

Hotel-Report

Ausgabe November 2015


SOLUTIONS DOT WG
HOSPITALITY ADVISORY ALLIANCE


Fairmas

Im Fokus Herbstmessen 2015 – Eine kurze Analyse



Inhaltsverzeichnis

Liebe Leserinnen, liebe Leser,	3
Oktober 2015 im Vergleich zum Vorjahr	4
Das Fairmas Trendbarometer	8
Im Fokus	15
Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report	25
Disclaimer	26

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Deutschland ist als Messeplatz weltweit führend, gerade wenn es um die Durchführung internationaler Veranstaltungen geht. Dass davon auch die heimische Hotellerie profitiert liegt auf der Hand.

Wir haben in diesem Jahr häufig davon gesprochen, dass 2015 für die Hotellerie kein gutes Messejahr wäre, weil sich viele im Zweijahresrhythmus stattfindende Messen auf die geraden Jahre konzentrieren. Und tatsächlich fehlen in diesem Jahr sieben der zehn Top-Messen. Das wirkt sich in vielen Messe-Destinationen negativ auf die Performance aus. Davon sind allerdings nicht alle Destinationen betroffen, und wie überall sonst gibt es auch hier Gewinner und Verlierer. Wir haben uns für diesen Beitrag den Messeherbst 2015 vorgenommen und betrachten an einigen Beispielen die wirkliche Bedeutung der Leistungsschauen für die Hotellerie. Dabei werfen wir auch beispielhaft einen kurzen Blick hinter die Kulissen von Preisstrategie und Service.

Außerdem analysieren wir wie gewohnt die Hotelperformance des vergangenen Monats und wagen eine Prognose für die nächsten drei Monate.

Viel Vergnügen mit der Lektüre des Hotel-Reports wünscht Ihnen das Redaktionsteam

Nadine Kilian, Gabriele Kiessling & Melanie Schlüter

Oktober 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 03.11.2015

Berlin

Occ: 86 %, ADR: 100 €, RevPar: 85 €

Den guten September-Schwung nahm Berlin tatsächlich mit in den Oktober. Der 3. Oktober fiel in diesem Jahr auf einen Samstag. Doch auch wenn es kein verlängertes Wochenende gab, lief das Wochenende sehr gut. Aber auch der ESICM Kongress machte es für Touristen schwierig zum 1. Wochenende im Oktober 2015 zu buchen, da die Preise auf die Kongressbesucher und nicht die Touristen zugeschnitten waren. Es gab jedoch auch viele Feierlichkeiten zu „25 Jahre deutsche Einheit“ in der Stadt. Das Festival of Lights fiel in diesem Jahr nicht in die Herbstferien was für einen höheren Demand als im vergangenen Jahr sorgte. Viele kurzfristige Buchungen, sowohl im Corporate als auch im Leisure-Bereich und viel Tagungsgeschäft machten den Monat komplett (Occ: +2%; ADR: +6%; RevPar: +9%).

Dresden

Occ: 73 %, ADR: 71 €, RevPar: 52 €

Die Vorbuchungslage für den Oktober war nicht ideal. Kein Brückenwochenende brachte in diesem Jahr mehr Touristen in die Stadt, denn sowohl der 3. Oktober als auch der Reformationstag fielen auf einen Samstag. Das traf die Hotels der Stadt hart. Allerdings fand in diesem Jahr wieder der Semicon-Kongress statt. Im vergangenen Jahr fehlte diese Veranstaltung, da sie nur alle zwei Jahre stattfindet, in diesem Jahr brachte der Kongress wieder eine tolle Belegung und starke Raten. Auch die DTG-Jahrestagung und der Dresden-Marathon konnten die Performance positiv zu beeinflussen. Und das Dresdner Oktoberfest läuft zu Beginn des Monats auch noch. Leider genügten all diese positiven Einflüsse nicht um die Performance im Vergleich zum Vorjahresmonat anzuheben. Dresden verzeichnete einen Belegungs- und Ratenrückgang um 0,1%, damit nahm der RevPar im Vergleich zum Vorjahr um 0,2% knapp ab.

Frankfurt

Occ: 74 %, ADR: 117€, RevPar: 87€

Der Oktober zeigte in Frankfurt Wachstum in allen 3 Kennzahlen (Occ: +0,1 %, ADR: +3 %, RevPar: +3%). In diesem Jahr gab es laut Aussagen der Hoteliers eine besonders hohe Nachfrage im Gruppen- und Bankettbereich. Der 3. Oktober fiel dieses Jahr auf ein Wochenende (letztes Jahr Freitag) und ermöglichte somit eine volle Geschäftswoche mit einem höheren Rateniveau. Außerdem fand die Buchmesse in diesem Jahr genau eine Woche früher statt (eine Woche vor den Herbstferien), was der Mainmetropole genau zwei volle Geschäftswochen erbrachte. Es konnte vor allem höherpreisiges Geschäft verkauft werden, was den Anstieg in der Rate erklärt. Im Vorjahresmonat stand der Buchmesse und den 2 Wochen Herbstferien lediglich nur eine Geschäftswoche dagegen.

Düsseldorf

Occ: 75 %, ADR: 130€, RevPar: 97€

Starkes Wachstum verzeichnete der Oktober in Düsseldorf mit einem Anstieg von 18% in der Gesamtperformance. In diesem Jahr standen die im 2-Jahres-Turnus A+A Messe (4 Tage) sowie die Anuga in Köln (5 Tage) auf dem Messekalender. Auch die Expopharm fiel noch mit 2 Tagen in den Oktober. Darüber hinaus fand die RehaCare Messe (3 Tage) nach 3 Jahren auch wieder im Oktober statt und nicht – wie in den Vorjahren – im Sep-

tember. Von allen genannten Messen, insbesondere von der A+A, erzielten die Hotels in diesem Jahr besonders hohe Raten.

Hamburg

Occ: 81 %, ADR: 113€, RevPar: 91€

Hamburg stagnierte im Oktober in der Hansestadt in allen 3 Kennzahlen (Occ: -3 %, ADR: +3 %, RevPar: +0,1%). Ursächlich für das gute Ergebnis sind vor allem der in diesem Jahr stattfindende EANM-Kongress der Nuklearmedizin (Wanderkongress) vom 10. – 14.10.2015 sowie der World Publishing Expo-Kongress (Wanderkongress: 05.-07.10.2015), die insbesondere für den Ratenanstieg verantwortlich waren.

Köln/Bonn

Occ: 80 %, ADR: 135€, RevPar: 108€

Der Oktober war ein hervorragender Monat für die Hotellerie in Köln/Bonn. Die anuga, die nur alle zwei Jahre stattfindet war in diesem Jahr wieder ein extremer Ratentreiber. Schon Monate vor Beginn der Messe war sie ausgebucht, das bekam die Hotellerie vor Ort sehr positiv zu spüren. Zudem fand in diesem Jahr wieder das Messedoppel Aquanale/FSB in Köln statt, das sich zum Ende des Monats wegen der guten Nachfrage zu immer besseren Raten verkaufte. Der Köln Marathon und die beiden U2 Konzerte taten ihr Übriges um dem Köl-

ner Hotelmarkt eine hervorragende Performance zu bescheren. Die Hoteliers freuten sich über eine Belegungssteigerung um 9%. Die Rate stieg sogar um sehr stolze 30% an. Damit legte der RevPar um beachtliche 42% zu.

