



Michael Zehden: Kongressmarketing als Wachstumschance nutzen

Berlin-Botschafter

Michael Zehden lernte Groß- und Außenhandelskaufmann in Hamburg und übernahm danach die Firma seines Vaters. 1980 zog er nach Berlin und gründete mit seinem Schwager die Firma Albeck & Zehden. Das Familienunternehmen führt gegenwärtig elf Hotels. „Nur wenn der Tourismus- und Wirtschaftsstandort Berlin boomt, profitiert auch langfristig das Hotelgewerbe“, weiß Michael Zehden, der sich in verschiedenen Gremien für diese Überzeugung engagiert. Er ist Mitgründer des BTM-Partnerhotels e. V. (1997), seit 2003 Mitglied und seit 2005 Vorsitzender des Aufsichtsrats der Berliner Flughafen-Gesellschaft mbH BFG, Aufsichtsratsmitglied der FBS (Flughafen Berlin Schönefeld GmbH) und Mitglied des Präsidiums im Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V. Seit 2008 ist Michael Zehden Aufsichtsratsvorsitzender der Berlin Tourismus Marketing GmbH.

verändert. Es gab keine Strukturen, die dieser neuen Situation entsprachen. Seine Begeisterung für die Metropole mobilisierte andere, seine Überzeugungen waren regelrecht ansteckend. Hanns Peter Nerger führte konsequent Menschen, die im Bereich Tourismus tätig waren, zusammen und machte sie zu Partnern. Dazu gehören Spitzenmanager genauso wie Politiker, Künstler, Unternehmer – Menschen im Maßanzug und hippe Designer, so wie Berlin eben ist.

Das zeigen auch die Zahlen.

Ja, eindrucksvoll. In der Amtszeit von Hanns Peter Nerger stiegen die jährlichen Übernachtungszahlen von etwa sieben Millionen auf gegenwärtig knapp 18 Millionen. Die Tourismusbranche ist mit einem Bruttoumsatz von 8,4 Milliarden Euro und knapp 255 000 Vollzeitbeschäftigten einer der wichtigsten Wirtschaftszweige Berlins.

Hanns Peter Nerger und sein Team trugen den dynamischen Charakter der Stadt in die Welt. Wie ein Botschafter. Heute spielt Berlin in einer Liga mit London, Paris und Rom. Das sind gewachsene Destinationen ohne unterbrochene Entwicklungen.

Haben Sie sich schon mit Burkhard Kieker, dem Nachfolger von Hanns Peter Nerger, „warm gearbeitet“?

Das musste ich gar nicht, aufgrund meiner Funktionen in den Aufsichtsräten der Berliner Flughäfen arbeiten wir schon seit über sieben Jahren zusammen. Burkhard Kieker ist einer der Väter des Low-cost-Airlines-Konzeptes, welches insbesondere für Schönefeld angedacht war.

Welche Aufgaben stehen vor ihm und der gesamten BTM-Mannschaft?

Gegenwärtig stellen wir fest, dass sich das Konsumverhalten der Menschen weltweit ändert. Es wird gespart. Natürlich auch bei Reisen. Deshalb – und weil die Hauptstadt ein großes Ausbaupotenzial hat – sollte bzw. wird der vor uns liegende Schwerpunkt das Kongressmarketing noch mehr als bisher sein. Berlin hat eine funktionierende Infrastruktur, die sich mit dem BBL-Flughafen noch einmal entscheidend verbessert, und Hotel- und Tagungskapazitäten in verschiedenen Segmenten. Berlin hat weltweit ein starkes Image

als moderne, dynamische, weltoffene Metropole. Und natürlich ist auch ein Vorteil, dass viele Kosten – von der Hotelübernachtung bis zur Taxifahrt – unter den in London, Paris oder Barcelona üblichen liegen. So ist das Kongressmarketing das wichtigste tourismuspolitische Projekt für Berlin.

An mehreren Stellen der Hauptstadt entstehen neue Hotels. Weitere Pläne stehen vor der Umsetzung. Ist irgendwann nicht der Zustand erreicht, dass Berlin genügend Hotelzimmer hat?

Durchaus, nämlich genau dann, wenn es uns nicht gelingt, den Kongressstandort Berlin international zu vermarkten.

Rund 50 Hotels sind in der Planung bzw. Realisierung. Das bedeutet, dass die Bettenzahl von gegenwärtig 97 000 auf rund 110 000 steigt. Ich denke, dass nicht alle Häuser gebaut werden. Ursache ist die gegenwärtige wirtschaftliche Situation.

Wo sehen Sie Reserven bei den Privatreisenden?

Wenn ich in der Welt unterwegs bin, ernte ich Zustimmung, ja Begeisterung, sobald ich sage, dass ich aus Berlin komme. Das ist anders in München, Stuttgart oder Hamburg. Da ist die Hauptstadt ziemlich weit weg; das meine ich nicht geographisch. Die Franzosen sind stolz auf Paris, die Briten auf London. Und die Deutschen? Ich denke, jeder Einwohner dieses Landes sollte einmal in seinem Leben in seine Hauptstadt kommen, die weltweit als Trendsetter gilt.

Was fasziniert Sie persönlich an Berlin?

Berlin ist die Geburtsstadt meines Vaters. Die Stadt ist eine Weltmetropole mitten in Europa und dabei wunderbar provinziell, weil sie so lange keine Weltmetropole war. Diese Ambivalenz hat sehr viel Reiz.

Ich gehe gern im Tiergarten joggen, der Park mit seinen historischen Spuren hat Stille und durch die Anbindung an den Potsdamer Platz Weltstadtfair. Überhaupt ist eine der schönsten Seiten Berlins das viele Grün, das ja in jedem Stadtteil zu erleben ist. bm

www.albeck-zehden.de

Nach der Verabschiedung von Berlins oberstem Werber, Hanns Peter Nerger, trafen wir Michael Zehden zum Gespräch.

Wie groß sind eigentlich die Fußabdrücke, die Hanns Peter Nerger hinterlassen wird?

Nun, man könnte schon rein anatomisch sagen: groß. Aber auch im übertragenen Sinne kann Hanns Peter Nerger eine beispiellose Erfolgsbilanz vorweisen. Als er vor 15 Jahren an den Start ging, hatte sich Berlin komplett