

Bis vor wenigen Jahren noch ein Geheimtipp unter eingeweihten Vielreisenden, sind sie auch in Deutschland längst salonfähig geworden: „Serviced Apartments“. Sie bieten mehr Platz als ein Hotelzimmer, größere Unabhängigkeit und Privatsphäre. Plus, je nach Haus und Budget, die Bequemlichkeit des Hotelservice. Das ist günstig für den Gast und rentabel für den Betreiber – sofern Zusatzangebote und Standort stimmen.



## SERVICED APARTMENTS

# Rentables Zuhause auf Zeit

Ein „fortschreitenden Trend“ registriert Anett Gregorius seit etwa 2001 im Segment der „Serviced Apartments“, einer Marktnische innerhalb der deutschen Hotelandschaft. Die Gründerin und Inhaberin der Berliner Boardinghouse Consulting bietet in ihrem Portfolio neben 39 internationalen Häusern mehr als 6.000 Apartmenteinheiten in 20 deutschen Städten an. Aktuell registriert die Betriebswirtschaftlerin für Tourismus gar eine „sehr hohe Nachfrage sowohl für den Kurzzeit- als auch den Langzeitaufenthalt. Besonders für Betreiber in Berlin und Hamburg ist es ein echtes Boomjahr.“

Abgesehen von Privatpersonen, die aus unterschiedlichsten Gründen ein „Zuhause auf Zeit“ brauchen oder während eines Städtetrips eine Alternative zum Hotel suchen, werden „Serviced Apartments“ vor allem von Firmen gebucht. Beispielsweise für Projekte oder für neue Mitarbeiter, die noch auf Wohnungssuche sind. Damit entwickelt sich hierzulande, was in den USA, Asien und Australien seit Jahrzehnten selbstverständlich ist: Für Langzeitaufenthalte kein Hotelzimmer zu nehmen, sondern ein Apartment, das mindestens Reinigungs- und Wäscheservice umfasst und/oder – je nach Haus und Budget – komfortable Dienstleistungen eines



Das Adina gibt sich edel. Retro-Chic und Philippe-Starck-Design. Hier die Sitzcke in der Lounge zwischen Rezeption und Restaurant.

Prozent von ihnen: Sie verzichten inzwischen auf die früher übliche Mindestaufenthaltsdauer.

Ansonsten hat fast jedes Haus sein eigenes Konzept. Allen gemeinsam ist jedoch, dass sie in der Regel gegenüber dem Hotelzimmer größere Ein- bis Zweizimmer-Apartments mit integrierter Kitchenette bzw. kompletter Küchenzeile anbieten. Die Ausstattung orientiert sich an denen privater Wohnungen, Schlaf- und Wohnbereiche sind meist voneinander getrennt, der Arbeitsplatz ist – zumindest in der höheren Kategorie – technisch gut ausgestattet. Unterscheidbar sind als die drei wichtigsten Kategorien:

- Reines Apartmenthaus
- Hotelkonzept mit Serviced Apartments im selben Gebäude
- Hotelkonzept mit Serviced Apartments im separaten Gebäude.

## Baukastenprinzip

Auch innerhalb eines Hotels ist für den Apartmentgast der Service deutlich reduziert, kann aber vom Brötchenholen bis zur täglichen Zimmerreinigung dazugebucht werden. Die Serviceleistungen sind nach einem Baukastenprinzip individuell zusammenstellbar. Dabei zahlen die Gäste nur den Service, den sie auch wirklich in Anspruch nehmen. In reinen Apartmenthäusern ist das gastronomische Angebot auf ein Minimum reduziert, meistens existiert kein Restaurant, keine Bar. Immer öfter aber kooperieren diese Häuser mit benachbarten Restaurants oder Bistros oder auch Fitness-Studios, um ihren Gästen weitere Vorteile zu offerieren.

Die Kostenersparnis kann für den Gast erheblich sein, bei Langzeitaufhalten bis zu 40 Prozent. Zwar ist die Ersparnis bei Häusern mit sogenanntem Suitenkonzept, wie etwa denen der Clipper-Gruppe oder den „The Mandala Suites“ in Berlin, weniger eklatant. In diesen

guten bis erstklassigen Hotels und das insgesamt trotzdem preiswerter ist.

