

BUSINESS DRIVER

Audi Händlerentwicklung / Training
Ready
Steady
Go!



Love.Life.Passion.

Zu Besuch bei Micky Rosen und Alex Urseanu
im Roomers Frankfurt/Main





„UNSER PORTFOLIO AUS DEN BEREICHEN HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND EVENTFLÄCHEN GRENZT SICH IN KONZEPTION UND GESTALTUNG VONEINANDER AB – SIE ALLE SIND ORTE, AN DENEN DIE HÖCHSTEN GASTRONOMISCHEN ANSPRÜCHE ERFÜLLT WERDEN, AN DENEN DIE LEICHTIGKEIT DES SEINS GELEBT WIRD UND DIE RICHTIGEN LEUTE AUF EINANDER TREFFEN; FREUNDSCHAFTEN FÜRS LEBEN, BEGEGNUNGEN DER BESONDEREN ART.“ GEKKO GROUP



Mittendrin in Frankfurt am Main. Unweit der markanten Wolkenkratzer der pulsierenden Bankenmetropole. Nur einen Steinwurf vom Main, seinen charmanten Uferwiesen und renommierten kulturellen Highlights wie dem Städel Museum entfernt: Im Gutleutviertel ist der Geschäftsalltag wie anderenorts um diese Uhrzeit voll im Fluss. Wir fließen mit im emsigen Strom aus zügigen Paketboten und flink eilenden Business-Menschen.



ALEX URSEANU



MICKY ROSEN

Gerne lassen wir uns von der Sonne begleiten, die in der Gutleutstraße immer mal wieder um die Ecke zwinkert. Vor Haus Nummer 85 bleiben wir stehen. Genießen einen Moment das Spiegeln der gegenüberliegenden Fassaden in den glänzenden Scheiben der eleganten Eingangsfront, bevor uns die massiven Türen zwischen schwarzem Naturstein geöffnet werden. Es sind die Pforten zu einem Ort, „der die Fantasie beflügelt und die Kreativität stimuliert“; so steht es auf der edel anmutenden Website dieser Location mit 116 Zimmern und Suiten, Restaurant, Bar, Spa- und Gym-Bereich sowie Skylounge geschrieben. „Willkommen im Roomers“, begrüßt uns der klassisch in schwarz gekleidete Portier. Guten Tag in einer anderen Welt, denken wir nach Eintritt in das preisgekrönte „Member of Design Hotel“ mit 5-Sterne-Standard, der 2009 eröffneten Stilikone der Frankfurter Gekko Group.





ROOMERS FRANKFURT





„BEI ALLER LOCKERHEIT, DIE WIR HABEN, HABEN WIR AUCH EINEN EXTREM HOHEN ANSPRUCH AN SAUBERKEIT, ESSEN, TRINKEN... ALSO AN QUALITÄT IN ALLEN BEREICHEN.“



Erwachsene entdeckten, wie visionär perfekt sie als Geschäftspartner und Erfinder von mehrfach ausgezeichneten Erlebniswelten wie Hotels, Restaurants, Bars und Event-locations zusammenpassen. Im vergangenen Jahr wurden sie „Hoteliers des Jahres 2018“ und sagten nach der Verleihung des wichtigsten Preises der Branche ganz pragmatisch: „Wir haben es im Kopf und setzen es um.“ Zack. Einfach so!?

Insgesamt 53 Awards in den verschiedensten Bereichen gab es bisher. In Frankfurt laufen das Design-Hotel Roomers, die Gerbermühle, das Restaurant Moriki sowie weitere Konzepte wie das erste gemeinsame Hotel-Projekt, das Bristol, seit Jahren erfolgreich. 2016 und 2017 gelangten Micky Rosen und Alex Urseanu mit der Eröffnung zweier Roomers Hotels in Baden-Baden und in München sowie dem Provocateur in Berlin weitere Meilensteine.

Rundherum an diesem Ort wirkt eine Leidenschaft zu modernem Luxus und sinnlichem Lebensgefühl, das spüren wir sofort: langstielige Blumen in edlen Vasen, funkelnde Kristalllüster, samtene Polstermöbel oder ein Kaminfeuer, das die Gemütlichkeit der hochwertigen Stimmung aus harmonischen Farben und stylischem Interieur angenehm bestärkt.

