SO! APART

NOVEMBER 2019

DAS MAGAZIN ZUM BRANCHENTREFFEN DER SERVICED-APARTMENT-WELT

enjoy stayin'

SO! APART

Apartmentservice.
Consultant + Agent for Serviced Apartments

Inhalt

Groß, etabliert, mächtig	4
Schwerpunktdestination Berlin	8
„Nicht ein Haus entwickeln und wieder gehen."	10
Zukunftsperspektiven	12
„Der deutsche Markt hat noch großes Potenzial."	13
Ein Preis und noch mehr Erfolge	14
Greta-Effekte gesucht	16
Programm der SO!APART 2019	18
Die Round Tables auf der SO!APART 2019	22
Moderatoren, Referenten und Redner	23
Medienpartner der SO!APART 2019	29
Aussteller 2019	30
SO!APART-Award 2019	32
Groß, größer, Zukunft	35
Impressum	38

Groß, größer, visionär!

Das ist ein Begrüßungssatz für die diesjährige SO!APART, den ich zum Jahresbeginn zwar durchaus für möglich gehalten hätte, aber nicht untermauert von solch beeindruckenden Zahlen. Über 60 % Marktwachstum bis 2021 alleine in Deutschland sind unglaublich und zeugen wirklich von visionären, ganz groß angelegten Plänen! Schön, dass Sie Teil davon sind – herzlich willkommen zur SO!APART!

Mit dem grenzenlosen Wachstum im Segment wollen wir die relevanten Innovations- und Zukunftsthemen der Temporären Wohnwelt benennen, diskutieren und gemeinsam Zukunftsbilder entwickeln. Dabei stehen Themen wie die Bedeutung von Marken beim Wachstum sowie ein mögliches Co- und Mindset-Dogma genauso auf der Agenda, wie investmentfähige Betreiberverträge und innovative Finanzierungsformen. Und wir fordern Sie auf, sich auch gedanklich auf neue Pfade zu begeben oder, wie unser Keynote-Speaker Dr. Marc Schumacher es in Worte fasst „UNLEARN WHAT YOU HAVE LEARNED. Managing A Mindset Shift." Dazu passt auch, dass Themen wie Nachhaltigkeit auf die Agenda kommen und es Angebote wie Area 24/7 mit ihrer platzsparenden Interpretation von Community-Living in unsere Rubrik „New Kids" geschafft haben. Wie dieser „Co"-Gedanke auch in das Temporäre Wohnen Einzug hält, werden wir genauso besprechen, wie die Frage, ob Wachstumsgedanken die rechtliche Unterteilung in wohnwirtschaftliche und gewerbliche Angebote noch entgegen steht oder ob hier ein kreativer Umgang mit den jeweiligen Gegebenheiten schon lange Abhilfe geschaffen hat.

Zu Beginn des Jahres hatte ich an anderer Stelle geschrieben, dass unser Segment vieles geschafft hat und wir die Tanzschuhe herausholen dürfen. Wenn Sie mögen, machen Sie das also gerne. Die SO!APART verträgt viel Energie und Leidenschaft – in Gesprächen, im konstruktiven Austausch, beim Netzwerken und sicher auch bei dem einen oder anderen Tanzschritt anlässlich der Verleihung der SO!APART-Awards und meines persönlichen 20-jährigen Jubiläums im Segment!

Ihre
Anett Gregorius,
Gründerin und Inhaberin Apartmentservice

Big, Bigger, Visionary!

This is a way of saying welcome which I would have thought possible at the beginning of the year, but not with such enthusiasm. 60 % market growth in Germany alone until 2021 is unbelievable and demonstrates visionary, large-scale plans! I am glad that you are part of it – welcome to the SO!APART!

With the boundless growth in the segment, we want to name and discuss the innovation and future topics of the temporary living world. Topics on the agenda include the relevance of brands for growth and a possible co- and mindset dogma, as well as investment-capable operator contracts and innovative forms of financing. And we invite you to think about new paths or, as our keynote speaker Dr. Marc Schumacher puts it, "UNLEARN WHAT YOU HAVE LEARNED. Managing A Mindset Shift." It is also fitting that we put sustainability topics on the agenda and that offers like Area 24/7 with their space-saving interpretation of community living have made it into our "New Kids" section. We will discuss how this "co" idea is also finding its way into temporary housing.

At the beginning of the year, I once wrote that our segment had achieved a lot and that we were allowed to take out the dancing shoes. So you are welcome to do so, the SO!APART appreciates energy and passion – in conversations, constructive exchange, in networking and certainly also regarding the one or other dance step after the presentation of the SO!APART Awards und on the occasion of my 20th anniversary in the segment.

Your Anett Gregorius, Founder and Owner of Apartmentservice

© Ipartment, Wolfsburg

Groß, etabliert, mächtig

Die große Apartmentwelle ist da. Was sich einst nischen-still und start-up-mächtig angekündigt hatte, erreicht nun mit voller Wucht die Wohn- und Hotelmärkte der Großstädte. Ein Überblick über die größten Akteure.

Oha, dürften manche gedacht haben, als Ende September The Collective einige tausend Einheiten in den sieben großen deutschen Städten angekündigt hat. Jener Co-Living-Player aus UK, der Häuser mit bis zu 700 Einheiten im Portfolio (und längst nicht mehr nur die Young Performer im Visier) hat. Zugleich setzen etablierte Aparthotelbetreiber Pipelines um, die sie zu Marktführern in Europa werden lassen. Adina Apartment Hotels blickt bis 2022 auf Neueröffnungen in Köln, Freiburg, Stuttgart, Wien, Genf, Düsseldorf und München – und will trotzdem den Ball flach halten. „Ich würde nicht von einer gigantischen Pipeline sprechen. Wir wachsen organisch mit derzeit zwei bis drei Projekten pro Jahr und sind sehr selektiv in der Auswahl unserer Standorte", betont Matthias Niemeyer, Head of Development Europe. Hätte bislang der Expansionsfokus in Deutschland gelegen, so sind es 2020 die Schweiz und UK. Künftig will man als „europäischer Player" wahrgenommen werden (siehe auch Seite 12).

Aparthotels Adagio will bis 2023 in Europa 170 Häuser betreiben. Nach Bremen 2019 sind auch Kiel, Mannheim, Stuttgart, Freiburg und Heidelberg geplant. Bei allen integriert: das neue Lobby-Konzept „The Circle" mit einer „Bibliothek der Dinge", die das kostenlose Ausleihen von Dekorationen, Geräten und Spielen ermöglicht. „Die Gäste reagieren ausgesprochen positiv auf das neue Circle-Konzept. In den Aparthotels, in denen Adagio ‚The Circle' implementiert hat, hat sich die Zufriedenheit der Gäste nachweislich erhöht", sagt Anja Müller, Vice-COO Europe and Partners Aparthotels Adagio. Im Adagio Paris Bercy startet zudem Ende 2019 ein neues Co-Living-Konzept. 2020 wird die neue Superior-Apartment-Linie in über 15 Aparthotels in Europa realisiert, während sich das „Smart Apartment" weiter in der Testphase befindet.

Cottage als Alternative?

Marriott hat gerade im neuen Münchner Werksviertel mit Moxy ein neues Residence Inn gestartet – und blickt zugleich auf Homes & Villas by Marriott International, jene erste eigene Homesharing-Marke, mit der der Global Player 2019 in die Privathausvermietung eingestiegen ist. „Damit verfolgen wir ein spezifisches Premium- und Luxussegment durch kuratierte Häuser, die von Immobilienverwaltungsunterneh-

men professionell verwaltet werden", sagt Chris Stephenson, Senior Director, Homes & Villas by Marriott International. Man wolle die eigenen Hotelmarken ergänzen und sich mit dem Premiumanspruch, der Vermarktung und Professionalität klar von Sharing-Plattformen unterscheiden. Zum Start gehörten 2.000 Häuser an über 100 Standorten in den USA, Europa, der Karibik und Lateinamerika dazu. Im Sommer galten bereits 139 Märkte als erschlossen, darunter 61 neue, vor allem in Leisure-Destinationen. Das Angebot reicht vom Cottage mit Weingebiet in Kalifornien über eine irische Burg bis hin zum Londoner Stadthaus.

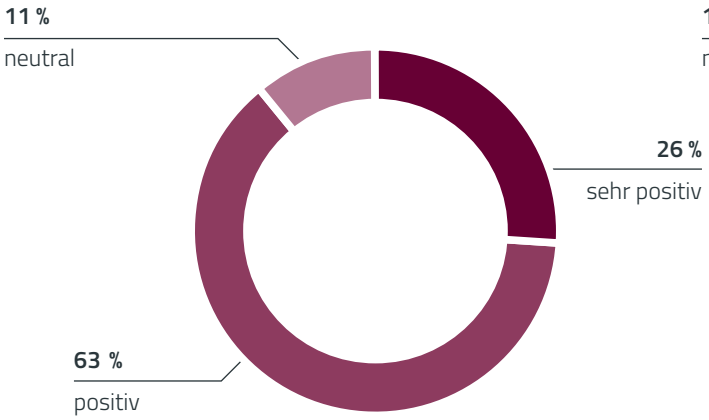
© Stay Kooook, SV Hotel AG

Doch auch die Serviced Apartmenthäuser holen auf. Ipartment hat Häuser in Frankfurt und Wolfsburg eröffnet und steht nun mit einem seiner größten Projekte in den Frankfurter Gateway Gardens in den Startlöchern. Die ADAPT APARTMENTS Berlin haben ihre Marke in Gießen ausgerollt und blicken 2020 auf Braunschweig. Brera Serviced Apartments eröffnet gerade Leipzig und realisiert weitere Projekte in Frankfurt und Ulm. Überhaupt braut sich in Frankfurt gerade eine nie dagewesene Eröffnungswelle zusammen, die den gesamten Markt – allen voran die selbst stark wachsende Hotellerie – aufhorchen lässt. „Deutschlandweit gibt es hier nach wie vor die größte Dynamik", betont Anett Gregorius, Inhaberin von Apartmentservice. „In Frankfurt werden in den nächsten Jahren eine Reihe an neuen, großen Apartmentobjekten auf engstem Raum starten, und es wird sich zeigen, wie dies der Markt vertragen wird." Pioniere wie die Living Hotels positionieren sich mit Blick auf das allgemeine Wachstum: „Für uns heißt das nicht Expansion um jeden Preis und ohne Grenzen. Wir als Living Hotels werden selektiv wachsen, da der Immobilienmarkt mancherorts gewisse Höhen erreicht und eine nachhaltige Rentabilität durchaus mit Risiko behaftet ist. Wie der Markt in ein paar Jahren ist, ist derzeit nicht wirklich vorhersehbar, aber dass wir nächstes Jahr unser 17. Haus an unserem neunten Standort eröffnen werden, das steht fest", so CMO Tim Düysen.

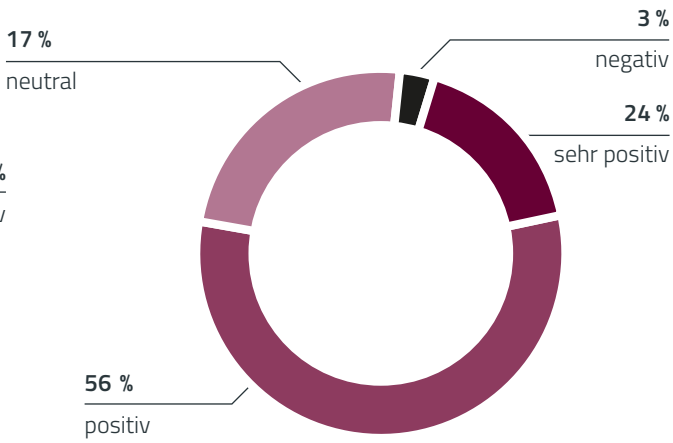
Newcomer setzen Statements

17.000 neue Einheiten allein bis 2021 und 60 % Wachstum bei aktuell 28.500 Serviced Apartments in etwa 540 Häusern: „Was wir derzeit erleben, ist der größte Neueröffnungsschub seit Ende der 1990er Jahre – und diese Entwicklung ist so bisher noch gesund", erklärt Anett Gregorius. Auch die Betreiber bestätigen dies aktuell in ihren

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Serviced-Apartment-Marktes für das Jahr 2019 ein?



Wie schätzen Sie die Entwicklung des Serviced-Apartment-Marktes am eigenen Standort (Stadtgebiet bzw. Umkreis 10 km) für das Jahr 2019 ein?



sehr positiv · positiv · neutral · negativ

Einschätzungen. Sahen 2018, laut Apartmentservice-Studie, noch 84 % die Entwicklung des Segments als „positiv" oder „sehr positiv", sind es aktuell 89 %. Auch die Entwicklung am eigenen Standort schätzen sie zu 80 % als „positiv" oder „sehr positiv" ein – getragen von einer aktuellen Auslastung von 80 %. Dabei sank die durchschnittliche Aufenthaltsdauer leicht auf 25 Nächte (-2 Nächte) durch die wachsende Präsenz der Aparthotels. Demgegenüber sehen auf der Hotelseite 70 % der Betreiber Serviced Apartments als etabliert am Hotelmarkt, so die Ergebnisse des Sentiment Reports Hotelmarkt Deutschland 2019/2020 von Engel & Völkers Hotel Consulting. Für 64 % der Hotelbetreiber verschärfe sich sogar die Wettbewerbssituation durch Serviced Apartments. Zugleich gaben 40 % der Investoren an, mit Serviced Apartments im Exit im Vergleich zu Hotels ein Renditepremium erzielen zu können. Allein 2019 haben die Trends zu mehr Zielgruppen, Submarken und Community-Themen sowie zu großen Objekten und Mixed-Use-Projekten große Blüten getrieben. Mit Stayery haben BD-Apartment in Berlin ein ambitioniertes Millennial-Konzept gestartet, das gerade in einem noch größeren Objekt in Bielefeld sein Rollout erfährt. Joyn, der neue Brand der Corestate Capital Group, hat bereits in München und Wien drei Serviced-Apartmenthäuser auf den Markt gebracht, die als „Designalternative in der boomenden Assetklasse Micro-Living" verstanden werden wollen. Und Tannhaus, jenes Lifestyle-Konzept der Soho-House-Berlin-Macher, ist in Berlin bereits mit zwei Adressen präsent, die mit einem Student-Living-Konzept kombiniert sind. Stay Kooook wird im zweiten Quartal 2020 endlich die erste Adresse in Bern eröffnen, 2021 in Nürnberg. „Wir haben am Produkt und den Details gefeilt und die Abläufe sowie Prozesse weiter optimiert", sagt Kornell Otto, Project Management Director bei der SV Group. Dabei wurde auch das verschiebbare Wohnelement weiterentwickelt und verbessert. „Im Moment sind wir dabei, es von TÜV Süd zertifizieren zu lassen", so Kornell Otto. Auch das Thema Mixed-Use gewinnt weiter an Fahrt: Das Lebendige Haus bastelt bereits an den Eröffnungen in Wien und Bremen. Pro Urban will mit „Pures Leben" eine wohnwirtschaftliche Mikroapartmentmarke etablieren, die sich an Studenten, Geschäftsreisende aber auch Senioren richtet. Und i Live hat gerade „the place to be" gelauncht und will hier alle seine bisherigen Living-Angebote unter einem selbstmoderierten Dach zu neuen Wohngemeinschaftswelten zusammenführen (mehr dazu auch ab Seite 10). Das Serviced-Apartment-Segment hat eine Welle losgetreten, die in den nächsten drei, vier Jahren eine nie dagewesene Marktpräsenz erzeugen wird. Das ist umso erstaunlicher mit Blick auf leer gefegte Immobilienmärkte, hohe Baukosten, sinkende Preise und Renditen und nicht zuletzt schwierige Genehmigungssituationen in den Städten. Aber der Bedarf an Serviced Apartments bleibt durch die Mega-Trends ungebrochen

© Adina Apartment Hotels

© Stayery, Berlin

groß. Entscheidender denn je werden aber innovative, wasserdichte Konzepte, um nicht vom erstarkenden Wettbewerb geschluckt zu werden.

