

## „Nischenprodukte reizen mich“

Die Macht der Hotelketten wächst. Hotelier Hollmann sieht darin aber keine Gefahr.

**F**HAMBURG, 26. Oktober für die Rolle des Leidtragenden ist Kai Hollmann die falsche Besetzung. Als Beispiel für jene privaten Hoteliers, die dem Konkurrenzdruck der hierzulande immer stärker Fuß fassenden Hotelketten nicht mehr gewachsen sind, taugt der Hamburger nicht. „Meine Häuser laufen gut“, sagt der Geschäftsmann.

Auch zum Klagelied der Branche über die Kostenbelastung einerseits und die unbefriedigenden Erträge andererseits lässt Hollmann sich an diesem kühlen Morgen nicht hinreißen. Er sitzt in der weitläufigen Lobby des Loft-Hotels „Gastwerk“, wärmt sich am Pfefferminztee und erzählt lieber von seinem jüngsten Projekt, dem „The George“ im Stadtteil St. Georg: von den eigens dafür angefertigten Möbeln im neuen britischen Design. Vom feinen „Private Dining“ nach Vorbild der Londoner Clubs. Aber auch von der keinesfalls beliebigen Höhe der Steckdosen in den Zimmern, den Gästen und dem bunten Kiez. Ein bisschen dandyhaft, doch lässig soll das Hotel sein – der Patron wünscht sich offenkundig ein Haus, das zu ihm passt. Jedes Detail erscheint wichtig. Und so wie Hollmann das alles mit großer Intensität erzählt, vermittelt er den Eindruck, dass für die selbständigen Unternehmer längst nicht aller Tage Abend ist. Vorausgesetzt sie wissen, was sie wollen.

Noch ist diese Spezies in Deutschland mächtig. Zumindest zahlenmäßig. Etwa 88 Prozent der Hotels haben einen privaten Betreiber. Doch seit die Herbergen der Arcors, Etapes und Motel Ones in Se-

rie auf den Markt kommen, malen die Branchenbeobachter vom Hotelverband Deutschland (IHA) bis zur Hotelrating-Agentur Treugast für die Einzelkämpfer ein düsteres Zukunftsbild: Der Aufstieg der Großen führe zum Fall vieler Kleiner, lautet die Analyse. Die Budget-Hotelserie, das sind die Häuser mit bis zu drei Sternen, zieht die kostenbewussten Gäste an – und kann doch leichter höhere Preise durchsetzen als die selbständigen Unternehmer. Nacht für Nacht bleiben nach Angaben des IHA 1 Million Gästebetten leer. Neben den Nobelresidenzen haben vor allem die privaten Anbieter Probleme mit der Auslastung ihrer Herbergen.

Gegen die Macht der Marken werden sich nur Häuser mit persönlicher Handschrift behaupten, lautet die Einschätzung des Verbands. Hollmann setzt darauf, seit er sich vor elf Jahren selbständig gemacht hat. Er war vierzig, als er seinen Posten als Geschäftsführer der Hotels des in Hamburg legendären Hotelbetreibers Willi Bartels nach sechzehn Jahren aufgab, um drei Jahre später mit dem Gastwerk sein erstes eigenes Haus zu eröffnen.

Den Schritt zum selbständigen Hotelier hat er übrigens über das Immobiliengeschäft geschafft, in das er nach seinem Weggang von Bartels eingestiegen ist. Mit seinen fünf Geschwistern gründete er die Hollmann und Partner Vermögensverwaltung (HPV), die vor allem in denkmalgeschützte Immobilien investiert. So kam Hollmann zum Gastwerk. „Ich liebe alte Häuser“, sagt der Geschäftsmann. Und weil das mehr als hundert Jahre alte Backsteingebäude für Loft-Ambiente prädestiniert war, nahm der Hotelmann auch eine gewaltige Flächenverschwendung in Kauf – in der Eingangshalle wie in den Zimmern.

Angesichts der Durchschnittsgröße von 35 Quadratmetern je Zimmer residiert hier der Gast weit großzügiger als etwa auf 18 Quadratmetern in einem Budgethotel, aber auch als im neuen The George. Im Neubau kommen die Zimmer auf 25 Quadratmeter im Schnitt. Die Flä-



Foto Arno Müller

### Das Unternehmen

Der Unternehmer fährt mehrgleisig. Gemeinsam mit seinen fünf Geschwistern besitzt er die **Hollmann und Partner Vermögensverwaltung**, die Immobilien erwirbt und auch Investor der Hotels **Gastwerk**, **Superbude**, „25hours“ und des neuen **The George** ist. Nach Angaben Hollmanns beherbergen die Häuser jährlich zusammen um die 120 000 Gäste (ohne The George) und erzielen einen Umsatz von etwa 14 Millionen Euro. Zudem hat er mit drei Partnern die **Betreiber-Gesellschaft „25 hours“** gegründet. Zur Kette gehören drei Häuser, bis 2012 sollen es in Europa 6 bis 10 sein.

chenverschwendung müsse das Haus durch höhere Zimmerpreise wettmachen, die von 125 bis 350 Euro je Nacht reichen.

