



HILTON MUNICH PARK, MÜNCHEN

## Park stand Pate

Pünktlich zu den Olympischen Spielen hat das Hilton Munich Park 1972 seine Pforten geöffnet und pünktlich zur Champions League hat es 40 Jahre später neu eröffnet – mit generalüberholten „inneren Werten“. Passend zur Lage am Englischen Garten ist das neue Interieur vom Thema Park inspiriert.

Hotels zu designen macht Spaß. Da mischt auch mancher Eigentümer bzw. Generaldirektor gern mit. Und beizeiten schicken sogar deren Gattinnen ihren guten Geschmack ins Rennen, um dem Interieur der Gästehäuser ihren ganz eigenen Stil zu verpassen. Doch wer rein nach persönlichem Gusto schneidert, läuft Gefahr, das Outfit am Gast vorbei zu nähen. Dabei ist „Selfmade“-Design keine Domäne privat geführter Hotels. Selbst Kettenhäuser wurden und werden so gestaltet – da machte auch das eine oder andere Hilton keine Ausnahme. Früher. Doch die

Zeiten ändern sich. Wer nur „geschmackvoll eingerichtete Zimmer“ bieten kann, hängt bald an der Ausverkaufs-Stange, denn wer trägt noch gerne Vorjahreskollektion, wenn immer mehr andere mit zeitgemäßem „Design made by Designers“ aufwarten – und das oft preiswert noch dazu. Wie die Zeiten, so haben sich auch die Gestaltungsvorgaben für die Marke „Hilton“ weltweit geändert. Vorbei die Politik, dass jedes Haus fast gleich aussieht. Vorbei, dass zugunsten besserer Preise für mehrere Häuser dieselben Möbel gekauft werden. Vorbei auch, dass der regionale Bezug zum



nachher



Bild: JOI-Design (3)

**Ein Kind der 70er: Die Fassade des Hotels steht unter Denkmalschutz und ist nicht renoviert worden.**

**Die Lobby im Hilton Munich Park vor dem Umbau und danach.**



vorher

Standort keine große Rolle spielt. Dabei konnte sich das Hilton Munich Park über fehlenden Bezug zum Standort noch nicht einmal beklagen: In Anlehnung an den direkt vorbeifließenden Eisbach war das Interieur des 5-Sterne-Hauses, das am Rand des Englischen Gartens liegt und zuletzt 2000 groß renoviert wurde, in weiten Teilen blau gekleidet: der „Evergreen“ für ein trendy Beinkleid. Die passende Farbe aber auch für eine Hotellobby?

„Nicht wirklich“, lautet das Urteil der Innenarchitektin Corinna Kretschmar-Joehnk, JOI-Design, und Christoph Glaser, Director of Operations des Hotels. Begründung: Empfangsgeste und Wohlfühlfaktor? Zu kühl. Materialmix? Zu furios. Die Kombi aus wild gemustertem Teppich, altmodischen Holzeinbauten und angestaubten Möbeln fällt bei der Jury glatt durch. Zum Glück sahen das die Hotelgäste bislang gnädiger, denn

über mangelnde Auslastung konnte sich das Hotel nicht beklagen. Trotz Interieur und Exterieur – denn auch letzteres gereicht nicht zum Stylehighlight, obgleich der kantige Betonriese als wahrer Zeuge seiner Zeit mittlerweile unter Denkmalschutz steht. Trotzdem lässt er die Herzen der Menschen nicht etwa höherschlagen, denn er ist, was er ist: kein allseits beliebter Jugendstilbau und auch kein richtungsweisender Vertreter der Moderne, sondern ein echtes Kind der 70er. Allerdings kommt der rüde Hotelbau auch nicht ganz ohne schnitttechnische Raffinessen daher: Der Münchener Hotelmarkt boomt, und der Englische Garten erfüllt, zentrumsnah, verkehrstechnisch günstig und zugleich idyllisch gelegen, die Kriterien, die schon Conrad Hilton so wichtig waren: Lage, Lage, Lage. Und auch das Label selbst trägt das Seine zum Betriebserfolg bei: Wer Hilton bucht, weiß, dass er Hilton bekommt – egal, in welches Exterieur

verpackt, und künftig sogar in individuelles Interieur getüncht.