Benjamin Oeckl, Geschäftsführer von BelForm: „Hotelketten entwickeln zwar in Eigenkreation neue Longstay-Konzepte, jedoch fühlen sie sich zu oft noch wie größere Hotelzimmer mit Küche und Sofa an. Dabei entsteht nicht das Lebensgefühl, das bei Living auf Zeit aufkommen soll."

Amos Engelhardt, CEO der i Live Group: „Wir wollen nicht nur ein Haus entwickeln und danach wieder gehen, sondern auch das Center-Management übernehmen und damit dem Haus in großem Umfang Herz und Seele einhauchen." (mehr ab Seite 10)

Niels Berl, Director Germany The Collective: „Die gute Nachricht: Der deutsche Markt hat noch großes Potenzial. Wir sind fest davon überzeugt, dass Co-Living nicht nur für junge Menschen interessant ist. Unsere Angebote richten sich an eine breite Altersgruppe von 18 bis 60 plus." (mehr auf Seite 13)

Big, Established, Powerful

The apartment segment is booming. What was once announced as a niche and start-up is now reaching the residential and hotel markets of the big cities with full force. Not only established brands such as Aparthotels Adagio, Adina Apartment Hotels or Brera Serviced Apartments continue to grow, but also new brands such as the co-living provider The Collective are planning large numbers of apartments. By 2021 there will be around 17,000 new units in Germany alone. This corresponds to a growth of 60 % with currently 28,500 serviced apartments in about 540 houses. The decisive trends are more target groups, more sub-brands and more community themes as well as mixed use.

Autorin: Sylvie Konzack

© Berlin, fotolia

Schwerpunktdestination Berlin

Berlin erlebt derzeit einen regelrechten Hype. Mit jährlich neuen Übernachtungsrekorden und einer Hotelpipeline von über 5.000 Zimmern bis 2022 kann man das bereits am Hotelmarkt erkennen. Doch der Hype geht weit über das Touristische hinaus. Als Bundeshauptstadt ist Berlin eines der bedeutendsten administrativen, kulturellen und wirtschaftlichen Zentren und bietet beste Voraussetzungen für einen der stärksten Serviced-Apartment-Märkte des Landes.

Im Dynamic Cities Index des Immobilien-Investmentunternehmens Savills IM nimmt Berlin Platz 4 der dynamischsten Städte Europas ein und schneidet damit als beste deutsche Stadt ab. Ihr gelingt es im europäischen und auch nationalen Vergleich besonders gut, Talente anzuziehen und Innovationen zu fördern. Aus diesem Grund hat sich Berlin zu dem deutschen Start-Up-Hotspot entwickelt. Derzeit sind rund 3.700 Start-Ups in Berlin aktiv und stärken so ihren Ruf als moderne, offene aber auch innovative Metropole. Diese noch vergleichsweise junge Entwicklungsdynamik hat sich zu Beginn des Jahrtausends noch nicht abgezeichnet. Lange Zeit galt der Standort Berlin aufgrund durchschnittlicher Rahmenbedingungen und mäßiger Zukunftsaussichten als unattraktiver Investitionsstandort. Ein vergleichsweise großes Angebot an Serviced-Apartment-Anbietern war zwar seit jeher vorhanden, jedoch bediente sich dieses hauptsächlich am Shortstay-lastigen Tourismussektor. In Folge der dynamischen Wirtschaftsentwicklung sowie eines angespannten Wohnungsmarktes hat sich der Bedarf für Longstay-Apartments über Zielgruppen wie Projektar-

beiter, Expatriates oder Wohnungssuchende deutlich erhöht. Über die gestiegene Nachfrage dieser Zielgruppen konnte der Berliner Serviced-Apartment-Markt eine konzeptionelle Vielfalt entwickeln, die ihm vorher gefehlt hat. Auch internationale Marken haben ein großes Interesse für den Standort entwickelt. The Student Hotel mit seinem Hybrid-Konzept aus Hotelzimmern, Studentenapartments und Serviced Apartments hat 2019 am Alexanderplatz sein zweites Objekt in Deutschland eröffnet. Auch die irische Marke Staycity expandiert nach Berlin und feiert mit einem Haus am Checkpoint Charlie dieses Jahr seinen Markteintritt in Deutschland.

Für die Attraktivität des Standortes sprechen insbesondere die aktuellen Performancekennziffern, die in der diesjährigen Marktbefragung von Apartmentservice für den gewerblichen Serviced-Apartment-Markt erhoben wurden. Mit einer Zimmerauslastung von 87 % weist Berlin den höchsten Wert der vier größten Märkte vor München, Berlin und Hamburg auf (Durchschnitt Deutschland: 80 %) Auch die ADR und der RevPAR sind im bundesweiten Vergleich auf einem Spitzenniveau.

Derzeit verzeichnet Apartmentservice insgesamt 76 Häuser mit 4.402 gewerblichen Serviced-Apartment-Einheiten in Berlin (nur Häuser mit mehr als 15 Einheiten). Bis 2021 weist Berlin eine Pipeline von rund 1.500 Serviced-Apartment-Einheiten in 13 Projekten auf. Damit wird der Markt allein in den nächsten zwei Jahren um rund 35 % wachsen.

Das Longstay-Segment wird zudem durch ein Vielfaches an wohnwirtschaftlichen Apartments aus den Bereichen Furnished Accomodation, Co-Living, Corporate Housing, etc. erweitert. Allein der Bereich der möblierten Apartments umfasst in Berlin derzeit rund 14.000 Einheiten. Größter Anbieter ist hier das landeseigene Immobilienunternehmen Berlinovo, das in seinem Bestand über 7.000 wohnwirtschaftliche Apartments führt.

Auch in diesem Bereich sind noch zahlreiche weitere Projekte mit teils sehr hohen Einheitenzahlen geplant. Marktperformance und Pipeline sind ein Beleg für die hohe Attraktivität des Marktes – in Berlin steppt der Bär.

Autor: Jan Noltemeyer, Junior Consultant, Apartmentservice

Berlin: Germany's Serviced Apartment Hotspot

With 4,402 units in 76 buildings, Berlin is Germany's largest serviced apartment market after Munich. Due to high demand for temporary living space because of a very dynamic city growth, very good performance figures have been recorded for the past years. With a occupancy rate of 87 % in 2018, Berlin ranks first in Germany ahead of comparable cities such as Munich, Frankfurt and Hamburg. Based on these figures, it is not surprising that supply is expected to grow by around 35 % by 2021.

Co-Living als Trend der Zukunft auch in Berlin

Viele neue Hotelketten und -betreiber versuchen mit ihren Konzepten wie Citizen M und The Student Hotel den Wünschen und Ansprüchen der Young Professionals, Digital Nomads und Expatriates gerecht zu werden. Doch im Bereich des Temporären Wohnens sind es die Start-ups wie The Collective (London) und Projects (Berlin), Anbieter wie Vonder aus Berlin oder Medici Living / Quarters Co-Living, die diesen Markt bereits für sich entdeckt haben und ihn neben einzelnen engagierten Individualanbietern par excellence bedienen.

© Vonder Europe

Zahlreiche, einladende und die Gemeinschaft fördernde Bereiche zum „Sharen" und „Chatten", von der Gemeinschaftsküche über den Kinosaal im Haus bis hin zu Co-Working-Bereichen und Waschsalons mit Sofas und Sesseln, ermutigen die Bewohner, sich kennenzulernen und auszutauschen. Ergänzt durch Apps zur digitalen Kommunikation und einem von den Anbietern initiierten Event-Programm scheinen die jungen und junggebliebenen Apartmentbewohner hier ihr ideales Zuhause auf Zeit zu finden. In Berlin finden sich auch ganz kleine Anbieter mit großem Einfluss: Die „Happy Pigeons" sind in aller Munde, wobei sie mit nur zwei Standorten und je einer WG den Co-Living-Gedanken perfekt umsetzen. Die nächsten zwei Neueröffnungen von einem der führenden Co-Living-Anbieter aus Südamerika werden wir noch im Herbst 2019 erleben, wenn Selina das erste Haus am Olivaer Platz und ein weiteres an der Torstraße in Mitte mit jeweils 100 Zimmern eröffnet. Obwohl dem Co-Living ein Longstay-Gedanke zugrunde liegt – denn dauerhafte Beziehungen entstehen meist erst nach einer gewissen Kennlernphase – setzt Selina in Berlin eher auf ein Co-Living-Konzept im Hotelstil. Auch The Collective hat bereits seinen baldigen Markteintritt in Deutschland angekündigt, auch in der Hauptstadt.

Autorin: Bianca Vandersee, Senior Consultant, Apartmentservice

„Nicht ein Haus entwickeln und wieder gehen."

© i Live

Mit verschiedenen Produktlinien will i Live seit Langem alle neuen Lebens- und Wohnphasen bedienen. Jetzt hat das Unternehmen mit „the place to be" ein Kombinationsprojekt entwickelt. Wir sprachen mit Amos Engelhardt, CEO der i Live Group.

Herr Engelhardt, die i Live gilt als Innovationstreiber vor allem im Bereich Mikrowohnen. Inwiefern hat für Sie die Zukunft des neuen, Temporären Wohnens schon begonnen?
Die Zahlen zeigen seit Jahren, dass wir noch immer ganz am Anfang stehen. Wenn es demnächst bald 50 bis 60 % Single-Haushalte in den Großstädten gibt und wir bisher nur rund 7 % Studenten- und Mikrowohnungen haben, zeigt sich noch immer das riesige Potenzial. Die Immobilienwirtschaft muss darauf reagieren. Die Generation Y will heute und morgen in kleinen, möblierten Einheiten flexibel leben. Das löst eine Eruption aus. Schon jetzt haben wir allein bei unseren Häusern 300 bis 400 Menschen auf der Warteliste stehen.

Wie viel Potenzial steckt noch im Thema Mixed-Use und Quartiersbildung?
Ich denke, dass das Trennen von Funktionen keine Zukunft mehr hat. Wenn es um Quartiere und innovative Mixed-Use-Projekte geht, muss das Thema Mikrowohnen viel stärker Berücksichtigung finden. Genauso wie Community-Themen, App-Technik und überhaupt alternative Angebotsformen. Und entscheidend ist, dass es ein Management gibt, das alle Beteiligten zusammenhält, moderiert, für alle ein Ansprechpartner ist.

Sie haben gerade mit ihrem Partner Art-Invest Real Estate „the place to be" vorgestellt. Inwiefern unterscheidet sich das Konzept von den bestehenden auf dem Markt und von den bisherigen i Live-Konzepten?
Wir mischen hier unsere Angebote an Serviced Apartments, Mikroapartments und Best-Age-Apartments und vereinen Wohn-, Arbeits- und Lebenswelten. Wir wollen hier einen echten Gesellschaftsmix abbilden, auch mit Bands, Künstlern, Corporates etc. Zugleich wird es einen massiven App-Einsatz geben, der komplette Community-Aufgaben übernimmt, das Buchen von Räumen möglich macht etc. Die App wird für die absolute Interaktion sorgen und die Community ein Stück weit moderieren. Wir wollen nicht nur ein Haus entwickeln und danach wieder gehen, sondern auch das Center-Management übernehmen und damit dem Haus in großem Umfang Herz und Seele einhauchen. Der Fokus liegt damit nicht nur auf dem Gebäude, sondern auch darauf, dass das Konzept funktioniert und gelebt wird – das ist für uns auch eine Form von Nachhaltigkeit.

Sie stellen einen Community-Manager ein – quasi ein neuer Beruf, für den man nicht leicht Mitarbeiter findet.
Ja, die Community muss moderiert werden, das braucht auch Erfahrung. Wir sind inzwischen mit unserer Zentrale nach München gezogen – auch um hier Mitarbeiter für unsere Häuser zu finden, vor allem Fachkräfte aus der Hotellerie. Aber wir sind unbedingt auch für Quereinsteiger offen.

© Shutterstock

Die wichtigste Eigenschaft, die Community Manager mitbringen müssen, ist ihre ganz offene und offensive Kommunikation. Die Community Manager müssen einen bleibenden Eindruck hinterlassen.

