

GELD & GENUSS

101 BESTE HOTELS

Ende des Monats sollen sie in Berlin gefeiert werden. Wir nehmen das Ranking Deutschlands feinsten Herbergen zum Anlass für eine Leistungsschau



LET'S GO

Munich's Finest

Sehr weise: einen Tag in Isar-Athen komplett in dessen **feinsten Hotels** zu verbringen

Dürers Selbstporträt in der Alten Pinakothek und die Moriskentänzer am Rathausturm können warten. Heute lassen Sie sich verwöhnen. Nach dem Frühstück auf Ihrem geräumigen Zimmer im **1 The Charles Hotel** (Rang 13 unter Deutschlands besten; Sophienstraße 28, Tel. 089/5445550, roccofortehotels.com) nehmen Sie im **2 Bayerischen Hof** (Rang 26, Promenadeplatz 2–6, Tel. 089/21200, bayerischerhof.de) den Aufzug hinauf zum Blue Spa. Der glasüberdachte Pool und himmlische Massagen werden Sie sicher länger als geplant in Bann halten. Doch die Dachterrasse des **3 Mandarin Oriental** (Rang 5, Neuturmstraße 1, Tel. 089/290980, mandarinoriental.de) sollten Sie vor Einbruch der Dämmerung erreichen. Denn gerade dann macht die Aussicht die hour noch happier. Zum Abendessen empfehlen wir Maike Menzels Michelin-besternte „Young Bavarian Cuisine“ im Restaurant Schwarzreiter im **4 Kempinski Vier Jahreszeiten** (Rang 9, Maximilianstraße 17, Tel. 089/21250, schwarzreiter-muenchen.de). Anschließend lehrt Sie die famose Stadtresidenz **5 Beyond by Geisel** (Rang 11, Marienplatz 22, Tel. 089/700746700, beyond-muc.de) mit warmen Farben und Großaufgebot von Holz, wie heimelig Minimalismus sein kann.

BILD: ROCCO FORTEHOTELS/THE CHARLES HOTEL, HOTEL BAYERISCHER HOF, MANDARIN ORIENTAL HOTEL GROUP, HOTEL VIER JAHRESZEITEN KEMPINSKI MÜNCHEN, MARC OEDER/BEYOND BY GEISEL



POWER LUNCH

Bau-Stil

Im äußersten Nordwesten des Saarlands, gar nicht so weit vom luxemburgischen Schengen und somit eigentlich in der touristischen Diaspora, hat sich in einem nach dem Krieg wiederaufgebauten Schloss ein Traumziel für Gourmets eingestrichelt: In **Victor's Fine Dining by Christian Bau** betört der dreifach besternte Küchenchef mit feinstgliedrigen, japanisch inspirierten Tellern. Die zugehörige Herberge, wie wohl in schwer erträglichem Neureichen-Barock eingerichtet, darf sich zu den „101 besten Hotels Deutschlands“ zählen. Und federt so den Genuss ab.

➔ Schloßstraße 27–29, Tel. 06866/79118, victors-fine-dining.de



POWER DRIVE

Verleiht Flügel

Apropos Komfort. Dazu zählen in der gehobenen Hotellerie längst nicht nur großzügige Gästezimmer, ein sternewürdiges Restaurant und ein schmuckes Spa, sondern auch umfangliche Fitnessangebote. Das **Riva** etwa, eine Jugendstilvilla mit modernem Anbau in Konstanz direkt am Bodensee und derzeit Nummer 25 unter den besten 101 Hotels in Deutschland, verleiht E-Bikes und andere Räder an seine Gäste. Und wenn Sie heimkehren vom Trail in die Umgebung, erwartet Sie ein schmuckes Spa, ein sternewürdiges Restaurant und ein großzügiges Gästezimmer.

➔ Seestraße 25, Tel. 07531/363090, hotel-riva.de



10 NACH 10

Seiner Zeit

Als Abraham Favre 1737 seine Uhrmacherwerkstatt in Le Locle aufsperrte, hatten hohe Herren im Bedarfsfall zwar womöglich jede Menge eifertiger Diener. Aber wenn sie auf Reisen waren, mussten sie auf fließendes Wasser in geheizten Bädern, elektrische Fahrstühle oder japanische Küche verzichten. Jetzt, da Service und Komfort zusammenkommen, will die inzwischen in indischen Händen befindliche Manufaktur den Chef des jeweils besten Hotels in Deutschland mit einer **Favre-Leuba Raider Harpoon** beschenken, eine Ein-Zeiger-Uhr für hohe Herren unserer Zeit.

