

Steigendes Angebot, längere Aufenthaltsdauer, stabile Preise – was sich schon länger abzeichnete, bestätigen jetzt auch die Zahlen von Boardinghouse Consulting: Serviced Apartments sind derzeit in Deutschland einer der erfolgversprechendsten Wachstumsmärkte der Hotellerie. Doch die Konzepte vermischen sich immer mehr.



Rentables Wohnen

Rund 80 % der Betreiber von Serviced Apartments sehen die aktuelle Wirtschaftslage ihres Hauses als „gut“ bzw. „sehr gut“, für 18 % ist sie „befriedigend“. Damit ist die Gesamtzufriedenheit gegenüber dem Vorjahr nochmals gestiegen. Ebenso positiv wird, laut der Umfrage von Boardinghouse Consulting, die Entwicklung des Gesamtmarktes für die nächsten zwei Jahre gesehen: 79 % gehen von einem weiterhin erfolgreichen Marktgeschehen aus (10 % „sehr positiv“, 69 % „positiv“). Das

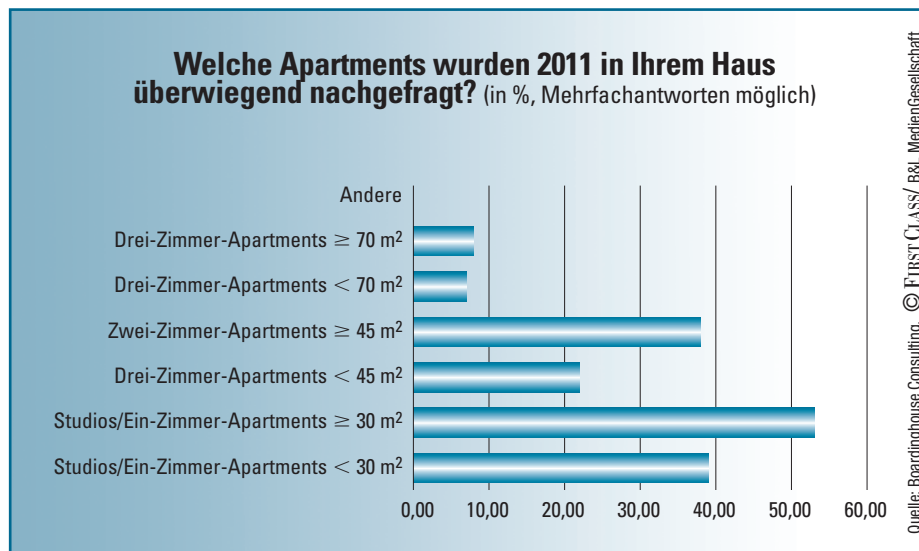
Berliner Beratungsunternehmen, das als unabhängige Plattform für fast 9.000 Apartments in über 120 Häusern in Deutschland auftritt, hatte im Februar 2012 erneut eine Marktbefragung unter ca. 100 Betreibern von Serviced Apartments durchgeführt und dabei erstmals auch systematisch Benchmarkzahlen erfragt. „Nicht zuletzt aufgrund der unerwartet stabilen Gesamtkonjunktur hat sich 2011 der Serviced-Apartment-Markt weiter positiv entwickelt“, resümiert Anett Gregorius, Geschäftsführerin von Boarding-

house Consulting. Tendenziell verlängerte sich dabei die Aufenthaltsdauer vor allem in kleinen Häusern, indem 17 % der Buchungen im Untersuchungszeitraum auf den Midstay-Bereich (sieben bis 27 Nächte) entfielen und jede dritte Buchung im klassischen Langzeitsegment (mit 28 Nächten und mehr) getätigt wurde. Demgegenüber steht durchschnittlich die Hälfte aller Aufenthalte, die vorrangig in den großen Häusern nur maximal sechs Nächte dauerten. Insgesamt hat sich der Anteil der Geschäftsreisenden als Hauptzielgruppe trotz zunehmendem Zuwachs an Privatreisenden 2011 wieder leicht erhöht – bei 34 % sogar gegenüber dem Vorjahr um bis zu 10 % und mehr.

