

Hotel-Report

Ausgabe Oktober 2014


SOLUTIONS DOT WG
HOSPITALITY ADVISORY ALLIANCE


Fairmas

Im Fokus USALI, die 11.! Anti-Aging-Kur für eine 90-Jährige



Inhaltsverzeichnis

Liebe Leserinnen, liebe Leser,	3
September 2014 im Vergleich zum Vorjahr	4
Das Fairmas Trendbarometer	8
Im Fokus	16
Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report	20
Disclaimer	21

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

neue Gesetze, Verordnungen und Bestimmungen gehören zu einem Jahreswechsel wie Korkenknallen und gute Vorsätze. Am 1. Januar 2015 erscheint die elfte Version des Uniform System of Accounts for the Lodging Industry, kurz UASLI – Standardinstrument der Hotellerie für Kostenrechnung, Benchmarking, Bilanzierung und Reporting. In vielen Häusern haben zumindest die Controller sich schon mit den Veränderungen beschäftigt und initiieren die Einführung der neuen Auflage.

Wir informieren Sie über die wichtigsten Veränderungen – Stichwort Globalisierung. Das Fairmas-Team unterstützt seine Kunden mit Rat und Tat bei der Umsetzung der neuen USALI-Version.

Die aktuellen Fairmas-Analysezahlen geben Ihnen einen Überblick auf den Spätsommermonat September in den großen Destinationen. Nicht überall schien die Sonne in die Bücher. Und so gestaltet sich auch der Trend für das letzte Quartal 2014. Der Herbst zeigt sich durchwachsen.

Das Team des Fairmas Hotel-Report wünscht Ihnen ein inspirierendes Lesen des Hotel Reports

Gabriele Kiessling & Nadine Kilian

September 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 05.10.2014

Berlin

OCC: 84 %, ADR: 119€, RevPar: 100€

Positiv erwarteten die Berliner Hoteliers den September und so verhielt es sich dann auch. Für eine starke Ratensteigerung von 9% sorgte unter anderem die im 2-Jahres-Turnus stattfindende Innotrans (23.-26.09.2014). Auch die IFA (05.-10.09.2014) hatte einen sehr positiven Einfluss auf die Performance. Beide Messen erzielten deutlich bessere Ergebnisse als in den Vorjahren. Zusätzlich wartete der September mit viel Convention- und ein sehr starkem Business-Geschäft auf. Die Belegung stieg um erfreuliche 6% (RevPAR: +16%) im Vergleich zum letzten Jahr. Der Berlin-Marathon (28.09.2014) hinkte bezüglich der Performance lange hinter den letzten Jahren her, sorgte jedoch kurzfristig dann doch noch für eine gute Belegung, wenn auch ein wenig auf Kosten der Rate. Allgemein ist zu beobachten, dass das internationale Geschäft zugenommen hat und die starke Nachfrage deutlich höhere Zimmerpreise ermöglicht.

Dresden

OCC: 77 %, ADR: 75€, RevPar: 58€

Im letzten Jahr wartete der September mit zwei großen Medizinkongressen auf. Der DGU-Kongress (25.-28.09.2013) und der DGN-Kongress (18.-21.09.2013) konnten damals zu sehr hohen Preisen verkauft werden. Derartige Veranstaltungen fehlten der Destination in diesem Jahr und solch hohe Raten ließen sich bei normalem Geschäft nicht durchsetzen. Die Dresden Summer School der Universität Mannheim (15.-26.09.2014) und das KGSt@-FORUM (17.-19.09.2014) schienen zunächst gut zu laufen, doch es gab viele späte Stornierungen und Nichtanreisen. Auch die Wochenenden liefen nicht wie zunächst erhofft. Die Belegung sank um knapp 1%, die Rate sogar um 8%, was insgesamt zu einem RevPAR-Rückgang um 9% führte.

Düsseldorf

OCC: 77 %, ADR: 100 €, RevPar: 77 €

Der September zeigte sich in Düsseldorf nicht allzu positiv (Occ: +3 %, ADR: -3 %, RevPar: -0,1 %). Es fehlten diverse Großveranstaltungen und entscheidende ratenstarke Messen: die GDS, welche im letzten Jahr im September stattfand, in diesem Jahr jedoch bereits Ende Juli, und die expopharm, die nur alle 2 Jahre in Düsseldorf stattfindet (in diesem Jahr in München). Von der in Köln stattfindenden Photokina, hatte man sich Overflow-Geschäft erhofft, das aber längst nicht so stark ausfiel wie erwartet. Einige Hoteliers verzeichneten jedoch trotz der schlechten Messekonstellation sehr gutes MICE- und Gruppengeschäft, was auf das frühe Ferienende in diesem Jahr (Mitte August) in NRW zurückzuführen ist. Auch im Bereich Retail lief das Geschäft besonders an den Wochenenden gut, wenn die Buchungen auch kurzfristig kamen.

Frankfurt

OCC: 79 %, ADR: 122 €, RevPar: 97 €

Die Frankfurter Hoteliers schauen wenig enthusiastisch auf den September zurück (Occ: +0,5 %, ADR: -7 %, RevPar: -6 %). In vielen Bundesländern, wie Bayern, Baden-Württemberg oder Hessen, die für den Frankfurter Markt generell eine hohe Nachfrage generieren, verschoben sich die Ferien in diesem Jahr bis Mitte September. Der Rückgang in der Rate wird jedoch vor allem durch

fehlendes Volumen an Messegruppen erklärt. Der längere Zeitraum der IAA (3 Presse-, 2 Fach- und 9 Publikumstage) im letzten Jahr war insgesamt produktiver als die diesjährige Automechanika mit fünf Messetagen (16.-20.09.2014), wenn auch für die Messe 2014 selbst höhere Raten erzielt werden konnten als im letzten Jahr. Generell war das Geschäft in diesem September sehr kurzfristig und auch die Wochenenden konnten im letzten Jahr zu höheren Raten verkauft werden.