Partner und Visionäre in Sachen Hotspots, die neue Maßstäbe setzen

Mit allen Sinnen ansprechenden Hotspots wie diesem landet die Gekko Group seit ihrer Gründung 2001 einen Erfolg nach dem anderen. So ist die die Marke „Roomers“ nur ein Coup der beiden Chefs Micky Rosen und Alex Urseanu, die sich seit ihrer Jugend in der jüdischen Gemeinde Frankfurt kennen, doch erst nach der Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie als

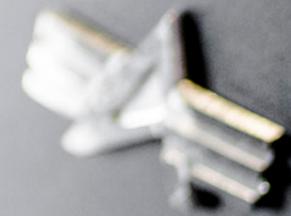






NACHTS SIND BIS ZU 200 GÄSTE IN DER ROOMERS BAR UND IM DURCHLAUF SOGAR NOCH MEHR. HIER WAREN SCHON PAMELA ANDERSON UND PARIS HILTON ZU GAST.

FREI UND UNBEFANGEN IM ROOMERS FRANKFURT, ALL-
ZEIT ZUM SPRUNG BEREIT: VON DER HARLEY-DAVIDSON
XG750A STREET ROD, GIBT ES LEDIGLICH 20 STÜCK.







ROOMERS
MÜNCHEN



Mehr noch ist in Planung. Dabei ist jede Unternehmung immer eine Konzeption mit ganz eigenen Looks und Feels; stets auf den Charakter der jeweiligen Stadt zugeschnitten. Ob es bei all dieser Individualität doch eine goldene Klammer gibt?, überlegen wir, während wir die mondäne Roomers Lobby durchschreiten, die durch dezente Betriebsamkeit und Servicefreundlichkeit erfüllt ist.

„Sie ist ein Symbol unseres Spirits, für das, was uns vorantreibt“

Nur wenige Schritte von der Rezeption entfernt ... schmiegt sich im Aufzugsbereich eine Traummaschine in diese inspirierende Atmosphäre burlesquer Eleganz. Wie ein edler schwarzer Panther steht sie dort neben einem Portrait von Rockerlegende und ehemaligem Übernachtungsgast Udo Lindenberg.



„GERADE MICKY HAT EIN GROSSES GESPÜR FÜR DIE ZEICHEN DER ZEIT. EIN TALENT ZU SPÜREN, WAS SICH IN RICHTUNG LIFESTYLE UND DESIGN BEWEGT – UND WOMIT WIR UNSERE HÄUSER BESPIELEN KÖNNEN.“

Frei und unbefangen, allzeit zum Sprung bereit:

„Eine Harley-Davidson XG750A Street Rod, von der Bike-Edition gibt es lediglich 20 Stück“, vernehmen wir eine Stimme. „Ihr könntet direkt losfahren, wenn ihr wolltet. Sie ist angemeldet“, lacht uns Micky zur Begrüßung zu – und erzählt, dass die in Zusammenarbeit mit Alpha Industrie Europe selbst gestaltete Harley eine wichtige Bedeutung hat: „Sie ist ein Symbol unseres Spirits, für das, was uns vorantreibt.“ – Das macht uns neugierig: Was ist es? – „Für uns ist es die Leichtigkeit des Seins, das Streben nach dem Außergewöhnlichen und da-bei immer wieder neue Grenzen zu überwinden.“

Die natürliche Art und Weise der Betrachtung gefällt uns; insbesondere vor dem Hintergrund des extravaganen Charmes, der uns im Roomers allerorts umgibt. „Dann mal los zur Terrasse. Alex ist bestimmt schon dort“, lädt er uns ein.



„HUNGER, SPASS UND IDEEN, AUS TRISTEN IMMOBILIEN UND LAGEN, PLATTFORMEN ZU ENTWICKELN, DIE WAHSINNIC VIELE MENSCHEN ZUSAMMENBRINGEN, SIND BEI UNS SEHR STARK AUSGEPRÄGT.“







