

Pressemitteilung Apartmentservice

Neue Apartment-Brand-Welt: Zielgruppen werden Lebensstilgruppen

Die neuen Apartmentmarken spiegeln die unterschiedlichen Wohnformen der Zukunft wider

Berlin, 23. Januar 2019 – Vom Business Traveller zu business-like, vom Studenten zu studentisch – im extrem wachsenden Serviced-Apartment-Segment orientieren sich die Marktbeteiligten in ihren Konzepten immer weniger an den klassischen Zielgruppen, sondern zunehmend an deren Lebensstile, Neigungen und Werten. Dadurch vermischen sich die Apartmentkonzepte in einer unabsehbaren Dynamik und mit einer nie dagewesenen Markenvielfalt. „Die einst starren Grenzen zwischen Serviced Apartments, Wohnwirtschaft und Hotellerie haben sich aufgelöst“, erklärt Anett Gregorius, Gründerin und Inhaberin von Apartmentservice. „Aktuelle Wohnen-auf-Zeit-Konzepte werden auch zu einem Maßstab für künftige Wohnmodelle.“



Während noch in vielen Branchen die Work-Life-Balance in ihrer Umsetzbarkeit diskutiert wird, hat das Work-Life-Blending als großes Vermischen von Arbeit und Freizeit die allgemeine Arbeits- und Lebenswelt längst erfasst. Hinzu kommen die vielzitierten Mega-Trends Urbanisierung, Individualisierung, Flexibilisierung und New Work. Serviced Apartments haben sich im Zuge dieser Trends zu besonders gefragten Modellen des Temporären Wohnens entwickelt. Zugleich sind sie mit Blick auf die angespannten

Wohnungsmärkte für Städte, Investoren, Entwickler und Betreiber zu wichtigen Problemlösern avanciert. Von der Wohnwirtschaft über den reinen Serviced-Apartment-Sektor bis hin zur Hotellerie – die gesamte Immobilienwelt will in den nächsten Jahren mit einer großen Projektdichte und neuen, vielfältigen Submarken am Trendmarkt teilhaben.

„Auffallend ist, dass sich die Akteure immer stärker an Lebensstilgruppen orientieren, die man von den Sinus-Meta-Milieus kennt“, erklärt Anett Gregorius, Gründerin von Apartmentservice.

„Neue Brands wie Syc., Joyn (Corestate) und The Fizz (International Campus) oder Hotelmarken wie R.evo (Vienna House) richten sich mit ihren Konzepten heute nicht mehr allein an den klassischen Zielgruppen der Geschäftsreisenden, Berufsanfänger, Städtereisenden oder Studenten aus, sondern mixen die Elemente, um primär Milieus wie die „Established“, „Performers“, „Sensation-Oriented“ oder „Digital Avantgarde“ zu bedienen. So dominieren bei der neuen Ascott-Marke Lyf eher studentisch-affine Elemente wie der Waschbereich an Stahlträgern als Teil des Wohnraums, während bei Tannhaus Werkstattelemente, viel Holz und ein lebendiges Farbkonzept eine große Rolle spielen. Die Saco-Marke Locke setzt wiederum auf ein edles Vintage-Wohnlichkeitsgefühl mit großzügigen Sofalandschaften und Teppichen.

„Der Markt wächst in dieser Weise bis 2022 mit neuen Brands und neuen Projekten, die quasi von Null auf Hundert eine große Präsenz erreichen werden“, schätzt die Apartmentservice-Gründerin ein. „Die steigende Subbrand-Vielfalt sorgt zugleich dafür, dass Apartments nicht mehr als eierlegende Wollmilchsau verstanden werden dürfen.“ Denn trotz und mit der allgemeinen Vermischung der Elemente wird bei jedem Projekt immer wichtiger, dass sich die Akteure grundsätzlich für die Betriebsform Serviced Apartmenthaus oder Aparthotel entscheiden und damit auch für eine kurze oder lange Aufenthaltsdauer ihrer Gäste“, betont Anett Gregorius. Zudem wird bei der aktuellen Dynamik auch der Blick auf die derzeitigen Gästewünsche besonders wichtig. Wollen diese überhaupt den Mix? Was schätzen sie heute und morgen am Serviced-Apartment Konzept?

