



®

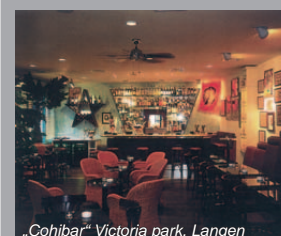
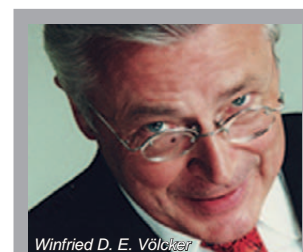
VÖLCKER  
HOSPITALITY COMPANY

## Willkommen: VHC Völcker Family of Hospitality.

Seit vielen Jahren konzentriere ich mich erfolgreich auf das Betreiben, die Entwicklung und das Sanieren von außergewöhnlichen Hotels, interessanten Restaurants, attraktiven Bars und relevanten Veranstaltungsräumen: Erst als Food & Beverage Manager, dann Generaldirektor, Generalbevollmächtigter, Geschäftsführer und seit Mai 1987 als selbständiger Hotelier und Patron.

Deswegen hat VHC heute den Ruf, als kleine, private Hotel Company kreativ und umsetzungsstark zu sanieren, zu restrukturieren und zu führen: Mit marktgerechten, der Konkurrenz überlegenen Konzepten, gelebter Kundennähe und „Hands-on-Management“. VHC positioniert Hospitality Betriebe für zufriedene Gäste und wirtschaftlichen Erfolg.

**Mein Motto:**  
**It´s got to be perfect - It´s got to be worth it!**  
**Too many people take second best.**  
**But I won´t take anything less - It´s got to be perfect!**



## Meine Philosophie ist unsere Mission:

**Wir** arbeiten, damit unsere Gäste und Geschäftspartner rundum zufrieden und glücklich sind.

**Wir** bieten erstklassige Qualität mit richtig gutem, herzlichem und liebenswürdigem Service.

**Wir** bieten nur, was unsere Gäste wünschen und erwarten, was wir zu jeder Zeit leisten können, und wir halten, was wir versprechen!

**Wir** machen das Gewöhnliche gerne ungewöhnlich gut.

**Wir** bieten erst High Touch, dann High Tech!

**Dafür** provozieren wir, wenn nötig, den Status Quo, ignorieren Vorgaben und brechen mit alten Regeln zum Besten des Ganzen: Zur Befriedigung der Bedürfnisse, Geschmäcker, Gelüste und auch der kleinen Sehnsüchte unserer Gäste, denn die kaufen keinen Preis, sondern Befriedigung für sich selbst.

**Der** Hotelmarkt ist ein fordernder Tyrann. Er verzeiht keine Fehler. Arbeit im Detail, nur echte Meisterleistungen mit klaren Zielen, machen den Gastbesuch zu einem Lustspiel statt zu einem Drama.

**Der Applaus unserer Kunden ist unser Gewinn.**



## Unsere Vision ist unser Konzept:

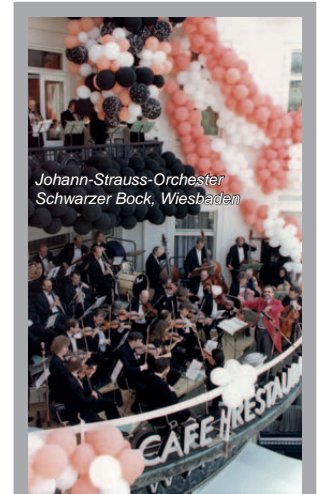
Ein Hotel wird aus den Wurzeln des Standortes konzipiert: authentisch, interessant, attraktiv, relevant, sexy und funky: Normalität führt ins Nichts, „Me too“ lebt kurz, und Mittelmäßigkeit ist der Tod.

Wir sind bevorzugter Partner für Business und Leisure Gäste, die hohe Erwartungen an Individualität, Qualität und Service haben, weil sie in ihrer eigenen Branche auch Hervorragendes leisten.

Wir verstehen uns als „Marchand de Bonheur“, als Händler in Sachen des Glücks, denn Wettbewerbsüberlegenheit gründet auf Emotionen und Fantasie.

Wir bieten und leisten nur, was unser Ensemble kann und womit wir Geld verdienen.

**Erstklassige Qualität heißt bei VHC:  
Niemand entschuldigen sagen zu müssen.**



## Zu Diensten: Jahrzehnte unternehmerische Erfahrung.

Das wahre Vermögen eines erfolgreichen Hoteliers liegt darin, was er immer wieder zu schaffen vermag. Wertvoll ist des Patrons Vermögen, ein Hotel zu verstehen, es umdrehen, dauerhaft marktgerecht positionieren und betreiben zu können: Zum Wohle aller.

**K**lasse Erfolge in der Hospitality Branche schafft sich, wer sein Handwerk versteht und selbst die entsprechende Klasse hat.

**S**ind Marke, Management, Abteilungschefs und das Ensemble nicht authentisch, dann gerät die Hotelinszenierung, und so das ganze Investment, schnell ins Stottern.

Gleich, ob großes Theater, Kleinstadtbühne oder Strand Resort:

„Wer Schwanensee inszenieren will, sollte nicht mit Enten arbeiten...“.

**W**ir betreiben, entwickeln und sanieren Hotels als Pächter, auf eigene Rechnung oder als Management Company im Namen und auf Rechnung Dritter. Wo bankable, erwerben wir ihre Hotelimmobilie und führen sie mit unserem Namen weiter: In Deutschland, Österreich und der Schweiz.

