

Burj Al Arab Jumeirah

Fünf Facts zum besten Hotel der Welt



Wiesbaden, 11. Dezember 2018. **Das Burj Al Arab Jumeirah ist das beste Hotel der Welt. Das wurde dieses Jahr bei den Ultimate Luxury Travel Related Awards (ULTRAs) vom Telegraph Magazine entschieden. Doch was macht dieses Hotel so besonders?**

Burj Al Arab ist ein Instagram-Star

Kein anderes Hotel hat so viele Follower auf [Instagram](#) wie das Burj Al Arab Jumeirah: Ganze 807.000 Accounts folgen dem Flaggschiff der Jumeirah Group. Und nicht nur das: Es ist außerdem das meist fotografierte Gebäude der Welt, selbst der weltberühmte Buckingham Palace kann da nicht mithalten. Während rund 1,3 Millionen Fotos mit dem Hashtag #burjalarab versehen sind, sind es bei #buckinghampalace schlappe 960.000. Einem Foto am schönsten Strand Dubais mit dem segelförmigen Wahrzeichen im Hintergrund kann einfach keiner widerstehen.



Das Hotel ohne Schatten



Eine Erklärung, warum alle Fotos mit Burj Al Arab Jumeirah im Hintergrund so gut gelingen, gibt es auch: Das Hotel wirft keinen Schatten auf den Strand! Dafür wurde beim Bau des segelförmigen Meisterwerks gesorgt. Ursprünglich sollte das Hotel direkt an der Küste stehen, doch aufgrund des Schattens, den es auf den Strand werfen würde, hat man es auf eine künstliche Insel gebaut. Dafür wurden extra 1.000 Tonnen Sand aus Saudi Arabien angeliefert. Unnötig, wenn das Hotel in einer Wüstenmetropole liegt? Nein! Der Sand aus Saudi Arabien ist schwerer und bewegt sich selbst bei starkem Wind nicht vom Fleck. 2016 kam mit *The Terrace* noch ein ins Meer ragender Außenbereich dazu und auch dafür wurden keine Kosten und Mühen gescheut: In einer finnischen Werft montiert, wurde die 5.000 Tonnen schwere Terrasse über rund 8.000 Seemeilen nach Dubai transportiert.

Der Sieben-Sterne-Mythos

Schon seit seiner Eröffnung 1999 wird das Burj Al Arab Jumeirah als Sieben-Sterne-Hotel bezeichnet und das, obwohl in der Hotelbranche nur fünf Sterne vergeben werden. Auch für das Luxushotel in Dubai wurde da keine Ausnahme gemacht. Doch bei einem 24-Stunden-Butler-Service, Blumenarrangements nach den Vorlieben des Gastes in jedem Zimmer und exklusiven Transportmöglichkeiten im Helikopter oder in einem Wagen aus der weltweit größten Rolls Royce-Flotte ist der Mythos doch nachvollziehbar. Auch die 202 luxuriös ausgestatteten Suiten, darunter zwei 780 Quadratmeter große Royal Suiten mit privatem Fahrstuhl, eigenem Kino und rotierendem Himmelbett, wären eine Anhebung der Sterneklassen wert.



Es ist alles Gold, was glänzt



An Exklusivität wurde beim Burj Al Arab auch bei der Inneneinrichtung nicht gespart: Gold ist das optisch klar dominierende Element. So wurden neben 30 Sorten Marmor 1.800 Quadratmeter 24-karätiges Blattgold genutzt, um den Innenraum des Hotels auszuschnücken. Goldene, speziell für das Hotel angefertigte und mit Logo gravierte iPads stehen den Gästen während des Aufenthalts zur Verfügung. Und mit *Gold on 27* gibt es im 27. Stockwerk eine Bar, die sogar ganz im glänzendem Gold erstrahlt. Dass auch der Cappuccino mit 24-karätigem Gold garniert wird, ist da doch eine Selbstverständlichkeit.

Unterwasserwelt zum Staunen

Nicht nur die Bauform des Burj Al Arab erinnert an die hohe See, auch im Inneren wird das maritime Thema fortgeführt und zwar mit spektakulären Aquarien wie man sie sonst nur aus Themenparks wie Seaworld kennt. Das Highlight ist ein 13 Meter langes Meerwasseraquarium im Inneren des Restaurants *Nathan Outlaw At Al Mahara*. Im Aufzug dorthin wird eine U-Bootfahrt simuliert und beim Verspeisen der Meeresfrucht-Spezialitäten an einem der rund um das Aquarium angeordneten Tische fühlt man sich tatsächlich wie in einer Unterwasserwelt.



Informationen zur Buchung finden Sie unter www.jumeirah.com

Bildmaterial aus der Meldung finden Sie [hier](#).

Bildhinweis: Jumeirah Group

Über das Burj Al Arab Jumeirah:

Das Burj Al Arab ist das Wahrzeichen Dubais und das Symbol für Luxushotelerlebnisse weltweit. Das schwimmende Sonnendeck, das seit 2016 auf 10.000 Quadratmetern mit Infinity Pool und Cabanas ein exklusives Badeerlebnis bietet, ist mit dem Scape Restaurant ein beliebter Hotspot Dubais, ebenso wie die Bar Gold on 27.

Über die Jumeirah Group:

Die 1997 gegründete Hotelgruppe hat ihre Wurzeln in Dubai und ist Mitglied der Dubai Holding. In den Vereinigten Arabischen Emiraten betreibt und leitet die Jumeirah Group 15 Hotels, darunter das Burj Al Arab Jumeirah, architektonisches Wahrzeichen der Wüstenmetropole. In Europa gehören fünf Hotels zur Gruppe, darunter die Aushängeschilder in Frankfurt und Mallorca. Das Jumeirah Frankfurt zeigt, wie Jumeirah erstklassige Businesshotellerie definiert und umsetzt. Das Resorthotel Jumeirah Port Soller Hotel & Spa auf Mallorca wiederum setzt klare Akzente durch Lage, Design und kulturelle Einbindung von Sóller und Umgebung. Außerdem zählen zum Europa-Portfolio der Gruppe drei Hotels in London: das Jumeirah Carlton Tower, Jumeirah Lowndes Hotel und die Grosvenor House Suites. Zur weltweiten Kollektion gehören außerdem drei Hotels in Asien. Die Jumeirah Group betreibt darüber hinaus seit 2018 die Lifestyle-Marke Zabeel House by Jumeirah™. Die Luxus-Appartements der Marke Jumeirah Living™, der Wild Wadi Waterpark™ und Talise Spa™ sind ebenfalls Teil der Jumeirah Group. Weltweit sind aktuell 18 Hotelprojekte in Planung. Die Expansionspläne konzentrieren sich dabei auf die Vereinigten Arabischen Emirate, Indonesien, China, Oman, Jordanien, Malaysia und Saudi Arabien. www.jumeirah.com

Ihr Kontakt bei Text&Aktion:

Miriam Brakel / Annette Hill
Kaiser-Friedrich-Ring 53
65185 Wiesbaden
Tel: 0611 – 9 86 96 – 31
Email: Miriam.Brakel@text-aktion.com