

ACHAT Hotel- und Immobilienbetriebsgesellschaft mbH, Mannheim



Kennzahlen (vorläufig)	2017
Umsatz	60 Mio. Euro
Mitarbeiter	600
Beteiligung seit 2016	
HANNOVER Finanz Gruppe	100 %



Hoteljuwel mit Markenvielfalt

Die ACHAT Hotel- und Immobilienbetriebsgesellschaft mbH setzt auf die Entwicklung zeitgemäßer Hotelkonzepte und eine ausgeklügelte Markenstrategie. Das 1991 gegründete Unternehmen ist heute ein führender Betreiber von sogenannten Value- und Budgethotels mit einem erfolgreich etablierten Markenquartett. 33 Hotels im In- und Ausland mit insgesamt 3.300 Zimmern gehören inzwischen zum Unternehmen. Mit Beteiligungskapital will die nach dem mehrfarbigen Edelstein benannte ACHAT Hotelgruppe ihr dynamisches, solides Wachstum aus bald drei Jahrzehnten weiter fortsetzen.

Hotel-Oscar geht an LOGINN by ACHAT Leipzig

Wilhelm Kotter ist sichtlich stolz auf sein Team. Gerade ist der ACHAT-Geschäftsführer zurückgekommen von einer der bedeutendsten Branchenmessen, der INTERGASTRA in Stuttgart. Dort vergibt das Magazin Top hotel, eine der renommiertesten Fachzeitschriften der Hotelbranche, den „Top hotel Opening Award“, sozusagen den Hotel-Oscar. „Ich wusste, dass wir nominiert sind und bin mit zehn Leuten aus unserem Team hingefahren. Und dann haben wir tatsächlich die Auszeichnung in der Kategorie Budget-Hotels für unser erstes LOGINN by ACHAT bekommen“, sagt er mit einem strahlenden Lächeln und zeigt auf die Trophäe. „Dieser Preis bedeutet ordentlich Rückenwind für das Wachstum unserer neuen Marke und ist eine Bestätigung unserer Strategie.“ Das im Oktober 2017 in Leipzig unter der neuen Marke LOGINN by ACHAT eröffnete Hotel greift die Idee des digitalisierten Hotels auf – mit offenem Raumkonzept, das zum Netzwerken einlädt, und all das zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Damit folgt das Konzept den veränderten Anforderungen einer mobilen Gesellschaft an die Unterbringung für unterwegs. Ausge-



ACHAT-Geschäftsführer Wilhelm Kotter

prägte Funktionalität in Kombination mit zeitgemäßer Technologie und modernem, unkompliziertem Design sind die Attribute, die das ACHAT-Management als grundlegende Elemente bei der Konzeption dieser neuen Marke im Premium-Budget-Segment festgelegt hat – so auch die Beurteilung der Preisjury. „Sowohl der Geschäfts- als auch der Privatreisende wird Raum für individuelles Arbeiten und Entspannen vorfinden“, fasst Wilhelm Kot-



ter das Konzept zusammen. Die Idee für eine Budgetmarke war dem kreativen Geschäftsführer schon vor Jahren gekommen. Neu entstehende Quartiere und Industriegebiete im Rahmen moderner Stadtplanung seien interessante Orte für die neue Hotelmarke – sechs neue Standorte seien schon in der Pipeline, verrät Kotter. „Das ist viel Arbeit: Für das neue Hotel muss die gesamte Ausstattung eingekauft und die Logistik geplant werden. Mit unseren Mitarbeitern werden wir das auch weiterhin erfolgreich umsetzen“, lobt er das ACHAT-Team.

Markenvielfalt mit Luft nach oben

LOGINN by ACHAT trägt schon jetzt wesentlich zum modernen Image des Unternehmens bei und rundet das Markenquartett ab. Dazu gehören auch die bestehenden drei Marken ACHAT Comfort, ACHAT Premium und ACHAT Plaza. Teil der Markenstrategie ist der Modulgedanke. So können die Hotels sich in das vorhandene Umfeld einpassen und mal mit oder ohne Gastronomie geplant werden – je nach vorhandener Infrastruktur. Viele der Hotels liegen strategisch günstig in Mittel- und Kleinstädten oder im Umfeld von Metropolen. Dabei wird sowohl auf Neubauten als auch auf Pacht von bereits auf dem Markt bestehenden Hotelobjekten gesetzt. Das Management-Team analysiert regelmäßig Standorte, prüft Potenziale und Chancen, optimiert Strukturen, Prozesse und Kosten. Maßgeschneiderte Marken- und Marketingstrategien kann das Unternehmen so zeitnah und zielführend umsetzen. Die Eröffnung von zwei bis drei Hotels pro Jahr innerhalb der vier Marken ist geplant. Aufgrund ihrer Philosophie der Beweglichkeit und der Arbeitsweise des flexibel agieren-

den Teams hat die Hotelgruppe ihren Umsatz in den letzten 20 Jahren mehr als verzehnfacht.

Gute Basis für die nächste Generation

Wilhelm Kotter ist sich sicher, dass die Markenvielfalt und der in die Hotelkonzepte integrierte Modulgedanke eine gute Basis für das weitere Wachstum und die Weitergabe an die nächste Management-Generation sind. „Ursprünglich gab es nur zehn Hotels. Als ich 1999 zu ACHAT kam, war es meine Aufgabe, neue Ideen zu installieren und das Geschäft zu erweitern“, erinnert er sich. Damals gehörte die Hotelgruppe zu dem familiengeführten Bauunternehmen SÜBA mit über 6.000 Mitarbeitern. Die Unternehmerfamilie entschloss sich zum Herauskauf und holte den schon damals sehr versierten Branchenspezialisten an die Spitze. „Ich habe immer die absolute unternehmerische Freiheit gehabt und bis heute den Geist des mittelständischen Familienunternehmens bewahrt. Jetzt ist die nächste Generation dran.“ Im Geschäftsjahr 2016 erfolgte dann der Einstieg der HANNOVER Finanz. „Die neuen Mehrheitsgesellschafter und die altersbedingte Ablösung der Altgesellschafter kamen für ACHAT zum richtigen Zeitpunkt. Die Diversifizierung der Marken ist gelungen und an der Spitze steht ein starkes Management-Team“, blickt der 67-jährige Geschäftsführer zuversichtlich in die Zukunft. Der Markt für Value- und Budgethotels zeigt sich außerdem weiterhin krisenresistent und wachstumsstark. Gerade für den deutschen Markt sieht ACHAT ein großes Potenzial. Hinzu kommt, dass Einzelbetreiber ihr Geschäft vermehrt aufgeben. Das sind gute Zukunftsaussichten für die weitere Expansion der ideenreichen Hotelgruppe.