

„Es wird noch die ein oder andere Überraschung geben“

Das Segment der Serviced Apartments gewinnt zunehmend an Bedeutung. Cost & Logis-Autorin Felicitas Helmig sprach mit Anett Gregorius, Inhaberin der Vermittlungsplattform Apartmentservice und der gleichnamigen Consulting-Agentur über die Entwicklung, die Anbieter und Unterschiede im Apartment-Sektor.

FRAU GREGORIUS, SERVICED APARTMENTS WERDEN IMMER POPULÄRER. WIE HAT SICH DER MARKT IN DEN LETZTEN JAHREN ENTWICKELT UND WO STEHEN WIR HEUTE?

Serviced Apartments sind zwar noch immer ein Nischenprodukt, aber mit einer rasanten Entwicklung. In den vergangenen fünf Jahren ist die Zahl der Apartments um 64 Prozent gestiegen. Bis 2019 wird das Segment um weitere 40 Prozent wachsen. Zurzeit gibt es in Deutschland rund 32.500 Apartments in 588 Häusern. Wobei in den Zahlen nur die Einheiten mit

Anett Gregorius: „Bei uns geht es ums Wohnen, deshalb steht das Bett nicht im Mittelpunkt.“



ANETT GREGORIUS ...

... gründete 1999 eine Beratungsagentur für Investoren und Anbieter von Serviced Apartments. 2001 ging sie mit der Internet-Plattform Apartmentservice an den Start. Das Unternehmen präsentiert und vermittelt mittlerweile mehr als 32.000 Serviced Apartments in rund 120 Destinationen, vorrangig in Deutschland. Die Diplom-Betriebswirtin hat das Branchentreffen SO!APART entwickelt, bei dem die besten Serviced Apartments in Deutschland ausgezeichnet werden.

mindestens 15 Apartments berücksichtigt sind. Weitere 13.000 befinden sich gerade in der Pipeline oder werden gebaut. Und das ist nicht das Ende: Neue Apartmentprojekte werden heute fast wie am Fließband unterschrieben. Der Hotelberater Professor Stephan Gerhard prophezeit dem Segment bis 2030 eine Verdreifachung auf 100.000 Einheiten und damit einen Marktanteil innerhalb der Hotellerie von zehn Prozent.

WIE LÄSST SICH DIESER BOOM ERKLÄREN?

Entstanden ist das Konzept der Serviced Apartments in den 90er Jahren in den USA, weil dort schon damals große Jobmobilität gefragt war. Heute fordert das Berufsleben auch bei uns eine viel höhere Flexibilität: Viele Geschäftsreisende müssen für Projekte mehrere Wochen oder Monate in eine andere Stadt ziehen. Aufgrund der Wohnungsnot in vielen Städten werden die Serviced Apartments zunehmend zu einem Arbeitgeber-Argument, um neuen Mitarbeitern den Einstieg am neuen Arbeitsort zu ermöglichen. Außerdem spielen die gesellschaftlichen Mega-Trends eine immer größere Rolle, die Individualisierung steht da ganz weit vorn. Viele Menschen wollen für einen längeren Zeitraum nicht in einem Hotel untergebracht sein.

INWIEWEIT UNTERSCHIEDEN SICH SERVICED APARTMENT UND HOTELZIMMER?

In der Raumgröße und dem Konzept. Die Apartments sind größer als das durchschnittliche Hotelzimmer und verfügen immer über eine Küche oder zumindest eine Kitchenette. Bei uns geht es ums Wohnen, deshalb steht das Bett nicht im Mittelpunkt. Da kann der Gast auch mal einen Kollegen mitbringen, ohne gleich mit ihm auf dem Bett sitzen zu müssen.

UND WELCHEN SERVICE BIETEN DIE APARTMENTS?

Das kommt darauf an, ob es sich um ein Apartmenthotel oder ein Apartmenthaus handelt. Der Servicegrad ist in den Aparthotels deutlich höher als in den klassischen Boardinghouses, die einen limitierten Service anbieten, was die Besetzung der Rezeption, den F&B-Bereich und Fitness- oder Tagungsmöglichkeiten betrifft.

WER SIND DIE ANBIETER VON SERVICED APARTMENTS?

Das Segment ist noch mittelständisch geprägt mit einer individuellen Betreiberstruktur. Bisher gehören nur knapp 40 Prozent der Apartments zu Ketten, doch das ändert sich gerade. Die Dynamik kommt jetzt aus allen Richtungen. Wir beobachten viele Projektentwickler und Betreiber, die aus dem wohnungswirtschaftlichen

Bereich kommen und sich früher vor allem mit dem Bau von Studentenwohnungen beschäftigt haben. Auch internationale Hotelketten drängen verstärkt auf den deutschen Markt. Da werden wir in den nächsten Jahren noch die ein oder andere Überraschung erleben von Unternehmen, von denen man nicht vermuten würde, dass sie sich auch in diesem Segment betätigen.

HAT DIE HOTELLERIE DEN TREND VERSCHLAFEN?

Das kann man so nicht sagen. Hotels verfolgen ein anderes Konzept. Inzwischen haben die großen Hotelketten aber erkannt, dass mit dem Segment hohe Renditen erwirtschaftet werden können und welches ein großes Marktpotenzial vorhanden ist. Die Zahl der Übernachtungen in Serviced Apartments ist von 8,6 Millionen 2016 auf 12,8 Millionen 2017 gestiegen. So erleben wir gerade die Einführung von Submarken für den Longstay-Bereich.

AIRBNB WILL AUCH IN DIESEM SEGMENT EXPANDIEREN. MACHT IHNEN DAS SORGE?

Erst einmal sind wir Airbnb dankbar, dass sie so große Aufmerksamkeit auf den Bereich Apartments gelenkt haben. Sorge macht mir die Expansion nicht. Denn sie werden sich auch weiterhin auf den Shortstay-Bereich fokussieren, neben Touristen nun auch Business-Gäste

ANETT GREGORIUS

„Die Zahl der Übernachtungen in Serviced Apartments ist von 8,6 Millionen 2016 auf 12,8 Millionen 2017 gestiegen.“

ansprechen. Das ist nicht unser Kernmarkt. Wir vermitteln Langzeit-Aufenthalte und sind auf professionelle Anbieter fokussiert. Bei Airbnb stehen noch immer Privatunterkünfte und authentische Erlebnisse im Mittelpunkt. <

AUFENTHALTSDAUER IN SERVICED APARTMENTS

In dem Segment wird unterschieden zwischen Short-, Medium- und Longstay. Eine einheitlich genutzte Begriffsverwendung gibt es noch nicht, weil jedes Haus die Aufenthaltsdauer individuell festlegt. Um allen Marktbeteiligten eine Orientierung zu bieten, hat eine Arbeitsgruppe aus Branchenvertretern die „Charta von Temporären Wohnen“ verfasst, die die Zeiträume wie folgt definiert:

SHORTSTAY	1 – 6 NÄCHTE
MEDIUMSTAY	7 – 27 NÄCHTE
LONGSTAY	28 + NÄCHTE

In Serviced Apartments gilt eine degressive Preisstaffel: Die Raten werden günstiger, je länger der Gast bleibt.

servitex®

Textile Vollversorgung für die Hotellerie in Deutschland, Österreich und in der Schweiz.

Wäsche-Leasing ...

... kann so einfach sein!

Rolf Slickers,
Geschäftsführer

Isabél Rosenberg,
Assistenz der Geschäftsführung

www.servitex.de