

Hotelkonzepte für Langzeitgäste

Fast wie daheim



Von Modern Style über Retro-Design bis Fachwerk-Romantik - Individualität ist Trumpf im Longstay-Markt: Vision-apartments Berlin, Landhaus Jenischpark in Hamburg, Adagio Köln City, arcona LIVING Bach 14 in Leipzig, Henri Hotel Hamburg (im Uhrzeigersinn)



Noch sind **Serviced Apartments** ein Nischenmarkt in Deutschland – doch das Segment bietet enormes Wachstumspotenzial. Tophotel gibt einen Überblick über die aktuelle Lage und die Expansionsabsichten einiger Anbieter in deutschen Metropolen

Bereits in den 1980er-Jahren hat das Konzept »Wohnen auf Zeit« in Deutschland Fuß gefasst. Seit mehreren Jahren gilt das Segment der Serviced Apartments als einer der wohl erfolversprechendsten Wachstumsmärkte der Hotellerie. »Das Angebot hat in den vergangenen Jahren eine rasante Marktentwicklung durchlaufen: Mitte der 1990er-Jahre waren etwa 50 Häuser dieses Betriebstyps auf dem deutschen Markt präsent, 2003 waren es bereits etwa 200 und 2010 knapp 350. Heute stehen deutschlandweit rund 700 Häuser mit gut 24.000 Apartments zur Verfügung – mit steigender Tendenz«, erklärt Anett Gregorius, Geschäftsführerin von Boardinghouse Consulting und Betreiberin der Buchungsplattform www.apartmentservice.de. Hier werden rund 90 Prozent aller Angebote an Geschäftskunden vermittelt. In letzter Zeit entdecken aber auch zunehmend Privatreisende die Alternative zum Hotel, die unter anderem eine Selbstversorgung in integrierten Kitchenettes ermöglicht und dem Reisenden eine großzügige Raumplanung mit getrenntem Wohn- und Schlafbereich bietet.

Insbesondere der Markt für Mischkonzepte aus Hotels und Apartmenthäusern boomt. Das Unternehmen Georg Consulting nennt aktuell einen Anteil von 53,2 Prozent bei Hotels mit integrierten Serviced Apartments, danach folgen reine Boardinghäuser (36,1 %). Hotels mit Apartments in separaten Gebäuden haben einen eher geringen Marktanteil (10,7 %). Stark gefragt bei Hotelbetreibern und -ketten sind A-Destinationen wie München, Frankfurt und Hamburg. Aber auch in B-Destinationen bzw. an wirtschaftlich relevanten Standorten werden Apartmenthäuser eröffnet.

Laut dem Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) gibt es ein Übernachtungspotenzial für Geschäftsreisen am Markt von rund 28,3 Millionen Übernachtungen (2012) mit einer Aufenthaltsdauer von mindestens vier Nächten. Nach Berechnungen von Boardinghouse Consulting verzeichnet das Segment der Serviced Apartments aktuell knapp sechs Millionen Übernachtungen pro Jahr. Mit über 1,3 Millionen Übernachtungen in Apartmenthäusern steht Berlin an erster Stelle, gefolgt von München mit 986.000 und Hamburg mit 526.000 Übernachtungen. In Banken- und Messestädten ist der Anteil von Übernachtungen in Serviced Apartments am höchsten; in der Messestadt Hannover beispielsweise gibt es den höchsten Marktanteil mit 12,6 Prozent. In München entfallen rund acht Prozent, in Hamburg und Berlin jeweils circa fünf Prozent der gesamten Übernachtungen auf Serviced Apartments (vgl. Tabelle 2). Die guten Zahlen werden von der positiven Stimmung der Long-Stay-Ho-

teliers bestätigt, wie die jährlich durchgeführte Marktbefragung des Berliner Unternehmens Apartmentservice herausfand: Egal ob Kette oder Mittelständler – insgesamt attestieren die Betreiber dem Markt weiterhin positive Aussichten: 53 Prozent der Umfrageteilnehmer schätzen die Entwicklung für die nächsten zwei Jahre als positiv ein; 22 Prozent sogar als sehr positiv. Trotz einer leicht sinkenden Auslastung nach mehreren starken Jahren – diese hat sich nach Einschätzung gut jedes dritten Befragten im eigenen Haus verschlechtert (»verschlechtert«: 22 Prozent, »deutlich verschlechtert«: 17 Prozent) – hält die positive Stimmung an, denn drei von vier Betreibern geben an, wirtschaftlich gut bzw. sehr gut dazustehen.

