

Hotel-Report

Ausgabe 4 | Mai 2014


SOLUTIONS DOT WG
HOSPITALITY ADVISORY ALLIANCE


Fairmas

Im Fokus Mode, Marke, Metropole - Marktanalyse Düsseldorf



Inhaltsverzeichnis

Editorial	3
April 2014 im Vergleich zum Vorjahr	4
Das Fairmas Trendbarometer	7
Im Fokus	14
Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report	24
Disclaimer	25

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

nachdem wir uns im November 2013 mit dem mächtig in Fahrt gekommenen Tourismus-Dampfer Hamburg beschäftigten und viel positive Resonanz für diesen analytischen Blick auf eine Destination erhielten, setzen wir nun diese Serie mit einem neuen Standort fort: Düsseldorf. Gabriele Kiessling, Analystin bei Solutions dot WG, untersuchte das Potenzial der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt, die 2013 einen neuen Besucherrekord meldete. Was ist das Fundament für hohe Lebensqualität der Metropole? Wie entwickelt sich der Hotelmarkt? Wie attraktiv ist der Standort für Investoren – unser Hotel-Report beantwortet diese Fragen.

Der Mai rundum ein Wonnemonat? Steigende Temperaturen und Kennzahlen? Wir haben druckfrisch die Zahlen des Monats April und zeigen im Trendbarometer die Aussichten für die Monate Mai, Juni und Juli. Die Prognosen sind durchwachsen – wo die Hoteliers mit der Sonne um die Wette strahlen und wo Tiefs lauern, zeigen die aktuellen Analysezahlen von Fairmas.

Das Team des Fairmas Hotel-Report wünscht Ihnen viel Spaß und inspirierende Einsichten beim Lesen des Hotel-Reports

Gabriele Kiessling & Nadine Kilian

April 2014 im Vergleich zum Vorjahr¹

Aktueller Überblick über die Hotel-Performance für ausgewählte Destinationen in Deutschland

¹ Vorläufige Kennzahlen (täglich erhoben), verstehen sich als Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert, gerundete Werte
Quelle: Fairmas GmbH/STR Global, Stand 06.05.2014

Berlin

Occ: 71 %, ADR: 81 €, RevPar: 58 €

Deutlich mehr haben die Berliner Hoteliers für den April erwartet. Die Osterfeiertage und die dazugehörigen Ferien ließen zwar nicht viel Business-Geschäft erwarten, doch mit einem RevPar-Rückgang um 13 % (OCC: -2 %, ADR: -11 %) sind die Häuser der Stadt alles andere als zufrieden. Auch wenn die Buchungen sehr kurzfristig kamen, das wunderbare Wetter an den Feiertagen zog viele Touristen in die Stadt. Die Belegung konnte jedoch auch durch das gute Leisure-Geschäft nicht auf Vorjahresniveau gehalten werden, da insgesamt ratenstarkes Business-Geschäft und Veranstaltungsgeschäft ausblieb.

Dresden

Occ: 67 %, ADR: 67 €, RevPar: 44 €

In Dresden sorgen positive Zahlen für Frühlingsgefühle. Das traumhafte Wetter an den Osterfeiertagen und in den Ferien zog viele Touristen in die Stadt, was zu einem Anstieg in der Belegung um 13 % führte. Auch hier kamen die Buchungen extrem kurzfristig, zumeist nur einen oder zwei Tage vorher. Es fehlte jedoch wie in den meisten anderen Destinationen an ratenstarkem Business-Geschäft, weshalb die Rate im Vergleich zum letzten Jahr um 6 % zurückging. Dennoch konnte durch die hohe Auslastung ein RevPar-Anstieg von 7 % verzeichnet werden.

München

Occ: 75 %, ADR: 109 €, RevPar: 81 €

Die Zahlen in München sind nicht vergleichbar mit denen des letzten Jahres. Die BAUMA-Messe, die nur alle 2 Jahre stattfindet sorgte 2013 für sehr hohe Raten. Ihren Wegfall in diesem Jahr spüren die Hoteliers deutlich in der extremen Negativ-Entwicklung der Rate um 37%. Der vergleichsweise geringe Rückgang in der Belegung um 3% konnte nur durch starkes Leisure-Geschäft in den Osterferien und zu den Feiertagen erreicht werden. Auch hier kamen die Buchungen äußerst kurzfristig und zu vergleichsweise geringen Raten. Doch allein das touristische Geschäft konnte den drastischen Rückgang des RevPar um 39% natürlich nicht relativieren.

Köln/Bonn

Occ: 63 %, ADR: 88 €, RevPar: 55 €

Die Hoteliers in Köln/Bonn meldeten insgesamt negative Zahlen (Occ: -3%, ADR: +0,1%, RevPar: -3%). Die Fibo-Messe (03.-06.04.2014), die nun schon zum zweiten Mal in Köln stattfand wurde besser angenommen als im letzten Jahr und auch das Leisure-Geschäft zu Ostern und in den Ferien lief aufgrund des traumhaften Wetters zufriedenstellend, sogar zu besseren Raten als im letzten Jahr. Dennoch blieben die Hoteliers ein wenig ratlos, denn der April blieb doch etwas hinter den Erwartungen zurück. Wir nehmen an, analog

zu den anderen Destinationen, dass auch hier die Nachfrage im Business-Segment geringer ausfiel in diesem Jahr, aufgrund der Verschiebung der Osterferien.

Düsseldorf

Occ: 60 %, ADR: 116 €, RevPar: 70 €

Der April in Düsseldorf war deutlich besser als im Vorjahr (RevPar: +27%). Verantwortlich für die Verbesserung war die 5-tägige und alle zwei Jahre stattfindende Wire & Tube, die maßgeblich für den Ratenanstieg war (ADR: +27%) in 2014. Der Rückgang in der Belegung (Occ: -1%) ist auf die beiden Osterferienwochen im April zurückzuführen, in welchem das Gruppen- und Corporate Geschäft sehr verhalten gebucht wurde. 2013 begann der Monat bereits mit der 2. Ferienwoche - damit standen den Hoteliers mehr als 3 Businesswochen zum Verkauf zur Verfügung.

Frankfurt

Occ: 62 %, ADR: 110 €, RevPar: 67 €

Die Performance in Frankfurt war im April mit einem RevPar-Rückgang von 6% schlechter als im Vorjahr, auch wenn die Rate einen Zuwachs um 1% verzeichnete. Wesentliche Gründe für den Ratenanstieg ist die in den April hineinreichende Messe Light & Building (2-Jahresturnus). Diese verkaufte sich generell hochpreisiger, als die Musikmesse, die im April 2013 stattfand. Die Gründe für

die Verschlechterung in der Belegung (Occ: -6%) sind vor allem auf die Osterferien zurückzuführen, die in diesem Jahr 2 Wochen andauerten und nicht wie im letzten Jahr nur eine Woche des Aprils ausmachten. Im Vergleich zum letzten Jahr fehlte Frankfurt 2014 eine volle Businesswoche, was sich stark in der Belegung niederschlug.

Hamburg:

Occ: 79 %, ADR: 112 €, RevPar: 89 €

Der April zeigte für die Hansestadt eine leichte Verschlechterung in der Gesamtperformance um -0,4%, bedingt durch einen Rückgang in der Belegung, trotz positiver Rate (+0,1%). Wesentliche Gründe für den Zuwachs in der Durchschnittsrate

sind zurückzuführen auf die in diesem Jahr stattfindende Messe Aircraft (08.-10.04.2014), die 2014 bessere Raten verbuchte, als es 2013 der Fall war (ADR: +5%). Auch die erstmalig in diesem Jahr stattfindende Messe IN Cosmetics Anfang April (01.-03.04.2014 und letztes Jahr in Paris) sorgte für einen Anstieg in der Rate. Da die Osterferien im letzten Jahr vollständig auf Ende März fielen und dieses Jahr bereits im April begonnen, wirkte sich dies negativ auf die Belegung aus (Occ: -1%). Des Weiteren fiel der Haspa Marathon letztes Jahr in den April, welcher für eine starke Belegung in der Hansestadt sorgte. Dieses Jahr liegt dieses Event am 1. Maiwochenende.