Apartmentservice hat in diesem Jahr im Rahmen einer Befragung unter rund 500 Gästen in verschiedenen Apartmenthäusern einige Tendenzen herausstellen können. Über 90 Prozent schätzen an Serviced Apartments in allererster Linie die hohe Qualität und Großzügigkeit, genauso wie die Wohnlichkeit und die Möglichkeit zur Selbstversorgung mit jeweils über 90

Prozent Nennung. Und trotz vieler aktueller Community-Konzepte: Die Gästemehrheit möchte nicht auf die Küche im Serviced Apartment verzichten – unabhängig von der Aufenthaltsdauer. Eine Gemeinschaftsküche als Ersatz für eine Küche im Apartment wird von den meisten abgelehnt.

Mehr Fakten und Trendanalysen über den Serviced-Apartment-Markt?

Apartmentservice informiert Investoren, Entwickler und Betreiber in seiner sechsten Ausgabe des Marktreports, dem „Marktreport 2018 Serviced Apartments“, über aktuelle Key-Zahlen, Projektübersichten, Entwicklungen und Betreiberpositionen des Segments Serviced Apartments – das einzige umfangreiche Datenmaterial in dieser Form für das Segment. Erstmals gibt es die Marktanalyse zusätzlich in Englisch. Beide Ausgaben sind erhältlich bei www.apartmentservice-consulting.de.

Über Apartmentservice und Anett Gregorius

Apartmentservice ist seit 2001 der Experte für Serviced Apartments in Deutschland und präsentiert und vermittelt auf dem gleichnamigen Portal über 35.000 Serviced Apartments in rund 120 Destinationen in Deutschland und weltweit. Ergänzt wird das Geschäftsfeld zum einen durch die strategische Beratung von Investoren, Projektentwickler und (potenziellen) Betreibern im Spezialsegment der Serviced Apartments. Neuentwicklungen sowie Machbarkeitsstudien stehen im Mittelpunkt der Beratungsaufträge.

Zum anderen tritt Anett Gregorius als Pionierin und Branchenexpertin des Segments als Referentin auf vielen hochkarätigen Veranstaltungen auf. Eine Übersicht ihrer nächsten Auftritte finden Interessenten unter der Rubrik [Anett Live](#). Weitere Informationen unter apartmentservice.de sowie unter apartmentservice-consulting.de

Über „Serviced Apartments“

Das Angebot der Serviced Apartments wendet sich an Geschäfts- und Privatreisende für Kurz- und Langzeitaufenthalte in Großstädten. Die Apartments orientieren sich in ihrer Ausstattung an privaten Wohnungen, eine Selbstversorgungsmöglichkeit ist gegeben. In Ergänzung kann der Gast darüber hinaus individuell aus dem hotelähnlichen Serviceangebot wählen und profitiert von attraktiven Preisen, die 20 bis 40 Prozent unter dem Preisniveau qualitativ vergleichbarer Hotelzimmer liegen.

Über die SO!APART

Die SO!APART ist das Branchentreffen der deutschsprachigen Apartmentwelt. Jährlich referieren hochkarätige Experten und Brancheninsider zwei Tage lang zu spannenden Themen rund um den Betrieb der Spezialimmobilie sowie zu Marktentwicklungen, Trends und Perspektiven. Die Verleihung der SO!APART-Awards in aktuell sechs verschiedenen Kategorien ist der feierliche Höhepunkt der Veranstaltung. Als Experte für Serviced Apartments in Deutschland rückt der Apartmentservice damit die Besten der Besten in den Fokus und treibt den größten Wachstumsmarkt der hiesigen Hotellerie weiter voran. Die SO!APART 2019 findet am 13. und 14. November in Leipzig statt. Weitere Informationen unter so-apart.de.

Kontakt Apartmentservice:

Anett Gregorius, Berliner Allee 36, 13088 Berlin,

E-Mail: anett.gregorius@apartmentservice.de, Tel.: 030 – 96 06 09 49 11, www.apartmentservice.de

Pressekontakt Michaela Rosien PR:

Michaela Rosien, Sankt Anna Platz 1a, D-80538 München

mobile +49-173-29 177 92; m.rosien@michaelarosien-pr.de, michaelarosien-pr.de