

Hotel-Report

Ausgabe April 2015


SOLUTIONS DOT WG
HOSPITALITY ADVISORY ALLIANCE


Fairmas

Im Fokus 5 Sterne in der Schlossallee oder no frills gleich nebenan?





Inhaltsverzeichnis

Editorial,	3
März 2015 im Vergleich zum Vorjahr	4
Das Fairmas Trendbarometer	8
Im Fokus	16
Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report	23
Disclaimer	24

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Grand-Hotel-Charme oder stylischer Minimalismus? 5-Sterne-Rundumerwöhnenservice oder nur das unbedingt Notwendige? Als in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/09 mitten in den deutschen Metropolen preisgünstige Hotels eröffnet wurden, rieb sich manch Branchenkenner verduzt die Augen. Ein-tagsfliegen? Brancheneigene Wirtschaftswunder? Noch immer tut sich die Wissenschaft schwer mit einer Definition der Budgethotels, denn sie allein über den Preis zu erklären, ist viel zu kurz gegriffen. In unserem Schwerpunkt-Thema widmen wir uns der spannenden Frage, welcher Markt die größeren Wachstumspotenziale hat. Luxus oder Budget? Während das Interesse der Medien vor allem dem Newcomer Budget-hotels galt, suchten wir objektive Antwortkriterien: die verlässlichen Fairmas-Branchenzahlen als Basis der Analyse.

Obwohl der Frühling ernste Formschwächen zeigte, offenbaren die aktuellen Branchenzahlen der Metropo-lenregionen durchaus ein stabiles Hoch. Ausführlich zeigt Ihnen das der Fairmas Hotel-Ticker.

Inspirierende Erkenntnisse beim Lesen wünscht Ihnen das Team des Fairmas Hotel-Report.

Gabriele Kiessling & Nadine Kilian

März 2015 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 01.04.2015

Berlin

Occ: 74%, ADR: 92€, RevPar: 68€

Die Berliner Hotellerie freut sich über einen hervorragenden März. Schon mit der ITB (04.-08.03.2015), die in diesem Jahr auch mit deutlich mehr Vorlauf gebucht wurde als im vergangenen Jahr fing der Monat gut an. Auch die Aufenthaltsdauer zur Messe hatte sich erhöht, sodass es drei ziemlich gut gebuchte Messetage gab, statt wie in den letzten Jahren nur mehr oder weniger zwei. Dazu kamen im Laufe des Monats noch Kongresse und kleinere Messen, wie beispielsweise der Pneumologiekongress (18.-21.03.2015) und Wasser Berlin (24.-27.03.2015), die einen positiven Einfluss auf Belegung und Rate hatten. Insgesamt war das Gruppengeschäft deutlich besser als im Vorjahr, dazu kamen wetterbedingt besonders an den Wochenenden viele Touristen und auch die Corporate-Nachfrage war groß. Die Osterferien begannen erst am 30.03.2015, das bedeutete eine ganze Woche mehr Businessgeschäft als im

vergangenen Jahr. Die Belegung konnte im Vorjahresvergleich um 7% gesteigert werden, die Rate um 3%. Das bedeutet einen starken RevPar-Anstieg um 10%.

Dresden

Occ: 54%, ADR: 66€, RevPar: 36€

Das letzte Trendbarometer hatte Dresden einen äußerst schwachen März prophezeit. Dazu kam es zum Glück nicht. Die Performance konnte im Vergleich zum Vorjahr sogar gesteigert werden. Die Belegung stieg um 2% an, die Rate um 0,3% ebenfalls, wenn auch nur ganz leicht. Der RevPar konnte damit um mehr als 2% gesteigert werden. Im März gab es keine Kongresse in der Stadt. Zudem vermuten viele Häuser die Pegida-Berichterstattungen als Grund für schwindendes Geschäft, besonders im Leisure-Segment. Das sonst so gute Leisure-Geschäft an den Wochenenden hat auch tatsächlich nachgelassen. Trotzdem gab es den

ganzen Monat über gutes Corporate-Geschäft, denn die Osterferien beginnen in Sachsen erst im April. Auch einige Conventions und Veranstaltungen machten sich in den Performance-Zahlen positiv bemerkbar.

Düsseldorf

Occ: 73%, ADR: 112€, RevPar: 82€

Im März stieg die Belegung in Düsseldorf um 7% deutlich an. Der Karneval fiel in diesem Jahr in den Februar, dadurch ließen sich vier volle Businesswochen verkaufen. Die IDS in Köln (10. - 14.03.2015) sorgte für etwas Overflow-Geschäft in Düsseldorf und die ProWein Messe (15. - 17.03.2015) wird auch von Jahr zu Jahr zunehmend stärker. Dazu kam die Beauty-Messe (27. - 29.03.2015), die eine gute Belegung in die Stadt brachte. Ähnlich verhielt es sich mit der Top Hair (28. - 29.03.2015). Weiterhin verzeichneten die Hoteliers viel MICE- und Corporate Geschäft. Alles in allem ein sehr guter Frühlingsanfang in Düsseldorf mit einer Steigerung im RevPar von 40%.

Frankfurt

Occ: 71%, ADR: 123€, RevPar: 88€

Der März war in Frankfurt vor allem aufgrund der Verlagerung der preissensiblen Karnevalszeit in den Februar sehr positiv in der Gesamtperformance. In diesem Jahr fand auch wieder die ISH Messe (alle 2 Jahre und eine Leitmesse) statt. Da-

her erhielt die Stadt, wie bereits im Trendbarometer prognostiziert ein deutlich höheres Ratenniveau im Vergleich zum Vorjahr (+4%). Trotz der Osterferien und Feiertage, die in diesem Jahr 2 Wochen früher starteten, zeigte sich der RevPar mit einer Steigerung von insgesamt 7% extrem positiv.

Hamburg

Occ: 78%, ADR: 106€, RevPar: 83€

Der März wurde in Hamburg mit Zuwächsen prognostiziert und das bestätigte sich in diesem Jahr. Aufgrund einer sehr starken nationalen (INTERNORGA) und internationaler Messen (ein medizinischer Kongress) und insgesamt auch mehr Veranstaltungstagen als im Vorjahr verzeichnete die Hansestadt eine Ratensteigerung um 4% mit einer entsprechend hohen Nachfrage im Segment MICE. In diesem Jahr fand die Cebit in der gleichen Woche wie die INTERNORGA statt, was die Hoteliers auf eine positive Gesamtentwicklung zurück blicken ließ (RevPar: +5%).