Hamburg

OCC: 86 %, ADR: 133 €, RevPar: 115 €

Hamburger Hoteliers freuen sich über eine durchweg positive Entwicklung im September (Occ: +3 %, ADR: +18 %, RevPar: +21 %). Die Nachfrage zur 2-jährig stattfindenden Messe SMM Shipbuilding, Machinery & Marine Technology, der weltweit führenden Messe der maritimen Wirtschaft (09.-12.09.2014) war bereits Wochen zuvor in der Hansestadt deutlich zu spüren und entsprechend starke Raten wurden verkauft. Positive Auswirkungen hatte auch die erstmalig in Hamburg stattfindende WindEnergy Messe (23.-26.09.2014), die ebenfalls zu hohen Raten verkauft werden konnte. Viele Hoteliers verzeichneten zusätzlich eine starke Nachfrage im MICE- und Corporate-Segment. Besonders gut entwickelte sich auch die Woche zwischen den beiden Messen. Hier fand scheinbar das alltägliche Business-Geschäft statt.

Köln/Bonn

OCC: 80 %, ADR: 114 €, RevPar: 91 €

Positiv erwarteten die Hoteliers in Köln/Bonn den September und sie wurden nicht enttäuscht. Ein starker Zuwachs in der Belegung um 5 % und in der Rate sogar um 13 % führte zu einem RevPAR-Anstieg um stolze 18 %. Hauptgrund für diesen enormen Anstieg war die Photokina (16.-21.09.2014), die Leitmesse für Fotografie, die im 2-Jahresturnus stattfindet. Auch der Köln-Marathon (14.09.2014), der im letzten Jahr noch im Oktober stattfand trug zu dieser positiven Entwicklung bei. Hinzu kamen Messen wie die dmexco (10.-11.09.2014) und die Kind + Jugend (11.-14.09.2014), die bisher wenige auf dem Plan hatten, die aber gutes Geschäft brachten. Die Voranreisen zur INTERMOT-Messe (01.-05.10.2014) begannen schon am 30.09.2014 und Fussballspiele wie Köln:Gladbach und Köln:Bayern stärkten die Wochenenden zusätzlich.

Leipzig

OCC: 82 %, ADR: 85 €, RevPar: 69 €

Höchst erfreulich verlief der September für die Leipziger Hotellerie. Die Belegung stieg um 3 % im Vergleich zum letzten Jahr, die Rate sogar um stolze 12 %, was zu einem RevPar-Anstieg um 14 % führte. Im letzten Jahr gab es hier im September nur eine Messe, die Postprint, die in diesem Jahr aufgrund fehlender Nachfrage seitens der Aussteller leider ausfiel und zusätzlich noch einen Tag vom Espen-Kongress. In diesem Jahr gab es wesentlich

mehr Tage, die zu hohen Raten verkauft werden konnten: die GPEK-Messe, internationale Fachmesse für Spezialausrüstung (09.-11.09.2014), die Jahrestagung der DGVS (17.-20.09.2014) und die Fachdental, als wichtigste Messe für Zahnmedizin in Ost- und Mitteldeutschland (26.-27.09.2014). Alle drei Veranstaltungen konnten zu starken Raten verkauft werden und brachten eine gute Belegung.

München

OCC: 88 %, ADR: 192 €, RevPar: 169 €

Positiv erwartet hatte man den September in München. Aber es wurde sogar noch besser. Der ERS International Congress (06.-10.09.2014) gilt als stärkster Kongress und wurde zu sehr hohen Raten verkauft. Auch der Kongress der Deutschen Gesellschaft für Neurologie, der jedoch nicht so stark war wie erwartet (15.-19.09.2014) und die expopharm als größte pharmazeutische Fachmesse Europas (17.-20.09.2014), die im letzten Jahr turnusmäßig in Düsseldorf stattgefunden hatte trugen zur positiven Entwicklung bei. Das Oktoberfest (20.09.-05.10.2014) brachte im letzten Jahr nicht ganz so viel Pickup wie gewöhnlich, in diesem Jahr jedoch ist die Nachfrage wieder stärker, was der Stadt zusätzlich eine gute Belegung bescherte. Immerhin lag in diesem Jahr ein Tag mehr im September als noch im letzten Jahr. Alles zusammen führte dazu, dass die Hoteliers sich über eine Steigerung in der Belegung um 1 %, in der Rate um 11 % und somit einen RevPAR-Anstieg um 12 % freuen konnten.