Was genau man von einem „Serviced Apartment“, einem Apartmenthotel oder Boardinghouse erwarten darf, wie es sich definiert und wie man hier die Spreu vom Weizen trennt, ist allerdings nicht leicht zu überblicken. Das Problem beginnt schon mit dem Namen. Die Dehoga (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) registriert in ihrem aktuellen Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2008“ eine „enorm hohe Begriffsvielfalt“. Eine Begriffsvielfalt, die nur verwirrt, denn die Abgrenzungen untereinander verschwimmen. Einheitliche Kategorisierungen fehlen. Danach hat sich international der Begriff „Serviced Apartment“ durchgesetzt, doch in Deutschland findet man auch Boardinghouse, Aparthotel, Apartmenthotel, Apartmenthaus, Residences und City Suites. Ein Trend eint zumindest 90



Bild: Toga Hospitality Group (2)

Das im Dezember 2007 in Berlin-Mitte eröffnete Vier-Sterne-Apartmenthotel „Adina“ ist das erste Haus des australischen Marktführers Toga Hospitality Group in Deutschland. Das denkmalgeschützte Gründerzeitgebäude erhielt einen neuzeitlichen Anbau.



Beim Lindner Boardinghouse Messe Residence in Düsseldorf sorgt der gute Standort in Messenähe für den Gewinn.

Die Apartments im Lindner Hotel Airport Düsseldorf rentieren sich vor allem durch die Verbindung mit dem Hotelbetrieb.



Bild: Lindner (2)

Häusern, die sich durch perfekten Service (nicht zu verwechseln mit einem 5-Sterne-Hotel-Service, da meist ohne 24-Stunden-Rezeption oder Room-Service und Ähnlichem) und besonders hochwertige Ausstattung der Räume auszeichnen, kann der Monat im Mehrraumapartment schon mal zwischen 3.000 und 6.000 Euro kosten. Doch der Schwerpunkt der Anfragen, die Boardinghouse Consulting erhält, bewegt sich ohnehin im Bereich von 1.500 Euro.

Der Vollständigkeit halber seien die Residenzen erwähnt, eine Sonderform innerhalb des Segments „Serviced Apartments“, die neuerdings erfolgreich ist und gute Gewinne verspricht. Immer mehr Ketten (wie beispielsweise Kempinski, Four Seasons oder Ritz-Carlton) gehen dazu über, einen Teil ihrer Hotels als Residenzen zu vermarkten. Das können Apartments sein oder einzelne kleine Villen in Reichweite des Hotels, die meistens verkauft und von den neuen Eigentümern weiter vermietet

werden. So nutzt der gute Name des Hotels beiden Seiten. Dem Hotel bringt das bis zu 30 Prozent höhere Gewinne, vor allem dann, wenn es Bewirtschaftung und Service in den verkauften Residenzen übernimmt.

### Rentabel für den Betreiber

„Serviced Apartments“ lohnen sich nicht nur für den Gast, sondern vor allem auch für den Betreiber. Günstig ist der Mix aus Hotelzimmern und Serviced Apartments: Je nach Marktsituation kann das betreffende Hotel schnell von Kurzzeit- auf Langzeitbuchungen wechseln – was vor allem für kleinere Apartments gilt – und dadurch flauere Zeiten in der einen oder anderen Kategorie ausbalancieren. Für Frank Voss, Geschäftsführer der Derag Hotel and Living Group, die als deutscher Marktführer zehn Apartmenthotels betreibt, ist das „definitiv die ideale Kombination, weil wir dadurch sehr flexibel sind. Wenn wir merken, wir kriegen heute ein Apartment nicht mehr los, geben wir es als Hotelzimmer frei.“

Voss rechnet vor, warum sich der Mix Hotelbetrieb plus Apartments auch künftig lohnt. „In klassischen Hotels bleiben die Gäste im Schnitt 1,5 Tage. Das ergibt eine höhere Durchschnittsrate an Gästen, aber auch mehr Check-ins und Check-outs pro Tag. Das heißt mehr Personal, höhere Wäsche- und Reinigungskosten.“ Im Vergleich Hotel gegen Apartmenthotel errechnet er bei einem siebentägigen Aufenthalt einen vierfach geringeren Kostenaufwand. Allerdings scheint die Bereitstellung der Apartments allein nicht zukunftstauglich. Anfang des Jahres gründete die Derag die „Living Hotels“, eine Vermarktungsgesellschaft für internationale Anbieter von Serviced Apartments. „Da sehen wir unsere Zukunft“, sagt COO Voss.

