



JOI-DESIGN

PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG

## Salongespräch Nr. 2 Renaissance der Hotelgastronomie



Alle Fotos: Antonia Jenner-Egberts für AHGZ & JOI-Design

Salongespräch-Teilnehmer (von links) Claudia Johannsen, Philip Borckenstein von Quirini, Jean-Georges Ploner, Horst Rahe, Moderator Rolf Westermann, Michael Struck, Andreas Schmitt, Christina Block und Peter Joehnk

(Hamburg, 01.12.2017): Am 16. November 2017 luden Rolf Westermann (Chefredakteur der AHGZ) und Peter Joehnk (Geschäftsführer von JOI-Design), mit der Internorga Hamburg als Partner, das zweite Mal zum Salongespräch ein. Während beim ersten Salongespräch im August die Frage „Was kommt nach dem Hotelwohnzimmer?“ analysiert wurde, diskutierte diese Expertengruppe die Wiedergeburt (Renaissance) der Hotelgastronomie.

Folgende Gäste waren geladen: Claudia Johannsen (Geschäftsbereichsleiterin der Messe Hamburg), Philip Borckenstein von Quirini (General Manager von Empire Riverside Hotel und Hotel Hafen Hamburg), Jean-Georges Ploner (Gründer von F&B Heroes und Inhaber von Ploner Hospitality Consulting), Horst Rahe (Inhaber der DSR), Michael Struck (CEO und Gründer der „Ruby“ Hotels), Andreas Schmitt (Geschäftsführer und Vice President Operations der Althoff Hotels) und Christina Block (Unternehmerin und Gesellschafterin der Block-Gruppe).

**Rolf Westermann** erinnert gleich zu Beginn an die frühere Grundeinstellung der Hoteliers „Das beste Hotelrestaurant ist kein Restaurant“, und wirft folgende Fragen auf: Ist ein integriertes Restaurant für Hotels heute immer noch ein „Muss“? Oder können Hotels hierauf



verzichten? Oder wird es wiederum anders kommen, und die Hotelgastronomie erfährt regelrecht eine wahre Renaissance? Was erwarten die Gäste, und wie denken die Hoteliers? Hier eine Bestandsaufnahme inklusive Prognose:

**Corinna Kretschmar-Joehnk** startet und betrachtet die Szene aus dem Auge der Innenarchitektin. Öffentliche Bereiche in Hotels von heute verschmelzen miteinander. Einzelne Häuser werden durch ihre Gastronomie zur Destination. Junge Hotels brechen allerdings häufig traditionelle Regeln und bieten nur noch eine begrenzte Auswahl an. Aus F&B wird mehr und mehr B&F. **Ploner** plädiert für F&B&D (für Design) und reagiert provokativ „Hotels ohne F&B sind nur eine Entschuldigung für die eigene Unfähigkeit.“ **Schmitt** entkräftet und betont eine integrierte Hotelgastronomie sei kein „Muss“. Ausschlaggebend für die Festlegung eines Konzeptes ist eine tiefgründige Bedürfnisanalyse seiner Zielgruppe. Darauf gilt es gezielt zu antworten.

**Struck**, kein Verfechter der Abendgastronomie, hat genau diese Zielgruppenanalyse durchgeführt und stellt fest „Gastronomie ist nicht nur Restaurant“. Er konzentriert sich mit seinem Konzept auf das Frühstück und die Bar. Hier bietet er beste Qualität. „Bei Ruby ist die Bar das Herzstück der Hotels, die zum Hotspot der jeweiligen Stadt werden soll. Da investieren wir.“ Ein Grund, auf die Abendgastronomie zu verzichten, ist die Minimierung der Fixkosten. Selber sagt er, die Ruby Hotels können dieses Konzept nur erfolgreich fahren, da diese ausschließlich in Toplagen positioniert sind und der Gast somit fußläufig eine große Auswahl kulinarischer Angebote hat. In einer B-Lage wäre dies nicht umsetzbar – hier ist der Gast auf ein integriertes Restaurant angewiesen, und auch das Angebot müsste hier aufgrund der fehlenden Alternativen eher massentauglich sein.

