

## WIE WAR'S?

## Als Iranerin auf Reisen

Grundschule im Iran, Abitur in Deutschland, Studium in den USA und Jobs in Ägypten und Dubai – Jasmin Taylor ist eigentlich immer unterwegs. Auch deshalb hat sie vor rund einem Jahr in Berlin einen eigenen Reiseveranstalter, JT Touristik, gegründet und sich auf Reisen nach Dubai spezialisiert. Taylor ist eine der wenigen weiblichen Geschäftsführerinnen in der Tourismusbranche.

**Die Flucht:** Ich wuchs im Iran auf, Bildung war für mich und meine Familie immer sehr wichtig. Doch dann kam die Revolution und meine Schule wurde alle paar Tage bombardiert. Deshalb beschlossen meine Eltern, nach Deutschland zu gehen – da war ich 17 Jahre alt und konnte kein Wort Deutsch.

**Die neue Heimat:** Ich wollte unbedingt das Abitur machen, doch das ging nur mit perfekten Deutschkenntnissen. Deshalb habe ich überall, meist in der Straßenbahn, den Leuten zugehört. Damals klang ein ganzer Satz für mich wie ein einziges Wort, so schwierig war es. Meine Motivation: Goethe. Den hatte ich auf Persisch gelesen und wollte das auch im Original können. Sein „Faust“ war sozusagen mein Ziel und meine Belohnung.



Ist viel unterwegs: Reiseexpertin Jasmin Taylor.  
PRIVAT

**Rund um die Welt:** Ich liebe es, zu reisen, weil man damit seinen Horizont erweitert – allerdings nur, wenn man alle Erwartungen ablegt und sich ganz auf die andere Kultur und Gesellschaft einstellt. Wie sehr auch kleine Alltagsdinge zur Hürde werden können, habe ich in Ägypten erlebt: In Kairo habe ich es zuerst nicht einmal geschafft, eine Straße zu überqueren, aus Angst, überfahren zu werden.

**Hilfe für Terroropfer:** In meiner alten Heimat habe ich viele Freunde und Bekannte durch den Terror verloren. Deshalb engagiere ich mich für placet – das plastisch-chirurgische Zentrum für Terroropfer e.V. in Berlin. Der Verein operiert ehrenamtlich Menschen, die durch Attentate verkrüppelt wurden. Hier hilft mir auch meine Reiseerfahrung: Zum Beispiel habe ich versucht, den Vater eines kleinen Mädchens aus Afghanistan ausfindig zu machen. Bis jetzt ohne Erfolg, da die Neunjährige sich nicht an ihren Nachnamen oder ihren Heimatort erinnern kann.

**Als Frau in Verhandlungen:** Klar habe ich es trotz meiner Erfahrung in Ländern wie Ägypten oder Marokko immer noch schwer: Wenn ich dort mit Hoteliers verhandele, sprechen die meist mit meinem – männlichen – Assistenten statt mit mir. Doch ehrlich gesagt ist es auch in Deutschland nicht viel anders.

Aufgezeichnet von J. Rüdiger

## HINTERGRUND

## Luxus – und zwar für alle

Verkehrte Welt in der Hotellerie:

Nobelherbergen werden immer billiger

Die Welten, die zwischen einem noblen Fünf-Sterne-Haus und einem preiswerten Budget-Hotel liegen, sind in der Krise dramatisch geschrumpft: zuweilen, wie im Fall von Kempinski Berlin und Motel One, auf gerade mal 500 Meter Distanz und 2,75 Euro Preisdifferenz. „Und das preisgünstigere Hotel ist das Kempinski“, konnte man kürzlich in der Fachzeitschrift FVW lesen. In den großen Städten prallen Luxus und Budget aufeinander und der Mittelklasse-Puffer scheint zwischen ihnen zerrieben zu werden. Nahezu unbeeindruckt von der Krise expandiert die Budget-Hotellerie in immer neue Häuser in besten Lagen.