Köln/Bonn

Occ: 74%, ADR: 125€, RevPar: 92€

Auch die Hotellerie in Köln / Bonn hatte einen tollen Start in den Frühling. Extreme Ratensteigerungen (+29%) brachte der März. Auch die Belegung legte um 8% deutlich zu. Beides führte zu dem traumhaften RevPar-Anstieg von 40%. Alle drei Jahre findet die sehr hochpreisige IDS (Internati-

onale Dental-Schau) statt, in diesem Jahr zum 36. Mal und in der Zeit vom 10. bis zum 14. März. Für diese Zeit war Köln nahezu ausgebucht. Dazu kommt die ebenfalls ratenstarke Anuga Foodtec, die auch nur im 3-Jahresrhythmus stattfindet, in diesem Jahr vom 24. bis zum 27. März. Auch hier war die Auslastung sehr hoch, denn diese Messe ist sehr stark nachgefragt. Viele Häuser waren ausverkauft. Zwei volle Businesswochen mit einer sehr starken Nachfrage und eine allgemein unerwartet große Nachfrage in allen Segmenten über den ganzen Monat machten den tollen März komplett.

München

Occ: 73%, ADR: 109€, RevPar: 80€

München meldet ebenfalls tolle Zahlen für den März. Um 4% konnte die Belegung gesteigert werden, die Rate um 0,6%. Damit legte der Re-

vPar um 5% zu. Im letzten Jahr fielen die Winterferien in Bayern komplett in den März, in diesem Jahr fanden sie schon im Februar statt und die Osterferien fallen zum großen Teil in den April. Das brachte einen starken Anstieg des Geschäftsreisenaufkommens gegenüber dem Vorjahr. Auch das Tagungsgeschäft lief dadurch deutlich besser. Beides wirkte sich sehr positiv auf Belegung und Rate aus. Auch das Gruppen- und Corporate-Gruppen-Geschäft zeigte sich erfreulich. Generell war in allen Segmenten die Nachfrage groß und die Bereitschaft Upsell-Produkte zu kaufen ist gestiegen. Sehr stark nachgefragt waren auch die Spiele des FC Bayern München in der Champions League, im DFB-Pokal und in der Bundesliga. Großveranstaltungen in der Tu München und im Gasteig brachten zusätzlich für die Häuser im Umkreis der Veranstaltungsorte ein gutes Geschäft.

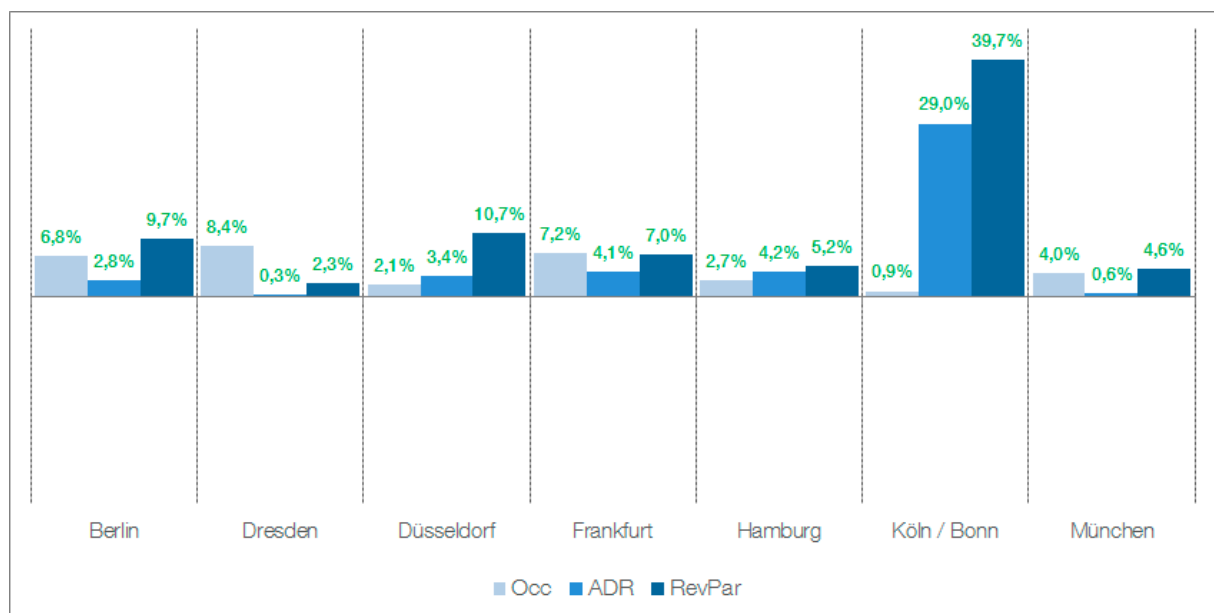
Alle Destinationen im Überblick

Hotel Performance März 2015 /2014*

	Occupancy in %				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2015	2014	Var.	Var. %	2015	2014	Var.	Var. %	2015	2014	Var.	Var. %
Berlin	73,9%	69,2%	4,7	6,8%	91,9	89,4	2,5	2,8%	67,9	61,9	6,0	9,7%
Dresden	54,0%	52,9%	1,1	2,1%	65,8	65,6	0,2	0,3%	35,5	34,7	0,8	2,3%
Düsseldorf	72,9%	68,0%	4,9	7,2%	112,4	108,7	3,7	3,4%	81,9	74,0	7,9	10,7%
Frankfurt	71,1%	69,2%	1,9	2,7%	123,3	118,5	4,8	4,1%	87,7	82,0	5,7	7,0%
Hamburg	78,3%	77,6%	0,7	0,9%	106,4	102,1	4,3	4,2%	83,3	79,2	4,1	5,2%
Köln / Bonn	73,5%	67,8%	5,7	8,4%	124,5	96,5	28,0	29,0%	91,5	65,5	26,0	39,7%
München	73,3%	70,5%	2,8	4,0%	108,9	108,3	0,6	0,6%	79,8	76,3	3,5	4,6%

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 31.03.15

Legende



Das Fairmas Trendbarometer

Der Blick in die Zukunft im Einzelnen:

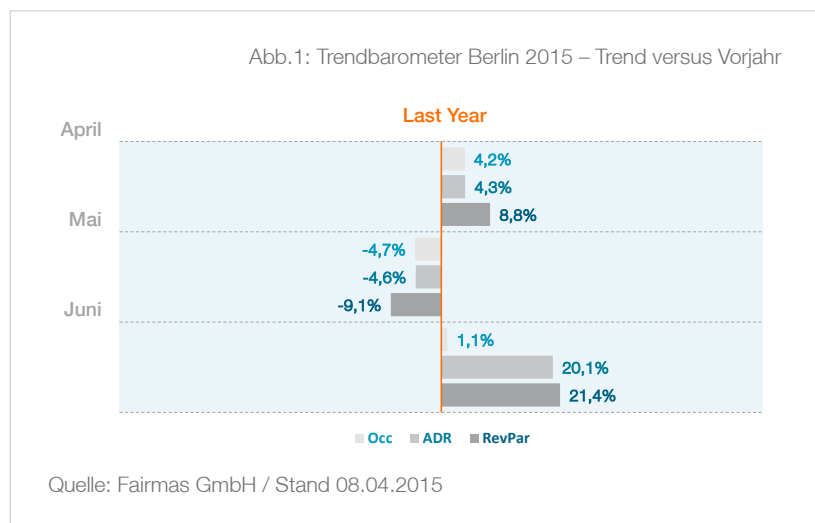
Berlin

Die Prognosen für den April sind zuversichtlich. In diesem Jahr fällt weniger Ferienzeit in den April.

