



  
**adagio**  
APARTHOTEL

  
**adagio**  
APARTHOTEL access

# PRESSEMAPPE

APARTHOTELS ADAGIO 2019

 [adagio-city.com](http://adagio-city.com)

# DATEN & FAKTEN



## Ganz vorn in Europa

Aparthotels Adagio ist Marktführer in Europa mit aktuell 108 Häusern und rund 12.000 Apartments in 12 Ländern. Weitere Häuser betreibt die Gruppe in Russland, Brasilien und den Vereinigten Arabischen Emiraten.



- Adagio access 3 Sterne oder gleichwertig
- Adagio 4 Sterne oder gleichwertig
- Adagio premium 5 Sterne oder gleichwertig
- Adagio access Eröffnung demnächst
- Adagio Eröffnung demnächst
- Adagio premium Eröffnung demnächst
- 2 Anzahl der Hotels in einer Stadt

# AUF EINEN BLICK

**APARTHOTELS ADAGIO®**

**Eröffnung**

Marktführer in Europa mit 11.600 Apartments, verteilt auf 106 Häuser; weitere Häuser in Russland, Brasilien und den Vereinigten Arabischen Emiraten

**CEO**

2007 gegründet als Joint Venture von AccorHotels und Pierre & Vacances Center Parcs

**Vice-COO Europe & Partners**

Karim Malak

**Hotelführung**

Anja Müller

**Zielgruppen**

Eigenes Management, teilweise verpachtet, Franchise-Unternehmen

**Gästestruktur**

Langzeitreisende, Geschäftsreisende, Familien mit Kindern

Businessreisende (53 Prozent), Leisure (47 Prozent)

## EINE MARKE, DREI HÄUSER: ADAGIO, ACCESS UND PREMIUM

Um den Erwartungen all seiner Kunden zu entsprechen, hat Adagio drei Bereiche geschaffen:



Funktionelle Aparthotels  
in urbaner Lage  
(3 Sterne)



