

per available room, RevPar)

mittliche Hotelauslastung 31,1 Prozent; 58 Prozent weniger als in der gleichen Periode 2019.  
fügbares Zimmer.



**Barcelona**  
Belegung: 30,9%  
**-61,2%**  
RevPar: 33,67 Euro  
**-70,5%**



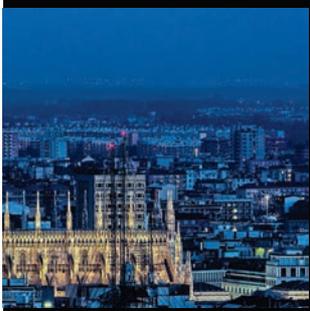
**Frankfurt**  
Belegung: 31,5%  
**-53,9%**  
RevPar: 34,59 Euro  
**-57,3%**



**Kopenhagen**  
Belegung: 30,3%  
**-59,8%**  
RevPar: 236,97 DKK  
**-67,8%**



**London**  
Belegung: 44,1%  
**-46,2%**  
RevPar: 53,47 GBP  
**-56,7%**



**Paris**  
Belegung: 35,7%  
**-53,2%**  
RevPar: 63,65 Euro  
**-61,3%**



**Zürich**  
Belegung: 31,1%  
**-58,0%**  
RevPar: 69 Fr.  
**-59,4%**



## «Warenhäuser gehören zu unseren Zielobjekten»

**Hotellerie** Trotz Krise lanciert SV Hotel mit Stay Kooook eine neue Hotelmarke. SV-Hotel-Chef Beat Kuhn sieht Chancen besonders in der City.



**Beat Kuhn, SV Hotel**  
Die Schweizer Firma ist Teil der SV Group

*Bisher war SV Hotel als eine Art Hotelsöldner unterwegs: Das Unternehmen führt hauptsächlich Betriebe von Marriott-Marken wie Courtyard, Renaissance oder Moxy. Warum gehen Sie nun plötzlich mit einer eigenen Marke an den Start?*

**Beat Kuhn:** Weil wir uns viel versprechen vom Extended-Stay-Markt. Damit sind Stadthotels gemeint, in denen Gäste länger als nur eine oder zwei Nächte bleiben. Sondern vielmehr Wochen oder sogar Monate. Bisher gab es solche Konzepte vor allem fürs Topmanagement, mit den entsprechenden Preisen. Unser neues Hotelkonzept macht Longstay auch für KMU erschwinglich.

*Wie teuer ist ein Aufenthalt im Stay Kooook?*  
Das Preisband startet in einer Hotelkalkulation zwischen 140 und 200 Franken pro Nacht. Je länger man bleibt, desto günstiger wird es. Ab einem Aufenthalt von 28 Nächten orientieren wir uns am lokalen Wohnungsmarkt, da sind wir dann bei etwa 2300 Franken pro Monat.

*Sie haben diese Woche in Bern das erste Stay Kooook eröffnet – leichtsinnig, mutig oder gegenwartsblind?*  
Weder noch. Wir sehen, dass in der Stadthotellerie jene Betriebe am besten laufen, die auf nationale Nachfrage bauen, einen privaten Bereich und einen Longstay-Charakter haben. Gerade heute sehnen sich die Gäste vornehmlich nach Sicherheit und Wohlbefinden, Stay Kooook trifft den Nerv der Zeit.

*Spielen Sie mit dem Gedanken, die Stay-Kooook-Premiere in Bern-Wankdorf zu verschieben?*  
Nein. Bern wurde nicht so hart getroffen wie andere Städte. Aktuell ist die Stadthotellerie hier um 30 Prozent ausgelastet, viel besser als in anderen Städten.

*30 Prozent bedeutet: Sieben von zehn Zimmern sind leer. Kommt dazu: Geschäftskunden fliegen weniger, Events werden abgesagt, die Stadthotellerie steckt in einer gewaltigen Krise.*  
Das ist schon so. Aber Bern verzeichnet seit Jahren eine steigende Nachfrage nach Übernachtungsmöglichkeiten. Mit Stay Kooook schlossen wir zudem eine Nachfragerücke, denn ein Extended-Stay-Konzept gibt es in Bern noch nicht.

*Nächste Eröffnungen sind in Nürnberg und Leipzig geplant. Nicht gerade die grossen Wirtschaftsmetropolen. Wenn wir die Wahl haben, ist uns eine A-Lage in einer B-Stadt lieber als eine B-Lage in einer A-Stadt. Aber das heisst nicht, dass uns prominentere Städte nicht interessieren. 2023 etwa soll auch in Genf ein Stay Kooook eröffnen, Hamburg und München stehen ebenfalls auf dem Programm. Die generellen Entwicklungen in grösseren Städten spielen uns dabei in die Hände.*

*Wie meinen Sie das?*  
Wir sehen, dass sich der Detailhandel in grossen Städten, und dies auch an allerbesten Lagen, stark verändert. Grosse Retailer verkleinern ihre Fläche und siedeln ihre Angebote vermehrt nur noch im Erdgeschoss und auf wenigen Etagen darüber an. Das bedeutet für uns, dass die oberen Stockwerke frei und damit interessant für ein Stay Kooook werden könnten. Diesbezüglich sind wir in mehreren Städten in fortgeschrittener Verhandlung.

*Sprechen Sie damit vor allem die Lage der Warenhäuser an?*  
Nicht nur, aber auch. Warenhäuser in der Schweiz und in Deutschland gehören ganz bestimmt zu unseren Zielobjekten. Unser Angebot ist eine Win-win-Situation: Das Warenhaus kommt zu neuen Mietern in den oberen Etagen – und unsere Gäste profitieren davon, dass sie im Erdgeschoss des Longstay-Angebots spannende Angebote aus Retail und Gastronomie finden.