Die Berliner Hoteliers erwarten gerade am Osterwochenende und in der Ferienzeit viele touristische Gäste. Die Nachfrage ist gut. Auch die Nachfrage im Gruppenbereich ist sehr erfreulich. Hochpreisiges Business- und Convention-Geschäft, besonders nach den Ferien rundet das positive Gesamtbild ab. Der DDG-Kongress, der am 29. April beginnt ist sehr gut gebucht.

Die Belegung soll um 4% deutlich ansteigen, die Rate ebenso. Durch das gute Basisgeschäft aus dem Gruppen-Segment werden höhere Raten angestrebt. Und in der zweiten Monathälfte rechnen die Häuser noch mit einigem kurzfristigen Corporate-Geschäft. Erwartet wird ein RevPar-Anstieg

um 9%. Die Vorbuchungsstände sind jedenfalls in allen Segmenten mehr als vielversprechend.



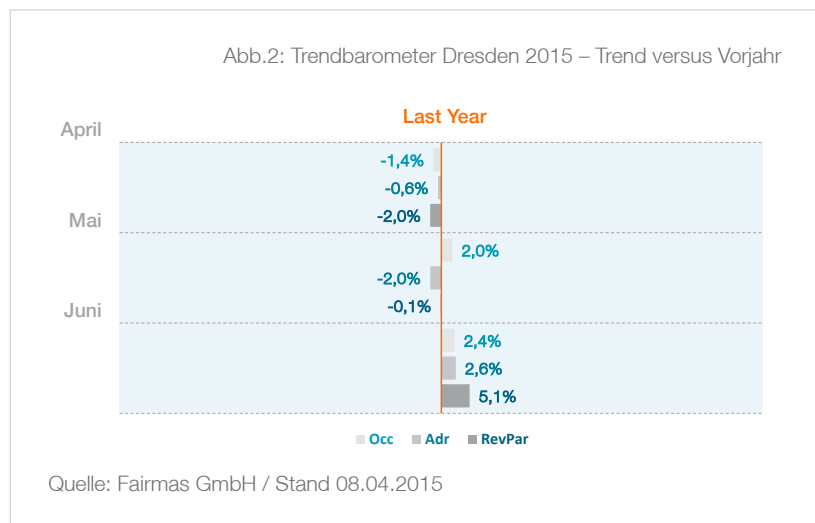
Bei Weitem nicht so gut sind die Aussichten für den Mai. Im vergangenen Jahr fand die ILA im Mai statt. Die ILA gibt es jedoch turnusmäßig nur alle zwei Jahre, sodass die guten Belegungszahlen und Raten in diesem Jahr fehlen werden. Hinzu kommen die Feier und Brückentage um den Tag

der Arbeit, Christi Himmelfahrt und Pfingsten, die in diesem Jahr alle in den Mai fallen und den Businessmonat zerstückeln. Doch Berlin ist auch bei Touristen beliebt, die Hoteliers hoffen auf entsprechend viel Leisure-Geschäft und gutes Wetter. Vorerst sind die Prognosen jedoch verhalten. Erwartet werden ein Rückgang der Belegung und der Durchschnittsrate um jeweils knapp 5% und damit ein RevPar-Rückgang um 9%.

Da sehen die Prognosen für den Juni schon ungleich besser aus. Man erwartet einen Belegungsanstieg um 1%. Dazu kommt allerdings ein extremer Anstieg der Rate um 20% im Vergleich zum Vorjahr (RevPar: +21%). Das bereits vollständig ausverkaufte Champions-League-Finale am 6. Juni sorgt für einen enormen Nachfrageschub für das gesamte Wochenende. Die Raten erreichen ähnliche Höhen wie das WM-Finale damals in Berlin. Dazu kommen der Hauptstadtkongress (10.-12.06.2015) und der EAN-Kongress (20.-23.06.2015), die beide schon jetzt sehr gut gebucht sind. Sämtliche Feiertage fallen in diesem Jahr in den Mai, während einige davon im letzten Jahr im Juni stattfanden. Dadurch bleiben volle vier Businesswochen, die entsprechend gut nachgefragt sind. Die Hoteliers sind sehr zuversichtlich.

Dresden

Ursprünglich war die Dresdner Hotellerie zuversichtlicher mit ihren Erwartungen für den April. Leider mussten die guten Aussichten nach unten korrigiert werden. Man hatte etwas mehr Leisure-Geschäft zu Ostern erwartet. Doch Ostern findet in diesem Jahr früher statt als im letzten Jahr, das führte dazu, dass wegen des deutlich schlechteren Wetters weniger Touristen die Stadt besuchten. Immer noch sind die Häuser voller Hoffnung auf ein gutes touristisches Geschäft für die Ferien und



Feiertage. Die zweite Monatshälfte entwickelt sich ebenfalls schleppend, die Zahl der Meeting- und Gruppenbuchungen ist bisher wenig vielversprechend. Daher gehen die Hoteliers für den April von einer sinkenden Belegung (-1%) aus. Die Häuser gehen von einer allgemein sinkenden Rate (-0,6%) aus. Damit würde auch der RevPar um 2% im Vergleich zum Vorjahr zurückgehen.

Für den Mai erhofft sich die Dresdner Hotellerie etwas Besserung. Die Wahrscheinlichkeit, dass es wärmer wird und die Sonne scheint steigt und damit auch die Zahl der Touristen in der Stadt. Die Feiertagswochenenden um den 1. Mai, Christi Himmelfahrt (in diesem Jahr alle im Mai) machen Hoffnung auf bessere Performance-Zahlen. Dazu kommt der G7-Gipfel der Finanzminister in der Stadt (27.-30.05.2015), für den schon jetzt Anfragen kommen. Doch leider fehlen bisher die erwarteten großen Kontingentsbuchungen der einzelnen Delegationen. In der Belegung erwarten die Häuser keine allzu großen Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr, sie soll um 2 % steigen. Die Rate soll dagegen um 2 % abnehmen, was einen RevPar-Rückgang von 0,1 % mit sich bringen würde.

