

# Cost & Logis

DAS WICHTIGSTE FÜR DIE HOTELLERIE

12/2008

23. September

**Im Interview:**  
**Michael Widmann,**  
**PKF hotelexperts**

Seite 4

**Im Fokus:**  
**Hotel-Performance in**  
**deutschen Großstädten**

Seite 6

**Im Minus:**  
**IFA-Konzern schreibt**  
**tiefrote Zahlen**

Seite 8

## Hotel-Business

Achat verzeichnet  
Ergebnisrückgang 10

Neues Hotel-Rabattprogramm  
kommt nach Deutschland 10

Deutschsprachiger Markt: Zahl  
der Luxushotels wächst gewaltig 13

## Travel Trends

Flugverkehr:  
Deutschland trotz weltweiter Krise 15

TUI lanciert Hotelmarke Sensimar 16

## Karriere

Hilton-Direktoren:  
Die große Rochade 22

## Investment

Lloyd Fonds AG legt  
„Moderne Großstadthotels“ auf 29

Foremost Hospitality: 20 neue  
Holiday Inns für Deutschland 29

Industrie 34

Handelsregister 37

Kommentar 44

## Budget-Design: Der Wettbewerb wird härter

Im Januar 2006 war es, als **Marco Nussbaum** und **Matthias Zimmermann** das erste Mal zusammen saßen, um über ein gemeinsames Hotelvorhaben zu sprechen. Inzwischen hat das Projekt klare Konturen angenommen: Im Februar 2009 wird das **prizeotel Bremen-City** in unmittelbarer Nähe des Hauptbahnhofs an den Start gehen. Die beiden Bremer positionieren das 130-Zimmer-Haus in einem Segment,

das auf dem deutschen Hotelmarkt die zur Zeit wohl größten Wachstumsperspektiven bietet – das prizeotel geht als Budget-Design-Hotel an den Start. Und es soll nicht das einzige der Marke bleiben.

Nussbaum, der das Business mit den kleinen Preisen und den niedrigen Kosten bei Motel-One-Macher **Dieter Müller** gelernt hat, gibt sich im Gespräch mit Cost & Logis zwar han-



### Berlin-Tourismus: Sind die goldenen Jahre vorüber?

Die **Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM)** legte kürzlich die Gäste- und Übernachtungszahlen für das erste Halbjahr 2008 auf den Tisch. Und BTM-Geschäftsführer **Hanns Peter Nerger** sprach unumwunden von einem enttäuschenden Ergebnis. Kein Wunder: Gegenüber dem ersten Halbjahr 2007 registrierten die zuletzt durch erhebliches Wachstum verwöhnten Berlin-Werber ein Übernachtungsplus von vergleichsweise mageren 1,9 Prozent. Die Zahl der Übernachtungen inländischer Besucher ging gar um 0,5 Prozent zurück. Angesichts der langen Liste von Hotelprojekten in der Hauptstadt eine durchaus besorgniserregende Tendenz.



Ein Mundtuch für die Sinne

„Elegance“ passt zu jedem Anlass und ist von einer Stoff-Serviette so gut wie nicht zu unterscheiden. Mehr über sinnliche Tafelträume erfahren Sie unter [www.duni.com](http://www.duni.com) – oder von Ihrem Großhändler.



Die prizeotel-Chefprotagonisten (v.l.): Marco Nussbaum, Karim Rashid und Matthias Zimmermann

nom und Absolvent der renommierten European Business School (ebs) in Oestrich Winkel: „Projektentwicklungen dauern eben ihre Zeit. Was wir mit dem prizeotel hier in Bremen machen – vom ersten Gespräch bis zur Eröffnung in gut drei Jahren – ist schon enorm schnell.“

Mit dem Start des Hauses im Februar 2009 kommen die Hanseaten der Hospitality Alliance AG (Ramada, Treff), Bad Arolsen, zuvor. Die hatte zwar schon vor einem Jahr den Launch der Budgetmarke **H2 Hotels** angekündigt. Das erste H2-Haus wird aber, wie die Gesellschaft kürzlich bekanntgab, erst im Mai 2010 eröffnen und damit immerhin 15 Monate später als prizeotel. Das 280-Zimmer-Haus am Alexanderplatz in Berlin ist Teil eines 80-Millionen-Euro-Neubaus, den die in der Hauptstadt sitzende **TLG Immobilien GmbH** realisiert. Zu dem Komplex gehören unter anderem auch ein 336 Zimmer und 15 Suiten fassendes Hotel der Marke Ramada. In den kommenden fünf Jahren sollen neun weitere H2-Hotels in deutschen Großstädten entstehen. Zu den Wunschstandorten gehören Hamburg, München, Köln und Düsseldorf, wie **Andreas Wiebezieck** gegenüber dieser Redaktion verrät. Der Vice President Sales & Marketing der **Hospitality Alliance AG**: „Wir werden uns bei der Expansion auf den deutschsprachigen Raum konzentrieren.“ Die

Bremer prizeotel-Protagonisten unter denen haben sich die Marke weltweit sichern lassen. Marco Nussbaum kann sich internationale Standorte wie zum Beispiel

Amsterdam durchaus vorstellen.

