



Medienmitteilung, 20. März 2013

Neues Holiday Inn Express in Affoltern am Albis

«Profitable Hotellagen sind kein Zufall»

Ab Oktober 2013 führt die Swiss Hospitality Management AG von Martin Studer ein neues Dreisternehotel in Affoltern am Albis. Das Haus ist auf den Trend hin zu modernen, preiswerten Hotelzimmern ausgerichtet und schliesst eine Lücke im lokalen Hotelmarkt. Die Region bietet ein bis anhin ungenutztes Businesspotenzial.

Der Bezirk Affoltern im Herzen der Greater Zurich Area ist verkehrstechnisch sehr gut erschlossen. «Die Lage zwischen Zürich und Zug mit der Nähe zum Flughafen ist äusserst attraktiv für ein Hotel. Trotzdem ist das Angebot bis jetzt dünn», sagt Martin Studer, der mit seiner Betriebsgesellschaft Swiss Hospitality Management AG ab Oktober 2013 ein Garni Hotel im Dreisterne-segment führen wird. Bereits mit dem Ramada Feusisberg-Einsiedeln hat er sein Gespür für besondere Lagen bewiesen. «Niemand rechnete damals an diesem Ort mit einem Hotel. Das Geschäft entwickelte sich jedoch gut, wir wirtschaften heute äusserst erfolgreich», so Studer.

«Profitable Hotellagen sind kein Zufall – auch hier in Affoltern am Albis liegt das grosse Potenzial auf der Hand.» Nach jahrelangem Verzug wurde 2008 die Autobahn A4 zwischen Zürich und Zug als wichtiges Nord-Süd-Verbindungsstück fertiggestellt. Der Bezirkshauptort Affoltern am Albis erhielt einen eigenen Autobahnanschluss, rund 500 Meter davon entfernt und unmittelbar beim Bahnhof kommt das Holiday Inn zu stehen. Zudem ist der Ort mit über 10'000 Einwohnern sehr gut an das Zürcher S-Bahnnetz angeschlossen. Zahlreiche weitere geplante Projekte sind ein deutliches Indiz für die Bestrebungen, die Attraktivität der Region zu erhöhen.

Business- und Freizeitgäste

Das Holiday Inn Express Affoltern am Albis richtet sich wochentags in erster Linie an Geschäftsleute, die sich in der Region zwischen den beiden Wirtschaftsstandorten Zug und Zürich aufhalten. Ebenso attraktiv wird es für Durchreisende auf der Nord-Süd-Achse und an Wochenenden für Privatgäste, die das Freizeit- und Erholungsangebot in der Region nutzen. Ganz gezielt spricht Martin Studer an Wochenenden auch Busgruppen an sowie preisbewusste Zürich- und Zug-Touristen. Er rechnet jährlich mit 15'000 bis 20'000 Logiernächten.



«You get what you pay for»

Das Hotel bietet 102 rund 20 Quadratmeter grosse Zimmer mit Einzel- oder zwei Doppelbetten. Die Zimmer sind funktional ausgestattet und verfügen über eine topmoderne Kommunikationsinfrastruktur mit gratis WLAN. Die Zimmerpreise sind moderat und bewegen sich zwischen 120 und 150 Franken für eine oder zwei Personen. Das entspricht dem heutigen Zeitgeist: «You get what you pay for» lautet die Devise. Das Frühstück ist im Preis inbegriffen, weitere Leistungen wie Zusatz-betten oder Garagenplätze sind extra zu bezahlen. Der Seminarbereich ist ausgestattet mit drei miteinander verbindbaren Meetingräumen à rund 20 Quadratmeter für insgesamt 40 Personen. Die Raumkosten pro Tag betragen zwischen 200 und 300 Franken. Die hoteleigene Bar mit 7x24-Betrieb bietet Drinks und Snacks. Wie das Frühstück ist auch die Bar offen für Gäste ausserhalb des Hotelbetriebs. Das Hotel bietet 100 Tiefgaragenparkplätze und drei Busparkplätze.

Verhandlungen für weitere Betriebe im Gange

Die Swiss Hospitality Management AG setzt auf eine internationale Anbindung und starke globale Brands. Die Marke Holiday Inn Express gehört zur Intercontinental Hotel Group mit über 4'400 Hotels weltweit. Das zeugt von Stärke und viel Power. Das Hotelreservierungssystem, das Gästebindungsprogramm mit weltweit über 42 Millionen Mitgliedern sowie die Anbindung an das globale Sales- und Marketingnetzwerk sind besonders attraktiv.

