



Fast wie zu Hause: ein Studio im Adina Apartment Hotel.

Bild: Adina Apartment Hotel

BOARDINGHOUSES

Zweitwohnung auf Zeit

Longstay-Konzepte bieten viel Platz und mehr Selbstständigkeit statt engem Hotelzimmer und Abhängigkeit vom Servicepersonal. Mittlerweile drängen auch internationale Hotelketten wie Marriott, Accor und Adina auf den deutschen Markt.

➔ Was ist Luxus? 40 Jahre lang verstand Welf Ebeling darunter eine Rund-um-die-Uhr-Präsenz von eifertigem Servicepersonal inmitten plüschiger Marmorpaläste à la Adlon & Co. Ganz abschwören möchte der Nobelhotelier diesem „traditionellen Begriff von Luxus“ zwar nicht. Bei der Entwicklung neuer Hotelprojekte entdeckte der Profi-Gastgeber („The Syngenuity Group“) jedoch, dass eine neue Generation von Gästen heute ganz andere Wünsche hat, nämlich räumliche Großzügigkeit. Der moderne Globetrotter suche nach einer Symbiose aus Luxushotel und „Serviced Apartment“.

Pluspunkte eines Boardinghouses

- größeres Zimmer mit getrenntem Schlaf- und Wohnbereich
- integrierte Küche/Kitchenette mit großem Kühlschrank zur Selbstversorgung
- wöchentliche Reinigung
- Waschmaschine/Trockner im Haus
- eigener Briefkasten
- Preisniveau durchschnittlich 20 bis 30 Prozent günstiger als Hotelaufenthalt

„Platz ist ein ganz großes Plus“, analysiert auch Max Schlereth die Wünsche seiner Klientel. Der Münchener ist Geschäftsführer der Derag Hotels and Living, die Reisenden bereits seit Beginn der 80er-Jahre Wohn-Zimmer anbieten, in denen nicht schon der aufgeklappte Koffer zur beinahe unüberwindlichen Hürde zwischen Bett und Bad wird. Mit mehr als 2 400 Zimmern und Serviced Apartments in Berlin, Frankfurt, München, Bonn, Weimar und Nürnberg gehört sein Unternehmen heute zu den größten Anbietern dieses Segments in Deutschland.

Seit Pioniere wie Marlies Head (Madison, Hamburg) und Lutz Hesse (Mandala, Berlin) das aus Amerika stammende Konzept des „Wohnens auf Zeit“ nach Deutschland brachten, tummelten sich in diesem Markt vor allem engagierte Einzelanbieter. Doch mit Adina, Marriott und Accor hat nun auch die internationale Kettenhotellerie das Geschäft mit dem Platz im Visier.

Vormarsch der Ketten

Die australische Kette „Adina Apartment Hotels“ will bis zum Jahr 2015 mit 15 ihrer modern eingerichteten Häuser in Deutschland vertreten sein. Nach der Premiere in Berlin am Checkpoint Charlie eröffnete die Hotelkette im November 2009 ein zweites Haus gegenüber der Berliner Charité, das dritte soll im Februar

2011 am Hackeschen Markt an den Start gehen.

In Frankfurt können Geschäftsreisende seit dem vergangenen Oktober wählen, ob sie lieber selbst kochen oder im Restaurant speisen möchten, ob sie ihre Wäsche selbst waschen oder diese Arbeit das Adina-Team erledigen lassen. In Hamburg soll am 1. Dezember 2010 ein Haus an der Hauptkirche St. Michaelis, dem „Michel“, eröffnen, mit Fitnessraum, Schwimmbad, Sauna und Whirlpool. Alle Häuser sind vom VDR zertifizierte Business- und Conference-Hotels, betont Reiner Siebers, der bei Adina verantwortlich ist für Sales & Marketing in Europa.

Doch nicht nur die australische 4-Sterne-Kette hat den „Extended Stay“-Markt in Deutschlands Metropolen ins Visier genommen. Auch beim französischen Accor-Konzern stehen die „Big Seven“ ganz oben auf der Agenda. Zusammen mit dem französischen Ferienhausanbieter Pierre & Vacances hat der für seine Budgetmarken (Ibis, Mercure, Etap) bekannte Hotelkonzern ein Longstay-Konzept im 3-Sterne-Segment entwickelt. Ende 2009 eröffnete in der Nähe vom Berliner Ku'damm das erste „Adagio Aparthotel“ mit 133 Apartments, vom Studio für zwei Personen bis zur Zweizimmerwohnung. Im Jahr 2011 soll Nummer zwei in München die ersten Gäste empfangen. Eine flächendeckende Ausbreitung sei innerhalb der nächsten drei bis vier Jahre geplant, gibt Accor-Deutschland-Chef Michael Mücke bekannt.

