

URL: <http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,808195,00.html>

11. Januar 2012, 10:35 Uhr

Neue Hotels am Frankfurter Flughafen

Schneller wohnen

Von *Maren Hoffmann*

"The Sqaire" ist eine Kathedrale der Mobilität. In dem futuristisch gerundeten, neun Stockwerke hohen Stelzenkomplex am Frankfurter Flughafen ballen sich Schienenstränge, Autobahnen und Flugverbindungen zu einem gigantischen Verkehrsknoten. Hilton hat jetzt hier gleich zwei neue Hotels eröffnet.

Frankfurt am Main - Der beste Platz ist das große Fenster vor dem Ballsaal an der Stirnseite des 660 Meter langen Gebäudes. Hier fühlt man sich am lebendigen, nie abebbenden Puls der globalen Mobilität. Stolz streckt Hotelchef Charles J.H.L. Muller die Arme aus, als wollte er sie alle umarmen, die vielen Autos, die Züge, selbst die Flugzeuge, die man hier im Landeanflug beobachten kann. Aber hören kann man fast nichts: Hier, mitten im Zentrum der Verkehrsströme, ist es erstaunlich ruhig.

"The Sqaire", im vergangenen Jahr Deutschlands größter Neubau, sieht so aus, wie man sich in den 1950er Jahren die Zukunft erträumte. Das Gebäude am Frankfurter Flughafen ist eine gigantische Kathedrale der Mobilität, jeder kann jederzeit hin und jederzeit weg, per Auto, per Fernzug, per Flugzeug, per Bus, per S-Bahn. Die "New Work City" mit ihren ausgedehnten Büroetagen, auf denen, wenn alle Mieter eingezogen sind, rund 7000 Menschen arbeiten sollen, ist das Reich der Rollkoffer und der Anzüge. Als müßiger Flaneur im Freizeitdress käme man sich hier entsetzlich fehl am Platz vor.

Der riesige Silberling galt lange als überteuerte Problemimmobilie, die den Aktienkurs des Bauherren IVG Immobilien kräftig in den Keller zog. Jetzt soll mit den beiden neuen Hilton-Häusern mehr Leben und Profitabilität in das 140.000 Quadratmeter große Haus einziehen. "Es geht um ein Maximum an Mobilität", fasst Hotelchef Muller das Konzept zusammen. Vom Hotel aus führt eine Fußgängerbrücke direkt zum Terminal 1 des Flughafens, in der Lobby informieren Monitore, die direkt an das Airport-System angeschlossen sind, in Echtzeit über alle Flüge.

Und es geht um Glamour. Den sucht man in den meisten Flughafenhotels vergebens. Viele bieten eben nur den Vorteil, dass man sie möglichst schnell wieder verlassen kann. Das Hilton will seine Gäste zum Bleiben verleiten. Das Prestigeprojekt richtet sich schließlich auch an die verwöhnte Klientel der Sqaire-Hauptmieter, der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG und der Lufthansa.

Die Präsidenten-Suite kostet 2500 Euro pro Nacht

Deshalb gibt es im Hilton Frankfurt Airport, dem luxuriöseren der beiden Häuser, nicht nur einen riesigen Ballsaal, der wie ein Haus im Haus die Form und den Silberglanz des Sqaire-Gebäudes im Kleinen wiederholt und fast 600 Personen fasst. Es gibt auch eine 140 Quadratmeter große Präsidenten-Suite, 2500 Euro die Nacht soll sie kosten. Die Wände sind mit feinem beigen Leder bezogen, der Blick schweift über den Stadtwald, im Bad sprudelt der Whirlpool, im Wohnzimmer versinkt der große Flachbildschirm diskret im Massivholz.

Auch das hauseigene Restaurant "Rise" soll Maßstäbe setzen. Es widmet sich dem in der gehobenen Gastronomie eher exotischen Thema Brot. In allen neun Ländern, in denen er bisher gearbeitet habe, versichert der Niederländer und Kosmopolit Muller, habe deutsches Brot das obere Ende der Skala markiert. Für die Deutschen hat es einen starken Heimatbezug, für alle anderen ist es etwas typisch deutsches.