Heute ist das Hotel eine bekannte Adresse und ein Vorzeigeprojekt nicht nur unter deutschen Design-Herbergen. Zudem wird das Haus gern als Beispiel dafür genannt, wie man einem Industriebau neues Leben einhauchen kann. Damals allerdings, als der Hotelier daranging, im unwirtlichen Bahrenfeld aus einem ehemaligen Gaswerk eine Unterkunft zu machen, erlitt er Kopfschütteln. Er selbst habe „höllische Angst“ vor der Lage ge-

habt, erzählt der Unternehmer. Aber dann habe sich gerade das Hotel als Lokomotive für die Entwicklung des gesamten Geländes erwiesen.

„Mich reizt die Nische“, bekundet der gelernte Hotelkaufmann. Mit seinen vier Häusern lotet er ein jeweils anderes Konzept aus – für unterschiedliche Zielgruppen und in unterschiedlichen Preisklassen. Während **Gastwerk** und **The George** im First-Class-Segment bewegen und mit 4 Sternen ausgezeichnet sind, besitzt er mit der **Superbude** nahe dem Hamburger Hauptbahnhof ein Hostel. Das ist eine

### Der Unternehmer

**Kai Hollmann** wurde 1957 im Hamburg geboren. Seine Liebe für Hotels begann in der Küche des Interconti, wo er eine Kochlehre absolvierte. Es folgte eine Ausbildung zum Hotelkaufmann. Von der Kette wechselte er ins Hotel **Hafen Hamburg**, dessen Leitung er mit 24 Jahren übernahm. Vor elf Jahren wagte er den Sprung in die Selbständigkeit. „Ich muss mich hundertprozentig identifizieren können“, sagt Hollmann. Weil sein Beruf sehr einnehmend sei, verzichte er auf Hobbys. Freie Zeit verbringt der Vater einer neunjährigen Tochter am liebsten mit der Familie.

Herberge für Gäste, die weniger ein Hotel denn eine preiswerte, gut gelegene Übernachtungsmöglichkeit suchen. Nach Angaben des IHA ist das in Deutschland ein Wachstumsmarkt.

Das Gebäude sei eigentlich ein „Problemfall“ im Portfolio der HPV gewesen. Doch dann sei ihm eines Tages die rettende Idee gekommen, sie zum Hostel zu machen, erzählt der Besitzer. Weil er selbst sich der Entwicklung nicht annehmen konnte, da er mitten in den Vorbereitungen für **The George** steckte, müssten unter anderem die **Azulis** ran, den Markt

studieren, Konzepte erarbeiten. „Die Superbude läuft bestens, mit extrem hoher Auslastung“, stellt der Hotelier fest. Das klingt umso beeindruckender, da er das Hostel zuvor als Zufallsprodukt geschil- dert hat. Hollmann weiß, wie man gut aussieht.

Sein Gespür für die Bedürfnisse des Marktes hat der Hamburger nicht zuletzt mit dem vor fünf Jahren eröffneten „25 hours“ bewiesen. Es ist ein trendiges Haus, mit Preisen von 80 bis 125 Euro je Übernachtung deutlich erschwinglicher

Der Aufstieg der Arcors, Etapes und Motel Ones führe zum Fall vieler kleiner Hotels, lautet die Analyse.

als seine beiden First-Class-Hotels. Das Konzept richtet sich an junge Stadttouristen, die es locker mögen, eine private Atmosphäre schätzen, zu der unter anderem gehört, dass man sich mit dem Personal duzen kann. Auch dieses Haus befindet sich auf dem Areal in Bahrenfeld, nur ein paar Meter vom Gastwerk entfernt in einer ehemaligen Gewerbeimmobilie aus den fünfziger Jahren.

Mit „25 hours“ hat Hollmann zudem das getan, was nach eigenem Bekunden eigentlich nichts für ihn ist – den Sprung in die Kettenhotellerie gewagt. Gemeinsam mit drei Partnern gründete er eine Betreiber-Gesellschaft, die mittlerweile zwei weitere Häuser in Frankfurt eröffnet hat. Alle jedoch sind individuell gestaltet. „Kein Haus gibt es zweimal“, sagt der Gründer. Unterschrieben seien mittlerweile Verträge für ein „25 hours“ in Berlin und eines in Budapest. Konkrete Verhandlungen laufen in München und Zürich, wie der Hotelier berichtet.

In Dresden und Köln dagegen haben sich die Pläne der Gesellschaft zerschlagen. Das sei vielleicht ganz gut, denn die Gesellschaft dürfe nicht zu schnell wachsen, sagt Hollmann. Das klingt vernünftig, aber doch auch ein bisschen so, als sage er es sich zum Trost. „Das hätten wir schon gerne gemacht“, räumt er ein. Es ist ihm anzumerken, dass er daran Gefallen gefunden hat, mit der Mini-Kette den Gesetzen des Marktes zu folgen und zugleich nach eigenen Regeln zu spielen. „Wir sind in der Lage, etwas zu bewegen.“

BIRGIT OCHS

- FAZ  
26.10.2008