

# Maritime Allianz

➔ Was 1992 mit einem Hotel in Bremen-Vegesack begann, hat 2010 deutlich an Fahrt gewonnen: Mit gleich vier Neueröffnungen gehören zur Atlantic Hotelkooperation nun insgesamt neun Betriebe. „Ab dem dritten Haus wurde es strategisch“, erinnert sich der Atlantic Geschäftsführer Markus Griesenbeck. 1999 kam der heute 45-jährige mit den Gesellschaftern Kurt Zech (Zech Group) und Joachim Linnemann (Justus Grosse) ins Gespräch. Damals befand sich das dritte Haus, das Atlantic Hotel Universum neben dem gleichnamigen Science Center in Bremen, noch in Planung. Für Markus Griesenbeck war es eine willkommene Herausforderung, bereits in der Entstehungsphase Einfluss nehmen zu können. Sein Handwerk als Hotelkaufmann hat er von der Pike auf gelernt, geprägt wurde er durch seine lange Zeit

bei Maritim. Bei den Atlantic Hotels macht er sich seit über zehn Jahren dafür stark, das Wachstum zu forcieren. Die entsprechenden Standortentscheidungen sind stets mit einem Anker verbunden, etwa große Firmen mit Übernachtungsbedarf im Umfeld, ein touristischer Faktor oder eine Lage an Verkehrsknotenpunkten. Allein fünf Häuser der Gruppe befinden sich am Unternehmensstandort Bremen, allerdings in verschiedenen Stadtteilen und mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten: Das älteste Hotel in Vegesack steht am ursprünglichen Bremer Hafen und ist umgeben von Industrie und Werften. Das Hotel am Flughafen punktet durch seinen verkehrsgünstigen Standort, das Haus an der Galopprennbahn mit der Nähe zu Mercedes, dazu die Rennbahn und ein Golfplatz als Attraktionen. Über

enorme Tagungskapazitäten verfügt das Hotel Universum mit angeschlossenem Conference Center. Und das im vergangenen Jahr eröffnete Grand Hotel ergänzt als Vier-Sterne-Plus-Premiumprodukt das Portfolio. Durchschnittlich 70 Prozent der Gäste kommen aus dem Businessbereich, eine Ausnahme bilden die Standorte Bremerhaven und Lübeck, an denen der Anteil der Touristen über 50 Prozent beträgt: „Fast Resort ähnliche Zustände“, kommentiert Markus Griesenbeck. Das Hotel in Bremerhaven an der Außenweser inmitten der Havenwelten mit dem Klimahaus, Schifffahrtsmuseum und Auswandererhaus macht ihm besonders viel Spaß. Einige der Kunden verglei-



*Ob für Business- oder Tourismuskäste: Die neun Atlantic Hotels bieten ein je nach Standort unterschiedliches Ambiente. Hier als Beispiele Suiten im Haus an der Galopprennbahn Bremen und im Sail City Bremerhaven, die Bar in Lübeck, Smokers Lounge und Wellnessbereich im Grand Hotel in Bremen. Weitere Details zu diesen und allen weiteren Hotels der Kooperation auf den folgenden Doppelseiten.*

chen das elfgeschossige, gläserne Gebäude mit dem Burj al Arab in Dubai, andere buchen ein Zimmer mit „Meerblick“. Think global, act local, ist die Devise der Gruppe. Bundesweite Kampagnen gibt es nicht, dafür regionale Aktivitäten zu Neueröffnungen. Ganz bewusst scheut Markus Griesenbeck das Wort „Kette“ und ersetzt es durch „Kooperation“. Jedes Hotel ist für ihn einzigartig. Direkte Kommunikation und Kundennähe stehen im Zentrum, das neu etablierte Sales und Marketing Team kümmert sich darum. Über die hotel-eigene Website und die gängigen Portale im Internet kommen viele Individualbuchungen. Dass 2010 nun gleich vier Eröffnungen zusammenfielen, davon zwei im Juni, war nicht unbedingt geplant. Die Projektentwicklung für Lübeck lief bereits seit 2004, auch das Grand Hotel in Bremen war schon länger in der Pipeline, und Kiel kam dann noch kurzfristig dazu. Dass bei diesen Objekten ein neuer Zeitgeist angebrochen ist, macht sich auch in der nobelzeitlosen Einrichtung bemerkbar, die von den Lübecker Innenarchitekten In-Krause geplant und umgesetzt wurde. Neu im Portfolio ist seit 2010 zudem ein Hotel im nordrhein-westfälischen Essen, das als Franchisebetrieb geführt wird. Markus Griesenbecks Fazit: „Wenn ein Hotel fertig ist, wird es eröffnet.“ Dennoch möchte er künftig Kollisionen wie diese vermeiden.