**ADAGIO**  
Geräumige Aparthotels  
in den Stadtzentren  
(4 Sterne)



**ADAGIO PREMIUM**  
Aparthotels mit maximalem  
Komfort im Herzen der  
bedeutendsten Metropolen



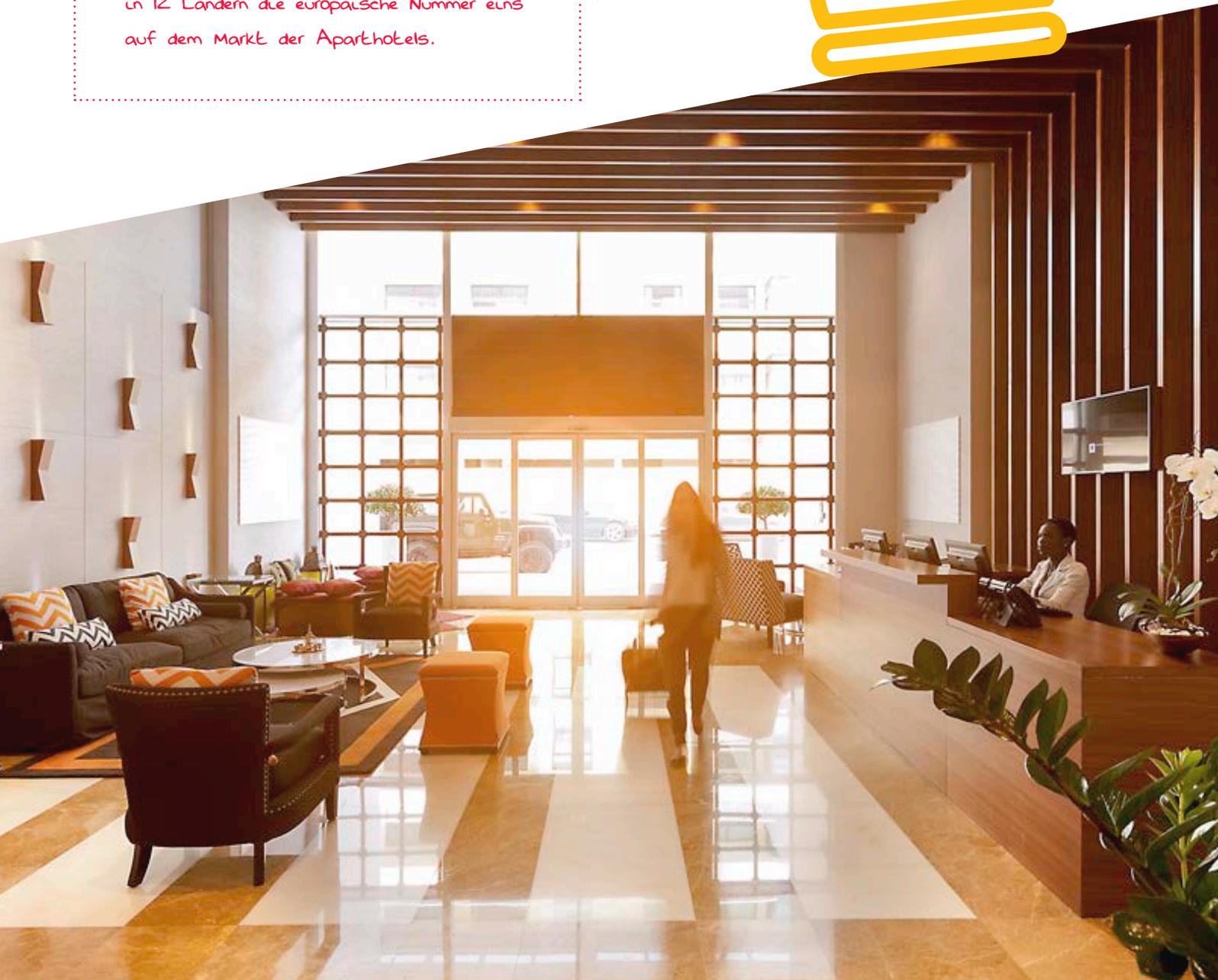
# UNTERNEHMENSPROFIL

## Zuhause in der Welt

**Gegründet wurde Adagio 2007 in Frankreich** als Joint Venture von AccorHotels und Pierre & Vacances Center Parcs. Die Idee war, ein Konzept für die Bedürfnisse von Langzeitreisenden anzubieten. Aus ursprünglich 16 Aparthotels in zwei Ländern ist heute ein stark wachsendes Unternehmen geworden, das zum Ziel hat, sowohl in Europa als auch im Mittleren Osten und in Lateinamerika vertreten zu sein. Angestrebt ist der **Ausbau des Adagio-Netzwerks auf insgesamt 150 Aparthotels** mit 15.000 Apartments bis 2023.



Aparthotels Adagio® ist mit aktuell 108 Häusern und rund 12.000 Apartments in 12 Ländern die europäische Nummer eins auf dem Markt der Aparthotels.



## Das Erfolgskonzept Aparthotels

Es geht um „**Wohnen auf Zeit**“: In attraktiver Innenstadtlage stehen Gästen großzügige, elegante Studios (ca. 25 m<sup>2</sup>) oder Zwei-Zimmer-Apartments (ca. 35 m<sup>2</sup>), jeweils mit voll ausgestatteter Küche sowie einem Arbeitsplatz zur Verfügung. Hotelservices wie **Frühstücksbuffet, freies WLAN, Fitness-Center, Zimmerreinigung, Wäscherei und eine 24-Stunden-Rezeption** gehören dazu. Ob selbst kochen, einen Lieferservice nutzen oder Essen gehen, entscheidet der Gast nach Lust und Laune.

**Adagio access** ist die Budget-Linie der Marke - mit Häusern etwas außerhalb des Stadtkerns. Sie bietet urbane Studios und Apartments mit guter Verkehrsanbindung. **Hochwertiges, multifunktionales Mobiliar** wie eine Bettcouch, die tagsüber als stylisches Sitzmöbel und nachts als vollwertiges Doppelbett genutzt werden kann, gehört zur Einrichtung. Eine vollwertige Küche, Duschbad, Flachbild-TV und Parkettboden findet man in jedem Apartment. Daneben gibt es im Haus einen Mini-Market, kostenfreies WLAN, 24-Stunden-Rezeption, optionales Frühstücksbuffet sowie Fitness-Center, Waschsalon und Tiefgarage.

Aparthotels werden vor allem von Geschäftsleuten für Aufenthalte über mehrere Wochen oder Monate genutzt. Auch Urlauber und Familien finden Gefallen an dieser Form des Reisens, da sie maximale Freiheit während des Aufenthalts zu überschaubaren Kosten ermöglicht. Knapp die Hälfte der Gäste nutzen ein Aparthotel inzwischen aus privaten Reiseanlässen.