München

Occ: 86%, ADR: 155€, RevPar: 134€

Die Aussichten für den Oktober waren gut und haben sich im Laufe des Monats bestätigt. Im letzten Jahr fielen die Herbstferien komplett in den Oktober, in diesem Jahr finden sie erst im November statt. Dadurch konnte im Oktober eine zusätzliche volle Businesswoche verkauft werden. Ansonsten

war die Veranstaltungssituation sehr ähnlich wie im letzten Jahr. Oktoberfest und EXPO waren auf ähnlichem Niveau wie im vergangenen Jahr. Die ceramitec-Messe hat sich überraschend gut entwickelt und sorgte ähnlich wie der DGGG-Kongress im vergangenen Jahr für gute Zahlen. Gutes Wetter an den Wochenenden sowie starkes Meeting- und Corporate-Geschäft brachten zusätzlich noch ein Ratenplus. Die Münchner Hotellerie musste einen Belegungsrückgang um 1% hinnehmen. Die Rate jedoch stieg dank vermehrter Buchungen im Premium-Segment aus dem mittleren Osten und insgesamt dem Verzicht auf Dumping-Aktionen um 5% an (RevPar: +4%).

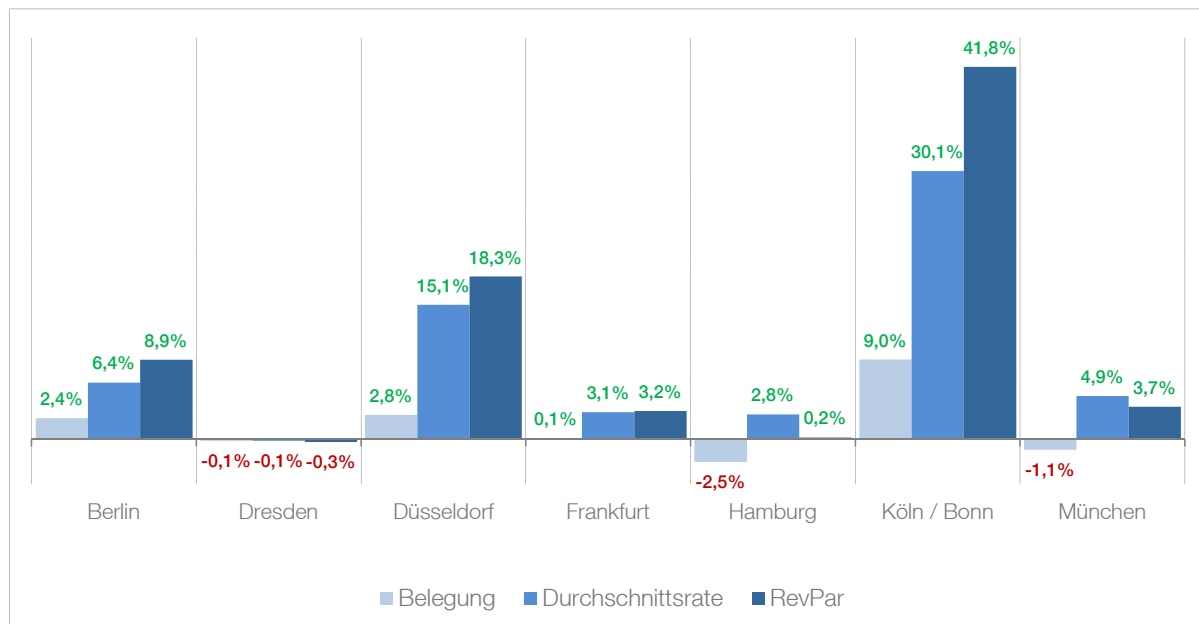
Hotel Performance Oktober 2015/2014*

	Occupancy				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2015	2014	Var.	Var. %	2015	2014	Var.	Var. %	2015	2014	Var.	Var. %
Berlin	85,5%	83,5%	2,0	2,4%	99,9	93,9	6,0	6,4%	85,4	78,4	7,0	8,9%
Dresden	73,0%	73,1%	-0,1	-0,1%	71,4	71,5	-0,1	-0,1%	52,1	52,3	-0,1	-0,3%
Düsseldorf	74,7%	72,7%	2,0	2,8%	130,2	113,1	17,1	15,1%	97,3	82,2	15,0	18,3%
Frankfurt	73,9%	73,8%	0,1	0,1%	117,4	113,9	3,5	3,1%	86,8	84,1	2,7	3,2%
Hamburg	81,0%	83,1%	-2,1	-2,5%	112,9	109,8	3,1	2,8%	91,4	91,2	0,2	0,2%
Köln / Bonn	80,1%	73,5%	6,6	9,0%	134,9	103,7	31,2	30,1%	108,1	76,2	31,8	41,8%
München	86,4%	87,4%	-1,0	-1,1%	154,7	147,5	7,2	4,9%	133,7	128,9	4,7	3,7%

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

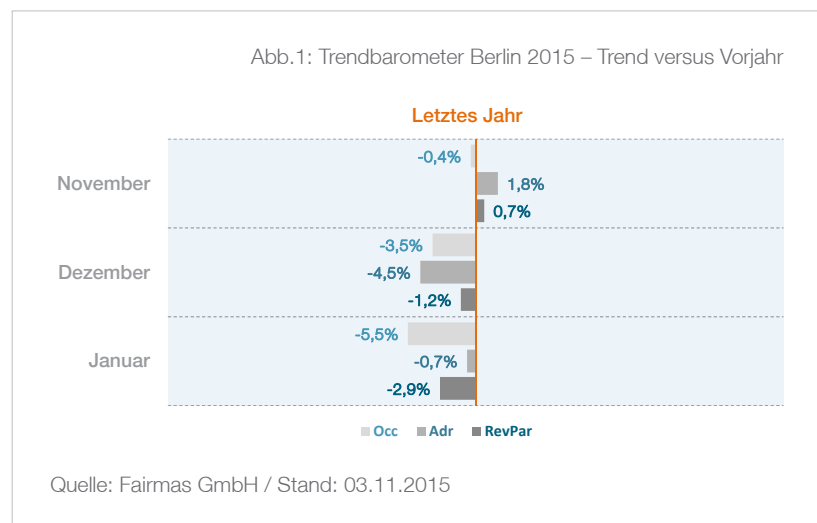
Der Blick in die Zukunft im Einzelnen:

Berlin

Im vergangenen Jahr fand das Fest zu 25 Jahre Mauerfall statt, wodurch sich die Stadt über eine starke Nachfrage mit höheren Zimmerpreisen freuen konnte. Zudem zeigt sich das Gruppengeschäft bisher sehr zurückhaltend, was sich negativ auf die Belegung auswirkt. Die Kongresssituation ist ähnlich wie im vergangenen Jahr. Der DGPPN ist besonders für die Hotels in der Innenstadt interessant, hat aber das Potential für Overflow in die umliegenden Bezirke zu sorgen. Daher hoffen die Hoteliers, dass der Monat sich noch erholen wird, je näher er rückt – viele Branchen entscheiden sich gerade im letzten Quartal noch sehr kurzfristig für Meetings und Conventions. Erwartet wird augenblicklich ein Belegungsrückgang um 0,4%, die Rate soll um 1% steigen (RevPar: +0,7%).