Ein deutscher Mittelständler, der bereits Mitte der 1980er-Jahre ins Geschäft eingestiegen ist, heißt Derag Livinghotels. Die Gruppe betreibt heute 14 Häuser in Deutschland und Ös-

terreich. Für die Zukunft setzt Derag verstärkt auf Expansion: 2014 und 2015 sind drei Eröffnungen in Düsseldorf, Frankfurt und Garching bei München sowie ein Erweiterungsbau in München geplant. Alle Standorte wurden im Hinblick auf eine gute Erreichbarkeit der Stadtzentren sowie schnelle Anbindungen an Autobahnen und das öffentliche Verkehrsnetz ausgewählt.

Doch die Konkurrenz schläft nicht. »Verstärkt treten Ketten in Deutschlands mittel-

ständisch geprägten Serviced-Apartment-Markt ein. Sie bringen viel Know-how zur effizienten Betriebsführung mit. Darin ist eine große Chance für das Segment zu sehen, denn die Erwartungen an alle Anbieter steigen«, erläutert Anett Gregorius. So eröffnet Citadines neben dem im März in Frankfurt eingeweihten Haus (sh. auch S. 28) gegen Ende des Jahres mit dem Michel Hamburg eine vierte Serviced-Apartment-Adresse in Deutschland. Der Grund: »Deutschland ist aufgrund seiner starken Wirtschaft ein vielversprechender Markt für die weitere Entwicklung in diesem Sektor. Es gibt eine steigende Nachfrage von Geschäfts- und Urlaubsgästen, die eine gemütliche Unterkunft, wie in den eigenen vier Wänden, mit mehr Raum und Flexibilität suchen«, sagt Rebecca Hollants van Loocke, Regional General Manager für Deutschland, Großbritannien und Georgien. »Unser Ziel ist es, in den wichtigsten Metropolen Europas zu wachsen, wo wir eine große Präsenz von Firmenkunden sehen.«

Ein weiterer Mitbewerber ist Accor mit der Marke Adagio. Derzeit betreibt Adagio drei Apart-Hotels in Deutschland: in Berlin, München und Köln. Ein erstes Adagio Access (ehemals Citéa) wird im Oktober in München eröffnet. »In Deutschland plant Adagio, sein Augenmerk auf wichtige Metropolen wie Hamburg, Frankfurt oder Düsseldorf zu richten. In 2016 möch-



Rebecca
Hollants
van Loocke

Deutschland ist aufgrund seiner starken Wirtschaft ein vielversprechender Markt für die weitere Entwicklung in diesem Sektor.«



Entspannte Wohnzimmer-Atmosphäre herrscht in den The Circus Apartments Berlin

te die Marke auf 150 Anlagen wachsen, die hauptsächlich in Europa, dem Nahen Osten und Brasilien liegen sollen«, erklärt Vangelis Porikis, Director Central & Northern Europe, die weiteren Pläne.

Adina verfügt bereits über fünf Häuser in Deutschland: in Berlin, Frankfurt und Hamburg. Ein weiteres ist in Frankfurt an der Messe für 2016 geplant; es gibt zudem Verhandlungen für München und Nürnberg. Matthias Niemeyer MRICS, Head of Development der TFE Group in Deutschland: »Der Erfolg unseres eigenen Adina Hotels an der Neuen Oper motiviert uns, ein zweites Hotel in Frankfurt zu pachten. Der Standort im Europaviertel zwischen Kongresszentrum und Skyline Plaza ist ideal.« Insgesamt sind bis 2018 15 Adina Hotels in Deutschland geplant. Marriotts Long-Stay-Marke Residence Inn hingegen, die bislang mit einem Haus in München vertreten ist, plant in Deutschland derzeit kein weiteres Haus, prüft allerdings mehrere Projekte. Ganz neu nach Europa kommt 2014 Fraser Hospitality mit der Marke Capri; erster Standort ist Frankfurt (vgl. Tabelle 1).