## Die Leistungen von Adagio Aparthotels im Überblick



**EINE VOLL  
AUSGESTATTETE  
KÜCHE**  
Guten Appetit!

**VIEL STAURAUM**  
Machen Sie es sich gemütlich!

**FUNKTIONELLES  
BADEZIMMER**  
Alles für Ihr Wohlbefinden!

**WLAN INKLUSIVE**  
Bleiben Sie vernetzt!

**BEQUEME MÖBEL**  
Entspannen Sie sich!

**KUSCHELIGE  
BETTEN**  
Träumen Sie schön!

# PREISSTAFFELUNG

## Die Preisstaffelung von Aparthotels Adagio im Überblick

Außergewöhnlich ist die degressive Preisstaffelung von Adagio: Je länger ein Gast bleibt, desto spürbarer wirkt sich das auf die Kosten aus. Die folgende Grafik zeigt die Preisentwicklung abhängig von der Aufenthaltsdauer:

Je länger der Aufenthalt, desto günstiger der Preis!



### Weitere Pluspunkte

- + Beherbergungsverträge zu Vorzugspreisen
- + Flexible Verkaufs- und Stornierungsbedingungen durch individuell verhandelte Firmenverträge
- + Geringe Verpflegungskosten dank voll ausgestatteter Küche
- + Alle Vorteile von Le Club Accorhotels auch bei Adagio nutzbar



# APARTHOTELS ADAGIO: MIT "THE CIRCLE" ZU NEUEN REISEERLEBNISSEN

Die Welt des Reisens und vor allem des Übernachtens befindet sich im Umbruch: Gewohnheiten haben sich geändert, Reisende stellen neue Erwartungen an ihre Unterkunft. Vor diesem Hintergrund hat Adagio ein innovatives Projekt mit dem Namen „The Circle“ („Der Kreis“) entwickelt. Ziel ist es, Kontakt und Geselligkeit zu fördern.

Nach einer mehrmonatigen Testphase wird das neue „The Circle“-Konzept als wichtiger Bestandteil der Aparthotels Adagio nun umgesetzt. Oberstes Ziel ist die Neuausrichtung der öffentlichen Bereiche, welche den Gewohnheiten der Kunden künftig noch mehr entsprechen sollen. Die Häuser werden zu moderneren, hybriden Orten, die flexibel geöffnet haben, Geselligkeit bieten und so dem Aufenthalt einen ganz neuen Reiz verleihen. Eines der ersten „The Circle“-Aparthotels ist das Adagio Paris Bercy Village.

## Drei-Dimensionen-Konzept

Wie schon sein Name „The Circle“ („Der Kreis“) besagt, symbolisiert dieser neue Ort den Gemeinschaftsgeist und wird damit zum Aushängeschild für die Atmosphäre in den Aparthotels Adagio. Das Konzept beruht auf drei Säulen:

- **Innovativ gestaltete Räume** mit einer „Bibliothek der Dinge“, der Gemeinschaftsküche und einem Lebensmittelgeschäft. Die Räume werden morgens als Frühstücksraum genutzt, am Nachmittag als Co-Working-Space und am Abend als Treffpunkt für Aperitif und After-Work
- **Veranstaltungen** wie wöchentliche Aperitifs oder das Dinner@Adagio für alle Gäste
- **„Friendly Moments“** können Gäste, Adagio-Mitarbeiter und Anwohner überall in den verschiedenen öffentlichen Bereichen des Hauses erleben

## Neue öffentliche Bereiche, um Begegnungen möglich zu machen

Das Team von Adagio hat die gemeinsam genutzten Bereiche vollkommen neu durchdacht. Zu Beginn der Renovierungsarbeiten im Adagio Paris Bercy Village waren dafür sowohl Gäste als auch zufällig vorbeikommende Nachbarn eingeladen, die Räumlichkeiten samt Services zu erkunden.

