

# HOTELDRIFT MED HJERTET

Af Christina Wex

*Mette og Søren Brøchner-Mortensen er anden generation i Brøchners hoteldynasti, og deres mission er at drive anderledes hoteller.*



Søren Brøchner-Mortensen har løftet arven fra sine forældre – på sin helt egen måde. Foto: Brøchner Hotels

”Den største forskel på mine forældres og vores måde at drive forretning på, handler om ledelse. Min far var af den gamle skole. Alt var topstyret, og medarbejderne kunne ikke træffe beslutninger uden at rådføre sig med ham,” fortæller Søren Brøchner, som i 2007 valgte at gå ind i familievirksomheden på den betingelse, at forældrene samtidig lod sig pensionere. ”Jeg var tidligt bevidst om, at vi havde en meget forskellig tilgang til tingene og derfor ikke skulle arbejde sammen.”

Forældrene, Bergliot, kaldet Søster, og Hans Brøchner-Mortensen overtog i 1982 driften af Hotel Kong Arthur. Hun var sygeplejerske, han arbejdede som tømrer, så oplagte forudsætninger for at drive hotel havde de ikke.

”Min morfar købte hotellet, fordi han havde penge i overskud, og han spurgte mine forældre, om de ville drive det. Det sagde de ja til.”

Fra 1982 til 2010 udviklede ægteparret Brøchner-Mortensen fra ét hotel med 53 værelser til fire hoteller med i alt 422 værelser. ”De var engagerede, driftige og modige. Hvert år den 31. december købte min far noget nyt, hvis han havde penge tilovers. Det var sjovere end at betale skat, og på den måde blev forretningen ved med at vokse.”

## Ansvar, passion og omsorg

Modsat søsteren Kirsten, som tidligt gik ind i virksomheden, valgte Søren Brøchner at uddanne sig til tømrer og havde godt gang i karrieren i en stor entreprenørvirksomhed, da forældrene fornemmede, at tiden var inde til et generationsskifte. ”Min far var ved at være slidt. I alle årene satte han en ære i at have det fulde overblik og varetog endda en stor del af vedligeholdelsen. Han trak i håndværkertøjet fra 8 og 15 for derefter at gå på kontoret til kl. 20. Når tingene ikke gik hans vej,

gik det ham rigtig meget på, og med efterhånden 200 ansatte var han klar til at give stafetten videre.”

Om end Søren Brøchner har samme drive og udprægede forretningssans som sin far, har han en helt anden måde at drive forretning på. ”Jeg har altid været af den overbevisning, at ansvaret skal skubbes ud på medarbejderne. Det sjove er at få mennesker til at gro. Vi arbejder med, hvad vi kalder APO – ansvar, passion og omsorg. Det er medarbejderne, der står i situationer, hvor de skal træffe en hurtig beslutning, og det både kan og vil tidens unge gerne.”

## Finanskrisen sætter dagsordenen for en tid

Efter den formelle overdragelse, satte Kirsten og Søren Brøchner sig ned og lavede en plan for fremtidens ekspansion. Dagen efter ramte finanskrisen. ”Det gik hurtigt og voldsomt ned ad bakke i branchen. Først i 2013 begyndte det at gå den

Lobbyen er et samlingssted, hvor gæsterne både tjekker ind og nyder en kaffe eller et glas rødvin fra baren.  
Foto: Jonah Samyn på Instagram



Indgangen til Hotel SP34 er cool og afslappet som stemningen på hotellet. Foto: Brøchner Hotels

anden vej. Til gengæld gik det endnu hurtigere op igen, og i dag er markedet rigtig godt.” I takt med, at udviklingen begyndte at vende, blev det også tydeligt for Søren Brøchner og hans søster, at de ville noget forskelligt, og de blev enige om at splitte forretningen.

Kirsten Brøchner-Mortensen overtog Hotel Kong Arthur og Hotel Ibsen, mens Søren fortsatte med Fox Hotel og Hotel Danmark sammen med sin hustru, Mette, som er Design and Interior Manager. ”Vi købte nabobygninger i Sankt Pederstræde og gik i gang med at renovere og udvide, og hotellet blev omdøbt til Hotel SP34.”

Siden blev også hotellerne Astoria og Avenue indlemmet i familien. Hvert hotel har sit designmæssige udtryk, men har også en række signaturprodukter til fælles, for eksempel den guldmærkede, økologiske morgenmad og Wine Hour hver dag mellem 17 og 18, hvor hotellets gæster kan møde hinanden. På samtlige hoteller er receptionen erstattet af en bar.

”Det vigtigste for os er, at gæsterne føler sig hjemme, og receptionsbegrebet lægger en mærkelig distance til gæsterne. Vi ønsker, at lobbyområdet skal være levende og fuldt af mennesker, og det giver et bedre flow i personalet, at de passer indtjekning og bar på samme tid.”

