


25 Jahre Trendreisen: Pierre Nierhaus als Impulsgeber der Hospitality-Branche

04. Februar 2026 11:40 Uhr |  Tourismus



25 Jahre Trendreisen: Pierre Nierhaus als Impulsgeber der Hospitality-Branche

Berufliche Weiterbildung in der Hotellerie und Gastronomie wird seit einem Vierteljahrhundert maßgeblich durch ein spezifisches Format geprägt: die **Trendreisen** von **Pierre Nierhaus**. Was im Jahr 1994 mit einer ersten Exkursion nach **New York** seinen Anfang nahm, hat sich zu einem der renommiertesten Inspirationsformate im deutschsprachigen Raum entwickelt. Offiziell als Produkt im Jahr 2001 etabliert, blickt der Frankfurter Experte heute auf eine Historie zurück, die weit über bloße Städte-Trips hinausgeht.

Von der Geburtsstunde in New York zum Branchenstandard

Der Ursprung der **Trendreisen** liegt über 30 Jahre zurück. Im Jahr 1994 schickte die Holsten Gruppe ihre Kunden nach New York, um neue gastronomische Impulse zu gewinnen. Pierre Nierhaus, damals selbst als Gastronom tätig, begleitete diese Tour. Seine Fähigkeit, Beobachtungen in erfolgreiche Wirtschaftskonzepte zu übersetzen, zeigte sich bereits früh: Mit seinem „NYC-Café“ transferierte er Trends wie frische Burger und Caesar Salad nach Deutschland.

Diese systematische Beobachtung mündete in die Entwicklung einer eigenen Methodik. Heute umfasst das Portfolio des Trendexperten **32 Städte weltweit**. Dabei fungiert Nierhaus nicht nur als Reiseleiter, sondern als strategischer Berater, der globale Entwicklungen und gesellschaftliche Veränderungen für die Branche nutzbar macht.

Walking Workshops als methodisches Herzstück

Das Zentrum der **Trendreisen** bildet der sogenannte **Walking Workshop**. Das Konzept verfolgt das Ziel, die Teilnehmer unter dem Motto „Open your mind – Think differently“ zu neuen Denkweisen anzuregen. Es geht dabei um eine tiefgehende Analyse von **Design, Kulinarik, Unternehmertum** und städtebaulichen Hintergründen. Die Teilnehmer besuchen nicht nur bekannte Betriebe, sondern erhalten exklusive Einblicke hinter die Kulissen von Küchen und Produktionsstätten.

Ein wesentliches Merkmal ist die Zusammensetzung der Gruppen. Vom Nachwuchstalente und Familienunternehmer bis hin zum Konzernentscheider, Architekten oder Investor ist die gesamte Bandbreite der Branche vertreten. Dieser Austausch dient oft als Generationenbrücke, um den Wissenstransfer innerhalb von Betrieben zu fördern.

Direkter Kontakt zu internationalen Branchengrößen

Ein Alleinstellungsmerkmal der **Trendreisen** ist der persönliche Zugang zu weltweit führenden Köpfen der Hospitality. In den vergangenen 25 Jahren ermöglichte Pierre Nierhaus Begegnungen mit Persönlichkeiten wie dem

Designer **Jordan Mozer**, dem Visionär **Richard Melman** sowie den Starköchen **Nobu Matsuhisa** und **Yotam Ottolenghi**. Nierhaus betont die 25 Jahre Trendreisen: Pierre Nierhaus als Impulsgeber der Hospitality-Branche

