



# Der Visionär

Dietmar Müller-Elmau schätzt Mobilität, Veränderung und Fortentwicklung. Mit dieser Einstellung machte er das Hotelsoftwareunternehmen Fidelio zum Weltmarktführer. Und Schloss Elmau zu einem einzigartigen Erlebnis

Geht gern andere Wege: Dietmar Müller-Elmau verwirklicht beim Wiederaufbau von Schloss Elmau seine Träume

Foto: Karin Gabler

Das Licht der Welt erblickte er in Zimmer 54 auf Schloss Elmau. Dennoch empfand er anfangs keine Liebe für das Haus. Die kam erst später. Denn auch wenn er es lange nicht wahrhaben wollte, das Schloss ist sein Schicksal.

Dietmar Müller-Elmau ist Enkel des Schriftstellers, Philosophen und Theologen Johannes Müller, der Schloss Elmau 1914 bis 1916 erbauen ließ. Tief im Wald hinter Garmisch, erlebte das Refugium in engem Zusammenhang mit der deutschen Geschichte sehr wechselvolle Zeiten. Zuletzt beschlagnahmt, ging es Anfang der 60er Jahre an die Familie zurück. Zwei der elf Kinder von Johannes Müller, Bernhard und Sieglinde, leiteten es dann zusammen mit Sieglindes Mann Odoardo Mesirca. Es wurde zu einem Mekka der Kultur.

## Späte Schlossliebe

Für den jungen Dietmar Müller-Elmau wirkte das Anwesen dagegen bedrückend. Er hasste das Gefühl, dass dort „alle Leute immer das Gleiche machen“, ein Empfinden, das der Vielreisende später noch oft in anderen Hotels hatte. Er interessierte sich mehr für Philosophie. Dennoch startete er „dem Vater zuliebe“ zwei Anläufe in der Hotellerie. Zunächst arbeitete er bei einem Work-Study-Projekt im Rahmen seines Studiums an der Cornell University in den USA im Hotel Sonnenalp in Ofterschwang. Noch heute schwärmt er von Sonnenalp-Inhaber Karlheinz Fässler und dessen Unternehmerqualität.

Die zweite Station in der Hotellerie war dann das Schloss Elmau unter der

Regie des Onkels. Fünf Jahre überstand er dort „todunglücklich“, ehe er die Enge durchbrach – und in München das Hotelsoftwareunternehmen Fidelio gründete.

Zusammen mit seinen Partnern machte er Fidelio in kurzer Zeit zum Marktführer in der 5-Sterne-Hotellerie. Um Amerika zu erobern, verkaufte er Anteile an Micros – mit der Option zur 100-prozentigen Übernahme beim Limit von 60 Mio. DM. „Ich dachte nicht, dass wir dieses Limit je erreichen.“ Doch der Erfolg übertraf alle Erwartungen. Und plötzlich war Müller-Elmau nicht mehr Geschäftsführender Gesellschafter von Fidelio.

Der Unternehmer wollte daraufhin einfach ein normales Leben mit seiner zweiten Frau beginnen. Wenn da nicht das Schloss gewesen wäre: Auf Drängen des Vaters Bernhard, der als Schriftsteller den Künstlernamen Müller-Elmau angenommen hatte, pachtete er das sanierungsbedürftige Denkmal. Und weil es mit drei verschiedenen Direktoren nicht funktionierte, zog er 2003 mit der jungen Familie nach Elmau, um das Haus selbst zu leiten. „Ich hatte eigene Vorstellungen“, lacht der Schlossherr wider Willen, der mit der Verwandlung des Anwesens zum „Cultural Hideaway & Luxury Spa“ eine aufregende Zeit erlebte. Er führte erbitterte Kämpfe gegen die Familie des Onkels, gegen Zweifler, Kritiker und Behörden. Gegen die typische Bademantel-Unifor-

mität eines Wellnesshotels – zugunsten seiner besonderen Visionen.

Es lohnte sich. Innerhalb von zwei Jahren verdoppelte sich der Umsatz des Resorts, das kulturellen Anspruch mit ungewöhnlicher Erlebnisvielfalt verband. Für Erwachsene, aber auch für Kinder, die zu Musikwochen, Kinderliterartagen und Science Labs kamen und das Haus mit Leben füllten. Müller-Elmau erinnert sich: Am Abend vor dem Brand im August 2005 war der Hausherr zum ersten Mal richtig zufrieden. „Ich weiß noch, ich dachte, jetzt passt alles, hoffentlich brennt's nicht ab.“

„Ich weiß noch, ich dachte, jetzt passt alles – hoffentlich brennt's nicht ab“

Dietmar Müller-Elmau

Nur die Tatsache, dass alle 450 anwesenden Gäste unversehrt blieben, motivierte den Hausherrn zum Weitermachen. Ein simpler Wiederaufbau aber wäre nicht sein Weg gewesen. Dazu sei er, wie er in Englisch sagt, zu „transient“: immer unterwegs, auf der Suche nach Neuem, um sich ständig weiterzuentwickeln. So inszenierte er ein komplett verändertes Elmau für 40 Mio. Euro.

