



Ein Zimmer im kürzlich eröffneten Hotel „Heidelberg Suites“. Das vom italienischen Designer Michele Bönan entwickelte Mobiliar ist von Raum zu Raum verschieden. Alle Stücke sind außerdem auch zu kaufen – dafür gibt es einen eigenen Katalog. Bild: Heidelberg Suites

# Zu Hause im Hotel

Der Hotelmarkt in der Region ist in Bewegung. Mit außergewöhnlichen Konzepten und attraktivem Design zeigen neue oder wieder eröffnete Hotels, wie sich Gäste gewinnen lassen

Die Treppe führt über drei Stockwerke hinauf, vorbei an Scheinern und Geweihen, die einträchtig neben eleganten Leuchten und Fresken hängen. Ein Stilmix, der so persönlich anmutet, dass nur die silbernen Nummern auf den Türen das Hotel verraten. Auf der Dachterrasse angekommen, erscheint das Heidelberger Schloss greifbar nah. Ebenso wie die Alte Brücke, unter der der Neckar träge hindurchfließt. Ein Anblick, der jährlich Millionen Touristen nach Heidelberg lockt. Den Sinzheimer Unternehmer Peter Hütter, er ist der Inhaber der „Heidelberg Suites“, hat auch dieser Ausblick veranlasst, das klassizistische Gebäudeensemble unterhalb des Philosophenwegs in ein intimes Luxushotel zu ver-

wandeln: „Unsere Gäste sollen sich wie auf Besuch bei Freunden fühlen“, sagt er. Sie werden daher statt an einer Rezeption in einem kleinen Salon empfangen und logieren in 25 individuell gestalteten Suiten. Hütters Schwager, der zum internationalen Einrichtungsstar avancierte Florentiner Michele Bönan, hat das Mobiliar entworfen. Entstanden ist eine Symbiose aus italienischem Design und deutscher Romantik. Eine Pantry-Küche und moderne Elektronik wie WLAN oder Flachbildschirm zählen ebenso zu den Annehmlichkeiten wie das Spa, das rundum verglaste Penthouse oder der Garten, der sich an den Heiligenberg schmiegt, und in dem die Gäste mit Blick auf den Neckar picknicken oder ein Bad im Jacuzzi ge-

nießen können. Sechs Jahre Bauzeit und einen zweistelligen Millionenbetrag hat Hütter in das Projekt investiert. Es scheint sich gelohnt zu haben: „Ich bin positiv überrascht“, sagt Hütter. „Wir haben im Januar eröffnet und erwirtschaften bereits die Betriebskosten.“

Eine beachtliche Leistung, denn laut DeHoGa ist die Auslastung der Heidelberger Hotels aufgrund der Wirtschaftskrise spürbar zurückgegangen. Das gute Ergebnis verdankt der Hotelier auch Geschäftskunden, die in den „Heidelberg Suites“ Veranstaltungen abhalten können. Darüber hinaus gibt es weitere außergewöhnliche Angebote: Gäste können sich beispielsweise im Golf-Cart in die Altstadt chauffieren lassen oder exquisites Hotelmobiliar per

Katalog bestellen. „Eine Texanerin hat die gesamte Zimmereinrichtung gekauft“, sagt Hütter. Der rührige und mit der Region eng verbundene Unternehmer ist stolz darauf, dass manche Gäste nur wegen des einmaligen Flairs seines Boutiquehotels nach Heidelberg kommen.

Einen ähnlichen Weg wie die Heidelberg Suites beschreitet der Ketschauer Hof in Deidesheim. „Unser Standbein ist der Genuss“, sagt dessen Geschäftsführer Alexander Hess. Das war auch nicht anders zu erwarten. Denn der vom Gault Millau ausgezeichnete Spitzenkoch und Hotelbetriebswirt zelebriert bereits seit 2006 im Gourmetrestaurant „Freundstück“ und im Weinbistro „Bassermannchen“ pfälzische Genussskultur. Mit dem im April

