

# SO!

## APART

NOVEMBER 2018

*enjoy stayin'*

Das Magazin zum Branchentreffen der Serviced-Apartment-Welt





## Inhalt

Apartmentwelt auf Abenteuerreise	4
Schwerpunktdestination Frankfurt am Main	8
Vergessen wir die Seele unseres Geschäfts?	10
Serviced Apartments als Investmentobjekt	13
Apartments als Netzwerk	15
Programm der SO!APART 2018	18
Round Tables auf der SO!APART 2018	22
Moderatoren und Referenten	23
Aussteller 2018	28
Medienpartner	30
SO!APART-Award 2018	31
Base für Brera	34
Mix & Match – passende Möbel für Jeden	36
Ausblick und Impressum	38

# Im Mix & Match



Herzlich willkommen zur SO!APART 2018!

Dynamisch und bereit, sich Neues zu eigen zu machen - dies ist für mich momentan eines der markantesten Kennzeichen unseres Serviced-Apartment-Marktes. Die damit verbundenen Entwicklungen sind so spannend, dass wir sie zum Thema der diesjährigen SO!APART gemacht haben. Ich freue mich, dass Sie dabei sind!

Die Mischung macht's – das trifft auf die diesjährigen News Kids zu. Mit Vienna House R.evo beispielsweise kommt ein Produkt auf den Markt, das nicht nur auf die Zielgruppen bezogen Grenzen aufhebt, sondern auch durch das neue Tribrid-Konzept Interessantes erwarten lässt. Das Wiener Haus PhilsPlace macht durch eine Umnutzung aus Altem etwas Neues, ohne den Bezug zur Geschichte des Hauses zu vergessen. Außerdem klopfen neue Vertragskonzepte immer lauter an die Serviced-Apartment-Tür. Wir sprechen mit Cycas Hospitality und CAPERA über diesen Wachstumsmotor, der bisher auf die klassische Hotellerie beschränkt war. Ich freue mich besonders, auch auf die kommenden Entwicklungen zu schauen, wenn die Trendforscherin Oona Horx-Strathern in ihrer Keynote über Lebensstile und Wohnen in der Zukunft spricht. Dies ist ein fulminanter Auftakt für den zweiten Tag, an dem wir uns durchaus etwas selbstkritisch mit den aktuellen Trends auseinandersetzen. Denn die Frage ist angesichts der rasanten Entwicklungen berechtigt, ob sich wirklich immer alles erfolgreich kombinieren lässt. Auch Bewährtes führen wir fort und schauen in der etablierten Rubrik „Schwerpunktdestinationen“ in diesem Jahr auf den aktuell dynamischsten Markt im Segment – nach Frankfurt am Main. Ebenso gehören die rechtlichen Kriterien, als Basis für den Projekterfolg, als festes Thema auf die Agenda unserer Konferenz. Wir haben so viel positive Rückmeldung auf unseren Branchen-Pitch „Nest des Flamingos“ bekommen, dass wir diese interaktiven Formate vorantreiben wollen. Daher starten wir mit einem „Meet & Match“ eine weitere Plattform zum Netzwerken, aus der im besten Falle konkrete Projekte entstehen. Seien Sie durch Ihre Wortbeiträge, Fragen und Anmerkungen Teil der SO!APART – ich freue mich auf zwei anregende Tage.

Ihre  
Anett Gregorius, Gründerin und Inhaberin Apartmentservice

---

## Mix & Match

Welcome to the SO!APART! Dynamic and ready to embrace the new - for me this is currently one of the most striking characteristics of our serviced apartment market. The associated developments are so exciting that we have made them the topic of the SO!APART. I am delighted that you join us! It is the mixture that counts. With the Vienna house R.evo, for example, a product comes onto the market that breaks down boundaries in many respects. PhilsPlace turns something old into something new by changing its use without forgetting the history of the building. In addition, new contract concepts are increasingly knocking on the serviced apartment door. We're talking to Cycas Hospitality and CAPERA about this growth engine. I'm particularly looking forward to the keynote of Oona Horx-Strathern in which she talks about lifestyles and living in the future. This is a brilliant start into the second day, on which we will look at the current trends in a somewhat self-critical way because in view of the rapid developments the question is justified as to whether everything can really always be successfully combined. We are also continuing with the tried and tested. This year we are looking at the most dynamic market in the segment Frankfurt/Main under the established rubric "Destination in Focus". The legal criteria, as the basis for the success of a project, also belong as a fixed topic on the agenda. We received so much positive feedback for our industry pitch, the "Flamingo's Nest", that we want to promote these interactive formats. That's why we're launching a "Meet & Match" to provide another networking platform from which, at best, concrete projects can emerge. I am looking forward to two inspiring days.

Yours,  
Anett Gregorius, Founder and Owner of Apartmentservice

---



# Apartmentwelt auf Abenteuerreise

Mit einem dicken Ausrufezeichen haben sich in den letzten Monaten Serviced Apartments zu einer begehrten Antwort auf die Wohn- und Lebensstile der Zukunft entwickelt. Und das bringt derzeit traditionelle Konzepte und Vertriebsmodelle kräftig durcheinander. Zeit zum Sortieren, Sondieren und Justieren – bevor keine Zeit mehr ist.

Es läuft, könnte man sagen. Ob Süddeutsche Zeitung, WirtschaftsWoche, Berliner Morgenpost – alle haben sie 2018 über Serviced Apartments berichtet und mit dafür gesorgt, dass sich der Boomstatus in Deutschland lückenlos herumgesprochen hat. Das britische Fachmagazin Serviced Apartment News veranstaltet zugleich sein internationales Event SAS Recharge Anfang 2019 in Berlin. Die SACOs und Staycities dieser Welt feiern darüber hinaus im nächsten Jahr Premiere in Deutschland und starten groß ange-

legte Expansionen in deutschen A-Städten – und damit im nach Großbritannien europaweit auf Platz 2 stehenden Markt mit den meisten Expansionsplänen nationaler und internationaler Player, laut Catella-Studie. Und auch die Studien der anderen Banken, Berater und Entwickler, die derzeit auf den Markt schwimmen, machen unmissverständlich das Potenzial von Serviced Apartments, Mikrowohnen samt Mischkonzepten und neuen Quartiersbildungen klar. Allein im Sentiment-Report Hotelmarkt Deutschland

2018 von Engel & Völkers bestätigen 85 % der befragten Betreiber Serviced Apartments aus operativer Sicht als spannendes Betriebskonzept. Und rund zwei Drittel der Investoren wiederum sehen gewerbliche Konzepte (Serviced Apartments) als eine ernsthafte Anlagealternative zu klassischen Hotelinvestments. Auch der österreichische Entwickler UBM, der sich in den Bereichen Wohnen und Hotel nahezu gleichermaßen bewegt, kann das nur unterstreichen: „Der Apartmentmarkt ist auch für uns ein riesiges Thema. Wir sehen

sowohl eine Nachfrage nach hotelaffinen Serviced Apartments als auch nach wohnungsnahem Micro-Living“, so Martin Löcker, COO der UBM Development. Hinzu kommt die Dynamik, die Märkte wie Frankfurt am Main mit ihren aktuellen Projekten zeigen oder München mit einer konstant hohen Nachfrage und Auslastung bei stabil hohen Preisen: Bis 2020 wird es allein hier mit ca. 2.700 weiteren Einheiten ein Wachstum von nicht weniger als 51 % geben. Auch die inzwischen häufig zitierte 100.000-Einheiten-Marke sollte in ihrer Wirkung nicht unterschätzt werden: Auf der letzten SO!APART erstmals verkündet, hat sie dem Segment als Prognose für 2030 noch einmal eine unumstößlich mächtige Perspektive verliehen. „Und mit Blick auf die Ausweitung

der Zielgruppen auf Neankömmlinge in der Großstadt, Young Professionals, Studierende und Städtereisende präsentiert sie sich als eine wirklich realistische Perspektive“, ergänzt Anett Gregorius von Apartmentservice. „Serviced Apartments entwickeln sich damit zu einer temporären Allrounder-Wohnform.“

### Schnellere Gegenwart

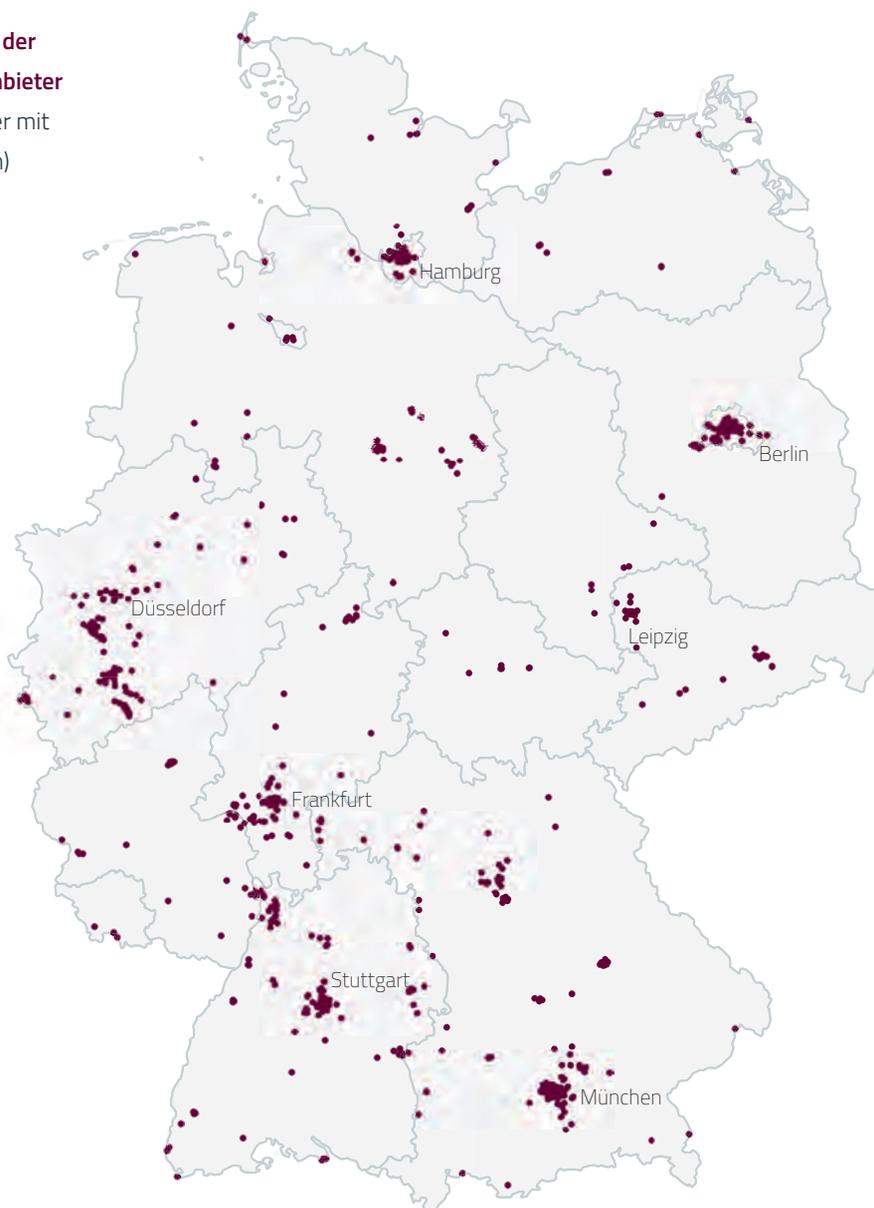
In ihren vielen Analysen versuchen alle Marktbeteiligten derzeit das Wesen des neuen, komplett anders tickenden Wohnens, Arbeitens, Lebens zu erfassen, die Folgen von Mega-Trends wie der Urbanisierung, Individualisierung und New Work zu erklären und gewinnbringende Konzepte daraus zu stricken. Quasi überrollt von der Gegenwart, und schneller

als klassische Soziologie-Studien, die uns früher Bauklötze staunend unter anderem das künftige Alleinleben in Gated Communities erklärt haben. Ein kleines Stück weit mag dieser Trend sogar Alltag geworden sein, blickt man auf die vielen digitalen Single-Millennials, die noch ein 1-Zimmer-Apartment in der Metropole ergattern konnten. Auch die „5 % Studie – Wo investieren sich noch lohnt“ von bulwiengesa verweist eindrücklich darauf, wie hoch mit mittlerweile über 50 % der Anteil der Ein-Personen-Haushalte in vielen Städten ist – allein in Berlin sind es aktuell knapp 54 %. Die Analysten betonen dabei erneut, wie sehr diese Entwicklungen zusammen mit erhöhten Flexibilitätsanforderungen in Job und Familie sowie hochpreisig angespannten Wohnungs-

**Abbildung 1: Verteilung der Serviced-Apartment-Anbieter**

(alle Anbieter inkl. Häuser mit weniger als 15 Einheiten)

Stand: März 2018



märkten zusammengehen und unter anderem das Konzept der Mikroapartments in ihrer Relevanz und Nachfrage befeuern – vom Betreiberkonzept mit hohem Servicegrad im gewerblichen Bereich bis hin zu Einzelmietverträgen in der Wohnwirtschaft. Apartmentservice hat in seinem aktuellen Marktreport die Mikroapartments, also das Wohnen unter 25 Quadratmetern, offiziell zum dritten etablierten Betriebstyp im Segment erklärt. Allein das Wachstum hinsichtlich der Einheiten innerhalb eines Jahres von 4 auf aktuell 8 % verdeutlicht, was sich am Markt derzeit „zusammenbraut“. „Wenn 2020 die vielen angekündigten Mikroapartmentprojekte, vor allem aus dem Bereich der Wohnwirtschaft, an den Start gehen, wird sich erst das marktverändernde Ausmaß zeigen“, mahnt Anett Gregorius an. Hinzu kommen die vielen neuen Mixed-Use- und Quartiersprojekte mit einer hohen Zahl an Apartmenteinheiten sowie die Adaptionen durch die Hotellerie und Wohnwirtschaft getrieben von der Sharing-Economy und Trends wie Co-Working und Co-Living. Alle diese Tendenzen bewegen sich in einem Klima der starken Markenbildung, einem vielerorts bereits geplanten Rollout, steigender Professionalisierung und einem damit verbundenen überproportionalen Wachstum der Betriebsform Apartmenthotel. Haben bisher vor allem die Living Hotels, Adina Apartment Hotel sowie Aparthotel Adagio und Aparthotel Adagio Access die Anteile der Kettenbetriebe im Segment stetig erhöht, so sind auch neue ausdifferenzierte Brands wie SMARTments business hinzugekommen. „Neben Berufsanfängern haben wir viele Gäste, die sich in der Aus- oder Weiterbildung befinden. Diese Zielgruppe hat es aktuell sehr schwer, passende Wohnformen in den Ballungsräumen zu finden, die den temporären Charakter des Bedarfs abbilden und die limitierten Budgets treffen“, erklärt Michael Blind, Geschäftsführer der zur GBI gehörenden SMARTments business Betriebsgesellschaft, beispielhaft. Marken wie Residence Inn (Marriott), i Live, Adapt Apartments und iapartment haben wiederum bis 2020 mehr

als 500 Einheiten in der Planung. Die Wohnwirtschaft drängt in gigantischer Größe mit meist 150 bis 200 Einheiten pro Objekt, aber auch mehr auf den Markt – zum Vergleich: Durchschnittlich 49 Einheiten sind es bisher in klassischen Apartmenthäusern, 65 in Aparthotels und 81 in Mikroapartmenthäusern. „Ein Wachstum von derzeit 34.700 Einheiten um 53 % allein bis 2020 verbunden mit einer Vielzahl an adaptierten Konzepten machen etwas mit dem Segment. Dessen sollten wir uns in allen Richtungen bewusst sein und idealerweise auch vorbereitet sein“, betont Anett Gregorius.

