

# Apartment-Hotels & Co. – Home away from home

## Viele Bezeichnungen – ein Erfolgskonzept. Apartment-Hotels & Co überzeugen durch Wirtschaftlichkeit

### Wohnen auf Zeit voll im Trend

Apartment-Hotels, Aparthotels, All-Suite-Hotels, Boardinghäuser, Extended Stay Hotels, Residences, Serviced Apartments ... sie alle bezeichnen die in Deutschland noch nicht so weit verbreitete Unterkunftsart für Langzeitgäste. Das aus Amerika stammende Konzept birgt großes Potenzial, da in der fortschreitenden Globalisierung Mobilität eine immer größere Rolle spielt und die Nachfrage nach einem „Home away from home“ steigt.

Apartment-Hotels gehen auf die veränderten Bedürfnisse der Gäste konkret ein. Zum einen bieten sie den Luxus großzügiger Räumlichkeiten und Privatsphäre, zum anderen Infrastruktur und Servicedienstleistungen, die der Gast je nach Bedarf in Anspruch nehmen kann und die nicht automatisch in die Zimmerrate eingepreist werden. So passt sich das Konzept der Serviced Apartments den individuellen Anforderungen des Gastes an und ermöglicht ihm eine Flexibilität, die er in einem standardisierten Hotelprodukt in diesem Ausmaße nicht erleben kann. Nach dem Prinzip Service „à la carte“ kann der Gast seinen Aufenthalt selber gestalten, indem er z.B. Frühstück, Zusatzreinigung, Wäscheservice, Bügeln, Babysitting, Einkaufsservice oder ähnliches in Anspruch nimmt oder sich selber darum kümmert so wie er es auch zu Hause tun würde. Kein Service wird aufgedrängt, denn der Gast soll sich so unabhängig wie in seinen eigenen vier Wänden fühlen.

Daher sind die Boardinghäuser auch voll möbliert und bieten entweder eine Kitchenette oder eine richtige Küche. Internetzugang im Zimmer, Fernseher mit Video on demand, intelligente Raumtrenner, Gegensprechanlagen, Dampfbügeleisen und Bügelbrett, gemeinschaftlich zu nutzende Waschmaschinen und Trockner, etc. gehören oft zur Standardausstattung von Serviced Apartments. Hotelähnliche Einrichtungen wie Fitnessraum, Sauna, Whirlpool, Solarium oder Dampfbad bieten einen Mehrwert, die die Gäste sehr zu schätzen wissen.

### Diversifizierte Zielgruppen sorgen für starke Auslastung

Extended Stay Hotels richten sich gezielt auf mittlere und Langzeitaufenthalte aus. Sie sind sowohl interessant für Geschäftsreisende als auch für Touristen. Die erste Zielgruppe stellt aufgrund der globalisierten Arbeitswelt die bedeutendere dar. Geschäftsleute, Berufspendler, Projektmitarbeiter, Unternehmensberater, Expatriates, Dozenten oder Künstler auf Tournee quartieren sich gerne

in Apartment-Hotels ein, da sie meist – entweder am Stück oder mit Unterbrechungen – längere Zeit in einer Stadt verbringen. Zum einen ist dies oft aufgrund der nach Aufenthaltsdauer gestaffelten Preisklassen günstiger als in einem Hotel, zum anderen auch persönlicher, da in der „Zweitwohnung“ dem eigenen Lebensrhythmus nachgegangen werden kann und man nicht „aus dem Koffer leben“ muss. Wer es gerne ungestört hat, wird nicht mehrmals täglich – wie es im klassischen Hotel vorkommen kann – vom Personal behelligt, das das Zimmer macht und kontrolliert, die Minibar auffüllt, den Turn-down-Service durchführt oder ähnliches.

Gegen geringe Mehrkosten kann der Gast weitere Personen bei sich beherbergen. Dies ist insbesondere für Geschäftsreisende interessant, die am Wochenende von ihrer Familie besucht werden. Bei manchen Anbietern entsteht hierfür sogar kein Aufpreis, da pro Einheit und nicht pro Personen abgerechnet wird.

Neben Geschäftsreisenden bevorzugen auch immer mehr Touristen All-Suite-Hotels, insbesondere Kultur- und Städtereisende. Nachdem die Häuser meist zentral gelegen und leicht mit den öffentlichen Transportmitteln zu erreichen sind, sind sie der ideale Ausgangspunkt für Sightseeing Touren. Auch hier spielen wiederum der Preis und die großzügige Dimensionierung der Räumlichkeiten eine Rolle. Gerade für Familien sind Mehr-Zimmerapartments sehr attraktiv, die den Kindern ihr eigenes Reich zum spielen und schlafen bieten. Intelligente Raumtrenner oder Schiebewände sorgen auch in kleineren Einheiten für genügend Privatsphäre der Eltern. Praktisch sind die Residences auch für Tierbesitzer, deren Zwei- und Vierbeiner oft ausdrücklich willkommen sind.

Wohnortwechsler greifen ebenfalls gerne auf Boardinghäuser zurück bis sie eine eigene Unterkunft gefunden haben. Nachdem man für die Wohnimmobiliensuche in einigen deutschen Städten viel Geduld aufbringen muss, stellen auch diese Nachfrager eine interessante Zielgruppe dar.