Auch die Auslastungen sind gestiegen: Für 60 % der Befragten hat sich diese gegenüber dem Vorjahr „verbessert“, für 14 % „deutlich verbessert“. Für 18 % ist sie gleichgeblieben. 66 % erreichten eine Auslastung von 70 % und mehr. Fast jedes zweite Haus, das seine Auslastung erhöht hat, konnte bis zu 5 % wachsen. Mit 52 % waren 2011 bei den Gästen Studios am gefragtesten, also Ein-Zimmer-Apartments mit mehr als 30 m². Die Preise für alle Serviced Apartments sind wiederum 2011 bei rund zwei Dritteln stabil geblieben. 27 % haben sie erhöht.

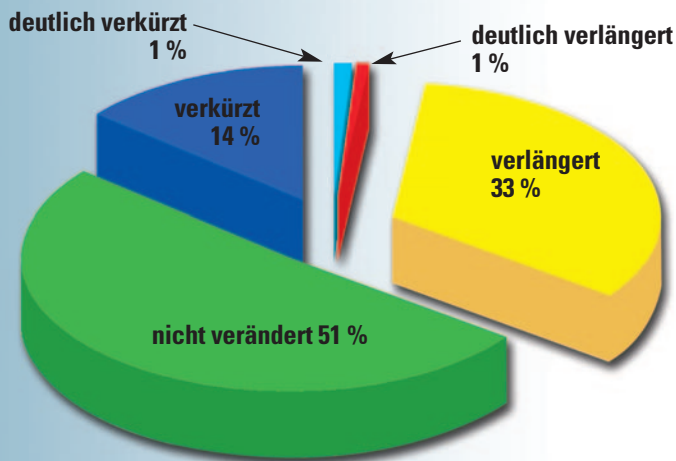
Kein Überrollen der Ketten

Aktuell stehen auf dem deutschen Markt rund 500 Häuser mit gut 21.000 Apartments zur Verfügung. Zum Vergleich waren es 2010 knapp 350 in Deutschland, im Jahr 2003 ca. 200 und Mitte der 1990er Jahre et-



Am gefragtesten waren bei den Gästen im letzten Jahr Studios mit mehr als 30 m².

Die Aufenthaltsdauer unserer Gäste hat sich...



Quelle: Boardinghouse Consulting, © FIRST CLASS/ B&L MedienGesellschaft

Echte Langzeitgäste in Sicht: Bei einem Drittel der Befragten hat sich im letzten die Aufenthaltsdauer der Gäste verlängert.

wa 50 Boardinghouses. Dabei ist bis heute die Betreiberstruktur in Deutschland, ganz ähnlich den reinen Hotelbetrieben, sehr mittelständisch geprägt. Rund 80 % aller Serviced Apartments sind individuell geführte Unternehmen mit meist bis zu 50 Apartments (69 % der Umfrageteilnehmer). Die restlichen 20 % werden in Deutschland von Ketten mit meist über 100 Wohneinheiten betrieben. Letztere stellen damit zwar ein Drittel der Gesamtzahl

ments noch immer um eine Nische, betont Boardinghouse Consulting. Er richtet sich nach wie vor primär an Fachleute und Führungskräfte, die projektweise oder vor dem eigentlichen Umzug in eine Stadt kommen, und an hotelmüde, kurzreisende Geschäftsreisende sowie zu einem geringenden Anteil auch an Städtereisende und Individualgäste, deren Haus z. B. gerade renoviert wird. Laut aktueller Studie dominieren bei über der Hälfte der befragten Betreiber zu mindestens 70 % Geschäftsreisende. Das Wohnangebot, das in der Regel noch immer preislich unter dem qualitativ vergleichbarer Hotels liegt, erstreckt sich dabei von klassischen, „urbanen“ Boardinghouses mit Selbstversorgungscharakter für Gäste, die mindestens einen Monat bleiben, bis hin zu Apart- und Apartmenthotels, in denen die Verweildauer zwischen einem Tag und drei Monaten liegt und hoteltypische Services geboten werden. Allen gemein ist der Wohncharakter „wie ein zweites Heim mit persönlicher Atmosphäre und flexiblem Service“. Zudem muss die Möglichkeit zur Selbstversorgung gegeben sein. Dass derzeit die Grenzen zwischen klassischer Hotellerie und regulärer Vermietung zu einem

