

Presseclipping

Kunde: Munich Rooms

Publikation: first class

Ausgabe: 11/2020

Seite: S.12 – S.13

Titel: „Klein und wenig“

Auflage: 14.368 Exemplare

06.11.2020

Rubrik: Manager im Gespräch

Autor: Benjamin Lemm

| Manager im Gespräch

KLEIN UND WENDIG

Mit elf Zimmern ist das neue Munich Rooms ein echtes Kleinod der Münchner Hotelszene. Warum ein so kleines Konzept gerade in Krisenzeiten Vorteile hat, erklärt Inhaber Selçuk Gürler.



sind Objekte in sehr guten Lagen, die lange nicht renoviert wurden oder ineffektiv arbeiten. Wir wollen die traditionelle Hotellerie professionalisieren und digitalisieren. Frühstück und Rezeptionisten soll es nicht geben, die Gäste checken wie bei einem Low-Budget-Hotel selbst ein. Preislich und von der Ausstattung her sollen sich die Räume dagegen auf Vier-Sterne-Niveau bewegen.

Was sind die Vorteile eines solch kleinen Konzeptes?

Kleinere Hotels sind bei den Gästen derzeit gefragter. Beim Abschwung, den wir gerade durchleben und der in den nächsten Jahren weiter droht, könnten solche neuen Konzepte sogar einen Vorteil gegenüber Hotels haben, die eine große Anzahl von Zimmern auslasten müssen und dafür auch einen hohen Personalaufwand haben.

Wie unterscheidet sich das Hotel von anderen Häusern?

Munich Rooms unterscheidet sich durch seine Funktionalität von anderen Hotels. Wir sind sehr klein und müssen den Platz, den wir haben, optimal nutzen. Das haben wir geschafft. Es gibt keinen Leerraum im Hotel, jeder Ort hat seine Funktion - darauf sind wir sehr stolz. Zudem haben wir zukunftsorientiert in die Digitalisierung der Abläufe investiert. Unsere Gäste können z.B. mit dem Smartphone den Haupteingang des Hotels und das Hotelzimmer öffnen und dadurch unabhängig und kontaktlos einchecken.

Ein Hotel in einer gerade für das Gastgewerbe so schwierigen Zeit zu eröffnen, ist sicherlich alles andere als leicht. Wie haben Sie die letzten Monate unter Corona als Hoteller erlebt?

Wir erleben immer wieder Schwankungen. Aber nach dem Lockdown waren wir besonders irritiert. Trotz dieser Schwierigkeiten sind wir aber seit der Neueröffnung

ZUR PERSON



first class: Herr Gürler, mit 11 Zimmern gehört das Munich Rooms zu den kleinsten Hotels der Stadt. Wieso haben Sie sich für ein so überschaubares Konzept entschieden?

Herr Gürler: Wir sind auf der Suche nach kleinen, individuellen Hotelimmobilien für eine besondere Zielgruppe in besonderer Ambiente in Toplagen. Wirtschaftlich interessant ist ein Hotel für einen Betreiber heute tatsächlich erst ab 150 Zimmern. Weniger anfällig für Konjunkturschwankungen ist es ab 250 Zimmern. Wir befinden uns aber weltweit in einem Pandemiezustand und gerade in München werden geringere Gästeankünfte von einer hohen Anzahl von Bettenkapazitäten umworben. Das bedeutet schließlich Preisverfall bis hin zu teilweise unter der Gewinnschwelle.

Daher ist es aus meiner Sicht wichtig, eine Nische zu suchen und sich erfolgreich von den Ketten abzusetzen. Interessant

Selçuk Gürler ist der Gründer und Inhaber des neuen Munich Rooms Hotel an der Herzogstraße in Schwabing, München. An der Gestaltung und Konzeptionierung des Hotels war Gürler, der seit 1967 in der Hotelbranche aktiv ist, maßgeblich beteiligt. Wichtig war ihm dabei vor allem, Schwabing einen Teil seiner Tradition zu erhalten - denn zuvor beherbergte das Haus seit 1971 die historische Pension Lord und Lina.

Foto: Munich Rooms



Modern und gemütlich: Die großen Fenster der Lobby verbinden Stadt und Hotel.

im August 2020 weitgehend ausgebucht. Gerade unsere Fokussierung auf Leisure – und Businessreisende kommt uns hier entgegen. Das wird es immer geben – wenn wir nicht von einem zweiten Lockdown ausgehen. Wir sehen da gute Chancen für uns.

im August 2020 weitgehend ausgebucht. Gerade unsere Fokussierung auf Leisure – und Businessreisende kommt uns hier entgegen. Das wird es immer geben – wenn wir nicht von einem zweiten Lockdown ausgehen. Wir sehen da gute Chancen für uns.

Gab es Corona-bedingt im Entstehungsprozess besondere Herausforderungen?

Die Beschaffung der Baustoffe und Materialien nach dem Lockdown und mitten in der Corona-Krise gestaltete sich als sehr kompliziert. Trotz weitsichtiger Vorplanungen und Bestellungen waren alle Lieferketten plötzlich gestört und dies führte zu erheblichen Verzögerungen der Baumaßnahmen.

Wie hoch schätzen Sie die durch die Krise bedingten Verluste Ihres Hotels in den kommenden Wochen und Monaten ein?

Abgesehen davon, dass wir unsere Zimmerraten nach unten korrigieren mussten, hat sich die Auslastungsquote nur geringfügig nach unten geändert. Es fehlen uns und der gesamten Branche die Messen und Events. Das macht bei uns ungefähr einen Umsatzanteil von ca. 32 % p.a. aus.

Wie sieht das aktuelle Hygiene-Konzept Ihres Hotels aus?

Unser größtes Anliegen ist es, unseren Gästen größtmöglichen Service zu bieten und gleichzeitig ihre Gesundheit und die unserer Mitarbeiter zu schützen. Die aktuelle Pandemie stellt uns alle vor außerordentliche Herausforderungen und nimmt auch uns als Hotel mit in die Verantwortung. In diesen besonderen Zeiten haben wir die ohnehin strengen Sauberkeits- und Hygienevorschriften neu überarbeitet und verstärkt, um eine noch umfassendere Hygienestrategie umzusetzen.

Wie wirken sich die Maßnahmen auf Ihre Gäste und Mitarbeiter aus? Wie ist das Feedback von den Gästen dazu?

Die Gäste haben großes Verständnis und sind meist sehr dankbar dafür, dass wir ihre Sicherheit ernst nehmen. Viele Einschränkungen im Alltag entstehen für sie dadurch bei uns sowieso nicht.

Lässt sich für die Hotellerie Ihrer Meinung nach auch etwas Positives aus der aktuellen Situation ziehen?

Ich denke schon. Ich glaube nämlich, dass die Wertschätzung für das Hotelgewerbe wieder steigt. Den Menschen wird wieder bewusster, welches Privileg es ist, sich so frei durch die Welt bewegen zu können und überall auf der Welt Gastgeber zu haben, die ihnen so komfortable Unterkünfte zur Verfügung stellen.

Vielen Dank für das Gespräch!

ben