

ВАШ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ЭКЗЕМПЛЯР | YOUR PERSONAL COPY

# АЭРОФЛОТ

БОРТОВОЙ ЖУРНАЛ | INFLIGHT MAGAZINE



## Premium

№5 МАЙ | MAY 2014

64 PAGES  
IN ENGLISH  
INSIDE



## БАЗЕЛЬ. ЧАСОВАЯ ВЕСНА



ЛАС-ВЕГАС. ПУТЕШЕСТВИЕ  
В СТРАНУ ИГРОКОВ

BEST OF THE BEST.  
ОТЕЛИ + ПАРКИ

КАРЕЛЬСКИЕ ЗАРИСОВКИ.  
ФОТОРЕПОРТАЖ



Председатель совета директоров группы Oetker Collection Masterpiece Hotels Франк Марренбах не только осуществляет общее руководство компанией, но и несет полную ответственность за отельную экспансию. Недавно коллекция семьи Oetker пополнилась отелями Palais Namaskar в Марокко, L'Arôgée в Куршевеле и **FREGATE ISLAND PRIVATE НА СЕЙШЕЛАХ.**



Ожидается, что в ближайшее время к Oetker Collection примкнет как минимум 10 бутик-отелей в Европе и на Ближнем Востоке

# Коллекционер отелей

У ЮНОГО ФРАНКА МАРРЕНБАХА БЫЛ ВЫБОР: РАБОТАТЬ В ОТЕЛЕ ИЛИ В БАНКЕ. ОН ВЫБРАЛ ОТЕЛЬ, ПОТОМУ ЧТО ЛОББИ БЫЛО КРАСИВЕЕ. И НИ РАЗУ ЗА 25 ЛЕТ БЛЕСТЯЩЕЙ КАРЬЕРЫ НЕ ПОЖАЛЕЛ

## 1

### О СЕБЕ

Я уроженец Рейнланда. После получения диплома у меня был выбор: идти работать в бэк-офис в местный банк или на ресепцию в отель. Мне было все равно, чем заниматься, но я выбрал отель за атмосферу: в лобби было очень красиво. До сих пор я искренне считаю, что моя работа — самая интересная. Ты столько узнаешь, понимаешь, столько учишься, каждый день — это открытие. Но в чем я абсолютно уверен — отельным бизнесом противопозано заниматься тем, кто не любит людей и не интересуется ими.

## 2

### О ОТЕЛЕ

Отель — это живой организм, и счастье отельера — видеть его расцвет. В отеле главенствуют два начала: созидательное и коммерческое. Все, с кем мне доводилось иметь дело, — настоящие фанаты своей работы, но правда в том, что это не хобби. Отели должны приносить прибыль. Что побуждает гостя выбрать именно твой отель, заплатив за ночь несколько сотен евро? Интерьеры, гастрономия, расположение, но первично — отношение. Гостя нужно чувствовать, понимать.

## 3

### О ДОМЕ

Отель никогда не станет вторым домом и не должен стремиться к этому. Это новый опыт, новая страна или континент. Отели любят именно за то, что они настолько отличны от всего домашнего. Вы можете купить квартиру в Париже, дом в Майами и усадьбу под Санкт-Петербургом. Но за каждым объектом недвижимости

нужно ухаживать: платить, охранять, поддерживать, ремонтировать, жить в нем, в конце концов. Психоаналитики говорят, что обилие домов вызывает у людей стресс, over-homed-синдром. Пентхаус-сюит гораздо приятней. Ваши с ним отношения заканчиваются сразу после выписки из отеля. Смысл не в количестве домов, а в свободе: где и как жить, когда и как долго путешествовать.

## 4

### О ТРЕНДАХ

Главный тренд — индивидуализация сервиса и получение видимого результата.

Клиенты предпочитают конкретику: вместо пространных обещаний — фактический результат. Важную роль играет приватность: фитнес-зал или кабинет для массажа в номере. Людям нравятся гастрономические рестораны, но не ужины в формате black-tie. Никто сегодня не готов жертвовать собственным комфортом. Это же касается и номеров в отелях. Комнаты становятся все просторнее: большие террасы, залы, кабинеты и спальни. Сложно удивить роскошью, но искренним отношением к гостю можно удивить всегда.

## 5

### О РЫНКЕ

Во Франции и Италии наибольшее число роскошных отелей. Это зрелые, устойчивые рынки. Города-лидеры — Париж, Лондон, Нью-Йорк, Стамбул, Гонконг. И, конечно, Дубай. Не обязательно быть поклонником Эмиратов, но нельзя не признавать огромный потенциал региона. Интересна Азия: Вьетнам, Бутан — природа, культура... Думаю, внимание отельных магнатов к этим регионам будет только расти. 