

# Club Sei

Food is our identity & service our signature!



Zu den Hotelmarken LABRANDA Hotels & Resorts, Design Plus Hotels, Kairaba Hotels & Resorts und dem im letzten Jahr lancierten Budgetbrand Lemon & Soul entwickelt das Hospitality Unternehmen MP Hotels mit Club Sei bereits das fünfte Hotelkonzept. Besonderheiten hat Club Sei viele, dass sich Roula Jouny, CEO der MP Hotels, jedoch mit Dr. Cem Kinay den „AI-Cluburlaubsmacher“ als Konsulenten ins Team holte, ist ein spannender Schachzug und lässt Innovatives erwarten. Als einziges österreichisches Medium war der *traveller* bei der Präsentation für alle Sinne Ende Jänner in Istanbul dabei.

Roula Jouny, als CCO und Managing Director der FTI Group für die Weiterentwicklung der Hotelmarken verantwortlich, setzt nun mit Club Sei den nächsten Schritt der Expansionsstrategie der MP Hotels. Die einen Ausbau des Hotelportfolios bis 2020 auf rund 200 Häuser vorsieht. Vorrangig im mediterranen Bereich, wo man mit bereits mehr als 50 LABRANDA Hotels & Resorts sowie den Design Plus Hotels, Kairaba Hotels & Resorts und der noch jungen Budgetmarke Lemon & Soul vertreten ist. Vom 4 – 5\* Familien- und Aktivprodukt LABRANDA, den 5\* Premium-Strand-Resorts der Marke Kairaba und dem individuellen und designorientierten Brand der Design Plus Hotels bis zur Budgetmarke Lemon & Soul für preisbewusste Gäste ist eigentlich schon alles vorhanden. Bis auf ein Clubkonzept, das fehlte bis dato im Portfolio. Aber halbe und unausgelegene Sachen gibt es bei Roula Jouny nicht, wie sie auch im Interview mit dem *traveller* im vergangenen Jahr (Ausgabe v. 19. April 2018) erklärte: „Clubs fehlen in unserem Hotelangebot, werden von FTI und anderen Veranstaltern immer

*„Wir wollten ein big thing machen“*

wieder gefordert. Also haben wir ein Clubkonzept kreiert, das den unterschiedlichen Ansprüchen der verschiedenen Märkte gerecht wird, über alle gängigen Clubelemente verfügt, und sich dennoch – gerade im Entertainment- sowie Aktiv- und Sportbereich – von dem, was man kennt unterscheidet“, so Jouny. Ob sich vor rund einem Jahr bereits Club Sei in dieser Antwort versteckte, ist, auch wenn man bereits im März 2018 mit Dr. Cem Kinay im Kontakt war, Spekulation und für das Resultat auch nicht relevant. Relevant ist, dass man gemeinsam ein dem modernen Zeitgeist entsprechendes Clubprodukt entwickelt hat, das dem Trend des Socialisings folgt und Luxus-Feeling vermitteln soll. „Wir wollten ein big thing machen. Mit Cem Kinay, dem Mann, der All Inclusive zum Erfolg machte, der als er Magic Life erfand, an alles dachte und alles ins Produkt hineinpakte, werden wir ein völlig neues Clubkonzept entwickeln“ Man war, so Jouny, rasch von der Idee begeistert, Neues

zu entwickeln. „Wir wussten bald was wir wollten: Das Beste, etwas Besonderes, damit begann die Reise von Club Sei, der modernen Art des Cluburlaubs“.

## **Das „All-Experiences-Included“ Konzept**

Club Sei folgt den geänderten Kundenansprüchen an einen Cluburlaub: Das Zuhause sein in der ganzen Welt und im Word Wide Web, die Möglichkeit von privaten Rückzugsorten und dem gleichzeitigen Austausch mit der Community, viel Aktivität verbunden mit einer großen

*„Gibt es keine Experience, ist der Kunde nicht interessiert“*

Auswahl an Sportmöglichkeiten, aber auch Entschleunigung, Ruhe und Entspannung. Nicht fehlen dürfen großzügige Zimmer, eine Erlebnisgastronomie mit kulinarischer Vielfalt und viel Raum für Individualität. Hier kommt Dr. Kinay ins Spiel, der bereits nach den ersten Gesprächen mit Jouny wieder vom „Clubfieber“ gepackt war (siehe auch Interview auf Seite 6). „AI ist längst nicht mehr nur auf die Türkei zu beschränken, AI ist heute in ganz Europa und auch in den USA etabliert. Everyone deserves a

better life, sagte Steve Jobs. Ich sage: Everyone deserves a better holiday and travel. Also begannen wir zu analysieren, was die neue Generation von einem Clubprodukt erwartet, in dem sich auch Personal und Mitarbeiter wiederfinden und wohl fühlen“.

Es geht um Experiences, denn, so Kinay: „Experiences sind heute überall, gibt es keine, ist der Kunde nicht interessiert.“ Also war es letztlich nur ein Buchstabe, um aus dem gängigen Clubkonzept the next Generation zu machen. Aus dem traditionellen AI wurde AE – All Experiences, und das ist viel mehr als nur ein simples Serviceversprechen. „Our food is our identity and service is our signatur“, so Jouny, und ist überzeugt, dass Club Sei das Potenzial hat, das bestehende, eher traditionelle Clubkonzept zu verjüngen. „Wir sprechen damit eine neue Generation von Urlaubern an – moderne Familien und trendbewusste Globetrotter,“ erklärt Jouny.

Mit dem „All-Experiences-Included“ Konzept wolle man Kosmopoliten ansprechen, die auf der Suche nach einem besonderen Hideaway sind, den Moment zu genießen wissen und in die lokale Kultur eintauchen wollen.

Was einfach klingt, ist noch ein Stück Arbeit, viel Zeit bis zur geplanten Eröffnung der ersten drei Clubresorts im Laufe der Saison 2019/20 ist nicht. Club Sei Lanzarote soll der erste Club der neuen Marke werden, gefolgt von den beiden Clubs in Belek und Marmaris, die dann Club Sei Belek und Club Sei Marmaris heißen werden. Der Club in der türkischen Ägäis wird über 281 Zimmern verfügen und direkten Zugang zu einem privaten Strandabschnitt bieten. Im 772 Zimmer umfassenden Club Sei Belek wird es eine große Auswahl an Restaurants und Bars, elf Swimmingpools, Wasserrutschen und einen privaten Strandabschnitt geben. Details zum Club Sei Lanzarote werden demnächst vorgestellt.

### Inspiration auf acht Säulen

Herzstück aller Club Sei ist ein Acht-Säulen-Konzept, das ineinandergreifend und von aktuellen Trendthemen wie Slow Travel oder Slow Food inspiriert, ein einzigartiges Urlaubserlebnis garantieren soll:

- **Social Butler & Eloquent Service:** Umfasst sowohl einen persönlichen Butler-Service als auch eine smarte und digitale App, um den Service sowohl physisch als auch digital auf eine neue Ebene zu heben.
- **Food & Entertainment:** Traditionelles wird mit internationalem Touch versehen und eine von Basaren und Food Courts inspi-



Elif Dagdeviren, Dr. Cem Kinay und Roula Jouny

rierte Erlebnisgastronomie geschaffen, die von Musik und Unterhaltung begleitet wird.

- **Farming:** Geht mit Food & Entertainment einher und steht für frische Zutaten, die teilweise aus eigenem Anbau stammen.
- **Learning & Co-working:** Steht für Angebot und Raum in jedem Resort, dass Gäste ihren eigenen Interessen nachgehen und an Kursen und Veranstaltungen teilnehmen lässt.
- **Well+ & Fitness:** Für körperliche und geistige Balance.
- **Sports & Fashion:** Das persönliche Komforterlebnis mit Trainieren, Shoppen & Stylen.
- **Exploring like Locals:** Stellt ein Gleichgewicht zwischen dem kosmopolitischen Selbst und der Clubresort-Umgebung her. Club Sei dient als Ausgangspunkt, um das Reiseziel aus Sicht der lokalen Bevölkerung zu entdecken.
- **Stay & Art:** Steht für ausgewähltes Design, das alle Sinne anspricht.

