

«Die Wiedergeburt des Jetset-Lebens»

Hotellerie Christoph Hoffmann, Chef der 25hours-Hotels und Partner von Bikini Island & Mountain Hotels, über seine Pläne in der Schweiz.

INTERVIEW: ANDREAS GÜNTERT

Sie eröffneten 2012 in Zürich-West das erste Schweizer 25hours-Hotel und doppelten 2017 an der Zürcher Langstrasse nach. Welches Hotel macht Ihnen mehr Spass?
Christoph Hoffmann: Das Hotel an der Langstrasse ist ein zentraleres und lebendigeres Haus, das zudem eine grössere Gastronomie hat. Aber ich habe auch das Haus in Zürich-West ins Herz geschlossen. Weil es unser erstes Hotel in Zürich und für die Gruppe insgesamt ein frühes Projekt war, von dem wir für die weitere Entwicklung viel lernen konnten.

Welches Hotel freut Ihren Controller mehr?
 Wohl der Betrieb an der Langstrasse, weil er fantastisch läuft. Zürich-West performt durch die vielen Firmen, die ihren Sitz in der Nähe haben, auch sehr stabil. Zunächst hatten wir ein wenig Angst, dass wir uns in Zürich karnibalisieren könnten, aber das ist kaum eingetreten.

2012 sprachen Sie davon, dass für 25hours in der Schweiz auch Basel und Genf sowie in zweiter Priorität Bern und Lausanne interessant sein könnten.
 Genf interessiert mich weiterhin. Weil die Stadt sehr international ist und zu unserem künftigen Netzwerk – ich denke da etwa an unser Projekt in Dubai – passen könnte.

Sie sind auch dran an einem Plan für die Schweizer Berge. Was läuft da konkret?
 Das ist richtig. Wir kommen nach Zermatt – aber nicht mit der Marke 25hours. Sondern mit der jungen Hotelgruppe Bikini Island & Mountain Hotels. 2016 brachten meine 25hours-Partner und ich dieses

«Zur Skisaison 2220/2021 sind wir als «Bikini Island & Mountain Zermatt» bereit.»

Baby zur Welt. Dank Geschäftsführer und Partner Christian Zenka fanden wir relativ schnell eine Immobilie in Port de Soller auf Mallorca, bauten sie um und konnten im Sommer 2018 eröffnen.

Im Logo zeigen Sie nicht nur eine Palme, sondern auch einen markanten Berg.
 Das war ein früher Teil unserer Corporate Identity. Weil ich eine sehr enge Verbindung zu Zermatt habe, war es mir wichtig, dass auch das Matterhorn ins Logo kam. Und dann wollte es der Zufall, dass mir der Zürcher Gastronom Michel Péclard einen entscheidenden Tipp gab.

Für Zermatt?
 Genau. Wir konnten vor drei Wochen das Zermatter 36-Zimmer-Hotel Antares erwerben, das nur gerade zwei Häuser entfernt von der Talstation der Klein-Matterhorn-Seilbahn liegt. Wir werden das Hotel mit dem gleichen Team wie bis jetzt weiter als «Antares» betreiben und dann nach der Wintersaison den Umbau des Gebäudes so umsetzen, dass wir auf die Skisaison 2020/2021 hin als «Bikini Island & Moun-

tain Zermatt» bereit sind. Um dann nach Saisonende mit zwei zusätzlichen Gebäuden auf rund 80 Zimmer zu erweitern.

In Mallorca ist der Bikini durchaus eine Bekleidungsoption. In Zermatt weniger. Bikini hat nicht nur mit einem kleinen Kleidungsstück zu tun, sondern auch mit der lockeren Lebensart des Gypset.

Gypset?

Darunter verstehen wir einen hippiesken Lifestyle, der in der Welt des Luxus spielt. Der Mix aus «Gipsy» und «Jetset». Eine Art Wiedergeburt des wilden Lebens, wie es der Jetset der 1960er Jahre geführt hat.

Gunter Sachs reloaded?
 So in der Art. Mit einem Augenzwinkern.

Das ausführliche Interview finden Sie unter:
www.handelszeitung.ch/25hours



Christoph Hoffmann: Weiterhin Interesse an Genf. Und einen Plan für Zermatt.

ANZEIGE

Vontobel

Wealth Management

Lohnt es sich, die Firma in der Familie zu lassen?

Erfolg braucht die richtigen Fragen.
 Uns sind Antworten nicht genug:
 Wir fordern Sie heraus mit Fragen,
 die neue Perspektiven zeigen und
 Möglichkeiten schaffen.

vontobel.com/wm

Der Hotelier

Name: Christoph Hoffmann
Funktion: CEO und Partner 25hours
Alter: 54
Ausbildung: Hoffmann lernte sein Hotelleriehandwerk in der Schweiz am Glion Institute of Higher Education. Neben 25hours ist Hoffmann auch an Bikini Island & Mountain Hotels beteiligt.

13-mal 25. Die deutsche Lifestyle-Hotelgruppe 25hours wurde 2005 gegründet und betreibt 13 City-Hotels, zwei davon in Zürich. 2016 beteiligte sich Accor mit 30 Prozent an 25hours und erhöhte den Anteil kürzlich auf 50 Prozent.