Einen Swimmingpool hat das neue Hilton nicht, wohl aber eine edel ausgestattete executive lounge, Tagungsräume mit erfreulich intuitiv bedienbarer Technik und einen guten Fitnessbereich. "Ein Swimmingpool lohnt sich nicht für ein Flughafenhotel - die Leute bleiben zu kurz und nutzen dieses Angebot kaum", sagt Muller. Dafür hat er viel Augenmerk auf Details gelegt: Alle Zimmer, sowohl im Hilton als auch im Garden Inn, haben Steckdosen, die für US-Geräte, für britische und für solche mit EU-Norm passen. Die Matratzenhärte kann der Kunde selbst einstellen. Für das Design zeichnen die Hamburger Gestalter von Joi Design verantwortlich.

Eine gewollte Zwei-Klassen-Gesellschaft

249 Zimmer hat das Hilton Frankfurt Airport, die Preise dafür liegen zwischen 199 und 499 Euro. Im benachbarten Hilton Garden Inn, das 334 Zimmer hat, liegen die Preise zwischen 119 und 329 Euro. So entsteht hier eine gewollte Zwei-Klassen-Gesellschaft: Im Hilton übernachtet der Vorstand First Class, im Garden Inn die Abteilungsleiter in der Business Class. Da gibt es dann halt keine Kofferträger, und statt der Minibar einen Minimarkt in der Lobby. Vom Garden Inn können sie dann durch eine Glaswand hinüberschauen und sich vornehmen: Im nächsten Jahr sitz' ich auch da drüben.

"In Europa ist es eine Premiere, dass zwei Marken aus dem Hilton Worldwide Portfolio am selben Standort ein Cluster bilden", meint Muller. "Wir sehen das aber als Zukunftsmodell, das aus der Kostenperspektive und aus der der Kunden Sinn macht. Ein Kunde, der mehr Auswahl hat, ist immer glücklicher. Es wird in Zukunft viele Cluster geben."

Das sieht Stephan Gerhard anders. Der Chef der Hotelberatungsgesellschaft Treugast meint: "Hotelcluster sind kein echter Trend in der Branche. Wenn welche entstehen, geht es meist eher darum, die Konkurrenz draußen zu halten. Das ist meist keine strategische, sondern eine situative Entscheidung. Der Nachteil ist ja, dass man ein riesiges Zimmerkontingent auslasten muss - da kann die Synergie auch in Kannibalismus umschlagen."

Flugverzögerungen als Marketinginstrument

Gerhard vermutet daher: "Die Entscheidung für das Cluster in Frankfurt war wahrscheinlich getrieben von der schieren Größe des Objekts. Und bevor man da mit einem Hilton neben einem Novotel gesessen hätte, hat Hilton das Mittelsegment dann lieber selbst besetzt, das im Flughafen in dieser Form noch nicht vertreten war." Die Frage, die sich an dem Standort gestellt habe, sei gewesen, wie man 500 Zimmer dorthin bekommen könne, ohne die Marke zu überfordern. "Ich halte das Projekt im Squire aber für gut. Das wird ein Riesenareal, wie wir es in Deutschland bisher nicht kannten, eine Stadt in der Stadt. Unter der Woche wird der Nachfragedruck auf jeden Fall da sein."

Für Nachfrage, hofft Hilton-Mann Muller, wird auch noch von anderer Seite gesorgt - unfreiwillig. Der Flughafenstandort birgt für den Hotelier einen ganz entscheidenden Vorteil, jedenfalls bei schlechtem Winterwetter. "Verzögerte Flüge sind für Flughafenhotels ein schönes Marketinginstrument", freut sich Muller, "die Leute sind gezwungen zu übernachten, lernen das Hotel kennen und schätzen und kommen wieder."

Mehr zum Thema:

[Fotostrecke: Hiltons neue Flughafenhotels in Frankfurt](http://www.manager-magazin.de/fotostrecke/fotostrecke-76408.html)

<http://www.manager-magazin.de/fotostrecke/fotostrecke-76408.html>

[Leonardo Hotels: Wachsen in der Mitte \(manager-magazin.de\)](http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,804190,00.html)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,804190,00.html>

[Wellness ganz unten: Keller-Spas und Wohlfühlhimmel \(manager-magazin.de\)](http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,803134,00.html)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,803134,00.html>

[Waldorf Astoria Berlin: Neuer Glamour für den alten Westen \(manager-magazin.de\)](http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,749699,00.html)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,749699,00.html>

[Hotelzimmer der Zukunft: Sanftes Schaukeln \(manager-magazin.de\)](http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,747743,00.html)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/0,2828,747743,00.html>

[Mehr zum Thema Reise: Alle Artikel, Fakten und Hintergründe](http://www.manager-magazin.de/thema/reise/)

<http://www.manager-magazin.de/thema/reise/>

© manager magazin Online 2012

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH