

18. Februar 2009, 12:06 Uhr

NEUE DESIGNHOTELS**Hip statt teuer***Von Andreas Srenk*

Effizienz statt Opulenz: Moderne Designhotels buhlen mit Preisen deutlich unter hundert Euro für ein Doppelzimmer um Gäste. Großen Anklang findet das bei Besuchern der Generation Laptop - denen sind Technik-Spielereien wichtiger als altmodischer Luxus.

Als Stardesignerin Andrée Putman im Jahr 1984 das edle **Morgans Hotel auf der Madison Avenue** gestaltete, konnte sie noch nicht ahnen, welche Wichtigkeit der an sich schwammige Begriff "Design" für die Hotellerie entwickeln würde.

Denn ähnlich wie mit dem Schlagwort "Wellness", hinter dem sich manchmal kaum mehr als eine Sauna verbirgt, lassen sich damit gutes Geld verdienen und das eigene Image aufpolieren. Manchen Häusern reichen ein paar bunte Kissenbezüge und ein orthopädisch nicht empfehlenswertes, aber gut aussehendes Sitzmöbel, um sich beherzt in die "Design"-Kategorie einzuordnen. Teuer sind diese Hotels häufig trotzdem, meist gehörte Komfort im Vier- bis Fünf-Sterne-Bereich dazu.

Doch nun macht sich eine relativ neue Hotel-Spezies in Deutschlands Innenstädten breit, die den Design- mit dem Low-Budget-Gedanken verbindet. Angereichert um ein paar Elemente der All-Inclusive-Philosophie klassischer Ressorthotels. "Unsere Konkurrenten sind nicht die teuren Designhotels, sondern die Pension Zum schmutzigen Löffel oder das in die Jahre gekommene muffige Zwei- bis Drei-Sterne-Hotel", gibt Dieter Müller die Richtung vor. Der gerade zum Hotelier des Jahres gekürte Manager ist Chef der rasant wachsenden **Low-Budget-Kette "Motel One"**. Erst im Jahr 2000 eröffnete die Münchner Mutter-AG "One Hotels & Resorts" das erste Haus in Offenbach.

Inzwischen gehören 20 Herbergen in Deutschland und eine in Wien dazu. Zehn weitere sind im Bau, fünf davon eröffnen allein in diesem Jahr, darunter eine am Hamburger Flughafen und zwei in Berlin. Weitere deutsche Standorte werden dringend gesucht - und der nächste Schritt ins europäische Ausland steht bevor. Im Gespräch sind Metropolen wie Barcelona, Paris, London und Amsterdam, aber auch Städte in Mittel- und Osteuropa.

Cooler Ambiente, bezahlbare Preise

Das Konzept der Gruppe lautet schlicht "Viel Design für wenig Geld". Hotels haben Zielgruppen wie die Laptop-Generation oder die an Kultur interessierte Familie etwa mit dem Billigflieger auf Kurz-Städtereise im Auge. Und die wollen weder in der schäbigen Absteige noch im Luxustempel unterkommen, sondern in einem Haus, das bezahlbar ist und mit cooler Ambiente und Multimedia-Ausstattung daherkommt.

Um bei dieser Erwartungshaltung die finanzielle Quadratur des Kreises hinzubekommen, nämlich einen Zimmerpreis deutlich unter der 100-Euro-Marke zu offerieren, müssen Abstriche beim klassischen Service gemacht werden, die aber durch moderne Hightech-Accessoires einen Ausgleich finden. Offensichtlich ein Mix, den die umworbene Klientel bereitwillig akzeptiert.

Wer seinen Rollkoffer zuvor schon durchs Flughafenterminal gezogen hat, braucht beim Check-in keinen livrierten Angestellten, der das Gepäck ins Zimmer bringt. Und auch der Schuhputzservice und das À-la-carte-Restaurant stehen auf der Prioritätenliste nicht unbedingt weit oben. Dafür aber der kostenlose WLAN-Zugang, die Multimedia-Station auf dem Zimmer für den iPod oder die Konsole, Snacks zum Frühstück und Café Latte in der hippen Lounge, breite Betten mit guten Matratzen und ein Flachbildfernseher mit internationalem Satellitenprogramm.

Die Zimmergröße bei allen Anbietern im Low-Budget-Design-Bereich liegt irgendwo bei 16 bis 22 Quadratmetern - die oftmals doppelt so großen Zimmer der Luxushotels würden sich hier

betriebswirtschaftlich nicht rechnen.

Zimmertelefon war gestern

Das zweite große Einsparpotential der Design-Discounter ist die Mitarbeiterzahl. Heerscharen von dienstbaren Geistern wie etwa in Asiens Luxusherbergen sucht man vergeblich. Meist kommen die Häuser mit einem guten Dutzend Angestellten aus, bestimmte Leistungen wie der Wäscheservice werden mittels Outsourcing abgegeben.

Manche der Low-Budget-Newcomer gehen noch weiter. "Wir haben die Zimmertelefone abgeschafft, denn fast jeder besitzt heute ein Handy", sagt Marco Nussbaum, Direktor der prizeotel Management Group. Deren erstes Objekt, das "prizeotel Bremen-City", liegt nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof und ist Mitte Februar eröffnet worden. Das vollklimatisierte Haus mit 127 Zimmern gestaltete der New Yorker Stardesigner Karim Rashid, der auch für zukünftige Projekte der Gruppe verantwortlich zeichnet.

