

hotelbau

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG

SONDERTEIL

Serviced Apartments

PPHE HOTEL GROUP

Park Plaza Nuremberg

HOTELFORUM 2016

Hotelimmobilie des Jahres

URBANAUTS HOSPITALITY GROUP

GRÄTZLHOTEL WIEN

raschenden Raum, den der Gast alltagstauglich nutzen kann“, betont Kaplan. Zur Ausstattung der Suiten zählen kostenloses WLAN, Minibar, Safe, Kitchenette mit Nespresso-Maschine und Teeauswahl, Flatscreen-Kabel-TV, Regendusche sowie überlange Boxspringbetten mit Federkernmatratze.

Frühstücken können Gäste in einem der benachbarten Lokale und über Kooperationen deckt das Grätzlhotel auch Services wie Spa-Anwendungen ab. Für Anfragen stehen die Ansprechpartner in den jeweiligen Rezeptionen zur Verfügung. Sie sind auch beim Netzwerken in der Nachbarschaft behilflich. Gastgeber am Karmelitermarkt ist Fanny Holzer-Luschnig mit ihrem Team vom Café Zur Rezeption. Am Meidlinger Markt checken die Gäste im Café Michlbart ein und am Belvedere fungieren die Architekten Kohlmayr, Lutter und Knapp als erste Anlaufstelle. Unabhängig von den Öffnungszeiten steht jeden Tag rund um die Uhr auch ein Schlüsselsafe zur Übergabe zur Verfügung. Zudem gibt es einen Concierge-Service. Das Housekeeping wickeln Mitarbeiter der Grätzlhotels ab. „Wir sind auf einen dezentralen Betrieb eingerichtet, sprich unsere Mitarbeiter sind in räumlicher Nähe zu den drei Standorten stationiert und dort gibt es auch jeweils ein Lager für Wäsche, Reinigungsutensilien und anderes. Damit alles logistisch gut zu handeln ist, beschränkt sich jedes Grätzl auf einen Radius von 200 m. Zentral im Hauptbüro managen wir Themen wie Marketing oder Reservierung“, erklärt Kohlmayr.

Gäste bunt gemischt

Bis dato sind es noch mehr Privat- als Geschäftsreisende, die ins Grätzlhotel einchecken, der Firmenanteil soll aber ausgebaut werden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei zwei Nächten, eine Mindestaufenthaltsdauer gibt es nicht. Altersmäßig sind die Gäste bunt gemischt. „Wir haben auch 60- und 70-Jährige, die auf Service-Dialoge an der Rezeption gerne verzichten, keinen Concierge wünschen und lieber auf eigene Faust losziehen. Überrascht waren wir, dass viele Familien anfragen. Wir gingen anfangs von einer Zweier-Belegung aus, maximal mit Zustellbett. Zudem erhalten wir viele Anfragen nach barrierefreien Räumen – wahrscheinlich, weil wir im Erdgeschoss liegen – und einige Gäste buchen die Suiten für Besprechungen oder Ausstellungen und nutzen die Schaufenster als Auslagefläche. Wir werden also künftig noch mehr unterschiedlich große Suiten anbieten und die Raumnutzung weiter flexibilisieren“, berichtet Kohlmayr.

Gefragt nach der Mindestzimmeranzahl für einen erfolgreichen Grätzlhotel-Betrieb, antwortet sie: „Mindestens 20 Zimmer in Summe, mindestens zehn pro Standort. Unser Belvedere ist also schon klein, aber hier haben wir angefangen und wollen künftig weitere Zimmer eröffnen.“ Mehr will sie dazu aber nicht verraten – anders bei der Frage nach einer Zimmerobergrenze.

INNENANSICHTEN

Moderne Stadthotelkonzepte – was passiert in den Innenstädten?

Hotelkonzepte für Städte haben in den letzten Jahren wahrscheinlich die größten Änderungen erfahren. Ausgelöst wurde dieser Trend von einem Wandel der Ansprüche und Erwartungen der Hotelgäste. Der Hotelgast heutzutage stellt unabhängig vom Alter oder der Einkommensklasse die unterschiedlichsten Anforderungen an das Produkt Hotel. Die internationalen Marken haben dem Rechnung getragen und verfügen über eine Vielzahl an Submarken. Die Entwicklung hat aber auch für einzelne Hotels oder kleine Marken großes Potenzial geschaffen. Die Produkte, die wir heute in den Städten vorfin-



Herbert Mascha ist Managing Partner von MRP hotels in Wien. Das Beratungsunternehmen unterstützt Eigentümer, Investoren, Developer, Banken und Hotelbetreiber bei allen Beratungsaufgaben rund um die Hotelimmobilie, die Leistungen des Unternehmens decken alle Projektphasen ab.
Herbert.Mascha
@mrp-hotels.com

Bild: MRP hotels

den, reichen von Luxusboutique bis zu Hostels. Es ist im wahrsten Sinne des Wortes für jeden Geschmack und jede Geldbörse das passende Produkt dabei. Was fast alle neuen Produkte gemeinsam haben, ist die Fokussierung auf das Zimmerprodukt und die Reduktion des Serviceangebotes. Vor allem wird das Gastronomieangebot im Hotel reduziert oder weggelassen. Die Qualität und Funktionalität des Zimmerproduktes steht sowohl für den Geschäftsreisenden als auch für den Touristen im Vordergrund. Wenn das Ganze noch mit pfiffigem Design umgesetzt wird, sehen wir erfolgreiche Produkte. Im deutschsprachigen Raum stehen Marken wie 25 hours, Ruby, Meininger oder Nadler Hotels für diese Entwicklung. Die Entwicklung bedeutet aber auch, dass es praktisch für jede Art von Immobilie eine passende Marke bzw. ein passendes Konzept gibt. Gerade für Bestandsgebäude in Innenstadtlagen, die für Büros oder Wohnungen nicht attraktiv sind, ergeben sich hier interessante Alternativen für die Nutzungen.

Herbert Mascha