



# Viel Design, wenig Geld

Hotels mit Topausstattung und modernem Design kosten ein Vermögen? Weit gefehlt. Neue **Low-Budget-Hotels** bieten schickes Ambiente für wenig Geld. Ideal fürs Business!

VON STEFAN WINTER

► **Rot leuchtet das „Amadeus“ den Autofahrern entgegen, die auf dem Westschnellweg an Hannovers City vorbeifahren.** Die frische Farbe draußen signalisiert die Veränderung drinnen. Keine Spur mehr von plüschigen Sesseln, angestaubten Lampen, Tresen im Gelsenkirchener Barock und anderen Hotelklassikern. Hell und luftig ist es, hier und da mit einem afrikanischen Einschlag. Vom kostenlosen WLAN berichtet schon die Warteschleife des Telefons. Aus dem einstigen grauen Schlafkasten ist ein Designhotel geworden, genauer: ein Budget-Designhotel.

Damit liegt das „Amadeus“ im Hoteltrend. Mit Billigabsteigen haben die Häuser nichts mehr zu tun – außer dem günstigen Preis irgendwo zwischen 40 und 90 Euro pro Nacht. „Das zeichnet Budgethotels heute aus: modernes Design und Technik“, sagt Kirsten Jordan vom Branchenverband Dehoga. Seit Unternehmen verstärkt auf die Reisekosten achten und Internetportale das Buchungsverhalten komplett verändert haben, ist die Branche im Umbruch. Die alten Kategorien von teuren Sternhotels und billigen Familienpensionen, von „Speserittern“ auf Geschäftsreise und Studenten in der Jugendherberge funktionieren nicht mehr.

Die ersten Budgethotels neuen Typs kamen um das Jahr 2000 auf. Große Ketten wie die französische Accor trieben ihn voran, viele private Hoteliers zogen nach. „Der klassische Hotelier muss ganz schön kämpfen“, sagt Jordan, „aber wer sich klar positioniert hat, dem geht's gut.“ Das Geld bei den Geschäftsreisenden sitzt nicht mehr so locker, erst recht seit der Wirtschaftskrise 2009. „Die neue Sparsamkeit ist teilweise erhalten geblieben“, sagt Jordan. Die Geschäftskunden buchen billig, aber die Qualität muss stimmen. Bei rund 60 Euro geht es inzwischen selbst in Sternhotels los, aber feste Preise gibt es kaum noch. Es gelte das Prinzip der Billigflieger, sagt Andreas Wienecke, der das Tagungshotel „Wienecke XI.“ und das Hostel „Bed n Budget“ an der Hildesheimer Straße betreibt: „Der frühe Vogel fängt den Wurm.“ Wienecke ist seit 20 Jahren im Geschäft und weiß: „Die Branche hat sich total verändert.“

Einer der Treiber ist der frühere Accor-Manager Dieter Müller, der 2000 sein erstes „Motel One“ eröffnete. Heute

sind es 42 Häuser – bis 2016 sollen es 70 im In- und Ausland werden. Hier starten die Zimmerpreise bei 49 Euro, und trotzdem warten Designersessel und eine Regendusche von Grohe auf die Gäste.

Gespart wird an anderen Stellen: „Das Geheimnis ist Flächeneffizienz“, sagt Ursula Schelle-Müller von „Motel One“. Die Zimmer sind relativ klein, weil der Durchschnittsgast ohnehin nur für 1,4 Nächte bleibt. Im Erdgeschoss spart man sich getrennte Räume für Frühstück, Abendrestaurant und Café – es gibt die „One Lounge“ für jeden Zweck, mit eigenem Flair für jede Tageszeit.

Im Low-Budget-Bereich gehe es um jeden Quadratzentimeter, sagt Dehoga-Expertein Jordan. Da seien eben die Ablagen ein bisschen kleiner, und der Tisch schrumpfe zur Arbeitsplatte. Im Übrigen gelte das Prinzip: „Kein Schnickschnack.“ Im Bad müsse nicht unbedingt eine Waage stehen, der Kosmetikspiegel sei verzichtbar, für manche auch das kleine Shampoofläschchen: „Der Gast bringt es gern selbst mit.“ Oft spart man sich die Minibar, wegen hoher Preise und Schummelleien ohnehin ein steter Quell des Ärgers. Auch das Zimmertelefon ist dank Handy verzichtbar.

So werden günstige Preise möglich, aber: „Die Kommunikationstechnik muss stimmen“, erklärt Jordan – DSL-Zugang, kostenloses WLAN, gut zugängliche Steckdosen für die diversen Geräte werden erwartet.

Aus den „Backpackern“, den Leuten mit den Rucksäcken, sind für Wienecke inzwischen die „Flashpaker“ geworden – Reisende, die sich vor allem auf ihr Smartphone oder Tablet mit Flashspeicher verlassen. Für sie hat er neben sein Tagungshotel ein Hostel gesetzt, das den Budgetgedanken auf die Spitze treibt: Schlafsäle mit abgeteilten Kojen, knallig in Blau und Gelb, die Nacht ab 17,50 Euro. 28 000 Übernachtungen hat er dort im vergangenen Jahr gezählt, vom „Flashpaker“ über Vereine und Handwerkertruppen „bis zum Porsche-Fahrer“.

