



Das Liftlanding ist, wie viele Bereiche des Hotels, in Preußischblau gehalten. Davor thront eine Büste Friedrichs des Großen mit Schleifchen am Hut.

HOTEL LUC, BERLIN

Der frivole Fritz

Am 1. Februar 2022 hat die MHP Hotel AG ihr erstes Haus in Berlin eröffnet. „Luc“ ist Teil der Autograph Collection von Marriott und soll als kleiner Boutique-Hotspot an einen „Großen“ Herrscher erinnern.

H heute würde er im „Team Diversity“ spielen. Davon sind inzwischen zahlreiche Geschichtsforscher überzeugt. Auch wenn das lange nicht thematisiert wurde: Friedrich der Große war schwul. Und obwohl „ein solches Spiel“ zu damaligen Zeiten auf dem Schafott oder Scheiterhaufen enden konnte, machte der Preußenkönig einigen Experten zufolge auch keinen allzu großen Hehl um seine sexuelle Orientierung. Dafür gäbe es viele Hinweise – nicht zuletzt den Spitznamen, den der Herrscher von Voltaire verpasst bekam. Der Philosoph und Aufklärer verbrachte einige Zeit am Hofe Friedrichs und beide standen viele Jahre in brieflichem Austausch. Dabei nannte der Franzose, der selbst heterosexuell war, den Deutschen oft „Luc“, was rückwärts gelesen „Cul“ ergibt und so viel bedeutet wie „Hintern“.

Luc ist nun auch der Name, auf den die MHP Hotel AG ihr neues Haus in Berlin getauft hat. Am Gendarmenmarkt gelegen, bot sich der „Alte Fritz“ als Aufhänger für dessen Storyline an – war er es doch, unter dem das Stadtviertel seine jetzige Form annahm. Zudem bot dieser gestalterisch-konzeptionelle Ansatz die Möglichkeit, sich von anderen in der Hauptstadt gängigen Metaphern, wie etwa „Babylon Berlin“ oder „Golden Twenties“, abzuheben. „Wir wollten schon immer nach Berlin. Aber wir wollten auch, gerade angesichts der Ratenstruktur, hier keine Fehler machen. Dieses Projekt hat mich seit Langem interessiert, weil es enormes Potenzial birgt



In der Lobby verweist neben dem Sofa in Preußischblau vor allem das große Foto auf die Storyline des Hauses: die ironische Mixtur aus altem Preußen und modernem Berlin.



Auch in Berlin hat MHP das Restaurant- und Barkonzept „Heritage“ realisiert. Hier speisen die Gäste à la carte.

Bilder: MHP Hotel AG (3)

und die Lage mitten in der Friedrichstadt an einem der schönsten Plätze der Metropole fantastisch ist“, betont Dr. Jörg Frehse. Dass MHP Friedrichs Story mit der Anlehnung an „Luc“ in eine frivol-lasziwe Richtung gelenkt hat, erklärt der CEO wie folgt: „Diese Lockerheit und Diversität passt doch perfekt zu Berlin. Und zu uns. Friedrich der Große prägte den Spruch:

„In meinem Staate kann jeder nach seiner Fassung selig werden.“ Das ist genau das, was auch wir wollen. Auch bei uns soll jeder nach seiner Fassung selig werden.“

Sofitel übergibt das Zepter

Bevor MHP mit Marriott und Fritz im Gepäck an den Gendarmenmarkt zie-

hen konnte, regierte Accor über die Hotelflächen. Die Immobilie an sich war Anfang der 1980er-Jahre als Internatsgebäude für die Akademie für Gesellschaftswissenschaften beim Zentralkomitee der SED errichtet worden. 1998 folgte die Umnutzung zum Hotel und zuletzt war das Haus unter Accor-Flagge als Sofitel Berlin Gendarmenmarkt in Betrieb. Die für DDR-Zeiten typische Betonfassade stand unter Denkmalschutz und das Innere – ebenfalls seiner Historie geschuldet – unter Bestandschutz. Als sich der alte Betreibervertrag seinem Ende näherte, schlug Accor dem Immobilieneigentümer Union Investment vor, das Haus künftig als MGallery weiterzuführen, da die französische Kette zwischenzeitlich auch das Sofitel Berlin am Kurfürstendamm im Portfolio gehalten hatte. MGallery war für den Eigentümer aber als Brand nicht optimal, weshalb andere Optionen geprüft wurden. Das war der Zeitpunkt, zu dem sich MHP als Franchisenehmer mit Marriott unter der Softbrand Autograph Collection bewarb und sich am Ende die „Herrschaft“ sicherte.

