

Vielzahl unterschiedlicher Arbeits- und Meeting-Bereiche auf verschiedenen Ebenen. Das flexible Raumdesign erlaubt klassische Büros genauso wie Co-Working und vor allem viel informellen Austausch. Auch die Dachterrasse ist begrünt, auf dem Dach steht eine Solaranlage. Für die verwendeten Baustoffe gilt, sie sollen soweit es heute möglich ist, wieder verwertbar und verwendbar sein.

Zentrales Merkmal aller EDGE-Gebäude ist neben Nachhaltigkeit und Well-Being aber die innovative Technik. Ein dichtes Netz von Sensoren erhebt kontinuierlich Informationen zum Beispiel zur Raumnutzung. So lassen sich Helligkeit, Luftqualität, Temperatur, Feuchtigkeit oder CO₂-Gehalt



Roto The Edge Hamburg . Bildrechte: EDGE/Bloomimages

bis ins Detail ermitteln. „Mit den Sensoren lässt sich die Effizienz des Gebäudes deutlich erhöhen und seine Parameter besser steuern, bietet aber auch den Mietern mehr Komfort“, erklärt Jens Fieber. Über ihr Smartphone können Nutzer beispielsweise Helligkeit und Temperatur an ihrem Arbeitsplatz selbst regulieren. Zudem können sie sehen, welche Büros oder Meetingräume frei sind und sie reservieren“.

Für alle EDGE-Projekte – mit dem EDGE Grand Central am Berliner Hauptbahnhof hat Projektentwickler EDGE sein erstes Bürogebäude in Deutschland in Betrieb genommen - gelten die gleichen Standards: Eine abwechslungsreiche, vielfältige Atmosphäre mit flexiblen Raumkonzepten, eine intelligente Steuerungstechnik, Photovoltaikanlagen sowie begrünte Dächer wo sie genehmigungsfähig sind. „Ziel ist ein rund zwei Drittel geringerer Energieverbrauch als in konventionellen Nichtwohngebäuden“, erklärt Jens Fieber. Die Sensoren ermöglichen auch eine effizientere Nutzung der Flächen. Wenn die Mitarbeiter künftig vermehrt zu Hause arbeiten, stehen Einzel- oder Zweierbüros unter Umständen häufig leer. Die Daten zeigen, wie häufig und intensiv ein Raum genutzt wird, dies schafft eine bessere Planbarkeit und somit Auslastung der Flächen „Viel besser sind dann flexible Arbeitsbereiche, in denen Mitarbeiter sich jeden Tag aussuchen können, wo sie arbeiten wollen und

Ihren Arbeitsplatz im Büro vorab von zuhause reservieren“, erklärt Fieber.

„Neben Grundstücken für Neubauten prüfen wir auch immer wieder Bestandsgebäude in attraktiven, urbanen Lagen“, so Jens Fieber. Den beiden Bürohäuser in Hamburg und dem Berliner EDGE Grand Central sollen weitere Projekte folgen. In Berlin realisiert EDGE bereits zwei weitere Bauvorhaben: EDGE Südkreuz, Fertigstellung Ende 2021 und EDGE East Side, Fertigstellung 2023. □

Die Globalisierung der „Hospitality Industry“ ist unumkehrbar: From Global to Local and back again.

Winfried D. E. Völcker

Es ist derzeit zwar nicht ganz leicht hoffnungsvoll und optimistisch zu bleiben, sieht man sich den Zustand der Welt an. In jeder Hinsicht eine seltsame Zeit, in der wir leben.

Die Menschen suchen überall auf der Welt Sicherheit, Vertrauen, Zuversicht. Trotzdem wird Angst geschürt. Angst kauft nicht. Angst lähmt, oder setzt Adrenalin frei, um sich zu verteidigen, zu kämpfen, zu obsiegen. Sehen Sie viele echte Sieger? Irgendwie scheint uns nichts anderes übrig zu bleiben, als zu akzeptieren, dass wir nicht wissen, was die Zukunft bringt. Dabei war meine Devise immer: „Zukunft hat man nicht, man schafft sie sich.“ Doch wie, wenn der Staat eine ganze Industrie mit 230.000 Betrieben und rund 3 Millionen Mitarbeitern „par ordre du mufti“ ohne Eigenverschulden der Betroffenen schließen lässt?