**Erfolg hat man nicht, man schafft ihn sich!**



## VHC: Der Hotel Betreiber.

**W**ir pachten ihr Hotel langfristig und betreiben es auf eigene Rechnung.

**W**ir führen ihr Hotel per international üblichem Management Vertrag, in ihrem Namen und auf ihre Rechnung.

**B**ei Bedarf bieten wir Ihnen Interims-Management für Hotels mit vorübergehenden Problemen, zeigen Lösungswege auf, bewahren vor Wertverlusten und führen auf ihren Wunsch den Turnaround durch.

**S**ind Restrukturierungen oder das Aufnorden eines Betriebes angesagt, so setzt VHC für einen optimalen Exit auf die ungleichen Zwillingsschwestern: Marketing und Controlling.

**A**uf Basis des VHC Market Research Programms entwickeln wir Erlös treibende Angebote, restrukturieren die Abläufe und erarbeiten einen optimalen Marketing Mix, um alle verfügbaren Nachfragegeneratoren zu auskömmlichen, der Qualität des Hotels entsprechenden Preisen, dauerhaft erfolgreich zu aktivieren.

**Hospitality Management mit Zukunft ist das Management, das nichts auf morgen schiebt.**



Heinz Imhof, Klaus Rupp

Knödler

Rheinpark Chef S. Sabbagh

Chef Christoph Schulte-Vieting

## VHC: Der Hotel Entwickler.

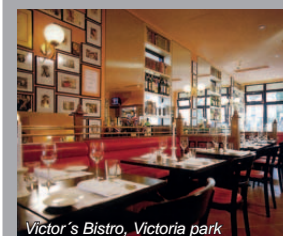
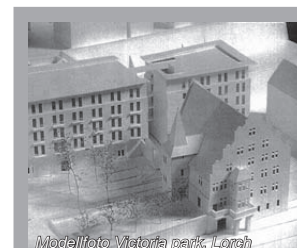
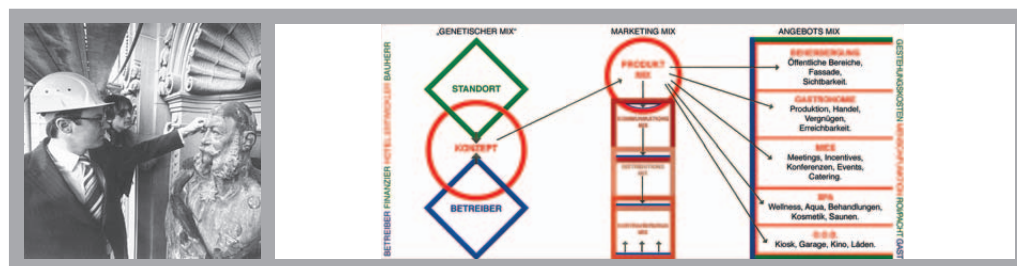
In der Schöpfungsphase des Erfolges sind akribisches Research, intelligentes Planen, Kreativität und Spinnerei ein Muss. Die Inszenierung interessanter, attraktiver und relevanter Produkte und Angebote ist gefragt. Sind sie nicht relevant, bleibt der Erfolg aus.

Funktionale, sensorische, und soziale Relevanz leiten den Gast bei der Wahl eines Hotels ebenso wie Werte, eine von ihm erwartete Wertschätzung und exzellenter Service durch das Hotelensemble.

Für die Entwicklung und Führung eines Konkurrenz überlegenen Hotels braucht es Kundennähe, Visionen, Expertise, Demut und kompromisslose Umsetzungskompetenz.

Als Bauherrenvertreter sorgt der Hotel Entwickler für Kontinuität bei der Umsetzung der konzipierten Planung. Mehr als 80 Prozent des operativen Erfolges werden in dieser Phase erschaffen und zementiert.

**Erst fokussieren, dann produzieren:  
Mit dem „Genetischen Mix“<sup>®</sup> von der Idee bis zur Eröffnung.**



## Das VHC Brand Portfolio: VICTORIA International.

**VICTORIA rapid:** 2\* deluxe: Bistro. Meeting Room. High Tech. Wellness. Midscale: 2 Star deluxe oder 3 Sterne (Dehoga).

**VICTORIA park:** 3\* deluxe: Brasserie. Bistro. Bar. MICE. High Tech. Wellness. Upscale: 3 Star deluxe Hotel oder 4 Sterne (Dehoga).

**VICTORIA grand:** 4\* deluxe: Restaurant. Bar. MICE. High Tech. Wellness. Upper Upscale: 4 Star deluxe Hotel oder 5 Sterne (Dehoga).

Franchise Nehmer erhalten umfassendes VHC Know-how. Auf Wunsch vermittelt VHC Labels anderer Hotelgruppen, berät und assistiert beim Re-Branding. Franchise Nehmer von VICTORIA International sind Mitglied von VICTOR\*D, Central Reservation.

**Entscheidend bei der Wahl eines Hotels ist die „Funktionale Relevanz“ des Hauses, nicht das Branding. Ist ein Hotel Branding also mehr Schein als Sein?**



## VHC Gründer & Chef: Winfried D. E. Völcker.

**G**eboren zu Lübeck, am 12. Mai 1947. Hotelkaufmannslehre im Hotel Ambassador Berlin, 1966-69. Gründung der VHC Völcker Hospitality Company GmbH, 1987.

