

Waldorf Astoria Hotels & Resorts präsentieren „The Devil’s Martini“, inspiriert von dem Film „Der Teufel trägt Prada 2“



Frankfurt am Main/New York, 30. April 2026. | Anlässlich der Premiere des Films „Der Teufel trägt Prada 2“ der 20th Century Studios am 30. April in deutschen Kinos und am 1. Mai 2026 in den USA, feiert [Waldorf Astoria Hotels & Resorts](#) dies mit der Einführung des „The Devil’s Martini“. Der trendige neue Cocktail wurde vom preisgekrönten Mixologen und Getränkepartner des [Waldorf Astoria New York, Jeff Bell](#), kreiert. Der Cocktail ist ab sofort 26. April für begrenzte Zeit in allen Waldorf Astoria Hotels in den Vereinigten Staaten erhältlich.

„Der Teufel trägt Prada 2“, der teilweise im frisch renovierten Waldorf Astoria New York gedreht wurde, rückt das Hotel erneut in den Mittelpunkt der Mode- und Kulturdiskussion. Im neuesten Trailer sorgt die Rückkehr der [Peacock Alley](#), das Herzstück der Cocktail-Tradition des Hotels, für einen eindrucksvollen visuellen Moment und bekräftigt ihre Rolle als einer der kultigsten gesellschaftlichen Treffpunkte New Yorks. Die Peacock Alley, seit langem ein Synonym für Stil, Macht und Präsenz, unterstreicht mit ihrem Leinwandauftritt die beständige Verbindung des Waldorf Astoria New York zur Welt der Mode und des Geschichtenerzählens. Damit ist das Hotel ein natürlicher Schauplatz für einen Film, der beides weiterhin prägt.

Der Martini ist seit mehr als einem Jahrhundert ein prägendes Element der Marke und seit langem ein Synonym für die Tradition des eleganten, geselligen Trinkens. Mit dem „Devil’s Martini“ interpretiert Bell dieses Erbe neu und kreiert einen zeitlos-aktuellen Drink.

„Der Martini ist eine der ikonischsten Kreationen in der Geschichte der Cocktails und hat im Waldorf Astoria echtes Gewicht“, sagte Jeff Bell. „Mit dem ‚Devil’s Martini‘ wollten wir etwas kreieren, das dieses Erbe würdigt und gleichzeitig eine Perspektive einbringt, die von ‚Der Teufel trägt Prada 2‘ inspiriert ist – einen Drink, der zeitlos wirkt, aber gerade genug Frechheit besitzt, um unvergesslich zu sein.“

Der Cocktail besteht aus Grey Goose Wodka, einem weiteren Partner bei „Der Teufel trägt Prada 2“, Sakura-Vermouth und Hibiskusblüten-Extrakt. Er nimmt eine leuchtend purpurrote Farbe an – eine subtile Anspielung auf den scharfen Witz und die Bildsprache des Films. Blumige Noten spiegeln die

Jahreszeit wider, während die Struktur unverkennbar die eines Martinis bleibt: klar, präzise und von stiller Kraft.

Als letzte bewusste Wendung wird der Drink mit einer Wakamomo garniert. Dabei handelt es sich um eine seltene, eingelegte Baby-Bergpflirsichsorte aus Japan, die im frühen Frühling geerntet wird, solange sie noch grün und klein ist. Oft wird sie mit Oliven verwechselt. Das Ergebnis ist ein optischer Trick, der die klassische Olive widerspiegelt und gleichzeitig einen unerwarteten, raffinierten Abgang bietet.

„Der Teufel steckt im Detail“, fügte Bell hinzu. „Vom Farbton bis zur Garnitur ist jedes Element bewusst gewählt, ganz ähnlich wie die Welt, die der Film so lebhaft einfängt.“

„Der Martini ist ein klassischer Bestandteil des Waldorf-Astoria-Erlebnisses. Mit dem ‚The Devil’s Martini‘ wollten wir etwas Elegantes, Unvergessliches und ein wenig Freches kreieren“, sagte **Dino Michael, Senior Vice President & Global Category Head Luxury Brands, Hilton**. „In all unseren Peacock-Alley-Standorten in Nordamerika sahen wir dies als eine unterhaltsame Gelegenheit, einen Moment zu schaffen, in dem man sehen und gesehen werden kann – mit der Raffinesse und Liebe zum Detail, die nur Waldorf Astoria bieten kann.“

The Devil’s Martini Rezept

Zutaten:

- 90ml. Grey Goose Vodka
- 15ml. Sakura Vermouth
- Ca. 5ml. Hibiskusblüten-Extrakt

Zubereitung:

- Alle Zutaten mit Eis verrühren und in ein gekühltes Martini-Glas abseihen.
- Mit einem eingelegten Wakamomo-Babyplirsich auf einem Dreizack-Spieß oder einem Cocktailspieß garnieren.

