

## Die Frau vom George

Eigentlich wollte sie Kindern als Krankenschwester helfen. Stattdessen kümmert sie sich als Direktorin um anspruchsvolle Hotelgäste

Von Gisela Reiners

Sie hat es geschafft, Ulrike Fohr besetzt eine der raren Spitzenpositionen in Hamburgs Wirtschaft. Im August 2008 wurde sie von Kai Hollmann zur Direktorin seines neuen Design-Hotels „The George“ ernannt, das drei Monate später öffnete. „Disziplin und Organisationstalent“ haben ihr, wie sie selbst sagt, zu dem verantwortungsvollen Job verholfen. Dazu gehört aber sicher auch die freundliche Offenheit, ohne die im Hotel nichts geht, und das bei Gästen wie Mitarbeitern. Nächste Woche trifft sie ihre 16 Hamburger Kolleginnen. Dann laden die „Charmanten Gastgeberinnen“ wieder zur vergnüglichen Auktion „Lost and Found“.

Vor gut zwei Jahren trafen sich die Chefinnen von Hamburger Hotels, großen wie kleinen, erstmals bei Birgit Walther im „Boston Hamburg“. Anlass war ein Artikel in der „Welt am Sonntag“ über die steigende Zahl von Hoteldirektorinnen. Nun wollten sich alle persönlich kennenlernen. Ulrike Fohr, die den Vertrag schon in der Tasche hatte, gehörte dazu. „Es war eine so offene und ehrliche Begegnung. Das gefiel mir.“ Es wurde übers Geschäft und Privates geredet, man traf sich wieder und wieder, bis Ann-Marie Bauer vom „East“ vorschlug, doch als „Charmante Gastgeberinnen“ – so lautete damals die Artikel-Überschrift – eine Auktion zu veranstalten mit allem, was Gäste so liegen lassen.

Nach dem großen Erfolg vom Februar 2009 (rund 11 000 Euro für die Stiftung „Mittagskinder“) hat Ulrike Fohr wieder 20 Rucksäcke mit den vergessenen Designer-Brillen, Schals und Nachthemden gepackt, und hat obendrein noch etwas dazugelegt, Wein, Schokolade,

einen Gutschein. „Es soll sich lohnen und Geld für zwei karitative Vereine auf St. Pauli bringen.“ Die Veranstaltung am 3. Februar findet ja schließlich auch im Ballsaal des FC St. Pauli statt.

„Einen Plan machen und unerbittlich abarbeiten, das ist meine

Stärke“, sagt Ulrike Fohr. Sie hat es niemals bedauert, nicht Kinderkrankenschwester geworden zu sein, wie es die Tochter eines Ingenieurs aus dem Siegerland ursprünglich vorhatte. Statt zur Ausbildung allein in eine fremde Stadt zu wechseln, blieb sie lieber zu

Haus und lernte Hotelfachfrau in der Nähe. Bei weiteren Stationen, die sie schließlich nach München führten, wurde noch eine Ausbildung zur Touristik-Fachfrau nachgeschoben. Und nebenbei lernte sie bei einer privaten Faschingsparty ihren Mann Wolfgang kennen, der

Nächste Woche trifft Ulrike Fohr – hier im „The George“ – ihre 16 Hamburger Kolleginnen. Zusammen versteigern sie Vergessenes von Hotelgästen für den guten Zweck



FOTO: BERTRAND FABRICIUS

einen Offizierslehrgang absolvierte. Als er begann, in Lübeck Medizin zu studieren, zog sie mit in den unbekanntenen Norden und heuerte irgendwann am Empfang im Hotel „Hafen Hamburg“ an, bei Direktor Kai Hollmann.

Als vor genau zehn Jahren Hollmann sein „Gastwerk“ öffnete, wurde Ulrike Fohr Direktorin für Verkauf und Marketing. „Es war toll, so ein Hotel völlig neuen Stils an den Markt zu bringen. Ich war dabei, als es um Namen und Einrichtung, Schrifttype und Logo ging. Das war schon sehr prägend.“ Ein paar Jahre später kam noch das erste Hotel der inzwischen drei „25hours“-Häuser dazu. „Das war noch wieder anders, neuer Stil, neue Zielgruppe. Aber ich brauche immer Aufgaben und Herausforderungen, um mich zu entwickeln.“

So eine Herausforderung kam

■ „Einen Plan machen und unerbittlich abarbeiten, das ist meine Stärke“

Ulrike Fohr

noch vor 14 Jahren dazu, als Tochter Charlotte geboren wurde und der Ehemann als Anästhesist und Schiffsarzt auf der „Gorch Fock“ für Monate auf Reisen war. „Aber ich war immer gut vernetzt, habe im Kita-Vorstand mitgearbeitet und hatte Hilfe im Freundeskreis.“ Doch sie gibt zu, „es war manchmal hart, aber es hat sich gelohnt.“ Ohne die Erfahrung der eigenen Belastbarkeit wäre die Markteinführung des „George“ wohl auch nicht so gut gelaufen. „Es musste ja erst mal der Name bekannt werden.“

So wie über den „George“-Erfolg, freut sich Fohr auch über den von „Lost and Found“. „Wir haben diesmal mehr Gäste, mehr Sponsoren und sicher mehr Spaß.“ Natürlich hat die Power-Frau im Organisationskomitee mitgearbeitet. Vom Kleiderbügel bis zur Vase, von der Papierserviette bis zu den apfelgrünen T-Shirts mit der Goldschrift „Charmante Gastgeberinnen“ – alles wurde bestens geplant. Wie es sich gehört für eine Perfektionistin.