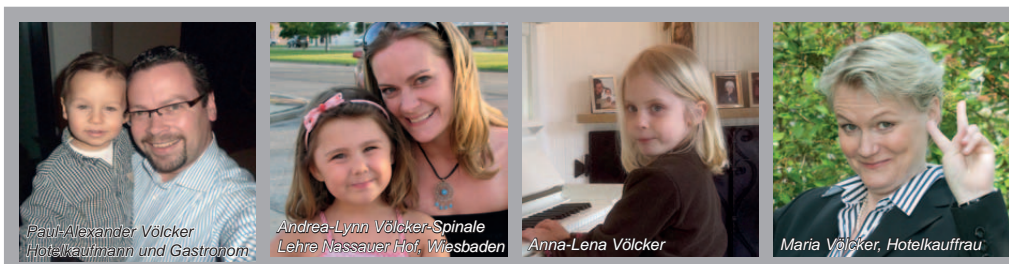
### Mitgliedschaften:

Lifelong Member, Cornell Society of Hotelmen, USA.  
Mitglied der EHMA, European Hotel Manager Association, Rom.  
Mitglied im Rotary Club Wiesbaden-Kochbrunnen.  
Mitglied der Kaufmannschaft zu Lübeck.

**E**rste Gesellenjahre von 1969 bis 1971: Assistant Manager, President Hotel Johannesburg, „South Africas most exciting, most luxurious hotel“.

Stellvertretender Restaurant Manager, Grill Room, Mount Nelson Hotel, Kapstadt. „One of the 10 best hotels in the world“.

Assistent des General Managers, Blue Waters Ocean Beach Resort Hotel, Durban, Südafrika.



## VHC Gründer & Chef: Winfried D. E. Völcker.

**Weiterbildungen:** 1971-73 Studium der englischen und französischen Sprache in München, Vichy und Paris. Diploma als Wirtschaftsauslandskorrespondent und Verhandlungsdolmetscher.

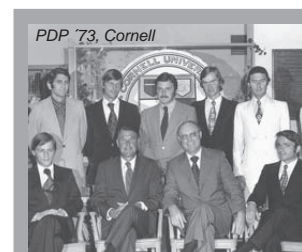
1973 Hotelmanagement School HOSPRA in Leysin, Schweiz.

1973 Cornell Professional Development Program, PDP, School of Hotel Management & Administration, Ithaca, N.Y. Stipendium von IBM, Carl Duisberg Gesellschaft, Köln und Cornell Society of Hotelmen.

1994 Cornell Advanced Management Program (AMP), Ithaca, N. Y.

**Erste Management Erfahrungen** als Director of Food & Beverage Operations: Hilton Hotels Corporation, USA, 1973 bis 1978, InterContinental Hotels, Deutschland, 1978 und 1979.

**Troy Hilton Inn:** 305 Zimmer Business Hotel, Haymarket Restaurant, Fanny´s Night Club, Pool Terrace Coffee Shop, MICE. Troy, Michigan.



## .VHC Gründer & Chef: Winfried D. E. Völcker.

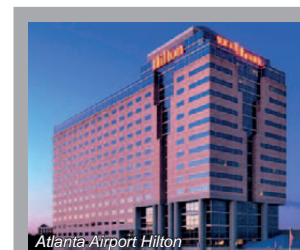
**Atlanta Airport Hilton Inn:** 400 Zimmer Airport Hotel, Lulubelles Steak House, Gatsby´s Bar, MICE. Atlanta, Georgia.

**Myrtle Beach Hilton Hotel:** 394 Zimmer Atlantic Beach & Golf Resort, Alfredo´s Feinschmecker Restaurant, Coffee Shop, Golf Club House, Championship 18-hole golf course, Piano Bar, Pool Bar, Roof Top Nightclub, MICE. Myrtle Beach, South Carolina.

**Opening Manager Food & Beverages, Atlanta Hilton Hotel:** 1.270 Zimmer, Acapulco Bar, Café de la Paix, Eagle´s Nest Roof Top Gourmet Restaurant, Casablanca Lounge, Trader Vic´s, MICE, Bankette für 2.000 Personen. Downtown Atlanta, Georgia.

**Dallas Hilton Hotel:** 800 Zimmer, 7 Restaurants & Bars, Private Dining Club, MICE für 3.500 Personen. Dallas.

**Hotel InterContinental, Frankfurt am Main:** 800 Zimmer, Brasserie, Rôtisserie, Bierstube, Weinstube, Epilog-Prolog Bar, Catering, MICE für 500 Personen.



## Gestatten: Einige Referenzen.

**PARKHOTEL FRANKFURT:** 280 Zimmer, 5 Restaurants & Bars, Veranstaltungszentrum. Geschäftsführender Generaldirektor.

**Aktivitäten:** Entwicklung des Betriebskonzepts. Planung, Restrukturierung, Sanierung und Realisierung eines CAPEX Programms in Höhe von € 10,0 Mio. Erarbeitung und Umsetzung eines aggressiven Marketing Planes. Re-Branding als „das kleine Grandhotel“. Eigenmarke.

**Entwicklungen:** Kreation des Gourmetrestaurants „La Truffe“. Eröffnung mit Sternekoch Heinz Imhof. Entwicklung des Feinkost Ladens „Trüffelei“ als Bistro und „Take-Out“ des Gourmetrestaurants „La Truffe“. Idee, Bau und Konzept der „Casablanca Bar“ mit Live Piano Entertainment. Ausgezeichnet als eine der beliebtesten Hotelbars Deutschlands. Planung und Bau des „Königbrunnen“, Altfrankfurter Bierstube. Eröffnet mit Dr. Leo König und Hermann-Josef Abs.



