

hotelbau

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG



SONDERTEIL DRESDEN/LEIPZIG

KPM Hotel & Residences • Union Investment • Hotel-Gastronomie

In gleich zwei neuen Gastronomiekonzepten verköstigen Micky Rosen und Alex Urseanu in Frankfurt ihre Gäste. Im Roomers wurde das Hotelrestaurant renoviert und das neu eröffnete Gekko House kooperiert mit einem Berliner Barbecue-Lokal.

Eine Mischung aus Kalifornien und Asien gibt es im Burbank im Frankfurter Roomers.



Bild: Gekko Group/Roomers

HOTELGASTRONOMIE

Gekko Group: Gastro mit Freunden

Seit 6. Januar erstrahlt das renovierte Restaurant im Frankfurter Roomers in grünem Granit, hellem Holz, Taubenblau sowie Wüstenorange und heißt jetzt Burbank. „California meets Asia“ lautet das kulinarische und gestalterische Motto. So serviert The Duc Ngo seinen Gästen hier eine Mischung aus kalifornischen und pan-asiatischen Gerichten. Damit weiten der Koch und die Gekko Group unter der Leitung von Micky Rosen und Alex Urseanu ihre Zusammenarbeit aus, denn sie brachten bereits gemeinsam die Gastronomien „Moriki“ in Frankfurt (Eröffnung 2013), eine zweite Filiale in Baden-Baden (Eröffnung 2015) und das Restaurant „Golden Phoenix“ in Berlin (Eröffnung 2016) an den Start. Betreiber des Burbank ist die RUR Hotelbetriebs GmbH.

Das Restaurant verfügt über 86 Sitzplätze innen, 48 Gäste finden außen Platz. Darüber hinaus gibt es zwei Bars für Salat- und Sea-Food. Die Küche ist unter-

teilt in eine etwa 50 m² große Hauptküche und einen kleinen Showtresen (3,2 m²). Insgesamt wurden bei der Planung rund 200 m² für die Gastronomieflächen einkalkuliert. Abgesehen vom neuen Burbank umfasst das kulinarische Angebot im Hotel auch die Roomers Bar. Beide Konzepte ergänzen sich in den Augen der Gekko Group perfekt: Gäste können entweder zuerst einen Aperitif in der Bar und danach nebenan das Dinner genießen oder zuerst das Restaurant besuchen und den Abend dann in der Bar ausklingen lassen.

Gastronomie im Vordergrund

Bei der Planung ihrer Hotelgastronomien macht Gekko keinen Unterschied zu Restaurants ohne Hotel, darin sind sich Micky Rosen und Alex Urseanu einig: „Ein Hotelrestaurant oder eine Hotelbar wollen wir nie sein, das Image ist einfach zu negativ behaftet, denn in den meisten Hotels ist es ein (Pflicht-)Beiwerk, welches oft verkümmert und nicht

lebendig ist. Unser Fokus liegt immer auf Restaurant und Bar.“ Diese Philosophie trifft auch auf das Gekko House zu, was sich bereits beim Betreten des Hotels zeigt. Denn statt in einem herkömmlichen Eingangsbereich stehen die Gäste mitten im Chicago Williams, einem Barbecue-Restaurant. Wem der Name bekannt vorkommt, der hat Recht: Bereits 2012 eröffnete Nawid Samawat, ein ehemaliger Mitarbeiter der Gekko-Konzepte Roomers und Gerbermühle, das erste Chicago Williams in Berlin.

Der Betreiber nennt das Chicago Williams auch „die seriöse Grillerei“. Denn hier gibt es vor allem eines: Fleisch. Die offene Küche gewährt den Gästen Einblicke in den schwarz gekachelten Räucherraum mit knallrotem Räucherofen aus Texas, in dem die Ribs zubereitet werden. Die isst man am besten ohne Besteck, die fettigen Finger kann man sich danach entweder sauber lecken oder am Waschbecken mitten im Gastraum waschen. Damit sich die Gäste wohlfühlen, verzichtete man im Chicago Williams auf Schickimicki und setzt stattdessen auf intensive Rottöne und einen derben Holzboden. Bekritzelte Stühle und beklebte Möbel runden den Used-Look ab: „Wir haben noch nie so viel Geld für ein neues Restaurant ausgegeben, das nach zwei Wochen schon so aussieht, als wäre es zehn Jahre alt. Aber so soll es sein“, meint Branimir Hrkac, Executive F&B Director der Gekko Gruppe.