Den Business-Traveller im Visier

Die Eile hat einen Grund, denn mit Marriott steht einer der größten Hotelkonzerne der Welt kurz vor dem Sprung über den großen Teich. In den USA zählt die Kette mit ihren „Residence Inns“ seit Jahrzehnten zu den Marktführern. Europa schien den Amerikanern lange nicht reif für die überwiegend von Wohnungssuchenden und Consultants gebuchten 3-Sterne-Apartments.



Ende 2009 hat das Adagio Aparthotel in der Nähe des Berliner Ku'damms eröffnet.



In München hat das erste Marriott Residence Inn auf dem europäischen Kontinent eröffnet. In den USA zählt die Kette mit ihrem Longstay-Konzept seit Jahrzehnten zu den Marktführern.

Erst im Zuge einer groß angelegten Expansion in Europa – geplant ist die Verdoppelung der bislang 40 000 Zimmer in den kommenden fünf Jahren – hat der Konzern den Markt noch einmal genauer unter die Lupe genommen. „Insbesondere in Deutschland registrieren wir eine starke und wachsende Nachfrage nach dem Extended-Stay-Konzept“, heißt es aus der Zentrale in Washington D.C. Ein Drittel aller Gäste bucht mehr als fünf Nächte in einem Hotel, und dies allein im Bereich Business-Travel. Anfang 2012 will Marriott den Markt in München testen.

Neben Berlin und Hamburg verfügt die Metropole an der Isar schon heute über das vielfältigste Longstay-Angebot aller deutschen Städte. Das Angebot reicht vom reinen Boardinghouse ohne Hotelservice und einer Mindestaufenthaltsdauer von einem Monat bis hin zum Best Western ApartHotel samt Service und täglichem Check-out. Die Derag-Kette, in München bereits mit drei Häusern im 3- und 4-Sterne-Bereich vertreten, plant für Anfang 2011 ein viertes Haus direkt am Viktualienmarkt.

Die Expansionslust der Ketten kommt nicht von ungefähr. „Auch in der Krise ging es uns nicht schlecht“, berichtet Annett Gregorius, Gründerin des Vermittlungsportals „Apartmentservice.de“, mit Blick auf den massiven Einbruch in der „normalen“ Hotellerie. „Es ist ein Nischenprodukt mit absoluten Wachstumschancen.“ Auch Derag-Chef Max Schlereth sieht das so. Er hat gerade eine neue Phase der Expansion ausgerufen: „Trotz Wirtschaftskrise wächst der Markt seit Jahren überdurchschnittlich, und das Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft.“ Für Geschäftsreisen mit einer Dauer von mehr als vier Tagen sieht er ein hohes Marktpotenzial: „Wir gehen von einem Bedarf in mehrstelliger Millionenhöhe an Übernachtungen pro Jahr im sogenannten Langzeitsegment aus.“

Dabei spekulieren Derag und seine Mitbewerber darauf, dass mit dem Angebot auch der Bedarf wachsen werde. Adagio-Chef Mücke meint: „Anders als in der Hotellerie kreieren wir einen Bedarf. Wenn das Angebot da ist, wird es auch genutzt. Das ist wie mit dem iPhone, niemand hat darauf gewartet. Doch seit es da ist, wollen es alle haben.“

Dirk Gerdorf, Reisechef bei SAP, ist dennoch skeptisch. Die Idee sei zwar grundsätzlich gut, meint er. Sein Unternehmen hat

einen Partnervertrag mit apartmentservice.de abgeschlossen und die SAP-Travel Policy schreibt fest, dass auf längeren Reisen entsprechende Angebote geprüft werden müssen. Doch das war in der Vorkrisenzeit: „Heute sind die Hotelpreise im Keller, die Boardinghouse-Preise aber nicht.“ Man müsse daher immer hochrechnen: Lohnt sich die Buchung im Serviced Apartment oder ist es kostenmäßig sinnvoller, wenn der Mitarbeiter von Freitag bis Montag auscheckt und nach Hause fährt?

Für Anett Gregorius vom Vermittlungsportal apartmentservice.de stellt sich diese Frage so nicht. Sie nennt Zahlen: Rund 90 Prozent aller Gäste in Serviced Apartments kommen aus dem Bereich Geschäftsreise, 71 Prozent bleiben mindestens einen Monat (12,8 Prozent bis sechs Nächte, 16 Prozent bis 28 Nächte). Diese Gäste möchten einfach nicht mehr in standardisierten Hotelzimmern aus dem Koffer leben. Die Hotelexpertin möchte jedoch auch eine Lanze brechen für die liebevoll geführten Individualhäuser quer durch die Republik. Für das „Zeitwohnhaus“ etwa, das Ende August in Erfurt eröffnet hat, oder das „Actor's Hommage“ an der Hamburger Parkallee.

