

# «Unser Londoner Hotel wird ein Martini»

Der Schweizer Peter Borer leitet als Executive Director von HSH die Ausrichtung der Peninsula Hotels. Die asiatische Luxushotelgruppe ist eine der ältesten der Welt. Dieses Jahr eröffnet sie gleich zwei neue Häuser in Europa. **Interview: Tina Bremer**



In einem Hotel möchte man gerne von Menschen umgeben sein, die ehrlich sind und sich normal verhalten: Peter Borer.

**Sie leben seit mehr als 40 Jahren in Hongkong - wird es nicht langsam Zeit, in die Schweiz zurückzukehren?**

**Peter Borer:** Ich bin ein guter Schweizer, aber auch sehr stolz auf Hongkong und werde dort meinen Lebensabend verbringen. Die Stadt hat mich mit offenen Armen empfangen, dafür bin ich sehr dankbar.

**Ist ein Peninsula in der Schweiz geplant?**

Im Moment nicht. Von unserer Verteilung versuchen wir, in den wichtigsten Städten der Welt zu sein, in den internationalen Finanzzentren.

**Dazu zählt Zürich nicht?**

Das will ich nicht sagen, aber in Zürich gibt es schon sehr viele gute Hotels, unter anderem mein Schweizer Lieblingshotel Bau an Lac. Der Platz für noch mehr Hotels ist begrenzt.

**Die Ursprünge von The Hongkong and Shanghai Hotels, Limited (HSH) gehen auf das Jahr 1866 zurück. HSH war eines der ersten Unternehmen, die an der Hongkonger Börse gelistet waren. Wie viel von dem ursprünglichen Erbe steckt noch in dem heutigen Unternehmen?**

Unheimlich viel. Wir haben durch unsere wunderbare Vergangenheit eine sehr gute Kultur aufbauen können, die stark geprägt ist von der Inhaberfamilie.

**Peninsula ist nach fast 150 Jahren immer noch im Besitz der Familie Kadoorie - eine Seltenheit. Haben Sie den Eindruck, dass die Hotels durch die persönliche Verbindung einen Vorteil gegenüber anderen Luxushotelgruppen haben?**

Auf jeden Fall, unsere Mitbewerber beneiden uns ein wenig darum. Unser

jetziger Chairman, Sir Michael Kadoorie, ist wahrscheinlich der beste Hotelbesitzer, den man sich wünschen kann. Ich habe das grosse Vergnügen, schon viele Jahre für ihn arbeiten zu dürfen. Sein Commitment gegenüber den Mitarbeitenden, der Qualität, der Gesellschaft ist unglaublich. Sein Sohn ist jetzt auch mit an Bord, das Unternehmen bleibt also in Familienhand. Wir besitzen die meisten Hotels oder haben einen Anteil an ihnen. Insofern ist jedes Hotel eine Rieseninvestition für uns, daher wachsen wir auch langsamer. Aber wir glauben fest daran, dass es um Qualität und nicht um Quantität geht. Es braucht nicht ein Peninsula in jeder Ecke der Welt. Die, die es gibt, sind dafür ganz speziell.

**Birgt dies nicht die Gefahr, von der Konkurrenz abgehängt zu werden? Andere asiatische Hotelgruppen expandieren stark, Peninsula wird Ende 2023 weltweit gerade einmal zwölf Häuser haben.**

Nein, gar nicht. Ich bin ein grosser Fan von Marken, die sich treu bleiben - ich bin ein Bewunderer von Chanel, und ich bin ein Bewunderer von Ferrari. Das sind zwei Marken, die relativ kleine Brands sind, aber eine grosse Ausstrahlung haben. Da möchte ich Peninsula gerne eingliedern.

**Peter Marino, der Haus- und Hof-Architekt der Chanel-Boutiquen, hat auch für das Interior Design des neuen Peninsula London verantwortlich gezeichnet, das direkt am Hyde Park liegt. Wird es mehr bondisches Flair geben als Brit Chic?**

Nein. Wenn man bei Peter Marino anknüpft, sagt er als Erstes: Was möchten Sie denn? Wenn Sie sich seine Homepage

anschauen, entdecken Sie viele unterschiedliche Stile. Wir haben ihn beauftragt, in London ein Hotel zu bauen, das voller Licht ist. Gerade im Winter ist London eine recht dunkle Stadt, es gibt viel Nebel. Ich wollte ein Hotel, das leicht ist, das etwas Britisches ausstrahlt.

**Wie genau sieht diese Britishness aus?**

Peter Marino kam mit einem Plakat unterm Arm zu uns und meinte: Das Peninsula London wird ein Martini! Zwei Drittel Peter-Marino-Architektur, ein Drittel englische Architektur und die Olive ist Asien, weil die Peninsula Hotels ihre Wurzeln in Asien haben. Die Decke in der Lobby ist zum Beispiel inspiriert vom gegenüberliegenden Apsley House. Sie ist eine gute Kombination aus klassischer englischer Architektur, Peter-Marino-Farben und -Teppichen sowie ein paar verrückter Lampen. Mir gefällt es sehr gut.