- Berufliche Weiterbildung in der Hotellerie und Gastronomie wird seit einem Vierteljahrhundert maßgeblich durch ein spezifisches Format geprägt: die Trendreisen von Pierre Nierhaus. Was im Jahr 1994 mit einer ersten Exkursion nach New York seinen Anfang nahm, hat sich zu einem der renommiertesten Inspirationsformate im deutschsprachigen Raum entwickelt. Offiziell als Produkt im Jahr 2001 etabliert, blickt der Frankfurter Experte heute auf eine Historie zurück, die weit über bloße Städte-Trips hinausgeht.
- Von der Geburtsstunde in New York zum Branchenstandard
- Der Ursprung der Trendreisen liegt über 30 Jahre zurück. Im Jahr 1994 schickte die Holsten Gruppe ihre Kunden nach New York, um neue gastronomische Impulse zu gewinnen. Pierre Nierhaus, damals selbst als Gastronom tätig, begleitete diese Tour. Seine Fähigkeit, Beobachtungen in erfolgreiche Wirtschaftskonzepte zu übersetzen, zeigte sich bereits früh: Mit seinem „NYC-Café“ transferierte er Trends wie frische Burger und Caesar Salad nach Deutschland.
- Diese systematische Beobachtung mündete in die Entwicklung einer eigenen Methodik. Heute umfasst das Portfolio des Trendexperten 32 Städte weltweit. Dabei fungiert Nierhaus nicht nur als Reiseleiter, sondern als strategischer Berater, der globale Entwicklungen und gesellschaftliche Veränderungen für die Branche nutzbar macht.
- Walking Workshops als methodisches Herzstück
- Das Zentrum der Trendreisen bildet der sogenannte Walking Workshop. Das Konzept verfolgt das Ziel, die Teilnehmer unter dem Motto „Open your mind – Think differently“ zu neuen Denkweisen anzuregen. Es geht dabei um eine tiefgehende Analyse von Design, Kulinarik, Unternehmertum und städtebaulichen Hintergründen. Die Teilnehmer besuchen nicht nur bekannte Betriebe, sondern erhalten exklusive Einblicke hinter die Kulissen von Küchen und Produktionsstätten.
- Ein wesentliches Merkmal ist die Zusammensetzung der Gruppen. Vom Nachwuchstalent und Familienunternehmer bis hin zum Konzernentscheider, Architekten oder Investor ist die gesamte Bandbreite

der Branche vertreten. Dieser Austausch dient oft als Generationenbrücke, um den Wissenstransfer innerhalb von Betrieben zu fördern.

- Direkter Kontakt zu internationalen Branchengrößen
- Ein Alleinstellungsmerkmal der Trendreisen ist der persönliche Zugang zu weltweit führenden Köpfen der Hospitality. In den vergangenen 25 Jahren ermöglichte Pierre Nierhaus Begegnungen mit Persönlichkeiten wie dem Designer Jordan Mozer, dem Visionär Richard Melman sowie den Starköchen Nobu Matsuhisa und Yotam Ottolenghi. Nierhaus betont die Bedeutung dieser Netzwerkarbeit: „Die Hospitality-Welt ist klein – man trifft sich immer wieder, nur in anderen Städten.“
- New York bleibt Kernmarkt – Premiere in Madrid
- Trotz der globalen Ausbreitung bleibt New York das wichtigste Ziel. Über 70 Mal führte Nierhaus bereits Gruppen in die US-Metropole; für das Jahr 2027 ist die 75. Jubiläumstour in Planung. Neben Klassikern wie London, Tokio, Singapur, Dubai und Las Vegas erweitert Nierhaus sein Portfolio stetig.
- Im Jahr 2026 steht erstmals Madrid auf dem Programm. Um die dortige vielfältige Gastronomie-Szene fundiert vermitteln zu können, hat sich der Experte intensiv vorbereitet und eigens die spanische Sprache erlernt. Nierhaus ist überzeugt, dass der Stillstand der größte Feind der Innovation ist: „Städte hören nie auf, uns etwas beizubringen.“
- Jubiläumsbonus und Ausblick auf das Reisejahr 2026
- Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums hat das Unternehmen Sonderkonditionen für Schnellentschlossene veröffentlicht. Wer bis zum 25. Februar 2026 bucht, erhält einen Bonus für verschiedene Touren des Jahres.
- Bangkok (März 2026): Fokus auf Hotelkonzepte, Streetfood-Kultur und grüne Michelin-Sterne.
- Kopenhagen (Mai 2026): Vorstellung nachhaltiger Gastronomie-Pioniere und innovativer Backkonzepte.
- Madrid (Oktober 2026): Premiere mit Fokus auf die dynamische Szene der spanischen Hauptstadt.
- Tokio (Dezember 2026): Untersuchung der Symbiose aus Tradition und modernster Hospitality.