➔ um 4540 Euro, favre-leuba.com/de/uhren/raider/harpoon/detail/watch/00.10101.08.52.41

BILD: LUKAS KIRCHGÄSSER/VICTOR'S GROUP, 4FR/ISTOCK, FAVRE-LEUBA, KLAUS LORKE/ALTHOFF HOTEL AM SCHLOSSGARTEN

POWER DRINK

Erste Liga

Lieber zu Fuß über die Königstraße oder vom Nachtquartier die Treppe hinunter gelangt man in die **Weinwirtschaft** im Althoff Hotel am Schlossgarten in Stuttgart. Hier schenkt das Kaiserstuhler Gut des DFB-Präsidenten Fritz Keller ein breites Sortiment nicht nur eigener Tropfen aus (und bietet sie mit bundeslandestypischer Geschäftstüchtigkeit auch zur Mitnahme an). Und die Küche sorgt mit Maultaschen, Tatar vom Schwarzwaldrind oder „Schwabenfladen“ dafür, dass die Weiß-, Grau- und Spätburgunder des Weinguts Franz Keller vorteilhaft komplementiert werden.

➔ Schillerstraße 23, Tel. 0711/2026836, althoffcollection.com



Gastgeberqualitäten: Im Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten Hamburg diskutierten (v. r.): Dirk Iserlohe, Dorint; André Witschi, Deutsche Hospitality; Wybcke Meier, TUI Cruises; Frank Marrenbach, Althoff Hotels; Ingo C. Peters, Vier Jahreszeiten; Thomas Mack, Europa-Park Rust; Christina Block, Block Holding; Korbinian Kohler, Bachmair Weissach, und (stehend) Moderator Jens Huwald, Wilde & Partner



„Wir sind zu viele kleine Player“

Corona hat die Branche der **Luxushotellerie** mit Nachdenklichkeit infiziert. In einem Salongespräch suchten ihre Vertreter Gemeinsamkeiten

Es war kurz vor dem zweiten Lockdown, als die Spitzenvertreter der deutschen Luxushotellerie in Hamburg zusammenkamen. Anlass war die Verkündung eines neuen Rankings, das „Die 101 besten Hotels Deutschlands“ listet. Entwickelt vom Schweizer Institute for Service Excellence des Hotelberaters Carsten Rath und begleitet von der Erfurter Tourismus-Universität IUBH sowie der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung (ahgz), bündelt die Rangliste Bewertungen von Buchungsportalen, Einstufungen einschlägiger Publikationen und Expertentests. Sieger der ersten Auflage war das Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten in Hamburg.

Während solche Zusammenkünfte gemeinhin nicht viel mehr als Selbstbeweihräucherung erwarten lassen, erstaunte die Veranstaltung mit einer bemerkenswerten Podiumsdiskussion, die in einigermaßen Schonungslosigkeit Folgen und Chancen von Corona für das Gastgewerbe in diesem Land erörterte. Es moderierte Jens Huwald, Chef der Münchner Kommunikationsagentur Wilde & Partner.

Herr Peters, ganz ehrlich, wie bewerten Sie denn in diesen Zeiten die Auszeichnung als „Bestes Hotel Deutschlands“?

Ingo C. Peters, General Manager Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten: Zunächst ist sie eine große Motivation, genauso weiterzumachen. Denn „in the race of service, there is no finish line“. Offenbar sind wir auf dem richtigen Weg.

Kann dieser Preis ein Signal sein?