Alle Destinationen im Überblick

Hotel Performance April 2014*												
	Occupancy in %				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	Apr 14	Apr 13	Var.	Var.%	Apr 14	Apr 13	Var.	Var.%	Apr 14	Apr 13	Var.	Var.%
Berlin	71,0	72,6	-1,6	-2,2	81,3	91,6	-10,3	-11,2	57,7	66,5	-8,8	-13,2
Dresden	66,6	58,9	7,7	13,1	66,5	70,5	-4,0	-5,7	44,3	41,5	2,8	6,7
München	74,5	77,2	-2,7	-3,5	108,6	173,5	-64,9	-37,4	80,9	133,9	-53,0	-39,6
Köln/Bonn	62,6	64,3	-1,7	-2,6	88,1	88,1	0,0	0,1	55,2	56,6	-1,5	-2,6
Düsseldorf	60,2	60,7	-0,5	-0,8	116,0	91,3	24,7	27,1	69,8	55,4	14,4	26,0
Hamburg	79,4	80,2	-0,8	-1,0	111,7	111,6	0,1	0,1	88,7	89,5	-0,8	-0,9
Frankfurt	61,5	65,6	-4,1	-6,2	109,5	108,8	0,7	0,6	67,3	71,4	-4,0	-5,6

Die Kennzahlen werden von der Fairmas GmbH in Zusammenarbeit mit STR Global zur Verfügung gestellt.

Das Fairmas Trendbarometer

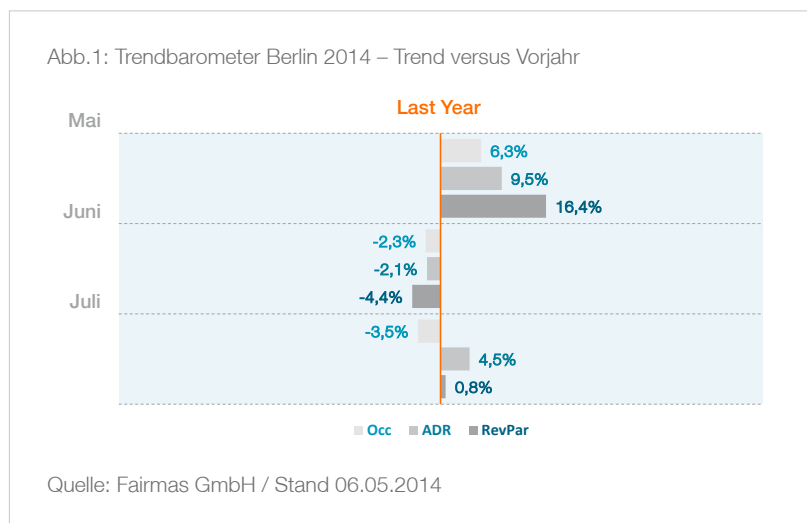
Der Blick in die Zukunft im Einzelnen:

Berlin

Der Mai wird für die Berliner Hoteliers ein Wonnemonat, das lassen zumindest die Prognosen vermuten. Die Belegung wird um 6% positiver

Pokal-Finale sorgt in einigen Häusern für gutes Geschäft. Nicht zuletzt fallen in diesem Jahr wichtige Feiertage wie Pfingsten und Fronleichnam in den Juni, was den Hotels drei volle Business-Wochen beschert.

Der Juni wird dagegen deutlich verhaltener prognostiziert. Hier macht sich die Verschiebung der Feiertage in den Zahlen negativ bemerkbar. Dazu beginnen in einigen Bundesländern auch schon die Sommerferien. Es gibt keine großen Messen oder Events. Dadurch fehlt es an Business-



als im letzten Jahr erwartet, die Rate steigt um 10%, was zu einem respektablen RevPar-Anstieg von 16% führt. Das lange Wochenende um den 1. Mai war bereits gut gebucht, auch aufgrund der Deutschen Meisterschaften im Schwimmen. Die ILA (20.-25.05.2014) zieht natürlich auch wieder einiges Business-Geschäft in die Stadt, was den starken Ratenanstieg erklärt. Und auch das DFB-

Geschäft, die Buchungen in diesem Segment sind nach wie vor recht verhalten. Zwar rechnet man mit einem Rückgang in der Belegung und Rate um je etwa 2%, was zu einem RevPar-Rückgang von 4% führt, aber die Hoteliers sind dennoch zufrieden, denn zusammen mit den Zahlen vom Mai ist die Tendenz sehr positiv und relativiert die Verluste aus dem 1. Quartal.

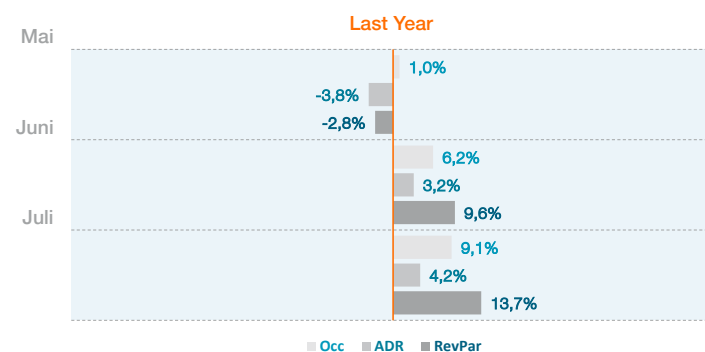
Die Prognosen für den Juli sind verhalten positiv. Man erwartet zwar einen Rückgang in der Belegung um 4 %, jedoch einen Ratenanstieg um 5 % und damit eine leicht positive RevPar-Entwicklung von 1 %. Traditionell ist der Juli eher unberechenbar. Die Ferien in Berlin beginnen jedoch erst recht spät und man erwartet einiges Corporate-Geschäft. Die Kurzfristigkeit der Leisure-Buchungen macht die Voraussagen schwer.

Dresden

Im letzten Jahr fanden in Dresden im Mai verschiedene Großveranstaltungen und Kongresse statt. Außerdem gab es drei verlängerte Wochenenden aufgrund der verschiedenen Feiertage, das hat das Leisure-Geschäft angekurbelt. Das ist in diesem Jahr etwas anders. Das Wochenende um den 1. Mai sorgte für eine gute Leisure-Auslastung, wie der Monat in diesem Segment weitergeht lässt sich aufgrund der Kurzfristigkeit der Buchungen jedoch nur schwer prognostizieren. Recht sicher ist, dass es mangels Großveranstaltungen an Business-Geschäft fehlt, was zu den verhaltenen Prognosen führt (Occ: + 1 %, ADR: - 4%, RevPar: - 3%)

Die Nachfrage für den Juni dagegen ist schon jetzt sehr gut, genau wie die Prognosen (Occ: + 6 %, ADR: + 3 %, RevPar: + 10 %). Es finden einige Großveranstaltungen statt und die Feiertage, die viele Touristen gern für verlängerte Wochenenden nutzen, ziehen auch viele Gäste in die Stadt. Allerdings darf man nicht vergessen, dass im letzten Jahr im Juni das Hochwasser etwa 25 % der gelanten Einnahmen weggespült hat.

Abb.2: Trendbarometer Dresden 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 06.05.2014

Auch der Juli brachte im letzten Jahr noch einige Verluste aufgrund des Hochwassers. Zu dieser Zeit war der Elbradweg noch gesperrt, die Radwanderer blieben aus und die Nachfrage war aufgrund der allgemeinen Verunsicherung generell noch sehr gering. Dadurch sind in diesem Jahr natürlich

die Prognosen für den Juli deutlich besser (Occ: +9%, ADR: +4%, RevPar: +14%). Es wird wieder viel Leisure-Geschäft erwartet, besonders bei den Hotels in der Innenstadt.

