

# Hotel-Report

Ausgabe Dezember 2014

  
SOLUTIONS DOT WG  
HOSPITALITY ADVISORY ALLIANCE

  
Fairmas

**Im Fokus** Korrelation der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Verhältnis zur Angebots- und Nachfrageentwicklung der Hotellerie



## Inhaltsverzeichnis

Liebe Leserinnen, liebe Leser,	3
November 2014 im Vergleich zum Vorjahr	4
Das Fairmas Trendbarometer	8
Im Fokus	16
Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report	21
Disclaimer	22

## Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Jahr neigt sich dem Ende. Doch für uns ist es noch nicht an der Zeit zurückzublicken. Stattdessen gehen wir der Frage auf den Grund ob die Hotellerie ein eigener Wirtschaftszweig ist, und inwiefern sie mit der Gesamtwirtschaft zusammenhängt. Welche Indikatoren spielen eine Rolle, wenn man beurteilen möchte ob ein neues Hotelprojekt Erfolg haben wird? Welche Faktoren müssen zur Standortbeurteilung herangezogen werden?

Prof. Dr. Christian Buer von der Hochschule Heidelberg hat für uns den Zusammenhang zwischen der wirtschaftlichen Entwicklung und der Entwicklung der Hotellerie untersucht. In dieser Ausgabe des Hotel-Reports finden Sie ein Abstract seiner wissenschaftlichen Abhandlung. Die gesamte Arbeit können Sie selbstverständlich auch hier nachlesen:

[http://www.fairmas.com/sites/default/files/aktuelles/forschung\\_prongnosehotel\\_allgshort\\_nov14.pdf](http://www.fairmas.com/sites/default/files/aktuelles/forschung_prongnosehotel_allgshort_nov14.pdf)

Wir wünschen all unseren Leserinnen und Lesern ein ruhiges, besinnliches Weihnachtsfest und einen angenehmen Start ins neue Jahr, in dem wir uns dann mit einem Jahresrückblick zurückmelden.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen das Team des Hotel-Reports

Gabriele Kiessling & Nadine Kilian

## November 2014 im Vergleich zum Vorjahr<sup>1</sup>

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

<sup>1</sup> Vorläufige Kennzahlen (täglich erhoben), verstehen sich als Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert, gerundete Werte  
Quelle: Fairmas GmbH/STR Global, Stand 01.12.2014

#### Berlin

**OCC: 76 %, ADR: 88 €, RevPar: 67 €**

Das Mauerjubiläum am Wochenende zum 08. und 09. November ließen auch die Berliner Hoteliers jubeln. Die Feierlichkeiten zogen viele Gäste in die Stadt, was der Belegung sehr zugutekam. Auch das 1. Adventswochenende brachte eine starke Belegung in die Stadt. Insgesamt zeigte sich im November das auch Business-Geschäft wie erwartet sehr stark. Nicht nur Veranstaltungen wie die SAP TechEd (11.-13.11.2014) und die Events um die Bambi-Verleihung brachten viele Gäste in die Stadt, es gab auch viele Geschäfts- und Veranstaltungsanfragen. Der leichte Rückgang in der Rate (-1 %) ist auf den hohen Anteil an Leisure-Gästen zurückzuführen. Nichtsdestotrotz war der November in Berlin dank des starken Belegungsanstiegs im Vergleich zum letzten Jahr (+10 %) mit einer RevPar-Steigerung um 9 % ein sehr starker Monat.

#### Dresden

**OCC: 58 %, ADR: 73 €, RevPar: 42 €**

Die Hotellerie in Dresden erfreute sich eines insgesamt guten Novembers. Damit hatten die meisten Hoteliers gar nicht gerechnet: die Nachfrage war deutlich größer als im letzten Jahr zu dieser Zeit, auch im Firmensegment. Der Herbst verläuft bisher recht mild, davon profitierte die touristische Nachfrage. Doch in Erwartung eines gewohnt schwachen November-Geschäfts hatten viele Häuser die Preise bereits gesenkt. Das 1. Adventswochenende war auch dank der Eröffnung des Striezelmarkts (27.11.2014) lange vorher bereits in vielen Häusern ausgebucht. So ergab sich für den November trotz des Ratenrückgangs um 0,8 % dank der Belegungssteigerung um 5 % ein RevPar-Anstieg um 4 %.

## Düsseldorf

**OCC: 74 %, ADR: 128 €, RevPar: 94 €**

Der November bescherte den Düsseldorfer Hoteliers ein trübes Bild. Die Belegung sank um 1 %, die Rate sogar um 7 %, womit der RevPar im Vergleich zum Vorjahr um 8 % abnahm. Viele Veranstaltungsanfragen fehlten im November. Außerdem fehlte 2014 die in Düsseldorf alle zwei Jahre stattfindende A+A Messe, welche im letzten Jahr hohe Raten mit sich brachte. Die jährlich stattfindende Leitmesse Medica mit ihren vier Messetagen in der Zeit vom 12. bis zum 14.11.2014 konnte mit vier Messetagen das insgesamt schlechte Ergebnis in der Gesamtpformance kaum positiv beeinflussen, auch wenn sie deutlich ratenstärker war als noch im letzten Jahr.

## Frankfurt

**OCC: 72 %, ADR: 102 €, RevPar: 74 €**

Auch wenn der November sonst ein guter Corporate- und Tagungsmonat in Frankfurt ist, zeigte er in diesem Jahr eine negative Entwicklung (Occ: +3 %, ADR: -4 %). Grund für die negative Entwicklung der Rate war vor allem das generell rückläufige Tagungsgeschäft. Auch fehlte es in vielen Häusern an individuellem Pickup. Nicht einmal die alljährlich stattfindende EuroMold-Messe (24.-28.11.2014) konnte die Rate positiv beeinflussen, auch wenn die Messe wesentlich erfolgreicher war als 2013 (RevPar-Plus von 17 %). Die steigende

Bettenanzahl sorgt für einen zunehmenden Verdrängungswettbewerb. Viele Hotels, vor allem im 4\* Sterne Segment zeigten im letzten Jahr, beeinflusst durch den EWEA Offshore-Kongress eine sehr gute Performance (2014: Occ: -19 %, ADR: -28 %, RevPar: -42 %).