Die Zusammenarbeit geht über einen einzelnen Cocktail-Moment hinaus und bringt „Der Teufel trägt Prada 2“ auf umfassendere Weise in die Waldorf Astoria Hotels in den gesamten USA. Von maßgeschneiderten audiovisuellen Kreationen und damit verbundenen Erlebnissen im Zimmer bis hin zu durchdachten Details im gesamten Hotel lädt die Aktion die Gäste ein, tiefer in das Universum des Films einzutauchen. Gleichzeitig wird die Rolle des Waldorf Astoria bei einem der am sehnsüchtigsten erwarteten kulturellen Ereignisse der Saison unterstrichen.

Zur Feier des Films wird das Waldorf Astoria New York außerdem das „[Devilishly Chic Getaway](#)“ vorstellen: [ein zeitlich begrenztes Erlebnis](#), das vom Glamour und der kulturellen Energie von „Der Teufel trägt Prada 2“ inspiriert ist. Das Angebot ist als immersiver Ausdruck der langjährigen Verbindung des Hotels zur Modewelt und zur New Yorker Gesellschaft konzipiert. Es kombiniert einen Aufenthalt im neu renovierten Hotel mit kuratierten Extras. Dazu gehören ein Willkommensgeschenk, ein vom Concierge organisierter persönlicher Einkaufsbummel sowie ein Guthaben für Speisen und Getränke im Peacock Alley. Über New York hinaus werden ausgewählte Waldorf Astoria Hotels weltweit diesen Moment mit eigenen, lokal inspirierten Aktionen feiern und so einen umfassenderen Markenauftritt schaffen. Dieser spiegelt die globale kulturelle Resonanz des Films im Waldorf Astoria Osaka und im Waldorf Astoria Amsterdam wider.

Weitere Informationen zu Waldorf Astoria Hotels & Resorts finden Sie unter stories.hilton.com/waldorfastoria

--Ende--

Passendes **Bildmaterial** steht Ihnen unter folgendem Link zum Download zur Verfügung: [OneDrive](#). Bitte beachten Sie das Copyright © 2026 Hilton. Bitte senden Sie uns einen Beleg nach der Veröffentlichung.

Pressekontakt für Hilton in Deutschland, Österreich und der Schweiz:

BZ.COMM GmbH

Steffen Hager | Anna Heuer
Hanauer Landstrasse 136 | 60314 Frankfurt am Main
Mail: hilton@bz-comm.de | Tel: +49 69 2 56 28 88 26

Über Waldorf Astoria Hotels & Resorts

[Waldorf Astoria Hotels & Resorts](#) ist ein preisgekröntes Portfolio von 40 legendären Hotels, von denen jedes durch aufrichtig eleganten Service, einzigartige Erlebnisse und kulinarische Meisterleistungen an berühmten Reisezielen auf der ganzen Welt ein unverwechselbares Gefühl von Ort verkörpert. Die mit Spannung erwartete Wiedereröffnung des Waldorf Astoria New York markierte einen entscheidenden Moment für die Marke – die Wiedereinführung einer Legende und zugleich den Beginn einer neuen Ära des Luxus. Inspiriert von ihrer zeitlosen Umgebung bieten die Waldorf Astoria Hotels ein nahtloses und müheloses Erlebnis und schaffen durch atemberaubende Architektur, die berühmte Peacock Alley, raffinierte Kunstsammlungen, mit Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurants und gehobene Annehmlichkeiten in den Zimmern ein echtes Gefühl von Heimat für die Gäste. Zusätzlich zu den erstklassigen Hotelangeboten der Marke verfügt Waldorf Astoria über ein globales Wohnportfolio, das den Komfort eines privaten Zuhauses mit unübertroffenen Annehmlichkeiten und einem hochkarätigen Service verbindet. Waldorf Astoria ist Teil von Hilton, einem weltweit führenden Hotelunternehmen. Erleben Sie einen unvergesslichen Aufenthalt in den Waldorf Astoria Hotels & Resorts, indem Sie auf waldorfastoria.com oder über die branchenführende [Hilton Honors App](#) buchen. [Hilton Honors](#)-Mitglieder, die direkt über die bevorzugten Hilton-Kanäle buchen, profitieren von sofortigen Vorteilen. Erfahren Sie mehr über Waldorf Astoria Hotels & Resorts unter stories.hilton.com/waldorfastoria und folgen Sie der Marke auf [X](#) und [Instagram](#).

