



Althoff, 55, vor einem seiner 5-Sterne-Hotels mit Edelgastronomie, dem „Grandhotel Schloss Bensberg“

## „WIE MIT KINDERN“

Der Privathotelier  
**Thomas H. Althoff**  
ist mit seinen  
Luxusherbergen seit  
20 Jahren nicht  
nur in Deutschland  
State of The Art

**FOCUS:** Herr Althoff, seit wann sind Sie heute schon im Büro?

**Thomas H. Althoff:** Ich beginne immer morgens um acht Uhr, wenn ich nicht gerade unterwegs bin.

**F.:** Sie sind einer der erfolgreichsten deutschen Privathoteliers. Ihnen gehören sieben 5-Sterne-Hotels, von denen allein fünf in Deutschland zu finden sind. Warum engagieren Sie sich gerade hier so sehr?

**T. A.:** Weil ich an den Markt „Deutschland“ glaube: 80 Millionen Einwohner, starke Kaufkraft!  
**F.:** Trotz der momentanen Krise?!

**T. A.:** Die ist zwar bei uns auch angekommen, aber dank meiner jahrelangen Erfahrung weiß ich: Wenn es gut läuft, rechne nicht damit, dass es so bleibt, und wenn es schlecht läuft, genauso! Wir werden weder am Personal sparen noch andere Abstriche machen!

**F.:** Wie kommt man überhaupt als kleines, feines Unternehmen in so holprigen Zeiten gegen die großen an?

**T. A.:** Ich glaube, Größe spielt für unsere Art von Gast keine Rolle. Das sind Individualisten, Menschen, die mehrfach im Jahr reisen und einmal davon zu uns kommen.

**F.:** Heißt das, dass Sie vornehmlich deutsche Touristen im Visier haben?

**T. A.:** Ich behaupte mal, in den einheimischen Top-Ferienzielen steigen 60 bis 80 Prozent Deutsche ab.

**F.:** Welche sind die Traumdestinationen der Deutschen?

**T. A.:** Da gibt es riesige Unterschiede. Zum einen ist das eine gute Hotellerie für den klassischen Familienurlaub wie im Allgäu, und zum anderen sind es exklusive Ziele wie Sylt, die Gegend um den Tegernsee und der Schwarzwald.

**F.:** Und im Ausland?

**T. A.:** Da sind es in der 5-Sterne-Kategorie Regionen wie die Côte d'Azur. In Saint-Tropez beispielsweise haben wir die Villa Belrose, ein außergewöhnlich schönes Haus, das aber nur von März bis Oktober geöffnet ist.

**F.:** Warum schließen Sie das Haus im Winter?

**T. A.:** Saint-Tropez ist ähnlich wie St. Moritz. Wenn ich dort ein Hotel hätte, was ich noch nicht habe, wäre das im Sommer geschlossen, weil es dann zu ruhig ist.

**F.:** Welches von Ihren Häusern macht Ihnen persönlich besonders viel Freude?

**T. A.:** Das ist wie mit Kindern, jedes auf seine Art. Es gibt unter ihnen kein schwarzes Schaf.

**F.:** Sie sind seit Ihrem 21. Lebensjahr Hotelier.

Wie kam es zu dieser geradlinigen Karriere?

**T. A.:** Ich stamme aus Wuppertal, und meine Eltern nahmen mich oft mit auf Reisen, auf denen wir in wunderschönen Hotels wohnten. Seither war ich fasziniert von dieser Welt und wollte da hin. Ich absolvierte also die Handelsschule, machte dann eine Ausbildung zum Kaufmann in einer Brauerei und pachtete mit 21 mein erstes Hotel.

**F.:** Wo war dieses erste Hotel?

**T. A.:** In Aachen, ein müder Laden. Ich hatte nicht viel Geld und keine Erbschaft zu erwarten. Also musste ich erst einmal jemand finden, der einem 21-Jährigen ein Hotel verpachtet. Das war 1975 kurz nach der Ölkrise, eine schwierige Zeit. Aber es war ein Anfang. Nachdem ich das aufgebaut hatte, tauschte ich es gegen ein größeres im Schwarzwald und das wiederum gegen eins im Harz. 1981 übernahm ich mit einem Partner für drei Jahre den Start der Best Western International in Deutschland.

**F.:** Was war so verlockend daran, sich nach sechs Jahren der Selbstständigkeit in einen Konzern einzufügen?

**T. A.:** Na ja, ich habe in dieser Zeit als Marketing- und Salesmanager viel über Führungsinstrumentarien gelernt. Damals waren die Amerikaner ganz weit vorn, bei allem was mit Systemen zusammenhing. Qualitätssysteme, Schulungssysteme usw. Wir waren in Deutschland die Ersten, die mit einem Reservierungssystem realtime via Satellit arbeiteten – damals eine Sensation. Nach diesen drei Jahren bin ich jedoch wieder zurück zum Betreiben von Hotels. 1990 folgte unser erstes 5-Sterne-Haus, das „Schlosshotel Lerbach“, in dem wir mit Sternekoch Dieter Müller Top-Gastronomie und Hotellerie verbinden konnten. Mittlerweile versammeln wir elf Michelin-Sterne und über 200 Punkte im Gault Millau mit unseren Restaurants.

**F.:** Was ist an dieser Kombination so außergewöhnlich?

**T. A.:** Für unsere Gäste ist sie, wie der beste Service, ein wichtiges Kriterium. Weshalb wir sehr werteorientiert sind. Bei uns existiert ein interner Katalog von acht Unternehmenswerten, der für jeden Mitarbeiter verbindlich ist. Im Mittelpunkt stehen Qualität, Fairness, Weiterentwicklung, Engagement, Respekt, Aufrichtigkeit, Stil und Eigenverantwortung.

**F.:** Reicht nicht auch: Der Kunde ist König?

**T. A.:** Das könnte man auch sagen. Wir haben dafür ein konkretes Traineeprogramm entwickelt, nach dem Abteilungsleiter ihre Mitarbeitern täglich schulen. Zudem bilden wir durchschnittlich 150 Lehrlinge aus, als eine Investition in unsere Zukunft.

**F.:** Wie sehen Sie die Zukunft des Unternehmens im Markt – werden Sie weiter expandieren?

**T. A.:** Für uns ist innerhalb Deutschlands noch Platz für ein, zwei Häuser. In Europa ginge da noch eine ganze Menge mehr. Aber es ist nicht unser Ziel, pro Jahr zwei neue Hotels zu eröffnen. Es soll ja noch Spaß machen!

**F.:** Und es macht Ihnen noch Spaß?!

**T. A.:** Also bis jetzt ja – toi, toi, toi.

**Interview: Hanka Paetow**



Die „Villa Belrose“ an der französischen Küste ist Glanzstück der Althoff Hotel Collection und das Lieblingskind des Eigentümers