Und was sagt der bisherige Marktführer Derag zu der wachsenden Konkurrenz? Tim Düsen, Direktor Marketing & Vertrieb Derag Livinghotels: »Sicher ist es schön, wenn man der einzige größere Anbieter am Markt ist, aber ich finde es auch angenehm, dass wir nun ein paar neue Marken am Markt haben. Trotz der vielen Apartmenthäuser, die in letzter Zeit in Deutschland entstanden sind, haben wir nicht einen einzigen Belegungsprozent eingebüßt. Es wäre sicher nicht so schön für uns, wenn wir in einer Markt-Lebenszyklusphase wären, an welcher es mit der Verdrängung losgeht, aber das ist zurzeit einfach nicht der Fall.«

Auf diesen wachsenden Markt reagieren nicht nur Hotelbetreiber und -ketten, sondern auch andere Marktteilnehmer. So startet das Bonner Unternehmen meetago neben dem Portal tagungshotel.de die Buchungsplattform apartment-expert.de, über die sich Apartmenthäuser künftig vermarkten können. Und der VDR bietet die neue Zertifizierung »Certified Serviced Apartment« an, die speziell für langfristige Aufenthalte entwickelt wurde. Im ersten Quartal 2014 wurden bereits 14 Apartmenthäuser zertifiziert; weitere 15 Anmeldungen liegen vor.

STEFANIE ULLMANN

Checkliste

Vom Hotelzimmer zum Serviced Apartment

- ✓ Zentrale, aber dennoch ruhige, innerstädtische Lagen mit guter Nahversorgung und Anbindung an den ÖPNV sind ideal.
- ✓ Größe der Einheit optimalerweise mindestens 30 Quadratmeter mit individuellem Wohn- und Schlafraum.
- ✓ Küche oder Kitchenette zur Selbstversorgung. Zur Mindestausstattung gehören Kühlschrank, Kochgelegenheit, Spülbecken und Geschirr.
- ✓ Fokus auf wohnliches Ambiente: Ausstattung der Apartments mit genügend Stauraum, Ablageflächen, Sitzgelegenheiten usw. Auf individuelle Gemütlichkeit durch Bilder, Licht etc. ist zu achten.
- ✓ Angepasste Services: Die Reinigung kann im wöchentlichen Turnus erfolgen, andere Services sollten nach dem Baukastenprinzip individuell buchbar sein.
- ✓ Degressive Preisstaffelung: Der Preis pro Übernachtung sollte mit steigender Aufenthaltsdauer abnehmen.

Quelle: Apartmentservice

Tab. 1: Aktuelle Projekte von Hotelketten in Deutschland

Anbieter	Standort	Eröffnung
Adagio Access	München	2014/2015
Adina Apartment Hotel	Frankfurt	2016
arcona LIVING	München	2014
arcona LIVING	Osnabrück	2015
Citadines	Hamburg	2014
Derag Livinghotel	Düsseldorf, München	2014
Derag Livinghotel	Frankfurt	2015
Derag Livinghotel	Garching bei München	2016
Fraser Hospitality mit der Marke Capri	Frankfurt	2014

© Boardinghouse Consulting

Tab. 2: Marktanteil von Übernachtungen in Serviced-Apartments an den gesamten Übernachtungen 2012 (Hochrechnungen)

Hamburg	5,0 %
Berlin	5,3 %
München	8,0 %
Frankfurt	5,1 %
Stuttgart	7,1 %
Düsseldorf	7,1 %
Köln	2,7 %
Ruhr	4,7 %
Hannover	12,6 %
Dresden	0,8 %
Leipzig	4,6 %

© Georg Consulting

»Ein klarer Produktmehrwert«

Anett Gregorius, Geschäftsführerin von Boardinghouse Consulting und Betreiberin der Online-Plattform www.apartmentservice.de, erklärt, für welche Gäste Serviced Apartments eine gute Wahl ist und welche Rolle der deutsche Apartmentmarkt in Europa spielt

Top hotel: Was genau sind Boardinghouses bzw. Serviced Apartments?

