



© Citadines

© Boardinghouse Consulting

# Longstay-Konzepte: A home away from home

**Die Gäste bleiben wieder länger. Damit hat sich ein negativer Trend der letzten Jahre umgekehrt. Das hat die jährliche Umfrage des Berliner Unternehmens Boardinghouse Consulting unter Betreibern von Serviced Apartments in Deutschland ergeben. Die Wachstumschancen in diesem Markt sind wieder sehr gut.**

**S**eit einigen Jahren können wir eine steigende Nachfrage einhergehend mit einem wachsenden Angebot an Serviced Apartments beobachten. Das Nischenprodukt wird somit zunehmend bekannter und die Kunden stärker als zuvor auf die Vorteile von Serviced Apartments aufmerk-

sam gemacht“, stellt Tim Düsen, Direktor Marketing & Distribution bei den Derag Livinghotels, zufrieden fest. Das aktuelle Angebot im Markt lässt in seinen Augen noch genug Luft für einen weiteren Ausbau.

Die Gruppe Derag Livinghotels ist mit derzeit 14 Häusern im deutschsprachigen Raum Marktführer im Segment Serviced Apartments, zwei konkrete Projekte sollen in den nächsten Jahren noch dazu kommen: die Eröffnung eines weiteren Hauses in Düsseldorf und die Erweiterung des Derag Livinghotel Campo Dei Fiori in München um rund 40 Zimmer.

Diese Zahlen machen bereits deutlich, dass sich im deutschen Markt vorwiegend Mittelständler tummeln, die in der Regel nur ein einzelnes Apartment-Haus



Anett Gregorius, Gründerin und  
Chefin der Buchungsplattform  
[apartmentservice.de](http://apartmentservice.de)

betreiben, selten mit mehr als 50 Wohneinheiten. Erst langsam, mit deutlich steigender Nachfrage und einem höheren Bekanntheitsgrad dieses Nischenangebots, entdecken auch internationale Ketten den deutschen Markt, beispielsweise der französische Hotelkonzern Accor mit seinen Adagio Aparthotels oder amerikanische Bettenmultis wie Marriott International, die in ihrem Heimatmarkt mit Marken wie Residence Inn, Town Place Suites oder den luxuriösen Marriott Executive Apartments schon lange erfolgreich sind.

Neben den USA gelten auch Asien und Australien als Ursprungsmärkte für diverse Longstay-Konzepte. Aus dieser Richtung drängen denn auch neue Anbieter nach Europa und Deutschland. Einer davon ist die asiatische Gruppe The Ascott Limited, die weltweit mehr als 170 Longstay-Häuser betreibt. In Europa ist sie mittlerweile unter dem Namen Citadines mit 44 Häusern in drei Kategorien (Suites, Prestige und Apart'hotel) präsent. „Jede unserer Marken hat eine klare Positionierung und richtet sich an speziellen Kundenbedürfnissen



© Fotos: Derag

aus“, erklärt Alain Ferracani, Vizepräsident Sales & Marketing The Ascott, Europa. Die Marke Apart'hotel ist aktuell in Europa am meisten vertreten (41 Häuser).

Als bevorzugte europäische Standorte sieht Ferracani die Metropolen London und Paris sowie die wichtigsten Städte in Deutschland. Zwei neue Citadines Apart'hotels werden daher Anfang 2014 in Frankfurt und Hamburg eröffnet. Citadines hat ehrgeizige Pläne, gerade in Europa mit seiner starken Wirtschaftskraft. Bis 2015 will man 40.000 Apartments betreiben, Mitte Juli 2013 waren mehr als 32.000 in Betrieb oder in der Entwicklung.

Ein anderer ausländischer Anbieter ist die Gruppe Adina Apartment Hotels, eine Tochter der australischen Toga Hotelgruppe. In Deutschland ist sie mit insgesamt fünf Häusern vertreten, drei in Berlin und je eines in Frankfurt und Hamburg. Zwei weitere europäische Adina-Häuser stehen in Budapest und Kopenhagen. Georgios Ganitis, Regional General Manager Europe bei Adina, plant fünf bis zehn neue Objekte in Europa in den nächsten drei bis fünf Jahren. Seine bevorzugten Standorte in Deutschland kann er genau aufzählen: „Frankfurt, Stuttgart, München, Köln, Hamburg, Dresden, Leipzig.“

In Deutschland entwickelt sich der Markt erst langsam. Außer Derag Living-

hotels gibt es keine größere deutsche Gruppe, die Apartment-Hotels betreibt. Seit Anett Gregorius mit ihrer Agentur Boardinghouse Consulting die Buchungsplattform „Apartment Service“ aufgebaut hat, bekommt man aber einen Eindruck, wie viele Häuser es schon gibt. „Auf der Website apartmentservice.de präsentieren wir aktuell mehr als 11.000 Serviced Apartments in mehr als 120 Destinationen weltweit“, sagt die Betreiberin.