### **Gretchenfrage Longstay**

Und so gibt es sie schon, die Unkenrufe: Indem zum Beispiel die gerade veröffentlichte Investoren-Umfrage 2018 von Universal-Investment verkündet, dass Immobilienanleger die Preis-Rallye nicht mehr überall mitmachen. Während die Anleger zu 52,3 % (Vorjahr: 30,4 %) in Büroimmobilien investieren wollen und unverändert in Wohn- und Logistikimmobilien, ist das Interesse am Sektor Hotel in der Anlegergunst auf 7,7 % (Vorjahr: 14,5 %) gesunken. Einer der Gründe könnte darin liegen: 36,4 % erwarten in den nächsten zwölf Monaten für Hotels eine Immobilienblase. Inwiefern dies den Bereich Serviced Apartments tangiert, bleibt ein Blick in die Kristallkugel. Fakt ist: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Segment ist nach stetigem Wachstum auf zuletzt 41 Nächte (2016) auf durchschnittlich 27 Nächte gesunken. Ursache könnte sein, dass der wohnwirtschaftliche Bereich mit günstigen Raten das Longstay-Geschäft an sich bindet, aber auch die wachsenden Zielgruppen und die Mischkonzepte zu vermehrten Kurzaufenthalten als Hotelalternative animieren. Zugleich steigt der Trend zur kurzfristigen Buchung: Fast jede zweite wurde 2017, laut Apartmentservice, zwei Wochen vor Anreise getätigt. Nur noch 9 % erfolgte mit einem Vorlauf von mehr als acht Wochen (2013: 17 %). Trends wie diese bringen den Apartment-USP des Longstay ins Wanken – auch im Bereich Ausstattung: Denn

Gäste mit kürzeren Aufenthalten können tendenziell eher auf eine Küche in ihrem Serviced Apartment verzichten und finden unter Erlebnisaspekten die in vielen Konzepten immer größer werdenden Communityflächen mit Koch-, Entertainment und Co-Working-Zonen attraktiv. Zudem laden auch Serviced Apartments mit stetig kleineren Flächen nicht mehr zum längeren Aufenthalt – zum Wohnen – ein. Damit rückt sich um das Longstay-Konzept die Gretchenfrage: Will der Markt im gewerblichen Bereich noch genug Longstay-Möglichkeiten mit 30 plus Nächten anbieten? Geht es bei all den neuen Konzepten auch noch um den Longstay-Gast – vor allem wenn durchschnittlich hohe Monatspreise für Serviced Apartment nicht mehr bedingungslos gezahlt werden? „Wir beobachten, dass Unternehmen die Budgets für die Unterbringung ihrer Gäste mehr und mehr begrenzen“, erklärt Anett Gregorius. Mit der steigenden Preissensibilität ist in den letzten Jahren die Schere zwischen den verschiedenen Serviced-Apartment-Angeboten weiter aufgegangen. Die Wohnungswirtschaft ist zugleich, wie schon angedeutet, dabei, teilweise mit Dumpingpreisen für kompakte Wohnungen für Studenten, Berufseinsteiger etc. unter dem Niveau von Serviced Apartments massiven Druck auszuüben. 900 Euro statt 1.500 Euro für ein Studio – auch das macht etwas mit dem Markt. Werden in der Folge die Preise nicht mehr über Raum/Fläche und Service zu definieren sein, sondern allein über die Anzahl der Aufenthaltstage? Inwiefern werden sich künftige Konzepte mehr denn je an der Frage der mehrheitlich gewünschten Aufenthaltsdauern und angemessenen Preis-Leistungs-Verhältnisse orientieren müssen? Es sind aufregende Zeiten, die das einst wohlbehütete Segment, das sich lange frei in der Nische bewegen konnte, erlebt. Und es ist Zeit, über vieles zu diskutieren und gemeinsam die aktuellen Entwicklungen zu sondieren und zu justieren. Wer weiß, wie lange die Dynamik auf dem Markt dies noch zulässt.

Autorin: Sylvie Konzack

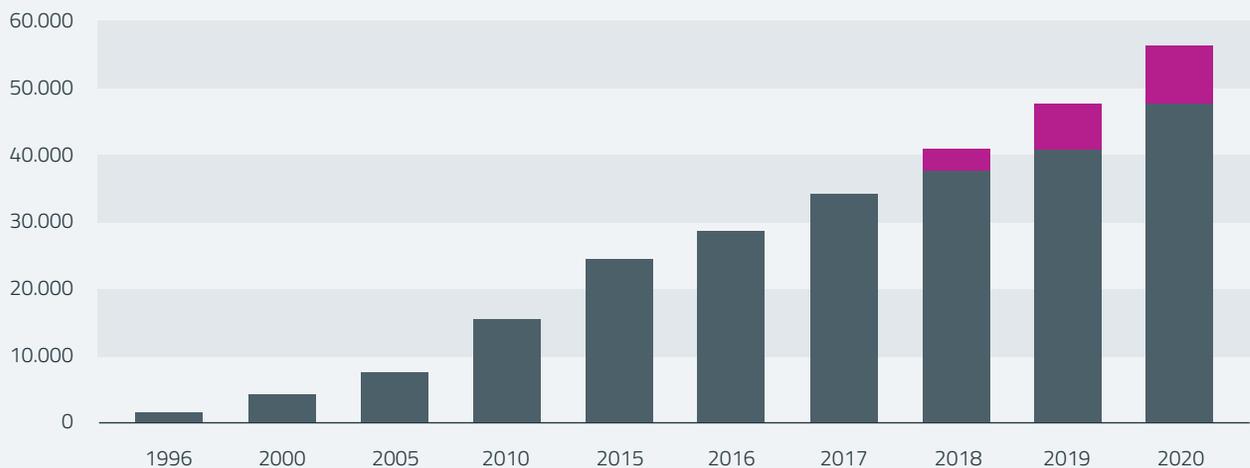
## The Apartment World on an Adventure Journey

In recent months, serviced apartments have developed into a sought-after answer to the living concepts and lifestyles of the future. This is currently confusing traditional concepts and sales strategies. Time to sort and adjust - before there is no more time. The boom in Germany is also attracting international suppliers. SACO and Staycity celebrate their premiere in Germany next year and start large-scale expansions in A-cities. The German market is standing Europe-wide on place 2 after Great Britain with most expansion plans of national and international players, according to a Catella study. Other studies show that around two-thirds of investors see residential concepts as a serious investment alternative to classic hotel investments. Anett Gregorius adds, "With a view to expanding the new target groups to include newcomers to a big city, young professionals, students, and city travellers, this is an absolutely realistic perspective. Serviced apartments are developing into a temporary all-rounder form of living." But they already exist, the prophecies of doom: For example, by announcing that real estate investors are no longer participating in the price rally everywhere as in the recently published Investor Survey 2018 by Universal-Investment. While 52.3 percent (previous year: 30.4 percent) of investors want to invest in office real estate, interest in the hotel sector has fallen to 7.7 percent (previous year: 14.5 percent) - also out of fear of a real estate bubble. The extent, to which this affects the serviced apartment sector, remains to be seen by looking into the crystal ball. At the same time, the housing industry is exerting massive pressure on prices - partly with dumping prices for compact apartments for students, career starters etc. with prices below the level of serviced apartments. 900 Euro instead of 1,500 Euro for a studio - also have an effect on the market. It's time to discuss a lot of things and to jointly shape a plan for the future.



© das FREYTAG

Abbildung 2: Entwicklung des Serviced-Apartment-Segments bis 2020



■ Anzahl der geplante Einheiten für das jeweilige Jahr



© Frankfurt, shutterstock

# Schwerpunktdestination Frankfurt am Main

Metropole mit großer Dynamik

Frankfurt am Main hat sich neben Berlin und München zu einem der Top 3 Standorte im Serviced-Apartment-Segment in Deutschland entwickelt. Als Zentrum Mitteldeutschlands und eine der führenden Finanzmetropolen weltweit, bietet die Stadt eine hohe wirtschaftliche Dynamik und beherbergt eine Vielzahl an bedeutenden Unternehmen. Die Schwerpunkte liegen dabei auf den Branchen Finanz-, Versicherungs- und Unternehmensdienstleistungen, Verkehr, Informations- und Kommunikationstechnik sowie der Automobilzulieferung. Unternehmen wie Lufthansa, Siemens, Deutsche Börse und Telekom haben ihren Hauptsitz oder eine Niederlassung in Frankfurt. Diese Wirtschaftsstruktur bedingt häufige, temporäre Aufenthalte von Projektmitarbeitern und sorgt für eine konstant hohe Nachfrage nach Serviced Apartments. Geschäftsreisende sind die Hauptzielgruppe für Temporäres Wohnen und formen in Frankfurt somit die Basis des Branchenwachstums.

Den Erfolg von Serviced Apartments lediglich in der Wirtschaftsstruktur der Stadt zu suchen, greift jedoch zu kurz. Der angespannte Wohnungsmarkt in Frankfurt am Main trägt dazu bei, dass immer mehr Wohnungssuchende in Serviced Apartments eine attraktive Übergangslösung sehen. Durch die hervorragende Infrastruktur, die hohe wirtschaftliche Dynamik und eine sehr gute Lebensqualität besitzt Frankfurt am Main eine starke Anziehungskraft für junge Menschen und Fachkräfte. Seit 2010 ist die Stadt um fast 70.000 Einwohner gewachsen. Insbesondere in den letzten Jahren sind deshalb Mieten für Wohnimmobilien im Stadtgebiet sprunghaft an-

gestiegen. Die durchschnittliche Miete für Bestandswohnungen liegt bei 14 Euro pro m<sup>2</sup> und ist alleine im letzten Jahr um 5 % gestiegen. Bezogen auf die letzten 10 Jahre ist sogar eine Steigerung von 38,5 % festzustellen. Das stärkste Mietwachstum mit 46 bis 49 % ist zudem in den früher wenig beliebten Stadtteilen Gutleutviertel, Altstadt, Gallus und Riederwald zu verzeichnen.



© ipartment, Gateway Gardens

Besondere Beachtung verdient auch der Beherbergungsmarkt in der Stadt. 2017 übertraf Frankfurt am Main erstmals die Marke von 9,5 Mio. Übernachtungen. Seit 2010 kann damit ein deutliches Wachstum der Übernachtungszahlen von 78,5 % verzeichnet werden, ein Beleg für die gestiegene Attraktivität der Stadt. Eine ähnliche Entwicklung hat die Bettenauslastung der Beherbergungsbetriebe genommen, die seit 2010 um 6,1 %-Punkte auf 50,47 % gestiegen ist. Die Gründe für das anhaltende Wachstum Frankfurts als Reise-destination sind vielfältig. Zum einen hat sich die touristische Wahr-



© ipartment, Gateway Gardens

nehmung bei Städtereisenden deutlich verbessert, zum anderen ist Frankfurt am Main ein beliebter Messe-, Tagungs- und Kongressstandort. 2017 machten Besucher dieser Veranstaltungen rund 20% der Gesamtübernachtungen in der Stadt aus. Auch in den nächsten Jahren wird der Tourismusstandort Frankfurt weiter wachsen.

Durch die internationale Bedeutung Frankfurts, die hohe wirtschaftliche Aktivität, den boomenden Tourismussektor und den angespannten Wohnungsmarkt ist es wenig verwunderlich, dass sich der Serviced-Apartment-Markt in Frankfurt am Main sehr gut entwickelt hat und ein vielfältiges Apartmentangebot aufweist. Nach aktuellen Marktzahlen sind 68 Häuser mit insgesamt 5.410 Wohneinheiten in Frankfurt am Main vorhanden (nur Häuser mit mehr als 15 Einheiten). Neben vielen kleineren Einzelanbietern sind es insbesondere national und international agierende Ketten, die den Frankfurter Markt prägen. Dazu zählen beispielsweise Adina, Capri by Fraser, Adagio, Citadines, Living Hotels und VISIONAPARTMENTS, die allesamt Häuser mit mehr als 130 Einheiten betreiben und somit eine starke Präsenz an diesem Standort zeigen. Insgesamt weisen die Kettenanbieter nach ihrer Einheitenzahl einen überdurchschnittlichen Anteil von 45% am Serviced-Apartment-Markt auf.

Aktuelle Zahlen aus der jährlich stattfindenden Marktbefragung von Apartmentservice belegen das Wachstum des Frankfurter Serviced-Apartment-Marktes in den vergangenen Jahren. Serviced Apartments nehmen inzwischen einen deutlich überdurchschnittlichen Anteil von 32% am Beherbergungsmarkt ein. An vergleichbaren Standorten wie München und Berlin fällt der Anteil mit rund 19% und 15% deutlich niedriger aus. Somit überrascht es nicht, dass die Auslastung der Serviced-Apartment-Anbieter in Frankfurt mit 77% nur im bundesweiten Durchschnitt liegt. Eine Auswirkung auf die

Preisentwicklung hat das große Angebot an Serviced Apartments jedoch (noch) nicht. Mit einer Steigerung von 4% fiel dieser ähnlich moderat aus wie an vergleichbaren Standorten.

Derzeit verzeichnet Apartmentservice dennoch bis 2020 16 konkrete Projektvorhaben mit über 2.700 Wohneinheiten. Dies entspricht einem Marktwachstum von rund 50%, womit Frankfurt am Main einen Spitzenplatz im deutschen Markt einnimmt. Dabei scheint der Trend zu immer größeren Häusern ungebrochen. Bekannte Marken im Segment wie ipartment und The Flag erweitern ihr Portfolio mit weiteren Objekten, die 170 Einheiten bzw. 230 Einheiten umfassen. Für ipartment ist das Objekt im Stadtteil Gateway Gardens am Flughafen nach den Häusern im Europa- und Bahnhofsviertel das dritte Objekt in Frankfurt, für The Flag wird das Haus im Westendviertel schon das vierte am Standort sein. Das Wachstum in der Mainmetropole verspricht in den nächsten Jahren somit ungebremst weiterzugehen.

Autor: Jan Noltemeyer, Apartmentservice

### **Metropolis with Great Dynamic**

*Frankfurt/Main is one of the top 3 locations of the serviced apartment segment in Germany. Due to the strong and dynamic economic structure of the city, the growing tourism sector and the tense housing market, serviced apartments have become increasingly important for the accommodation market. With 68 houses comprising a total of 5,410 residential units, the share of serviced apartments in the hotel industry has risen to a significantly above-average 32 percent in recent years. In particular, chain providers have disproportionately represented in Frankfurt. Despite the very numerous and varied offerings, the city remains popular for the future as well, since 2,700 more residential units are in the pipeline until 2020.*



# „Vergessen wir die Seele, den Kern unseres Geschäfts?“

Für was standen Serviced Apartments einst, für was heute? Was sind weitere Chancen neben dem Wachstum? Doris Teping, schon lange Jahre beruflich in der Apartmentwelt zu Hause, zählt zu denen, die das Erfolgssegment aktuell zum Innehalten, Hinterfragen und Diskutieren auffordern möchte. Ein Gespräch über immer noch nicht gemachte Hausaufgaben für eine auch langfristig erfolgreiche Zukunft, über zu viel Copy & Paste, fehlende Nachhaltigkeit und eine quasi unsichtbare Digitalstrategie.