## Hamburg

**OCC: 80 %, ADR: 108 €, RevPar: 87 €**

Eine positive Prognose versprach das Trendbarometer in Hamburg und diese bestätigte sich. Der November zeigte eine besonders positive Steigerung im RevPar von 5 % im Vergleich zum Vorjahr. Allgemein bestätigten die Hamburger Hotels, dass sich der November in diesem Jahr durch eine besonders gute Vorbuchungslage aus dem Corporate und Meeting Geschäft auszeichnete, verbunden mit einer hohen Nachfrage im Transient-Bereich (Occ: +3 %, ADR: +2 %). Einige Hoteliers verzeichneten einen hohen Anstieg an kurzfristigem Pick-up Geschäft sowie im individuellen Städtereisegeschäft. Auch die milden Temperaturen in diesem Jahr, verbunden mit den alljährlichen Weihnachtseinkäufen erbrachten den Hamburger Hoteliers ein sehr zufriedenstellendes Leisure-Geschäft.

## Köln / Bonn

**OCC: 74 %, ADR: 95 €, RevPar: 70 €**

Mit Zuwächsen hatten die Hoteliers in Köln / Bonn in den Prognosen ohnehin nicht gerechnet. Und

tatsächlich war die Nachfrage in den Businesswochen und an den Wochenenden nicht so groß wie in den Vorjahren. Die Medica in Düsseldorf (12.-15.11.2014) brachte nicht allzu viel Overflow-Geschäft in die Stadt, doch die Raten waren deutlich stärker als im letzten Jahr. Das Leisure-Geschäft für das erste Adventswochenende kam nur sehr langsam ins Rollen, sorgte dann aber für einen guten Pickup. Insgesamt waren die Einbußen dann doch nicht so groß wie befürchtet, die Belegung stieg nur ganz leicht um 0,1 %, die Durchschnittsrate konnte um 1 % gesteigert werden, was zu einem RevPar-Anstieg um 1 % führte.

## Leipzig

**OCC: 70 %, ADR: 84 €, RevPar: 59 €**

Der November in Leipzig zeigte eine Steigerung im RevPar von 7 % im Vergleich zum Vorjahr, was vor allem auf die positive Entwicklung in der Rate von über 13 % zurückzuführen ist. Hauptverantwortlich für diese Entwicklung war die in diesem Jahr stattfindende Herbsttagung der Deutschen Diabetes Gesellschaft, die in der Zeit vom 21. bis zum 22. November 2014 stattfand, gemeinsam mit der Jahrestagung der Deutschen Adipositas-Gesellschaft. Die Kombi-Veranstaltung brachte

hohe Raten in die Stadt. Zusätzliches Geschäft verdankten die Leipziger Hoteliers auch dem JCI Weltkongress, einem der Wanderkongress, der vom 24. bis zum 29. November in Leipzig stattfand und ebenso mit guten Raten glänzte. Die Belegung ging um 6 % zurück.

## München

**OCC: 78 %, ADR: 130 €, RevPar: 101 €**

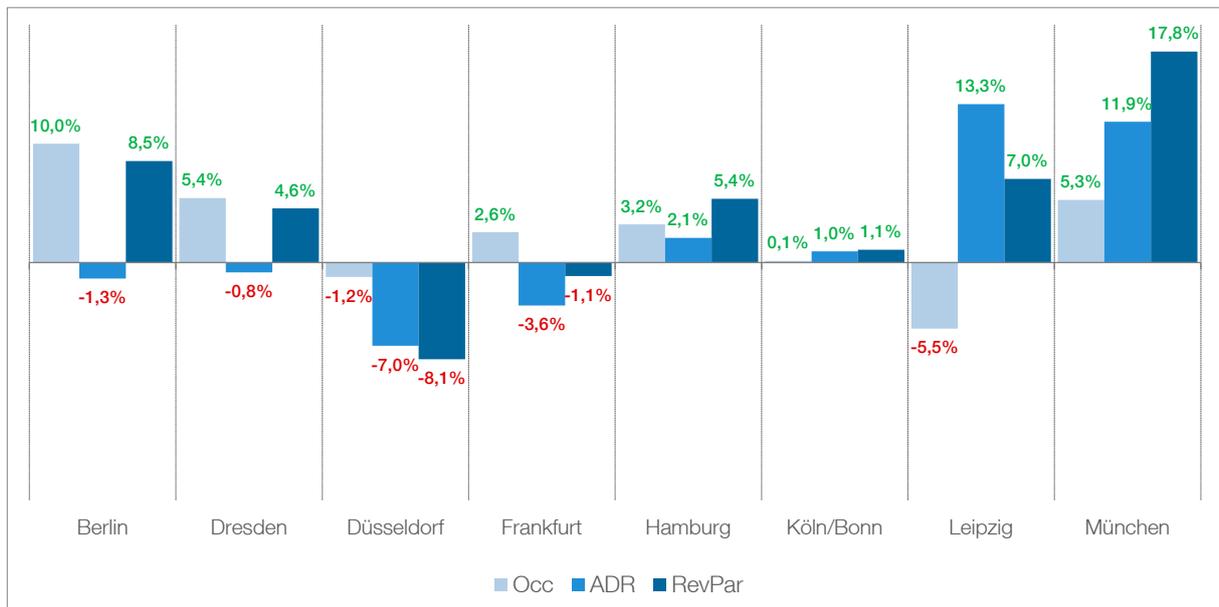
Die Herbstferien in Bayern lagen in diesem Jahr komplett im Oktober und hatten keinen negativen Einfluss auf den November, es gab im Vergleich zum Vorjahr eine ganze zusätzliche Businesswoche. Die electronica (11.-14.11.2014) brachte ein starkes Messegeschäft zu hohen Raten in die Stadt, deutlich stärker als die produktion im letzten Jahr. Beachtlich waren ebenso die allgemeine Meetingnachfrage und das Firmenreiseaufkommen. Doch auch Individual- und Gruppengeschäft waren stark. Das erste Adventswochenende sorgte dazu für viel Weihnachtsmarkt-tourismus. Es war ein hervorragender November für die Münchner Hotellerie mit deutlichen Performance-Steigerungen auf allen Ebenen: Die Belegung stieg im Vorjahresvergleich um 5 % an, die Rate sogar um 12 % (RevPar: + 18 %).