- **Große Gemeinschaftsküchen:** Sie bieten standortabhängig den Gästen viel Platz zum gemeinsamen Kochen und Essen. Alle notwendigen Utensilien sind vorhanden. Sofern Gäste die Dienste eines Kochs in Anspruch nehmen möchten, können sie die Küche auch im Voraus reservieren.
- **Bibliothek der Dinge:** Zur individuellen Gestaltung der Apartments und für gesellige Stunden können Gäste den Bibliotheksfundus kostenlos nutzen und dort folgende Gegenstände ausleihen:
  - › Design-Objekte wie Deko-Elemente, Vasen usw.
  - › Emotionale Dinge wie Pflanzen, Bilderrahmen oder Spiele
  - › Funktionale Objekte für den täglichen Gebrauch wie Stühle, Kissen, RacletteIn der Bibliothek können Gäste auch Bücher tauschen, dort lassen oder mitnehmen.



- **Praktische Services:** In den öffentlichen Bereichen bieten die beteiligten Aparthotels zusätzliche Dienste an, wie etwa einen kleinen Mini-Market oder auch Gratis-Getränke in der Lobby.
- **Empfangsbereich:** Dort werden Gäste an einem großen Tisch herzlich und ungezwungen begrüßt. Die Mitarbeiter sind leger gekleidet und können den Check-In an verschiedenen Orten der Lobby durchführen.
- **Unterhaltung:** Zur Entspannung stehen Gästen Kicker, Gesellschaftsspiele, großformatige Bildschirme und ein Klavier zur Verfügung.
- **Co-Working:** Einige Aparthotels bieten zudem Co-Working-Räume, in denen Geschäftsreisende im geselligen und funktionalen Rahmen arbeiten können.
- **Gemeinschaftserlebnisse:** Zusätzlich organisiert jedes Aparthotel mehrmals wöchentlich Veranstaltungen und Themenabende, wie etwa Abendessen (Dinner@Adagio), an denen alle Gäste teilnehmen können.



## KARIM MALAK, CEO APARTHOTELS ADAGIO

Wir wollten in erster Linie wieder mehr Nähe und Zwischenmenschliches ins Zentrum des Kundenerlebnisses rücken. Bei der Entwicklung von „The Circle“ haben wir vor allem auf unsere Kunden und deren Bedürfnisse gehört. Mit diesem neuen Konzept bieten wir ein Komplettpaket an, das sowohl ein Apartment mit Privatsphäre umfasst als auch Gemeinschaftsbereiche, in denen das Zusammenleben stattfindet. Unsere Gäste können ab sofort in einem Lebensraum, in dem sie anderen Reisenden begegnen, ein einzigartiges, individualisiertes Übernachtungserlebnis genießen.

### Zeitgemäßes urbanes Design im Adagio Paris Bercy Village

Die Renovierung der Gemeinschaftsbereiche des Adagio Paris Bercy Village wurde dem Architektur- und Designstudio Kristian Gavaille & Valérie Garcia anvertraut, das bereits zahlreiche innovative Projekte im Hotelleriesektor umgesetzt hat, wie etwa Les Piaules oder das MOB Hôtel. Den ungezwungenen urbanen „Rock ‘n’ Roll“-Stil des Studios kennzeichnen Materialien, die von Keramik und hochflorigen, bunten Teppichen bis zu hellen Holzböden reichen. Das Licht ist gedämpft, um Design-Objekte in Szene zu setzen oder gemütliche Ecken sanft zu beleuchten. Das Ambiente wirkt großzügig und leicht, die Farben sind warm, die Materialien natürlich. „Die Lobby ist das Erste, was man bei der Ankunft sieht. Sie prägt auch den letzten Eindruck vor der Abreise. Deswegen ist sie von so großer Bedeutung“, erläutern Kristian Gavaille und Valérie Garcia.

### Breit angelegte Implementierung

Das neu entwickelte Konzept wird künftig in Kooperation mit mehreren Innenarchitekturbüros umgesetzt. Bis dato wurden so bereits sechs Aparthotels Adagio mit dem neuen Konzept ausgestattet. Bis zum Jahresende 2018 wird diese Zahl auf 30 steigen, bis 2020 sind insgesamt 70 Eröffnungen geplant (unter anderem Aix-en-Provence, Marne La Vallée Val d'Europe, Paris Tour Eiffel).