Alle Destinationen im Überblick

Hotel Performance September 2014/2013*												
	Occupancy				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
Berlin	84,1%	79,2%	4,9	6,2%	118,9	108,9	10,0	9,2%	100,0	86,2	13,7	15,9%
Dresden	77,1%	77,8%	-0,7	-0,9%	74,8	81,4	-6,6	-8,1%	57,7	63,3	-5,7	-8,9%
Düsseldorf	77,2%	75,3%	1,9	2,5%	100,3	103,0	-2,7	-2,6%	77,4	77,6	-0,1	-0,2%
Frankfurt	79,1%	78,7%	0,4	0,5%	122,1	130,7	-8,6	-6,6%	96,6	102,9	-6,3	-6,1%
Hamburg	86,3%	84,2%	2,1	2,5%	133,4	113,2	20,2	17,8%	115,1	95,3	19,8	20,8%
Köln/Bonn	79,8%	76,2%	3,6	4,7%	114,2	101,4	12,8	12,6%	91,1	77,3	13,9	17,9%
Leipzig	81,5%	79,4%	2,1	2,6%	84,6	75,9	8,7	11,5%	68,9	60,3	8,7	14,4%
München	88,3%	87,3%	1,0	1,1%	191,7	173,4	18,3	10,6%	169,3	151,4	17,9	11,8%

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 06.10.2014

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

Das Fairmas Trendbarometer

Der Blick in die Zukunft im Einzelnen:

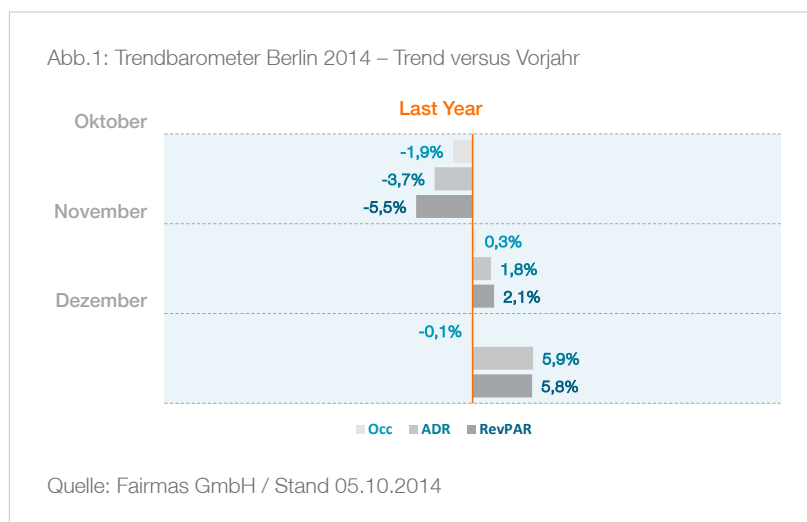
Berlin

Die Einschätzungen für den Oktober sind noch sehr verhalten (OCC: -2%, ADR: -4%, RevPAR: -6%).

kurzfristiger, so sind die die Hoteliers vorsichtig geworden. Da aber in den letzten Jahren auch die

Herbstferien stark nachgefragt waren, kann man wohl davon ausgehen, dass sich die Zahlen noch ein wenig ins Positive verschieben.

Der November war schon in den letzten Jahren immer ein guter Geschäftsmonat: kaum Feiertage und keine Ferien, das verspricht vier volle Business-Wochen. Und schon jetzt ist die Nachfrage wesentlich



Dabei haben in den letzten Wochen die Vorausbuchungen für das Feiertagswochenende um den 03.10.2014 stetig zugenommen. Auch der ECNP-Kongress (18.-21.10.2014) entwickelt sich immer besser. Hinzu kommen einige kleinere Kongresse, die durchaus noch für Pickup sorgen könnten. In den Jahren in denen die Innotrans stattfindet verschiebt sich regulär viel Business-Geschäft in den Oktober. Doch die Buchungen kommen immer

lich höher, als die Hoteliers das aus den Vorjahren kennen. Auch die Kongress-Vorausbuchungen sind in vielen Häusern bereits jetzt auf Vorjahresniveau. Das stimmt die Berliner Hoteliers zuversichtlich. Man erwartet Zuwächse in der Belegung um 0,3% und in der Rate um 2%, was zu einem RevPAR-Anstieg um 2% führt. Wenn nun noch kurzfristig individueller Pickup hinzukommt, schließlich finden auch einige Kongresse und Messen statt,

kann man sogar mit noch größeren Zuwächsen rechnen.

Positiv blicken die Hoteliers auch Richtung Jahresende. Der Dezember verspricht ein guter Businessmonat zu werden (Occ: -0,1 %, ADR: +5,9 %, RevPar: +5,8 %). Vor Weihnachten bleiben drei volle Business-Wochen. Dazu waren die Adventswochen in den letzten Jahren bereits gut nachgefragt, darum gehen die Hotels mit höheren Raten in die Vorweihnachtszeit. Auch Silvester und die Tage gestalten sich vielversprechend, da die Feiertage in diesem Jahr so günstig liegen, dass man mit wenigen Urlaubstagen die ganze Woche ausreizen kann. Die Hoteliers geben sich sehr zuversichtlich.

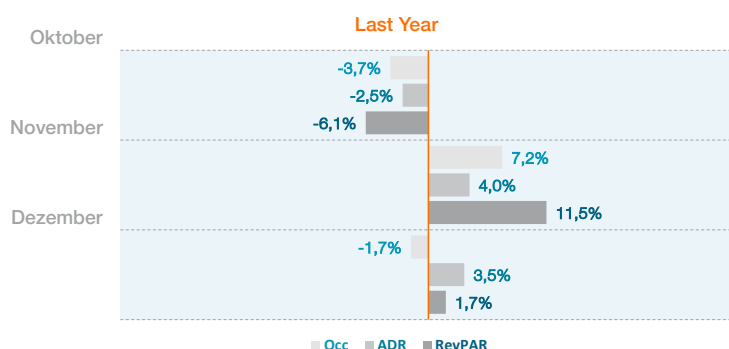
Dresden

Auch in Dresden wird der Oktober rückläufig erwartet. Im letzten Jahr fand die Semicon Europa (07.-10.10.2013) statt, eine Messe, die Dresden im 2-Jahresturnus gute Performance-Zahlen bringt. Die Schulferien in der zweiten Monatshälfte stehen dem Tagungs- und Firmengeschäft im Weg, sodass nur zwei Business-Wochen zur Verfügung stehen. Zusätzlich waren die Feiertage am 03. und 31. Oktober 2013 Donnerstage, die ein wunder-

schönes verlängertes Wochenende schufen und damit die Möglichkeit jeweils einen Tag mehr zu höheren Preisen zu verkaufen als in diesem Jahr. Daher wundert es nicht, dass die Belegung um 4 % und die Rate um 3 % und damit der RevPAR um 6 % sinken soll.