## Ganz oder gar nicht

Am 1. Juli 2007 startet „The Schloss Elmau Experience“ unter Leitung des General Managers Peter Kienast. Das neue Hotel wird in vielerlei Hinsicht Maßstäbe setzen. Bei der Optik setzt Müller-Elmau voll auf Natur – um de-

ren faszinierende Schönheit und Schätze ins Haus zu holen. Besonderer Anspruch: eine „speziell in Wellnesshotels nie gekannte Kinderfreundlichkeit“. Um das Problem – hier ruhebedürftige Erwachsene, dort fröhliche Kinder – zu lösen, realisiert der liebevolle Familienvater ein weltweites Novum: ein „Family Spa“, in dem sich Kinder mit ihren Eltern austoben können, ergänzt durch ein luxuriöses „Badehaus-Spa“ neben dem Schloss – nur für Erwachsene.

Er hätte gerne noch weitere seiner Visionen realisiert. Dabei ist sein Beitrag zur Geschichte des Schlosses, das Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft vereint, schon längst offenbar. Überall wird der ganzheitliche Anspruch des „Intendanten“ deutlich: Schloss Elmau ist nirgends eintönig, nirgends homogen, und es bietet jedem Gast viel Freiheit für sich selbst. Das ist die besondere Leistung von Dietmar Müller-Elmau, der stets den Mut hat, andere Wege zu gehen. (Seite 32)

Karin Gabler

## Im Profil

### Der Porzellansammler

Christian Mittermeier

Ich sammle Porzellan wie eine Frau Schuhe“, sagt Christian Mittermeier. Man kann sich vorstellen, was das bedeutet: Spontankäufe, ganze Zimmer voller Geschirrschränke und Gefühlsausbrüche à la „Liebling, ist das nicht sensationell schön“, während sich seine Frau fragt, was er mit dem Ding nun wieder will. Dabei hat der Liebhaber des weißen Goldes in seinem Hotel-Restaurant und seiner Enoteca „Die blaue Sau“ in Rothenburg ob der Tauber zwei Spei-



Christian Mittermeier, Mittermeier, Restaurant und Hotel in Rothenburg ob der Tauber, liebt Porzellan wie manche Frauen Schuhe Foto: Hotel

se-Showrooms par excellence, um seiner Leidenschaft zu frönen.

„Gutes Porzellan drückt für mich Wertschätzung gegenüber dem Gast aus und ist die Bühne für mein Essen“, sagt der Sternekoch. Einerseits liebt er ganz sachliches Design – puristisch und zeitlos. Aber Mittermeier hat auch kein Problem mit Opulenz. Wo andere Köche „Hilfe“ schreien, greift er zu. Die üppige Versace-Kollektion von Rosenthal beispielsweise findet er „herrlich“ und serviert auf dem blauen Dekor gern ein schlichtes Thunfischsteak mit Pesto. Der Gastronom berät das traditionsreiche Unternehmen aus Selb seit Jahren bei Weiterentwicklungen. Momentan tüfteln sie an einer Alternative zu Besteck, wie es in aller Munde ist. mia

► Weitere Personalien unter Köpfe und Karrieren, Seite 45

## Impressum

### Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung

107. Jahrgang  
Alleiniges offizielles Organ des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes e.V. (DEHOGA)

Verlag: Matthaes Verlag GmbH  
Silberburgstraße 122  
70176 Stuttgart

Ein Unternehmen der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag.