Darunter sind neben den bereits erwähnten Gruppen unzählige interessante Einzelhäuser, wie beispielsweise das Atlanta Hotel in Leipzig. Das Atlanta ist ungewöhnlich, weil es unter einem Dach ein Vier-Sterne-Hotel und ein Boardinghouse mit 70 Apartments unterschiedlicher Kategorien vereint. Gäste, die länger als vier Nächte bleiben, können eines der Apartments beziehen, zu Preisen, die deutlich unter denen des Hotels liegen. „Der Vorteil ist, dass die Gäste im Boardinghouse sämtliche Services des Hotels nutzen können, einige wie der Wellnessbereich, die Minibar oder Sky-TV sind sogar kostenlos“, sagt Verkaufschef Steffen Eichler. Wer einmal keine Lust hat, sich sein Frühstück selbst zu machen, kann einfach im Hotel frühstücken – zu einem Sonderpreis von 9,50 Euro nach Anmeldung am Vortag.

Während der Hotelbereich des Atlanta auf eine durchschnittliche Auslastung von 60 Prozent kommt, liegt diese im Boardinghouse bei 80 Prozent. Drei Viertel dieser Gäste sind Geschäftsreisende, vom Monteur bis zum Manager, der projektbezogen mehrere Wochen oder Monate in Leipzig arbeitet. „Wir haben das Glück, dass Konzerne wie BMW oder Porsche große Kontingente mit einer Laufzeit von zehn bis zwölf Monaten bei uns gebucht haben“, so Eichler. Auch kleinere Zulieferer oder Logistikfirmen nutzen das Angebot. Leipzig sei heute eines der großen Wirtschaftszentren der Region, zudem profitiere man von der boomenden Messe. „Messen und Unternehmensansiedlungen sind die Voraussetzung dafür, dass das Konzept ‚Serviced Apartments‘ funktionieren kann“, meint der Vertriebschef.

Das bestätigt auch Anett Gregorius, die 90 Prozent ihrer Umsätze auf der Buchungsplattform Apartment Service mit der Vermittlung von Geschäftskunden erzielt. „Dabei sprechen wir eine immense



Wohnen und Arbeiten in getrennten Räumen – das ist das Prinzip der Serviced Apartments.

Bandbreite an: vom Azubi bis zum Vorstand, vom KMU bis hin zu DAX-Unternehmen – über alle Branchen hinweg. So vermitteln wir an das Pharmaunternehmen genauso wie an den Rundfunksender, an die Show-Produktion ebenso wie an den Automobilhersteller.“

Zielgruppenbedingt habe sich der Markt in den vergangenen Jahren hauptsächlich in Großstädten wie Berlin, Frankfurt, München und Hamburg entwickelt, meint Gregorius. Nun aber hat sie einen neuen Trend hin zu B-Destinationen festgestellt: „Auch in Städten wie Erlangen, Karlsruhe, Bonn oder Bielefeld entwickelt sich das Serviced-Apartment-Segment erfolgreich und wir vermerken eine deutlich stärkere Nachfrage als noch vor einigen Jahren.“

In dieser Situation ist es kein Wunder, dass sich die Auslastung der Häuser auf konstant hohem Niveau bewegt, wie die jährliche Marktbefragung des Apartment Service gezeigt hat. 70 bis 80 Prozent Auslastung über das ganze Jahr hinweg sind keine Seltenheit. „Es gibt in diesem Seg-

## Die wichtigsten Anbieter

Boardinghouse Consulting  
mit Buchungsplattform:  
[www.apartmentservice.de](http://www.apartmentservice.de)

Derag Livinghotels:  
[www.deraghotels.de](http://www.deraghotels.de)

Citadines Apart'Hotel:  
[www.citadines.com](http://www.citadines.com)

Adina Apartment Hotels:  
[www.adina.de.com](http://www.adina.de.com)

Adagio Aparthotel  
[www.adagio-city.com](http://www.adagio-city.com)

Atlanta Hotel  
[www.atlanta-hotel.de](http://www.atlanta-hotel.de)



Ausländische Ketten wie Citadines bringen größere Einheiten nach Deutschland, wie das Haus in Berlin (o.). Groß ist auch das Atlanta in Leipzig (u.)



ment keine Saisonzeiten“, bestätigt Derag-Vertriebschef Düysen und weist auf einen für die Gäste wichtigen Aspekt hin: Sie können das ganze Jahr mit einem einheitlichen Preis kalkulieren.