Welche Herausforderung barg die App-Entwicklung? Wer kann diese nutzen?
Wir haben hier mit Amino zusammengearbeitet und neue Services implementieren können, die eine wirkliche Entwicklung darstellen. Vor allem die neue Möglichkeit, Räume zu buchen, ist für uns ein hoher Mehrwert. Die Bewohner und Nutzer können über die App aber alle unsere Community-Angebote und Hausfunktionen einsehen und verwenden. Auch das ganze Management, die Back-of-House-Aufgaben und -Funktionen, laufen über die App. Jeder Mieter bis zum Einzelhändler kann damit die App nutzen. Wir werden diese auch in unsere bestehenden Häuser und Projekte implementieren.

Welche Lagen peilen Sie bei avisierten Flächen ab 20.000 Quadratmeter Brutto-Grundfläche an?
Es wird dafür nicht das eine Grundstück geben. Wir führen bereits Gespräche in Köln am Tower mitten in der Stadt, dies wird aber hohe Mieten zur Folge haben. Wir schielen aber auch auf ein altes Lagerhallengrundstück in Köln. Dies wäre etwas außerhalb, aber hier ließe sich auch zeigen, wie gut ein optimal gebündeltes Konzept mit allen Gemeinschaftsangeboten im Quartier und darüber hinaus funktioniert. Durch das Center-Management, das wir mitübernehmen, gibt es für alle Projektbeteiligten von Anfang an einen einzigen Ansprechpartner. Wir machen den Investoren damit auch bewusst, dass man hier nicht nur in eine Immobilie investiert, sondern in ein Projekt, das nach Fertigstellung moderiert werden muss. Ein Investor beteiligt sich quasi auch an dem Konzept, das funktionieren muss. Es ist wie immer: Wenn wir einen Prototyp umgesetzt haben, können sich alle, auch die Städte, ein Bild machen, wie „the place to be" sein wird.

Viele von uns gehören nicht mehr zu den derzeit stark avisierten Young Professionals. Plant i Live auch die Entwicklung eines Konzepts für die Generation X und die noch Älteren?
Ja, wir nennen es das Best Age Living und verstehen darunter ein Lifestyle-Wohnen für Ältere. Im Fokus stehen hier größere Apartments, aber auch Co-Living-Themen und Angebote wie Yoga. Statt den Hühnerställen finden sich hier Dog-Sharing-Angebote.

Das Interview führte Sylvie Konzack.

Not Simply a Project Development

With various product lines, i Live has long wanted to serve all new phases of life and living. With "the place to be", the company has now developed a "combination" project. We discussed the details with the managing partner Amos Engelhardt. When it comes to neighbourhoods and innovative mixed-use projects, the topic of micro-living must be given much greater consideration. Just like community topics, app technology and alternative forms of product offering in general. And it is crucial that there is a management that holds all participants together, moderates them and is a contact for everyone. Together with its partner Art-Invest Real Estate, i Live tries to implement this approach with "the place to be."

Zukunftsperspektiven

Betreiber und ihre Visionen

Wachsen

Ralf Krause,
Geschäftsleiter der ADAPT APARTMENTS Berlin

„Wir wollen die Marke ADAPT APARTMENTS ausrollen. Aufgrund der Rückmeldungen unserer Gäste werden wir vieles so beibehalten, wie wir es in unserem Berliner Objekt eingeführt haben. Dazu gehört beispielsweise auch das Design. Dabei verzichten wir hier doch auf extravagante Elemente und legen Wert auf ein stilvolles, klassisches Wohngefühl. Unsere Gäste haben uns auch bei den aktuellen Befragungen zum wiederholten Male mitgegeben: „Wir wünschen uns, dass wir auch in anderen Städten ein ADAPT finden, aber bitte ändert nicht Euer klares, strukturiertes Design- und Dienstleistungskonzept"!"

Matthias Niemeyer,
Head of Development
Europe bei Adina Apartment Hotels

Lifestyle-Linie von Adina

„Unsere neue Marke wird außerhalb der Adina-Markenfamilie positioniert und primär junge Erwachsene ansprechen. Sie wird Elemente von Co-Living enthalten, jedoch, ebenso wie Adina, ein Hotelprodukt sein, das sich klar von Serviced Apartments differenziert. Die Marke wird erst auf den Markt kommen, wenn wir sie ausreichend an den Zielgruppen getestet haben, wir sind derzeit in der Prototypenentwicklung."

Pures Leben

Raphael Wellen,
Vorstand der PRO URBAN AG

„Der Fokus unserer Vision liegt darin, Mikroapartments für Senioren mit optionaler pflegerischer Versorgung marktführend anzubieten. Unter der Linie „Pures Leben – new care" projektieren wir aktuell mehrere Objekte – u. a. in Düsseldorf-Heerdt, die speziell auf die (Wohn-) Bedürfnisse älterer/pflegebedürftiger Menschen zugeschnitten sind. In Zukunft sehen wir auch in der Kombination der Wohnformen für die verschiedenen Zielgruppen (vom Studenten bis zum Senior) im Rahmen von „Quartieren" eine zukunftsfähige Entwicklung, um so Menschen in verschiedenen Lebenssituationen räumlich zusammenzubringen."

Neue Akzente mit „B.loved"

„Das B.Loved in Berlin eröffnet im November unweit des S-Bahn-hofs Charlottenburg, eine attraktive Lage für die geplante Zielgruppe der Businessreisenden, Botschaftsangehörigen, Schauspieler und Projektmitarbeiter. Die intelligent gestalteten Gemeinschaftsflächen in Form einer wohnlichen Lounge und eines großzügigen Fitnessbereichs fördern den Bewohneraustausch und sorgen für einen Ausgleich vom Arbeitsalltag. Zudem wird ab dem ersten Quartal 2020 das Restaurant Anouki eine neue, modern und locker interpretierte, französische Küche im Haus anbieten – von modernem Soulfood über traditionelle Gerichte, von Frühstück bis Abendkarte. Auch die hochwertige Architektur und Ausstattung wird mit neuen Farbkonzepten und einem Mix aus Pastelltönen und knalligen Gelb- und Rottönen Akzente setzen."

© PRO URBAN AG, B.loved, Berlin

© PRO URBAN AG, B.loved, Berlin

What Visions do Operators Have for the Future?

With "Pures Leben – new care" the PRO URBAN AG, according to its CEO Raphael Wellen, wants to focus on micro-apartments for senior citizens, but also sees the combination of different forms of living for the various target groups (from students to senior citizens) within the framework of "neighbourhoods" as a sustainable development. With B.Loved in Berlin, it is setting new accents e.g. with intelligently designed communal areas and new colour concepts. Matthias Niemeyer, Head of Development Europe at Adina Apartment Hotels, envisages qualitative rather than quantitative market leadership for the brand and wants to establish it as a European player. Ralf Krause, Managing Director of ADAPT APARTMENTS Berlin, says that the ADAPT APARTMENTS brand will grow because guests want to find an ADAPT with its clear, structured design and service concept in other cities as well.

„Der deutsche Markt hat noch großes Potenzial."

The Collective gehört zu den großen „Community-Playern" im Segment – und hat kürzlich den Start in Deutschland von mehreren tausend Einheiten in markanten Bestandsgebäuden und Neubaukonzepten bekannt gegeben. Wir sprachen mit Niels Berl, Director Germany, über gute Nachrichten, ältere Zielgruppen und Objekte mit 700 Einheiten.

Herr Berl, wie viel Musik ist bei den Co-Themen auf dem deutschen Markt noch drin? Inwiefern steht der hiesige Markt noch ganz am Anfang?
Immer mehr Menschen wünschen sich mehr Flexibilität, Individualität und gleichzeitig soziale Kontakte beim Wohnen. So steigt auch in Deutschland die Nachfrage nach Co-Living. Die gute Nachricht: Der deutsche Markt hat noch großes Potenzial. Wir sind übrigens fest davon überzeugt, dass Co-Living nicht nur für junge Menschen interessant ist. Unsere Angebote richten sich an eine breite Altersgruppe von 18 bis 60 plus.

Wie konkret sind Ihre Pläne in Deutschland bereits?
Unser Fokus liegt auf den größten deutschen Städten, in denen wir in den kommenden Jahren mehrere tausend Einheiten realisieren wollen. In Berlin und Frankfurt sind wir bereits in der Planungsphase, in anderen Städten prüfen wir derzeit Standorte.

The Collective hat aktuell ca. 8.000 Einheiten international in Betrieb, Planung oder Realisierung. In diesem Herbst eröffnet der erste Standort in New York, die Paper Factory, und das bisher größte Vorhaben, The Collective Canary Wharf in London, hat 705 Apartments. Warum setzen Sie auf so viele Einheiten?

Lebt nur so das Collective-Konzept? Wie schaffen Sie bei dieser Größe einen hohen Longstay-Anteil?
Co-Living ist eine neue Art, in Städten zu leben – aber natürlich nicht die einzige Möglichkeit. The Collective möchte mit seinen Co-Living-Standorten in wachsenden Weltstädten komfortable und gut in Stand gehaltene Apartments für lange oder kurze Aufenthalte bieten. Dabei wirkt sich eine höhere Anzahl von Einheiten nicht nur positiv auf die wirtschaftlichen Skaleneffekte aus, sondern schafft auch eine größere und vielfältigere Community.

Wie wächst das Collective-Konzept mit dem Älterwerden seiner Gäste?
Es gibt keine Altersbeschränkungen für Co-Living – einer unserer Mitglieder/Bewohner bei Old Oak ist zum Beispiel 66 Jahre alt. Als Mittel gegen die Einsamkeit ist das Zusammenleben gerade für ältere Menschen von großer Bedeutung. Gerade für diese Gruppe arbeiten wir an speziellen Ideen und Konzepten.

Das Interview führte Sylvie Konzack.

Foto: The Collective, Kathrin Bach

"The German market has still great potential."

The Collective is one of the big "community players" in the segment – and recently announced the launch in Germany of several thousand units in distinctive existing buildings and new construction concepts. They are convinced that co-living is not only interesting for young people.

Ein Preis und noch mehr Erfolge

Klein, fein, mit vielen dynamischen Gleichgesinnten – so feierte 2013 der SO!APART-Award seine Premiere. Heute sind viele Preisträger etablierte Betreiber mit rauschenden Erfolgsstorys. Und seit 2017 gehören dazu auch die Gewinner des Branchenpitches „Das Nest des Flamingos." Ein Rückblick im Überblick.

Im kleinen Eventbereich des Adina Apartment Hotel Hamburg Michel fing alles an. „2013 lag hier mit all den engagierten Betreibern so viel Großes in der Luft, dass es diesen ersten Serviced-Apartment-Preis einfach brauchte, um den Leuchttürmen eine Bühne zu geben", sagt die Initiatorin und Apartment-Service-Inhaberin Anett Gregorius heute. Zu den Preisträgern der ersten Stunde gehören die Schweizer Visionapartments und das The Madison Hotel Hamburg genauso wie das The Red in Düsseldorf oder ipartment aus Köln. Auch die Visionapartments verfügen mittlerweile über 1.800 Serviced Apartments und eine eigens entwickelte PMS-Software für das Segment. Bereits mit der Gründung 1999 setzten sie auf ein professionelles Standort- und Designkonzept für ein Rollout in Europa. Bei dem mehrfachen Preisträger Adina Apartment Hotels zeigt sich auch, wie sehr, parallel zur steigenden Nachfrage, über die Jahre das Angebot und die Präsenz der Aparthotels mitgewachsen sind. Mit SMARTments business konnte zudem 2016 eine erste Serviced-Apartment-Brand im Budgetbereich ausgezeichnet und damit das wachsende Potenzial für ausdifferenzierte Konzepte prognostiziert werden. „Heute erleben die Themen Submarken und Mikro-Lösungen mit der großen Eröffnungswelle ihren Höhepunkt", so Anett Gregorius.

Unterschiede machen

Betreiber wie die ADAPT APARTMENTS Berlin sind gerade dabei, als eigene Brand zu wachsen. Der Gewinner des öffentlichen Online-Votings „das beliebteste Große" von 2017 und 2018 ist seit 2012 in Berlin-Adlershof präsent. Im Herbst 2018 eröffnete ein erstes weiteres Haus mit 31 Einheiten in Gießen, im Frühjahr 2020 folgt Braunschweig. „Wir wollten an den neuen

Standorten ein neues Designkonzept implementieren", sagt der Geschäftsführer Ralf Krause. „Unsere Umfragen hatten aber ergeben, dass unsere Gäste unser bisheriges, eher farblich gedecktes, klar strukturiertes Design bevorzugen." Das Thema Kommunikation und Stammgäste-Betreuung ist bei Ralf Krause und seinem Team omnipräsent. „Wir erhalten jeden Monat zwischen 350 und 500 Gästebewertungsbögen", berichtet er. Zudem finden drei- bis viermal im Jahr Meetings mit Stammgästen statt.
Seit 2016 vergibt die Jury auch einen Special Award an Unternehmen, die sich durch ein besonderes Konzept, ihre Akteure, Story oder Initiativen auszeichnen. Erster Preisträger war die Gästeresidenz PelikanViertel in Hannover, die 2005 in den ehemaligen Pelikan-Werken eröffnet hat und zum Beispiel das Thema „Sherlock Talking Kitchen" spielt. „Wir freuen uns, dass so viel Kreativität, immerwährende Innovation, große Liebe zum Detail und langjähriges Engagement mit diesem Award gewürdigt wurden", sagten die Geschäftsführer von Bierwirth & Kluth und haben das Haus in den letzten Jahren stetig weiterentwickeln und positionieren können.
2018 erhielt das niederländische Unternehmen Yays den Special Award, zugleich erreichte es den 1. Platz in der Kategorie „die kleinen Feinen" für das Yays Sagrera in Barcelona. „Das Team geht bewusst einen anderen Weg: raus aus den Innenstädten in weniger bekannte Viertel und mit einem sozialen Konzept, das bewusst den Kontakt zwischen Gästen und der Umgebung herstellt. Nicht Verdrängung, sondern ein Miteinander auf Augenhöhe ist das Ziel", hieß es in der Laudatio, und CEO Peter Heule ergänzte: „Es macht mich sehr stolz zu sehen, dass Yays einen Unterschied in diesem einzigartigen Segment machen kann."