Auch der Dezember wird wenig zuversichtlich erwartet. Der Vorbuchungsstand ist derzeit noch

deutlich unter dem im vergangenen Jahr. Silvester und die Adventswochenenden werden wieder sehr gut laufen, die Raten sind schon jetzt vielversprechend. Wegen der günstigen Lage des Jahreswechsels wird wohl aufgrund der Brückentage



viel gutes Geschäft mit in den Januar fließen. Einige MICE-Anfragen werden noch erwartet. Auch wenn die Aussichten derzeit noch schwierig erscheinen hat der Dezember viel Potential. Derzeit wird ein Belegungsrückgang von 4% erwartet, die Rate soll um 2% steigen. Damit läge der RevPar um 1% unter dem Vorjahreswert. Aber es ist noch

viel Zeit bis dahin und es wird sich noch einiges tun. Die Nachfrage ist stark, die Preise steigen.

Auch der Januar wird derzeit mit Rückgängen prognostiziert. Das liegt vor allem daran, dass der Monat sehr kurzfristig gebucht wird. Bislang ist die Auslastung gering. Der Januar bringt oft gutes Kick-Off-Veranstaltungsgeschäft. Die Grüne Woche ist jedoch eher unspektakulär und die Mercedes Benz Fashion Week ist im Moment noch schwer einzuschätzen. Erwartet wird ein

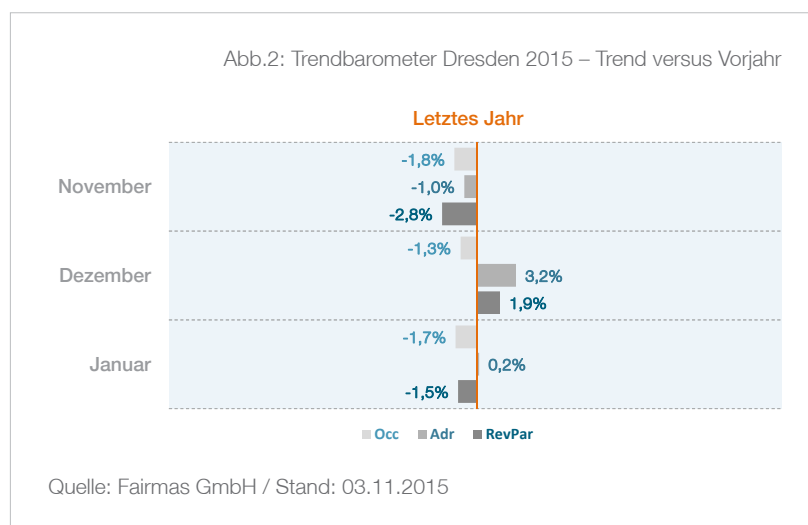
Dresden

Der November ist in Dresden traditionell eher ein schwacher Monat. Entsprechend vorsichtig sind die Hoteliers der Stadt mit ihren Prognosen. Doch es gibt einige Kongresse in der Stadt, die für steigende Raten verantwortlich sein könnten. In der Zeit vom 04.-05.11.2015 findet beispielsweise die FAD-Konferenz statt. Dazu kommen das ITI-Symposium (09.-11.11.2015) und die Dresden Conference „Energy in Future“ (10.-11.11.2015). Auch der allseits beliebte Striezelmarkt hat in diesem

Jahr einen Tag mehr im November. Enorm wetterabhängig wird das kurzfristige touristische Geschäft sein. Das erste Adventswochenende ist schon gut gebucht. In einem lokalen Angebot der 3- bis 5-Sterne-Häuser gemeinsam mit der Dresden Tourismus initiiert haben werden Übernachtungen im November zu einem besonders günstigen Preis beworben. Vorsichtig

prognostiziert man in den Häusern der Stadt einen Belegungsrückgang von 2% und einen Ratenrückgang von 1%. Der RevPar wäre damit um etwa 3% niedriger als im Vorjahr.

Positiv erwartet man auch den Dezember. Die Adventswochenenden laufen traditionell gut, nicht nur wegen des Striezelmarktes. Auch für Silvester er-



Belegungsrückgang um fast 6%. Doch 2015 hat der Berliner Hotellerie schon fast über alle Monate hinweg Ratensteigerungen beschert. So sind die Hoteliers auch für 2016 zuversichtlich und prognostizieren für den Januar einen Ratenanstieg um 3%. Das würde einen RevPar-Rückgang um 3% bedeuten. Allerdings entwickelt sich der Januar wie gesagt immer sehr kurzfristig in Berlin.

warten die Hotels vor Ort viel Pickup zu guten Raten. In diesem Jahr ist Silvester sehr arbeitnehmerfreundlich gelegen und viel Jahreswechselgeschäft wird auch in den Januar mitgenommen werden können. Die Vorsichtig prognostizieren die Dresdner Häuser einen Belegungsrückgang um 1 %. Die Rate soll jedoch um mehr als 3 % steigen, was einen RevPar-Anstieg um knapp 2 % zur Folge hätte.

Wenig optimistisch schaut die Dresdner Hotellerie in den Januar. Die Belegung soll um knapp 2 % zurückgehen, und die Rate um 0,2 % ansteigen. Damit läge der RevPar um knapp 2 % unter dem Vorjahreswert. Allerdings wartet der Januar mit einigen Veranstaltungen auf. Zu Beginn des Monats findet das Winterderby der Dresdner Eislöwen statt, einige attraktive Konzerte und Messen gibt es auch in der Stadt. Außerdem hat das erste Januarwochenende viel Leisure-Potential. Bleibt also abzuwarten wie der Monat sich in den nächsten Wochen noch entwickelt.

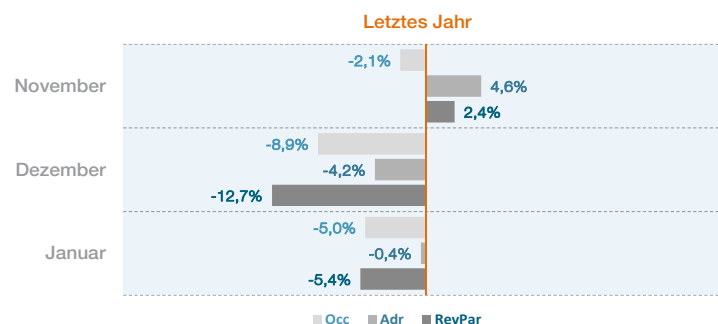
Düsseldorf:

Der November steht in Düsseldorf auf Wachstumskurs, wenn auch mit Einbußen in der Belegung (Occ: -2%). Ursächlich hierfür ist der hohe Anstieg in der Rate (ADR: +5%). Laut Aussagen vieler Hoteliers ist der

November 2015 mit letztem Jahr vergleichbar. Es findet wieder die Medica Messe (4 Tage) statt. Aufgrund der hohen Nachfrage und auch schon guten Vorbuchungssituation rechnet man mit einer höheren ADR zu Lasten der Belegung. Ansonsten ist der November ein starker Businessmonat mit viel Corporate und MICE Geschäft. Auch die Verlegung des Klitschko Kampfes von Hamburg nach Düsseldorf wirkt sich positiv im November aus.