**Frau Teping, der Markt des Temporären Wohnens entwickelt und wandelt sich gerade mit großer Dynamik. Sie warnen hier auch vor Entwicklungen. Inwiefern?**

Zunächst einmal ist es ja nichts Negatives, wenn sich ein Markt bewegt. Und

schön ist es auch zu sehen, dass der Serviced-Apartment-Sektor nun endlich die Aufmerksamkeit erhält, die er sich jahrzehntelang gewünscht hat. Der Wind, der aber derzeit unter so manchen Flügeln geblasen wird, kommt oftmals weniger aus gründlich analysiertem Bedarf, sondern vorrangig aus der rein zweckgebundenen Richtung einzelner Parteien. Ein Immobilienmarkt, der aufgrund fehlender Grundstücksflächen in Deutschland andere Wege zur Sicherung von Fondrenditen sucht. Die Bankenwelt, die die attraktiven Renditemöglichkeiten von Serviced Apartments für sich erkannt hat. Städte, die in Micro-Living eine weitere Antwort auf die Wohnungsnot sehen. Und nicht zuletzt Hotelketten, die ihre Marktanteile mit zeitgemäßen Konzepten gesichert wissen wollen. Nicht nur

unsere Gesellschaft macht sich gerade ohne Vision, Wegweiser und Zielvorgabe auf einen langen Weg ins digitale Zeitalter auf - die Serviced-Apartment-Branche auch. Das momentane Copy & Paste von Konzepten oder das Gestalten look-a-liker Hybridformen – oft nur für die Zielgruppe der Urban Traveller – stehen ebenso für eine gewisse „Orientierungslosigkeit“. Immer kürzer werdende Taktungen von Twitter-Meldungen über avisierte Planungen oder Neueröffnungen im Serviced-Apartment-Bereich lassen vermuten, dass in Zukunft nahezu jeder Mensch in einem solchen leben, wohnen und arbeiten wird. \*Ironieoff\*. Zudem sorgt die aktuelle Diversifizierung des Serviced-Apartment-Markts auch auf der Consumer-Seite für berechnete Fragezeichen. Dem Produkt fehlt (immer noch)



das eigene Standing – und variiert schon in mannigfaltigen Formen. Transparenz, Vergleichbarkeit von Angeboten bleiben dabei nach wie vor auf der Strecke. Was mir persönlich aktuell auch insbesondere bei der Entwicklung neuer Projekte fehlt, ist eine integrierte Exit-Strategie. Für eine Gesellschaft im demografischen Wandel ist eine strategische Planung über die eigentliche Nutzungszeit der Immobilie als Beherbergungsbetrieb hinaus sinnvoll. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird nur sehr selten in Bauvorhaben umgesetzt.

### **Wie verändert sich gerade das Produkt Serviced Apartments?**

Dass ein Serviced Apartment über eine Küche verfügen sollte und längerfristig zu buchen ist – das ist in allen neuen Brand-Konzepten berücksichtigt. Ob mit diesen Produkten auch dann tatsächlich die „Wohnen-auf-Zeit-Klientel“ angesprochen wird, sei dahingestellt. Oftmals bewegt sich der Langzeitanteil unterhalb von 20 Prozent, und der kurzfristige Verkauf zu höheren Hotelraten erscheint attraktiver (was allerdings wiederum auch z. T. fehlendes Know-how im Revenue Management von Serviced Apartments widerspiegelt) Der allgemeine Fokus

scheint momentan auf zwei Säulen ausgerichtet zu sein: auf Design und/ oder (IT-)Technik. Vergessen wird oft der Freiraum für den einzelnen Langzeitgast, seinen Wohnraum individuell mitgestalten zu können. Ein mit Tafelfarbe gestrichenes Board mit der Möglichkeit für die Einkaufsliste ist nicht ausreichend. Möbel umstellen können, Varianten reinbringen können, gestalten dürfen – alles ausgeklammert, nicht vorgesehen. Doch das macht Wohnen auf Zeit doch erst für viele wirklich aus. So schaffe ich mir als Langzeitgast erst ein „zweites Zuhause, fern des eigentlichen Zuhauses“. Und als Betreiber grenze ich mich damit gleichzeitig vom klassischen Hotelangebot und der Sharing Economy ab. Vergessen wir vielleicht gerade ein bisschen die Seele unseres Geschäftes/ die wirklichen Wohnbedürfnisse unserer Gäste, neben all dem Design, der Funktionalität und den digitalen Möglichkeiten?

### **Welche Herausforderungen treiben Sie aktuell um?**

Die grundlegenden Hausaufgaben der Nische sind noch nicht abgeschlossen. Auch 2018 weiß noch nicht jede/r im Land, was ein „Serviced Apartment“ oder

früher „Boardinghouse“ ist. Und Airbnb, das zum Amazon der Beherbergungsbranche avanciert ist, macht es auch nicht unbedingt leichter, die Vorzüge unseres Segments zu kommunizieren. Für eine Nische, die so durchstartet, ist auch im Jahr 2018 noch immer kein IBE (Internet Booking Engine) entwickelt, der auf die Branchenbedürfnisse vollends eingeht. Alles, was derzeit zu haben ist, sind Hotel-IBEs, die ein wenig Serviced Apartments können – und dass sowohl cloud-basiert oder nicht.

### **Inwiefern ist es aktuell schwerer oder leichter geworden, als Einzelbetreiber auf dem wachsenden Markt zu bestehen?**

Leicht trifft es nicht, schwerer auch nicht. „Nur“ wesentlich zeitintensiver. Neben der explosionsgleichen Steigerung des allgemeinen Verwaltungsaufwandes in den letzten zehn Jahren, steht auch die Parahotellerie praktisch vor den gleichen Herausforderungen wie die klassische Hotellerie und versucht sich einer ganzen Bandbreite von Themen gleichzeitig zu stellen. Zum Beispiel im Marketing: Am Puls der Zeit sein zu wollen, heißt derzeit noch die große Klaviatur bespielen zu

müssen. Allein im Bereich Online-Marketing ist die Sichtbarkeit im Netz durch SEA, SEO und E-Commerce oder ein gewisses Storytelling über relevante Social-Media-Kanäle nur die Eisspitze des Spektrums. Zudem stehen Gast und Mitarbeiter/innen heute und morgen auf dem gleichen Wichtigkeitstrepptchen, was mindestens zwei definierte Marketingstrategien fordert. Und viel Kommunikation. Und Umsetzung. Im digitalen Vertrieb sind Serviced Apartments zurzeit im Déjà-vu-Modus, schaut man auf den Ursprung und die Historie der Hotel-E-Channels. Unser „neues“ Produkt, das gerade so schön hupt, findet seine „neuen elektronischen Zwischenhändler“ – darunter auch viele semi-innovative Portale, die gerne Teil der Goldgräberstimmung sein möchten. Digitalisierung, Datenschutz, Dokumentationspflichten, (Steuer-) Rechtssicherheit und wachsender Wettbewerb sind weitere Aspekte, die

ihre Zeit fordern. Eine der für mich ganz elementaren Fragen ist und bleibt jedoch immer, ob und wenn ja wie es uns auch in der Zukunft gelingen wird, eine gute, echte und emotional-wertvolle Bindung zum „Gast der Zukunft“ aufzubauen.

**Wie hat sich Ihr Haus in den letzten Monaten entwickeln können?**

Unser Haus hat im vergangenen Jahr – als eines der ältesten Economy-Apartmenthäuser mit 172 Serviced Apartments – nicht nur sein Frühstückangebot auf ein nachhaltiges Angebot umgestellt und sich bio-zertifizieren lassen, sondern auch sein Angebot an der Bar und im Market auf viel Bio, Fair Trade oder lokale Produkte ausgerichtet. Ein Schritt, flankiert von stetiger Reduzierung des Verpackungsmülls, der sich nicht nur in einer gestiegenen Gästezufriedenheit widerspiegelt, sondern der sich auch unterm Strich gelohnt hat. Generell konnte

die Performance und die Profitabilität des Hauses erneut und seit zwölf Jahren in Folge getoppt werden.

**Vielen Dank für das Gespräch.**

Das Interview führte Sylvie Konzack

**„Are We Forgetting the Soul, the Core of Our Business?“**

*What did Serviced Apartments once stand for, what for today? What are other opportunities besides growth? Doris Teping, who has been professionally at home in the apartment world for many years, is one of those who would like to invite the successful segment to pause, question and discuss. This includes homework not yet done for a successful long-term future such as efficient marketing for the segment, an own IBE (Internet Booking Engine) as well as too much copy & paste, lack of sustainability and a quasi-invisible digital strategy.*

KÖLN-CITY | KÖLN-MÜLHEIM | KÖLN-MESSE  
 ESSEN | FRANKFURT EUROPAPIERTEL  
 FRANKFURT BAHNHOFSVIERTEL | ZÜRICH



what's next?



**NEW OPENINGS**

Q4 2018 Essen City

Q1 2019 Wolfsburg

Q2 2019 Hamburg Hafen City

Q3 2019 Frankfurt Airport

Q4 2019 Böblingen/Sindelfingen

**ipartment®**

FIRST CHOICE SECOND HOME.



# Serviced Apartments als Investmentobjekt

Warum die Immobilienbranche es sich nicht leisten kann, dieses Segment zu ignorieren.

Was er damit meint, erklärt Rechtsanwalt Markus Wenske, wenske real estate legal. Er betreut seit 1998 überregional Investoren, Entwickler und Betreiber.

## **Herr Wenske, wir kennen Sie als Rechtsanwalt, wie kamen Sie zu Serviced Apartments, was ist der Grund Ihrer Begeisterung?**

Ich bin jetzt 20 Jahre in der Immobilienbranche tätig, davon viele Jahre direkt beim Projektentwickler. Von da kenne ich die immerwährende Suche nach besseren Produkten, nach neuen Ideen für die vorhandenen Standorte und nach Projekten, die für alle Akteure und Entscheider attraktiver sind und deshalb besser „laufen“. Ich meine, Serviced Apartments haben hier einiges zu bieten.

## **Wo sehen Sie die wesentlichen Unterschiede der Serviced Apartments zu den anderen Immobilienkategorien, was sind die Vorteile?**

Um es auf den Punkt zu bringen: Serviced Apartments sind flexibler bei der Nutzung von Immobilienstandorten und Nischen, sie sind im Bau und Betrieb effizienter und sie sind als Investment weniger riskant, verglichen mit Hotels.

## **Zum Thema Risiko – wo sehen Sie die Vorteile im Vergleich zu Hotels?**

Hotelimmobilien sind in hohem Maße Betreiberimmobilien und hängen vom Unternehmenserfolg des Betreibers ab. Jedes Hotelzimmer und jedes Getränk und Essen muss Tag für Tag verkauft werden.

Die Risiken dieses Geschäfts lasten auf der Betreiberimmobilie und damit auf der Kapitaldienstfähigkeit des Investors.

## **Aber ist das bei Serviced Apartments nicht auch so?**

Serviced Apartments sind da weniger riskant. Erstens ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer des Gastes deutlich länger, hieraus resultieren eine deutlich höhere Auslastung und eine geringere Fluktuation gegenüber Hotels. Zweitens sind Serviceangebot und –aufwand im Vergleich zum Vollhotel abgesenkt, sodass die betrieblichen Risiken in den Bereichen Gastronomie und Service deutlich kleiner sind. Dieses Thema erhält in Zukunft durch den Fachkräftemangel deutlich mehr Brisanz. Im Ergebnis können Serviced Apartments für den Investor mit einer geringeren Ausfallwahrscheinlichkeit aufwarten, weil die Risikostruktur sich etwas mehr den klassischen Mietwohnungsgeschäften annähert, verglichen mit Hotelimmobilien.

### **Sie sprachen zuvor von Flexibilität in punkto Grundstück und Standort – was ist damit gemeint?**

Derzeitiger Engpassfaktor des Immobiliengeschäfts sind die Baugrundstücke. Die Preise für Grundstücke der Standardprodukte Büros, Wohnen oder Hotels sind massiv gestiegen. Die übrigen Grundstücke sind oft kleiner oder bauplanungsrechtlich etwas schwierig, aber preisgünstiger. Diese Nische kann man mit Serviced Apartments gut besetzen, denn sie können auch in kleineren Einheiten effizient sein.

### **Und wo liegen die Vorteile bei der Baurechtsschaffung?**

Hier haben Serviced Apartments einen echten Wettbewerbsvorteil: Die Bauämter genehmigen Hotels meist nur in den eher gewerblich geprägten Gebieten/Bebauungsplanbereichen. Ein Apartmentprojekt lässt sich hingegen an die örtlichen Vorgaben der Gebietsstruktur anpassen und ist dann auch in wohnungsgeprägten Gebieten genehmigungsfähig. Freilich benötigt der Betreiber hierzu eine gewisse Flexibilität und Variationsbreite beim Betriebskonzept, d.h. er muss also je nach Standort mehr wohnartig oder mehr hotelartig agieren. Das schaffen viele große Hotelbrands nicht und müssen Standorte oft ablehnen oder sie verhandeln langwierig, aber kommen nicht zum Zug. Hier meine ich in der Tat, dass die Immobilienbranche es sich nicht leisten kann, diese Chancen zu übergehen.

### **Wie nehmen denn die Behörden das Thema Serviced Apartments wahr?**

Hier geht es um Städtebau und Politik. Für Stadtplaner sind Serviced Apartments teils noch neu und erklärungsbedürftig, auch aufgrund der großen Variationsbreite. Der Nutzen für die Stadt wird aber schnell klar: Das Longstay-Segment ermöglicht allen, die sich längerfristig in einer Stadt aufhalten (z. B. projektbezogen), eine intensivere lokale Einbindung und ein temporäres Wurzeln-Schlagen, im Vergleich zum Wohnen im Hotel, wo man oft „ein Reisender bleibt“. Und es verhindert, dass diese Personen in den Wohnungsmarkt drängen und die Wohnungsmieten hochtreiben, und so die Wohnbevölkerung verdrängen – oft zahlt der Arbeitgeber die Unterkunft und kann den lokalen Wohnungsmieter spielend überbieten. Für den Städteplaner sind Serviced Apartments daher ein Bestandteil der gesunden Mischung und haben einen berechtigten Platz.

### **Kommen wir zu den Effizienzvorteilen – worin sehen Sie die?**

Die Baukosten bei Hotels sind stark gestiegen, u. a. durch höhere technische Anforderungen, besonders in der Gebäudetechnik/TGA und im Brandschutz. Gestiegen sind aber auch die Kosten im laufenden Betrieb, u.a. durch Wartung und Instandhaltung. Bei Serviced Apartments besteht die Chance auf ein schlankeres und weniger techniklastiges Bauen und Betreiben. Aber auch beim FF&E ist der Aufwand (= Investitionskosten pro Apartment) i. d. R. geringer als beim Hotelzimmer, zudem sind Abnutzung und Verschleiß geringer.

### **Gehen wir zurück zur Perspektive des Investors: Gibt es aus dieser Sicht denn ansonsten, von der Grundstruktur her, gravierende Abweichungen zwischen Serviced Apartments und Hotels?**

Konzeptionell wird ein Serviced Apartment sehr ähnlich wie eine klassische Hotelimmobilie konfektioniert: Der Investor erhält mit dem Betreiber einen langfristigen Pachtvertrag/Mietvertrag über die Immobilie und erzielt somit Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung, i.d.R. gewerbesteuerfrei und möglichst vorsteuerabzugsberechtigt. Die Vertragsdauer (20-30 Jahre, teils auch kürzer) und die üblichen Double-Net-Regelungen ähneln dem Hotelinvestment stark. Das Investment ins FF&E übernimmt auch hier der Betreiber/Pächter/Mieter), auch dort ist es möglich, mit FF&E-Zuschüssen diese Investmentkosten und die Miethöhe/Pachthöhe sowie den Immobilienwert zu optimieren. Das ist also ein bekanntes und bewährtes Grundkonzept. **Vielen Dank für das Gespräch.**

wenske real estate legal ist eine Spezialkanzlei für Immobilienrecht, Projektentwicklung, Serviced Apartments und Hotelimmobilien mit Sitz in Berlin. Rechtsanwalt Markus Wenske gibt zusammen mit dem Steuerberater und Wirtschaftsprüfer Dr. Götz Martius, Martius Wirtschaftsprüfer & Steuerberater, und Dr. Peter Durinke, Rechtsanwalt, de Witt Rechtsanwälte, auf der SO!APART einen Gesamtüberblick über die rechtlichen Kriterien für den Projekterfolg.