Wirtschafts- und Gesundheitskrisen haben das Verhalten der Menschen, ihre Wertvorstellungen und ihr Lebensumfeld schon immer nachhaltig verändert. Es ist also durchaus davon auszugehen, dass die Hospitality Branche, die so unglaublich hart von der SARS COV II – Pandemie gebeutelt wird - als gewichtiger Teil des Tourismus, ebenfalls einem Wandel unterliegt.

Es wird ganz sicher nicht alles wieder so wie vorher, als der Boom noch die letzte Hütte füllte und kaum jemand an Innovationen dachte. Da sind wertvolle Jahre ohne echte Erneuerungen ins Land gegangen. Geschenk. Die kleinen und mittelständischen Hotel- und Gastronomie-Unternehmen, die höchstwahrscheinlich als Sieger aus der Krise hervorgehen, werden diejenigen sein, die die Lock-Down-Periode dazu nutzen, den Wandel realistisch einzuschätzen. Das heißt, den Wandel zu antizipieren und das Geschäft, wie es künftig laufen wird, mit den 5 P´s darauf

vorzubereiten. Ich nenne dieses Werkzeug „Marketing M 5.0“. Manches ändert sich nie.

Jede Aufgabe, jede Tätigkeit, jede Ware und jedes Angebot muss ohne Tabus auf den Prüfstand. Es gilt rigoros alles zu vergessen, was gestern noch richtig war. Entlernen wird zur wichtigen Tugend. Das ist für uns als Coach und Consultants schon nicht leicht. Für viele Not leidende Unternehmer oft extrem schwer, zumal sie uns für den guten Rat noch bezahlen müssen.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt nicht unter der Matte. Es gilt das Haus „einzureißen“ oder zu restrukturieren, kundengerecht zu repositionieren und dabei eine Identität zu schaffen, die verspricht, was der Laden bereit und fähig ist zu halten. Täglich, bei gleicher Qualität. Gut kalkuliert, mit Mut zum Preis. Mittelmäßigkeit ist der Tod. „Me-too“ lebt nicht lange.

Ein Hotel, Restaurant, Kneipe, Freizeitanlage oder der Kiosk an der Ecke ohne erkennbares Konzept, wird vom Markt verschwinden. Jede Zeitung, die die Vorstellungen der Leserschaft nicht bedient, wird verschwinden. Die Kirchen haben es vorgemacht: Leere Gotteshäuser, weil die Sprache der Kirche dis-connected ist. Die Angebote vieler Hotels und Restaurants auch.

Zwischen den gravierenden Auswirkungen der Pandemie auf unser Reise- und Genussverhalten und die ganz speziellen Reisevorstellungen einer in der Boom-Zeit unbeachtet nachgewachsenen Generation von Touristen, gilt es den Zukunftsspagat aufs Parkett zu legen.

Die Hotellerie ist das zweitälteste Gewerbe mit großer Tradition der Gastlichkeit, der Kulinarik - der Kunst des

Kochens, der Tradition des Weinmachens, der Braukunst und der Brennereien. Es stellt sich die Frage: „Wie kann man die europäische Tradition der „Art of Hospitality“ verständlich machen und praktizieren und damit viel Geld verdienen, ohne darin gefangen zu sein. Wie kann ich richtig innovativ sein und dabei die Tradition mitnehmen, denn ich denke, für die Produkt-Stories, für Leib und Seele, brauchen wir Innovation und Tradition. Für eine Evolution in Corona Zeiten ist es jetzt zu spät. Was wir jetzt brauchen ist ein bisschen Revolution, wollen wir uns nicht gänzlich dis-connecten von den globalen Chancen der Wachstumsbranche des 21. Jahrhunderts. □



Winfried D. E. Völcker hat rund ein Dutzend internationale Business & Leisure Hotels, teils mit großen Veranstaltungs-Centren und mehr als 60 Restaurants & Bars auf drei Kontinenten eröffnet, geführt oder modernisiert.

VÖLCKER HOSPITALITY

konzipiert, betreibt und entwickelt Hotels - von der Idee bis zur Eröffnung.

Member Cornell Hotel Society, USA; AK-Arbeitskreis Hotel-immobilien; Deutscher Fach-journalisten Verband; Rotary Club Wiesbaden-Kochbrunnen; Kaufmannschaft zu Lübeck.

www.voelcker-hospitality.de



Keine Umwege.

Alle Informationen rund um die Immobilienbranche jederzeit, tagesaktuell, kostenlos.

www.rohmert-medien.de