## Alle Destinationen im Überblick

Hotel Performance November 2014/2013*												
	Occupancy				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
<b>Berlin</b>	75,8%	68,9%	6,9	10,0%	88,2	89,4	-1,2	-1,3%	66,9	61,6	5,3	8,5%
<b>Dresden</b>	58,3%	55,3%	3,0	5,4%	72,5	73,1	-0,6	-0,8%	42,3	40,4	1,8	4,6%
<b>Düsseldorf</b>	74,0%	74,9%	-0,9	-1,2%	127,6	137,2	-9,6	-7,0%	94,4	102,8	-8,3	-8,1%
<b>Frankfurt</b>	72,2%	70,4%	1,8	2,6%	101,8	105,6	-3,8	-3,6%	73,5	74,3	-0,8	-1,1%
<b>Hamburg</b>	80,2%	77,7%	2,5	3,2%	107,8	105,6	2,2	2,1%	86,5	82,1	4,4	5,4%
<b>Köln/Bonn</b>	74,1%	74,0%	0,1	0,1%	95,0	94,1	0,9	1,0%	70,4	69,6	0,8	1,1%
<b>Leipzig</b>	69,9%	74,0%	-4,1	-5,5%	84,2	74,3	9,9	13,3%	58,9	55,0	3,9	7,0%
<b>München</b>	77,9%	74,0%	3,9	5,3%	130,2	116,4	13,8	11,9%	101,4	86,1	15,3	17,8%

\*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 01.12.2014

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



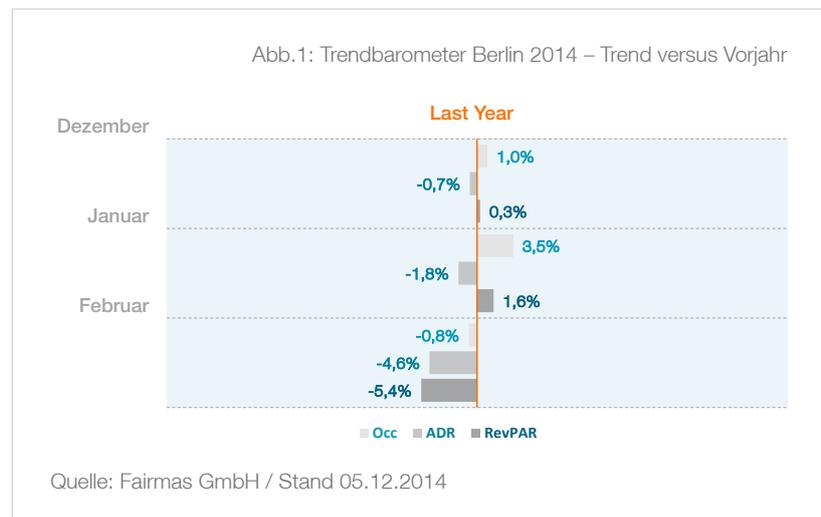
## Das Fairmas Trendbarometer

### Der Blick in die Zukunft im Einzelnen:

#### Berlin

Der Dezember verspricht keine großen Veränderungen im Vergleich zum letzten Jahr (OCC: +1%, ADR: -0,7%, RevPAR: +0,3%). In den Adventswochen und über die Weihnachtsfeiertage nimmt das Businessgeschäft stetig ab und der größte Teil der Reisenden stammt aus dem Leisure-Segment. Es ist daher schwierig, eine Ratensteigerung durchzusetzen. Die Berliner Hoteliers erwarten in den ersten zwei Wochen noch ein gutes Business-Geschäft. Auch der Shopping- und Weihnachtstourismus wird sich etwa auf Vorjahresniveau bewegen. Die Adventswochenenden waren in den letzten Jahren bereits gut nachgefragt. Auch Silvester und die Tage davor gestalten sich vielversprechend, da die Feiertage in diesem Jahr so günstig liegen, dass man mit wenigen Urlaubstagen die ganze Woche ausreizen kann. Dennoch bleibt der Dezember auch in diesem Jahr ein klassischer Low-Season-Monat mit wenig Gruppen- und Business-Geschäft.

Der Start ins Jahr 2015 verspricht positiv zu werden. Im Januar wird ein Belegungszuwachs um 4% erwartet. Arbeitnehmerfreundliche Brückentage zum Jahreswechsel werden für viel Leisure-Geschäft sorgen, jedoch mit schwächeren Raten. Die Grüne Woche und die Berlin Fashion Week prognostizieren die Hoteliers bisher vorsichtig, denn bereits in



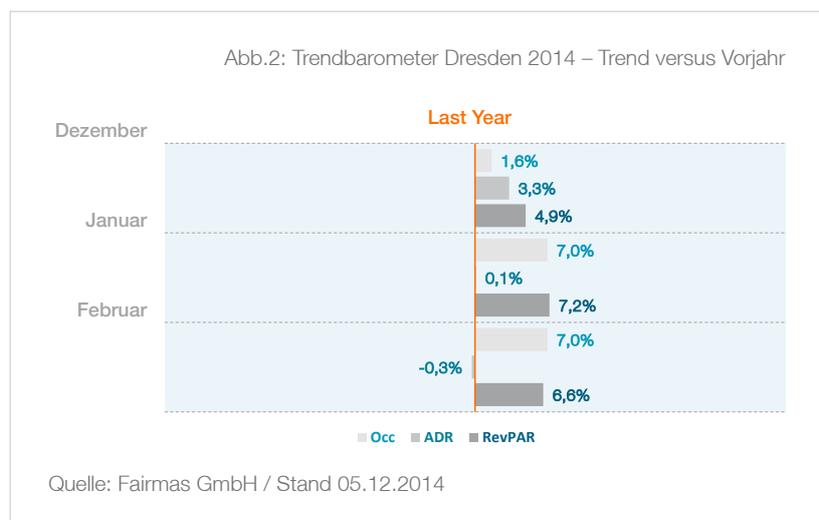
diesem Jahr waren beide Events schwächer als in den Vorjahren. Die Grüne Woche hat bezüglich der gebuchten Übernachtungen ohnehin kaum noch Relevanz und wenn, dann nur für den Westen der Stadt. Die Bread & Butter dagegen umso mehr,

doch die widersprüchliche Kommunikation seitens der Veranstalter, ob die Messe nun in Berlin oder in Barcelona stattfinden sollte hatte dafür gesorgt, dass einige Häuser bereits zu niedrigeren Preisen verkauft haben. Aktuell geht man davon aus, dass die Durchschnittsrate um 2% sinken wird (RevPar: +2%) Doch der Vorausbuchungsstand ist gut. In den letzten Jahren hat sich der Januar zu einem tollen Kick-off-Convention-Monat entwickelt. Die Raten sind allerdings niedrig, schließlich möchte jeder ein Stück vom Kuchen.

Deutlich rückläufig wird der Februar prognostiziert. Die Belegung soll leicht sinken (-0,8%), die Rate mit knapp 5% dagegen deutlicher. Man erwartet einen RevPar-Rückgang um mehr als 5%. Im Februar 2015 fehlt vor allem die BAUTEC, die nur alle zwei Jahre stattfindet und 2014 sehr gute Raten in die Stadt brachte. Auch der Krebskongress findet im 2-Jahresrhythmus statt und wird in diesem Februar fehlen. Dennoch ist schon jetzt der Vorbuchungsstand für das Tagungsgeschäft in vielen Häusern gut und auch die Fruit Logistica hat noch Potential das Ergebnis positiv zu beeinflussen, viele Häuser sind zuversichtlich, dass sich die Prognose noch ins Positive verschieben wird.