Waschechte Newcomer

2017 feierte noch ein Preis auf der SO!APART Premiere: der Newcomer Award beim „Nest des Flamingos." „Mit ihm wollten wir den Branchenvertretern zeigen, welche Innovationen der Markt für das Serviced-Apartment-Segment bereithält und jungen Unternehmen die Möglichkeit bieten, mit ihren Produkten den Einstieg zu finden", sagt Anett Gregorius. WeWash, der erstmalige Preisträger 2017, ist inzwischen mit seinem Wasch-App-Service stark in kleineren und größeren Serviced-Apartmenthäusern und Aparthotels präsent: „Bereits nach der Präsentation waren die rasante Bekanntheitssteigerung innerhalb der Branche und die positive Resonanz überwältigend", sagt Mark König, Head of Hospitality Sales von WeWash. Auch Mama Stove, der Gewinner des „Nest des Flamingos 2018" und Food-Anbieter für schnelle, gesunde Gerichte in der Snack-Box, zählt heute bereits viele Serviced-Apartment-Betreiber, die bei der Präsentation dabei waren, zu echten Kunden.
„Es ist spannend zu sehen, wie unsere ausgezeichneten Betreiber und Unternehmen ausgetretene Pfade verlassen, als Vorreiter das Segment begeistern und das Apartmentwohnkonzept lieben", betont Anett Gregorius. „Ich bin überzeugt, dass mit den neuen Wachstumstrends im Segment Visionen noch wichtiger werden. Mit unseren Awards können wir ihnen eine besondere Bühne geben und so einen Anteil daran leisten, die Serviced-Apartment-Welt noch attraktiver zu machen. In diesem Sinne freue ich mich schon jetzt auf die Preisträger in diesem Jahr."

Autorin: Sylvie Konzack

SO! APART

One Award and Much More Success

Small, fine, with many dynamic like-minded people – this is how the SO!APART-Award celebrated its premiere in 2013. Today, many award winners are established operators with roaring success stories. And since 2017, the winners of the industry pitch "The Flamingo's Nest" have also been among them.

Greta-Effekte gesucht

Welchen Beitrag leistet das Segment zur Erfüllung der Klimaziele? Mancherorts einen ambitionierten. Aber das Potenzial und die Möglichkeiten sind noch größer, darin sind sich viele Betreiber einig. Ein paar Stimmen und Initiativen.

Seit Greta, Luisa und Rezo sind Nachhaltigkeitsthemen von einem Nice-to-have zu einem großen To-do avanciert. Erst recht in der Reiseindustrie, die als großer Ressourcenverbraucher gilt und stetig mehr mit neuen Green Policies der Corporate-Kunden konfrontiert ist.

Die Hotellerie hat hier, das darf erwähnt werden, bereits in den letzten zehn Jahren aufgrund der hohen Energiekosten Einsparmaßnahmen gestartet – mit Blockheizkraftwerk-Technologien, Öko-Strom-Initiativen oder modernen Mobilitätskonzepten. Ketten wie Scandic haben dies zu ihrem USP gemacht. Big Player wie Marriott, Hilton oder Accor gründeten Umweltprogramme, die zuletzt in selbstauferlegten Plastikverboten, Recycling- oder Baumpflanzprojekten mündeten.

Gerade das Segment der Serviced Apartments hätte besondere Möglichkeiten der Nachhaltigkeit, da sind sich viele Betreiber einig. „Unser Sektor hat ein großes Potenzial, da Langzeitaufenthalte ressourcenschonend sind", betont unter anderem Debora Verna, Group Marketing & Communications Manager bei Visionapartments, und verweist auf die Verwendung von Solarenergie für die Poolheizung im Unternehmen, auf Recyclingprojekte und weniger Chemikalien in der Wäscherei. Auch Adagio sieht ein großes Nachhaltigkeitspotenzial „gerade im Extended-Stay-Segment", erläutert Anja Müller, Vice-COO Europe and Partners Aparthotels Adagio: „Eine wöchentliche statt tägliche Zimmerreinigung verringert im Vergleich zum klassischen Hotel deutlich den Einsatz von Putzmitteln. Handtücher und Bettwäsche werden ebenfalls länger benutzt." Hinzu kämen regionale und Bio-Frühstücksprodukte oder die Abfalltrennung in den Apartments und auf jeder Etage. Obligatorisch nimmt Adagio am Accor-eigenen Programm Planet21 teil.

Immobilie first

Auch die SV Group setzt bei den Marken Residence Inn und bald auch Stay Kooook auf die großen Effekte durch Abfall- sowie F&B-Themen. Auslöser war eine Analyse 2012, berichtet Kornell Otto, Project Management Director bei der SV Group. „Nicht die Logistik oder das Kochen, wie ursprünglich vermutet wurde, war für den Großteil der Klimabelastung verantwortlich, sondern der Warenkorb. Wollte die SV Group die CO_2-Emissionen tatsächlich verringern, musste bei den Gästen die Lust auf klimafreundliches Essen geweckt werden." Zugleich wurde die Wertschöpfungskette überarbeitet und die Zusammenarbeit mit dem WWF Schweiz und dem Schweizer Tierschutz gestartet. Doch den größten Klimafaktor sieht Kornell Otto in der Immobilie selbst. „Hier macht es gerade für wachsende Marken Sinn, sich im Development-Prozess besonders für Minergie- bzw. LEED-zertifizierte Immobilien zu interessieren", ist er überzeugt. Doch hier liegt noch viel Potenzial auf der Straße, meint auch Helmut Dörfer, Architekt und Energieberater, Partner bei Dörfer Grohnmeier Architekten Partnerschaft: „Das Thema Nachhaltigkeit findet bislang bei der Planung und Realisierung von temporären Wohnprojekten wenig Berücksichtigung. Ein wesentlicher Grund dafür könnte das Investor-/Nutzer-Dilemma sein." Die Gesetze würden noch keine strengeren Richtlinien vorgeben, sodass bei neuen Serviced-Apartment-Projekten oft nur der energetische Mindeststandard realisiert würde. „Das Dilemma besteht darin, dass höhere Investitionen in einen besseren Energiestandard oder ressourcensparende Technologien keinen Niederschlag in der Ermittlung und Festsetzung von Pachtpreisen finden", ergänzt er – „obwohl hier ein erhebliches Einsparpotenzial bei Betriebskosten und CO_2-Ausstoß besteht", und es nachträglich umzusetzen meist zu aufwändig wäre. Aus Betreibersicht bestätigt dies Matthias Niemeyer, Head of Development

© ADOBE-Stock

© Living Hotels

© Living Hotels

Europe bei Adina Apartment Hotels: „Nachhaltigkeit fängt beim Bauen an, und hier wird noch viel zu wenig auf Nachhaltigkeit geachtet. Serviced Apartments könnten bei erfolgreicher Umsetzung einen Wettbewerbsvorteil haben, da sich Gäste durch den längeren Aufenthalt mehr mit „ihrem" Apartment identifizieren." Letztlich würde es aber darauf ankommen, ob Gäste für Nachhaltigkeit zahlen wollen. „Dies ist bislang nicht der Fall."

Die Macht des Mitarbeiters

Der Faktor Gast spielt also eine große Rolle. Der Faktor Mitarbeiter vielleicht eine noch größere, würden die Living Hotels sagen. „Die Herausforderung eines wirklich greifenden Nachhaltigkeitskonzepts liegt darin, die Maßnahmen nicht einfach von Zentralseite oder Vorstandsebene aus vorzugeben, sondern die Mitarbeiter aktiv zu beteiligen", ist Lorenz ter Veen, COO Living Hotels, überzeugt. Dafür müsse man die Mitarbeiter für das Konzept begeistern, „weil die Mitarbeiter gelebte Nachhaltigkeit zu ihrem Projekt machen" und eigene Ideen umgesetzt sehen, ergänzt er und blickt zugleich auf die neue Living-Moments-Philosophie, die alle Bereiche betrifft. „Momentan können wir gar nicht so viel umsetzen, wie gute Vorschläge und Ideen an uns herangetragen werden", sagt Lorenz ter Veen. Hinzu komme, dass ein fester, vernünftig umgesetzter Achtsamkeitsgedanke die Unternehmensperformance steigert und von den Mitarbeitern und Longstay-Gästen nachgefragt wird. Die 16 Living Hotels sind seit Juni 2019 mit dem Siegel Green Globe zertifiziert. In den Hotels fließt nur Öko-Strom. Einwegbecher, Plastikstrohhalme, verpackte Lebensmittel auf dem Frühstückstisch sowie Produkte aus Palmöl sind verbannt. Die individuellen Maßnahmen reichen von protokollierten Fahrgemeinschaften bis hin zu organisierten Garbage-Good-bye-City-Touren für Mitarbeiter, Gäste und Bürger. Und das Ganze mit Entwicklungspflicht: Innerhalb eines Jahres muss eine ausreichende Zahl an neuen Maßnahmen hinterlegt werden. Ein Loblied auf den Status Quo ist also zwecklos. Vielleicht wissen es manche noch: Auch die Handtuch-Policy war einmal eine Mitarbeiteridee. Zumindest erzählt es die Legende über einen Scandic-Mitarbeiter. Die Zeit ist reif für neue, grüne Legenden.

Autorin: Sylvie Konzack

Copycats for Sustainability

Sustainability is one of the most important issues at the moment. But what contribution does the segment make to meeting climate targets? In some cases, an ambitious one. But many operators agree that the potential and opportunities are even greater. The long-stay segment in particular has many possibilities. Many of the good suggestions come from the employees. However, there is a lot of catching up to do when it comes to the implementation of sustainable ideas already during the real estate development process.

SO!
APART

Feedback
BOX

SO!
Wien HotelNET

Das Programm der SO!APART 2019

Der Serviced-Apartment-Markt wächst weiter, schnell und in großen Schritten. Das Angebot wird vielfältiger. Es entstehen neue Ideen und Produkte, groß und anders denken ist erlaubt. „Groß, größer, Visionen" auf der SO!APART 2019.

Das Motto zeigt sich bereits in der etablierten Rubrik „New Kids on the Block." Stay Kooook nutzt beispielsweise modulare, verschiebbare Elemente, um auf kleinem Raum möglichst viel zu bieten, Area 24/7 reduziert die persönliche Fläche für den einzelnen Gast auf ein Minimum, die Bedeutung von Gemeinschaftsflächen steigt. Diese Tendenz greift auch unser Panel „Alles eine Frage des Mindsets: Wachstum nur noch mit dem „Co"?" auf. Und ob Weiterwachsen auch unter Einhaltung von nachhaltigen Aspekten geht, ist eine weitere Frage, die wir unter dem Tagungsleitfaden „groß, großer, Visionen" besprechen möchten. Darunter fällt schließlich auch die Überlegung, inwieweit es ein eigenes Gesicht braucht, um im zunehmenden Wettbewerb bestehen zu können. Hier schauen wir über den Tellerrand und haben Henning Weiß, Chief Product Officer von der 25hours Hotel Company, eingeladen, über die Möglichkeiten und Erfahrungen mit einem designstarken Storytelling zu referieren. Fest verankert im Programm sind weiter die „Schwerpunktdestination" – in diesem Jahr geht es um Berlin – und der Branchenpitch „Das Nest des Flamingos." Aber seien Sie versichert, auch hier geht es um Zukunftsaussichten und gute Ideen für die weitere Entwicklung des Segments.

Programm 13.11.

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	**Registrierung und Begrüßungskaffee**		
9.30 bis 9.45	**Begrüßung** | Kai Böcking und Anett Gregorius		
9.45 bis 10.05	**Marktüberblick international** | Christian Strieder, Country Manager DACH, STR		
10.05 bis 10.50	**Groß, größer, Visionen. Trends, Fakten – Marktupdate 2019** | Anett Gregorius, Inhaberin und Gründerin Apartmentservice		
10.50 bis 11.35	**Kaffeepause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung**		
11.35 bis 12.50	**Warum wie immer? New Kids on the Block – die neuen Mitspieler** | Kornell Otto, Director Project Management, SV Group; Hannibal DuMont Schütte, Gründer und Geschäftsführer der Marke Stayery; Simon Trimborn, Head of Business Development, Limehome; Sebastian Blum, Operational Management, Area 24/7	11.35 bis 12.50	**Serviced Apartments Investmentfähige Betreiberverträge und steuerliche Grundlagen, insbesondere die Behandlung von FF&E** | Marc P. Werner, LL.M. (Miami), Head of Global Hospitality Group u. Managing Partner in Frankfurt, Hogan Lovells International LLP; Dr. Mathias Schönhaus, Counsel, Steuer- und Bilanzrecht in Düsseldorf, Hogan Lovells International LLP
12.50 bis 14.05	**Mittagspause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung**		
14.05 bis 14.40	Best Practice: **25hours Hotels – Individualisierung im Spannungsfeld einer globalen Expansion** | Henning Weiß, Chief Product Officer, 25hours Hotel Company GmbH	14.05 bis 14.40	**Schwerpunktdestination Berlin: ein Markt zum Träumen?** | Jan Noltemeyer, Junior Consultant, Apartmentservice Consulting
14.40 bis 15.15	**Immer bunter – welche Rolle spielt „wohnwirtschaftlich" und „gewerblich" noch?** | Panel: Matthias Rincón, Geschäftsführer, iPartment GmbH; Hauke Fischbeck, COO, Cresco Capital Group u. Managing Director, Cresco Immobilien Verwaltungs GmbH; Moderation: Marc P. Werner, LL.M. (Miami), Head of Global Hospitality Group u. Managing Partner in Frankfurt, Hogan Lovells International LLP	14.40 bis 15.15	**Business Wellbeing** | Angela Barzen, Trainerin und Coach Business-Wellbeing
15.15 bis 16.00	**Kaffeepause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung**		
16.00 bis 17.15	**Round Tables zu aktuellen operativen Themen** | Informationen zu den Referenten und Themen finden Sie auf Seite 22	16.00 bis 17.15	**Meet & Match –** für Betreiber, Investoren und Projektentwickler (geschlossener Veranstaltungspunkt - ausschließlich auf Einladung von Apartmentservice)

SO! APART AWARD 2019

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

ab 19.00 Uhr Einlass
20.00 Uhr bis 22.00 Uhr Feierliche Verleihung der SO!APART-Awards 2019 (mit Dinnerbuffet)
ab 22.00 Uhr After-Show-Party

