

setzung mit Griechenland, die Unterschätzung der Wucht der Flüchtlingswelle zeugten nicht von Souveränität. Ihre Flüchtlingspolitik wirkte polarisierend sowohl im In- wie auch gerade im europäischen Ausland.

Die Herausforderungen sind mannigfaltig. Europa ist 2017 im Wahlmodus. Der alte Kontinent ist mittlerweile zu einem hochfragilen Gebilde degeneriert. Gerade in der EU droht mit den Wahlen in Frankreich, Holland, Österreich und Deutschland ein weiterer Verlust an Homogenität. Kommt es hart auf hart, stehen nach Großbritannien möglicherweise weitere EU-Referenden auf der Agenda, die dann automatisch wieder die Euro-Problematik hochkochen lassen. Hier droht dann große Gefahr für den Währungsverbund. Umso mehr, da die südeuropäischen Schwergewichte Frankreich, Italien und Spanien ihre Verschuldung weiter nach oben fahren und eine Verschlechterung ihrer Bonität in Kauf nehmen. Hier lebt man weiter nach der Maßgabe: Reformen-nein; EZB-Gelder-ja.

Auch in Deutschland wird das Klima für Merkel ungemütlich. Das Thema Altersvorsorge bedarf gerade auch vor dem Hintergrund der rekordtiefen Zinsen einer glaubhaften Lösung. Hiermit einher muss ebenfalls das Thema Bezahlbarkeit der Kranken- und Pflegeversicherung angegangen und einer Lösung zu geführt werden. Hier ist staatsmännisch Handeln vonnöten, womit kurzfristig sicher keine Sympathiepunkte zu gewinnen sind.

Weitere Kosten, die bislang nicht budgetiert, aber im Angesicht der weltweiten Gemengelage unvermeidlich sind, entfallen auf die Sicherheitsausgaben und hier vorwiegend der Militärausgaben. Hier stehen Aufstockungen von jährlich 30 Mrd. Euro und mehr im Raum. Dazu addieren sich die Flüchtlingskosten und die anstehenden Aufwendungen für die zum Teil marode Straßen- und Brückeninfrastruktur. Ist dann der ausgeglichene Staatshaushalt noch haltbar oder muss dieses Ziel einkassiert werden?

Die nächsten Jahre werden eine enorme Herausforderung für die politisch Verantwortlichen. Dies wiegt umso schwerer, da sich auch in Deutschland ein Trend gegen das Parteien-Establishment etabliert hat. Ob eine Bundeskanzlerin Merkel mit ihren Eigenschaften in diesem Umfeld reüssieren wird, ist mehr als fraglich. Was jedoch noch schlimmer wiegt, ist der Mangel an personellen Alternativen für diese Position. □

Der Hotel Designer Bühnenbildner, Gestalter, gar Reformator?

Winfried D. E. Völcker

Lifestyle Hotels sind in aller Munde. Hotelkonzerne kaufen kreative Konzepte en gros. Ein Hype, medial zum wechselseitigen Nutzen vierfarbig begleitet, als gäbe es kein Morgen...



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

Im Wandel der Zeit spielten Hotels verschiedene Rollen: Im goldenen Zeitalter der vorletzten Jahrhundertwende erblühten Palast-Hotels für das gebildete und wohlhabende Bürgertum und Weltenbummler, deren Bedürfnisse, Geschmäcker und Gelüste zur Entfaltung einer grandiosen, bourgeoisen Architektur führten und zwar zu Lande und zu Wasser: Stichwort Adlon, Titanic.

Der Designer als Gestalter denkt in internationalen Vernetzungen. Gestalterisches ruft nach einer Gesamtschau, sie steht nie für sich allein. Design ist Teil des Hotelkonzepts und immer zum Besten des Ganzen. Produkte und Angebote, die die Kundschaft wirklich will, führen zu konzeptionell herausfordernden Fragestellungen. So betrachtet liefert Hotelarchitektur und Innenarchitektur im Ergebnis die Antwort auf die unverzichtbare funktionale Relevanz einerseits und beim Ausbau und Einrichtung, die sozialen und künstlerischen Antworten für passende Atmosphäre und Ambiente in den neuen Palästen des Volkes von damals, andererseits. Ist das heute so viel anders?

Wie und mit welchen Produkten man eine/seine Kundschaft erreicht, muss jeder Hotelmann – wirtschaftlich klug und über den vermeintlich vorherrschenden Trend hinaus gedacht - für sich beantworten. Ich sehe mittelfristig, im Gegensatz zu den hippen Lifestyle Konzepten von heute, eine Rückkehr zu pompösen Gestaltungen, zu Gold, Kronleuchtern und viel Wärme. Ein bisschen Roaring Twenties. Warten Sie 's ab.... →

Die klassischen Hotelbetriebe fast aller Kategorien waren für den lokalen Markt immer so etwas wie ein Weißer Elefant: Fremd, da traut man sich nicht ran, geschweige denn rein. Bei einer konzeptionell gezielten Öffnung der (Bestands-) Hotels für den lokalen Markt, würden diese ihre Eintritts-, und Erlös-hemmende Wirkung verlieren: Stichwort Hoteltheaterwelt.

Gehen Sie doch mal wieder ins KADEWE: Berausende Angebotsbühnen, wohin das Auge schaut. Pracht, Luxus, Design, Licht, Farbe, Dekorationen und Merchandising, Merchandising, Merchandising – für Jedermann. Und Jedermann bummelt, kauft isst und trinkt, als es gäbe es auch hier kein Morgen. Mehr geht nicht. Sind unsere Kunden schon viel weiter als wir?

Menschen sehnen sich nach authentischen Bühnen, die der erfahrene Designer als mutiger Bühnenbildner, geschwängert von jüngsten Erkenntnissen der Neurowis-

senschaft, Psychologie, von der Wirkung des Lichts und der Farben und Materialien und so weiter, usw. ... Alles gestalterisch verpackt, sodass das Konzept zum Bild wird und ein „Gute-Laune- Hotel samt Gute-Laune-Gastronomie“ entsteht, in dem Fantasie und Realität miteinander verschmelzen und schon der Blick in alle Richtungen das Gemüt erheitert, so, dass es eine Sucht wird, dort zu wohnen, zu essen und zu trinken.

Was für ein Wertschöpfungspotenzial in Bestandsimmobilien jeden Typs und jeder Kategorie. Man müsste nur den Mut aufbringen zur Kreativität und die Bereitschaft mitbringen, sich dem Gast zu unterwerfen, ihm zu dienen? Stichwort Demut. Nur aus der Kraft eigener Begeisterung erwächst die Umsetzungs-kraft für die Herausforderungen in Hotellerie und Gastronomie. Obsiegen wird, wer andersartig ist. Anders. Nicht artig. □



Keine Umwege.

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

www.rohmert-medien.de