Alles geht, solange am wirklich Wichtigen nicht gerüttelt wird. „Alles rund ums Bett muss sehr gut sein“, sagt „Motel One“-Managerin Schelle-Müller. Bei der Kette bekommt auch das Bad besondere Aufmerksamkeit: kein flatternder Duschvorhang, hochwertige Handtücher und Armaturen – „damit beschäftigen wir uns sehr intensiv“. Und Wienecke hat ein simples Prinzip: „Sauber und funktional – das ist das A und O.“

– Ohrstöpsel. Das Publikum sei bunt gemischt, erzählt der Hotelier, das reiche bis zum Porsche-Fahrer. „Hauptsache: sauber, sauber, sauber.“ Der Erfolg überrascht selbst Wienecke: „Das kesselt ohne Ende.“ Vor drei Jahren habe es Hannover auf den Hostel-Portalen im Internet noch nicht gegeben, jetzt wartet er darauf, dass die großen Ketten einsteigen.

wienecke.de



## Motel One

Den eigenen Urlaub hat Sabine Bröker in die Ferne geschoben. Im Sommer steht Renovierung an im Lahe „Motel One“ – Flure streichen, Bäder erneuern, Betten tauschen. Alle fünf Jahre ist die Prozedur in den Häusern der Münchener Hotelkette fällig. „Low Budget auf hohem Niveau“, verspricht die Hotelmanagerin, dazu gehören auch WLAN und Parkplatz zum Nulltarif. Türkis ist die Hausfarbe, Badarmaturen von Grohe gehören zum Konzept und der berühmte Egg-Chair von Arne Jacobsen. Solche Elemente ziehen sich durch alle 42 Häuser der Kette, allein in diesem Jahr sollen sieben hinzukommen. Das hannoversche „Motel One“ gehört zu denen der ersten Generation, erkennbar an der Lage am Stadtrand. Inzwischen hat die Kette die Innenstädte entdeckt, auch in Hannover ist für 2014 ein zweites Haus geplant. Die Kombination „preiswert und schön“ sei in den Innenstädten selten, sagt Unternehmenssprecherin Ursula Schelle-Müller, die Nachfrage bei Städtetouristen aber groß. In Lahe nächtigen vor allem Geschäftsleute, mancher kommt wöchentlich. Da werden auch mal Neuigkeiten ausgetauscht. Sabine Bröker und ihr Mann achten mit ihrem kleinen Team auf familiäre Atmosphäre – Design ist ja nicht alles.

motel-one.com



## Amadeus

Der Gast soll sich erinnern. Nicht nur an den Service und ein „herausragendes Frühstücksangebot“, er soll auch ein Bild im Kopf haben, wünscht sich Andreas Guntermann: „Amadeus – das ist doch das mit dem schicken Lounge-Design“, mit Afrika-Motiven und Designermöbeln. Das Konzept funktioniert: Der Hotelmanager plant eine Erweiterung um 30 Zimmer. Ende der neunziger Jahre investierte der Kölner Unternehmer Jörg Winkler, ließ das Gebäude entkernen und vor allem zur Straße hin schallisolieren. Heraus kam ein Vier-Sterne-Haus, „Budget, aber nicht Low Budget“, wie Guntermann sagt. Stühle von Ligne Roset, Armaturen im Design von Philippe Starck – der „sehr detailverliebte Eigentümer“ garantiere besonderes Flair. Guntermann selbst hat Kellner gelernt, ist seit 25 Jahren selbstständig und betreibt seit 2010 das „Amadeus“. In der Umgebung liegen nicht nur Firmenkunden wie Wabco, Deutsche Telekom und Komatsu Hanomag. Linden habe sich auch zu einem „quirigen Szeneviertel wie Kreuzberg“ entwickelt, lobt der Hotelmanager. Gäste bekommen inzwischen einen eigenen „Szene-Guide“ in die Hand gedrückt – gemacht von einem „Amadeus“-Azubi aus Linden.

hotelamadeus.de

## Wienecke XI.

Die entscheidende Weiche hat Andreas Wienecke früh gestellt: „Mit 15 Jahren war mein inständigster Wunsch, mich selbstständig zu machen.“ Mit Anfang dreißig war es so weit, er übernahm die Wölfeler Brauereigaststätten im Süden Hannovers – erst als Pächter, dann als Eigentümer. Seitdem ist wenig geblieben, wie es war. Im Jahr 2000 eröffnete er sein Designhotel „Wienecke XI.“ auf dem Gelände und erhielt dafür vier Sterne. „Im Business-

Bereich hat das absolut noch seine Berechtigung.“ Die Preise bewegen sich trotzdem im Budget-Bereich – jedenfalls außerhalb der Messezeiten. 2008 baute Wienecke den Kongressbereich dazu, „die größte private Kongresshalle der Stadt“. Hier gibt es übrigens kein kostenloses WLAN, denn die Sicherheit habe Vorrang: „Wenn 1800 Kongressteilnehmer ins Netz wollen, dann muss es funktionieren“ – und die dafür nötige Ausstattung sprengt dann doch den

Nulltarif. Das ist beim jüngsten Projekt des Hoteliers ganz anders, wo kostenloses WLAN fast schon vorausgesetzt wird: Das Hostel „Bed n Budget“ im Altbau vorn an der Straße spielt den Preisbrecher für die jungen Gäste – und nicht nur die. Das Billigquartier mit Bädern auf dem Flur und Räumen bis hoch zum 30er-Schlafsaal wurde zum Renner. Abgeteilte Schlafkojen sichern ein Mindestmaß an Privatsphäre, für Ruhe sorgen notfalls „Schlaf-Apps“