

Kai – der nur Kassenschlager kann.

Porträt: Kai Hollmann.

TEXT: ANKE PEDERSEN · FOTOS: LUCAS WAHL

Lage, Lage, Lage? Wenn es bei Kai Hollmann kribbelt, dann wirft er selbst angeblich unumstößliche Wahrheiten einfach über Bord. Mit Erfolg! Ob Gastwerk, 25hours oder Superbude: wann immer der Hanseat die Hotellerie neu denkt, hat das Folgen für die gesamte Branche. Dabei wollte er eigentlich nur eins: »Nicht 08/15 sein!«

In Hollywood wäre Kai Hollmann eine Traumbesetzung. Für das nächste Abenteuer von Johnny Depp alias Captain Jack Sparrow. Zum Beispiel. Denn wer könnte dem weibischen Piratenhelden glaubwürdiger Paroli bieten als dieser hochgewachsene Hanseat mit der stolzen Haltung eines Admirals und Gesichtszügen wie gemeißelt? Eine Offiziersuniform bloß, ein königlicher Dreispitz – fertig wäre der tollkühne Kämpfer im Dienste Ihrer Majestät!

Doch Scherz beiseite. Natürlich ist ein Mann wie Kai Hollmann viel zu sehr damit beschäftigt, seine eigenen Blockbuster zu inszenieren – als Produzent, Drehbuchschreiber, Kulissenbauer und Regisseur –, als dass er auch noch Zeit zum Schauspielern hätte.

Außerdem ist er selbst viel zu sehr Rebell, als dass er sich je an die Vorgaben anderer halten könnte. Ob es nun um die Erwartungen der eigenen – zum Hamburger Geldadel gehörenden – Familie geht, in der er sich als einziges von sechs Kindern gegen die Uni und für eine Kochlehre entschied. »Mein Opa unterstützte das.« Oder um die Vorgaben der aus seiner Sicht an Ideenmangel und Austauschbar-

keit krankenden Privathotellerie. »In den nächsten zehn Jahren werden wir im Verhältnis Ketten zu Privaten auf 50:50 kommen«, prophezeit der gestrenge Freigeist. Die Mehrwertsteuerensenkung habe diesen Prozess lediglich verlangsamt.

Harte Worte, zugegeben. Nachvollziehbar jedoch aus dem Mund eines Mannes, der nicht erst seit Beginn seiner Selbstständigkeit im Jahr 2000 einen unternehmerischen Erfolg nach dem anderen gelandet hat. Allein die 25hours-Hotels haben derart eingeschlagen, dass mittlerweile sogar eine Expansion jenseits Europas möglich erscheint. Eben weil Hollmann neben der Spur denkt. Und dies von A wie »Anforderungen der anvisierten Zielgruppe« bis Z wie »Zweit- oder Anschlussverwertung einer Immobilie, wenn die Hotelnutzung mal nicht mehr geht«.

Koch, Kaufmann, Bauherr

Dass ein Hotelier überhaupt so weit denkt, ist dem glücklichen Umstand geschuldet, dass seine Mutter »in Immobilien gemacht« und sich gewünscht hatte, dass ihre Kinder im Umgang mit ihrem Erbe »alle an ei-

nem Strang ziehen«. Also gründeten die sechs eine bis heute tätige Immobiliengesellschaft und sortierten den Bestand dergestalt, dass daraus ein stimmiges Portfolio entstand.

Und so hat Kai Hollmann, nachdem er erst eine Koch-, dann eine Lehre zum Hotelkaufmann im feinen Hamburger Intercontinental absolviert hatte, gleich bei seinem ersten richtigen Job als Direktionsassistent im Hotel Hafen Hamburg damit begonnen, um-, an- und auszubauen. Zunächst nur den F&B-Bereich, in den darauffolgenden Jahren dann auch das Hotel selbst. Von 85 Zimmern bei seinem Arbeitsantritt 1980 bis auf 330 Zimmer bis zur Jahrtausendwende.