- Während die Tour nach London bereits vollständig ausgebucht ist, stehen für die weiteren Destinationen noch Kapazitäten zur Verfügung. Neben den physischen Reisen erweitert Nierhaus sein Angebot zudem um digitale Formate wie „Next Level Hospitality“ und spezielle Führungstrainings, um die Branche bei der notwendigen Transformation zu unterstützen.

Berufliche Weiterbildung in der Hotellerie und Gastronomie wird seit einem Vierteljahrhundert maßgeblich durch ein spezifisches Format geprägt: die **Trendreisen** von **Pierre Nierhaus**. Was im Jahr 1994 mit einer ersten Exkursion nach **New York** seinen Anfang nahm, hat sich zu einem der renommiertesten Inspirationsformate im deutschsprachigen Raum entwickelt. Offiziell als Produkt im Jahr 2001 etabliert, blickt der Frankfurter Experte heute auf eine Historie zurück, die weit über bloße Städte-Trips hinausgeht.

Von der Geburtsstunde in New York zum Branchenstandard

Der Ursprung der **Trendreisen** liegt über 30 Jahre zurück. Im Jahr 1994 schickte die Holsten Gruppe ihre Kunden nach New York, um neue gastronomische Impulse zu gewinnen. Pierre Nierhaus, damals selbst als Gastronom tätig, begleitete diese Tour. Seine Fähigkeit, Beobachtungen in erfolgreiche Wirtschaftskonzepte zu übersetzen, zeigte sich bereits früh: Mit seinem „NYC-Café“ transferierte er Trends wie frische Burger und Caesar Salad nach Deutschland.

Diese systematische Beobachtung mündete in die Entwicklung einer eigenen Methodik. Heute umfasst das Portfolio des Trendexperten **32 Städte weltweit**. Dabei fungiert Nierhaus nicht nur als Reiseleiter, sondern als strategischer Berater, der globale Entwicklungen und gesellschaftliche Veränderungen für die Branche nutzbar macht.

Walking Workshops als methodisches Herzstück

Das Zentrum der **Trendreisen** bildet der sogenannte **Walking Workshop**. Das Konzept verfolgt das Ziel, die Teilnehmer unter dem Motto „Open your mind – Think differently“ zu neuen Denkweisen anzuregen. Es geht dabei um eine tiefgehende Analyse von **Design, Kulinarik, Unternehmertum** und städtebaulichen Hintergründen. Die Teilnehmer besuchen nicht nur bekannte Betriebe, sondern erhalten exklusive Einblicke hinter die Kulissen von Küchen und Produktionsstätten.

Ein wesentliches Merkmal ist die Zusammensetzung der Gruppen. Vom Nachwuchstalent und Familienunternehmer bis hin zum Konzernentscheider,

Architekten oder Investor ist die gesamte Bandbreite der Branche vertreten. Dieser Austausch dient oft als Generationenbrücke, um den Wissenstransfer innerhalb von Betrieben zu fördern.

Direkter Kontakt zu internationalen Branchengrößen

Ein Alleinstellungsmerkmal der **Trendreisen** ist der persönliche Zugang zu weltweit führenden Köpfen der Hospitality. In den vergangenen 25 Jahren ermöglichte Pierre Nierhaus Begegnungen mit Persönlichkeiten wie dem Designer **Jordan Mozer**, dem Visionär **Richard Melman** sowie den Starköchen **Nobu Matsuhisa** und **Yotam Ottolenghi**. Nierhaus betont die Bedeutung dieser Netzwerkarbeit: „Die Hospitality-Welt ist klein – man trifft sich immer wieder, nur in anderen Städten.“

New York bleibt Kernmarkt – Premiere in Madrid

Trotz der globalen Ausbreitung bleibt **New York** das wichtigste Ziel. Über 70 Mal führte Nierhaus bereits Gruppen in die US-Metropole; für das Jahr 2027 ist die 75. Jubiläumstour in Planung. Neben Klassikern wie **London, Tokio, Singapur, Dubai** und **Las Vegas** erweitert Nierhaus sein Portfolio stetig.