Die Hoteliers in Dresden erwarten den November sehr positiv. Im Herbst ist einiges los in der Stadt. Von den Jazztagen über die Unity.Dresden.Night und das CYNETART-Festival bis hin zum Striezelmarkt, der seine Tore am 27.11.2014 öffnet. Die Adventswochenenden sind in Dresden generell gut gebucht und der Striezelmarkt extrem gut besucht, da kommt es den November-Zahlen zugute, dass der 1. Advent in diesem Jahr auf den 30. November fällt. Ob die extrem positiven Prognosen (OCC: +7 %, ADR: +4 %, RevPAR: +12 %) aller-

Abb.2: Trendbarometer Dresden 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.10.2014

dings gerechtfertigt sind, bleibt abzuwarten, denn wie immer kommen die Buchungen erst kurzfristig.

Der Dezember wird dagegen etwas verhaltener prognostiziert. Die Belegung soll um knapp 2% sinken, die Rate dafür um 4% steigen, was zu einem RevPar-Anstieg von 2% führt. Da der 3. Advent so kurz vor Weihnachten liegt, lässt er sich schwer verkaufen. Dennoch sind die Adventswochenenden traditionell gut nachgefragt. Auch Silvester läuft in Dresden gut. Die Hoteliers drehen die Preisschraube nach oben, was vielleicht ein wenig auf Kosten der Belegung geht, die Rate und den RevPar allerdings positiv beeinflusst.

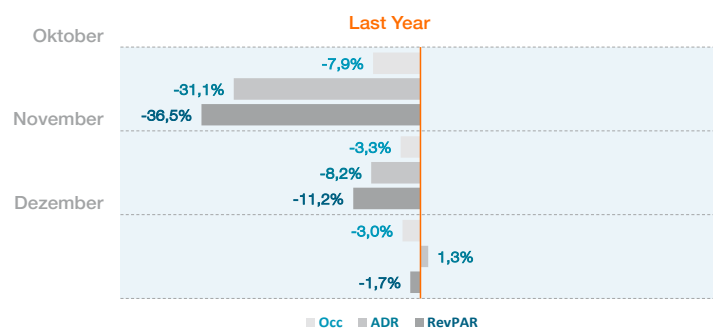
Düsseldorf

Hoteliers in Düsseldorf sind weiterhin sehr pessimistisch, was den Oktober betrifft. Man erwartet starke Einbußen in der Rate (ADR: -31%) sowie einen Belegungsrückgang von -8%. In diesem Jahr finden in Düsseldorf deutlich weniger Messen statt, als das 2013 der Fall war. So fehlt dem Oktober in diesem Jahr die K-Messe (3-Jahresturnus), sowie die Anuga in Köln, die im letzten Jahr für gewaltigen Overflow sorgte. Einziger Lichtblick mit der Hoffnung auf eine leichte Steigerung in der Rate: die in diesem Jahr

stattfindende Aluminium (07.-09.10.2014) und glasstec vom 21.-24.10.2014 (2-Jahresturnus), doch das sind insgesamt auch nur 7 Messtage. Hinzu kommt der frühere Beginn der Herbstferien in diesem Jahr am 06.10.2014 (letztes Jahr Ende Oktober), was zu einer insgesamt niedrigeren Nachfrage führt. Es bleibt abzuwarten, ob sich der Oktober letztendlich so extrem negativ entwickeln wird.

Auch die Aussichten im November bescheren den Düsseldorfer Hoteliers trübe Aussichten (Occ: -3%, ADR: -8%, RevPar: -11%). Viele Veranstaltungsanfragen fehlen bislang. Außerdem fehlt 2014 die in Düsseldorf alle zwei Jahre stattfin-

Abb.3: Trendbarometer Düsseldorf 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.10.2014

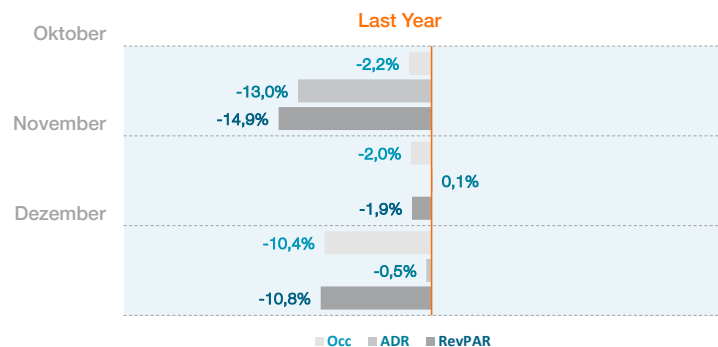
dende A+A Messe, welche im letzten Jahr hohe Raten verbuchte. Auch die jährlich stattfindende Leitmesse Medica (12.-14.11.2014) kann mit ins-

gesamt vier Messetagen das insgesamt schlechte Ergebnis in der Gesamtpformance kaum positiv beeinflussen. Aufgrund des immer kurzfristiger werdenden Buchungsverhaltens bleibt auch im November abzuwarten, ob sich das Ergebnis nach oben korrigiert.