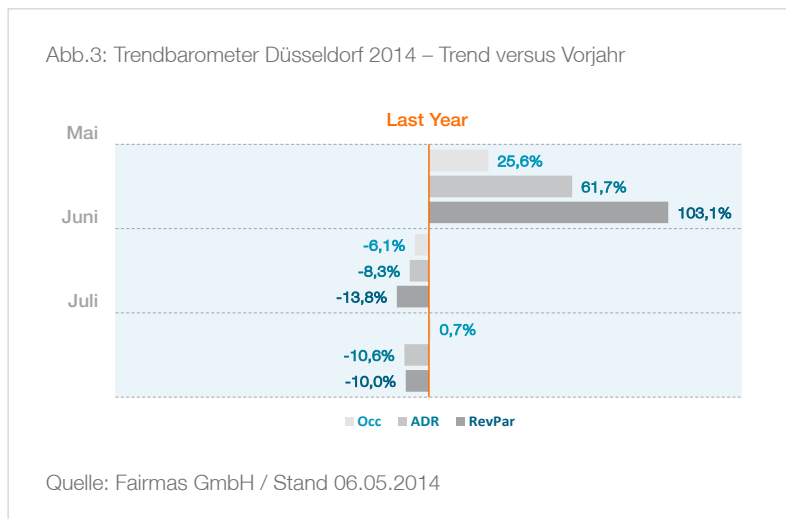
Vorbuchungslage im Segment Gruppen, was sich sowohl in der positiven Prognose der Rate, als auch in dem Belegungsanstieg ausdrückt (ADR: +62%, Occ: +26%).

Düsseldorf:

Der Mai spielt den Düsseldorfer Hotels dieses Jahr in die Karten. Ein RevPar-Plus von 103% wird erwartet. Maßgeblich für den hohen Anstieg ist die im 3-Jahresturnus stattfindende Messe Interpack

Was den Hoteliers in Düsseldorf im Mai in die Karten spielte, fehlt entsprechend im Juni (Occ: -6%, ADR: -8%, RevPar: -14%): Die Feiertage Fronleichnam und Pfingstmontag fallen in den Juni und spalten somit die 2 der 4 Businesswochen, vor allem in Hinblick auf die Platzierung

des Gruppengeschäftes. Einige Hoteliers verzeichnen weiterhin in Düsseldorf einen Rückgang im Bankettbereich, welches auch die Zimmerbuchungen entsprechend beeinflusst. Bislang bleiben noch viele Anfragen ungewiss und es wird aus Erfahrung eine Steigerung des Buchungsaufkommens erwartet.



(08.-14.05.2014), zum anderen fallen einige Feiertage (Pfingsten, Fronleichnam) dieses Jahr in den Juni, was zu einem verstärkten Corporate-Geschäft führt. Der diesjährige Ärztekongress Ende des Monats, welcher letztes Jahr in Hannover stattfand, wirkt sich laut Vorbuchungsstand bei einigen Hotels der Stadt besonders positiv aus. Einige Hoteliers verzeichnen weiterhin eine gute

Auch der Juli zeigt bisher eine negative Prognose. Ein RevPar-Rückgang von -10% wird erwartet, zurückzuführen auf die negative Entwicklung in der Rate (ADR: -11%), trotz der Steigerung in der Belegung von 1%. Die Gründe sind insbesondere auf den frühen Beginn der Sommerferien in NRW zurückzuführen (07.07.-19.08.2014), während im letzten Jahr die Sommerferien erst am 22. Juli begannen. Hinzu kommt, dass der Rama-

dan in diesem Jahr 6 Tage länger im Juli ausfällt. Hierdurch wird ein starker Geschäftsrückgang zu erwarten sein.

Frankfurt:

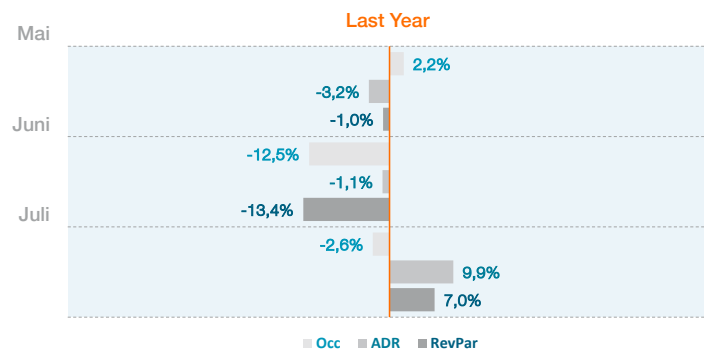
Der Mai zeigt in Frankfurt bisher einen negativen Trend mit einem RevPar-Rückgang von -1%. Zurückzuführen ist dies vor allem auf die negative Einschätzung der Rate von -3%. Im letzten Jahr fand direkt am Anfang des Monats die IFA Messe statt (nur alle 3 Jahre). Parallel begann in 2013 die alljährliche Messe IMEX an einem Dienstag nach Pfingsten, was zu einer höheren Belegung und Rate an einem sonst eher schwachen Pfingstmontag führte. Daher schätzen Hoteliers den Monat Mai in Frankfurt deutlich unter dem Vorjahresniveau ein.

Der Juni beschert den Frankfurter Hoteliers trübe Aussichten. Ein RevPar-Rückgang von -13% wird erwartet, vor allem bedingt durch die negative Einschätzung in der Belegung (Occ: -13%). Die Hessen profitierten 2013 von einem starken Corporate-Geschäft aufgrund der fehlenden Feiertage. In 2014 beeinträchtigen die 2 Feiertage (Pfingstmontag und Fronleichnam) 2 volle Businesswochen. Außerdem fand in 2013 die Techtextil statt (2-Jah-

resturnus). Somit sind die Grundvoraussetzungen in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahresmonat schlechter.

Hoffnung gibt der Juli mit einem RevPar-Plus von 7%, zurückzuführen auf die positive Entwicklung in der Rate (ADR: +10%). Letztes Jahr waren bereits im Juli in Hessen die Sommerferien, die in diesem

Abb.4: Trendbarometer Frankfurt 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 06.05.2014

Jahr erst Ende Juli beginnen; somit ist der Juli ein voller Geschäftsmonat. Die Frankfurter Hoteliers registrieren bereits Buchungen im Veranstaltungsbereich und hoffen somit auf eine Verbesserung in der Rate, da die Hotels nicht ausschließlich vom Leisure, Individual und Busgruppen-Geschäft abhängig sind und das Corporate-Geschäft positiv beeinflusst wird.

Hamburg:

Hoteliere erwarten in Hamburg im Mai eine Verbesserung in der Gesamtperformance mit einem deutlichen RevPar-Zuwachs von 8% im Vergleich zum letzten Jahr. Begründet wird dies durch eine verstärkte Nachfrage zu alljährlichen Events, wie dem Hafengeburtstag, diverser hochpreisiger Konzerte in der o2 World (The Scorpions, Justin Timberlake und Robbie Williams), dem Marathon sowie zum X-Ray Kongress, welches sich besonders auf die Durchschnittsrate positiv auswirkt (ADR: +2%).

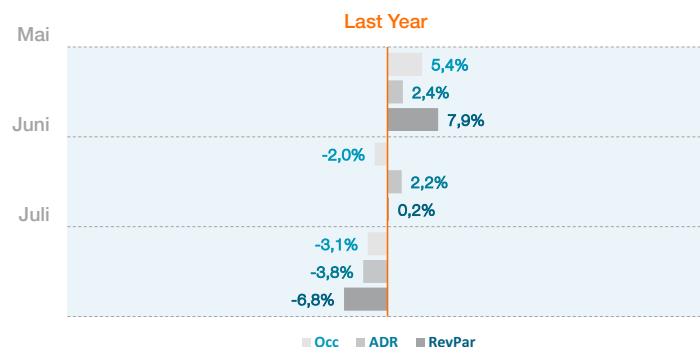
Auch das Spring-Derby in Klein Flottbek am letzten Mai Wochenende stimmt die Hamburger Hoteliere positiv.