## Zur Person

Der Schweizer Peter Borer arbeitet seit 1981 für die The Hongkong and Shanghai Hotels, Limited (HSH). 2004 wurde er zum Executive Director und zum Chief Operating Officer der Peninsula Hotel Group ernannt. Die Hotelgruppe besitzt derzeit zehn Häuser, dieses Jahr kommen die beiden Hotels in Istanbul und London hinzu. Peter Borer hat die Ecole hôtelière de Lausanne absolviert und ist Mitglied des International Advisory Board der Schule.

**Die Zimmer und Säulen sind mit einer Mindestgrösse von 51 Quadratmetern die grössten in London. Abgesehen vom Raum - was suchen die Reisenden heute vor allem?**

Ich glaube, eine warme Atmosphäre ist sehr wichtig, gerade heutzutage. Ein hervorragender Zimmerservice oder USB-Anschlüsse sind inzwischen Standard, damit kann man nicht hervorstechen. Sehr wohl aber, wenn man es schafft, dass die Gäste sich geborgen fühlen und entschlennigen können. Dabei geht es genau um die Dinge, die man nicht anfassen, aber fühlen oder riechen kann. Wie etwa ein individueller Raumduft, den die Gäste sofort mit dem Haus assoziieren.

**Es gibt auch ein Dutzend Läden im Erdgeschoss. Nehmen Mischkalkulationen eine wichtige Rolle ein, je volatiler der Tourismus angesichts zum Beispiel der Pandemie wird?**

In Hongkong haben wir über 80 Ladengeschäfte im Hotel. Wenn man durch eine Krise wie die Pandemie gehen muss, ist man froh, wenn man auf mehreren Beinen steht. In London verkaufen wir auch Wohnungen. Das ist eine bessere Grundlage, als wenn man nur ein Hotel betreibt.

**Wie haben die Hotels der Gruppe die vergangenen drei Jahre gemeistert?**

Es war natürlich eine ganz, ganz schlimme Zeit. Wie alle anderen haben auch wir viel Geld verloren. Aber einmal mehr bin ich sehr dankbar für die Unterstützung durch die Inhaberfamilie. Ich habe sehr schnell beschlossen, die meisten Häuser zu schliessen, das war auch die richtige Entscheidung. Das Peninsula Hong Kong haben wir offen gehalten. Wenn man das Stammhaus geschlossen hätte, wäre es ein tiefer Einschnitt gewesen. Die Pandemie hat man ja nicht global gelöst. Jedes Land hat sie anders gehandhabt. Am schnellsten ging es in den USA wieder bergauf und dann in Europa, Asien kam zum Schluss. China ist erst seit ein paar Wochen wieder offen. Dadurch, dass das Land so gross ist, gibt es einen sehr nationalen Tourismus. Der hat uns etwa 30- bis 40-prozentige Belegungszahlen gesichert. Jetzt, wo alles wieder offen ist, geht es ganz schnell bergauf. Gott sei Dank!

**Viele Menschen haben sich während der Krise unorientiert. Spüren Sie den Fachkräftemangel auch?**

Nein, nicht so sehr. Das Leben ist ja keine Einbahnstrasse. Wir haben unsere Mitarbeitenden, so gut es ging, durch die Krise geholfen. Daher sind sie sehr loyal. Für unser neues Hotel in Istanbul brauchen wir etwa 700 Mitarbeitende, die haben wir ohne Probleme gefunden. Es gab mehr als 6000 Bewerbungen.

**Das Peninsula Istanbul eröffnet in zwei Tagen, am 14. Februar. Haben Sie den Valentinstag bewusst gewählt?**

Das hat sich einfach so ergeben. Wird es eine besondere Liebesgeschichte? Es wird ein unheimlich schönes Hotel. Es setzt sich aus vier zum Teil denkmalgeschützten Häusern zusammen, die direkt am Bosphorus liegen. Wir haben fast

**Das Pariser Hotel war das erste Peninsula in Europa - haben die europäischen Häuser ein verbindendes Element?**

Jedes Haus steht für sich. Das Peninsula Hotel in Paris ist in einem wunderbaren Haussmann-Gebäude aus dem Jahr 1925 untergebracht. George Gershwin hat in ihm gewohnt. Er hat dort «Ein Amerikaner in Paris» komponiert. Es ist voller Geschichte. Wir durften es zu einem Grand Hotel umbauen, das Londoner Haus ist dagegen ein Neubau. Was ihnen gemein ist: die grosse Peninsula-Lobby.

