



Der rote Schriftzug Dolce verschwindet an diesem Mittwoch und wird durch den neuen Namen Infinity ersetzt.

FOTO: ROBERT HAAS

## Zukunft in Karamell

Das Dolce in Unterschleißheim wird in Infinity Munich umbenannt und zu einem der größten Tagungshotels in Süddeutschland ausgebaut. Für 30 Millionen Euro entstehen fast 200 neue Zimmer und Suiten sowie ein Ballsaal

VON GUDRUN PASSARGE

**Unterschleißheim** – Aus Dolce wird Infinity. Das ist die augenfälligste Veränderung. Aber sonst? Andreas Striebel, Bauherr und Betreiber des Hotels in Unterschleißheim, ist bemüht, auf die Kontinuität hinzuweisen. Trotzdem wird sich einiges ändern, denn Striebel wird künftig das Hotel als Eigenmarke betreiben, ohne einengende Kette und deren Vorgaben. Und er wird das Hotel erweitern. Statt bisher 255 Zimmer und Suiten sollen dann 439 zur Verfügung stehen, plus diverse zusätzliche Konferenzräume und ein erheblich vergrößerter Spabereich. Mit dem Gesamtangebot würde das Vier-Sterne-Superior-Haus eines der größten im Bereich von Tagungs- und Konferenzhotels in Süddeutschland, so der Betreiber. Die Eröffnung des neuen Trakts ist für Sommer 2018 geplant.

### Der FC Bayern mietet bei seinen Aufenthalten stets eine ganze Etage

Mit dem Neubau des siebengeschossigen Gebäudes schließt sich für Striebel „die Lücke zwischen dem bestehenden Haus und dem Ballhausforum“. Denn während das Ballhausforum sich für Veranstaltungen anbietet, die zwischen 500 und 2750 Besucher anziehen, gibt es im jetzigen Vier-Sterne-Superior-Hotel nur 20 kleinere Einheiten. Das neue Haus bekommt einen Multifunktionsraum, der sich in fünf Räume unterteilen lässt. Aber in seiner ganzen Größe, von Striebel „Ball-saal“ genannt, bietet er etwa 750 Gästen Platz. Zusammen mit einer Lobby und einem 500 Quadratmeter großen Foyer und einem Büfetrestaurant seien das genau die Räume, die bisher fehlten. 30 Millionen Euro nimmt der Bauherr dafür in die Hand. Dabei ist er sich sicher, dass sich die Investition in die Zukunft lohnt. Die Auslastung des Hotels liege bei 65 bis 70 Prozent. 70 000 Übernachtungen habe man im vergangenen Jahr gezählt, was wohl auch mit der guten Verkehrsanbindung zu tun habe.

Der Augsburger Striebel, der ursprünglich aus der Baubranche kommt, berichtet, wie er mit dem Hotel 2013 Neuland betreten hat. Dafür holte er sich zunächst mit den Dolce-Hotels einen Marketingpartner

und Namensgeber ins Boot. „Wir wollten mit Dolce Kunden weltweit erreichen“, erzählt er. Doch in den vergangenen zwei Jahren habe sich viel verändert. „Wir haben uns auseinanderentwickelt“, sagt Striebel. Andy Dolce verkaufte seine Hotels an die Wyndham Group, einen der größten Hotelbetreiber der Branche, und auf der anderen Seite hatte sich das Team in Unterschleißheim inzwischen „ein hohes Maß an Eigenständigkeit und Individualität erarbeitet“, wie Striebel sagt. Von den 120 Mitarbeitern sind zwölf in der Sales-Abteilung beschäftigt. Sie hätten sich das Vertrauen erarbeitet, das für dieses Geschäft uner-

lässlich sei. Wenn jemand eine Veranstaltung für 800 Leute bucht, dann geht er davon aus, dass alles wie am Schnürchen klappt. „Wir kommen an das Geschäft ran, das wir brauchen“, sagt Striebel und berichtet andererseits, dass er nicht länger „den Kettenhotel-Brei“ wollte, den Dolce über so vieles drübergekippt habe. Außerdem gelange das Hotel nach der Erweiterung in eine Dimension, die selbst für ein Dolce-Hotel ungewöhnlich sei. „Solche Häuser mit mehr als 400 Zimmern, das ist auch in Deutschland noch handverlesen.“

Striebel schwebt vor, das neue „Infinity Hotel and Conference Resort Munich“ dem

Zeitgeist entsprechend einzurichten. Die Kuhglocken an der Rezeption dürften damit der Vergangenheit angehören, wenn auch ausgewählte bayerische Elemente bleiben sollen, für Gäste, die das Bayerische erwarten, wenn sie nach München kommen. Ein Großstadtstil soll es werden, kosmopolitisch. Mit großzügiger Bar. Die Baugrube ist bereits ausgehoben. Das Loch klafft dort, wo zuvor der SV Lohhof vier Tennisplätze hatte. Acht Plätze sind dem Verein geblieben, wobei ihm das Grundstück von der Stadt und vom SV Lohhof gemeinsam angeboten worden sei, wie Striebel betont. Der Verein sei wohl nicht unglücklich gewesen, die Anzahl der Plätze zu verringern. Im Untergeschoss mit Blick auf den Innenhof soll der Spa-Bereich auf 1700 Quadratmeter ausgebaut werden. Er soll auch für Nicht-Hotel-Gäste offen sein. Feste Einrichtungen wie etwa der Hüttenbrunch sollen bleiben. Und für die Wochenenden, an denen eher keine Konferenzen stattfinden, suchen die Hotelmitarbeiter nach geeigneten Veranstaltungen wie etwa Messen oder Ausstellungen.

Der Name Infinity stehe für die vielfältigen Möglichkeiten, die das Hotel biete, erläutert Striebel. „Wir sind relativ allein damit auf dem Markt, und jeder kann es aussprechen und schreiben“, führt er einige Vorteile des neuen Namens an, der auch international tauglich sei. Die 120 Mitarbeiter haben von der Neuerung am Dienstag erfahren. Sie werden ihre Verträge behalten können, denn auch bisher liefen sie schon über die Gesellschaft, in der Striebel und seine Frau Christina alleinige Gesellschafter sind. Zusätzlich sollen noch 40 neue Kollegen hinzukommen. Hotelmanager Erik van den Bergh ist optimistisch, geeignete Leute zu finden. „Die Mitarbeiter können sich bei uns verwirklichen und haben gute Aufstiegsmöglichkeiten.“

Die Aufgaben reichen von Kongressbetreuung über Kulturveranstaltungen im Ballhaus und Familienfeiern bis zum Besuch des FC Bayern, der vor Heimspielen eine Etage reserviert, sagt Striebel. Auf jeden Fall wird der Namenswechsel künftig nicht nur an der Fassade zu sehen sein. Auch die Mitarbeiter bekommen neue Uniformen. Die Farben des Infinity Hotels sind Mittelbraun, die Schriftzüge Karamellfarben. „Die neue Identität soll sich wie ein roter Faden durchs Haus ziehen.“



Hotelmanager und Hotelbesitzer vor großen Umwälzungen: Erik van den Bergh (links) und Andreas Striebel.

FOTO: ROBERT HAAS