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 Plenum | Referent
ab 8.30	**Begrüßungskaffee**
9.00 bis 9.05	**Begrüßung und Zusammenfassung des Barcamps** | Kai Böcking und Anett Gregorius
9.05 bis 9.45	**Wachstumsstrategien: Wie wichtig ist Marke?** Vorstellung der Umfrageergebnisse und Panel | Panel: Henrik von Bothmer, Investment Manager, Union Investment Real Estate; Matthias Niemeyer, Head Of Development Europe, Adina Apartment Hotels at TFE Hotels; Impulsvortrag und Moderation: Petra Heß, Solopreneur art3p
9.45 bis 10.30	**Alles eine Frage des Mindsets: Wachstum nur noch mit dem „Co"?** | Panel: Anja Mueller, Vice-Chief Operations Officer & Partners, Adagio SAS; Niels Berl, Director (Germany), The Collective; Rosa Höhn, COO, Vonder Europe; Moderation: Sylvie Konzack, Chefredakteurin, Bleisure Traveller
10.30 bis 11.15	**Kaffeepause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung**
11.15 bis 12.30	Keynote: **UNLEARN WHAT YOU HAVE LEARNED. Managing A Mindset Shift** | Dr. Marc Schumacher, Managing Partner, LIGANOVA
12.30 bis 13.00	**Klimaziele für das Segment? Panel zum Thema Nachhaltigkeit** | Panel: Tim Düysen, CMO, Living Hotels; Bernd Mensing, Area- & Pre-Opening-Manager, Bierwirth & Kluth Hotel Management GmbH; Patrick Cunningham, Business Development Director Germany, ASK4. Moderation: Sylvie Konzack, Chefredakteurin, Bleisure Traveller
13.00 bis 14.15	**Mittagspause und Besuch der fachbegleitenden Ausstellung**
14.15 bis 15.15	**„Das Nest des Flamingos." Branchenpitch für innovative Produkte** | Präsentation ausgewählter Innovationen; Moderation: Kai Böcking. Wir bedanken uns bei apaleo für die Unterstützung (Teilnehmer am Nest des Flamingos 2017)
15.15 bis 16.00	**Finanzieren und Investieren im Segment: Wie geht „groß, größer, Visionen" hier?** | Impulsvortrag: Klaus Riek, Managing Director, i Live Invest GmbH; Panel: Klaus Riek, Managing Director, i Live Invest GmbH; Simon Behr, Director of Fund Management & Transaction, GBI AG; Niels Berl, Director (Germany), The Collective; Philip C. Sauer, Managing Director, Sauer Real Estate AG; Moderation: Uwe Niemann, Leiter Markt Hotelfinanzierungen, Deutsche/Hypo
16.00 bis 16.15	**Ausblick und Ende der SO!APART 2019**

Die Round Tables auf der SO!APART

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

Was das Kundenherz begehrt

Zusammen mit Daniel Ishikawa, Geschäftsführer von Furniture Leasing, nimmt sich Apartmentservice als langjähriger Vermittler von Serviced Apartments in dieser Diskussionsrunde der Gästewünsche an – oder deren sich verändernden Vorstellungen: So wie sich das Angebot differenziert und wandelt, so tun es beispielsweise auch das Buchungsverhalten und die Erwartungen an ein Zuhause auf Zeit auf Kundenseite. Dies betrifft u. a. Budgetvorgaben und Präferenzen und die nicht selten erkennbare Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Was will der Kunde auch hinsichtlich Möblierung, was erwartet er von den auf dem Markt befindlichen Konzepten?

Wirklich lohnend: Nachhaltigkeit bei Planung und Realisierung

Das Thema Nachhaltigkeit steht mehr und mehr auf der politischen und gesellschaftlichen Agenda. Dennoch wird das Thema bei der Realisierung von Apartmenthäusern und Aparthotels vernachlässigt. Den Investoren und Projektentwicklern scheinen die Maßnahmen oft zu teuer, die Betreiber haben oftmals nicht den entscheidenden Einfluss. Und das obwohl hier ein erhebliches Einsparpotenzial besteht und die Betriebskosten signifikant gesenkt werden könnten. Neben diesen „harten" Faktoren kann das Serviced-Apartment-Segment auch durch die „weichen" Faktoren profitieren: Die Attraktivität des Apartmenthauses kann durch einen Imagegewinn und ein Labeling (DGNB, LEAN, etc.) gestärkt werden. Ressourcenschonendes Bauen, Passivhäuser, Plus-Energie-Häuser gehören zu den Schwerpunkten von Helmut Dörfer, der diesen Round Table leiten wird. Er ist Partner bei Dörfer Grohnmeier Architekten Partnerschaft mbB.

SMART Home vs. SMART Building – Nutzen Sie die Chancen nachhaltiger Steuerung

SMART Building und SMART Home werden oft gleichgesetzt, beschreiben aber unterschiedliche Anwendungsgebiete. Smart Home steht für die Digitalisierung und Vernetzung des Wohnraumes, Smart Building für die Automation und zentrale Steuerung der Technik. Beide gehen mit einer SMARTEN Infrastruktur einher. Die Vernetzung der Immobilien benötigt entsprechende Netzwerklandschaften, welche die späteren Anforderungen erfüllen und unterstützen. Doch auf welche Aspekte sind hier zu achten? Greifen das Gesetz zur Digitalisierung und die Neuerungen des Messstellenbetriebsgesetzes auch im gewerblichen Bereich? Ist der Einbau eines intelligenten Messsystems bzw. einer modernen Messeinrichtung verpflichtend bzw. bindend? Ab wann sind intelligente Messsysteme zu verbauen? Kjell Ole Beckmann, Mitbegründer und Managing Director der REOS GmbH, wird mit Ihnen darüber sprechen und gemeinschaftlich Lösungen erarbeiten.

GUIDE TO A GOOD LIFE

Auf dem simplify your life campus I sylc. kann jeder seinen eigenen GUIDE TO A GOOD LIFE schreiben – ob Gast oder Mitarbeiter. Ein zentraler Aspekt ist die Entschleunigung sowie der Fokus auf das Wesentliche – brauche ich wirklich eine tägliche Auswahl zwischen fünf Marmeladensorten am Frühstücksbuffet, einen täglichen Handtuchwechsel oder eine tägliche Apartmentreinigung? Alle Möglichkeiten bestehen – dem Gast steht die Entscheidung allerdings frei, welchen der Services er in Anspruch nimmt. Teil der Zielsetzung des GUIDE TO A GOOD LIFE ist, dass er individuell gestaltet wird und somit an die einzelnen Bedürfnisse und die Persönlichkeit angepasst wird. So ist es vollkommen egal, ob die Gäste mit einem MOIN begrüßt werden oder mit einem Guten Tag – wichtig ist nur, dass der Mitarbeiter sich mit dem, was er tagtäglich tut, identifizieren kann. Was hinter diesem Konzept steht, zeigt Suntje Linde-Kollmeyer, General Manager des sylc.

Moderatoren, Referenten und Redner

enjoy stayin'

SO! APART

Angela Barzen

Angela Barzen war 25 Jahre Inhaberin und CEO der Plakativ Media GmbH, bevor sie sie 2017 an Ströer verkaufte. Seit 2019 gehört sie dem Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA an und arbeitet als Consultant für die blowUP Media GmbH und ReHoch2 GmbH. Neben ihrem Abschluss als Diplomkauffrau hat sie einen Master in Kommunikationspsychologie und ließ sich zum Systematischen Berater ausbilden. Darüber hinaus ist sie als Coach und Trainer der Positivem Psychologie zertifiziert. Sie bietet Trainings und Workshops im Bereich „Business Wellbeing" an.

Kjell Ole Beckmann

Kjell Ole Beckmann ist seit 2017 Co-Founder und Managing Director der REOS GmbH in Hamburg. Hier verantwortet er die Bereiche Business Development und Sales. Er ist Experte für Smart Building mit Fokus auf digitalem Asset- und Portfoliomanagement in den Bereichen Micro-Living, Serviced Apartments und Wohnen. Zuvor betreute er als selbstständiger Berater verschiedene Unternehmen in den Bereichen Business Development, Marketing und Strategy.

Simon Behr

Simon Behr ist Director of Fund Management & Transactions bei der GBI AG. Nach seiner dualen Ausbildung bei der Hypo Vereinsbank AG in Leipzig hat er zunächst im Private Banking gearbeitet und berufsbegleitend ein Studium an der Frankfurt School of Finance & Management abgeschlossen. Es folgte ein Wechsel als Spezialist für Kapitalanlagen zur Deutschen Apotheker- und Ärztebank nach Berlin. Heute verantwortet Simon Behr sämtliche Transaktionen der GBI AG sowie das Fondsmandat der Bayerischen Versorgungskammer.

Foto: GBI Holding AG / Lea Städler

Niels Berl

Niels Berl arbeitete sieben Jahre lang für Terra Firma Capital Partners, eine der führenden Private Equity-Gesellschaften Europas, wo er für den deutschen Markt verantwortlich war. Er hat in seiner beruflichen Laufbahn mit zahlreichen verschiedenen Arten von Immobilien gearbeitet, von Pflegeheimen über Hotels bis hin zu Kinos, und verfügt über ein tiefes Verständnis des deutschen Marktes. Bei The Collective konzentriert sich Niels Berl auf Investitionen, Finanzierung und Strukturierung und ist verantwortlich für einen ausgewogenen Ausbau des Geschäfts in Deutschland und Kontinentaleuropa.

Foto: The Collective / Cathrin Bach

Sebastian Blum

Sebastian Blum vertritt die area24|7smart hotels. Der gelernte Hotelkaufmann hält einen Master of Education der FU Berlin, wandte sich aber nach seinem Abschluss wieder der Branche zu, die für ihn immer wie „Brot & Butter" war. Beruflich war er von Europa über Australien bis nach Marokko tätig, und hat in sämtlichen operativen Bereichen verschiedener Hotelketten gearbeitet. Sein gesammeltes Wissen hat er 2019 in die Vision von Taimuraz Chanansvi, ein Netzwerk aus komfortablen aber erschwinglichen Logis für digitale Nomaden und anspruchsvolle Reisende zu schaffen, integriert. Er übernimmt als Operations Manager die Verantwortung für den reibungslosen Ablauf des Launchs der ersten Kapselhotelkette Deutschlands.

Kai Böcking

Seitdem Kai Böcking im Fernsehen arbeitet, hat er mit Reisen zu tun. Die Formate, die er erst präsentiert und dann später produziert hat, fanden im Ausland statt. Er ist ein Reiseprofi wider Willen geworden, mit dem Ziel, das Beste aus jeder Reise zu machen. Jedes Jahr ist er für TV-Produktionen, für das Magazin Business Traveller und privat ca. 200 Tage im Jahr unterwegs. Das sind viele Tage, viele Airlines, viele Hotels, viele Entdeckungen, aber auch viele Enttäuschungen und falsche (Buchungs-) Entscheidungen. Das von ihm zusammen mit dem Business Traveller auf den Weg gebrachte (Online-)Magazin Bleisure Traveller ist die Erfahrung, die er in den letzten 30 Jahren rund um den Globus gesammelt hat. Er reist geschäftlich, will aber trotzdem Land, Leute und Kulturen kennenlernen.

Henrik von Bothmer

Henrik von Bothmer ist Investment Manager bei Union Investment Real Estate und dort europaweit für den Ankauf von Micro-Living Investments verantwortlich. Die Bandbreite erstreckt sich dabei von kleinteiligen Wohnungen in urbaner Lage bis hin zu Serviced Apartments in Deutschland sowie europäischen Metropolregionen. Er hat maßgeblich die Auflage des Spezialfonds Urban Living Nr. 1 für institutionelle Anleger im Segment Micro-Living bei Union Investment verantwortet. Henrik von Bothmer ist studierter Wirtschaftsjurist sowie gelernter Immobilienkaufmann und verfügt über 18 Jahre Berufserfahrung, 10 Jahre davon bei Union Investment.

Foto: Union Investment/Simone Scardovelli

Patrick Cunningham

Patrick Cunningham ist Business Development Director in Deutschland bei ASK4, einem preisgekrönten Internet-Service-Provider für Unterkünfte mit Serviced Apartments und speziell errichteten Studentenwohnungen in Großbritannien und Europa. Er ist ein sehr erfahrener Business Development Experte und hat erfolgreich Projekte in einem dynamischen und technischen Umfeld vorangetrieben. Mit Sitz in Düsseldorf ist er verantwortlich für die Stärkung des Profils von ASK4 auf dem Markt.

Helmut Dörfer

Nach seinem Studium an der TU Darmstadt, war Helmut Dörfer von 1988 bis 1998 Mitarbeiter im Büro Prof. Bott, Ridder und Westermeyer und im Büro Prof. Dierks, Blume + Partner. Seit 1998 ist er selbstständig, seit 2016 in Partnerschaft als Dörfer Grohnmeier Architekten Partnerschaft mbB. Er ist Energieberater DENA und seit 2008 Nachweisberechtigter Wärmeschutz in der AKH, seit 2013 Vorsitzender des Ausschusses. Außerdem übernimmt er seit 2010 Vortragstätigkeiten u. a. für die Architektenkammer Hessen (AKH), die KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) zum Thema „Energiesparendes Bauen." Sein beruflicher Schwerpunkt liegt auf ressourcenschonendem Bauen, Passivhäusern, Plus-Energie-Häusern.

Tim Düysen

Tim Düysen wurde 1972 auf Sylt geboren. Seine Schulzeit verbrachte er auf Sylt, in England und in der Schweiz, seine Lehrzeit im „Hotel Stadt Hamburg" auf Sylt (Inhabergeführtes Luxushotel). Anfang der 90er Jahre wechselte er nach Berlin ins 5-Sterne-Haus „Schlosshotel Vier Jahreszeiten" als Rezeptionist und von dort ins „Crowne Plaza Berlin City Centre" – zuerst als Rezeptionist, danach im Verkauf. Anschließend war er im „Dorint am Müggelsee" in Berlin tätig. 2004 ging er als Verkaufsdirektor zu Living Hotels nach München, war dort später als Direktor für Vertrieb und Marketing tätig und ist seit März 2015 Chief Marketing Officer. Seitdem verantwortet er den kompletten Umsatz der Living Hotels und die Entwicklung der Markenstrategie, zuletzt den Prozess und die Umsetzung der neuen CI der „Living Moments."

