
(www.controversy.nl)



Fot. 62. Controversy Tram Inn – pokój w tramwaju / Controversy Tram Inn – room inside a tram
(www.controversy.nl)

U nabrzeża portu w Hadze cumują dwie kapsuły ratownicze. Zostały one przekształcone na pływający hotel (fot. 63).

Hotelem poruszającym się na kołach jest Hotelbus (rotel), połączenie luksusowego autokaru z hotelem (fot. 64–65). Nad autokarem ma tę przewagę, że można w nim wygodnie spać, a nad hotelem – że się porusza. Dodatkowym walorem hotelbusów jest własna kuchnia, w której można przyrządzać gorące dania. Hotelbus w zależności od wielkości posiada 8, 16 lub 32 miejsca noclegowe, wyposażone w wygodne łóżka z lampkami nocnymi i okienkami z żaluzjami, no i oczywiście z pościelą. Ta część noclegowa zlokalizowana jest w tylnej części lub na pięterku hotelbusu.



Fot. 63. Hotel – kapsuła ratownicza / Hotel – rescue capsule
(www.horecablog.pl)

W przedniej części hotelbusu turysta ma do dyspozycji wygodny fotel oraz stolik do spożywania posiłków. Ponadto w hotelbusie znajduje się prysznic (w większych nawet dwa), umywalka, wc, lodówka oraz szafa na ubrania. Hotelbusy posiadają też kilkusetlitrowe pojemniki na wodę. Dużym udogodnieniem dla podróżujących latem jest klimatyzacja, natomiast gazowe i elektryczne ogrzewanie zapewnia komfort jazdy nawet przy temperaturze dochodzącej do -10°C .



Fot. 64–65. Hotelbusy firmy Georga i Petera Holtla z Niemiec (materiały reklamowe firmy)
/ Hotelbuses of Georg and Peter Holtl from Germany (company's promotional materials)

Pierwszym i największym na świecie latającym hotelem jest, przerobiony z helikoptera Mil V-12, Hotelicopter (fot. 66–67). Posiada on 18 luksusowych pokoi, wyposażonych m.in. w dostęp do Internetu, telewizor, minibar, ekspres do kawy. Wszystko dopełnia profesjonalna obsługa hotelowa.

Z kolei hostel Jumbo utworzony został w Boeingu 747 (fot. 68–69). Pomysłodawca przekształcenia samolotu na hotel, Szwed Oscar Diös, ulokował go w pobliżu lotniska Arlanda w Sztokholmie. Obiekt dysponuje 85 miejscami w 25 pokojach. Oferta hotelu jest skierowana do rodzin

z dziećmi, miłośników lotnictwa i taniego podróżowania oraz osób, które korzystają z porannych lotów i mają trudności z dostaniem się na lotnisko. Hostel jest również przystosowany do obsługi osób niepełnosprawnych (w tym celu zainstalowano m.in. windę i zaprojektowano szersze korytarze).



Fot. 66. Hotelicopter
(www.horecablog.pl/hotelicopter/#more-548)



Fot. 67. Wnętrze w części hotelowej
Hotelicoptera / The interior of a hotel part
of Hotelicopter
(www.horecablog.pl/hotelicopter/#more-548)



Fot. 68. Jumbo Hostel
(www.jumbohostel.se)



Fot. 69. Kabina pilotów przekształcona na
sypialnię / Pilots' cabin transformed into
bedroom (www.jumbohostel.se)

Natomiast EverLand Hotel jest obiektem noclegowym bez adresu. Raz stoi tu, raz tam. W przeszłości znajdował się m.in. na dachu Palace the Tokyo, skąd roztacza się widok na wieżę Eiffla i cały Paryż (fot. 70–71), a przez ponad rok stał na dachu galerii sztuki współczesnej w Lipsku.