## Dresden

Die Dresdner Hoteliers sind wieder zuversichtlicher in Bezug auf die Dezember-Performance. Man erwartet eine Steigerung in der Belegung um 2%, in der Rate um 3% steigen, was zu einem RevPar-Anstieg um 5% führt. Da der 4. Advent so kurz vor Weihnachten liegt, lässt er sich schwer an die Leisure-Kundschaft verkaufen, doch in diesem Jahr ist er sehr gut nachgefragt und teilweise sogar bereits ausgebucht und die Hotels korrigieren ihre Raten entsprechend nach oben. Auch Silvester läuft in Dresden traditionell gut. Die Hoteliers drehen die Preisschraube nach oben, die Raten für die Adventswochenenden liegen deutlich über denen in den letzten Jahren. Das geht vielleicht ein wenig auf Kosten der Belegung, beeinflusst die Durchschnittsrate allerdings positiv. Hinzu kommt, dass die Dresden Marketing GmbH in diesem Jahr den Winter deutlich aktiver bewirbt als das in den



Vorjahren der Fall war, das bekommen die Häuser der Stadt deutlich zu spüren.

Der Start ins neue Jahr wird in Dresden sehr positiv erwartet. Die Belegung soll um 7 % ansteigen, die Rate mit einer minimalen Erhöhung um 0,1 % nahezu stagnieren. Somit erwartet man für den Januar eine RevPar-Steigerung um 7 %. Wegen der günstigen arbeitnehmerfreundlichen Feiertagslage zum Jahreswechsel (immerhin lässt sich das Erste Januarwochenende mit nur einem Urlaubstag auf fünf Tage ausdehnen), und der Tatsache, dass die Ferien sich weiter in den Januar hinein ziehen als das in diesem Jahr der Fall war, gehen die Hoteliers von starkem Leisure-Geschäft im Januar aus. Allgemein sind die Hoteliers in Dresden für das neue Jahr vorsichtig optimistisch.

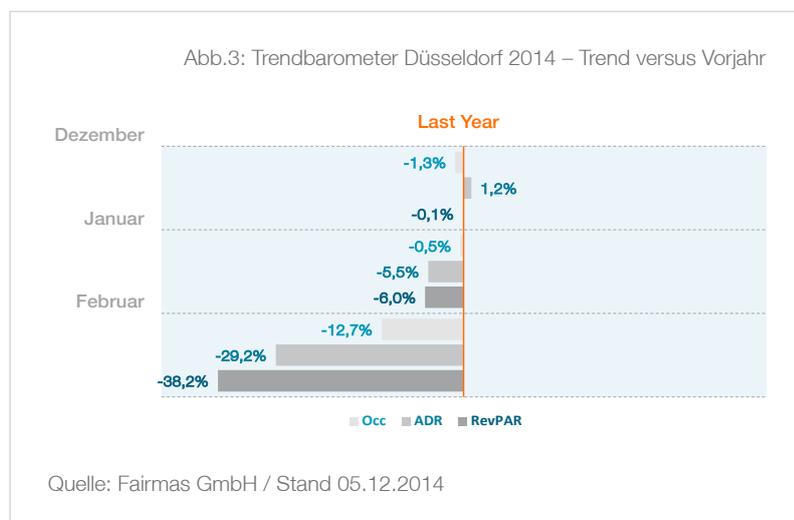
Diese Zuversicht bestätigt sich auch für den Februar. Wenn auch die Rate leicht zurückgehen soll (-0,3%), die Belegung soll um starke 7% ansteigen und damit auch der RevPar. Große Kongresse oder Events gibt es Anfang 2015 nicht. Der Januar und der Februar sind klassische Low-Season-Monate in Dresden, dennoch freuen sich die Hoteliers über eine

steigende Nachfrage. Die Forecasts sehen besser aus, als im letzten Jahr. Einen großen Ratenanstieg erwartet man allerdings nicht, denn anders als im Vorweihnachts- und Silvestergeschäft ist die Bereitschaft der Leisure-Gäste höhere Raten anzunehmen doch sehr gering. Erstmals findet 2015 allerdings der SemperOpernball im Februar statt, das kann auch das ratenstärkere Geschäft ein wenig ankurbeln.

## Düsseldorf

Der Dezember bringt Düsseldorf kaum Messen. Das war bereits im letzten Jahr so. Die Düsseldorfer Hoteliers erwarten trotzdem einen Rückgang in der Belegung um 1 %. Die Einsparungen von Firmenkunden und rückläufige Anfragen im Meeting und Kongressbereich aufgrund verschärfter Compliance-Maßnahmen zeigen zunehmend ihre negativen Auswirkungen in der Düsseldorfer Hotellerie.

Abb.3: Trendbarometer Düsseldorf 2014 – Trend versus Vorjahr



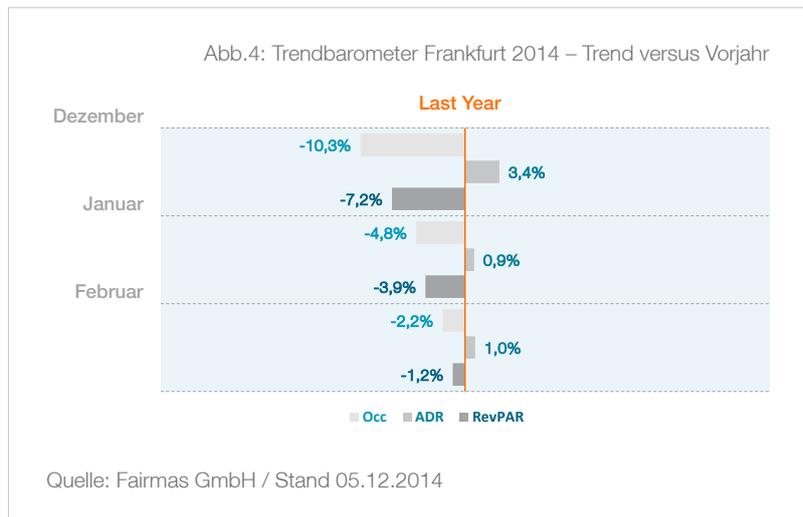
Auch das Leisure Business zu den Wochenenden wird immer kurzfristiger, was eine präzise Einschätzung zusätzlich erschwert. Für den leichten Ratenanstieg von 1% sorgte vor allem die in diesem Jahr stattfindende C-Messe Valve World Expo, die im letzten Jahr in den USA stattfand. Aus Erfahrung sind die ersten drei Dezemberwochen gut verkäufliche Business-Wochen, vor allem an den Adventswochenenden herrscht traditionell eine gute Nachfrage, sodass Belegung und Rate durchaus noch steigen können.

