



SV-Hotel-CEO Beat Kuhn im wohnlichen Living-Room des ersten «Stay Kooook» in Bern mit insgesamt 62 Studios.

Corinne Glanzmann

# «Das Zimmer wird künftig im Fokus stehen»

## SV Hotel

Weniger Meeting und Gastronomie, mehr Logement: CEO Beat Kuhn erklärt, warum Moxy und Stay Kooook für die neue Ausrichtung von SV Hotel stehen.

GUDRUN SCHLENCZEK

**Beat Kuhn, die SV Group lancierte in Bern zwei neue Hotelkonzepte, die Zielgruppen ansprechen, die aktuell nicht reisen: Moxy ist ein Lifestyle-Brand, der von internationaler Kundschaft lebt, Stay Kooook ist als Longstay-Variante stark vom Businessgeschäft abhängig. Wie haben Sie gestartet?**

Wie verzeichnen eine deutlich bessere Nachfrage als erwartet. Das «Moxy» in Bern haben wir vor zehn Tagen eröffnet und registrieren seitdem eine Zimmerbelegung von 50 Prozent. Das «Moxy» in Lausanne, das wir seit letztem Dezember führen, erreichte im August sogar eine 75-Prozent-Auslastung. Beim «Stay Kooook», das seit dem 1. September offen ist, sind es aktuell 30 bis 40 Prozent. Rund die Hälfte der Buchungen kommt über die eigene Website und der Rest über Onlinebuchungskanäle; davon das meiste über Booking. Das, obwohl 80 Prozent der Gäste aus der Schweiz stammen, der Rest aus umliegenden Ländern.

**Wie erklären Sie sich den Unterschied zwischen «Moxy» und «Stay Kooook» bei der Belegung?**

«Moxy» ist der einzige Marriott-Betrieb in Bern. Alles, was über Marriott reinkommt, füllt sozusagen die 130 «Moxy»-Zimmer in Bern. Extended Stay hat eine langsamere Anlaufkurve, die nachfolgende Buchungsentwicklung ist aber meist nachhaltiger. In unseren Marriott-Betrieben in der Schweiz und in Deutschland kommt über den Kanal der Hotelkette rund ein Drittel der Logiernächte, ein Drittel direkt und ein Drittel über Onlinebuchungskanäle.

Marriott mit ihrem Loyalty-Programm Bonvoy ist für Kunden sehr attraktiv, aktuell ist zum Beispiel weltweit das Frühstück ohne Aufpreis inkludiert.

**Sind Sie froh, dass Sie die beiden neuen Betriebe in Bern und nicht in Zürich eröffneten, dem eigentlichen Hotspot für neue Trendmarken?**

Das ist so, Zürich ist aktuell ein völlig anderer Markt und eine grosse Herausforderung. In unseren beiden Zürcher Marriott-Hotels haben wir eine ähnlich tiefe Auslastung wie die Mitbewerber, aktuell sind es rund 20 bis 30 Prozent. In den



Stay Kooook

## Mix aus Hostel und Microliving

Die Entwicklung von Stay Kooook dauerte vier Jahre. Entstanden ist ein Zimmerkonzept mit vollwertiger Küche auf 22 m<sup>2</sup>. Dank vieler technischer Raffinessen lassen sich Küche, Wohnbereich respektive Schlafbereich mit einem Handgriff nach Bedarf vergrössern. So ist beispielsweise das rollbare Bett sofort fixiert, wenn eine Person darauf liegt. Auch der Eingang wirkt aufgrund der Glastür zum Bad grosszügig.

[staykooook.com](http://staykooook.com)

Hotels La Pergola in Bern und Amaris in Olten beträgt die Auslastung dagegen 60 bis 65 Prozent.

**Im Augenblick führt SV Hotel mehrheitlich Marriott-Betriebe. Nun hat SV Hotel mit Stay Kooook erstmals einen eigenen Hotel-Brand. Will man diesen nun forcieren?**

Wir sind stolz, unseren ersten eigenen Hotel-Brand zu haben. Obwohl Stay Kooook vom Prinzip her eigentlich gar kein Hotel ist, sondern ein Wohnkonzept, in dem man sich wie zu Hause fühlen soll. Im Studio mit der eigenen Küche, im «Backyard», der einem gemütlichen Wohnzimmer nachempfunden ist, in der Gemeinschaftsküche, wo der Host auch mal für alle Pasta kocht und man zusammen isst. Wir denken, dass Extended Stay Zukunft hat, krisenresistenter ist und der Markt weniger ausgereizt ist als bei Lifestyle-Konzepten.

**Dann will man bei SV Hotel mit Stay Kooook stärker expandieren als mit Moxy?**

Wir erwarten bei Lifestyle- und Longstay-Konzepten in Zukunft das stärkste Wachstum. Mit Moxy werden wir an Standorte gehen, an denen internationale Kundschaft dominiert. Stay Kooook ist unsere kompakte und preiswertere Alternative zum Residence Inn, das im 4-Sterne-Segment angesiedelt ist. Stay Kooook werden wir auch mit Zimmern ohne Küche realisieren, aber immer mit Gemeinschaftsküche.

**Was kostet die Nacht in einem «Stay Kooook»?**

Zwischen 140 und 200 Franken in Bern, im «Moxy» kostet das Doppelzimmer zwischen 120 und 180 Franken. Wie «Moxy» profitiert «Stay Kooook» von tieferen Personalkosten. Mit zwei «Hosts» können wir je nach Grösse ein «Stay Kooook» betrei-

ben. Der Host hat sein Office direkt im Gemeinschaftsraum. Da die Aufenthaltsdauer länger ist – in Bern liegt sie aktuell im Durchschnitt bei einer Woche – fallen auch die Zimmerreinigungskosten deutlich tiefer aus.

