

## Pressemitteilung

### Die Erfindung der Langsamkeit

### BRANDMARKE inszeniert die Phantasie des TORTUE HAMBURG

Hamburg im November 2018 - Das TORTUE HAMBURG als zeitloser Ort, an dem alles passieren kann: Für den Onlineauftritt des Hotellerie- und Gastronomiekonzeptes TORTUE HAMBURG ([www.tortue.de](http://www.tortue.de)) hat die Agentur brand:marke ein kreatives Gesamtkonzept entwickelt, das die außergewöhnliche Atmosphäre der gesamten Location in involvierenden Texten und Bildern einfängt. Als Generaldienstleister verantwortete brand:marke darüber hinaus UX- und Web-Design, Programmierung, SEO-Konzept sowie Foto- und Video-Shootings.

Seit Juni 2018 bietet das TORTUE HAMBURG am historischen Standort in den Hamburger Stadthöfen ein einzigartiges Gesamtkonzept aus Gastronomie, Hotellerie, Events und Nachtleben. Das denkmalgeschützte Gebäude umfasst neben 126 Zimmern das asiatische Restaurant JIN GUI, die brasserie sowie die bar bleu, die bar noir und die bar privé. Nicht in Daten und Fakten zu fassen ist die einmalige Atmosphäre des TORTUE HAMBURG, die in Zusammenarbeit mit internationalen Interior Designern geschaffen wurde: Gäste erleben das TORTUE HAMBURG als Raum für entschleunigten Genuss, den man am besten im luxuriösen Tempo einer Schildkröte (franz. „Tortue“) erkundet.

„Das TORTUE HAMBURG ist ein besonderer Ort, der es Gästen leichtmacht, aus der Zeit zu fallen. Alle Projektbeteiligten wollten daher von Sekunde Eins an eine Website schaffen, die diesem Erlebnis gerecht wird.“, sagt Jan Hvarling, Geschäftsführer der brand:marke GmbH. „Der Content haftet nicht an generischen Leistungsbeschreibungen, sondern setzt eine starke Betonung auf das Unbekannte und Unerwartete. Die Website soll dem Besucher zuvorderst keine Antworten geben. Sie soll die Fragestellung vergrößern und so die Fantasie des TORTUE HAMBURG entwerfen. Ich bin sehr dankbar, dass die Verantwortlichen den Mut bewiesen haben, diesen ungewöhnlichen Weg zu gehen.“

### Schöner als die Fantasie

Für den Online-Auftritt des TORTUE HAMBURG entwickelte Gereon Klug, bekannt unter anderem als Gründer der Hamburger Hanseplatte, Tourmanager des Studio Braun und Autor des Deichkind-Hits „Leider geil“, ein außergewöhnliches Text-Konzept: Headlines und Long-Copies spielen mit surrealen Elementen und ungewöhnlichen Fragen, die nicht sofort im nächsten Moment aufgelöst werden. Dadurch entstehen Spannungsräume, die von der Fantasie des Website-Besuchers gefüllt werden und so zur Inszenierung des TORTUE HAMBURG als Ort für phantastische Erlebnisse und Begegnungen beitragen. Diese Positionierung fokussiert sich auch im Claim: „Schöner als die Fantasie“.

Das Design von Philip C. Waschmann (Art) und Moritz Krebs (Hamburger Filmemacher und Fotograf) setzt das Konzept auch visuell stringent um: Fotos und Bewegtbilder lösen sich von den üblichen Geschichten und vermeiden eine bloße Bebilderung von Leistungsversprechen. Stattdessen werden die per Text aufgeworfenen Fragestellungen visuell noch vergrößert, um so Räume für eigene Fantasien der zukünftigen Hotelgäste zu schaffen. Der Einsatz von Slow-Motion für alle Bewegtbilder und die Umsetzung als endlose „Boomerangs“ verstärkt die für das Hotel zentralen Themen der Entschleunigung und des zeitlosen Genusses und macht sie für Website-Besucher intuitiv erlebbar.

Das TORTUE HAMBURG eröffnete im Juni 2018 in den Hamburger Stadthöfen. Auf einer Gesamtfläche von 8.500 qm verteilen sich insgesamt 126 Zimmer. Ein Boutique-Hotel im Herzen Hamburgs - modern, komfortabel, individuell. Internationales Flair, das gemütlich und modern zugleich ist - gelebte Urbanität. Im Vordergrund steht die Gastronomie, die mit einem Asia-Restaurant, einer Brasserie und mehreren Bars einen neuen Hotspot für Gäste aus aller Welt aber vor allem auch für die Hamburger bietet.

Entwickelt wurde das Projekt durch die Projektentwicklungsgesellschaft Quantum, die gleich drei Gastro-Profis mit an Bord holten: Anne-Marie Bauer als Hoteldirektorin, Marc Ciunis und Carsten von der Heide als Geschäftsführer. Das Interior Design schuf Kate Hume aus Amsterdam, die in Hong Kong lebende Interior Designerin und Architektin Joyce Wang prägt die Gestaltung des *JIN GUI* und Stephen Williams Associates aus Hamburg zeichnete sich als Entwurfsarchitekt für die historischen Bereiche in Kooperation mit David Chipperfield Architects sowie als Interior Designer für die *bar noir* und *bar privé* verantwortlich.

Den Namen TORTUE HAMBURG (franz. „Schildkröte“) hat das Hotel gut gekleideten Dandys in Zeiten Napoleons zu verdanken. Damals flanierten diese Herren auf den Hamburger Prachtmeilen mit Schildkröten an der Leine als Zeichen für den puren Luxus: Zeit zu haben. Und das soll auch der Gast im TORTUE HAMBURG zelebrieren: Zeit, um die Sinne für das Wesentliche und die Details zu schärfen, in das Leben einzutauchen und neue Perspektiven zu entdecken. Zeit zum Innehalten und Genießen.

## Kontakt

HGH Hotelgesellschaft mbH

TORTUE HAMBURG

Angelika Kopf - Public Relations

Stadthausbrücke 10, 20355 Hamburg

M +49. 179 46 29 471

[pr@tortue.de](mailto:pr@tortue.de)

[www.tortue.de](http://www.tortue.de)