Der Dezember zeigt in diesem Jahr eine extrem schlechte Prognose in allen 3 Kennzahlen (Occ: -9%, ADR: -4%, RevPar: -13%). Die Rate ist aufgrund der fehlenden Valve World Expo (2-Jahresturnus) aus 2014 niedriger als im Vorjahr. Einige Hoteliers erwarten dennoch eine positivere Entwicklung in den kommenden Monaten aufgrund einer guten Vorbuchungslage im Segment MICE. Auch die Wochenenden sind aufgrund der Weih-

Abb.3: Trendbarometer Düsseldorf 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

nachtsmärkte in Düsseldorf bereits gut gebucht. Es ist zu erwarten, dass sich innerhalb der nächsten Wochen das Gesamtergebnis sicherlich noch nach oben korrigieren wird.

Der Januar zeigt weiterhin eine negative Tendenz in allen 3 Kennzahlen (Occ: -5%, ADR: -0,4%, RevPar: -5%). Die Messen verzeichnen eine niedrigere Vorbuchungssituation als im letzten Jahr. Hier bleibt abzuwarten, ob sich dieser Trend noch bestätigt oder lediglich die Buchungen kurzfristiger getätigt werden.

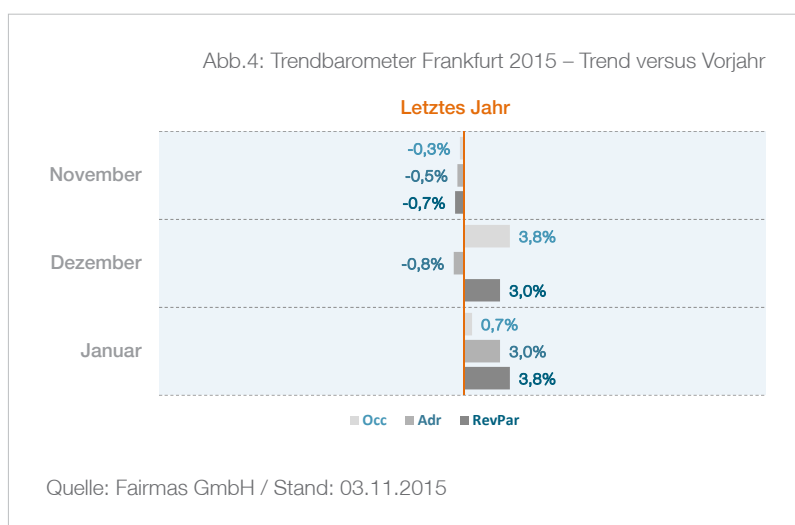
Frankfurt:

Entgegen der letzten Prognose aus dem Fairmas Hotel Report zeigt das Trendbarometer für den November einen Rückgang in Frankfurt in allen 3 Kennzahlen. Grundsätzlich sehen die Hoteliers ein ähnliches Ergebnis wie im letzten Jahr. In einigen Hotels fehlt es dennoch an der Nachfrage sowohl im Gruppen, als auch im individuellen Segment. Letztes Jahr gab es durch die Euromold (dieses Jahr in Düsseldorf) zusätzliches Messengeschäft, was in Volumen und rate fehlen wird (Occ: -0,3%, ADR: -0,5%).

Der Dezember zeigt eine insgesamt positive Prognose mit ei-

nem RevPar-Zuwachs von 3 %. In diesem Jahr fällt Weihnachten auf einen Donnerstag. Hoteliers erwarten ein stark frequentiertes 4. Adventswochenendes (Weihnachtsmarktgeschäft), beeinflusst durch eine erhöhte Nachfrage im Gruppen-Segment, was den Zuwachs in der Belegung von über 4 % erklärt. Außerdem ist der Dezember bereits von einer guten Nachfrage im Tagungs- und Banquett-Bereich geprägt. Sicherlich gilt es hier noch abzuwarten, ob dies auch so bleibt und nicht storniert wird, aber der Trend ist bislang positiv.

Wachstum auch im Januar in allen 3 Kennzahlen (Occ: +1%, ADR: +3%, RevPar: +4%). Die Prognosen sind insgesamt noch sehr verhalten. Der Januar hat einen Messetag mehr von der Paperworld/Christmasworld als im letzten Jahr. Hoteliers gehen davon aus, dass generell zum Jahresanfang eine grundsätzliche Ratenerhöhung in allen Berei-



chen vorgesehen ist. Dennoch bleibt abzuwarten, ob sich die Preissteigerungen auch wirklich durchsetzen werden. Eine genauere Prognose wird sich innerhalb der nächsten Wochen abzeichnen.

Hamburg:

Entgegen der letzten Trendbarometer-Prognose zeigt sich in Hamburg ein leichter Rückgang im RevPar von -0,3%, bedingt durch die negative Entwicklung in der Belegung. Hoffnung besteht dennoch in Hamburg mit einer leichten ADR-Steigerung von 0,1%. In diesem Jahr findet

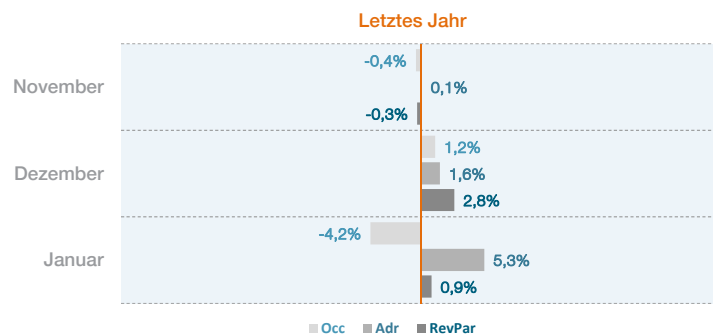
wieder die jährliche Messe „Hanseboot“ statt, die in diesem Jahr 6 zusätzliche Tage in den November fallen wird, als das 2014 der Fall war.

Der Dezember zeigt sich wiederum freundlich in allen 3 Kennzahlen (Occ: +1,2%, ADR: +1,6%, RevPar: +2,8%). Es wird auch hier, wie in vielen anderen Städten, mit einem verstärkten MICE- und Leisure Geschäft gerechnet. In diesem Jahr fällt der 24. Dezember auf einen Donnerstag (letztes Jahr an einem Mittwoch), wodurch ein zusätzlicher Geschäftstag entsteht, welcher sich positiv auf die Rate auswirkt.

Der Januar zeigt weiterhin Wachstum im RevPar bei +1%. Silvester liegt in diesem Jahr günstig, so

dass viele Touristen ein verlängertes Wochenende in Anspruch nehmen werden. Dennoch bleiben die Aussagen der Hoteliers zum jetzigen Zeitpunkt

Abb.5: Trendbarometer Hamburg 2015 – Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

noch sehr verhalten.