Die Komfortbetten haben eine Mindestgröße von 1,80 mal zwei Meter, die über den Tag offerierten Snacks richtet ein Gourmetkoch an, der abendliche Wein stammt vom pfälzischen Weingut Krück. "Gebucht wird größtenteils online - und zum Check-in kann sogar das Handy der neuen Generation mit RFID-Chip benutzt werden", so Nussbaum. Am Anreisetag erhält der Gast einen Code per SMS, mit dem er, ohne an der Rezeption Schlange stehen zu müssen, direkt zum Zimmer gehen kann, wo der Code zum Türöffner wird.

Eine Reihe von kleinen, neuen Hotelanbietern, zu denen auch 25Hours und B & B gehören, konnte sich bereits erfolgreich im Markt positionieren. Doch auch die großen internationalen Ketten wollen den Zug der Zeit beim Low-Budget-Design nicht verpassen.

Starwood, einer der größten Hotelkonzerne weltweit, baut gerade mit Macht seine bezahlbare Design-Marke Aloft auf. Vor neun Monaten erblickte das erste Aloft-Hotel am Montrealer Flughafen das Licht der Welt, inzwischen sind 17 weitere in Nordamerika und eines in Peking hinzugekommen. In Europa wird im kommenden Jahr in Brüssel das erste Hotel der Marke eröffnet. "Europa hat das Potential für hundert bis 200 Aloft-Hotels", sagt Georg Schlegel, Entwicklungsleiter bei Starwood und für die Expansionspläne verantwortlich.

In Deutschland sind die zehn größten Städte im Visier der Manager. Typisch für die US-Hotelmarke sind loftartige große Fenster und hohe Räume. Den Lounge-Bereich in der Lobby dominieren große Gemeinschaftstische, an denen sich die Hotelgäste zum zwanglosen Plaudern treffen können. Sogenannte Snack-Bereiche sind rund um die Uhr geöffnet. Damit auch jeder Gast weiß, wo die Kette ursprünglich beheimatet ist, steht als Markenzeichen ein Poolbillard in jedem Haus.

Positive Schwingungen und Humor

Auch der französische Accor-Konzern, zu dem etwa Ibis, Novotel und Mercure gehören, mischt kräftig mit in diesem Segment. Die Marke "All Seasons" preist in einer ihrer Broschüren mit leicht esoterischer Note, worauf es bei ihnen ankommt: auf harmonische Farben, angenehmes Licht, positive Energie und Humor. Von Humor ist bei den Angestellten im vor wenigen Wochen eröffneten Hamburger Haus nahe der City Nord eher wenig zu spüren. Das mit den originellen Farben, dem angenehmen Licht und der ungewöhnlichen Möblierung stimmt schon eher. So verfügt jedes Zimmer beispielsweise über ein rollbares Tischmodul, das als Schreib- oder Nachttisch variabel genutzt werden kann.

Sieben der 67 Zimmer sind für Familien reserviert, mit einer Wii-Konsole als Standard. Telefonieren kann der Gast unentgeltlich ins deutsche Festnetz, bis 22 Uhr kann jeder kostenlos Kaffee, Tee oder Wasser in der Lobby konsumieren oder im Internet surfen. "Wir haben ein dynamisches Preissystem, wie man das von Airlines kennt", sagt Hotelchefin Lisa Klamt-Kesici. Die meisten Doppelzimmer kosten zwischen 75 und 90 Euro. In Deutschland will man bis Ende des Jahres ein Dutzend Hotels in Betrieb haben, europaweit sind es jetzt schon 28 Häuser.

Ein Merkmal, das alle Budget-Designhotels aufweisen, trifft auch hier zu: Die gute Auslastung. Fast überall liegen die Quoten kontinuierlich jenseits der 60- oder gar 70-Prozent-Marke. So kann die Motel-One-Gruppe mit einer durchschnittlichen Belegung von 71 Prozent aufwarten. Kommt also dieses

Übernachtungssegment anlässlich der weltweiten Wirtschaftskrise gerade zur rechten Zeit?

Für Dieter Müller steht fest: "Wir sind nicht der Gewinner der Krise, aber wir werden gut durch die Krise kommen." Das Potential ist jedenfalls noch lange nicht erschöpft: Der deutsche Markt gilt international - im Gegensatz zu Großbritannien und Frankreich - als unterentwickelt. Vielleicht dürfen sich demnächst auch Städte wie Leverkusen und Cottbus über die Design-Discounter freuen.

URL:

<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,608368,00.html>

ZUM THEMA AUF SPIEGEL ONLINE:

[Pariser Designhotel: Multimedia-Schick in Mutterns Zuflucht \(11.02.2009\)](#)

<http://www.spiegel.de/reise/staedte/0,1518,605650,00.html>

[Hotels der Zukunft: Schunkeln im Nirwana \(03.11.2008\)](#)

<http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,588071,00.html>

[Pariser Kochkunst: Wo Gourmet-Küche bezahlbar ist \(11.11.2008\)](#)

<http://www.spiegel.de/reise/staedte/0,1518,589406,00.html>

[Eishotel in Québec: Märchenschloss für Schneekönige \(16.11.2008\)](#)

<http://www.spiegel.de/reise/fernweh/0,1518,590535,00.html>

[Hoteldorf Vnà: Musterprojekt mit Macken \(08.12.2008\)](#)

<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,593384,00.html>

ZUM THEMA IM INTERNET:

[All Seasons Hotels](#)

<http://www.all-seasons-hotels.com/de/home/index.shtml>

[Starwood Hotels](#)

<http://www.starwoodhotels.com/>

[Prizeotel Bremen](#)

<http://www.prizeotel.com/>

[Motel One](#)

<https://www.motel-one.de/2006/home.php?chid=1&m=3>

[Morgans Hotel New York](#)

<http://www.morganshotel.com/>

SPIEGEL ONLINE ist nicht verantwortlich für die Inhalte externer Internet-Seiten.

© SPIEGEL ONLINE 2009

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH