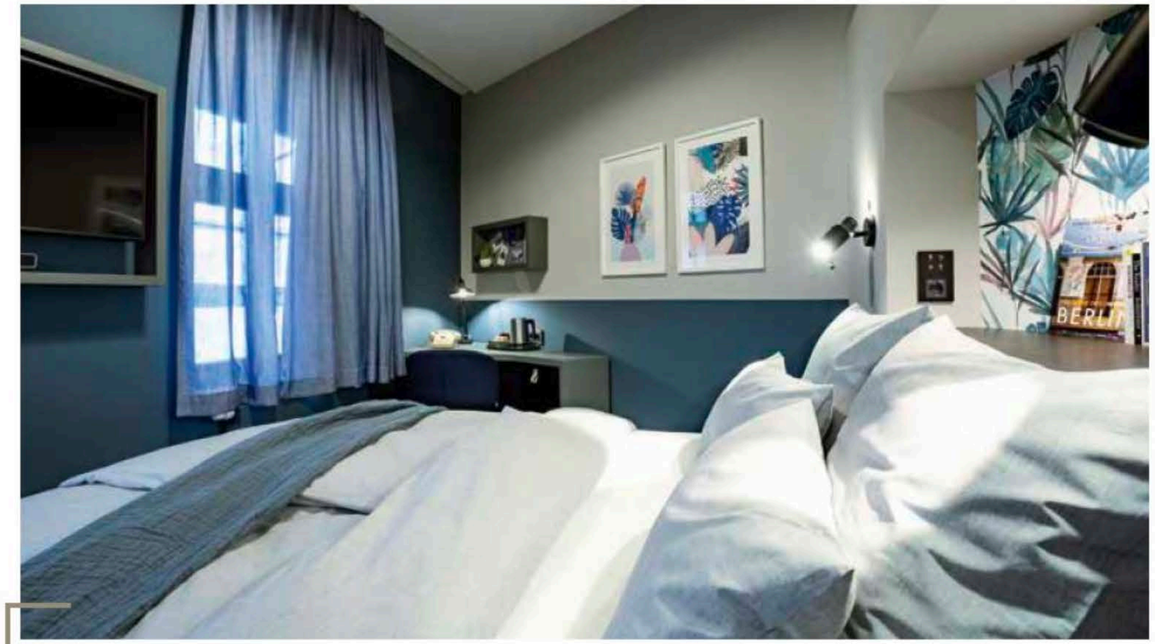

ARTISTISCHE NEUAUFLAGE

Das The Circus Hotel in Berlin hat die Coronazeit dazu genutzt, sein Konzept vollumfänglich zu überarbeiten.

Alles begann 1997 mit einem kleinen Hostel in der Straße „Am Zirkus" in Berlin Mitte. Das Haus selbst gibt es heute nicht mehr – aber der Name blieb. Aus dem erfolgreichen Hostelkonzept entwickelte sich das Dreigestirn „The Circus", das mittlerweile nicht mehr nur Jugendherberge, sondern auch ein Hotel und einen Apartmentkomplex beinhaltet.
Das The Circus Hotel am Rosenthaler Platz entstand 2008: „Wir haben hier ein Konzept umgesetzt, was sich an den besonders interessierten Touristen wendet. Jemand, der Berlin kennenlernen will und damit nicht nur das Brandenburger Tor meint", beschreibt Katrin Schönig, Hoteldirektorin des The Circus Hotel. 2011 schließlich habe man sich in die Immobilie in der Choriner Straße verliebt und dort zusätzlich das Apartmentkonzept gestartet.

Fotos: The Circus Hotel

Fotos: The Circus Hotel

Schritt nach vorne

Das The Circus Hotel ist ein Ruhepol in der sonst so belebten Hauptstadt. Die Atmosphäre ist zugewandt und intim, es gibt viele Stammgäste – meist interessierte und gebildete Berlinbesucher, die Lust auf Individualität, Persönlichkeit und Design haben und denen ein Kettenhotel zu vorhersehbar, langweilig und steril ist, wie die Hoteldirektorin beschreibt.
Das kleine, privat betriebene Hotel sei stark mit seinem Umfeld verwachsen. Das individuelle Gestaltungsprinzip aus der Hand von Sandra Ernst grenzt es auch optisch klar von einem Kettenhotel ab, die Betreiber und leitenden Mitarbeiter sind alle Berliner. „Dadurch entsteht eine spezielle Ansprache des Gastes – ein eigener gewachsener Stil. Wir sind Manufaktur, nicht Industrie", erklärt Schönig.
Dieser Gedanke stand auch im Fokus der von April bis Dezember 2020 vorgenommenen Generalsanierung, die eigentlich zu einem späteren Zeitpunkt geplant war, aber aufgrund der Coronapandemie und der damit verbundenen Schließungen vorgezogen wurde. Unter Einsatz von 3,2 Millionen Euro standen vor allem die Erneuerung der Klimatisierung und des Gastronomiekonzeptes sowie eine neue Fassade im Vordergrund der Renovierungsarbeiten. Doch auch die Unternehmenskommunikation und CI nahmen sich die Eigentümer vor, gastalteten zum Beispiel das Interior Design, die Website und die Kleidung der Mitarbeiter neu. „Wir haben in jedem Bereich einen Schritt nach vorne gemacht. Wir haben uns jedes Detail im Hotel nochmal angeschaut, hinterfragt und versucht eine bessere, elegantere, hochwertigere Lösung zu finden. So haben wir zum Beispiel drei Monate die verschiedensten Matratzen ausprobiert und Probe geschlafen", erklärt Katrin Schönig das Vorgehen.

The Circus GbR
Rosenthaler Str. 1, 10119 Berlin

Hoteldirektorin: Katrin Schönig

★★★★

Boutique-Hotel
USP: Privatgeführtes Hotel mit individuellem Gestaltungsprinzip, eng verzahnt mit einem Hostel- und Apartmentkonzept.

64
Zimmer

100
Mitarbeiter
(The Circus-Gruppe)

Ø-Auslastung (vor Corona): 85 %
Zimmerpreis ab: 115 €

Verbessertes Raumklima

Einer der größten Kritikpunkte in den letzten Jahren war das Zimmerklima im Hochsommer. Das Hotel hatte keine Klimaanlage, die Problemlösung sei hier ein langer Prozess gewesen, vor allem, weil man Kühltechnik, Nachhaltigkeit und Design unter einen Hut bringen wollte. Die Lösung bildeten Lehmdecken von Argillatherm: Der Raum wird durch kaltes Wasser, welches durch die Lehmdecken fließt, gekühlt. Das sei sehr viel energiesparender als herkömmliche Klimaanlagen und kreiere ein sehr angenehmes Raumklima. Ein weiterer Vorteil: die Vorrichtung verschwindet in der Zimmerdecke.
Die Renovierung unter den Umständen der Pandemie umzusetzen, war alles andere als leicht: „Eine Maskenpflicht auf der Baustelle umzusetzen ist schon etwas Neues. Auch kam es dadurch zu großen Verzögerungen aufgrund von Grenzschließungen oder im Allgemeinen Lieferschwierigkeiten, weil die Firmen nicht produzieren konnten", beschreibt Katrin Schönig.
Doch am Ende hat sich das Warten gelohnt: Seit Dezember 2020 ist das The Circus Hotel wieder bereit, Gäste aufzunehmen – zumindest in der Theorie. Wie die Hoteldirektorin die Coronazeit erlebt hat, lesen Sie im nachfolgenden Interview. **ben**

Manager im Gespräch

DIE ZEIT NUTZEN

Um den coronabedingten Leerlauf im Hotel nicht einfach verstreichen zu lassen, beschloss man im The Circus Hotel Berlin, die bereits geplante Renovierung vorzuziehen. Hotelmanagerin Katrin Schönig spricht über die vergangenen Monate.

ZUR PERSON

Katrin Schönig ist Quereinsteigerin im Hospitality-Bereich. Eigentlich hat sie an der Humboldduniversität Anglistik/Amerikanistik und Germanistik studiert. Nach dem Studium arbeitete sie zunächst für ein Start-up einer Online-Buchungsmaschine für Hostels und übernahm dort später die Geschäftsführung. 2007 wechselte Schönig zu der The Circus GbR, wo sie bei der Konzeptentwicklung und Umsetzung leitend beteiligt war und seit der Eröffnung 2008 als Hoteldirektorin des The Circus Hotel tätig ist.

first class: **Frau Schönig, wie haben Sie die vergangenen Monate unter Corona im The Circus erlebt?**
Ähnlich wie allen Hotels in Berlin hat uns die Corona-Krise rasant den Boden unter den Füßen weggezogen. Allerdings haben wir uns intern schnell geeinigt, dass wir die Zeit nutzen werden. Eine Komplettrenovierung und Neupositionierung stand ohnehin ab Mitte des Jahres an, wir beschlossen diese vorzuziehen und nicht im laufenden Betrieb zu machen, sondern das Haus komplett zu schließen und die Renovierung und Neuaufstellung somit schneller zu realisieren. Deshalb konnte ich die Hotelkrise mit etwas Abstand betrachten.