Köln/Bonn

Lange Zeit war der November positiv prognostiziert. Die COMPAMED/MEDICA (laut Messe-Ranking in der AHGZ die ertragreichste Messe in Deutschland) ist wieder sehr gefragt. Sie findet zwar in Düsseldorf statt, sorgt jedoch stets für viel Overflow-Geschäft in Köln. Und das auch schon weit im Voraus. Doch ansonsten ist die allgemeine Nachfrage im Business- und Leisure-Segment aktuell noch sehr verhalten. Dadurch haben sich die Erwartungen etwas nach unten korrigiert. Das erste Weihnachtsmarktwochenende wird dennoch ein November-Highlight sein und für eine gute Auslastung sorgen, vor allem aber gute Raten

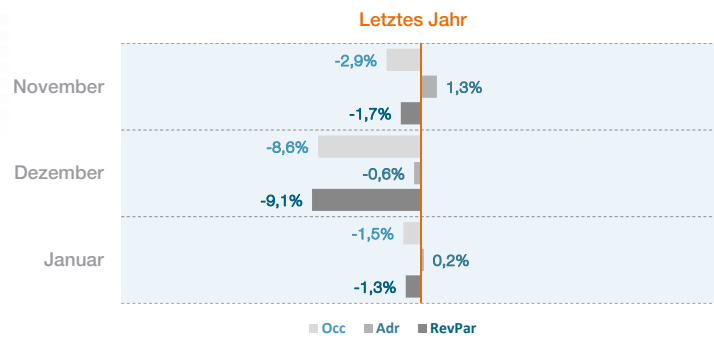
sorgen. Derzeit erwartet man für den November einen Belegungsrückgang um 3%. Die Rate jedoch soll um mehr als 1% ansteigen, der RevPar wird dadurch um 2% rückläufig erwartet.

Schwierig zu prognostizieren ist auch der Dezember. Das Adventsgeschäft mit den Weihnachtsmarktwochenenden ist

in jedem Jahr sehr wetterabhängig und entsprechend kurzfristig. Silvester ist jedoch traditionell stark und mit der Lage der Feiertage in diesem/nächsten Jahr extrem arbeitnehmerfreundlich. Äußerst vorsichtig prognostizieren die Hoteliers vor Ort einen Belegungsrückgang um knapp 9% und einen leichten Ratenrückgang um 0,6%. Der RevPar bliebe damit um 9% hinter dem Vorjahreswert zurück. Aber das letzte Wort ist hier noch lange nicht gesprochen.

Auch in Köln/Bonn ist der Januar noch weit weg und schwierig zu prognostizieren. In 2016 findet die IMM ohne die Living Kitchen statt. Ohne Living Kitchen ist die IMM jedoch kaum so gefragt wie mit der Living Kitchen. die im 2-Jahresrytmus stattfindet. Die ISM hat im nächsten Jahr einen Tag mehr im Januar, das könnte der Januar-Performance zuträglich sein. Grundsätzlich gestalten sich die

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



Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

ersten zwei Januarwochen immer schwierig, besonders im Hinblick auf die Belegung. Die Nachfrage auf dem Kölner Markt ist sehr gering zu dieser Zeit. Für den Januar prognostizieren die Kölner Hoteliers einen Belegungsrückgang um 2%, die Rate soll um 0,2% ansteigen. Der RevPar läge damit um 1% unter dem Vorjahreswert.

München

Der November wird in München mit deutlichen Rückgängen erwartet. In der ersten Novemberwoche finden noch die Herbstferien statt. Davon hat das Oktober-Geschäft profitiert, doch darunter wird das ratenstarke Business- und MICE-Geschäft im November leiden. Zudem fand 2014 die sehr hochpreisige electronica statt. Die productronica in diesem Jahr erzielt dagegen deutlich niedrigere Raten und die Nachfrage ist geringer. Zusätzliche Champions League Termine könnten das

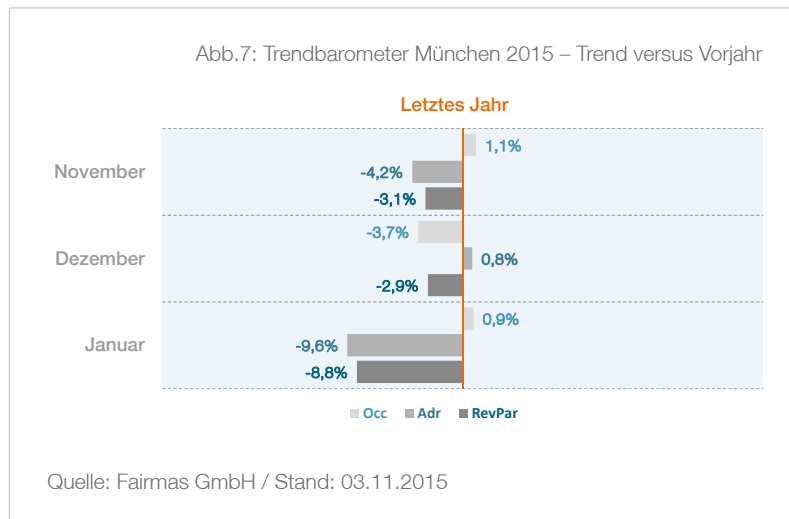
Ergebnis noch deutlich positiv beeinflussen. Aktuell gehen die Hoteliers von einem minimalen Belegungsanstieg um 1 % aus. Die Rate jedoch soll um 4 % zurückgehen. Der RevPar würde somit im Vorjahresvergleich um 3 % abnehmen.

Auch der Dezember wird in München rückläufig prognostiziert. Wegen der Feiertagslage stehen nur zweieinhalb Businesswochen zur Verfügung. Auch die Gruppenbuchungslage bleibt bisher deutlich hinter dem Vorjahr zurück. In der Adventszeit laufen die Wochenenden aber traditionell gut und Einzelreservierungen kommen viel kurzfristiger,

Münchener Häusern 2 ausverkaufte Tage beschert hat. Derzeit erwarten die Häuser der Stadt jedoch noch einen Belegungsrückgang um knapp 4 %. Die Rate soll um 0,8 % steigen. Der RevPar läge damit um knapp 9 % unter dem Wert im vergangenen Jahr. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Monat in den nächsten Wochen entwickeln wird.

Deutliche Rückgänge erwarten die Münchener Hoteliers für den Januar. Zwar findet im Januar 2016 die ISPO statt. Diese ist jedoch eine wesentlich schwächere Messe als die BAU in 2015, die nur alle zwei Jahre und damit erst 2017 wieder stattfindet.

Durch die geringere Nachfrage müssen die Raten im Januar deutlich gesenkt werden. Leisure-Geschäft in der ersten Januarwoche kann die Belegung deutlich ankurbeln, die Raten sind jedoch eher gering. Durch die Feiertagslage wird in der ersten Woche ohnehin nur wenig Corporate-Geschäft zu platzieren sein. Derzeit gehen die Hoteliers von einem Belegungsanstieg um knapp 1 %



daher gehen die Hoteliers noch von einer Besserung der Lage in den kommenden Wochen aus. Schließlich liegt Silvester in diesem Jahr extrem arbeitnehmerfreundlich. Im Dezember vergangenen Jahres lag ein Champions-League-Termin, der den

aus, die Rate soll jedoch um 10 % deutlich zurückgehen. Damit läge der RevPar um knapp 9 % unter dem Vorjahreswert.

Im Fokus

Messeherbst 2015 in Deutschland – eine kurze Analyse

Der Messeplatz Deutschland ist weltweit führend, wenn es um die Durchführung internationaler Messen geht. Etwa 150 internationale Messen und Ausstellungen werden hier jährlich durchgeführt. Ein Viertel der Besucher und mehr als die Hälfte der Aussteller kommen dabei aus dem Ausland. Die Messeindustrie ist Teil der Marktwirtschaft und so profitiert, neben vielen anderen Branchen auch die Hotellerie hierzulande stark vom internationalen Erfolg der Messeindustrie. Vielerorts ist man sogar enorm davon abhängig.