Hannibal DuMont Schütte

Hannibal DuMont Schütte ist Gründer und Geschäftsführer der Marke STAYERY. Mit seinem Team betreibt er Serviced Apartments für Young Professionals. Nachdem er Erfahrungen in der Finanzwirtschaft und Unternehmensberatung gesammelt hat, gründete er 2016 gemeinsam mit Dr. Robert Grüschow die Marke STAYERY. Er absolvierte das Studium der Wirtschaftswissenschaften zum Bachelor of Science und zum Master of Management an der WHU Otto Beisheim School of Management. Darüber hinaus ist er seit 2013 im Beirat von SmartUp! – einem Entrepreneur Netzwerk der WHU.

PARTNER EXKLUSIV HOCH³

IMMOBILIEN IM KOPF - MOBILITÄT IM DENKEN

PRO URBAN AG

Wir planen, realisieren und vertreiben seit über 45 Jahren Wohn- und Apartmenthäuser sowie Seniorenimmobilien in wachstumsstarken Regionen.

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

Pures Leben
modern apartment

Hauke Fischbeck

Hauke Fischbeck, M.Arch., arbeitete zuerst als Architekt. Mit 29 gründete er ein Internet-Start-up, seine Stationen danach umfassten u. a. Strategieberatung bei BCG, Vorstand und CFO der ebuero AG sowie Partner bei der BÜRO DR. VOGEL GMBH, einer Strategieboutique spezialisiert auf Real Estate. Er hat in über 25 Berufsjahren die unterschiedlichsten Bereiche in Real Estate – Investment, Projektentwicklung, Gebäudeplanung, Bauherrenschaft, Bewirtschaftung, Consulting – abgedeckt und besitzt mit diesem Hintergrund ein umfassendes Verständnis für Immobilien und Management. Er ist seit 2019 COO der Cresco Capital Group, Geschäftsführer der Cresco Immobilien Verwaltungs GmbH sowie der STATION Berlin Event GmbH.

Anett Gregorius

Anett Gregorius ist Inhaberin des Berliner Beratungs- und Vermittlungsunternehmens Apartmentservice. 1999 hatte sie es kurz nach ihrem Studium der Betriebswirtschaft (BA) und einer Direktorentätigkeit beim deutschen Marktführer der Apartmenthotellerie gegründet und zwei Jahre später um die erste, auf das Segment spezialisierte Buchungsplattform im deutschsprachigen Raum erweitert. Ob die Entwicklung von Begriffs-Chartas, Zertifizierungen, Benchmark-Kooperationen oder als Fachreferentin und Fachbuch-Herausgeberin - seit 20 Jahren prägt sie den Markt mit verschiedenen Brancheninitiativen und sorgt wesentlich für eine Bekanntheitssteigerung und Professionalisierung des Segments.

Seit 2011 gibt sie den jährlichen Marktreport über den Serviced-Apartment-Markt in Deutschland heraus. Seit 2013 veranstaltet sie die Fachtagung SO!APART und schreibt die SO!APART Awards für die besten Serviced-Apartment-Konzepte aus. Aktuell ist sie im Rahmen ihrer Beratertätigkeit federführend an der Entwicklung und Realisierung von Großprojekten, neuen Brands und Rollouts beteiligt.

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.

Rosa Höhn

Rosa Höhn ist COO bei Vonder Europe. Die gelernte Hotelfachfrau und Diplom-Kauffrau für Hotelmanagement konnte bei verschiedenen jungen und schnell wachsenden Hospitality-Konzepten Erfahrungen im Pre-Opening, als General Manager und Director of Operations sammeln, darunter Meininger Hotels, Generator Hostels und SMARTments. Bei Vonder Europe verantwortet sie die Gestaltung der Guest Journey und die operativen Backoffice-Prozesse für einen reibungslosen Aufenthalt. Vonder ist eine Co-Living-Plattform und bietet Apartments für längere Aufenthalte mit dem Ziel, räumliche Mobilität zu vereinfachen. Das Konzept richtet sich hauptsächlich an Digital Nomads, Studenten und Projekt-Mitarbeiter. Eine aktive Community bietet die Möglichkeit, soziale und berufliche Kontakte zu knüpfen.

Daniel Ishikawa

Daniel Ishikawa ist Geschäftsführer von Furniture Leasing, einem führenden Anbieter von Möbel-Leasing-Lösungen mit Sitz in Frankfurt am Main. Er schloss die London School of Economics 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. Sowohl durch sein Unternehmen als auch durch seine eigene Reisetätigkeit kennt er die Ansprüche der immer mobiler und ortsunabhängiger lebenden Gesellschaft sehr gut.

PARTNER EXKLUSIV HOCH³

ADAPT APARTMENTS
Erste Wahl beim zweiten Zuhause

90% Weiterempfehlungen, 40% Stammgäste und 2-facher Gewinner bei den SO!APART Awards beim Publikumspreis für „das beliebteste Große“

- Großzügige Apartments (ca. 30 m² - 59 m²)
- hochwertige Materialien
- Vollständig ausgestattete Küchen
- Service-Dienstleistungen
- Stilvolles Wohnumfeld in attraktiven Lagen

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.

Suntje Linde-Kollmeyer

Suntje Linde-Kollmeyer arbeitete nach ihrer Ausbildung zur Hotelfachfrau viele Jahre als Direktionsassistentin im Hotel Europäischer Hof in Hamburg, bevor sie über Stationen bei Ströer und jam reisen zur SICON GmbH, wo sie in der Projektentwicklung tätig war, kam. Von 2017 bis Anfang 2019 begleitete sie die Eröffnung des sylc. als Pre-Opening Manager. Seit April 2019 ist sie General Manager des Hamburger Apartmenthotels.

Bernd Mensing

Seit Februar 2015 ist Bernd Mensing bei der Bierwirth & Kluth Hotel Management GmbH als General Manager für das Holiday Inn Hamburg City Nord tätig. Er verantwortet weiterhin als Interimsmanager die Gästeresidenz PelikanViertel in Hannover und ist als Area Manager für alle B&K-Häuser der Region Nord zuständig. Außerdem begleitet er die Pre-Openings der neuen Häuser. Bernd Mensing ist seit 1986 in verschiedenen Funktionen der Hotellerie tätig und hat umfassende Erfahrungen im F&B-Bereich. Von 1998 bis 2015 war er als Hoteldirektor in verschieden Hotels von Accor der Marken Novotel und Mercure in Bremen, Hamburg und Berlin tätig.

Anja Müller

Anja Müller kam im Januar 2017 zu Aparthotels Adagio und leitete die Abteilung „European Operations." Anfang 2019 wurde sie zur Vice-COO Europe and Partners ernannt. Sie arbeitet in der Unternehmenszentrale in Paris. Sie bringt über 20 Jahre Erfahrung in Top-Positionen in der internationalen Hotel- und Tourismusbranche mit, ob im Vertrieb oder als Hoteldirektorin. Als Director Hotel Operations Europe war sie mitverantwortlich für das Europageschäft der InterContinental Hotels Group. Zuvor leitete sie das Holiday Inn Open-Lobby-Programm mit den Schwerpunkten Markenführung und Marketing.

Uwe Niemann

Uwe Niemann ist Leiter Markt Hotelfinanzierungen bei der Deutschen Hypothekenbank 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 rund € 1,2 Mrd. bei etwa 70 Hotels.

Matthias Niemeyer

Matthias Niemeyer ist Geschäftsführer der Adina Holding in Deutschland und verantwortet seit 2012 die Expansion der Adina Hotels in Europa. In den nächsten drei Jahren eröffnen acht neue Häuser in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zahlreiche weitere Projekte und Destinationen sind in der Pipeline. Adina ist eine Marke für hochwertige Apartmenthotels der australischen TFE Hotels. Matthias Niemeyer unterrichtet neben seiner Tätigkeit an der Internationalen Hochschule Bad Honnef und ist Co-Herausgeber des Kompendiums der Hotelimmobilie und des Kompendiums des Temporären Wohnens.

PARTNER EXKLUSIV HOCH³

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 verantwortlich für die Erstellung von Standort-, Wettbewerbs- und Marktanalysen und die statistischen Grundlagen des Marktreports Serviced Apartments.

Kornell Otto

Kornell Otto absolvierte die Bavaria Hotelberufsfachschule in Altötting und schloss 2016 den Master of Business Administration an der FHNW in Brugg ab. Wertvolle Berufserfahrung sammelte er im F&B-Bereich u. a. im Hotel Adlon Kempinski in Berlin, im The Dolder Grand in Zürich sowie als Director of F&B bei Feinkost Käfer in der Schweiz. Seit 2012 ist er für die SV Group tätig, seit 2 Jahren als Project Management Director in der Geschäftsleitung. Er leitet den Bereich Design & Construction sowie Maintanance & Repair. Zudem ist er Projektleiter für die eigene SV Hotel Marke Stay KooooK und hat mit seinem Team das Produkt maßgeblich entwickelt.

Klaus Riek

Klaus Riek ist Managing Director bei der i Live Invest GmbH. Er lenkt gemeinsam mit Amos Engelhardt seit 2017 den Vertrieb der Unternehmensgruppe und verantwortete zunächst Aufbau und Strukturierung des Geschäftes im Einzelvertrieb. Er entwickelte die Qualifizierung des Vertriebsteams und die strategische Einbindung von Vertriebspartnern. Mit der Erweiterung des Produktportfolios auf Serviced Apartments und die Ausrichtung auf institutionelle Investoren erweiterten sich die Aufgaben auf die Themen komplexer Einzel- und Globalvertrieb. Seine Expertise in Finanzierungen und Immobilien gründet in langjähriger Erfahrung im Banken wesen und in Leitungsfunktionen und Regionsverantwortung bei der Deutschen Bank.

Matthias Rincón

Matthias Rincón ist ein kreativer Gestalter und Macher. 2010 gründete er mit Ralph Stock ipartment und startete die Vermarktung von 2 Design Serviced Apartments – Anfang 2021 werden es über Tausend sein. Bis dahin steht die Eröffnung von drei weiteren Häusern auf dem Programm: in Hamburg HafenCity, Frankfurt Airport und Böblingen. Heute ist Matthias Rincón Gesellschafter bei ipartment und für die Bereiche Konzept, Interior, Marketing und Sales zuständig. Praktisch, dass der Grafikdesigner und Kommunikationsfachwirt zugleich geschäftsführender Gesellschafter der rincón Design GmbH ist.

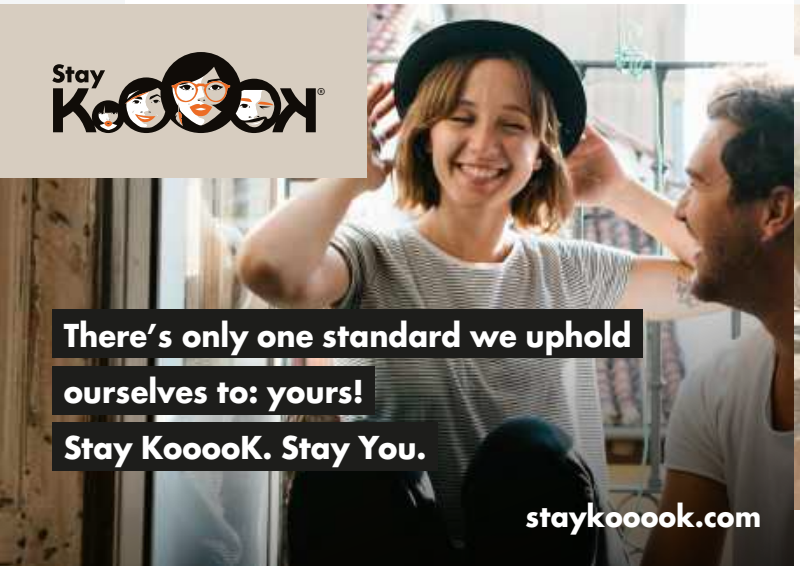
Philip C. Sauer

Philip C. Sauer hat 20 Jahre Erfahrung mit Europäischen Immobilientransaktionen. Er hat einen Master in Real Estate Investment & Finance von der European Business School. Als Geschäftsführer einer 83 Jahre alten Immobilieninvestmentfirma ist er für Investitionen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Großbritannien und Spanien mit dem Schwerpunkt auf Wohnimmobilien verantwortlich.

Dr. Mathias Schönhaus

Dr. Mathias Schönhaus ist Counsel, Steuer- und Bilanzrecht im Düsseldorfer Büro von Hogan Lovells. Er ist kompetenter Berater in allen Fragen des Steuer- und Bilanzrechts und wickelt für seine Kunden komplexe steuer- und bilanzrechtliche Fälle zuverlässig und zielführend ab. Er ist ein sehr erfahrener Berater im Immobilienbereich und steht einer Vielzahl von Investoren bei Immobilientransaktionen, insbesondere im Hotelbereich, sowie bei Projektentwicklungen im Immobilien- als auch Infrastrukturbereich zur Seite. Seine Doppelqualifikation als Steuerberater und Fachanwalt für Steuerrecht ermöglicht es ihm, die Fragestellungen seiner Mandanten ganzheitlich zu beleuchten.

PARTNER



PARTNER

i Live Group GmbH – info@i-live.de – 0 73 61-94 12 0 – www.i-live.de

Dr. Marc Schumacher

Dr. Marc Schumacher ist Marketing- und Retail-Experte. Mit Feinsinn für die sich wandelnden Marktstrukturen erdenkt er zukunftsfähige Marketingkonzepte für Marken aus allen Branchen. Heute ist er Managing Partner bei LIGANOVA. Als gefragter Keynote Speaker ist Schumacher bei mehreren internationalen Kongressen und Events, wie dem World Retail Congress in Dubai oder dem GDI Retail Summit in Zürich, zu Gast. Zudem ist er Gastdozent für Marketing Management an der HHL Graduate School of Management in Leipzig, wo er auch promovierte. Seine Karriere in der Retail-Branche begann bei HUGO BOSS und Breuninger. Im Alter von 34 Jahren wurde er Chief Retail Officer und Vorstandsmitglied bei der TOM TAILOR Gruppe.

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 Branchen-Entwicklungen. 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.

