















Parkhotel Frankfurt/Main

Erlebniswelt rundum

Das Parkhotel in Frankfurt/Main ist für Kenner der Szene ein Begriff. Als Hotel und gastronomischer Betrieb mit anspruchsvollem Angebot stehen große Namen der kochkünstlerischen Szene mit diesem Haus in Verbindung: Otto Brust oder Hasso Segschneider, um nur zwei zu nennen. Küchenchefs, die die Entwicklung dieses Hauses in den 75 Jahren seines Bestehens mitgeprägt haben. Seit 1966 ist das Parkhotel im Besitz der Zürcher SPH-Gruppe. Die Tradition des Namens fortführend, wurden marketing-strategisch neue Akzente für die Zukunft gesetzt. Bei einem hohen Investitionsaufwand total renoviert und zum Teil umgebaut, präsentiert sich das Parkhotel heute als gastronomischer Betrieb, der ein Stück Zukunft bereits vorweggenommen hat: Erlebniswelt Hotel, Erlebniswelt Restaurants, Erlebniswelt rundum. Außer einem im Ausstattungsluxus differenzierten Zimmerangebot von internationalem Standard bis zur Nobelklasse können potentielle Gäste unter sechs gastronomischen Betriebstypen wählen, die jeder für sich als individuelles Angebot vermarktet werden. Parkhotel Frankfurt... das kleine Grand-Hotel, dieser Rundum-Werbeslogan spricht für das eigenständige, wettbewerbsherausragende Profil eines Hotel- und Restaurantbetriebes, dessen Konzeption hierzulande noch selten ist: eine umfangreiche Offensive, wie es eine Frankfurter Tageszeitung ausdrückt, mit dem Ziel, das Angebot um den Hauptbahnhof herum mit Fingerspitzengefühl und genauer Kenntnis des Gästepotentials zu erweitern.



Von links nach rechts: Generaldirektor Winfried D. E. Völcker (35), Küchenchef Heinz H. Imhof (30) und Wirtschaftsdirektor Klaus Rupp (34).

Am Anfang der »Neuorientierung« stand eine ausführliche Analyse des Marktes, in dem ein Betrieb dieser Art operiert. Winfried D. E. Völcker, der von der SPH-Gruppe als Generaldirektor eingestellt wurde, ließ im Zuge der Renovierung ein Angebot aufbauen, das so differenziert gegliedert ist, daß der Aufenthalt für jeden Gast fast rund um die Uhr interessant ist:

»Einmal wollen wir den Hotel- und Restaurant-Gast gewinnen, der internationalen Standard, aber auch Spitzen- bzw. Luxusklasse aus großen Konkurrenzbetrieben gewohnt ist. Weiterhin, und das ist besonders wichtig, soll unser breitgefächertes gastronomisches Angebot auch dem Bürger der Stadt und des Umlandes Erlebnisse bieten, die ihn zum Stammkunden unseres Hauses machen. Nur so kann ein Hotel dieser Art langfristig überleben, es soll auch ein Haus für die Frankfurter sein.«

Diese Gedanken stehen im weitesten Sinne hinter der neuen Konzeption. Generaldirektor Völcker wird bei der Durchsetzung aller Ideen von einer ebenfalls zum Teil neuen Führungscrow unterstützt, so von Wirtschaftsdirektor und VKD-Mitglied Klaus Rupp, der seine Karriere als Koch gestartet hat, von Heinz Imhof, Küchenchef für alle Restaurants, und den Restaurantdirektoren.

Mit der Umgestaltung hat man den Hoteltrakt mit 280 Zimmern zweigeteilt: 80 Zimmer sind als individuelle Luxusdependancen, als »Hotel im Hotel«, Parkhotel »Tower« genannt, aus dem Gesamtangebot ausgegliedert. Der Gast findet hier ein ausgesuchtes, äußerst wertvolles Interieur mit speziellem VIP-Service, der bis zum Sicherheitsdienst für schutzbedürftige Personen der BKA-Klassifizierungsgruppe 1 reicht. Die übrigen 200 Zimmer im vor 10 Jahren errichteten Neubau werden internationalem Anspruchs-

denken gerecht. Selbstverständlich ist bei all dem auch ein Fitness-Center mit Sauna, Dampfbad, Solarium, Massage, Trimm-Geräten etc., das bei relativ günstigem Preis ebenfalls von den Bürgern der Stadt Frankfurt und des Umlandes benutzt werden kann.

Schauen wir uns nun die sechs Gastronomie-Angebote des Parkhotels zum Teil etwas genauer an:

»La Truffe«, klassisch-französisches Restaurant

»La Truffe« entstand aus dem Umbau des ehemaligen, weitbekannten Parkhotel-Restaurants: Anspruchsvolle Kochkunst mit NC-Einschlag, orientiert an Saison- und Marktangeboten. Hier wird Edelgastronomie praktiziert mit einem täglich wechselnden, dreigängigen Business-Menü zur Mittagszeit und sechs- bis siebengängigem Abendmenü. Dazu eine ständig aufliegende Karte, die sporadisch neu zusammengestellt und ausgetauscht wird. Ein Auszug daraus:

Roh mariniertes Seeteufel mit Paprika,

★

Cremesuppe von Krebsen mit gefüllten Morcheln,

★

Scheiben von Kalbsbries und Hummer mit Lauchjulienne,

★

Pflifferlinge in Sahne mit Semmelknödel,

★

Pochiertes Kalbsfilet an Kerbelsauce, junge Karotten und Safrannudeln,

★

Fasanenbrust an Gänselebercreme mit Rote-Beete-Timbale und Steinpilzen,

★

Flugentenbrust an Sauce mit Zwiebelpüree und Nadelbohnen,

★

Pochierter Pfirsich mit Whisky-Parfait und Johannisbeersauce.

(weiter Seite 14)

Auswahl deutscher Käse vom Brett, ab

CHOICE OF ASSORTED GERMAN CHEESES, FROM
LE PLATEAU DE FROMAGES ALLEMANDS, A PARTIR DE

Frankfurter Pudding mit Bischofsauce

PUDDING FRANKFURT, WITH RED WINE SAUCE
LE POUDING DE FRANCFORT, AVEC SAUCE DE VIN ROUGE

Rote Grütze auf Hamburger Art, mit flüssiger Sahne

RED GRUEL HAMBURG STYLE, WITH FRESH CREAM
ENTREMENT AUX FRUITS ROUGES, AVEC CREME FRAICHE

Kirschenstrudel auf bayerische Art, mit Zimtsauce

CHERRY STRUDEL BAVARIAN STYLE, WITH CINNAMON SAUCE
STRUDEL DE CERISES BAVAROIS, AVEC SAUCE CANNELLE

Eisbecher auf schwarzwälder Art

ICE COUPE BLACK FOREST STYLE
COUPE DE GLACE FORET NOIRE

Rumtopf auf ostfriesische Art, mit Nufgeis

FRUITS, MARINATED FRISIAN STYLE, WITH RUM, SERVED WITH HAZELNUT ICE CREAM
CONFIT DE FRUITS AU RHUM, AVEC GLACE AUX NOIX

Gemischtes Eis mit Sahne

VANILLE-, CHOCOLATE- AND STRAWBERRY-ICE CREAM WITH WHIPPED CREAM
NOS GLACES VARIEES

Das Dessert-Angebot in der Parkstube trägt ebenfalls die Handschrift der Konzeption einer leichten deutschen Küche.

(Fortsetzung von Seite 12)

Es versteht sich fast von selbst, daß die Zutaten frisch eingekauft werden, was übrigens allen Restaurants in diesem Haus zugute kommt.

Hinzu kommt ein den Speisen angepaßtes Getränkeprogramm mit Edelgewächsen im Weinbereich, Sekten, Champagne etc. Alle deutschen Weinbaugebiete sind vertreten, dazu große und klassische Franzosen, außerdem die Schweiz, Kalifornien, Österreich, Italien und – quer Beet – ein stattliches Angebot halber Flaschen.

Küchenchefs im Parkhotel Frankfurt

Walter Pape trat im Eröffnungsjahr 1905 in die Küchenbrigade des Parkhotels ein und war von 1926 bis 1934 Küchenchef. Seine Nachfolge als Küchenchef übernahm dann Wilhelm Becker, der seit 1919 im Hause war. Bis 1961, also über fast drei Jahrzehnte, stand Becker der weißen Brigade vor.

Otto Brust, sein Eintritt erfolgte 1934, übernahm die Leitung als Küchenchef als Nachfolger von Becker im Jahre 1961 bis 1969. Hasso Segschneider, der bereits seine Lehrjahre in der Küche des Parkhotels absolvierte, leitete ab 1970 für weitere 10 Jahre die Geschichte der Küche. 1981 übernahm Heinz Imhof als Küchenchef die Leitung.

Die Parkstube

Seit Frühjahr dieses Jahres ist dieser Restauranttyp geöffnet. Das Konzept steht für regionale deutsche Küche, serviert in deutscher Gemütlichkeit, wozu Kachelofen, Bleiglasfenster sowie Wände, Stühle, Bänke und Tische aus massiver Eiche gehören. Die Bleiglasfenster schmücken Wappen ehemaliger deutscher Königreiche.

Gekocht wird für die Gäste der Parkstube mit fast ausschließlich marktfrischen Produkten in leichter deutscher Art. Jedes Bundesland ist mit einem typischen Gericht vertreten.

Dazu ebenfalls ein paar Beispiele:

Nordseescholle auf Finkenwerder Art, Kartoffelsalat,

★

Donauwaller im Wurzelsud, Dampfkartoffeln.

★

Sauerbraten auf rheinische Art mit Rosinen und Mandeln, Reibekuchen und Apfelmus,

★

Eingemachtes Kalbfleisch auf Stettiner Art mit Morcheln und Krebsen, Butterreis,

★

Heidschnuckenkoteletts auf Linsengemüse, Bäckerinkartoffeln,

★

Schweinefilet auf bayerische Art mit Malzbiersauce, Wirsing- und gebratenen Semmelknödeln,

★

Vierländer Mastente, knusprig gebraten, Apfelrotkohl und Kartoffelklöße.

In der Karte wird den Gästen mitgeteilt:

»Die regionale deutsche Küche dokumentiert eine Bodenständigkeit, deren Gerichte sich unter Verwendung frischer Produkte zur großen Küche eignen. Hiernach haben wir unsere Speisekarte zusammengestellt. Sie ist eine Komposition von vielen kulinarischen Köstlichkeiten aus unseren Landen.«

Außerdem bietet die Parkstube neben den à la carte-Gerichten ein breites Angebot an attraktiven Buffets. Zum Mittagsbuffet gehören warme und kalte regionale Spezialitäten aus deutschen Landen, wobei jeweils ein Land über mehrere Wochen repräsentiert wird. Schleswig-Holstein machte den Anfang, die badische Küche steht zur Zeit im Mittelpunkt. Nachmittags gibt es ein Buffet mit hausgemachtem Kuchen und Gebäck, abends ein Salatbuffet. Sonntags bietet man einen Wiener Brunch, ein kaltes und warmes Buffet mit Spezialitäten aus dem k. u. k. Österreich, dazu Zithermusik.