Oft haben wir in diesem Jahr davon geredet, dass 2015 für die Hotellerie kein gutes Messejahr wäre, weil sich viele im Zweijahresrhythmus stattfindende Messen auf die geraden Jahre konzentrieren. Und tatsächlich fehlen in diesem Jahr sieben der Top-Ten-Messen. Davon sind allerdings nicht alle Destinationen betroffen, und wie überall sonst gibt es auch hier Gewinner und Verlierer. Wir haben uns für diesen Beitrag den Messeherbst in den großen Destinationen vorgenommen und betrachten an einigen Beispielen die wirkliche Bedeutung der Leistungsschauen für die Hotellerie. Dabei wagen wir auch einmal beispielhaft einen kurzen Blick hinter die Kulissen von Preisstrategie und Service.

Berlin

Sechs Weltleitmessen beherbergt die Messe in Berlin. Neben der ITB und der Fruit Logistica im ersten Quartal bringen die IFA und die Innotrans nach dem Sommer zuverlässig viele Besucher in die Stadt.

Die Innotrans ist sogar die stärkste aller Messen in Berlin. Leider findet sie nur alle 2 Jahre statt und wird erst im nächsten Jahr wieder mit ho-

hen Durchschnittsraten im September aufwarten. Doch bei der Innotrans kann man sich darauf verlassen, dass sobald die eine beendet ist schon die Buchungen für die nächste getätigt sind. Achtzig Prozent der Auslastung der nächsten Innotrans sind schon nach Ende der aktuellen Innotrans erreicht. Das ermöglicht den Hotels die Zimmerpreise mit einem größeren Sprung zu erhöhen. Die Teilnehmer wissen, dass sie rechtzeitig Kontingente

einkaufen müssen, und auch die Hotels haben die Messe lange im Voraus auf dem im Blick und laden entsprechende Raten. Zusätzlich arbeiten fast alle Häuser mit Stay Restrictions. Immer ausgebucht sind der Dienstag, der Mittwoch und der Donnerstag. Der Montag zieht, je näher die Veranstaltung rückt, sehr gut nach. Über die vergangenen Jahre ist die Innotrans kontinuierlich gewachsen und die Preise auf dem Hotelmarkt mit ihr. Im Vergleich zu 2012 konnte die Hotellerie den RevPar in 2014 um knapp 13 Euro steigern.

Nicht ganz so einfach ist es mit der IFA. Die vergangenen Jahre waren zwar sehr gut gebucht. Der Großteil der Auslastung kommt jedoch im Gegensatz zur Innotrans erst etwa sechs Monate bis kurz vor Beginn der Messe. Da aber gerade der Techniksektor sehr schnelllebig ist, geht die Hotellerie geschlossen davon aus, dass auch die zukünftigen IFAs gut gebucht sein werden. Damit wäre auch weiterhin eine kontinuierliche Steigerung der

Durchschnittsrate möglich. In diesem Jahr konnte ein deutlicher Sprung sowohl in der Belegung als auch in der Rate gemacht werden. Dieser starke Zuwachs kommt vor allem aus dem IFA-Wochenende. Es war einiges los in der Stadt: Pyronale, Istaf, Eurobasket und eben IFA. Den stärksten Zuwachs gab es am Freitag und Samstag. Die Hotels waren schon lange im Vorfeld ausgebucht und Restzimmer wurden deutlich dreistellig verkauft.

Düsseldorf

50 Messen sind in Düsseldorf zuhause. Dazu gehören 24 Top-Veranstaltungen – fast ein Fünftel der 120 weltweiten Leitmessens. Wie kaum eine andere Destination ist die Rhein-Metropole abhängig vom Messegeschäft. Doch der Messekalender schlägt gerade hier oft sehr unbarmherzig zu. In diesem Jahr muss die Hotellerie vor Ort von Monat zu Monat deutliche Rückgänge hinnehmen.

Abb.8: Herbstmessen Berlin

Hotel Performance Berlin 2015-2012*															
	Occupancy					Average Daily Rate in Euro					RevPar in Euro				
	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR
IFA	93,2%	90,6%	90,0%	88,7%	4,5	145,4	130,8	129,1	123,6	21,8	135,5	118,5	116,2	109,6	25,9
Innotrans		93,3%		95,2%	-1,9		174,6		157,8	16,8		162,9		150,2	12,7
12 Months roll.	75,8%	72,7%	72,2%	74,0%	1,8	93,9	90,9	90,3	89,6	4,3	71,2	66,1	65,2	66,3	4,9

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

Gerade im Oktober fehlten hier einige wichtige Messen, wie die Aluminium und die Glasstec, die regelmäßig für hohe Auslastung und Raten sorgen, aber eben nur im Zweijahresrhythmus stattfinden. Doch das sorgte ausnahmsweise nicht für extreme Ratenrückgänge, wie man eigentlich vermuten könnte. Im Gegenteil, der Oktober wartete mit einem stattlichen RevPar-Anstieg von 18% auf. Denn auch in ungeraden Jahren gibt es zweijährige Messen wie in diesem Oktober die A+A Messe. Zusätzlich profitieren Düsseldorf und Köln aufgrund ihrer Nachbarschaft sehr häufig auch vom Overflow-Geschäft aus der jeweils anderen Destination. In diesem Fall bekam Düsseldorf ein großes Stück vom Anuga-Kuchen in Köln ab. Generell sind die Herbstmonate sehr stark nachgefragt, denn zum Ende des Jahres hin finden viele Tagungen und Kongresse aber eben auch Messen statt. Und gerade Messen treiben aufgrund der starken Nachfrage die Raten nach oben.

Eine Messe, die sich im vergangenen Jahr verhältnismäßig stark gezeigt hat, war die Rehacare. Die Auslastung und die Raten konnte sie in diesem Jahr jedoch nicht halten. In vielen Düsseldorfer Häusern spielt die Rehacare ohnehin keine Rolle. Grundsätzlich sind in Düsseldorf nur recht wenige behindertengerechte Zimmer vorhanden, die für diese Veranstaltung obligatorisch wären. Andererseits sind viele Aussteller auch zur Medica zu Gast oder nur als Besucher vor Ort.

Aber auch die Top-Messen haben in der Performance nachgelassen. Insbesondere die Belegungszahlen sind zurückgegangen. Und auch wenn Düsseldorf zur A+A-Messe einen deutlichen Ratenprung erreichen konnte, die Belegung ist um fast vier Prozent zurückgegangen. Dieser Trend mag darauf zurückzuführen zu sein, dass gerade Messebesucher nur für einen Tag vor Ort sind und dafür dann eben auch lange Fahrzeiten in

Abb.9: Herbstmessen Düsseldorf

Hotel Performance Düsseldorf 2015-2012*															
	Occupancy					Average Daily Rate in Euro					RevPar in Euro				
	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR
Rehacare	72,6%	85,4%	77,5%	76,4%	-3,8	109,2	112,7	101,6	119,8	-10,6	79,3	96,2	78,7	91,5	-12,2
Aluminium		87,5%		92,2%	-4,7		137,5		146,4	-8,9		120,3		135,0	-14,7
Glasstec		90,0%		90,0%	0,0		167,2		164,2	3,0		150,6		147,8	2,8
A+A	86,6%		90,2%		-3,6	176,4		157,2		19,2	152,8		141,8		11,0
Medica/Compamed		88,8%	89,5%	86,4%	2,4		200,3		199,2	1,1		177,9	0,0	172,1	5,8
12 Months roll.	67,6%	67,0%	64,9%	64,4%	3,2	103,3	108,0	101,0	106,5	-3,2	69,8	72,4	65,5	68,6	1,2