Auch der Januar beschert den Düsseldorfer Hoteliers bislang trübe Aussichten (RevPar-6%). So verzeichnen viele Düsseldorfer Häuser einen deutlichen Rückgang an Übernachtungsvolumen im Meeting-Geschäft. (Occ: -1%). Besonders die erste Januarwoche ist bislang schlecht gebucht, da in einigen Bundesländern der 06.01.2015 ein Feiertag ist. Eine präzisere Aussage hinsichtlich der Januar-Prognose kann erwartungsgemäß ab Mitte November getroffen werden sowie eine Verbesserung in Belegung und Rate aufgrund von kurzfristigen Firmenbuchungen, da bislang die Buchungslage noch sehr verhalten aussieht, bzw. viele Firmenkunden ihre Anfrage auf Option halten.

Der Februar verspricht weiterhin keine Besserung. So wird ein RevPar-Rückgang von insgesamt -38% erwartet, vor allem beeinflusst von einer extrem negativen Prognose in der Rate von -29%. Durch die fehlende Euroshop Messe (3-Jahresturnus) wird der Februar 2015 nicht so erfolgreich wie 2014 sein. Darüber hinaus ist die Vorbuchungslage sehr schwach. Hinzukommt, dass Karneval in 2014 in der ersten Märzwoche lag, was 2015 nicht der Fall sein wird (Mitte Februar) und somit den Düsseldorfer Hoteliers im Februar eine ganze Corporate-Woche zum Verkauf fehlen wird.

## Frankfurt

Der Dezember wird im Vergleich zum Vorjahr stark



negativ prognostiziert. Die Belegung soll um 10% zurückgehen, die Rate um 3% steigen. Damit erwartet man einen RevPar-Rückgang um 7%. Im

letzten Jahr fand die EuroMold im Dezember statt, diese Messetage fehlen in diesem Jahr. Bisher ist der Vorbuchungsstand im Leisure- und Veranstaltungsbereich zwar gut, doch fehlt in den individuellen Segmenten noch einiges an Volumen. Doch wenn 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, welcher momentan noch schwer einzuschätzen ist. Man rechnet mit Gruppengeschäft im Weihnachtsmarkt-Tourismus. Hinzu kommt, dass die drei Wochen vor Weihnachten gut verkäufliche Businesswochen sein dürften. Zusätzlich kann durch den Lufthansa Streik im Dezember für einige Hotels mehr Lay-Over Geschäft generiert werden.

Auch der Januar bewegt sich in seiner Prognose unter dem Vorjahresniveau, vor allem beeinflusst durch die negative Entwicklung in der Belegung von -5%. In diesem Jahr dauern die Weihnachtsferien in vielen Bundesländern bis zu drei Tage länger an, als das 2014 der Fall war, was 2015 zu einem rückläufigen Corporate- und Meeting-Geschäft führt. Zusätzlich fehlen der Paperworld im Januar zwei volle Messetage, die 2015 in den Februar fallen und letztes Jahr vollständig im Januar lagen. Das beständige Wachstum an Hoteleröffnungen führt in Frankfurt zu einem starken Verdrängungswettbewerb unter den Hotels; dies macht sich vor

allem in den Wintermonaten durch ein niedrigeres Ratenniveau im Vergleich zum Vorjahr bemerkbar.

Der Februar zeigt bislang keine Besserung mit einer insgesamt rückläufigen Prognose im RevPar von -1,2%, trotz positiver Ratenprognose von +1%. Auch hier lässt die Vorbuchungslage noch nicht viel erkennen. Es finden zudem 2 Veranstaltungen auf dem Messegelände von 2014 nicht im Februar 2015 statt (Art & Antique und Facility Management). Die Karnevalstage fallen in diesem Jahr vollständig in den Februar (letztes Jahr Ende Februar, Anfang März). Durch die parallel stattfindende Messe Ambiente (alle 2 Jahre) wird darauf gehofft, dass dem Monat nur wenig Corporate-Geschäft verloren gehen wird. Allgemein geht man davon aus, dass sich der Februar noch positiv entwickelt und es bislang schwer einzuschätzen ist, ob das Niveau von 2014 gehalten werden kann.

## Hamburg

Äußerst vielversprechend soll sich der Dezember in der Hansestadt gestalten. Erwartet werden Zuwächse in allen drei Kennzahlen: die Belegung soll um 3% steigen, die Rate um 2%, was den RevPar-Anstieg um 5% ausmacht. In Hamburg gibt es vor Weihnachten noch drei volle Business-Wochen. Auch der 14. Kongress der Deutschen Interdisziplinären Vereinigung für Intensivmedizin und Notfallmedizin erzeugt bislang bereits eine starke

Abb.5: Trendbarometer Hamburg 2014 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.12.2014

Der Februar zeigt weiterhin ein starkes Wachstum, vor allem bedingt durch die besonders positive Prognose in der Rate von +5 %, was zu einer RevPar-Steigerung von über 6 % führt. Grund für die positive Prognose ist laut Aussagen vieler Hoteliers eine bereits sehr starke Nachfrage im Bereich MICE- und Individualgeschäft. Auch finden im nächsten Jahr viele kleinere

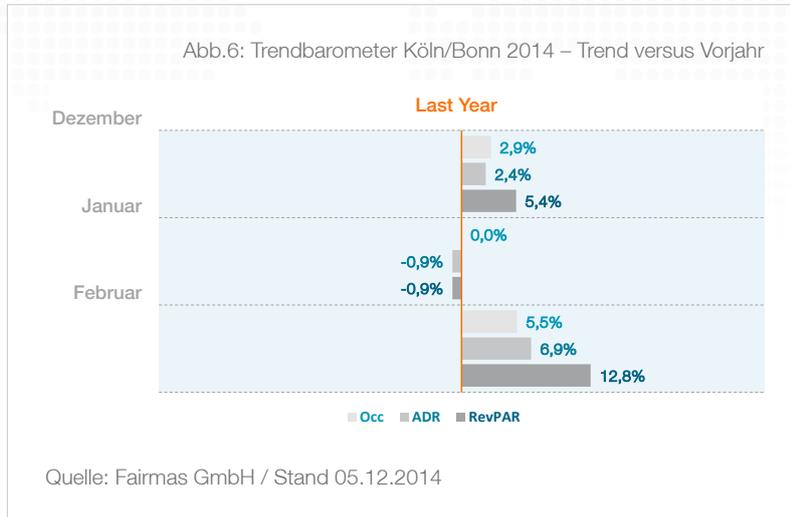
Nachfrage in der ersten Dezemberwoche. Die Adventswochenenden sind gut nachgefragt vor allem mit Gruppen-Geschäft, welches die positive Prognose in der Belegung erklärt und auch Silvester ist in diesem Jahr für Urlauber sehr gut gelegen. Zuversichtlich blicken die Hoteliers in Hamburg in Richtung Jahresende, obwohl auch hier die Buchungen kurzfristig kommen.

