

Pressemitteilung

### **Trendsetting mit „BLUE“-Konzept**

Nach nur 4-monatiger Bauzeit öffnet an der Stelle der ehemaligen Casablanca-Bar am 7. Februar 2007 das „BLUE“ seine Türen und wird neue Design-Massstäbe setzen. In bewusst kontroverser Art werden nüchterne chinesisch-japanische Elemente mit an die Zeiten Louis XVI erinnerndem europäischem Pomp kombiniert. Enorme Sake-Fässer aus Kyoto, bunte Stickereien kontrastieren mit der genau gegenüberliegenden Holzwand aus gebleichtem Eichenholz-Täfer und weit ausladenden Leuchtern aus schwarzem Kristallglas.

Weisse Marmorbruch-Wände kontrastieren mit Raum-Trennern aus kunstvoll gearbeitetem Wenge-Holz. Verbindendes Element ist die in raffinierten Variationen vorherrschende Farbe blau, welche unter anderem als Lichtquelle die polyglotte Dramaturgie dieser neuen, bewusst urbanen Lounge-Bar unterstreicht.

„Wir wollten eine Innenwelt inszenieren, welche ein gewisses Grosstadt-Flair ausstrahlt und gleichzeitig den sich abzeichnenden Trend zur Auflösung klarer stilistischer Grenzen in Luzern erstmals aufnehmen“, erläutert Hotelier Urs Karli seinen neusten gastronomischen Coup.

Als „Destination in der Destination Luzern“ umfasst die Astoria-Gruppe die First-Class Häuser Astoria und Schiller sowie das Deluxe Boutique-Hotel The Hotel, welche alle innerhalb des gleichen Quartiers im Herzen der Leuchtenstadt Luzern gelegen sind. Mit rund 380 Gästezimmern, 6 Restaurants, 5 Bars und Lounges sowie dem Pravada Dance Club ist das vollumfänglich im Besitz der Familie Urs Karli befindliche Unternehmen der grösste Hotel- und Gastronomie-Anbieter der Zentralschweiz.

Medienkontakt: Stefan Schär, Tel. +41 41-226-88-88, [sschaer@astoria-luzern.ch](mailto:sschaer@astoria-luzern.ch)

Luzern, 6. Februar 2006