Gäste wollen Service

Was aber macht das aus den USA stammende Konzept der Boardinghouses eigentlich so erfolgreich? „Der Gast will wohnen“, sagt Anett Gregorius. In einem Boardinghouse kann er ein persönliches Bild an die Wand hängen, und Alltägliches wie Töpfe und Geschirr, Bettwäsche, Handtücher und Waschmaschinapulver ist einfach da. An den Wochenenden kann er ungefragt weitere Gäste mit „nach Hause“ bringen, den Lebenspartner zum Beispiel oder gar die Familie. Lediglich Verbrauchsgüter wie Gewürze, Spüli oder Kaffeefilter fallen in die Eigenverantwortlichkeit des Boarding-Häuslers. Doch der Supermarkt im gleichen Gebäude oder um die nächste Ecke macht selbst diese Last tragbar. Manch mitdenkender Betreiber spendiert seinen Neuankömmlingen sogar ein praktisches Starter-Package für die erste Nacht: eine Ration Kaffee, ein paar Teebeutel, Zucker, Milch, Butter und manchmal sogar eine Packung Toastbrot.

Ausgewählte Serviced Apartments

- www.accorhotels.com** (Adagio Aparthotels, u. a. Berlin)
- www.adina.de/com** (Adina Apartmenthotels, Berlin, Frankfurt, Hamburg, Kopenhagen, Budapest, Australien)
- www.appartementhaus.com** (Hamburg, Frankfurt, Düsseldorf)
- www.citadines.com** (Berlin, München, Frankreich, Spanien, Belgien, UK, Russland u. a.)
- www.clipper-hotels.de** (Hamburg, Berlin)
- www.deraghotels.de, www.living-hotels.de** (Berlin, Frankfurt, München, Bonn, Wien, Weimar, Nürnberg)
- www.hyatt.com** (Sommerfield Suites, USA)
- www.ihg.com** (Staybridge Suites by Intercontinental Hotels, UK, USA u. a.)
- www.lindner.de/de/boarding** (Düsseldorf, Frankfurt, Leipzig)
- www.madisonhotel.de** (Hamburg)
- www.marriott.de/residence-inn/travel.mi** (Residence Inn by Marriott)
- www.sommerset.com** (Berlin, München, weltweit)
- www.the-ascott.com** (weltgrößter Betreiber in Südostasien, Australien, China, Indonesien, Japan, Malaysia, Neuseeland, Philippinen, Thailand, UK, Vietnam)
- www.themandala.de/suites.htm**

Die ersten Boardinghouses in Deutschland waren noch sehr spartanisch konzipiert, ohne Rezeption, Frühstücksraum oder gar Restaurant. Doch nach und nach wurden immer mehr Dienstleistungen etabliert, die weit über das klassische Apartment-Konzept hinausgehen. Wer heute im gehobenen Serviced Apartment eincheckt, findet nicht nur eine komplett ausgestattete Küche, Waschmaschine, Trockner und andere nützliche Haushaltsgeräte vor. Sogar so lästige Aufgaben wie Einkaufen, Waschen und Bügeln kann sich der gestresste Manager abnehmen lassen. Und auch Hotel-Selbstverständlichkeiten wie (Frühstücks-)Restaurants, eine 24-Stunden-Rezeption, Internetzugang und die Akzeptanz von Kreditkarten sind längst üblich – Service muss ganz einfach sein. ←

Anke Pedersen, Journalistin

Wien im Zauber der Vorweihnachtszeit mit DERAG Hotel and Living erleben

Eine klassische Geschäftsreise, Projektarbeit in einer fernen Stadt oder zur Adventszeit mit der Familie oder den besten Freunden ein märchenhafter City Trip – es gibt viele Situationen, in denen ein flexibles Wohnkonzept erfreut.

Mit seinen Serviced Apartments bietet DERAG Hotel and Living für geschäftliche und private Anlässe in bester Citylage viel Raum für Privatsphäre, herausragenden Komfort und Serviceleistungen nach Wunsch – und das zu einem attraktiven Preis. In der Donaumetropole und ehemaligen Kaiserstadt Wien präsentiert sich die

Gruppe mit dem eleganten Vier-Sterne-Hotel Kaiser Franz Joseph.

Erleben Sie zur Vorweihnachtszeit die Vorzüge der Serviced Apartments und gewinnen Sie mit DERAG Hotel and Living

und working@office einen zauberhaften Adventstrip in die österreichische Hauptstadt.

Genießen Sie mit Ihren Lieben im Dezember 2010 zwei Übernachtungen für zwei Erwachsene und zwei Kinder im geräumigen Familienapartment im Vier-Sterne-Derag-Haus Kaiser Franz Joseph im stillvollen Botschaftsviertel Döbling.

Schreiben Sie bitte bis 31. Oktober 2010 eine E-Mail mit dem **Betreff „Wien“** an **workingoffice@gabler.de**.

