

Hotel-Report

Ausgabe Januar 2015


SOLUTIONS DOT WG
HOSPITALITY ADVISORY ALLIANCE


Fairmas

Im Fokus Das war 2014 – Das Jahr im Branchenüberblick



Inhaltsverzeichnis

Liebe Leserinnen, liebe Leser,	3
Dezember 2014 im Vergleich zum Vorjahr	4
Das Fairmas Trendbarometer	8
Im Fokus	16
Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report	28
Disclaimer	29

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

war 2014 ein guter Jahrgang? Das Urteil überlassen wir den Politikern und Zeitungs-Kolumnisten, gern auch den Winzern und Weinkennern. Was er für die Branche brachte, lesen Sie in diesem Hotel-Report: ein analytischer Blick auf die Performance der wichtigsten deutschen Destinationen im Jahr 2014, untersucht und erklärt von Gabriele Kiesling, Analystin bei Solutions dot WG. Grundlage sind die detaillierten und belastbaren Daten aus der umfangreichsten Datenbank der Branche und natürlich das Praxiswissen aus über zehn Jahren Markterfahrung.

Überaus erfreulich verabschiedete sich der letzte Monat des 2014er Jahrgangs zwischen Hamburg und München. Der Dezember ermöglichte kalendarisch drei volle Business-Wochen, die durchaus noch einiges an ratenstarkem Geschäft erbrachten. Hinzu kam in allen Metropolen ein reger Shopping-, Advents-, Weihnachts- und Silvestertourismus.

Wir wünschen Ihnen einen guten Jahrgang 2015 – gesund, glücklich und erfolgreich und natürlich ein inspirierendes Lesen des Hotel-Report!

Das Team des Fairmas Hotel-Report
Gabriele Kiesling & Nadine Kilian

Dezember 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 08.01.2015

Berlin

Occ: 65 %, ADR: 86 €, RevPar: 56 €

Ein klassischer Low-Season-Monat mit wenig Kongress- und Business-Geschäft ist der Dezember in Berlin. Die letzten Prognosen waren zurückhaltend, denn über die Adventszeit nimmt das Business-Geschäft stetig ab. Das war auch im Dezember 2014 der Fall. Doch kamen deutlich mehr kurzfristige Leisure-Buchungen als erwartet – Shopping-Möglichkeiten und Weihnachtsmärkte zogen die Touristen in die Stadt. Die Belegung konnte gegenüber dem Vorjahresmonat um 8 % gesteigert werden. Leider ist das touristische Geschäft deutlich ratenschwächer, die Durchschnittsrate verlor im Vergleich zum Vorjahr um 3 %. Für den Jahreswechsel waren viele Häuser bereits ausgebucht, sodass trotz der hohen Nachfrage die Raten nicht mehr gesteigert werden konnten. Dennoch freute sich die Berliner Hotellerie über eine RevPar-Steigerung von 4 %.

Dresden

Occ: 78 %, ADR: 85 €, RevPar: 66 €

Der Dezember sorgte für Überraschung in der Dresdner Hotellerie. Die Nachfrage war enorm, wenn sie zumeist auch erst sehr spät kam, sodass die Raten oft nicht mehr nach oben korrigiert werden konnten. Wider Erwarten war sogar das 4. Adventswochenende, das sonst eher schwächer daherkommt, in vielen Häusern ausgebucht. Auch zu den Feiertagen, die sonst eher ruhig verlaufen war die Nachfrage ungewohnt groß. Die Belegung konnte im Vergleich zum Vorjahr um 6 % gesteigert werden, die Rate um 5 %, was zu einem RevPar-Anstieg um 12 % führte. Nach Meinung der Hoteliers hat das städtische Tourismus-Marketing sehr gute Arbeit geleistet und der Dresdner Hotellerie durch frühzeitige und effektive Vermarktung des Striezelmarktes zu einem überraschend guten Dezember verholfen.

Düsseldorf

Occ: 63 %, ADR: 89 €, RevPar: 56 €

Auch in Düsseldorf war der Dezember deutlich besser als erwartet. Die Prognosen waren nicht allzu positiv, weil der Messekalender kaum entsprechende Veranstaltungen bereithielt. Das war bereits in den vergangenen Jahren der Fall. Die Business-Wochen vor Weihnachten ließen sich dennoch gut verkaufen. Die C-Messe Valve World, die im letzten Jahr in den USA stattfand hatte einen positiven Einfluss auf die Rate (+5%). Doch auch die Wochenenden brachten eine starke Nachfrage, sodass die Belegung im Vorjahresvergleich um 9% gesteigert werden konnte. Sehr spät kamen die Buchungen, damit hatte die Hotellerie der Stadt eigentlich gar nicht gerechnet und auch das MICE-Geschäft war deutlich stärker als im Vorjahr. So konnten aktiv die Raten angepasst und der RevPar um mehr als 14% gesteigert werden.

Frankfurt

Occ: 58 %, ADR: 90 €, RevPar: 52 €

Deutlich negativ waren die Prognosen für den Dezember in Frankfurt. Doch so schlimm kam es nicht. Zwar fehlte die Euromold-Messe, die im Vorjahr noch gute Raten brachte, doch das Leisure- und Veranstaltungsgeschäft lief gut. Das Gruppengeschäft im Weihnachtsmarkt-tourismus kam wie erwartet stark. Spät setzten die Buchungen in den

individuellen Segmenten ein und hatten so kaum positiven Einfluss auf die Rate. Insgesamt wurde die Belegung um 3% gesteigert. Das preissensible Tourismus-Geschäft ließ die Durchschnittsrate im Vorjahresvergleich um 3% sinken. Die erwarteten starken Verluste gab es nicht, doch auch keine Gewinne, der RevPar stagniert bei 0,0% im Vergleich zum Vorjahr.

Hamburg

Occ: 71 %, ADR: 108 €, RevPar: 76 €

Positive Prognosen für den Dezember gab es in Hamburg. Doch die Erwartungen der Hoteliers wurden sogar noch deutlich übertroffen. Die drei vollen Business-Wochen und der 14. Kongress der Deutschen Interdisziplinären Vereinigung für Intensivmedizin und Notfallmedizin brachten eine starke Nachfrage zu guten Raten. Das Gruppengeschäft an den Adventswochenenden brachte eine sehr gute Belegungssituation. Doch auch die große Zahl spontaner Leisure-Buchungen machte sich positiv in den Performance-Kennzahlen bemerkbar. Silvester war für Kurzurlauber gut gelegen und entsprechend groß war die Nachfrage. So konnte die Hamburger Hotellerie die Belegung und Rate im Vorjahresvergleich um jeweils knapp 4% steigern und somit auch den RevPar um mehr als 7%.

Köln/Bonn

Occ: 67 %, ADR: 90 €, RevPar: 60 €

Vorsichtig positiv prognostizierten die Hoteliers in Köln/Bonn den Dezember. Doch es kam noch viel besser. Die Adventswochenenden, die alljährlich sehr gut nachgefragt sind brachten viel Leisuredenschaft in die Stadt. Sogar das 4. Adventswochenende wurde aufgrund seiner Lage, relativ lange Zeit vor Heiligabend sehr gut angenommen. Der Weihnachtstourismus boomte und auch zum Jahreswechsel freuten sich die Hoteliers über regen Zulauf. Zusätzlich waren die ersten beiden Businesswochen sehr gut nachgefragt und auch die Tatsache, dass es vor den Feiertagen noch einen Businessstag mehr gab als in den vorangegangenen Jahren machte sich positiv in den Büchern bemerkbar. Die Hoteliers in Köln/Bonn freuten sich über einen Belegungsanstieg um 9%, einem Ratenanstieg um 6% und somit mit einem RevPar-Anstieg um 16%.

München

Occ: 73 %, ADR: 112 €, RevPar: 82 €

Auch in München freute sich die Hotellerie über durchweg positive Zahlen. Es gab zwar keine Messen oder größere Events, doch die drei Businesswochen vor Weihnachten brachten noch einiges an ratenstärkerem Geschäft, da die beiden letzten Adventswochenenden recht lange Zeit vor Weihnachten gelegen waren. Spät kamen wie so oft die individuellen Buchungen, doch sie kamen und zwar deutlich zahlreicher als erwartet. Die meisten Häuser hatten zu Weihnachten und zum Jahreswechsel mit einem schwächeren Geschäft als im Vorjahr gerechnet. Doch aufgrund der großen kurzfristigen Nachfrage konnte die Münchner Hotellerie die Belegung im Vergleich zum Vorjahr um 5% steigern. Die Ratensteigerung fiel mit 0,6% etwas geringer aus, dennoch hatte man eine RevPar-Steigerung um 6% nicht erwartet.

