

# Neues Zuhause für fröhlich-urbane Rechner

Günstige Lifestyle-Hotels kommen an: Da gibts schon mal Selbstbedienung aus der Vitrine und freie Drinks in der Lobby

Christoph Ammann

Der Mann an der Gitarre lässt den letzten Akkord verklingen und ruft ins Mikrofon: «Wollt ihr noch mehr von mir hören?» In den verhaltenen Applaus schleichen sich spärliche Ja-Rufe, worauf der Barde unbeirrt zur nächsten Ballade anhebt. Abendstimmung in der WXYZ-Lounge des Hotels Aloft in Stuttgart. Zweimal pro Woche steigen hier Livekonzerte. Die Bar ist ab 17 Uhr geöffnet, Snacks warten in Kühlvitrinen auf Selbstbediener, Mäusespeck, Marshmallows und Gummibärli auf Schleckmäuler. Freiliegende Rohre an der Decke verströmen ebenso Industrie-Groove wie die nackten, sechs Meter hohen Betonwände, die notdürftig mit moderner Kunst behängt sind. Die Botschaft: Hier trifft sich ein fröhliches, urbanes Publikum.

«Wir wollen die Gäste sozialisieren», bestätigt Hoteldirektor Armin Hies. «Keiner soll den Abend alleine im Zimmer verbringen müssen.» Dabei versprechen die 165 Unterkünfte durchaus Wohlfühl-Ambiance – dank hochwertiger Betten, Flachbild-TV, Schreibtisch, Schrank mit Bügelbrett und witzigem, offenem Badezimmer-Layout. Die Türen lassen sich via Smartphone und Apple Watch öffnen. Im Tactic Room verheissen Spielkonsolen und Billardtisch Unterhaltung.

**Design-affin, budgetbewusst und vor allem nie langweilig**

2008 kreierte der Hotelgigant Starwood (Sheraton, Westin) die Marke Aloft. Weltweit gibt es in Städten der A- und B-Liga mittlerweile 100 Alofts, seit Sommer 2015 auch in einem Stuttgarter Shoppingkomplex und beim Hauptbahnhof München. Die Starwood-Designer konzipierten Aloft als kleine Schwester der W-Hotels. Diese Ikonen der globalen Beherbergungsindustrie geniessen etwa in Barcelona oder London kulthafte Verehrung zahlungskräftiger Gäste. Alofts Zielgruppe besteht aus einem ebenso Design-affinen, aber weit budgetbewussteren Publikum. Motto: «Stil zu kleinem Preis». Das Doppelzimmer im Stuttgarter Haus kostet im April ab 144 Franken. «Aloft darf nie langweilig sein»,



Cool und funktional: Das Moxy in München eröffnet im Segment Economy Lifestyle

sagt Hotelboss Armin Hies. «Wir wollen auch mal die Norm durchbrechen.»

Auf die Bedürfnisse von jüngeren Städtetouristen und scharf rechnenden Businessstravellern zugeschnittene Produkte gehören zum Arsenal der US-Hotelkonzerne auf deren Europa-Feldzug.

Starwood, Marriott, die Interconti/Holiday-Inn-Gruppe oder Hilton wollen nicht zuletzt den Siegeszug von Motel One bremsen und

konkurrenzfähige Unterkunstmöglichkeiten für ein IT-begeistertes, urbanes Publikum schaffen. Denn Motel One setzt die Expansion unablässig fort, eröffnet sogar Hotels in Zürich und Basel. Das Erfolgsrezept der deutschen Economy-Markte: gnadenlose Standardisierung, cooles Design, erstklassige Lage und günstige, transparente Preise. Genau diese Mischung, die Einsteiger, jüngere Städtetouristen und Businessleute mit über-

schaubaren Bedürfnissen anspricht, ist der Renner in der Branche.

In einem Büroquartier in der Nähe des Frankfurter Airports eröffnete vor eineinhalb Jahren das Hotel Element. Wie Aloft gehört es zum Starwood-Sortiment, richtet sich aber vor allem an Langzeitgäste. Diese fühlen sich auf Laminatparkett, vor grünen Wänden und in einer kleinen Küche wie zu Hause. Im Unterschied zu Aloft steht aber ein hauseigenes Restau-

rant zur Verfügung. Abends kommt sich die Kundschaft bei Gratisgetränken und Snacks in der Lobby näher. Frankfurt scheint ein guter Platz für neue Hotels zu sein. Im Herbst 2015 ging unweit der Messe ein Hampton by Hilton an den Start. In Nordamerika heisst die Marke Hampton Inn, sie ist an 3500 Standorten vertreten. Der Frankfurter Ableger, das zweite Hampton in Deutschland, ist zugeschnitten auf den eiligen Ge-

schäftsreisenden oder Messebesucher, bietet coole, funktionale Bleiben, aber wenig Infrastruktur. Preis für das Doppelzimmer: ab 97 Franken.

**Die Lobby als Treffpunkt, Spielstube und Futterkrippe**

«Günstige Lifestyle-Hotels liegen im Trend», sagt Beat Kuhn. «Die Banken finanzieren diese Projekte gerne.» Der Walliser ist Chef der Hotelsparte beim Schweizer Betriebsverpflegungsriesen SV Group. Kuhn arbeitet intensiv mit dem amerikanischen Hotelkonzern Marriott (Renaissance, Courtyard) zusammen und wird mit einer Marriott-Lizenz Moxy-Hotels in Stuttgart und am Münchner Ostbahnhof eröffnen. Zwei weitere Moxys in Deutschland sind geplant. «Auch in der Schweiz, etwa in Zürich, Basel oder der Romandie, evaluieren wir Standorte», so Kuhn. SV Group ist ein bewährter Franchise-Partner von Marriott und führt zwei Courtyard-Hotels in Zürich-Oerlikon und München sowie das Renaissance in Zürich-West. Marriott International eröffnete das erste Moxy 2014 in Mailand und erfand, nach eigenem Urteil, «auf kecke Art das Hotel-Erlebnis im Segment Economy Lifestyle neu».