Budget boomt. Philippe Weyland, Geschäftsführer der Motel One Group aus München, die 24 günstige Designhotels in zwölf großen Städten besitzt, ahnt, woran das liegt. Vor allem am Preis, aber auch an den Standards, an der Lage und – am Image. „Gute Lage, guter Preis, gutes Produkt“, für Weyland ist das der Dreiklang des Erfolgs. Da können die Preise schon mal anziehen. Vor zehn Jahren kostete ein Zimmer im Motel One 32 Euro, heute muss der Gast 69 Euro zahlen. Weyland begründet den Preisanstieg auch mit dem verbesserten Angebot: „Wir haben jetzt Granitboden und Loewe TV. Der Gast bekommt was fürs Geld.“ Bei der Preiskalkulation halte man sich an die Grundregel: ein Tausendstel des Herstellungspreises ergibt den Zimmerpreis. Auch die Lage bringe neue Kunden. Waren die früheren Billighotels Etap oder Ibis in Gewerbegebieten angesiedelt, residiert Motel One beispielsweise in Berlin am Ku'damm.

Auch für Sascha Gechter, Geschäftsführer der Meininger Hotels mit Sitz in Berlin, ist die zentrale Lage ein wichtiges Argument. Die günstigen Zimmerpreise in den Billighotels der Kette ließen sich nur durch „absolute Fokussierung auf die Kernprozesse“ erzielen. Ganz nach dem Vorbild von Aldi und Lidl oder auch von Ryanair werde auf jeden „Schnickschnack“ verzichtet und die Gäste müssen mit deutlich kleineren Zimmern vorliebnehmen. Ein Doppelzimmer lässt sich denn auch schon mal



Der Page trägt das Gepäck aufs Zimmer – in den Genuss dieses Services kommt man nun auch bei einem schmalen Budget.

ISTOCKPHOTO/NOAH GOLAN

„mit ein paar Handgriffen“ in ein Vierbettzimmer verwandeln. Seit der Gründung hat Meininger alle zwei Jahre den Umsatz verdoppelt. Auch die Motel One Group ist auf der Erfolgsspur. „Alle 24 Hotels verdienen Geld“, erklärt Weyland. Trotzdem, die Krise macht sich auch im Budget-Sektor bemerkbar. Privatkunden wanderten in Hotels der teureren Kategorie ab, klagt Weyland. Denn die seien inzwischen finanzierbar geworden.

## Gespert wird unauffällig

„Wahnsinn“ findet Reinhold Weise von der Arabella Hospitality Group, was derzeit auf dem Hotelmarkt passiert. Und: „Wir unterliegen diesem Druck. Ganz klar.“ Die aktuelle Krise sei „in ihrer Breite“ auch nicht vergleichbar mit der von 2003. Damals waren die Hotelpreise auch eingebrochen, aber sie zogen bald darauf wieder an. Derzeit sieht Weise noch keinen Silberstreif am Horizont. Von Vorteil ist für den Hotelmanager in diesen Krisenzeiten das heterogene Hotel-Portfolio der Arabella-Starwood Gruppe – Westin, Sheraton, Starwood, Four Points. „Wir sehen eine Wanderung zur nächsttieferen Hotelgruppe, vor allem bei Geschäftsreisen“, erklärt er. Und: „Es gibt Schwellen, da können wir nicht mehr mit.“ Deshalb hofft er, dass die Reiserestriktionen der Firmen bald wieder aufgehoben werden. Bis dahin müssen zwischenzeitlich Lösungen gefunden werden. Schon denkt Weise daran, „das eine oder andere Goody“ wegzulassen, um unbeeindruckt sparen zu können.

Nicht weniger, sondern sogar mehr fürs Geld bekommen die Gäste derzeit bei den Budget-Hotels. Weyland spricht von einer Qualitätsoffensive und „teurer Frotteewäsche“. Und Motel One hat noch weitere Expansionsgelüste. In zwei Jahren will die Gruppe deutschlandweit über 9 000 Zimmer verfügen. Zu den vier Hotels in Berlin sollen weitere vier hinzukommen. Für Gechter allerdings kann es nicht unendlich aufwärts gehen. „Zurzeit spielt uns der Boom einer freiwilligen Askese in die Hände“, meint er. „Aber es gibt immer Zyklen, die irgendwann ins Gegenteil umschlagen.“ Und darauf können die Luxushotels derzeit nur hoffen. Lilo Solcher

## AUSWERTUNG

## In Irland sind die Preise am stärksten gesunken

Der Hotel Price Index (HPI) der Website Hotels.com hat das Datenmaterial aus 78 000 Hotels und 13 000 Destinationen im ersten Halbjahr 2009 ausgewertet. Zum ersten Mal seit 2004 zeigte sich in allen Ländern Europas ein deutlicher Rückgang der Hotelpreise. Den kräftigsten Preissturz mussten die Hoteliers in Irland hinnehmen: Hier gingen die Hotelpreise um 26 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zurück.