## Gestatten: Einige Referenzen.

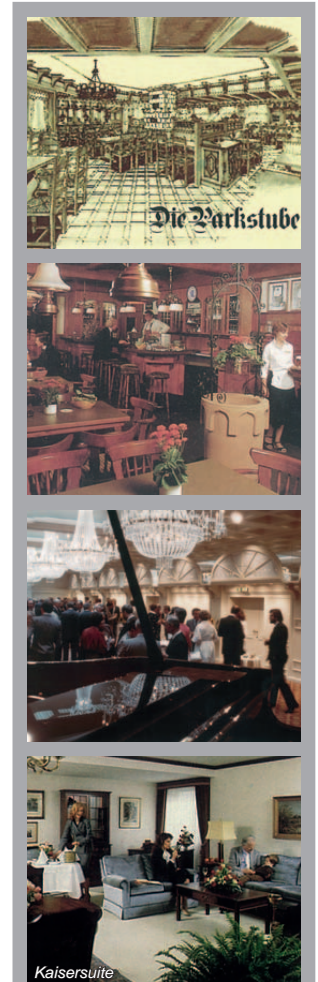
Entwicklung der Parkstube, „Neue deutsche Küche“.  
Spiegelballsaal mit Hebebühne, Lichtorgel und fünf eingebauten  
Veranstaltungsthemen. Kaisersuite.

**Innovationen in High Tech:** 1981 Erstes Haus in Deutschland mit  
„Hotel im Hotel Konzept“, 4 und 5 Sterne unter einem Dach. Separater  
Check-in. Zweites Hotel in Deutschland mit elektronischem Front Office  
System (IT-PMS) und erstes Hotel mit 100 Prozent Front Office EDV,  
ohne „Whitney“ Back up.

**Auszeichnungen:** 5 Sterne Varta Führer, 4 Sterne Michelin.

**Resultate:** Erlössteigerung von € 5,5 Mio. auf über € 10,0 Mio.  
GOP/Cashflow rauf von € 0,8 Mio. auf über € 3,0 Mio.

**Transaktionsunterstützung:** Mitwirkung beim Verkauf des Hotels  
im Auftrag der BFG an Herrn Uli Prager, Gründer Mövenpick, Schweiz.



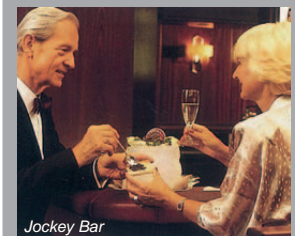
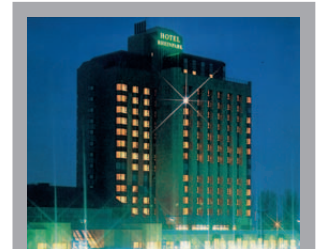
## Gestatten: Einige Referenzen.

**RHEINPARK PLAZA NEUSS:** 250 Zimmer und Suiten, Japanisches Penthouse, Präsidenten Suite, 2 Restaurants, 2 Bars, Ballsäle für 700 und 1.600 Personen und zwölf Räume für 10 bis 160 Personen. Geschäftsführender Generaldirektor.

**Aktivitäten:** Restrukturierung der Angebote. Erweiterung der Produktpalette. Wiedereröffnung und Führung des damals größten deutschen Hotel & Congress Centrums, in Neuss, vis à vis Düsseldorf am Rhein.

Intensives Market Research. Aggressiver Marketing Plan, erarbeitet mit dem Führungsteam in mehreren mehrtägigen Workshops. Wiedereröffnung binnen zwei Monaten. Re-Branding als „Rheinpark Plaza Neuss“. Private Label.

**Entwicklungen:** Japanisches Penthouse. Feinschmecker-Italiener Alfredo´s. Französisches Themen Restaurant: „Petit Paris“ mit Restaurant, Bistro, Café, Bar und Buffets. Shop-in-Shop Konzept. Jockey Bar. Casablanca Bar.



## Gestatten: Einige Referenzen.

### RHEINPARK PLAZA NEUSS:

**Innovationen:** Einbindung des Mitarbeiterpotenzials aller Führungsebenen in Planung, Zielsetzung und Umsetzungen. Beteiligung des Ensembles am wirtschaftlichen Erfolg. Laufende transparente Kommunikation aller Belange des Hotels und seiner wirtschaftlichen Lage gegenüber Gesellschaftern und dem Ensemble.

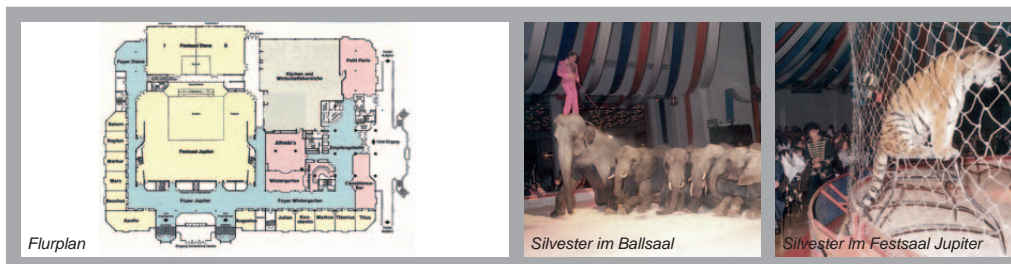
**Auszeichnungen:** 5 Sterne Varta, 4 Sterne Michelin. Zweitbeliebtestes Tagungshotel Deutschlands.

