

hotelbau

SONDERDRUCK

ARCHITEKTUR TECHNICK DESIGN



INNENANSICHTEN

Mitte der 90er trennte sich Völcker vom Schwarzen Bock, folgte dem Ruf von Anno August Jagdfeld seinen gerade erstendenden Quellenhof in Aachen von Steigenberger auf Fundus über zu leiten, das Haus mit dem Eurogress zu führen und seine Komplettsanierung zu entwickeln. Aachen war kein glückliches Terrain für den Macher. Er verließ die Stadt via Berlin, wo er für Frau Jagdfelds „amj“ erfolgreiche Restaurantkonzepte in Europa und Amerika auftrat und mit den besten Designern der Zeit Restaurantkonzepte für Jagdfelds Immobilien entwickelte.

Nach diesem Intermezzo stand ein 100 Zimmer Hotel im Süden Frankfurts zum Kauf. Völcker griff zu, erfolgsgeschwängert packte er die marode Herberge bei den Hörnern, verdreifachte Erlöse und Erträge. Was unter dem Label „Holiday Inn Garden Court“ nicht mehr klappen wollte, richtete der „Feuerwehrmann“ unter den Hoteliers in nur zwei Jahren: Vier DEHOGA Sterne inklusive.

Die vierte Etappe seiner bewegten und bewegenden Laufbahn als Gastgeber und unerreichter Experte der Erlebnishotellerie nimmt seinen Lauf.

Das Hotel in Langen bei Frankfurt läuft und Völcker pachtet ein weiteres Hotel in Lorch am Rhein, dessen Bauherr aber in Konkurs gerät und der jungen VHC Völcker Hospitality Company großen wirtschaftlichen Schaden zufügt. Während „Eleven-Nine“ selbst noch Hoteliers in dritter Generation in Nöte brachte, spürte der ewige Jungunternehmer die Umsatzeinbrüche „nach Lorch“ besonders stark.

Anfang 2005 schließt er den Langener Hotelbetrieb und sucht fünf Jahre nach einem Käufer für seine Immobilie. In 2009 soll es endlich soweit sein, doch der Käufer verstirbt kurz nach dem Erwerb. Der Kaufpreis fließt nicht.

Völckers Beharrlichkeit und sein unerschütterlicher Wille das Langener Engagement erfolgreich zu restrukturieren bringen in 2010 den Durchbruch: Hotel verkauft und zehn Millionen Schulden weg!

Gesund und tatkräftig wie immer beginnt die fünfte Etappe dieses „Steh-auf-Mannes, mittlerweile auch als Hotel Entwickler und Coach und auch bald wieder als Betreiber außergewöhnlicher Hotels. Wir schreiben Erfolg mit V titelte die Welt am Sonntag und ein Fachmagazin benannte ihn gar als „Mr. 1000 Volt“.

Vor zehn Jahren heiratet Völcker seine langjährige Liebe Maria. Sie kennen sich aus dem Schwarzen Bock. Sie selbst ist erfolgreiche Hoteldirektorin und Diplom Betriebswirtin. Seine Familie wurde am 20.06.2006 noch einmal um Anna-Lena reicher, die gerade in Buchschlag bei Frankfurt ihren vierten Geburtstag feierte.

Man kann über diesen Mann ja sagen was man will, sicher ist, als einer der besten Vollbluthoteliers ist er seinem Motto immer treu geblieben: „Erfolg hat man nicht, man schafft ihn sich.“

Der Hotelier – Le Marchant de Bonheur?

„Was macht General Motors? – General Motors macht Autos! Was macht McDonald's? – McDonald's macht Hamburger! Und was macht Disney? – Disney makes people happy!“ – (Tom Peters, In Search of Excellence). Conrad Hilton besaß 92 Hotels, als er 91-jährig starb: You've got to dream! war seine Maxime. – High Touch vor High Tech! Kjell Nordström (Funky Business) versachlicht: Ein Hotel muss interessant, attraktiv, relevant, sexy und funky sein. Können wir beim Hotelbau also noch weiter so denken wie bisher, oder müssen wir künftig nicht anders denken, uns absetzen und dann noch einmal neu denken, mit dem Ziel, ständigen Applaus unserer Gäste zu bekommen? Applaus buchstabiere ich so: C.A.S.H.

Mit der Denke des konservativen Normalbürgers ist das aber kaum zu schaffen. Normalität führt ins Nichts.

Mittelmäßigkeit ist der Tod! Für abwechslungsreiche Bühnen braucht der Hotelmann Architekten und Designer, die den Status quo provozieren, die Hotelwelt mit offenen Augen sehen, Regeln brechen, Vorgaben ignorieren und Normen infrage stellen: zum Besten des Ganzen. 100-prozentige Funktionalität wird vorausgesetzt! Wettbewerbsfähigkeit lässt sich nicht mehr allein auf Faktoren wie Lage, Technologie und globale Präsenz aufbauen, sie gründet auf Emotion und Fantasie. 80 Prozent aller Gäste entscheiden sich nicht für einen Preis, wohl aber für das erwartete Preis-Leistungs-Verhältnis. Der Gast kauft Befriedigung für sich selbst: „Das bin ich mir wert!“ Wird diese Erwartung erfüllt, so entsteht Konkurrenzüberlegenheit, und der Erfolg ist nicht mehr zu verhindern.

