

## Serviced Apartments



Der Kunde schätzt das Home-Feeling, ohne dabei auf Hotelstandard verzichten zu müssen. Serviced Apartments bieten genau das.

Xandra M. Lüsini

### Definition steht für den Schweizer Markt noch aus

Eine konkrete Definition bietet der englische Verband der Serviced-Apartment-Betreiber Asap (<http://theasap.org.uk>): Serviced Apartments sind demnach eigenständige Wohneinheiten mit Küche, Bad, Schlaf-/Wohnbereich, mindestens wöchentlicher Reinigung, mit oder ohne Personal vor Ort, aber sicher 24-Stunden-Hotline und allen Nebenkosten inklusive. In der Schweiz besteht noch keine einheitliche Definition. hotelleriesuisse wird diese im Rahmen der neuen Klassifikation (Seite 14) als Leitplanken aller Kriterien noch ableiten. gsg

lienkonzepter Florian Steiger, Steiger & Cie GmbH, der unter anderem die Luxusüberbauung «Seven Heaven» in Zermatt entwickelte, die Zukunft. «Immobilien ohne Serviceangebot, das ist passé.» Insbesondere gelte das für Ferienimmobilien.

Nicht minder interessiert zeigen sich Stadthoteliers. Raphael Wyniger, Gastgeber im «Teufelhof» in Basel, ist überzeugt, dass sich Hotel und Apartment bestens ergänzen. Das 3-Sterne-Superior-Hotel baut aktuell ein Zweithotel mit 16 Apartments und 20 Hotelzimmern. «Der Kunde schätzt ein eigenes Apartment, aber auch Homefeeling.» Im Parterre der bis 2019 fertiggestellten Dependence des «Teufelhofes» wird ganztags eine Bar betrieben, eine grosszügige Lobby soll zum Verweilen einladen, Seminar- und Fitnessräume ergänzen das Angebot. Quer über die Strasse findet der Apartmentgast im «Teufelhof» mit seinen zwei Gourmetrestaurants noch mehr Hotelierliebe. Zwölf der 16 Apartments sind Studios, ein Viertel bietet mehr als ein Zimmer. Das entspricht dem Verhältnis, wie es HVS für die Schweiz im Durchschnitt ausweist. In Europa liegt der Anteil der Studios bei 60 Prozent.

Der Engadiner Ferienort Suisi kennt Serviced Apartments heute nicht. Luzi Sella, Gastgeber im 4-Sterne-Superior-Hotel Margna will das ändern. Die in die Jahre gekommene Dependence «Chesa Sarita» mit ihren 30 Zimmern soll zu 20 bis 25 Wohnungen mit Hotelservice umgenutzt werden.

Fortsetzung auf Seite 14

# Neues Wohngefühl verkaufen

**Serviced Apartments gelten als erfolgversprechende Mischung zwischen Hotel und Wohnung. Hotels ergänzen damit das Kerngeschäft und hoffen auf mehr Rendite.**

GU DRUN SCHLENZCEK

Mit dem zur Wintersaison eröffneten «Valsana» in Arosa geht die Tschuggen Hotel Group für sich ganz neue Wege. Das alte Sporthotel Valsana am Dorfingang wurde in ein Hotel plus Apartments mit Hotel-service umgewandelt. «Es nützt nichts, ein Hotel für Weihnachten und Neujahr zu bauen. Und für den Rest des Jahres ist die Auslastung unbefriedigend», konstatiert

Corinne Denzler, CEO der Tschuggen Hotel Group. Für die Apartments erhofft sich die Chefin der Luxushotelgruppe eine ganzjährig gute Nachfrage. Die ersten Wochen stimmen sie zuversichtlich. «Stand heute würde ich mir sogar noch mehr Wohnungen wünschen.» Die neun Wohnungen seien über Weihnachten und Neujahr noch schneller belegt gewesen als die Hotelzimmer, «was uns selbst erstaunt hat».