**Event Highlights:** Silvester in der Manege mit Circus Direktor Althoff und seinen Artisten und Tieren. Silvester Gala mit Berhard Paul, Original Circus Roncalli Programm. Landespresseball NRW von Düsseldorf nach Neuss geholt. Eisenhüttenfest von Düsseldorf nach Neuss geholt. Etc.

**Resultate:** Nach missglücktem Kempinski Start und einjähriger Schließung des Hotels - allen Unkenrufen zum Trotz – wurden Erlöse aus dem Stand von über € 11,0 Mio. p/a. erzielt.

In 1987 bereits die Nr. 30 unter den umsatzstärksten Hotels in Deutschland. Cashflow/GOP über € 3,3 Mio.

**Transaktionsunterstützung:** Verkauf im Namen der Eigentümerin, der AHB, Allgemeine Hypothekenbank Frankfurt AG, an Swissôtel.



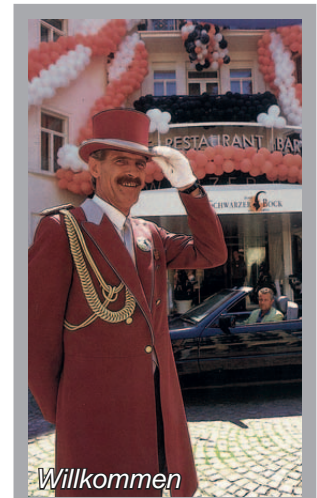
## Gestatten: Einige Referenzen.

### SCHWARZER BOCK WIESBADEN:

Ältestes Grandhotel & Spa Deutschlands. Gegründet 1486.  
Gesellschafter, Geschäftsführer Schwarzer Bock GmbH. Eigentümer  
der Hotelimmobilie. Patron.  
Managementvertrag mit der VHC Völcker Hospitality Company GmbH.

**Aktivitäten:** Restrukturierung der Produktpalette und Optimierung aller operativen Abläufe. Re-Positionierung als „Ältestes Grandhotel Deutschlands“.  
Eigenmarke. Entwicklung, Planung und Durchführung aller Umbauten und Renovierungen. CAPEX ca. € 8,0 Mio. auf eigene Rechnung.

**Entwicklungen:** Hotel Piano Bar „1486“. Wiener Caféhaus mit eigener Konditorei. Restaurant Capricorne, Starkoch Alois Köpf. Restaurant Ingelheimer Zimmer. Spiegelballsaal. Veranstaltungsetage ON THE TOP (Design: Graf Pilati, München). Ausbau und Gestaltung des Innenhofes als Open Air Restaurant.



## Gestatten: Einige Referenzen.

### SCHWARZER BOCK WIESBADEN:

**Innovationen:** Einführung von drei unterschiedlichen Kategorien der 150 Zimmer und Suiten.

**Auszeichnungen:** 5 Sterne Varta, 4 Sterne Michelin. 17 Punkte Gault Millau. Sechst beste Küche in Hessen. Innenhof als schönster Hotelinnenhof prämiert.

**Resultate:** Binnen drei Jahren die Erlöse um 100 %, von € 3,0 Mio. auf € 6,0 Mio., gesteigert. Cashflow/GOP von Break-Even auf € 1,8 Mio. erhöht.

**Transaktionsunterstützung:** Eigenhändiger Verkauf an Interhotels, Berlin.



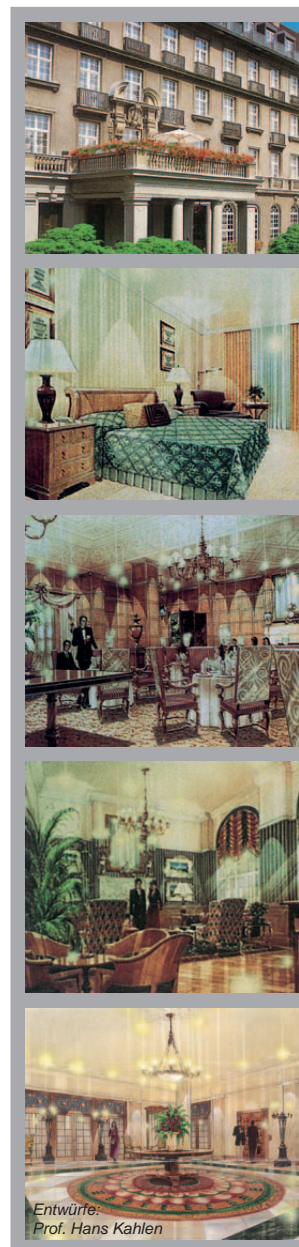
## Gestatten: Einige Referenzen.

### QUELENHOF AACHEN:

VHC übernimmt das Management als Generalbevollmächtigter der Parkhotel Quellenhof Betriebs- und Verwaltungsgesellschaft mbH:

**Aktivitäten und Innovationen:** Überführung des Hotels von der Steigenberger Hotel Group auf die FUNDUS Gruppe. Überwachung der Führung des Hotels und der Bewirtschaftung des Kongress Zentrums.

In Zusammenarbeit mit der Fundus Hotel Entwicklungsgesellschaft und AMJ Designers, Berlin, Planung des künftigen Betriebskonzepts und Begleitung der Planung der anstehenden Grundsanierung des Hotels.



## Gestatten: Einige Referenzen.

**VICTORIA park, Frankfurt-Langen:** 93 Zimmer, 3 Star deluxe, Restaurant, Bar, Veranstaltungsräume. Gesellschafter Geschäftsführer der Hotelbetriebsgesellschaft. Eigentümer der Hotelimmobilie. Managementvertrag mit der VHC Völcker Hospitality Company GmbH.