GERBER
MÜHLE

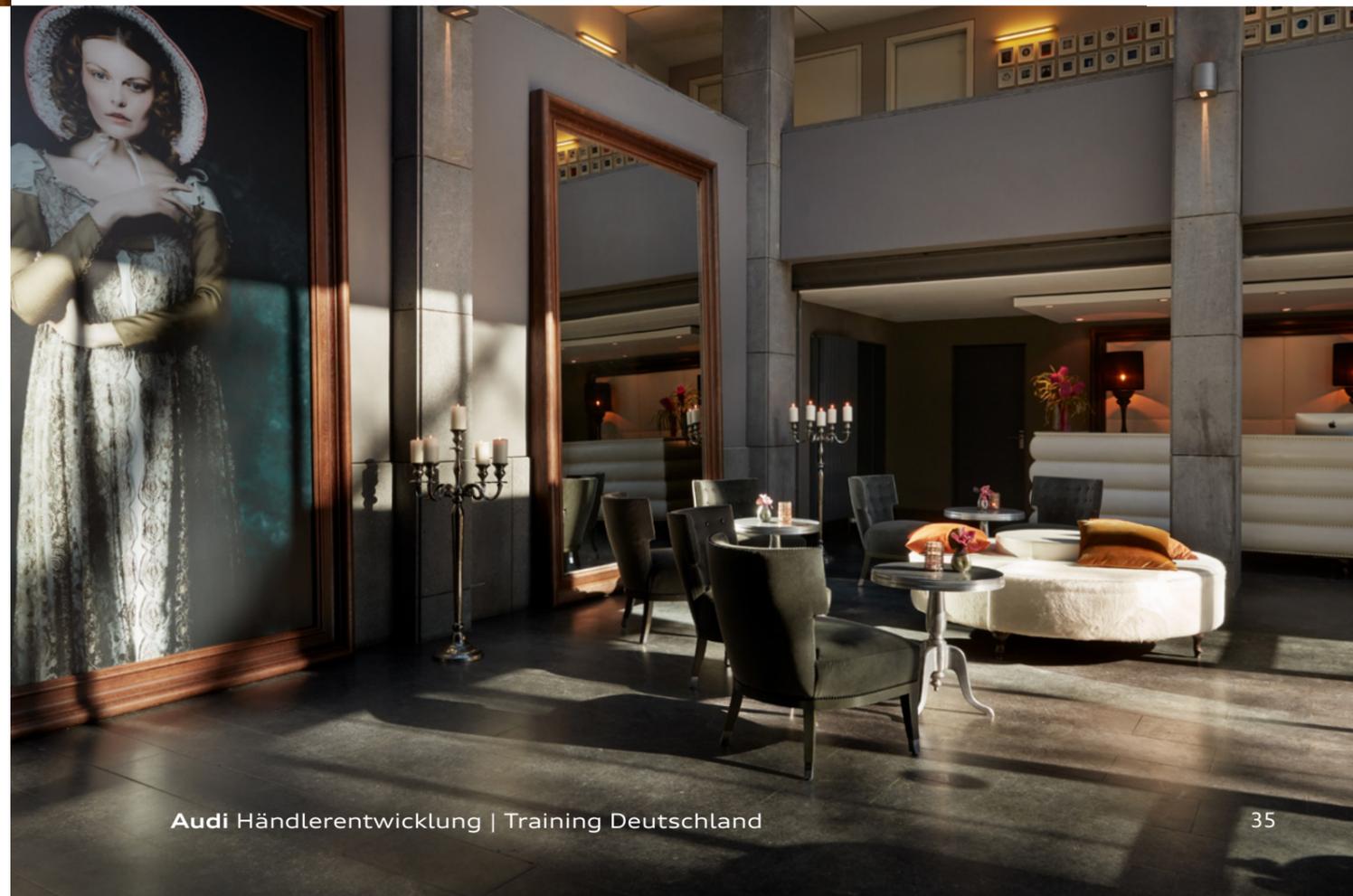




„ES KOMMEN VOR ALLEM MENSCHEN, DIE AUF NEW LUXURY ACHTEN, DIE SICH EINFACH LEICHT FÜHLEN MÖCHTEN. INSBESONDERE IN EINER UMGEBUNG, IN DER SIE SICH AUCH NACH MEHREREN JAHREN NOCH NICHT SATT GESEHEN HABEN.“

„Einen fertigen Laden haben wir noch nie übernommen“

Gemeinsam betreten wir den offenen und grünen Innenhof, eine chillige Outdoor-Lounge, in der einige Gäste gemütlich plaudernd verweilen oder in eigene digitale Welten versunken sind. „Das hier war mal der einer Bankruine in einer generell unattraktiven Ecke“, erzählt uns Micky. „Nicht mehr vorstellbar“, entfährt es uns. „Damals hatten wir auch eine Menge Skeptiker, die sagten, das hier wird nix“, erinnert er sich an die Anfangszeit vor rund elf Jahren. „Doch Hunger, Spaß und Ideen, aus tristen Immobilien und Lagen, Plattformen zu entwickeln, die wahnsinnig viele Menschen zusammenbringen, sind bei uns sehr stark ausgeprägt. Einen fertigen Laden haben wir noch nie übernommen“, fügt er mit einem Blick auf seinen Geschäftspartner Alex hinzu.