Alle Destinationen im Überblick

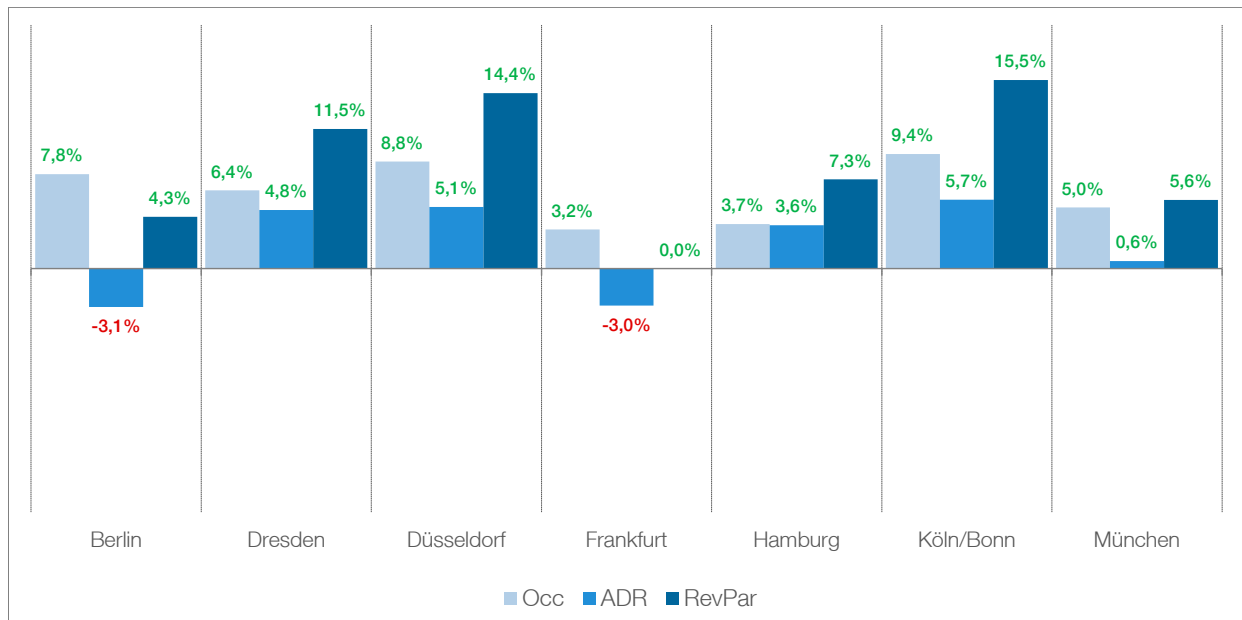
Hotel Performance Dezember 2014 /2013*

	Occupancy in %				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
Berlin	65,3%	60,6%	4,7	7,8%	86,4	89,2	-2,8	-3,1%	56,4	54,1	2,3	4,3%
Dresden	77,9%	73,2%	4,7	6,4%	84,9	81,0	3,9	4,8%	66,1	59,3	6,8	11,5%
Düsseldorf	63,1%	58,0%	5,1	8,8%	89,3	85,0	4,3	5,1%	56,4	49,3	7,1	14,4%
Frankfurt	57,7%	55,9%	1,8	3,2%	89,9	92,7	-2,8	-3,0%	51,9	51,9	0,0	0,0%
Hamburg	70,7%	68,2%	2,5	3,7%	107,6	103,9	3,7	3,6%	76,1	70,9	5,2	7,3%
Köln / Bonn	67,4%	61,6%	5,8	9,4%	89,7	84,9	4,8	5,7%	60,4	52,3	8,1	15,5%
Leipzig	66,3%	65,3%	1,0	1,5%	75,6	73,9	1,7	2,3%	50,1	48,3	1,8	3,7%
München	73,2%	69,7%	3,5	5,0%	112,4	111,7	0,7	0,6%	82,3	77,9	4,4	5,6%

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 31.12.14

Legende

Occ	Occupancy (Belegung)
Adr	Average Daily Rate (Netto Logisumsatz pro verkauftem Zimmer)
RevPar	Revenue per available Room (Netto Logisumsatz pro verfügbarem Zimmer)



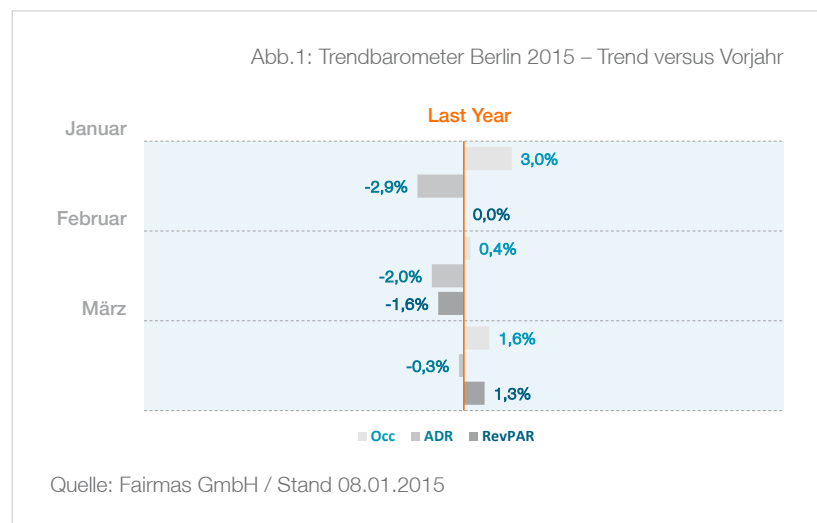
Das Fairmas Trendbarometer

Der Blick in die Zukunft im Einzelnen:

Berlin

Der Start ins Jahr 2015 wird etwa auf Vorjahresniveau erwartet. Im Januar soll die Belegung um 3% steigen. Arbeitnehmerfreundliche Brückentage zum Jahreswechsel sorgen für viel Leisured-Geschäft, jedoch mit schwächeren Raten. Die Grüne Woche und die Berlin Fashion Week prognostizieren die Hoteliers bisher vorsichtig, denn bereits 2014 waren beide Events deutlich schwächer als in den Vorjahren. Die Grüne Woche hat bezüglich der gebuchten Übernachtungen ohnehin kaum noch Relevanz und wenn doch, dann nur für den Westen der Stadt. Die Bread & Butter dagegen umso mehr, doch die Absage im Dezember, begleitet von der Insolvenz des Veranstalters und den neuen Plänen daraus ein kleineres Straßen-Event zu machen wird in den Hotels in diesem Jahr kaum für hohe Raten sorgen. Aktuell geht man davon aus, dass die Durchschnittsrate um 3% sinken wird (RevPar: +0,0%) Doch der

allgemeine Vorausbuchungsstand ist gut. In den letzten Jahren hat sich der Januar zu einem tollen Kick-off-Convention-Monat entwickelt. Die Raten sind allerdings auch niedrig, schließlich möchte jeder ein Stück vom Kuchen.



Rückläufig wird der Februar prognostiziert. Die Belegung soll um 0,4% leicht steigen, die Rate allerdings um 2% zurückgehen. Man erwartet einen RevPar-Rückgang um 2%. Im Februar 2015 fehlt vor allem die BAUTECH, 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 über dem im Vorjahr 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, denn das Convention-Geschäft entwickelt sich gut. Traditionell schlecht läuft dagegen die Karnevalwoche.

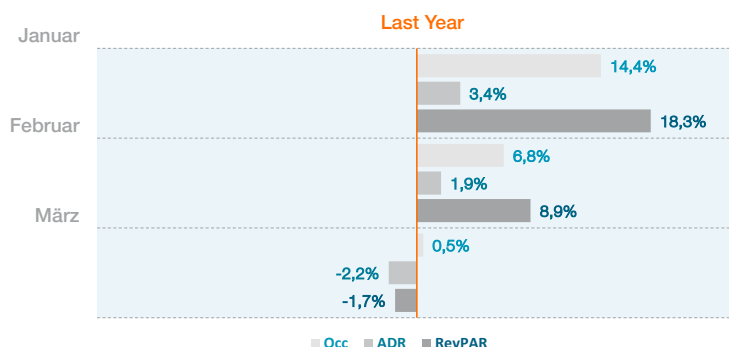
Im vergangenen Jahr war der März kein guter Monat für die Berliner Hotellerie. Das soll in diesem Jahr besser werden. Auch wenn Prognosen derzeit noch schwierig erscheinen gibt sich die Berliner Hotellerie zuversichtlich. Der allgemeine Anstieg der Gästezahlen in Berlin sorgt für eine positive Prognose der Belegung. Erwartet wird ein Anstieg um 2%. Weitaus vorsichtiger prognostizieren die Berliner Hotellers die Durchschnittsrate. Sie soll um 0,3% leicht abnehmen. Bisher fehlen noch die ratenstarken Buchungen zur ITB. Allerdings freuen sich derzeit schon viele Häuser über zahlreiche Convention-Anfragen. Für den 56. DGP-Kongress (18.-21.03.2015) im City Cube liegen ebenfalls

schon viele Buchungen vor. Die Osterferien beginnen erst Ende März, also kann fast den ganzen Monat mit Business-Geschäft gerechnet werden. Die erwartete RevPar-Steigerung von 1% kann also durchaus noch getoppt werden.

Dresden

Der Start ins neue Jahr wird in Dresden sehr positiv erwartet. Die Belegung soll um 14% ansteigen, die Rate um 3%. Somit erwartet man für den Januar eine RevPar-Steigerung um 18%. Einige Hotellers begründen den leichten ratenanstieg vor allem mit dem Versuch des gesetzlichen Mindestlohns, der ab dem 01.01.2015 in Kraft tritt. 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

Abb.2: Trendbarometer Dresden 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

ziehen als das im letzten Jahr der Fall war, gehen die Hoteliers von starkem Leisure-Geschäft im Januar aus. Allgemein sind die Hoteliers in Dresden für das neue Jahr sehr optimistisch und das obwohl es in Dresden keine Großveranstaltungen geben wird. Einige Häuser freuen sich aber über ein florierendes Tagungsgeschäft.

