

COST & LOGIS

HOTELLERIE FÜR PROFIS

26. JAHRGANG

04. MÄRZ 2022

AUSGABE 02 / 2022

IM INTERVIEW

Die arcona-GF SEITE 06

IM TREND

Ferienhotellerie SEITE 08

IM WANDEL

Das Buchungsverhalten SEITE 24

Comeback von prizeotel-Gründer
Marco Nussbaum

„Liebe zur Hotellerie
wiederentdeckt“

prizeotel-Gründer Marco Nussbaum meldet sich zurück in der Branche. Zusammen mit Immobilien-Partner Dr. Matthias Zimmermann hat er die Hiamo AG gegründet, die Privathotels im Besitz betreiben will. Mittelfristig wollen die beiden das Unternehmen an die Börse bringen.

HERR NUSSBAUM, WIE IST DER ENTSCHLUSS FÜR DAS COMEBACK IN DER HOTELLERIE GEREIFT?

Nachdem wir prizeotel im Januar 2020 an den Radisson-Konzern verkauft hatten, war ich für das Unternehmen noch ein Jahr Geschäftsführer. In Anbetracht der Pandemie, die über uns hereinbrach, war es ein schwieriges, nervenaufreibendes Jahr. Ich habe diese von Lockdown und Schließungen geprägte Zeit unter anderem in Hohwacht an der Ostsee verbracht, neben dem Job auch ein Buch geschrieben, Coachings und Weiterbildungen in unterschiedlichen Bereichen absolviert. Nach zwischenzeitlichen Erwägungen, mich beruflich neu zu orientieren, stand für mich am Ende dieser Phase dann doch fest: Meine Story in der Hotellerie ist noch nicht zu Ende. Ich habe mich an die Anfänge von prizeotel erinnert, habe meine Liebe zur Branche, zum eigenständigen, unabhängigen Unternehmertum wiederentdeckt. Und so war es kein Zufall, dass ich in Hohwacht eine kleine Pension und verschiedene Ferienhäuser und -Apartments gekauft habe, die alle unter dem Namen POLY Hohwacht vermarktet werden. Sie sind auch ein Stück weit Testumgebung für zukünftige Aktivitäten.

SIE HABEN DIE HIAMO AG GEGRÜNDET. WELCHE PLÄNE HABEN SIE FÜR DIE KOMMENDEN JAHRE?
Wir wollen Privathotels mit einer Größe bis zu hundert Zimmern übernehmen und betreiben, bündeln in der Hiamo AG Immobilien- und Betriebsaktivitäten. Ich gehe davon aus, dass wir im laufenden Jahr die ersten Verträge unterschreiben und dann 2023/24 mit den ersten Häusern an den Start gehen werden. Sobald wir

drei bis vier Hotels im Portfolio haben, wollen wir an die Börse gehen. Für die Vermarktung setzen wir in erster Linie auf die eigene Homepage und die Social-Media-Kanäle, wollen keine Abhängigkeit von Portalen. Wir werden technologisch weit vorne sein, Künstliche Intelligenz einsetzen, um Abläufe zu optimieren. Im Mittelpunkt steht für uns als Familienunternehmen die Arbeit im Team, schließlich ist die Hotellerie nach wie vor ein People Business. Bei der Finanzierung der Immobilien profitieren wir von sehr guten Kontakten zu Banken, Family Offices und Versorgungswerken.

TAUCHT HIAMO ALS MARKE AUCH IM HOTELNAMEN AUF?
Nein, Hiamo ist lediglich der Name des Unternehmens. Die Hotels werden jeweils unter einer eigenen Marke geführt, haben lokalen Touch, sind individuell und werden nachhaltig betrieben.

WIE SOLL DAS PORTFOLIO ZUSAMMENGESETZT SEIN?
Wir werden uns nicht auf bestimmte Segmente konzentrieren, können mit unserem Know-how als auch mit unserer Erfahrung die gesamte Bandbreite des Marktes abbilden. Das heißt: Sowohl ein Fünf-Sterne-Haus kann dabei sein als beispielsweise auch ein Betrieb im Zwei-Sterne-Segment. Wichtiger als das Segment ist uns aber die Philosophie: Wir wollen keine Bettenbunker mit standardisierter Abwicklung betreiben und gleichzeitig Unannehmlichkeiten vermeiden, die bei einer Airbnb-Unterkunft entstehen können. Wir wollen die Vorzüge aus beiden Welten miteinander verbinden: Die Gemütlichkeit von Airbnb mit der Verlässlichkeit eines professionellen Privathotels.

SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG IN DER HOTELLERIE SIND NACH WIE VOR DIE MITARBEITER. ABER DIE LAUFEN DER BRANCHE ZUSEHENDS DAVON. WELCHE LÖSUNG HABEN SIE DAFÜR?

Wir werden unsere Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens beteiligen. Außerdem zahlen wir ein Grundgehalt weit über Tarif. In Anbetracht des Gehaltsniveaus in der Branche und der durch die Inflation weiter steigenden Lebenshaltungskosten befinden sich viele Angestellte heute am Existenzminimum, vom Aufbau eines finanziellen Vermögens kann schon gar nicht die Rede sein. Wenn wir nicht aufpassen, werden viele der Mitarbeiter unserer Branche in Altersarmut enden und das kann es ja nun wirklich nicht sein.