Simon Trimborn

Simon Trimborn leitet den Bereich Geschäftsentwicklung der 2017 gegründeten Limehome GmbH. Zuvor war er Digitalisierungs- und Strategieberater bei BCG in München. Limehome ist ein Serviced-Suiten-Apartmen-Anbieter an mehr als 23 Standorten in Deutschland und Österreich mit ca. 400 Suiten (2019) mit Fokus auf A- und B-Städte. Durch einen weitgehend digitalisierten Prozess vom Sourcen der Objekte bis hin zum Betrieb gelingt es Limehome Objekte von 5 Apartments in Montabaur, Regensburg, Linz oder Passau sowie bis zu 50+ Apartments in Hamburg, München oder Berlin zu betreiben. Nach einer erfolgreichen Etablierung des Konzepts in Deutschland und Österreich befindet sich Limehome aktuell in der Internationalisierung sowie weiteren Expansion an mehr als 150 Standorten in der DACH-Region.

Henning Weiß

25hours soll wachsen. Henning Weiß sorgt als Chief Product Officer dafür, dass die neu entstehenden Häuser in aller Welt die Individualität und den Esprit haben, der von 25hours erwartet wird. Dabei befasst er sich sowohl mit den technischen Herausforderungen, die der Bau eines Hotels mit sich bringt, als auch mit wegweisenden Produktentwicklungen, die die Marke aufladen und zukunftsfähig machen. In einem Beherbergungsbetrieb an der Nordsee aufgewachsen, absolvierte Weiß seine Ausbildung im kleinen aber feinen Louis C. Jacob an der Hamburger Elbchaussee und landete nach Ausflügen nach London und Berlin bei 25hours. Er übernahm 2006 das Hotel Management mit den Hoteleröffnungen in Frankfurt und verantwortete 2011 die Eröffnung des 25hours Hotel HafenCity.

Foto: Stephan Lemke for 25hours Hotels

Marc P. Werner

Marc P. Werner, LL.M. (Miami), ist Head of Global Hospitality Group und Managing Partner des Frankfurter Büros von Hogan Lovells. Er hat seit mehr als 20 Jahren intensive Erfahrung im Bereich Real-Estate-Transaktionen und Real-Estate-Finanzierungen. Insbesondere in seiner Spezial-Nische „Hotels" gilt er als einer der „Besten Juristen Deutschlands." Marc P. Werner ist der „Go to"-Rechtsanwalt, soweit es sich um Hotel-Management-Verträge, Pacht- und Mietverträge, Franchise-Verträge oder um den Kauf und Verkauf von Einzelobjekten oder Portfolios im Bereich Hotels handelt. Wettbewerber, Investoren, Banken, Betreiber und Hotelmakler bezeichnen ihn als „einer der besten Rechtsanwälte für Hotels." Er ist bekannt für seinen pragmatischen und lösungsorientierten Ansatz und „seine Meinung zählt; wenn er über Markt-Standards spricht, glaubt ihm jeder." (Chambers Europe).

PARTNER

Medienpartner der SO!APART 2019

Bleisure als Mix zwischen Business und Leisure entspricht dem aktuellen Bedürfnis vieler Unternehmer und Angestellten, 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 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: in den Zimmern großer Business-Hotels, an den Gates der großen deutschen Flughäfen, in Airport-Lounges, an Bord ausgesuchter Airlines, in den Lounges der Deutschen Bahn, bei den Mitgliedern großer Branchenverbände wie VDR und PATA sowie nicht zuletzt bei den Abonnenten – als professionelle Hilfestellung beim Business auf internationalem Terrain. Weitere nationale Ausgaben des BUSINESS TRAVELLER erscheinen u.a. in Großbritannien, Dubai, USA, Russland und China.

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

Serviced Apartments News ist eine Online- und Netzwerkplattform mit Sitz in London, die Neuigkeiten zum Segment der Serviced Apartments weltweit herausbringt. Die Serviced-Apartment-Branche boomt – Hotelbetreiber, Serviced-Apartment-Spezialisten, Wohnungsbaugesellschaften, gewerbliche Projektentwickler und Kapitalanlagegesellschaften – alle investieren stark und erweitern ihre Präsenz auf diesem Markt. Serviced Apartment News hält Sie mit aktuellen Neuigkeiten über die Apartmentwelt auf dem Laufenden, bringt Kommentare und Reportagen von Branchenführern und hält ein umfassendes Verzeichnis an Produkten und Dienstleistungen für Sie bereit.

Aussteller 2019

❶ **MAMA STOVE** ist ein neuer Anbieter im Bereich „Convenient Food" und bietet hochwertige Tiefkühl-Snackboxen in Restaurant-Qualität. Mit einer Zubereitung in unter 10 Minuten in der Mikrowelle und einer Haltbarkeit bis zu 1 Jahr bietet MAMA STOVE die perfekte Lösung für die Hotellerie und das Segment der Serviced Apartments. MAMA STOVE ist der Gewinner des Branchen-Pitchs „Nest des Flamingos 2018."

❷ **FBF bed&more** steht seit Jahrzehnten als Marktführer für Qualität, Service und Zuverlässigkeit und bietet im Bereich der textilen Hotelausstattung alles aus einer Hand. Mit unseren speziell entwickelten und auf Hoteltauglichkeit geprüften Bettsystemen und Textilien bieten wir Qualität und Vielfalt in bester Preis-Leistung.

❸ **Key&Card** begleitet Sie mit der Gesamtlösung für die RFID-Zutrittskontrolle: Mit dem optionalen WIFI Online können Sie z. B. Türen fernöffnen, 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 19-Zoll-Touchbildschirm ist nicht nur Check-in-, sondern auch Info-Screen und ermöglicht Zahlungen per Kreditkarte. Bestehende RFID – Keycardsysteme können integriert werden.

❹ Die **Schulte-Schlagbaum AG** organisiert mit dem SAFE-O-TRONIC® access Hotelschließsystem den Mobilen Check-In, perfekt auf die Bedürfnisse jedes Gastes abgestimmt. Er öffnet seine Zimmertür per Bluetooth über eine App. Alternativ erhält er – auf sein Mobiltelefon – einen für seinen Buchungszeitraum gültigen PIN-Code oder checkt über den Kiosk ein. So organisiert SAFE-O-TRONIC® access die Nutzung Ihrer Apartments, Gastzimmer und Apartmenthäuser – mobil, sicher und bequem.

❺ **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.

❻ **Ideal Standard** startet in eine neue Designära: Bahnbrechendes Design war schon immer Teil der DNA von Ideal Standard, einem der global führenden Unternehmen der Sanitärbranche. In Zusammenarbeit mit Designgrößen wie Gio Ponti, Achille Castiglioni und Paolo Tilche führte das Unternehmen nicht nur ein ganz neues Design ein, sondern definierte die Rolle des Bades neu. Durch die Kooperation mit Palomba Serafini Associati und die Gründung eines Global Design Center in Mailand knüpft Ideal Standard an diese Tradition an und schafft einen unverwechselbaren Stil.

❼ 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.

❽ **Greif Textile Mietsysteme** Sie konzentrieren sich auf die Gäste, wir machen den Rest. Unser Mietwäsche-Service lässt nicht nur Gäste ruhig schlafen. Durch hohe Wäsche-Kapazitäten und eigene Fuhrparks beliefern wir stets zuverlässig. Bei Problemen stehen persönliche Ansprechpartner pflichtbewusst parat. (www.mietwaesche.de)

❾ Die **WMF** Professional Business Unit Hotel zählt zu den führenden Anbietern professioneller Gastronomie- und Hotellerie-Ausstattung. Wesentliche Stärke der Traditionsmarke sind innovative, hochwertig verarbeitete sowie stilvolle Komplettlösungen rund um das Anrichten und Servieren von Speisen und Getränken. Zum umfangreichen Sortiment zählen Besteck und Glaswaren, Serviergeräte, Buffet-Equipment sowie Tischdekoration jeglicher Couleur.

Lageplan

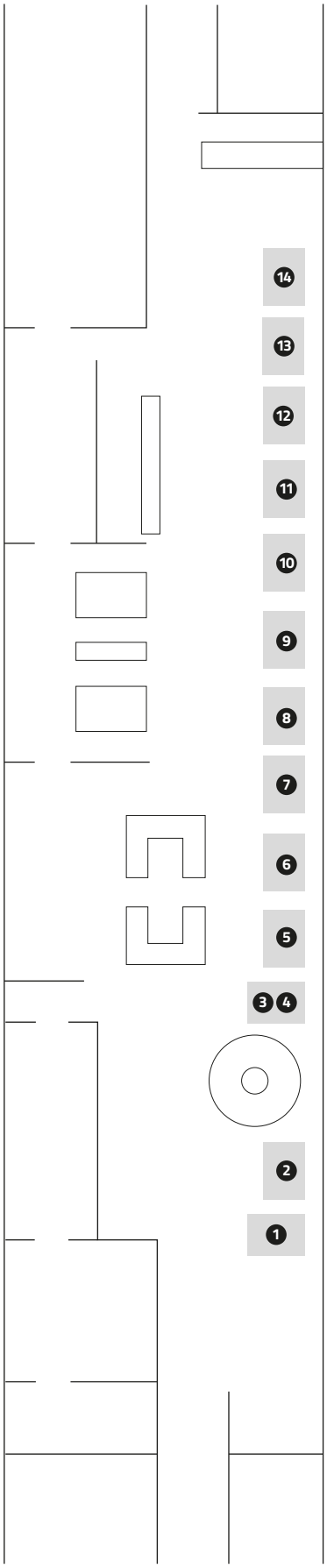
❿ **Zehnder** – Perfekter Komplettanbieter mit den besten Lösungen für das gesunde Raumklima. Der internationale Raumklimaspezialist Zehnder, europaweit impulsgebend in puncto komfortabler Raumlüftung mit Wärmerückgewinnung sowie einer der traditionsreichsten Technologie- und Designführer der Heizkörperbranche, hat sich ganz dem gesunden Innenraumklima verschrieben. Die technisch ausgereiften, innovativen und ökologisch nachhaltigen Produkte sind dabei für den Kunden maßgeschneiderte Lösungen für ein energieeffizientes, komfortables und eben gesundes Raumklima.

⓫ **Interior Production** – Es sind oft die Besonderheiten und die Materialien, die einen Raum prägen, und das liegt uns im Blut. Als GU übernehmen wir den Bemusterungsprozess und adaptieren die Erfahrung auf die Serie als auch Montage. Unsere Produktionsmöglichkeiten bieten eine hohe Fertigungstiefe für neue Designkonzepte.

⓬ Die **Gira** Giersiepen GmbH & Co. KG mit Sitz in Radevormwald zählt zu den führenden Komplettanbietern intelligenter Systemlösungen für die elektrotechnische und vernetzte digitale Gebäudesteuerung. Mit seinen zahlreichen Entwicklungen prägt und beeinflusst das Familienunternehmen seit seiner Gründung 1905 die Welt der Elektroinstallation und Gebäudesteuerung.

⓭ Als Realisierungsexperte für Apartment- und Hoteleinrichtungen kann die **GH Hotel Interior Group** wie kein Zweiter individuell auf die Wünsche und Vorstellungen der Kunden eingehen. Von der Planung bis zur Realisierung ermöglichen die vier Service-Level, unsere Kunden bis hin zu ihrer individuellen Einrichtungslösung zu begleiten.

⓮ **DELIUS** ist Hersteller hochwertiger, schwer entflammbarer Dekorations- und Möbelstoffe für den Objektbereich. Neben einer hohen Stoffqualität bestimmen innovative Dessins, kreative Farbkompositionen und praxisorientierte Funktionalität den Maßstab unserer Produkte.



Der SO!APART-Award 2019

Mehr als verdient!

Man merkt es: Die eingereichten Bewerbungen werden von Jahr zu Jahr professioneller und zeugen von einem geschulteren Blick für die Besonderheiten des eigenen Hauses. Der Markt wird vielfältiger und so werden es auch die Produkte. Häufiger denn je bieten sie auf eine bestimmte Zielgruppe oder ein Lebensgefühl zugeschnittene Angebote. Allen gemein ist: Sie stellen den Gast in den Mittelpunkt. Das freut die Gäste, die in den Publikumskategorien über „das beliebteste Große" und „das beliebteste Kleine" abstimmen können und dies in diesem Jahr wieder mit beeindruckender Stimmenzahl taten. Dies zeugt davon, dass Serviced Apartments kein Nischenprodukt mehr sind.

So schaut auch die Jury bei den Bewerbern in den vier Jurykategorien genauestens hin: Nicht nur die Bewerbungsunterlagen sind relevant, sie geht in die Häuser, um sich selbst ein Bild zu machen, nimmt Testbuchungen und fragt telefonisch nach – teils auch inkognito. „Mit der steigenden Markenbildung, Internationalisierung und dem Trend zu immer größeren Objekten sind heute vor allem Visionen gefragt. Wir freuen uns, in diesem Jahr einmal mehr den Leuchttürmen des Segments eine Bühne zu geben", so Anett Gregorius. Wenn am 13. November 2019 die besten Serviced-Apartment-Anbieter ausgezeichnet werden, stehen die auf der Bühne, die mit ihrer Bewerbung die Jury und ihre Gäste am stärksten überzeugt haben. Aber auch für alle anderen Bewerber gilt: mit ihren individuellen Angeboten, ihren ganz eigenen Konzepten und Ideen machen sie das Segment zu dem, was es ist – dem Überflieger der Hotellerie.

The SO!APART-Award 2019 Very well!

The applications submitted get more professional year after year. The market is becoming more diverse and so are the concepts. More often than ever, they offer tailor-made products for a specific target group or lifestyle. What they all have in common is that they spotlight the guests' wishes and wellbeing. Of course that pleases the guests, who could also decide who wins the audience categories "the popular big one" and "the popular small one" and that is what they did in this year again with an impressing number of votes. This also shows that serviced apartments are no longer a niche product. The jury takes a close look at the applicants in the four jury categories as well. Not only the application documents are relevant, they inspect the houses, make test bookings and calls – sometimes even incognito. " With increasing brand-building, internationalisation and the trend to-wards ever larger objects, visions are in demand above all today. We are pleased to be able to give the flagships of the segment a stage once again this year ", says Anett Gregorius.

When the best serviced apartment providers receive their awards on 13 November 2019, those will be on the stage whose applications have convinced the jury and their guests the most. But the same applies to all the other applicants. Because with their individual offerings, their very own concepts and ideas, they make the segment what it is: the high flyer of the hotel industry.