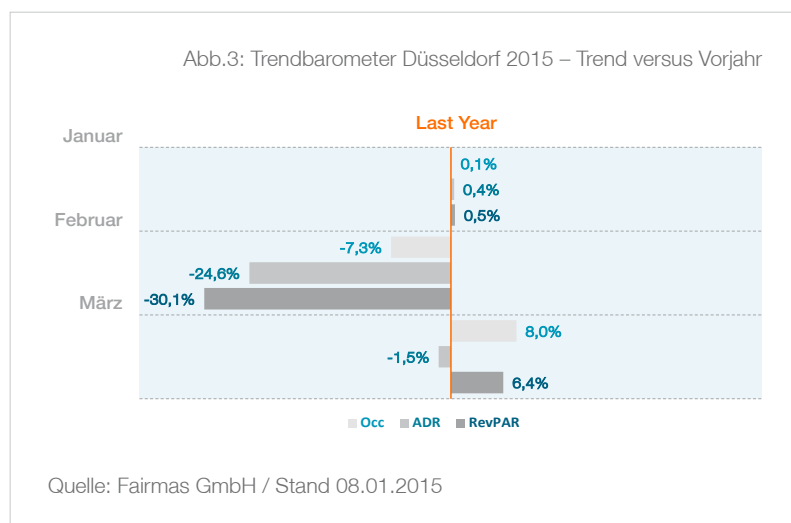
Diese Zuversicht bestätigt sich auch für den Februar. Die Belegung soll um starke 7% ansteigen und die Rate soll um 2% zulegen. Große Kongresse oder Events gibt es auch im Februar 2015 nicht. Der Januar und der Februar sind klassische Low-Season-Monate in Dresden, dennoch freuen sich die Hoteliers über eine steigende Nachfrage. Die Forecasts sehen besser aus als im letzten Jahr. Anders als im Vorweihnachts- und Silvestergeschäft ist die Bereitschaft der Leisure-Gäste höhere Raten anzunehmen jedoch sehr gering. Erstmals findet 2015 allerdings der SemperOpernball im Februar statt, das kann auch das ratenstärkere Geschäft ein wenig ankurbeln und auch das Tagungsgeschäft läuft vielerorts gut. Erwartet wird eine RevPar-Steigerung um 9%.

Deutlich vorsichtiger dagegen wird der März prog-

nostiziert. 2014 hatte Dresden einen wirklich starken März. Scharenweise Touristen bevölkerten die Stadt, weil dank der milden Witterung oft kein Winterurlaub möglich war. In diesem Jahr wird es auch keine Kongresse im März geben. Die Hoteliers sind noch sehr vorsichtig, denn ein derart guter März wie im letzten Jahr ist schwer zu wiederholen. Dennoch kann den ganzen Monat über mit Business-Geschäft gerechnet werden, denn die Osterferien beginnen in Sachsen erst im April. Derzeit gehen die Hoteliers von einer Steigerung in der Belegung um 0,5% aus, die Rate soll aber um 2% sinken. Damit geht man auch von einem RevPar-Rückgang um knapp 2% aus.

Düsseldorf

Der Januar wird von den Düsseldorfer Hoteliers leicht besser als im letzten Jahr erwartet. Schlep-pend hat er begonnen mit Schulferien und Feiertä-



gen. Die PSI Messe bringt etwas Geschäft in die Stadt. Die IMA-Messe, die im Januar stattfinden sollte, wurde abgesagt und fehlt den Hoteliers nun in den Büchern. Hervorragend entwickelt sich dagegen der Buchungsstand für die Zeit der boot Düsseldorf (17.-21.01.2015), die deutlich stärker ist als im letzten Jahr und auch früher nachgefragt wurde als das noch im Vorjahr der Fall war. Die 4. Januarwoche zeichnet sich außerdem in vielen Häusern durch gutes MICE- und Vertragskundengeschäft aus und es wird zusätzlich viel kurzfristiger Pickup erwartet. Alles in allem scheint es ein guter Monat zu werden und man darf gespannt sein, ob die aktuellen Prognosen (Occ: +0,1%, ADR: +0,4%, RevPar: +0,5%) nicht doch zu vorsichtig sind.

Der Februar verspricht weiterhin keine Besserung. So wird ein RevPar-Rückgang von insgesamt 30% erwartet, vor allem beeinflusst von einer extrem negativen Prognose der Rate (-25%). Durch die fehlende Euroshop Messe (3-Jahresturnus) wird der Februar 2015 bei weitem nicht so erfolgreich sein wie im letzten Jahr. Abzuwarten bleibt allerdings die Entwicklung der GDS in der ersten Februarwoche (04.-06.02.2015), die nun erstmals nach 2 Jahren wieder allein auftritt und nicht von höherwertigen Messen geschluckt wird. Darüber hinaus ist die Vorbuchungslage insgesamt sehr schwach. Hinzukommt, dass Karneval in 2014 in der ersten Märzwoche lag, was 2015 nicht der Fall sein wird

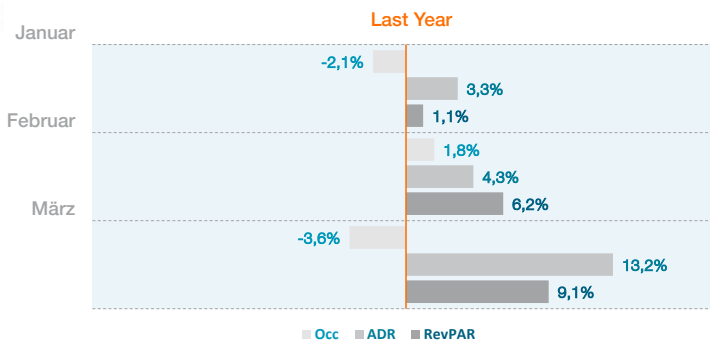
(Mitte Februar) und somit den Düsseldorfer Hoteliers im Februar eine ganze Corporate-Woche zum Verkauf fehlen wird.

Etwas besser sehen die Prognosen für den März aus. Die Belegung soll um 8% deutlich ansteigen, die Rate jedoch um 2% zurückgehen. Im letzten Jahr brachte der März viele kleinere Messen gleichzeitig in die Stadt, das wird es 2015 so nicht geben. Dadurch geht die Rate leicht zurück. Der Karneval fällt in diesem Jahr in den Februar, dadurch lassen sich vier volle Businesswochen verkaufen. Die IDS in Köln (10.-14.03.2015) sorgt für etwas Overflow-Geschäft in Düsseldorf und die ProWein-Messe (15.-17.03.2015) wird zunehmend stärker. Dazu kommt die Beauty-Messe (27.-29.03.2015), die eine gute Belegung in die Stadt bringt, jedoch keine sehr hohen Raten. Ähnlich verhält es sich mit der Top Hair (28.-29.03.2015). Weiterhin rechnen die Hoteliers mit viel MICE- und Corporate-Geschäft – es verspricht ein sehr guter Frühlingsanfang in Düsseldorf zu werden.

Frankfurt

Der Januar in Frankfurt bewegt sich leicht über dem Vorjahresniveau. In diesem Jahr dauern die Weihnachtsferien in vielen Bundesländern bis zu drei Tage länger, als das 2014 der Fall war, was 2015 zu einem rückläufigen Corporate- und Meeting-Geschäft führt. Zusätzlich fehlen der Paperworld im Januar zwei volle Messtage, die 2015

Abb.4: Trendbarometer Frankfurt 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

in den Februar fallen und letztes Jahr vollständig im Januar lagen. Das beständige Wachstum an Hotelöffnungen führt in Frankfurt zu einem starken Verdrängungswettbewerb unter den Hotels. Dennoch ist die Vorbuchungslage für das Veranstaltungsgeschäft gut. Man erwartet zwar einen Rückgang der Belegung, doch die Rate soll um 3% steigen. Das führt zu einem RevPar-Anstieg um 1%. Individuelles Geschäft in den ersten zwei Wochen könnten jedoch die Belegung noch etwas nach oben korrigieren.

Der Februar bringt eine gute Prognose für die Frankfurter Hoteliers. 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). Doch die

Überhangtage der Paperworld machen sich positiv bemerkbar. Die Karnevalstage fallen in diesem Jahr vollständig in den Februar (letztes Jahr Ende Februar, Anfang März). Das zum einen zu einer besseren Belegung (+2%) und zum anderen zu einer besseren Rate (+4%) führt (RevPar: +6%). Normalerweise ist an den Karnevalstagen mit wenig bis gar keinem

Corporate- und Veranstaltungsgeschäft zu rechnen, somit ist es in diesem Jahr für die Hotellerie sehr positiv, da in den restlichen Wochen das Corporate und Veranstaltungsgeschäft stattfinden kann und die Ambiente-Messe die ansonsten sehr ruhigen und extrem preissensiblen Karnevalstage relativiert.

Der März wird vor allem aufgrund der Verlagerung der preissensiblen Karnevalszeit in den Februar sehr positiv erwartet. In diesem Jahr findet auch wieder die ISH Messe (alle 2 Jahre und eine Leitmesse) statt. Daher geht man von einem deutlich höheren Ratenniveau im Vergleich zum Vorjahr aus (+13%). Die Osterferien und Feiertage sind in diesem Jahr 2 Wochen früher und starten schon Ende März, was ein bisschen die Belegung im Vergleich zum letzten Jahr beeinflusst, da an

den letzten Märztagen in 2014 die Light & Building Messe angefangen hat. Auch wenn man einen Belegungsrückgang von 4 % erwartet, zeigt sich der RevPar mit einem Plus von 9 % doch sehr positiv.

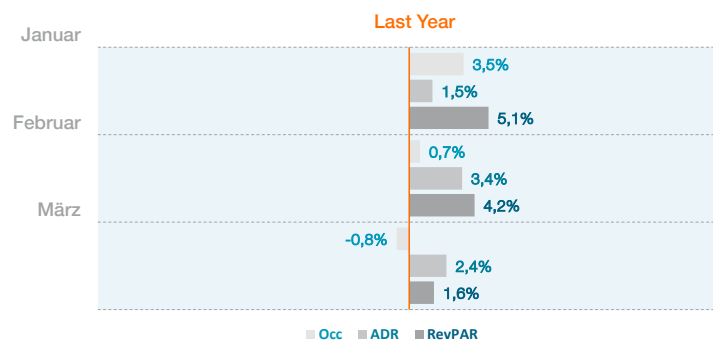
Hamburg

Der Januar-Trend zeigt sich zuversichtlich in allen 3 Kennzahlen: Occ: +4 %, ADR: +2 %, RevPar: +5 %). 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 dank vieler erfolgreicher Marketingaktionen. Im Januar gibt es keine Kongresse in der Stadt, doch da der Trend zu kurzfristigen Buchungen immer mehr zunimmt, sind die Hoteliers zuversichtlich.

Der Februar zeigt weiterhin ein Wachstum, vor allem bedingt durch die positive Prognose in der Rate von +3 %, was zu einer RevPar-Steigerung von über 4 % führt. Grund für die positive Prognose ist laut Aussagen vieler Hoteliers eine bereits sehr

starke Nachfrage im Bereich MICE- und Individualgeschäft. Auch Business-Groups sind stark vertreten. In diesem Jahr finden viele kleinere Events und Kongresse statt, wie z.B. Reisen Hamburg Messe oder der Kongress Christlicher Führungskräfte, welche für den Ratenanstieg ursächlich sind. Die Belegung soll um knapp 1 % im Vorjahresvergleich zunehmen.

Abb.5: Trendbarometer Hamburg 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

Auch der März wird mit Zuwächsen prognostiziert. Aufgrund sehr starker nationaler (INTERNORGA) und internationaler Messen (ein medizinischer Kongress) und insgesamt auch mehr Veranstaltungstagen als im Vorjahr geht man von einer Ratensteigerung um 2 % aus. Einmalig fand im letzten Jahr der InCosmetics-Kongress vom 31.03.-03.4. statt und sorgte für gute Nachfrage und hohe Raten. Zusätzlich findet die CeBIT in der gleichen Woche wie die INTERNORGA statt und die ers-

te Märzwoche ist von den Frühjahrsferien belastet. Die Belegung soll um knapp 1 % sinken, der RevPar aber immer noch um 2 % steigen.

Köln / Bonn

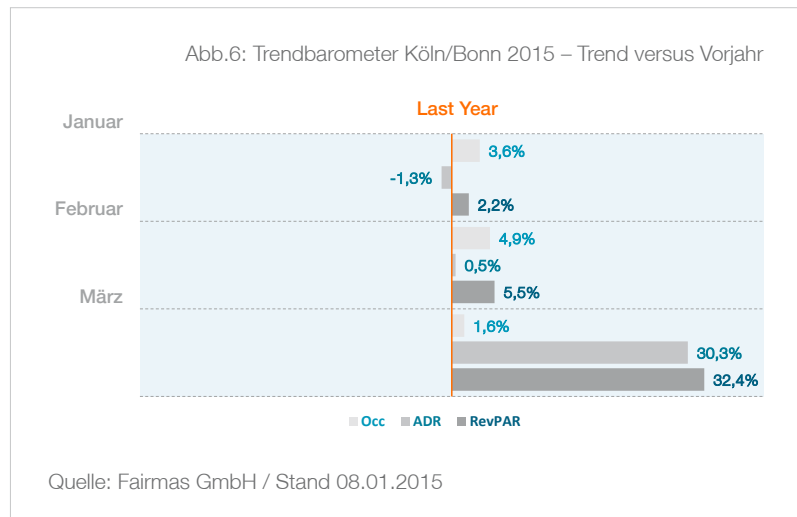
Entgegen vorangegangener Prognosen erwartet Köln/Bonn einen positiven Start ins neue Jahr. Die Belegung soll ansteigen (+4 %), die Rate zurückgehen (-1%), der RevPar um 2 % ansteigen. Dem Januar fehlt in diesem Jahr die ISM (01.-04.02.2015). Die am meisten nachgefragten Nächte liegen in 2015 im Februar, während die Messe im letzten 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 ersten beiden Januarwochen sind traditionell eher schwach auf der Brust. Viele Hotels versuchen, Leisure-Kundschaft über niedrige Raten in die Stadt zu locken.

Wirklich gute Prognosen gibt es auch für den Februar. 5 % Belegungsanstieg und 0,5 % Ratenzuwachs führen zu einem erwarteten RevPar-Anstieg um 6 %. Wie oben erwähnt fällt die ISM 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.

Extrem positiv soll der Frühling in Köln / Bonn beginnen. Der März kommt mit extremen Ratensteigerungen (+30 %) daher. Auch die Belegung soll



um knapp 2 % ansteigen. Beides führt zu dem traumhaften RevPar-Anstieg von 32 %. Alle drei Jahre findet die sehr hochpreisige IDS statt, so auch 2015. Dazu kommt die ebenfalls ratenstarke Anuga Foodtec, die ebenfalls nur im 3-Jahresrhythmus stattfindet.

München

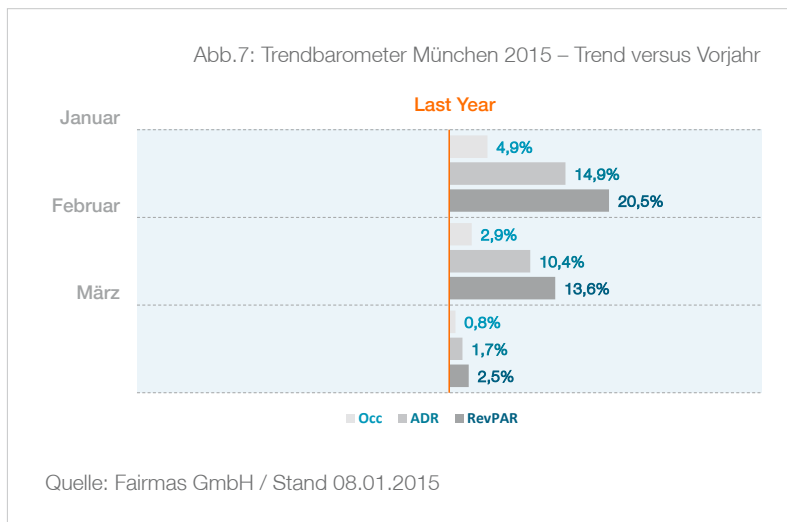
Der Januar 2015 wird in München wesentlich besser als im Vorjahr erwartet (OCC: +5 %, ADR: +15 %, RevPar: +21 %). Hauptverantwortlich

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 insbesondere die Rate der ersten Woche aus, auch wenn man

Zuwachs von 14 %. 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 besonders aufgrund der besseren Vorbuchungssituation im Vergleich zum Vorjahr.

Zuwächse, wenn auch nicht ganz so starke soll es auch im März geben. Die Belegung soll um knapp 1 % steigen, die Rate um knapp 2 % (RevPar: +3 %). Die Verschiebung der Fa-



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. Allgemein beobachtet man auch eine gute Nachfrage in den Corporate-, Individual- und Corporate-Groups-Segmenten sowie im Meeting-Bereich.

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 10% und damit ein RevPar-

schingsferien in den Februar führt zu mehr Business-Geschäft als im Vorjahr. 2014 fand zwar der EPA-Kongress statt, dieser war aber nicht so stark wie ursprünglich erwartet und sollte durch Meeting Geschäft ersetzt werden können. Die Osterferien fallen zum großen Teil in den April und auch für den März erwarten die Münchner Hoteliers eine gute Nachfrage in den Corporate-, Individual- und Corporate-Groups-Segmenten, die Anfrage-Situation ist jedenfalls schon jetzt besser als im Vorjahr.

Im Fokus

Das war 2014 – Das Jahr im Branchenüberblick

Gerade erst servierten uns die Medien in den Jahresrückblicken ein Wechselbad zwischen dem Hoch der Fußballweltmeisterschaft und einer immer schwieriger werdenden Weltlage. Wie aber zeigte sich 2014 für die Hotellerie des Landes? Ebenfalls ein Wechselbad oder stabil? Abseits von subjektiven Eindrücken haben wir die Zahlen der wichtigsten Destinationen des Landes zusammengestellt und analysiert, denn „Nur wer die Vergangenheit kennt, kann die Gegenwart verstehen und die Zukunft gestalten“. Berlin, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln/Bonn und München im zwölfmonatigen Zeitraffer. Grundlage der Solutions dot WG-Analyse sind die Daten der Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH. Die im Text verwendeten Prozentangaben beziehen sich auf die Vergleichszahlen des Jahres 2013.

