

hotelbau

INNENANSICHTEN

FACHZEITSCHRIFT

Klappe „Innenansichten – Die Sechzehnte“

Gut für ein Jubiläum? Gut für irgendwas, für irgendwen? Bereichernd? Ab und an gar ein Brückenschlag vom Gestern zum Morgen? Food for thought? Nur, wer will schon groß nachdenken?

Im Mai 2010 stand der Architekt, der natürliche Feind des Hoteliers, im Visier: Bei 3.000 notleidenden Hotels im Lande, 65 Prozent davon aufgrund gravierender Architektenfehler, kein Wunder. Können wir so weitermachen wie gehabt, fragte der Händler in Sachen des Glücks im Juli 2010. Ist der Hotel-Entwickler ein Visionär, im Bauteam aber ohne Umsetzungskompetenz? Darum ging es im Herbst. Im Winter nahm ich mir die Wertschöpfungspotenziale im Hotel vor und betrachtete den Designer als Reformier, Gestalter und Bühnenbildner für die Inszenierung einer Hoteltheaterwelt.

Was war naheliegender, als am 6. Januar 2011, dem Erscheinungstag der „hotelbau“, über die Strahlkraft von (Hotel-)Sternen zu schreiben, hat doch einst nur der eine Stern von Bethlehem den Weg aller Wege gewiesen. Heute braucht's fünf, und keiner weiß wohin die führen ...

Wenn die Sterne es nicht bringen, sind Hotelmarken dann der Ausweg? Sind sie Werttreiber oder mehr Schein als Sein? Für die Marken- und Sternemacher auf jeden Fall ein gutes Geschäft ... Der Sicht auf diese Dinge ließ ich im Februar freien Lauf. Im März spannte ich den Bogen von der Hotelidee bis zur Eröffnung und danach: Es ging um den Erfolgsfaktor No. 1: Gästezufriedenheit.

Gästezufriedenheit ist relativ. In der Mai-Ausgabe ging es um die 29- bis 49-Jährigen. Für sie gehören iPhone und iPad mit schnellster Verbindung zum iHotel. Das ist ihre Amenity No. 1. Allein im Zimmer zu surfen ist out. Menschen brauchen Menschen – selbst um allein zu sein. In den Staaten werden Hotelhallen, Bars und Restaurants zu kommunikativen Zonen verschmolzen.

Dass Hotels in Zukunft nicht mangels Gästen, sondern mangels Mitarbeitern schließen werden, hat sich noch keinem Planer erschlossen. Würden Hotels auch mit dem Fokus auf den Mitarbeiter, seine Tätigkeiten und die Zeit, die er dafür benötigt, geplant und gebaut, wir Hotelmanager kämen mit bis zu 20 Prozent weniger Fachleuten zurecht und würden dabei bombig verdienen – die Mitarbeiter dann übrigens auch! Obendrein gäbe es dann 20 Prozent mehr Fachleute am Markt. Der Mangel hätte ein Ende. Es ist alles so einfach ...

Die Frage in der letzten Ausgabe: Alles Lomi-Lomi, oder was?

Meine Sicht der Dinge ist übrigens nie theoretisch. Alles, worüber ich schreibe, habe ich gemacht. Mal gut, mal weniger gut. Für das Wissen zum Spa-Business besuchte ich 18 Spa-Hotels und probierte sie aus. Lomi-Lomi & Co. inklusive. Fakt ist, Spa ist neben MICE und F&B die vierte Produktsäule des Hotelgeschäfts geworden. Es ist ja bekanntlich nicht leicht, mit F&B Geld zu verdienen. Entwickelt sich das Spa-Angebot zwar zum Glamour-, nicht aber zum Profit-Center, dann gute Nacht, liebe Leute ... Mit unseren notorisch niedrigen Zimmerpreisen lassen sich zwei Non-Profit-Center kaum mehr subventionieren. Ganzheitlichkeit hin oder her, das wird schwer.

Kein Blick zurück ist heute angesagt, sondern der heitere, leicht ironische Blick nach vorne, ins „hotelbau-Jahr 2013“.

In diesem Sinne wünsche ich allen Lesern der hotelbau von Herzen allerlei, unter anderem dies: Gesundheit, Erfolg im Geschäft, jederzeit einen Ozean an feinen Weinen und Champagner für den heiligen Durst, ein tapferes Herz bei allem, was Sie tun, und vor allem Erfüllung beim Hotelbau – damit uns künftig mehr Hotels süchtig machen. Zu diesen letzten Zeilen hat mich kein Geringerer als der Journalist August F. Winkler inspiriert. Danke, August!

Herzlich – Ihr Winfried D. E. Völcker



Winfried D. E. Völcker hat als Generaldirektor, Geschäftsführer und Gesellschafter erfolgreich internationale 5-Sterne-Groß-hotels geführt, saniert und restrukturiert. Zu den bekanntesten zählen: Parkhotel Frankfurt, Rheinpark Plaza Neuss und der Schwarze Bock in Wiesbaden. Als Chef der VHC Völcker Hospitality Company GmbH (www.voelcker-hospitality.de) entwickelt und betreibt er Hotels, berät Investmentgesellschaften, Banken, Architekten und Bauherren sowie private Hoteliers und ist in der Hotel-Immobilienvermittlung tätig.

Profil unter www.hotelbau.com

PREISVERLEIHUNG

HOTEL