Das Getränkeangebot in der Parkstube besteht natürlich vorzugsweise aus deutschen Gewächsen, eine stattliche Auswahl wird offen angeboten. Wer will, kann aber auch frisches Premiumber vom Faß und »Apfelwoi« genießen.

Die Parkstube

...regionale deutsche Küche

Guten Morgen

Frühstücken im Parkhotel, ein Erlebnis! Wir laden Sie ein, zwischen vier verschiedenen Frühstücksangeboten, zu wählen:

1. **Continental Frühstück:** Kaffee, Tee, Schokolade oder Milch, Brotkorb, Butter, Konfitüre und Honig
2. **Parkstuben-Frühstücksbuffet:** Kaffee, Tee, Schokolade oder Milch, Brotkorb, Butter, Konfitüre, Honig, Säfte, Früchte, Eier, Schinken, Speck, Käse, Joghurt, Cornflakes – einfach alles was das Herz begehrt – alles für einen »starken« Tagesbeginn!
3. **Athleten Frühstück:** Kaffee, Tee, Schokolade oder Milch, Brotkorb, Butter, Konfitüre und ein 120 gr. Frühstück:Steak mit zwei frischen Landeiern
4. **Frühstücken wie ein Kaiser:** Eine viertel Flasche Lanson Champagner, Pariser Gänsebrust mit Waldorfsalat, geräucherter Bornholmer Lachs mit Sahnesauce, zwei pochierte Eier auf Toast mit Beluga Malossol Kaviar, Gänseleberparfait »Mode du Chef«, Brotauswahl, Butter

im Parkhotel Frankfurt

Wiesenhüttenplatz 28 · 6000 Frankfurt · Tel. 2 69 70
...eins von 6 Gastronomie-Angeboten des Parkhotels

Die Frühstückspalette im Parkhotel reicht von continentalem Frühstück bis zum Kaiser-Frühstück. Dieses Angebot wird inzwischen gerne von Geschäftsleuten während einschlägigen Gesprächen genutzt, die nicht durch umfangreiches Essen und Trinken »belastet« werden sollen.

KLEINE SPEISE-KARTE

(* bis 3.00 Uhr erhältlich)

- Grönland Crevetten Cocktail auf Eisbergsalat*
- Parma Schinken, eingelegte Steinpilze*
- Hausgebeizter Fjord Lachs mit Dillsensauce*
- Club-Sandwich, Toast, Hähnchenbrust, knuspriger Speck, Tomate, Blattsalat
- Unsere Gänseleberterrine mit kleinem Lauch-Morchelsalat
- Marrokanischer Bohneneintopf*
- Bouillon mit Markklößchen und Schnittlauch*
- Lammragout mit feinen Gemüsen und Pilaw-Reis*
- Kalbsrückensteak vom Grill mit Kräuterbutter, Salatplatte
- Königinpastetchen mit Spargelspitzen*
- Pfeffersteak, Butterbohnen, Pommes frites

CASABLANCA BAR

im Parkhotel Frankfurt

Wiesenhüttenplatz 28/38 - Telefon (06 11) 26 970

Nicht jede Hotel-Bar bietet bis 3.00 Uhr nachts ein solch anspruchsvolles Speiseangebot wie die Casablanca-Bar des Parkhotels.

In der Parkstube wird allmorgendlich auch das Frühstück serviert: vier Alternativen, vom continentalen bis zum Kaiser-Frühstück, ideal für Geschäftsgespräche, die, so Völker und Rupp, nicht durch umfangreiches Essen und Trinken »belastet« werden sollen. Im Rahmen dieses Portraits ist die entsprechende Karte abgebildet.

Königbrunnen und Weinlaube

Der Königbrunnen und die Weinlaube sind zwei weitere für ein breites Publikum neu eingerichtete Stätten der Gastlichkeit im Parkhotel. Im Königbrunnen wird jeden Tag ein Stammessen »als Tellergericht« serviert, das preislich zwischen DM 8,— und DM 11,— liegt. Diverse kalte Gerichte runden dieses Programm ab; viele Gäste trinken dazu »König Pils« vom Faß oder offenen Landwein.

Die Weinlaube ist ein offizieller Ausschank der Vereinigung Rheingauer Weingüter im Verband deutscher Prädikatsweingüter e.V., der von Weinfreunden gerne frequentiert wird. Die offenen Weine werden in 0,1- und 0,2-l-Karaffen verkauft. Alle 14 Tage stellt ein Rheingauer Winzer über das Standardprogramm hinaus fünf seiner eigenen Weine vor, die zum Listenpreis gekauft werden können.

Zum Wein produziert die Küche kleine Speisen, etwa

- Warmer Zwiebelkuchen, ★
- Rebenholzgeräuchertes Forellenfilet mit Sahnemeerrettich, ★
- Katenrauchteller auf Westfälische Art mit Schinken, Aal und Salm
- oder
- Winzerteller mit Leberwurst, Preßkopf, Sülze und Camembert.

Casablanca-Bar

Fast kein Hotel ohne Bar. Die Casablanca-Bar – nostalgisch, mit Piano-Entertainment, wie es im Hausprospekt heißt – wird ebenfalls nicht nur als Hotelbar, sondern als eigenständiger Betrieb für Frankfurt und Umgebung gesehen. Für das Interieur stand »Rick's Bar« aus dem berühmten Film »Casablanca« mit Humphry Bogart und Ingrid Bergmann Pate. Happy Hour ist von 17.00–19.00 Uhr, geöffnet generell bis 3.00 Uhr nachts. Bis zu dieser späten Stunde kann der hungrige Gast noch für eine Bar recht anspruchsvolle »Snacks« ordern.

Die Trüffelei

Die Trüffelei ist ein Laden im Hotel, der diverse Gourmet-Spezialitäten anbietet: ein reichhaltiges Weinangebot aus dem Programm des »La Truffe«, Obstschnapse vom Faß oder Rumtopf, in alten Steinkrügen angesetzt. Es gibt die Vorspeisen und Salate des »La Truffe«, ebenso eine Auswahl von brat-

fertigem Frischfleisch, dazu Gewürzgläser des Küchenchefs für eine Zubereitung zu Hause.

In einem kleinen Bistro in der Trüffelei kann man an mehreren Stehtischen schnell etwas essen: von frischen Weißwürsten, die nach Angaben des Hauses jeden Tag per Flugzeug aus Bayern kommen, bis zur Tasse Kaffee mit hausgemachtem Gebäck.

Alle Trüffelei-Spezialitäten kann man auch verschenken oder ins Haus kommen lassen. Speziell für Geschäftsleute gibt es einen Konferenzservice. Hier kann alles komplett per Taxi in das Büro geliefert werden, oder es wird direkt von der Drive-in-Theke abgeholt.

Diese sechs Gastronomie-Angebote eines einzigen Hauses ergeben einen gastronomischen Pool, wie er nicht nur im Hauptbahnhofbereich für Frankfurt wohl einmalig ist. Dazu noch das Hotel, und die »Erlebniswelt rundum« ist, wie bereits angedeutet, perfekt.

Hans-Herbert Seng

Salat vom Hummer

Essenz vom Perlhuhn mit Trüffel

Gänseleber mit Ingwer

Torbet von Birnen

*Rehmedaillon mit Pfefferlingen
Kartoffel-Lauch-Gratin*

Auswahl französischer Käse

Feigenstern in Marsala-Labayon

Ein Abend-Menü im »La Truffe«.

Restaurant & Hotel Management

Offizielles Organ der Deutschen Sektion der International Hotel Association (IHA)

**Würzburg, fünf
Minuten vor zwölf**

Seite 19

**Dumping-Preise
gegen das Gesetz**

Seite 30

**Rheinpark Neuss
wieder flott**

Seite 14





HOTEL
RHEINPARK



What really counts is the hotel experience

Übersetzung rückseitig

For a hotel, particularly one specialising in meetings, the first, second and third most important thing is its location. But is that enough? The example of the West German "Rheinpark Plaza Neuss" vis-à-vis Düsseldorf illustrates that management and customer-related aperçus are equally indispensable.

At present two trends in the hotel business are emerging especially clearly, namely towards the convention and the suite hotel. In spite of repeated economic crises, the reasons for this are undoubtedly to be found in growing affluence on the one hand and the necessity for increasing cross-frontier economic and political communication on the other. Both trends are geared to perfection, with technology/handicrafts and perceptibly personalised service complementing each other – at least in such cases where establishments of this nature are optimally marketed.

A prototype of the trend combination with the appropriate "software" is located in the Federal Republic of Germany, for instance, in Neuss, a town with 110,000 inhabitants, on the left bank of the River Rhine, right opposite Düsseldorf, just behind the Southern Bridge. The "Hotel & Congress Centre", as the "Rheinpark Plaza Neuss" is subtitled, can nevertheless look back on a classic starting-up phase:

A builder's firm comes along and sets up a top-of-the-trees establishment in the midst of a lot of greenery, has it run by the reputed Kempinski Group under an adequate name and manages to go broke nevertheless. Whereupon the Allgemeine Hypothekbank Frankfurt, AHB, snaps up the whole thing at dirt-cheap bankruptcy prices, hires D.E. Völcker as General Manager from the Frankfurt "Parkhotel", with his wealth of experience from Mount Nelson, the Dallas Hilton and other luxury inns, has him thoroughly examine the market as the first step and then hands him five million Marks manoeuvring capital.

