



Moderne Farben und klare Formensprache kennzeichnen das Interieur des neuen Welcome-Hotels in Frankfurt

Welcome in Mainhattan

Am 10. Januar eröffnete das Welcome Hotel Frankfurt

Erstmals seit Gründung der Welcome Hotels vor 13 Jahren ist die Gruppe mit Sitz im ländlichen Warstein in einer deutschen Metropole vertreten. Konzeptionell ist das Vier-Sterne-Haus voll ausgereift; abzuwarten bleibt, wie sich die Konkurrenzsituation am Main künftig entwickeln wird

Unter einer Steilvorlage versteht man im Fußball einen weiten Pass vor das gegnerische Tor, der dann relativ leicht in einen Treffer verwandelt werden kann. Bei Welcome sieht eine Steilvorlage wie folgt aus: Eröffnung des neuen Frankfurter Hauses am 10. Januar 2011, zwei Tage vor Beginn der *Heimtextil*, der internationalen Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien. Eine gute Belegung samt hoher Raten war damit vom Start weg garantiert, liegt das Welcome doch nur 500 Meter vom Messeingang entfernt. Damit aber noch nicht genug: Die *Heimtextil* ist mitnichten die einzige Großveranstaltung der Messe Frankfurt, sie markiert vielmehr den Auftakt der Winter- und Frühlingssessen, zu denen internationale Leitmesse wie *Ambiente*, *ISH* oder *IMEX* gehören. Die Vorzeichen für den Newcomer auf dem Frankfurter Hotelmarkt stehen also alles andere als schlecht, entsprechend zufrieden sind die beiden Welcome-Geschäftsführer Mario Pick und Carsten Kritz (siehe auch Interview S. 27): »Wir haben lange auf diesen Tag hingearbeitet und die Eröffnung mit Spannung erwartet. Wir sind sehr froh, dass unser Haus so gut von den Besuchern der Stadt angenommen wird«, erklärt Mario Pick. »Die positiven Zahlen belegen unsere richtige Wahl bei der Standortentscheidung«, ergänzt Carsten Kritz.

Die günstige Lage an der Messe Frankfurt und zum Messeparkhaus am Römerhof soll im ersten Jahr eine durchschnittliche Jahresauslastung von 50 Prozent bei einer Zimmerrate von rund 100 Euro ermöglichen. Investiert wurden in den rund 8800 Quadratmeter großen Neubau inklusive FF&E rund 22,5 Millionen Euro. Mittelpunkt des Hotelkonzepts sind die Faktoren »Business« und »Wohlfühlen«. Aus diesem Grund erhielten die 173 Zimmer und Suiten ein



Das Haus profitiert von der Nähe zur Frankfurter Messe

modernes Design mit klarer Formensprache. Helle Farben wurden in den Zimmern mit Brombeer- und Blautönen sowie mit großflächiger Fotokunst kombiniert. »Auch wenn ein Hotelzimmer nie die eigenen vier Wände ersetzen kann, versuchen wir dennoch, mit komfortablem Mobiliar und gezielten Lichteffekten ein Gefühl von Zuhause zu vermitteln«, betont Carsten Kritz. Dazu beitragen sollen neben Klimaanlage und Schreibtisch auch zahlreiche technische Features wie DSL- und iPod-Anschluss, Flachbildschirm, kostenloses W-LAN und ein laptopgeeigneter Safe sowie in höheren Zimmerkategorien Kaffeemaschine und kostenloses PC-TV. Hinzu kommen zwei behindertengerechte Räume mit Verbindungstür sowie spezielle Einheiten für Allergiker.

Welcome Hotel Frankfurt

Leonardo-da-Vinci-Allee 2
60486 Frankfurt
Telefon 069-7706700
www.welcome-hotels.com

Kategorie ★ ★ ★ ★

160 Zimmer & 13 Suiten

Preise

DZ ab 120 €

Suite ab 190 €

► MINIBARS ► ZIMMERSAFES

- Backoffice-Tresore
- Schließfachanlagen
- Datensicherungsschränke

Ausgestattet mit modernster Sicherheitstechnik von HARTMANN TRESORE:
WELCOME HOTEL Frankfurt

Besuchen Sie uns auf der Messe oder fordern Sie unseren Hotelkatalog an!

