polis

MAGAZIN FÜR URBAN DEVELOPMENT

Sonderausgabe 02 / 2016 — 23. Jahrgang € 12 ISSN 2509-8721

Urban Land Institute

Germany/Austria/Switzerland

Sonderausgabe

BUILDING HEALTHY Stadtentwicklung der Gesundheit zuliebe — HAND IN HAND Dialog und Vernetzung als Schlüssel zum Erfolg INTERVIEW MIT JÜRGEN FENK — LOCAL HEROES EROBERN HOTELMARKT — DIE STADT IM WANDEL und der Beitrag des ULI Germany INTERVIEW MIT CLAUDIA C. GOTZ — BÜHNEN EINER STADT Dortmund kann sich sehen lassen INTERVIEW MIT ULLRICH SIERAU — DER ULI LEADERSHIP AWARD And the Ginkgo goes to ... — LOCAL COUNCIL CHAIRS

9 772509 872006 02

LOCAL HEROES EROBERN HOTELMARKT

EINES DER DERZEIT WERTVOLLSTEN START-UPS FING 2008 MIT LUFTMATRATZE (ENGL. AIRBED) UND FRÜHSTÜCK (ENGL. BREAKFAST) ALS KONTEMPORÄRES PRIVATES BED & BREAKFAST KONZEPT AN UND FORMTE DARAUS SEINEN FIRMENNAMEN: AIRBNB. SEITHER MISCHT DAS UNTERNEHMEN MIT SEINEM BÖRSENWERT UND STETS STEIGENDEN ÜBERNACHTUNGSZAHLEN DEN HOTELMARKT AUF.

Dieses rasante Wachstum erscheint dem traditionellen, rechtlich sehr regulierten Gastgewerbe in seinem ungleichen Wettbewerb mit der kaum regulierten Sharing Economy bedrohlich. Dennoch wird die Aufstiegsgeschichte der Sharing Economy nicht aufzuhalten sein, weil sie das Bedürfnis nach einer Kultur des „Tauschen und Teilen" sowie den gesellschaftlichen Bedarf nach gemeinschaftlichem Leben, Wohnen und Arbeiten reflektiert. Ursache hierfür ist sowohl der Anstieg der Einpersonenhaushalte als auch der nomadenhafte Arbeitsalltag vieler Dienstleister.

Als Innovation aus der Nische kleiner inhabergeführter Hotels haben sich interessante narrative „Post Design" Lifestyle Hotels herausgebildet, die gutes Design mit charakteristischen Merkmalen des urbanen Standorts verbinden. Der Fokus liegt auf dem kollektiven Erlebnis und auf Emotionen. Hybride Apart(ment) hotels bis hin zu experimentellen Wohnformen mit Eventspaces für die lokale, kreative Szene wenden sich von einer klassischen monothematischen Raumstruktur- und Nutzung ab und integrieren Coworking und Gemeinschaftsküchen in ihre Konzepte. Gemäß dem Credo „Mischen und Verdichten" handelt es sich, auch in Folge steigender Grundstückspreise, oft um Konversionen von Bestandsgebäuden. Eine zunehmende Zahl von Produkten in der Hotelbranche entstand aus der Erkenntnis, die vermeintliche Bedrohung als Chance zu sehen und Airbnb nicht länger als Gefahr wahrzunehmen, sondern als Herausforderung, auf die reagiert wird. Wer nicht innoviert wird verdrängt. Die Konzepte verbindet, dass sie gemäß dem Leitmotiv „Lokale Helden" des diesjährigen Hotelforums, die jeweilige Stadt und den menschlich sozialen Faktor in den Mittelpunkt stellen und von sich sagen „...Wir sind der Schlüssel zur Stadt, wenn du zu uns kommst, bekommst du eine persönliche Ansprache, ein authentisches Zimmer und wir erzählen dir auch, wo in der Stadt wirklich was los ist", Prof. Stephan Gerhard, Gründer Treugast Solution Group.

Hierzu wurden die Bedürfnisse der Airbnb und Co. Bucher mit ihrem Wunsch nach mehr persönlicher Ansprache, Kontakt mit Einheimischen, weniger austauschbarer Anonymität und mehr Authentizität analysiert. Airbnb scheint sehr persönlich. Man taucht in die private Wohnsphäre anderer Menschen, aber oft ohne diese persönlich anzutreffen. Dies ist ein großer Vorteil von Hotels, die als lebendiger Treffpunkt ein Ort der Begegnung für Gäste und Stadtbewohner sind, mehr Service, Komfort und einen sichereren Qualitätsstandard bieten.