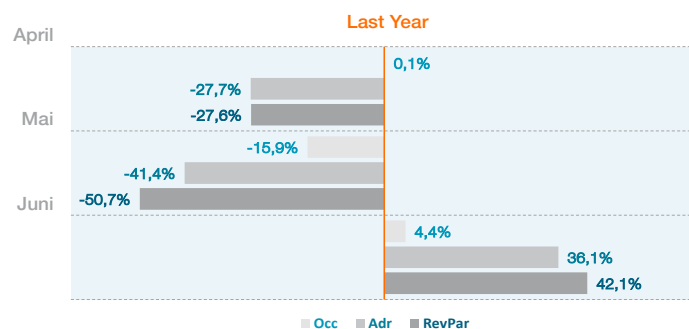
Im vergangenen Jahr war der Juni in Dresden nicht allzu erfolgreich. Das sieht in diesem Jahr womöglich besser aus. Es wird ein Belegungsanstieg um 2 % vorhergesagt und ein Ratenanstieg um 3%. Da sämtliche Feiertage in den Mai fallen, erhoffen sich die Häuser der Stadt einen starken Anstieg der Business- und Meeting-Nachfrage im Juni. Das bedeutet traditionell auch höhere Raten, als im Leisure- und Gruppenbereich. Schönes Wetter könnte zusätz-

lich, besonders an den Wochenenden viele Touristen in die Stadt bringen. Auch wenn es im Juni in Dresden keine Messen oder Kongresse gibt, ist zwischen BRN, den Filmnächten am Elbufer und Elbhangfest viel los in der Stadt. Die Hoteliers bleiben zuversichtlich und rechnen mit einem RevPar-Anstieg um 5 %.

Düsseldorf

Der April zeigt in Düsseldorf eine extrem negative Erwartung mit einem prognostizierten RevPar-Rückgang von 28%, vor allem bedingt durch die hohen Einbußen in der Rate von über 27%. Dies ist vor allem dem Wegfall der A-Messe Wire & Tube (2-Jahresrhythmus) in diesem Jahr geschuldet. Auf eine Verbesserung durch zunehmendes Leisure Geschäft zu Ostern hoffen die Hoteliers dennoch, was die positive Einschätzung hinsichtlich der Belegung erklärt (Occ: +0,1%).

Abb.3: Trendbarometer Düsseldorf 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

Der Mai wiederum verläuft laut Trendbarometer sehr negativ in allen drei Kennzahlen (Occ: -16%, ADR: -41%, RevPar: -51%). In den Mai fallen in diesem Jahr viele Feiertage, inklusive Pfingsten, welche letztes Jahr in den Juni fielen. Dadurch gibt es in diesem Jahr deutlich weniger Corporate- und MICE-Geschäft, als es 2014 der Fall war. Zusätzlich fand 2014 die Interpack Messe im Mai statt, die erst wieder im Jahr 2017 stattfinden wird (3-Jahresturnus).

Der Juni verläuft, wie in vielen anderen Destinationen extrem positiv, vor allem in Hinblick auf die Prognose hinsichtlich der Rate (ADR: +36%). Durch die A-Messe GIFA (alle 4 Jahre) vom 16. – 20. Juni wird ein sehr hohes Ratenniveau erwartet. Auch die restlichen Wochen im Monat Juni verzeichnen bislang eine hohe Nachfrage im Segment MICE und Corporate-Geschäft.

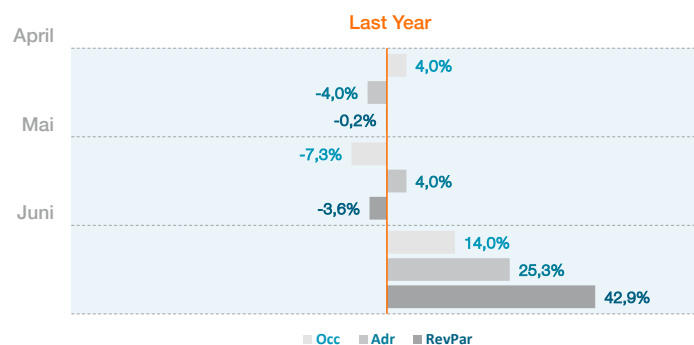
Frankfurt

Das Fehlen der Light & Building in diesem Jahr in Frankfurt (letztes Jahr: 30.03.-04.04.2014) verursacht starke Einbußen in der Rate (ADR: -4%) im April. Die diesjährige Musikmesse in 2015 ist zwar stark, kann aber das Ratenniveau einer Light & Building Messe nicht aufrechterhalten. Erfahrungsgemäß

ist in den Osterferien (erste beide April-Wochen) mit wenig Corporate Geschäft zu rechnen. In der 3. Aprilwoche findet dann wieder die Musikmesse statt, von der sich Hoteliers zum Monatsende eine Steigerung hinsichtlich der Rate erhoffen. Der Pick-up dafür wird sich allerdings erst zu einem deutlich späteren Zeitpunkt abzeichnen.

Im Mai gibt es einen Feiertag mehr als im Vorjahresmonat, was das Corporate-Geschäft in der Belegung beeinflusst (Occ: -7%). Allerdings wird ein Ratenanstieg von 4% erwartet. In diesem Jahr findet die Techtextil/Techprocess statt, die zuletzt in 2013 veranstaltet wurde. Auch wenn es sich hier um keine Leitmesse handelt, kann das Rateniveau dennoch angehoben werden. Man geht davon aus, dass sich der Pickup insgesamt noch entwickeln wird.

Abb.4: Trendbarometer Frankfurt 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

Der Juni wird bislang sehr optimistisch in allen 3 Kennzahlen prognostiziert (Occ: +14%, ADR: +25%, RevPar: +43%). In diesem Jahr findet vom 15.06.-19.06.2015 die Leitmesse Achema (alle 3-Jahre) statt. Zu dieser Zeit wird ein hohes Rateniveau erwartet. Zusätzlich zeigt der Juni bis auf einen Feiertag (Fronleichnam) in der ersten Juniwoche keine weiteren Feiertage oder Ferien. Ansonsten bleibt es für die restlichen Wochen des Monats ein Tagungs- und Corporate Monat.

Hamburg

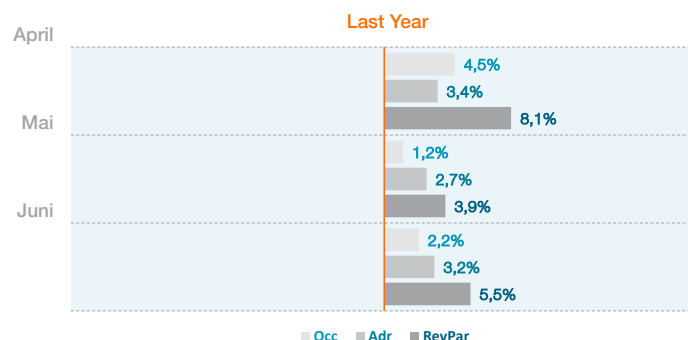
Der April zeigt in Hamburg eine positive Prognose in allen 3 Kennzahlen (Occ: +5%, ADR: +3%, RevPar: +8%). Aufgrund der sehr starken internationalen Messe (International Aircraft Interior) sowie dem alljährlichen Haspa Marathon (letztes Jahr im Mai) wird ein Ratenzuwachs erwartet. Auch die Nachfrage im Leisure-Segment zu Ostern ist bereits sehr zufriedenstellend, vor allem am Wochenende. Generell ist der April in Hamburg ein hoch frequentierter Geschäftsmonat und zeigt somit eine stabile Tendenz hinsichtlich der Segmente Business Groups und MICE.