**Sie ist ein wichtiger Teil der DNA der Marke.**

Ja, das geht zurück auf das Hotel in Hongkong, welches 1928 eröffnet hat. Man hat die grosse Lobby gebaut, weil die Menschen entweder mit dem Schiff oder mit der Eisenbahn nach Hongkong kamen. Sie waren lange auf Reisen und trafen sich in der Lobby. Das ist heute immer noch so. Sie ist ein wunderbarer Teil unserer Kultur, weil jeder in sie hineinkommt: Alt und Jung, Arm und Reich.



Für die Begründung des neuen Peninsula London ist der Schweizer Gartengestalter Enzo Enea zuständig.



**Ich hatte unglaublich liebe Eltern. Sie haben mir beigebracht, dass es eine grosse Freude und Ehre ist, ein guter Gastgeber zu sein.**

Es ist ein richtiger Schmelztiegel, das wollen wir auch in London und Istanbul beibehalten.

**Es war auch ein Haus in Rangun in Myanmar geplant. Wiesieher der derzeitige Stand der Dinge aus?**

Das mussten wir aufgrund der politischen Situation leider auf Eis legen. Als wir mit dem Bau angingen, hatte man gehofft, dass es mit dem Land aufwärts geht, es sich der Welt anschliesst und Freiheit ein wichtiges Gut wird. Als guter Weltbürger kann man nicht sagen: Da machen wir jetzt einfach weiter.

**Und welche Anstrengungen unternehmen Sie konkret hinsichtlich mehr Nachhaltigkeit? Das Luxussegment ist nicht immer bekannt dafür, besonders nachhaltig zu agieren.**

Da bin ich nicht ganz Ihrer Meinung. Luxus und Nachhaltigkeit gehen gut zusammen, man muss es einfach so hinkriegeln, dass beide funktionieren. Ich lege ihnen nicht einen Zettel auf den Bett, auf dem steht, dass Sie die Handtücher liegen lassen sollen, wenn sie nicht gewaschen werden sollen. Das ist für mich kein Luxus. Aber wir können die Handtücher mit Waschmitteln reinigen, die die Umwelt nicht zerstören. In unseren Badezimmern gibt es auch kein Plastik mehr. In den Städten, in denen wir Hotels haben, tun wir zudem sehr dezent viel Gutes. Unterstützen Menschen, die nicht so privilegiert sind wie wir.

**Konkurrenten wie Hyatt oder Aman haben günstigere Untermarken lanciert, um eine jüngere Klientel zu gewinnen. Wie sieht es bei Peninsula aus?**

Das kommt für uns nicht in Frage. Chanel oder Ferrari haben auch keine Untermarken. Entweder man leistet sich die Produkte oder eben nicht.

**2021 wurden Sie in Frankreich mit den Titeln «Chevalier dans l'Ordre National de la Légion d'Honneur» und «Chevalier dans l'Ordre du Mérite Agricole» geehrt. In Ihrer Dankesrede haben Sie die Ehrung Ihres verstorbenen Eltern gewidmet, die selbst Hoteliers im Kanton Glarus waren. Was ist das Wichtigste, was Sie Ihnen mit auf den Weg gegeben haben?**

Ich hatte unglaublich liebe Eltern. Sie haben mir beigebracht, dass es eine grosse Freude und Ehre ist, ein guter Gastgeber zu sein. Als kleiner Bub habe ich schon im Betrieb mithelfen. Und sie haben mich gelehrt, immer bescheiden zu bleiben.

**Sie haben einmal gesagt, dass die Angestellten in Hotels menschlicher werden müssten. Inwiefern?**

Wir leben in einer Welt, die immer schneller wird. Durch die sozialen Medien auch etwas oberflächlicher. Ich glaube, in einem Hotel möchte man gerne von Menschen umgeben sein, die ehrlich sind und sich normal verhalten, die liebenswürdig sind. Die sich nicht wie trainierte Roboter benehmen. Das ist mir wichtig. Ich finde schwierig, wenn man einem Menschen sagt, er muss sich jetzt so verhalten, wie die Unternehmung es gut findet. Eine Sprache sprechen, die einem in den Mund gelegt wird. Der Gast darf gerne spüren, dass er in Thailand oder Japan ist, weil die Menschen sich unterschiedlich verhalten.

**Was hat Sie an der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) am meisten geprägt?**

Das war eine lustige Zeit. Ich habe unglaublich viele nette Menschen aus der ganzen Welt kennen lernen dürfen. Diese Internationalität fand ich grossartig. Das trägt vielleicht in einem ganz, ganz kleinem Masse dazu bei, dass die Welt offener wird.

**Nächstes Jahr werden Sie ja Ihr 20-jähriges Jubiläum als COO der Peninsula Hotels feiern. Haben Sie etwas Besonderes geplant?**

Nein, nein, bloss nicht, ich bin inzwischen Teil des Mobiliars dieser Firma.