



H wie Hamburg

Gerade zwei Jahre ist es her, dass an Münchens Stadtrand gegenüber der Messe die H-Hotels ein Doppelhotel mit der Budgetmarke H2 und dem Vier-Sterne-Ramada eröffnet hat. Wie schon in Berlin, entwickelte sich diese Kombination binnen kurzer Zeit zur Goldgrube. Das neue Ramada Hamburg City Center will an die Erfolge anknüpfen – wenn auch nur als Einzelhotel, weil die Grundstücksgröße nicht mehr zulässt, wie Hoteldirektorin Kathrin Wirth-Ueberschär erzählt. Als Standort haben die H-Hotels die Amsinckstraße in Hamburg-Mitte gewählt – und damit, anders als in München, eine zentrale Lage. Denn mit dem zweiten Haus der H-Hotels im Zentrum der Stadt möchte die familiengeführte Hotelkette ihre Präsenz „an zentralen Standorten in boomenden Städten“ fortsetzen, erklärt Alexander Fritz, Vorstandsvorsitzender der H-Hotels mit Sitz im hessischen Bad Arolsen. Dieses Konzept scheint aufzugehen: Das Rating der Hotelgruppe stieg beim Treugast Investment Ranking 2015 von A auf AA – wegen der „breitflächigen Marktabdeckung an teils sehr guten Standorten“, wie die Treugast begründet.

Das Ramada Hotel Hamburg City Center setzt nach dem Münchner Doppelhaus wieder auf einen zentralen Standort – mit Erfolg.

Nach zweijähriger Bauzeit hat das Vier-Sterne-Superior-Hotel mit 508 Betten Ende 2015 eröffnet. Die H-Hotels betreiben das Haus, während als Immobilienpartner und Vermieter die ADAC Hansa e.V. agiert. Wie ein Tor sollen die beiden Gebäude den Weg in den Stadtteil Hammerbrook in Hamburg Mitte weisen. Das Architekturbüro Störmer Murphy and Partners designte das Verwaltungsgebäude des ADAC und das Ramada Hotel Hamburg City Center, die sich aufeinander zuzubewegen scheinen und mit rotem Faserbeton an die traditionellen nord-deutschen Backsteinhäuser und die alten



Hamburger Kaufmannshäuser erinnern sollen. Nur wenige 100 m von der Innenstadt, dem Hauptbahnhof und der Elbe mit Hafen und Cruise-Terminal entfernt, richtet sich das Hotelangebot sowohl an Business- als auch Städtereisende – aktuell ist das Verhältnis 65 % Geschäfts- zu 35 % Freizeitreisende. Die Hotellobby im Erdgeschoss und das Konferenzfoyer im ersten Obergeschoss sind über eine breite Treppenanlage verbunden. Die Gäste haben von hier aus Zugang zu allen Hauptbereichen, u. a. zu den Konferenzräumen, dem Restaurant und der Bar. Die 254 Zimmer und Suiten befinden sich in den Geschossen zwei bis zehn. Geschäftsreisende können elf Besprechungsräume mit Tageslicht, WLAN und Klimatisierung nutzen. Hinzu kommt ein über 500 m² großes Foyer für Empfänge und Events. Schließlich gibt es einen ca. 250 m² großen Wellnessbereich mit Whirlpoolwanne.

Konzept Gaumenfreund

Zeitgleich mit der Hotelöffnung starten die H-Hotels ein neues Gastronomiekonzept, das künftig alle Häuser aufgreifen werden.

„In erster Linie möchten wir unsere Eigenmarken stärken, aber vor allem wollen wir ein einheitliches Gastronomiekonzept etablieren, das sich in jedem unserer Häuser wiederfindet“, erklärt die Marketingverantwortliche Iliane Dingel-Padberg. Unter dem Namen Gaumenfreund servieren die Hotelrestaurants Klassiker, Tagesgerichte und Spezialitäten mit regionalen Zutaten. „Das heißt nicht, dass alle Häuser ein gastronomisches Konzept übergestülpt bekommen“, stellt Hoteldirektorin Kathrin Wirth-Uberschär klar. In München wird es weiterhin die Bayerische Stube mit regionalen Schmankerln geben, ebenso die Fischerstube im Ramada Hotel Hamburg-Bergedorf. Die Individualität zeigt sich auch beim Ambiente. „Uns war es wichtig, einen gemütlichen Raum zu schaffen, mit einer Sitzbankschleife in der Mitte und Nischen für zwei bis drei Personen“, erläutert die Hoteldirektorin. So stehen internen und externen Gästen 240 Plätze zur Verfügung. Als zweite Säule des Gaumenfreund-Konzepts haben die H-Hotels den Bereich Catering & Events aus der Taufe gehoben. „In der Vergangenheit gab es hierzu kein einheitliches Konzept und keinen einheitlichen

Markenauftritt. Die Marke Gaumenfreund erleichtert uns zudem die Ansprache von neuen Kunden“, sagt Iliane Dingel-Padberg. Als bundesweites Netzwerk begleitet das Team Veranstaltungen jeder Art und Größe: von der Planung bis zum eigentlichen Catering. Die „Bar 11“ in der elften Etage ist schließlich für bis zu 100 Leute eine Location für sich. So dient das Hotel nicht nur als Tor, sondern auch als zentraler Ausblick auf das, was noch folgen mag. **jus**

Ramada Hotel Hamburg City Center
20097 Hamburg • www.h-hotels.com

- Bad:** Hansgrohe, Vitra, Kaldewei
- Berufsbekleidung:** Rompe Design Jobfashion
- Betten:** FBF bed&more, **Energie:** Vattenfall
- Fitnessgeräte:** Life Fitness Europe
- Gästetresore, Minibar:** Dometic
- Getränke:** Coca Cola, Eckes-Granini, Radeberger
- Guest Supplies:** GFL
- Kaffeemaschinen:** WMF
- Herdanlage, Kombidämpfer:** MKN
- Kühlanlagen:** Viessmann Kühltssysteme
- Lebensmittel, Convenience-Produkte:** Sander Gourmet
- Restaurantmöbel:** Rudolf Bachhuber, Kay-Uwe Glander
- Software:** Addipos, Micros Oracle
- Spa- und Terrassenmöbel:** Stern
- Spültechnik:** Winterhalter
- Tagungsmöbel, -technik:** HS-Bankett/Burgess, Inframa
- Tischkultur:** Seltmann Weiden, WMF
- Türschließanlage:** Messerschmitt Systems
- TV, Internet:** Philips, Nordiq, Telekom Hot-Spot, Sky
- Waschmaschinen:** Miele
- Wäsche, Wäschereidienstleister:** Servitex

bachhuber



www.bachhuber-hoteleinrichtungen.de



www.fbf-bedandmore.de



www.vitra-studio.de
www.vitra-bad.de



www.mkn.de



www.sander-gourmet.com



www.rompe.de

(Auszug) **PROJEKT BETEILIGTE**