### Richtige Standortwahl

Entscheidend ist aber auch der richtige Standort. Gerade für Geschäftsreisende ist die Nähe oder gute verkehrstechnische Anbindung zu Messen, Flughäfen oder Innenstädten wichtig. Der australische Marktführer von Apartmenthotels, die Toga Hospitality Group, hat für ihr erstes deutsches Haus in Berlin den idealen Standort gefunden: Das im Dezember 2007 eröffnete „Adina“, ein Vier-Sterne-Apartmenthotel, liegt in Berlin-Mitte unweit der Friedrichstraße. Das ist für Städtetouristen ebenso günstig wie für Geschäftsreisende. Ein denkmalgeschütztes Gründerzeitgebäude wurde für das „Adina“ mit einem Neubau verbunden. Innen legt das Haus Wert auf eine designorientierte, aber wohnliche Optik. Das Mobiliar liegt ganz im Trend des Retro-Chic, natürliche Materialien und starke Farben zwischen Schwarz, Violett und Rot werden mit Philippe-Starck-Design und mit Kunstwerken australischer Künstler gemischt.

Es gibt ausschließlich Apartments, die kleinsten Studios liegen bei 30 Quadratmetern, das Gros der 2-Raum-Apartments bei 45 Quadratmetern. Eine

Mindestaufenthaltsdauer wird nicht vorausgesetzt. „In Europa funktioniert das sowieso nicht“, sagt Reiner Siebers, Verkaufsdirektor Europa. Also kommt der Gast bereits für eine Nacht in den Genuss der großzügig geschnittenen und perfekt ausgestatteten Apartments. Siebers sieht darin eine Chance für die Zukunft: Die Einrichtungen und den Service eines 4-Sterne-Hotels – 24-Stunden-Rezeption, Restaurant und Bar, Fitness, Swimmingpool, Konferenzräume – noch mit einem großzügigen Platzangebot zu toppen. Tageslichthelle Konferenzräume sind außerdem ein wesentliches Zusatzargument für Firmengäste.

Guter Standort oder nicht? Das ist derzeit die Frage für die Grand City Hotels & Resorts. Das Immobilien- und Hotelmanagement-Unternehmen, hatte 2006 im Berliner Ostviertel Lichtenberg ein Hotel erworben – nicht gerade eine Repräsentationsecke, inmitten eintöniger Wohnhäuser in typischer Plattenbauarchitektur, weit ab von der Innenstadt. Zwar liegen ringsherum zahlreiche, auch internationale Sportstätten, unter anderem das Velodrom für das 6-Tage-Rennen, die dem Hotel Gäste bringen sollen. Ob sie aber auch die Apartments füllen, bezweifelt man inzwischen. Zwei der drei Hoteltürme werden derzeit zum Holiday Inn umgebaut und komplett renoviert. Den dritten mit 14 Stockwerken und 60 Apartments führt Grand City unter eigenem Namen. Die Crux an der Sache: Es sind einfach zu viele Apartments und sie sind mit je 60 Quadratmetern ungewöhnlich groß. Eine sinnvolle Verkleinerung ist wegen der gerasterten Bauweise nicht oder nur unter großem Aufwand möglich. Die Nachfrage für 4- bis 5-Personen-Apartments ist seit den ersten Nachwendejahren verschwunden. Sven Doliwa, Verkaufsdirektor der Grand City Hotels, denkt jedenfalls mit seinem Team darüber nach, den Apartmentturm auf zehn

Einheiten zu reduzieren. Man wird sehen. Ende des Jahres soll die Entscheidung fallen.

Das Problem hat Jochen Fehn nicht. Fehn ist Direktor des Lindner Hotel Airport in Düsseldorf, dem das Lindner Boardinghouse Airport mit 38 Apartments angeschlossen ist, und der Lindner Boardinghäuser Lindner Rheinhof und Lindner Messe Residence. Während sich die Apartments am Flughafen vor allem durch die Verbindung mit dem Hotel rentieren, sind die Boardinghäuser „auf jeden Fall lohnend“. Beide liegen zwar außerhalb von Düsseldorf, aber in der Nähe des Messegeländes und verkehrstechnisch gut angebunden. Diese Standorte und die Preise, die nicht von saisonal- oder messebedingten Schwankungen abhängen, führen zu höchst zufriedenstellenden Bilanzen: Im November 2007 lag die Auslastung bei 89,7 Prozent. Eine Bilanz, von der die meisten Hotels nur träumen können.

Beate Naß ■



Bild: Boardinghouse Consulting

„Die meisten Gäste suchen Apartments in einem Preissegment um 1.500 Euro pro Monat.“ Anett Gregorius, Inhaberin der Berliner Boardinghouse Consulting, bietet in ihrem Portfolio mehr als 6.000 Apartmenteinheiten in 20 deutschen Städten an.