Berlin

Das Jahr begann auf dem härtesten Hotelmarkt Europas eher verhalten. Bedeutende Messen im Januar wie die Internationale Grüne Woche, die Bread & Butter und die Fashion Week blieben unter den Erwartungen (RevPar - 1 %). Da wunderte es manchen Branchenkenner, dass der Februar mit einer Ratensteigerung von 1 % und einem RevPar-Anstieg von 4% eine gute Performance hinlegte. Ursachen waren vor allem die im 2-Jahres-Rhythmus stattfindende Bautech sowie der milde Winter, der in Verbindung mit den Ferien in einigen Bundesländern für touristische Bewegung in der Stadt sorgte. Nach dem enttäuschenden Monaten März (Occ: - 4 %, ADR: + 1 %, RevPar: - 3 %) und April (OCC: - 3 %, ADR: - 12 %, RevPar: - 14 %) brachte

endlich der Mai positive Performance-Zahlen. Die Belegung konnte um starke 7% zulegen, die Rate sogar um 10%, was zu einem beachtlichen RevPar-Anstieg von 18% führte. Für volle Häuser sorgten das lange Wochenende um den 1. Mai, drei Business-Wochen mit viel Veranstaltungsgeschäft, das DFB-Pokalfinale und die ILA.

Der Juni war von Feiertagen (Pfingsten, Fronleichnam) geprägt, was sich an allen untersuchten Standorten negativ auf das Business-Geschäft auswirkte. Zwar konnten einige Hotels eine gute Belegung an den Feiertagswochenenden verzeichnen, die erzielten Raten (-5%) waren dem Leisur-Geschäft angepasst niedrig. Der späte Beginn

der Ferien am 9. Juli unterstützte das Corporate-Geschäft und führte zu einem insgesamt positiven Gesamtergebnis im Vergleich zum Vorjahr (RevPar: +4%). 2013 brachte der August der Berliner Hotellerie einen nahezu spektakulären Pickup. Das war schwer zu toppen, daher verwundert es kaum, dass die Zahlen 2014 leicht rückläufig waren. Gut

Das 4. Quartal begann turbulent, so kamen schon die Buchungen für das Wochenende um den 3. Oktober extrem spät. Auch mit einer derartigen Nachfrage für den INTERGEO-Kongress sowie weitere Veranstaltungen, Konferenzen und große Veranstaltungen hatten viele Hoteliers schon gar nicht mehr gerechnet, so dass die Raten da-

runter litten. All dies hatte zur Folge, dass die Belegung 2014 zwar anstieg (+2%), die Rate jedoch um 2% zurückging (RevPar:+0,02%). Das Mauerfalljubiläum am Wochenende zum 8. und 9. November 2014 ließ auch die Berliner Hoteliers jubeln. Auch das 1. Adventswochenende, ein starkes Business-Geschäft sowie Veranstaltungen wie die Bambi-Verleihung bescherten einen guten Monat November (RevPar +8%), an den sich nahtlos ein guter Dezember mit einem RevPar von 4% anschloss. Beeinflusst war das vor allem durch eine Verbesserung in der Belegung

Abb.8: Hotel Performance Berlin 2014/2013

	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var.%	Var.	Var.%	Var.	Var.%
Berlin total	2,0	2,8	-0,1	-0,1	1,7	2,7
Grüne Woche	-1,8	-3,1	1,1	1,3	-0,9	-1,8
Bread & Butter Winter	-6,4	-8,0	-4,2	-3,6	-10,5	-11,3
Fruit Logistica	3,1	4,0	-0,2	-0,1	4,2	3,8
Berlinale	0,9	1,5	5,0	5,0	4,0	6,6
ITB	-4,4	-5,7	-0,7	-0,6	-5,9	-6,2
DFB-Pokalfinale	3,7	4,0	5,8	4,5	10,4	8,6
ILA	-4,0	-4,8	-5,4	-5,0	-8,6	-9,6
Bread & Butter Sommer	4,5	5,4	-12,5	-11,0	-5,8	-6,2
IFA	1,8	2,1	-0,7	-0,5	1,8	1,6
25. Mauerjubiläum	6,8	9,1	0,1	0,1	6,2	9,2
Weihnachten	9,1	25,1	-3,3	-4,2	5,6	19,8
Silvester	1,0	1,1	14,3	9,3	15,2	10,4

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

gebucht mit Leisure-Geschäft waren die Wochenenden und einige Häuser konnten in diesem Segment die Raten sogar steigern. Der erste Herbstmonat erfüllte die positiven Erwartungen. Für eine starke Ratensteigerung von 12% sorgten unter anderem die im 2-Jahres-Turnus stattfindende Innotrans und die IFA, die beide deutlich bessere Ergebnisse als in den Vorjahren erzielten. Zusätzlich wartete der September mit einem starken Convention- und Business-Geschäft auf. Die Belegung stieg um erfreuliche 3% (RevPAR: +16%).

von 8%, trotz negativer Entwicklung in der Rate von über -3%. Gerade in der Advents- und Weihnachtszeit sowie zu Silvester spielt die Hauptstadt ihr Leisure-Potenzial aus.

Dresden

Dresden erwartete 2014 ein eher schwaches Messe- und Kongressjahr, was bereits der Januar bestätigte. Das frühlingshafte Februarwetter, einige

Großveranstaltungen und der Opernball bescher-
ten ein beachtliches RevPar-Plus von 17 %, be-
achtlich dabei auch das Plus in der Belegung von

+8%, ADR: +2%, RevPAR: +10 %). Im Septem-
ber brachte das Fehlen von zwei großen Medizin-
kongressen eine um 8% sinkende Rate und einen
RevPar-Rückgang um 9%.

Abb.9: Hotel Performance Dresden 2014/2013

Hotel Performance Dresden 2014/2013*						
	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var. %	Var.	Var. %	Var.	Var. %
Dresden total	2,4	3,8	-0,8	-1,1	1,2	2,7
Semperopernball	23,5	62,7	20,8	33,1	27,5	116,5
Ostern	11,3	17,0	3,6	5,5	10,2	23,5
Striezelmarkt	4,3	5,6	4,2	5,1	6,9	11,0

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

16% und die Steigerung der Rate um immerhin
1%. Nach dem Zwischenhoch im Februar war der
März ein Monat der Tiefs mit einer Belegungsent-
wicklung von -5% und einem Ratenrückgang von
1%, was den RevPar um 7% sinken ließ.

Das 2. Quartal begann mit Frühlingsgefühlen, 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. Es
fehlte jedoch das ratenstarke Business-Geschäft,
weshalb die Rate um 6% zurückging. Während
der Mai eher dahindümpelte – RevPar-Rückgang
um 3% –, stieg die Belegung im Juni deutlich um
9%. Auch die Sommermonate zeigten sich ins-
gesamt in allen 3 Kennzahlen positiv (Juli: Occ:
+2%, ADR: +3%, RevPar: +5% – August: Occ:

Während das 4. Quartal mit einem durch-
schnittlichen Oktober begann, zeigten die
beiden letzten Monate des Jahres, dass
Dresden ein attraktives Ziel für Business
und Leisure ist. Die Nachfrage im Novem-
ber übertraf die Erwartungen der Hoteliers,
das erste Adventswochenende war auch
dank der Eröffnung des Striezelmarkts lan-
ge vorher bereits in vielen Häusern ausgebucht.

Der Dezember glänzte mit einer hervorragenden
Performance in allen drei Kennzahlen (Occ: +6%,
ADR: +5%, RevPar: +12%). Dank verstärkter
Werbeaktivitäten der Dresden Marketing GmbH für
die Winterwochen kamen viele touristische Gäste
der Stadt.

Düsseldorf

Die Landeshauptstadt Nordrhein-Westfalens er-
wartete nach einem eher schwachen Messejahr-
gang ein gutes 2014 sowie ein verbessertes Grup-
pen- und Veranstaltungsgeschäft. Das Jahr hielt in
der Tendenz, was sich die Hoteliers erhofften, ab-
gesehen von ein paar marginalen Schwankungen.

Zudem schienen Messen in Köln zu einer höheren Belegung in den Hotels der Nachbarmetropole zu führen – ein Düsseldorfer „Mitnahme-Effekt“.