Auch **Horst Rahe** sieht die hohen Fixkosten als entscheidenden Punkt für die Profitabilität eines Hotels. Natürlich muss man den Erwartungen der Gäste gerecht werden. Gäste in einem Luxushotel wie das Louis C. Jacobs in Hamburg erwarten eine Top Gastronomie. Diesen Ansprüchen wird er auch gerecht – übrigens sind 70% der Restaurantgäste Hamburger. Dennoch gibt es Möglichkeiten, die Fixkosten zu reduzieren. So verzichtet er auf eine große Küche, Lagerräume und viel Personal und arbeitet mit Partnern für hochwertiges Convenience Food zusammen. Er hat seine Lieferantenzahl von 800 auf 80 reduziert und kann nun nachfragegezielter, schneller, umweltfreundlicher und kostengünstiger agieren. **Johannsen** steigt ein: Den Fachkräftemangel im Hinterkopf sieht auch sie eine effiziente Nutzung der Ressourcen in der Küche als zeitgemäß an. Convenience Produkte, die vor einigen Jahren noch in die Schmuddel-Ecke einer Küche gehörten, sind heute angesehene Helfer.

Zurück zur Hotelgastronomie: **Struck** bezweifelt die Nachhaltigkeit dieser Konzepte und kontert „Wie viele Restaurants gibt es, die als Lifestyle-Klassiker über viele Jahre funktioniert haben? In drei bis fünf Jahren ist die Crowd doch woanders.“ **Christina Block**: „Hotelrestaurants sind nicht sexy. Mit separatem Eingang und einer eigenen Adresse funktionieren sie aber“. Zusätzlich wirft sie als erfolgsfördernd ein, dass die Gastronomie das Hotel erweitern muss. Genau dieses Konzept hat sie mit ihrem Vater im Theo's im Grand Elysée in Hamburg verwirklicht. Das Theo's spezialisiert sich auf Edelsteaks. Es hat sich in Hamburg einen eigenen, vom Hotel losgelösten Namen erarbeitet und profitiert schon nach dem ersten Jahr von der Nachfrage. Auch **Borckenstein von Quirini** setzt voll auf die Wiedergeburt der Hotelgastronomie. Er eröffnete gerade im Empire Riverside Hotel in Hamburg sein frisch renoviertes Fischrestaurant – das Waterkant. Den Eingang im ersten Stock versucht er wettzumachen durch eine top Fischqualität und spezielle Gimmicks wie ein extra hierfür angefertigtes Fischmesser oder ein Fischöl. Durch diesen gezielten Fokus und wenig Konkurrenz plant er, dieses Restaurant als It-Place für Hamburger und Touristen zu etablieren. **Joehnk** wirft ein, dass die Sicht auf Hotelrestaurants in Städten wie London, New



York und Singapur ganz anders und viel weiter und positiver ist. Gut umgesetzte Hotelrestaurants werden zum In-Place der Städte, und absurder Weise steht hier gar nicht mehr unbedingt das kulinarische Wohl im Vordergrund als vielmehr die Atmosphäre, die Szene und das „Dabeisein“. Für ihn ist die Gastronomie absolut essentiell und die Seele des Hotels!

Wird es nun eine Renaissance der Hotelgastronomie geben oder nicht?

Das Fazit ist, dass es sehr wohl eine Wiedergeburt der Hotelgastronomie geben kann, vorausgesetzt die Entwicklung dieser wird richtig angegangen! Wird ein Restaurant in ein Hotel integriert, ist absolut erfolgsentscheidend, dass ein bestimmter Fokus gesetzt wird. Es gilt, nicht der breiten Masse zu gefallen, sondern viel mehr einer bestimmten Zielgruppe – vorausgesetzt, das Konzept erlaubt auf Grund der Lage eine spitze Fokussierung. Das entsprechende Gastronomiekonzept muss mit hoher Food-Qualität, egal ob Oliven oder ein Drei-Gänge-Menü angeboten werden, umgesetzt sein. Gäste enttarnen Fakes schnell – diese sind nicht glaubwürdig und somit nicht nachhaltig. Vielmehr wollen die Gäste ein Erlebnis, eine Geschichte mit nach Hause nehmen. Um das Restaurant erfolgreich in die Stadt zu integrieren, muss es auf dem Hotelkonzept aufbauen und dieses noch durch eine Besonderheit erweitern. Und noch ein praktischer Tipp zum Schluss: ein separater Eingang sowie ein eigener Name helfen, damit die Gäste das Restaurant als unabhängig wahrnehmen. Manchmal kann es so einfach sein....

