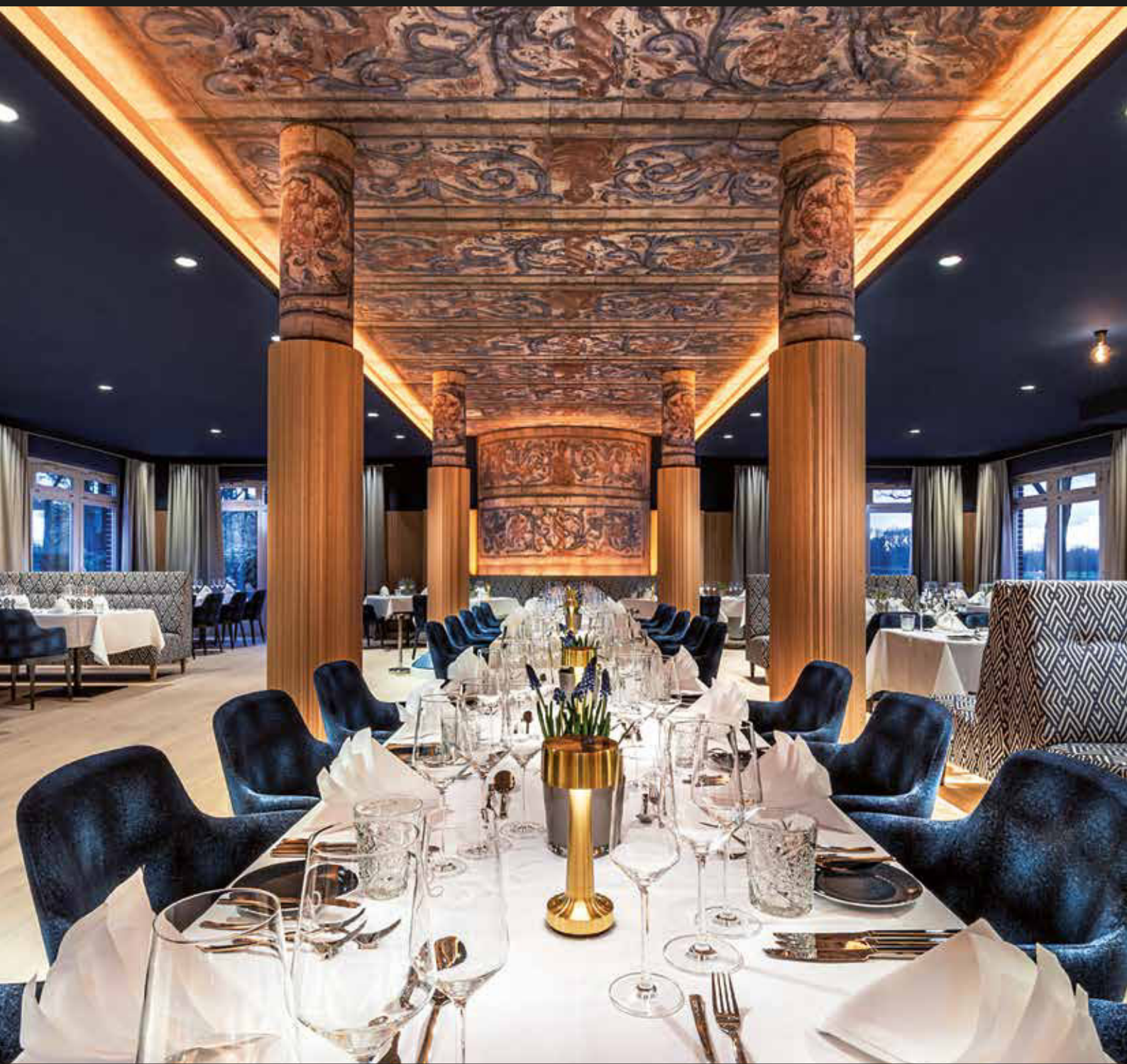


hotelbau

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG



STEIGENBERGER HOTEL TREUDELBERG
Aletto Hotel Berlin • Lounge & Lobby • nachhaltige Klimatisierung

Zum Jahreswechsel erhielten drei deutsche Motel Ones ein neues Design: Während das Kölner Hotel zum Thema Wasser gestaltet wurde, steht im Essener Haus alles im Zeichen der 50er-Jahre. In der Bankenmetropole Frankfurt kommen Oldtimer-Fans auf ihre Kosten.