Wer also darangeht, ein Hotel zu entwickeln, braucht den Händler in Sachen des Glücks. Er weiß, was auf der Bühne



Winfried D. E. Völcker, Geschäftsführer der VHC Völcker hospitality company GmbH, ist Hotel-Entwickler, Operator und Berater. www.voelcker-hospitality.de

und hinter den Kulissen geht und was nicht. Er kennt sein Publikum, für das der emotionale Wert zählt, er setzt auf Atmosphäre, die zum „socialising“ und „people watching“ ermutigt, denn das ist die eigentliche Show. Hotelier, Architekt, Designer und Bauherr brauchen viel Fantasie und eine gesunde Konstitution. Vor allem sollten sie nichts beginnen, ohne das klare Endziel vor Augen zu haben, damit der Aufenthalt der Gäste ein Lustspiel und kein Drama wird: Wer Schwanensee inszenieren will, darf nicht für Enten planen.

Winfried D. E. Völcker

Gründer & Chef: Winfried D. E. Völcker

„Statt Gala-Laden eher einen „Palast des Volkes“

Aus einem Artikel von O. E. Schirmer, Chefredakteur und Gründungsherausgeber der TW Tagungswirtschaft, seit 2007 auch Gründungsherausgeber der Fachzeitschrift CIM – Conference & Incentive Management.

Was braucht ein Manager, um ein müde gewordenes Unternehmen wieder auf Trab zu bringen? Drei Dinge: ein Konzept, die Bereitschaft hart zu arbeiten, und das Vertrauen seiner Gläubiger wie Kunden.

Besonders aber Selbstvertrauen und Durchhaltevermögen.

Das zumindest ist der Standpunkt des selfmade Mannes Winfried Völcker, ein „Stier“, wie er im („Sternen“-) Buche steht: „eine robuste Natur, die so leicht nichts umwirft, gutes Essen ebenso schätzt wie geistige Nahrung und die als freundlicher und geduldiger Chef jeden Mitarbeiter so lange hält, wie er seine Arbeit zum Wohle der Firma freundlich, liebenswürdig und Ziel führend macht.“ Mit einem Wort, der am 12. Mai anno 1947 im Marien-Hospital zur Welt gekommene Lübecker ist allein schon aufgrund solcher Prämissen der geborene Hotelier.

Er behauptet zwar, das alles hätte ihm der liebe Gott, der ja mit den Sternen fast identisch ist, in die Wiege gelegt. Doch so ganz stimmt das nicht. Einen Teil seines Unternehmertums, seiner Zielstrebigkeit und Ausdauer verdankt er gewiss den gestrengen Erziehungspraktiken seines 2010, im Alter von 95 Jahren in Lübeck verstorbenen Vaters, ein hanseatischer Kaufmann, der´s in der alten Handelsmetropole immerhin zu fünf Feinkosthäusern, einem erträglichen Weinimport und zu einer kleinen Spirituosenfabrik gebracht hatte.

Wissen Sie, so expliziert der einstige Prinzipal vom „Schwarzen Bock“ in Wiesbaden, Deutschlands ältestem Grandhotel, bei ihm musste ich während der Pennälerzeit jeden Nachmittag drei Stunden Regale auffüllen, hinter der Theke verkaufen und die Kasse bedienen. Manchmal konnte ich beim Schnaps machen helfen und Flaschen etikettieren. Erst dann durfte ich heimgehen und meine Schulaufgaben machen.

Das Seltsame an der gewiss jeden Gewerkschaftler erschütternden Kindermalocher war, dass der Malträtier auch noch großen Spaß daran hatte.

Und als er sich später als Hotelkaufmannslehrling im Hotel Ambassador in Berlin anschickt, ein richtiger Liegenkaufmann zu werden, da treibt er das Stachanow -Ritual sogar noch auf die Spitze: vier Mal die Woche jobbt er als Nachtportier in der einst weltberühmten UfA Starherberge „Continental“, macht für zehn Mark das Stück Interviews für eine Nürnberger Konsumforschergilde, akquiriert für einen Hotelführer Anzeigen, verkauft Pullover mit Schul- und Clubemblemen, deren Kundschaft er auch auf „Verkaufsreisen“ während seines Urlaubs vergrößert.