Kontakt Rechtsanwalt Markus Wenske: [info@wenske-legal.de](mailto:info@wenske-legal.de),  
Telefon +49 (0)30 – 92 03 83 41 06

---

## ***Serviced Apartments as an Investment Object - Why the Real Estate Industry Cannot Afford to Ignore this Segment***

*The reason for this is that serviced apartments are more flexible in the use of real estate locations and niches in construction and operation, and less risky as an investment than hotels, according to attorney Markus Wenske, wenske real estate legal. An advantage in building law is that an apartment project can be adapted to the local requirements of the area structure and can then also be approved in residential areas.*

---

# Apartments als Netzwerk



**Fast 20 Jahre auf dem Markt und nach wie vor die Innovationsfahne für das Segment hochhaltend – die VISIONAPARTMENTS haben gerade das erste Serviced-Apartment-eigene PMS gestartet. Wir trafen CEO Anja Graf und sprachen mit ihr über eine neue Firmenstruktur, ein genossenschaftliches Market-Place-Modell und mancherorts absurde Marktvorstellungen.**

**Frau Graf, Sie haben 1999 mit 21 Jahren die VISIONAPARTMENTS gegründet – in einer Zeit, in der man das Potenzial des Serviced-Apartment-Trends erkennen, aber noch nicht erwarten konnte. Inzwischen wartet das Schweizer Unternehmen mit über 200 Mitarbeitern und rund 1.800 Serviced Apartments in ganz Europa auf. Hinzu kommen Shared**

## **Offices und ein Concept Store. Der logische Schritt in eine neue Geschäftsstruktur?**

Wir konnten über die Jahre sehr gut mit der Branche mitwachsen und befinden uns aktuell in einer großen Umbruch- und Umstrukturierungsphase. Bisher bündelten wir in unserem Unternehmen die beiden Teile Immobilien und Operations unter einer Holding. Nun gliedern wir die Immobilien zu einer eigenen Immobiliengesellschaft aus, sodass die VISIONAPARTMENTS mit den VISION Management Services und den VISION Business Services das Management der Häuser fokussieren können. Reine Managementverträge sind unser neuer Businesszweig.

## **Können Sie damit auch Ihre geplante eigene PMS zielgenauer realisieren?**

Ja, mit der neuen Struktur werden wir noch besser aktuellen IT-Aspekten gerecht, denn wir sind überzeugt, dass die Themen IT, Online-Vertrieb und das Agieren in Netzwerken aktuell und künftig zu den Schlüsselthemen der Serviced-Apartment-Branche gehören werden. Seit fünf Jahren arbeiten wir bereits an einem brancheneigenen PMS und haben dafür auch kleinere IT-Firmen gekauft. Gerade haben wir das erste Release gestartet. Das neue System verknüpft alles im Ablauf und Betrieb miteinander. Alle unsere Türen sind z. B. mit Code Locks versehen, sodass der Kunde und wir einen Online-Zugang zum Schloss haben. Eine größere Firma könnte dann z. B. selbst checken, ob ihr Mitarbeiter angekommen ist. Wir wiederum können sehen, wer wann eingchecked hat, oder auch wie lange das Housekeeping im Zimmer war. Alles in allem ist dies für uns die Möglichkeit zu einem weiteren, großen Kundenservice, weil unsere Häuser typischerweise keine Rezeption haben.

## **Löst Ihr PMS auch das große Thema Langzeitbuchbarkeit?**

Das tut es, wir stehen schließlich selbst

für Longstay. Wir können mit dem System unsere Kategorien anbieten, das System übernimmt selbstständig die Buchungen und unser IT-Team in Warschau prüft, wie die Matches sinnvoll zugeordnet werden können. Zudem sind mit dem System auch Überbuchungen möglich, die wir im Notfall mit Hotels ausgleichen können. In jedem Fall erwarten wir durch diese Option spürbar höhere Umsätze. Und auch bei den Reinigungskosten gehen wir von einer Reduzierung der Kosten um rund 30 Prozent aus.

## **Wollen Sie das System auch anderen Unternehmen zur Verfügung stellen?**

Ja, dafür besteht es aus zwei Teilen: Aus dem schon kurz skizzierten operativen Teil samt Back-of-House und aus einem reinen PMS, das wir mittelgroßen Unternehmen zur Verfügung stellen werden. Sie benötigen damit keine einzelnen Channelmanager, Hotelsoftwaresysteme, Buchhaltungsprogramme etc. mehr, unser PMS kann alles bündeln. Am entscheidendsten ist aber, dass sich das System als Market-Place versteht, d. h. dass alle Häuser innerhalb unserer Plattform bei anderen Anbietern Buchungen vornehmen können. Wir wollen dafür unser Netzwerk auf die weltweit 20 größten Serviced-Apartment-Provider ausweiten, vor allem auch in Asien. Diese Aufgabe hat im September Max Thorne als neuer Senior Board Director übernommen. Die Idee ist, dass jedes Unternehmen je nach Anzahl der Buchungen einen Anteil an der Plattform besitzen wird – umso höher die Buchungen, umso höher der Anteil. Im Gespräch mit Häusern in New York und London zeigten sich bereits viele von dem Ansatz begeistert. Denn letztlich haben wir in der Branche alle das gleiche Problem: Dass wir einen hohen Prozentsatz unseres Umsatzes an Vermittler abgeben. Wir wollen mit dem System für alle einen echten Mehrwert schaffen.

### Wie läuft bisher Ihre eigene Vermittlungsplattform?

Gut, vor allem im Hinblick darauf, dass wir damit global buchbar sind und unsere internationalen Firmenkontakte verbessern konnten. Mit den Partnern haben wir bisher lose Verträge, jeder bekommt bei Buchungen beim anderen 10 Prozent Provision. Bei unserem neuen Market-Place-System sollen sie jetzt feste Partner werden. Dieses Netzwerkmodell gibt es bisher noch nicht in unserem Segment.

### Ob Trend zu Mikroapartments und große Häuser, Community Spaces oder Quartiersbildung – das Produkt Serviced Apartment ist gerade mit zahlreichen neuen Strömungen konfrontiert. Wie blicken Sie darauf?

Vieler dieser Elemente setzen wir selbst schon länger um. Vor allem bei größeren Objekten realisieren wir oft kleinere Wohnungen, zum Teil mit Verbindungstüren, und bieten den öffentlichen Raum eher auf einem Community Level an. Vor wenigen Monaten haben wir z. B. unser erstes VISIONAPARTMENT Living in Vevey aufgemacht, in dem wir das Thema Sharing komplett mit Shared Offices, der Shared Kitchen und der Lounge umgesetzt haben – und die Leute schätzen das sehr. Wir wollen dies auch in den geplanten größeren Objekten sehr betreut fortsetzen – mit einer Shared Küche, einem eigenem Koch und eigenen Speisen in Einweckgläsern, die in der Lobby

### lich gelöste Mikrowohnungen an. Wollen Sie künftig verstärkt auf Mikrolösungen setzen?

Diese Wohnlichkeit gelingt uns, weil wir seit Langem eine eigene Architekturabteilung im Haus haben. Bei dem Objekt in Lausanne war das Raster schon vorgegeben, und wir mussten das Beste aus den kleinen Räumen machen. Grundsätzlich machen wir die Größe unserer Apartments aber weiterhin von den baulichen Gegebenheiten abhängig, und viele unserer Apartments sind deutlich größer. Aber wir sehen auch, wie gefragt die Mikrowohnungen sind. Wer einen Monat lang in einem Apartment wohnt, braucht vielleicht doch keine große Flächen. In jedem Fall wünschen sich aber unsere Kunden, dass sie zentral und praktisch wohnen und dass das Serviced Apartment günstiger ist als ein Hotel.

### Besteht nicht die Gefahr, dass wenn sich kleine Einheiten langfristig auf dem Serviced-Apartment-Markt durchsetzen, die Wohnlichkeits-DNA von Serviced Apartments verloren geht?

Ja, das kann passieren. Aber der Druck auf die Branche ist groß geworden. Bei der steigenden Zahl an Playern, ihren hohen Renditeerwartungen an das Segment und anhaltenden Niedrigzinsen findet man kaum noch geeignete Immobilien. Für viele Betreiber ist es zugleich eine Challenge geworden, sich



angeboten werden. Zusammen sollen sie eine spannende Alternative zum klassischen Restaurant und Shop bilden. Eine Küche bis Minibar wird es aber bei uns weiterhin im Serviced Apartment geben. Nur wo es baulich nicht geht, kommt z. B. unsere Marke Living zum Einsatz. Aber der Fokus bei den VISIONAPARTMENTS liegt weiterhin auf Longstay und auf einer Küche im Apartment.

### Ihr neues VISIONAPARTMENTS St. Sulpice in Lausanne – in zwei Kategorien für die SO!APART Awards 2018 nominiert – bietet fast ausschließlich wohn-

für die richtige Short- oder Longstay-Strategie zu entscheiden und nicht bei den OTAs plötzlich Hotelpreise anzubieten. Wir selbst haben unser Portfolio in Wien verkleinert, weil es zuletzt schwierig geworden ist, für 45 m<sup>2</sup> große Studios eine zahlende Klientel zu finden. Aber wir merken auch bei unseren Gesprächen, die wir im Rahmen unseres neuen Produkts als Managementpartner führen, welche absurden Vorstellungen über die Umsatzmöglichkeiten mit Serviced Apartments herrschen. Als Longstay-Anbieter liegen unsere Kosten bei etwa 48 Prozent der Bruttomiete ohne Zinsen. D. h. wenn der Besitzer für eine Wohnung 2.000 Euro netto fordert, müssen wir 4.000 Euro

# Raum wirkt.

## xs living

designfunktion  
Gesellschaft für moderne Einrichtung mbH  
Untermarkt 20  
82418 Murnau  
Telefon +49 8841 672957-0  
murnau@designfunktion.de

von den Gästen verlangen – einfach zu viel für 26 m<sup>2</sup>. Und dann verzeichnen wir bei einer 95-prozentigen Auslastung höchstens einen Gewinn um die 20 Prozent.

### Wie sehen Ihre weiteren Pläne in Deutschland aus?

Unsere Objekte laufen sehr gut in Deutschland, und wir suchen weitere Standorte. Aber der Immobilienmarkt ist sehr überhitzt, und wir sind nicht bereit, zu jedem Preis zu kaufen.

### Wie möchten Sie den Bereich Shared Offices weiterentwickeln?

Ursprünglich wollten wir in größeren Apartmenthäusern zwei Shared-Offices-Etagen vorsehen. Inzwischen richten wir aber z. B. 20 Arbeitsplätze überall dort in unseren Häusern ein, wo es Platz gibt und berechnen in einem Art Abo-Modell eine Monatsgebühr. Darin enthalten können mehrere Codezugänge zu den Büros, zur Küche etc. sein.

### Worin sehen Sie aktuell als Gründerin Anja Graf Ihre Hauptaufgabenfelder innerhalb der neuen Firmenstruktur?

Ich bleibe CEO über alle beiden Firmen. In den nächsten ein, zwei Jahren konzentriere ich mich dabei vor allem auf die großen IT-Projekte, ihre Fertigstellung und ihren Launch. Im Februar werden wir weitere Features hinzufügen und hoffen, das Produkt im

März dem Markt anbieten zu können. Wenn es uns gelingt, zum dritten Mal die IT so aufzusetzen, dass man auf dem Markt gut mitspielen kann, dann fühlt es sich ein bisschen wie diese Goldgräberstimmung in den 1930er oder 1940er Jahren an.

### Herzlichen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Sylvie Konzack

## Apartments as Network

*VISIONAPARTMENTS have been on the market for almost 20 years and continue to stand for innovation. We spoke to CEO Anja Graf about VISIONAPARTMENTS' first serviced-apartment-own PMS, developed by themselves. It was also designed to solve the problem of booking long-term stays and sees itself as a marketplace for all houses within the platform. "Sharing" also plays a role at VISIONAPARTMENTS. Especially in the case of larger properties, they realise smaller apartments and offer public space on a community level. But an own kitchen will, as far as structurally possible, remain in each apartment. As the pressure on the industry has grown, for many operators it is a challenge to decide on the right short- or long-stay strategy and not suddenly offer hotel prices to the OTAs. In the meetings she has had for their new product as managing partners, she also noticed how absurd the ideas about the sales opportunities with serviced apartments sometimes are.*





# Das Programm der SO!APART 2018

**„Mix & Match“ steht für das Kombinieren und Mischen unterschiedlicher Konzepte, das Zusammenbringen von Ideen und Vorstellungen sowie für das Komplementieren und Erweitern des Angebots. Ein Umfeld, in dem sich das Serviced-Apartment-Segment gerade bewegt.**

Wo und für was stehen Serviced Apartments also aktuell? Was wünscht sich die vielfältiger werdende Gästeklientel? Und: Haben Aparthotels für den Longstay ausgedient? Die wichtigste Fachtagung für Serviced Apartments im deutschsprachigen Raum thematisiert und diskutiert am 14. und 15. November 2018 die dynamischsten Trends des Segments.

„Grenzen verschwimmen, und neue Anbieter adaptieren Konzepte. So sehr sich der Serviced-Apartment-Markt auf seinem vorläufigen Peak befindet, so sehr erfindet er sich derzeit neu“,

konstatiert Anett Gregorius, Veranstalterin und Initiatorin der SO!APART. Die Teilnehmer erwarten zwei spannende Tage, denn der Markt befindet sich in nie da gewesener Konzeptbewegung. „Lassen Sie uns bei der SO!APART 2018 die weitere Richtung justieren.“

Hochkarätige Experten und Branchenkenner werden entsprechend zu interessanten Themen rund um den Betrieb der Spezialimmobilie sowie zu Marktentwicklungen, Trends und Perspektiven referieren und sich darüber austauschen.

Die SO!APART lädt die relevanten Akteure zum ersten Mal nach Leipzig und dort ins neu eröffnete Felix im Lebendigen Haus am Augustusplatz ein. Zudem können bereits am Vorabend Interessierte bei einer Apartmenttour durch Leipzig neue Projekte kennenlernen. Höhepunkt der Veranstaltung ist die feierliche Verleihung der SO!APART-Awards.

# Programm 14.11.

**Felix im Lebendigen Haus am Augustusplatz, Augustusplatz 1-3, 04109 Leipzig**

Sie werden während der Tagung mit Speisen und Getränken versorgt.

Zeit	Thema Raum 1   Referent	Zeit	Thema Raum 2   Referent
ab 8.30	<b>Registrierung und Begrüßungskaffee</b>		
9.30 bis 9.35	<b>Begrüßung</b>   Kai Böcking und Anett Gregorius		
9.35 bis 9.55	<b>Marktüberblick international</b>   Christian Strieder, Country Manager DACH, STR		
9.55 bis 10.40	<b>Trends, Fakten - Update Marktdaten 2018</b>   Anett Gregorius, Inhaberin und Gründerin Apartmentservice		
10.40 bis 11.05	<b>Vorstellung überarbeitete Charta des Temporären Wohnens</b>   Die Fachgruppe „Serviced Apartments“ des Arbeitskreis Hotelimmobilien berichtet über ihre Aktivitäten - Präsentation durch Uwe Niemann, Leiter Markt Hotelfinanzierungen, Deutsche/Hypo		
11.05 bis 11.50	<b>Kaffeepause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung</b>		
11.50 bis 12.50	<b>New Kids on the Block – die neuen Mitspieler</b>   Christian Scheuerl, Managing Director, MPC Micro Living Development GmbH; Rupert Simoner, Vorstandsvorsitzender, Vienna International Hotelmanagement AG; Kristin Oberweger, General Manager, PhilsPlace Management GmbH	11.50 bis 12.50	<b>Gesamtüberblick rechtliche Kriterien für den Projekterfolg: Steuern, Öffentliches Baurecht, Zivilrecht</b>   Markus Wenske, Rechtsanwalt, wenske real estate legal; Dr. Götz Martius, WP&StB, Martius Wirtschaftsprüfer & Steuerberater; Dr. Peter Durinke, Rechtsanwalt, de Witt Rechtsanwälte
12.50 bis 14.05	<b>Mittagspause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung</b>		
14.05 bis 14.40	<b>Apartment goes Micro: Flächeneffizienz bei Serviced Apartments</b>   Reiner Nittka, Vorstand, GBI AG	14.05 bis 14.40	<b>Schwerpunktdestination Frankfurt</b>   Jan Noltemeyer, Junior Consultant, Apartmentservice Consulting
14.40 bis 15.15	<b>Wachsen durch neue Vertragsmodelle</b>   Panel: Lisa Neubueser, Director of Development and Acquisition, Cycas Hospitality BV; Martin Henke, Geschäftsführer, CAPERA Immobilien Service GmbH Berlin - Moderation: Sylvie Konzack, Chefredakteurin, Bleisure Traveller	14.40 bis 15.15	<b>Der Markt in Österreich, Tschechien und Ungarn</b>   Roman Kopacek, Geschäftsführer, Michaeler & Partner
15.15 bis 16.00	<b>Kaffeepause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung</b>		
16.00 bis 17.15	<b>Round Tables zu aktuellen operativen Themen</b> (siehe Seite 22)   Thomas Hölscher, Leiter Produktmanagement OPUS, JÄGER DIREKT - Jäger Fischer GmbH & Co. KG; Jörg Schönfeld, Mitbetreiber Apartment. Base4.0; Pantelis Astrinidis, Abteilungsleiter, Eurofins Institut Jäger GmbH; Katharina Kunze, Global Sales Leader, Vision Management Service GmbH	16.00 bis 17.15	<b>Meet &amp; Match</b> - für Betreiber, Investoren und Projektentwickler (Raum Training-Room I, Design Offices, 2. OG)



**Felix im Lebendigen Haus am Augustusplatz, Augustusplatz 1-3, 04109 Leipzig**

**ab 19.00 Uhr** Registrierung und Welcome Drink

**20.00 Uhr bis 22.00 Uhr** Feierliche Verleihung der SO!APART-Awards 2018 (mit Dinnerbuffet)

**ab 22.00 Uhr** After-Show-Party

# Programm 15.11.

Felix im Lebendigen Haus am Augustusplatz, Augustusplatz 1-3, 04109 Leipzig

Sie werden während der Tagung mit Speisen und Getränken versorgt.