Trotz aller Individualität und Entscheidungsfreiheit vor Ort erfordert ein solch schnelles Wachstum, dass Standards gesetzt werden. Seit 2009 beschäftigt sich der Managementberater Markus Weidner mit der Etablierung eines QM-

Systems mit Handlungsanweisungen in Form von Prozessbeschreibungen. „Es geht bei unserer Expansion nichts mehr auf Zuruf“, begründet Markus Griesenbeck diesen Schritt, nicht ohne gleichzeitig zu betonen, dass es sich hier um Minimumstandards handelt: „Die Gäste sollen am nächsten Morgen wissen, wo sie aufwachen.“ Neben der neu geschaffenen Stabsstelle für CI und CD kümmert sich Marc Rohe in seiner Eigenschaft als übergreifender Gastronomiedirektor um die durchgängige Qualität der Speisen in allen Hotels. Um einsame Entscheidungen zu vermeiden, ruft Markus Griesenbeck Direktoren und deren Stellvertreter sowie Abteilungsleiter in zentraler Funktion ein- bis zweimal jährlich zu einem Meeting zusammen, um im 17-köpfigen Team aktuelle

Themen und Visionen zu diskutieren, wie etwa E-Commerce oder Channel-Management, Führungsleitlinien oder Social Media. In diesem Kreis wurden auch die fünf Kernwerte festgelegt, die sich in dem Krokodilmaskottchen Qrogl wiederfinden: Qualität, Respekt, Optimismus, Glaubwürdigkeit, Loyalität. Daraus resultiert ein Trainingskatalog für die rund 600 Mitarbeiter. Für die Zukunft wünscht sich Markus Griesenbeck ein gesundes, behutsames Wachstum. In Planung ist ein Conference Center am Atlantic Hotel Kiel sowie die direkte Anbindung historischer Saalflächen der Böttcherstraße an das Grand Hotel Bremen, außerdem ein integratives Hotel.



„Die Gäste sollen am nächsten Morgen wissen, wo sie aufwachen.“  
 Markus Griesenbeck,  
 Geschäftsführer  
 der Atlantic Hotels,  
 zur Individualität der  
 einzelnen Häuser und  
 zu Minimumstandards  
 für alle.



Ein- bis zweimal jährlich kommt der Führungskreis zusammen, um im Team aktuelle Themen und Visionen zu diskutieren. Obere Reihe, von links nach rechts: Tim Oberdieck, Direktor Atlantic Hotel Sail City; Stephan Noth, Direktor Atlantic Hotel Airport; Frank Jacobi, Direktor Atlantic Hotel an der Galopprennbahn; Ulrich Ponty, Direktor Verkauf und Marketing sowie Qualitätsmanager Sales der Gruppe; Markus Griesenbeck, Geschäftsführer der Gruppe; Michael Stüring, Assistent der Geschäftsleitung und zentraler Qualitätsmanager der Gruppe. Mittlere Reihe, von links nach rechts: Marc Rohe, Gastronomiedirektor und Qualitätsmanager F&B der Gruppe; Ursula Carl, Geschäftsführerin Atlantic Grand Hotel Bremen; Maren Feß, Geschäftsführungssekretariat und Qualitätsmanagerin Logis der Gruppe; Jens Schultz, Direktor Atlantic Hotel Lübeck; Ariane Manako, Direktorin Atlantic Hotel Universum; Frank Blasberg, Direktor Atlantic Hotel Kiel. Untere Reihe, von links nach rechts: Clemens Hieber, Stellvertretender Direktor Atlantic Grand Hotel Bremen; Marco Steinberg, Stellvertretender Direktor Atlantic Hotel Kiel und Verkaufsdirektor Schleswig-Holstein; Bettina Krüpfgant, Personalleitung der Gruppe.