**Aktivitäten:** Kauf des 93 Zimmer „Holiday Inn Garden Court“. Entwicklung, Planung und Durchführung von CAPEX in Höhe von € 1,2 Mio. auf eigene Rechnung.

**Entwicklungen:** Entwicklung der französischen Brasserie Victor´s. Kreation der COHIBAR, karibische Hotelhallen Bar & COHIBA Cigar Lounge.

**Auszeichnungen:** 4 Sterne Dehoga. Feinschmecker Top 500, 13 Punkte Gault Millau.

**Resultate:** Erlöse unter Holiday Inn, T€ 750 p/a. Mit Eigenlabel „VICTORIA park“ um 300 %, auf € 2,3 Mio. gesteigert. GOP/Cashflow, rund T€ 500.

**Transaktionsunterstützung:** Veräußerung der Hotelimmobilie an eine Luxemburger Gesellschaft.

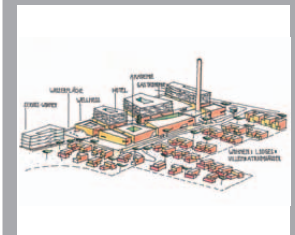


## Weitere Projekte:

**Hotelentwicklung Hilchenhaus, Lorch am Rhein:** VHC entwickelt ein 80 Zimmer Weinhotel mit Spa, Gastronomie und Veranstaltungsbereich.

**Entwicklung der Industriebrache „Alte Ziegelei“, bei Darmstadt:** VHC entwickelt im Auftrag der Frankfurter Immobiliengruppe in Großzimmern ein „Golf & Culture“ Hotelkonzept mit 180 Gästezimmern in der 5 Sterne Kategorie, mit „Masters Academy“, Wellness und 3 gastronomischen Einheiten plus Nachtclub.

**Entwicklung eines Konzepts für Klinikhotels in Heidelberg:** VHC wird mit einer Economic Feasibility Study beauftragt. Im zweiten Schritt ist von VHC auf dem 150 ha Gelände der Orthopädischen Klinik in Heidelberg eine Multisegment-Klinik-Hotel-Konzeption mit 200 Zimmern, Shopping, Gastronomie, Meetings, Konferenzen und Medical-Wellness zu konzipieren.



PRODUCT DEFINITION  
Marketing-Management & VHC, Frankfurt/Heidelberg

BRANDS UND BRANDING	BACK TO THE BASICS	UNIQUELY DIFFERENT
<ul style="list-style-type: none"> <li>„I want what I want, what I want!“</li> <li>globale Präsenz und lokale Resonanz</li> <li>Mischung von globalen Vertriebs-Konzeptionen und lokalen „Fit and Flavour“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>markenübergreifendes Portfolio</li> <li>aufgabenorientiertes Design</li> <li>signifika Features</li> <li>komplexität und zielgruppen-orientierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RELEVANT</li> <li>INTERESSANT</li> <li>AKTIVITÄT</li> <li>SEXY</li> <li>FLAVY</li> </ul>
★	★	★

PRODUCT DEFINITION  
Marketing-Management & VHC, Frankfurt/Heidelberg

DIE WERTE DER PASADENAS	WERTE	C.A.R.E.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Geschwindigkeit der Veränderungen</li> <li>globale Präsenz und lokale Resonanz</li> <li>Beauftragtenauftrag</li> <li>Anzahl gibt kein Bild an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>very gain</li> <li>qualitäts</li> <li>emotional intelligente</li> <li>akademische</li> <li>heutische</li> <li>ethische</li> <li>hart arbeitende</li> <li>das wirtschaftliche MENSCHEN, die das Leben, die mehr andere Menschen (publische) werden und gut aussehen macht und was man damit Umsatz steigern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PRODUKT</li> <li>KOMMUNIKATION</li> <li>STRATEGISCHE</li> <li>REINFORMATION</li> </ul> <p style="text-align: center;">★</p> <p style="text-align: center;">GÄHNHEITLICHES MARKETING- MANAGEMENT ERNDTHAT UND UNERSETZT</p>
★		

PRODUCT DEFINITION  
Marketing-Management & VHC, Frankfurt/Heidelberg

PERFORMANCE	LEBEN	WISSEN	NETZWERK	FRISCH	ENERGIE	ALLTAG	RECHEN	NEU
Ergebnis Ziele Strategie	Wachstum Dynamik Stabilität	Wissens- Schafft	Netzwerk Einfluss Einfluss	Frische Angebot Angebot	Energie Leistung Leistung	Alltag Kultur Kultur	Rechen Rechen Rechen	Neu Neu Neu

PRODUCT DEFINITION  
Marketing-Management & VHC, Frankfurt/Heidelberg

KANAL	GERÄTE	GERÄTE	GERÄTE	GERÄTE	LANGFRISTIG
Kanal	Geräte	Geräte	Geräte	Geräte	Langfristig

PRODUCT DEFINITION  
Marketing-Management & VHC, Frankfurt/Heidelberg

ERFOLGSFAKTOREN

Aktuelle Kundenziele	Bildliche Innovation	Nutzung des Strukturpotentials	Führen durch Werte	Konsequente Umsetzung
Aktuelle Kundenziele	Bildliche Innovation	Nutzung des Strukturpotentials	Führen durch Werte	Konsequente Umsetzung