Im Juni erwarten die Hoteliere eine leichte Verbesserung in der Gesamtperformance (RevPar: +0,2%), bedingt durch den Ratenanstieg von +2%. Generell verzeichnen viele Hotels eine zunehmende Nachfrage im Segment MICE, verbunden mit einem stark frequentierten Medical-Kongress vom 08.-12. Juni (letztes Jahr im Mai), welcher somit die Pfingsttage abdeckt und eine positive Ausgangssituation in der Rate generiert. Durch den späteren Beginn der Sommerferien in diesem Jahr werden die Touristenmassen erst ab Juli erwartet, zusammen mit den Harley Days (Juli 2014 versus Juni

2013), was sich wiederum negativ auf die Belegung (z.B. fehlende Gruppen- und Städtereisen) auswirkt. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Juni letztendlich entwickeln wird.

Im Juli erwarten die Hamburger Hoteliere einen starken Rückgang in allen Bereichen (Occ: -3%, ADR: -4%, RevPar: -7%). Im Juli letzten Jahres profitierte die Hansestadt von der internationalen Lions Club Convention. Dieses hochpreisige Event kann von dem in diesem Jahr stattfindenden Zeu-

Abb.5: Trendbarometer Hamburg 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 06.05.2014

gen Jehovas Event nicht aufgefangen werden. Dennoch hoffen die Hamburger auf eine Verbesserung insgesamt, vor allem bedingt durch ein gutes Leisure-Geschäft mit zahlreichen Touristen im Städtereisen und Stop-over Bereich. Grund für den Optimismus ist das Ausbleibende „Sommer-

loch“, wie das in vielen anderen deutschen Städten zu dieser Zeit der Fall sein wird.

Köln/Bonn

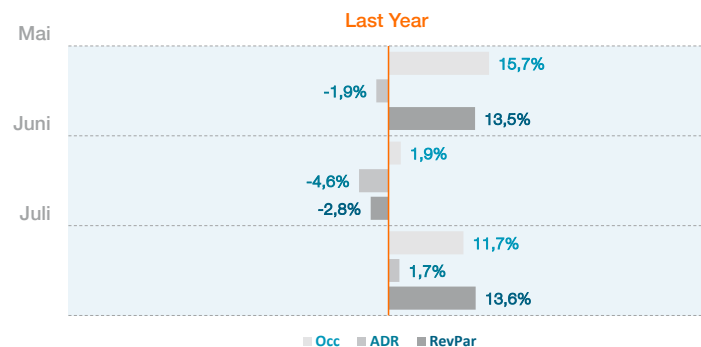
Der Mai wird für die Hoteliers in Köln/Bonn wonni- ger, als bisher prognostiziert. Die Interpack in Düs- seldorf (08.-14.05.2014) sorgt für viel Overflow. Auch die Anga Com-Messe (20.-22.05.2014) sorgt mehr als bisher vermutet für einiges Business-Ges- chäft zu guten Raten. Das alles führt zu einer be- achtlichen Steigerung in der Belegung (+ 16%). Die guten Wetterprognosen ziehen viele Touristen in die Stadt, der Leisure-Buchungs- stand ist schon jetzt erfreulicher als erwartet. Mittlerweile stehen auch die Teilnehmer für das Fi- nal4 (31.05.-01.06.2014) fest, und auch hier beginnen bereits die Vorbuchungen. Durch die verlängerten Wochenenden geht jedoch etwas Business- Geschäft verloren, was die Rate leicht sinken lässt (-2%), der RevPar steigt aber dennoch um beachtliche 14%.

Der Juni wird nicht ganz so positiv erwartet. Die Anga Com fand im letzten Jahr noch im Juni statt und hat für entsprechend gute Raten gesorgt. Da sie in diesem Jahr in den Mai fällt, fehlt es im Juni

an Rate (-5%). Die Pfingstfeiertage und Fronleich- nam bringen einige touristische Bewegung in die Stadt, das sorgt für eine gute Belegung (+2%), kann aber aufgrund der niedrigeren Leisure-Raten den RevPar-Rückgang (-3%) auch nicht aufhalten. Für eine gute Belegung sorgt auch schon jetzt die PowerGen (03.-05.06.2014), die Raten bleiben al- lerdings auch hier durchschnittlich.

Der Juli ist traditionell sehr schwer einschätzbar. Für die erste Woche gibt es zwar bereits jetzt eine starke Nachfrage im Tagungs- und Business-

Abb.6: Trendbarometer Köln/Bonn 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 06.05.2014

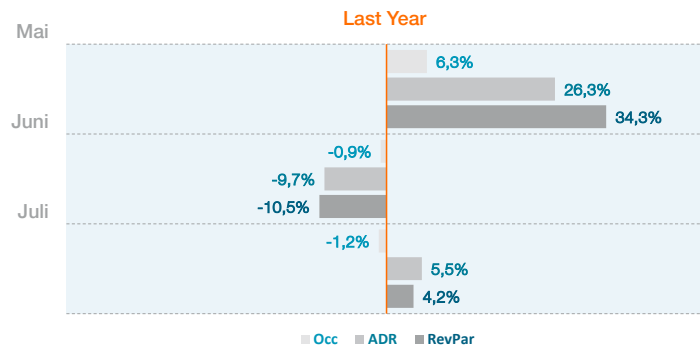
Geschäft, ansonsten ist der Juli bisher noch sehr zurückhaltend. Das ändert aber nichts an den zuversichtlichen Prognosen (Occ: +12%, ADR: +2%, RevPar: +14%), die sich hoffentlich bestä- tigen.

München

Die Münchner Hoteliers erwarten einen sonnigen Mai. Die sehr starke IFAT-Messe (05.-09.05.2014) sorgt für viel Corporate-Geschäft, für den enormen Ratenanstieg von 26% und den deutlichen Anstieg in der Belegung um 6% im Vergleich zum Vorjahr (RevPar: +34%). Bisher lief das Jahr im Corporate-Gruppengeschäft eher verhalten, der Mai entwickelt sich jedoch gut in diesem Segment. Das hängt vor allem mit der geringen Anzahl an Feiertagen und Ferien im Mai zusammen, die Pfingstferien finden in diesem Jahr im Juni statt. In der zweiten Monatshälfte (20.-23.05.2014) sorgt die FESPA Digital ebenfalls für einen starken Corporate-Impact.

Der Einfluss der Pfingstferien auf das Corporate-Geschäft wird in diesem Jahr im Juni deutlich, genauso wie das Fehlen der Transport-Messe, die im letzten Jahr einen guten Impact hatte (Occ: -1%, ADR: -10%, RevPar: -11%). Die großen Messen Intersolar (04.-06.06.2014), Automatica und Maintain (beide 03.-06.06.2014) fallen zu allem Überfluss auch noch alle in dieselbe Woche und der ESHRE-Kongress zum Ende des Monats

Abb.7: Trendbarometer Köln/Bonn 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 06.05.2014

kann trotz ermunternd hoher Raten die negative Entwicklung im Vergleich zum letzten Jahr nicht relativieren, denn auch hier bleibt der Impact hinter den Erwartungen zurück..

Der Juli bringt wieder positivere Erwartungen mit sich (OCC: -1%, ADR: +6%, RevPar: +4%). Die Hoteliers gehen zwar davon aus, dass aufgrund des Ramadan, der bereits Ende Juni beginnt recht wenig Business-Geschäft aus dem Arabischen Raum zu erwarten ist, doch erhofft man sich von größeren Veranstaltungen wie der Fortbildungswoche für praktische Dermatologie und Venerologie (19.-25.07.2014), dem EACR (05.-08.07.2014) und dem ESHRE-Kongress dennoch ratenstarkes Business-Geschäft.