**Stay Kooook lebt eigentlich ausschliesslich von der Zimmervermietung.**

Wir wollen uns auch bei den anderen Konzepten stärker aufs Logement konzentrieren, selbst bei Courtyard by Marriott, und weniger auf Meetingräume und Gastronomie setzen. Das

Zimmer wird bei uns künftig im Fokus stehen.

**Mit Stay Kooook und Moxy möchte SV Hotel Retail-Flächen besetzen: Wie stellen Sie sich das vor?**

Wir bieten mit unseren Marken dem Liegenschaftsbesitzer einen interessanten Mix: Für den oberen Teil des Gebäudes eignen sich Stay Kooook oder Moxy, für Erdgeschossflächen Gastronomiemarken der SV Group wie die Spiga Ristoranti, das «Sesh» mit Bowls und ab Ende Oktober unser neues «Brix» mit Burger-Kreationen. So können wir ganze Gebäude ideal bespielen.

## SV Group

### Mitarbeiterverpfleger mit Hotels

Die SV Group führt unter SV Hotel verschiedene Marriott-Marken in der Schweiz und in Deutschland (Franchise). Dem ersten «Stay Kooook» in Bern-Wankdorf soll 2022 ein «Stay Kooook» in Leipzig folgen, zwei weitere sind in Bern und in Nürnberg in Planung. Die SV Group betreibt zwei weitere Individualhotels sowie rund 600 Mitarbeiterrestaurants und Mensen. gsg

[sv-group.ch](http://sv-group.ch)

## Soon open



Revier Hotels

### Revier Hotels betreiben ab Ende 2021 bereits ihre vierte Lodge

Die Schweizer Revier Hospitality Group eröffnet an der Talstation des österreichischen Skigebiets Silvretta Montafon im Dezember 2021 bereits ihr viertes Revier-Hotel mit 107 Zimmern. Das neue Haus im Vorarlberger Ferienort St. Gallenkirch ist das erste Hotel der Gruppe in Österreich und nach dem im Juni 2020 eröffneten Revier-Hotel im schweizerischen Adelboden sowie dem Revier Business Bay in Dubai, das nächsten Monat eröffnete, das dritte Opening innerhalb von 18 Monaten. Die erste Revier Mountain Lodge eröffnete 2017 in Lenzerheide. Revier ist ein Budget-Design-Konzept primär für Ferienregionen. gsg

[revierhotels.com](http://revierhotels.com)

### «Amadeo», Zofingen: Vom Boutique- zum Apartment-Hotel

Aus dem Boutique-Hotel Amadeo in Zofingen mit seinen ursprünglich 13 Zimmern wird ein Apartment-Hotel mit einem 2,5-Zimmer-Apartment, zwei 4,5-Zimmer-Apartments sowie zwei Standardzimmern. Die Wohnungen sind möbliert, bei Bedarf kann Hotelservice dazugebucht werden. «Die Zeiten in der Hotellerie-Landschaft haben sich geändert», konstatiert Hotelier Grégory Steiner von der Besitzerfamilie. «Wir mussten unsere Strategie anpassen, um wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben und Arbeitsplätze zu garantieren.» Weiterhin als Hotel betreibt Steiner das «Engel» in Zofingen mit 40 Zimmern. gsg

[amadeo-zofingen.ch](http://amadeo-zofingen.ch)

### Hotel Saratz wird auch diese Zwischensaison zum Hotel S

Mit dem «Hotel S»-Konzept konnte das Hotel Saratz, Pontresina, den Zwischensaisonverlust vor dem letzten Winter massiv verringern. Das neue Konzept mit reduzierter Dienstleistung und weniger offenen Zimmern (40 von 93) lieferte dem 4-Sterne-Superior-Haus trotz deutlich tieferer Zimmerpreise in dieser Zeit einen um 50% höheren RevPar bei über 40% weniger Personalkosten. Hoteldirektor Martin Scherer will aufgrund von Corona das Zwischensaisonkonzept 2020 erst recht wiederholen: Das Hotel S startet am 18.10. und dauert bis am 26.11.2020. Neu ist der Spa Bag inkludiert, und zwei Packages wurden entwickelt. gsg

[saratz.ch](http://saratz.ch)

## Unterhaltung



iStock

### Attraktives Angebot für Gastro- und Hotelbetriebe

Ab sofort bietet Teleclub ein spezielles Angebot für Sportbars an. Erstmals können Sportfans damit das umfangreiche Programm von Teleclub in Gastro- und Hotelbetrieben geniessen. Im Abo enthalten sind rund 4000 Live-Sportevents, zudem zwei 24h-Sportkanäle. Bis Ende 2020 lässt sich das Teleclub-Sportbar-Abo für ein Jahr zum Einführungspreis von 199 Franken pro Monat sichern. «Wir haben in letzter Zeit viele Anfragen zum Thema Sportbar-Abo erhalten und freuen uns sehr, den Bars und Restaurants nun ein attraktives Angebot unterbreiten zu können. Dieses schneidet preislich im internationalen Vergleich hervorragend ab», sagt Ronald Fiedler, Chief Commercial Officer von Teleclub.

[teleclub.ch/sportbar](http://teleclub.ch/sportbar)