Den Grund ortet sie in den neuen Bedürfnissen der Tschuggen-Group-Gäste. «Unser Gast will heute Topservice und die Freiheit der eigenen vier Wände kombinieren.» Eine übliche Ferienwohnung biete das nicht. Ein Hotel schon: Im Baukastensystem kann der Apartmentgast nach Lust und Laune ordern, vom Brötchenservice bis zur Massage im Hotel-Spa. Das Angebot werde geschätzt: Seit der Eröffnung beanspruchte rund jeder zweite Gast Hotelserviceleistungen. Sieben Tage soll der Gast möglichst bleiben, in der Nebensaison schweben dem Hotelmanage-

ment Drei- bis Vier-Tages-Packages vor. Vier Tage ist gemäss dem internationalen Hospitality-Consulting-Unternehmen HVS der aktuelle Median für Serviced-Apartment-Stays in Europa (50% der Aufenthalte sind länger, 50% kürzer).

### «Immobilien ohne Serviceangebot, das ist passé»

Mehr Rendite erhofft sich die CEO mit der neuen Beherbergungsform, verstärkt durch zusätzliche Einnahmen mit Ankermietern wie Coop, Sportgeschäft und Arztpraxis im gleichen Gebäudekomplex. Reichen die 40 Hotelzimmer des «Valsana» mal nicht aus, so können die Zimmer der Zwei- und Vier-Zimmer-Apartments als solche genutzt werden. Die Apartments im «Val-



**«Die Rentabilität steigt, wenn man nicht nur auf die Karte Hotel setzt.»**

Corinne Denzler  
CEO Tschuggen Hotel Group

sana» sind die ersten für die Tschuggen-Gruppe, aber wohl nicht die letzten. «Wir glauben an diese neue Beherbergungsform», so Denzler.

Im Serviced-Apartment-Markt steckt Potenzial. Gemäss HVS werden allein 17 der namhaften Provider in den nächsten zwei Jahren weitere 10 000 Apartments in Europa realisieren (siehe Tabelle). Der Schwerpunkt liegt dabei in Westeuropa, während im Osten die Hotelentwicklung noch dominiert. Die Nachfrageentwicklung wird in der Schweiz statistisch noch nicht erfasst. Zahlen gibt es aus Deutschland: 2016 generierte das Segment 8.6 Millionen Übernachtungen, das sind 1.7 Millionen mehr als im Vorjahr.

In der Paarung von Immobilie und Hotelservice sieht Immo-

## Europa Bis 2020 entstehen weitere 10 000 «Serviced Apartments»

Land	2017	2018	2019	2020	Total
Grossbritannien	1556	1460	768	495	4279
Deutschland	1248	655	1034	405	3342
Schweiz	291	148	300	-	739
Irland	111	190	192	105	598
Frankreich	224	347	-	-	571
Österreich	162	99	-	-	261
Niederlande	175	-	-	-	175
Andere	80	-	275	-	355
<b>Total</b>	<b>3847</b>	<b>2899</b>	<b>2569</b>	<b>1005</b>	<b>10320</b>

Quelle: HVS Research / Daten von 17 Serviced-Apartments-Betreibern

## Marktleader Mehr Service, Shared Kitchen

Für Visionapartments ist das Vermieten möblierter Wohnungen das Kerngeschäft. Ein eigenes Architektenteam garantiert die massgeschneiderte Ausstattung der Wohnlösungen auf Zeit, Techniken die reibungslose Nutzung der inzwischen 1500 Wohnungen in Lausanne, Zürich, Zug sowie Berlin, Frankfurt, Warschau und Wien, bis Ende Jahr sollen es 1800 sein. Zentral sind aber auch die zur Wohnung offerierten Dienstleistungen. «Sonst würde das Modell gar nicht funktionieren», betont Basicstan Don, Group Head of Communications, Development & IT. Basics sind die Inkludierung der Nebenkosten, die wöchentliche Reinigung der Wohnung, die Betreuung beim Buchungsprozess. «Für Firmen ist das essenziell.» Auch Don sieht deshalb