Im Fokus

Mode, Marke, Metropole – Marktanalyse Düsseldorf

Düsseldorf hat die einzige Japantown Deutschlands, internationale Konzerne wie E.on, Henkel, Metro, ThyssenKrupp oder Vodafone D2 haben hier ihren Firmensitz. Die Stadt ist Reiseziel für Manager, Modedachleute, Messebesucher, Architekturfans, Kunstkenner, Konzertbesucher, Shoppingfreaks, Müßiggänger – kosmopolitischer Charme und rheinische Lebensfreude prägen das Bild der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt. Düsseldorf ist ein wichtiges Wirtschaftszentrum im Herzen Europas, eine lebendige, moderne Landeshauptstadt und ein Messestandort mit internationaler Strahlkraft. Düsseldorf hat eine ausgebaute Infrastruktur und einen modernen Flughafen mit Wachstumspotenzial. Von der „Kö“, einem bezaubernd wie luxuriösen Boulevard, ist es nicht weit zur historischen Altstadt mit ihren 260 Bars und Restaurants. Die Stadt punktet mit mehr als zwei Dutzend Museen und Ausstellungshäusern, über hundert Galerien, einer lebhaften Theaterlandschaft, jährlichen Events wie dem Karneval, der „Größten Kirmes am Rhein“ und der Jazz-Rally und natürlich der Rheinuferpromenade, die zum MedienHafen führt. Gerade dieser attraktive Standort mit seiner markanten Architektur ist ein Sinnbild für den erfolgreichen Strukturwandel der ganzen Region. Hochwertige Dienstleistungen und Know-how statt Kohlelandschaft und Fördertürme.

Düsseldorf ist Zentrum der Kreativität. Über 485 Werbeagenturen und 414 Werbemittelbetriebe sind hier ansässig, darunter die drei umsatzstärksten Agenturen in Deutschland. Mehr als 160 Verlage sind in der Landeshauptstadt ansässig. Nordrhein-Westfalen ist das Land mit dem dichtesten Hochschul- und Forschungsnetz Deutschlands.

Abb.1: Wirtschaftsfaktoren Düsseldorf

Düsseldorf	
Einwohnerzahl (31.12.2012)	598.057
Fläche (in km²)	217
Arbeitslosenquote (in %, 30.12.2013)	9,5
Kaufkraft (in € pro Kopf, 2012)	23.708

Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen

So wunderte es die Düsseldorfer am wenigsten, dass ihnen die aktuelle Studie von Mercer Human Resource Consulting 2014 beim Thema Le-

bensqualität einen beachtlichen 6. Platz weltweit bescherte. In der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt fühlen sich nicht nur die Einwohner wohl, sondern auch die wachsende Zahl der Besucher. Mit über 4,24 Millionen Übernachtungen 2013 (neuer Rekord) und zahlreichen Tagesgästen ist Düsseldorf eine beliebte Städtedestination.

Märkte und Marktteilnehmer – die Messe Düsseldorf

Düsseldorfs Stellung als Wirtschafts- und Handelszentrum ist jungen Datums. Zwar ist die Stadt schon mehr als 700 Jahre alt, doch Großstadt ist Düsseldorf erst seit gut einem Jahrhundert, seitdem allerdings wächst die Metropole oft schneller als die Stadtväter berechnen. Gerade der Ausbau des Messestandorts war und ist ein wichtiger Schritt in die Profilierung als Wirtschaftszentrum. Mit 50 internationalen Fachmessen, von denen rund die Hälfte – wie drupa, K, interpack, MEDICA, boot Düsseldorf, wire, Tube und REHACARE – weltweit als Leitmesse ihrer Branche gilt, steht die Rheinmetropole auf einer starken Position und hat die Zukunft mit dem weiteren Ausbau im Blick. Ein Investitionsvolumen von mehr als 700 Millionen Euro wird dabei in die Hand genommen. Derzeit beträgt die Gesamtkapazität der Messefläche 284.000 Quadratmeter (zum Vergleich: in Frankfurt am Main sind es 355.678 qm; Köln 284.000 qm;

Berlin 160.000 qm; München 180.000 qm, Hamburg 87.000 qm).

Im Jahr 2013 fanden 27 Messen in Düsseldorf statt, davon 16 Eigenveranstaltungen sowie 11 Partner- und Gastveranstaltungen. Die Messe zählte im vergangenen Jahr 25.068 Aussteller (in Frankfurt am Main waren es 40.800; Hamburg 9.907), 62% kamen aus dem Ausland. Besucher insgesamt: 1.194.743 (Frankfurt am Main: 2,23 Mio.; Köln rund 2,6 Millionen; Hamburg 789.697), davon rund ein Drittel aus dem Ausland.

Die Messe Düsseldorf hat – im Gegensatz zu anderen Messestandorten des Landes – den Vorteil des bevölkerungsreichsten Bundeslandes in Deutschland; so leben im Umkreis von 200 Kilometern viermal so viele Menschen wie im gleichen Umkreis von Berlin mit einem fast doppelt so hohen Durchschnittseinkommen. Hinzu kommt, dass Nordrhein-Westfalen viele TOP-Industrieansiedlungen mit gewachsenen Strukturen seit dem Wiederaufbau Deutschlands nach dem 2. Weltkrieg aufweist. Das prägt die Messen in Düsseldorf: Es sind vorwiegend sehr erfolgreiche Industriefachmessen.

Durch die industriellen Exporte ist die Messe Düsseldorf sehr früh in das Geschäft mit Mittel- und Osteuropa eingestiegen – noch vor dem Aufbau der Wachstumsmärkte in Asien. So gehören zum

Konzern der Messe Düsseldorf die Mehrheitsanteile an der Messe Brünn in Tschechien, doch vor allem in Moskau ist die Messe Düsseldorf mit bedeutenden Veranstaltungen stark vertreten.

Da im industriellen Bereich die Innovations-Zyklen nicht ganz so kurzfristig sind wie z.B. in der IT- oder digitalen Internetbranche, gibt es bei einigen großen Messen nicht nur Jahreszyklen, sondern auch 2- und 3-Jahreszyklen. Dies führt dazu, dass alle sechs Jahre stets ein Super-Jahr mit allen TOP-Veranstaltungen stattfindet, was Umsatz und Gewinn dann förmlich „explodieren“ lässt.

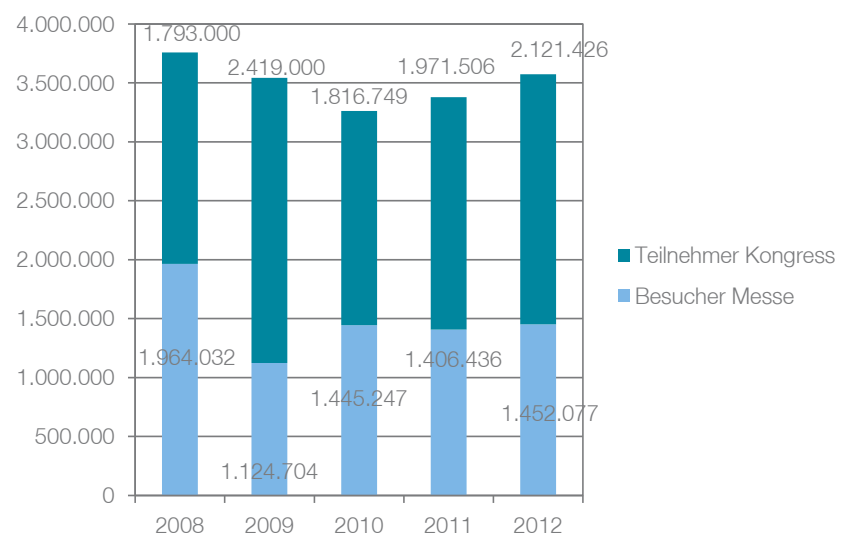
Direkt am Rhein und an das Messegelände angeschlossen, nur 3km vom Flughafen und 5km von der Altstadt entfernt, ist das CCD Congress Center Düsseldorf das drittgrößte Kongresscenter Deutschlands. Es verfügt über 6.000 qm

Ausstellungsfläche und bietet Platz für bis zu 7.500 Besucher. Hier finden jährlich rund 2.000 Veranstaltungen statt, darunter viele nationale und interna-

tionale Kongresse, Firmenveranstaltungen sowie besucherstarke Ausstellungen und Empfänge.

Ähnlich wie andere Messedestinationen hat Düsseldorf starke und schwächere Messejahre. 2014 gilt als starkes Jahr mit besucherstarken Messen. Die Wire & Tube Messe (2-Jahresturnus) oder die im Drei-Jahresturnus stattfindende Messe Interpack (08.-14.05.2014) werden die Gästezahlen in die Höhe treiben. Auch der diesjährige Deutsche Ärztetag der Bundesärztekammer (27.-30. Mai),

Abb.2: Besucher Messe & Kongress Düsseldorf – 2008-2012



Quelle: Messe Düsseldorf GmbH

der 2013 in Hannover stattfand, wird sich positiv auf die Performance in Düsseldorf auswirken.