### Die wichtigsten Player in Deutschland

Die Adagio City Aparthotels bieten europaweit 3- und 4-Sterne-Apartments an, sind in Deutschland bisher in Berlin und seit kurzem in München (Eröffnung Mai 2011) präsent. Eine flächendeckende Expansion soll innerhalb der nächsten drei bis vier Jahre fortgeführt werden. Mit der Marke *Suite Novotel* wird ebenfalls auf längere Aufenthalte gesetzt, wobei hier der Hotelcharakter stärker ausgeprägt ist. Derzeit gibt es in Deutschland vier Hotels in Berlin, München, Hamburg und Hannover.



**Michael Müller**

Tel: +49 (0)89 29036 8428  
mmueller@deloitte.de



**Kay Constanze Heimerer**

Tel: +49 (0)89 29036 8258  
kheimerer@deloitte.de

---

## Erfolgskriterien für Serviced Apartments sind eine zentrale Lage in der Stadt mit einer attraktiven Infrastruktur im direkten Umfeld.

Die australische 4-Sterne Kette Adina Apartment Hotels der Toga Hospitality verfügt über drei Häuser in Berlin und jeweils ein Haus in Frankfurt und Hamburg. Bis 2015 will Adina mit 15 Serviced Apartments in Deutschland vertreten sein. Erwähnenswert ist, dass alle Häuser zertifizierte Business- und Conference-Hotels sind und die Nutzung von Fitnessraum, Schwimmbad, Sauna und Whirlpool kostenfrei ist.

Ascott Limited ist mit seiner Marke Citadines in Berlin und München vertreten, den beiden Städten, die für das Konzept der Boardinghäuser am vielversprechendsten erscheinen.

Derag Hotel & Living kann mit zehn Häusern der 3- und 4-Sterne Kategorie eine deutschlandweite Präsenz aufweisen. Im Herbst 2011 plant der deutsche Marktführer die Eröffnung seines vierten Hotels in München direkt am Viktualienmarkt.

Lindner Hotels & Resorts betreibt neben seinen klassischen Hotels drei Boardinghäuser in Düsseldorf, zwei in Frankfurt und eines in Leipzig. Diese bieten eine Kombination aus privat-exklusivem Ambiente und flexiblen Serviceleistungen eines First-class-Hotels.

In den USA zählt Marriott mit seinem Brand Residence Inn zu den Marktführern. Im Herbst 2011 soll am Münchner Ostbahnhof deutschland- und zugleich europaweite Premiere gefeiert werden.

Die auf Langzeitaufenthalte spezialisierte Marke von der InterContinental Hotels Group, Staybridge Suites, hat in Deutschland noch nicht Fuß gefasst. Das Konzept soll erst einmal an einem Standort auf dem hiesigen Markt getestet werden, bevor über weitere Entwicklungen entschieden wird.

### Nischenprodukt mit Wachstumschancen

Der Markt der Boardinghäuser boomt. Zahlreiche (internationale) Hotelketten sind auf der Suche nach geeigneten Standorten, um mit ihren auf Langzeitgäste ausgerichteten Marken Deutschland zu erobern bzw. ihre Präsenz dort zu stärken. Dabei werden an die Standorte grundsätzlich die gleichen Anforderungen wie an ein klassisches Hotel gestellt, jedoch ergeben sich interessante Möglichkeiten der Drittnutzung. So entstehen nicht selten Serviced Apartments in ehemaligen Bürogebäuden, da an die eher unwichtigen öffentlichen Bereiche nicht so hohe Anforderungen gestellt werden. Diese können durchaus kleiner ausfallen und müssen nicht zwingend im Erdgeschoss gelegen sein. Auch die räumliche Gestaltung der Zimmer, die nicht so standardisiert sind wie in einem Hotel, lässt viele Freiräume offen und erleichtert eine Konvertierung ungenutzter Büroimmobilien.

Das Angebot auf dem Boardinghaus Markt nimmt jedoch nicht nur zu, um eine neue Nachfrage zu schaffen und das Portfolio der Hotelketten zu diversifizieren, sondern es befriedigt auch einen durchaus bereits vorhandenen Bedarf. Insbesondere während der Krise hat sich dieses Segment als sehr robust erwiesen. Manche Firmen haben im Zuge der Kosteneinsparungen Reiseerichtlinien herausgegeben, die für Reisen mit längeren Aufenthalten die Prüfung entsprechender Unterkunftsangebote vorschreiben.

Erfolgskriterien für Serviced Apartments sind eine zentrale Lage in der Stadt mit einer attraktiven Infrastruktur im direkten Umfeld. Das flexible Beherbergungskonzept sollte die Balance zwischen Gewährung aller persönlichen Freiräume bei gleichzeitiger Unterstützung und Entlastung des Gastes – sofern erwünscht – finden. Ausstattung, personalisierte Dienstleistungen und der Preis spielen ebenfalls eine wichtige Rolle, um das Konzept nachfragegerecht umzusetzen. Dann kann es sich um eine rentable Nische handeln, die mit einem Return on Capital Employed (ROCE) bis zu 15% belohnt werden kann und noch viel Wachstumspotenzial birgt. Vorteile gegenüber der klassischen Hotellerie sind auch die gute Drittverwendbarkeit der Immobilie, die vergleichsweise niedrigen Personalkosten, geringere Housekeepingkosten, keine kosten- und aufwandsintensiven F&B Outlets, sowie eine oftmals überdurchschnittliche Auslastung durch weniger Saisonalität und durch eine längere Aufenthaltsdauer. Diese und weitere Aspekte können in einem höheren Betriebsergebnis resultieren.