Auch der Januar-Trend zeigt sich zuversichtlich in allen 3 Kennzahlen: Occ: +4 %, ADR: +3 %, RevPar: +7 %). Hinsichtlich der Ratenprognose registrieren viele Hoteliers bereits jetzt schon einen sehr guten Vorbuchungsstand bzgl. diverser Anfragen zu Veranstaltungen sowie eine deutlich steigende Nachfrage im Segment MICE. Hamburger Hoteliers rechnen für Januar 2015 mit kurzfristigen Buchungsanfragen zu Jahresauftaktveranstaltungen und Touristenreisen.

Events und Kongresse statt, wie z.B. Reisen Hamburg Messe oder der Kongress Christlicher Führungskräfte, welche für den Ratenanstieg ursächlich sind.

## Köln/Bonn

Vorsichtig positiv prognostizieren die Hoteliers in Köln/Bonn den Dezember. Man rechnet mit einem Belegungsanstieg von 3 %, einem Ratenanstieg um 2 % und somit mit einem RevPar-Anstieg um mehr als 5 %. Es wird vor allem Leisure-Geschäft bedient, die Adventswochenenden sind alljährlich sehr gut nachgefragt. In diesem Jahr wird sogar der 4. Advent sehr gut angenommen, da er recht lange vor Heiligabend liegt, der ja in diesem Jahr auf einen Mittwoch fällt. Die ersten beiden Businesswochen laufen auch besser als erwartet und vielleicht zeigt sich der eine Businessstag mehr vor Heiligabend im Gegensatz zum letzten Jahr auch



entsprechend positiv in den Büchern. Der Weihnachtsmarkt-tourismus boomt, ebenso wie Silvester – auch in Köln/Bonn schauen die Hoteliers zuversichtlich in Richtung Jahresende.

Köln/Bonn erwartet einen zögerlichen Start ins neue Jahr. Der Januar wird leicht rückläufig prognostiziert. Die Belegung soll stagnieren (+0,0%), die Rate und somit der RevPar um 1% zurückgehen. Dem Januar fehlt in diesem Jahr die ISM (01.-04.02.2015) Die am meisten nachgefragten Nächte liegen in 2015 im Februar, während die Messe in diesem Jahr vollständig im Januar stattfand (26.-29.01.2014). Die imm cologne (19.-25.01.2015) ist in vielen Häusern bereits ausverkauft, zur selben Zeit findet auch die Living Kitchen statt. Die erste Januarwoche ist dazu bisher noch sehr schwach auf der Brust. Viele Hotels versuchen, Leisur-Kundschaft über niedrige Raten in die Stadt zu locken.

Wirklich gute Prognosen gibt es dagegen für den Februar. 6% Belegungsanstieg und 7% Ratenzuwachs führen zu einem erwarteten RevPar-Anstieg um 13%. Wie oben erwähnt fällt die IMM in diesem Jahr komplett in den Februar, das sorgt für den erheblichen Raten- und Belegungszuwachs. Doch in 2015 fallen zusätzlich auch noch alle Karnevalstage in den Februar.

Das sorgt traditionell für viel betrieb in der Stadt und lässt die Hoteliers der Region sehr zuversichtlich prognostizieren.

## München

Der Dezember wird in München noch vorsichtig prognostiziert. Man erwartet einen leichten Rückgang in der Belegung um 0,6% und einen Ratenrückgang um 0,5%. Damit wird der RevPar um 1% sinken. Der Dezember bringt drei volle Business-Wochen, die durchaus noch einiges an ratenstärkerem Geschäft bringen könnten, besonders, da der dritte Advent noch relativ lange vor Weihnachten liegt. Messen oder große Events wird es im Dezember nicht geben. Die individuellen Buchungen und kommen erst spät, es bleibt abzuwarten, ob es nicht doch noch Spielraum nach oben gibt, doch das Geschäft zu Weihnachten und

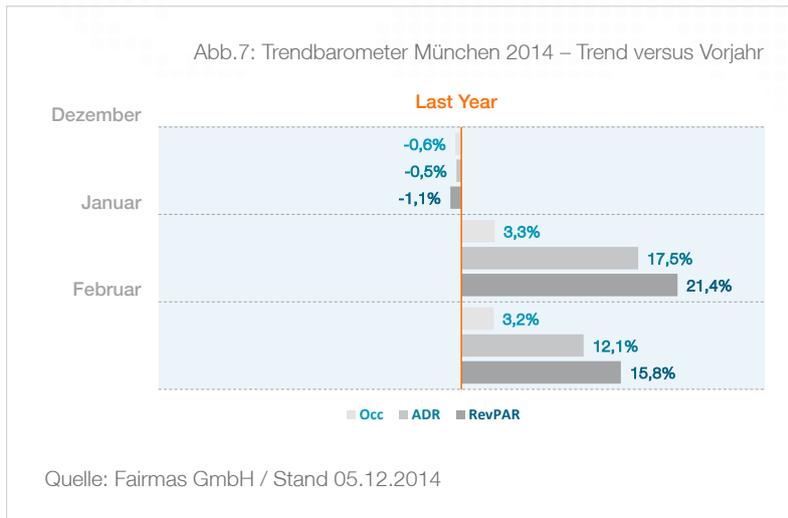
Silvester ist in vielen Häusern deutlich schlechter als im letzten Jahr.

dere die Rate der ersten Woche aus, auch wenn man vielleicht noch mit etwas ratenschwächerem

Leisure-Geschäft rechnen kann.

Das untermauert jedoch nur den enormen positiven Einfluss der BAU auf die Rate und den RevPar.

