



HOTELIER MARCUS FRÄNKLE ÜBER DAS  
AUFTRETEN GEGENÜBER DER POLITIK

# „Bin enttäuscht, dass wir uns nicht als Einheit präsentieren“

Im Interview spricht Marcus Fränkle, Inhaber und Geschäftsleiter des renommierten Design- und Tagungshotels Der Blaue Reiter in Karlsruhe, über die Corona-Krise, ihre Folgen für das Business, Lobby-Arbeit und seine Hotelberatung.

**H**ERR FRÄNKLE, WIE LANGE KÖNNEN HOTELIERS NOCH AUF GÄSTE VERZICHTEN, OHNE AUFGEBEN ZU MÜSSEN?  
Das hängt davon ab, wie groß die Rücklagen eines Unternehmens sind und welche Versicherungsverträge abgeschlossen wurden. Wir können ohne Kredit noch ein bis maximal eineinhalb Monate durchhalten. Ich hoffe, dass sich der Markt nach einer Öffnung schrittweise erholt. Wir alle müssen lernen, mit der Angst vor dem Virus umzugehen. Das wird eine ganze Zeit dauern, in der unser Geschäft natürlich stark beeinträchtigt bleibt. Menschen verdrängen negative Dinge allerdings relativ schnell. Sobald das Thema Corona nicht mehr so präsent ist, wird das Business sukzessive anziehen.

SIND SIE ENTtäUSCHT VON DEN BISHER WEITGEHEND AUSBLEIBENDEN STAATLICHEN HILFEN?

Ich bin enttäuscht, dass wir bei unserer Regierung keine Lobby haben, dass die Vertreter jeder anderen Branche bei der Kanzlerin vorstellig geworden sind und ihre Wünsche geäußert haben, während die Hotellerie von Berlin mit der Kneifzange angefasst wird. Fakt ist: Wir Hoteliers gehörten zu den ersten Betrieben, die im Zuge des Shutdown schließen mussten und werden zu den letzten Branchen zählen, die wieder starten dürfen. Deshalb hätte ich mir schon gewünscht, dass uns der Staat mit finanziellen Hilfen entsprechend berücksichtigt. Gefreut hat mich unterdessen die Senkung der Mehrwertsteuer in der Gastronomie. Noch vor einigen Monaten hätten einige Politiker die sieben Prozent nicht mal in den Mund genommen. Das zeigt: Es tut sich endlich etwas. Aber die Maßnahme ist wie so vieles leider nicht ausgereift und ohne genaues Wissen über unsere Branche beschlossen worden. Erstens wäre diese Senkung ein langfristiges Instrument, um verlorene Umsätze zu kompensieren und/oder Zinsen sowie Tilgungen von neuen Krediten abzubezahlen, die wir ja unverschuldet aufnehmen müssen. Die Mehrwertsteuer nun auf das Jahr zu begrenzen in der wir kaum Umsätze machen, ist schon eine Farce und nimmt vielen Kollegen den Mut, weiter zu machen. Zweitens ist schon Ärger mit dem Finanzamt programmiert, da Getränke, die wir bei Frühstück und den Tagungspausen ja auch anbieten, noch mit 19 Prozent versteuert werden. Hinzu kommt der Aufwand, alles in den Systemen umzustellen, um es dann in einem Jahr eventuell wieder zu ändern. Ich frage mich, warum die Politik uns hiermit noch mehr Arbeit macht, keine Berater aus den betroffenen Unternehmen holt und solche Maßnahmen mit Ihnen gemeinsam erarbeitet. Das wird anscheinend nicht als notwendig erachtet.

