



## **THE FONTENAY: LUXUS NEU GEDACHT INTERVIEW MIT DEM GESCHÄFTSFÜHRENDEN DIREKTOR THIES SPONHOLZ**

**Hamburg, im August 2022. Veränderte Zeiten benötigen neue Ansätze. Der Geschäftsführende Direktor Thies Sponholz, der die Geschicke des The Fontenay Hotels an der Hamburger Außenalster seit der Bauphase lenkt, reflektiert über die veränderte Ausgangslage nach den vergangenen zweieinhalb Jahren. Er konstatiert einen Wertewandel für die Luxushotellerie, der durch die Pandemie beschleunigt wurde.**

**Herr Sponholz, wie ist die Ausgangslage des The Fontenay nach den unter anderem für die Tourismusbranche sehr fordernden vergangenen Jahren?**

- Das The Fontenay erfreut sich seit dem Sommer 2021 größerer Nachfrage denn je. Wir begrüßen sehr viele Familien im Hotel, die Gäste nutzen uns als Stopover-Destination auf dem Weg an die Küsten und viele haben ihren Sommerurlaub hier an der Außenalster im Grünen verbracht. Wirklich ungewöhnlich für ein Stadthotel in einer deutschen Großstadt. Auch die Nachfrage nach unseren von 65 bis 200 Quadratmeter großen Suiten ist beachtlich. Weiterhin verzeichnen wir ein sehr kurzfristiges Buchungsverhalten sowohl in Bezug auf Zimmerbuchungen als auch auf die Planung von Events. Eine hohe Flexibilität bleibt hier gefragt.  
Nach viereinhalb Jahren am Markt erfreuen wir uns vieler begeisterter Stammgäste, die uns immer wieder ein ehrliches Feedback geben und uns zur Weiterentwicklung motivieren.

**Welche Eigenschaften des The Fontenay haben sich als Standortvorteil in und nach Corona-Zeiten herausgestellt?**

- Die Positionierung des The Fontenay als City Resort im lebenswerten Hamburg hat sich in Corona-Zeiten als große Stärke erwiesen. „Die grüne Stadt im Wald“ – so heißt die Hansestadt Hamburg in einer japanischen Übersetzung. 27 Prozent des Hamburger Staatsgebiets sind Naturflächen. Dazu gehört auch das Fontenay Areal direkt am südwestlichen Ufer der Außenalster. Es ist ein Ort der Natur und Ruhe – im Herzen der Stadt. Alle 130 Zimmer und Suiten blicken nach draußen und nahezu alle verfügen über einen eigenen Balkon. Es gibt über 14.000m<sup>2</sup> Fensterfläche, Licht, frische Luft und Platz in Hülle und Fülle. Die Grenzen zwischen Drinnen und Draußen verschwimmen. Ein besonderes Alleinstellungsmerkmal ist natürlich unser Indoor-/Outdoor-Pool im sechsten Stock mit Blick auf die Außenalster, aber auch die großen Terrassen aller Restaurants und der Fontenay Bar. Deshalb bin ich überzeugt, dass das Hotel ein Symbol für eine neue Form des modernen Luxus ist. The Fontenay ist „Lakeside





Luxury“ pur und steht für die perfekte Balance von Natur und Urbanität. Das Hotel ist damit ein Paradebeispiel des globalen Mega-Trends Urban Nature.

### **Welche neuen Gewichtungen ergeben sich aktuell aus Ihrer Sicht für Luxushotels?**

- Meiner Meinung nach ist Vertrauen beim Reisen wichtiger denn je. Es ist von wesentlicher Bedeutung, dass sich die Gäste im Hotel sicher, geborgen und wohl fühlen. Das erfordert natürlich noch ausgefeiltere Hygienekonzepte, aber auch versierte Mitarbeiter, die immer ansprechbar und kompetent sind, um Fragen zu beantworten, auf Wünsche einzugehen oder sogar Bedürfnisse der Gäste vorausszusehen. Ist diese Bindung erst einmal hergestellt, können Stammgäste gewonnen werden, die sich in hohem Maße für das Hotel engagieren und es weiterempfehlen. Die persönliche Weiterempfehlung ist für mich immer noch die effizienteste Form des Marketings.

### **Haben Gäste unterschiedliche Erwartungen, wenn es um Luxus geht?**

- Ja, aus meiner Sicht haben Gäste durchaus unterschiedliche Vorstellungen davon, was Luxus für sie bedeutet. Wenn die Grundvoraussetzungen wie Hygiene, Servicequalität, gute Betten, exzellentes Essen, stimmige Getränke und Servicementalität erfüllt sind, können kleine Details für jeden Einzelnen den Unterschied ausmachen. Für den einen Gast ist es die Möglichkeit eines ausgedehnten Frühstücks, der nächste schätzt die Nähe zum Flughafen, wieder ein anderer liebt die Laufstrecke direkt vor der Tür. Je nach Vorlieben, kultureller Prägung und Reiseanlass können das sehr unterschiedliche Dinge sein.