# APARTHOTELS ADAGIO IN DEUTSCHLAND

In Deutschland ist Adagio mit Aparthotels in **München** (nahe Hauptbahnhof), **Berlin** (nahe Kurfürstendamm), **Frankfurt** (Westend-Gate), **Bremen** (gegenüber Hauptbahnhof) und **Köln** (nahe Altstadt) vertreten. Weitere Häuser im deutschsprachigen Raum befinden sich in Wien und Basel. Alle Häuser der Midscale-Linie liegen in zentraler Lage der Metropolen sowie in der Nähe öffentlicher Verkehrsmittel und Sehenswürdigkeiten. **Die Eröffnung weiterer Adagio Aparthotels, z.B. in Heidelberg und Zürich, ist geplant.**

Das **Adagio access München City Olympiapark** ist das erste deutsche Haus der Budget-Linie der Marke. Weitere Adagio access Standorte in Deutschland werden geprüft, **die nächsten Eröffnungen sind für Kiel, Freiburg, Mannheim und Stuttgart geplant.**



# 15 FRAGEN AN ANJA MÜLLER

## VICE-COO EUROPE & PARTNERS

### MEMBER OF THE EXECUTIVE COMMITTEE



Anja Müller leitet seit 2017 den Geschäftsbereich Europa der Aparthotels Adagio®, dem europäischen Marktführer für Serviced Apartments. Sie ist in der Unternehmenszentrale in Paris tätig.

Anja Müller bringt über 20 Jahre Erfahrung in der Hotel- und Tourismusindustrie in die neue Tätigkeit ein. Als Director Hotel Operations Europa war sie mitverantwortlich für das Europageschäft der InterContinental Hotels Group. Zuvor leitete sie das Holiday Inn Open Lobby Programm mit Fokus auf Brand Management und Marketing. Von 2012 bis 2015 war sie Director Hotel Performance Support Central-North and East Europe und in dieser Position verantwortlich für die Hotels aller Marken der InterContinental Hotels Group.



#### Wie kam es zur Idee, eine Kette für Aparthotels zu gründen?

Unsere Eigentümer, AccorHotels und Pierre & Vacances Center Parcs, haben frühzeitig erkannt, dass Aparthotellerie ein zukunftssträchtiger Markt ist. Daher hat man sich vor zehn Jahren zusammengeschlossen, um ein Joint Venture zu gründen - und das zu Recht. Menschen müssen heute häufiger reisen, länger an einem Ort bleiben, manchmal weit weg von ihrem Zuhause. Der Bedarf an einem Produkt mit mehr Platz und größerer Privatsphäre, aber auch mit Kochmöglichkeiten war damals bereits vorhanden und ist seither ständig gewachsen.

#### Mittlerweile zählt Adagio weltweit zu den Marktführern, es gibt aber viele Mitbewerber.

Das macht den Markt nur spannender. Außerdem zeigt es uns, dass wir den richtigen Riecher hatten. Aus ursprünglich 16 Aparthotels in zwei Ländern ist heute ein stark wachsendes Unternehmen mit 106 Aparthotels und 11.600 Apartments in elf Ländern geworden. Aber wir sind noch längst nicht dort, wo wir hin wollen. Wir streben den Ausbau des Adagio-Netzwerks bis 2023 auf insgesamt 150 Aparthotels mit 15.000 Wohneinheiten an.



#### Die Marke Adagio wurde 2007 gegründet. Lassen sich Aparthotels von damals und heute überhaupt noch vergleichen?

Eher nein. Wir haben von Beginn an versucht, unser Produkt zu verbessern, wollten niemals Stillstand. Wir folgen privaten Haushaltstrends und passen uns entsprechend an. Wir haben zum Beispiel die Qualität der Betten stetig optimiert. Ein anderer Bereich ist die Technik. Heutzutage hat man als Geschäftsreisender mindestens drei elektronische Geräte bei sich, die allesamt eine schnelle Verbindung brauchen. Wir haben in den letzten Jahren sehr viel investiert, um alle Aparthotels auf den neuesten Stand zu bringen. Bei den Trends geht es übrigens nicht nur um die Zimmer, sondern genauso um die öffentlichen Bereiche. Hier rücken wir mehr und mehr vom klassischen Hotel-Konzept ab.

### Also weg von der Rezeptions-Theke?

Zum Beispiel. Das Herzstück unserer Häuser sollen offene Bereiche bilden. Wir werden in Deutschland ab kommendem Jahr die Rezeptionen peu à peu entfernen. Alle Mitarbeiter werden langfristig „Hosts“, die Adagio-Gäste in der Lounge in Empfang nehmen. Eine Rezeption im klassischen Sinn wird es nicht mehr geben. Zur Neuausrichtung des Begrüßungsbereichs kommen Gemeinschaftsküchen und Co-Working-Spaces. Die „Bibliothek der Dinge“ lädt Gäste schließlich ein, ihr Apartment nach persönlichen Wünschen mit Kissen, Körben oder Kerzen zu dekorieren und sich „zu Hause“ zu fühlen.