Der Mai zeigt weiterhin ein Wachstum mit einem Belegungszuwachs von 1% und ei-

nem Ratenanstieg von 3%. Der diesjährige Hafengeburtstag generiert auch in diesem Jahr wieder eine hohe Nachfrage. Weiterhin ist der 1.Mai in diesem Jahr ein Feiertag am Freitag und bedeutet, dass für viele Reisende kein zusätzlicher Urlaubstag für ein langes Wochenende in Anspruch genommen werden muss. Viele Hoteliers verzeichnen bereits jetzt schon eine sehr gute Vorbuchungslage durch hochpreisiges Leisure-Geschäft. Der diesjährige Röntgenkongress vom 13.-16.05 (letztmalig in Hamburg) sorgt für die Steigerung in der Rate von 3%. Insgesamt ist ein RevPar-Zuwachs von 4% für den Monat Mai zu erwarten.

Auch der Juni wird sich laut Aussagen der Hoteliers recht positiv entwickeln mit einer insgesamt RevPar-Steigerung von fast 6%. Der internationale Hafenkongress vom 01.-04.06.2015 sowie diverse sportliche Highlights, wie der IGLFA Euro Cup

Abb.5: Trendbarometer Hamburg 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

(International Gay and Lesbian Football Association) und die Harley Days am letzten Juni-Wochenende (letztes Jahr im Juli) bringen eine hohe Nachfrage in die Stadt.

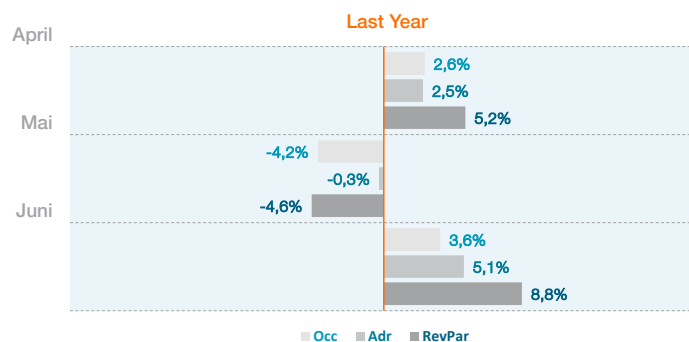
Köln/Bonn

Das letzte Trendbarometer sagte nichts Gutes für den April voraus. Doch die Erwartungen wurden deutlich nach oben korrigiert. Die Anfrage für die FIBO-Messe (09.-12.04.2015) kamen erst sehr spät, aber sie kamen dann doch und das deutlich stärker und hochpreisiger als bisher angenommen. Die Messe wird immer attraktiver und etabliert sich langsam in Köln, auch wenn die Besucher gerade zum Wochenende hin deutlich preissensibler sind. Die Woche nach Ostern ist normalerweise deutlich schwächer, die Fibo bringt jedoch etwas mehr Geschäft zu dieser Zeit. Im Vergleich zum Vorjahr fallen auch weniger Osterferientage in den April, was das Business-Geschäft deutlich positiv beeinflusst. Die Belegung soll um 3% steigen, die Rate im Vorjahresvergleich um 3%, somit wird ein RevPar-Anstieg um 5% erwartet. Schönes Wetter an den Osterfeiertagen und in den Ferien kann kurzfristig noch etwas mehr Leisure-Geschäft in

die Stadt bringen, auch hier ist der Vorbuchungsstand gut.

Unschlüssig sind sich die Hoteliers in Köln/Bonn was die Prognosen für den Mai angeht. In der Zeit vom 5. bis zum 8. Mai findet turnusmäßig nach zwei Jahren wieder die interzum-Messe statt. Hierfür rechnen die Hoteliers in den nächsten Wochen mit Anfragen. Kurzfristige Buchungen erwarten die Häuser auch zum letzten Mai-Wochenende, wenn in der LANXESS arena wieder das Handball-Champions-League Final4 stattfindet. Die Feier- und Brückentage mit den dazugehörigen Wochenenden könnten, natürlich witterungsbedingt noch viel kurzentschlossenes Leisure-Geschäft in die Stadt bringen. Die Wandermesse FESPA sollte eigentlich ein großes Potential mit sich bringen, doch gab es in den letzten Wochen viele Stornierungen.

Abb.6: Trendbarometer Köln/Bonn 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

Daher sind die Hotels derzeit noch vorsichtig und rechnen mit einem Rückgang in der Belegung um 4%. Auch die Raten sollen um 0,3% leicht zurückgehen. Das würde einen RevPar-Rückgang von knapp 5% bedeuten.

Der Juni dagegen soll sehr gut werden. Die Nachfrage ist in allen Segmenten stark, sei es Leisure-, Business- oder Tagungsgeschäft. Die ANGA COM und die VICTAM (zusammen mit der FIAAP und gras) finden Anfang Juni beide zur selben Zeit statt (09.-11.06.2015). Die GIFA in Düsseldorf (16.-20.06.2015) sorgt für viel Overflow-Geschäft in Köln. Dazu kommt die Verschiebung sämtlicher Feiertage in den Mai, sodass auch in Köln/Bonn vier volle Business-Wochen zur Verfügung stehen. Große Konzerte von Helene Fischer (am 15. und 16. Juni) und ACDC (19.06.2015) bringen zusätzliche Nachfrage. Und gutes Wetter wird unter Umständen für noch mehr kurzentschlossene Städte-Trips sorgen. Alles in allem soll die Belegung im Vorjahresvergleich um 4% ansteigen und die Rate um 5% (RevPar: +9%).

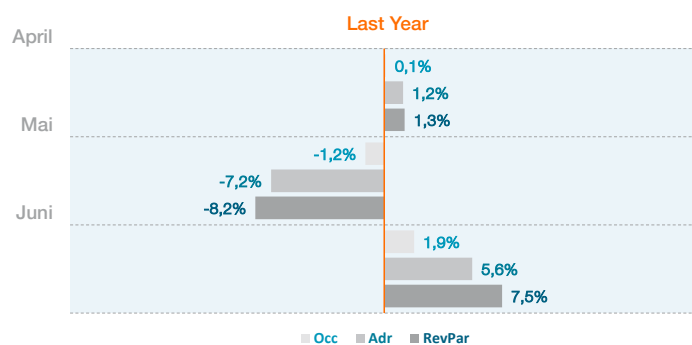
München

Auch in München muss man die Wetterlage zu Ostern abwarten, die kurzfristiges Geschäft bringen könnten. Die Belegung soll

um 0,1% ansteigen. Im April gibt es in München keine Messen. Doch die Osterferien sind gut gelegen, sodass drei volle Businesswochen im April übrig bleiben in denen auch noch mit gutem Business-Geschäft gerechnet wird. Dazu kommt der Maifeiertag, der in diesem Jahr auf einen Freitag fällt und die Business-Woche somit um einen Tag im Vergleich zum letzten Jahr verlängert. Im letzten Jahr fiel der 1. Mai auf einen Donnerstag. Und die Leisure-Nachfrage ist groß, besonders in den Ferien und an den Wochenenden. Am letzten Ferienwochenende kommt auch wieder ein Fußballspiel dazu. Daher sind die Hoteliers zuversichtlich, dass es einen Ratenanstieg geben wird (+1%) und somit einen RevPar-Anstieg um 1%.