Gleich der Januar punktete mit einem RevPar von +7%. Der Februar setzte dank EuroShop-Messe (nur alle 3 Jahre), „Low Season“ Karneval und verschiedener Großveranstaltungen mit einem stolzen RevPar-Plus von 64% noch einen drauf (Occ: +19%, ADR: +38%). Positiv auch der März, der in etwa die gleiche Anzahl Messetage hatte wie 2013,

rereren großen Messen, Kongressen und Veranstaltungen – so die alle zwei Jahre stattfindende Wire & Tube, die dreijährige Interpack, die Special Olympics oder der 117. Deutsche Ärztekongress – trugen die Trends im Juni allesamt ein Minus (Occ: -2%, ADR: -0,4%, RevPar: -2%). Die Feiertage erschwerten das Businessgeschäft, große Messen standen nicht auf dem Plan. Der Juli brachte die Trends wieder in die gewohnte Aufwärtsentwicklung: eine RevPar-Steigerung von 6%, zurückzuführen auf die positive Entwicklung in der Belegung (Occ: +2%) und in der Rate (ADR: +4%). Dafür sorgte vor allem der frühe Beginn der Sommerferien in NRW mit einem verstärkten Leisure-Geschäft. Zuwächse auch im August (Occ: +14%, ADR: +2%, RevPar: +16%,). Zusätzliche Promotions- und Package-Aktionen brachten gut gebuchte Häuser. Dazu kam eine deutlich höhere Nachfrage im Gruppensegment. Durch das frühe Ende des Ramadan Ende Juli (2013: 7. August) konnten viele Hotels in der Stadt eine besonders hohe Nachfrage von arabischen Gästen verzeichnen.

allerdings ein höheres Ratenniveau (Messe Beauty ADR: +65%; Prowein ADR: +20%. Darüber hinaus lagen beide Osterwochen komplett im April, was zweieinhalb Businesswochen für die Corporate und Group-Kunden ermöglichte.

Der September hingegen zeigte sich in Düsseldorf nicht allzu positiv (Occ: +2%, ADR: -2%, RevPar: +0,4%). Es fehlten diverse Großveranstaltungen und ratenstarke Messen.

Nach so viel positiven Trends im April (RevPar: +29%) und Mai (RevPar-Plus von 123%) mit meh-

Das vierte Quartal begann mit einer ausgesprochen schlechten Performance mit starken Einbußen in der Rate (ADR: -29%) sowie hohen Verlus-

Abb.10: Hotel Performance Düsseldorf 2014/2013

Hotel Performance Düsseldorf 2014/2013*						
	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var. %	Var.	Var. %	Var.	Var. %
Düsseldorf total	3,3	5,1	5,3	5,2	7,0	10,5
Messe Boot	1,4	1,8	1,6	1,6	2,6	3,5
Metav	-2,7	-3,4	-3,6	-3,0	-6,0	-6,3
GDS Frühjahr	-17,4	-18,1	5,6	4,8	-15,9	-14,2
Beauty	8,5	10,6	65,0	72,2	65,4	90,5
ProWein	7,3	8,1	27,0	20,1	36,1	29,9
Wire & Tube	0,2	0,2	2,2	1,1	2,3	1,3
Fronleichnam	46,7	119,7	9,7	11,9	46,2	146,0
Pfingsten	6,0	15,7	7,4	10,4	7,5	27,8
Sommerferien	6,2	11,1	1,6	1,9	6,1	13,2
GDS Herbst	-11,5	-13,6	-12,9	-12,1	-21,7	-24,1
Aluminium	-4,2	-4,6	-8,6	-5,8	-13,8	-10,1
glasstec	0,2	0,2	4,5	2,7	4,4	3,0

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

ten in der Belegung von – 2%, da auch im Oktober weniger Messen als 2013 stattfanden. Ein Trend, der sich auch im Folgemonat fortsetzte (OCC: -1%; ADR: -8%, RevPar – 9%). Gründe dafür sind fehlende Veranstaltungsanfragen sowie die A+A Messe, die 2015 wieder stattfindet. Der Dezember zeigte sich dann endlich positiv mit einem RevPar-Wachstum von 15%. Für den Ratenanstieg von 5% sorgten vor allem die C-Messe Valve World Expo, die im letzten Jahr in den USA stattfand, sowie ein gutes Business-Geschäft in den ersten drei Dezemberwochen, das sich vor allem in der Belegung bemerkbar machte (OCC: +9%).

Frankfurt

In der Gesamtperformance blieb die Mainmetropole insgesamt unter den Erwartungen und Hoffnungen der Hoteliers. Dabei startete der Januar etwas besser als im Vorjahr (RevPar: +1%). Der leichte Ratenrückgang (-0,7%) wurde durch den Belegungsanstieg (+2%) relativiert. Hauptverantwortlich waren mehr Buchungen der Messen Heimtextil und Paperworld sowie ein besseres Corporate- und Tagungsgeschäft in den letzten beiden Januarwochen. Auch der Februar (RevPar: +10%) offerierte gute Zahlen, bevor der März mit einem Minus von 5% in der Rate ein erstes Ausrufezeichen setzte.

Der April mit einem RevPar-Rückgang von 6% verlief schlechter als der Vergleichsmonat im Vorjahr, auch wenn die Rate einen Zuwachs um 0,2% verzeichnete. Gründe für die Verschlechterung in der Belegung (OCC: -6%) sind vor allem die Osterferien, die ganze zwei Wochen dauerten. Dadurch fehlte eine volle Businesswoche. Der Mai zeigte ein RevPar-Plus von 2%; trotz negativer Rate (ADR: -6%). Kalendarisch bedingt gab es volle drei Wochen Corporate-Geschäft, was sich besonders positiv auf die Belegung auswirkte (OCC: +8%). Kurzfristiges Leisure-Geschäft stärkte zusätzlich den Mai. Der Juni 2014 bescherte den Frankfurter Hoteliers trübe Zahlen: RevPar – 15%; OCC: -8% und hohe Preisnachlässe (ADR: -7%).

Aufwärts ging es dann im Juli mit einem RevPar-Plus von 19%, zurückzuführen auf die positive Entwicklung in der Belegung (OCC: +17%). Der

Abb.11: Hotel Performance Frankfurt 2014/2013

Hotel Performance Frankfurt 2014/2013*						
	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var. %	Var.	Var. %	Var.	Var. %
Frankfurt total	1,9	2,9	-4,9	-4,5	-1,3	-1,7
Ambiente	2,8	3,0	-1,2	-0,7	3,6	2,3
Musikmesse	-9,3	-10,2	-15,8	-10,2	-27,4	-19,3
IMEX	9,0	10,6	5,8	4,3	17,7	15,3
Pfingsten	-2,3	-4,3	-32,0	-29,1	-18,8	-32,2
Fronleichnam	-3,1	-6,9	1,4	1,7	-1,9	-5,3
Sommerferien	6,7	11,5	5,3	6,6	8,9	18,8
Automechanika	1,2	1,3	2,5	1,3	4,7	2,6
Buchmesse	1,4	1,8	-7,6	-4,2	-3,4	-2,4
EuroMold	-4,1	-4,7	1,6	1,5	-3,2	-3,3
Weihnachten	3,4	12,4	-3,4	-4,3	1,6	7,5
Silvester	7,7	13,4	0,2	0,2	6,7	13,7

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

Juli war 2014 in Hessen ein voller Geschäftsmonat, was sich in der positiven Entwicklung der Rate widerspiegelte (ADR: +2%). Die Frankfurter Hoteliers registrieren weiterhin verstärkte Buchungen im Veranstaltungsbereich. Nach einem eher durchschnittlichen August bot der September wenig Anlass zur Freude (Occ: +0,2%, ADR: -6%, RevPar: -6%), bedingt durch ein fehlendes Volumen an Messegruppen. Der längere Zeitraum der IAA 2013 (3 Presse-, 2 Fach- und 9 Publikumstage) war ergebnisträchtiger als die 2014 stattfindende Automechanika mit fünf Messetagen.

Das 4. Quartal begann mit dicken Minuszahlen, so ging die Rate um ganze 15% zurück, was zu einem RevPar-Rückgang von 14% führte. Das ist größtenteils auf die Verschiebungen im Messekalender zurückzuführen. Hinzu kommt – bedingt durch die Neueröffnungen gleich mehrerer Hotels in der Bankenmetropole ein immer stärker werdender Verdrängungswettbewerb, der zu Lasten der Raten geht. Den Belegungszuwachs von +1% im Oktober bescherten die Streiks und Flugausfälle, sie sorgten in einigen Hotels für zusätzliches Layover-Geschäft. Auch wenn der November sonst ein guter Corporate- und Tagungsmonat in Frankfurt ist, zeigte er 2014 eine negative Entwicklung (Occ: +1%, ADR:

-4%). Grund für die negative Entwicklung der Rate war vor allem das generell rückläufige Tagungsgeschäft. Auch fehlte es 2014 in vielen Häusern an individuellem Pickup. Nicht einmal die alljährlich stattfindende EuroMold-Messe konnte die Rate positiv beeinflussen. Der Dezember verhielt sich auf Vorjahresniveau.