Der Dezember bringt der Destination keine Messen. Das war bereits im letzten Jahr so. Die Düsseldorfer Hoteliers erwarten einen Rückgang in der Belegung um 3 %, jedoch einen leichten Ratenanstieg um etwas mehr als 1 % (RevPar: -2 %). Die ersten drei Dezember-Wochen sind gut verkäufliche Business-Wochen und auch an den Adventswochenenden herrscht traditionell eine gute Nachfrage, sodass Belegung und Rate durchaus noch steigen können, denn gerade Leisure-Buchungen kommen oft sehr kurzfristig.

(22.-24.10.2013), der eine besonders positive Auswirkung auf Rate und Belegung für die Hotels hatte und der Mainmetropole in einer sonst eher schwachen Herbstferienwoche ein ungewöhnlich gutes Geschäft bescherte. Wie im letzten Jahr findet auch dieses Jahr wieder die Frankfurter Buchmesse (08.-12.10.2014) statt, aber durch die große Zahl an Neueröffnungen diverser Hotels in Frankfurt, herrscht ein immer stärker werdender Verdrängungswettbewerb und es lassen sich nicht mehr dieselben Raten erzielen.

Abb.4: Trendbarometer Frankfurt 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.10.2014

Frankfurt

Der Oktober wird in der Erwartung der Hoteliers stark rückläufig im Vergleich zum letzten Jahr. Die Belegung soll um 2 % zurückgehen, die Rate sogar um ganze 13 %, was zu einem RevPar-Rückgang um 15 % führt. Das ist größtenteils auf Verschiebungen im Messekalender zurückzuführen. Im letzten Jahr fand der CPHI-Wanderkongress statt

Der November ist in Frankfurt grundsätzlich ein guter Corporate- und Tagungsmonat und zeigt schon jetzt eine gute Vorbuchungslage. Dennoch sind die Hoteliers verhalten in ihren Prognosen. Die Belegung soll um 2 % zurückgehen, die Rate mit einem minimalen Plus von 0,1 % im Grunde stagnieren. Damit erwartet man einen RevPar-Rück-

gang von 2 % im Vergleich zum Vorjahr. Grund für die negative Prognose in der Belegung ist nach den Aussagen vieler Hoteliers vor allem das generell rückläufige Tagungsgeschäft. Da aber die EuroMold-Messe in diesem Jahr in Frankfurt stattfindet (24.-28.11.2014), die zwar keine Leitmesse ist, den Hotel um das Messegelände jedoch ermöglicht höhere Raten aufzurufen, können sich die Zahlen noch ein wenig ins Positive verschieben

Der Dezember wird im Vergleich zum Vorjahr stark negativ prognostiziert. Die Belegung soll um 10 % zurückgehen, die Rate um 0,5 %. Damit erwartet man einen RevPar-Rückgang um 11 %. Bisher ist der Vorbuchungsstand im Leisure-Bereich zwar gut, doch fehlt in den individuellen Segmenten noch einiges an Volumen. Im letzten Jahr fand die

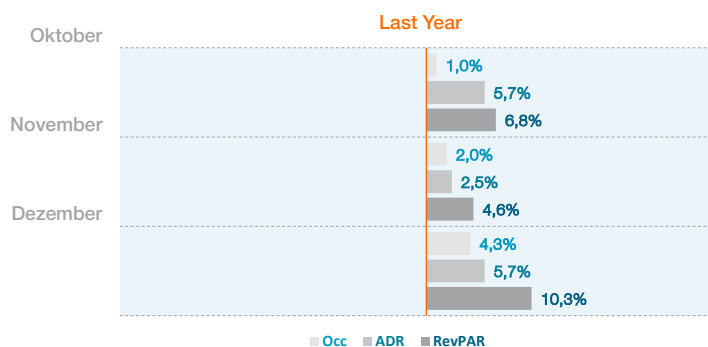
EuroMold im Dezember statt, das fehlt in diesem Jahr. Doch wenn nun bald auch die Buchungen für Weihnachten und Silvester einsetzen, können sich die Zahlen noch deutlich ins Positive bewegen, denn die Ratenentwicklung hängt nicht zuletzt auch vom individuellen Pickup ab. Man rechnet mit Gruppengeschäft im Weihnachtsmarkt-Tourismus. Hinzu kommt, dass die drei Wochen vor Weihnachten gut verkäufliche Businesswochen sein dürften.

Hamburg

Der Oktober zeigt eine positive Prognose mit einer RevPar-Steigerung von 7 %, zurückzuführen auf einen Anstieg in der Rate (ADR: +6 %). Der Wanderkongress DGHO vom 10.-14.10.2014 und der deutsche Schmerzkongress vom 22.-25.10.2014

tragen maßgeblich zur Ratensteigerung bei. Auch die im 2-Jahresturnus stattfindende Hanseboot Messe (25.10.-02.11.2014) und der Hamburger Summit in diesem Jahr stimmen die Hamburger Hoteliers zuversichtlich. Insgesamt zeigt der Trend für den Oktober, dass sich die MICE und Business Group Performance deutlich steigert im Vergleich zum letzten Jahr. Dennoch ist die

Abb.5: Trendbarometer Hamburg 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.10.2014

Kurzfristigkeit schwer einzuschätzen und es bleibt abzuwarten, wie sich die Performance tatsächlich entwickelt.