## FACTS und PROFILE

- Gründung der Atlantic Hotelkooperation 1992 mit einem Hotel in Bremen-Vegesack.
  - Gesellschafter sind Kurt Zech und Joachim Linnemann, beide unter anderem in der Immobilienbranche erfolgreich tätig; Geschäftsführer ist Markus Griesenbeck.
  - Zum Portfolio gehören acht eigene Hotels in der Kooperation sowie ein Franchisebetrieb in Essen.
  - In der Gruppe arbeiten insgesamt 600 Mitarbeiter.
  - Durchschnittlich 70 Prozent der Gäste sind Geschäftsleute, lediglich an den Standorten Bremerhaven und Lübeck überwiegen mit über 50 Prozent die Privatgäste.
  - Alle Hotels sind im Vier-Sterne und Vier-Sterne-Superior-Segment etabliert.
  - Geführt werden sie als Individualbetriebe, gepaart mit Minimumstandards.
  - Bei der Auswahl der Standorte rücken Ankerfunktionen in den Vordergrund, so etwa nahe liegende Unternehmen mit Übernachtungsbedarf, touristische Faktoren oder günstige Verkehrslagen.
  - Ein 17-köpfiger Führungskreis um Geschäftsführer Markus Griesenbeck trifft sich bis zu zweimal jährlich zur Definition der Meilensteine.
  - Weiteres, kontrolliertes Wachstum ist vorgesehen, insbesondere am Basisstandort Bremen. Aber auch ein Haus in Hamburg ist in Diskussion.
  - Fünf zentrale Werte bestimmen die Philosophie der Atlantic Hotels: Qualität, Respekt, Optimismus, Glaubwürdigkeit, Loyalität.
- www.atlantic-hotels.de

## Hotel & Praxis Atlantic Hotel Kooperation

### Die Atlantic Hotels stellen sich vor.



#### **Atlantic Hotel Vegesack, Bremen.**

1992 eröffnet. 84 Einzel- und Doppelzimmer sowie zwei Suiten. Mit wenigen Schritten erreicht man den alten Hafen, die Weserpromenade und den historischen Vegesacker Stadtkern. Für Businessreisende: viele Unternehmen in der Umgebung, unter anderem Werften. Eventlocation Segelschulschiff Deutschland in unmittelbarer Nähe zum Hotel. Gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und Autobahnen. Hauseigenes Fitnessstudio. Ruhige Lage am Rande einer verkehrsberuhigten Zone.



#### **Atlantic Hotel Airport Bremen.**

1996 eröffnet. 109 Zimmereinheiten und drei Suiten. Vom Flughafen direkt in das Hotel: park, sleep & fly. Gute Anbindung an ÖPNV (Haltestelle direkt am Haus) und Autobahnen. Panoramarestaurant Blixx in der achten Etage mit Blick über das Rollfeld des Flughafens. Der Veranstaltungsbereich im gleichen Stockwerk bietet ebenfalls eine entsprechende Aussicht. Eventmöglichkeiten im Zusammenhang mit dem Lufthansa-Flugsimulator. Am Rand der expandierenden Airport-City Bremen gelegen, einem neu entstandenen Zentrum für Logistik und Dienstleistungen.



#### **Atlantic Hotel Universum, Bremen.**

2000 eröffnet. 150 Zimmereinheiten mit Designambiente. Lage unmittelbar neben dem Touristenmagnet Universum Bremen mit Entdeckerpark und Schaubox, am Rande des Technologiepark Bremen und des Areals der Universität Bremen. Anbindung an ÖPNV, Autobahnen und Flughafen (direkte Straßenbahnverbindung). Tagungskapazitäten für bis zu 540 Personen. Kfz-befahrbarer Veranstaltungsbereich (für Autopräsentationen). Eventmöglichkeiten im Zusammenhang mit Sonderausstellungen.



