

Der coolste Club der Stadt

Selina: Dorms, Suiten und Erlebnisse für Millennials weltweit

Fotos: Selina (2)



Blick in die Hotelbar in Rio de Janeiro



In Buenos Aires ist Selina im hippen Stadtteil Palermo zu finden

Von Barbara Goerlich

Aus Südamerika ist Selina wohl nicht mehr wegzudenken. Rund 50 Stadt-, Strand-, Dschungel- und Berghotels gehören zu der 2014 in Panama gegründeten Millennial-Marke, die nun mit viel Kraft nach Europa und Nordamerika expandiert – und bis 2025 weltweit 400 Locations plant.

Der Start in Europa erfolgte im vergangenen Jahr mit einem Haus im portugiesischen Porto und auf dem griechischen Festland bei Volos. Noch in diesem Jahr werden ein Selina im österreichischen Alpenort Bad Gastein und zwei Häuser in Berlin eröffnet. „Wir sind in bester Lage am Olivaer Platz in Ku'damm-Nähe und an der Torstraße im Bezirk Mitte mit jeweils 100 Zimmern zu finden“, freut sich Magnus Busch. Der gebürtige Berliner ist Managing Director Business Development.

„Wir haben ein neues innovatives Hotelkonzept entwickelt, das an Ferien- und City-Standorten funktioniert und vorrangig Millennials anspricht“, erläutert er. Das Lebensgefühl der Zielgruppe adaptiert Selina laut Manager mit „Komfort und Style eines Boutique-Hotels, Atmosphäre und Flair eines Festivals und Erlebnissen mit Sport, Wellness, Restaurant, Bar und Co-Work“.

Nach dem Motto „Sei wie Du bist“ könne der Gast seinen Zimmerfavoriten wählen. Die Bandbreite

reicht vom gut ausgestatteten Mehrbettzimmer mit Safe, Beamer, Leinwand, einem „super Soundsystem“ und Regenwalddusche bis hin zur Suite. Die Preise variieren von 20 Euro im Dormitory bis zu 350 Euro. „Wer unseren Lifestyle als Backpacker schätzen lernt, kann uns ein Leben lang treu bleiben“, umreißt Busch die Unternehmensidee.

Angebot und Service sind ihm zufolge für alle Gäste gleich. Gastronomisch lasse man sich für jeden Standort etwas Besonderes einfallen, auch Kooperationen mit angesagten Bars seien möglich. In portugiesischen Porto steht unter anderem dauerhaft ein Foodtruck.

Essen, Getränke und „Experiences“ von Yoga bis Kochkurs und Sport aller Art tragen laut Busch über die Hälfte zu den Erlösen bei. Lokale Designer, Handwerker und Künstler sollen für die individuelle Note sorgen. „Selina ist wie der coolste Club oder Coffee Shop der Stadt“, meint Busch.

Für die ambitionierten Expansionspläne hat Selina in mehreren Finanzierungsrunden 220 Millionen US-Dollar eingesammelt. Selina kauft oder pachtet „ausdrucksstarke Immobilien in szenigen Lagen“, aber auch im Schwarzwald oder in Bad Gastein. „Wir sind überall im Gespräch“, so Busch. „Wir mieten, was da ist, renovieren aber die Historie nicht einfach weg. Unser Ding ist Upcycling, denn wir wollen Authentizität.“ Laut Busch sind alle Häuser nach sechs Monaten bereits profitabel.

Jo & Joe steigt in Wien Ikea aufs Dach

Wien bekommt 2021 ein neues Ikea-Einrichtungshaus direkt am Westbahnhof. In die oberen beiden Stockwerke zieht die französische Hotelgruppe Accor mit ihrer Millennial-Marke Jo & Joe ein. Diese will Hotel mit Hostel verbinden und bietet ein Restaurant, eine Gemeinschaftsküche, eine Rooftop-Bar sowie die drei Zimmerkategorien „Yours“ für zwei bis fünf Personen, „Out of the Ordinary“ für bis zu zehn Reisende und „Together“ für sieben bis zwölf Gäste an. Einzelreisende können ein Bett in den verschiedenen Mehrbettzimmern buchen. Das erste Jo & Joe hat 2017 im Surfer-Hotspot Hossegor nördlich des französischen Seebades Biarritz eröffnet. Das zweite Haus der Marke gibt es in Paris-Gentilly. Neben Wien stehen auch Glasgow, London, Budapest, Paris und Rio de Janeiro auf der Liste. (ta)

Best Western: Aiden kommt nach Deutschland

Im Oktober will Best Western das erste Haus der Lifestyle-Marke Aiden in Deutschland eröffnen. Das Aiden by Best Western @ Biberach entsteht im Herzen der oberschwäbischen Stadt Biberach an der Riß und wird 95 Zimmer, zwölf Apartments sowie zwei Sauna-Suiten mit eigener Sauna und Terrasse bieten. Als Herzstück des Hotels wird der großzügige Lobby-Bereich mit Bar gesehen, in dem abends Konzerte und Events stattfinden sollen. Zudem gibt es im Neubau einen Fitness-Bereich im Obergeschoss, eine Außenterrasse im Innenhof und zwei Konferenzräume. Best Western hatte die Lifestyle-Marke Aiden, die in der oberen Mittelklasse positioniert ist, Ende 2018 vorgestellt. Bisher gibt es drei Häuser: im Seouler Stadtteil Gangnam-gu, in Margny-les-Compiègne nördlich von Paris und im texanischen Austin. (ta)