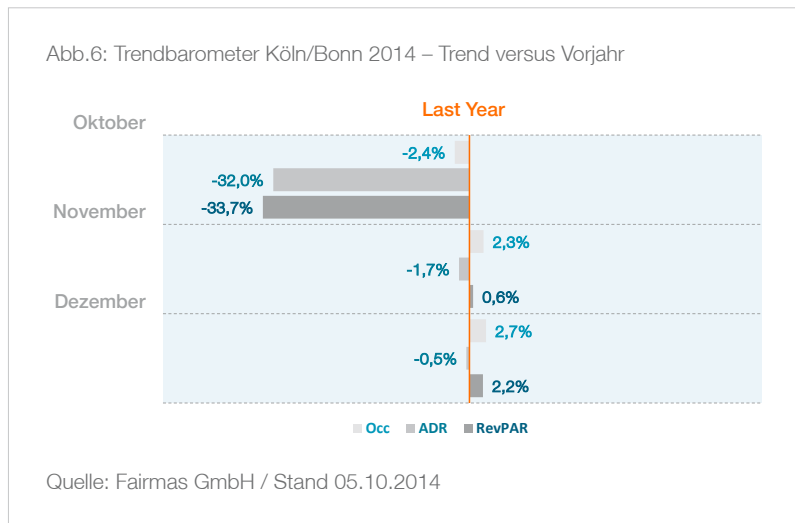
Der positive Trend in Hamburg setzt sich auch im November fort mit einer Steigerung von 5% im RevPar. Der November startet mit dem „66. Eisbeinessen“, das im letzten Jahr noch im Oktober stattfand und für das Wochenende viele Touristen in die Stadt bringen wird. Allgemein bestätigen die Hamburger Hotels, dass sich der November in diesem Jahr durch eine besonders gute Vorbuchungslage aus dem Corporate und Meeting Geschäft auszeichnet, verbunden mit einer hohen Nachfrage im Transient Bereich (Occ: +2%, ADR: +3%).

Äußerst vielversprechend soll sich auch der Dezember gestalten. Erwartet werden Zuwächse in allen drei Kennzahlen: die Belegung soll um 4% steigen, die Rate sogar um 6%, was den beachtlichen RevPar-Anstieg um 10% ausmacht. Auch in Hamburg gibt es vor Weihnachten noch drei volle Business-Wochen. Die Adventswochenenden sind gut nachgefragt und auch Silvester ist in diesem Jahr für Urlauber sehr gut gelegen. Zuversichtlich blicken die Hote-

liers in Hamburg in Richtung Jahresende, obwohl auch hier die Buchungen kurzfristig kommen.

Köln/Bonn

Die Hoteliers in Köln/Bonn schauen extrem pessimistisch auf den Oktober. Die Belegung soll um 2% zurückgehen, die Rate sogar um 32%. Das führt zu einem RevPAR-Rückgang um 34%. Im letzten Jahr fand im Oktober die Anuga (05.-09.10.2013) statt. Diese Ernährungsleitmesse für Handel und Gastronomie findet nur im 2-Jahresrhythmus statt und wird generell zu Spitzen-Raten verkauft. Das fehlt den Hoteliers in diesem Jahr in



den Büchern. Der Köln-Marathon fand in diesem Jahr bereits im September statt, auch das beeinflusst das Oktober-Ergebnis negativ. Die InterMot, Internationale Motorrad-, Roller- und E-Bike-Messe (01.-05.10.2014) läuft auch nicht so stark wie

zunächst erwartet und auch die ORGATEC (21.-25.10.2014) bleibt hinter den vergangenen Jahren zurück. Generell ist die Nachfrage im Oktober sehr schwach, die Hoteliers hoffen auf kurzfristiges Geschäft.

Vorsichtig gehen die Hoteliers an die Prognosen für den November heran. Da die Zeiträume für den Buchungsvorlauf, gerade im Leisure-Bereich, doch zunehmend auch beim Business-Geschäft immer kürzer werden, halten sich die Hoteliers mit allzu enthusiastischen Prognosen eher zurück. Erwartet werden ein Belegungszuwachs und ein Rückgang der Rate um jeweils 2%. Das führt zu einem RevPAR-Zuwachs um 0,6%. Dennoch sind die Hoteliers zuversichtlich, dass sich in den Zahlen noch etwas tun wird, denn im letzten Jahr war der November ein guter Business-Monat mit viel Tagungsgeschäft. Man erhofft sich noch einiges kurzfristiges Business-Geschäft und auch das Adventswochenende kann noch eine gute Nachfrage bringen.

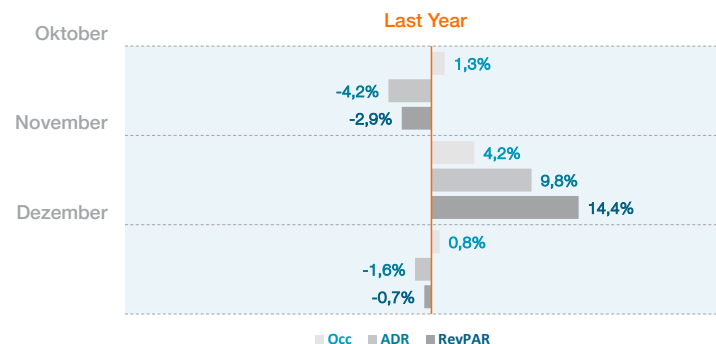
Vorsichtig positiv prognostizieren die Hoteliers in Köln/Bonn den Dezember. Man rechnet mit einem Belegungsanstieg von 3%, mit einem Rückgang der Rate um 0,5% und somit mit einem RevPar-Anstieg um 2%.

