

Schnörkellos und klar ist das Budget-hotel-Konzept H2 von Hospitality Alliance. Nach erfolgreichen Eröffnungen in Deutschland will man expandieren – auch hierzulande.

NATHALIE KOPSA

Kommunikative Raumkonzepte, innovatives Design, nachhaltige Architektur und moderate Übernachtungspreise sind die wichtigsten Markenzeichen eines Budget-Hotelkonzepts, mit dem die Hospitality Alliance AG (siehe Text unten) jetzt weiter expandieren will. Das erste H2-Hotel wurde 2011 in Berlin mit 288 Zimmern und 696 Betten eröffnet. Im Februar 2014 folgte das H2 Hotel München Messe mit 205 Zimmern, zusammen mit dem Ramada Hotel & Conference Centre München Messe. Beide Häuser sind somit Teil von Doppelbrand-Immobilien.

Das Konzept möchte in erster Linie qualitätsbewusste Vielfreisende ansprechen, die Wert auf eine individuelle und preis-/leistungsgerechte Unterbringung an zentralen Standorten legen. Im Fokus steht jeweils ein sogenannter «Hub», der als geselliger Treffpunkt für die Gäste und deren kommunikative Bedürfnisse dient. Der Begriff wurde aus dem

Fakten Steckbrief der Hospitality Alliance AG

Gründung: 1996
Sitz: Bad Arolsen, Deutschland
Marken: Ramada, Treff Hotels, H2 Hotels
Gesamtanzahl Zimmer: 9600
Anzahl Mitarbeiter DACH: 2800
Umsatz 2013: 322 Mio. Euro (+4,2%)
Umsatz 1. Quartal 2014: rund 72 Mio. Euro (+10%)
Auslastungsquote 2013: 66%
GOP 2013: 79,6 Mio. Euro (+4,3%). nk



Der hoteleigene Supermarkt im H2-Hotel Berlin Alexanderplatz ist bei Hotel- wie bei externen Gästen gefragt.



Vierbett-Zimmer im Berliner H2-Haus.



Abendstimmung beim H2-Hotel München Messe, dem zweiten Haus der Budgethotel-Marke.

Bilder zvg

Günstige Qualität

Englischen übernommen und bezeichnet in der digitalen Welt den Knotenpunkt eines weitverzweigten Netzwerks. Nach diesem Vorbild laufen in den Hotels alle Dienstleistungen wie Réception, Bistro, Lounge und Shop in einem Raum zusammen, daneben gibt es kostenfrei nutzbare iPad-Stationen und Gratis-WLAN im gesamten Hotelbereich. Im Zimmerbereich wartet H2 mit für das Budgetsegment vergleichsweise grosszügigen Flächen um die 20 Quadratmeter auf, Regenwaldusche, Bodenheizung im Bad oder Flatscreen-TV inklusive. Für platzsparende Raumaufteilung sorgen regalorientierte Schranklösungen und eine Tür im Bad- und Duschbereich, die sich in beide Richtungen hin öffnen und schliessen lässt.

Die Vierbett-Zimmer-Kontingente haben sich zur Überraschung der Markengründer an beiden Standorten als Top-Seller

erwiesen, die sich einer besonders guten Auslastung erfreuen. Diese sind – laut CEO Alexander Fitz – so gut wie immer ausgebucht. Auch der rund um die Uhr geöffnete Shop, eine Art Mini-Supermarkt im Zentrum der Hotels, erfreut sich grosser Beliebtheit. Sie wurden nach dem Vorbild der Marché-Restaurants konzipiert und bieten eine Auswahl an frischen Lebensmitteln, Snacks und Getränken sowie frisch zubereitete Speisen, die an einer Frontcooking-Station erhältlich sind. Sie werden nicht nur von Hotelgästen genutzt, sondern auch von Anwohnern und Spontankäufern aus der Umgebung.