Zeit	Thema Plenum   Referent
ab 8.30	<b>Begrüßungskaffee</b>
9.00 bis 9.05	<b>Begrüßung und Zusammenfassung des Barcamps</b>   Kai Böcking und Anett Gregorius
9.05 bis 10.15	<b>Keynote: Vom Wohnraum zum Lebensraum: Lebensstile und Wohnen in der Zukunft</b>   Oona Horx-Strathern, Trendforscher, Rednerin & Autorin
10.15 bis 10.30	<b>Wissen wir wirklich, was unsere Kunden wollen?</b>   Vorstellung der Umfrageergebnisse
10.30 bis 11.15	<b>Kaffeepause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung</b>
11.15 bis 12.00	<b>Wir können aus Fehlern lernen, tun's aber nicht.</b> Für was standen Serviced Apartments noch? Wer sind wir mittlerweile? Haben wir außer Wachstum noch andere Ziele für die Zukunft? Vergeben wir nicht gerade echte Chancen? Lassen Sie uns Klartext reden.   Impulsvortrag: Sylvie Konzack, Chefredakteurin Bleisure Traveller; Im Gespräch mit Betreibern – inspiriert von Doris Teping, seit über 15 Jahren Serviced Apartment begeistert
12.00 bis 12.50	<b>Haben Aparthotels für den Long-Stay ausgedient?</b>   Impulsvortrag: Petra Heß, Solopreneur art3p; Panel: Petra Heß, Solopreneur art3p, Markus Beike MRICS, Development Director Germany & CEE, Staycity Group; Georgios Ganitis, Regional General Manager - Europe, Adina Apartment Hotels - Moderation: Rolf Westermann, Chefredakteur, AHGZ
12.50 bis 14.05	<b>Mittagspause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung</b>
14.05 bis 15.05	 <b>„Das Nest des Flamingos“. Branchenpitch für innovative Produkte</b>   Moderation: Kai Böcking; Präsentation ausgewählter Innovationen
15.05 bis 15.35	<b>Wo schlafen wir morgen - und wie?</b>   Markus Lehnert, Regional Vice President Development, Marriott International
15.35 bis 16.05	<b>Unlocking Real Estate Value: Wertsteigerung durch Community</b>   Johannes Menge, Development Manager Europe, Zoku Amsterdam B.V.
16.05 bis 16.15	<b>Ausblick und Ende der SO!APART 2018</b>

# Geben Sie den Takt vor – die Round Tables auf der SO!APART



Nach einer kurzen Einführung der Referenten bestimmen die Teilnehmer durch ihre Fragen den weiteren Verlauf und die Schwerpunkte der Gesprächsrunden. Um diese Themen geht es:

## **SmartHome – ready ohne Mehrkosten!**

Smartes Wohnen kommt für immer mehr Nutzer in Frage, denn teures Nachrüsten entfällt. „Upgrade your home!“ auch für Bestandsgebäude, die renovierungsfrei vernetzt werden können, ohne dass das Verlegen neuer Leitungen oder aufwändiger Zusatzinstallationen notwendig ist. So können Betriebskosten nachhaltig gesenkt werden, beispielsweise durch die anwesenheits- und helligkeitsorientierte Beleuchtung. Die stufenlosen Systeme, die sich an jede Lebens- und Wohnsituation anpassen, machen von kleinen, nur auf einen Raum bezogenen Lösungen bis hin zum vollvernetzten Haus vieles möglich.

Thomas Hölscher, der Referent, setzt sich als Leiter OPUS Produktmanagement bei der JÄGER DIREKT Jäger Fischer GmbH & Co. KG, mit diesen Prozessen tagtäglich auseinander.

## **Neu denken – Effizienz durch Networking**

Die Apartment.Base 4.0 ist als europaweit einzigartige Plattform für alle Apartmenttypen, ob Student- oder Micro-Living oder Serviced Apartments, von branchenführenden Netzwerk- und Gewerkepartnern initiiert worden. In der Ausstellung und durch die maximale Wirtschaftlichkeit in allen Details und Gewerken zeigt sich ihre Handlungskompetenz. Die Partner planen, projektieren und bauen stringent von innen nach außen. Das bedeutet, die Entwicklung bedarfsgerechter Grundrisse, Apartmenttypen und -standards ist der erste Schritt und wird im Rahmen einer Paketlösung angeboten.

Jörg Schönfeld ist Mitbetreiber der Apartment.Base 4.0 in Unna und gestaltet im Moment mit den Partnern den Netzwerkausbau.

## **Vergessener Hygienebereich Trinkwasserinstallation**

Hygienische Mängel führen in der Gastronomie und Hotellerie zu schlechten Kritiken und zum Ausbleiben von Gästen. Ein unterschätzter Hygienebereich ist die Trinkwasserinstallation, von der eine vermeidbare Gefährdung für die Gesundheit durch Legionellen ausgehen kann. Auch wenn man sie nicht immer sehen kann, darf sie als wichtiger Hygienebereich nicht vergessen werden. In der Vergangenheit haben Legionellen-Todesfälle zur Räumung oder Schließung von Beherbergungsbetrieben geführt. Dies muss nicht sein. Durch die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben und Untersuchungspflichten aus der Trinkwasserverordnung ist bereits ein erster Schritt getan.

Pantelis Astrinidis berät als Diplom-Biologe und Gutachter für Hygiene in Trinkwasserinstallationen Betreiber und Eigentümer bei der Eurofins Institut Jäger GmbH.

## **Globale Expansion als Serviced- Apartment-Anbieter**

Höhere Einnahmen und das Maximum an Profit – um dieses Ziel zu erreichen, setzen zunehmend mehr Unternehmen auf globale Expansion. Dasselbe gilt auch für die Serviced-Apartment-Branche. Immer häufiger suchen Anbieter international Gebäude zum Kauf oder zur Bewirtschaftung. Dabei spielen Markt- und Standortanalyse, die Entscheidung zwischen Kauf oder Miete, sowie die Strategie für die Bewirtschaftung eine entscheidende Rolle.

Katharina Kunze, Global Sales Leader von VISIONAPARTMENTS, erklärt worauf es ankommt. VISIONAPARTMENTS, der Schweizer Marktführer im Bereich Serviced Apartments, vermietet über 1.800 Apartments und ist noch immer in der Expansionsphase.

# Moderatoren und Referenten

**SO!**  
APART

*enjoy stayin'*



## Anett Gregorius



Anett Gregorius ist im Segment der Serviced Apartments zu Hause. Sie schloss 1998 ihr Studium der Betriebswirtschaft ab und legte bereits mit ihrer Diplomarbeit den Grundstein

für ihren beruflichen Werdegang. 1999 gründete sie das Beratungsunternehmen Boardinghouse Consulting (heute Apartmentservice Consulting) und begann 2001 unter dem Namen Apartmentservice als erste unabhängige Buchungsplattform in Deutschland Serviced Apartments zu vermitteln. Anett Gregorius analysiert das Segment der

Serviced Apartments seit Jahren und veröffentlicht jährlich einen Marktreport. Gemeinsam mit Matthias Niemeyer ist sie Herausgeberin des 2017 erschienenen Kompendiums des Temporären Wohnens. Als Pionierin und Branchenexpertin tritt sie als Referentin auf vielen hochkarätigen Veranstaltungen auf.

## Christian Scheuerl



Christian Scheuerl ist Managing Director MPC Micro Living Development. Er ist COO für Micro Living / Student Housing und seit vier Jahren bei MPC Capital. Zuvor arbeitete er als

Entwicklungsleiter bei der ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG in Hamburg, Deutschland. Er verfügt über zehn Jahre Erfahrung im Bereich Real Estate und Asset Management und ist Absolvent der Bucerius Law School Hochschule für Rechtswissenschaften.

## Christian Strieder



Christian Strieder ist Country Manager DACH für STR mit Sitz in München. Hier ist er lokaler Ansprechpartner für die Kunden des weltweit führenden Benchmarking-Anbieters. Zudem vertritt er STR auf Veranstaltungen und präsentiert aktuelle Branchenentwicklungen. Seine Mission sieht Christian Strieder darin, die Markttransparenz für Anbieter weiter zu erhöhen und sie mit Daten bei den Managemententscheidungen zu unterstützen. Nach dem Wirtschaftsstudium an Universitäten in Deutschland, Frankreich und Großbritannien war er in führenden Positionen im Bereich Revenue Management für internationale Hotelketten tätig.

## Doris Teping



Zunächst Straight: Mit 17 in die Lehre zur Hotelfachfrau. Schweizerische Hotelfachschule Luzern 1986-1992. Eidg. diplomierte Hotelière & Restauratrice. Während des

Studiums und danach international in verschiedenen Hotels tätig vom Commis de cuisine bis zur Direktionsassistentin.

Dann Zickzack: Projektmanagement für einen Hotelneubau, Ausbildung zur Versicherungsfachfrau, Jahre der Selbstständigkeit im Versicherungsaußendienst.

Back to the Roots: Mehrere Jahre Restaurantleiterin im Waldhotel National in Arosa (CH) - parallel dazu selbst finanziertes Executive BBA

Studium in Zürich. Hotel-Consulting in Berlin, Interimsmanagement für ein Hotel in Brandenburg, 2003 erster Kontakt mit Serviced Apartments, Sales Manager und Pre-Opening für ein Apartmenthaus in Berlin.

Aktuell: Seit 2005 Direktorin des Apartmenthauses Gästeresidenz PelikanViertel in Hannover.

## Dr. Goetz Martius



Dr. Goetz Martius hat seine akademische Ausbildung an der Hotel School der Cornell University in den USA begonnen und dort mit einem Bachelor abgeschlossen. Es

folgte das Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin mit Promotion. Dr. Martius war zunächst für internationale Hotelkonzerne tätig. Nach Abschluss des betriebswirtschaftlichen Studiums folgte eine langjährige Laufbahn bei internationalen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften im Zuge derer er sich zum Steuerberater und Wirtschaftsprüfer qualifizierte. Zuletzt war er Partner bei MAZARS. Seit Kurzem ist Dr. Martius wieder in eigener Kanzlei tätig.

## Jan Noltemeyer



Jan Noltemeyer begann seine akademische Laufbahn 2012 an der Universität Hannover mit dem Studienfach Wirtschaftsgeographie. Nach erfolgreichem Bachelorstudium

studierte er bis 2017 an der Universität Vechta und erwarb dort seinen Masterabschluss in Wirtschafts- und Sozialgeographie. Seit 2018 ist er als Junior Consultant bei Apartmentservice tätig und dabei mitverantwortlich für die Erstellung von Standort-, Wettbewerbs- und Marktanalysen.

## Johannes Menge



Johannes Menge ist seit Juli 2016 als Teil von Zokus Global Rollout Team in Amsterdam für die europäische Expansion verantwortlich. Ziel ist es, die Marke Zoku als globales

„Living“ Netzwerk zu etablieren. Er hat neun Jahre Erfahrung in der Hotel- und Immobilienbranche und hält einen BBA in International Hospitality Management von der Hotelschool Den Haag. Vor Zoku arbeitete er bei CBRE Hotels in Dublin im Bereich der Immobilienberatung und -bewertung und war in verschiedenen Positionen im Hotelmanagement und Corporate Finance bei Kempinski tätig. Zoku fokussiert sich auf Geschäftsreisende – mit dem Ziel, innovatives Leben und Arbeiten zu ermöglichen. Das erste Zoku eröffnete vor zwei Jahren in Amsterdam. Weitere Projekte befinden sich in der Pipeline – Standorte in europäischen Großstädten werden gesucht.

## Jörg Schönfeld



Jörg Schönfeld ist geschäftsführender Gesellschafter der s-consulting GmbH und Mitbetreiber der Apartment. Base 4.0. s-consulting GmbH ist spezialisiert auf das

Entwickeln und Projektieren von Microapartments im Bestand und Neubau. Die Kernaussage des Unternehmens lautet, „wir entwickeln von innen nach außen und gestalten Lebens(t)raum“.

## Kai Böcking



Mit dem Musikformat „Formel Eins“ bei der ARD begann 1988 die Karriere von Kai Böcking. Zuvor studierte der aus Neuss stammende Moderator Zeitungswissenschaften

und Politik in München. Nach dem großen Erfolg von Formel Eins stellte Böcking sein Talent als Moderator im Radio und bei zahlreichen Quiz- und Talk Shows unter Beweis. Aktuell ist Kai Böcking in der Kolumne „Kai reist“ der Sendung Abenteuer Leben auf Kabel 1 zu sehen. Neben seiner fortlaufenden Tätigkeit als Moderator betreibt er heute eine eigene Produktionsfirma. Außerdem ist er als Reisejournalist und Blogger in der ganzen Welt unterwegs (#kaireist). Vor Kurzem hat er zusammen mit dem Business Traveller Magazin Deutschland, die erste Seite zum Thema „Bleisure Traveller“, auf den (Online-)Markt gebracht.

## Katharina Kunze



Katharina Kunze absolvierte nach einer sozialpädagogischen Ausbildung und mehreren Jahren Auslandsaufenthalt eine Hotelfachausbildung im 5\* InterContinental

Frankfurt. Es folgten verschiedene Positionen bei Hilton Hotels Wien, Basel und Zürich. Dort sammelte sie als Sales Coordinator und schließlich als Event Sales Manager wertvolle Erfahrungen im Kundendienst, in der Unternehmensentwicklung und im Verkauf. Vor 4 Jahren hat sie bei VISIONAPARTMENTS als Customer Relations Manager begonnen und sich im Serviced-Apartment-Sektor etabliert. Heute ist sie Global Sales Leader und fokussiert auf Neukunden weltweit sowie auf den Ausbau des globalen Partnernetzwerks. Ihr Spezialgebiet liegt im Verkauf, in der Kundenbindung und im Partnerschaftsmanagement.