Anfang des Jahres konnte Messechef Werner Dornscheidt seinem Unternehmen mit Umsatz in Höhe von 250 Mio. Euro rund drei Prozent über Plan bescheinigen. Zum Vergleich: In Frankfurt am Main waren es rund 543,0 Millionen Euro, in Hamburg 28,6 Millionen Euro. Berlin, Köln und München haben die Zahlen für 2013 noch nicht veröffentlicht. Für Vergleichszwecke die Zahlen aus 2012: Berlin erwirtschaftete 247 Millionen Euro, und Köln 227 Millionen Euro und München 221,9 Millionen Euro.

te. Der Passagierzuwachs betrug in den letzten 13 Jahren 32%. Damit wächst der Flughafen Düsseldorf stärker als der Bundesdurchschnitt. Nur Frankfurt und München verzeichnen in Deutschland höhere Passagierzahlen.

Auch in diesem Jahr kommen gute Nachrichten aus Düsseldorf: die japanische Airline ANA nahm Ende März den täglichen direkten Flugverkehr Tokio-Düsseldorf auf. Seit Start des Sommerfahrplans fliegt Germanwings die Rheinmetropole an. „Ohne die mittlerweile 113 wöchentlichen Langstreckenverbindungen und die vielen hundert weiteren Strecken wäre Düsseldorf nicht das, was

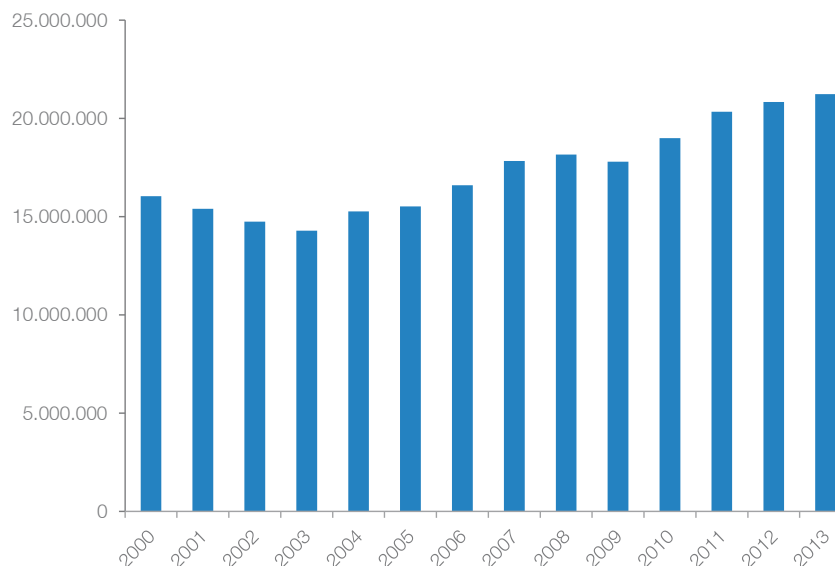
Neu am Start: ANA und Germanwings – Standortfaktor

Flughafen

Seit der Jahrtausendwende ist der Düsseldorfer Airport mit eigenem Bahnhof an das Bahnnetz angeschlossen. 400 Züge am Tag halten am Flughafen-Bahnhof.

2013 war mit mehr als 21 Millionen Fluggästen das erfolgreichste Geschäftsjahr der Flughafen-Geschichte.

Abb.3: Flughafenstatistik Düsseldorf – 2000-2013



Quelle: Düsseldorf Airport

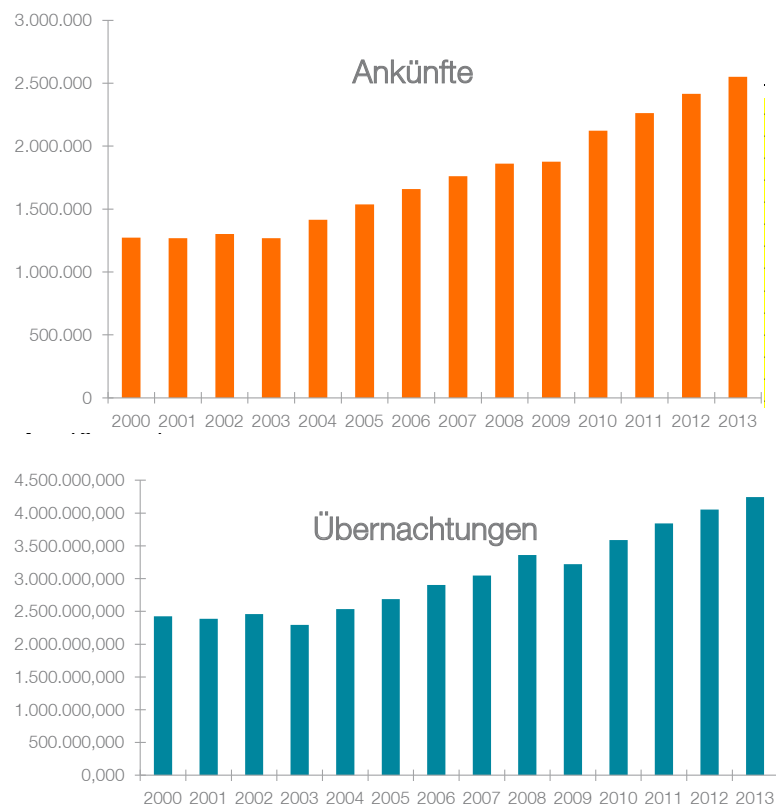
es ist: eine weltoffene, wirtschaftlich starke und erfolgreiche Stadt im Herzen Europas“, so Oberbürgermeister Dirk Elbers auf der ITB 2014. Der Flugstreckenausbau erschließt für die Stadt neue und wichtige Quellmärkte. Hinzu kamen in den letzten drei Jahren: Direktverbindungen nach Peking, das sibirische Barnaul, Abu Dhabi, Málaga, Bari, Catania, Dublin, Westerland/Sylt, Ibiza, das irische Knock, Zadar in Kroatien und weitere Destinationen. Die Lufthansa erhöhte die wöchentliche Frequenz unter anderem nach Athen, Budapest, Moskau, Genf, Manchester, Nizza und Wien. Mit den neuen Verbindungen und der geplanten Kapazitätserweiterung stärkt der Flughafen das für Düsseldorf wichtige Business-Segment und ermöglicht gleichzeitig das Wachstum des weltweiten Leisure-Bereichs.

Business- und Leisure-Destination: Ankünfte und Übernachtungen

Nach Angaben des statistischen Landesamtes NRW wurden 2013 in den Düs-

seldorfer Hotels im Jahreszeitraum so viele Gästeübernachtungen wie noch nie gezählt (4.244.733). Dies entspricht einem Plus von 4,7 Prozent. Die Anzahl der Gästeankünfte stieg sogar um 5,6 Prozent auf insgesamt 2.552.057. Bei den ausländischen Gästen konnte in Düsseldorf 2013 mit 1.696.419 Übernachtungen ein Wachstum von 3,7 Prozent verzeichnet werden. Der Anteil von Gästeübernachtungen aus dem Ausland liegt in Düsseldorf bei 40 Prozent und ist damit überdurchschnittlich