Wenig zuversichtlich prognostizieren die Münchener Hoteliers den Mai. In diesem Jahr fehlt die IFAT. Die transport logistic in der Zeit vom 5. bis zum 8.

Abb.7: Trendbarometer München 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

Mai kann das fehlende ratenstarke Geschäft nicht ausgleichen. Die Menge an Feiertagen und Ferien drückt zusätzlich auf die Raten. Es wird schwierig sein, Angebot und Nachfrage unter einen Hut zu bekommen, denn die Anfragen werden sich auf einige wenige kurze Zeiträume konzentrieren. Es wird viel kurzfristiges Füll-Geschäft erwartet, insbesondere aus dem Individual- und Gruppensegment, aber auch Wholesale-Geschäft, was sehr auf die Rate drücken wird. Die Belegung wird um 1 % rückläufig erwartet, die Rate soll sogar um 7 % zurückgehen, der RevPar damit um 8 %.

Der Juni soll, wie vielerorts auch wieder viel besser werden. Viel weniger Feiertage als im vergangenen

Jahr fallen in den Juni und auch nur eine Woche der Pfingstferien. Das bringt viel mehr Raum für Business-Geschäft als im letzten Jahr. Allerdings beginnt auch der Ramadan früher als zuletzt in 2014 (18.06.2015). Daher werden die arabischen Gäste auch früher abreisen. Doch die Münchner Hoteliers erwarten auch einiges zusätzliches Geschäft durch den G7-Gipfel in Schloss Elmau. Zuversichtlich geht man von einer Belegungssteigerung um 2% und einer Ratensteigerung um 6% aus. Damit würde der RevPar um knapp 8% ansteigen. Und gutes Wetter an den Wochenenden und in den Ferien bringt gewiss noch etwas zusätzliches Leisure-Geschäft mit sich.

Im Fokus

5 Sterne in der Schlossallee oder no frills gleich nebenan?

Luxus vs. Budget – wer wächst schneller? Wer macht das Rennen?

Vom Charme historischer Grandhotels bis hin zur nachhaltigen Coolness urbanen Lifestyles – Luxushotels sind Legenden oder haben das Zeug dazu, welche zu werden. Nach der Wirtschafts- und Finanzkrise im Jahr 2009 musste sich gerade dieses Segment von wirtschaftlichen Einbußen erholen. Der deutliche Rückgang bei geschäftlich veranlassten Übernachtungen offenbarte eine wesentliche Ursache für das niedrige Preisniveau im deutschen Luxussegment: Überkapazitäten.

Trotz einer Aufwärtsbewegung (1. Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum – Occ: +1,5%, ADR +4,1 %, RevPar: +5,0%) liegen die 5-Sterne-Häuser hierzulande im Vergleich mit den internationalen Größen nach wie vor im niedrigeren Rateniveau. Das bestätigen auch die aktuellen Zahlen: So stiegen im Jahr 2014 die durchschnittlichen Zimmerpreise im 5-Sterne-Segment nur leicht um 1,1% an und erreichten einen Netto-Durchschnittswert von 157 Euro. Der durchschnittliche Zimmerertrag (RevPar) stieg im Jahr 2014 um 3,3% auf 111 Euro. Mit diesen Werten belegt die deutsche Luxushotellerie im europäischen und internationalen Vergleich erneut nur einen hinteren Platz. Das dennoch starke Wachstum generieren insbesondere luxusaffine internationale Touristen, vorwiegend aus den Golfstaaten, Russland oder

China, und auch das vorzugsweise in Destinationen wie München, Düsseldorf und Hamburg. Für viele ist die Übernachtung im Luxushotel Standard.

Obwohl die Beurteilungskriterien für das High-Level der Hotellerie eindeutig definiert sind, zählen gerade in diesem Segment heute neben vergoldeten Armaturen immer mehr die immateriellen Facetten der perfekten Gastlichkeit, die Wünsche erfüllt noch ehe sie ausgesprochen sind.

In den letzten Jahren jedoch zog vor allem das Segment Budgethotels immer mehr mediale Aufmerksamkeit auf sich. Mit Definitionen für das jüngste Kind der Branche tut sich selbst die Wissenschaft schwer. Eine Definition allein über den Preis hat sich längst als nicht sinnvoll erwiesen.

Übereinstimmend werden den Budgethotels Produkteigenschaften bescheinigt, die sich mit dem Ansatz „no frills“ am besten beschreiben lassen – ein Produkt mit einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis und einem eindeutig definierten Standardlevel. Klar ist längst, dass Budgethotels keine konjunkturelle Eintagsfliege sind, sie punkten häufig mit bester Innenstadtlage, modernem Design und Baukasten-Service.

Auch die aktuellen Fairmas-Zahlen zeigen das Potenzial dieses Modells: (1. Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum – Occ: +4,3%, ADR +1,6%, RevPar: +3,9%). Die durchschnittlichen Zimmerpreise im Budget-Segment stiegen im Jahr 2014 um 2% an und erreichten einen Netto-Durchschnittswert von 64 Euro. Der durchschnittliche Zimmerertrag (RevPar) stieg im Jahr 2014 um 2,5% auf 47 Euro – etwas schwächer als der 5-Sterne-Markt. Sind die Luxus-Häuser also der Gewinner?

In der Gesamtbetrachtung beobachten wir einen generellen Wachstumstrend für beide Segmente. Destinationsabhängig jedoch sind die Unterschiede enorm. Das ist zum einen zu erklären durch Messezyklen, zum anderen aber auch durch sehr unterschiedliche Klientel. So konnte zum Beispiel die 5-Sterne-Hotellerie in Hamburg zwischen 2011 und 2014 ihren RevPar jährlich um durchschnittlich 4,8% steigern. Hamburg hat gleich mehrere

Flaggschiffe im Luxusbereich, deren Namen allein schon Gäste anzieht. Ausgebuchte Häuser sind hier häufiger als anderswo im Land. In der Hansestadt steigt kontinuierlich die Zahl der Gäste aus den Golfstaaten, die oftmals lange Aufenthalte – verbunden mit medizinischen Behandlungen – in der Luxushotellerie buchen. Dagegen nimmt sich eine jährliche Wachstumsrate des RevPar) von 3,3% für die Budget-Häuser der Alster-Metropole relativ schwach aus.