Bis Ende 2017 wird es weltweit 22 Moxy-Hotels geben. Wie bei Aloft und Co. soll die Lobby Meeting-Location, Spielstube, Arbeitsplatz und Futterkrippe mit beschränktem Angebot sein. Marriott ging für den Bau der ersten Moxys eine Kooperation mit Ikea ein. Eine italienische Fabrik des schwedischen Möbelriesen fertigt die Zimmer und steckt sie vor Ort im Modulsystem zusammen. SV Group aber lässt die Moxys konventionell bauen – eine Premiere.

Für den gemeinen Hotelkunden, der ob der Markenvielfalt allmählich die Übersicht verliert, naht Entspannung: Marriott hat Starwood geschluckt und dürfte den einen oder andern Brand aus dem Markt nehmen und die betroffenen Hotels umbenennen.

[www.alofthotels.com](http://www.alofthotels.com)  
[www.elementhotel.com](http://www.elementhotel.com)  
[www.hiltonhotels.de](http://www.hiltonhotels.de)  
[www.moxyhotels.com](http://www.moxyhotels.com)

## Vom Handy ans Händchen genommen

Gratis-Smartphones in Hotelzimmern lösen alle Probleme von Städtetouristen

«Richtig, ein Tag im Internet kostet 220 Hongkong-Dollar», sagte der höfliche Concierge kürzlich am Desk des Intercontinental Hotels in Hongkong. Umgerechnet 30 Franken. Resigniert drehte ich mich schon ab, doch der Mann ergänzte: «Sie könnten natürlich auch das Smartphone auf ihrem Zimmer nutzen. Es hat auch Internet. Umsonst.»

Auf dem Zimmer würdigte ich Hongkongs beeindruckenden Victoria Harbour keines Blickes. Ich hatte nur Augen für das Handy mit dem Gratisinternet. Eine schnelle Datenverbindung ist für mich längst viel wichtiger als jede Aussicht, mag sie noch so spektakulär sein. Sogar in den Ferien. Denn eine Reise gilt es heute digital minutiös vorzubereiten, weil unter-

wegs der Internetzugang meist fehlt. Deshalb markiere ich gerne Restaurants, Märkte oder andere Sehenswürdigkeiten auf Google Maps, solange ich noch ungehemmten Zugang zum Internet habe. Richtig glücklich bin ich damit nie geworden. Irgendetwas aus dem Internet habe ich bestimmt vergessen herunterzuladen.

Auf dem Schreibtisch im Intercontinental lag also das versprochene Handy, der Akku prall gefüllt. «Welcome!», leuchtete der Startbildschirm auf. Es handelte sich um ein simples Androidgerät der Marke Alcatel. Bevor ich den Startbildschirm wegdrücken konnte, musste ich die Nutzungsbedingungen des Gerätes bestätigen. Bei Verlust oder Beschädigung hätte ich das Handy zu ersetzen. Umge-

rechnet 200 Franken. Das Bewegungsprofil des Handys würde protokolliert und dem Hotel übermittelt. Angeblich anonym. Aber das Surfen im Internet sei komplett umsonst. Ich schaute im Kleingedruckten nach: unlimitierte Datenmenge!

**Restaurants mit Peking Duck, Shops mit Bio-Babynahrung**

Auf einen Schlag war meine Reiseplanung überflüssig geworden. Ich konnte mich während unseres dreitägigen Aufenthalts in Hongkong darauf verlassen, dass mir mein Handy jegliche Frage beantworten würde.

Empfehlenswerte Restaurants, die Peking Duck servieren? «Diese Lokale befinden sich in der Umgebung», zeigt mir Google Maps

an. Familienausflugsziele? «Der Freizeitpark Ocean Park hat 367 positive Empfehlungen.» Gibt es Bio-Babynahrung in Hongkong? «Diese Läden befinden sich in Ihrer Nähe.» Mit dem Handy aus dem Hotelzimmer bewegte ich mich in der 7-Millionen-Metropole so selbstverständlich und entspannt, als wäre ich zu Hause.

Hinter dem Gratis handy auf dem Hotelzimmer steckt eine schlaue Geschäftsidee. Genauer gesagt, die Firma Tink Labs Limited mit ihrem Dienst Handy-Travel: Mobilgeräte für Reisende. Ihr Angebot trifft einen Nerv. Die Firma rechnet damit, dass allein in Hongkong und Singapur im Jahr 2016 über 18 Millionen Menschen den Städteaufenthalt mit den Travel-Geräten verbringen werden.

Seit Ende 2015 sind Hotelketten in ersten europäischen Städten hinzugekommen: London, Paris, Istanbul und Mailand.

Die Hotels zahlen nicht einmal für den Dienst. Die Mobiltelefonie ist mit interaktiven Reiseführern ausgestattet, in denen lokale Anbieter Werbeplatz kaufen. Das rechnet sich offenbar.

Die Einzigen, die daran etwas auszusetzen haben, werden wohl die Digitalnörgler oder Reisero-mantiker sein. Sie werden sich fragen, wo denn das Abenteuer bleibt, wenn man selbst auf Reisen von Handys ans Händchen genommen wird. Doch diese Skepsis wird nicht verhindern, dass Gratis-handys bald auf jedem Hotelzimmer liegen werden. Die Idee ist einfach zu gut. Barnaby Skinner