

PRESSE-INFORMATION

Erfolg im Nischensegment:

Boardinghouse-Betreiber trotz Wirtschaftskrise zufrieden

Berlin, 20. Oktober 2009 - Welche Auswirkungen hat die Wirtschaftskrise auf den deutschen Boardinghouse-Markt? Haben die Anbieter von Serviced Apartments ähnlich starke Einbußen erlitten wie die Hotelbetreiber? Die Firma Boardinghouse Consulting - Experte bei der Beratung rund um die Spezialimmobilie Boardinghouse - wollte diese Fragen beantwortet wissen und startete im August 2009 eine Umfrage unter den deutschen Boardinghouse-Betreibern zu den entscheidenden Themen wie Auslastung, allgemeine wirtschaftliche Entwicklung und den Preisveränderungen im Vergleich zu 2008.

Bei der Auswertung wurde deutlich, dass der Markt der Serviced Apartments weniger unter der Wirtschaftskrise leidet als andere Bereiche des Gastgewerbes und auch 2009 eine recht stabile Entwicklung zeigt. „Der Boardinghouse-Markt gehört in diesem schwierigen Jahr eher zu den Gewinnern als zu den Verlierern“, sagt Anett Gregorius, Geschäftsführerin von Boardinghouse Consulting in Berlin. „Das liegt unseres Erachtens daran, dass sich das Geschäft in diesem Jahr stark verschoben hat. So haben die Serviced Apartments in Deutschland natürlich den Langzeit-Gast als Zielgruppe, bieten jedoch auch für den „normalen“ Hotelgast, der nur einige Tage wohnt, eine interessante und kostengünstige Alternative. Dadurch konnte dieses Marktsegment auch seine Auslastung weitest gehend stabil halten.“

Generell sehen die Befragten ihre derzeitige Situation positiv: So gaben gut 75 Prozent der Boardinghouse-Betreiber an, die Entwicklung der durchschnittlichen Auslastung sei „zufrieden stellend“ bis „sehr gut“. Fast überraschend positiv wurde die Frage nach der Veränderung der wirtschaftlichen Lage seit Krisenbeginn beantwortet: 30 Prozent der Betreiber teilten mit, dass sich ihre wirtschaftliche Lage nicht verändert habe und 20 Prozent vermeldeten sogar eine Verbesserung. Die Durchschnittsrate stieg sogar in 23 Prozent der Apartmenthäuser in 2009 an, in 39 Prozent blieb sie zumindest gleich.

Besonders hervorzuheben ist, dass der Anteil der Geschäftsreisenden als Hauptzielgruppe von Serviced Apartments im Gäste-Mix bei 67 Prozent aller Befragten gleich hoch geblieben bzw. sogar bedeutend stärker geworden ist. Das lässt den Schluss zu, dass sich hier offenbar die strikten Richtlinien der Unternehmen zur Einsparung und Vermeidung von Reisekosten nicht ausgewirkt haben. Zwar sank in etwa 48 Prozent der Boardinghouses die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste, doch sparen die Geschäftsreisenden mit der Nutzung des Nischensegments an Stellen, wo sie - im Vergleich zum Hotelaufenthalt - gut verzichten können: bei der 24 Stunden am Tag besetzten Rezeption, der täglichen Reinigung des Apartments, dem Tagungsbereich und dem Roomservice, der durch einen Einkauf im Supermarkt ersetzt wird.

Als Verlierer der Wirtschaftskrise auf dem deutschen Boardinghouse-Markt zeigten sich anhand der Umfrage exklusive High-End-Produkte, Boardinghouses, die nicht direkt in den Hauptwirtschaftsdestinationen liegen, sowie Apartmenthäuser mit einer hohen Zahl an Wohneinheiten, die den Rückgang der Reisetätigkeit im Geschäftsreise-Bereich besonders bei Auslastung und Durchschnittsrate zu spüren bekamen.

Abschließend warnt Anett Gregorius davor, das Erfolgskonzept der Boardinghouses zu überbewerten: „In vielen Fachmedien werden die Serviced Apartments derzeit als *die* Pauschallösung der Branche angesehen. Die klassische Hotellerie scheint zu glauben, dass man Suiten und größere Wohneinheiten ohne Küche problemlos Langzeit-Gästen als Apartments anbieten kann oder dass durch die Einrichtung einer kleinen Küchenzeile in einem 1-Zimmer-Apartment ein ganz neuer Markt erschlossen werden kann. Dabei sollte jedes Unternehmen - ob große Hotel-Kette oder Privatbetreiber - sein Produkt und seine Kernzielgruppe im Auge behalten, denn Häuser mit individuellen Lösungen für die Kurz- oder Langzeit-Gäste werden letztendlich die Gewinner sein.“

Über Apartmentservice:

Das Berliner Unternehmen Boardinghouse Consulting stellt seit fast zehn Jahren mit dem Portal www.apartmentservice.de auch den größten unabhängigen Guide für Serviced Apartments in Deutschland. Der Apartmentservice ist die umfangreichste unabhängige Plattform für Serviced Apartments in Deutschland und präsentiert derzeit über 8.000 Apartments in 17 deutschen Städten sowie an 19 internationalen Standorten. Darüber hinaus veröffentlicht die Plattform einen jährlichen Katalog, der 2009 in seiner achten Auflage erschienen ist.

Weitere Informationen:

Boardinghouse Consulting

Anett Gregorius

Berliner Allee 36 / 13088 Berlin

Tel.: 030 - 96 06 09 49 - 11 / Fax: 030 - 96 06 09 49 - 19

E-Mail: anett.gregorius@apartmentservice.de / Internet: www.apartmentservice.de