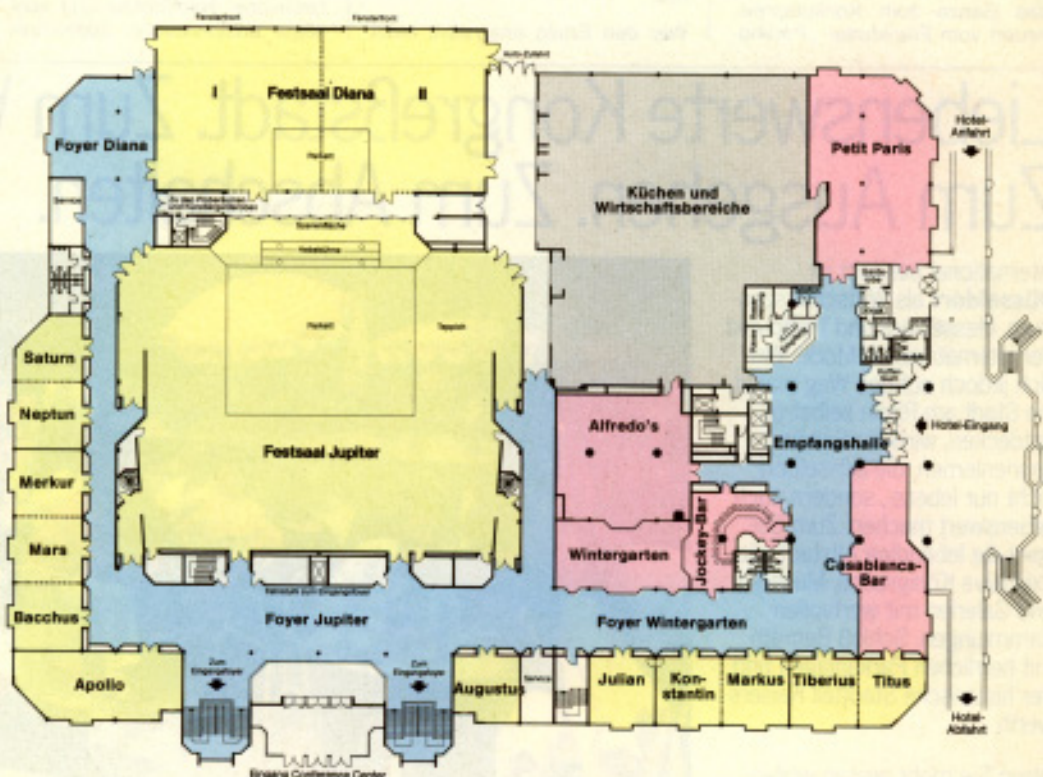
Now, two years later, when industrialists, politicians and artists from all over the world convene and lodge there (thanks not least to a lot of arduous canvassing at companies and associations), there are a lot of people – according to press reports – interested in the chicken, which, with capacity utilization of a good 50 percent, is already laying silver eggs at least. Unilever's Mövenpick is said to be the last firm to have been given the brush-off. Closer analysis reveals three rea-

sons for success: The original ideal layout of the whole complex, clearly separating the hotel from the convention area, the gearing of restaurants, bars and room appointments to the new target groups and a highly personalised service. Added to this is the fact that the location on the municipal outskirts, which originally appeared to be a disadvantage, has proved an asset instead, because the new class of customer appreciates not only direct access to the motorway but also the peaceful situation, the view of the curving Rhine from all the hotel rooms and no hassle when it comes to parking. After all, there are 2,000 parking lots!



As far as conventions are concerned, the perfection and professionalism displayed are exceptional for an hotel. A dozen first-rate breakouts, some of which can be pooled, are grouped round the main halls with simultaneous equipment as a fixture, a lifting platform and other high-class audio-visual technology. The fact that in principle all meetings are a permanent alternation between strenuous learning and restful relaxation is catered for in the long and spaciouly designed foyers with their adjacent restaurants – Parisian, Italian, Latin American. And all this is casuallay superior, yet fairly priced, encouraging guests not to wander far afield.

The whole thing corresponds to the advice which Völcker recently offered colleagues at the 15th General Assembly of the Hotel Sales and Marketing Association: The idea is no longer merely to sell rooms and meeting facilities, but a genuine "hotel experience". It was with this in mind that he had the "Japanese Penthouse" installed on the 16th floor (Düsseldorf/Neuss hosts the biggest Japanese "colony" in Europe), and the Presidential Suite in accordance with the "lower principle" that the hotel and congress centre boss, who is married to an American art historian, imported from the United States. ■



A really exemplary layout for a congress centre with separate hotel entrance: 12 poolable breakouts for up to 50 persons each are grouped around the main halls accomodating a maximum of 3300 and 1568 delegates. Foyers, bars and restaurants are integrated communicatively into the centre. ■

Ein geradezu beispielhafter Grundriß für ein Kongresszentrum mit separatem Eingang in einem Hotel: um die Plenumsäle für je 330, beziehungsweise 1568 Personen maximal gruppieren sich 12 poolbare Breakouts für jeweils bis zu 50 Personen. Foyers, Bars und Restaurants sind in das Ganze kommunikationsfördernd integriert. ■



TERRASSEN

RESTAURANT

SCHWARZER BOCK

The Cafe



MODERNES REISEN

WELT SONNTAG SEKTION 5

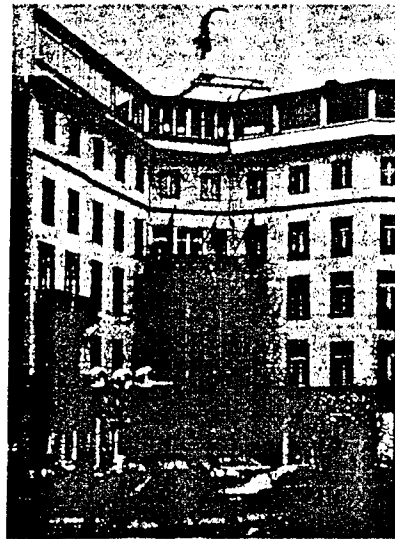
Sonntag, 4. Februar 1990

DIE REISEZEITUNG IN DER SONNTAGSZEITUNG

Nr. 5 - Seite 47



Winfried D. E. Völcker (kleines Foto) kaufte das Hotel „Schwarzer Bock“ in Wiesbaden (Foto rechts). Das Haus wurde im Jahre 1486 erbaut. Gäste waren unter anderem der deutsche Dichter Goethe und der russische Schriftsteller Dostojewski



Das älteste Grand Hotel Deutschlands steht in Wiesbaden. Es wurde 1486 gegründet

Der „Schwarze Bock“ mit eigenem Thermalbad

Von RAINER GIESEN

Wiesbaden Die Lust fernöstlicher Investoren auf europäische und besonders bundesdeutsche Grand- oder Schloßhotels wird offenbar immer größer. Japaner kauften jetzt das Hotel „Vier Jahreszeiten“ in Hamburg und das einstige Gästehaus der Bundesregierung „Schloß Gymnich“ in Nordrhein-Westfalen.

Doch gibt es auch Gegenbeispiele. Eins davon ist der „Schwarze Bock“ in Wiesbaden. Das Haus gilt als das älteste der Grand Hotel-Klasse in Deutschland. Es wurde 1486 vom damaligen Wiesbadener Bürgermeister Phillipsen zum Bocke als „Badhaus“ gegründet. Seither ist es mehr als 500 Jahre lang Hotel, unterbrochen nur von Zeiten der Zerstörung

und des Wiederaufbaus.

Dort übernachteten Majestäten und Zelebritäten, schrieb Dostojewski an seinem Roman „Der Spieler“, und in diesem „guten alten Bocke“ kurte Goethe mit seiner Mutter.

Nun ist das geschichts- und geschichtsträchtige Hotel für Auslandsinvestoren verloren: Seit Anfang dieses Jahres ist der „Schwarze Bock“ wieder in Privatbesitz. Der Hotelkäufermann Winfried D. E. Völcker, 42, hat ihn gekauft.

Der „Bock“ war immer in wechselndem Privatbesitz und ging erst vor wenigen Jahren an eine holländische Finanzgruppe, die das Hotel an Völcker verpachtete.

Völcker hatte bereits als Pächter vier Millionen Mark in Renovierung und Sanierung des Hauses investiert, bevor er

kaufte. Über den Preis mag er nicht sprechen, außer: „Es war nicht so teuer wie das „Vier Jahreszeiten“. Dafür hatte ein Japaner Ende 1989 rund 200 Millionen Mark bezahlt.

Völcker sieht den Kauf „ganz bewußt auch als Akt der Bewahrung europäischer und deutscher Tradition“ und sein Haus als „ideales Stadthotel im Europa-Rahmen“. Das Haus

● liegt mitten in Wiesbaden „und damit mitten in Europa“ (Völcker), in direkter Nähe zum Kurzentrum der Stadt.

● hat als eins von drei deutschen Hotels ein eigenes Thermalbad, das aus der eigenen 87 Grad heißen Drei-Lilien-Quelle 2000 Meter unter dem Hotel gespeist wird.

● ein neues, modern eingerichtetes Kongresszentrum für bis zu 500 Teilnehmer,

● mit der „Brasserie“ ein erstklassiges Gourmet-Restaurant, ● mit dem jahrhundertealten „Ingelheimer Zimmer“, dem Eßraum des Barons Ludwig von Erlanger aus dem Ingelheimer Schloß, einen einzigartigen Raum für private Veranstaltungen und Bankette und ● 160 luxuriös, meist antik eingerichtete Zimmer und 20 Suiten mit Geschichte, die in kurzen Abrissen und Anekdoten auch erläutert wird. Mehrere hundert Teppiche stellen die größte bundesdeutsche Privatsammlung dar, der Wert der Bilder und Antiquitäten liegt bei mehreren Millionen Mark.

Winfried Völcker will „weitere acht Millionen Mark in Verschönerungsarbeiten“ investieren, „denn Zukunft“, sagt er, „hat man nicht, die schafft man sich.“

Reisebüro der DDR plant neue Hotels und Gästehäuser

tdt Kronberg Die Hotellerie in der DDR wird ausgebaut. Nachdem zahlreiche Hotelgesellschaften aus dem Westen schon ihr Interesse bekundet haben, im anderen Teil Deutschlands zu investieren, hat nun auch das Reisebüro der DDR mehr Engagement angekündigt. „In Kürze präsentieren wir unsere eigene Kette Travel Hotels, die an 17 Standorten in 34 Mittelklassehotels rund 3000 Betten bieten wird“, erklärte der stellvertretende Direktor der Organisation, Heinz Tischer. Darüber hinaus übernehme man neun sehr gut ausgestattete Gästehäuser von ehemaligen Ministerien mit insgesamt 1000 Betten. Dennoch müssen Bundesbürger in der DDR weiterhin mit akutem Bettenmangel in den Hotels rechnen.

SCHWARZER BOCK WIESBADEN
Das traditionsreiche Kur- und Tagungshotel im Herzen Wiesbadens. Thermalschwimmbad 36°
Kranzplatz 12 · 6200 Wiesbaden
Telefon (0 61 21) 155-0 · Telex 04186640

a different World

ON THE TOP

SCHWARZER BOCK WIESBADEN

SCHWARZER BOCK WIESBADEN
Wo essen gehen Spaß macht
Brasserie · Bierbar · Café · Austern Bar
Feinschmecker-Restaurant Elisabeth
Kranzplatz 12 · Telefon (06121) 155-0



80 Jahre



QUELENHOF *Aachen*

GRENZENLOS WILLKOMMEN IM DREILÄNDERECK



„Der Applaus der Gäste ist unser Profit“

Bei der Sanierung des Quellenhofs überläßt Winfried D. E. Völcker nichts dem Zufall

AACHEN (qm). Glückwünsche vom Kaiser und höchstes Lob von der Presse kamen zur Geburtsstunde des Quellenhofs im Jahre 1916. Zum 80. Geburtstag kam Winfried D. E. Völcker – und im Blätter-Wald der Lokal- und Fachpresse rauscht es wieder gewaltig. W. D. E. V. hat sich mit seiner „VHC“ (Völcker Hotel Company) Großes vorgenommen: Bis 1999 soll das ehemalige Palasthotel Quellenhof, das in den vergangenen 16 Jahren zu den 5-Sterne-Produkten von Steigenberger zählte, die Ausrichtung auf das neue Jahrtausend erfahren und wieder zur großen deutschen Grandhotel-Familie gehören.