ERFOLG HAT MAN NICHT, MAN SCHAFFT SICH DICH

PRODUCT DEFINITION  
Marketing-Management & VHC, Frankfurt/Heidelberg

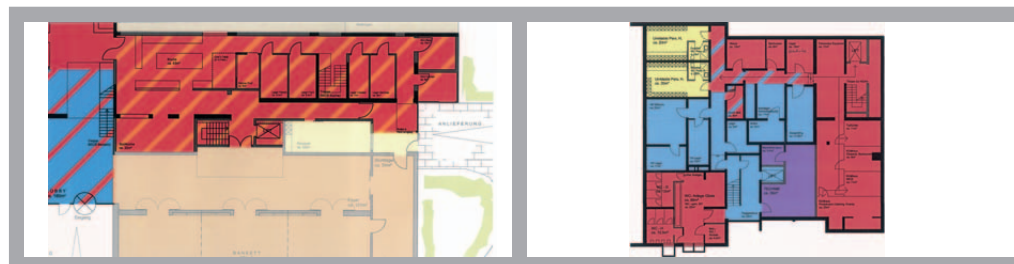
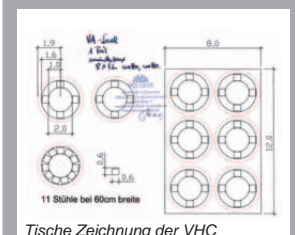
7.6	7.7	7.8	7.9	7.10
7.6	7.7	7.8	7.9	7.10

## Weitere Projekte:

**Konzept und Economic Feasibility für Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe, Spielbank Kassel:** HUDSON Advisors/Lonestar beauftragt VHC mit der Erarbeitung eines Konzepts und einem EFF, Economic Feasibility Forecast, aufgrund dessen optimale Lösungen für Exit-Strategien erarbeitet werden sollen. VHC erhält Makler Auftrag für den Verkauf der Immobilie.

**Vermarktungskonzept für Hotel und Raststätte Stolper Heide Süd, Berlin/Brandenburg:** Hudson Advisors, Berlin, erteilt den Auftrag, alternative Exit-Lösungen für das Objekt zu erarbeiten. Mit einer VHC/MRP Studie werden denkbare Verwertungskonzepte erstellt. VHC berechnet den Aufwand für die Inangangsetzung des Hotels. Alternativ plant VHC Zukunftslösungen für eine bestmögliche Verwertung, auch die Eigennutzung.

**Hotelentwicklung Hotel Surenburg in Riesenbeck:** VHC wird mit MRP Studie für ein Hotel in Riesenbeck beauftragt. VHC entwirft nachhaltiges Betriebskonzept. Briefing der Architekten. Begutachtung und Auswahl der Konzeptentwürfe. VHC wird als Bauherrenvertreter mit der Entwicklung von 80 Zimmern beauftragt und erhält einen Betreibersuchvertrag.



## Weitere Projekte:

### **Feasibility Studie zur Verwertung des Ex-Grandhotel Heidelberg:**

Das Land Baden-Württemberg sucht für die Hotelruine oberhalb des Schlosses eine geeignete Nutzung. Als denkbare Alternative zur bestehenden Konzeption wird VHC vom Land beauftragt, ein Nutzungskonzept mit Erlösplanung und Baukostenschätzung zu erarbeiten.

**Projektentwicklungen für AMJ Designer, Berlin:** Die AMJ Designer plant gastronomische Betriebe für Immobilien der Fundus Gruppe. AMJ beauftragt VHC, attraktive, interessante und Wert steigernde Gastronomiekonzepte zu lokalisieren. Dafür kooperiert VHC mit herausragenden Architekten und Designern wie Adam Tihany, N.Y.C. und Terence Conran, London, sowie Gastronomen in Europa und den USA, z.B. Roberto Ruggeri, von BICE, N.Y.C.

**Veräußerung des Hotels Krone in Aßmannshausen:** VHC entwickelt für den Eigentümer Restrukturierungsentwürfe und Wirtschaftlichkeitsberechnungen für alternative Exit-Varianten.



Adam Tihany, N.Y.C.



Terence Conran, London



Roberto Ruggeri, BICE, N.Y.C.



Krone

## Weitere Projekte:

**Interim Management Parkhotel in Velbert:** Im Rahmen eines Interim-Management Vertrages strukturiert VHC den Bereich Marketing & Sales.

**Landgasthof Jagstmühle, Heimhausen:** Für einen lokalen Großunternehmer prüft und berät VHC den Umbau und die Erweiterung des Objekts auf Plausibilität.

**Pre-Opening-Management für Holiday Inn Hotels in Eisenach, Weimar und Apolda:** VHC wird von Senator Hotelgesellschaft mit der Planung und Durchführung des Pre-Opening Managements der drei Hotels beauftragt.

**Hotelprojekt Hattingen, Ruhr:** Investor beauftragt VHC mit MRP Market Research Study. Auf Basis der Ergebnisse wird VHC beauftragt, ein 3 Sterne deluxe Hotel internationalen Standards mit 100 Zimmern zu entwickeln.



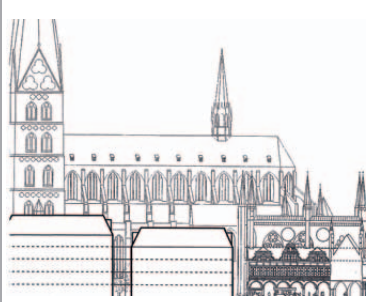
## Weitere Projekte:

**Beratung und Unterstützung für Verwertung des Aqua Top Areal in Travemünde:** KWL beauftragt VHC mit der Beratung und Vermarktung des Aqua Top Areal, mit dem Ziel, einen Investor für den Bau eines Großhotels zu gewinnen. VHC präsentiert das Projekt vor über 100 Entscheidungsträgern in Kooperation mit der KWL auf dem Hotelimmobilienkongress im Rahmen der Expo Real, München.

