

## Traditionshotels auf neuen Wegen

Hotelrevitalisierung ist mehr als Facelifting / Wettbewerb in der Hotellerie steigt durch neue Player / Aktuelle Standards und frische Konzepte sind gefragt

**STUTTGART.** Die Hotellerie befindet sich im Umbruch. Viele Pachtverträge zwischen Investoren und Markenbetreibern aus den 90er-Jahren laufen aus. Privathoteliers finden keine Nachfolger, die Betriebe werden verkauft oder verpachtet und neu positioniert. Um für die Herausforderungen der Zukunft gerüstet zu sein, finden darüber hinaus in bestehenden Betrieben konzeptionelle und strukturelle Veränderungen statt.

Mit der Repositionierung eines Hotels einher gehen immer Sanierungsmaßnahmen in mehr oder weniger großem Umfang. Optische Verschönerungen reichen in der Regel nicht aus, um ältere Häuser fit zu machen. Die Renovierung wird meist von einer Optimierung der Abläufe sowie energetischen Maßnahmen begleitet.

Ein Beispiel für die gelungene Neupositionierung einer Bestandsimmobilie ist das in diesem Sommer wieder eröffnete Courtyard by Marriott Wiesbaden-Nordenstadt, das zuvor unter der Marke Ramada firmierte.

Pächter des Hotels ist heute die auf Hotelmanagement spezialisierte Unternehmensgruppe Bierwirth & Kluth (B&K) aus Wiesbaden, die mit diesem Haus und einem weiteren in Wien Franchisenehmer von Marriott ist. „Wir haben das Hotel nicht renoviert, sondern für mehr als 8,5 Mio. Euro komplett saniert“, unterstreicht Geschäftsführer Klaus Kluth. Den Großteil der Investition trug die Eigentümergesellschaft. Die Betreiber selbst gaben rund 400.000 Euro für Reservierungstechnik sowie besonders hochwertige Kaffeemaschinen und Fernsehgeräte aus.

### Konzept genau prüfen

Ende 2010 wurde das Hotel geschlossen und komplett entkernt. Die Herausforderung bestand darin, die aus den 70er-Jahren stammende Hotelimmobilie innerhalb von lediglich sieben Monaten in ein zeitgemäßes Hotel zu verwandeln, das den Anforderungen der Marriott-Gruppe entspricht. Dabei galt es auch, die umfassenden Sicherheitsstandards von Marriott zu berücksichtigen. Mit rund 1 Mio. Euro beziffert Kluth die Investitionen in Rauchmelder, Notbeleuchtung und die Hi-Fog-Sprinkleranlage. „Sie ist besonders teuer, bietet aber große Vorteile“, so Kluth. „Diese Anlage nimmt wenig Platz weg und arbeitet mit einer Art Sprühnebel. Schaltet sie sich also bei Brandalarm ein, dann steht nicht gleich das ganze Hotel unter Wasser.“

Zu den wesentlichen Verbesserungen im Energie-Bereich zählt die Beheizung der Hotelzimmer und Flure mit einer Luft-Wärme-Pumpe. Zuvor waren diese über die Gasheizung versorgt worden. Außerdem wurden die Zimmer mit einer kontrollierten Be- und Entlüftung ausgestattet, die mit einer Wärmerückgewinnung versehen wurde.



Modern und technisch auf dem aktuellen Stand: Die neue Einrichtung am Beispiel von Rezeption (links) und Boardroom im Courtyard Wiesbaden

Fotos: Hotel

ten Tombusch & Brumann fand das B&K-Team jedoch Lösungen, um dem Hotel mit entsprechenden Farben und Materialien ein völlig neues Gesicht zu geben. Über beige Teppiche mit weinroten Blütenornamenten gelangen die Gäste zu den neu gestalteten 139 Zimmern des Hauses, gehalten in warmen Brauntönen, mit einer dezenten Beleuchtung. Um dem Raum eine neue Großzügigkeit zu verleihen, wurden die Bäder mit einer blickdichten Glaswand zum Raum hin geöffnet. Kaffee- und Teezubereiter sowie ein selbst zu befüllender Minikühlschrank gehören ebenso dazu wie kostenloser Highspeed-Internetzugang.