„Ich will den Quellenhof wachküssen“, sagt W. D. E. V., und wer ihn – oder zumindest die zahlreichen Presseberichte über ihn – kennt, weiß, daß dies ein starkes Understatement ist. Vor die ersten Wiederbelebungsmaßnahmen des Dornröschens „Quellenhof“ hat Völcker eine M.R.P., ein Marketing-Research-Programm, gesetzt. Sechs Studenten und ein Professor erforschen akribisch den Markt, seit zum 1. Januar dieses Jahres die Kölner Fundus-Gruppe das Luxushotel von der Stadt Aachen erwarb und die VHC mit der Repositionierung des Objektes beauftragte.

M.R.P. ist ein Instrumentarium, das W. D. E. V. in den vergangenen Jahren bei Interims-, Preopening-, Opening- und Sanierungsmanagement- und Beratungsaufträgen mit Erfolg einsetzte. Die Ergebnisse aus dem Management-Research-Programm bilden die Basis für die Erstellung des Betriebsführungs-konzeptes.

„Dieses Konzept beinhaltet alle Faktoren, die für eine erfolgreiche Führung eines Hotels notwendig sind“, so Völcker. „Die einzelnen Faktoren müssen alle perfekt aufeinander abgestimmt sein.“ Im Bereich Marketing-Mix zum Beispiel sind es vier Faktoren: Produkt, Kommunikation, Distribution und Kontrahierung.

Mimetisches Marketing

Das mimetische Marketing – die Verschmelzung von Gast, Mitarbeiter, Bedürfnissen und Anforderungen – wiederum ist ein Teil der Pentagramm-Führung: „Wir schreiben Führung mit V! Beim synergetischen Führungskonzept spielen die Systeme, die Elemente, die Visionen, die Kräfte und die Faktoren in der Weise zusammen, daß die erzielte Gesamtwirkung größer ist als die Summe der Wirkungen einzelner Bereiche.“

Die Umsetzung seines Führungssystems mit dem Ziel, das Luxushotel als „Quellenhof Aachen“ am Markt zu positionieren, hinterließ bereits Spuren. Einige Mitarbeiter wie Direktor Stephan G. Issels und Restaurantchef Norbert Mahlberg schieden aus. „... E. V. holte gleichzeitig neue Spitzer... nach Aachen. „Ich brauche Menschen, die meine Vision vom Quellenhof teilen und bereit sind, den Umbruch und Aufbruch mitzuerleben. Der Mensch und seine Einstellung sind ein wichtiger Erfolgsfaktor“, erläutert der Mann, dem die Presse gerne Titel wie „Topsanierer“, „Troubleshooter“, „Retter in der Not“ verpaßt.



Winfried D. E. Völcker will in drei Jahren – während der Hotelbetrieb weitergeführt wird – den Quellenhof von Grund auf sanieren und wieder zu einem der Top-Hotels in Deutschlands Grandhotelfamilie machen.

Der Regisseur und seine Darsteller

Einen Hotelbetrieb vergleicht er mit einem Theaterstück: „Der Regisseur holt sich seine Darsteller, die das Stück nach seiner Vision optimal spielen. Wenn ich Schwanensee geben will, kann ich keine Ernte einstellen.“ In seinen OFS (Operating für Sieger-Handbücher) heißt es auch: „Ihr müßt lernen, Gelerntes zu verlieren.“ Dieser Satz gilt für jeden, der in der Ausführung „Grandhotel“ seine Rolle optimal ausfüllen will, vom Pagen bis zum Mitglied des Direktoriums.

Der neue Quellenhof soll gemäß dem Führungspentagramm von einem fünfköpfigen Direktorium geleitet werden. „Jeder hat persönlich die Verantwortung für seinen Bereich, und er muß auch am Gast präsent sein“, erklärt W. D. E. V. „Entscheidungen qua Position gibt es nicht, sondern Management by example. Alles, was ein Direktor anordnet, gilt auch für ihn als Primus inter pares. Zukunft hat man nicht, man schafft sie sich.“

So wichtig wie der Mensch, der seine Philosophie von der 101prozentigen Dienstleistung realisiert, ist Völcker auch die Ganzheitlichkeit des Objektes in bezug auf Ausstattung und bauliches Konzept. Von 160 Zimmern will er den Quellenhof auf 185 Zimmer inklusive 26 Suiten aufstocken. Wie bei Mercedes die S-, E- und C-Klasse soll es im Quellenhof auch drei Standards geben: eine 5-Sterne-Etage mit sehr großen feudalen Zimmern, zwei Etagen als „sauberes 4-Sterne-Produkt à la Hyatt, Hilton, Interconti“ und eine Etage mit komfortablen 3-Sterne-Deluxe-Zimmern.

„Die Handschrift des 5-Sterne-Hotels wird sich aber durch alle Etagen ziehen“, so W. D. E. V.

über sein Sanierungskonzept, das „keine Kosmetik“, sondern eine Grundsanierung darstellt. „Der junge Executive, der noch nicht über das Budget verfügt, aber als zukünftiger Vorstand Sinn für die Qualität eines solchen Hotels hat, soll hier auch wohnen können. Die Preisdarstellung soll transparent sein und so nicht zum Bars führen. Die Verkaufsabteilung und die Veranstaltungsabteilung werden verschmolzen, denn wir sind zwar in erster Linie ein Business-Hotel, verkaufen unsere Produkte aber auch an Touristen und Messegäste. Ich beziehe die Städte im Umkreis von 80 Kilometern mit in die Marketing-Planung ein.“

Drei Angebotsbereiche als eigenständige Profit-Center bilden das neue Konzept des Quellenhofes: Hotel, Gastronomie und das Veranstaltungs-Congress-Center „Eurogress“. „Die Grundidee ist, daß diese Bereiche sowohl vertikal wie horizontal eine hohe synergetische Wirkung aufeinander haben“, erläutert W. D. E. V. anhand von Plänen und Interieur-Skizzen. Interinskonzepte sollen das Haus kurzfristig beleben und gleichzeitig als Test dafür dienen, was in Aachen gefragt ist.

Parkstube jetzt „Bistro Q“

Die ehemalige Parkstube und das Restaurant werden jetzt als „Bistro Q“ mit 140 Plätzen ge-

führt. Der Gastronomiebereich soll zukünftig nicht nur wirtschaftlich, sondern auch logistisch eine eigenständige Einheit bleiben. Die einst geschlossene Hotelbar wird zur Zeit als Gaudi-Musical-Bar getestet. Im endgültigen Konzept wird sie eine 90-Plätze-Bar im Stil von Harry's New York Bar mit eigener Terrasse sein. Nach Völckers Idee wird es im neuen Quellenhof auch ein Feinschmeckerrestaurant mit einem außergewöhnlichen Küchenkonzept geben.

Die als clubmäßige Lobby geplante Hotelhalle soll hauptsächlich für Hotelgäste sein. „Der Hotelgast und der Eurogress-Gast haben automatische Zutritt. Für lokale Geschäftsleute wird der Zutritt per eigener Honorary-Smart-Card möglich sein.“

Der angeschlossene Komplex des Eurogress steht ebenfalls unter der Bewirtschaftung des Quellenhofes und soll qualitativ den gleichen Service- und Küchenstandard erhalten. „Wir werden hier das in der Region seltene Angebot von 7 Konferenzräumen und 2 Dining Rooms haben. Ein Ballsaal von 750 qm für 700 Personen bei Reihenbestuhlung und 450 für Banketts wird es zusätzlich zum Großen Saal für 2500 bzw. 1000 Gäste geben. Der Foyerbereich wird für Präsentationen umgebaut. 40 bis 50 Millionen Mark an Investition in die Wiederbelebung des Quellenhofes zu einem der Tophotels in Deutschland sind veranschlagt. „Der Applaus der Gäste ist unser Profit“, ist W. D. E. V. sich so sicher wie bei den Sanierungen, die er bisher erfolgreich über die Bühne gebracht hat.

16 Stunden auf der Überholspur

Der rasante Aufstieg des Winfried D. E. Völcker

(gm). Er gehört ohne Zweifel zu den Senkrechstartern. Mit gespreiztem Zeige- und Mittelfinger ging Winfried D. E. Völcker, Jahrgang 1947, Sternzeichen Stier, von Anfang an auf die Überholspur und ist heute eine der schillerndsten Figuren der internationalen Hotellerie. Seine Biographie überschreibt er mit „Eine deutsche Karriere“. Der Sohn eines Lübecker Kaufmanns begann 1966 eine Lehre als Hotelkaufmann im Hotel Ambassador, Berlin. Nebenher jobte er als Nachtportier (einen 16-Stunden-Arbeitstag betrachtet er als unabdingbar für Sieger) im UFA-Hotel Continental am Kurfürstendamm und sammelte erste Erfahrungen mit anspruchsvollen, internationalen Gästen.

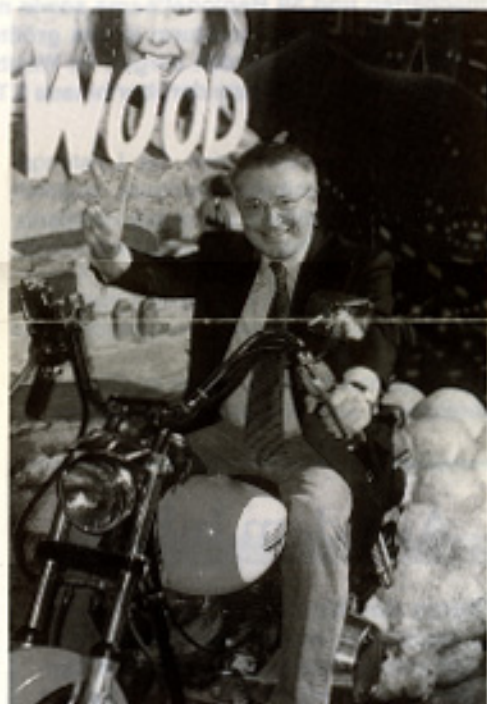
Dann folgte die branchentypische Auslandserfahrung: Assistant Manager im President-Hotel, Johannesburg, und Assistant des Generaldirektors im Blue-Waters-Resort, Durban. Nach zwei weiteren Stationen in Vichy und Paris studierte er in München zwei Jahre lang Englisch, Französisch, EDV und Werbung. Sein Studium finanzierte er als Party Manager bei Feinkost-Käfer. Im Frühjahr 1973 machte er sein Diplom als Wirtschaftsauslandskorrespondent und Verhandlungsdolmetscher und besuchte dann eine Hotelmanagementschule in der Schweiz.