Die Preisgestaltung richtet sich natürlich nach der Größe der Apartments, dem Ausstattungsstandard und dem Standort der Häuser. Für alle Betreiber aber gilt das Prinzip: je länger der Aufenthalt, desto günstiger der Preis. In jedem Fall sind die Kosten bis zu 30 Prozent niedriger als in der klassischen Hotellerie. Gregorius: „Günstige Varianten kosten während eines Langzeitaufenthalts ab 29 Euro pro Nacht, im Luxussegment ist dem Preis nach oben quasi keine Grenze gesetzt.“ Bei der Derag-Gruppe, die ihre Häuser größtenteils in die Vier-Sterne-Kategorie einordnet, kostet ein Apartment im Langzeitbereich ab 40 Euro pro Nacht. Die Adina-Gruppe verlangt je nach Standort ab 3500 Euro pro Monat. Ihre Häuser sind vom Dehoga als Vier-Sterne-Superior klassifiziert.

Die einzelnen Angebote sind sicher schwieriger vergleichbar als in der Hotellerie. Denn Serviced Apartments sollen ein individuelles Wohngefühl bieten, sollen den „modern nomads“ (Gantits) für einen bestimmten Zeitraum die eigene Wohnung ersetzen. Dabei hat jeder Gast andere Präferenzen und Wünsche. Grundsätzlich besitzen die Apartments eine größere Fläche als ein Hotelzimmer, mit separatem Wohn- und Schlafbereich. Eine voll eingerichtete Küchenzeile ist die Voraussetzung für eine Selbstversorgung, zugleich aber werden wie in einem Baukastensystem verschiedene hotelähnliche Dienstleistungen angeboten, die der Gast nach Wunsch nutzen kann. Da die meisten Gäste beruflich unterwegs sind, gehört heute ein komfortabler Arbeitsplatz mit kostenlosem Internet-Zugang zur Standardeinrichtung. „Die Gäste haben 100 Prozent Kostenkontrolle“, betont Ferracani. „Sie zahlen lediglich für Leistungen, die sie wirklich in Anspruch nehmen.“

Neben der angenehmen Privatsphäre im Apartment genießen viele Gäste dennoch die Sicherheit eines Hotelbetriebes, beispielsweise eine 24 Stunden besetzte Rezeption, einen regelmäßigen Zimmerservice, einen eigenen Parkplatz oder auf Wunsch einen „Brötchen-Service“. In manchen Häusern gibt es je nach Standard Tagungsräume, ein Restaurant und eine Bar, einen Fitness-Bereich oder wie z. B. in den Citadines Apart'hotels eine Business Corner mit Computer, Drucker und Highspeed-Internet in der Lobby. Bei allen Anbietern sind Waschräume mit Waschmaschine und Trockner vorhanden. Am meisten werden als optionale Zusatzleistungen Room-Service, Zimmerreinigung und Einkaufs-, Wäsche- und Bügel-Service nachgefragt.

Wichtigster Buchungskanal ist bei allen die eigene Website oder ein gruppeneigenes Reservierungsbüro. Viele Kunden buchen auch direkt in den Häusern oder haben Rahmenverträge mit dem Anbieter geschlossen. Eine Ausnahme bildet in diesem Fall die Derag-Gruppe. Für Verkaufschef Düysen ist „der Trend zu elektronischen Kanälen wie Internet und GDS klar erkennbar, was sicherlich daran liegt, dass Unternehmen auf eine prozessorientierte und effiziente Arbeitsweise angewiesen sind“. Er setzt auf das Know-how des Partners The Living Hotels, der die technischen Voraussetzungen dafür schafft, die Ratenstruktur im GDS und im Internet abzubilden.

→ Ralph Langrock

# DERAG LIVINGHOTELS

APARTMENTS IN HOTELS

## Genauso flexibel wie Sie!

Apartments und Hotelzimmer für kurze und lange Aufenthalte.



BERLIN, BONN,  
DÜSSELDORF, FRANKFURT,  
MÜNCHEN, NÜRNBERG,  
WEIMAR & WIEN

01803 / 136 999\*  
[www.deraghotels.de](http://www.deraghotels.de)

**Ein Projekt verlangt von Ihnen alles:  
Ausdauer, höchste Konzentration  
und enorme Flexibilität.**

WIR BIETEN IHNEN:

- ✓ Apartments in verschiedenen Kategorien & Größen
- ✓ Service rund um die Uhr
- ✓ Faire & flexible Buchungskonditionen
- ✓ Konstante Preise & gratis WLAN

QR-Code scannen und Video anschauen.



9 Cent/Min., Mobilfunkhöchstpreis 14 Cent/Min.

Member of  
The LIVINGHOTELS