Airbnb nicht als Konkurrenz. Bei Visionapartments sind 75 Prozent Businesskunden. Und die Dienstleistungen werden für den Schweizer Marktführer im «Serviced Apartment Bereich» immer wichtiger. «Für den added Service setzen wir vermehrt auf Partnerschaften.» Jüngstes Beispiel: Die Zusammenarbeit mit HelloFresh seit Ende November. Der weltweit führende Kochbox-Anbieter liefert Kochboxen mit Rezepten und genau abgemessenen Zutaten bis zur Wohnungstür. Noch diesen Monat soll eine Kooperation mit der deutschen Schneiderei Regent folgen - mit vergünstigten Einkaufskonditionen für Visionapartmentkunden. Vergünstigungen winken diesen auch in den an den meisten Standorten im Erdgeschoss lokalisierten Restau-

rants. Die Apartmenthäuser verfügen grossteils über Fitnessräume, teils auch Spa. Und immer häufiger über Co-Working-Spaces oder Einzelbüros, ob in der eigenen Liegenschaft oder zugemietet. Wie die jungen Brands internationaler Hotelketten baut Visionapartments den öffentlichen Raum in ihren Wohnimmobilien weiter aus.

Jüngster Coup ist die Einrichtung von Gemeinschaftsküchen. Der erste Test läuft im frisch eingeweihten Standort in Vevey. «Bei einem Geschäftsaufenthalt unkompliziert Leute kennenzulernen ist heute ein Bedürfnis», ist Don überzeugt. Auch die noch 2018 eröffnenden Apartmenthäuser in Zug und Basel sollen «Shared Kitchen» bieten. Alle Objekte haben eines gemeinsam:

Es sind ehemalige Hotels. «Hotellimmobilien eignen sich gut für die Einrichtung einer Gemeinschaftsküche, meint Don.

Receptionen führen die Häuser von Visionapartment nicht. Der Code für den Wohnungszugang erhält der Kunde online. «Wir sehen den Kunden nicht.» Persönlicher Kontakt ist dem Unternehmen trotzdem wichtig: Key accounts kontaktieren «möglichst» jeden Kunden nach dem Wohnungsbezug telefonisch. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer zwischen zwei und vier Monaten ein überschaubarer Aufwand. Bis anhin hat Visionapartments die Immobilien jeweils gekauft. Um schneller zu wachsen, will man künftig zusätzlich für Drittinvestoren Apartmenthäuser betreiben. gsg

Serviced Apartments

# 2018 gibts Sterne für Studios



Fortsetzung von Seite 13

Anfragen der Gäste nach längeren Aufenthalten und die wachsende Zahl an Ferienwohnungen von Privat Anbietern in Sils hätten den Ausschlag für die Idee gegeben. «Sicher alle zwei Wochen diskutiere ich mit einem Gast zu dem Thema», bemerkt Seiler. Vor allem Familien und ältere Personen gäben sich interessiert, 85 Prozent der «Margna»-Gäste sind Schweizer. 10 bis 15 Prozent der Hotelgäste habe er als Ferienwohnungsbesitzer oder -mieter verloren. «Und ich denke, dass das noch zunimmt.»

Die Kombination von Apartment und Hotel sieht er als Win-win-Lösung. «Viele wollen selber kochen können, aber zusätzlich Hotelservice nach Bedarf», meint Seiler. Und den kann das «Margna» mit seinen drei Restaurants und Spa bieten. Verkaufen will Seiler die «nackte Wohnung», Hotelleistung, auch die Benutzung des Spas, gibts à la carte gegen Aufpreis. Bucht der Wohnungsgast das gesamte Hotelpaket, zahle er gleich viel wie ein Hotelgast. In der neuen Dependance des «Teufelhof» in Basel muss der Apartmentgast für Hotelvollservice sogar tiefer in die Tasche greifen. Reduktion gebe es in der «Margna»-Dependance nur für längere Aufenthaltsdauer. Für einen Monat könne der Preisabschluss 30 bis 40 Prozent betragen. Seiler hofft, dass das erste Silser Serviced-Apartment-Haus in drei Jahren Realität ist, die Eigentümerfamilie Sautter zeige sich überzeugt.