Ähnliche Entwicklungen findet man auch in Düsseldorf, Köln, Frankfurt und München. Nur in Berlin ist wieder einmal alles anders... Die Inhomogenität der Entwicklungen und deren Ursachen beleuchten wir am Beispiel von Berlin und München etwas näher.

Berlin

Berlin gehört zusammen mit London und Paris zu den meistbesuchten Metropolen Europas. Die Vielfalt an Sehenswürdigkeiten, das Kulturangebot, die besondere Historie der Stadt, die tolerante, multikulturelle und unfertige Atmosphäre sorgen für kontinuierlich steigende Übernachtungszahlen. Jedes Jahr ein neuer Besucher-Rekord, mit dem keine andere deutsche Metropole mithalten kann. Rekorde auch bei den Kongresszahlen. Doch der City Cube als Nachfolger des ICC Kongresszent-

rums hat bei weitem nicht genügend Kapazitäten um diesen völlig zu ersetzen. Viele Veranstaltungen mussten in der Vergangenheit bereits abgesagt werden und auch in Zukunft kann die große Nachfrage nicht befriedigt werden. Hintere Plätze belegt die Metropole auch bei der Nettodurchschnittsrate. Hier liegt die Metropole weit hinter ihren vergleichbaren europäischen Mitstreitern. Berlin gilt als „Hauptstadt der kleinen Preise“ und ist einer der am härtesten umkämpften Hotelmärkte Europas. Die niedrigen Durchschnittspreise sind vor allem im Upscale-

Abb.8: Entwicklung der Performance – 5*-Hotellerie in Berlin

Berlin 5*									
	Occupancy			Average Daily Rate in Euro			RevPar in Euro		
		Var.	Var.%		Var.	Var.%		Var.	Var.%
2014	74,1%	-0,5	-0,7%	148,8	1,1	0,7%	110,3	0,1	0,1%
2013	74,6%	-0,3	-0,4%	147,7	-0,7	-0,5%	110,2	-1,0	-0,9%
2012	74,9%	2,8	3,9%	148,4	7,6	5,4%	111,2	9,6	9,5%
2011	72,1%			140,8			101,5		
Jährliche Wachstumsrate (CAGR)			0,92%			1,86%			2,79%

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

und Luxusmarkt durch geringe Preisunterschiede zu beobachten.

Hier greift der mit dem Einsetzen der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise entstehende Budgetmarkt seit einigen Jahren den Häusern der höheren Segmente Gäste ab. Ursachen sind nicht zuletzt die zunehmende Ratentransparenz durch

Online-Reiseportale, aber auch das junge, preisbewusste Lifestyle-Publikum.

In Hinblick auf die Hotel Performance (RevPar – Revenue per available room) wurde in den letzten drei Jahren ein

Abb.9: Entwicklung der Performance – Budget-Hotellerie in Berlin

Berlin Budget									
	Occupancy			Average Daily Rate in Euro			RevPar in Euro		
		Var.	Var.%		Var.	Var.%		Var.	Var.%
2014	74,3%	3,0	4,2%	63,3	6,3	11,1%	47,0	6,4	15,7%
2013	71,3%	-2,0	-2,7%	57,0	-0,9	-1,6%	40,6	-1,8	-4,2%
2012	73,3%	0,8	1,1%	57,9	2,4	4,3%	42,4	2,2	5,5%
2011	72,5%			55,5			40,2		
Jährliche Wachstumsrate (CAGR)			0,82%			4,48%			5,34%

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

jährliches Wachstum (CAGR – Compound Annual Growth Rate: 2011 - 2014) von über 5% im Budget-Segment und um 2,8% im Fünf-Sterne-Markt verzeichnet. Berlin zeigt also einen stetigen Anstieg, vor allem im Budgetbereich - und das unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Budgetmarkt mit zahlreichen Neueröffnungen auf dem Berliner Markt zu kämpfen hatte (im Gegensatz zum Fünf-Sterne-Segment mit circa 350 neuen Zimmern im Jahr 2014).

Die sehr gute Nachfrage ermöglicht den Budget-hotels sogar, die Raten zu steigern. So zeigte sich für 2014 eine deutliche Ratensteigerung von 11% im Vergleich zum Vorjahr, die insgesamt zu einem RevPar-Anstieg von rekordverdächtigen 16% führte. Spannend auch der aktuelle Blick auf die Performance Zahlen im ersten Quartal. Während der RevPar im Budgetbereich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 34,7 auf 40,3 EUR anstieg (Plus: 16%), zeigen die Zahlen im 5-Sterne-Bereich ein moderates Wachstum mit 0,5 Anstieg im RevPar im Vergleich zum 1. Quartal 2014.

Gerade das geänderte Reiseverhalten von Geschäftskunden führte in den letzten Jahren verstärkt zu einem Rückgang der Nachfrage in den Geschäfts- und Tagungshotels der Luxus-Kategorie. Übernachtungen in den neuen, zum Teil sehr stylischen Budgethotels wurden in vielen Un-

ternehmen der angestrebte Regelfall. Die Häuser überzeugen mit günstigen Preisen und innovativen Konzepten an attraktiven innerstädtischen Standorten. Mit der anhaltenden Nachfrage und dem weiter wachsenden Trend zu kurzfristigen Städtereisen, gern auch mit der ganzen Familie, wird der Hype um die Budgethotels weiter vorangetrieben. Inzwischen hat sich über viele unterschiedliche Marktteilnehmer ein vielfältiges Angebotsspektrum entwickelt, das immer mehr die emotionale Ausstrahlung „Budget als Erlebnis“ und „Budget ist Trend“ mit dem Bedarf an individuellen Produkten verbindet.

In der Hauptstadt ist jedenfalls die positive Entwicklung im Budget-Bereich deutlich zu spüren, was sich besonders in den nachfrageschwachen Monaten bemerkbar macht. Und die Zeichen stehen weiterhin auf Wachstum. Sowohl der DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) als auch visitBerlin (Tourismus Marketing Berlin) gehen davon aus, dass die Hauptstadt schon 2016 sogar die 30-Millionen-Marke bei Übernachtungen überschreiten wird.

Der Berliner Hotelmarkt ist nicht nur der größte Europas, sondern offensichtlich auch der spannendste und turbulenteste. Hier werden Trends geboren: der eines rasch wachsenden und bunten Budgetsegments gehört dazu!