Fot. 70. Hotel EverLand na dachu Palace the Tokyo w Paryżu / EverLand Hotel on the roof of Palais de Tokyo in Paris (www.everland.ch)



Fot. 71. Wnętrze pokoju w hotelu EverLand na dachu Palace the Tokyo w Paryżu / Interior of a room in EverLand Hotel on the roof of Palais de Tokyo in Paris (www.everland.ch)

Ten przenośny moduł został zaprojektowany przez parę artystów L/B (Sabina Lang i Daniel Baumann) na szwajcarską wystawę Expo'02. W środku znajduje się salon, łazienka i podwójne łóżko. Hotel EverLand cieszy się tak dużym zainteresowaniem, że miejsc brakuje na dwa miesiące naprzód. Cena noclegu waha się od 333 € za noc w niedzielę, wtorek, środę do 444 € za noc w czwartek, piątek i sobotę (www.everland.ch).

Podsumowanie

Każdy hotel stara się zagwarantować swoim gościom usługę hotelarską na jak najwyższym poziomie. Tylko że w dzisiejszym świecie to już nie wystarcza, by odnieść sukces na rynku. Obiektów noclegowych działających bez zarzutu jest bowiem wiele. Dlatego prawdziwym wyzwaniem jest przygotować taką ofertę, która będzie wyróżniać obiekt spośród konkurencji.

Hotele już dawno przestały być li tylko elementem zagospodarowania turystycznego, może i ważnym, ale jedynie dopełniającym atrakcje turystyczne. Współcześnie stanowią równoprawną składową całego wakacyjnego doświadczenia turysty, decydującą o jego zadowoleniu z urlopu w tym samym stopniu co ranga odwiedzonych zabytków, egzotyka krajobrazów czy wrażenia kulinarne. Hotele nadal umożliwiają bezpieczne schronienie na noc, zapewniają wypoczynek i relaks, ale równo-

częśnie dostarczają dodatkowych emocji, wrażeń, satysfakcji z przebywania w konkretnym obiekcie.

Jak wynika z przeprowadzonych rozważań, bywają też hotele tak niezwykle, że same w sobie stają się celem podróży. Popyt na pobyt w tego typu obiektach nakręca charakterystyczny dla społeczeństw postmodernistycznych nieustanny pęd do poszukiwania coraz to nowych przeżyć, pogoń za nowością, zaskoczeniem, zachwytem, pragnienie bycia w wykreowanych przez media modnych miejscach. Wszystko po to, by po powrocie z podróży móc zaimponować w towarzystwie nie-spotykaną kolekcją zebranych podczas wakacji wspomnień i wrażeń.

Efektom takiego nastawienia potencjalnych klientów jest m.in. zmiana strategii marketingowych hoteli. Współcześnie w działaniach promocyjnych bardzo często podkreśla się, że jest to obiekt najstarszy, największy, jedyny w swoim rodzaju (na świecie, w kraju czy regionie), a jeśli nie, to choćby najmniejszy lub... najgorszy, o najniższym standardzie. Hotelarze przygotowując coraz bardziej ekstrawagancką i fantazyjną ofertę, nie powinni jednak zapominać, że istotą usługi hotelarskiej zawsze jest gościnność.

Literatura

- Altkorn J., 1994; *Marketing w turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Arnold W., 1990, *The historic hotels of Paris*, Thames and Hudson Ltd., London.
- Cieplińska I.E., 2001, *Super hotele świata*, Voyage, 5.
- Dudek M., 2005, *Las Vegas – w sto lat od pustyni do imperium hotelarskiego*, Turystyka i Hotelarstwo, 7.
- Górnicki W., 1979, *Ballada hotelowa*, Wyd. Literackie, Kraków.
- Milewska M., Włodarczyk B., 2009, *Hotelarstwo. Podstawowe wiadomości*, PWE, Warszawa.
- Miśkiewicz C., 2005, *Zjawisko hoteli butikowych na rynku hotelarskim*, Turystyka i Hotelarstwo, 7.
- Noppen M., 2005, *Przepych na pustyni*, Angora – Peryskop, 3 kwietnia 2005 r.
- Rouba R., 2002, *The Ultimate Holiday Experience – zmiany i tendencje w światowym cruisingu*, Turystyka i Hotelarstwo, 2.
- Szafrański A., 2008, *Noclegi z fantazją*, Hotelarz, 11.
- The Leading Hotels of the World 2008* (katalog).
- Null Stern Hotel*, Travel Trade Gazette, 19.01.2009 r.
- Wernichowska B., 2001, *Cesarska legenda*, Hotelarz, 10.
- Wietelska E., 2008, *Przystanek w drodze*, Wiedza i Życie, 7.