Dafür, dass der damals erst 24-Jährige vom ersten Tag an nicht nur hanseatisch weltläufig, sondern auch mit entsprechend kaufmännischem Wagemut ans Werk ging, hatte Hoteleigner Willi Bartels das Nachwuchstalents schon nach einem Jahr mit einer Beförderung in die Geschäftsführung entlohnt. »Das ging per Handschlag«, sagt Hollmann. Und war eine gute Entscheidung. Denn tatsächlich hatte sich der Schützling gegen eine internationale Karriere bei Intercontinental und für

KAI HOLLMANN



das Privathotel entschieden, weil er »nicht nur einen Teil im Hotel machen, sondern überall mitmischen wollte«. Und das tat er in einer Konsequenz, die schon damals jedweden Mainstream sprengte.

Bloß kein Durchschnitt!

Denn schon dem jungen Hollmann war es wichtig, »nicht 08/15 zu sein«. Also tat er das Gegenteil dessen, was zu dieser Zeit alle taten: Er beendete die Sache mit den Anfang der 1980ern in die aufstrebende Musicalmetropole strömenden Busgruppen, um von Leisure- auf Geschäftsreisende zu steuern. Dafür gründete er sogar eine eigene Sales-Abteilung: »Wir haben nicht gewartet, dass die Leute kommen, sondern sind auf die Firmen zugegangen.« Als er das Haus nach 18 Jahren schließlich verließ, hatte er insgesamt 75 Millionen Mark investiert. Das Ergebnis: eine deutlich erhöhte Average Rate und eine Durchschnittsbelegung von 85 Prozent. »Das hat mir einen riesigen Spaß gemacht.«

Dass der heute 58-Jährige überhaupt ging – im fortgeschrittenen Alter von über 40 –, war zweierlei lebensverändernden Ereignissen geschuldet. Zum

einen war der in einem großen Familienverbund sozialisierte Hollmann nun selbst Vater geworden. Zum anderen hatte er die Möglichkeiten, Hotel und Residenz Hafen Hamburg weiter auszubauen, schlichtweg ausgeschöpft. Also machte er sich auf die – lange – Suche nach etwas Eigenem.

»Eine neue Hotelwelt, die es so in Deutschland noch nicht gab«

Seine Fahndung endete erst, als er das Areal rund um das ehemalige Gaswerk Bahrenfeld betrat. Damals, so erzählt er, war die Familienfirma auf Quartiere spezialisiert, »denkmalgeschützte Flächen, denen wir eine neue Geschichte geben wollten«, und das Gelände im tiefsten Westen Altonas war gerade dazugekommen. »Und da hat es dann gekribbelt«, lächelt Hollmann. Ergo begann er – abseitige Lage hin oder her – mit der Umwandlung des Gas- in ein Gastwerk.

Gleichzeitig wandte er sich an Klaus Sendlinger, den Gründer der Design Hotels. »Damals saßen die noch in den USA, und ich habe die Gruppe mit ihren US-Häusern ganz klar als Image- und Marketingtool betrachtet«, erklärt Hollmann die damalige Überlegung.

Zwar sei von Sendlinger postwendend ein »Spinnt du?!?« gekommen. Doch bei seiner Eröffnung am 17. Januar 2000 startete Deutschlands erstes Lofthotel natürlich auch als Hamburgs erstes Design Hotel. Denn mit diesem Haus war es dem Freigeist tatsächlich gelungen, etwas Neues zu erschaffen: »Eine neue Hotelwelt, die es so in Deutschland noch nicht gab.« Klar also, dass nicht zuletzt diese ebenso einzigartige wie harmonische, weil detailreiche Verschmelzung von neuem Design und alter (Fabrik-)Architektur nicht allein im Hochglanzkatalog der Design Hotels für Furore sorgte. Tenor: »O wow, das Haus könnte ja auch in New York stehen!« Entzückt von der Demonstration des Möglichen und Machbaren zeigte sich auch die hiesige Branche – und kürte den Hotelschöpfer 2003 zum Hotelier des Jahres.