Halle B7, Stand 503
Info@hotelsafes.de



HARTMANN TRESORE AG





Top-Komfort für Messebesucher und Geschäftsreisende: die 173 Zimmer des Welcome Frankfurt

Wellness mit Aussicht

Als Hauptzielgruppen des Vier-Sterne-Domizils setzt das Welcome-Management auf internationale Geschäfts- und Messereisende, jedoch auch auf Kongressteilnehmer, Seminar- und Tagungsgäste. Letzteren stehen auf 320 Quadratmetern insgesamt neun verschiedene Tagungsräume zur Verfügung, die sich dank mobiler Trennwände zur Durchführung von Veranstaltungen verschiedenster Größenordnungen eignen. Des Weiteren punktet das Welcome mit einem Soft-Wellnessbereich in der siebten Etage des Hauses, wo die Erholungssuchenden ein beeindruckender Blick auf die Frankfurter Skyline erwartet. Zur Auswahl stehen hier Sauna, Ruhe- und Fitnessraum.

Auf gastronomischer Ebene haben die Gäste des Hauses die Wahl zwischen dem Restaurant »View« und der Bistro-Bar »Mellis«. Während das »View« mit seinen 116 Sitzplätzen und Blick auf das Rebstockgelände in erster Linie internationale Speisen offeriert, fungiert das »Mellis« als gastronomisches Outlet für jene, die kleine Speisen und regionale Küche bevorzugen. Darüber hinaus gibt es im 50 Plät-

ze bietenden »Mellis« Bierspezialitäten, Cocktails und Snacks.

Bettenbau am Main

Wie sich das Geschäft des Frankfurter Newcomers entwickeln wird, hängt nicht zuletzt von der Konkurrenzsituation in Mainhattan ab – und Letztere wird sich bereits in nächster Zeit weiter verschärfen. Verzeichnete Frankfurt zwischen 2005 und 2009 bereits einen kontinuierlichen Kapazitätsausbau mit einem Wachstum der Bettenanzahl um 19,4 Prozent, stehen derzeit rund 20 weitere Projekte in der Pipeline – und dies in allen Kategorien. So öffnet am Flughafen in Kürze nicht nur ein Hilton und ein Hilton Garden Inn, sondern auch ein Meininger Hostel im Stadtteil Gateway Gardens, wo erst vor wenigen Monaten ein Park Inn an den Start ging. Des Weiteren steht im September die Eröffnung des 96 Meter hohen Jumeirah am Thurn-und-Taxis-Platz an. Darüber hinaus befinden sich unter anderem ein Fine-Boutique-Hotel von Thomas Althoff und ein Drei-Sterne-Dormotel in der Europaallee in Planung.

MATHIAS HANSEN

TOP-PARTNER WELCOME
HOTEL FRANKFURT



»Wir brauchen die Konkurrenz nicht zu fürchten«

Top hotel im Doppel-Interview mit Mario Pick und Carsten Kritz, Geschäftsführer der Welcome Hotels, über die Chancen auf dem Frankfurter Hotelmarkt, ihren Fünf-Jahres-Plan und das Auslandsengagement der Warsteiner Hotelgruppe