Mit einem Stipendium der Carl-Duisberg-Gesellschaft, der Cornell Society of Hotelmen und der IBM Deutschland studierte er an der School of Hotel & Restaurant Management, der Cornell University in Ithaca, New York. Leitende Positionen bei den Hilton Hotels in Detroit, Atlanta und Myrtle Beach folgten. Als 29jähriger war W.D.E.V. im Dallas Hilton für 7 Restaurants und Bars sowie Veranstaltungsräume für bis zu 3500 Personen und 400 Mitarbeitern verantwortlich.

1978 kehrte er nach Deutschland zurück und war bis Ende 1979 Wirtschaftsdirektor im InterContinental Frankfurt. Im Januar 1980 wurde er Generaldirektor und Geschäftsführer im Parkhotel Frankfurt. Dort machte er in 12 Monaten und mit 25 Millionen Mark Investitionssumme das Hotel zum „kleinen Grand-Hotel“ und startete seine zweite Karriere als „Top-Hotel-Sanierer“.

1984 reizte ihn eine neue Aufgabe als „Retter in der Not“: Völcker sanierte für die Allgemeine Hypobank das Konkursobjekt Ex-Kempinsky Düsseldorf/Neuss. Innerhalb kürzester Zeit stieg das Rheinpark Plaza Neuss auf in die Reihe der 30 umsatzstärksten Hotels Deutschlands. 1987/88 wurde es zum zweitbeliebtesten Tagungshotel Deutschlands gewählt.

Nach dem 3jährigen Sanierungsauftrag in Neuss gründete Völcker die VHC, Völcker Hotel Company GmbH, mit Sitz in Wiesbaden. Seine Managementgesellschaft übernahm Mitte 1987 das Hotel Schwarzer Bock, Deutschlands ältestes Traditionshotel im Stil



Seine „deutsche Karriere“ machte Winfried D. E. Völcker auf der Überholspur. Je größer die Herausforderung und das Risiko, desto mehr macht ihm seine Arbeit als „Red Adair“ der Hotellerie Spaß – wenn es sein muß 24 Stunden pro Tag. Ein 15-Stunden-Arbeitstag ist für Völcker „das Normale“.

europäischer Grandhotels und „küßte“ es bis 1992 wach. Die Belegung stieg von 39 Prozent auf 68 Prozent. Der „Bock“ wurde 1993/94 mit 4 Sternen ausgezeichnet. Die Küchenleistung von Alois Köpf mit 17/20 Gault-Millau-Punkten bewerte“.

Ende 1993 verkaufte Völcker den „Schwarzen Bock“ und erarbeitete mit seiner VHC ein franchisereifes „System-Management“, ein strategisches Unternehmenskonzept für eine zeitgemäße Hotelgesellschaft mit Produkttypen 3-Sterne-garni-, 3-Sterne-Deluxe- und 4-Sterne-Grand-Hotellerie, ausgerichtet auf den Geschäfts-, Kongreß- und Resortgast.

Interims-, Pre-opening-, Opening- und Sanierungsmanagement- sowie Beratungsaufträge für eine Reihe großer Hotelgesellschaften und Banken führte VHC 1994 und 1995 durch, z. B. die Eröffnung der Holiday Inns Eisenach, Apolda und Weimar, außerdem M.R.P.s (Marketing Research Programme) für bestehende und geplante Projekte.

Als die Fundus Fonds Verwaltungen im Herbst 1995 den Steigenberger Quellenhof erwarb, erhielt W.D.E.V. den Auftrag, die Gesamtverantwortung für die Neuentwicklung des Traditionshotels mit Spa einschließlich der Bewirtschaftung des Eurogress-Centrums zu übernehmen. Zum 31. Dezember löste W.D.E.V. das Steigenberger Management nach 16 Jahren ab. Die Repositionierung wird mit 40 bis 50 Millionen Mark veranschlagt.



So soll der Quellenhof einmal ausschauen. Der englische Designer EAD, der auch für die Einrichtung des Adlon Hotels in Berlin verantwortlich zeichnete, hat ein Interieurkonzept entwickelt, das dem 5-Sterne-



Gläserner Humidor: Kuba-Zigarren im Angebot



Innenhof des Hotel Victoria Park: Flughafen



Bistro Victor's: echt französisches Flair

Victoria Hotel & Resorts Company

De luxe und mehr

Hotelsanierer Winfried Völcker will eine eigene Hotel-Gruppe aufbauen.



Kategorie Gold: Zimmerpreis Staffeln



Service: Schuhe putzen möglich



Shuttle und Kunstausstellung



Maitre Christoph Schulte-Vieting



3-Sterne de luxe: Begrüßungspfeife



Internet: Anschluß in allen Zimmern



Cohibar: Hotelbar mit kubanischem Flair



Wein-Regal: preiswerter Außer-Haus-Verkauf

Winfried Völcker macht wieder einmal von sich reden. Seit rund 20 Jahren bewegt der Hotelmann die Branche mit spektakulären Hotelprojekten: Als Sanierer des Parkhotels Frankfurt, mit der Wiedereröffnung des in Konkurs gegangenen Kempinski Rheinpark Düsseldorf als Rheinpark Plaza Neuss Kongresszentrum, und nicht zuletzt als Besitzer des Wiesbadener Traditionshotels Schwarzer Bock – innovativ, genial, wenn auch zuweilen das finanzielle I-Tüpfelchen fehlte.

Jetzt will der umtriebige Hotelexperte mit seiner eigenen Company eine Hotelkette aufbauen. Die „Victoria Hotel & Restaurant Management Company“ managt Hotels, Restaurants und Bars, bevorzugt Pachtverträge und bietet Franchising an. Zielmärkte sind die Metropolen Hamburg, Berlin, Rhein-Ruhr, Rhein-Main, München und die Räume Leipzig-Halle-Dresden und Karlsruhe-Stuttgart. Drei Produkte sollen unter der Dachmarke „Victoria Hotels & Resorts Company“ den Markt bearbeiten: das Drei-Sterne-de-luxe-Hotel „Victoria Park“, das Drei-Sterne-Garni „Victoria Rapide“ und das Vier-Sterne-Hotel „Victoria Grand“.

So viel zu Völckers Visionen. Als Pilotprojekt ging vor gut einem Jahr das ehemalige Holiday Inn Garden Court in Langen als Victoria Park an den Start. Völcker positioniert das mit dem baulichen Charme von „sozialem Wohnungsbau“ gesegnete Haus in der Drei-Sterne-Kategorie mit de-luxe-Komponenten

– nach einem Zwei-Millionen-Umbau. Und das mit Erfolg. Knapp 100 Zimmer mit Zusatzserviceleistungen – vom Schuheputzen über Internet-Anschluß in allen Zimmern bis zu Bildtelefonen im „Landhaus“ – werden in drei Preiskategorien verkauft, die zwischen 150 und 250 Mark liegen.

Auch die kubanische Hotelbar „Cohibar“ mit gläsernem Zigarren-Houmidor und Privat-Spirituosen-Schrank, das französische Edel-Bistro „Victor's“ mit der ausgefeilten Speisen- und Weinkarte, Kunstausstellungen im Innenhof, Airport-Shuttle und Tiefgarage sorgen für das Quäntchen Mehr an Leistung, das die Gäste in einem Hotel dieser Preiskategorie eigentlich nicht erwarten.

Das Victoria-Konzept soll in drei Segmenten expandieren

Mit dem bisherigen Erfolg ist Winfried Völcker zufrieden. Die durchschnittliche Belegung stieg von schmalen 25 auf auflaufend 50 Prozent, bei einem Durchschnittszimmerpreis von 148 Mark. Sein Ziel bis Ende 2001 lautet 65 Prozent Belegung bei 152 Mark Zimmerpreis.

Aber Winfried Völcker wäre nicht, wer er ist, wenn er sein Projekt bei einem Haus in Langen belassen würde. Entschieden ist derzeit noch nichts, aber „es laufen Verhandlungen“: mit dem Park Hotel in Schlangenbad, das zu einem Victoria Grand konvertiert werden könnte, mit dem Hotel Bauer in Dreieich-Sprendlingen, das sich für ein Rapide eignen würde, und mit einer Handvoll weiterer Häuser, die in das Victoria-Konzept passen. Die „Victoria Hotels & Resorts Company“ soll wachsen – und zwar da, wo auch Geld zu verdienen ist.

CHRISTIANE FISCHER



Hotel VICTORIA Park, Langen

**Location, service, price:
all right on target**

Just a stone's throw from Frankfurt, hotelier Winfried D.E. Völcker has realised his idea of a three-star deluxe hotel. Properties in the three-star bed-and-breakfast and four-star category are set to follow shortly under the umbrella brand VICTORIA Hotels & Resorts.

"The businessman's address"; this sub-title to the hotel name VICTORIA Park highlights the clientele at which Winfried D.E. Völcker, as the owner and manager, is aiming with his hotel in Langen, south of Frankfurt. Just over a year ago he bought the former Holiday Inn Garden Court and, after thorough product and market research, reconfigured it to conform to his idea of a three-star deluxe hotel for business travellers and conference guests. Those who know Völcker and watched him get the Parkhotel Frankfurt going again, for example, then revitalise the Rheinpark Plaza in Neuss and finally put the Schwarzer Bock in Wiesbaden back on its feet can well imagine that he will make a thorough job of his present project.

The most important thing for business people is to be up to date. Which is just what the communications engineering at the VICTORIA Park can claim to be. The 100-room hotel was the second property in the Federal Republic to boast VMS TVs with Internet access in all the guest-rooms. In excess of customary standards, personal answering machines have also been installed, as well as individual fax machines on the Executive

Floor. Room appointments further include a refreshment centre with drinks and snacks, state-of-the-art colour TVs with videos on demand, pay TV, radios and various games, elderdowns, massage showers, hair-dryers and various extra attentive touches like the fresh welcome apple or the rose in the bathroom. The three room categories Bronze,



Silver and Gold give clients the appropriate price flexibility. What distinguishes the various room classes is mainly their size, location, bed size and service.

The rooms are divided among the main building and the Landhaus set in the 2,500-m gardens and accommodating 30 room units. As a "hotel within a hotel", the Landhaus not only features picture telephones and mobiles, ISDN and analogue PC plugs but also gives planners an outstanding opportunity of accommodating conference groups exclusively in "their own hotel". For it is there that the VICTORIA Park's five newly-created, daylight function rooms have been installed. They hold between 6 and 36 people and, being on ground level, have a ter-

Winfried D.E. Völcker

race for conference breaks. VICTORIA standards in terms of technical conference appointments comprise fully-equipped multimedia walls, slide, film and overhead projectors, lectern, cassette and video recorder, fax machine, ISDN plugs, wall panels and Meta Plan walls.

Of course Winfried D.E. Völcker has also given thought to adequate facilities for relaxation, regeneration, communication and the satisfaction of culinary desires. Having been thoroughly redesigned, the former hotel lobby now creates an authentic Cuban Havana bar atmosphere with the COHIBAR. Rather more avant garde in contrast is the Café*Bar*Bistro Victor's, seating 70 guests at table and another 30 at the bar and serving cuisine "inspired by France and with an Asian accent". The chef de cuisine and manager of Victor's is the Gault Millaut shooting star of 1997, Christoph Schulte-Vieting.