### Bayerischer Park

Dem Münchener „Park-Haus“ auch so ein individuelles Interieur zu schneiden, war die Aufgabe des Innenarchitekturbüros JOI-Design. Die Planer kamen 2010 ins Projekt: Sie hatten den Wettbewerb für die Neugestaltung des Interieurs gewonnen. Als Projektsteuerer war ChandlerKBS mit von der Partie und für den Innenausbau zeichnete Hagenauer verantwortlich. Die Entscheidung, dass renoviert werden soll, hat Hilton, die das Haus seit 1972 unter einem Pachtvertrag betreiben, 2009 getroffen und auch die Investitionen in Höhe von über 18 Mio. Euro selbst getragen. Neu gestaltet werden sollten neben Lobby, Bar und Restaurant auch Zimmer, Flure sowie der Salon Marco Polo im obersten Stock mit Zugang zur Dachterrasse. Wunsch des Betreibers war, dass die

Die Zimmer vorher waren eingerichtet, nicht design. Die Möbel wurden damals „im Doppelpack eingekauft“, um auch das Haus in Mailand damit auszustatten. Heute sind die Zimmer entsprechend den Leitgedanken „Park“ und „Bayern“ gestaltet.



vorher

Bild: JOI-Design



nachher

Bild: Hilton

## STANDORT

Die Zahl der Hotels und Betten ist in München seit 2005 kontinuierlich gestiegen. Waren 2005 noch 309 Hotels und Hotels garnis auf dem Markt, hat sich der Wert 2010 auf 345 und 2011 auf 346 erhöht. Die Bettenzahl ist im selben Zeitraum von 38.234 (2005) auf 50.196 (2010) und 52.700 (2011) geklettert. Was die Übernachtungen anbelangt, so folgte München nach Angaben des Statistischen Bundesamts an zweiter Stelle vor Hamburg und Frankfurt mit 11,7 Mio. Übernachtungen auf Berlin mit 22,4 Mio. Übernachtungen. Laut Statistischem Bundesamt erreichte die Auslastung in Münchener Hotels 2011 73,3 Prozent. Bezogen auf das laufende Jahr lag die Auslastung der Münchener Quality Hotels laut PKF bis Juni 2012 bei 70,8 Prozent, während sie im Vergleichszeitraum des Vorjahrs noch bei 71,2 Prozent lag (-0,4 Punkte). Der durchschnittliche Netto-Zimmerpreis der Quality Hotels lag bis Juni 2011 bezogen auf das damals laufende Jahr bei 110,85 Euro und stieg im Vergleichszeitraum 2012 auf 120,26 Euro (+8,5 Prozent). Der durchschnittliche RevPAR (Quality Hotels) lag 2011 bezogen auf das damals laufende Jahr bei 78,90 Euro und ist im Vergleichszeitraum 2012 auf 85,14 Euro gestiegen (+7,9 Prozent). Laut Statistischem Bundesamt erreichte München 2011 einen RevPAR von 83,63 Euro und lag damit vor Hamburg (75,69 Euro) und Frankfurt (77,08 Euro).

Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, PKF, Statistisches Bundesamt, CBRE Hotels Germany

neuen Räume nicht mehr „nur eingerichtet“, sondern gestaltet werden: mit gestalterischem roten Faden und regionalem Bezug. Und zwar von jenen, die Hoteldesign von der Pike auf gelernt haben. Der gestalterische rote Faden lag dabei immer noch vor der Haustür. Allerdings fischten ihn die Planer nicht mehr aus dem Eisbach, sie schnappten ihn vielmehr im Englischen Garten auf. Nun stand der Park Pate für den neuen Entwurf, der kombiniert wurde mit einer Portion Bayern.