## JOI-Design

*„Die menschlichen Kontakte sind es, die es ausmachen und unseren Beruf besonders machen. Wir entwerfen als Menschen für Menschen, schaffen Lebensräume und reagieren auf stetig wechselnde und sich neu orientierende Wünsche und Anforderungen aus unserer Gesellschaft – das ist mein Steckenpferd.“*

C. Kretschmar-Joehnk

Noch nie war es so spannend, in der “Hospitality Design” Branche tätig zu sein. Mehr als 30 Jahre Erfahrung bilden die Basis. Bereits seit 1984 liegt der Fokus von JOI-Design auf der Entwicklung von exklusiven und Design-orientierten Konzepten für die internationale Hotellerie. Serviced Apartments und markenaffines Office Design kamen in den letzten Jahren dazu. Innerhalb des Hotelsegmentes befassen wir uns mit privat-geführten, feinen und kleinen Boutique-Hotels als auch mit jungen Szene-Hotels und luxuriösen Hotelketten.

Die Entwicklung von Möbeln, Leuchten, Heizungen oder Bad-armaturen ist heute ebenso konstanter Bestandteil des Portfolios, resultierend aus dem Know-how um die Anforderungen aus den Projekten und aus der Feder von Produktdesignern stammend – Products by JOI-Design.

Das kreative Team des führenden europäischen Designstudios gestaltet mit erfahrenen Innenarchitekten, Architekten, Ingenieuren, Grafikern und Produktdesignern einzigartige sowie zeitgemäße und maßgeschneiderte Konzepte. Der enge Austausch mit dem Auftraggeber sowie der Ansporn nach einer optimalen und nachhaltigen Lösung für das individuelle Projekt stehen im Vordergrund.



JOI-DESIGN

PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG PRESSEMITTEILUNG

Gleichzeitig richtet sich der Blick nach außen: Die Analyse von sich ständig ändernden Bedürfnissen der Gesellschaft und der Entwicklung des Reisens spornt an, jeweils die beste Antwort für das individuelle Projekt zu realisieren. Mit dem Ziel, zu der Entwicklung der Branche beizutragen und diese mitzugestalten, wird das tiefgründige und breitgefächerte Wissen mit anderen Akteuren der Branche geteilt. möchten wir unser tiefgründiges und breitgefächertes Wissen mit anderen Akteuren der Branche teilen. Bei Interesse finden sich weitere Infos hier:

<http://joi-design.com/portfolio/philosophie/>

### **Für Rückfragen:**

Theresa Goetze · Marketing & PR · T: + 49 / (0)40 / 68 94 21 50 · [goetze@JOI-Design.com](mailto:goetze@JOI-Design.com)  
JOI-Design GmbH · [www.JOI-Design.com](http://www.JOI-Design.com)

Auszug aus laufenden Projekten: Le Méridien Hamburg; Hyatt Place – The Circle Zürich Airport, Schweiz; Boutique Hotel Innsbruck, Österreich; AC by Marriott Berlin; Steigenberger Hamburg; Moxy Warschau, Polen; Niu by Novum Essen; Radisson Blu Erfurt; Capri by Fraser Leipzig; Fraser Suites OFD Hamburg; Moxy Frankfurt; Residence Inn Frankfurt; Frederics Apartment München; Strandhotel Pique Norderney; Indigo & Staybridge Frankfurt; Congress Center Hamburg; Öschberghof Donaueschingen; Hapimag Resort Venedig-Cavallino, Italien

Auszug aus abgeschlossenen Projekten: Mercedes-Benz Living @ Fraser London und Singapur; Reichshof Curio Collection by Hilton Hamburg; Hotel am Leuchtturm Warnemünde; Arborea Neustadt; Hotel Vier Jahreszeiten Iserlohn; Steigenberger Grandhotel Belvédère Davos, Schweiz; JW Marriott Cannes, Frankreich; AC Hotel Ambassadeur Antibes, Frankreich; Trendsuiten at the Radisson Blu Köln; Capri by Fraser Frankfurt; Mercedes-Benz Arena Berlin VIP Lounge Berlin; Hapimag Resort Hamburg; Hilton Munich Airport München; Hilton Frankfurt Airport at THE SQUAIRE Frankfurt; Le Clervaux Boutique Hotel Clerf, Luxemburg; Hotel-Kompetenz-Zentrum Oberschleißheim; Lindner Resort Mallorca, Spanien; Steigenberger Grandhotel & Spa Heringsdorf; PwC Tower 185 Frankfurt