MOTEL ONE KÖLN, ESSEN, FRANKFURT

Wasser, 50er-Jahre und Oldtimer

Motel One ist inzwischen europaweit mit 74 Hotels in zehn Ländern vertreten. Nach und nach lässt die Budget-Hotelgruppe ihre Bestandshäuser renovieren. Nach Berlin, Salzburg und Edinburgh unterzogen sich zum Jahreswechsel 2019/2020 drei weitere Hotels an den Standorten Köln-Waidmarkt, Essen und Frankfurt-East Side einem Make-over. Seit Anfang des

Jahres glänzen sie mit einem neuen individuellen Design, das speziell auf das jeweilige, lokal inspirierte Thema des Hauses zugeschnitten wurde. In allen drei Hotels erhielt die One Lounge im Erdgeschoss einen neuen Look, die Zimmer wurden lediglich in Köln und Frankfurt modernisiert. Motel One investierte insgesamt rund 11,4 Mio. Euro.

Bild: Motel One (3)



In der One Lounge des Essener Hotels stehen die 50er-Jahre im Mittelpunkt.



Die neu gestalteten Zimmer mit Oldtimer-Fotografien im Motel One Frankfurt-East Side.

Eine LED-Installation der Traditionsmarke „Kölnisch Wasser 4711“ ziert die Bar-Rückwand im Motel One Köln-Waidmarkt.

Alles im Fluss

Im Motel One Köln-Waidmarkt dreht sich alles um den Rhein. Die farbenfrohe Bilderserie „Kopfüber“ von Dirk Brömmel stellt beispielsweise den Bezug zur Schifffahrt her. Ebenfalls Teil der Lobby sind abstrahierte Silhouetten der Rhein-Brücken von der Kölner Grafikdesignerin Mira Lee. Die Rezeption des 369-Zimmer-Hauses schmückt als Welle geformt den Eingangsbereich. Die darüberhängenden Glas-Pendelleuchten sollen wie Wasserperlen erscheinen. Hinter dem Bartresen setzt eine LED-Installation den Fokus auf die lokale Parfümmarke „4711 Kölnisch Wasser“. An der Wand davor prangt der goldene Schriftzug „Echt kölnisch“. Um ihn herum umrahmt eine effektvolle Beleuchtung die Regale mit antiken und neuen Duft-Flakons.

Back to the 50's

Die öffentlichen Bereiche des Essener Motel Ones lassen die 50er-Jahre nochmal aufleben – als Hommage an die Zeit, aus der das denkmalgeschützte Gebäude stammt. Ein stimmiges Gesamtbild ergibt sich aus passenden Farben und Formen: von geometrischen Mustern, zarten Pastelltönen, geschwungenen Formen bis hin zu Designklassikern wie dem für Motel One typischen Egg Chair von Arne Jacobsen. Einen besonderen Auftritt bekommt auch in diesem Haus der Bar-Bereich, der an die glamourösen Cocktailpartys aus der damaligen Zeit erinnern will. 60 goldfarbene Deckenleuchten, drei großformatige Collagen sowie Silhouetten an der Barrückwand von der Künstlerin Kristina Kanders, die allesamt Menschen zeigen, runden zusammen mit Möbeln in den Farben Pastellrosa, Blau, Türkis und Senf das Retro-Ambiente ab.

Autoliebhaber, aufgepasst!

