

// HOTEL //



# WILLKOMMEN IM HOTEL DER ZUKUNFT

Verzicht auf Plastikverpackungen, Verkauf und Nutzung regionaler Produkte, E-Bikes für die Gäste... So nehmen Besucher:innen den nachhaltigen Hotelbetrieb wahr. Welche Facetten darüber hinaus aber nachhaltige Hotelimmobilien ausmachen, besprechen wir mit Alexander Trobitz, Managing Director und Head of Hotel Services von BNP Paribas Real Estate, beim Interview auf der Dachterrasse des Frankfurter Ruby Louise.

**HOTELEXPERTE ALEXANDER TROBITZ**  
mit uns im Gespräch im Restaurant des  
neu eröffneten Ruby Hotels Frankfurt

**Herr Trobitz, was macht eine nachhaltige Hotelimmobilie aus?**

**[Alexander Trobitz:** Allein im Energie-Lifecycle einer Immobilie entfallen 80 Prozent auf den Betrieb und nur 20 Prozent auf den Bau. Der größte Nachhaltigkeitshebel liegt also beim Betreiber. Auch eine smarte Gebäudetechnik hat große Wirkung, wenn etwa eine intelligente Steuerung nur die tatsächlich belegten Zimmer und genutzten Gästebereiche klimatisiert. Da ergibt sich ein enormes Potenzial, wenn wir die beiden Megatrends Nachhaltigkeit und Digitalisierung klug verbinden.]



## RUBY HOTELS

Seit seiner Gründung 2013 hat der Newcomer kontinuierlich expandiert: Elf Hotels sind im Betrieb, 18 weitere im Bau oder in Planung – nicht zuletzt dank Investments namhafter Family Offices, die in der Lean-Luxury-Philosophie ein langfristig tragbares Konzept sehen. Besonders besticht die Kombination aus zeitlosem Design, hochwertiger Ausstattung und Top-Lage.

### Also ist der Umstieg auf eine überwiegend nachhaltige Nutzung einer Hotelimmobilie jederzeit möglich?

**[Trobitz:** Leider nein. Denn die Grundlagen dafür werden bereits beim Bau des Objekts gelegt. Wichtig sind hier Energieeffizienz, zum Beispiel optimale Dämmung und Abwärmenutzung, und die Kreislauffähigkeit der Baustoffe. Am überzeugendsten sind sicher ganzheitliche Konzepte: Als Beispiel und Trendsetter in der Ferienhotellerie könnte man die Explorer Hotels im Alpenraum nennen, die nachhaltigen Bau und Betrieb sehr erfolgreich vereinen.]

### Hotelimmobilien standen bei vielen Investoren hoch im Kurs, und das Interesse an nachhaltig zertifizierten Hotels stieg – bis die Corona-Pandemie der Hotellerie stark zusetzte. Wie geht es weiter?

**[Trobitz:** Die Pandemie hat den Hotelbau und -betrieb ohne Frage in eine sehr tiefe Krise gestürzt. Nach monatelang ausbleibenden Umsätzen mussten zahlreiche Häuser – trotz der inzwischen eingetroffenen Staatshilfen – aufgeben oder stehen kurz vor der Insolvenz. Besonders jetzt unterstützen wir Eigentümer und Betreiber dabei, mit der möglichen und nötigen Flexibilität zusammenzuarbeiten, etwa mit hybriden Pachtmodellen. Aber die Erholung, auch investorensseitig, wird langwierig und ein ganz neues Kräftegleichgewicht am Markt hervorbringen. Die Nachhaltigkeitsperformance wird auf jeden Fall relevanter, da sehe ich großen Aufholbedarf und -willen bei Entwicklern, Investoren und Eigentümern ...]

### ... inwiefern?

**[Trobitz:** Der krisenbedingte Leerstand – vor allem an peripheren Standorten –

macht uns zum einen schmerzlich bewusst, dass wir Hotelimmobilien langfristiger, das heißt ihre Nachnutzung konsequent mitdenken müssen. Zum Beispiel erforschen wir gerade mit der TU Darmstadt, wie sich Hotelneubauprojekte optimieren lassen, damit sie an verschiedene Nutzungsszenarien anpassbar, also zukunftsfähig sind. Hier geht es darum, innovative Gebäudestrukturen zu schaffen, die später eine flexible Drittnutzung der Hotelimmobilie erlauben. Solche Immobilien könnten etwa

so strukturiert sein, dass sie nach geringem und somit energieeffizientem Umbauaufwand für Senioren- oder Studentenwohnen dienen können.]

### Welche Themen zeichnen die Hotelkonzepte der Zukunft darüber hinaus für Sie aus?

**[Trobitz:** Zum einen ergibt sich sicherlich eine Risikodiversifizierung durch einen Fokus auf unterschiedliche Nachfragegruppen. Betrachten wir das klassische Messehotel zum Beispiel, so wird es ein solches Hotelkonzept zukünftig sicherlich schwerer haben als Hotels, die gleichermaßen Privatreisende, Geschäftsreisende oder etwa Gruppentouristen ansprechen.

Zum anderen erweisen sich die Hotelkonzepte als zukunftsfähiger, die das gesamte Quartier mitdenken, die also das Hotel ins Viertel einbetten und es etablieren als einen Ort der Begegnung und Interaktion. Das ist definitiv ein Markenzeichen der noch jungen Hotelgruppe Ruby Hotels, bei denen wir inzwischen vier Hotelverkaufsprozesse begleitet haben. Ruby verankert seine Häuser klar im Kiez, als Teil der Gemeinschaft vor Ort – „wo das echte Herz der Stadt schlägt.“]

### EXPLORER HOTELS

Die erste klimaneutrale Hotelgruppe Europas blickt auf eine rund zehnjährige Erfolgsgeschichte im Alpenraum zurück – und optimistisch in die Zukunft, die dem nachhaltigen Tourismus gehört.