Peters: Selbstverständlich. Zum einen ist, Corona-bedingt, den Deutschen die Schönheit und der Reiz des eigenen Landes bewusst geworden. Es ist eine neue Lust entstanden auf das Reisen im Inland. Da sind dieses Ranking und das begleitende Buch (29,90 €, 356 Seiten, *die-101-besten-hotels-deutschlands.de*) sicher eine Anregung, wohin die Reise gehen darf. Zum anderen sehe ich auch eine deutliche Wirkung jenseits der Landesgrenzen. Deutschland hat zuletzt international enorm an Stellenwert gewonnen. Das schärft die Aufmerksamkeit dafür, dass es hier viele großartige Hotels, Restaurants und touristische Attraktionen gibt. Dieses Ranking könnte also auch ausländischen Gästen die entscheidenden Anhaltspunkte geben, die bisher vielleicht gefehlt haben.

Deutsche Strahlkraft hinaus in die Welt – Sie, Herr Witschi, haben sich ja auf die Fahne geschrieben, die Deutsche Hospitality, und hier vor allem Steigenberger Hotels international, weiter nach vorn zu bringen. Ist das mit Corona nicht zu ambitioniert?

André Witschi, Aufsichtsratsvorsitzender Deutsche Hospitality: Natürlich tut uns die momentane Situation sehr weh. Und im Luxussegment leidet man am stärksten. Einigermaßen gut geht es noch den Hotels in innerstädtischen Lagen. Aber: Solche grundsätzlichen Krisen bieten auch immer eine Chance. Weil sie Veränderungen ermöglichen, die in einem Normalbetrieb schwer zu forcieren sind. Wir müssen Dinge grundsätzlich verändern, →



Es ist eine neue Lust entstanden, auf das Reisen im Inland. Da ist dieses Ranking sicher eine Anregung, wohin die Reise gehen darf.“

Ingo C. Peters,
Fairmont Vier Jahreszeiten Hamburg



Es ist absolut absurd, wenn eine Regierung einem sagt, wann man sein Geschäft machen darf."

Frank Marrenbach, Althoff Hotels



Solche grundsätzlichen Krisen bieten auch immer eine Chance, die im Normalbetrieb schwer zu forcieren ist."

André Witschi, Deutsche Hospitality



BILD: KLAUS LORKE-FRANZISKA KRUG/GETTY IMAGES (3), STEIGENBERGER HOTELS AG, POCHA BURWITZ/DORINT HOTELS & RESORTS

weil unsere Branche nach Corona nicht mehr so sein wird wie vorher. Wir wollen eine der führenden Hotelgesellschaften in Europa werden, mit unseren Produkten die europäischen und Middle-East-Märkte noch besser bedienen und Steigenberger im höheren Segment noch stärker positionieren.

Viele Betreiber ächzen während des wegen Corona (zwangs)eingeschränkten Betriebs unter der Belastung ihrer Pachtverträge. Sie, Herr Iserlohe, haben deshalb sogar eine Verfassungsklage angestrengt.

Dirk Iserlohe, Aufsichtsrat Dorint: Ja. Der Mittelstand in der Hotelindustrie steht am Scheideweg. Wenn wir uns jetzt nicht wehren, dann wird es in der Tat zu einer Konzentration kommen. Wir sitzen alle in einer unver-

DIE TOP TEN DER 101 BESTEN HOTELS

- 1. Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten** Hamburg
- 2. Schloss Elmau**, Krün
- 3. Hotel Adlon Kempinski**, Berlin
- 4. Severin's Resort & Spa Sylt**
- 5. Mandarin Oriental Munich**, München
- 6. Capella Breidenbacher Hof**, Düsseldorf
- 7. Brenners Park-Hotel & Spa**, Baden-Baden
- 8. Hotel Bareiss**, Baiersbronn
- 9. Vier Jahreszeiten Kempinski**, München
- 10. Kempinski Hotel Berchtesgaden**

schuldeten Krise. Und die Politik hat sich entschieden, uns als Sonderopfer zu nehmen. Wir erleben einen harten und einschneidenden Eingriff in unsere Berufsfreiheit. Grundsätzlich: Ich möchte nicht von Herrn Altmaier gefördert werden. Ich entwickle ja kein neues Hotel. Ich möchte schlicht eine Entschädigung für die Hotelindustrie. Deshalb die Verfassungsklage: Der Infektionsschutz, Paragraf 28a, muss so lange ausgesetzt werden, bis ernsthafte Entschädigungen auch ankommen. Für die Dorint habe ich 14,6 Millionen angemeldet, maximal soll es aber nur eine Million werden. Das ist eine Begrenzung, die aus dem Fördergedanken kommt. **Herr Marrenbach, kurz nachdem Sie von der Oetker Collection zu Althoff Hotels gewechselt sind, kam der erste**

Lockdown. Haben Sie Ihre Entscheidung zwischendurch mal bereut?