Those in search of another kind of physical wellbeing will find a small





in-house fitness area: Vic's Spa features sauna, power solarium and modern training apparatus for heart and circulation. And with the hotel's own four bicycles it's easy to reach Hessen's second largest bathing lake. Golf, tennis, jogging and riding facilities are also not far from the VICTORIA Park.

Talking about not far: thanks to the VICTORIA Park's transport connections its manager Sven Schmidt sees its as a serious alternative to the downtown Frankfurt hotels. As from January services run from Langen metropolitan railway station right to the centre of Frankfurt fair-ground. Travelling time to the Torhaus entrance is just 29 minutes - even during the rush hour, too. Hotel guests arriving by plane are collected from the airport in the hotel's air-conditioned shuttle bus. Transfer time 15 minutes. Guests preferring to drive themselves will also find excellent connections to the motorway network. The A3 from Mainz to Würzburg/Nuremberg/Munich, the A5 from Karlsruhe to Kassel/Hanover/Hamburg and the A661 to the Offenbacher Kreuz intersection or Egelsbach/Darmstadt are just a few minutes away.

But Winfried D.E. Völcker's plans go beyond his "first baby" in Lan-

gen. In addition to the three-star product VICTORIA Park he also aims to realise projects under the family marque VICTORIA Hotels & Resorts, which also possesses the appropriate franchise rights, as well as projects in the three-star bed-and-breakfast segment under the name VICTORIA Rapide and in the four-star category under the VICTORIA Grand label. Two projects are in preparation in the Frankfurt area and in Berlin, so Völcker reports. He also offers VICTORIA management and VICTORIA franchises to hoteliers seeking affiliation with a positive and forward-looking brand name or wishing to retain their operation but no longer manage it themselves.

As an ideal complement Völcker has created his "own" reservation system, so to speak. He has secured the rights to the US reservation system Distinguished Hotels of the World for Germany, Austria and Switzerland. Worldwide this encompasses over 100 properties. The reservation system operating under the name VICTOR*D in Germany is likewise headquartered in Langen, where it is run by Nadine Wiegmann. ■

Hotel VICTORIA Park, Langen

Lage, Service, Preis: Hier stimmt's

Nur einen Katzensprung von Frankfurt entfernt hat Hotelier Winfried D.E. Völcker seine Vorstellung von einem 3-Sterne-deluxe Hotel realisiert. Unter der Dachmarke VICTORIA Hotels&Resorts sollen bald auch Häuser im 3-Sterne Garni- sowie im 4-Sterne-Bereich folgen.

„The businessmen's adress“, dieser Zusatz unter dem Hotelnamen VICTORIA Park macht deutlich, welche Klientel Winfried D.E. Völcker als Eigentümer und Direktor mit seinem Hotel in Langen südlich von Frankfurt primär anpeilt. Vor gut einem Jahr hat er das frühere Holiday Inn Garden Court gekauft und nach gründlicher Produkt- und Marktforschung seiner Vorstellung eines 3-Sterne-deluxe Hotels für Geschäftsreisende und Tagungsgäste entsprechend umgestaltet. Wer Völcker kennt und weiß, wie er bei-

spielsweise seinerzeit das Parkhotel Frankfurt wieder in Schwung gebracht, danach das Rheinpark Plaza in Neuss saniert und schließlich dem Schwarzen Bock in Wiesbaden zu neuem Glanz verholfen hat, der kann sich ausrechnen, daß er auch hier Nägel mit Köpfen macht.

Geschäftsleute müssen vor allem ständig auf dem laufenden sein. Absolut up-to-date ist daher die Kommunikationstechnik im VICTORIA Park. So hatte das 100-Zimmer-Haus bereits als zweites Hotel in der Bundesrepublik auf sämtlichen Gäste-

**Gestatten,
Hotel VICTORIA Park:**

Veranstaltungen für 6-36 Personen.

100 Zimmer. 3 Sterne Deluxe. VIC's Spa.

Victor's - Französische Küche.

COHIBAR - Kubanische Herrenlounge.

Richtige Lage. Richtiger Preis.

Richtiger Service. Richtige Wahl.



Rheinstrasse 25 - 29
D-63225 Frankfurt/Langen
Telefon: +49 - (0) 6103 / 505 - 0
Telefax: +49 - (0) 6103 / 505 - 100
e-mail: info@Victoria-Hotels.de
internet: www.Victoria-Hotels.de
dial freecall: 0800-842 8673

**»ZUKUNFT HAT MAN NICHT -
MAN SCHAFFT SIE SICH.«**
Winfried D. E. Völcker, 1980



VICTORIA
GRAND PARK
★ HILCHENHALS ★

ALLGEMEINE HOTEL-UND GASTSTÄTTEN-ZEITUNG

DEUTSCHE HOTEL-NACHRICHTEN
MIT KÜCHE UND KELLER

100. JAHRGANG

<http://www.ahgz.de>



DM 7,40
Euro 3,78
öS 54
sFr 7,40

17. Juni 2000

Nr. 25

GAST **aktuell**
GEWERBE

Alleiniges offizielles Organ des Deutschen Hotel-

und Gaststättenverbandes e. V. (DEHOGA)

Nr. 25 / 17. Juni 2000

HESSEN

AHGZ
Regional

29

Modernes Hotelensemble wird sich um historisches Hilchenhaus gruppieren

„Victoria Grand Park“ eröffnet im Mai 2001 / Winfried D. E. Völcker Betreiber

LORCH (bg). 14 Mill. Mark investiert der westfälische Unternehmer Hermann-Josef Hülshorst in ein 80-Zimmer-Hotel im Weinort Lorch am Rhein. Das „Victoria-Grand-Park“-Hotel wird in das historische Hilchenhaus integriert. Das im 16. Jahrhundert erbaute Renaissancegebäude gilt als Wahrzeichen der Stadt Lorch. Das Anwesen gehört dem Grafen von Kanitz und wurde bisher als Weingut, Restaurant und Bürgerhaus genutzt. Hülshorst und der Graf schlossen einen Erbpachtvertrag über 99 Jahre. Betreiber des Hotels, das am 20. Mai 2001 eröffnen soll, ist der Wiesbadener Hotelier Winfried D. E. Völcker, der einst den „Schwarzen Bock“ in Wiesbaden aus den roten Zahlen brachte und seit 2 Jahren das frühere Holiday Inn Garden Court in Langen als „Victoria Park Frankfurt-Langen“ führt.

Der Pachtvertrag läuft 20 Jahre. Bis zum Jahr 2005 rechnet Völcker mit einer Auslastung von 68 Prozent, die drei Gästegruppen bringen sollen: Veranstaltungs- und Tagungsteilnehmer, Messebesucher und Privatreisende. Der Betrieb werde F&B-lastig sein und gut 60 Prozent Umsatz aus Gastronomie und Bankett erlösen, schätzt Völcker.

Drei Neubauten sind um das historische Hilchenhaus für das künftige



Computerbild vom künftigen „Victoria Grand Park“; in der Mitte der Hotelneubau, vorne rechts das Hilchenhaus, ein Renaissancegebäude aus dem 16. Jahrhundert, vorne links das Weingut Graf von Kanitz, dahinter die Kirche St. Martin.

entsteht der Bettenstrakt mit 80 Zimmern und Suiten. Ein weiteres Gebäude wird mit einer Brücke verbunden und nimmt das Veranstaltungszentrum mit Festsaal (150 Personen) und drei Salons sowie den Wellnessbereich auf, ein drittes Gebäude dient als Wirtschaftstrakt.

Im Kern des Gebäudeensemb-

de sollen beschäftigt werden. Die Preise für die Zimmer in den Kategorien „Kabinett, Spätlese und Auslese“ liegen je nach Saison zwischen 125 und 225 Mark. Alle Zimmer erhalten Internetzugang, Computeranschlüsse und Pay-TV. Die Suiten (Kategorie „Trockenbeeren-auslese“ 225 bis 375 Mark) erhal-

oder Tageslichtfenster zum Rhein in allen Badezimmern sorgen für Originalität in den mindestens 25 qm großen Zimmern, meint Architekt Andreas Grabe zuversichtlich. Das „größte internationale Hotel der Region“ (Völcker) habe durch seine Lage zwischen den touristischen „Magneten“ Loreley und Rudesheim eine große Chance, attestiert Tilmann Flaig, der Geschäftsführer der Rheingau Kultur- und Tourismus GmbH.

Völcker verspricht sich von diesem „Meilenstein“ den Durchbruch seiner seit langem angekündigten Hotelcompany „Victoria“ mit den Marken „Grand Park“ (4-Sterne), „Park“ (3-Sterne, de Luxe) und „Rapide“ (3-Sterne, garni). Derzeit existiert lediglich das 100-Zimmer-Hotel in Langen, ein ehemaliges Holiday Inn Garden Court, das Völcker 1998 kaufte und aus den roten Zahlen geführt hat. Die Belegung in Langen stieg von 35 Prozent (1998) auf 50,5 Prozent im Jahr 1999. Dieses Jahr soll sie 67 Prozent erreichen, bei einem Nettoumsatz von 4,8 Mill. und einem GOP von 1,3 Mill. Mark. Ein weiteres „schnuckeliges“ Projekt habe er in Berlin-Mitte, und auch um das Parkhotel Bad Schwalbach verhandle er seit längerem mit dessen Besitzer, dem Land Hessen.

Schon jetzt scheint das Fortbestehen des Namens Völcker in der

„Think big“ oder Wie man die Zukunft formt

„Nicht kleckern, sondern klotzen“ scheint von jeher Winfried D. E. Völckers Devise. Ob er das in Texas als F&B-Manager bei Hilton, als „Sanierer“ des Parkhotels Frankfurt oder des Rheinpark Plaza Neuss gelernt hat oder als Lübecker Kaufmannssohn schlichtweg in den Genen trägt? Die Pressekonferenz für das 80-Zimmer-Hotel „Victoria Grand Park“ in Lorch am Rhein war jedenfalls höchst professionell, geradezu bombastisch, aufgezo-

gen. Acht Gesprächspartner vom Landrat bis zum Lorcher Pfarrer saßen der Presse Rede und Antwort. Eine dickleibige Pressemappe enthielt neben allen acht Redebeiträgen eine Flut weiterer Informationen über das 14-Millionen-Mark-Projekt. Dazu eine nicht weniger dicke, gebundene Ausschnittsammlung über fast alles, was über Winfried D. E. Völcker Positives in der deutschen Presse geschrieben wurde. Wilhelm Benedikt, Pfarrer der St. Martins Kirche in Lorch, brachte das Spektakel im 5000 Einwohner großen Städtchen auf den Punkt: „Wir wissen aus der Natur, dass das Huhn erst dann gackert, wenn es ein Ei gelegt hat.“

Da man aber wisse, wie wichtig der Anfang bei Leben und Werk eines Menschen ist, sei es mehr als nur Reklame, weshalb man sich hier versammelt habe.



