



hat Hochzeit

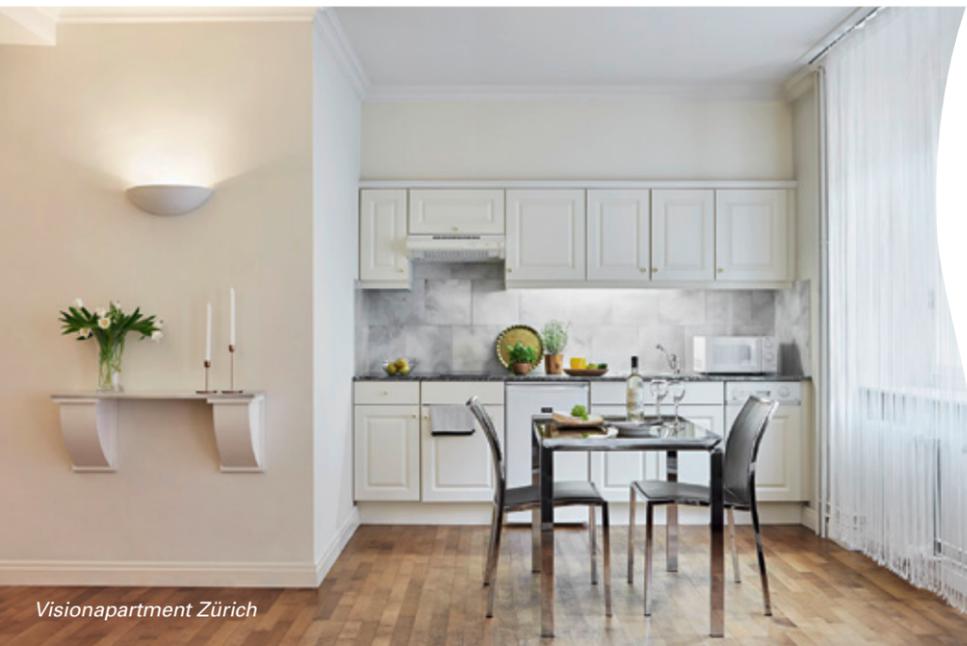
Zeitwohnen

Manche hätten Anett Gregorius' Unternehmensgründung 2001 wohl schnell in die Start-up-Schublade gesteckt. Aber mit der Geburt von Apartmentservice verband sie „den festen Glauben daran, dass das Thema Wohnen auf Zeit auch hierzulande ein Thema mit Zukunft ist“. Heute, 15 Jahre später, blickt die Berliner Vermittlerin und Beraterin nicht nur auf ihr persönliches Firmenjubiläum,

sondern mit zahlreichen Betreibern und Investoren aus verschiedenen Branchen auf eine stark wachsende „Wohnen auf Zeit“-Nische. Auf ein Spezialsegment mit beispielloser Projektlust und außergewöhnlichem Wir-Gefühl. Das zeigte auch die 4. So!Apart, die Fachtagung für die Serviced-Apartment-Branche im November in Berlin mit rund 170 Teilnehmern. „War bereits 2016 ein unglaublich starkes Jahr für die

Branche, so stehen bis 2018 in Deutschland mehr als 10.000 Serviced Apartments in der Pipeline“, betonte die Veranstalterin Anett Gregorius. Die Angebotserweiterung um 40 % birgt dabei die 100-Prozent-Erfolgs-garantie: Decken die aktuell in Deutschland bestehenden rund 520 Häuser (mind. 15 Einheiten) bzw. ca. 26.000 Apartments etwa 7,4 Mio. Übernachtungen im Jahr ab, so liegt das Potenzial schwindelerregend höher. Der Geschäftsreiseverband VDR spricht von einem jährlichen Potenzial von 120 Mio. Übernachtungen von Geschäftsreisenden ab vier Nächten. Deutschland zählt bei entsprechend lockenden Renditen von über 10 % neben UK zu den wichtigsten Märkten innerhalb Europas und ist bereits im Fokus amerikanischer Marken. Zu den derzeit stärksten A-Standorten (München, Frankfurt am Main und Berlin) gesellen sich dabei in den nächsten Jahren auch immer mehr B- und C-Lagen. Konzeptionell erobern zugleich vermehrt Budget- und Microapartmentlösungen den Markt. Anett Gregorius geht davon aus, dass das Serviced-Apartment-Segment einen Anteil von 6 % am Hotelmarkt ausmachen kann, ohne dass dies zu Lasten der Wirtschaftlichkeit oder einer verschlechterten Ausstattung der Apartmenthäuser führt. Andere Branchenexperten schätzen das Marktpotenzial sogar bei bis zu 60.000 bis 70.000