So sagt das Libertine Lindenberg, ein expandierendes Produkt mit mittlerweile drei Dependancen in Frankfurt, dass es weder Hotel noch Wohngemeinschaft ist, sondern eine Gästegemeinschaft. Gäste finden so viel Freiheit wie ersehnt und so viel Gemeinsames wie erwünscht. Dieses bereits 2012 gegründete, flexibel gestaltbare Wohnkonzept überrascht mit Besonderheiten wie Kino, Tonstudio oder „Wunderkiste". Es verwirklicht Collaborative Living, schafft damit eine neue Wohnqualität mit »Wir-Gefühl« und meistert den schmalen Grat zwischen Geselligkeit und Intimität. Dieses außergewöhnliche Projekt, inspiriert von der fiktiven Biographie der couragierten Freigeistin und offenherzigen Gastgeberin Libertine Lindenberg, trägt dazu bei die Lebens- und Aufenthaltsqualität im Stadtquartier zu steigern und Alt-Sachsenhausen neuen Charme zu verleihen.

Einen ebenso herausragenden Beitrag bietet das auf drei Standorte verteilte Grätzlhotel mit individuellen Suiten in ehemaligen Geschäftslokalen in Wien (Grätzl; österr. ugs.: Teil eines Wohnviertels). Es definiert die Stadt als Foyer und erweitert damit den halböffentlichen Raum der herkömmlichen Hotellobby auf die unmittelbare Umgebung des Stadtviertels.

Ein weiteres Beispiel ist das Zoku (jap.: Familie, Stamm) aus Amsterdam, welches nicht nur raumeffiziente, multifunktionale

© Dieter Schwer

© Monika Nguyen

Homeoffice Loftapartments hat, sondern auch „Communities" für die globalen Nomaden in den kreativen Nachbarschaften der urbanen Metropolen entstehen lässt. „Meet. Sleep. Work. Dream. Love. Live. Zoku. #EndOfTheHotelRoom"–so lautet der Slogan auf der Zoku Website. Wobei es wohl weniger das Ende des Hotelraums bedeutet als vielmehr seine Erweiterung als kreative Kommunikationsplattform, um die sich ein eigener Community Manager kümmert.

Die drei beschriebenen Hotels sind Beispiele innovativer Konzepte aus den Rändern der Branche, die den „Mainstream" mit neuen Ideen versorgen und dadurch zur Standardisierung der Nische führen, wie bspw. die 2015 entwickelte Zweitmarke der Lindner Hotels AG: me and all. Das erste Hotel hat 2016 in Düsseldorf eröffnet und will mit lässig-ungezwungenen Flair, urbanem Luxus ohne Klischees und unprätentiöser Gemütlichkeit vor allem City- und Business-Traveller sowie Urban Locals ansprechen. „Mit den *me and all hotels* möchten wir das Lebensgefühl der urbanen Nomaden verkörpern, die vernetzt arbeiten und leben und dabei Wert auf stilvolles Understatement, neueste Technik und eine lebendigunaufgeregte Atmosphäre legen", Andreas Krökel, Vorstand Operations, Sales & Marketing, Lindner Hotels AG. Herzstück des Konzepts ist die Einbindung der „Local Heroes", Künstler, die zu kulturellen lokalen Events einladen. Auch der internationale Hotelkonzern Accor startet eine neue Hotelmarke, woran man erkennt, dass der aktuelle Trend auch skalierbar funktioniert und nicht nur individuell. Ein Platz zum Leben und Schlafen, ein offenes Haus für „Townster" (Einheimische) wie „Tripster" (Touristen). Jo & Joe, eine neue Budget-Marke für die Generation der Millennials. Bis 2020 sollen insgesamt 50 Standorte weltweit eröffnet werden.

