

ahgz

Für Ihr Team:
Die Digital-Lizenz

www.ahgz.de/lizenz

Neues Gastro-Outlet startet im Europa-Park

Das Gastronomie-Konzept Eatrenalin im Europa-Park Rust setzt auf anspruchsvolle Kulinarik mit Eventcharakter. Mit im Boot: Marché-CEO Oliver Altherr. Am 4. November läut der Betrieb offiziell an. Das Eatrenalin befindet sich neben dem parkeigenen Hotel Kronasår und bietet Fine Dining, kombiniert mit Multimedia, Musik, Choreografie, schwebenden Stühlen und wechselnden Szenarien. Das Familienunternehmen investierte ins Restaurant sowie neu gestaltete Suiten in einem Hotel insgesamt laut dem geschäftsführenden Gesellschafter Thomas Mack rund 20 Mio. Euro. (Mehr dazu auf ahgz.de und in der Printausgabe vom 12. November). *ai*

SPECIAL



Auf 36 Seiten berichtet das Magazin *innovation* über Entwicklungen rund um Digitalisierung und Automatisierung im Gastgewerbe. Tools, Apps und Gadgets, die im Alltagseinsatz die Effizienz steigern, werden vorgestellt.

Gastgewerbe & Co. zweitgrößte Branche

Die Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie gehört gemessen an ihrer Brutto-Wertschöpfung (355,3 Mrd. Euro) und ihren Beschäftigungszahlen (4,1 Mio.) zu den Top-3-Wirtschaftsbranchen in Deutschland. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der neuen Studie des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO mit dem Titel „Wirtschaftsfaktor 360° Gastwelt“ im Auftrag der Tourismus-Denkfabrik Union der Wirtschaft (UdW). Demnach liegt die Branche nach der Automobilindustrie (438,8 Mrd. Euro) auf Platz zwei. (Mehr dazu auf ahgz.de und in der Printausgabe vom 12. November). *rw*



Boomtown Hamburg

16 SEITEN
SPECIAL
ZUM JUBILÄUM!

125

VIER JAHRESZEITEN
HAMBURG

Die Perle an der Elbe zeigt dem Rest der Republik, was wirklich in Sachen Tourismus und Kongresswirtschaft möglich ist. Hamburg agiert wegweisend – kurze Bewilligungsverfahren, schnelle Entscheidungen. Investoren und Stadtverantwortliche ziehen mit dem Tourismus-Chef an einem Strang. So auch bei dem hier abgebildeten neuen Prestige-Objekt, dem Elbtower. In den kommenden Jahren entstehen laut bisherigen Planungen rund 11.000 neue Hotelzimmer.

→ Seiten 2-3, 4-5, 14, 22, 24, 26



**PIONEERING THE HOTEL INDUSTRY.
AGAIN.**

DISCOVER THE NEW GENERATION OF MINIBARS

For more information email hospitality@dometic.com

dometic.com/hipro

ZWISCHENRUF



Holger Zwick
Redakteur

Stadt mit großer Strahlkraft

Der Tourismus in Hamburg hat Corona hinter sich gelassen. Laut Tourismuschef Michael Otremba ist die Hansestadt derzeit teilweise sogar nachgefragter als vor der Pandemie (siehe Interview auf dieser Seite). Gäste bevölkern die Stadt wieder, füllen Hotelbetten und sorgen für gut besuchte Restaurants, Bars und Cafés. Neue Hotels sind am Start und weitere ambitionierte Objekte sind in der Pipeline. Klassiker wie das Vier Jahreszeiten oder das Atlantic präsentieren sich in Hochform und Neo-Ikonen wie das Fontenay oder das Westin in der Elbphilharmonie haben ihren Platz gefunden und performen bestens. Von all dem handelt diese Ausgabe der *ahgz*, die sich in vieler Hinsicht und auf mehreren Seiten dem boomenden Hospitality-Standort Hamburg widmet. Besonderen Raum bekommt das Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten, dem wir mit einem 16-seitigen Spezial zum 125. Geburtstag gratulieren.

Die Destination Hamburg ist auf ihrem Weg in die Zukunft gut aufgestellt. So soll der geplante Elbtower, der auch ein Hotel der Marke Nobu beherbergen wird, einmal das „modernste Gebäude der Welt“ werden – und so Deutschlands zweitgrößter Stadt weitere Strahlkraft verleihen. Längst dürfte übrigens das Olympia-Aus der Hansestadt verkräftet sein. Hamburg ist ganz offenbar auch ohne Olympia für Entwickler, Investoren und Gäste attraktiv. Äußerst wichtig für den andauernden Erfolg der Destination wird es zudem sein, vermehrt nachhaltige und innovative Tourismuskonzepte zu entwickeln und umzusetzen.

BOOMTOWN HAMBURG

11.000 neue Zimmer für die Hansestadt



Hamburg, Perle an der Alster, Tor zur Welt. Die Stadt will sich noch stärker profilieren in Sachen Tourismus und Kongress-Wirtschaft. Politik, Investoren und Tourismusverband ziehen an einem Strang, um andere deutsche Metropolen noch weiter hinter sich zu lassen.

Die Hamburger Beherbergungsbetriebe haben für den August 2022 mehr Gäste und Übernachtungen als im August 2021 gemeldet (siehe Grafik unten). Die Zahl der Gäste stieg um 27,5 Prozent auf 736.000 und die Anzahl der Übernachtungen um 18,7 Prozent auf 1.621.000, wie das Statistikkamt Nord mitteilte. Gegenüber dem August 2019 – vor der Corona-Pandemie – sank das Gästeaufkommen allerdings um 2,3 Prozent. Das ist aber zu vernachlässigen – denn die Zahl der Übernachtungen stieg indessen um 3,6 Prozent.

Die Hamburger Beherbergungsbetriebe haben für den August 2022 mehr Gäste und Übernachtungen als im August 2021 gemeldet (siehe Grafik unten). Die Zahl der Gäste stieg um 27,5 Prozent auf 736.000 und die Anzahl der Übernachtungen um 18,7 Prozent auf 1.621.000, wie das Statistikkamt Nord mitteilte. Gegenüber dem August 2019 – vor der Corona-Pandemie – sank das Gästeaufkommen allerdings um 2,3 Prozent. Das ist aber zu vernachlässigen – denn die Zahl der Übernachtungen stieg indessen um 3,6 Prozent.

Accor startet durch

Alein die Accor-Gruppe wird bis zum Jahr 2024 im Überseequartier mehr als 800 neue Zimmer in die Hansestadt bringen. Laut Christie & Co steigt die Hotelkapazität schon 2022 um 10 Prozent und damit rund 3500 Zimmer. Die gesamte Pipeline für die nächsten Jahre umfasst demnach 63 Hotelprojekte mit rund 11.000 Zimmern. Yannick Wagner, Vice President Development Northern Europe bei Accor: „Hamburg ist ein spannender Hotelmarkt für Accor. Diese Einschätzung hat sich in den letzten Jahren bestätigt, als sich die Nachfrage dort schon früh

von dem Einbruch durch Corona erholt hat. Der Markt hat sich wirklich gut gehalten, und wir wollen uns dort breit aufstellen und mit unserem großen Marken-Portfolio die gesamte Bandbreite der Nachfrage abdecken.“

Neuer Tower

Neben dem Überseequartier (Investitionssumme rund 1 Milliarde Euro), wo sich neben Wohnungen und Bürogebäuden auch die Accor-Gruppe mit drei Hotels wiederfinden wird, entsteht einen Steinwurf entfernt mit dem Elbtower, mitten in Hamburg und direkt an der Elbe gelegen, das höchste Gebäude des Nordens: 64 Stockwerke, 245 Meter über dem Meer mit Blick auf dieses. Investitionsvolumen ebenfalls rund 1 Milliarde Euro. Investor ist der Immobiliengigant und Galeria Kaufhof-Chef René Benko. Der Mittvierziger hat zwar gerade Probleme mit der Staatsanwaltschaft in seinem Heimatland Österreich, aber der Bau des Elbtowers schreitet voran – und vor Weihnachten muss noch die zweite Kaufpreistrategie für das Grundstück an die städtische Hafencity GmbH als Eigentümerin überwiesen werden.

Der vom Büro des Stararchitekten David Chipperfield entworfene Elbtower wird auch ein Hotel beherbergen. Nobu Hospitality, die von Nobu Matsuhisa, Robert De Niro und Meir Teper gegründete Lifestyle-Marke, wird Ende 2025 hier ihr deutschlandweit erstes Haus eröffnen. Das Nobu Hotel Elbtower soll 191 Zimmer, ein Restaurant mit 200 Plätzen sowie eine Terrassenbar und Lounge mit Blick auf die Elbe bieten. *Marina Behre/Boris Tomic*

Fünf Fragen an

Michael Otremba, Geschäftsführer Hamburg Tourismus GmbH



1. Warum ist Hamburg so ein toller Hotel-Standort? Auch wenn die Antwort nicht sehr hanseatisch ist: Weil die Nachfrage nach Hamburg im Business- und Leisure-Bereich noch lange nicht ausgeschöpft ist. Das zeigen insbesondere die Gästezahlen in diesem Sommer: Die Gäste sind nicht nur zurück, Hamburg ist sogar teilweise nachgefragter als vor der Pandemie. Für Investoren spielt die Lage des Hotels eine zentrale Rolle. Die Lage der Stadt mit der Nähe zum Wasser und den kurzen Wegen bietet attraktive Grundvoraussetzungen, um Hotels in einem spannenden Umfeld zu entwickeln. Das ist dann eine Win-Win-Situation für Hotelbetreiber und Gast.

2. Was hebt die Destination von anderen deutschen Großstädten ab? Die positive Wahrnehmung und der Kern der Anziehungskraft gehen vom Hafen und der maritimen Identität aus. Sie steht für immer neue Einflüsse aus und die Sehnsucht nach der weiten Welt. Auch dadurch ist Hamburg eine Stadt des Ankommens und der Kontraste. Das sieht und spürt man beispielsweise in der Hafencity im Zusammenspiel mit dem Unesco-Weltkulturerbe Speicherstadt. Da verbinden sich Tradition und Moderne zu einer ganz aufregenden Erzählung. Hamburg ist schön, an manchen Orten aber auch derbe. Das findet man so in Deutschland nur in Hamburg und auch in Europa nur in wenigen Städten.

3. Welche besonderen Herausforderungen hat der Tourismus in Hamburg? Wenn eine Destination über zwei Jahrzehnte nur Wachstum kennt und die Gästezahlen nach dem Lockdown so schnell wieder das Vorkrisenniveau erreichen oder sogar übertreffen, dann ist der Blick für notwendige Veränderungen nicht so geschärft. Tourismuswachstum ist auch in Hamburg kein Naturgesetz. Die Welt verändert sich viel schneller als noch vor wenigen Jahrzehnten. Von Hotellerie bis Tourguide, von Kulturangebot bis Gastronomie, von Mice bis Mobilität – die Branche muss flexibler agieren, mehrgleisig fahren, bei Bedarf Angebote anpassen und sich vor allem noch besser vernetzen. Im Spannungsfeld zwischen Wandel und Bekanntem, breitem Angebot und den individuellen Bedürfnissen müssen neue Wege beschritten werden,