Verarbeitet hat JOI-Design die Gestaltungsthemen sehr subtil, denn Hofbräuhaus meets Blümchenwiese war weniger der Look, den Hilton im Sinn hatte. Allerdings sind es schon stark florale Motive, die das neue Innenleben prägen. Um aber zeitgemäß zu bleiben, wechseln sich gegenständliche und abstrakte Naturmotive ab: Teppiche und Vorhänge zeigen verspielte Blumenmotive, während Leuchten sowie Balustraden und wandartige Metallkonstruktionen in der Lobby auf abstrakte Weise Geäst nachahmen. Was die Farben anbelangt, so legte der Park auch die derzeit beliebten Erdtöne nahe, was gut mit dem Natursteinboden der Lobby harmonierte, der erhalten bleiben sollte. Die bayerischen Nuancen erkennt der Gast oft erst auf den zweiten Blick, was gewollt ist. So sind etwa Tischbeine gedrechselt, lederbezogene Wände und

Rahmen in den Zimmern als Reminiszenz an die bayerische Lederhose mit sichtbaren Nähten verarbeitet und Leuchten erinnern an hölzerne Wagenräder.

### Umbau bei laufendem Betrieb

Während die Innenarchitekten mit den Planungen im Herbst 2010 begannen, startete der Umbau im Herbst 2011 später als geplant. „Wir wollten noch das Oktoberfestgeschäft mitnehmen, aber den geplanten Eröffnungstermin zur Champions League haben wir eingehalten“, erklärt Glaser. Renoviert wurde bei laufendem Betrieb. Den Anfang machten, in Etappen von zwei Etagen, die Zimmer, in den Bädern wurden nur die Böden erneuert. „Wir renovieren unsere Häuser regelmäßig. Größere Maßnahmen stehen alle sieben bis zehn Jahre an, wobei die Bäder jeden zweiten Zimmer-Zyklus mitgehen“, betont Glaser. Der Zimmergrundriss ist gleich geblieben, obwohl die Räume recht groß sind. „Neubauten peilen Zimmergrößen bis 25 m<sup>2</sup> an, wir haben 25 bis 29 m<sup>2</sup>. Aber der Aufwand, die Zimmer zu verkleinern, hätte nicht in Relation zum Nutzen gestanden.“

Etwas zeitversetzt zu den ersten Zimmermaßnahmen starteten Bar, Rezeption und Restaurant. Die Läden im Erdgeschoss blieben unverändert und in den Konferenzräumen wurden nur neue Teppiche verlegt. Während im Zuge des



Vor dem Umbau war die Bar dunkel, wenig einladend – ein durchgehendes Designthema fehlte. Florale Muster in der neuen Bar stehen für das Thema Park. Lichteffekte sorgen spielerisch für Stimmung, Metalloberflächen für moderne Eleganz.

Umbaus auch die alte Gebäudetechnik weichen musste, blieb die Fassade unberührt. Um den Betrieb nicht zu stören, wurde die Bar beim Umbau von der Lobby abgetrennt und die Rezeption zog in einen Interims-Kubus. Die Bereiche, in denen Arbeiten stattfanden, wurden mit raumhohen Wänden umbaut, um Lärm und Schmutz zu dämmen. „Durch Fenster konnten die Gäste beobachten, was dahinter passierte. So fühlten sie sich als Teil des Ganzen und die Kundenzufriedenheit hat während des Umbaus nicht nachgelassen“, sagt Alex Staffler, die seit April 2012 als Area General Manager Germany South die beiden Häuser Hilton Munich Park und Hilton Munich City sowie das Hilton Nürnberg leitet.