Postanschrift: Postfach 103144, 70027 Stuttgart

Internet: www.ahgz.de

Geschäftsführung: Dr. Clemens Knoll, Peter Kley

Aufsichtsrat: Klaus Kottmeier, Peter Ruß

Verlagsleitung: Dr. Clemens Knoll, Joachim Eckert

Chefredakteur: Dr. Hendrik Markgraf

Stellv. Chefredakteur: Ulrich Jungk

Chef vom Dienst: Holger Zwick

Diese Woche: Dr. Hendrik Markgraf

Märkte und Unternehmen: Cornelia Küssel

Management und Praxis: Bernhard Eck

Köpfe und Karrieren: Rüdiger Ruster

Regional und Lokal: Ulrich Jungk

Herstellung: Silvia Vogel, Tel. (0711) 2133-200

Redaktionsassistent: Harald Maier (342)

Text: Marina Behre

AHGF.de: Wolfgang Baumgärtner

Redaktionsbüro Frankfurt Tel. (069) 7595-1518 Fax. (069) 7595-1220

Redaktion (0711) 2133-230

Fax Redaktion (0711) 2133-366

E-Mail: ahgz@matthaes.de

Redaktion (0711) 2133-218

Industrieanzeigen Nord: Daniela Zilch, Tel. (069) 7595-1222

Industrieanzeigen Süd: Karina Haas, Tel. (0711) 2133-368

Fax (0711) 2133-290

E-Mail: anzeigen@matthaes.de

ISBN: (0711) 24839490 (Mac und PC)

Vertriebsleitung: Frank Hanna, Tel. (0711) 2133-380

Abo-Service: Tel. (0711) 2133-250

Fax (0711) 2133-333

E-Mail: h.spiegel@matthaes.de

(-373) Herstellung: Silvia Vogel, Tel. (0711) 2133-200

(-373) Druck: Central-Druck

Domierstraße 14, 71034 Böblingen

Errscheinungsweise: Wöchentlich, jeweils samstags

ISSN 1863-8996

Bezugspreis: monatlich 17,50 €

einschl. Versandkosten und 7 % MwSt.

Die Abonnementgebühren sind im Voraus zahlbar.

Anzeigenpreise: Nr. 55 vom 1.1.2007

Bankverbindung: Frankfurter Sparkasse, Frankfurt a. Main

(BLZ 500 502 01), Kto.-Nr. 200 139 959

Druck: Central-Druck

Domierstraße 14, 71034 Böblingen

Gedruckt auf umweltfreundlichem chlorfrei-

em Papier. Abonnementrückgaben sind

jeweils 2 Monate vor Beendigung

des Berechnungszeitraums schriftlich

mitzuteilen. Bei Nichterscheinen infolge

höherer Gewalt oder nicht durch den

Verlag verursachten Störungen im Be-

triebsablauf besteht kein Anspruch auf

Lieferung der Zeitung oder Rückzahlung

des Bezugsgeldes. Erfüllungsort und

Gerichtsstand Stuttgart.

Alle veröffentlichten Beiträge sind urhe-

berrechtlich geschützt. Ohne Genehmi-

gung des Verlages ist eine Vervielfälti-

gung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfäl-

tigung per Kopie, die Aufnahmen in

elektronische Datenbanken und für die

Vervielfältigung auf CD-ROM. Mit der An-

nahme zur Veröffentlichung überträgt

der Autor dem Verlag das ausschließliche

Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ab-

lauf des Urheberrechts. Diese Rechte zu

übertragen ist eine Voraussetzung für

elektronische oder andere Datenbanken

aufzunehmen. Verbunden mit der Hote-

lier, Der Gastronom, Hotel-Restaurant/

Weil der Gastlichen, Gastgewerbe aktu-

ell, Deutsche Hotel-Nachrichten mit Kü-

che und Keller, Rheinisch-Westfälische

Wirthe-Zeitung, Deutsche Gaststätte,

Deutsche Hotel-Zeitung, Die Gastro-

nomie, Gastwirt + Hotelier, Das

hessische Gastgewerbe, Neue

Gastgewerbe Technik.



Belageneinweis: Bitte beachten Sie den Einkaufsführer auf den Seiten 23 bis 27.

## Zur Person

**Dietmar Müller-Elmau**, geboren 1954, studierte Betriebswirtschaft, Philosophie und Theologie an der Ludwig Maximilians-Universität München und machte den Master of Business Administration an der Cornell University NY, USA. 1979 war er Assistent der Geschäftsführung in der „Sonnenalp“, 1981 bis 86 Assistent des Direktors von Schloss Elmau. 1987 gründete er die Fidelio Software GmbH, die er bis zum Verkauf des Unternehmens 1996 als CEO leitete. Seit 1997 ist er Geschäftsführender Gesellschafter von Schloss Elmau. Er ist verheiratet und hat aus erster und zweiter Ehe sechs Kinder.



Hotel beim Wiederaufbau: Seit eineinhalb Jahren wird gebaut – im Juli dieses Jahres geht „The Schloss Elmau Experience“ wieder an den Start

Foto: Karin Gabler