Auch im Februar freuen sich die Hoteliers auf eine starke Performance im Vergleich zum letzten Jahr. Erwartet werden ein Anstieg in der Belegung um 3%, in der Rate um 12% und damit ein RevPar-Zuwachs von



Der Januar 2015 wird in München wesentlich besser als im Vorjahr erwartet (OCC: +3%, ADR: +18%, RevPar: +21%). Hauptverantwortlich für diese positive Entwicklung wird die im Zweijahresrhythmus stattfindende BAU-Messe (19.-24.01.2015) sein, die regelmäßig starke Raten bringt. Der Feiertag am 06.01.2015 (Heilige Drei Könige) wirkt sich zwar negativ auf das Business-Geschäft und damit die Belegung und insbeson-

16%. Hauptverantwortlich hierfür ist die ISPO (05.-08.02.2015), die sonst in den Januar fällt. Zeitgleich findet auch die Münchner Sicherheitskonferenz (06.-08.02.2015) statt. Zusätzlich war der Februar 2014 in vielen Häusern ein ausnehmend schwacher Monat im Vergleich zu den Jahren zuvor, besonders in Bezug auf die Belegung. Die Hoteliers gehen jedoch davon aus, dass sich das in 2015 wieder ins Positive verschieben wird.

## Im Fokus

### **Korrelation der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Verhältnis zur Angebots- und Nachfrageentwicklung der Hotellerie** und deren Wirtschaftlichkeit

## Ausgangslage

Die Systematisierung der Hotellerie in den 80ern folgte dem Wachstum (=Immobilienboom) der 90er und der 2000er. Das Wachstum der Hotellerie in Deutschland ist organisch und opportunistisch. Die föderalen Strukturen des Landes sind der wirtschaftliche Erschließungskern von Beherbergungsmärkten. Abgeleitet daraus lassen sich Standortentscheidungen insbesondere der Systemhotellerie als „strategische Standort-sicherungen“ und weniger als „ökonomisch sinnvolles Wachstum“ einstufen.

Abgeleitet aus diesen Überlegungen sind folgende Fragen zu stellen:

- Sind Wachstumsstrategien zur Bereinigung von Hotel- und Standortportfolio von Systemhoteliers wie z. B. die Dorint AG, die auf der Kapitalbasis von Investitionszuschüssen (=Mietzuschuss/Baukostenzuschuss) dennoch unter ökonomischen Gesichtspunkt sinnvoll?
- Ist die Wirtschaftskraft eines Landes, das den Schwerpunkt im sekundären Sektor hat, der Belegungstreiber (=Nachfrage) für die Hotellerie oder ist die Hotellerie als ein Teil des Wirtschaftssektors „Tourismus“ selbsttragend?

Die Forschungsfrage des aus dieser Überlegung und Diskussion erstellten Untersuchungsgegenstandes für Deutschland ist: Ist die Hotellerie in Deutschland in seiner fragmentarischen Struktur eine eigene treibende Wirtschaftskraft (=Deutschland ist ein Tourismusland) oder ist diese unmittelbar abhängig von der Wirtschaftskraft der Kernbranchen des Landes?

Die Kernbranche definiert sich für ein Land als die zentrale Wirtschaftskraft, die in erster Linie die Beschäftigung im Land gewährleistet und daraus abgeleitet das wirtschaftliche Wachstum definiert; und damit das BIP.

Lassen sich anhand dieser Fragen, einerseits abgeleitet aus der Fragestellung der Korrelation von Hotellerie zur Wirtschaftskraft eines Landes und andererseits aus den Indikatoren der Volkswirtschaft wiederum gewinnbringende Investitionen für Hotels; sprich Standorterschließungen darstellen? Wenn ja, sind dies sowohl für Betreiber als auch Investoren nachhaltige Standorte für gewinnbringende Hotelierstätigkeiten.

Die These ist, dass eine positive Relation zwischen „Wirtschaftskraft“ einer Region und dem „wirtschaftlichen Erfolg“ eines Hotels existiert und die „eigene Wirtschaftskraft des Hotelbetriebes“ sekundär für den wirtschaftlichen Gesamterfolg ist. Hierbei ist der wirtschaftliche Gesamterfolg begründet in dem nachhaltig ökonomischen Auskommen des Betreibers und der zu erwartenden Rendite für den Investor, sprich Immobilieneigentümer.

Die Teilung von Immobilie und Betrieb als primäres Verständnis des unterschiedlichen Risiko- und Zielmodelles ist in dieser Betrachtung Voraussetzung.

## Die Analyse für Deutschland

Die Korrelationsanalysen der Wirtschaftsfaktoren in Deutschland bezogen sich auf die Bruttowertschöpfung und das Bruttoinlandsprodukt sowie die Gewerbesteureinnahmen. Die messbaren Größen in der Hotellerie sind die nachfragerlevanten Faktoren der Übernachtungen und den erzielten Umsätzen bzw. Zimmerpreise, -belegung und -ertrag (=Performance-Werte) sowie den Angebotsfaktoren der verfügbaren Betriebe und Schlafstellen. Das Ergebnis der Relationsanalysen hat ergeben, dass

- zwischen dem Bruttoinlandsprodukt und der Zahl der Hotelübernachtungen ein hoher Zusammenhang besteht,
- eine positive Relation zwischen der Bruttowertschöpfung und der Nachfrage (Hotelübernachtungen) ermittelt wurde und
- die Gewerbesteureinnahmen positiv im Verhältnis zu der Zahl der Übernachtungen ist.

Letzterer Aspekt ist ein rein standortabhängiger Faktor. Seit der Globalisierung lassen sich steueroptimierende internationale Unternehmensmodelle erstellen, die durch entsprechende Gewinnentnahmen zu keiner oder geringer Steuerlast in Deutschland führen. Die positive Relation von Ge-

werbsteuereinnahmen und Übernachtungen lässt den Schluss zu, dass die Struktur der Hotellerie in Deutschland nach wie vor fragmentarisch, kleinteilig und damit ausgeprägt in privater Hand ist.

Der in der Praxis von Beratern, Investoren, Finanzierer (Banken) gebräuchliche Überprüfungs- und Untersuchungsansatz einer Marktlücke über eine Angebotsanalyse auf der Grundlage der Einwohnerzahl wird in der Korrelationsbetrachtung gerade für Städte wie München und Berlin als absurdum eingestuft. Die Bettenintensität, die hierbei ermittelt wird, ist für eine wirtschaftliche Betrachtung von „Nachfrage“ und „bestehendem und potentielltem Angebot“ irrelevant.

Die weiterführende Analyse für Berlin und München im Sinne der Standortuntersuchung hat für Berlin zusätzlich das Ergebnis, dass dieser ein ausgeprägter touristischer Standort ist, und die Korrelation von Erwerbstätigen und Gewerbesteuer an diesem Standort positiv ist. Letztere beide Faktoren konnten in München eine mittlere Ausprägung feststellen.