Die neue Lobby sollte ein lebendiger Ort der Kommunikation sein, in dem sich der Gast geborgen fühlt. „Die Gäste saßen vorher schon im Zentrum der Lobby, allerdings haben wir die Sitzbereiche mit Balustraden eingefasst, die mehr Privatheit schaffen“, beschreibt Kretschmar-Joehnk den Entwurf. Optischer Glanzpunkt der Lobby ist eine zarte Lichtskulptur, die wie blühender Löwenzahn unter der geschwungenen Decke hängt. Das Restaurant Tivoli sitzt nach dem Umbau noch am selben Fleck und hat auch die frühere Zonierung mitsamt den Buffets großteils übernommen, allerdings wurde sonst alles umgestaltet. „Der Gast wurde früher nicht gut ins Restaurant geführt. Die Empfangssituation war wenig einladend, der Weg

nachher



Das Restaurant Tivoli ist ebenfalls umgestaltet worden, allerdings blieben die Zonierung und die Buffets erhalten. Neu ist die Eingangssituation, zudem lassen sich heute Teilbereiche des Restaurants mit Vorhängen abtrennen, damit abends intimere Fine Dinings stattfinden können.

vorher



**S T E C K B R I E F**

Adresse:	Hilton Munich Park Hotel Am Tucherpark 7, 80538 München
Betreiber:	Hilton
Klassifizierung:	5-Sterne-Niveau
Ersteröffnung:	1972
Umbauzeit:	10/2011 - 5/2012
Investor Umbau:	Hilton Worldwide
Investitionssumme:	16 Mio. Euro
Eigentümer:	HVB Bank
Projektsteuerer:	ChandlerKBS
Innenarchitekt:	JOI-Design
Innenausbau:	Hagenauer
Zimmeranzahl:	484 Zimmer, 9 Suiten
Standardzimmer:	25 m <sup>2</sup> + 6 m <sup>2</sup> Bad
Zimmerpreise:	ab 119 Euro
Spa-/Fitness-Bereich:	587 m <sup>2</sup>
Konferenzbereich:	1.600 m <sup>2</sup> Konferenz, 1.450 m <sup>2</sup> Ballsaal

**Ausrüster**

Gebäudeleittechnik:	Siemens
Klima/Lüftung:	Wolf
Brandschutz:	minimax, Bosch, Konzmann
Aufzüge:	Otis
Schließsysteme:	BKS, VingCard
Sonnenschutz:	Warema
Bodenbeläge:	Brintons, Tai Ping, Desso, Bombé Parkett, Ariostea
Beleuchtung:	Sharon Marston, Peters Design, LCD- Textiles, Erco, Santa & Cole, Poltrona Frau, Tom Dixon, Fritz Hansen, Chelsom
Schalter/Steckdosen:	Busch-Jaeger
Möbel:	Meridiani, Flexform, G+H International, Pedrali, Glander, Potocco, Hagenauer, Aliseo
Textilien:	Baumann Dekor, Kvadrat, Kinnasand, Aritex, G+H Leder, Panaz
Matratzen:	Serta Pikolin
Fernseher:	LG
Sauna:	



führte unvermittelt auf die Buffets zu und es gab keine Möglichkeit, Bereiche, die abends nicht benötigt wurden, abzutrennen, um so eine intimere Fine-Dining-Atmosphäre zu schaffen“, sagt Kretschmar-Joehnk. Heute lassen sich einige der insgesamt unterschiedlich gestalteten Sitzbereiche sowie das Buffet mit Vorhängen abtrennen.

Die Ausrichtung des Hauses hat sich nach dem Umbau nicht verändert. Glaser: „Nach wie vor adressieren wir Geschäfts- wie Privatreisende, das Verhältnis liegt bei 61 zu 39 Prozent. Unsere Gäste kommen vorwiegend aus Deutschland, den USA, England, Italien und den Vereinigten Arabischen Emiraten.“ Ob und wie sich die Auslastung nach dem Umbau verändert hat, lässt sich noch nicht beurteilen, aber „wir sind jetzt wieder bei alten Buchungsständen“. Die Preise richten

