

# **„Wir verkaufen keine Betten, sondern ein Lebensgefühl“ – Im Gespräch mit Magnus Busch von nook society**

**Welche Voraussetzungen sollte man mitbringen, um erfolgreich ein Hotel zu betreiben?**

Man muss absolut authentisch sein und den festen Willen haben, ehrliche und herausragende Gästeerlebnisse zu schaffen und diese operativ auch umsetzen zu können. Dabei sind kreative Ideen wichtig, aber sie müssen stets mit wirtschaftlicher Tragfähigkeit und klarem Finanzverständnis verbunden sein.

**Die Geschäftsmodelle eines Hotelbetriebs sind vielfältig: Eigennutzung, Verpachtung, Franchise oder Beteiligung? Wozu würdest du Einsteigern raten?**

Für Einsteiger ist ein Pachtvertrag oft der klarere Einstieg: Man übernimmt den operativen Betrieb, trägt aber auch das volle wirtschaftliche Risiko – inklusive Personal- und Marketingkosten sowie nötiger Investitionen in Ausstattung und laufenden Betrieb. Ein Managementvertrag dagegen ist risikoärmer: Hier agiert man im Auftrag des Eigentümers, bekommt eine Management-Fee und trägt weniger Investitions- und Betriebsrisiken, hat dafür aber auch weniger unternehmerische Freiheit und Gewinnpotenzial.

**In strukturschwachen Regionen geben immer mehr Hotelbetriebe auf. Und auch in stärker vom Tourismus frequentierten Orten kämpfen Hotelbetriebe ums Überleben. Siehst du darin eine Chance für dich und die Marke nook?**

Ja, absolut. Der Schlüssel liegt darin, die Bedürfnisse der eignen Zielgruppe genau zu kennen und Angebote zu schaffen,

die für diese Menschen wirklich relevant sind. Wir sehen großes Potenzial in Häusern, die maximal anderthalb Stunden von europäischen Metropolen entfernt liegen – dort, wo unsere Zielgruppe aus kreativen, erfolgreichen Großstädtern bewusst nach Rückzugsorten sucht, um zu arbeiten, zu regenerieren oder einfach durchzuatmen.

**Die perfekte Hotelimmobilie sieht wie aus? Und wie findet man sie am besten? Welche Rolle spielt die Lage wirklich oder reicht ein klar positioniertes Hotelkonzept?**

Für uns bei nook ist die perfekte Hotelimmobilie gut erreichbar, liegt eingebettet in die Natur und bietet 20 bis 80 Zimmer – idealerweise mit zusätzlichem Potenzial für Glamping. Mit einem klar positionierten Konzept schaffen wir echte Destinationen und erschließen neue Zielgruppen. In Bad Saarow unweit von Berlin waren 70 % unserer Gäste vorher noch nie dort. Das zeigt: Die Lage muss nicht bekannt sein, wenn das Erlebnis überzeugt.

**In Bad Saarow betreibst du / ihr das nook lakehouse hotel. Kann ein 11-Zimmer-Hotel überhaupt profitabel sein?**

Ja, wenn man es richtig macht. Wir werden dieses Jahr voraussichtlich den dreifachen Umsatz unseres Vorgängers erzielen. Retreats am Wochenende bringen nicht nur zahlungskräftige Gäste, sondern auch mediale Aufmerksamkeit. Unter der Woche füllen Corporate Offsites das Hotel, und unser Community-Ansatz erschließt zusätzliche Erlösquellen, die klassische Hotels oft gar nicht aktivieren können.

**Was unterscheidet nook von anderen Hotelkonzepten? Und wie sorgst du für ein nachhaltiges, wiederkehrendes Gästerlebnis?**

nook definiert Luxus nicht über Marmorbad oder Flatscreen, sondern über Begegnung und Atmosphäre. Im Mittelpunkt stehen die Menschen, die sich bei uns treffen: werteorientiert, offen und auf der Suche nach echten Verbindungen. Diese besondere Stimmung führt dazu, dass sich Gäste häufig kennenlernen,

wiederkommen und Teil einer wachsenden Community werden.

### **Inwiefern ist nook mehr als ein Hotel?**

nook ist weit mehr als ein Ort zum Übernachten: Wir schaffen Räume für eine wertebasierte Community. Unsere Gäste teilen ein Interesse an Gesundheit, Design, Kunst und Kultur und führen ein ambitioniertes, bewusstes Leben. Wir verkaufen keine Betten, sondern ein Lebensgefühl und legen die Grundpfeiler für eine nachhaltige Community.

### **Wie sieht euer Betreiber- oder Beteiligungsmodell aus – und welche Optionen haben Investoren, sich aktiv oder passiv einzubringen?**

Wir suchen aktuell nach weiteren Standorten und strategischen Partnern: sowohl auf Betreiber, als auch auf Eigentümerseite. Unser MVP in Bad Saarow läuft erfolgreich, unser Tech Stack ist besser als bei 95 % der Branche, und wir verfügen über ein erfahrenes Managementteam, eine klare Wachstumsstrategie und exzellente Netzwerke in Hotellerie und Immobilienwirtschaft. Investoren können sich bei uns sowohl aktiv als auch passiv einbringen, je nach Interesse und Expertise.