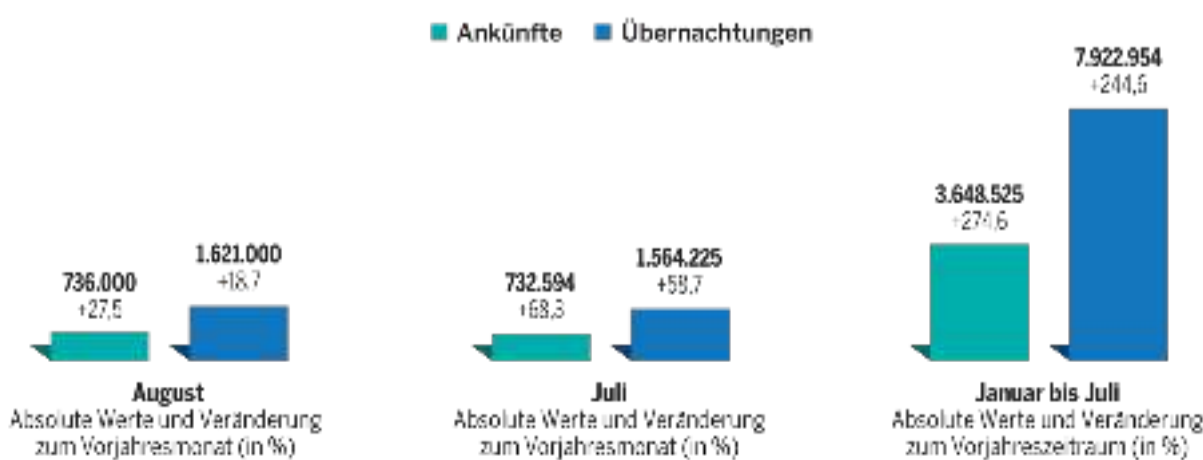
um jeder Zielgruppe das passende Angebot zu machen.

4. Wohin entwickelt sich der Tourismus in Hamburg? Was sind wichtige Trends? Was rückt in Zukunft mehr in den Hintergrund? Die folgenden Aspekte sprechen dafür, dass sich Hamburg als Städtereiseziel weiter unter den europäischen Metropolen etablieren wird: Die fortschreitende Internationalisierung wird auch zukünftig Märkte und Menschen verbinden. Mit der Elbphilharmonie, dem neuen Congress Centrum und seinem attraktiven Umfeld und dem Hafen als Tor zur Welt bieten sich gute Chancen, Hamburg auch bei internationalen Besuchern und Kongressen stärker zu positionieren. Technologisch macht die Welt exponentielle Sprünge. Lebenszyklen von Produkten und Technologien werden kürzer, Wissen und Inhalte veralten immer schneller. Gleichzeitig sorgen mobile Technologien für eine ausgeprägte Echtzeit- und Erlebnisorientierung. Die Individualität des Einzelnen hat eine nie dagewesene Bedeutung erreicht. Die Sehnsucht nach besonderen lokalen Erlebnissen schlägt sich auch in Hamburg nieder. Nachhaltigkeit ist das Fundament, auf dem ein verantwortungsbewusstes Leben und Wirtschaften auch im Tourismus aufgebaut ist. Ökologische, soziale und ökonomische Aspekte rücken dabei ganzheitlich in den Blickpunkt.

5. Warum wollen so viele Foodies nach Hamburg? Ich nehme ein besonderes Momentum in Hamburg wahr: Die gastronomische und kulinarische Landschaft hat in den vergangenen Jahren eine spannende Entwicklung genommen. Traditionelle Restaurants und innovative Gastro-Ideen vermischen sich ebenso wie Sterneküche und unkonventionelle Konzepte zu einer aufregenden Facette einer Hamburg-Reise. In Kombination mit einmaligen Locations, herausragenden Gastgebern und lokalen Produzenten von Lebensmitteln bietet das Thema „Food“ ein Spektrum, mit dem sich Hamburg klar und positiv positionieren kann. Auch bietet die Stadt ein perfektes Ökosystem für die gesamte Wertschöpfungskette vom Produzenten über das Start-up bis zum Gastronom – das spüren auch die Gäste. *Jan Paul Stich*

Ankünfte und Übernachtungen 2022 in Hamburg

Beherbergungsstätten mit 10 und mehr Betten (einschl. Camping)



Quelle: Statistik Amt Nord

Grafik: ahgz



HOTEL-TRIO AN DER UFERPROMENADE

„Pulsierender Zukunftsort“

Der Ausbau des Hamburger Überseequartiers soll die Stadtentwicklung auf höchstes Niveau bringen.