**VHC Entwicklungsinitiative „Hôtel de Ville“, Lübeck:** KWL Lübeck sucht Käufer für Prime Grundstück (2.400 qm) zwischen Rathaus, Marienkirchhof und Markt. In Absprache mit Ämtern der Stadt entwickelt VHC, eigeninitiativ, ein 5 Star Hotel, sichert einen Grundstückskäufer, den Projektentwickler und einen ersten LOI einer der besten deutschen Hotelgesellschaften Deutschlands.

**Refinanzierungssupport für Hotelgruppe:** CEO der Hotelgruppe beauftragt VHC mit der Beschaffung einer Refinanzierung für 10 Hotels mit rd. 1.400 Zimmern. Volumen ca. € 35,0 Mio.

u.v.a.m.



großer Ballsaal  
Konferenzräume  
Shop / Gastronomie  
Flur  
Gästezimmer  
SPA  
Nebenräume

500

Anzahl Zimmer:  
R-Große:  
BGF/Zimmer

(bwi 80 m² BGF/Z

→ Firsthöhe B  
→ Traufhöhe B

• Projekt-Initiator / Grobkonzept / Hotelberatung

Winfried D. E. Völcker  
Telefon: +49 (451) 480 57 580  
Email: voelcker@voelcker-hospitality.de

VHC VÖLCKER Hospitality Company GmbH  
23611 Bad Schwartau  
www.voelcker-hospitality.de

• Planung / Projektentwicklung

Dipl.-Ing Architekt Klaus Lenz, Director OTI Architecture  
Email: klaus.lenz@ece.com  
Telefon: +49 (40) 60606-9766

Martin Rodek, Managing Director OTI Development  
Email: martin.rodek@ece.com  
Telefon: +49 (40) 60606-9672

**ECE**  
ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG  
Heegberg 30, 22391 Hamburg  
www.ece.de



Direkt neben dem Marlin-Hotel (Hochhaus) könnte in Travemünde ebenfalls ein weiteres Hotel entstehen. Voraussetzung ist jedoch ein Käufer für das 21.177 qm große Grundstück (im Plan mit rote gekennzeichnet).

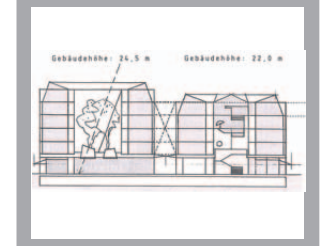
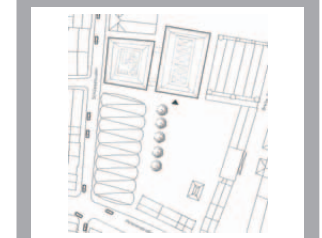
TRAVEMÜNDE

## Strandlage sucht Investor

„Sexy“ und „funcky“

Das Exposé kann auf der Seite [www.hotel-hoebbeck.de](http://www.hotel-hoebbeck.de) als pdf heruntergeladen werden. Weitere Informationen: **erwin Wölfel Völcker** E-Mail: [voelcker@voelcker-hospitality.de](mailto:voelcker@voelcker-hospitality.de)

November/Dezember 2011 [www.hotel-hoebbeck.de](http://www.hotel-hoebbeck.de)



## **Laufende Projekte:**

**Laufende Analyse diverser Hotels, Eigeninteresse der VHC.  
Erarbeitung neuer Betriebskonzepte für denkbare Übernahme-  
objekte in Lübeck, Ostholstein und Nordwestmecklenburg.  
Erarbeitung der jeweiligen wirtschaftlichen Machbarkeit und der  
notwendigen Capital Expenditures.  
Übernahmeverhandlungen mit Eigentümern und Banken für Pacht,  
Management oder Kauf von Hotels in Deutschland, Österreich und  
der Schweiz.**

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Verfügen Sie über ein Hotel oder Hotelprojekt?

Planen Sie ein Hotel?

Haben Sie Not leidende Objekte im Portfolio?

Brauchen Sie vertraulichen Support?

Suchen Sie einen Betreiber oder Interimsmanager?

Brauchen Sie einen umsetzungsstarken Bauherrenvertreter?

Wie können wir Ihnen dienen?

Ich sichere Ihnen absolut vertrauliche Bearbeitung zu!

Winfried D. E. Völcker

VHC Völcker Hospitality Company GmbH

## Impressum:

VHC VÖLCKER Hospitality Company GmbH  
Metropolregion Hamburg-Nord-Ostsee  
23611 Bad Schwartau  
Ringstrasse 57 / 1

Telefon: + 49 – (0) 451 480 57 580

Mobil: + 49 – (0) 171 211 05 08

Telefax: + 49 – (0) 451 480 57 588

Mail: [voelcker@voelcker-hospitality.de](mailto:voelcker@voelcker-hospitality.de)  
[www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)  
[www.victoria-hotels.de](http://www.victoria-hotels.de)

### **Bildnachweise:**

Eigene Quellen: Völcker, VHC, VICTORIA International

### **Presse Echo & diese Firmen Broschüre als Download:**

[www.victoria-hotels.de/presseecho](http://www.victoria-hotels.de/presseecho)

[www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)

# Anfahrt:



Ausfahrt 21 Bad Schwartau  
Richtung Cleverbrücker Straße/L230 fahren  
Links abbiegen auf Ringstraße