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

Abb.10: Herbstmessen Frankfurt

Hotel Performance Frankfurt 2015-2012*															
	Occupancy					Average Daily Rate in Euro					RevPar in Euro				
	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR
Euromold		83,1%	87,5%	89,7%	-6,6		110,5	109,6	127,5	-17,0		91,8	95,9	114,4	-22,5
Buchmesse	77,9%	78,1%	76,6%	83,4%	-5,5	176,3	172,0	181,0	200,5	-24,2	137,3	134,3	138,6	167,2	-29,9
IAA	81,3%		78,9%		2,4	133,5		128,5		5,0	108,5		101,4		7,1
Airtec		74,5%	85,3%	84,1%	-9,6		102,3	107,3	107,0	-4,7		76,2	91,5	90,0	-13,8
Automechanika		91,5%		90,2%	1,3		200,3		199,2	1,1		183,3	0,0	179,7	3,6
12 Months roll.	69,5%	68,1%	68,1%	68,1%	1,4	110,0	104,9	104,9	104,9	5,1	76,5	71,4	71,4	71,4	5,0

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

Kauf nehmen um Kosten zu sparen. Messekosten sind für die Unternehmen zwischen Standgebühren, Taxikosten, Verpflegung usw. ohnehin immens hoch.

Im November wird nun die Medica – eine der absoluten Top-Messen (siehe Messe-Ranking) stattfinden und die Hotellerie in Düsseldorf ist gerüstet. Die Raten sind sehr hoch und viele Häuser sind schon bis auf den Voranreisetag ausgebucht.

Frankfurt

Gemessen an der Ausstellungsfläche ist die Messe Frankfurt nach Hannover der zweitgrößte Messeplatz der Welt. Regelmäßig finden hier internationale Leitmessen aus allen Themenfeldern statt. Im Frühjahr und im Herbst herrscht für die Messe und für die Hotellerie Hochsaison. Doch auch

in Frankfurt zeigt sich der Messekalender ungnädig. Die Automechanika beispielsweise, als eine der stärksten Messen in Frankfurt fehlt in diesem Jahr. Im Zweijahresrhythmus findet sie in den geraden Jahren statt. Dazu kommt die Abwanderung einiger, wenn auch kleinerer Messen. So fand die EuroMold in diesem Jahr in Düsseldorf statt und das auch erstmalig im High-Demand-Monat September, statt wie sonst in Frankfurt im November oder Dezember. Die Airtec-Messe findet ab 2015 nicht mehr in Frankfurt statt. Auch wenn die beiden Veranstaltungen nicht zu den Top-Messen gehören, wird sich ihre Abwanderung in den Zahlen bemerkbar machen. Die Prognosen für den November sind aufgrund der fehlenden EuroMold in diesem Jahr schon deutlich negativ.

Als größte und wichtigste Herbstmesse hat die Automechanika im vergangenen Jahr die 200-Euro-Marke in der Durchschnittsrate geknackt. Gerade

die Messen, die im Zweijahresrhythmus stattfinden haben einen enormen Impact. Ausstellergruppen bringen viel Volumen und Ratensteigerungen sind einfacher möglich als bei einjährigen Messen. Auch die IAA konnte als zweijährige Veranstaltung in diesem Jahr deutlich gegenüber der letzten Veranstaltung zulegen. Um 7 Euro konnte der RevPar angehoben werden.

Ein wichtiger Umsatzbringer im Herbst ist in Frankfurt auch die Buchmesse. Allerdings beklagen die Häuser vor Ort, dass die Buchmesse nicht mehr ist was sie einmal war. Und tatsächlich sind die Steigerungen verhalten. Der Belegungszuwachs ist minimal, und auch die Ratensteigerung bleibt sehr überschaubar. In den vergangenen Jahren war die Buchmesse sogar stets rückläufig. 2013 musste die Hotellerie vor Ort sogar eine rückläufige Rate um etwa 20 Euro hinnehmen. In diesem Jahr nahm die Zahl der Messebesucher wieder

deutlich zu. Doch die Buchmesse ist weniger eine Gruppenmesse, und viele Gäste und Besucher sind nur für einen Tag vor Ort. Dennoch liegen die Zimmerpreise zur Buchmesse deutlich über denen der meisten Messen in der Stadt.

Hamburg

Internationale Fach- und Verbrauchermessen sowie Tagungen und Verkaufsveranstaltungen umfasst das Portfolio der Hamburg Messe.

In Hamburg gibt es im Vergleich zu den anderen betrachteten Destinationen recht wenige für die Hotellerie wirklich relevante Messen. Diejenigen, die für das Geschäft eine entscheidende Rolle spielen finden auch noch in einem sehr engen Zeitraum, oft sogar gleichzeitig statt. Dennoch hat die Hotellerie ein Auge auf die Veranstaltungen. Regel-

Abb.11: Herbstmessen Hamburg

Hotel Performance Hamburg 2015-2012*															
	Occupancy					Average Daily Rate in Euro					RevPar in Euro				
	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR
teatrade/Cruise Days	81,4%					127,5					103,8				
teatrade Europe			96,6%					133,1					128,6		
amburg Cruise Days	83,4%		85,2%	-1,8		116,2		109,0	7,2		96,9		92,9	4,0	
hipbuilding	93,8%		91,8%	2,0		196,1		189,6	6,5		183,9		174,1	9,9	
2Expo	93,6%		86,4%	7,2		150,3		115,3	35,0		140,7		99,7	41,0	
anseboot	81,6%	80,3%	76,0%	5,6		106,6	110,1	105,9	0,7		87,0	88,4	80,5	6,5	
2 Months roll.	78,7%	78,1%	77,7%	74,8%	3,9	108,8	107,1	104,5	104,0	4,8	85,6	83,6	81,2	77,8	7,8

Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

mäßig werden die großen Veranstaltungen in die Planung aufgenommen.

Die jährlich stattfindende Hanseboot allerdings wird nicht mit Messeraten bzw. -konditionen eingeplant. Wenn dann auch noch Ferien in den meisten Bundesländern dazukommen, wie das 2014 der Fall war, wird es noch schwerer gute Preise zu erzielen. Auch die im Zweijahresrhythmus stattfindende Seatrade ist eine Niedrigpreisveranstaltung. Als Touristiker-Messe kann sie kaum Vollpreise erzielen. Ähnlich verhält es sich mit den Hamburg Cruise Days, die eher als normales kurzfristiges Leisure-Wochenende in die Planung eingehen, aber je näher der Termin rückt mit steigender Nachfrage auch immer bessere Raten erzielen. In der Vergangenheit fanden die Seatrade und die Hamburg Cruise Days alle zwei Jahre im Wechsel statt. In diesem Jahr wurden die beiden Messen erstmalig gleichzeitig veranstaltet.

Im Herbst gibt es aber auch regelmäßig hochpreisige Messeveranstaltungen. Alle drei Jahre findet beispielsweise die H2Expo statt, im vergangenen Jahr sogar erstmalig zusammen mit der Wind-Energy. Trotz sehr kurzfristiger Nachfrage brachte diese Messekombi am Ende doch einen beachtlichen Belegungszuwachs und die Rate wurde im Vergleich zur Vorveranstaltung um 35 Euro auf 150 Euro angehoben.