**Ist der Preis zu hoch, springen die Kunden ab**

Weniger euphorisch reagiert Roger Jutz, Direktor des Hotels Krone Unterstrass Zürich, nach sieben Jahren Erfahrung mit Serviced Apartments. Die 21 luxuriösen Studios, im Hof des Hotels errichtet, würden wieder vermehrt als Hotelzimmer verkauft. Die zahlungskraftigen Expats sind weniger geworden, Firmen würden Wohnungen ohne Service mieten. Jutz bietet seinen Apartmentkunden Vollservice: tägliche Reinigung, Geschirrabwaschservice sowie Kaffee und Tee für die Küchenette sind in der monatlichen Miete von 3900 bis 4800 Franken inklusive. Preisreduktion gibts für nicht genutzten Service keine. Die hochwertigen Materialien erfordern fachkompetente Reinigung, so Jutz. Und das junge Modell Serviced Apartments verlangt wohl noch Expertise.



Ab Ende Jahr können Serviced Apartments von hotellerieuisse mit Sternen klassifiziert werden. zvg

**hotellerieuisse erarbeitet eine Klassifikation für Serviced Apartments. Massgebend wird der Wohnraum sein, nicht der Service. Schon Ende Jahr wird klassifiziert.**

GUDRUN SCHLENZKE

Neben der markanten Entwicklung der Verkaufsplattform Airbnb öffnet sich ein weiterer Beherbergungsmarkt mit deutlicher Nähe zur Hotellerie: Das Segment Serviced Apartments wächst, in der Schweiz sogar noch stärker als in den Nachbarländern Frankreich und Österreich. «Für einen fairen Wettbewerb und für einen transparenten Markt ist deshalb eine Einteilung der bestehenden Beherbergungsarten und ihrer Klassifizierung wichtig», betont Daniel Beerli, Leiter Klassifikation von hotellerieuisse.

**Mehr Raum, mehr Sterne statt «mehr Service, mehr Sterne»**

Um die nötige Abgrenzung der verschiedenen Beherbergungskonzepte sicherzustellen, bereitet der Verband der Schweizer Hotels

## Rentabel Satter GOP, gut belegt

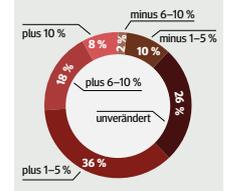
Von Serviced Apartments erwartet man mehr Rentabilität, Grund ist das deutlich geringere Dienstleistungsangebot. Gemäss dem internationalen Hospitality-Consulting-Unternehmen HVS besteht beim GOP allerdings eine grosse Bandbreite: Dieser schwankte bei den befragten europäischen Anbietern 2017 zwischen 18 und 77%. Der Durchschnitt lag mit 46% aber immer noch zehn Prozentpunkte über jenem, was profitable 3-Sterne-Garni-Betriebe in der Schweiz erzielen (Erfahrungszahlen hotellerieuisse 2016).

Der Marktreport 2017 von der Consultingfirma Apartmentservice, Berlin, weist für den deutschen Markt eine durchschnittliche Auslastung von 77% aus. Das liegt über der angegebenen wirtschaftlich notwendigen Auslastung von 67%. Allerdings ist der Anteil der Häuser mit geringer und mittlerer Auslastung leicht gestiegen. Die Preise des Apartmentmarktes scheinen intakt: 62% der deutschen Apartmentbetreiber haben auch 2016 ihre Preise erhöht. Um rund ein Drittel länger wurde seit 2012 die durchschnittliche Aufenthaltsdauer (2016: 41 Tage).

72% aller Einheiten sind Studios. Gereinigt wird meist einmal oder zweimal pro Woche (69%), für die Zwischenreinigung werden für Studios 25 und die Endreinigung 50 Minuten kalkuliert.

**Preise steigen weiter**

Inwiefern haben sich 2016 die Preise Ihres Hauses gegenüber dem Vorjahr verändert?



2016 erhöhten 62% der deutschen Betreiber die Übernachtungspreise. Quelle: Apartmentservice



**Daniel Beerli**

«Die Klassifikation der Zukunft ist modularer.»