2009 eröffneten Boutiquehotel vollendet er nun sein Vorhaben, in dem im historischen Kern von Deidesheim gelegenen, ehemaligen Herrschaftshaus der Weingutdynastie Bassermann-Jordan ein exklusives Wohlfühl-Ambiente zu bieten: „Unsere Zielgruppe sind Genussreisende, die ein paar Tage in der Pfalz verbringen möchten“, sagt er. Erworben hat das denkmalgeschützte Anwesen der Neustadter Unternehmer Achim Niederberger, der seitdem einen hohen einstelligen Millionenbetrag investiert hat. Das Hotel war in den Eröffnungswochen nahezu ausgebucht. „Klein und individuell zu sein ist unsere Nische, die gerade in der aktuellen Wirtschaftskrise gute Chancen bietet“, sagt Niederberger. Er schwärmt vom unverwechselbaren Ambiente der „Zwiterräume“.

Adrian von Dörnberg, Touristikprofessor an der Fachhochschule Worms, erklärt den Erfolg von Hotels wie den „Heidelberg Suites“ oder dem „Ketschauer Hof“ mit dem Trend zur Individualisierung: „Der Gast möchte als solcher wahrgenommen werden und etwas Besonderes erleben“, sagt Dörnberg. Dieses Bedürfnis erfüllten Häuser mit überschaubarer Zimmerzahl, persönlicher Handschrift und einem exklusiven Ambiente.

Auf Expansionskurs ist auch das Seehotel in Ketsch. Das 4-Sterne-Haus liegt idyllisch am Ketscher Anglersee. Außerdem profitiert es von seinem Feinschmecker-Restaurant „Die Ente“. Dies führte zuletzt zu einer ständig wachsenden Nachfrage, vor allem bei Veranstaltungen. „Wir mussten sehr viele Anfragen wegen Platzmangels ablehnen“, sagt Inhaber Hans-Ludwig Keppel. Deshalb wird jetzt gebaut: Auf 2500 Quadratmetern Fläche entstehen 30 weitere Zimmer und ein Salon für Feste und Veranstaltungen, der bis zu 120 Gästen Platz bietet. Der Tagungs- und Seminarbereich des Hauses wird ebenfalls erweitert und erneuert.

Die Inhaberefamilie Keppel investiert einen mittleren einstelligen Millionenbetrag in den Anbau, der im Frühjahr 2010 in Betrieb gehen soll. Mulmig ist ihr trotz Wirtschaftskrise nicht zumute. Denn die aktuelle Auslastung des Hotels liegt bei 70 Prozent. Das Gros der Gäste stellen Geschäftsreisende, Veranstaltungsgäste, Touristen und Seminareilnehmer.

„MICE“ lautet, im Gegensatz zu den kleinen, das Mantra der großen Hotels: Meetings, Incentives, Congresses und Events. Auch wenn die Wirtschaftskrise gerade im Geschäftsreisen-Segment zu einem Nachfrageeinbruch geführt hat. So muss die Rhein-Neckar-Region ein Minus bei der Bettenauslastung von fast einem Fünftel verkraften, weil das Mice-Geschäft für viele hiesige Hotels ein wichtiger Umsatzbringer ist. Doch rüsten sich einige Häuser schon jetzt für die Zeit nach der Krise. Denn Experten wie FH-Professor von Dörnberg gehen von einem weiteren Wachstum aus. Letzteres ist für das Dorint Hotel am Kongresszentrum Rosengarten in Mannheim bereits heute spürbar. „Aufgrund des Ausbaus des Rosengartens reichten die Kapazitäten nicht länger aus. Daher stocken wir um eine Etage auf“, sagt Dorint-Pressesprecher Kaspar Müller-Bringmann. Bis zum Frühjahr 2010 kommen 98 neue Zimmer hinzu, die bestehenden 287 werden modernisiert. Die Gesamtinvestitionen belaufen sich auf mehr als 14 Millionen Euro. Durch den Ausbau will das Haus, das mit rund 70 000 Gästen im Jahr rechnet, die Auslastungsspitzen abfangen.