Die 24 Stunden geöffnete Rezeption am rechten Rand der großzügigen Lobby ist mit einem kleinen Shop verbunden, an dem sich Gäste mit Snacks oder kühlen Getränken eindecken können. Ein gemütlicher Kamin befindet sich im Eingangsbereich. Bruchsteinsäulen und dunkle Holzöne korrespondieren hier mit weinroten Ses-

seln und Loungesofas. Ebenfalls in warmen Holzönen gehalten ist das Restaurant Oléo Pazzo mit mediterraner und regionaler Küche. „Das Hotelrestaurant wurde bisher kaum von externen Gästen besucht. Das wollen wir ändern“, sagt Kluth. „Unser F&B-Konzept öffnet sich nach außen.“ „Das Marriott-Reservierungssystem bringt dem Haus eine bessere Auslastung als

zuvor und auch bessere Gäste.“ Vor allem US-Amerikaner, von denen es durch den Umzug aller Army-Mitglieder aus Heidelberg nach Wiesbaden künftig noch mehr in der Region geben werde, schätzten die Marke Courtyard. Sehr positiv wirke sich auch die Lage des Hotels direkt an der A 66 aus. „Wir haben dadurch jeden Abend 20 bis 30 Walk-ins“, freut sich Kluth. Im September 2011 erreichte das Hotel eine Auslastung von 70 Prozent.

Zum Hotel gehört auch ein 300 Quadratmeter großer Konferenz- und Bankettbereich im Erdgeschoss.

**„Wie nachhaltig ein Hotelstandort ist, erweist sich erst bei der Neuverpachtung“**

Martina Fidschuster, Hotour, Frankfurt

Er verfügt über fünf verbindbare Konferenzräume mit Tageslicht. Bei der Auswahl der Teppiche und Gardinen wurde darauf geachtet, dass die Atmosphäre mühelos festlich werden kann. Für kleinere Sitzungen mit bis zu zwölf Personen stehen drei Boardrooms mit bequemen Sesseln bereit.

Eine internationale Marke wie Courtyard ist aber nicht überall ideal. Investoren, die über eine Revitalisierung ihres Hotels nachdenken, sollten nicht nur ein Upgrading in Betracht ziehen. „Wie nachhaltig ein Hotelstandort ist, erweist sich erst bei der Neuverpachtung“, sagt Martina Fidschuster von Hotour Hotel Consulting. Oft unterschätzen Eigentümer, dass sich der Lagevorteil eines Hotels innerhalb des Pachtzeitraums verschlechtern könne. Eigentümer würden viel gewinnen, wenn sie frühzeitig offensiv eine Neuverpachtung wagten und neue Konzepte entwickelten.

### Downgrading: als Option

Die Erfahrung der Hotour habe gezeigt, dass auch ein Downgrading einen cleveren Lösungsweg darstellen könne. Bei Hotour geht man davon

aus, dass in Zukunft noch weitere neue Hotelgruppen entstehen werden, die sich gezielt um Hotels kümmern, die nicht mehr zu einer großen Marke passen. Zudem sieht Fidschuster erhebliches Wachstumspotenzial bei Franchise-Marken, denen es gelingt, solche Häuser ins Portfolio zu integrieren.

Eine davon ist die Starwood-Marke Aloft. „Wir glauben, dass viele ältere Hotels in guten Lagen von Großstädten ein enormes Repositionierungspotenzial haben“, so Simon Turner, weltweiter Entwicklungschef von Starwood. „Für Aloft haben wir zwei Typen als Kandidaten für Umwandlungen ausgemacht: ältere Hotels, die einen größeren Renovierungstau haben und unabhängige Boutique-Hotels, die den Anschluss an eine stärkere Marke suchen.“

Am Flughafen von San Francisco findet die erste Umwandlung eines bestehenden Hotels in ein Aloft-Haus statt. Dabei handelt es sich um ein Ex-Clarion mit 253 Zimmern, das sich im Eigentum von Starwood befindet und bis zum Sommer 2012 umgebaut wird.

Susanne Stauß

► Seite 2

SCHLOSSHOTEL IN EINZIGARTIGER LAGE DIREKT AM OSTSEESTRAND  
... IM SCHÖNEN SEERAD KÜHLUNGSBORN

Kleines HOTEL für neue Ideen  
**RE/MAX**  
in LEIPZIG

Nutzfläche ca. 2400 m<sup>2</sup>,  
61 Zimmer, (38 EZ und 23 DZ),  
ca. 1500 m<sup>2</sup> grüne Außenanlagen  
+ PKW-Stellplätze  
Die Liegenschaft ist in einem Top Zustand!  
Kaufpreis: 1,6 Mio. Euro  
zzgl. Prov. 3,53 % inkl. ges. MwSt.