Inwieweit waren Sie in den Renovierungsprozess involviert?
Ich leite das Hotel nun seit über zehn Jahren und uns war klar, dass wir uns neu positionieren müssen. Wir wollten unsere Raten anheben und dafür mussten wir einen höheren Standard etablieren und uns auch technisch weiterentwickeln. Wir mussten unser Konzept modernisieren und auch Anfangsfehler ausbessern. Das heißt in den letzten zwei Jahren haben wir viele Gespräche mit Gästen, Mitarbeitern und Künstlern geführt, Reviews gelesen und die ganze Welt bereist um uns neue Hotelkonzepte anzuschauen.
Aus all diesen Gesprächen, Besuchen und Surveys haben wir ein neues Konzept erstellt. Diesen kompletten Prozess habe ich gemeinsam mit den Eigentümern geleitet.

Was hat „The Circus" getan, um die finanziellen Verluste abzufangen?
Wir haben mehrere Wege eingeschlagen. Erstens haben wir einen ausgesprochen zugewandten Vermieter, mit dem wir eine sehr gute Lösung für die Mietzahlungen gefunden haben. Zweitens haben wir uns um KfW-Darlehen bemüht und dieses auch bekommen. Drittens haben wir staatliche Unterstützung beantragt und diese wurde uns bewilligt. Und viertens wurden eigene Mittel, Versicherungszahlungen und Rücklagen der Betreiber genutzt.

Foto: The Circus Hotel

Halten Sie die von der Bundesregierung und den Ländern beschlossenen Maßnahmen für gerechtfertigt?
Ich denke, dass wir uns momentan in einem Ausnahemzustand befinden. Eine Situation, in der wir alle noch nie waren. Natürlich wünschte ich mir, dass die Situation anders wäre. Aber ich denke, dass die Maßnahmen gerechtfertigt sind. Ich wünschte, die Bundesregierung hätte schneller auf mittelständische Unternehmen, v.a. in der Toursimusbranche, reagiert. Denn bevor ein Paket zur Unterstützung unseres Unternehmens beschlossen wurde, hat es doch sehr lange gedauert. Aber wenn die Bundesregierung ihre Hilfeleistungen so durchzieht, wie sie sie gerade verspricht, dann sind diese auch der Situation angemessen.

Foto: The Circus Hotel

Was haben Sie in Sachen Hygienemaßnahmen unternommen?
Wir haben uns mit anderen Berliner Boutique Hotels zusammengeschlossen und gemeinsam das Hygienesiegel Clean & Safe gegründet. Diesem liegen viele Maßnahmen zu Grunde, die wir natürlich auch im Hotel anwenden. In wenigen Worten: Abstandsregeln, Maskenpflicht, viel desinfizieren und natürlich Lüften.

Konnten sie dennoch etwas Positives aus dieser schweren Zeit mitnehmen?
Ich bin prinzipiell ein positiver Mensch und ich denke, dass auch hier etwas Positives rauszuziehen ist. So sind wir innerhalb der Berliner Boutique-Hotel-Szene enger zusammengewachsen und haben einen ausgesprochen offenen Austausch geführt. Auch ist es schön zu sehen, dass sich unsere Geschäftsbeziehungen mit vielen Partnern als ausgesprochenen widerstandsfähig gezeigt haben.
Außerdem denke ich, dass in diesen Zeiten unseren Gästen das Reisen wirklich fehlt und ich gehe davon aus, dass das im Allgemeinen zu einer Wertschöpfung auf Seiten der Kunden führen wird. Und ich denke auch, dass die Reisefreude in den nächsten Jahren stark ansteigen wird.
Vielen Dank für das Gespräch! ben

ANZEIGE

Der italienische Gastronomie-Gerätezulieferer Colged entwickelt schon seit Jahren Maschinen mit innovativer Spültechnologie, die mit einem besonders niedrigen Wasserverbrauch auskommen. Investiert ein Betrieb etwa in die Maschinen aus der TopTech-Reihe, lässt sich der Wasserverbrauch auf ca 1,6 Liter pro Spülgang reduzieren – und liegt damit deutlich niedriger als bei vergleichbaren Maschinen anderer Hersteller. Der Verbrauch an Strom und der Einsatz an Spülchemie lassen sich mithilfe der bis zu elf verfügbaren Spülprogramme auf ein Minimum reduzieren. Dazu wird lediglich das Programm an den Verschmutzungsgrad von Geschirr, Besteck und Gläsern sowie Pfannen und Töpfen angepasst. Insgesamt sind die Betriebskosten der Spülmaschine bezüglich Energie, Chemie und Wasser so im Durchschnitt 15 Prozent niedriger als bei Maschinen anderer Hersteller. Einen zusätzlichen Pluspunkt verrät Robert Simon, Vertriebsleiter bei Colged Deutschland: „Wer nach außen zeigt, dass sein Betrieb großen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz legt, erhält oft auch positive Rückmeldungen von seinen Gästen und kann im besten Fall neue Kunden hinzugewinnen."
www.colged.de

UMWELTSCHONEND SPÜLEN