Über Hilton

Hilton (NYSE: HLT) ist ein weltweit führendes Hotelunternehmen mit einem [Portfolio](#) von 27 Weltklasse-Marken, über 9.200 Hotels und mehr als 1,3 Millionen Zimmern in 144 Ländern und Territorien. Hilton hat sich der Erfüllung seiner Gründungsvision verschrieben, die Erde mit Licht und Wärme der Gastfreundschaft zu erfüllen. Hilton wurde von Great Place to Work und Fortune zum weltweit besten Arbeitgeber gekürt. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die beste Unternehmenskultur für seine 500.000 Mitarbeiter weltweit zu schaffen. Hilton hat branchenführende technologische Verbesserungen eingeführt, um das Gästelerlebnis zu verbessern, darunter Digital Key Share, automatische kostenlose Zimmerupgrades und die Möglichkeit, bestätigte Zimmer mit Verbindungstür zu buchen. Mit dem preisgekrönten Treueprogramm [Hilton Honors](#) können fast 250 Millionen Hilton Honors Mitglieder, die direkt bei Hilton buchen, Punkte für Hotelaufenthalte und Erlebnisse sammeln, die man mit Geld nicht kaufen kann. Mit der kostenlosen [Hilton Honors App](#) können Gäste ihren Aufenthalt buchen, ihr Zimmer auswählen, einchecken, ihre Tür mit einem digitalen Schlüssel öffnen und auschecken - alles mit ihrem Smartphone. Besuchen Sie stories.hilton.com für weitere Informationen und folgen Sie Hilton auf [Facebook](#), [X](#), [LinkedIn](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).

Über Waldorf Astoria New York

Das [Waldorf Astoria New York](#) ist seit mehr als einem Jahrhundert fester Bestandteil der New Yorker Gesellschaft und hat sich in der Kulturhauptstadt der Welt einen Namen als Inbegriff von Raffinesse und Eleganz gemacht. Als das Hotel 1931 eröffnete, strahlte es eine solche Pracht aus, dass Conrad Hilton, der Gründer von Hilton, das Anwesen als „The Greatest of Them All“ bezeichnete. Nach einer vollständigen Umgestaltung unter der Leitung der renommierten Architekten Skidmore, Owings & Merrill und mit der Innenarchitektur von Pierre-Yves Rochon wurde die Größe und Schönheit der ursprünglichen Art-déco-Architektur bewahrt. Dabei wurden frische, zeitgenössische Einrichtungs-elemente integriert, die dem ursprünglichen Waldorf Astoria New York Tribut zollen, gleichzeitig jedoch eine neue Ära für das Hotel einläuten und auf der Vision von Conrad Hilton aufbauen. Das Hotel verfügt über einige der größten Zimmer und Suiten Manhattans und verkörpert den Geist New Yorks. Über dem Hotel befinden sich [372 private Residenzen](#), die von Studios bis hin zu Wohnungen mit vier Zimmern reichen. Sie wurden von Jean-Louis Deniot gestaltet und bieten Zugang zu einer 50.000 Quadratfuß großen Anlage mit Annehmlichkeiten. Darüber hinaus haben Hotelgäste, Bewohner und Besucher Zugang zu einem ganzheitlichen Wellness-Programm mit einem hochmodernen Fitnesscenter und dem Guerlain Wellness Spa, das Anfang Herbst auf einer Fläche von über 1.858 Quadratmetern eröffnet wird. Zu den einzigartigen kulinarischen Angeboten gehören das „Lex Yard“, ein herausragendes Signature-Restaurant unter der Leitung des renommierten Küchenchefs Michael Anthony, die Rückkehr des „Peacock Alley“ in Zusammenarbeit mit dem bekannten Mixologen Jeff Bell sowie das „Yoshoku“, ein japanisches Speiseerlebnis. Das Anwesen verfügt zudem über 4.000 Quadratmeter modernisierte Veranstaltungsfläche, darunter einen neuen, von der Oper inspirierten Grand Ballroom, der das Kronjuwel der New Yorker Unterhaltungsszene werden soll. Weitere Informationen finden Sie unter waldorfastorianewyork.com.

PRESSEMITTEILUNG



Folgen Sie dem Hotel außerdem auf Instagram unter [@waldorfnyc](#) und auf Facebook unter [@WaldorfAstoriaNewYork](#).

Über „Der Teufel trägt Prada 2“

Zwanzig Jahre nach ihren legendären Darbietungen als Miranda, Andy, Emily und Nigel kehren Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt und Stanley Tucci in der Fortsetzung des Phänomens „Der Teufel trägt Prada“ von 2006, das eine ganze Generation geprägt hat, auf die modischen Straßen von New York City und in die eleganten Büros des Runway Magazine zurück. Regie führt David Frankel, das Drehbuch stammt von Aline Brosh McKenna und der Film wird von Wendy Finerman produziert. Als ausführende Produzenten fungieren Michael Bederman, Aline Brosh McKenna und Karen Rosenfelt.