

CLASSIC DRIVER

Kempinski Hotel Atlantic: Tradition seit 95 Jahren



Das Kempinski Hotel Atlantic ist das berühmteste Hotel Hamburgs; Prominenten und gut situierten Persönlichkeiten weltweit ist es ein Begriff für Klasse, Luxus und Service. Gäste wie George Clooney und Robbie Williams, internationale königliche Hoheiten und ein Dauerbewohner wie Udo Lindenberg sorgen für den Mythos der „großen Dame Atlantic“.

Wie es sich für ein Grandhotel der obersten Klasse gehört, werden dem Gast bereits mit dem Betreten des Hauses, ja sogar beim Vorfahren im Fahrzeug, alle Annehmlichkeiten bereitet, die wünschenswert sind. Der exzellente Service des Luxushotels zieht sich durch alle Bereiche und sorgt so für Perfektion bis ins Detail. „Hamburgs Charme bezaubert jeden“, verspricht das Atlantic auf der eigenen Internetseite. Es ist die Kombination von Perfektion und Frische, die den Flaire eines Hamburg-Aufenthalts in Kombination mit dem Atlantic ausmacht.



So ging das 5-Sterne Hotel vor einiger Zeit ein ungewöhnliches Joint-Venture ein. Die BMW-Niederlassung Hamburg und das Atlantic, Mitglied der Leading Hotels of the World, starteten mit der ersten BMW-Suite in einem Hotel ein richtungsweisendes Pilotprojekt. Im dritten Stock mit Alsterblick, unmittelbar unter der auch als „James Bond Suite“ bekannten Zimmerflucht der Atlantic-Suite, entstand in mehrwöchiger Umbauphase ein einzigartiges Ambiente. Eine 80 Quadratmeter große Suite in dem fast hundertjährigen Hamburger Grand Hotel wurde dem Design eines BMW 7er nachempfunden. Xenon-Lichtschienen, grauer Veloursteppich, Holzapplikationen, verchromte Sitzgruppen, Aluminium, Zebranoholz und spezielle Lederpaneelwände erinnern tatsächlich an das gediegene Interieur des BMW-Flaggschiffes.



Bei der Markenplatzierung blieb man äußerst zurückhaltend, allenfalls austauschbare Hochglanzposter und ein Z4-Modell erinnern tatsächlich an das Branding. Sebastian Heinemann erklärt: „Dies ist die erste Suite, die wir mit einem Partner gemeinsam ausgestattet haben. Weitere Kooperationen mit Luxusmarken sollen folgen. Ich denke da an Unternehmen, deren Lifestyle-Produkte im obersten Segment angesiedelt sind und die diese einer erstklassigen Zielgruppe auf bisher ungewöhnliche Weise präsentieren wollen.“ Wer noch keinen 7er BMW gefahren ist, wird trotzdem zurecht kommen - in der Suite (Zimmernummer 306) gibt es kein „iDrive“-Bedienelement. Minibar, Telefon und TV funktionieren wie gewöhnlich.



Eine erstklassige Zielgruppe spricht das Atlantic auch als Eventlocation an. Neben dem hauseigenen „Club Atlantic“, der als neue Adresse zum edlen Feiern besonders junge und junggebliebene Hanseaten anspricht, ist das Atlantic mit seinen vielfältigen Möglichkeiten ein begehrter Ort für Veranstaltungen. Die Räumlichkeiten für Festivitäten, insbesondere die traumhaften Ballsäle, laden Familien und Unternehmen zu einem unvergesslichen Zusammenkommen ein. Dass das Atlantic eines der höchstfrequentierten Tagungshotel ist, dürfte bei diesem Namen kein Geheimnis sein. Das Restaurant Tsao Yang wird gerne von der umliegenden Businessgemeinde zum Lunch genutzt; die Atmosphäre hier inspiriert und ist mit einem Hauch von Extravaganz gestaltet.



Für Reservierungen, individuelle Arrangements oder Incentives steht Ihnen das Team um Dirk Alberts zur Verfügung.

□

Ansprechpartner: Dirk Alberts
Tel.: 040 2888 0
Fax: 040 247 129
eMail: hotel.atlantic@kempinski.com
Internet: www.kempinski.atlantic.de

Text: [Jan-Christopher Sierks](#)

Fotos: Classic Driver

ClassicInside - Der Classic Driver Newsletter

[Jetzt kostenlos abonnieren!](#)

Galerie

Source URL: <https://www.classicdriver.com/de/article/kempinski-hotel-atlantic-tradition-seit-95-jahren>
© Classic Driver. All rights reserved.