WIE KONNTE ES ZU DIESER TIEFEN PERSONALKRISE KOMMEN, DIE SICH IN DER PANDEMIE DRAMATISCH ZUGESPITZT HAT?

Die Branche gibt in der Öffentlichkeit ein Bild ab, das ihr nicht gerecht wird und durch einige schwarze Schafe zementiert wird. Dabei gibt es in keiner anderen Branche die Möglichkeit, so schnell Karriere zu machen. Wir sehen uns selber viel zu kritisch und sollten schleunigst damit aufhören, uns schlecht zu machen. Stattdessen sollten wir die Pluspunkte dieser



Dr. Matthias Zimmermann ist Co-Founder und Geschäftsführer von Hiamo. Der promovierte Immobilienökonom ist verantwortlich für den Bau und die Expansion der Marke. Schon bei prizeotel bildete er zusammen mit Marco Nussbaum ein erfolgreiches Führungs-Duo.

wundervollen Branche herausstellen. Wir haben es in der Hand, zu beeinflussen, wie wir wahrgenommen werden.

ZURÜCK ZU IHRER PERSÖNLICHEN MOTIVATION. WARUM SUCHEN SIE ERNEUT DIE HERAUSFORDERUNG?

Ich kann mich gut an die Pionierarbeit erinnern, die wir seinerzeit bei prizeotel geleistet haben. Diese gestalterische Freiheit, das Arbeiten mit einem begeisterungsfähigen Team – das ruft bei mir Glücksgefühle hervor, rückt den Spaß an der Sache in den Mittelpunkt des Tuns, fördert Kreativität und Ideen. Die Wahrung unternehmerischer Unabhängigkeit ist in diesem Kontext nicht nur essenziell – sie ist die Voraussetzung für eine zielgerichtete, nachhaltige Performance des Unternehmens. Im Fokus steht dabei eine gesunde Rendite-Risiko-Relation, ein wachsender Ertrags- und Substanzwert, der zu einer stetig steigenden Marktkapitalisierung führt.

WELCHE ROLLE SPIELT DAS THEMA NACHHALTIGKEIT?
Eine große Rolle. Wir setzen uns intensiv mit dem Thema ESG (Anmerkung der Redaktion: ESG steht für Environment, Social, Governance) auseinander. Zwei Kolleginnen werden sich darum kümmern, das Thema aufzubauen und voranzutreiben. Nachhaltigkeit ist wesentlicher Bestandteil unserer Strategie.

MARCO NUSSBAUM

„Hotels, die sich nur über den Preis verkaufen, werden in der Zukunft gar nicht mehr in der Lage sein, Mitarbeiter für sich zu gewinnen.“

INWIEWEIT IST DAS VERBUNDEN MIT EINEM ENTSPRECHENDEN PRICING?

Hotels, die sich nur über den Preis verkaufen, werden in der Zukunft gar nicht mehr in der Lage sein, Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Es wird darum gehen, kaufmännisch ordentlich zu arbeiten. Und dazu gehören eben auch auskömmliche Preise für unsere Dienstleistungen. Denn nur wer die durchsetzt, kann auch seine Mitarbeiter angemessen bezahlen und seine Attraktivität als Arbeitgeber langfristig gewährleisten.

INWIEWEIT HAT DIE PANDEMIE EINFLUSS AUF DIE ENTWICKLUNG DER BRANCHE?

Ich bin davon überzeugt, dass Reisen nach der Pandemie anders funktionieren wird als vorher. Es wird künftig weniger darum gehen, wohin und wann gereist wird, sondern vielmehr darum, was ich am Ziel unternehmen kann. Ich rechne mit einer Verschiebung weg vom Massentourismus, hin zum sinnstiftenden Reisen. <

v.l.n.r.: Vera Liere (Head of Distribution & Revenue Projects), Moritz Sandweg (Chief of Staff) und Nina Yildiz (Head of CRM) im Hiamo-Team-Meeting



HIAMO ...

... ist ein von Hotelier Marco Nussbaum und Immobilienökonom Dr. Matthias Zimmermann gegründetes Unternehmen. Der Fokus liegt auf der Entwicklung von Privathotels in A-, B-, und C-Lagen mit 20-100 Zimmern, die in Sachen Technologie und Komfort, als auch in ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht zukunftsweisend sein sollen. Gesucht werden bestehende Hotels, aber auch Neuentwicklungen in Deutschland. Ziel von HIAMO ist es, langfristig einer der größten Bestandhalter und Betreiber (Owner-Operator-Modell) von Privathotels in Deutschland zu werden und das Unternehmen mittelfristig an die Börse zu bringen.

Marco Nussbaum ist Co-Founder & CEO von Hiamo. Als kreativer Kopf ist er zuständig für die strategische Ausrichtung der Marke. Mit prizeotel legte der Hotelier zuvor bereits eine Erfolgsgeschichte hin. Jetzt feiert der Visionär ein spektakuläres Comeback.