Leiter Klassifikation von hotellerieuisse in Bern

**Daniel Beerli, eine Klassifikation für Apartments bietet schon der Schweizer Tourismus-Verband. Wieso möchte jetzt hotellerieuisse eine?** Es handelt sich hier nicht um die gleichen Betriebskonzepte: Unter anderem unterscheiden die Serviceleistungen ein Serviced Apartment klar von einer Ferienwohnung. Zudem wollen wir eine Serviced-Apartment-Klassierung, welche stringent auf unserer Hotelklassifikation aufbaut.

**Gleichzeitig will hotellerieuisse bei Serviced Apartments den Raum klassieren und nicht den Service. Ist das nicht ein Widerspruch?** Im Zuge der Diskussionen und Recherchen haben wir festgestellt, dass Serviced-Apartment-Konzepte im Vergleich zur Hotellerie die Dienstleistungen reduzieren, den Fokus auf die Wohnatmosphäre legen und der

Grad der Serviceleistungen immer sehr stark variiert und somit nicht das Vergleichskriterium darstellen kann. Konsequenterweise liegt der Fokus der neuen Klassifikation auf dem Raum. Das zusätzliche Serviceangebot führt dann zur spezifischen Beherbergungsform.

**Und was ist der Unterschied zur bestehenden Spezialisierungskategorie Aparthotel von hotellerieuisse?** Um diese Spezialisierung zu erhalten, muss das Unternehmen als Voll-Hotel klassifiziert sein. Das braucht ein Service-Apartment-Anbieter bei der neuen eigenständigen Klassifikation nicht: Es ist möglich, die Serviceleistungen gegenüber einem Hotel in einer stark reduzierten Form anzubieten.

**Wie viel Service muss ein Serviced Apartment bieten,**

**um klassiert zu werden?** Die Details werden noch diskutiert. Klar ist, dass der Anbieter mindestens die Möglichkeit zur Körperkleidewäsche bieten muss und ein minimales Food & Beverage-Angebot besteht. Die Service-Kriterien werden darüber hinaus aber grundsätzlich modular aufgebaut sein, so dass unternehmerischer Spielraum bestehen bleibt.

**Mehr Flexibilität und Modularität wünschen sich viele Hoteliers auch von der Hotelklassifikation. Ist das ein erster Schritt?** Ja, wir gehen davon aus, dass wir über die Serviced Apartments hinaus modular aufbaubare weitere Beherbergungskonzepte klassieren können. Wir wollen eine Form finden, wie Hoteliers mit Hilfe der Klassifikation – als Leitplanken – ihre Beherbergungskonzepte

modular weiterentwickeln können und so an den Entwicklungen partizipieren.

**Mit der neuen Klassifikation fördert hotellerieuisse die Wahrnehmung der Serviced Apartments auf dem Markt. Der Konkurrenzdruck wird für die Hotellerie so nicht kleiner. Einerseits ist dem so. Andererseits: Gibt es eine Alternative?** Serviced Apartments sind ein Fakt und bilden einen wachsenden Markt. Die neue Klassifikation dient der klaren Positionierung dieser Konzepte. Im umgekehrten Sinn kann sich das Hotel so klar vom Wohnungsmarkt abheben. Und zudem hat das Hotel die Möglichkeit, mit ergänzenden Serviced Apartments die Dienstleistung des eigenen Hauses besser auszulasten.

**Die OTAs unterscheiden nicht zwischen Ferienwohnungen**

**und Hotelzimmern, beide bekommen heute die gleichen Sterne. Wie will man erreichen, dass sie für Schweizer Serviced Apartments eine Ausnahme machen?** Aktuell gibt es international keine Serviced-Apartment-Klassifikation, welche sich durchgesetzt hat. Für die europäischen Hotelklassifikation unter Schirmherrschaft der Hotrec geben wir mit den Anstoss. Das könnte jetzt bei den Serviced Apartments auch so sein. Dadurch würden wir grosse Relevanz erreichen, welche dann schrittweise auch von den OTAs zur Kenntnis genommen würde. Es ist erstaunlich, dass beispielsweise booking.com wohl Ferienwohnungen und Privatzimmer als Selektionskriterium anbietet, aber der wachsende Bereich der Serviced Apartments auf ihrer Plattform noch gar nicht stattfindet. gsg