Wir entdecken diesen im fröhlichen Gespräch mit einem Service-Mitarbeiter und so gestikulieren wir Alex, dass wir rein gehen. Herein durch die weit geöffneten Glastüren in die Bar, die unter anderem mit dem „Mixology Bar Award 2016“ ausgezeichnet wurde. Anerkennende Preise für Außergewöhnliches hier können wir verstehen als wir den stimmungsvoll durch indirektes Licht aus Kronleuchtern beleuchteten Raum betreten. Mitten am Tag werden wir in eine geheimnisvolle Sphäre lasziv barocken Lifestyles entführt, werden umhüllt von einem Meer aus warmen goldenen und silbernen Farbspiele. In diesem Kosmos aus Sinneseindrücken fühlen wir uns nahezu zeitlos und absolut wohl. „Noch ist es sehr ruhig“, sagt Micky, als wir uns in eine der von oben bis unten gemütlich gepolsterten Separée-Nischen niederlassen. „Nachts sind bis zu 200 Gäste hier... und im Durchlauf sogar mehr.“ – „Pamela Anderson und Paris Hilton waren zum Beispiel zu Gast.“ „Habt Ihr eine typische Kundenklasse?“, interessiert uns vor diesem Hintergrund. „Nee, ganz bunt. Geschäftsleute ebenso wie Szenegänger. Ich denke, es kommen vor allem Menschen, die auf New Luxury achten, die sich einfach leicht fühlen möchten. Insbesondere in einer Umgebung, in der sie sich auch nach mehreren Jahren noch nicht satt gesehen haben. Aber natürlich können wir es nicht jedem Recht machen. Entweder mag man das architektonische Konzept und das Drumherum, oder nicht“, antwortet Micky.



PROVOCATEUR BERLIN



A love for life. And the passion to share it

Als sich kurz darauf Alex zu uns gesellt, surrt die Espresso-maschine am blank polierten 360-Grad-Tresen aus glänzend schwarzem Lack eine verheißungsvolle Melodie. „So, hi, hier bin ich dann mal. Manchmal brauche ich eine halbe Stunde oder länger von der Rezeption bis zur Bar“, schmunzelt er beim Händeschütteln. „Liegt wohl daran, dass wir Chefs zum Anfassen sind“, stimmt Micky bei. „Das gibt es ja in vielen großen Hotelgruppen gar nicht. Wir sind permanent da, mit allen per Du, kümmern uns umeinander und helfen auch mal privater Natur, wenn wir es können.“ – „Doch klar“, sagt Alex. „Bei aller Lockerheit, die wir haben, haben wir auch einen extrem hohen Anspruch an Sauberkeit, Essen, Trinken... also an Qualität in allen Bereichen.“ Da fällt uns imponierend ein: „Ist schon der Hammer. 1.000 Menschen sind bei Euch beschäftigt. Wie gelingt es Euch, diese mit dem Elan der Gekko Group anzuzünden?“ –



„Ja, das ist eine der größten Herausforderungen, aber auch etwas, das uns am meisten von anderen differenziert. Zum einen machen wir keinen Unterschied zwischen Familie, Freund, Mitarbeiter oder Gast. Zum anderen sind uns ein respektvolles Miteinander, Freundschaft und Liebe in unserer Unternehmenskultur immens wichtig“, antwortet Alex. „Aber wir sind nicht ‚Scientology‘, auch wenn wir unsere eigene Gekko-Family-DNA haben“, hakt Micky scherzhaft ein. „Praktisch kommen rund 20-25 Menschen nach uns, also auf alle Mitarbeiter und die Städte verteilt. Die stecken wir mit unserer DNA intensiv an. Und die wiederum geben unsere Philosophie von der Liebe zum Leben und der Leidenschaft, diese zu teilen, an die nächsten 24, 25 Menschen weiter und so on...“