EXCLUSIV-PARTNER

## IMMOBILIEN IM KOPF - MOBILITÄT IM DENKEN



PRO URBAN AG

Wir planen, realisieren und vertreiben seit über 40 Jahren Wohn-, Gewerbe- und Seniorimmobilien in wachstumsstarken Regionen.  
[www.pro-urban.ag](http://www.pro-urban.ag)



## PURES LEBEN - MODERN APARTMENT

Top ausgestattete Apartments an attraktiven Standorten. Egal ob Universitätsstadt, Startup-Mekka oder Kulturmetropole.  
[www.puresleben-wohnen.com](http://www.puresleben-wohnen.com)



## Kristin Oberweger



Kristin Oberweger ist Direktorin der PhilsPlace Full-Service Apartments Vienna, welches im Juli 2018 mit 135 Apartments eröffnet hat. Das Projekt (in einer

Architekturikone Wiens – dem ehemaligen Philips Haus von Karl Schwanzer) wurde von ihr von Anbeginn an mitgestaltet. Kristin Oberweger hat 2002 einen Magister in Tourismus- und Freizeitwirtschaft abgeschlossen und war vor PhilsPlace über 10 Jahre im Hotel Altstadt Vienna (eines der führenden Boutiquehotels Österreichs) tätig, zuletzt in der Geschäftsführung.

## Lisa Neubueser



Lisa Neubueser kam im Januar 2018 zu Cycas, um die europäische Expansion insbesondere in den deutschsprachigen Märkten voranzutreiben und die Beziehungen zur

europäischen Hotel-Investitionsgemeinschaft zu fördern. Zuvor leitete sie das Entwicklungsteam von Zoku, einem innovativen Boutique-Aparthotel-Konzept mit Sitz in den Niederlanden. Vor ihrem Wechsel auf die Betreiberseite war sie als Director of Fund Management bei Invesco Real Estate tätig, wo sie über 650 Millionen Euro an Immobilieninvestitionen in den europäischen Hotelbereich für institutionelle Investoren ermöglichte. Davor arbeitete sie bei CBRE Hotels in London, dem Business Development and Finance Team von Marriott International in Zürich und bei HVS in New York. Sie ist Absolventin der École Hôtelière de Lausanne, Schweiz.

## Markus Lehnert



Markus Lehnert ist seit über 30 Jahren in der Hotellerie tätig und arbeitet seit 18 Jahren bei Marriott International. Er leitet die Entwicklung aller Marriott Limited Service

Brands europaweit und ist verantwortlich für die Entwicklung aller Marriott Marken in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In der Vergangenheit war er zuständig für die Entwicklung der Marriott Marken in Skandinavien, Benelux, den Balkanländern und Griechenland sowie Deutschland, Österreich, der Schweiz und Polen. Vor seiner Zeit bei Marriott hat Markus Lehnert mehrere Jahre bei PKF London als Consultant für die Hotellerie gearbeitet. Davor war er 13 Jahre in verschiedenen operativen Rollen tätig und arbeitete unter anderem im Breidenbacher Hof, The Berkeley, Claridge's und The Lanesborough. Er lebt in der Schweiz.

## Markus Beike



Markus Beike ist seit 2017 für die Entwicklung der Marke Staycity Aparthotels im deutschen, österreichischen und osteuropäischen Raum zuständig. Davor war

er als Geschäftsführer bei CBRE zuständig für Hoteltransaktionsberatung in Nord- und Osteuropa. Als Geschäftsführer bei Christie + Co zeichnete er zuvor für die Entwicklung der Marke in Deutschland, Österreich und Osteuropa verantwortlich. Seine berufliche Laufbahn beinhaltet verantwortliche Tätigkeiten bei Arthur Andersen, Deutsche Bank, Kempinski und Steigenberger Hotels. Er ist Diplom-Betriebswirt (FH), Immobilienökonom (ebs), Hotelfachmann (IHK) und Mitglied der Royal Institution of Chartered Surveyors (MRICS). Er ist Referent auf Fachveranstaltungen, Co-Autor des Standardwerks „Kompendium der Hotelimmobilie“, Verfasser von Artikeln in der Fachpresse und Gastdozent an Hochschulen.

## Markus Wenske



Markus Wenske, Jahrgang 1971, sammelte nach seiner juristischen Ausbildung (Universität Passau, Université de Lausanne, Université de Genève,

Humboldt-Universität zu Berlin) langjährige Berufserfahrung als Developer (WINDSOR AG, MAGNUM AG, BAVARIA Objekt- und Baubetreuung GmbH) und als Anwalt (HFK Rechtsanwälte, Pietschmann Rechtsanwälte). 2012 gründete er wenske real estate legal. Er ist Experte für Immobilien-Development und Asset-Management, Pacht-, Betreiber- und Managementverträge. Er ist als Autor („IMR Immobilien und Mietrecht“, „Hotelbau“) und Vortragender tätig.

## Martin Henke



Martin Henke ist seit 2013 Geschäftsleiter und Prokurist bei der CAPERA Immobilien Service GmbH, ein Tochterunternehmen der CORESTATE Capital Group. In dieser

Funktion leitet er die Geschäftsbereiche Bestandsmanagement, Student Living und Serviced Apartments, zudem zeichnet er sich für die Öffentlichkeitsarbeit und die Erschließung neuer Geschäftsfelder des Property-Management-Unternehmens verantwortlich. Er arbeitete zuvor bei der alt + kelber Immobilienverwaltung GmbH, zuletzt als Geschäftsleiter in Berlin. Nach seiner Ausbildung zum Kaufmann in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft studierte er Immobilienökonomie an der IREBS. Martin Henke ist seit knapp 15 Jahren in der Immobilienbranche tätig.

## Oona Horx-Strathern



Oona Horx-Strathern kommt aus London. Seit über 20 Jahren ist sie Trendforscherin, Beraterin, Rednerin und Autorin. Sie schrieb Bücher über die Geschichte der

Futurologie, der Architektur der Zukunft, und arbeitete an zahlreichen Studien des Zukunftsinstituts mit. Als Trend-Consultant war sie für internationale Firmen wie Unilever, Beiersdorf und Deutsche Bank tätig. Das Spektrum ihrer Auftritte reicht von Architekten-Konferenzen über Universitäten bis zur Bauindustrie und Design-Branche.

Sie teilt ihr Leben zwischen Deutschland, England und dem "Future Evolution House", dass sie mit ihrem Mann Matthias Horx in Wien baute. Ihre Lieblingsthemen: Architektur als Lebensstil, Stadtentwicklung und sozio-demografischer Wandel, das Verhältnis von Emotionen und Technologie.

Foto: © Klaus Vyhnalek

## Pantelis Astrinidis



Pantelis Astrinidis startete bei der Eurofins Institut Jäger GmbH im September 2013 als Außendienstmitarbeiter im Bereich der Trinkwasserprobenahme und ist seit Januar

2018 Abteilungsleiter Trinkwasser Hausinstallationen. Als Diplom-Biologe und zertifiziert nach VDI 6023 Kategorie A berät er als Gutachter für Hygiene in Trinkwasserinstallationen Betreiber und Eigentümer. Durch seine Erfahrung im Außendienst im Bereich der Trinkwasserprobenahme schult er als Schulungsleiter und Referent Wassermeister und Installateure zum Thema der Trinkwasserprobenahme und Trinkwasserverordnung.

## Dr. Peter Durinke



Dr. Peter Durinke ist seit 2009 als Rechtsanwalt bei der DE WITT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Berlin tätig. Der Fokus der Kanzlei liegt im öffentlichen Bau- und

Planungsrecht. So berät er deutschlandweit Projektentwickler, Eigentümer, Bauherren und Betreiber im Bauordnungsrecht, zur Bauleitplanung und zu städtebaulichen Verträgen. Dabei nimmt die Beratung zum Bau und Betrieb von Hotelimmobilien in seiner täglichen Praxis einen besonderen Schwerpunkt ein.

## Petra Heß



Petra Heß ist freiberufliche Beraterin in der Hospitality Branche. Nach ihrem Tourismusstudium an der Fachhochschule München begann sie ihren beruflichen

Werdegang bei Starwood Hotel & Resorts im Corporate Sales. Mit dem Wechsel zu The Ascott Ltd. konnte sie nicht nur ihre Kenntnisse im Extended-Stay-Bereich ausbauen, sondern durfte auch zwei Hoteleröffnungen begleiten und die Verkaufsleitung für die Region Germany & Georgia übernehmen. Heute begleitet sie Projektentwickler und Betreiber gleichermaßen - von der Potenzialanalyse über die Markenentwicklung bis hin zur erfolgreichen Positionierung.

## Reiner Nittka



Reiner Nittka schloss seine akademische Ausbildung in Politikwissenschaften an der Freien Universität Berlin ab. Seine erste berufliche Erfahrung sammelte er in der

Politischen Abteilung der Berliner Staatskanzlei und als persönlicher Referent des Regierenden Bürgermeisters. Er war in der Treuhandanstalt, der Berliner Landesentwicklungsgesellschaft und der Bavaria Objekt- und Baubetreuung GmbH in verschiedenen Leitungspositionen tätig. Mit der Gründung der GBI mbH & Co. KG 2001 war er erst als Prokurist und dann als Geschäftsführer beschäftigt. Mit der Umwandlung in die GBI AG 2007 wurde er zum Vorstand ernannt und ist seit 2016 Vorstandssprecher. Er war früh im politischen Raum tätig und hat seit seinem Eintritt in die Treuhandanstalt mit Immobilienentwicklung zu tun. Er konzentriert sich auf Themen rund um die Hotelentwicklung und war maßgeblich am Aufbau der SMARTments Produktlinie bei der GBI AG beteiligt. Er publiziert in verschiedenen Organen der Hospitality- und Immobilienwirtschaft. Sein Steckenpferd ist die Einführung neuer Hospitality Brands in den deutschen Markt.

## Rolf Westermann



Rolf Westermann ist seit 2014 Chefredakteur der AHGZ Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung sowie Autor des Buchs „Der Tag der Entscheidung“ (Matthaes

Verlag). Zuvor arbeitete er 23 Jahre bei der Deutschen Presse-Agentur dpa: Er war Volontär in Essen, Düsseldorf, Hamburg und Bonn, Redakteur und Dienstchef in Mainz, CvD und stellvertretender Büroleiter in Frankfurt/Main, Ost-Chef in Leipzig sowie von 2004 bis 2012 dpa-Büroleiter für die Hauptstadt und Ostdeutschland in Berlin. Danach wurde er stellvertretender Chefredakteur der Nachrichtenagentur dapd, dann Ressortleiter Nachrichten bei der BILD Bundesausgabe.

## Roman Kopacek



Roman Kopacek ist seit November 2017 Geschäftsführer bei Michaeler & Partner. Zuvor war er vier Jahre lang Senior Consultant bei Michaeler & Partner und

leitete den Bereich Hotel & Tourismus Consulting mit Fokus auf die Regionen DACH und CEE. Sein fundiertes Know-how im Management konnte Roman Kopacek 13 Jahre lang bei Hilton World Wide in verschiedenen Ländern sowie Hoteltypen sammeln – hiervon sechs Jahre lang als Generaldirektor und Hotel/Resort-Direktor. Seine Fachgebiete sind unter anderem Performance Management, Machbarkeitsstudien, Produkt- und Markenkonzepte sowie Betreibersuche und die damit verbundenen Vertragsverhandlungen in einer Vielzahl unterschiedlicher Asset-Klassen.

## Rupert Simoner



Rupert Simoner ist seit dem 1. September 2014 Vorstandsvorsitzender der Vienna International Hotelmanagement AG. Als CEO ist er verantwortlich

für die Ausrichtung und Zukunft des Unternehmens sowie für die Entwicklung und den Betrieb neuer Hotelprojekte weltweit. Zuletzt war er als Senior Vice President bei Kempinski Hotels für die strategische Entwicklung aller Hotels in Europa, Russland und den GUS-Staaten verantwortlich. Außerdem war er Geschäftsführer des Flaggschiff-Hotels der Gruppe, dem Grand Hotel des Bains in St. Moritz. Seine Karriere führte ihn in vier Kontinente, immer mit dem Ziel, „etwas Einzigartiges zu schaffen“. Rupert Simoner besuchte eine höhere Tourismusschule in Salzburg und hat einen MBA der Reims Management School.

## Sylvie Konzack



Sylvie Konzack ist Chefredakteurin des neuen Online-Reise-Magazins Bleisure Traveller, das weltweit Metropolen und nahe Ziele für Geschäftsreisende vorstellt,

die ihren Business Trip um zwei, drei Tage privat verlängern. Zudem arbeitet sie als freie Journalistin für verschiedene Magazine. Bis Ende 2017 war sie zwölf Jahre lang in der Redaktion des Hotelfachmagazins first class tätig, seit 2012 als Chefredakteurin. Die Entwicklung des Segments Serviced Apartments ist seit vielen Jahren Thema zahlreicher ihrer Artikel, u. a. für den „Marktreport Serviced Apartments 2018“. Seit 2013 unterstützt sie als Autorin und Jury-Mitglied die SO!APART.

## Thomas Hölscher



Thomas Hölscher, Leiter OPUS Produktmanagement bei der JÄGER DIREKT Jäger Fischer GmbH & Co. KG setzt als ausgewiesener SmartHome-Experte und Branchenken-

ner fundierte Impulse für die digitale Zukunft. Mit 20 Jahren Erfahrung in der Gebäudetechnik - davon u. a. 10 Jahren im Produkt- und Markenmanagement eines führenden Elektrogroßhandelskonzerns – geht es für ihn nicht einfach um das Produkt. Vielmehr steht das Schaffen von branchenspezifischem Nutzen und kundenorientierten Lösungen im Mittelpunkt seines Handels.

## Uwe Niemann



Uwe Niemann ist Leiter Markt Hotelfinanzierungen bei der Deutschen Hypothekbank in Hannover, einer 100%igen Tochter der Norddeutschen Landesbank. Seit Beginn

seiner Bankausbildung 1981 bei der Konzernmutter NORD/LB war er in verschiedenen Immobilienbereichen der Bank tätig. Er wechselte 2008 in die Deutsche Hypo. Seit 2003 ist er als Hotelspezialist Ansprechpartner für sämtliche großvolumigen Hotelfinanzierungen im Inland und in Österreich im NORD/LB-Konzern. Das Hotelfinanzierungsvolumen des Konzerns beträgt europaweit rd. € 1,3 Mrd. bei etwa 70 Hotels.

PARTNER

my other address  
adinahotels.com

Berlin | Budapest | Copenhagen | Frankfurt | Hamburg |  
Leipzig | Nuremberg

Adina  
apartment hotels

PARTNER

Mehr als ein Bett

[www.smartments-business.de](http://www.smartments-business.de)

SMARTments  
business

Berlin, Hamburg, München, Wien

# Aussteller 2018



1 **Key&Card** begleitet Sie mit der Gesamtlösung für die RFID-Zutrittskontrolle: Mit dem optionalen WIFI Online können Sie z.B. Türen fern öffnen, wissen, wenn der Gast im Zimmer ist oder nicht gestört werden will. Der Mobilkey kann mit jedem Smartphone genutzt werden.

**Checkin24-7** Kiosk mit Infosystem und Zahlfunktion: Der 17 Zoll Touchbildschirm ist nicht nur Check-in- sondern auch Info-Screen und ermöglicht Zahlungen per Kreditkarte. Bestehende RFID – Keycardsysteme können integriert werden.



## LIBRATONE

4 Im Jahr 2009 in Kopenhagen, Dänemark, gegründet hat es sich **Libratone** zum Ziel gesetzt, den Klang zu befreien, um ihn überall genießen zu können, egal ob zu Hause oder unterwegs. Das Portfolio umfasst Lautsprecher und Kopfhörer mit Geräuschunterdrückung in skandinavischem Design und vollgepackt mit innovativer Technik.



7 Die modularen Self-Service-Lösungen von **Ariane Systems** unterstützen die digitale Guest Journey aller Serviced Apartments. Der bewährte Kiosk Check-in/out lässt sich durch Online Check-in/out sowie die Integration von Mobile Keys über die Ariane MY KEY APP oder MY JOURNEY APP erweitern. Ariane bietet als Weltmarktführer mit über 20 Jahren Erfahrung, über 3.700 Kunden in 29 Ländern und der Integration von über 130 Hotelsoftware-, Schließsystemen und Payment Providern die passgenaue und effizienteste Lösung für Ihren Betrieb!



