

Weg von der «Beiz mit Zimmern»

Mit dem «Set» macht Raphael Wyniger seinen «Teufelhof» fit für die Zukunft. Serviced Apartments mit Leistungen à la carte bilden den Kern des betriebswirtschaftlichen Konzepts. Das Gespräch mit dem «Teufelhof»-Direktor.



Raphael Wyniger, der «Teufelhof» führt bereits mehrere Betriebe. Wieso expandieren Sie weiter?

Das ist eine Frage der Nachhaltigkeit. Wir betreiben den «Teufelhof» sehr erfolgreich. Das Haus läuft, unsere Zimmer sind mit 90 Prozent sehr gut ausgelastet. Auch die Gastronomie läuft auf Hochtouren. Für den Moment stimmt alles. Blickt man dagegen in die Zukunft, gibt es gewisse Unbekannten, die man bereits heute berücksichtigen muss.

Zum Beispiel?

Zum einen ist da der Zinssatz, den wir nicht beeinflussen können. Steigen die Zinsen, können wir uns nicht mehr wie bisher finanzieren, was sich auch in der Erfolgsrechnung niederschlägt. Das andere sind die Betriebskosten, etwa die Personalkosten, die mit Sicherheit steigen werden. Mehr Ertrag als heute können wir nicht in der Masse generieren, wie die Kosten potenziell steigen werden, denn wir haben unsere Kapazitätsgrenze bereits erreicht. Wenn die Kosten in Zukunft – ich denke da an einen Horizont von 10 Jahren oder mehr – steigen, aber der Ertrag nicht im gleichen Ausmass, dann entsteht eine Lücke in der Erfolgsrechnung. Damit das nicht passiert, schaffen wir mit dem «Set» zusätzliche Kapazitäten, sodass wir Mehrerträge generieren können.

Bisher haben Sie vor allem im F&B-Bereich expandiert. Warum setzen Sie nun auf zusätzliche Unterkünfte?

Wir haben im «Teufelhof» lediglich 33 Zimmer, das ist relativ wenig. Eigentlich sind wir heute «eine Beiz mit Zimmern» und kein Hotel mit Restaurant. Beim «Teufelhof» – ohne die externen Betriebe – stammen 75 Prozent des Umsatzes aus dem F&B, lediglich 25 Prozent vom Logement. F&B ist unser Hauptumsatzträger. Das «Set» mit seinen zusätzlichen 36 Zimmern wird uns breiter abstützen und etwas unabhängiger vom F&B-Bereich machen.

16 der 36 «Set»-Zimmer werden Serviced Apartments. Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Wir konnten in Zusammenarbeit unter anderem mit der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern und der Fachhochschule Nordwestschweiz den Bedarf nach Serviced Apartments in Basel nachweisen. Eine Befragung unserer wichtigsten Kunden insbesondere aus der Basler Pharma-Branche hat uns zusätzlich motiviert, ein solches Angebot zu schaffen.

Neben Serviced Apartments entstehen auch klassische Hotelzimmer. Wieso dieses Hybrid-Modell?

Das Konzept zeichnet sich durch seine Vielseitigkeit aus: Wie in den Serviced Apartments ist auch in den Hotelzimmern der Umfang der Dienstleistungen frei wählbar. Es ist dieses «Customised», also die individuell angepasste Dienstleistung, welche wir anbieten wollen. Vom Kurzaufenthalt im kleinen Doppelzimmer ohne Servicedienstleistungen bis hin zum längeren Aufenthalt im Appartement mit Vollpension soll alles möglich sein. Die Nachfrage nach solch weitreichenden Differenzierungsmöglichkeiten ist in Basel vorhanden, aber noch nicht abgedeckt.

Das «Set» entsteht nun genau vis-à-vis vom «Teufelhof». Ein Glücksfall?

Es ist die einzige Liegenschaft in unserer Umgebung, die sich für das Konzept eignet. Alle anderen Liegenschaften sind in Privatbesitz oder in kleinstrukturierten Besitzverhältnissen. Es war einfach die Gelegenheit.

Wie kam es dazu?

Ich habe seit Jahren immer wieder hinübergeschaut und mich jedes Mal gefragt, wem diese Immobilie wohl gehört. Eines Tages habe ich mich entschlossen, der Sache nachzugehen. So kam ich zum richtigen Moment zur CPV/CAP Coop Pensionskasse. Mit meinem Vorschlag, den «Teufelhof» zu erweitern, bin ich sofort auf offene Ohren gestossen.

Ursprünglich wollten Sie dem «Set» das Leitmotiv «Musik» geben. Warum jetzt doch nicht?

Das Haus ist praktisch mitten in der Musikakademie gelegen. Musik bot sich deshalb als konzeptionelles Thema an. Doch dann merkten wir: Das Thema hat zu viele Ecken. Entweder es gefällt, oder es gefällt nicht. Mit dem Musik-Thema hätten wir das «Set» zu spitz positioniert.

Stattdessen setzen Sie nun auf das Thema «Design».

Genau. Das Thema «Design» ist gängiger und offener als das Musik-Thema. Wir haben uns für einen Schwerpunkt mit junger Kunst entschieden: Modern, urban, design-orientiert. Die Kompetenz dafür haben wir bereits im «Teufelhof», sodass wir das Konzept nebenan gut umsetzen können.

Jung und urban - ist es das, was die Geschäftskunden suchen?

Unser Zielpublikum ist ziemlich heterogen. Die Serviced Apartments sind attraktiv für Projektmitarbeitende, die für einige Monate oder auch ein halbes Jahr in der Stadt sind. Aber auch für Expats, die ganz nach Basel kommen, deren Familie aber vielleicht erst ein halbes Jahr später nachziehen kann. Letztere sind ein sehr wichtiges Zielpublikum, von dem ich mir viel erhoffe. Und dann gibt es Leute, die aus ganz unterschiedlichen Gründen nach Übernachtungsmöglichkeiten suchen und etwas luxuriöser wohnen wollen. Zum Beispiel bei Scheidungen. Last but not least wollen wir natürlich auch den «normalen» Hotelgast in unserer Stadt ansprechen.

Welche Synergien mit dem «Teufelhof» erhoffen Sie sich?

Das Synergie-Potenzial ist sehr gross. Synergien sind der eigentliche Grund, warum wir das Ganze machen. Wir erschliessen das «Set» über die bestehenden «Teufelhof»-Strukturen, natürlich mit der ein oder anderen zusätzlichen Ressource. Das beginnt beim Betrieb: Wir müssen keinen zusätzlichen Housekeeping-Leiter einstellen, sondern können die bestehende Struktur mit zusätzlichen Kräften nutzen. Das Gleiche gilt für die Réception und den F&B-Bereich. Man kann die Führungsstruktur beibehalten und einfach zusätzliche Einheiten hinzunehmen. Das macht das Ganze sehr effizient. Aber auch bei Marketing und Verkauf sehe ich grosse Chancen. Bei der Event-Veranstaltung werden wir durch die zusätzliche Immobilie deutlich flexibler und können das Haus gleich mitverkaufen.

Und Sie sind der zukünftige Direktor des «Set»?

Jawohl.

Den vollständigen Beitrag zu Raphael Wynigers «Set» lesen Sie in der htr hotel revue vom 17. Mai 2018 oder im [E-Paper \(https://www.htr.ch/epaper\)](https://www.htr.ch/epaper) (nur für Abonnenten).

Publiziert am Donnerstag, 17. Mai 2018