Award-Bewerbung

SO! APART 2019

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 2019

Nominees 2019

„die kleinen Feinen“ ***“small and precious”***
11th Príncipe by Splendom Suites, Madrid
CINARI Suites – Serviced Apartments, Heilbronn
Gorki Apartments, Berlin
RAFAEL KAISER – Premium Apartments (City Centre), Wien (Vienna)
Yays Zoutkeetsgracht, Amsterdam

„groß und großartig – Aparthotel“ ***“grand and great – aparthotel”***
Adina Apartment Hotel Hamburg Speicherstadt, Hamburg
Citadines Arnulfpark Munich, München (Munich)
FELIX Suiten im Lebendigen Haus am Augustusplatz, Leipzig
sylc. Apartmenthotel, Hamburg
THE FLAG Oskar M., Frankfurt/Main

„groß und großartig – Apartmenthaus“ ***“grand and great – classical apartment house”***
Gästeresidenz PelikanViertel, Hannover (Hanover)
JOYN Munich Rose, München (Munich)
PhilsPlace Full-Service Apartments Vienna, Wien (Vienna)
STAYERY. Berlin, Berlin
VISIONAPARTMENTS Frankfurt, Frankfurt/Main

„neu und besonders“ ***“new and different”***
Felix Suiten im Lebendigen Haus am Augustusplatz, Leipzig
JOYN Munich Rose; München (Munich)
STAYERY. Berlin, Berlin
sylc. Apartmenthotel, Hamburg
THE FLAG Oskar M., Frankfurt/Main

Die Jury der SO!APART-Awards 2019

SO! APART AWARD 2019

The Jury of the SO!APART-Awards 2019

Ein großes Dankeschön gilt der tollen Jury! Sie bewertete die von Sylvie Konzack nominierten Bewerber mit viel Engagement und einem geschulten Blick auch für die kleinen Details.

Heinrich Böhm

Senior Designer und Partner bei JOI-Design Innenarchitekten A D joehnk + partner mbB

Senior Designer und Partner at JOI-Design Innenarchitekten A D joehnk + partner mbB

Christoph Carnier

Präsident des VDR

President of the VDR (German Business Travel Association)

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 Traveller

Sandra Lederer

Chefredakteurin des Fachmagazins hotelbau

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)

Groß, größer, Zukunft

Was für die Zukunft des Wohnens und Gastgebens steht, lohnt sich weiterzudenken. Ein Blick auf die Zukunft der aktuellen Trends im Serviced-Apartment-Segment – und der Fokus auf zwei, die ein riesiges Potenzial mitbringen: Co-Living und Bleisure.

Über die Zukunft des Segments werden die Zahlen entscheiden – zusammen mit den dynamischen Mega-Trends, dem Mix der Akteure und dem neuen, großen Zusammenspiel der Lebensrelevanzen. Das Temporäre Wohnen und speziell das Konzept der Serviced Apartments haben dabei ein riesiges Potenzial, zu einer der wichtigsten Wohnformen der Zukunft aufzusteigen. „Wohnen auf Zeit" wäre damit keine Blase, die zu platzen droht, weil es bald zu viele Angebote für zu wenige künstliche Bedürfnisse geben könnte. Vielmehr entwickelt sich unser altes, auf Dauerhaftigkeit ausgerichtetes Wohnmodell zu einem von vielen. Und das Temporäre Wohnen wird zu einem Phänomen und Ausdruck des neuen Verständnisses von Leben, Wirtschaft und Arbeit. Mikroapartments etablieren sich dabei aufgrund der geringeren Flächenverfügbarkeiten und neuer Co-Konzepte als eine dominierende temporäre Wohnform – wobei Gäste und Bewohner ihre Mindestgrenze bald signalisieren werden, unter der sich für sie kein Wohngefühl mehr einstellt. Auch weil Geschäftsreisende im „war for talents" wertgeschätzt werden wollen, Millennials einen gewissen Komfort gewöhnt sind und das Co-Living-Konzept nicht alles auffangen kann. Eine neue Flexibilität und Unverbindlichkeit wird den Markt bestimmen. Der Bahnhof X wird schnell zum Bahnhof Y, Gemeinschaften hier werden gegen neue Gemeinschaften dort eingetauscht. Möglicherweise steigt dabei das Bedürfnis, am anderen Ende der Welt in das gleiche, bekannte Wohnmarkenprodukt einzuchecken. Einzelne Serviced-Apartmenthäuser könnten ein Angebot mit weltweiten Kooperationspartnern stricken, die den gleichen Einrichtungsstil, den gleichen Co-Stil und die gleichen, datengenau hinterlegten Services bedienen. Als Airbnb-Prinzip für den professionellen Longstay-Bereich quasi. Für das Wohnen an sich bedeutet das, dass die Menschen, wo immer sie sind, ein „hyggeliges" Zuhause-Gefühl suchen. „Wo wir wohnen, verliert an Bedeutung, hingegen

wird das Wie immer wichtiger", beschreibt es Oona Horx-Strathern in ihrem „Homereport 2019." Das Zuhause reduziert sich auf ein Wohlgefühl. Es wandelt sich von einem physischen Ort zu einer mobilen, flexiblen Offerte. Viel geht es bei der Einrichtung um das Ziel, „sich aus der Abhängigkeit des digitalen Lifestyles und dem Always-on zu befreien" – mit mehr sensorischen, natürlich-analogen Materialien wie Holz und Leder und mit postdigitalen Services, die ein „Mindful Living" ermöglichen. Wenn man das Thema weiterdenkt, könnte sich das Temporäre Wohnen zu einem eigenen Architekturstil entwickeln.

© Fotolia

It's all about Co-Mindset

Wie auch immer – Soziologen, Kulturwissenschaftler und Zukunftsforscher werden in den nächsten Jahren viele neue Forschungsfelder in der Welt des Temporären Wohnens finden, die sich vor allem um das große neue Schlagwort Gemeinschaft drehen. Im „Zukunftsreport 2019" wird es schon jetzt das „Comeback der Kooperation" genannt. Der Mensch sei demnach nicht mehr der rational-egoistische Typ, sondern entwickelt sich weiter zum sozialen Wesen, „das mit Mitteln der Kooperation nach Sinn, Emotionalität und Innovation sucht", um mit der so komplex gewordenen Wirklichkeit umzugehen.

Co-Living wird zu einem Lebenskonzept. Zu einer analogen Sehnsucht nach Einmaligen und Haptik – in Form des Retro-Wohnzimmers, des Hühnerstalls oder in Gemeinschafts- und Nähe-Aktivitäten wie Dog Sharing. Viel geht es dabei um das Prinzip der Gleichgesinnten, die sich mit ihren gemeinsamen Interessen „verbünden" und ein neues, inspirierendes Wir schaffen. Apartmentbetreiber bieten nicht nur den Raum dafür, sondern werden zum Moderator, Animateur und Psychologen.
Schon jetzt ist der Blick auf aktuelle Konzepte beachtlich, allen voran durch große Player wie Ollie, Common, The Collective und Quarters oder durch neue wie Hmlet aus Singapur. Die Macher von The Collective spielen das Thema Gemeinschaft dabei viel inhouse mit der Yoga-Terrasse, dem Waschsalon samt Disco-Ball und dem eigenem Haus-Event-Programm. Bei Quarters stehen auch gemeinsame Aktivitäten mit den Bewohnern out of home im Fokus. Bei Ollie verbindet die Ollie-Living-App alles und jeden miteinander. Parallel zum „Kommt alle zusammen" setzen manche Projekte inzwischen auch auf die Macht der Begehrlichkeit. Bei „Projects" oder „Norn" zum Beispiel muss man sich anmelden und mehr oder weniger bewerben, um in den Kreis mit dem gleichen Mindset aufgenommen zu werden. Die Bewohner treten quasi einem exklusiven Club bei und lassen sich vom Leben, das einen die nächsten Monate erwartet, überraschen – immer auf der Suche nach dem gleichen Mindset und dem eigenen „Tribe."
Mit dem Fokus auf das gleiche Mindset wächst das Mindful Living unter Gleichgesinnten alters- und generationenunabhängig. Es werden Lifestyle-Kommunen dominieren, die in das gesamte Leben der Bewohner eingreifen. Das Thema Community wird zum Mainstream.

It's all about Bleisure

Bleibt für den Zukunftsmoment das Bleiben – als Reise- statt Wohntrend. Denn Geschäftsreisende, vor allem die Millennials, entdecken immer mehr den Reiz von Bleisure, also des privaten Verlängerns der Reise um zwei, drei Tage für Sightseeing, Sport & Co. Laut der Studie „Chefsache Business Travel 2019", einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV), haben 72 % der befragten Geschäftsreisenden auf diese Art bereits Beruf und Freizeit miteinander verbunden. Besonders jene, die mehr als dreimal im Monat dienstlich unterwegs sind, werden zu Bleisure Travellern (80 %) – und in überraschend hohem Maß auch die Chefetagen: Acht von zehn Geschäftsführern kombinieren den Business Trip mit einem (Kurz-) Urlaub. Der Bleisure-Umfang ist bisher vielfältig. Sei es, indem man ein paar Stunden später abreist (ca. 30 %), indem man mit dem Partner oder Freunden Zeit im gleichen Hotel während oder nach der reinen Geschäftsreise verbringt (21 %) und am häufigsten, indem eine oder

mehrere Übernachtungen angehängt werden, um die Reise selbst noch für Leisure Time auszukosten (ca. 50 %).

„Wenn ich mit Geschäftsreisenden über Bleisure rede, wissen die meisten sofort, worum es geht und beginnen, von eigenen Erlebnissen zu erzählen", erklärt der Reisejournalist Kai Böcking, der selbst 200 Tage im Jahr beruflich unterwegs ist und 2018 mit dem Bleisure Traveller das erste Online-Reise-Magazin zu dem Thema lanciert hat. „Gerade für Apart-hotels mit vielen Shortstay-Aufenthalten in Geschäftsreisemetropolen wie Frankfurt am Main wäre die Vermarktung von Bleisure-Angeboten eine Chance, noch mehr Auslastung an den Wochenenden zu generieren. Städte wie München, Wien oder Paris stehen per se für Bleisure, weil viele im Anschluss privat die Stadt entdecken wollen und zum Teil die Familie nachholen."

Doch am Eiffelturm anstehen oder im Menschenmeer des Piccadilly Circus untergehen – das ist gerade bei Bleisure-Reisen nicht unbedingt das Maß aller Dinge. Dafür sind die Reiseerfahrungen und -ansprüche vieler Business Traveller per se hoch und höher. Bei Serviced Apartments und vor allem Longstay gilt zudem das Sonderprinzip, dass die Business Traveller bereits vor Ort sind und Bleisure-Reisen quasi zwischen der Arbeit unternehmen. Gerade hier bieten sich persönliche Ausflugstipps oder individuelle Touren des Apartmenthausteams an. Auch sind für die Zukunft Kooperationen mit Leisure-Destinationen interessant, indem das Serviced-Apartmenthaus zum Beispiel das Berghütten-Wochenende mit anbietet. Künftig geht es immer mehr um unterschiedliche, individuelle Angebote aus einem Haus. Um die Vielfalt, den Mehrwert und den Unterschied, den Serviced-Apartment-Betreiber noch umfassender mit Bleisure-Angeboten zeigen können. Als jene, die den Gast und dessen moderne Lebens-, Wohn- und Arbeitsbedürfnisse schon immer besser verstanden haben.

Autorin: Sylvie Konzack

Mehr zum Thema „Zukunft des Serviced-Apartment-Segments" auch im aktuellen Marktreport Serviced Apartments und zum Thema Bleisure unter www.bleisuretraveller.com

Big, Bigger, Future

It is worth thinking about the future of living and hosting. There are two major potential areas in the serviced apartment segment: Co-living and bleisure. Co-living is becoming a concept of life. It is about the principle of like-minded people who "ally" with their common interests and create a new, inspiring "we". Apartment operators not only offer the space for this, but also become moderators, entertainers and psychologists. Bleisure, on the other hand, is becoming more and more interesting for business travellers. Regardless of whether they stay a few hours longer after a business meeting or spend time in the same hotel with their partner and friends during or after their business trip, or extend their stay by several nights, serviced apartment providers also have many opportunities to make their offer more attractive.

Ausblick!

Was erwartet Sie auf der SO!APART im nächsten Jahr?

Alle Infos erhalten Sie unter **www.so-apart.de**
und über unseren Newsletter für die
Serviced-Apartment-Branche Apartmentservice AKTUELL.

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 2020.

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

Apartmentservice.
Consultant + Agent for Serviced Apartments

Impressum

HERAUSGEBER
Apartmentservice
Anett Gregorius
Berliner Allee 36
13088 Berlin

FOTOS SO!APART
© Julia Baumgart
© JOACHIMWAGNER.net

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

INTELLIGENT VERKNÜPFT

Beratung + Vermittlung von Serviced Apartments = Umfassender, aktueller Marktüberblick

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

- Machbarkeitsstudien, Standort- und Potenzialanalysen
- Konzeptentwicklungen
- Betreiber- und Investorenvermittlung
- Expansionsunterstützung
- Pre-Opening-Management
- Interimsmanagement
- Coaching

Die Online-Plattform Apartmentservice.de bietet qualitativ hochwertiges Wohnen auf Zeit

- geprüfte Servced 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

Unser jährlicher Marktreport Serviced Apartments bietet:

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

Apartmentservice.
Consultant + Agent for Serviced Apartments

WIR BEDANKEN UNS BEI UNSEREN WUNDERBAREN PARTNERN FÜR IHRE UNTERSTÜTZUNG!

UNSERE PARTNER EXKLUSIV HOCH³

PRO URBAN AG

Adina

ADAPT APARTMENTS
Erste Wahl beim zweiten Zuhause

UNSERE PARTNER

SMARTments business

iLive

Stay Kooock

UNSERE SUPPORTING-PARTNER

staycity APARTHOTELS

adagio APARTHOTEL

BRERA SERVICED APARTMENTS

UNSERE MEDIEN-PARTNER

Bleisure Traveller

Business Traveller

hotelbau

Serviced Apartment News

www.so-apart.de

Apartmentservice.
Consultant + Agent for Serviced Apartments