Als Anspielung auf die Mainmetropole als Zentrum für Oldtimer zieht sich das Auto-Thema wie ein roter Faden durch das Motel One Frankfurt-East Side: 189 Zimmer, die sich auf sechs Etagen verteilen, und die One Lounge im Erdgeschoss lassen die Herzen der Fans höherschlagen. Mit dabei sind große Schwarz-Weiß-Fotografien mit Original-Motiven aus den 30er- bis 60er-Jahren sowie großflächige Detailaufnahmen. Im Arbeitsbereich der Lounge fühlt man sich wie in einer Autowerkstatt: Scheinwerfer werden als Leuchten eingesetzt und ein Wagenheber-Gestell dient als Workbench. Ebenfalls gehören Ledermöbel zum Interieur, die teilweise wie Autositze gesteppt sind.

Miriam Glaß ■

INNENANSICHTEN

Performance-Fallen bei Renovierungen

Hart, aber fair: Millionen werden jährlich für Modernisierungen verpulvert, die nicht funktionieren, weil sie nicht halten, was sie versprechen.

Faktencheck: Von rund 23.000 Hotels, Garnis und Gasthöfen im Lande sind über 3.000 schon lange notleidend. Ich denke, die Zahl wird sich im Winter/Frühjahr 2020/21 verdreifachen, denn in der Ebbe zeigt sich nun, wer in der Flut ohne Badehose geschwommen ist. Aber immer schön Corona die Schuld geben ... Mal ehrlich, wurden die Performance-Fallen nicht schon vor Jahren gelegt? Arbeiten nicht zu viele Betriebe schon zu lange suboptimal mit Produkten, Angeboten, Häkelgardinen-Atmosphäre sowie Führung, Marketing und Controlling á la 80er? Schlechtes Management? Nun, oft nicht ganz auf der Höhe der Zeit.

Der Erfolg eines Hotels & Restaurants ist genialerweise nicht zu verhindern, wenn das Objekt in seiner jeweiligen Eigenart aus den Genen des Standortes, des Betreibers und des Konzepts, als ganzheitlicher „genetischer-Produkt-Mix“ geschaffen wird. Das würde die designierte Kundschaft zu „Raving Fans“ machen, weil sie nämlich erkennen kann, was man ihr verspricht, was sie bekommt, was sie wirklich will und wofür sie bereit ist, fast jeden Preis zu zahlen. (Jahrzehnte Völcker-Erfahrung zum Nulltarif ...)

Was sind Performance-Fallen? Zum Beispiel Architekten und Designer, die in rund 2/3 aller Fälle tatsächlich ohne schriftlich formulierte Ziele an die Arbeit gehen. Target-Excellence sieht anders aus: „Never start without the end in mind?“ Das Problem ist nur, ihre Auftraggeber wissen oft selbst nicht, was sie wollen ... Ein Drittel aller Betriebe kommt nie nachhaltig aus der Falle, den Break-Even zu durchschreiten, weil Innenarchitektur und Ambiente nicht mit ihrem Konzept übereinstimmen. So verwundert es nicht, dass Betriebe Not leiden, weil Konzept, Kapazitäten und Betriebstyp, vielleicht auch der Betreiber und sein Personal nicht passen.

Ergreifen Sie die Chance dieser Tage, alles zu vergessen, was einmal richtig war. Es ist Zeit, sich neu aufzustellen. Zeit für eine neue Einfachheit mit zeitloser Funktionalität und ehrlicher Qualität ohne Schnickschnack. Am Ende des Tages zählt allein der Applaus der Gäste. No profit, no future.



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

... ist Vollbluthotelier und hat rund ein Dutzend internationale Business- und Ferienhotels, teils mit großen Veranstaltungszentren und mehr als 60 Restaurants, Brasserien und Bars entwickelt, eröffnet, restrukturiert, modernisiert und geführt. Seit 1980 führt und entwickelt Völcker Hospitality Hotels und Restaurants, von der Idee bis zur Marktführerschaft – auf eigene Rechnung mit eigenen Brands und im Namen und auf Rechnung Dritter.

Völcker ist Senior Advisor der Obotritia Hotels, Potsdam, und wirkt bei der CHS (Cornell Hotel Society), im Deutschen Fachjournalisten-Verband, im Rotary Club Wiesbaden-Kochbrunnen und in der Kaufmannschaft zu Lübeck mit.

Mitglied im



ak-hotelimmobilien.de

Winfried D. E. Völcker