«Mir gefällt die Positionierung mit dem überdurchschnittlich guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Unkompliziertes Reisen steht im Vordergrund – über eine möglichst individuelle Anpassung der Dienstleistungen und Preise.» Davon ist Martin Studer überzeugt und diesen Weg verfolgt er konsequent weiter: «Der Strategie der Swiss Hospitality Management AG folgend prüfen wir laufend Objekte, die unsere Anforderungen erfüllen. Verhandlungen für drei weitere Betriebe sind bereits im Gange.» Die Planung für ein neues Hotel nimmt mehrere Jahre in Anspruch. Von den ersten Gesprächen vergehen nicht selten fünf Jahre bis zur Eröffnung.



Zwei Fragen an Martin Studer, Managing Partner Swiss Hospitality Management AG

Nach welchen Kriterien suchen Sie sich Ihre Hotelstandorte wie hier in Affoltern am Albis aus?

Die Swiss Hospitality Management AG fokussiert sich vor allem auf das mittlere Marktsegment – also Betriebe mit drei Sternen. Wir suchen Standorte in Wirtschaftsregionen mit Anschluss an den öffentlichen Verkehr oder in der Nähe von Autobahnen. Die Entfernung zu einem internationalen Flughafen darf maximal 45 Minuten betragen, was unser Tätigkeitsfeld auf die Umgebungen von Zürich, Basel, Bern und Genf beschränken. Wir suchen bewusst keine Lagen in Innenstädten, die Quadratmeterpreise sind zu hoch, um Zimmerpreise in einem Segment zwischen 140 bis 200 Franken anbieten zu können. Grossarealüberbauungen wie in Affoltern am Albis mit gemischter Nutzung eignen sich gut. Hier auf dem Ova Areal – dem Standort unseres neuen Holiday Inn Express – entstehen derzeit 42 2.5- bis 4.5-Zimmer-Wohnungen, 25'000 Quadratmeter Büro- und Gewerbefläche und moderne Seniorenwohnungen.

Wo sehen Sie die Zukunft der Schweizer (Business)-Hotellerie?

Für mich sind dies Hotels mit einer internationalen Anbindung und einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis im Drei- und Viersternesegment. Wichtig sind ein hoher Dienstleistungsgrad für Geschäftsreisende und eine Preispolitik, die lediglich Mindestleistungen integriert und Zusatzleistungen gegen Bezahlung anbietet. Die Zukunft der Hotellerie liegt in grösseren Einheiten, die Wirtschaftlichkeit in Kleinbetrieben ist ungünstig. Ebenfalls besteht klar ein Trend hin zur Markenhotellerie, speziell bei Geschäftshotels in grossen Agglomerationen. Günstig oder hochspezialisiert sind die beiden erfolgsversprechenden Modelle, die beide starke Marken voraussetzen – sei dies als Billiganbieter im Übernachtungsgeschäft oder als spezialisierten Anbieter im Segment Wellness und Spa, Medical Wellness oder Prävention.

Curriculum Vitae Martin Studer

Der diplomierte Hotelier Martin Studer ist Inhaber und Managing Partner der Swiss Hospitality Management AG mit Sitz in Feusisberg/SZ. Die Firma ist spezialisiert auf das Management und den Betrieb von Hotels in der Schweiz und leitet das Hotel Ramada Feusisberg-Einsiedeln und ab Oktober 2013 das Holiday Inn Express Affoltern am Albis. Zuvor war Martin Studer Gründungspartner der IBISCUS Hotelbeteiligungs AG in Zug und damit verbunden Verwaltungsrat und Direktor des Park Hotel Winterthur und des Ibis Hotel in Adliswil. Martin Studer verfügt über jahrelange Erfahrung in der Hotellerie, unter anderem als Direktor in folgenden Hotels: Radisson SAS St.Gallen, Schweizerhof Bern, Grand Hotel National Luzern und Carlton Elite Zürich. Er ist Vorstandsmitglied des Vereins Zürcher Hoteliers.

Bilder von Martin Studer und Nicoletta Müller anfordern unter hiexaffoltern@gmail.com

