

Aufatmen in der Hamburger Hotelbranche?

Empire Riverside Hotel und Hotel Hafen Hamburg ziehen positive Halbjahresbilanz

Die Übernachtungsraten der ersten Jahreshälfte 2022 lassen das Hotel- und Gastronomiegewerbe in Hamburg Luft holen: Jüngsten Zahlen des Statistikamt Nord zufolge herrscht seit Jahresanfang ein starker Aufwärtstrend und das Reisevolumen der Tourist:innen in Hamburg hat bereits fast das Vor-Corona-Niveau erreicht¹. So konnte im Mai mit 1.393.147 Übernachtungen bei einer durchschnittlichen Verweildauer von zwei Tagen nahezu an die hohen Übernachtungszahlen von 2019 mit 1.396.583 Buchungen angeknüpft werden. Zum Vergleich: Im Januar 2022 beliefen sich die Zahlen noch auf 531.356 Übernachtungen im Gegensatz zu 845.497 im Januar 2019². Trotz der positiven Entwicklungen ist eine verlässliche Prognose für das zweite Halbjahr nur schwer zu treffen – Fachkräftemangel, steigende Energiekosten sowie die Gefahr neuer Corona-Maßnahmen in der kalten Jahreszeit stellen die Hotellerie und Gastronomie vor weitere Herausforderungen. Als Direktor des hanseatischen Traditionshauses Hotel Hafen Hamburg sowie des Design- und Lifestyle Hotels Empire Riverside Hotel im Hamburger Stadtteil St. Pauli, zeigt sich Enrico Ungermann dennoch vorsichtig optimistisch. Im Interview blickt er auf die letzten Monate zurück, teilt Einschätzungen zu den Trends der Branche, verrät, welche Visionen er für seine Häuser hat und wie er potenziellen Problemen in Zukunft begegnen will.

Wie war Ihre persönliche Stimmung für das erste Halbjahr und wie nehmen Sie die Stimmung in der Hotelbranche wahr?

Das Jahr 2022 startete für uns zunächst durchwachsen und war noch immer stark durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie sowie deren Reglementierungen geprägt. Die Hotellerie hat im Hinblick auf die Personalsituation am Markt immer noch stark zu kämpfen. Insgesamt hat die Hotelbranche seit der Aufhebung der strengen Corona-Maßnahmen jedoch an Optimismus zurückgewonnen, obwohl die Folgen der Pandemie den Tourismus in Deutschland nachhaltig signifikant verändert und beeinflusst haben.

Wie war die Auslastung der beiden Hotels im ersten Halbjahr 2022? Gab es Unterschiede, vor allem hinsichtlich der Zielgruppe?

Geprägt durch die Beschränkungen im ersten Quartal sind unsere Auslastungszahlen für das erste Halbjahr insgesamt noch nicht auf dem vergleichbaren Niveau von 2019. So lagen bis zum Ende des zweiten Quartals die durchschnittlichen Raten des Hotel Hafen Hamburg bei rund 66 Prozent und im Empire Riverside Hotel bei rund 70 Prozent. Seit April konnten wir jedoch erfreulicherweise eine konstant steigende Gäste-Nachfrage für beide Hotels verzeichnen, welche ungebremst bis heute anhält. Im Vergleich zum Jahresbeginn lässt sich bei Betrachtung der Durchschnittsraten dokumentieren, dass wir mittlerweile in beiden Häusern eine Erhöhung im zweistelligen Bereich erzielt haben. Dabei haben wir des Weiteren festgestellt, dass es eine Verschiebung der Zielgruppen gibt. So ist die Buchung im Leisure-Bereich, also Gäste, die nicht beruflich unterwegs sind, sondern rein aus Vergnügen reisen, deutlich ausgeprägter als zuvor. Dies trifft vor allem für das Hotel Hafen Hamburg zu, das inzwischen auch sehr stark durch Familien frequentiert wird. Im Gegensatz dazu ist im Empire Riverside Hotel nach wie vor eine hohe Nachfrage durch Business-Reisende vorhanden.

¹[Statistikamt Nord \(statistik-nord.de\)](https://www.statistik-nord.de)

² [Beherbergungen | Hamburg Tourismus \(hamburg-tourism.de\)](https://www.hamburg-tourismus.de)

Welche waren die größten Herausforderungen nach dem Wegfall der Corona-Beschränkungen?

Eine der größten Herausforderungen bestand darin, die Teams nach den langen Einschränkungen wieder zurückzuführen und zeitgleich neue Mitarbeiter:innen im Onboarding zu integrieren. Hinzu kamen neue Konzeptlinien, welche im gleichen Zuge implementiert wurden. Hier war es besonders wichtig, eine stets transparente Kommunikation zu allen Mitarbeiter:innen zu halten. Zu diesen Konzeptlinien gehörten beispielsweise die vollständige Renovierung des Restaurant Port sowie die damit verbundene Neugestaltung und Ausrichtung der Menükarten. Gleiche Neuauslegungen fanden im Restaurant waterkant und der DAVID's Bar statt. Ein neues Konzept lässt sich jedoch nur dann erfolgreich umsetzen, wenn es von den Mitarbeiter:innen auch gelebt wird. Demzufolge war es uns eine Herzensangelegenheit, dass wir auch ihnen im Gegenzug zu ihrem Engagement etwas zurückgeben – so haben wir im gleichen Atemzug das Mitarbeiter:innen-Restaurant vollständig neu designed und qualitativ auf ein hochwertigeres Level gesetzt. Parallel haben wir Schulungen und Weiterbildungen angeboten, um unsere Teams laufend und optimal in die (Änderungs-)Prozesse einzubinden.