### **Stellen Sie einen Wertewandel im Luxusbereich fest?**

- Die Definition von Luxus ist so individuell wie die Menschen selbst. Und Gäste möchten in dieser Individualität auch wahrgenommen und erkannt werden. Eine allgemeine Entwicklung ist meines Erachtens aber die Abwendung vom offensichtlichen und prunkvollen Luxus hin zu neuen nachhaltigeren Werten: Lebensqualität, Platz, Ruhe, Ungestörtheit, Natur verbunden mit urbanen Annehmlichkeiten und Selbstverwirklichung sind nur einige der neuen Spielarten des Luxus. Ich beobachte bei unseren Gästen, aber auch im Freundes- und Bekanntenkreis, einen Wertewandel in Bezug auf den Luxusbegriff. Es geht immer weniger um die Jagd nach dem schnellen Status oder der ausschließlich persönlichen Erfüllung. Vielmehr steht die Frage nach dem tieferen Sinn im Vordergrund. Menschen wünschen sich besondere Erlebnisse und Emotionen, die man mit seinen Liebsten teilen möchte. Wertvoll genutzte Zeit ist hier das höchste Gut.



Aber auch ein achtsamer und nachhaltiger Umgang mit den vorhandenen Ressourcen spielt in Bezug auf Kaufentscheidungen eine immer herausragendere Rolle. Dabei möchten die Gäste sowohl die Verantwortung für sich, für andere aber auch für die Umwelt übernehmen und hinterfragen sehr genau, was das Produkt oder die Dienstleistung an Mehrwert bietet.



Dem Gast richtig zuhören, sich voll auf ihn konzentrieren und mit einer natürlichen Herzlichkeit Gastgeber sein – das sind wichtige Grundwerte für den geschäftsführenden Direktor Thies Sponholz. Der gebürtige Husumer startete seine Laufbahn mit einer Ausbildung zum Restaurantfachmann im Landhaus Carstens in Timmendorfer Strand. Im Anschluss folgten Stationen im Hotel Suvretta House in St. Moritz und im Hotel Negresco in Nizza, später bei Sheraton in den USA. Mit Amerika erfüllte sich Thies Sponholz einen Traum. Er arbeitete in Palo Alto im kalifornischen Silicon Valley und besuchte die Cornell University. Wieder in Deutschland bekleidete er die Position des Resident Managers im Europäischen Hof in Baden-Baden, gewann den Egon-Steigenberger-Preis und ging erneut in die USA, diesmal zu Hilton. Nach seiner Rückkehr in die Heimat, übernahm Thies Sponholz seine erste Stelle als Direktor im Badischen Hof in Baden-Baden. 2006

kam er als General Manager ins Rocco Forte Hotel de Rome, wo er sieben Jahre tätig war. Seit dem 1. Januar 2015 ist er Geschäftsführender Direktor im The Fontenay.

The Fontenay ist ein Abbild des modernen Hamburgs – eine Hommage an die Hansestadt. Unmittelbar an der Außenalster gelegen, vereinen sich in diesem „Modern Classic“ auf besondere Weise urbane Natur und kosmopolitischer Lebensstil. Die faszinierende, skulpturale Architektur beherbergt 130 luxuriöse Zimmer und Suiten, viele mit Alsterblick. Das Herzstück bilden ein verglastes und mit Bäumen begrünter Innenhof sowie das imposante 27m hohe, geschlossene Atrium. Lässige Barkultur findet sich mit Traumblick auf die Alster, in der Fontenay Bar. Für Tagungen und Events stehen vier Veranstaltungsräume mit 48 qm - 220 qm und Tageslicht zur Verfügung. Über den Dächern Hamburgs erlebt man auf 1.000m<sup>2</sup> eine exklusive Wellnesswelt mit Innen-/Außenpool. Das Hotel ist Mitglied von The Leading Hotels of the World.

**Fotos stehen hier zur Verfügung:** <http://www.thefontenay.de/media/download-galerie/>.

**Pressekontakt:**

Claudia Bellmann

Director of PR

Tel: +49 40 605 6605 837

[Claudia.bellmann@thefontenay.com](mailto:Claudia.bellmann@thefontenay.com)

[www.thefontenay.com](http://www.thefontenay.com)