Die Analyse erlaubt bezogen auf die These ein erstes Zwischenfazit: Die angebotsorientierte Ableitung von Kapazitätslücken (=Schlafstätten) an einem Standort hat für Deutschland eine positive Relation zu den Wirtschaftsfaktoren BIP und BWS, nicht aber zu der den Werten der Erwerbstätigen

und Gewerbesteuern! Damit kann die These, abgeleitet aus diesen Korrelationsbetrachtungen bestätigt werden. Grundsätzlich ist die These bestätigt, dass das BIP und die BWS ein Trendinstrument ist und für die Standortwahl als Indikator zur Ermittlung des wirtschaftlichen Erfolgsfaktors für ein Hotel dient!

## Die Interpretation für Investoren

Für Investoren sind im Rahmen einer ganzheitlichen Portfolio-Immobilien-Strategie für Immobilien in Deutschland die Standorte nach Investitionsvolumen und Asset-Management-Kosten zu unterscheiden. Das Investitionsvolumen stellt Anforderungen an das verfügbare Gesamtkapital bzw. abgeleitet daraus an die Erwartungshaltung der zu erzielenden Eigenkapitalrendite. Die Asset-Management-Kosten sind wiederum im Sinne der Betreuungs- und Unterhaltskosten des Immobilieneigentümers zu betrachten.

Für Investoren bzw. im weiteren Sinne auch die Betreiber hat die Korrelationsanalyse zum Ergebnis, dass Standortpotentiale für Expansionen bzw. Erschließung von Hotelstandorten im poly-polen Hotelmarkt an den Orten/Destinationen zu suchen sind, in denen eine wirtschaftlich stabile Entwicklung und eine geringe Schwankungsbreite der wirtschaftlichen Entwicklung vorliegen. Daraus leitet sich aus Sicht der Systemhotellerie ein

Verdrängungswettbewerb zur Privathotellerie ein, der aufgrund der zu erwartenden Größenvorteile für die Systemer primär in Franchise erfolgen wird. Aus Sicht der Investoren wiederum eine regionale Orientierung des Betreibers mit einer überregionalen „Marke“. Dies führt seitens der Investoren dazu, dass sich deren Investitionsinteresse im Hotelmarkt in Deutschland primär auf die „großen Städte“ konzentriert. Dasselbe gilt für die Systembetreiber, die auf der Grundlage der Risikostreuung und des Risikoverhaltens die Nutzung von Größenvorteilen in eigener Regie (=Eigentum, Pacht) suchen. Regionale oder sogar lokale Hotelentwicklungen basieren auf der Grundlage der ausgeprägten individuellen Interessen des Investors vor Ort, woraus dann der Betreiber mit einem „lokalen Betreiber“ und einem Franchise Skalenerträge erzielen wird.

Es besteht damit ein Standortkonflikt der „Großstädte“ als primäres Investitionsfeld bezogen auf hohe Investitionskosten, geringere Asset-Management-Kosten und hohe Bereitschaft internationaler Systemketten zu einer verpflichtenden Bindung zur Gewährleistung der Gesamtkapitalrendite (=Risikominimierung) zu einer wirtschaftlichen größer zu erwartenden Schwankungsbreite. Diese Schwankungsbreite ist in diesen Standorten u. a. auch von

der internationalen Wirtschaftskraft abhängig, die wiederum das Reise- und Nachfrageverhalten beeinflusst. Standorte, die eine wirtschaftliche hohe Stabilität haben und gemäß der Erhebung vor allem in den mittleren und kleineren Städten sind bzw. sogar in ausgeprägt regionalen fragmentarischen Strukturen liegen, sind eine nachhaltige ökonomische Investition und haben ein relativ niedrigeres Ausfallrisiko; sowohl für Betreiber als auch Immobilieneigentümer.

Institutionelle Anleger und Systembetreiber sind an einem umfangreichen Investitionsmodell aufgrund der zu erwartenden Kleinteiligkeit der Erschließung bei geringeren Betriebsgrößen nicht interessiert, da der Aufwand zur Entwicklung und Erschließung des Standortes unabhängig von der Betriebsgröße und dem Standort gleich groß ist. Dies führt dazu, dass gerade in den regionalen Standorten auch lokale und regionale Investoren gewonnen werden müssen, die sich wiederum mit einem regionalen Betreiber abstimmen müssen. Die Systemhotellerie steht gerne für ein Franchise-Modell zur Verfügung, dessen Erschließungskosten als Mitglied einer Kette der „geringste Aufwand“ aller Betriebs- und Betreibermodelle ist.

## Fazit für Deutschland:

Aus dieser Situation lässt sich ableiten, dass die Hotelbranche ein Zulieferer der Wirtschaftstreiber des Landes Deutschland ist (=Auto- und Maschinenindustrie, Beratungs- und Prüfungs- sowie Bildungs- und Weiterbildungsbranche) und die divergierenden Interessen von Betreibern und Investoren den wirtschaftlich regionalen Strukturen (=föderale Wirtschaftszentren) nicht entsprechen. Die bisherigen Indikatoren zur Entwicklung von ökonomischen stabilen Systemhotels in „Großstädten“ spiegeln nicht das Potential der Regionen wider (=hohe Wirtschaftskraft mit geringen Schwankungen). Die Hotellerie in Deutschland ist kein eigenständiger touristischer Wirtschaftstreiber sondern ist abhängig von der Entwicklung der Gesamtwirtschaft! Aus Sicht der Immobilie sind daher Investitionen in Hotels in den Regionen mit geringer Schwankungsbreite im BIP die ökonomisch stabilsten!

## Zusammenfassung:

Die Erschließung neuer Standorte ist nicht mit den üblichen Kennziffern der Ankunft, Übernachtungen und Bettenintensität als einziges Bewertungsinstrument vorzunehmen. Vielmehr ist die Analyse der Wirtschaftsfaktoren in Bezug auf die Nachfrage und das Angebot genauer zu betrachten um wiederum einen „ökonomischen Nachhaltigkeitsfaktor“ zu erstellen, der eine gesicherte und stabile Rendite ermöglicht. Leider ist dieses Modell noch nicht ausreichend um bei Investoren und Finanziers einen Bonitätsfaktor zu ermitteln, der zugunsten kleinerer und mittlerer Betreiber angewendet werden kann.

## 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](mailto:hotel-report@fairmas.com)

**Gabriele Kiessling**, Consultant und Project Management,

Solutions Dot WG GmbH, E-Mail: [hotel-report@fairmas.com](mailto: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.