Auch sonst lässt er nichts aus, was sein Lehrlingsalär von 90 Mark erhöhen konnte. Auf diese Weise, so verrät er, „habe ich mir ein zusätzliches Einkommen von über eintausend Mark verschafft, leistete mir davon ein schickes Zimmer auf dem Kurfürstendamm, tauschte meinen Brezel Fenster VW gegen einen mit weit zurück fahrbarem Stoffschiebedach, kaufte mir eine H-Jolle, die mich postwendend zum Mitglied im Verein Seglerhaus am Wannsee werden ließ.“

In der zweiten Phase seiner Karriere zieht´s den mittlerweile frisch gebackenen Hotelkaufmann als Assistent in die südafrikanischen Edelherbergen „President“ in Johannesburg, „Mount Nelson“ in Kapstadt und „Blue Waters Resort“ in Durban, sowie via adäquater Etablissements in Vichy und Paris über Sylt nach München.

In Kampen malocht er einen Sommer für den Hamburger Promi-Wirt Peter Belkhofer. In München büffelt er Englisch, Französisch, EDV und Werbung.

Das ganze finanziert er mit dem Job eines Partyservice Kellners beim berühmten Nobel-Atzer „Gerd Käfer“.

Mit einschlägigen Diplomen und Stipendien von IBM und der Carl-Duisberg-Gesellschaft, Köln ausgestattet, visitiert er die New Yorker Cornell Universität, tippt dort 160 Bewerbungen an US-Hotelkönige, kriegt wegen „Überqualifizierung“ 154 Amerika typisch „elegante Absagen“. Von den tatsächlichen Offerten akzeptiert er 1973 schließlich, unter Verzicht eines verlockenden 30.000 Dollar-Job als Privat-Club Manager in St. Paul, Minnesota, einen ihm zukunfts-trächtiger erscheinenden Hilton-Posten. Er wird für lediglich 12.000 „Grüne“ Stellvertreter des „Detroit Hilton“ Wirtschaftsdirektors und ehelicht kurzerhand dessen amerikanische Sekretärin und ehemalige Kunststudentin Sandy, was alsbald seinen Hausstand um den heute 33 jährigen Paul-Alexander, der in Dallas Texas zur Welt kommt und mittlerweile selbst sehr erfolgreich in der Hospitality Branche ist, bereichert.

Weitere Stationen als Sanierer auf der „Hilton Ochsentour“ sind Atlanta, Myrtle Beach, South Carolina, wieder Atlanta, wo er als Wirtschaftsdirektor das 1210 Zimmer Hilton eröffnete. Die „letzte und größte Kiste“ war das Dallas Hilton mit nur 1000 Zimmern aber 10 Restaurants und Bars sowie Veranstaltungssäle für 3500 Personen.

Die dritte Etappe auf dem Weg nach ganz oben führt Völcker unausweichlich zurück in seine Heimat. Das „Interconti“ holt ihn ´78 nach Frankfurt, wo er seine Familie noch einmal um Andrea-Lynn bereichert, die heute 29 jährig, mit ihrer 5 jährigen Tochter Emma-Claire, in den USA lebt.

Zwei Jahre später empfiehlt Rudolphe Schelbert dem „Roten Abs“ Walter Hesselbach Völcker für die Führungsvakanz ins leicht verlotterte Parkhotel Frankfurt, das er nun erstmals als Generaldirektor nach allen Regeln internationaler Hoteliers Kunst aufmöbelt.

Die nächste Station heißt Neuss am Rhein vis á vis Düsseldorf, wo er in nur drei Jahren, entgegen aller Unkenrufe, die Neubauruine der Allgemeinen Hypotheken-bank „Kempinski Rheinpark Düsseldorf“ endlich nach einer Fehlgeburt erlöst und zum zweit beliebtesten sowie gefragtem Hotel-Kongress Zentrum der Bundesrepublik hoch trimmt. Damals und auch danach gab es nichts Vergleichbares.

Vom Glück des Tüchtigen offensichtlich verwöhnt bleibt dem hanseatischen Kaufmanns-Filius eigentlich gar nichts anderes übrig, als sich vollends auf eigene Beine zu stellen. Getreu dem Motto: „No Guts, no Glory“, kauft er für 27 Millionen Deutschlands ältestes Grandhotel, den Schwarzen Bock in Wiesbaden, steckt noch mal 15 Millionen rein und verdoppelt den Umsatz schon nach drei Jahren auf 12 Millionen. Er macht aus der geschichtsträchtigen Herberge von 1486 mit kostbarsten Antiquitäten ausgestattet das, was ihm seit Amerika vorschwebt: einen Gala-Laden, in den man nicht mit leisen Schritten herumknirscht, sondern eine Art „Palast des Volkes“, wo man unbeschwert hineingeht, einfach Freude an allem hat - seine Bedürfnisse, Geschmäcker und Gelüste befriedigt - was manchmal nicht mehr sein muss, als bei einem Glas Wein Menschen zu beobachten...und genießt, was ein internationales Spitzenhotel seiner Clientelle zu bieten vermag.