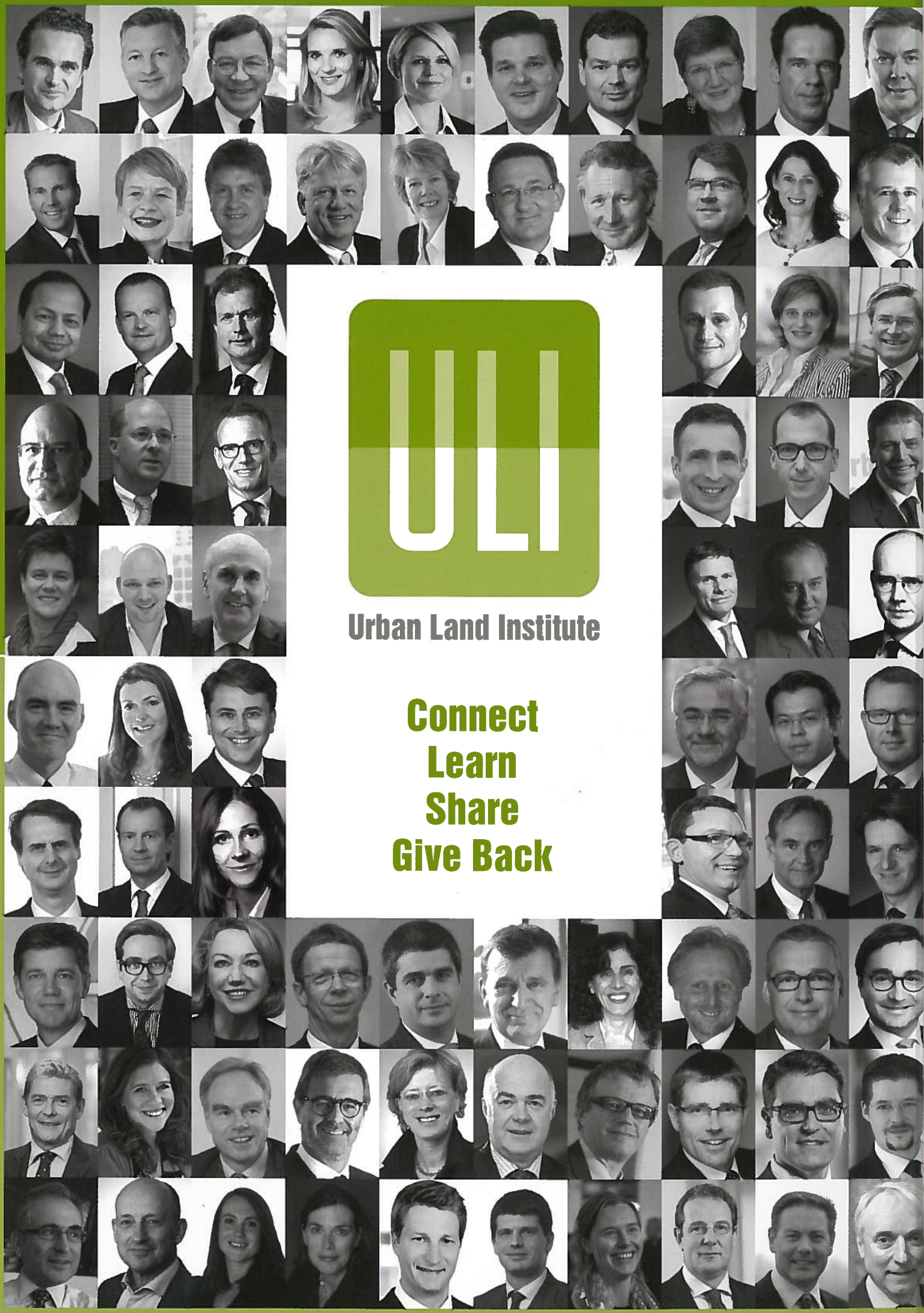
Ziel ist es, den künftigen Zeitgeist der Hotellerie inklusive Gastronomie und sozialer Interaktion zu reflektieren und zu realisieren: Jo & Joe soll ein offenes, innovatives Haus werden um gemeinsam zu essen, trinken, diskutieren und feiern. Der Gast hat die Wahl zwischen Apartments mit und ohne Gemeinschaftsbad bis hin zum „OOO!", „Out of the Ordinary!". Dort schlafen Gäste, in Hängematten, Jurten oder sogar Wohnwägen. Wie das Zoku wartet auch Jo & Joe mit einer eigenen Community App zur Vernetzung auf. Der Anspruch des weltweit führenden Hotelbetreibers nicht nur dem Trend zu folgen, sondern ihn sogar aus der Zukunft heraus zu setzen und die ganze Hospitality Branche zu revolutionieren ist hoch. Es bleibt abzuwarten, ob dieser nicht von flexibleren Start-up Strukturen bis 2020 überholt wird.

Apart(ment)hotels bilden aktuell noch eine Nische am deutschen Hotelmarkt, liegen aber voll im Trend, wie man 2015 am Launch vieler neuer Konzepte in Deutschland sehen konnte. Einige Anbieter hatten auch schon lange vor den mittlerweile so erfolgreichen Onlineplattformen entsprechende Angebote, bis hin zu der Möglichkeit auch im Upscale Segment private Wohnungen zu vernetzen und über Marken zu vertreiben.

So bleibt der deutsche Hotelinvestmentmarkt trotz des disruptiven Umfelds als Assetklasse mit attraktiven Renditen im Niedrigzinsumfeld, auch 2016 weiter im Fokus professioneller oft auch ausländischer Immobilieninvestoren.

Ein Beitrag von Nicole Franken, Mitglied der Geschäftsleitung, Franken Architekten Group | Mitglied des ULI Programme Committees

Verbinden Sie sich das ganze Jahr über mit dem ULI Germany:
Folgen Sie uns auf Twitter & Facebook unter dem
Hashtag #ULIgermany
www.twitter.de/uli_germany
www.facebook.de/uligermany



ULI

Urban Land Institute

Connect
Learn
Share
Give Back