### Ein Wal mit gutem Duft

Dass Hotels heute ihren eigenen Duft haben, ist nicht neu, die Kunst liegt hier allerdings im „weniger ist mehr“. Also kein olfaktorisches Attentat auf den Gast, sondern ihn mit einer unaufdringlichen feinen wie frischen Duftmarke zu verwöhnen. Das tut der eigens kreierte Club Sei Duft, der nach Urlaub riecht und die Nase verwöhnt. Und wie kam's zur Namensfindung? Hier hat man sich vom Seiwal mit seinen eleganten und fließenden Bewegungen inspirieren lassen. Weil auch bei Club Sei alles in fließend-harmonischer Bewegung ist.

Auch Alexander Gessl, Managing Director FTI Österreich, freut sich auf das neue Clubprodukt:

„Die Lifestylemarke Club Sei stellt die perfekte Ergänzung unseres Hotelportfolios dar, das All Experiences-Included Konzept ist eine Revolution und wird das traditionelle Clubkonzept in ein neues

Zeitalter führen. Club Sei ist exakt auf die Bedürfnisse der modernen Reisenden zugeschnitten und trifft mit der Verbindung der digitalen und analogen Urlaubswelt den Zeitgeist.“ **bc**

Informationen unter [www.clubseiworld.com](http://www.clubseiworld.com)





## Dr. Cem Kinay

### Club Sei: Eine Erfrischung für den Markt!

Mit Magic Life hat Dr. Cem Kinay in den 1990ern das Volumens-Urlaubsprodukt revolutioniert und All Inclusive salonfähig gemacht. Kein Land, in dem heute AI nicht auf der touristischen Speisekarte steht. Nach erfolgreichen und auch bewegten Jahren ist Kinay als Konsulent für MP Hotels und die FTI Group zurück am touristischen Parkett. Er schreibt gemeinsam mit Roula Jouny, CEO MP Hotels und Managing Director bei der FTI Group am Clubkonzept von Club Sei mit. Der traveller traf Dr. Kinay anlässlich der Präsentation von Club Sei in Istanbul zu einem exklusiven und herzlichen Interview.

**traveller: Lange her, dass Sie einem österreichischen Fachmedium ein Interview gaben, wie geht es Ihnen?**

**Dr. Cem Kinay:** Es geht mir sehr gut und ich freue mich sehr, hier mit Ihnen – mit Österreich – zu sprechen. Auch wenn ich mich in den letzten Jahre sehr viel mit Consulting für größere Hotelprojekten in der Türkei, in Istanbul und Antalya, befasst habe, an meine Zeit in Österreich und meine vielen Freunde in Wien denke ich gerne und oft zurück.

**Und jetzt machen Sie wieder einen „Club“?**

1990, als ich in Sarigerme den ersten Magic Life Club eröffnete, war ich 31, jung und verrückt (lacht). Aber ich wusste, was ich wollte: Ein Club-Urlaubsprodukt speziell für Österreicher und die Türkei etablieren. Jetzt – mit 61 und vielen Erfahrungen – nach so vielen Jahren wieder an einem Clubkonzept mitarbeiten zu können, ist eine Challenge. Ohne Roula Jouny und Dietmar Gunz (CEO FTI Group) würde ich mich das nicht trauen, ich bin ja schon länger „out of that business“.

**Wie kam es zur Zusammenarbeit mit MP Hotels und der FTI Group?**

Dietmar Gunz und Roula Jouny riefen mich Anfang 2018 mit dem Satz „Wir wollen einen Club machen“, an. Was für einen, so meine Frage, denn AI alleine – das war rasch klar – reicht heute nicht mehr. AI ist ja nicht mehr nur auf die Türkei beschränkt, sondern längst in vielen beliebten Urlaubsländern, auch in den USA und der Karibik etabliert.

**Damit waren Sie mitten drinnen im Konzept für Club Sei?**

Es macht große Freude, mit Roula und ihrem Team dieses neue Produkt für die moderne, digitale Generation zu entwickeln. Wir wussten bald, dass AI einen neuen Namen braucht, der

Anker war mit Experiences schnell gefunden. Der Gast erwartet heute überall Experiences, gibt es keine, ist er nicht interessiert. Damit begann das „All Experiences Included“ Konzept Gestalt anzunehmen.