Fotos: Visionapartments, Julia Baumgart – SO!APART 2016



Visionapartment Zürich

Serviced Apartments ein. Voraussetzung für die nächste Wachstumshürde, darin waren sich die Tagungsteilnehmer einig, bleibt aber das Ziel einer einheitlichen Begriffsverwendung. Apartmentservice will dies mit einer gemeinsamen Charta vorantreiben, die bei der So!Apart zur Unterschrift einlud. Zudem sei eine stärkere Transparenz mit zuverlässigen Zahlen notwendig, um mehr Vertrauen in das Segment zu entwickeln.

Apartment der Zukunft

Bei so viel Investitionsrauschen diskutierten die Referenten und Teilnehmer in Berlin auch, wie künftig das Produkt Serviced Apartment immer attraktiver für Geschäftsreisende werden kann. Vor dem Hintergrund des bereits 2015 gestarteten Projekts „Apartment der Zukunft“ wurden u. a. neue Wohnformen wie das mobile Wohnen oder Themenwohnen vorgestellt, Interior-Konzepte beschrieben und Lösungen im Bereich In-house-Entertainment oder Software-Netzungen beleuchtet. In einem Co-Creation Think Tank konnten die Teilnehmer gemeinsam Ideen sammeln, die in die Realisierung des Projekts einfließen werden. Darüber hinaus gewährte der Immobilienjournalist Heimo Rollet gemeinsam mit seinen Gesprächspartnern einen informativen Einblick in die Nachbarmärkte Österreich und Schweiz, die sich keineswegs im Dornröschenschlaf befinden. Ein weiterer Veranstaltungsschwerpunkt, der auch als entscheidend für den Zukunftsmarkt Serviced Apartments gesehen wurde, drehte sich um die Mitarbeitergewinnung und -bindung. Gunnar von Hagen, Corporate Director Operations der Lindner Hotels, und Ole Kloth, Director of Development der Soul-made Hotels, lieferten als Best-Practice-



So!Apart-Organisatorin Anett Gregorius mit den Projektpartnern Daniel Eckes (iHaus AG), Heinrich Böhm (JOI-Design) und Gernot Wohlfahrt (iHaus AG) (v. l.)

Beispiele konkrete Impulse für den Aufbau einer HR-Strategie im Spezialsegment der Hotellerie. Den Höhepunkt der Veranstaltung 2016 bildete neben dem Rückblick auf 15 Jahre Apartmentservice die Verleihung der So!Apart-Awards. Die Jury, in der auch

Serviced Apartments sind die Never Ending Shooting Stars der letzten zehn Jahre. Bei der 4. So!Apart im November in Berlin reichte die Projektlust weit in die Zukunft.

first class saß, wählte dabei in der Kategorie „international“ die Visionapartments mit ihrem Haus in der Züricher Militärstraße zum Sieger. Zugleich gewann das Schweizer Unternehmen auch den Publikumspreis „das beliebteste Große“. Ein Doppel-Coup ist auch den Serviced Apartments im Lebendigen Haus in Dresden gelungen, die

sich in den Kategorien „neu und besonders“ und „groß und großartig – Apartmenthaus“ gegen die Mitbewerber durchsetzten. Das Amano Home in Berlin durfte sich über den Preis „die kleinen Feinen“ freuen, das Adina Apartment Hotel Hamburg Michel siegte in der Kategorie „groß und großartig – Aparthotel“. Das Quartier M nahm den Publikumspreis „das beliebteste Kleine“ mit nach Leipzig. Überraschend verlieh die Jury in diesem Jahr erstmals einen Special-Award und ehrte damit die Teamleistung und das Storytelling der Gästeresidenz Pelikanviertel in Hannover. Serviced Apartments sind in diesen Tagen alles andere als nur Produkte auf Zeit. Sie stehen für ein Boom-Segment innerhalb der Hotellerie, von dem manche Hotelprodukte lernen können.

syk