Es wird vor allem Leisure-Geschäft bedient, die Adventswochenenden sind sehr gut nachgefragt, ebenso wie Silvester – auch Köln/Bonn schaut zuversichtlich in Richtung Jahresende.

München

Die Verschiebung der Herbstferien in den Oktober sorgt dafür, dass die Nachfrage im Corporate-Bereich im Vergleich zum letzten Jahr geringer ist. Dafür wird mehr touristisches Geschäft erwartet, gerade an den Feiertagen und in den Ferien rechnet man mit einer starken Nachfrage. Doch die Leisure-Anfragen kommen kurzfristig. Im letzten Jahr gab es im Oktober noch einen Tag Oktoberfest mehr, dieser fällt in diesem Jahr in den September. Die InterAirport-Messe, die in Zweijahres-Rhythmus stattfindet fehlt in diesem. Das sorgt dafür, dass die Hoteliers verhalten prognostizieren. Erwartet werden eine Steigerung in der Belegung um

Abb.7: Trendbarometer München 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.10.2014

1 % und ein Rückgang der Rate um 4 %, was zu einem RevPAR-Rückgang um 3 % führt. Vielleicht kann das World Nutrition Forum (15.-18.10.2014) die Gesamtperformance kurzfristig noch etwas anheben.

Der November beschert den Münchner Hoteliers drei volle Business-Wochen. Entsprechend enthusiastisch sind die Prognosen. Die Belegung soll im Vergleich zum letzten Jahr um 4 % steigen, die Rate sogar um 10 %, somit wird ein RevPAR-Anstieg um 14 % erwartet. Zu dieser positiven Entwicklung trägt die electronica-Messe (11.-14.11.2014), die zu starken Raten verkauft wird maßgeblich bei. Auch in diesem Jahr liegen die Raten wieder deutlich über denen der productronica im letzten Jahr.

Das erste Adventswochenende fällt in diesem Jahr in den November, hier rechnen die Hoteliers mit einem guten Leisure-Pickup.

Der Dezember wird in München noch vorsichtig prognostiziert. Man erwartet einen leichten Anstieg in der Belegung um 0,8 %, aber einen Ratenrückgang um knapp 2 %. Damit wird der RevPar um 0,7 % sinken. Der Dezember bringt drei volle Business-Wochen, die durchaus noch einiges an ratenstärkerem Geschäft bringen könnten. Doch tendenziell geht man davon aus, dass die Preise etwas sinken werden, um viele Touristen in die Stadt zu locken. Die individuellen Buchungen kommen erst kurzfristig, es bleibt abzuwarten, ob es nicht doch noch Spielraum nach oben gibt.

Im Fokus

USALI, die 11.! **Anti-Aging-Kur für eine 90-Jährige**

Als die Manager der Hotel Association of New York City im Jahr 1925 Spezialisten beauftragten, einen standardisierten Kontenrahmen für Hotels zu erarbeiten, der die wichtigsten Kennzahlen nicht nur erfasst, sondern auch regional, zeitlich und betrieblich vergleichbar macht, ahnte wohl niemand, dass ein Evergreen entstehen wird. Generationen von Hotel-Managern, Controllern und Buchhaltern arbeiten seitdem mit dem Uniform System of Accounts for the Lodging Industry, kurz USALI. Dieser Dauerbrenner definiert alle Posten der Ertragsrechnung eines Hotelbetriebes und erfasst sie in einem strukturierten standardisierten Abrechnungsformular. USALI punktet von Beginn an mit seinem standardisierten Kontenrahmen, der in der Konsequenz Abteilungsergebnisse auswirft – ein Standardinstrument für Kostenrechnung, Benchmarking und Management Reporting.

Immer wieder wurde das Werk den aktuellen Gegebenheiten und Erfordernissen der Branche angepasst. Längst arbeiten Hotels zwischen Alaska und Australien, zwischen Zürich und Zypern mit dem fast 90-jährigen Standardwerk, dessen Gerüst so stabil und flexibel ist, dass es alle Entwicklungen zwischen Internet und Globalisierung mitmachte. Stets erwies sich USALI als Führungsinstrument, das die einzelnen Profit-Center im Hotel mit ihren Ergebnissen darstellte und zugleich eine solide Basis für das Benchmarking baute. Die gegenwärtige USALI-Version stammt aus dem Jahr 2006, am 1. Januar 2015 erscheint die elfte Entwicklungsstufe.

Wohin geht die Reise?

Der Gesamteindruck: Die elfte Auflage bildet die Entwicklung der weltweiten Vernetzung der Hotellerie ab. Die Neuerungen betreffen alle Bereiche und Abteilungen der Hotellerie. Eingeflossen sind die Erfahrungen und Erfordernisse gleich mehrerer großer Hotelkonzerne wie Marriott und Starwood sowie international agierender Consulting-Unternehmen. Insgesamt gibt es rund 50 große und kleinere Änderungen. Dabei blieb die Struktur im Wesentlichen erhalten, das Beachtenswerte steckt im Detail. Wir zeigen beispielhaft einige der Neuerungen und wollen damit den Appetit wecken, sich mit der USALI-Evolution rechtzeitig zu beschäftigen.