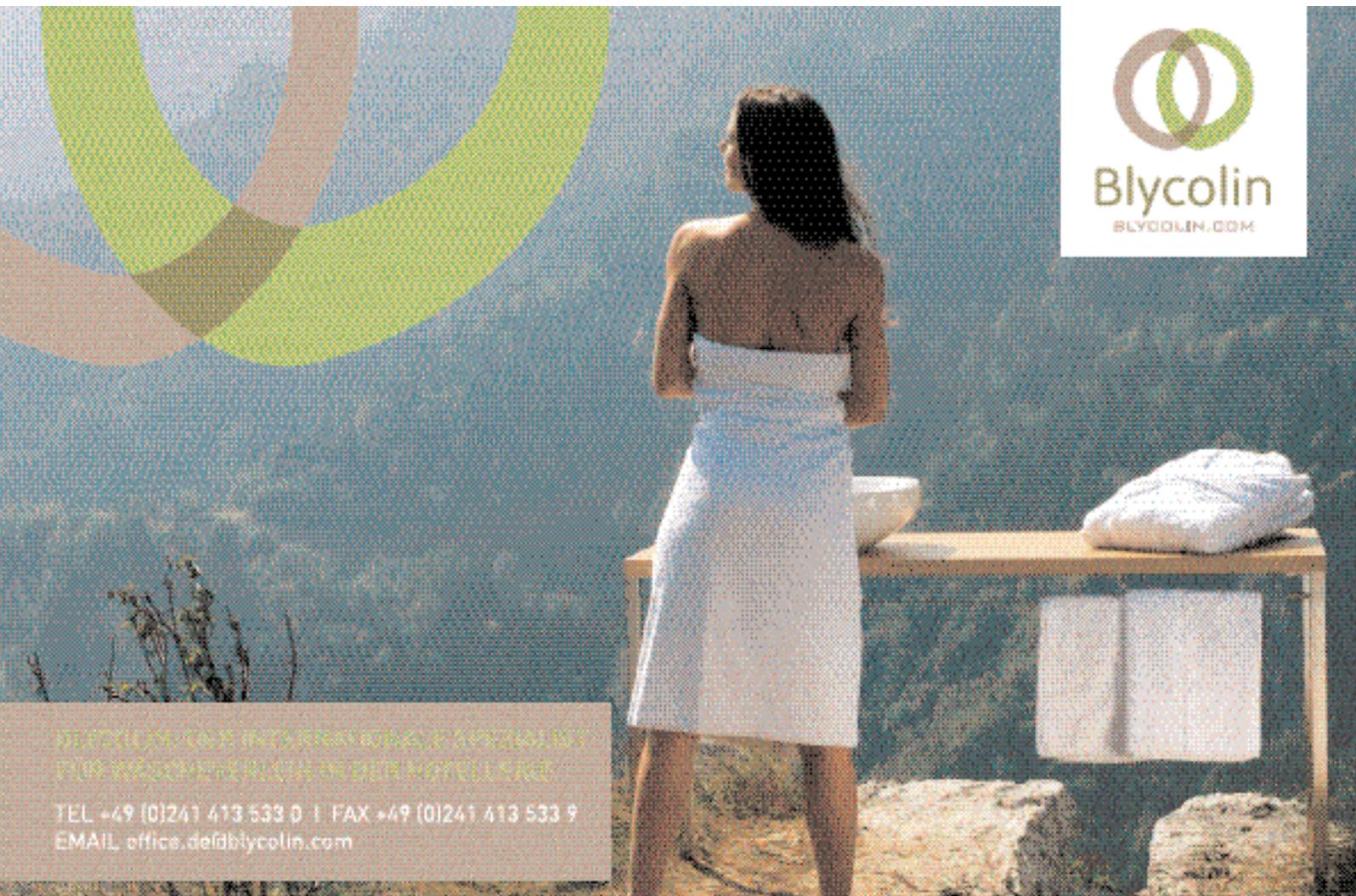
Top hotel: Herr Pick, Herr Kritz, mit dem neuen Businesshotel in Frankfurt sind die Welcome Hotels erstmals in einer der »BIG 7 Metropolen« vertreten. Ist die Gruppe im 13. Jahr ihres Bestehens »erwachsen« geworden, sodass jetzt auch Großstädte ins Visier genommen werden können?

Mario Pick: Wir haben in den vergangenen Jahren bewiesen, dass Welcome Hotels die richtige Strategie verfolgt. Dazu gehört auch, flächendeckend in den großen Metropolen vertreten zu sein. Um die Bekanntheit weiter auszubauen, müssen wir künftig stärker die nördlicheren und südlicheren Regionen mit ihren Metropolen berücksichtigen. Für uns ist es wichtig, möglichst viele Gäste deutschlandweit zu erreichen und sie von unseren Leistungen zu überzeugen.

Top hotel: Der Frankfurter Hotelmarkt boomt. Aktuell sind rund 20

neue Hotelprojekte geplant – darunter die beiden Hiltons am Airport, das Jumeirah am Thurn-und-Taxis-Platz oder das Dormero Hotel Europaallee. Wird die Mainmetropole zu einem ähnlichen »Haifischbecken« wie Berlin?

Carsten Kritz: Warten wir ab, wie viele Projekte tatsächlich umgesetzt werden. Hier spielen verschiedene Faktoren eine Rolle und nicht immer lassen sich alle eins zu eins realisieren. Wir sind offen für den Wettbewerb und brauchen die Konkurrenz mit unserem Vier-Sterne-Haus definitiv nicht zu fürchten. Frankfurt verfügt über ein hohes Potenzial an Übernachtungen; es gibt nur wenige Städte, die in den nächsten Jahren noch weiter wachsen werden. Der Frankfurter Markt gehört zweifellos dazu. Sowohl die Entwicklung des Europaviertels als auch die Erweiterung des Flughafens werden viele Firmen an den Main locken.




Blycolin
BLYCOLIN.COM

DEUTSCHES UND INTERNATIONALES SPEZIALISTENFÜR WÄSCHEKONZEPTE UND WÄSCHEWASCHEREIEN

TEL +49 (0)241 413 533 0 | FAX +49 (0)241 413 533 9
EMAIL office.defdblycolin.com

Top hotel: Wie beurteilen Sie das Geschäft mit Freizeitreisenden?

