

Der Markt brummt

Temporäres Wohnen in vollmöblierten Apartments mit hotelähnlichem Service kommt modernen Job-Nomaden entgegen: Serviced Apartments sind im Trend.

TEXT: BEAT EICHENBERGER

In Nordamerika sind Serviced Apartments längst etabliert und populär. Nun nimmt das Nischenprodukt zwischen Hotel und Wohnung auch in Europa rasant Fahrt auf. So sollen in Deutschland, aus Schweizer Sicht das wichtigste Ausland-Businessziel, bis 2021 rund 60 Prozent zusätzliche Einheiten entstehen. Derzeit zählt der deutsche Markt rund 28.500 Einheiten in etwa 540 Häusern mit mindestens

von Living Hotels. Zeitgeist-Strömungen wie New Work, Urbanität und Individualität, aber auch angespannte Wohnungsmärkte, tragen das ihre zur aktuellen Entwicklung bei. «Dadurch ist es in zunehmendem Masse für Geschäftsleute und Hochqualifizierte wichtig, dass es fern der eigenen vier Wände mehr als ein Hotelzimmer gibt, ein Ort, wo man mehr als ein reiner Gast ist», so Düysen.

«Die grösste Wachstumsphase mit Neueröffnungen im gefühlten Wochentakt ist angebrochen.»

15 Einheiten, hält der «Marktreport Serviced Apartments 2019» von Apartmentservice fest. «Die grösste Wachstumsphase mit Neueröffnungen im gefühlten Wochentakt ist angebrochen», kommentiert Anett Gregorius, Gründerin und Inhaberin von Apartmentservice, die Entwicklung.

Die Treiber liegen auf der Hand: «Heute ist die gesamte Welt arbeitstechnisch ständig in Bewegung, und gerade in grösseren Städten schliessen Serviced Apartments eine Marktlücke», sagt Tim Düysen, CMO

Auch Debora Verna von Visionapartments bestätigt die enorme Entwicklung des Segments, die nach Kanada und den USA nun auch in Grossbritannien, Deutschland, der Schweiz, Finnland und Norwegen einsetzt: «Das gilt vor allem für wichtige Business-Hubs und hat sehr viel mit der Wirtschaft, der Globalisierung und der Gesellschaftsstruktur zu tun». Sie spricht damit längere Geschäftsreisen oder die in grossen Firmen oft geforderte Auslandsaufahrt an. «Serviced Apartments posi-



Komfort wie im Hotel,
Platz wie in einer Wohnung.
Das Serviced Apartment.

onieren sich für solche Bedürfnisse als kostengünstige Alternative zur herkömmlichen Hotellerie», so Verna.

ERKLÄRUNGSBEDÜRFTIGES BUSINESS

Serviced Apartments werden in Europa vor allem von Geschäftsreisenden gebucht. Der Anteil liegt bei den befragten Anbietern zwischen 70 und 80 Prozent. Key-Accounts profitieren zum Beispiel bei Visionapartments von einem Business Welcome Package, Zugang zu einer VIP-Loung oder Flughafenstransfer. Tim Düysen von Living Hotel weist auch auf den Aspekt des Personals hin, das für die Mieter in einer fremden Stadt ebenso wichtig sei wie «flexible Angebote». Und im Bereich Digitalisierung sei es wichtig, den Gästen Services zu bieten, die den Aufenthalt sinnvoll ergänzen. Dazu arbeite man mit strategischen Partnern und verfolge innovative Pilotprojekte.

Wichtig ist die Einbindung in die Prozesslandschaft, sagt Düysen: «Das fängt schon bei der Ausschreibung an, die vor allem bei Grossunternehmen ausnahmslos elektronisch und standardisiert ist.» Living Hotel arbeitet auch mit Portalen, die auf Longstay spezialisiert sind. Erst kürzlich wurden grosse Investitionen in die Buchungsmaschine auf der Homepage getätigt.



Serviced Apartments: Drei Beispiele

Visionapartments

Die 1999 von Anja Graf in Zürich gegründete Visionapartments vermietet über 1800 eigene Apartments in Zürich, Zug, Lausanne, Vevey, Berlin, Frankfurt, Wien und Warschau. In den nächsten Jahren werden in Zürich Glattbrugg ca. 300 neue Apartments eröffnet, in Lugano 60, in Luzern 62 und in Basel 135. Daneben hat Visionapartments ein globales Partnernetzwerk aufgebaut mit zur Zeit 130 000 Einheiten in mehr als 850 Business-Destinationen in 87 Ländern weltweit.

www.visionapartments.com

Apartmentservice

Anett Gregorius lancierte Apartmentservice 2001. Vermittelt werden heute über 35 000 Einheiten in rund 120 Destinationen vor allem in Deutschland, aber auch in europäischen A-Destinationen und weltweit. Ergänzt wird das Geschäftsfeld durch die Beratung von Investoren, Projektentwicklern und (potenziellen) Betreibern. Neuentwicklungen sowie Machbarkeitsstudien stehen im Mittelpunkt der Beratungsaufträge.

www.apartmentservice.de

Living Hotels

Living Hotels, Teil der Münchner Derag Unternehmensgruppe, war Anfang der 1980er-Jahre in Deutschland Pionier im Segment der Service Apartments. Dabei setzt man auf eigene Immobilien auf eigenem Grund, ist somit gleichzeitig Eigentümer und Betreiber des Portfolios. Derzeit hält Living Hotels in 8 Städten 16 zentral gelegene Service Apartments Häuser mit rund 3200 Zimmern und Apartments, nächstes Jahr folgt ein neues Haus in Hamburg.

www.living-hotels.com

tigt. Die Buchungen werden aber von Stammgästen wie auch von Neukunden aber meist noch direkt vorgenommen (Telefon, Mail): Der persönliche Kontakt und die Möglichkeit der Berücksichtigung von individuellen Kunden-Bedürfnissen seien unverändert wichtig, denn: «Serviced Apartments ist ein erklärungsbedürftiges Business», so Düsen.

Während im Shortstay-Bereich Serviced Apartments wie Hotelzimmer über die gängigen Buchungsportale buchbar sind, bestätigt auch Anett Gregorius den hohen Stellenwert des persönlichen Verkaufs bei längeren Aufenthalten. Dabei spiele noch ein anderer Aspekt mit: «Ein höherer Online-Anteil von Longstay-Buchungen schei-

tert im Moment schlichtweg an fehlender Verfügbarkeit», sagt Gregorius.

VERMEHRT AUCH IM FREIZEITBEREICH

Mit zunehmender Bedeutung wird das Bespielen unterschiedlicher Vertriebskanäle unerlässlich, so wie Visionapartments auflistet: Nebst dem Direktverkauf online, via Telefon oder Mail, sind auch Portale wie booking.com, Airbnb, hotels.com etc. eingebunden, die GDS, Agenturen wie Silverdoor, Bridgestreet, SACO und nicht zuletzt die Partner-Unternehmen. Denn Debora Verna kann auch eine steigende Tendenz im Freizeitbereich beobachten: Touristen, Familien wie Paare, greifen vermehrt für Shortstays auf Apartments zurück. ●



«Marktlücke.»: Tim Düsen.



«Wachstumsphase»: Anett Gregorius.