Frank Marrenbach, geschäftsführender Gesellschafter Althoff Hotels: Keine Sekunde. Aber auch wenn man sagt, verpasse nie eine gute Krise, hätte ich diese natürlich gern verpasst. Thomas Althoff ist Gott sei Dank immer ein guter Kaufmann gewesen. Insofern sind wir im doppelten Wortsinn unverschuldet in diese Krise geraten und können sie deshalb besser bewältigen. Aber wenn es so weiterginge, wäre am Ende jedes Kapital der Welt aufgezehrt. Der Unterschied ist: Wenn gegenüber dem eigenen Haus ein tolles neues Hotel aufmacht, muss man sich Gedanken machen, weil der Kollege en face sonst Kundschaft an einem selbst vorbeilenkt. Das ist eine unternehmerische Herausforderung. Aber es ist absolut absurd, wenn eine Regierung einem sagt, wann man sein Geschäft machen darf. Das müssen wir gemeinsam ändern. Dazu brauchen wir in der Branche eine starke Stimme. Und wenn es für uns einen Lerneffekt aus dieser Krise gibt, dann ist das sicherlich, wie wir in Zukunft gemeinsam, trotz oder wegen unser aller Individualität, diese Stimme entwickeln. Das halte ich für unerlässlich. Sonst haben wir als Branche keine Chance. **Wenn Sie die Milliarden anschauen, mit denen etwa die Automobilindustrie unterstützt wird, fühlen Sie sich dann mit Ihrem Familienunternehmen gerecht behandelt, Frau Block?** **Christina Block, Gesellschafterin und Aufsichtsrätin Eugen Block Holding:** Da kann man eigentlich nur Nein sagen. Natürlich sind wir nicht Fußball, natürlich sind wir nicht Auto. Würden wir ähnliche Wertschätzung genießen, hätten wir mehr Geld auf dem Konto. Ich repräsentiere ja nicht nur Hotellerie. Wir haben Restaurants, Lebensmittelproduktionsbetriebe, wir sind von der Krise in vielfältiger Weise betroffen. Und ja: Uns fehlt die Schlagkraft in Berlin, die die Bandbreite unserer Branche darstellt. Zu der gehört

eben nicht nur das Grandhotel, sondern auch der Kiosk, der belegte Brötchen schmiert und verkauft, der Nachtclub auf dem Kiez, die Veranstaltungsbranche, das Tanzlokal und der Biergarten in Bayern. Und zum Tourismus gehören auch der Städteführer, die Eventlocation oder auch unsere Lebensmittelzulieferer. Wenn all die in einem Verbund in Berlin sprechen würden, hätten wir vielleicht ein bisschen mehr dieser Wertschätzung.

Wo könnte denn eine solche Stimme implementiert werden? Beim Hotel- und Gaststättenverband Dehoga?

Iserlohe: Zunächst ist erst mal wichtig, dass wir in der Krise nicht anfangen, uns intern zu bekriegen. Die Hauptgeschäftsführer der Verbände machen in Berlin hervorragende Arbeit. Dennoch müssen wir nach der Krise überlegen, wie wir in Gänze vertreten werden wollen. Mit unserem Föderalismus haben wir ja schon unsere Probleme mit der Einheitlichkeit der Corona-Regeln von einem zum nächsten Bundesland. Unsere Branche beschäftigt in Deutschland drei Millionen Menschen. Das sind mehr als drei Mal so viele wie in der Autoindustrie. Deshalb braucht es auch für uns klare Strukturen, damit wir in die Lage kommen, für uns eine Botschaft auszusprechen.