Der neue Mietvertrag, den MHP als Marriott-Franchisenehmer im Juni 2019 unterzeichnete, läuft 25 Jahre. Bereits sechs Monate zuvor, nachdem die Absichtserklärung besiegelt war, erarbeiteten Union Investment, MHP und Marriott einen Property-Improvement-Plan für das Objekt, der unter anderem auch den Bereich FF&E beinhaltet. „Für unser Paket, also das gesamte FF&E, beauftragten wir die Tenbrink HotelPlan GmbH, mit der wir zuvor schon bei der Renovierung der Suiten im Le Méridien Hamburg zusammengearbeitet hatten. Letztlich erweiterte der Eigentümer diesen Auftrag auf die gesamten GU-Leistungen sowie Planung, Steuerung und Ausführung der einzelnen Gewerke bis hin zur Gutachterabnahme“, erinnert sich Dr. Frehse. Geplant war ursprünglich, das Haus zum 1. September 2019 mitsamt den Accor-



Bild: T. Trapp / Fotografe / Tenbrink HotelPlan GmbH

Das geometrische Teppichmuster soll an das strenge Raster sowie das Kanaldeckelsystem der Friedrichstadt erinnern. Schöner Kontrast: die runden Spiegel.

Angestellten zu übernehmen. In einem ersten Schritt hätten dann bei laufendem Geschäft die öffentlichen Bereiche, in einem zweiten ein Großteil der Zimmer und in einem dritten die restlichen Zimmer sowie die Fitnessarea erneuert werden sollen. Dann stellte sich aber heraus, dass das Hotel an vielen Stellen die aktuellen Brandschutzanforderungen nicht mehr erfüllte. Es machte also keinen Sinn mehr, „minimalinvasiv“ zu agieren, und so entschied sich der Eigentümer für eine komplette Modernisierung. Infolgedessen musste der Betrieb für zweieinhalb Jahre ruhen, was es MHP unmöglich machte, die Mitarbeiter weiter zu beschäftigen.

Vermächtnis des Alten Fritz

Das Konzept für das Interior Design erarbeitete MHP mit Luisa Bergander und Quentin Walesch von The Futures Collaborative sowie der Frankfurter Innenarchitektin Oana Rosen. Im Fokus stand „Luc“ und was der Franchisenehmer mit dieser Story erreichen wollte. „Uns war wichtig, einen Teil preußischer Historie zurück in die Gegenwart zu holen und diese Geschichte mit Ironie und Augenzwinkern zu erzählen. Da haben wir auf der einen Seite das Preußen, das für Pickelhaube, Disziplin und Beamtentum steht. Hier ist alles penibel geordnet – das spiegelt auch das geradlinige Raster der Friedrichstadt wider. Auf der anderen Seite ist, wo strenge Sitte herrscht, auch das Frivole nicht weit. Davon zeugt nicht zuletzt Sanssouci, das Schloss des Alten Fritz, zu dem Frauen keinen Zutritt hatten und in dem sich viele zweideutige Details finden, die unter anderem Männerpaare der Antike darstellen. Und zwischen diesen Extremen existierte auch das Preußen, das in damaligen Zeiten sehr großzügig gegenüber Andersgläubigen und Schutzbedürftigen war. Also sollte der Kern unseres Narrativs quasi eine ironische Mixtur aus Diversität und Pickelhaube werden. Diese Story zu entwickeln hat

einen Riesenspaß gemacht und sie kommt super bei den Gästen an“, sagt Dr. Frehse. Auf die Frage, wie Marriott und Union Investment auf dieses Skript reagiert haben, antwortet er: „Als wir unsere Pläne das erste Mal präsentierten und sagten, ‚Luc‘ sei der Spitzname für den schwulen König gewesen, mussten sich alle erst mal kurz

sammeln und noch einmal durchatmen, aber dann fanden sie die Idee sehr cool.“ Umgesetzt haben die Planer die „ironische Mixtur“ mit einem Grunddesign, das formal strammsteht und ebenso klare Kante zeigt wie die einst am Reißbrett entworfene Friedrichstadt. Auch das für dieses Viertel typische Netz aus Kanaldeckeln findet sich in