**Ist Club Sei vorrangig für die jungen Digital Natives gemacht?**

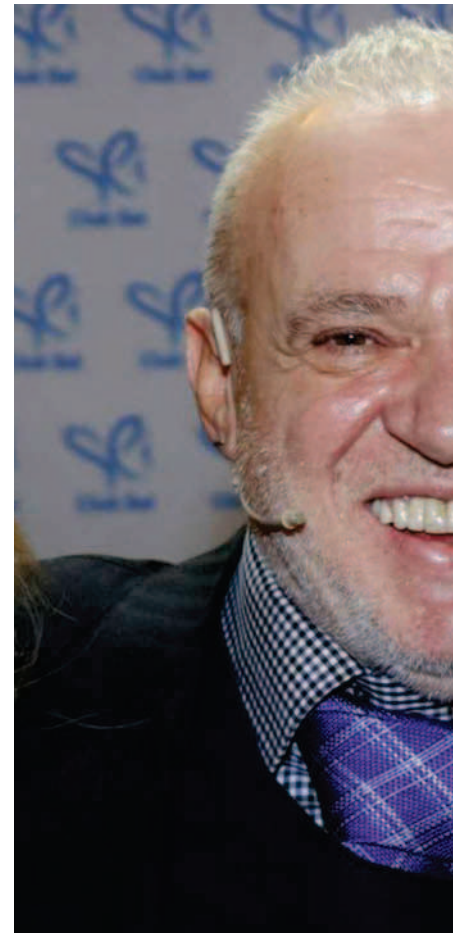
Zielgruppen und Gäste haben sich über die Jahre völlig verändert, die Urlaubs-Ansprüche sind gänzlich andere. Die gängige Differenzierung gilt heute nicht mehr, die Welt ist für alle offen und das biologische Alter irrelevant. Was aber nicht heißt, dass es bei Club Sei etwa mit Adults only & Family keine gezielten Zielgruppenansprache geben wird. Club Sei soll die junge Generation ansprechen, ohne dabei auf die traditionellen Gäste zu vergessen. Jeder Gast soll sich bei Club Sei wiederfinden.

**Vor allem Internet und Social Media sind heute wichtige „Experience“ Faktoren?**

Korrekt. Egal welchen Alters, der Mensch ist immer und überall, auch im Urlaub, im Web und in den sozialen Medien aktiv. Mit dem Social Butler & Eloquent Service – eine der acht Säulen von Club Sei (mehr dazu auf Seite 4) – reagiert man auf diesen Trend und bietet mit dem persönlichen Butler-Service und einer eigenen App eine neue Experience, die weit über den tatsächlichen Urlaub hinausgeht. Die Club Sei Experience beginnt nämlich bereits weit vor Reiseantritt und hört auch nach Urlaubsende nicht auf.

**Was ist noch anders im neuen Club Sei Konzept?**

Club Sei folgt ganzheitlich dem modernen Zeitgeist, das spiegelt sich gerade im Food & Taste Konzept wider. Experiences stehen auch hier im Vordergrund. Das Mainrestaurant gleicht einem kulinarischen Marktplatz und keinen langen Buffets, die „attackiert“ werden. Und das Entertainment ist als Experience-Erlebnis rund



ums Abendessen integriert. Ähnlich den erfolgreichen Palazzo-Veranstaltungen, bei denen Kulinarik mit Show und Entertainment perfekt kombiniert werden.

**Sie sind vom raschen Erfolg von Club Sei überzeugt?**

Absolut, Club Sei mit AE wird ein Erfolg und die FTI Group komplettiert damit ihre schon sehr große Hotelpalette um ein innovatives und zeitgemäßes Urlaubskonzept. Damit ist Wachstum garantiert, ich denke dass auch Ägypten, Griechenland, Tunesien, Spanien und natürlich die Türkei noch einige Clubs Seis „vertragen“.

**Herr Dr. Kinay, danke für das Gespräch ...**

Auch ich bedanke mich. Österreich war, ist und wird für mich immer wichtig sein. Club Sei ist eine echte Erfrischung für den Markt und wird ganz sicher auch die österreichischen Gäste begeistern. **bc**

**Für und über „seinen“ Verein Galatasaray – erstmals in englischer Auflage!**