München

Im zwölften Jahr in Folge kennt die Münchner Tourismusbilanz nur eine Richtung: nach oben. 2014

entel gehört nicht zur ausgewiesenen Zielgruppe der Budget-Häuser. Zudem erlebte München im

letzten Jahr eine stark erhöhte Nachfrage von Gästen aus dem Mittleren Osten. Da diese Zielgruppe sehr wohlhabend ist und vorwiegend in 4 bis 5-Sterne Hotels für einen längeren Zeitraum übernachtet,

Abb.10: Entwicklung der Performance – 5*-Hotellerie in München

München 5*									
	Occupancy			Average Daily Rate in Euro			RevPar in Euro		
	Var.	Var. %		Var.	Var. %		Var.	Var. %	
2014	79,8%	2,5	3,2%	225,9	7,6	3,5%	180,3	11,5	6,8%
2013	77,3%	-0,3	-0,4%	218,3	14,3	7,0%	168,7	10,4	6,6%
2012	77,6%	0,8	1,0%	204,0	15,7	8,3%	158,3	13,7	9,5%
2011	76,8%			188,3			144,6		
Jährliche Wachstumsrate (CAGR)			1,29%			6,26%			7,62%

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

zählte die bayrische Landeshauptstadt 13,4 Millionen Übernachtungen – ein Plus von 4,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die meisten Gäste kamen aus dem deutschsprachigen Raum, doch auch der internationale Markt legte stark zu.

kann auch hier das Budget-Segment keinen Nutzen aus dieser Entwicklung ziehen. Zudem profitie-

Abb.11: Entwicklung der Performance – Budget-Hotellerie in München

München Budget									
	Occupancy			Average Daily Rate in Euro			RevPar in Euro		
	Var.	Var. %		Var.	Var. %		Var.	Var. %	
2014	78,4%	1,8	2,3%	74,5	-3,8	-4,9%	58,4	-1,6	-2,6%
2013	76,6%	0,1	0,1%	78,3	3,5	4,7%	60,0	2,8	4,8%
2012	76,5%	1,9	2,5%	74,8	6,2	9,0%	57,2	6,0	11,8%
2011	74,6%			68,6			51,2		
Jährliche Wachstumsrate (CAGR)			1,67%			2,79%			4,50%

Quelle: Fairmas GmbH / Stand 08.04.2015

2014 profitierte die 5-Sterne-Hotellerie in München von ei-

nem sehr starken Messejahr und von gleich mehreren großen Medizinkongressen. Diese Gästekli-

ren die Häuser der höheren Kategorien auch sehr von großen Gruppen, von Veranstaltungen und

Conventions, die vorzugsweise dann doch eher in 5-Sterne-Häusern stattfinden.

Das bestätigt auch die RevPar-Wachstumsrate (Analysezeitraum 2011 – 2014), bei der München

gemeinsam mit Düsseldorf die Spitzenposition hält. Mit 7,6% jährlichem Wachstum sind die beiden Metropolen die Vorreiter im Luxussegment. Auch im ersten Quartal bescheinigen OCC, ADR und RevPar der bayrischen Landeshauptstadt sowohl im Budget- als auch im Luxusbereich eine heraus-

ragend gute Performance mit einer RevPar-Steigerung von über 20% im Budgetsegment und 13,2% in der 5-Sternehotellerie im Vergleich zum 1. Quartal 2014.

Schaut man sich zusätzlich die Belegungszahlen einmal genauer an, die in beiden Segmenten bei beinahe 80% liegen, wird klar, dass es hier kaum noch Raum zur Steigerung gibt. Im vergangenen Jahr kamen auch wenige neue Mitbewerber hinzu. Im Vergleich zu Berlin ist die Durchschnittsrate der Budget-Häuser hier sehr hoch. Man kann also davon ausgehen, dass die Durchschnittsrate der 5-Sterne-Hotels auch positiven Einfluss auf die Rate der Budget-Hotels hat.

Fazit

Die Branche wächst – dieses positive Signal erfreut die Gastgeber, und diese Gewissheit hilft bei der Bewältigung von saisonalen Durststrecken.

Für die Messedestinationen war 2014 insgesamt ein starkes Jahr, was die hohen Raten im Corporate- und MICE-Segment des Luxusmarktes positiv beeinflusste.

Differenziert betrachtet, zeigen sich erhebliche Unterschiede. Während in Berlin im Jahr 2014 die Budget-hotels die Branchenüberflieger waren (RevPar: +16%), schwächelten sie im gleichen Zeitraum in München (RevPar: -3%). Ein ganz anderes Bild offenbart sich in beiden Metropolen in der 5-Sterne-Hotellerie. Hier wuchs die Hauptstadt moderat (RevPar: +0,1%), während die Münchner Hoteliers im Luxussegment ordentlich zulegten (RevPar: +7%). Das ist nicht zuletzt mit unterschiedlichen Zielgruppen zu begründen.

Viele Budget-Häuser – vor allem die der Ketten wie beispielsweise Motel One – sprechen mit einem frischen Interieur und einem ausgewogenen Preis-Leistungsverhältnis vor allem die jüngere Generation an; der Gast weiß, was er für sein Geld bekommt. Das bestätigen auch Business-Reisende, die eine moderne technische Ausstattung vorfinden und viel am Zielort unterwegs (d. h. wenig im Hotel) sind. Und doch: Die Tendenz zu mehr Luxus ist auch bei dieser Zielgruppe unverkennbar – Genuss als Lebensqualität. Weniger goldene Wasserhähne als vielmehr Ungebundenheit und Selbstbestimmung, denn nach wie vor hat das Luxussegment in seiner Vielschichtigkeit nichts an seiner Anziehungskraft verloren und ist für manchen ein markantes Statussymbol. Der Boom des Noblen fasziniert gerade die jungen aufstrebenden Entscheider/Innen. Freilich verlangt das neue Ansätze in der Luxushotellerie in Sachen Vermarktung und Vertrieb (allgegenwärtige multimediale Möglichkeiten, das Halten der sensiblen Balance zwischen technisierten Rundumlösungen und persönlicher Ansprache des Gastes u. v. m.).

Überhaupt offenbaren die Entscheidungen der Gäste Toleranz und Spaß an Wandel und Entdeckung: Sie wollen beides. Das Low-Budget-Hotel bei der Dienstreise und das Luxus-Spa am Wochenende oder eben den Komfort beim Business und „no frills“ beim Städtetrip mit der ganzen Familie am Wochenende. So gewinnen beide Segmente.

Die Expansion der Budgethotels geht zu Lasten der privat geführten kleinen Hotels und Pensionen, die häufig am Limit wirtschaften. Während ihnen die Mittel für Investitionen oft fehlen, überzeugen die Budgethotels mit moderner Angebotsvielfalt und durchgestyltem Profil.

Sie möchten weitere Informationen?

Wir erfassen täglich Daten von über 1.100 Hotels in Deutschland:
Aktuelle Informationen über den deutschen Hotelmarkt mit einer Vielzahl
von relevanten Marktdaten. Rufen Sie uns an: 030 322 940 5 20

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.