Witschi: Das stimmt: Es ist wichtig, dass wir als Branche zusammenstehen. In der Vergangenheit war der Nachbar der größte Konkurrent. Das müssen wir ablegen. Wir sitzen letztlich alle in einem Boot. Also müssen wir uns die Hand geben und gemeinsam kämpfen. **Marrenbach:** Henry Kissinger hat mal gesagt, das Problem mit Europa sei: Welche Nummer soll man wählen? Und mit wem soll man sprechen? Das gilt auch für unsere Branche: Welche Nummer soll ein Kanzleramtsminister wählen, wenn er mit der Hotellerie und der Gastronomie sprechen will? Da hat er wahrscheinlich fünf, sechs oder sogar zehn Telefonnummern. Das schwächt uns natürlich. Jetzt ist die Erkenntnis: In epischen Krisen wie dieser ist, →



Die Politik will uns als Sonderopfer nehmen. Ich aber fordere eine Entschädigung für die Hotelindustrie."

Dirk Iserlohe, Dorint





» Die Politik ahnt nicht, wie aufwendig es ist, ein Unternehmen ad hoc runter- und wieder hochzufahren.“

Thomas Mack, Europa-Park Rust



» Wenn wir im Verbund sprächen, hätten wir vielleicht eine ähnliche Wertschätzung wie die Autoindustrie.“

Christina Block, Eugen Block Holding



» Wir zeigen mit unseren aktuellen Konzepten, dass Kreuzfahrten selbst in Pandemiezeiten möglich sind.“

Wybcke Meier, TUI Cruises



» Der Organisationsgrad unserer Branche ist zu gering. Wir sind zersplittert, weil wir viele kleine Player sind.“

Korbinian Kohler, Bachmair Weissach



glaube ich, für einen kurzen Zeitraum die Reformfähigkeit so groß wie sonst nie. Aber das wird sich wieder ändern. Deshalb sollten wir uns möglichst schnell klar werden: Welches ist das rote Telefon, das ein Regierungsvertreter anrufen kann. Übrigens gern auch real auf dem Tisch der Kanzlerin. **Schiffe, Frau Meier, waren die Ersten, die in Quarantäne gingen. Wie oft haben Sie 2020 gedacht, so eine nette kleiner Hotelkette wäre doch vielleicht viel einfacher?**

Wybcke Meier, CEO/Vorsitzende der Geschäftsführung TUI Cruises: Darüber habe ich tatsächlich noch nie nachgedacht. Sondern die Frage lautete, was können wir verbessern, wie können wir einen möglichst sicheren Urlaub gewährleisten? Denn eines ist

klar: Das Bedürfnis aller, zu reisen, in Hotels, Restaurants zu gehen, ist da. **Stützen das Ihre Buchungszahlen?** **Meier:** Die Buchungsstände im November waren nahezu dieselben wie ein Jahr zuvor. Es gibt keinen Abbruch und wir müssen keine Vertrauensarbeit für die Reiseart leisten. Wir zeigen mit unseren aktuellen Konzepten, dass Kreuzfahrten selbst in Pandemiezeiten möglich sind. Was uns derzeit mehr beschäftigt, ist die Routenplanung, da sich die Bedingungen laufend ändern. **Herr Mack, im Europa-Park Rust spielen Sie mit in der Liga der gehobenen Hotellerie. Aber bei Ihnen ist noch mal alles anders.** **Thomas Mack, geschäftsführender Gesellschafter Europa-Park:** Richtig. Mit dem Lockdown im Frühjahr

kam unser gesamter Veranstaltungsbereich komplett zum Erliegen, der Europa-Park, die Hotels und die neue Wasserwelt Rulantica mussten schließen. Die hatten wir 2019 gemeinsam mit unserem neuen Museumshotel Krónasár eröffnet und dabei rund 200 Millionen Euro investiert. Ein kompletter Lockdown war dann natürlich alles andere, als wir uns erhofft hatten. Nach der Wiedereröffnung im Mai hat unser Geschäftsmodell wieder gut funktioniert, deswegen schaue ich jetzt auch ein Stück weit optimistisch in die Zukunft, auch wenn uns der zweite Lockdown kalt erwischt hat. Wir hatten bis in den Oktober hinein mit einer Wintersaison gerechnet und basierend auf unserem sehr aufwendigen Hygienekonzept entsprechende Vorbereitun-