### Die Anforderungen für das Personal-Konzept ändern sich demnach auch?

Das stimmt. Unser Langzeitgast braucht nicht unbedingt den klassischen Receptionisten. Er möchte einen Partner, mit dem er auch mal reden kann, der ihm Tipps gibt, wenn er drei Monate in einer fremden Stadt ist. Unsere Mitarbeiter sollten also kulturell offen und mehrsprachig sein, Europa lieben und leben. Wir arbeiten für sie auch gerade ein Philosophie-Training aus. Künftig wird es übrigens nicht mehr unbedingt notwendig sein, eine Ausbildung im Hotelgewerbe zu haben. Die Systeme zum Check-in und -out müssen die Kolleginnen und Kollegen aber natürlich schon kennen.



### Spiegelt sich die Neuausrichtung auch im F&B-Bereich wider?

Allerdings. Der Gast möchte so beweglich wie nur möglich sein. Also brauchen wir statt fester Frühstückszeiten flexible Angebote. Daher bieten wir „Coffee to go“ an, künftig sogar aus hauseigenen Coffee-Shops. Müsli oder Brötchen kann der Gast weiterhin vom Frühstücksbuffet holen und gerne mit auf sein Zimmer nehmen, um dort zu essen. Oder er bestellt sich im Vorfeld Lebensmittel in seinen Kühlschrank - auch ein Trend, den wir aufnehmen. Außerdem arbeiten wir daran, mit "Shops@Adagio" nach ersten Erfolgen eine Art Mini-Market global zu implementieren.





### **Langzeitgäste benötigen auch Reinigungsservice...**

...und zwar nicht nur fürs Apartment, sondern auch für ihre Kleidung. Das wollen wir künftig genauso eingliedern wie einen Bügelservice. Denkbar wäre auch eine Poststelle für Päckchen. Sie sehen, wir haben unterschiedlichste Gedanken. Sicher ist jetzt schon: Wir wollen dem Langzeitgast möglichst guten und innovativen Service bieten.

### **Worüber freuen sich Ihre Businessgäste am meisten?**

Während der normale Hotelgast unerkannt bleiben möchte, spielen beim Langzeitgast Emotionen eine bedeutendere Rolle. Er ist wesentlich länger von zu Hause weg, von seiner Familie getrennt. Daher wollen wir ihm das Gefühl geben, wir sind sein Wohnzimmer, er darf sich jederzeit bei uns aufhalten und wir reden gern mit ihm. Wir stellen sogar kleine Geschenke aufs Zimmer, wenn wir wissen, was er besonders gerne mag. Der Langzeitgast schätzt die Aufmerksamkeit wirklich sehr.



### **Spielen denn Familien für Adagio eine Rolle?**

Sie sind definitiv eine wichtige Zielgruppe. Dies bedeutet für uns im Umkehrschluss, dass wir auch entsprechende Services anbieten müssen, vor allem für Kinder. Sind sie zufrieden, fühlt sich die ganze Familie wohl. Neben speziellen Willkommens-Paketen wird es künftig eine Gaming-Zone im öffentlichen Bereich geben.

### **Ihr Motto lautet „Länger bleiben – weniger zahlen“. Genügt das auch in Zukunft?**

Nicht mehr ausschließlich, eine normale Ratengestaltung ist heute nicht mehr innovativ genug. Wir müssen noch flexibler werden. Simple Beispiel: Als Apartment-Marke hatten wir uns in der Vergangenheit nie wirklich über das Thema Frühstück Gedanken gemacht. Wir haben mit Standards, ähnlich wie im Hotel, gearbeitet. Unsere Raten haben wir jedoch immer ohne Frühstück verkauft, was sehr schwierig zu managen ist. Wir wussten nie, wie viele Gäste wirklich erscheinen. Seit Anfang 2017 haben wir eine neue Rate, die es erlaubt, dass Gäste auch online mit Frühstück buchen können. Das hört sich jetzt simpel an und ist bei Hotels die Norm, bei Aparthotels jedoch nicht. Das war eine kleine Revolution und kam von Anfang an bestens an. Wir haben so viele Frühstücke wie noch nie verkauft, können aber wesentlich besser planen. Momentan denken wir über eine Frühbucherrate nach.