wir unsere Häuser bespielen können.“ – „Ja“, nickt Micky. „Allgemeinwissen und Reisen tun unglaublich gut. Für alles. Für unser Leben. Unsere Projekte.“ – „Seiner Leidenschaft sollte man aber auch stets folgen. Dann bist du authentisch und hast Erfolg“, ergänzt Geschäftspartner Alex. Schon ungewöhnlich, überlegen wir, dass gestandene Unternehmer die Worte Liebe und Leidenschaft so vielfach aussprechen. „Liegt das an der Branche? Insofern, dass man sich menschlich näher ist?“ – „Definitiv. Hätten wir eine Papierfabrik, würden wir in unserer Gekko-Family weniger sinnlich agieren“, ist sich Alex mit einem Lachen sicher. „Die Attitude aber nicht zu vergessen“, findet Micky. „Du kannst in Deinem beruflichen Bereich 1,0 Kammerbester sein, aber wenn Dir die Herzlichkeit, das Lachen, die Lust und die gewisse Ausstrahlung fehlen, hast Du von Deiner fachlichen Ausbildung nichts.“

„Gerade Micky hat ein großes Gespür für die Zeichen der Zeit“

Wie diese familiäre Verbundenheit in der Gekko Group ohne große Worte gelebt wird, erfahren wir kurz darauf: Dass Micky die interessante kulinarische Spezialität lediglich per Handzeichen am Tresen geordert haben muss, hatten wir nicht bemerkt. „Das tut gut nebenbei“, macht er uns neugierig. „Das ist Wurmsalz und Chili auf Orange. Mit einem Mezcal kommt das sehr gut“, werden wir zum Genießen des ungewöhnlich intensiven Aromas aus fernen Landen eingeladen. „Wir reisen gerne und viel“, sagt Alex. „Schauen dabei, was es in der Welt gibt, was uns hier fehlt. Gerade Micky hat ein großes Gespür für die Zeichen der Zeit. Ein Talent zu spüren, was sich in Richtung Lifestyle und Design bewegt – und womit





„Wir verkaufen keine Sterne. Wir verkaufen ein Gefühl“

Ein Smartphone klingelt leise im Raum als Micky sagt: „Gäste und Mitarbeiter glücklich zu machen, ist für uns ein Treiber für viele Dinge!“ – „Absolut“, nickt Alex „Wir pushen jeden Tag. Die Hardware ist wichtig, aber die Menschen sind noch wichtiger. Und man bekommt so viel zurück, wenn man spürt, dass man einen Ort zum Ankommen geschaffen hat, an dem sich Menschen glücklich fühlen und gerade deshalb wiederkommen.“ – „Stimmt“, bestätigt Micky. „Man kann auch sagen: Wir verkaufen keine Sterne, wir verkaufen ein Gefühl.“ Wir spüren es. Je länger wir mit den leidenschaftlichen Unternehmern und lebensfrohen Freunden im Gespräch sind, desto mehr dringt es in unser Bewusstsein: Menschen mit ihrer persönlichen Gekko-DNA schöne Momente zu gestalten, tragen die beiden tief in ihrem (Business-) Herzen – ohne ihre lasziv provokante Natürlichkeit zu vernachlässigen.



Ob sie sich ein Stück weit als die Entfants terribles der Hotellerie in Deutschland sehen?, möchten wir erfahren. „Irgendwie schon“, meint Micky. „Zumindest in der Weise, dass wir weniger klassisch, sondern vielmehr schräg denken, um Menschen glücklich zu machen.“ – „Ratio muss aber bei allen Projekten dabei sein“, lacht Alex. „Ja, klar“, stimmt Micky zu. „Bauch, Herz, Gefühl und Leidenschaft sind lediglich die Türöffner, die uns dahin bringen, den Kopf einzuschalten.“

„Apropos ‚Follow your passion‘. Da fällt mir ein, wir haben ja jetzt noch ein internes Meeting“, spricht Alex an. Familiäre Arbeit aus Liebe zum Leben geht natürlich vor, das verstehen wir. So verabschieden wir uns kurz darauf herzlich an der edlen Holztür im Eingangsbereich und machen uns mächtig beeindruckt auf den Weg zurück in die Heimat. Als Gast kommen wir sicherlich noch einmal wieder.

„BAUCH, HERZ, GEFÜHL UND LEIDENSCHAFT SIND LEDIGLICH DIE TÜRÖFFNER, DIE UNS DAHIN BRINGEN, DEN KOPF EINZUSCHALTEN.“





Händlerentwicklung | Training
Deutschland
AUDI AG
I/VE-D24
D-85045 Ingolstadt