BILD: EUROPA-PARK, FRANZISKA KRUG/GETTY IMAGES (4), TUI CRUISES, BLOCK HOUSE RESTAURANTBETRIEBE AG, STEFAN BOGNER

gen getroffen. Das ist es auch, was ich am meisten kritisiere: Als Unternehmer bekommen wir in der jetzigen Krise keinerlei Planungssicherheit. Vielleicht ahnt die Politik gar nicht, wie aufwendig es ist, ein Unternehmen von einem Moment auf den nächsten runter- oder ganz schnell wieder hochfahren zu müssen. **Könnte da die neue Marke der 101 besten Hotels in Deutschland auch ein Thinktank sein, der versucht, mit der Politik ins Gespräch zu kommen?** **Korbinian Kohler, Bachmair Weissach:** Auf jeden Fall. Wir haben einen noch viel zu geringen Organisationsgrad in unserer Branche. Wir haben eine Zersplitterung, weil wir viele kleine Player sind. Ich warne nur vor einer Sache: Wir leben sehr gut in und wegen

unserer Marktwirtschaft. Wenn wir das Thema Eigentum anfassen, wie es jetzt beim Thema Mietpreisbremse der Fall gewesen ist, drehen wir an ganz gefährlichen Stellschrauben unseres Systems, unter Umständen mit irreversiblen Folgen. Davor warne ich als jemand, der Politik studiert hat. **Block:** Ja, wir brauchen Lobbyisten, ganz wichtig und ganz richtig. Aber so wie der Fußball seine Fans hat, haben wir unsere Gäste. Vielleicht müssen wir ein bisschen daran arbeiten, unsere Gäste zu mobilisieren, für uns ein Wort einzulegen bei der Regierung, und die Wertschätzung, die sie uns entgegenbringen, deutlicher zu machen. **Mack:** Hotellerie und Gastronomie sind unbedingt systemrelevant. Dazu gehören ja nicht nur die Mitarbeiter in den

Hotels und Restaurants, sondern auch die Zulieferer und die Handwerksbetriebe. Wir steigern dadurch auch die Kaufkraft in unseren Regionen. Das muss man mehr herausstellen. **Iserlohe:** Ich möchte einen Vorschlag machen und eine Tafelrunde der Gastlichkeit einberufen von elf Personen, die einen Präsidenten hat, der von den Verbänden akzeptiert wird. Diese Tafelrunde wäre das Sprachrohr, das – neben Wirten und Hoteliers – etwa auch die Event-Wirtschaft, die Kreuzfahrtbetreiber, die Zulieferbetriebe und all die anderen Branchen, die Frau Block genannt hat, vertritt. Sie kann angesprochen werden von der Politik, wenn sie uns denn ernst nehmen will. Dann bekämen fünf Millionen Arbeitnehmer endlich eine Lobby. 

AUF EIN PAAR KILOMETER MIT ...

INGO C. PETERS

General Manager des Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten in Hamburg



Wenn unser Hotel ein Auto wäre, dann ...

... am ehesten ein aufwendig restaurierter Oldtimer, mit modernster Technik und leisem Hybridmotor unter der Haube und außen mit vielen aufpolierten Originalteilen.

Ein vorbildlicher Hotelservice für mein Auto wäre ...

... wenn ich es gewaschen wiederbekäme, gesaugt, mit einer Flasche Wasser und vielleicht einem Pfefferminzbonbon auf dem Armaturenbrett. Und momentan gern frisch desinfiziert.

Ganz am Anfang meiner Karriere habe ich hier im Hotel ...

... drei Monate als Wagenmeister gearbeitet. Da verdient man mindestens so viel wie der Hoteldirektor. Oder sogar mehr. Ich habe damals 300 D-Mark pro Tag gemacht – im Schnitt! – und das täglich in einem Oktavheft festgehalten.

Mein Favorit unter den Spielzeugautos ...

... war, schon damals, ein Porsche 911. Wir haben seinerzeit mit ein paar Jungs gewettet, wer als Erster einen echten hat. Die hab' ich gewonnen. Als vor 15 Jahren der 997er rauskam, hab' ich mir den zugelegt und mit meinem besten Freund, einem Autofreak, konfiguriert, immer in Rücksprache mit einem Redakteur von „auto motor und sport“.