VICTORIA
GRAND PARK
★ ★ HILCHENHAUS ★ ★

Willkommen am Rhein!

Mittendrin im Tal der Loreley, wo der Limes an den Rhein kommt liegt die Weinstadt Lorch!

Willkommen im

VICTORIA Grand Park, Lorch am Rhein.



Hilchenhaus

Am Rheinufer unterhalb des Städtchens Lorch, bietet das VICTORIA Grand Park 80 Zimmer und Suiten mit großen, längeren Betten für Gäste von heute. Elegante Suiten und Junior-Suiten im historischen „Hilchenhaus“, erbaut 1546-48.

Alle Zimmer mit „State-of-the-Art“-Technologie: Internetzugang, Video on demand, Pay-TV, French, English und US-Channels. Zimmer mit Bildtelefon und In-Room-Faxgeräte. Behindertengerechte Zimmer. Raucher- und Nichtraucherzimmer. Sauna mit Blick auf den Rhein. Solarium. Massage. Fitness. Ruheraum.

8 km nach Assmannshausen.
15 km nach Rüdesheim.
25 km nach Wiesbaden.
60 km zum Airport Frankfurt und 80 km in die Frankfurter City.

Das Hilchenhaus ist eines der ältesten Renaissance-Häuser Deutschlands. Es beherbergt auch den alten Rittersaal sowie das Schlemmerlokal VICTOR's Grill & Bar. Zum Veranstaltungszentrum gehören der Konferenz-Saal für bis zu 150 Personen und vier Konferenz-Salons. Im benachbarten Weingut Graf von Kanitz befinden sich gewaltige historische Weinkeller für echte Winzerfeste als Höhepunkt eines erfolgreichen Events.

Pre-Opening Office:
VICTORIA Hotels & Restaurants

Wilhelmstraße 64 · D-65183 Wiesbaden
Tel.: (+49 6 11) 3 60 09 13
Fax: (+49 6 11) 3 60 09 10
info@Victoria-Grand-Park.de
www.Victoria-Grand-Park.de

Pauschalangebote: Fast alles, was Sie in diesem „Guide“ finden, arrangieren auch wir für Sie. Unser Event- & Veranstaltungsservice gestaltet Programme unter Einbeziehung der vielfältigsten lokalen Ereignisse. Sie nennen uns Ihre Wünsche und erhalten in 48 Stunden unser Angebot. Natürlich auch pauschaliert. Preise nach Saison von □ 85,-/DM 166,25 bis □ 205,-/DM 400,95. Suiten von □ 145,-/DM 283,60 bis □ 235,-/DM 459,- pro Zimmer, gleich, ob Sie zu zweit oder alleine kommen. Frühstücksbüfett □ 13,50/DM 26,40 pro Person. Gruppenpreise auf Anfrage, Kinder unter 12 übernachten im Zimmer der Eltern ohne Berechnung. Provision 10 %.

Unsere heutige Welt ist hektisch, lärmend und aufreibend. Umso mehr brauchen wir Orte, an denen Menschen seelisch, geistig und körperlich wieder Energie tanken, neue Ideen entwickeln um diese überall auf der Welt zu verwirklichen. Ein solcher Ort wird die Masters Academy International MAI® mit 5-Sterne-Hotel und Golf & Wellness Resort.

Synergie-Projekt »Alte Ziegelei« Neues Wohnen, Lernen, Leben

Masters Academy International MAI® mit
5-Sterne-Hotel und Golf & Wellness Resort



Dieses Synergie-Projekt entsteht auf dem 160.000 m² großen, naturparkähnlichen Areal der ehemaligen Ziegelei Groß-Zimmern bei Darmstadt. Im Zentrum des Wirtschaftsraums Rhein-Main-Neckar schafft die Immobiliengruppe Frankfurt mit Partnern ein Refugium, in dem Menschen sich in einzigartiger Weise ganzheitlich bilden (Academy), wunderbar aufgehoben sind (Hotel), entspannt und sicher Wohnen (Resort) und gesund Leben (Wellness-Sphäre). Dabei werden die Potenziale des Hotels, des Resorts, der Academy und der Wellness-Sphäre synergetisch genutzt. Es ist ein Ort für Kunst, Kultur und Lebensart. Seine Architektur und Gestaltung folgt den Prinzipien von Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit.



Lageplan



Die Anlage

Wahrzeichen der Anlage ist der alte, 60 m hohe Ziegelei-Schornstein, der zu einem Kunstwerk wird und künftig hoch aus der gläsernen Hotelhalle emporragt. Weit weist er den Weg über die sanften Hügel des Odenwaldes zum Torhaus. Dort heissen freundliche Menschen den Gast und die Bewohner willkommen. Dezent achten sie darauf, dass die Atmosphäre der Anlage gepflegt wird.

Etwa dreiviertel des Areals bleiben Landschaftsschutzgebiet. Rund 42.000 Quadratmeter werden zu einem harmonischen Gesamtwerk aus Landschaftspark, Resort, Hotel, Academy und Wellness-Sphäre gestaltet.

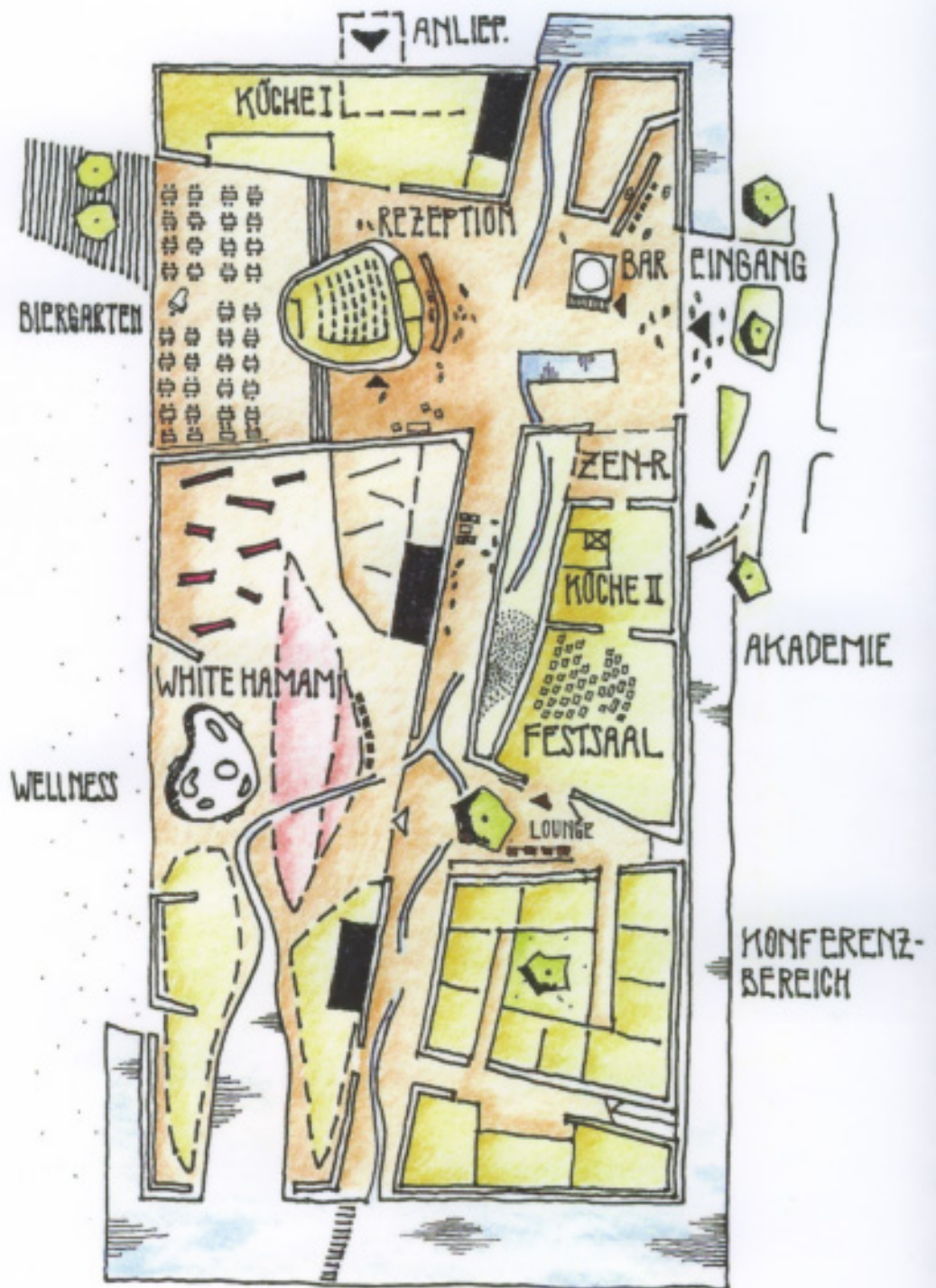
Golf & Country-Resort

Ein Park wie eine Landschaft: ein sanfter Hang mit geschwungenen Wegen in einer parkartigen Landschaft: Bäume, Büsche, Blumen, ein Teich, ein Zen-Garten, ein kleiner Bach und weite Rasenflächen. Frei dazwischen stehen in die Landschaft integrierte Häuser: Villen, Atriumhäuser, Lodges und Loft-apartements. Alle Häuser sind nach ökologischen Kriterien gebaut, also wohngesund, umweltfreundlich und energiesparend. So wird sonst nirgends in Deutschland gewohnt: weitläufig, frei und dennoch geschützt. Der Service des angrenzenden Hotels bringt bei Bedarf rund um die Uhr den Wein für das Diner ins Haus oder kümmert sich um die Blumen. Außerdem sorgen aufmerksame Resortmitarbeiter und unsichtbare Schutztechnik dezent für Sicherheit. In ihrer Freizeit gehen die Resortbewohner zum Golfspielen auf den benachbarten Golfplatz, lassen es sich in der Wellness-Sphäre der Anlage gut gehen oder unternehmen vom nahen Reiterhof aus einen herrlichen Ausritt durch die Odenwälder Hügellandschaft.