Wo auch immer die neuen Budget-Hotels stehen werden. Offensichtlich ist, dass die konzeptionelle und betriebswirtschaftliche Ausrichtung stark ange-

seatisch zurückhaltend: „Wir müssen erst noch zeigen, dass wir das Geschäft beherrschen und gute Zahlen vorlegen.“ Doch die Ausrichtung ist klar: „Die Strukturen sind so aufgebaut, dass wir das Konzept problemlos und zügig multiplizieren können“, so der 38-jährige Managing Director der Betreibergesellschaft **prizeotel Bremen GmbH & Co. KG**, der bei der **Astron Hotels GmbH** und der **Hospitality Alliance AG** ausgiebig Branchenerfahrung sammeln konnte.

Auf der Standortliste der Budget-Design-Hoteliere stehen Berlin, Hamburg, München, Köln, Düsseldorf, Mainz, Münster und Stuttgart. Locations, die Geschäftsreisende als auch Touristen anziehen. Vorgesehen sind Häuser in I-A-Lagen der Innenstädte. „Lieber ein Objekt weniger, dafür in exzellenten Lagen mit hoher Qualität“, so Nussbaum.

Auch Gesellschafter **Matthias Zimmermann** kommen keine markigen Expansionsankündigungen über die Lippen, wie sie in der Branche durchaus üblich sind. Der promovierte Immobilienöko-

### prizeotel-podcasts

Die prizeotel Bremen GmbH & Co. KG beschreitet bei der Ankündigung des prizeotel Bremen-City, das im Februar 2009 seine Türen öffnen wird, unkonventionelle Wege. Das junge Unternehmen gibt Projektdetails in Wort und Bild per Podcasts bekannt. [www.prizeotel.com](http://www.prizeotel.com) bzw. [www.youtube.com/prizeotel](http://www.youtube.com/prizeotel)

### Ausgesuchte Budgethotelmarken in Deutschland

Marke	Zahl der Hotels
Ibis	83
Motel One	21
B&B	16
Holiday Inn Express	13

lehnt ist an die der Advantgardisten von Motel One, die den Mix aus günstig und schick in Deutschland salonfähig gemacht haben. Wie der Vorreiter, fokussieren sie den Service auf das Notwendige und kommen mit vergleichsweise wenig Mitarbeitern aus. prizeotel will in Bremen bei 130 Zimmern mit zehn Angestellten arbeiten, H2 in Berlin bei 280 Zimmern mit rund 15. Eine weitere Parallele: Die Lobby, die gleichzeitig als Lounge dient. Die Zimmer sind ebenfalls klein (16 Quadratmeter beim prizeotel in Bremen, 18,5 Quadratmeter bei H2 in Berlin), aber dem modernen Lifestyle gemäß eingerichtet. prizeotel hat sogar eine Exklusivitätsvereinbarung mit dem bekannten New Yorker Designer **Karim Rashid** geschlossen.

Raten- beziehungsweise Auslastungszahlen. prizeotel-Macher Nussbaum: „Wenn wir im ersten Betriebsjahr auf einen durchschnittlichen Zimmerpreis von 49 Euro und eine Belegung von 50 Prozent im Schnitt kommen, verdienen wir gutes Geld.“

Welche Wettbewerber es am Ende schaffen, eine maßgebliche Rolle zu spielen und ob die Newcomer eine echte Chance gegen Marken wie Motel One, Ibis, B&B und Holiday Inn Express haben, wird aber in erster Linie davon abhängen, wer welche Locations besetzen kann. Nur, wem es gelingt, zu angemessenen Preisen an geeignete Immobilienstandorte in den Innenstädten zu kommen, dürfte sich am Ende durchsetzen.



So werden die Zimmer im prizeotel Bremen-City aussehen.

Rashid, der sich um das Interior Design, die Gestaltung der Außenfassade und das Corporate Design von prizeotel kümmert, darf im Bereich Ein bis Drei Sterne für keine andere Hotelgesellschaft in Deutschland tätig werden.

Experten gehen fest davon aus, dass schon bald weitere Anbieter in den viel versprechenden Markt der deutschen Markenbudget-Hotellerie drängen werden. Platz für weiteres Angebot ist in diesem Segment ganz sicher vorhanden. Und die betriebswirtschaftlichen Perspektiven sind gut: Motel One jedenfalls weist zweistellige Renditen aus. Um auf einen grünen Zweig zu kommen, bedarf es nicht einmal überzogener

Auch Matthias Zimmermann ist das natürlich bewusst. Der prizeotel-Gesellschafter: „Unsere wesentliche Stärke ist neben der ganzheitlichen Art und Weise, mit der wir das Thema Budget-Design angehen, die interdisziplinäre Verknüpfung von Kompetenzen. Hotel- und Immobilienprofis wirken bei uns Hand in Hand.“

**Jubiläums-Verkauf**

Spannbettluch  
Bellissima-2, weiß  
180 g/qm, 200/200 cm,  
VE 12 St., statt € 30,55  
nur € 26,00  
(netto + MwSt.)

Jetzt einmalig günstig einkaufen, zum 15% reduzierten Vorzugspreis! Angebot freiliegend. Zwischenverkauf vorbehalten.

**ZOLLNER**  
MOTELWÄSCHE

**125 Jahre**  
1883-2008

TEL. 0 87 41 / 306-21 · FAX 0 87 41 / 306-66