### **Beschränken sich Ihre Zielgruppen eigentlich auf Longstay-Gäste und Familien?**

Ganz stark vertreten sind auch Berufsein- und umsteiger. Wir arbeiten mit Relocation-Agenturen zusammen, die sich darauf spezialisiert haben, die Umzüge neuer Mitarbeiter zu organisieren - von der Anmeldung in der Stadt bis zur vorübergehenden Unterkunft. Daher ist das eine extrem wichtige Zielgruppe für uns. Manche Gäste kommen auch unfreiwillig.

#### **Wie meinen Sie das?**

Wir hatten in München zum Beispiel schon eine Familie, die in ihrer Wohnanlage einen Wasserrohrbruch hatte und fast zwei Jahre bei uns zu Gast war.

### **Die Preise für Grundstücke steigen stetig, speziell im süddeutschen Raum.**

#### **Wie schaffen Sie es, die Raten für die Gäste stabil zu halten?**

Das hängt mit unserem Business-Modell zusammen. Die meisten Aparthotels sind Mietobjekte. Wir kalkulieren ganz genau, was wir monatlich bezahlen können und wie das Ganze dennoch rentabel für uns bleibt. Wir arbeiten also relativ konservativ und warten, bis der richtige Deal zu uns kommt. Deshalb wachsen wir vielleicht auch nicht so schnell wie gewünscht. Speziell München ist und bleibt einer unserer Key-Märkte, trotz der hohen Preise. Hier ist einfach unglaublich viel Bedarf an Aparthotellerie.



### **In welchen Ländern gibt es Aufholbedarf?**

Zunächst haben wir definitiv noch genug Raum in Deutschland. Schwerpunkte sollen darüber hinaus die wichtigsten Städte in Europa wie auch im Mittleren Osten und in Lateinamerika werden. 20 Eröffnungen, unter anderem in Deutschland und Großbritannien, sind bereits geplant. Zudem erweitert Adagio durch einen langfristigen Lizenzvertrag das Markenportfolio von Orbis, dem AccorHotels-Partner für Osteuropa. Künftig wird die Gruppe unter den Marken Adagio, Adagio access und Adagio premium Aparthotels in Polen, der Tschechischen Republik, Ungarn, Rumänien, Serbien, Estland, Lettland und Litauen entwickeln.



### **Adagio 2028 - wie wird das aussehen?**

Zunächst einmal wollen wir weiter wachsen, vor allem in unseren Key-Märkten Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Wir möchten in diesem Segment Marktführer bleiben. Wir wollen weg vom reinen Hotelservice-Gedanken und eine echte Alternative bieten zu einem normalen Hotelprodukt, aber auch zu privaten Anbietern wie Airbnb. Diese werben mit Sicherheit um das gleiche Klientel wie wir. Deshalb müssen wir innovativ und kreativ vorangehen, damit wir auch in mehr als zehn Jahren noch gut dastehen.





**AccorHotels**

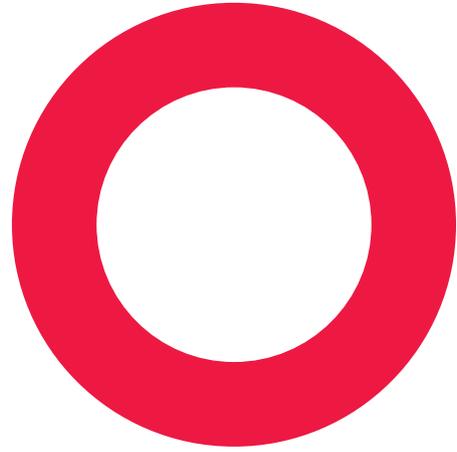
Media Relations & PR  
 Central Europe  
 Anne Wahl  
 Marie Schwab  
 T. +49 (0) 89.630 02 111  
 newsCE@accor.com

**Aparthotels Adagio**

Marketing & Communication  
 Central Europe  
 Mathias Dinier  
 T. +49 (0) 30.818 258 721  
 mathias.dinier@adagio-city.com

**AccorHotels Presse Service**

Angelika Hermann-Meier PR  
 Gregor Staltmaier  
 Vera von Wolffersdorff  
 T. +49 (0) 8807.214 90 16  
 gregor.staltmaier@hermann-meier.de



Stay, live, enjoy