Grundriss
Erdgeschoss



Hotel

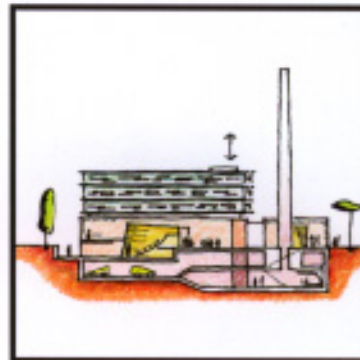
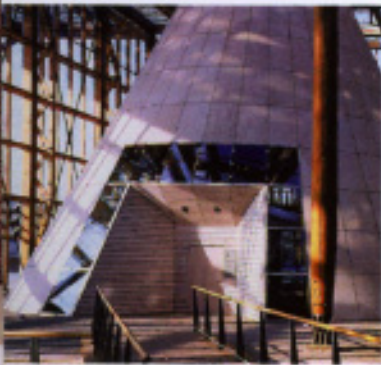
Räumlich vom Resort abgesetzt liegt das Hotel mit 180 exklusiven Zimmern. Die einfache Eleganz des 5-Sterne-Hauses stimmt leicht und heiter. Das Atriumfoyer ist lichtdurchflutet und begrünt. Stein, Ziegel und Glas schaffen eine transparente und natürliche Atmosphäre. Es ist ein Ort, an dem Menschen sich verständigen, an dem sie sehen und gesehen werden. Schon am Eingang empfängt das Gourmet-Restaurant "ZEN" den Gast mit dem Versprechen höchster asiatischer Kochkunst. Weiter auf dem Weg zur Reception verweilt das Auge am mächtigen Ziegelschornstein, durch den "trepp-ab", die schicke Nacht-Bar, der "Chimney-Club", auf den nächtlichen Besucher wartet. Kaum hat der Gast die Reception erreicht, schweift sein Blick vorbei am Körper des Auditoriums, hinüber in das elegant-rustikale Restaurant "Alte Ziegelei". In seinem lichten Ambiente aus Glas, Stahl, Ziegelsteinen, alten Hölzern und Leder genießen die Hotelgäste ihr Frühstück und ihr Mittagessen, treffen sich bei Kaffee & Kuchen und lassen es sich zum Tagesausgang bei einem ausgezeichneten Abendessen gut gehen. An warmen Tagen des Jahres lädt die große Terrasse hinter dem Restaurant zum Verweilen und Genießen ein. Gegenüber der Reception lassen sich die Gäste an der Brenn-Bar® verwöhnen. Von früh bis spät hält sie köstliche Kleinigkeiten bereit, von der frischen Pastete über den spritzigen Rheingauer Riesling bis zur edlen Cohiba. Hier treffen sich Freunde, Partner und Kollegen.



Ob Seminarräume, Etage oder Ballsaal - überall bewegen sich die Gäste in lichten, künstlerisch gestalteten Erlebnisswelten. Die Zimmer begeistern den Geschäftsreisenden und den Tagungsteilnehmer genauso wie das Liebespaar auf der Wochenendreise. Im Gesamteindruck behaglich, faszinieren Details der Räume: Natürliche Materialien, one-offs aus duftenden Hölzern, Laptop mit Drucker und Flatscreen, luxuriöse Bäder - alles strahlt Originalität und Qualitätsbewusstsein aus. Der Aufenthalt in diesem Hotel ist ein Erlebnis, eine Zeit der Augenweide, der Entspannung und der Begegnung.

Akademie

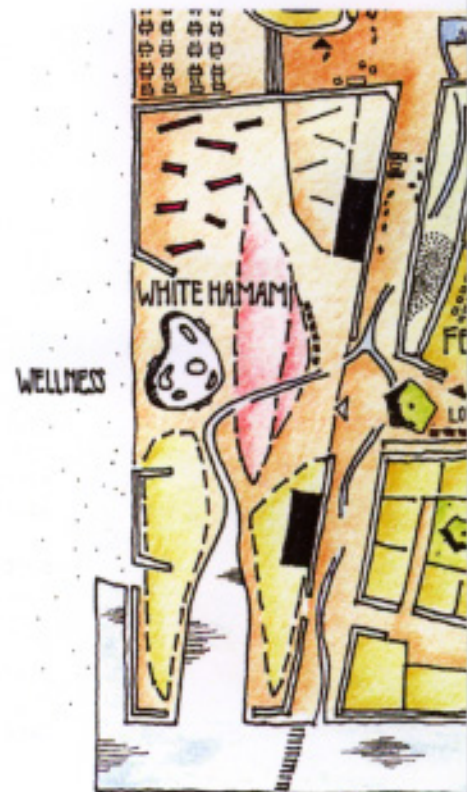
Räumlich mit dem Hotel verbunden entsteht die Masters Academy International MAI®, das Zentrum für Konferenzen, Trainings, Seminare und Coachings. Ein Ort, den Entscheider, Führungskräfte und Menschen mit höchstem Anspruch aufsuchen, um sich fachlich und persönlich weiterzubilden. In der Masters Academy International MAI® wird in einzigartiger Weise Wissen ganzheitlich auf der 12-Sinnen-Ebene vermittelt. Systematisch und systemisch werden Geist, Körper und Seele angesprochen. In der Academy gibt es unterschiedliche Räume und Flächen für das Denken, die Stille, die Meditation, das Reden, die Reflektion, die Kreativität. Eine architektonisch gestaltete Raumspannung (In-Formation) zum Beispiel regt das Denken an, Möbel- Unikate fordern die Kreativität heraus, Düfte unterstützen die Meditation und Klänge helfen, die Stille wahrzunehmen. Speziell entwickelte Wellnessprogramme unterstützen die Akademiebesucher in ihrem individuellen Lern- und Wachstumsprozess. Die Akademie ist das geistig-seelische Zentrum des gesamten Projektes.





Wellness

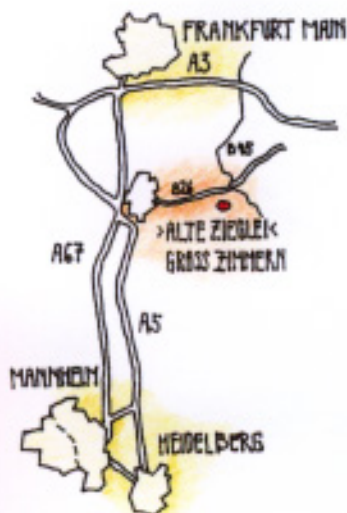
Die Gäste der Wellness-Sphäre fühlen sofort die wohltuende Wirkung ihrer lichtdurchfluteten Architektur. Elegante weiße Keramik, freie geschwungene Formen, heller Sinterstein, kraftvoller Lehm, lichtiges Glas. Interdisziplinär ausgebildete DolphinSpace® Master ermitteln für jeden Gast die bestmögliche Behandlung. Auf den Grundlagen einer integrativen Medizin bieten sie systematische Wellness. Ziel ist es, allen Gästen tiefe körperliche Entspannung zu verschaffen und ihnen zu einer nachhaltigen Verbesserung der Gesundheit und Stärkung ihres Stütz- und Bewegungsapparates zu verhelfen. Therapeutisch geschulte Tellaks und Tayabs, Watsu-Praktizierende, Physiotherapeuten, Trainer und Energiearbeiter bilden ein Synergie-Team. Liebevoll betreuen sie die Gäste, die ihren individuellen Behandlungsparcours durchlaufen. Dieser reicht von bewährten physiotherapeutischen und kosmetischen Anwendungen über medizinisch fundierte Fitnessprogramme bis zum arabischen Hamam und den speziellen DolphinSpace® Soundpools, deren heilsame Wirkung auf natürlichem Ultraschall und angewandter Vortex-Technologie beruht. Abgerundet wird der Vitalisierungsparcours durch eine ausgedehnte Wasserzone mit Whirl- und Strömungssektoren, einer klassischen Saunaanlage und der Wellness-Lounge. Ob nach einem Kurzzeitbesuch oder einer Interventionswoche: am Ende ihres Aufenthaltes werden die Gäste körperlich und seelisch zutiefst entspannt sein und vitalisiert in ihren Alltag zurückkehren.



IMPRESSUM
 Immobiliengruppe Frankfurt
 Königsbacher Straße 15-21
 60528 Frankfurt am Main
 Email: info@immobiliengruppe.com

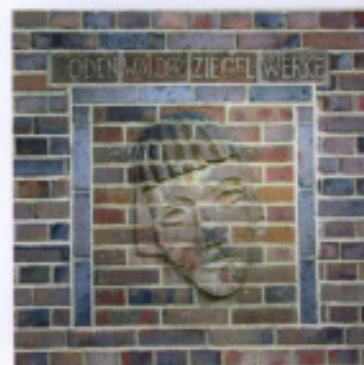
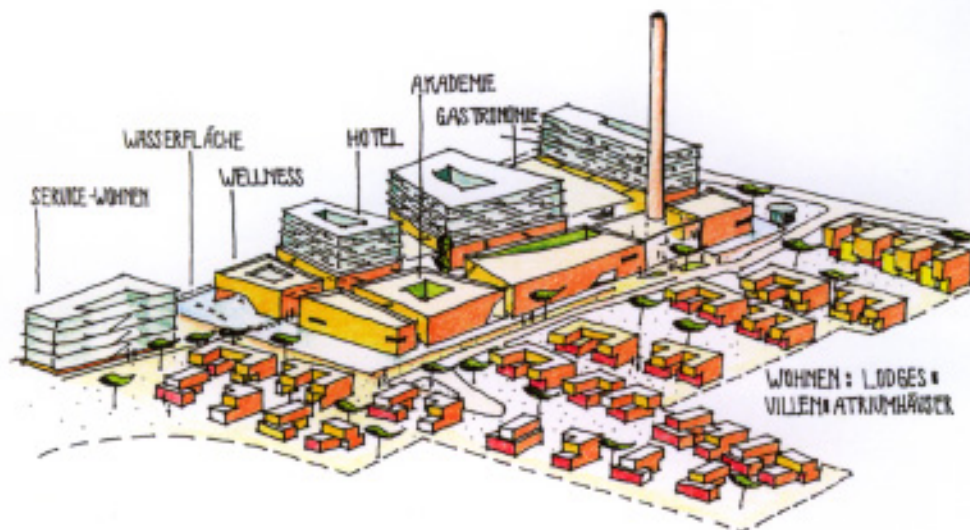
GESTALTUNG
 Hegger Hegger Schlieff
 HHS Planer + Architekten AG
 Habichtswälder Straße 19
 34119 Kassel
 Email: hhs-kassel@hhs-architekten.de

BILDNACHWEIS
 Dolphin Space
 Hegger Hegger Schlieff
 IFAR
 Immobiliengruppe Frankfurt
 Nurburg
 Nett
 Avedition



Lage

Zentral in der wirtschafts-
 starken Rhein-Main-Neckar-
 Region, nahe am Darmstädter
 Kreuz und den Autobahnen A5
 und A67. Der Flughafen
 Rhein-Main und die großen
 Städte Darmstadt, Frankfurt,
 Wiesbaden, Mainz, Heidelberg,
 Mannheim und Karlsruhe sind
 in nur 15 bis 45 Minuten zu
 erreichen, genauso die
 Freizeitregionen Odenwald,
 Pfalz und Rheingau.



dolphinspace®
 systematic wellness & integrative medicine



HHS

HEGGER-HEGGER-SCHLIEFF
 PLANER+ARCHITEKTEN AG

Immobiliengruppe Frankfurt



www.immobiliengruppe.com