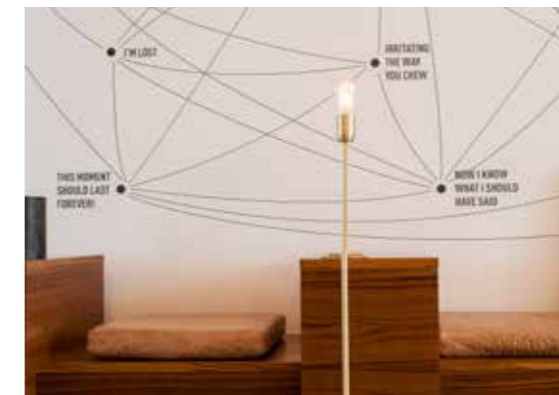
## De sociale medier er med til at skabe succesen

Hotel SP34 er i dag Københavns førende boutique-hotel. Gæsterne kommer fra hele verden takket være massiv branding i udlandet.

”Det er gået som en steppebrand. Vi har været i alle de store internationale rejse- og livsstilsmagasiner og er blevet kåret som et af verdens fem bedste designhoteller.” Succesen skyldes ikke mindst de sociale medier, særligt Instagram.

”Har du selv en lille effekt, som folk deler på Instagram med en anbefaling, så eksploderer det. På Hotel SP34 er det vores seng, der er i fokus, og den slags er vi meget bevidste om. Vores Salg & Marketing-direktør, Tanja Ibsen Nørskov, er virkelig dygtig til at brande os.” København er som by blevet et stærkt brand, som tiltrækker mange turister.

”Det er en charmerende og autentisk by, hvor man stadig kører på cykel, og det kan turisterne godt lide. Med fokus på madkulturen, dansk design og byens afslappede liv er det lykkedes København at tiltrække events, som igen tiltrækker både erhvervsfolk og turister. Vi undrer os hver dag over, hvorfor går det så godt. Man betaler snart



Sengegavlen, der er blevet fotograferet af gæster og delt over hele verden via de sociale medier.  
Foto: @aprilandmay på Instagram



Et værelse med udsigt – til byens liv og smukke husfacader.  
Foto: Brøchner Hotels

Brøchner Hotels har helt bevidst valgt ikke at drive restauranter, men i stedet alliere sig med dem, der er gode til netop det, som her Vækst.  
Foto: Chris Tonnesen på Instagram

London-priser i København. Det var der ingen, der havde turdet tro på for ikke så længe siden.”

## Man skal gøre det, man gør godt

Mens Søren Brøchner har ansvaret for at udvikle forretningen, for IT og for vedligeholdelse af bygningerne, står hustruen Mette, der oprindeligt er uddannet tandplejer, men er et kæmpe naturtalent inden for indretning, for samtlige hotellers designprofil. Karim Nielsen, der har tæt på 30 års erfaring fra branchen er ansat som administrerende direktør.

Forretningens motorrum finder man på kontoret i Sankt Pederstræde, hvor omkring 20 mennesker varetager HR og regnskab, salg og marketing, booking og IT, teknik, design og event.

”At drive hotelvirksomhed er et regnestykke med mange faktorer,” forklarer Søren Brøchner. ”Vi har to mand siddende alene til at styre priserne. Stiger efterspørgslen, hæver vi priserne. Vi holder øje 24 timer i døgnet og holder prisen op mod en lang række faktorer; er der events i byen, åbner Tivoli, hvor mange fly lander i lufthavnen, hvordan er vejret, hvad gør de andre. Det er ganske kompliceret.”

Brøchner Hotels har valgt ikke at drive restauranter, men i stedet at alliere sig med dem, der har succes med det.

”Restauranten er super vigtig, den skaber liv på hotellet, og den skal helst være fuld af gæster. Det er vores overbevisning, at man skal holde sig til det, man er god til. Derfor overlader vi den del til andre.”

## Nye projekter på vej

Ganske som sine forældre hviler Mette og Søren Brøchner ikke på laurbærrerne.

”Markedet er godt, vi har en god forretning og tjener gode penge. Det, vi tjener, putter vi tilbage i forretningen, alt andet ville være kedeligt.” Lige nu er der flere nye projekter i pipeline, hvoraf ikke alle endnu er officielle. Det er imidlertid ingen hemmelighed, at Brøchner Hotels i 2018 åbner på Bremerholmen i en gammel transformstation, som er ved at blive ombygget, og til vinter indledes renoveringen af Hotel Danmark. Om næste generation føler sig kaldet af familiearven vides endnu ikke. Datteren Laura på 23 er under uddannelse til grafisk designer og arbejder i marketingafdelingen, Mads på 21 er på vej til USA på sprogskole et års tid, og 19-årige Frederik bliver student til sommer.

”Vi har ingen forventninger til dem i forhold til forretningen. Hvis de vil noget andet, skal de gøre det. For os er det vigtigste, at de vælger deres egen vej,” slutter Søren Brøchner-Mortensen.