Im Jahr 2026 steht erstmals **Madrid** auf dem Programm. Um die dortige vielfältige Gastronomie-Szene fundiert vermitteln zu können, hat sich der Experte intensiv vorbereitet und eigens die spanische Sprache erlernt. Nierhaus ist überzeugt, dass der Stillstand der größte Feind der Innovation ist: „Städte hören nie auf, uns etwas beizubringen.“

Jubiläumsbonus und Ausblick auf das Reisejahr 2026

Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums hat das Unternehmen Sonderkonditionen für Schnellentschlossene veröffentlicht. Wer bis zum 25. Februar 2026 bucht, erhält [einen Bonus](#) für verschiedene Touren des Jahres.

- **Bangkok** (März 2026): Fokus auf Hotelkonzepte, Streetfood-Kultur und grüne Michelin-Sterne.
- **Kopenhagen** (Mai 2026): Vorstellung nachhaltiger Gastronomie-Pioniere und innovativer Backkonzepte.
- **Madrid** (Oktober 2026): Premiere mit Fokus auf die dynamische Szene der spanischen Hauptstadt.
- **Tokio** (Dezember 2026): Untersuchung der Symbiose aus Tradition und modernster Hospitality.

Während die Tour nach London bereits vollständig ausgebucht ist, stehen für die weiteren Destinationen noch Kapazitäten zur Verfügung. Neben den physischen Reisen erweitert Nierhaus sein Angebot zudem um digitale Formate wie „Next Level Hospitality“ und spezielle Führungstrainings, um die Branche bei der notwendigen Transformation zu unterstützen.







Bedeutung dieser Netzwerkarbeit: „Die Hospitality-Welt ist klein – man trifft sich immer wieder, nur in anderen Städten.“

New York bleibt Kernmarkt – Premiere in Madrid

Trotz der globalen Ausbreitung bleibt **New York** das wichtigste Ziel. Über 70 Mal führte Nierhaus bereits Gruppen in die US-Metropole; für das Jahr 2027 ist die 75. Jubiläumstour in Planung. Neben Klassikern wie **London, Tokio, Singapur, Dubai** und **Las Vegas** erweitert Nierhaus sein Portfolio stetig.

Im Jahr 2026 steht erstmals **Madrid** auf dem Programm. Um die dortige vielfältige Gastronomie-Szene fundiert vermitteln zu können, hat sich der Experte intensiv vorbereitet und eigens die spanische Sprache erlernt. Nierhaus ist überzeugt, dass der Stillstand der größte Feind der Innovation ist: „Städte hören nie auf, uns etwas beizubringen.“

Jubiläumsbonus und Ausblick auf das Reisejahr 2026

Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums hat das Unternehmen Sonderkonditionen für Schnellentschlossene veröffentlicht. Wer bis zum 25. Februar 2026 bucht, erhält **einen Bonus** für verschiedene Touren des Jahres.

- **Bangkok** (März 2026): Fokus auf Hotelkonzepte, Streetfood-Kultur und grüne Michelin-Sterne.
- **Kopenhagen** (Mai 2026): Vorstellung nachhaltiger Gastronomie-Pioniere und innovativer Backkonzepte.
- **Madrid** (Oktober 2026): Premiere mit Fokus auf die dynamische Szene der spanischen Hauptstadt.
- **Tokio** (Dezember 2026): Untersuchung der Symbiose aus Tradition und modernster Hospitality.

Während die Tour nach London bereits vollständig ausgebucht ist, stehen für die weiteren Destinationen noch Kapazitäten zur Verfügung. Neben den physischen Reisen erweitert Nierhaus sein Angebot zudem um digitale Formate wie „Next Level Hospitality“ und spezielle Führungstrainings, um die Branche bei der notwendigen Transformation zu unterstützen.