Das Chicago Williams im Erdgeschoss des Gekko House nimmt insgesamt eine Fläche von 400 m² ein. Etwa ein Viertel (110 m²) davon entfallen auf die Küche und Nebenräume. 118 Sitzplätze befinden sich im Inneren, wo eine Bar und das Restaurant fließend ineinander übergehen. Auf der Terrasse ist Platz für 40 weitere Personen. Ab Frühling dieses Jahres soll außerdem auch das Dach als Gastronomiefläche genutzt werden. Dort ist die Chicago Beach Rooftop geplant, die ebenfalls vom Chicago Williams betrieben wird.

Petra Kellerer ■

Im Chicago Williams im Gekko House geht es etwas rabiater zu.



Bild: Gekko Group/Chicago Williams

INNENANSICHTEN

Zeit zum Abwracken und Aufrüsten?

100.000 neue Hotelzimmer für 800 Hotels kommen mit einem Investitionsvolumen von rund 20 Mrd. Euro neu in den Markt. Da sollte zügig aufgerüstet werden. Aus Alt mach Neu. Aber bitte mit Prämie – mit Abwrackprämie!*

Über 30.000 kleine und mittelständische Hotels plus 130.000 Gastronomen stehen fest zur Kulturnation Deutschland. Wo wollen sie auch hin, mit ihrem angelaufenen „Betongold“ und teils verschlissenen Inventar? Für attraktive Renovierungen und kundengerechte Modernisierungen hat es selten gereicht. Es fehlen Gewinne. Unterm Strich bleiben keine 10 Cent vom Euro.

Was ist nur aus Bismarcks mahnenden Worten geworden? „Eine Nation, die ihre Wirte nicht ernährt, ist es nicht wert, eine Kulturnation genannt zu werden.“ Viele Gastronomen haben die „Schnauze“ voll. Sie verabschieden sich und die Nachkommen fangen gar nicht erst an. Systemgastronomen folgen, doch auch die haben Probleme: Vapiano, Hans im Glück, Leysieffer. Der Markt ist ein geringschätzender, fordernder Tyrann.

Der vielzitierte Mangel an Mitarbeitern ist haus- und staatsgemacht. Er ist zu lösen. Ist der Gast gar das Problem? Alles soll ihm passen, kosten darf es nichts. Schmecken und satt machen muss es, und der Service könnte ruhig schneller und freundlicher sein ... Beim Tip ist man auch nicht kleinlich, da wird schon mal kräftig aufgerundet, von 38,90 auf 40. Stimmt so. Wie sagt die kleine Greta: „Schämt ihr euch denn gar nicht?“

Das Problem der Hotellerie und Gastronomie kann durch drei politische Entscheidungen geheilt werden: durch Reduzierung der Mehrwertsteuer von 19 auf 7 Prozent auf Speisen und Getränke. (Die meisten EU-Nachbarn haben den Schritt längst vollzogen.) Zweitens durch die Einführung einer Service-Charge von 10 bis 15 Prozent, die als Trinkgeld zu 100 Prozent steuerfrei an die Mitarbeiter geht. Drittens durch Einführung einer Abwrackprämie für veraltete Betriebe in Höhe der Hälfte der Kosten der Sanierung, Renovierung und Modernisierung. So könnten unsere „Wirte“ ihre Läden für eine attraktive Zukunft aufrüsten und ihre Kinder, die Patrons von morgen, blieben im Geschäft. Zum Besten des Ganzen.

Winfried D. E. Völcker

*Abwrackprämie ist eine Wortschöpfung aus 2008. Damals gab es Prämien für jeden Autoneukauf, bei gleichzeitigem Abwracken des alten Autos. Bund, Länder und Kommunen zahlten.



Winfried D. E. Völcker,
Hotelier
www.voelcker-hospitality.de

... hat rund ein Dutzend internationale Business & Leisure-Hotels, teils mit großen Veranstaltungszentren, und mehr als 60 Restaurants & Bars, auf drei Kontinenten eröffnet, geführt oder modernisiert. Völcker Hospitality betreibt, konzipiert und entwickelt Hotels – von der Idee bis zur Eröffnung.

Member CHS (Cornell Hotel Society), USA, RC Wiesbaden-Kochbrunnen, Kaufmannschaft zu Lübeck.

Mitglied im


ak-hotelimmobilien.de