Vom Geschäftstourismus könnte auch das projektierte 4-Sterne-Hotel in den Quadraten Q6 und Q7 profitieren. Dort soll im Rahmen des 180 Millionen teuren „Plaza“-Projekts ein Hotel mit bis zu 250 Betten in der Nähe des Rosengartens entstehen.

Frisch „geliftet“ präsentieren sich die beiden NH Hotels in Viernheim und Weinheim. Für 1,2 beziehungsweise 1,5 Millionen Euro wurden die beiden auf Geschäfts- und Tagungskunden sowie Gruppenreisende spezialisierten 4-Sterne-Häuser modernisiert, die Zimmer neu möbliert und dem NH-Design angepasst. In Weinheim wurde darüber hinaus der Servicebereich samt Restaurant neu gestaltet und auf den Stand der Technik gebracht. Ein weiterer Schwerpunkt lag dabei auf der Ergonomie. Hierzu zählt auch der Schlafkomfort: Beide Häuser verfügen jetzt über die extradicken Matratzen, auf denen man „göttlich“ schlafen könne, wie die Geschäftsführer der beiden Häuser, Jan Klinkert und Christian Maier, bekunden. Manchmal machen eben auch 25 Zentimeter Federkern das gewisse Etwas aus.

Heike Link

## HEIDELBERG HOLT AUF

Vor einem Jahr sorgte eine im Auftrag der Stadtverwaltung erstellte Studie für Zündstoff: Heidelberg habe zu wenig Hotelbetten, um im Tourismusgeschäft zukunftsfähig zu sein. Was hat sich seither getan? Ulrich Jonas, Leiter der Wirtschaftsförderung der Stadt Heidelberg, zeigt sich zufrieden: „Zwei Hotels befinden sich in der Ausschreibung und zwei bis drei weitere Häuser in der Projektentwicklung.“ Damit schöpfe Heidelberg das in der Studie festgestellte Potenzial von drei Neubauten mit einer Kapazität von 1500 Betten sukzessive aus. Und dies, sagt Jonas, ohne den vorhandenen Markt zu stören. Vielmehr gehe es darum, Potenziale zu heben. Defizite sieht Jonas vor allem bei Hotels mit mehr als 100 Betten: „Tagungsgruppen können wir teilweise wegen der hohen Auslastung der bestehenden Hotels nicht bedienen“, sagt er. Abhilfe sollen Neubauten schaffen. „Mit drei Neubauten schöpfen wir die Kapazitäten bewusst nicht voll aus.“

DeHoGa-Geschäftsführerin Melanie von Görtz ist anderer Ansicht. Sie befürchtet Überkapazitäten: „Eine solche Projektion darf sich nicht an den absoluten Spitzentagen orientieren. Das würde den Markt für den Rest des Jahres kaputt machen.“ Auslastungsspitzen könne das Umland abfangen. Zudem liege der Charme Heidelbergs in der Kleinteiligkeit des Hotelangebots. Bevor neue Kapazitäten geschaffen werden, gelte es erst einmal die Nachfrage zu steigern und Heidelberg als Reiseziel attraktiver zu machen. „Dann wird es automatisch zu Neuansiedlungen und Erweiterungen der bestehenden Kapazitäten kommen“, sagt von Görtz. „Denn der Markt reguliert sich am besten selbst.“



## Lobster & Friends

23. & 24. Oktober 2009 ab 18:00 Uhr

Genießen Sie unser leckeres Hummer- und Meeresfrüchtebuffet mit einer großen Auswahl an Vorspeisen, Hauptgängen und Dessert für nur 65,00 Euro pro Person inklusive unserem Aperitif „Lobster Spezial“.

Reservieren Sie unter 06221/ 917 55 390 oder [westcoast@cp-heidelberg.de](mailto:westcoast@cp-heidelberg.de)

Crowne Plaza Heidelberg · Kurfürstenanlage 1 · 69115 Heidelberg

  
CROWNE PLAZA  
HOTELS & RESORTS

[www.crowneplaza.de](http://www.crowneplaza.de)