Gespräche für ein H2-Haus in Basel laufen

Vertrieb und Vermarktung der H2-Hotels laufen weitgehend über die gängigen Online-Plattformen, wobei man dem Direk-

tertrieb über die neue markenübergreifende Website h-hotels.com deutlich den Vorzug gibt. Die Strategie, Direktbücherer mit einer Bestpreis-Rate und Extras wie einem 20-Prozent-Nachlass auf Speisen und Getränke im Haus auf die eigene Buchungsplattform zu locken, zahlt sich bereits aus. So beläuft sich der direkte Buchungsanteil über die Unternehmens-Website aktuell auf 18 Prozent – mit steigender Tendenz. Auch die anderen aktuellen Kennzahlen klingen vielversprechend: Das Münchner H2-

Hotel vermeldete im 1. Quartal eine durchschnittliche Belegung von rund 76 Prozent und eine durchschnittliche Tagesrate (ADR) von rund 80 Euro, das Berliner Hotel im gleichen Zeitraum eine Belegungsrate von rund 90 Prozent und eine ADR von rund 70 Euro. Hospitality Alliance will den Ausbau der Eigenmarke nun vorrangig vorantreiben. Das Unternehmen hat dafür auch den Schweizer Markt im Blick: gegenüber der htr bestätigte die Gruppe, dass sie bereits im Gespräch mit dem Standort Basel ist.

Hospitality Alliance Zuwächse bei Umsatz und Auslastung

Die Hospitality Alliance AG betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz 56 Hotels der Marken Ramada, Treff Hotels und des neuen Budgetbrands H2. In der Schweiz, wo sie ein Treff Hotel und sechs Ramada-Häuser managt, erwirtschaftete die Gruppe 2013 rund 53 Mio. Franken Umsatz (2012: 49 Mio.) und erzielte gegenüber dem Vorjahr eine Renditensteigerung von 25%. Das positive Ergebnis ist laut Unternehmen unter anderem auf die Modernisierung einiger Hotels (Treff Hotel Sonnenhof Engelberg, Ramada Hotel Locarno) zurückzuführen. Unter die geplanten Investitionen für 2014 fallen die Fertigstellung der letzten Etage in Engelberg sowie weitere Mo-

dernisierungen in Locarno (Ramada Hotels Arcadia und La Palma), der Umbau der Küche und Investitionen im Restaurationsbereich im Ramada Hotel Basel und Modernisierungen im Ramada Hotel Solothurn, wie ein Unternehmenssprecher gegenüber der htr bestätigt.

Die Markenexpansion von Ramada in Deutschland und in der Schweiz basierte bisher auf einer exklusiven Partnerschaft mit der US-amerikanischen Wyndham Hotel Group. Seit 2014 ist die Kooperation nicht mehr exklusiv, Hospitality Alliance bleibt jedoch Lizenzpartner und bringt sich indes als Betreiber für andere Brands in Stellung. Kürzlich hat sie den Start einer neuen Vollhotel-Marke verkündet. nk

Kochtalente aus fast allen Landesteilen

Anlässlich des «Goldenen Koch von Kadi 2015» treten zwölf Kochtalente aus der ganzen Schweiz neu in einem Halbfinal gegeneinander an. Nun stehen die Kandidaten fest.

Für den Halbfinal des Kochwettbewerbs «Der Goldene Koch von Kadi 2015» qualifiziert haben sich **Thierry Fischer** (Küchenchef im Restaurant Schloss Binningen, Binningen), **Carsten Alexander Kypke** (Stv. Küchenchef im Hotel Bellevue Palace, Bern), **Yves Michel Owona** (Sous-Chef im Hotel le Rivage, Lutry), **Christoph Hunziker** (Küchenchef im Restaurant Schärmehof, Thun), **Corinne Roth** (Chef tournant im Restaurant Panorama, Steffisburg), **Paul Jurt** (Küchenchef im Gasthof zum Löwen, Worb), **Urs Koller**

(Sous-Chef im Hotel Hof Weissbad, Weissbad), **Christopher Emeringer** (Chef Executive bei Nutresia AG, Belmont-sur-Lausanne), **Stefano Varenna** (Diätkoch im Ospedale Civico di Lugano, Lugano), **Filipe Fonseca Pinheiro** (Chef de Partie im Restaurant de l'Hôtel de Ville, Crisier), **Martin Elschner** (Sous-Chef im Restaurant Sonnenberg, Zürich) sowie **Martial Facchinetti** (Sous-Chef im Restaurant Le Pont de Brent, Brent).