Mein erstes eigenes Auto habe ich ...

... 1979, an meinem 18. Geburtstag, auf einem Autokino-parkplatz einem Kfz-Mechaniker abgekauft: ein gelber Ford Taunus Coupé mit einem schwarzen Adler auf der Motorhaube und rot lackierten Felgen, ein furchtbares Auto. Aber mich interessierte ja nur, wie schnell der ist.

Ich bin ihn fast umgehend wieder ...

... losgeworden. Denn ein Freund hatte von seinem Stiefvater einen roten '69er Opel Kadett A mit zwei schwarzen Rallyestreifen bekommen, komplett restauriert. Der fand aber mein Coupé ganz toll. Also haben wir getauscht.

Meine Traumstraße ...

... ist der Pacific Coast Highway. Ich habe ihn tatsächlich vier Mal befahren, zwei Mal mit meinem eigenen Auto, einem BMW 325is M-Paket mit voller Lederausstattung und Schiebedach, und später mit einem geliehenen Ford Mustang 5.0 Convertible, einem Auto, mit dem sich wunderschön cruisen lässt, beide Male natürlich in Rot.

Mein schlimmstes Autoerlebnis spielt auch ...

... in den Vereinigten Staaten. Bevor ich meinen BMW verkaufte, wollte ich noch einmal sehen, wie schnell der eigentlich ist. Auf dem langen, schnurgeraden Highway von Vegas durch die Wüste nach Kalifornien hab' ich voll draufgetreten. Aber: Die haben mich mit dem Flugzeug geblitzt. Das merken Sie gar nicht, die fliegen so weit oben. Jahre später stand ich am Flughafen Los Angeles bei Hertz. Und die wollten mir kein Auto geben. Warum? „You have been charged with reckless driving.“ Mein ganzer Urlaub stand auf dem Spiel. Doch ich hatte Glück im Unglück: Ich entdeckte, irgendwo versteckt, einen Autovermieter namens „Rent A Wreck“. Der hatte nur ein einziges Auto im Angebot – einen roten Ford Mustang!



MEIN VATER FUHR ...

... einen VW Variant 1500, wir waren immerhin sechs Personen. Er hatte immer alte Autos, die fast auseinanderfielen. Er war Architekt und ein absoluter Intellektueller. Für ihn waren Autos nur Fortbewegungsmittel von A nach B.



MEINEN PORSCHE 997 RS FAHRE ICH ...

... heute noch mit großer Freude. Da sind alle Extras drin, die ich damals haben wollte. Aber keine Automatik. Er steht in einer beheizten Hotelgarage; ich fahre ihn ausschließlich von Ostern bis Oktober. Und niemals, niemals dienstlich.

ILLUSTRATION: JOHANNA HEINZ FÜR EURO; BILD: MARTIN MEINERS/AUTO BILD



WIE TICKT EIGENTLICH ...

MARTIN R. SMURA

Unser Experte* meint: Der Manager, der bis kurz vor Weihnachten Kempinski-CEO war, hat eine italienische Ader: Er trägt eine Sportuhr zu feinem Zwirn



Der Mann verfügt ganz offensichtlich über ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein. Er hat in etwa das Monatsgehalt eines durchschnittlichen Kempinski-Gastes am Handgelenk (wobei er sicher eingewendet hätte, dass Kempinski-Gäste nie durchschnittlich sind). Und kombiniert dies mit einem sehr businessmäßigen, wahrscheinlich maßgeschneiderten, dreiteiligen Anzug und einem blütenweißen Hemd mit Initialen-geschmückter Manschette. So einen modischen ‚mismatch‘ wagen sonst eigentlich nur italienische Männer. Und auch ein weltläufiger Executive einer Hotelmarke, zumal einer mit Hauptsitz in Genf, sollte eigentlich wissen, dass ein solcher Aufzug fast zwingend nach einer eher flachen Uhr mit Lederarmband ver-

langt. Patek Philippe etwa hätte sich angeboten. Smura aber hat sich dagegen entschieden. Was kümmern Dresscodes einen, der eine Lieblingssuhr hat?