Anett Gregorius: Das Angebot wendet sich überwiegend an Gäste, die eine Unterkunft für einen Monat und länger benötigen; daneben heißen die meisten Gastgeber aber auch Kurzzeitreisende willkommen. Die Häuser sind oft im urbanen Umfeld angesiedelt und orientieren sich hinsichtlich ihrer Ausstattung an privaten Wohnungen. Der Service schwankt von einem sehr geringen Angebot (z.B. nur Endreinigung) bis hin zu einem hotelmäßigen Roomservice. Durch eine Küche oder Kitchenette beruht die Konzeption auf einem gewissen Grad der Selbstversorgung.



Top hotel: Worin liegt der Unterschied zwischen Boardinghouses und Serviced Apartments?

Anett Gregorius: Grundsätzlich ist das Gleiche gemeint. Im deutschen Markt werden – anders als in englischsprachigen Ländern – beide Begriffe synonym verwendet. Wir empfehlen allerdings die Formulierung »Serviced Apartments« zu nutzen. Gerade in Hinblick auf internationale Gäste: Sie kennen den Begriff »Boardinghouse« oft nur im Zusammenhang mit studentischem Wohnen.

Top hotel: Wann konkret sind Serviced Apartments eine Hotelalternative?

Anett Gregorius: Insbesondere für Firmen sind Serviced Apartments interessant: Die Reiserichtlinien sind oft recht strikt in den Unternehmen. Das Kostensparpotenzial, vor allem im Langzeitbereich, ist hier ausschlaggebend. Gegenüber Hotels kann man schnell 30 Prozent sparen. Auch für kürzere Aufenthalte ist das Serviced Apartment eine gute Lösung: Hotelmüde Reisende finden hier ein Produkt, das auf mehr Fläche einen getrennten Wohn- und Schlafbereich bietet, ohne gleich eine (durch die Reiserichtlinien oft auch untersagte) Suite zu nehmen. Außerdem sind die im Baukastensystem angebotenen Services, aus denen man je nach persönlicher Vorliebe wählen kann, eine große Bereicherung. Jenseits der Geschäftsreisen gilt für Privatreisende: Vor allem Familien schätzen das Mehr an Platz und insbesondere die Selbstversorger-Möglichkeiten. So lässt sich auch mit Kindern eine Stadt völlig unabhängig erkunden, anstrengende Restaurantbesuche können getrost entfallen. Das ist ein klarer Produktmehrwert.

Top hotel: Welche Rolle spielt der deutsche Apartmentmarkt in Europa?

Anett Gregorius: Deutschland wird als der derzeit wichtigste europäische Wachstumsmarkt für Serviced Apartments gese-

hen. Charakteristisch für den Markt ist das starke Interesse internationaler Ketten an Deutschland. Gab es vor sieben Jahren lediglich zwei Häuser internationaler Betreiber am deutschen Markt, sind es heute bereits 14 mit insgesamt 1742 Einheiten. Mit den internationalen Betreibern kommt verstärkt der Trend der Aparthotellerie in das Segment, das heißt Häuser mit weit über 100 Einheiten in einem Komplex, überwiegend Studio-Einheiten, der Fokus auf Aufenthalte zwischen drei bis sieben Übernachtungen, eine 24-Stunden-Rezeption und der Anschluss an internationale Reservierungssysteme.

Top hotel: Der Markt nimmt derzeit an Fahrt auf, so der Eindruck. Warum?

Anett Gregorius: Wir beobachten: Wer viel reist, der ist es irgendwann leid, im immer gleichen Standard-Hotelzimmer zu übernachten. Es zeichnet sich ein deutlicher Trend dahingehend ab, dass verstärkt individuelle Wohnlösungen gesucht werden. Hinzu kommt: Die Unternehmen haben einen viel höheren Kostendruck als noch vor einigen Jahren und wissen, dass Serviced Apartments einen höheren Mehrwert bei niedrigeren Kosten bieten. Last but not least: Wir haben in den zurückliegenden Jahren viel Aufklärungsarbeit geleistet. Für viele Reisende sind Serviced Apartments längst kein Geheimtipp mehr.