In den Zimmern paart sich Geradlinigkeit mit historischem Charme. Letzterer zeigt sich in den Fotos, aber auch in witzigen Details wie Tischbeinen in Form von Vogelgliedmaßen.



Die Badarmaturen und -accessoires stammen von Keuco. Die Oberflächen in Schwarzchrom gebürstet werden per PVD-Beschichtung erzeugt. Das gewährleistet einen hohen Härtegrad.

ein geometrisches Muster übersetzt in (Flur-)Teppichen und am Tresen der „Heritage Bar“ wieder. Was das Farbkonzept anbelangt, wählte Oana Rosen Preußischblau als immer wiederkehrenden Akzent und kombinierte es mit individuellen Stilelementen, wie etwa Tisch- oder Stuhlbeinen in Form von riesigen Quasten oder Tiergliedmaßen. Weil da, wo Luc draufsteht, auch Luc drin sein muss, darf im Hotel natürlich eine

Büste Friedrichs des Großen nicht fehlen – allerdings, dem Prinzip „Augenzwinkern“ folgend, mit Schleifchen versehen. Zudem ist auch ein Hauch Voltaire präsent: Schriftzüge beziehungsweise Zitate aus den Briefen, die er mit dem König wechselte, zieren beispielsweise Spiegel. Vom Ideal preußischer Großzügigkeit und Toleranz ist das Lounge- und Foodkonzept geprägt. Gerade was Letzteres betrifft, durfte für den neuen

Betreiber – da Friedrich II. noch den Spitznamen Kartoffelkönig trug – eines nicht fehlen: ein Kartoffelbuffet.

Wie für MHP dank ihres Restaurant- und Barkonzepts „Heritage“ zwischenzeitlich typisch, tritt die ironische Preußenmischung jedoch am deutlichsten in den Fotos des Künstlers Andras Dobi zutage. Sie sind im gesamten Hotel verteilt und zeigen Damen im friderizianischen Rokoko-Stil, die WhatsApp-Nachrichten checken oder sich die Fußnägel lackieren. Oder es sind Menschen abgelichtet, die in historischer Kleidung vor der Mauer sitzen oder im Loveparade-Look auf Rollern durch die Gegend fahren.

Luc steigt auf den Thron

Bevor das neue Konzept einziehen und Luc Anfang Februar 2022 seine Regentschaft antreten konnte, mussten mitten in der Coronapandemie die Bauarbeiten gemeistert werden. „Die Generalsanierung des Hotels war mit mehr als 24 Monaten Bauzeit und im Schnitt 100 Mitarbeitern vor Ort – aus dem Tenbrink-Team und Partnerunternehmen – eines der größten Projekte unserer Firmengeschichte“, erklärt Dieter Peters, Geschäftsführer der Tenbrink HotelPlan GmbH. Damit in dieser herausfordernden Zeit alles reibungslos laufen konnte, entwickelte der Generalunternehmer ein Hygienekonzept, bei dem pro Gewerk nie mehr als vier Mitarbeiter ein Team bildeten. „Diese waren gekennzeichnet, zum Beispiel hatte Sanitär ein gelbes T-Shirt mit dem Aufdruck „Team 1“, die Trockenbauer hatten ein blaues T-Shirt. So sah der Bauleiter, ob die Vorschriften eingehalten wurden. Auch haben wir Gewerke und Teams in einem Kaskaden-Pausenplan organisiert, damit wir die Abstandsregeln befolgen konnten. Zudem haben wir die Mitarbeiter dreimal pro Woche getestet.“

