

mit einem großen Parkplatz, Häusern mit Privatsphäre in der Natur, ein großes Badeparadies und einen Market Dome mit Restaurants, Shops und Entertainment. Neu im Allgäu ist die Optik der einzelnen Häuser, die wegen der Schneelast ein Satteldach benötigten. In den anderen Parks haben die ebenerdigen Bungalows ein Flachdach. Aufgrund der enormen Größe des Parks mit 1.000 Häusern ist auch das Spaßbad Aqua Mundo gewachsen, es bietet etwa 500 m<sup>2</sup> mehr Platz als das zweitgrößte von Center Parcs. Für die entsprechende Versorgung mit Energie sorgt ein BHKW mit eigenem Netz. Besonders ist auch ein großer und auf dem Gelände separater Spa-Bereich mit eigenem Restaurant. Bei den Ferienhäusern gibt es im Center Parcs Park Allgäu vier verschiedene Typen: Comfort, Premium, VIP und Exclusive. Das Design ist über alle Kategorien hinweg natürlich gehalten, mit viel Holz und Stein – innen wie außen –, grünen und grauen Accessoires sowie schwarzen und weißen Elementen. Sie bieten auf 57 bis 196 m<sup>2</sup> Platz für zwei bis zwölf Personen und sind in Kettenmodulen angeordnet. Um einen Einheitslook im Park zu vermeiden, werden überall verschiedene Typen kombiniert.

Die Einheiten verfügen über Flachbild-Fernseher, komplett ausgestattete Küchen, separate Wohn- und Schlafbereiche sowie eine möblierte Terrasse. Das VIP-Haus bietet darüber hinaus ein Wellness-Bad mit Whirlpool-Funktion, Sauna und Regendusche, einen Kamin im Wohnzimmer und einen Grill auf der Terrasse. Ein absolutes Novum ist die Kategorie Exclusive, die den Fokus auf Wellness und Entspannung setzt. Auf zwei Geschossen und fast bis zu 200 m<sup>2</sup> sorgen u. a. eine Fußbodenheizung, eine eigene Loggia im Obergeschoss, luxuriös ausgestattete Badezimmer sowie eine Terrasse mit Grill für den entsprechenden Komfort. Und wem das noch nicht genug ist, der findet im ersten Spa & Country Club von Center Parcs auf 2.500 m<sup>2</sup> noch mehr Angebote. Wem das wiederum zu langweilig ist, der kann sich im mehr als 20.000 m<sup>2</sup> großen Market Dome, dem Herzstück des Parks, beispielsweise in der Kletterhalle oder an der Bowlingbahn versuchen. Shows, Spielwelten und sogar ein Bauernhof bringen Kinderaugen zum Leuchten. Wer die Umgebung erkunden möchte, kann dies zu Fuß tun oder sich im Cycle Center einen fahrbaren Untersatz ausleihen. Und das ist nur ein Teil des vielfältigen Angebots. Kein Wunder also, dass auch der neueste Park aus dem Hause Pierre & Vacances schon gut gebucht wird. Für 2020 ist eine Auslastung von etwa 80 Prozent geplant.

Sandra Lederer ■

<sup>1</sup> Die Gruppe Pierre & Vacances-Center Parcs wurde 1967 gegründet und ist Expertin im Bereich des Nahtourismus. Derzeit umfasst die Gruppe fünf Marken: Pierre & Vacances und seine Marken Premium und Resorts, Maeva, Center Parcs, Sunparks und Adagio Aparthotels. Ihr Angebot umfasst rund 45.000 Apartments und Ferienhäuser an 283 Standorten in Europa. 2016/2017 erzielte die Gruppe einen Umsatz von 1.506 Mrd. Euro und empfing rund 8 Mio. europäische Gäste.

## INNENSICHTEN

### Mixed-Use-Quartiere immer beliebter

Die Beliebtheit von Mixed-Use-Developments wächst. Hotel-Owner und -Operator sind angetan von den eingebauten Nachfrage-Generatoren und der gemeinsamen Nutzung öffentlicher Flächen. Doch aufgepasst: Die Summe potenzieller Differenzen, Hürden und Probleme kann die Vorteile schnell überwiegen, wenn der Entwickler seine Hausaufgaben nicht ordentlich macht.



**Winfried D. E. Völcker,**  
Hotelier  
[www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)

Elementar ist die Abgrenzung des Eigentums. Sind die Grenzen nicht klar demarkiert, kann es schon im laufenden Geschäft oder beim Exit des Developers zu extremen Komplikationen kommen. Mischnutzung ist dann vorteilhaft, wenn die Eigentumsverhältnisse klar übertragbar sind. Wird jedes Teil des Ganzen separat entwickelt und gebaut, so steht einer Veräußerung nichts im Wege, und auch der Finanzierung nicht.

Ein Masterplan an Rules und Regulations versetzt das Immobilienmanagement in die Lage, seine Arbeit zu tun. Außerdem regelt er mögliche interne Kompensationszahlungen und wer wofür verantwortlich ist.

Mixed-Use lebt vom „Flow“. Das Flow-Design muss deshalb von einem Anbieter zum anderen gangbar sein, leicht und ohne jede Hürde. Soll es funktionieren, muss das Kunden-Erlebnis die Architektur führen, hin zu einem „Walking-around-Erlebnis“. Architekten, ohnehin die „natürlichen Feinde des Hoteliers“, machen es sich oft leicht, indem sie alles verkomplizieren. Der Gast wird aber immer den Weg des geringsten Widerstandes gehen. Möglicherweise ist das der Grund dafür, dass Hotelgäste schnurstracks vom Fahrstuhl zum Ausgang eilen, statt die Hotelrestaurants zu besuchen. Umsatzpotenziale ade. Prognosen passé.

Ein Hotel im Mixed-Use-Quartier sollte sich unabhängig von den Synergien als „Stand-alone-Projekt“ rechnen. Der Entwickler darf von Synergien träumen, der Hotelbetreiber nicht. Was sich nicht für sich allein rechnet, rechnet sich nicht. Aus die Maus.

Winfried D.E. Völcker

... hat rund ein  
**Dutzend internationale  
Business & Leisure-  
Hotels, teils mit gro-  
ßen Veranstaltungs-  
Zentren und mehr als  
60 Restaurants & Bars,  
auf drei Kontinenten  
eröffnet, geführt oder  
modernisiert. Völcker  
Hospitality betreibt,  
konzipiert und entwi-  
ckelt Hotels – von der  
Idee bis zur Eröffnung.**

**Member CHS (Cornell  
Hotel Society) USA,  
RC Wiesbaden-Koch-  
brunnen, Kaufmann-  
schaft zu Lübeck.**

Mitglied im

  
**ARBEITSKREIS**  
HOTELIMMOBILIEN  
[ak-hotelimmobilien.de](http://ak-hotelimmobilien.de)