Abb.4: Ankünfte & Übernachtungen – Düsseldorf 2000-2013



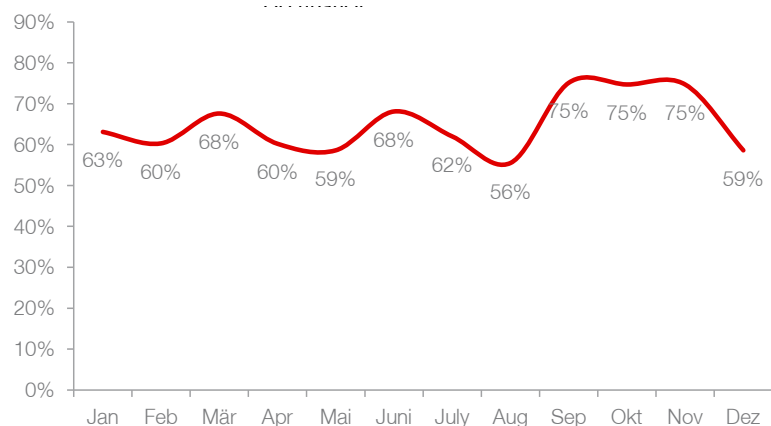
Quelle: Information und Technik NRW

hoch. Im internationalen Übernachtungs-Ranking liegen die Niederlande mit 179.395 (plus 5,6 Prozent) vorn, gefolgt vom Vereinigten Königreich mit 165.618 (plus 2,7 Prozent). Es folgen mit hohen Zuwachsraten Russland (129.916 / plus 15,2 Prozent) und die USA (126.266 / plus 15,8 Prozent). Die arabischen Golfstaaten sind auf Rang fünf mit 78.673 Übernachtungen positioniert, was einen Zuwachs von satten 14,3 Prozent bedeutet. Reisemarkt Nummer 1 bleibt weiterhin Deutschland mit einem Anteil von 60 Prozent an den Gesamtübernachtungen (plus 5,3 Prozent auf 2.548.314). Dennoch sind die Hoteliers nicht rundum glücklich, denn die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ging 2013 von 1,9 Tagen auf 1,7 zurück und gehört damit zu einer der kürzesten in deutschen Metropolen.

Selbst ungeübte Statistiker erkennen den Zusammenhang zwischen der Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen und dem Messekalender. Aufgrund des regen Messebetriebs machen Geschäftsreisende etwa 70 % aller Gäste in Düsseldorf aus – ein sensibler Wert angesichts wirtschaftlicher und politischer Krisen weltweit.

Die internationale Ausrichtung der Messe- und Kongressstadt beeinflusst Gästemix und saisonalen Jahresverlauf gleichermaßen. Der September 2013 war dank der Messe Caravan, der GDS sowie der Rehacare International der nachfragestärkste Monat. Auch der Oktober und November zeigten eine hohe Auslastung mit Zimmerbelegungen von über 74% (Oktober: Kunststoff-Messe, November: Compamed und Medica). Mai und August fielen aufgrund des Messekalenders bzw. der Sommerferien am schwächsten aus. Durch die starke Nachfrage im Business-Segment kämpft Düsseldorf gegen die „Wochenendlöcher“, die durch die Freitagabreise der Geschäftsreisenden entstehen.

Abb.5: Saisonalität – Düsseldorf 2013



Quelle: Fairmas

Abb.6: Hotel-Performance – Düsseldorf 2007-2013

	Occupancy				Varianzen		Varianzen		CAGR 2007 - 2013	CAGR 2009 - 2013		
	2007	2008	2009	2010	09/10	2011	2012	2013			11/12	12/13
Düsseldorf gesamt	63,9 %	63,3 %	57,7 %	61,5 %	6,6	61,9 %	64,4 %	65,0 %	4,0	0,9	0,3%	3,0%
3* Kategorie	60,8 %	64,7 %	53,9 %	58,1 %	7,8	62,4 %	61,9 %	61,5 %	-0,8	-0,6	0,2%	3,4%
4* Kategorie	63,9 %	63,0 %	56,1 %	61,3 %	5,5	63,0 %	65,2 %	65,9 %	3,5	0,6	0,4%	3,1%
5* Kategorie	64,7 %	65,0 %	56,7 %	63,0 %	11,1	56,0 %	62,0 %	64,1 %	10,7	3,4	-0,2%	3,1%

	Average Daily Rate				Varianzen		Varianzen		CAGR 2007 - 2013	CAGR 2009 - 2013		
	2007	2008	2009	2010	09/10	2011	2012	2013			11/12	12/13
Düsseldorf gesamt	104,9	119,4	90,9	108,3	19,1	109,8	109,9	105,9	0,1	-3,6	0,2%	3,9%
3* Kategorie	71,2	84,2	63,3	79,8	26,1	90,9	86,3	80,6	-5,1	-6,6	2,1%	6,2%
4* Kategorie	93,1	108,8	83,3	95,9	15,1	97,2	97,4	92,7	0,2	-4,8	-0,1%	2,7%
5* Kategorie	163,7	183,9	147,5	186,2	26,2	193,4	190,2	190,5	-1,7	0,2	2,6%	6,6%

	RevPAR				Varianzen		Varianzen		CAGR 2007 - 2013	CAGR 2009 - 2013		
	2007	2008	2009	2010	09/10	2011	2012	2013			11/12	12/13
Düsseldorf gesamt	67,0	75,6	52,4	66,7	27,3	67,9	70,8	68,8	4,3	-2,8	0,4%	7,0%
3* Kategorie	43,3	54,3	34,1	46,4	36,1	56,7	53,4	49,5	-5,8	-7,3	2,3%	9,8%
4* Kategorie	59,5	68,5	48,4	58,9	21,7	61,3	63,5	60,8	3,6	-4,3	0,4%	5,9%
5* Kategorie	105,9	119,6	83,7	117,3	40,1	108,3	118,0	122,0	9,0	3,4	2,4%	9,9%

Legende
 OCC Occupancy (Belegung)
 ADR Average Daily Rate (Netto Logisumsatz pro verkauftem Zimmer)
 RevPar Revenue per available Room (Netto Logisumsatz pro verfügbarem Zimmer)
 CAGR Jährliches Wachstum

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 01.01.2014

Hotel-Performance Düsseldorf

Düsseldorf musste 2013 aufgrund eines turnusbedingten schwachen Messejahres mit rund 106 EUR Durchschnittsrate gleich mehrere Minuszeichen vor den Kennzahlen hinnehmen. Die negative Rate (-4%) machte sich vor allem in einer Verschlechterung im RevPar von -3% bemerkbar, auch wenn sich die Belegung im Vergleich zu 2012 leicht verbesserte (+1%).

Der 3-Sternemarkt erlitt noch stärkere Einbußen in 2013 mit einem RevPar-Rückgang von -7,3%. Diese negative Entwicklung ist insbesondere auf den rückläufigen Netto-Zimmerpreis zurückzuführen.

Ursachen für diese schlechtere Gesamtperformance der Rheinmetropole waren das Ausbleiben der CPD-Modetage im Februar, der alle zwei Jahre stattfindenden Fachmessen Metav im März (ADR: -15%) und Wire & Tube im April. Die Fachmesse für Druck (Drupa) findet nur alle vier Jahre statt und hatte 2012 im Mai den Düsseldorfer Hotelmarkt entscheidend geprägt. Das heißt im Klartext: 2013 ein Rückgang der Rate im März von -51%. Diesem Kellertrend setzte dann die alle drei Jahre stattfindende Kunststoffmesse K im Oktober mit 218.000 Fachbesuchern eine Aufwärtsbewegung entgegen, verstärkt durch die A+A Messe für sicheres und gesundes Arbeiten im November (alle zwei Jahre, 63.000 Fachbesucher).

Abb.7: Bettenangebot & Bettenauslastung / Düsseldorf (2001-2013)

Düsseldorf						
Jahr	Anzahl Betten	Varianz %	Bettenbelegung (%)	Varianz (in % Bettenbelegung)	Übernachtungen (in 1000)	Varianz %
2001	15.985	-	42,1	-	2.389	-
2002	15.913	-0,5	42,6	1,2	2.460	3,0
2003	16.351	2,8	38,8	-8,9	2.296	-6,7
2004	16.598	1,5	41,2	6,2	2.534	10,4
2005	18.728	12,8	40,9	-0,7	2.688	6,1
2006	18.602	-0,7	42,5	3,9	2.902	8,0
2007	21.218	14,1	42,5	0,0	3.046	5,0
2008	21.882	3,1	42,7	0,5	3.360	10,3
2009	22.523	2,9	40,1	-6,1	3.220	-4,2
2010	22.929	1,8	43,2	7,7	3.588	11,4
2011	23.914	4,3	44,5	3,0	3.843	7,1
2012	24.704	3,3	45,4	2,0	4.056	5,5
2013	25.216	2,1	47,6	4,8	4.245	4,7
Veränderung 2001/2013	58%		13%		78%	

*Quelle: Tourismus GmbH Düsseldorf

Über 25.000 Betten: Das Hotel-Angebot

Im Jahr 2012 wuchs der Düsseldorfer Hotelmarkt mit 286 neuen Zimmern eher bescheiden. Hinzu kamen das B&B Hotel mit 124 Zimmern und das Derag Livinghotel mit 162 Zimmern.