2 Mietmöbel – dafür steht **FLC Furniture Leasing**, die seit 2011 komplette Wohn- und Büroeinrichtungen für Bauträger, Investoren und Hausverwaltungen zur Miete bieten. Leasen Sie bereits ab einer Laufzeit von 4 Wochen Leihmöbel, Elektrogeräte und andere Accessoires zu fairen Leasingkonditionen. Den Rundum-Service von der Planung bis zur Nachbetreuung gibt es u.a. in Berlin, Frankfurt, München oder Köln.

## designfunktion

5 **designfunktion** gestaltet Wohnwelten, in denen sich Menschen zu Hause fühlen. In ästhetischen und funktionalen Räumen fühlen sie sich wohl, tanken Kraft und können sich entspannen.



8 Das familiengeführte Traditionsunternehmen **HSK Duschkabinenbau** ist seit vielen Jahren bekannt für unverwechselbares, zeitlos-moderne Design und hochwertige Produkte aus dem Sauerland. Als langjähriger Partner der Sanitärfachbetriebe steht der Olsberger Badexperte für konsequente Entwicklung, hervorragende Qualität und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis.



3 Die **Schulte-Schlagbaum AG** – gegründet 1833 und Aktiengesellschaft seit 1897 – ist ein konzernunabhängiges mittelständisches Unternehmen. SAG entwickelt, produziert und vermarktet Komponenten, Systemlösungen und Dienstleistungen für die Sicherung, Organisation und das Management von Gebäuden.



6 Individuelle Lösungen für Ihre Wohnkonzepte von WMF. **WMF GastroProfi** ist der richtige Ansprechpartner, wenn es um Küchenartikel, Bestecke, Porzellan, Gläser oder Elektrokleingeräte geht.



9 **Nuki Home Solutions** ist führender Anbieter von nachrüstbaren Zutrittslösungen in Europa. Das Nuki Smart Lock verwandelt bestehende Türen in smarte Zutrittssysteme und macht das Smartphone zum intelligenten Schlüssel. Durch Produkterweiterungen wie das Nuki Keypad ist ein gesicherter Zugang per Zutrittscode möglich. Die digitalen Berechtigungen können aus der Ferne verwaltet werden. Somit gehört die Schlüsselübergabe der Vergangenheit an.

# Lageplan



⑩ **WeWash** macht die Nutzung von Gemeinschafts-Waschmaschinen und Trocknern für alle Beteiligten attraktiv. Die Nutzer können via Telefon, Website oder App vom Apartment aus die nächste freie Maschine buchen. Die Abrechnung erfolgt völlig bargeldlos. Das Unternehmen ist Teil der BOSCH-Gruppe und wird von Philip Laukart (CEO) und Dr. Rafael Kirschner (COO) geführt. WeWash ist der Gewinner des Branchen-Pitches „Nest des Flamingos“ 2017.



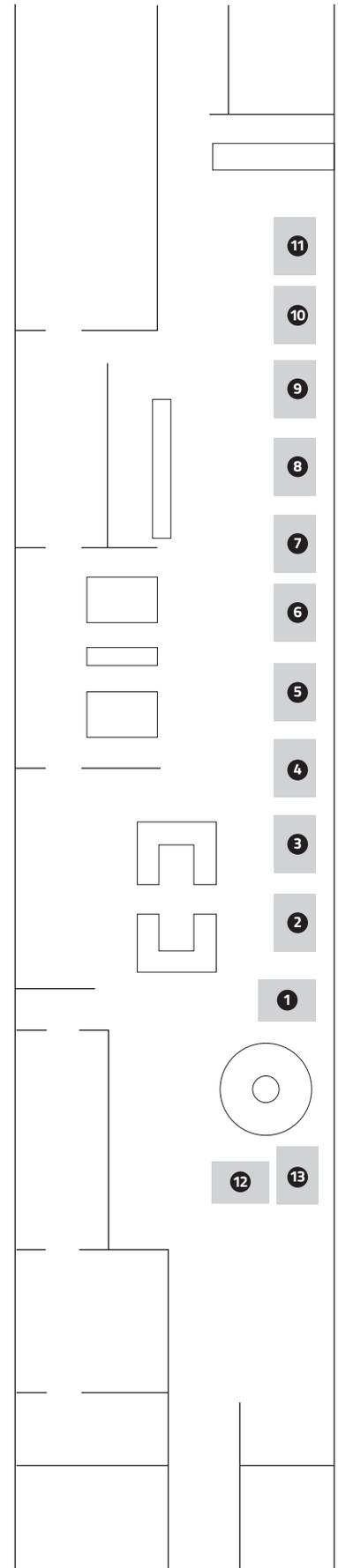
⑫ **FBF bed&more** steht seit Jahrzehnten als Marktführer für Qualität, Service und Zuverlässigkeit und bietet im Bereich der textilen Hotelausstattung alles aus einer Hand.



⑪ **Die Apartment.Base 4.0** bringt als einzigartige Plattform für möblierte Apartments die relevanten Projektpartner zusammen, um Planung und Umsetzung von Apartmentprojekten aus einer Hand und im Rahmen einer effizienten Paketlösung anbieten zu können. Die Apartment.Base 4.0 ist auch Showroom für Apartmentmodelle und zeigt u.a. das Apartment der Zukunft.



⑬ **Apartmentservice**, der Veranstalter der SO!APART, verbindet seit mehr als 15 Jahren die Vermittlung von Serviced Apartments in Deutschland und weltweit mit der umfassenden Beratung von Projektentwicklern, Betreibern und Investoren für Serviced Apartments.



# Medienpartner der SO!APART 2018



**Bleisure** als Mix zwischen Business und Leisure entspricht dem aktuellen Bedürfnis vieler Unternehmer und Angestellter, die Geschäftsreise um zwei, drei Tage privat zu verlängern. Es geht um das Erleben einer kleinen Auszeit, das Kennenlernen von Land und Leuten und um eine sinnvolle Balance zwischen Arbeit und Freizeit.

Der Bleisure Traveller stellt als Online-Reise-Magazin mögliche Ziele in Metropolen weltweit und etwa eine Fahrtstunde entfernt vor. Er inspiriert zu Bleisure-Reisen und informiert zugleich über Möglichkeiten, wie Arbeitgeber und Arbeitnehmer beidermaßen wertschöpfend davon profitieren.



Das Magazin **BUSINESS TRAVELLER** ist seit über 25 Jahren im Verlag Perry Publications GmbH auf dem deutschen Markt – und das einzige gedruckte Geschäftsreisemagazin im Segment der Publikumszeitschriften, das sich direkt an den Reisenden wendet. Mit sechs Ausgaben pro Jahr, zahlreichen Sondereditionen und einer

Auflage von circa 45.000 Exemplaren ist der BUSINESS TRAVELLER das größte unabhängige deutsche Geschäftsreisemagazin. Das redaktionelle Angebot wird ergänzt durch ein E-Paper, den Online-Auftritt [www.businesstraveller.de](http://www.businesstraveller.de) sowie die Präsenz in Social-Media-Kanälen wie Facebook, Twitter, Instagram & Co. BUSINESS TRAVELLER bewegt sich am Puls der Zeit und an allen Brennpunkten des Geschäftsreiseverkehrs – als professionelle Hilfestellung beim Business auf internationalem Terrain.



**H.O.M.E. – Living modern Life!**

H.O.M.E. ist das Leitmagazin und der Premium-Marktführer für modernes Design, Wohnen und Smart Living. Ein Magazin, das Design, Interieur, Wohnen, Architektur, Food, Media, moderne Kunst und Mobilität vernetzt und zu

einem unverkennbaren Lifestyle zusammenfasst. H.O.M.E. geht stets voran, ganz besonders bei den Messeneuheiten nur Wochen später im Heft und bei dem Thema Nachhaltigkeit mit einer eigenen GREEN ISSUE seit über 12 Jahren immer im Juni. Der Leser kann H.O.M.E. 360° in Print, ePaper, iPad app, Website, Social Media genießen und reist zu spannenden Plätzen dieser Welt auf der neuen Partnerwebsite und im Social Media [signatureplaces.com](http://signatureplaces.com)



**hotelbau** die Fachzeitschrift für Hotelimmobilien-Entwicklung, adressiert alle an Planung, Bau und Ausstattung von Hotels beteiligten Berufsgruppen, spricht: Projektentwickler, Investoren, Architekten, Innenarchitekten, Bauingenieure, Fachplaner, Berater und Hoteliers. hotelbau liefert Informati-

onen und Hintergründe über aktuelle nationale und internationale Hotelprojekte. Marktentwicklungen, Standortpolitik, Finanzierung, Architektur, Gebäudetechnik, Ausstattung, Design und Management-Philosophien stehen im Mittelpunkt journalistisch fundierter Objektreportagen. Interviews mit Eigentümern, Investoren, Projektentwicklern, Architekten und Fachplanern geben der Berichterstattung eine persönliche Note.



Aparthotels  
Extended Stay  
Short-term Rental

**Serviced Apartments News** ist das führende Online-Nachrichtenportal sowie Informationsquelle für den Serviced-Apartment-, Longstay- und Aparthotel-Sektor. Die Leser werden über die weltweiten Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten, Kommentare und zum

Nachdenken anregende Stellungnahmen von Branchenkennern werden präsentiert. Treffen Sie die Entscheider des Segments auf den jährlich stattfindenden Serviced Apartment Summits in Europa, MEA und Amerika – sie zählen zu den bedeutenden, internationalen Branchen-Events mit Gelegenheit zum Austausch von Best Practice, zum Entwerfen von Zukunftsvisionen und zum Knüpfen von Geschäftskontakten.



# Die Jury der SO!APART-Awards 2018

## *The Jury of the SO!APART-Awards 2018*

Eine wunderbare Jury bewertete auch in diesem Jahr die von Sylvie Konzack nominierten Bewerbungen im Detail. Herzlichen Dank für Ihre fantastische Arbeit!

### Sabine Galas



Chefredakteurin des Geschäftsreisemagazins BUSINESS TRAVELLER

Editor in Chief of the business travel magazine BUSINESS TRAVELLER

### Anett Gregorius



Gründerin und Inhaberin von Apartmentservice

Founder and Owner of Apartmentservice

### Sylvie Konzack



Chefredakteurin des Online-Reise-Magazins Bleisure Traveller

Editor in Chief of the online travel magazine Bleisure Traveler

### Corinna Kretschmar-Joehnk



Co-Geschäftsführerin von JOI-Design GmbH Innenarchitekten

Co-Managing Director of JOI-Design GmbH Innenarchitekten (interior designers)



### Sandra Lederer



stellvertretende Chefredakteurin des Fachmagazins hotelbau

Deputy Editor in Chief of the hotelbau magazine

### Petra Naoum



Veranstaltungsmanagerin, interne Auditorin in der Organisationseinheit Finanzen und Unternehmenscontrolling des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR); Auditorin und Hotelprüferin u.a. für das VDR-Zertifikat Certified Serviced Apartment.

Event Manager, Internal Auditor at the finance and controlling department of DLR; Auditor and Controller i. a. for the certificate Certified Serviced Apartment of the VDR.

### Uwe Niemann



Leiter Markt Hotelfinanzierungen Deutsche/Hypo (Deutsche Hypothekenbank)

Head of Hotel Financing at Deutsche/Hypo (Deutsche Hypothekenbank)



# Der SO!APART-Award 2018

## Applaus für die Besten

Die Verleihung der SO!APART-Awards an die besten Häuser ist der feierliche Höhepunkt des Branchentreffens und für diejenigen, die eine Auszeichnung erhalten, etwas Besonderes. Das zeigen eindrücklich die Reaktionen der Gewinner. Die Freude, mit dem gesamten Team etwas Wunderbares geleistet zu haben und den Gästen ein wirkliches Zuhause auf Zeit geboten zu haben, steht besonders bei den Gewinnern der Publikums-Awards im Vordergrund. Denn das Votum der Gäste ist, wie es Ralf Krause, General Manager des Vorjahresgewinners ADAPT APARTMENTS Berlin, auf den Punkt brachte, „... eine möglichst neutrale Institution, die unsere Arbeit und unsere Philosophie bewertet, uns eine Bestätigung für die Seele gibt ...“. Doch nicht nur die Stimmen der Gäste in den Kategorien „das beliebteste Große“ und „das beliebteste Kleine“ entscheiden über den Gewinn einer der begehrten Auszeichnungen. In den vier Jurykategorien und über den Special-Award, für den man sich nicht bewerben kann, gibt ein engagiertes Gremium aus Branchenkennern den Ausschlag. Für

wen die finale Entscheidung fiel, erfahren die nominierten Bewerber auch erst bei der Preisverleihung am 14. November 2018. Die Gewinner stehen nicht nur an diesem besonderen Abend im Rampenlicht, denn man sei, so der Director of Development des letztjährigen Doppeltwinners Soulmade, Ole Kloth, damit auch ein „bisschen Aushängeschild“ und werde in der Außenwahrnehmung interessanter. Der SO!APART-Award als ein Gewinn, der Seele und Herz der Gastgeber guttut und Strahlkraft in die Branche hat – schöner kann eine Auszeichnung nicht wirken.

### **The SO!APART-Award 2018 Applause for the Best**

*Reactions of the winners show that the SO!APART-Award ceremony is the festive highlight of the industry meeting. It is wonderful that the performance of the team and the well-being of the guests are given special importance. As Ralf Krause, the General Manager of last year's winner ADAPT APARTMENTS Berlin, puts it, the guests' vote is "... a neutral institution, which*

*evaluates our work and our philosophy, and gives us a confirmation for the soul...". But not only their votes in the categories "the popular big one" and "the popular little one" decide about the winning of one of the coveted awards. In the four jury categories and the Special Award, which cannot be applied for, a panel of industry experts makes the difference. The winners are not only in the limelight on this special evening, because, according to Ole Kloth, Director of Development, of last year's double winner Soulmade, they are also a "bit of a figure-head" and will be a little more interesting for cooperation in the outside perception. The SO!APART-Award as a prize for the soul and with a positive impact on the industry - an award could not be more rewarding.*



Award-  
Bewerbung

**SJ!**  
APART  
2018



Nominierung der  
TOP 5 jeder Kategorie  
durch Sylvie Konzack,  
Chefredakteurin des  
Bleisure Traveller



Nominierung  
durch Voting



Auswahl der  
Gewinner durch  
die Fachjury



Die meisten  
Stimmen küren  
den Gewinner



Jury-  
Awards



Publikums-  
Awards

# Die nominierten Häuser in den Jurykategorien 2018

## Nominees 2018

### „die kleinen Feinen“ *“small and precious”*

APART ARTHOTEL Munich Airport Boardinghaus, Achering/Freising  
arcona LIVING OSNABRÜCK, Osnabrück  
HARBR. boardinghouse Ludwigsburg, Ludwigsburg  
Yays Oostenburgergracht, Amsterdam  
Yays Sagrera, Barcelona

### „groß und großartig – Aparthotel“ *“grand and great – aparthotel”*

Adina Apartment Hotel Leipzig, Leipzig  
Arthotel ANA Living Stuttgart, Stuttgart  
L!NDNER Hotel & Residence Main Plaza, Frankfurt/Main

### „groß und großartig – Apartmenthaus“ *“grand and great – classical apartment house”*

Felix Suiten Im Lebendigen Haus Am Zwinger, Dresden  
my4walls Serviced Apartments, Hamburg  
SMARTments business WIEN HAUPTBAHNHOF, Wien (Vienna)  
The SPOT, München (Munich)  
VISIONAPARTMENTS St. Sulpice, St. Sulpice

### „neu und besonders“ *“new and different”*

Arthotel ANA Living Stuttgart, Stuttgart  
b20 serviced apartments bern, Bern  
my4walls Serviced Apartments, Hamburg  
VISIONAPARTMENTS St. Sulpice, St. Sulpice  
Yays Sagrera, Barcelona



## Base für Brera

**Die Apartment.Base 4.0 in Unna hat sich seit 2016 zu einer wichtigen Know-how-Plattform entwickelt, die bereits einige Betreiber bei der Realisierung neuer Serviced-Apartment-Projekte begleiten konnte. Seit 2018 zählen auch die expandierenden Brera Serviced Apartments dazu, die hier für das neue Leipziger Haus ihre neue Apartmentgeneration entwickelt haben.**

„Das Spektrum in Unna vom Serviced Apartment bis hin zum klassischen Studentenapartment ermöglichte es uns, in alle möglichen Richtungen zu denken“, erzählt Christiane Anstoetz, Sales, Marketing & Operation bei Brera Serviced Apartments. Mit dem CEO Matteo Ghedini und Benjamin Djebali, Head of Acquisition, besuchte sie dafür in diesem Jahr mehrmals die Apartment.Base 4.0 in Unna nahe Dortmund. „In Workshops entstand das Design der

Inneneinrichtung für unser neues Haus in Leipzig, und wir konnten verschiedene technische Optionen durchspielen, die wir so nie in Erwägung gezogen hätten.“ 49 Serviced Apartments zwischen 22 und 58 m<sup>2</sup> wird der erste Brera-Standort in der Leipziger Innenstadt zählen, drei Viertel davon Studios. „Wir haben in den Serviced Apartments Landschaften geschaffen, die dem Gast auch auf kleinem Raum das Gefühl geben, unterschiedliche Bereiche bewohnen zu können“, deutet Christiane Anstoetz an. Im Herbst 2019 soll das Haus eröffnen – und weiterhin für ein fröhliches Design stehen, inspiriert von der lebendigen Kultur des Mailänder Stadtteils Brera, der Heimat des Gründers Matteo Ghedini. „Doch wir starten in Leipzig zugleich unsere neueste Generation, die auch die geplanten künftigen Projekte der nächsten Jahre prägen sollen“, betont die Verantwortliche für Sales, Marketing und Operation.