WORAN LIEGT ES, DASS DIE HOTELLERIE ZU KURZ KOMMT – AN DER POLITIK ODER AN DER BRANCHE?  
Zum großen Teil an der Hotellerie selbst. Die Politik beschäftigt sich verständlicherweise bevorzugt mit

MARCUS FRÄNKLE

# „Müssen lernen, mit der Angst vor dem Virus umzugehen.“

MARCUS FRÄNKLE

# „Wir brauchen neue Konzepte, die funktionieren und den Gästen einen hygienischen Mehr- wert bieten.“

Branchen, die mit einer Stimme sprechen. Das Problem in unserem Gewerbe sind die vielen verschiedenen Vereinigungen, die ihre Partikularinteressen vorbringen. Es wäre spätestens jetzt in der Krise die Zeit gewesen, sich zusammenzufinden, geschlossen aufzutreten und mit einer Stimme zu sprechen. Aber leider präsentieren wir uns selbst jetzt nicht als Einheit. Dabei möchte ich explizit auch die Gewerkschaft einbeziehen, die in der schwersten Stunde unserer Branche nichts Besseres zu tun hatte, als sich erst mal wieder gegen die Arbeitgeber zu wenden. Das empfinde ich geradezu als Unverschämtheit, zumal wir Unternehmer, wie gesagt, keine Fehler gemacht haben und unverschuldet in diese Krise hineingeraten sind.

SIE FÜHREN NICHT NUR DIE GESCHÄFTE VOM „BLAUEN REITER“, SONDERN BERATEN AUCH ANDERE HOTELIERS. INWIEWEIT WIRD DIE KRISE DIE SCHWERPUNKTE DER BERATUNG VERLAGERN?

Was wir aus unseren Fehlern in der Krise lernen, zum Beispiel die ungenügende Versicherungsdeckung, das mangelhafte Auftreten gegenüber der Politik und unsere Versäumnisse im Bereich Preispolitik, lässt sich auch Unternehmen aus anderen Branchen vermitteln, die von der Krise womöglich noch gar nicht beziehungsweise nicht in dem Maße wie wir betroffen sind. Meine Beratungsleistungen, besonders in Sachen Mitarbeiterbetreuung/HR, in der wir vor der Krise führend waren, werde ich in Zukunft auch Firmen aus anderen Industrien anbieten.

HYGIENE IM HOTEL BEKOMMT GERADE EINE VOLLKOMMEN NEUE BEDEUTUNG: WIRD DAS THEMA ZU EINEM DER WESENTLICHEN BAUSTEINE IM PORTFOLIO IHRER BERATUNG UND WELCHE MASSNAHMEN TREFFEN SIE IN IHREM HOTEL?

Gesteigerte Hygiene wird, zumindest bis es einen Impfstoff gegen das Virus gibt, ohne jeden Zweifel von großer Bedeutung für uns sein. Wir brauchen neue Konzepte, die funktionieren und den Gästen einen hygienischen Mehrwert bieten. Ein Buffet werden wir so schnell leider nicht mehr machen. Was ich sehr schade finde, denn: Egal, was wir uns jetzt aus der Not heraus überlegen werden – es wird für den Gast nie so schön und einladend sein können, wie ein liebevoll hergerichtete Frühstücksbuffet, das sich unbeschwert genießen lässt. Dennoch machen wir mit unserem tollen Team das Beste aus der Situation und versuchen, die verlorenen Umsätze über die nächsten Jahre sukzessive wieder zu erwirtschaften. <

# Hotelprojekte gemeinsam meistern



## Hospitality Development Hotelprojekte erfolgreich planen und umsetzen

Herausgegeben von Prof. Dr. Burkhard von Freyberg,  
Laura Schmidt und Elena Günther

3., neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2020,  
687 Seiten, € (D) 79,95, ISBN 978-3-503-19191-8

eBook: € (D) 72,90. ISBN 978-3-503-19192-5

IHA Edition Hotellerie, Band 2

Eine professionelle Projektentwicklung ist das Fundament für jeden erfolgreichen Hotelbetrieb. Unterschiedlichste Akteure – Berater, Architekten, Hotelgesellschaften, Bauherren, Investoren – sind involviert: Mit Expertenbeiträgen und Beispielen im Spannungsfeld des Hotel-, Immobilien- und Projektmanagements macht das Buch die Zusammenhänge transparent.

Online informieren und bestellen:

[www.ESV.info/19191](http://www.ESV.info/19191)

**ESV** ERICH  
SCHMIDT  
VERLAG

Auf Wissen vertrauen

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin  
Tel. (030) 25 00 85-265 · Fax (030) 25 00 85-275 · [ESV@ESVmedien.de](mailto:ESV@ESVmedien.de) · [www.ESV.info](http://www.ESV.info)