Eine urbane Community, die mit dem Prinzip des 5-Minuten-Quartiers dynamisch verknüpft ist – das soll die Charakteristika des Areals werden. Vom Hamburger Hauptbahnhof geht's mit einer neuen U-Bahn direkt zu einem der drei Hotels im Quartier und von dort in fünf Minuten zu Freizeitbeschäftigungen jeglicher Art: Für Besucher der Hansestadt soll das Mixed-used-Quartier zu einem besonderen Erlebnis werden.

Geballte Hotel-Power in der Hafencity

Auf einer Gesamtfläche von 40.000 Quadratmetern werden im Frühjahr 2024 drei Hotels der Marken ibis Styles, Pullman und Novotel eröffnet.

Investoren und Entwickler des Hotelprojekts sind Unibail-Rodamco-Westfield und die Gruppe B&L. Die drei Hotelmarken gehören zum Portfolio des französischen Konzerns Accor. Jedes der Hotels bietet unter einem anderen Architekten einen eigenen Stil und Charme der Räumlichkeiten. Mit mehr als 800 Zimmern könne die Südseite des Überseequartiers genügend Platz für Besucher, Geschäftsleute und Familien bieten. Das Economy-Hotel ibis Styles präsentiert mit 403 Zimmern die meisten Unterkünfte der drei Hotelmarken. Die gehobene Mittelklasse-Marke Novotel stellt sich mit 172 Zimmern und das Premium-Hotel Pullman mit 252 Zimmern auf. Das Trio wird jeweils mit einem Restau-

rantbereich und einer Bar ausgestattet. Novotel bietet darüber hinaus einen Fitness-, Spa-, Terrassen-, Meeting- und Eventbereich an.

„Nicht nur der Bestand Accors in der Hansestadt ist beachtlich, auch die Pipeline für neue Projekte ist gut gefüllt. So wird 2023 ein Novotel am Hauptbahnhof an den Start gehen. In Hamburg entsteht auch ein Haus der Lifestylemarke The Hoxton von Ennismore, das in zwei bis drei Jahren eröffnet werden soll“, so Yannick Wagner, Vice President Development Northern Europe bei Accor. Die Marke lebe von der Nachbarschaft und passe perfekt zum Standort eines urbanen Umfelds mit Geschäften und Ausgeh-Locations. Für das gesamte Überseequartier werden knapp 16 Millionen

Gäste pro Jahr erwartet, von denen sich ein Großteil auf die drei Hotels verteilen kann.

Überseequartier als smarterer Stadtteil

Das Überseequartier Westfield bietet auf einer Gesamtfläche von über 100.000 Quadratmetern und mit Investitionskosten von über 1 Milliarde Euro nicht nur Unterkünfte, sondern auch einen Ort der digitalen Innovationen. Das Areal soll den Gästen über die sogenannte Quartiers-App 360-Grad-Nutzer-Engagements am Standort bieten. Mithilfe von Virtual Reality soll auch internationalen Gästen eine bestmögliche Orientierung geboten werden.

Larina Harbusch



Drei auf einen Streich

BETREIBER: Accor Hotels Deutschland GmbH

INVESTOREN: Unibail-Rodamco-Westfield

GEPLANTE ERÖFFNUNG: 2024
ECKDATEN GESAMT: 40.000 Quadratmeter, 830 Zimmer

DIE EINZELNEN HOTELS

IBIS STYLES: 403 Zimmer, Restaurant und Bar
PULLMAN: 252 Zimmer, Restaurant und Bar
NOVOTEL: 172 Zimmer, Restaurant und Bar, Fitness, Spa, Meeting- und Eventbereich, Terrasse