Im Detail:

Mehr als Schlagwörter: Globalisierung und Standardisierung

Entstanden in den USA, bestimmt die amerikanische Sicht von jeher die Ausgestaltung. USALI musste daher stets an die nationalen Buchungsstandards angepasst werden. Im Zeitalter weltweit agierender Hotelkonzerne ist es mit der 11. Edition weitaus einfacher, die lokalen Besonderheiten zu implementieren. Das ermöglicht effektiver als bisher Hotels auf Hawaii mit dem Haus in Südfrankreich zu vergleichen. Die operativen Kennzahlen wurden mehr als bisher standardisiert.

Zeitgeist: Information and Telekommunikation

„Information and Telecommunication Systems“ heißt die neu geschaffene Abteilung in den „Undistributed Departments“ (Overhead Costs), die die altmodische Kostenstelle „Telefon“ in den einzelnen Abteilungen ablöst und die IT-Kosten somit bündelt. Gastbezogene Telekommunikationskosten und -umsätze werden auf das Konto „Guest Communication“ in den „Minor Operating Departments“ verbucht.

Gruppenzwang

In der Branche gibt es einen weiterhin anhaltenden Trend zum Outsourcen, Zentralisieren und Clustern von Fachbereichen. Mehr Eindeutigkeit hinsichtlich der Cluster-Kosten bringt die Neuerung, dass jede Abteilung des Hauses ihr eigenes Kosten-Konto „Cluster Service“ erhält. Hier werden alle nicht-Personalkosten verbucht, als Cluster Kosten von mehreren Häusern getragen werden. Ergebnis: die Benchmarks sind standardisiert und damit vergleichbar.

Zimmerordnung

Basis-Kennzahl der ADR (Average Room Rate) sind nun verkaufte Zimmer, nicht belegte. Verkaufte Zimmer ohne Berechnung einer Rate (als Teil einer Promotion/eines Vertrages) fließen mit in die verkauften Zimmer ein. „Complimentary“ Zimmer fließen nicht mit ein. Keine Hintertür mehr für fin-dige Versuche, die Benchmarks zu beeinflussen.

Gleichmaß im Resort

Mehr Transparenz auch in Sachen Resort Fees. Die durchaus gängige Praxis, derartige Umsätze – wie beispielsweise für All-Inklusive-Pakete – dem Zimmerumsatz zuzuordnen, ist nun nicht mehr möglich. So mancher RevRar wird nun ein verändertes Bild zeigen.

Wieder ein Paar: Food & Beverage

Die 11. Auflage trennt sich von der altmodisch anmutenden Begrifflichkeit des Gedecks („Cover/ Couvert“). Sie führt als neue Kategorie „Customers served“ ein, ganz gleich ob der Gast Essen bestellt oder nicht.

Auch wenn dies auf den ersten Blick nur eine kleine Änderung ist, dürfte der Effekt große Auswirkungen haben. Das beginnt bereits bei den operativen Standards und der Erfassung von Daten im Kassensystem und endet nicht zuletzt mit völlig veränderten Kennzahlen im Reporting.

Lohnkosten

Überfällig waren die Änderungen beim dicksten Kostenfaktor der Hotellerie: den Lohnkosten. Neben der Umbenennung von „Payroll Cost“ zu „Labor Cost“ schiebt USALI 11 den trickreichen Versuchen, die Personalkosten in der Darstellung durch Outsourcing bei gleichzeitiger Erhöhung der sonstigen Aufwendungen zu drücken, konsequent einen Riegel vor. Der gesamte Personaleinsatz – einschließlich der outgesourcete Leistungen – wird nun als „Labor Cost“ abgebildet.

Neu ist auch die Aufteilung von Lohnkosten in „Management“ und „Non-Management“ was einen schnellen Blick auf das Lohnkosten-Verhältnis von Arbeits- und Führungskräften ermöglicht.

Vollständige Informationen zu USALI 11. Ausgabe sind zu finden auf der Website der American Hotel & Lodging Educational Institute: <https://www.ahlei.org/USALI>

Fazit

Für Hotels, die noch immer zögern, ihr Reporting auf USALI umzustellen, sollte die elfte Auflage Anlass sein, das nun endlich zu tun. Nur so tragen sie der weltweiten Vernetzung der Branche Rechnung. Die neue Auflage standardisiert mehr als bisher operative Kennzahlen und setzt deutliche Punkte, um unterschiedliche Auslegungen abzuwehren. Das Standardwerk zeigt sein sicheres Gespür für die Erfordernisse der Zeit und ist damit ein überzeugendes Entscheidungstool für das Management in allen Leitungsebenen sowie für Häuser aller Größen, also von der Kettenhotellerie bis zum kleinen privat geführten Ferienhotel.

Mit dieser evolutionären Anpassung sichert USALI, dass es weiterhin die Bewertungs-Basis für Eigentümer, Banken und Investoren bleibt und zugleich die beste Basis ist, auf der die weiterführende Software der Branche aufbauen und andocken kann. Auch bei Planungs- und Controlling-Softwarelösungen des Branchenspezialisten Fairmas sind die USALI-Kennzahlen das entscheidende Tool sowohl für das optimierte zielgruppengenaue Controlling als auch die langfristigen Planungsprozesse – der Blick zurück und in die Zukunft.

Die USALI-Änderungen treten ab 1. Januar 2015 in Kraft. Es ist also an der Zeit, sich damit zu beschäftigen, damit Ihr Reporting im nächsten Jahr auf dem neusten Stand ist.

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.