Hamburg

Längst wundern sich Branchenkenner nicht mehr über die gute Performance, die die Hansestadt seit Jahren hinlegt. Setzte sich das auch 2014 fort? Dafür sprach schon der Januar mit durchweg

Abb.12: Hotel Performance Hamburg 2014/2013

Hotel Performance Hamburg 2014/2013*						
	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var. %	Var.	Var. %	Var.	Var. %
Hamburg total	0,7	0,9	2,7	2,6	2,9	3,5
Nortec	2,5	3,5	1,7	1,8	3,6	5,4
Internorga	2,3	2,7	-0,1	-0,1	2,6	2,6
Ostern	7,0	10,8	5,2	5,6	10,3	17,0
Pfingsten	1,7	2,6	3,8	4,0	4,2	6,7
Queen Mary 2	-7,4	-8,1	-8,6	-8,3	-14,8	-15,8
DGHO Schmerzkongress	-6,1	-6,8	-3,8	-3,4	-10,1	-9,9
Hanseboot	1,1	1,4	-4,4	-4,0	-2,4	-2,6
Weihnachten	6,1	19,0	1,7	1,8	6,3	21,2
Silvester	-0,2	-0,2	5,8	3,8	5,4	3,6

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

guten Zahlen: Steigerung im RevPar von +1%, beeinflusst durch eine stärkere Belegung (+1%). Wesentliche Gründe für das positive Ergebnis waren verschiedene Veranstaltungen und die Messe

Nortec. Ebenso verzeichneten einige Häuser eine höhere Leisure-Nachfrage, die aber schon im Februar spürbar nachließ. Im März konnten die Hamburger Hoteliers nach einer schlechteren Gesamtleistung im Februar wieder aufatmen. Eine verstärkte Nachfrage zur Internorga (RevPar-Plus: 3%) sowie eine generell verbesserte Nachfrage im Corporate-Geschäft führten zu einer positiven Gesamtentwicklung (Occ: +3%, ADR: +0,3%, RevPar: +3%). Den Aufwärtstrend des April bestätigte der Mai mit einer Verbesserung in der Gesamtleistung (RevPar: +5%) voll und ganz. Events wie der Hafengeburtstag, gleich mehrere hochpreisige Konzerte (The Scorpions, Justin Timberlake und Robbie Williams), der Marathon, ein SpringDerby und der X-Ray Kongress (+2.000 Besucher im Vergleich zum Vorjahr), bescherten gut gebuchte Häuser. Dazu kamen viele Touristen kurzfristig aufgrund des guten Wetters auf einen Städtetrip nach Hamburg (Occ:+3%). Den großen Boom erwarteten Hamburgs Hoteliers nach dem späten Beginn der Sommerferien im Juli, was sich wiederum negativ auf die Belegung (z.B. fehlende Gruppen- und Städtereisen) im Juni auswirkte (Occ: -2%, ADR: +1%, RevPar: -0,8%). Leider hielt der Juli diesen Erwartungen nicht stand (Occ: -2%, ADR: -6%, RevPar: -8%). Im Vergleichsmonat des Vorjahres profitierte die Hansestadt von der internationalen Lions Club Convention. Dieses hochpreisige Event konnte von dem in stattfindenden Zeugen Jehovas Event nicht aufgefangen werden. Dafür sorg-

ten die Vattenfall Cyclastics, das Alstervergnügen, die Hamburger Cruise Days und die Ankunft des Dalai Lama für eine deutliche Steigerung der Rate im August (ADR: +2%). Insgesamt profitieren die Hamburger Hotels im Leisure-Bereich vom langen Ferienzeitraum und dem stetig wachsenden Markt von Individualbuchungen über Onlineportale, statt über die klassischen Reiseveranstalter – mit positivem Einfluss auf die Rate.

Hamburger Hoteliers freuten sich über eine durchweg positive Entwicklung im September 2014 (Occ: +3%, ADR: +17%, RevPar: +20%) und im Oktober (RevPar +5%, ADR: +3%). Der Wanderkongress DGHO, der deutsche Schmerzkongress, die im 2-Jahres-Turnus stattfindende Hanseboot Messe und der Hamburger Summit trugen maßgeblich zur Ratensteigerung bei. Nun schon gewohnt positiv auch der November mit einer deutlichen Steigerung im RevPar von 5%. Allgemein bestätigten die Hamburger Hotels, dass sich der Monat 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 – verbunden mit den alljährlichen Weihnachtseinkäufen – brachten den Hamburger Hoteliers ein sehr zufriedenstellendes Leisure-Ge-

schäft. So klang dann auch der Dezember aus. Die Belegung stieg um 4 %, die Rate um 4 %, was den RevPar-Anstieg um 7 % ausmachte. Nach drei vollen Business-Wochen waren auch die Adventswochenenden und Silvester gut nachgefragt.

Für Hamburg war 2014 erneut ein erfolgreiches Jahr. Bemerkenswert ist die verstärkte Nachfrage der Hansestadt aus dem arabischen Raum.

Köln/Bonn

Stabilität ist eines der wichtigsten Merkmale der Metropolenregion Köln/Bonn, die allerdings in diesem Jahr einige Auf-und-Ab-Bewegungen durchlebte. Im Januar zeigten die Zahlen mit einem RevPar-Rückgang von 9 % nach unten. Ursächlich hierfür war laut Aussagen vieler Hoteliers die internationale Einrichtungsmesse imm Cologne, die 2014 in Kombination mit der Interior Design und nicht wie 2013 mit der starken Living Kitchen stattfand, wodurch das Ratenpotenzial nach unten sank. Mit einer deutlichen Steigerung im Meeting-Geschäft rechneten die Hoteliers im Februar, die Nachfrage blieb jedoch verhalten. Dennoch stellte sich die erwartete Steigerung der Gesamtpformance ein: mit einem

Zuwachs in der Belegung von 4 %, in der Rate von 7 % und einer RevPar-Steigerung von 11 %. Hauptverantwortlich dafür waren die Dach & Holz und die Weiberfastnacht zum Monatsende sowie das frühlingshafte Wetter. Im März machte sich das Fehlen großer Messen bemerkbar. Insgesamt konnte die Belegung zwar um 5 % zulegen, doch die Rate ließ im Vergleich zum Vorjahr dramatisch nach (-17 %), was zu einem RevPar-Rückgang um 12 % führte. Nachdem im April die Hoteliers in Köln/Bonn insgesamt negative Zahlen (Occ: -3 %, ADR: +0,0 %, RevPar: -2 %) meldeten, gab es im Mai nur Positives zu berichten. Die Belegung stieg im Vergleich zum Vorjahr um beachtliche 20 %, die Rate um 6 %, was zu einem RevPar-Anstieg um 28 % führte. Gründe waren ein kalendarisch be-

Abb.13: Hotel Performance Köln/Bonn 2014/2013

Hotel Performance 2014/2013 dt. Städte*						
	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var. %	Var.	Var. %	Var.	Var. %
Köln/Bonn total	2,0	3,0	-1,6	-1,6	0,8	1,3
IMM	-7,1	-9,4	-8,4	-6,0	-15,8	-14,8
Karneval	2,1	3,3	5,6	6,1	5,6	9,6
Eisenwarenmesse	1,3	1,5	4,0	3,0	5,3	4,5
FIBO	2,3	3,1	10,2	10,1	10,2	13,5
Ostern	12,7	30,8	0,9	1,3	9,3	32,5
01. Mai	17,2	43,5	-14,6	-15,6	7,8	21,2
Himmelfahrt	5,3	9,2	7,9	10,9	8,9	21,0
Pfingsten	8,6	19,5	9,7	13,4	11,3	35,5
Fronleichnam	-2,5	-5,2	-2,1	-2,7	-2,9	-7,8
gamescom	1,3	1,6	12,0	10,2	11,7	12,0
Spoga	-5,9	-6,6	0,5	0,4	-6,8	-6,2

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

dingtes ratenstarkes Businessgeschäft, die Interpack in Düsseldorf, die kurzfristig für gewaltigen

Overflow sorgte, die ANGA COM und ein Handball-Finale. Während der Juni erneut in den wirtschaftlichen Keller ging, zeigten die Parameter im Folgemonat sachte nach oben. Vor allem für die letzte Businesswoche vor den Ferien sowie zum Christopher Street Day gab es eine starke Nachfrage. Positiv der August (Steigerung der Belegung um 14%, der Rate um 10% und RevPAR-Anstieg um stolze 25%) und der September (Zuwachs in der Belegung um 5%, in der Rate sogar um 13%, RevPAR-Anstieg um stolze 18%). Nach solchen Erfolgswerten performte der Oktober schon beinahe dramatisch. Die Belegung nahm im Vorjahresvergleich um 5% ab, viel schlimmer jedoch sind der Ratenrückgang um 21% und der damit verbundene RevPar-Rückgang um 25%. Der Hauptgrund hierfür war die ANUGA, die nur in den ungeraden Jahren stattfindet. Keine andere Messe in der Region lässt sich so hochpreisig verkaufen. Auch die K Messe in Düsseldorf, die sonst für großen Overflow in Köln sorgt, fehlte 2014. Zusätzlich war die Nachfrage für Herbstferien deutlich schwächer als in den Jahren zuvor. Die Nachfrage für die letzte Oktoberwoche 2014 war noch recht stark, änderte aber wenig am Gesamtergebnis. Mit Zuwachs hatten die Hoteliers in Köln/Bonn für den November nicht gerechnet. Und tatsächlich war die Nachfrage in den Businesswochen und an den Wochenenden nicht so groß wie in den Vorjahren. Versöhnlich stimmte dann der Dezember mit einem Belegungsanstieg von über 9%, einem Ratenan-

stieg um 6% und somit mit einem RevPar-Anstieg um mehr als 15%. Es waren vor allem Leisure-Reisende, die eincheckten. Der Weihnachtsmarkttourismus boomte ebenso wie Silvester.

Was ansonsten vor allem hauptstädtische Hoteliers leidvoll erfahren, kennen nun auch zunehmend ihre Kollegen aus der Metropolregion Köln/Bonn: Der allgemeine Druck auf die Ratenstruktur ist größer geworden.