Strony internetowe

<http://www.ariautowers.com>
<http://www.budowle.pl/building,burj-al-arab.html>
<http://www.controversy.nl>
<http://www.emiratespalace.com>
<http://www.everland.ch>
<http://www.giraffemanor.com>
<http://www.horecablog.pl/hotelicopter/#more-548>
<http://www.jul.com>
<http://www.jumbohostel.se>
<http://www.jumeirah.com/Hotels-and-Resorts/Destinations/Dubai/Burj-Al-Arab/>
<http://www.karostascietums.lv>
<http://www.ladysfirst.ch/>
<http://www.lalala.lu>
<http://www.lemeridien.pl/>
<http://www.mgmgrand.com>
<http://www.null-stern-hotel.ch>
<http://www.propeller-island.com>
<http://www.ritzparis.com>
<http://www.yotel.com/gatwickhotels.aspx>

The most famous, the strangest and the most extraordinary hotels in the world

Summary

Nowadays, the level of hotel services is globally getting more and more equalized. Their range and standards are becoming unified and the differences between particular continents or countries are becoming less and less significant.

In this situation, the high quality of the offered product is no longer sufficient to ensure a long-term advantage over the competitors. Some hotels try to enrich their offer with additional, psychological benefits, namely the so-called *value added*. A stay at the hotel can be a sign of prestige and belonging to an elite group. It can reflect personality or life philosophy of a guest and provide unforgettable experience, which can be something to boast about among friends.

Because staying in "ordinary" hotels, even of the highest standards, is no longer considered as something to take pride in, tourists are choosing unconventional hotel establishments more and more frequently. They are offered a night's stay in buildings of peculiar location, eccentric architecture and unusual interior. The services provided in these establishments are frequently highly sophisticated.

The article depicts examples of establishments belonging to the following groups:

- **famous and luxurious hotels**, e.g. Ritz Hotel in Paris, Burj Al Arab in Dubai, Emirates Palace in Abu Dhabi or Hotel Bristol in Warsaw,
- **boutique hotels**, e.g. Paramount Hotel in New York, Copernicus and Rubinstein hotels in Cracow or Rialto in Warsaw,
- **designer hotels**, e.g. Fox in Copenhagen, Ripa Hotel in Rome, Kube Hotel in Paris, Puerta America in Madrid and Lalala Hotel in Sopot,
- **peculiar and untypical hotels**, e.g. Ishotelet in Kiruna (Sweden) or Hydropolis in Dubai,
- **record-breaking hotels**, e.g. MGM Grand in Las Vegas (the largest hotel in the world), "Explorer of the Seas" (the largest swimming hotel), the smallest hotel capsules in Japan, Gornergrat in Zermatt (the highest-located hotel), Grand Hyatt in Shanghai (the highest hotel in the world),
- **odd and extravagant hotels**, e.g. hotels located inside a harbour crane (Harbour Crane in the Netherlands), inside concrete tubes (Das Park Hotel in Ottensheim) and inside old wine barrels (De Vrouwe van Stavoren) as well as totally spartan Zero Star Hotel in Sevelen (Switzerland) or a Soviet ex-prison of Karosta in Liepāja (Latvia),
- **hotels located inside means of transportation**, e.g. Hotelbus (rotel – a combination of a luxury bus and a hotel), hotels inside train- and tram coaches (Controversy Tram Inn), hotels inside a helicopter (Hotelicopter), Boeing 747 (Jumbo Hostel) or a mobile module without any address (EverLand Hotel).

Hotels are no longer treated as just facilities for tourists. Nowadays they constitute fully-fledged elements of a complete vacation experience of a tourist. They determine tourist satisfaction level just as much as visited monuments, exotic landscapes or local cuisine.

Some hotels are so extraordinary that they become a popular tourist destination themselves. Demand for their services is fueled by phenomena typical for postmodern societies, such as drive for novelty, search for new experience and the need for trendy environments promoted by the media – all this to impress others with unforgettable memories and sensations.

Translated by Patryk Marczuk