### **Atlantic Hotel Galopprennbahn Bremen.**

2005 eröffnet. 121 Zimmereinheiten mit Designambiente. An der Galopprennbahn Bremen gelegen, in der Nähe viele Großunternehmen. Direkter Zugang zum historischen Tribünengebäude. Tagungskapazitäten für bis zu 1.000 Personen. Kfz-befahrbarer Veranstaltungsbereich. Eventmöglichkeiten im Zusammenhang mit Renntagen. Golfplatz im Innenbereich der Rennbahn.



### **Atlantic Hotel Sail City, Bremerhaven.**

2008 eröffnet. 120 Zimmereinheiten mit Blick auf die Außenweser. Im Herzen des neuen Tourismusgebietes Havenwelten. Tagungskapazitäten für bis zu 450 Personen. Restaurant Strom ebenfalls mit Blick auf den Fluss. Direkt mit dem Hotel verbundenes Conference Center. Eventlocation Captain's Lounge in der 19. Etage des Gebäudes. Dazu eine Besucherplattform auf 90 Metern Höhe.

## Hotel & Praxis Atlantic Hotel Kooperation

### Die Atlantic Hotels stellen sich vor.



#### **Atlantic Congress Hotel Essen.**

2010 eröffnet. Erstes Hotel der Gruppe als Franchisebetrieb. 248 Zimmer und Suiten mit je mindestens 26 Quadratmetern. 1.200 Quadratmeter Conference Center mit neun multifunktionalen Tagungsräumen für maximal 730 Personen. Weitere Kapazitäten in der angrenzenden Gruga-Halle für maximal 7700 Personen. Club Floor mit Lounge. Restaurant mit regionalen Spezialitäten, Bistro, Bar, Terrasse, exklusive Vinothek. Fitness- und Wellnessbereich mit Dachterrasse.



#### **Atlantic Grand Hotel Bremen.**

2010 eröffnet. 138 Zimmereinheiten inklusive sechs Studios und acht Suiten prominent in der Altstadt. Kulturell bedeutsame Sehenswürdigkeiten wie der Marktplatz mit Rathaus und Roland-Statue (Unesco Weltkulturerbe) und die historische Böttcherstraße, die beliebte Weserpromenade Schlachte und exklusive Einkaufsmöglichkeiten in direkter Nachbarschaft. **Restaurant Alto (Bild links, mit Schnieder-Stühlen Modell Club)** mit Live Cooking, Tartar- und Steakspezialitäten. Penthouse Roof-Lounge für spektakuläre Events in zirka 25 Metern Höhe mit Sicht auf die Stadt und die Weser. Romantischer Weinkeller mit über 1.200 Spitzengewächsen für exklusive Genussmeetings. **Hotel der „neuen Generation“, geplant von dem Innenarchitekturteam In-Krause aus Lübeck, ebenso wie die neuen Häuser in Lübeck und Kiel.**



### Atlantic Hotel Lübeck.

2010 eröffnet. 135 Zimmereinheiten inklusive Studios und Suiten zentral in der historischen Altstadt gelegen. Sechs Veranstaltungsräume für bis zu 280 Gäste. **Weinkeller mit Bestuhlung von Schnieder (Bild Mitte)** und Roof Lounge mit umlaufender Terrasse. Restaurant Salis mit zwei Separees und Bar, stilvolle Smokers Lounge oberhalb des Foyers. Alle Sehenswürdigkeiten wie den Marktplatz mit Rathaus, das Holstentor oder das Heiligen-Geist-Hospital zu Fuß zu erreichen, dazu die von Wasser umflossene Altstadt mit ihren rund 1.800 denkmalgeschützten Gebäuden, verwinkelten Gassen und Gängen. Nicht umsonst wurde das geschlossene Stadtbild zum Unesco-Weltkulturerbe erklärt.



### Atlantic Hotel Kiel.

2010 eröffnet. 187 Zimmereinheiten, darunter zwölf Suiten. Gegenüber des Hauptbahnhofs, Blick auf die Kieler Förde und die Fähranleger. Sieben Veranstaltungsräume für bis zu 400 Teilnehmer. Restaurant und Roof Lounge Bar mit umlaufender Terrasse und Blick auf das Wasser. Großer Fitness- und Saunabereich. Weinkeller für exklusive Dinners und Empfänge. Viele Sehenswürdigkeiten in fußläufiger Nähe.