»Wir schenken unseren Gäste eine Stunde«

Eigentlich aber kam dieser Preis viel zu früh. Denn so wenig Hollmann dafür geschaffen ist, sich auf dem einmal Erreichten auszuruhen, so sehr hatte er sich gerade erst warmgelaufen. Und so dauerte es gerade mal ein paar Monate, bis es wieder kribbelte. »Ich saß in der Villa auf dem Gelände und starrte auf die Gebäude«, plaudert der Admiral. Und plötzlich war sie dann da: die Idee für das 25hours Number One. »Ich wollte was für junge Leute, die nicht zu Accor wollen; etwas ganz Individuelles. Die Preise sollten auf Zwei-Sterne-Niveau sein, das Angebot passend für zwei, drei und vier Sterne.« Und weil gegenüber seinem Schreibtisch um die drei Quadratmeter 25records-Platten aufgereiht waren, stand prompt auch der Name fest. Und das Motto: »Wir schenken unseren Gästen eine Stunde.« Alles Weitere ist Geschichte: keine Normung, keine Standards, weder der Mitarbeiter noch der Möbel – ein Mordserfolg!

»And now to something completely different!«

Und so ging das dann weiter. Noch während der unter kreativem Strom stehende Hollmann die Eröffnung zwei



Alles andere als eintönig: Kai Hollmann



Charmeoffensive:
Hollmann im Foyer
seines Gastwerks

weiterer 25hours-Hotels in Frankfurt inszenierte, entwickelte er parallel außerdem zwei völlig neuartige Konzepte für das damals noch alles andere als hippe Bahnhofsviertel St. Georg. Die Idee für Nummer 1 war reiner Notwehr geschuldet: »Wir hatten da diese eine Immobilie, ein Bürogebäude, die uns gewaltig nervte, die immer nervig vermietet war«, schüttelt Hollmann sich noch heute. Also beschloss er, dort etwas für Gäste im Segment unterhalb der 25hours-Hotels zu machen. Die erste Superbude war geboren (siehe auch Seite 18 f.).

Mit Objekt Nummer 2 verhandelte er eigentlich für die 25hours. »Aber das war zu teuer.« Da Hollmann aber freie Hand haben, also kaufen wollte, ersann er für das Gebäude kurzerhand das The George: ein Haus im New British Design mit dem privaten Charme englischer Membership-Clubs. Wiederrum eine ganz eigene Welt also und eine liebevolle Hommage an die alte Seefahrernation.

Rund acht Jahre ist all das schon wieder her. Und weil sowieso alle Projekte Selbstläufer sind, hält Hanseat Hollmann es mal wieder wie Monty Python: »And now to something completely different!« Zusammen mit Tivoli-Betreiber Norbert Aust, Kino-Tycoon H. J. Flebbe und den Brüdern

Frederick und Gerrit Braun, den Machern des Miniatur Wunderlandes, entwickelt er derzeit das »Besucherhaus« in der Hafencity. Deutschlands erstes familienorientiertes Entertain-

menthotel soll es werden – Kino, Hafenbühne und eine Miniatur Welt inklusive. Die Eröffnung ist geplant für 2017; die Black Pearl vielleicht schon auf ihrem Kurs gen Pier 3. ➡

Kai Hollmann-Facts

1957: Geburt in Hamburg eines von fünf Geschwistern

1976: Ausbildung zum Koch und Hotelkaufmann im Hamburger Hotel Intercontinental

1980: Direktionsassistent im Hotel Hafen Hamburg.

1981: Wechsel in die Geschäftsführung als Deutschlands jüngster Hotel-Direktor

1995: Leitung des Hotels Residenz Hafen Hamburg

1996: General Management auch im Lübecker Hof

1999: Wechsel in die Selbständigkeit

2000: Konzeption und Realisierung des Gastwerk Hotel Hamburg, Hamburgs erstem Loft- und Designhotel

2003: »Hotelier des Jahres«

2003: Konzeption und Realisierung des 25hours Hotel Number One

2008: Eröffnung des Hotel-Hostel Superbude (Number One) in St. Georg

2008: »Unternehmer des Jahres« der AUS-Wirtschaftsverbände

2008: Eröffnung des »The George« in St. Georg

2006: Gründung der 25hours Hotel Company zusammen mit Stephan Gerhard, Ardi Goldman und Christoph Hoffmann sowie anschließende Expansion

2011: Brilliant Savarin-Plakette

2012: Eröffnung der Superbude St. Pauli

2016: Geplante Eröffnung des »Besucherhauses« in der Hamburger Hafencity als erstem familienorientierten in Deutschland

2017: Geplante Eröffnung der Superbude St. Pauli No. 3