Am 20. September messen sich diese elf Kandidaten und die einzige Kandidatin am Halbfinal im

Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung im Einkaufszentrum Glatt in Wallisellen. In zwei Durchläufen treten je sechs Kandidaten gegeneinander an. Es gilt, eine Stunde nach dem Start eine warme Vorspeise für acht Personen und nach einer weiteren Stunde eine warme Hauptspeise für ebenfalls acht Personen zu servieren. Die Vorspeise ist mit einer Schweizer Forelle zuzubereiten, für die Hauptspeise müssen die zwölf Halbfinalisten Schweizer Poulet möglichst gekonnt inszenieren. Im Gegensatz zum Finale kocht der Kandi-

dat an dieser Vorausscheidung noch ohne Commis und richtet seine Teller selber an.

Die Jury besteht aus Namen wie Ivo Adam, Rico Zandonella, Manfred Roth und Florence Pognon sowie dem Jurypräsidenten André Jaeger. Zu der Küchenjury zählen Valère Braun, Reinhold Karl und Thomas Marti.

Die sechs besten Kochtalente sind im Finale und kämpfen am 2. März 2015 im Kursaal Bern um die Kochtrophäe «Goldener Koch von Kadi 2015». fe

www.goldenerkoch.ch

News

11. «Best of Swiss Gastro» mit 122 Schweizer Lokalen

Zum 11. Mal hat die Jury des Publikumspreises «Best of Swiss Gastro» die neusten Gastrobetriebe der Schweiz prämiert. 122 sind es heuer, die sich neu in sieben (statt neun) Kategorien messen: Classic, Gourmet, Trend, Activity, On The Move, Coffee sowie Bar & Nightlight. Ausserdem sind die Lokale mit dem Hinweis «green.ch» (nachhaltige Küche), «Outdoor» und «Schweizer Fleisch» gekennzeichnet. Bis zum 30. September läuft nun das Publikumsvoting.

www.gastroawards.ch

Mittels App dem Klimawandel auf der Spur



zvg

Neu lässt sich die Jungfrau-Region mit «Jungfrau Klimaguide 2.0» des Oeschger-Zentrums für Klimaforschung der Universität Bern auf ungewöhnliche Art erleben: Auf sieben Klimapfaden erhalten die Wanderer mit der App Hintergrundwissen über den Klimawandel – etwa auf Klimapfaden in Grindelwald, Wengen oder Mürren. Jeder Pfad besteht aus einer Wanderroute mit mehreren Audio-Punkten. Dank GPS-Funktion erhält man Klimawissen und Bilder zur Klimaforschung direkt vor Ort.

www.jungfrau-klimaguide.ch

App «Swiss Art To Go» bietet über 43 000 Bauwerke

Vor acht Monaten wurde die App «Swiss Art To Go» von der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte lanciert, und bereits enthält die digitale Kunst- und Architekturführer über 43 000 Schweizer Bauwerke. Neu werden diese automatisch den Kategorien «Unesco-Weltkulturerbe», «Kulturgut von nationaler Bedeutung» sowie «Swiss Art To Go empfohlen» zugeordnet. Zudem stellt die App ihren Benutzern neu eine Feedback-Funktion zur Verfügung. Und per Oktober werden alle Texte auf Deutsch, ab dem Frühjahr 2015 auch auf Englisch verfügbar sein.

Hotel Wartmann in Winterthur ist neu ein Best Western



zvg

Unter dem Namen **Best Western Hotel Wartmann** öffnet der Winterthurer Traditionsbetrieb «Wartmann» nach einer halbjährigen Umbauphase seine Türen neu. Sechs Millionen Franken hat Gastgeber und Inhaber Rolf Wartmann in die Kompletterneuerung investiert. Neu bietet das 4-Sterne-Stadthotel 68 klimatisierte Einzel-, Doppel- und Familienzimmer. Zudem stehen den Gästen E-Bikes inklusive einer kleinen Velowerkstatt zur kostenlosen Benützung bereit. fe

www.wartmann.ch