Während des Umbaus hat Tenbrink alle Zimmer und Bäder, Flure sowie die öffentlichen Bereiche erneuert. Im Erdgeschoss



Bild: MHP Hotel AG

Hinter die Betonfassade aus DDR-Zeiten ist das Luc eingezogen. Der neue Namenszug musste genehmigt werden. Ansonsten wurde die denkmalgeschützte Außenhaut nur gereinigt und instandgesetzt.

wurde die Lobby großzügiger gestaltet und ein Entree geschaffen, das der Zielgruppe – dem internationalen Upscale- und Luxury-Leisure- sowie dem gut situierten Businesskunden – gerecht wird. Dabei ließ MHP das Liftlanding in Richtung Eingang drehen, damit der Gast nicht mehr um den Aufzug herumgehen muss. Auch Restaurant und Küche sind auf dieser Ebene nun komplett neu. Früher war die Gastronomie im Erdgeschoss operativ vom Hotelbetrieb getrennt – heute gehört alles zusammen und der Zugang zum Restaurant und zur Bar ist offen umgesetzt. Ebenfalls im Gegensatz zu früher gibt es direkt dort jetzt neben Dinner auch Frühstück, wobei sich MHP im Hinblick auf den internationalen Gast

für ein À-la-carte-Angebot entschieden hat. Die einstigen Konferenzzonen sind Back-of-the-House-Bereichen gewichen. Ausgewiesene Meetingflächen gibt es vorerst keine mehr, da das Haus „nur“ 92 Zimmer hat.

Die geringe Zimmeranzahl ist auch der Grund, warum Luc ratentechnisch hoch positioniert ist. In der Regel bleiben die Gäste zwei bis drei Tage und die Auslastung ist laut Dr. Frehse gut: „Das Geschäft hat aber erst im Mai und Juni wirklich angezogen. Jetzt müssen wir abwarten, wie sich die Lage in Berlin stabilisiert. Wir wollen in absehbarer Zeit auch Veranstaltungs- und Messe-gäste anlocken.“

Sandra Hoffmann ■■■



Internationale Fachmesse für Schwimmbad, Sauna und Spa mit Kongress für das Badewesen

25.–28. Oktober 2022
Messe Stuttgart



Wasser ist unser Element – Kompetenz unser Angebot.

Erleben Sie innovative Technik-trends und kreative Design-ideen rund um die Themen Schwimmbad, Sauna und Spa! Tauschen Sie sich mit Expert-Innen aus, lassen Sie sich von neuen Produkt- und Themenwelten begeistern und freuen Sie sich auf inspirierende Begegnungen – beim ersten internationalen Branchentreffpunkt 2022 in Stuttgart!

Jetzt informieren:

 www.interbad.de

STECKBRIEF

Name/Adresse:	Hotel Luc, Charlottenstr. 50, 10117 Berlin
Betreiber:	MHP Hotel am Gendarmenmarkt
Klassifizierung:	5 Sterne
Eröffnung:	1.2.2022
Umbauzeit:	ca. 2,5 Jahre
Investor/Eigentümer:	Union Investment
Projektsteuerer:	Kaiser Baucontrol
Generalunternehmer/ Innenausbau/Möbel:	Tenbrink HotelPlan
Architekt:	Fischer Architekten
Innenarchitekt:	Oana Rosen (Rosen Architekten)
Zimmeranzahl:	92 (70 Zimmer, 22 Suiten)

Ausrüster

Gebäudeleittechnik:	Kieback & Peter
Klimatechnik/Heizung/ Lüftung:	EN+
Brandmeldezentrale/ Brandmelder:	Spie Telba
Sprinkler:	Johnson Controls
Aufzüge:	Lutz Aufzüge
Türen:	Jeldwen
Bodenbeläge:	HTW
Fliesen:	Floor Gres/Florim
Schalter/Steckdosen:	Gira
Schließsystem:	Assa Abloy
Sanitär:	Bette, Duravit, Geberit, Keuco, Villeroy & Boch



Sicher für Menschen.
Gut für die Wirtschaft.