Das Modell, das der Ex-Kempinski-Chef trägt, stammt aus den Jahren vor 2010 und ist, wie es in unseren Kreisen heißt, ‚discontinued‘. Das heißt, es wird so nicht mehr hergestellt. Heute gibt es die Daytona nur noch mit kratzfester Keramik-Lunette, was Polohemden- und Lederjacket-Träger sicher zu schätzen wissen. Und in dieser Kombination ist diese Uhr dann in etwa so ‚mainstream‘ wie ein Porsche 911.◀

* JORAM SCHER, Partner bei Bachmann und Scher in München, gilt als einer der führenden Uhrenexperten in Deutschland. www.bachmann-scher.de

ROLEX COSMOGRAPH DAYTONA, REF. 116520

»Seit 1988 nur über Liste zu haben und deshalb in den Top 10 der begehrtesten Uhren, sind Daytonas meist ein lohnendes Investment. Smuras Uhr dürfte in den Nuller-Jahren um 8000 Euro gekostet haben. Heute ist sie etwa das Doppelte wert.«



Die dienende Diva

Eine gefühlte Ewigkeit an Ort und Stelle und immer nur dem Wohl der Gäste verpflichtet: Baden-Badens **Brenners Park-Hotel** ist zu Recht eine Legende

Manche Gäste möchten gar nicht mehr auschecken, eine Edeldame residiert tatsächlich bereits vier Jahre hier. Seit Kléopatre im März 2017 aus dem Schwesterhotel Le Bristol in Paris übersiedelte, betrachtet die Birma-Katze die Hotellegende als ihr Reich.

Die Edelherberge beginnt ihre Geschichte 1834 als Stephanienbad, eine Referenz an Napoleons Adoptivtochter Stephanie, die ein paar Jahre zuvor Badens Landesmutter war. Beim Übergang in französischen Besitz 1857 wandelt sie sich zu „Stephanie-les-Bains“. Die Episode endet mit einem Konkurs zum Ende des Deutsch-Französischen Kriegs. Schon 1872 erwirbt der Pforzheimer „Hofkleidermacher“ Anton Alois Brenner die Anlage mit dem entlang des Flüsschens Oos angelegten Park für stolze 170 000 Gulden. Offenbar eine gute Investition. Denn als Brenners Sohn Camille dem Vater 1882 den Komplex abkauft, muss er 500 000 Goldmark berappen.

Er macht aus dem Haus ein Grandhotel, erhöht es auf fünf Etagen, dehnt sein Reich durch Zukäufe aus und trägt so entscheidend dazu bei, dass sich Baden-Baden von einer „Pensionopolis für preußische Exzellenzen und Kommerzienräte vom Rhein“ zum Lieblingsziel des europäischen Erb-

und des amerikanischen Geldadels entwickelt. Aber auch russische Fürsten, englische Prinzen und indische Maharadschas beziehen die luxuriösen Appartements, die der Hausherr „mit Teppichen, die den Neid und die Bewunderung der Sammler erregten“, ausstattet. Als die Familie 1922 die Brenners Hotel Aktiengesellschaft gründet, sichert sich Rudolf-August Oetker Anteile, knapp 20 Jahre später, mitten im Krieg, übernimmt er die Mehrheit.

Brenners Park-Hotel wird das Stammhaus der Oetker Collection, einer kleinen, feinen Sammlung von den Zeitgeist ignorierenden, ganz der Grandesse der Grandhotels verpflichteten Häusern. Dabei ist das Angebot heute mit 104 Zimmern und Suiten alles andere als anachronistisch. Lange vor der Wellness-Welle eröffnete in den frühen 80er-Jahren ein Spa; heute ist dieser Bereich mit 5000 Quadratmetern, 15 Zimmern und einem anspruchsvollen Medical Spa einer der größten in Deutschland. Und mit dem Fritz & Felix gibt es seit gut zwei Jahren eine urbane Brasserie, die auch in London oder New York sehenswerte Gäste hätte.

Das Restaurant darf Kléopatre übrigens nicht betreten. Merke: Auch das schönste Königreich hat seine Grenzen. mh



Kapitales Investment: Als Hofkleidermacher Anton Alois Brenner 1872 ins Baden-Badener Gastgewerbe diversifizierte, galt der Kurort bereits als Europas Sommerhauptstadt