2013 lag die Zuwachsrate an Hotelbetten in der Rheinmetropole bei 2,1%, damit zählte die Stadt zum Jahreswechsel exakt 25.216 Betten. Hoteliers konnten in den letzten Jahren (2001-2013) den Bettenzuwachs von 58% zufriedenstellend absorbieren: das Übernachtungswachstum von +78% lag weit über dem Bettenangebot. Zunehmend

verschiebt sich der Schwerpunkt vom Business- auf das Budget-Segment. Das markanteste Beispiel ist der im Sommer 2013 eröffnete Hotel-Neubau von Motel One in der Immermannstrasse mit 244 Zimmern.

In der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt prägen die Hotels der großen Marken die Stadtlandschaft, rund 55 kettengebundene Häuser stellen 80% aller angebotenen Betten. Mit 13,5% ist Accor Marktführer in diesem Segment, dem folgen die InterContinental Hotels Group mit 9,2% und NH-Hotels mit 8,7%. Dabei dominieren die Ketten

den 4- und 5-Sternebereich und sind in der Mittelklasse eher weniger vertreten.

Zeichen auf Wachstum: Neue Hotelprojekte

Durch neue und teils spektakuläre Hotelprojekte wird das Angebot in den kommenden Jahren weiter ausgebaut, dabei ist das Wachstumstempo moderat und die Pipeline solide gefüllt. Obwohl der DEHOGA NRW den Markt als gesättigt einschätzt, nehmen international renommierte Luxushotels, große Tagungshotels aber auch individuelle Themen- und Design-Hotels Gestalt an.

Am Wehrhahn in Düsseldorf entsteht gegenwärtig ein neues Holiday Inn Express, dessen Eröffnung

für den Mai 2015 datiert ist. Das Haus der „Premium Economy-Kategorie“ wird 164 Zimmer anbieten. Nicht weit davon entfernt baut das B&B sein drittes Hotel in Düsseldorf. Zwischen Königsallee und Rheinufer, mitten in der historischen Altstadt, liegt das luxuriöse „Derag Livinghotel Di Medici“ mit 172 Zimmern, das im Sommer dieses Jahres eröffnet werden soll. Längerfristig plant „Mercure“ ein neues Haus mit 72 Zimmern, ebenso will die Lindner Gruppe ein Hotel in der der Immernstrasse eröffnen.

Lagen Projekte in den vergangenen Jahren im Wesentlichen rund um die „Kö“, den Medienhafen oder am Flughafen, konzentrieren sich die Neubauten stärker auf Lagen am Bahnhof.

Fazit

Düsseldorf nimmt einen Spitzenplatz unter Europas Messestandorten ein und investiert – auch angesichts der starken inländischen Konkurrenz – in den weiteren Ausbau der Messe. Messe- und Kongresszeiten, insbesondere die großen Weltleitmessen, sind gute Zeiten für die Düsseldorfer Hoteliers, die dann volle Häuser und gut gefüllte Kassen haben. Die höheren Messepreise vermeidet so mancher Business-Reisender, indem er auf Hotels in der Region ausweicht und dafür längere Anfahrtszeiten in Kauf nimmt. Allerdings

funktioniert das auch in entgegengesetzter Richtung, denn zu großen Messen in Köln sind die Düsseldorfer Häuser gut gebucht.

Nach wie vor sind die Wochenenden schwierig für die Hotels der Stadt, denn die Zahl der Städtetouristen mit dem Reiseziel Düsseldorf ist längst nicht so hoch wie in Berlin, München oder Hamburg. Hier sind Düsseldorfs Stadtvermarkter mehr denn je gefragt, die Rheinmetropole in ihrem sympathischen Mix aus kosmopolitischem Lifestyle und rheinischer Lebensfreude für Leisure-Gäste attraktiver zu machen. Die Stadt hat dafür als Kultur-, Mode-, Architektur- und Shoppingmetropole vielfältige Voraussetzungen. Hier knüpft die aktuelle Dachmarkenkampagne der Düsseldorf Marketing & Tourismus GmbH (DMT) an. Hierbei schnürt die DMT attraktive Hotelpakete, zu denen die DüsseldorfCard gehört. Diese gewährt freie Fahrt in allen Bussen und Bahnen innerhalb der Stadt und bietet zahlreiche Rabatte für viele Freizeit- und Kultureinrichtungen. Seit Anfang des Jahres ist die DüsseldorfCard nun auch an etwa 80 Rheinbahn-Automaten an Haltestellen im gesamten Stadtgebiet erhältlich. Besucher, Gäste und Bürger können somit noch schneller von insgesamt fast 50 Vergünstigungen und Angeboten der DüsseldorfCard profitieren.

Insbesondere die Quellmärkte Russland, Arabische Golfstaaten und USA stehen seit Jahren im Fokus der Düsseldorf Marketing & Tourismus GmbH (DMT), die auf Messen und Workshops für ihre Stadt wirbt. Im Fall der USA vermarktet sogar ein von DMT und Düsseldorf Airport engagierter Repräsentant direkt vor Ort, von New York aus, den überseeischen Reisemarkt.

Die Zuwachsraten in den kommenden Jahren sind stetig und überschaubar. Probleme wie Ferienwohnungen und Bettensteuer kennen die Düsseldorfer Hoteliers nur von anderen Destinationen. Aufgrund der finanziellen Voraussetzungen wird es nach den vorliegenden Erkenntnissen auch keine Bettensteuer geben.

Die steten Zuwachszahlen seit vielen Jahren bei den Übernachtungsgästen halten für Investoren und Betreiber den Düsseldorfer Hotelmarkt am Kochen. Die NRW-Landeshauptstadt weist für die nächsten Jahre weiteres Wachstumspotenzial auf.

Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report

Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH, Sachsendamm 6, 10829 Berlin, Deutschland

Solutions Dot WG GmbH, Kranzer Strasse 6-7, 14199 Berlin, Deutschland



Die Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH ist spezialisiert auf die Entwicklung von Planungs- und Controlling Software für die Hotellerie. Das Unternehmen bietet seinem internationalen Kundenkreis eine Hotel Benchmarking Plattform sowie diverse Software Anwendungen für die Bereiche Budgetierung, Forecasting, Controlling, Management Reporting und Optimierung von Arbeitsprozessen.



Als strategische Unternehmensberatung erarbeitet Solutions Dot WG individuelle und maßgeschneiderte Strategien und Lösungen für Unternehmen der Hotellerie, Gastronomie und Tourismusbranche und unterstützt bei der Umsetzung von Konzepten. Solutions übernimmt auch die eigenverantwortliche Projektrealisierung, ist im Bereich Support Management und Interimsmanagement tätig und daneben auch im Sektor Total Quality Management (TQM) aktiv.

Redaktion des Fairmas Hotel-Report:

Nadine Kilian, Marketing & Communications Manager,

Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH, E-Mail: hotel-report@fairmas.com

Gabriele Kiessling, Consultant und Project Management,

Solutions Dot WG GmbH, E-Mail: hotel-report@fairmas.com

Disclaimer

Für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen wird eine Gewährleistung oder Garantie nicht begründet. Soweit gesetzlich zulässig übernehmen weder Fairmas GmbH noch Solutions Dot WG GmbH eine Haftung oder

Verantwortung für etwaige Folgen aus Handlungen, Unterlassungen oder Entscheidungen, die auf dieser Veröffentlichung beruhen.