HOTELMEDIEN

Hotel-TV • Minibar • Pay-TV • SAT

IPTV/Hotel-TV • Sat-Anlagen • Minibar • Safes
Türschließsysteme (Kauf, Finanzierung, Vor-Ort-Service)

TV & W-LAN ohne Eigenkapitaleinsatz
bei Abschluss eines Pay-TV-Betreiberungsvertrages

Telefon 0800-981 7900 (kostenfrei)
Eichberg HOTELMEDIEN GmbH Süd (deutschlandweit)

www.hotelmedien.de

der Apartments, doch internationale Partner wie Adina, Adagio und Citadines, die in den letzten Jahren einige Dependancen in den großen deutschen Städten eröffnet haben, stellen derzeit noch immer nur einen Marktanteil von 6 %. „Von einem Überrollen des deutschen Marktes kann daher nicht die Rede sein“, heißt es in dem Bericht. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund, handelt es sich bis heute beim Sektor der Serviced Apart-



Individuelle Akzente

Exklusive Gestaltung von Schaltern mit der JUNG Manufaktur: Individuell mit Lasergravur und Farbdruck versehen, werden sie zu Designelementen. Ornamente, Unternehmenslogos, Piktogramme oder Fotos. Dezent oder farbenfroh. Den eigenen Gestaltungsideen sind nahezu keine Grenzen gesetzt. Das sind unverwechselbare Akzente, die Räumen ein einmaliges Ambiente geben.

immer stärkeren heterogenen Markt mit zahlreichen Konzepten immer deutlicher verschwimmen, erweist sich auch als Folge von konjunkturschwachen Phasen, in denen z. B. die Geschäftsreisen verkürzt wurden. Über 95 % der Häuser verzichten damit auf die starre Mindestaufenthaltsdauer von einem Monat, und es werden auch Kurzzeitgäste intensiv umworben oder das F&B-Angebot ausgebaut. Mehr als die Hälfte der Anbieter von Serviced Apartments wendet sich laut der Marktbeobachtung von Boardinghouse Consulting inzwischen an den klassischen Kurzzeitgast, der Anteil der Longstay-Gäste liegt bei etlichen Anbietern nur noch um die 10 %. Das Berliner Beratungsunternehmen zählt diese Marktteilnehmer zu Suitenkonzept-Anbietern – das Produkt eines Boardinghouses als Angebot für den klassischen Hotelgast.

Vor diesem Hintergrund wächst auch die Bedeutung von Orientierungsmöglichkeiten, z. B. in Form von Zertifizierungen. 40 % der befragten Häuser wurden bereits vom TÜV Rheinland zertifiziert bzw. denken derzeit darüber nach. In dem speziell auf das Nischensegment der Serviced Apartments abgestimmten Kriterienkatalog werden dabei insbesondere die Ausstattung, die Kundenorientierung und die Servicequalität der Apartmenthäuser geprüft.

Es bleibt spannend, wohin die Apartmentreise noch gehen wird – vor allem bezüglich des klassischen Wohn- und Selbstversorgerprinzips. Haben Konjunkturschwächen bereits den angestrebten Langzeitaufenthalt verwässert, so könnte der aktuelle Trend zur Vermietung von Privatquartieren mit weniger als neun Betten bis hin zum Couchsurfing durchaus weitere Konzeptaufweichungen mit sich bringen. **syk**

Die vollständigen Ergebnisse der Marktbefragung, darunter auch Vorausbuchungsfristen, Personal- und Housekeepingfragen sowie Umsatzanteile, sind bei Boardinghouse Consulting für 349 € zzgl. MwSt. erhältlich.
www.apartmentservice.de



Hotels entdecken Apartments, klassische Ferienwohnungsanbieter weitere Hotelstandards. Die Berger Appartements vollziehen dies ohne Konzeptverwässerung.

