

„Wir sind der Aldi der Hotellerie“

Preiswert und ordentlich: In Zeiten verschärfter Sparmaßnahmen wandelt sich die Hotel-Klientel – Die Hotelgruppe Albeck & Zehden feiert Erfolge

VON HEINZ HORMANN

Mit dem ungewöhnlichen Vergleich hat Michael Zehden, Geschäftsführer der Hotelgruppe Albeck & Zehden kein Problem: „Wir sind der Aldi der Hotellerie. Während viele feine Häuser im obersten Preissegment um die Existenz ringen und Geld verlieren, freuen wir uns über steigende Gewinne und gute Belegung. Eine Entwicklung wie bei Aldi. Früher haben sich besser gestellte Kunden auch geniert, bei Aldi gesehen zu werden. Heute ist das eine selbstverständliche Adresse.“ Tatsächlich hat sich die Hotel-Klientel in Zeiten verschärfter Sparmaßnahmen gewandelt. Die Gäste wollen preiswert und ordentlich wohnen. Das gilt verstärkt bei Dienstreisen in den Neuen Bundesländern.



Geschäftsführer Michael Zehden

Davon profitiert die vielleicht ungewöhnlichste Hotelgesellschaft.

In Zeiten, wo die Unternehmen vor allem an Reisekosten sparen und Normal-Familien auch in den Ferien nach den günstigen Möglichkeiten suchen, haben Hotels der Zwei- und Drei-Sterne-Kategorie Konjunktur: Natürlich nimmt man in Kauf, dass es an Glamour mangelt, auch an Tradition, weil die Häuser erst nach der Wende mit funktioneller Sachlichkeit aufgebaut wurden und günstige Preise für ein ordentliches Produkt zur wichtigsten Marketingstrategie avancierten. Die Gesellschaft, die sechs eigene Häuser besitzt, außerdem gepachtete betreibt und fremde managt, bietet Übernachtungspreise schon ab 39 Euro. Das ist weniger als ein Spitzenhotel fürs Frühstück berechnet. Unwiderlegbar passen diese Raten besser in die Zeit als die teure Fünf-Sterne-Hotellerie, die in Berlin mit bescheidenen 50 bis 60 Prozent Auslastung operiert. 19 Hotels (bis auf eines alle in den Neuen

Bundesländern) und drei weitere, die demnächst hinzu kommen, sind in den Kategorien Ein-Stern bis gute Business-Klasse angesiedelt. Insgesamt siebentausend Betten bietet die Gesellschaft an, tausend Mitarbeiter sorgen für den Service und die Abwicklung. Nur ein einziges Mal in der Unternehmensgeschichte gab es für Michael Zehden und seine Partner, Jacques und Samuel Albeck, Verluste; als das damalige Schlosshotel Gehrus im Berliner Grunewald gekauft und zum Schlosshotel Vier Jahreszeiten ausgebaut wurde. Modexar Karl Lagerfeld gab seine Eleganz im Design dazu, alles umsonst, das feine Hotel blieb ein Zuschussbetrieb ohne Ende. Inzwischen ist es wieder verkauft und abgehakt. Im Glauben an die „blühenden Landschaften“ im Osten übernahm die Gesellschaft in den 90er-Jahren mehrere Häuser in den neuen Bundesländern: vom ehemaligen FDGB-Ferienheim in Oberhof, das heute als preiswertes Ein-Stern-Haus geführt wird, bis zum gehobenen Standard des „Kastell“ auf

Bundesländern) und drei weitere, die demnächst hinzu kommen, sind in den Kategorien Ein-Stern bis gute Business-Klasse angesiedelt. Insgesamt siebentausend Betten bietet die Gesellschaft an, tausend Mitarbeiter sorgen für den Service und die Abwicklung. Nur ein einziges Mal in der Unternehmensgeschichte gab es für Michael Zehden und seine Partner, Jacques und Samuel Albeck, Verluste; als das damalige Schlosshotel Gehrus im Berliner Grunewald gekauft und zum Schlosshotel Vier Jahreszeiten ausgebaut wurde. Modexar Karl Lagerfeld gab seine Eleganz im Design dazu, alles umsonst, das feine Hotel blieb ein Zuschussbetrieb ohne Ende. Inzwischen ist es wieder verkauft und abgehakt. Im Glauben an die „blühenden Landschaften“ im Osten übernahm die Gesellschaft in den 90er-Jahren mehrere Häuser in den neuen Bundesländern: vom ehemaligen FDGB-Ferienheim in Oberhof, das heute als preiswertes Ein-Stern-Haus geführt wird, bis zum gehobenen Standard des „Kastell“ auf

Usedom. Etliche Geschäfts- und Feriendomizile in Sachsen, Brandenburg und Thüringen wurden eingereicht. Alles nach dem Motto: „Je mehr Häuser man hat, desto günstiger kann man einkaufen und kalkulieren.“ In Oberwiesenthal (Erzgebirge) führt die Berliner Gesellschaft das größte Haus dieses Feriengebiets, das gerne als das St. Moritz des Ostens bezeichnet wird. Allerdings, betont Zehden, „ist hier alles bodenständig geblieben, preiswert und ohne abgehobene Program-

me.“ Im Gegensatz zu den großen Namen in der „Champions League“ des Übernachtungsgewerbes gibt es bei Albeck & Zehden keine strikten Vorgaben für das Management der Häuser, kein Credo oder bindende Anweisungen, wohl aber kluge Schulungskonzepte und die allgemein gültige Ausrichtung, dass der Gast gepflegt werden muss. Auch wenn es bei 50 Euro Übernachtungspreis nicht möglich sein kann, ein Heer von dienstbaren Geistern rund um die Uhr einzusetzen. „Die Gäste vermissen das

nicht. Sauberkeit, Funktionalität und Preiswürdigkeit sind entscheidend“, sagt Zehden. Das Ausbildungsprogramm darf als mustergültig bezeichnet werden. Für ausgezeichnete Leistungen wurde ein „Azubi-Award“ gestiftet, ein Preis, den es selbst bei Four Seasons oder Ritz-Carlton nicht gibt, und junge talentierte Köche, die gut, aber nicht überkandidelt zu Werke gehen, werden von Zehden in Sternküchen vermittelt, damit sie die ganze Bandbreite der Kochkunst kennen lernen.



Neu im A- & Z-Portfolio: das Quality Hotel Weimar. Das Haus befindet sich am Stadtrand im Grünen, zur Innenstadt sind es sechs, zur Autobahn A4 ein Kilometer



Die Berliner Unternehmensgruppe um Michael Zehden bietet preisgünstige Übernachtungsangebote in mitunter strukturschwachen Regionen: das Comfort Hotel in hessischen Melsungen (links) und das Berghotel Friedrichroda, Thüringen