sich wie zuvor nach Angebot und Nachfrage, denn „in der Regel renoviert man nicht, um höhere Preise zu erzielen, sondern um die alten zu rechtfertigen“. Und die gelten in Deutschland ohnehin als eher niedrig. „Wir haben vor einiger Zeit ein Projekt in der Schweiz gemacht. Da hieß es: ‚Ihr seid ja das Bangladesch Europas‘“, scherzt Kretschmar-Joehnk. München, neben Hamburg und Frankfurt, sieht sich hier sicher in der glücklichen Lage, an der Preis-Spitze von „Europas Bangladesch“ zu sitzen. Und auch Hilton ist in einer glücklichen Lage: Die Hotelgesellschaft kann künftig mit einem rundum erneuerten Haus am Englischen Garten und einem ebenfalls kürzlich teilrenovierten Haus in der Münchener City an den Start gehen. Gute Stadt, gute Lagen – gute Aussichten.

Sandra Hoffmann ■

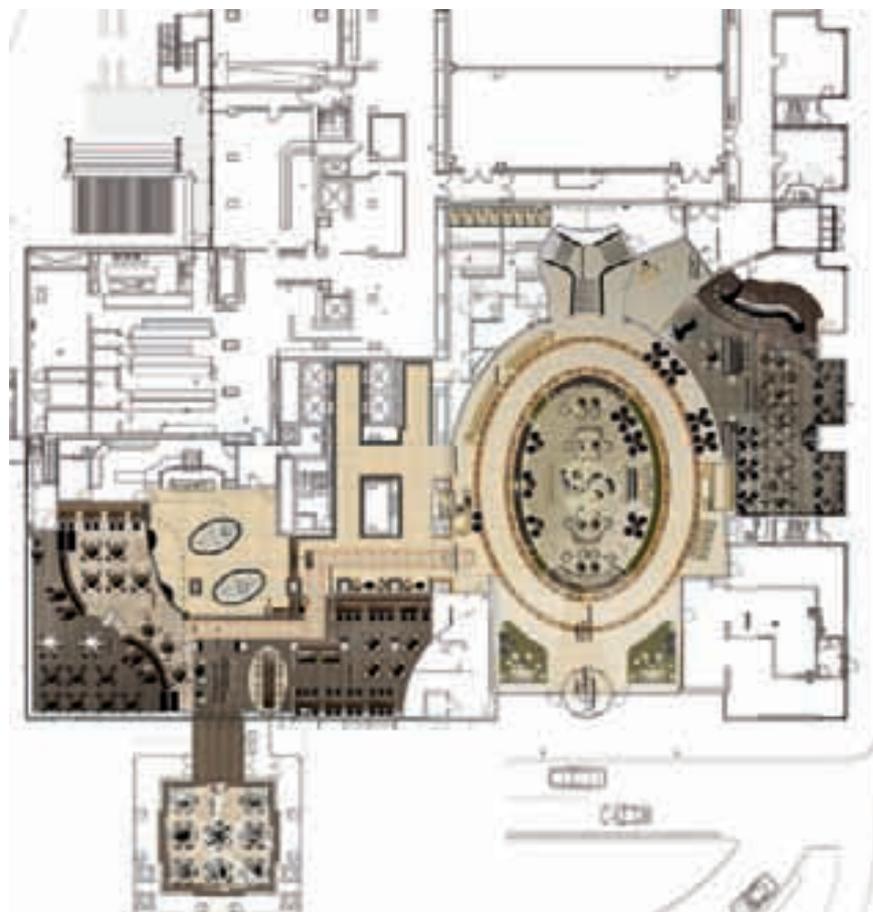


Bild: JOI-Design

Das Erdgeschoss des Hotels: Im Großen und Ganzen sitzen die verschiedenen Bereiche noch heute dort, wo sie vorher waren – allerdings tragen sie nun einen neuen Look. Im Eingangsbereich zum Restaurant ist eine Wand abgerissen und neu errichtet worden.