Kritz: Leider fehlt Frankfurt der Leisuremarkt wie es beispielsweise in Berlin der Fall ist. Die zentrale Lage in Deutschland hat aber den Vorteil, aus allen Himmelsrichtungen kurze Reisezeiten zu haben. Wir hoffen, dass sich das kulturelle Angebot noch erweitern lässt und die fehlende Auslastung am Wochenende damit kompensiert wird.

Top hotel: Welche Erwartungen haben Sie an die Destination Frankfurt in puncto Belegung und Rateniveau?

Pick: Die Auslastungszahlen der Frankfurter Hotels sind mit Sicherheit noch ausbaufähig, bei den Durchschnittsraten sehen wir jedoch die beste Möglichkeit, an den europäischen Durchschnitt anzuschließen. Durch die Top-Lage an der Messe vor den Toren Frankfurts und die optimale Verkehrsanbindung denken wir, sehr gute Chancen zu haben, die Gäste für unser Hotel zu begeistern. So müssen sich unsere Besucher nicht über eine halbe Stunde durch die Innenstadt quälen, sondern können am Stau vorbei rechts abfahren, die erste Ausfahrt des Opelrondels nutzen, in der hoteleigenen Garage den Wagen abstellen und die 500 Meter zu Fuß direkt zum Eingang der Messe laufen. Und vor der Haustür fährt die Stadtbahn alle zehn Minuten in die Innenstadt und zum Bahnhof.

Top hotel: Wie sieht die weitere Expansionsstrategie der Welcome Gruppe aus?

Kritz: Wir wollen weiter wachsen, aber nicht um jeden Preis. Selektive Expansion steht im Vordergrund; grundsätzlich kann jeder Standort für Wel-



Jung, dynamisch & erfolgreich: Mario Pick (li.) und Carsten Kritz

come interessant sein. Dafür muss der Nachfrage-Druck gegeben sein und die Destination sollte unser Portfolio optimal ergänzen. Auch hier gilt es, einen Mehrwert für potenzielle Gäste zu schaffen, die wir mit unserer »You are welcome«-Philosophie begeistern wollen. Wir suchen schon seit längerer Zeit Standorte in Hamburg, München, Berlin oder auch Stuttgart; leider liegen die Preisvorstellungen vieler Projektentwickler weit entfernt von unseren Möglichkeiten. Dafür haben wir das große Glück, durch eine finanzstarke Gesellschaft im Hintergrund unsere Verträge attraktiv abzuschließen. Auf diese Weise können wir noch klassische Mietverträge unterschreiben und aus eigenen Mitteln Furniture, Fixtures and Equipment (FF&E) sowie das Special Operations Executive (SOE) für die Hotels einbringen.

Top hotel: Das Portfolio der Gruppe umfasst mittlerweile 17 Hotels. Welche Ziele haben Sie sich für die kommenden fünf Jahre gesetzt?

Pick: Gerne möchten wir pro Jahr zwei Hotels in der Entwicklung haben. Mit unserem Team, das wir bereits im vergangenen Jahr im Zuge der Expansion personell fast verdoppelt haben, können wir diesem Ziel derzeit allerdings nur bedingt nachkommen. Zunächst einmal gilt es, die bestehenden Objekte im Markt zu etablieren und gemeinsam die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Wir arbeiten weiterhin an unserem Qualitätsmanagement und konzentrieren uns darauf, ein aufmerksamer Gastgeber zu sein. Bis 2015 wollen wir mit mindestens 20 Hotels auf dem Markt vertreten sein. Daran halten wir fest.

Top hotel: Kommt für die Welcome Hotelgruppe auch eine Expansion im Ausland in Frage?

Kritz: Nein, derzeit eher nicht. Aber man soll ja niemals nie sagen. Vielleicht ergibt sich in der Zukunft die Möglichkeit, ins benachbarte Ausland zu expandieren.

Top hotel: Was macht Ihre Gruppe als Investitionspartner so interessant?

Pick: Wie bereits gesagt, sind wir offen für jede Form von Verträgen. Den Investoren sind die klassischen Mietverträge mit einer ordentlichen Absicherung jedoch am liebsten. Sowohl die Finanzierung als auch der Verkauf hängen größtenteils vom Vertrag ab. Wir werden schon seit Jahren durch die Treugast Solutions Group mit AA bei dem Performance-Ranking eingestuft. Dieses Ergebnis zeigt uns doch, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

ANZEIGE

Amefa
PREMIERE

30 g und 60 g - Hartglanzversilberung,
versilbert in Deutschland nach europäischer ISO-Norm 8442-3
www.amefa-gastro.de