Ferienwohnungen holen auf

Seit 21 Jahren betreibt Familie Berger in Cuxhaven/Duhnen Ferienwohnungen. Verena und Elmar Berger, die den elterlichen Betrieb übernommen haben, starteten vor ein paar Jahren eine große Modernisierung, die zunächst die 19 Ferienwohnungen in den zwei Gästehäusern „Seemuschel“, aus dem Jahr 1991, sowie „Pamir“ umfasste. 2011 ist zudem mit dem neugebauten Haus Scharhör-Riff ein drittes Gästehaus mit sechs Ferienwohnungen hinzugekommen, das als neues Konzept viele Hoteleigenschaften integriert. Neben der Rezeption und dem Foyer schließt dies auch Services wie den Fahrradverleih und den Brötchen- oder Wäscheservice ein – wenn diese hinzugebucht wurden. Jede der sechs Wohnungen ist individuell und schwellenfrei gestaltet und verfügt über zwei Schlafzimmer, einen Wohnraum, zwei Balkone oder Terrassen und eine Küche mit Geschirrspüler, Backofen, Mikrowelle und Ceranfeld. „Mit dem höheren Qualitätsangebot wollten wir den gestiegenen Gästeansprüchen nach viel Raum, Design und Service stärker entsprechen und flexibler sein“, erklärt Elmar Berger. Über das Haus Seemuschel können die Gäste des Scharhör-Riff zudem die Saunalandschaft oder

die Waschküche nutzen. „Die höheren Preise, die wir nun verlangen können, zahlen die Gäste gern“, berichtet das Ehepaar. Dabei hat sich die Klientel seit der Erweiterung ein wenig in Richtung Best Ager und Familien verschoben. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aller Gäste liegt derzeit bei ein bis zwei Wochen, fernab vom Samstag-Prinzip können sie dabei an jedem Tag anreisen.

„Der Wandel im Apartmentsegment hat vielerorts dazu geführt, dass sich der Markt mit Häusern aus den 1980er Jahren bereinigt hat“, schätzt Verena Berger, die im Tourismusbereich ausgebildet wurde, das derzeit wachsende Apartmentgeschäft ein. „Doch bei allem Komfort sind wir nach wie vor kein Hotel.“ Abgesehen von wenigen lokalen Tourismusportalen nutzen die Bergers keine Vermittler, sondern nehmen die Buchungen persönlich am Telefon entgegen. Künftig wollen sie ihre Vermietungserfahrungen unter der Marke „Berger Touristik“ auch anderen Besitzern in Cuxhaven/Duhnen anbieten. Ob sie sich doch noch ein Hotel vorstellen können? „Ja“, heißt es prompt. „Aber dies wird erst die Zeit zeigen, ob wir uns tatsächlich in diese Richtung weiterentwickeln wollen.“

www.berger-appartements.de

syk

Bei Anna nebenan

Zum im Jahr 2002 eröffneten Anna Hotel in München haben die Geisel Privathotels nun mit „Anna next door“ ein extra vermietbares Apartment eröffnet.

Uns war eine ganz normale Wohnung im Nachbarhaus angeboten worden“, berichtet Michael Geisel, Geschäftsführer der 100-jährigen Geisel Privathotels mit je vier Hotels und Restaurants in München. Mit der Eröffnung im Mai ist daraus nun ein 105 m² großes Luxusapartment

im Anna-Stil entstanden, das über zwei Schlaf- und Badbereiche verbunden mit einem Wohn-Küchen-Raum verfügt und über den separaten Eingang neben dem Anna Hotel erreichbar ist. Elemente wie die Panoramafenster, ein Design-Kochblock und eine Bar verknüpfen sich im neuen „Anna next door“ mit 100-jährigem Eichenholz, Steinen und Leder. Das offene Bad wartet mit einer riesigen, freistehenden Überlaufwanne auf (s. Foto S. 10), die vom Bildhauer Stefan Ester entworfen wurde. „Das Apartment ist nicht unbedingt für Langzeitgäste konzipiert“, erklärt Michael Geisel. Die Raten starten bei 380 € als One- bzw. 615 € als Two-Bedroom-Suite pro Nacht inkl. hoteltypischem Zimmerservice. www.geisel-privathotels.de