Der Personalmangel im Hotellerie- und Gastronomiegewerbe steht weiterhin im Fokus. Wie schätzen Sie die Personalsituation ein? Wie sieht es diesbezüglich in Ihren Hotels aus?

Die Personalsituation lässt sich nicht flächendeckend miteinander vergleichen. Es gibt Bereiche wie die Front-Office- und F&B-Positionen, die von einer höheren Mitarbeiter:innen-Fluktuation betroffen waren und solche, die auch während der Corona-Einschränkungen stabil blieben. Erfreulich ist, dass wir anlässlich des Ausbildungsstarts im August gleich sieben neue Mitarbeiter:innen in der Verwaltung sowie der Gastronomie bei uns begrüßen durften.

Was müsste in der Hotelbranche passieren, um sie für Mitarbeitende attraktiver zu gestalten?

Die Hotellerie ist dabei, sich deutlich zu Gunsten der Mitarbeiter:innen zu verändern. Leider wird dies nicht oft in den Fokus gerückt, weshalb im Volksmund noch immer ein eher negativer Eindruck verbreitet ist. Wir würden uns daher sehr wünschen, dass die Vorzüge dieser Dienstleistungsbranche mit all ihren schönen Facetten mehr in den Mittelpunkt gestellt würden, um so insbesondere junge Menschen nachhaltig für diesen Bereich zu begeistern. Wir freuen uns, Aspekte wie u. a. externe Weiterbildungsmöglichkeiten, betriebliche Altersvorsorge sowie überdurchschnittliche Sonn- und Feiertagszuschläge in beiden Häusern bereits als feste Bestandteile für unsere Mitarbeiter:innen integriert zu haben, um dem Anspruch eines modernen und attraktiven Arbeitgebers gerecht zu werden.

Wie haben sich die Bedürfnisse der Reisenden im Jahr 2022 verändert bzw. werden sich verändern?

Zu Beginn haben wir einen deutlichen Anstieg im Hinblick des allgemeinen Hygiene- und Sicherheitsgefühls wahrgenommen. Dieses hat sich jedoch zwischenzeitlich wieder durch die Freude am Reisen relativiert. Aufgrund der gesammelten Erfahrungen gehen wir davon aus, dass für Reisende eine maximale Flexibilität hinsichtlich der Buchungs- und Stornierungsmöglichkeiten sehr bedeutsam ist. Das kurzfristige Buchungsverhalten stellt heutzutage bereits einen elementaren Aspekt bei der Hotelauswahl dar. Dieses Buchungsbedürfnis wird daher in Zukunft unabdingbar am Hotelmarkt werden, um den Gästen und Kund:innen eine maximale Attraktivität und damit verbundene Flexibilität zu bieten. Zeitgleich ist dies für ein Hotel jedoch mit einer personellen und administrativen Herausforderung verbunden, die es zu bewältigen gilt.

Welche Rolle spielt das Thema Digitalisierung in beiden Häusern?

Digitalisierung stellt für beide Hotels eine sehr wichtige und zukunftsorientierte Komponente dar. Unser Bestreben besteht darin, dass wir durch die stetige Weiterentwicklung von digitalem Know-How eine optimale Customer-Journey für unsere Gäste und Kund:innen etablieren. Damit sollen auch unsere Teams bestmöglich durch modernste Technologien in ihrem täglichen Arbeitsprozess unterstützt und entlastet werden. Positive Erfahrungen sammeln wir diesbezüglich bereits mit unseren digitalen Check-In-Möglichkeiten.

Was erwarten Sie für die Hotelbranche im zweiten Halbjahr 2022?

Wir erwarten bzw. hoffen, dass sowohl der Corporate-Bereich als auch das MICE-Segment (MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) weiterhin Bestand haben und wachsen werden und es nicht zu erneuten Einbrüchen oder starken Rückgängen kommt – sei es durch erneute Corona-Beschränkungen oder als Folge der Rezession. Es ist daher zu hoffen, dass die allgemein herrschende Unsicherheit in Deutschland nicht weiter zunimmt und sich erneut negativ auf das Reiseverhalten der Menschen auswirkt. Einen nächsten Lockdown würde die Hospitality-Branche meines Erachtens nicht verkraften. Die Folgen wären zu gravierend, um diese - auch temporär - wieder aufzufangen.

Was erwarten Sie für Ihre beiden Hotels? Welche Visionen/Pläne haben Sie für Ihre Häuser?

Trotz des aktuellen Hochgefühls werden Herbst und Winter von weiteren Herausforderungen geprägt sein, denen auch wir uns stellen müssen. Ich bin jedoch davon überzeugt, dass wir aus den Erfahrungen der Vorjahre routinierter und gefestigter mit den entsprechenden Anforderungen umgehen können. Allgemein fokussieren sich unsere Pläne zunächst auf die Schärfung der bereits bestehenden Marken sowie der Erschließung von neuen Quellmärkten bzw. neuen Zielgruppen. Eine unserer priorisierten Visionen ist der Ausbau der drei Säulen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziologie. Diese Werte werden nicht nur intern für uns immer relevanter, sondern auch unsere Gäste wollen nachhaltiger und bewusster reisen.