München

Wie kaum einer anderen Metropole gelingt der bayrischen Landeshauptstadt seit Jahren ein ausgewogener Mix aus Geschäfts- und Leisure-Reisenden. Auch 2014? Das Jahr begann mit einem RevPar Rückgang von 9%, überwiegend beeinflusst von einer deutlich niedrigeren ADR von -8%, eher verhalten. Hauptverantwortlich dafür war das Fehlen der Messe BAU, was durch andere Januarveranstaltungen offensichtlich nicht kompensiert werden konnte. Die geringe Nachfrage im Meeting- und Incentive Gruppengeschäft sorgte zusätzlich für ein negatives Ergebnis. Der Mangel an Schnee bestimmte in einigen Häusern das Stopover-Geschäft maßgeblich – deutlich weniger Individualreisende auf der Durchreise waren 2014 zu spüren, was sich auf die Wochenenden gerade am Anfang des Monats negativ auswirkte. Dies führ-

te zu einem starken Preisverfall in der Stadt, und hohe Discounts von bis zu 50% mussten angeboten werden, um zusätzliches Geschäft an Land zu ziehen. Die drastischen Umsatzeinbrüche setzten sich im Februar fort. Der RevPar verlor im Vergleich zum Vorjahr um 10%, beeinflusst durch einen Ratenrückgang von 7%. Auch die Nachfrage im Meeting- und Incentive-Bereich blieb im Vergleich zum letzten Jahr deutlich zurück. Dies führte zur negativen Entwicklung der Belegung (-3%). Da wirkte der März mit positiven Zahlen wie eine Erholung (Occ: +3%, ADR: +2%, RevPar: +5%).

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.

Der Mai brachte endlich eine deutliche Aufwärtsentwicklung. Die Belegung konnte um 11% zulegen, die Rate um 16%, der RevPar stieg um 28%. Dafür sorgten starke Messen, zwei gut gebuchte Businesswochen, Ferien und die hohe Nachfrage im Incentive-/Meeting Bereich. Danach sorgte

der Juni für Abkühlung (Occ: -2%, ADR: -10%, RevPar: -12%).

Der Juli brachte ein hervorragendes Ergebnis in allen Kennzahlen (Occ:+6%, ADR: +3%, RevPar: +9%). Größere Veranstaltungen und Kongresse sorgten für ratenstarkes Business-Geschäft. Im August zeigte München deutlich den Trend dieses Sommers zum Städtetourismus, bevor die Septemberzahlen noch einmal zulegten. Der ERS International Congress gilt seit jeher als stärkster Kongress

Abb.14: Hotel Performance München 2014/2013

	Belegung		ADR		RevPar	
	Var.	Var. %	Var.	Var. %	Var.	Var. %
München total	1,9	2,5	-2,4	-1,9	0,6	0,6
Ispo Winter	-3,0	-3,4	0,1	0,1	-4,4	-3,3
Inhorgenta	-0,1	-0,1	-0,7	-0,7	-0,6	-0,8
Garten München	4,0	5,7	-1,9	-1,8	2,9	3,9
Ostern	1,0	1,6	-7,6	-8,2	-3,8	-6,7
IFAT	1,0	1,1	17,7	9,6	18,2	10,8
High End	-0,5	-0,6	-3,0	-2,6	-2,9	-3,2
automatica	1,8	2,0	-45,8	-25,3	-39,2	-23,9
Intersolar	4,6	5,3	-7,4	-4,6	0,7	0,5
Pfingsten	4,0	6,8	6,5	6,8	7,9	14,2
Expopharm	2,0	2,2	67,1	48,6	64,2	51,9
Expo Real	-2,7	-2,9	-3,3	-1,4	-9,5	-4,2
Electronica	-1,2	-1,3	12,5	7,1	8,9	5,6
Weihnachten	7,8	19,3	-2,1	-2,0	7,2	16,9
Silvester	2,4	2,8	-0,2	-0,2	2,7	2,6

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

Im April erlebten die Hoteliers eine extreme Negativ-Entwicklung der Rate um 37%. Der vergleichsweise geringe Rückgang in der Belegung um 4% konnte nur durch starkes Leisure-Geschäft in den

und wurde zu sehr hohen Raten verkauft. Weitere Kongresse trugen zur positiven Entwicklung bei. Das Oktoberfest 2014 brachte endlich mehr Nachfrage als im Vorjahr. Alles zusammen führte

dazu, dass die Hoteliers sich über eine Steigerung in der Belegung um 0,5 %, in der Rate um 9 % und somit einen RevPAR-Anstieg um 9 % freuen konnten. Nach einem eher durchschnittlichen Oktober brachte der November ein starkes Messengeschäft zu hohen Raten in die Stadt. Beachtlich waren ebenso die allgemeine Meetingnachfrage und das Firmenreiseaufkommen sowie das starke Individu-

al- und Gruppengeschäft, was sich bis zum Ende des Jahres fortsetzte. Weihnachten und Silvester sorgte für ein Wachstum in der Belegung über 5 %. Ja, es ist der ausgewogene Mix aus Geschäfts- und Leisure-Reisenden, der den Münchner Hoteliers letztendlich immer wieder eine ausgewogene Gesamtperformance beschert.

Abb.15: Hotel Performance Frankfurt 2014/2013

Hotel Performance 2014 YTD (Januar - Juni) dt. Städte*												
	Occupancy in %				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %	2014	2013	Var.	Var. %
Berlin	68	68	0,0	0,0	93	93	0,0	0,0	63	63	0,0	0,0
Dresden	58	55	2,7	4,9	70	72	-1,6	-2,2	40	39	1,0	2,6
Düsseldorf	68	63	4,9	7,7	117	96	21,4	22,4	80	61	19,3	31,8
Frankfurt	67	66	1,4	2,1	110	113	-2,5	-2,2	74	74	-0,1	-0,1
Hamburg	76	76	0,5	0,7	107	106	1,1	1,0	82	80	1,4	1,7
Köln/Bonn	67	65	1,8	2,8	96	99	-2,6	-2,6	64	64	0,0	0,1
Leipzig	67	66	0,7	1,1	79	77	2,5	3,3	53	51	1,7	3,4
München	73	73	0,3	0,4	118	130	-12,5	-9,6	87	95	-8,8	-9,2

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.01.2015

Fazit

Auch wenn die Kennzahlen in allen sieben analysierten Destinationen mehr oder weniger stark schwanken, offenbaren sie in der Jahresübersicht Stabilität und Wachstum der Branche. Deutschland ist ein sicheres und beliebtes Reiseland mit verlässlichen Standards in allen Bereichen. Das schätzen Business- und Leisure-Reisende aus dem In- und Ausland gleichermaßen. Angesichts der politischen Weltlage sowie zunehmender Wetterkapriolen bis hin zu Naturkatastrophen wird das Reiseland Deutschland weiterhin ein

attraktiver Veranstaltungsort sowie ein anziehendes Ziel für Touristen sein. Erfreulich ist die Zunahme internationaler Gäste; eine Entwicklung, die die Rate in die Höhe treibt.

Dabei ist in den Destinationen zwischen Hamburg und München der allgemeine Druck auf die Ratenstruktur durchaus größer geworden. Einmal mehr bestätigte sich der Zusammenhang zwischen Messe- und Kongressgeschehen und den Branchenkennziffern. Starkes Messe-/Kongressjahr = gute Ergebnisse. Diese Gleichung ist konstant

Und zwei Faktoren kann auch der tüchtigste Hotelier nicht beeinflussen: die Verteilung der kalendarischen Feiertage und das Wetter. Daran wird sich 2015 genauso wenig ändern wie an der Verlässlichkeit der tagesgenauen Daten von über 1200 Hotels der Fairmas GmbH. Damit ist das Unternehmen im Bereich Benchmarking und Marktforschung Branchenprimus für Benchmarking in der Hotellerie und kann repräsentative Marktinformationen für unterschiedliche Städte, Regionen und Segmente zur Verfügung stellen (Sterneklassifizierung, Hotelgröße, Tagungsmöglichkeiten).

Neben klassischen Benchmarks wie Logisumsatz, Zimmer- und Durchschnittsraten liegen auch Kennzahlen wie Bettenbelegung und Aufenthaltsdauer vor. Erhobene Forecast-Zahlen liefern außerdem Zukunftstrends für einzelne Destinationen. Durch die tägliche Datenerfassung kann Fairmas die Ergebnisse von Hotels während bestimmter Perioden und Events darstellen. Somit erfahren Sie mehr über den Einfluss und die Abhängigkeit von konkreten Veranstaltungen, wie z.B. Messen in den einzelnen Destinationen.

Neben einem individuellen, speziell nach Ihren Wünschen zusammengestellten Set von Hotels, können Sie jederzeit auch Informationen zu einzelnen Hotelkategorien abrufen. Neben Gruppierungen wie der klassischen Sterneklassifizierung kann die Fairmas GmbH auch Sets nach Ausstattung (z.B. Konferenzhotels), Größe (z.B. 100-200 Zimmer) oder Betriebsart (z.B. Resort Hotels) erstellen.

Fairmas bietet maßgeschneidertes, präzises Datenmaterial - schnell und diskret nach Ihren spezifischen Anforderungen, auf Wunsch auch mit Hintergrundinformationen und fachkundiger Kommentierung.

Für Ihre Anfragen stehen wir jederzeit persönlich zur Verfügung unter der Telefonnummer: 030 322940520

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.