© Brera Serviced Apartments

### Ulm kommt

Für die Apartment.Base 4.0 sind solche Projekte eine gute Möglichkeit zu zeigen, dass hier Projekte innovativ umgesetzt werden können. Die Fläche wird sogar kurzfristig in 2019 um ca. 50 % erweitert. Seit Anfang des Jahres können in Unna bereits sieben komplett möblierte Apartments besichtigt werden, darunter auch barrierefreie und Allergiker geeignete Lösungen. Investoren, Entwickler und Betreiber finden hier eine Reihe von verschiedenen Einrichtungsbeispielen von klassischen Serviced Apartments über Mikroapartments bis hin zum Studentischen Wohnen. Live und in Farbe haben die Projektpartner Komplettlösungen für Wohnen, Schlafen, Küche und Bad, inklusive der technischen Gebäudeausrüstung (TGA), zusammengestellt. Ein Herzstück bildet dabei das „Apartment der Zukunft“ mit einem 2-Zimmer- und einem Studio-Modell, die künftige Potenziale für das aufstrebende Segment aufzeigen. Auch die Brera Serviced Apartments blicken bereits konkret in ihre weitere Zukunft: Mitte 2020 startet der Betreiber das bisher größte Haus in Ulm im zentral gelegenen, neuen Dich-



© Brera Serviced Apartments

terviertel mit 111 modern eingerichteten Serviced Apartments zwischen 20 und 42 m<sup>2</sup> und einem Community-Bereich. „Den Gemeinschaftsgedanken haben wir auch schon in unseren bisherigen Häusern mit Events und Facebook-Gruppen gefördert“, erläutert Christiane Anstoetz. „Eine Umfrage unter unseren Gästen hatte ergeben, dass sie zudem am meisten die zentrale Lage mit Einkaufs-, Frühstücks- und ÖPNV-Angeboten schätzen sowie in den Apartments besonders die Küche und Arbeitsmöglichkeiten. Diese Ergebnisse sind stark in unsere Workshops in der Apartment.Base 4.0 eingeflossen.“ Die Brera Serviced Apartments haben 2013 ihr erstes Haus in Nürnberg eröffnet. Bisher gibt es zwei weitere in Frankfurt und München. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aller drei Standorte liegt bei 33 Nächten – ein klares Bekenntnis zum Longstay, der auch an den neuen Standorten mit der neuen Design-Generation für starke Akzente sorgen soll.

Autorin: Sylvie Konzack

Weitere Informationen unter: [www.brera.de](http://www.brera.de) und [www.apartmentbase.de](http://www.apartmentbase.de)

**Apartment.Base 4.0**  
Living in Future Elements

### Base for Brera

*The Apartment.Base 4.0 has already accompanied several operators in the realisation of new serviced apartment projects. Since 2018, this has also included the expanding Brera Serviced Apartments, which have developed their new generation of apartments for the new house in Leipzig (Germany). A survey among the guests had shown that they appreciated the central location with shopping, breakfast and public transport services as well as the kitchen and work facilities in the apartments. These results were strongly reflected in the workshops in Apartment.Base 4.0. For the Apartment.Base 4.0 such projects are a good opportunity to show that innovative projects can be implemented here. The exhibition space will even be extended by approx. 50 percent in 2019. Since the beginning of the year, seven completely furnished apartments can be inspected in Unna.*

# Mix & Match – passende Möbel für jeden?

Möbel-Leasing scheint der Inbegriff von Mix & Match zu sein: Neuer Gast, neue Ansprüche, neue Möbel – fertig ist das perfekte, individuelle Zuhause auf Zeit. Daniel Ishikawa beschäftigt sich als Geschäftsführer von FLC Furniture GmbH & Co. KG genau mit diesem Thema.



## Herr Ishikawa, wie erleben Sie „Mix & Match“?

Es ist derzeit ein zentrales Thema und entspricht dem Zeitgeist. Laut einer Untersuchung von Savills plc machte Temporäres Wohnen im vergangenen Jahr 12 % des gesamten Transaktionsvolumens aus. Vor allem bei Millennials ist der Bedarf an einfachen, flexiblen Lösungen gestiegen, und das wird sich mit der Generation Z noch weiter ausprägen. Zugespielt: 2025 leben Urban Professionals in Serviced Apartments mit Möbeln „on demand“.

## Wie kommen Sie zu dieser Prognose?

Viele der Gäste sind dauernd „on the move“. Apartmenthäuser sind gut gebucht und haben wechselnde Kunden. Vor allem der jüngeren Generation – auch bei den Anbietern – geht es

um Erfahrungen, weniger um Dinge. Es geht zudem um Nachhaltigkeit, und das bieten Leasing- bzw. Mietmöbel. Daraus resultieren neue Wohnungskonzepte. Traditionelle Grenzen zwischen Serviced Apartments und Studentenapartments, Co-Working und Co-Living verwischen zunehmend.

## Das heißt?

Es lohnt sich in konzeptioneller Hinsicht, flexibel und dynamisch zu bleiben, sowohl im Wohn- wie im Möblierungskonzept. Man kann dadurch eine größere Zielgruppe ansprechen. Gleichzeitig lohnt es sich aus unternehmerischer Sicht, bei Bedarf geeignete Möbel zu leasen und abzugeben, wenn diese nicht mehr gebraucht werden.

## Haben Sie ein Beispiel für so ein Konzept?

Ein Serviced-Apartment-Betreiber wollte auf die wachsende Nachfrage für anspruchsvolle Studentenapartments reagieren und hat uns gebeten, die Zimmer nach den Bedürfnissen von Studenten auszustatten. Ganz schick im industriellen Design.

## Also eine schnelle Umorientierung?

Ja, und wer kauft, ist im Nachteil. Möbel haben eine lange Abschreibungsdauer, oft bis zu zehn Jahre und länger! Daher können sie im schlimmsten Fall im Anlagevermögen bleiben – selbst wenn man sie gegen andere austauscht. Gerade im gewerblichen Einsatz ist dies ein Thema,

da die Möbel hier regelmäßig kürzere Lebenszyklen als zehn Jahre haben.

Beim Leasing und Mieten hingegen hat man monatliche, sofort absetzbare Kosten. Man bleibt nicht auf kaputten, alten Möbeln sitzen, denn bei Bedarf tauschen wir Artikel aus, sodass eine gleichbleibende Qualität gewährleistet ist, die immer den Kundenbedürfnissen entspricht. Mix & Match eben.

## Vielen Dank für das Gespräch.

Daniel Ishikawa schloss die London School of Economics Master of Science mit einem Master of Science und die Waseda Business School in Tokyo mit einem MBA ab. Die FLC Furniture GmbH & Co. KG gründete er 2011. Weitere Informationen finden Sie unter:

[furniture-leasing.net](http://furniture-leasing.net)

---

## *Individual Furnishings for Everyone?*

*Leasing furniture corresponds very much to the idea of mix & match. According to Daniel Ishikawa, Managing Director of FLC Furniture Leasing GmbH & Co. KG, there is an increasing demand for furnishing concepts that are flexibly tailored to the respective guest. This allows a broader target group to be served and, at the same time, a rational planning is possible from an entrepreneurial point of view.*

---

# INTELLIGENT VERKNÜPFT

Beratung



Vermittlung von  
Serviced  
Apartments



Umfassender,  
aktueller  
Marktüberblick

## Unser jährlicher Marktreport

### Serviced Apartments bietet:

- Grundlagen zum Segment
- Beschreibung Marktentwicklung und Trends
- Ergebnisse unserer Marktbefragung mit wichtigen Kennziffern

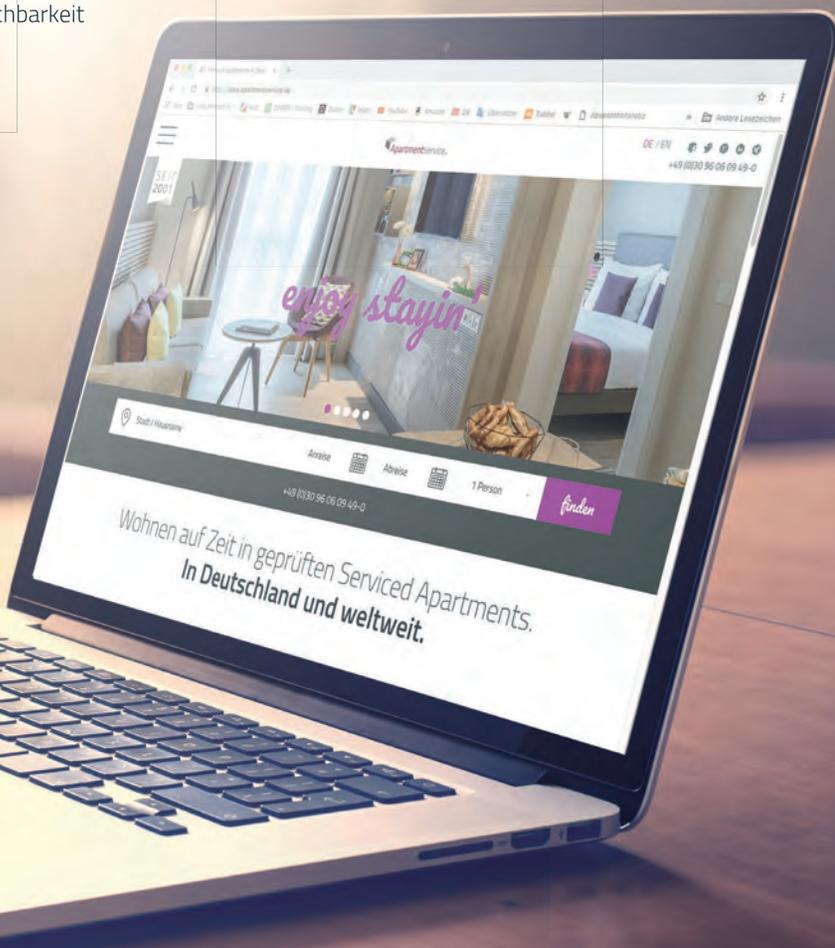
## Die Online-Plattform Apartmentservice.de

### bietet qualitativ hochwertiges Wohnen auf Zeit

- geprüfte Serviced Apartments in rund 120 Destinationen in Deutschland und weltweit
- individuelle, komfortable und großzügige Wohnkonzepte – zentral gelegen bzw. mit guter Verkehrsanbindung
- engagierter Service
- maßgeschneiderte Firmenportallösung
- Onlinebuchbarkeit

## Spezialisierte Beratung rund um Serviced Apartments – für Investoren & Betreiber, für bestehende Objekte und Neuentwicklungen

- Markt- und Standortanalysen
- Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen
- Konzeptentwicklungen
- Marketingleistungen



# Ausblick!

Heute schon neugierig auf die SO!APART 2019?  
Dann gehen Sie gleich auf **[www.so-apart.de](http://www.so-apart.de)**!

## Werden Sie Sponsor!

Werden Sie ein Teil der SO!APART und unterstützen Sie aktiv unser Branchentreffen. Als Sponsor genießen Sie zahlreiche Exklusivleistungen und sind in allen Publikationen, die die Veranstaltung betreffen, präsent.

## Werden Sie Aussteller!

Präsentieren Sie der Serviced-Apartment-Welt Ihr Produkt und Ihr Unternehmen mit einem Messestand auf unserer fachbegleitenden Ausstellung und knüpfen Sie neue Kontakte.

## Sichern Sie sich gleich Ihren Unternehmensauftritt auf der SO!APART 2019.

Sie erreichen uns per Telefon unter +49 (0) 30 – 96 06 09 49 - 11 oder per E-Mail unter [soapart@apartmentservice.de](mailto:soapart@apartmentservice.de)



## Impressum

### HERAUSGEBER

Apartmentservice  
Anett Gregorius  
Berliner Allee 36  
13088 Berlin

### FOTOS

© Julia Baumgart  
© Visionapartments  
© Klaus Vyhnalek (Oona Horx-Strathern)  
© shutterstock  
© fotolia  
© ipartment  
© das FREYTAG  
© Brera Serviced Apartments

### DRUCK

WIRmachenDruck GmbH  
Nachdruck, auch auszugsweise,  
nur mit schriftlicher Genehmigung des  
Herausgebers. Alle Rechte vorbehalten.



PRO URBAN AG

## IMMOBILIEN IM KOPF - MOBILITÄT IM DENKEN

Wir planen, realisieren und vertreiben seit über 40 Jahren Wohn-, Gewerbe- und Seniorenimmobilien in wachstumsstarken Regionen.

Mit Pures Leben haben wir eine Marke und ein Team geschaffen, welches künftig unsere über 1.000 neu gebauten Wohneinheiten managt und bewirtschaftet.



## PURES LEBEN - MODERN APARTMENT

Top ausgestattete Apartments an attraktiven Standorten.  
Egal ob Universitätsstadt, Startup-Mekka oder Kulturmetropole.

Wir bieten unseren Mietern mit den Sparten Students, Business, Living und SilverLiving nicht nur moderne Neubau-Apartments für Jung und Alt in zentralen Lagen sondern ein Zuhause zum Wohlfühlen.

Mehr erfahren unter: [www.puresleben-wohnen.com](http://www.puresleben-wohnen.com)



Wir bedanken uns bei  
unseren wunderbaren Partnern  
für Ihre Unterstützung!



UNSERE PARTNER EXKLUSIV

PRO URBAN AG

UNSERE  
PARTNER



*Adina*  
apartment hotels

UNSERE  
SUPPORTING PARTNER

*JOYN*  
SERVICED  
LIVING

*staycity*  
APARTHOTELS

*PRERA*  
SERVICED APARTMENTS

*city apartments*  
EINE MARKE DER KAPPE PROJEKTENTWICKLUNG  
KAPPE  
PROJEKTENTWICKLUNG

UNSERE  
MEDIENPARTNER

*hotelbau*  
MAGAZIN FÜR HOTEL- UND GÄSTEWIRTSCHAFTLICHE BERATUNG

*Business  
Traveller*

*Bleisure  
Traveller*  
MIX BIZ WITH LEISURE



*Serviced  
Apartment  
News*

*H.O.M.E.*  
Das Designmagazin für modernes Leben

[www.so-apart.de](http://www.so-apart.de)

 **Apartmentservice.**  
Consultant + Agent for Serviced Apartments