Noch ratenstärker ist die alle zwei Jahre stattfindende Shipbuilding Machinery & Marine Technology. Regelmäßig bringt diese Veranstaltung deutlich steigende Raten und Auslastungszahlen. Die Hotellerie in der Hansestadt hofft inständig, dass die Schiffsindustrie und der Energie-Markt weiter boomen, damit auch weiterhin hohe Preise erzielt werden können.

Köln/Bonn

Die fünftgrößte Messe weltweit ist in Köln zu finden. Auch hier ist das Messegeschäft ein enorm wichtiger Wirtschaftsfaktor. Etwa die Hälfte aller Übernachtungsgäste in Köln sind entweder Messe- oder Kongressteilnehmer. Diese Zahl unterstreicht die besondere Bedeutung der Messen für die Hotellerie vor Ort.

Das Messejahr 2015 meint es gut mit den Kölner Hoteliers. Und gerade die zweite Jahreshälfte beschert der Stadt einige hochkarätige Messen. Das ging Anfang September schon mit der Spoga los, die deutlich bessere Raten brachte als im vergangenen Jahr. Kind & Jugend und demexco fanden in diesem Jahr erstmals zu unterschiedlichen Zeiten statt. Die demexco entwickelt sich ohnehin von Jahr zu Jahr zu einer immer stärkeren und wichtigeren Veranstaltung.

Abb.12: Herbstmessen Köln/Bonn

Hotel Performance Köln/Bonn 2015-2012*															
	Occupancy					Average Daily Rate in Euro					RevPar in Euro				
	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR
ipoga	84,9%	84,0%	89,8%	89,8%	-4,9	131,2	123,7	123,3	121,1	10,1	111,4	103,9	110,7	108,7	2,6
Photokina		78,8%		79,6%	-0,8		140,3		141,2			110,6		112,4	-1,8
Orgatec		87,6%		84,7%	2,9		165,9		126,5	39,4		145,3		107,1	38,2
Anuga	92,1%		92,9%		-0,8	283,1		243,9		39,2	260,7		226,6		34,2
Kind & Jugend	74,3%	76,4%	72,8%	80,0%		119,4	122,1	116,8	115,8		88,7	93,2	85,1	92,6	
Memexco	85,2%	91,5%	94,5%	95,2%		162,8	161,7	143,8	130,5		138,7	148,0	135,9	124,3	
Aquanale	86,9%		83,9%			111,2		108,6			96,6		91,1		
12 Months roll.	71,5%	68,8%	67,3%	67,6%	3,9	103,9	95,7	97,6	94,6	9,3	74,3	65,8	65,7	63,9	10,3

Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

Ebenfalls nicht ganz so stark erwartet hatte man die Aquanale, die in der Wochenmitte immerhin eine Durchschnittsrate von etwa 120 Euro erreichte.

Selbstverständlich bemerkt man aber auch in Köln das Ausbleiben einiger zweijähriger Messen. Photokina und Orgatec gehören zu den Top-Messen in Köln, die nur in den geraden Jahren stattfinden und echte Buchungsgaranten sind. Die Anuga jedoch, die es auf einen RevPar von 261 Euro und 92 Prozent Belegung bringt, ist kaum zu übertreffen. Immerhin hat die Messe im Vergleich zur letzten Veranstaltung einen Raten sprung von 39 Euro geschafft.

Köln profitiert, genau wie Düsseldorf, häufig von großen Messen in der benachbarten Destination. Doch auf das große Overflow-Geschäft zur Medi-

ca warten die Hoteliers derzeit noch. Immer später kommen die relevanten Buchungen. Das bestätigt sehr den allgemeinen Trend zu kurzfristigen Nachfrage, macht es den Verantwortlichen jedoch auch schwer, die Nerven zu behalten und die Zimmer nicht zu günstigeren Preisen zu verkaufen. Aber in Düsseldorf erwartet man eine starke Medica, so wird wohl auch Köln sein Stück vom Kuchen abbekommen.

München

Viele Weltleitmessen beherbergt auch die Messe München. Laut Geschäftsbericht zählte die Münchner Messe 2014 mehr als 1,8 Millionen Besucher, viele davon aus dem Ausland. Auch in München ist das Messegeschäft also essentiell für die Hotellerie.

Abb.13: Herbstmessen München

Hotel Performance München 2015-2012*															
	Occupancy					Average Daily Rate in Euro					RevPar in Euro				
	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR	2015	2014	2013	2012	CAGR
Expo Real	95,3%	90,5%	93,3%	95,3%	0,0	251,7	236,1	239,7	228,1	23,6	239,9	213,7	223,6	217,4	22,5
Expopharm		91,6%		84,8%	6,8		205,5		138,9	66,6		188,2		117,8	70,5
Productronica			80,3%					136,7					109,8		
Electronica		88,6%		90,0%			188,7		177,0			167,3		159,4	
Ceramitec	89,8%			86,6%		137,5			147,8		123,4			128,0	
12 Months roll.	78,8%	77,7%	76,6%	74,9%	3,9	130,4	125,5	129,5	124,2	6,2	102,8	97,5	99,2	93,0	9,7

Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 03.11.15

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

Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

So wechseln sich beispielsweise die beiden Weltleitmessen productronica und electronica jährlich ab. Die electronica ist die deutlich stärkere Messe und findet im Herbst in den geraden Jahren statt, die productronica in den ungeraden Jahren und somit auch in diesem Herbst. Die Nachfrage für diese ohnehin schon schwächere Messe ist dazu in diesem Jahr auch noch deutlich geringer, was sich stark negativ auf die Ratenentwicklung auswirkt. Diese Rückgänge können über den Monat nicht ausgeglichen werden. Viele Häuser entschlossen sich daher die Preise zu senken um etwas mehr Volumen zu generieren.

Im Herbst spielt in der Münchner Hotellerie das Oktoberfest eine herausragende Rolle. Daneben Messegeschäft zu positionieren ist schwierig. Im vergangenen Jahr fand während des Oktoberfestes auch noch die Expopharm statt. Diese Mes-

se findet im Wechsel in München und Düsseldorf statt. In diesem Jahr fehlte die Messe zu diesem Zeitpunkt und die Nachfrage war deutlich geringer als im vergangenen Jahr, nicht nur weil die Besucherzahlen zu Beginn des Oktoberfests sehr ernüchternd waren. Doch die Zimmerpreise konnten stabil gehalten werden, der Markt ließ sich nicht zu Last-Minute-Angeboten hinreißen. Das hat zu einer sehr positiven Entwicklung geführt, was sich über den ganzen Monat gezeigt hat. Die Preisgestaltung auf dem Markt war stabil, Panik-Aktionen blieben aus.

Überraschend gut hat sich auch die Ceramitec als eine der internationalsten Veranstaltungen der Messe München in der vorletzten Oktoberwoche entwickelt. Der durchschnittliche Zimmerpreis lag deutlich über dem vorangegangener Veranstaltungen. Eine weitere Messe, aus München nicht weg-

zudenken, ist die jährlich stattfindende Expo Real – ein Umsatzgarant, der seinesgleichen sucht. In den vergangenen Jahren mussten die Hoteliers oft

Rückgänge hinnehmen, in diesem Jahr konnten sowohl die Belegung als auch die Rate deutlich zulegen. Der RevPar stieg um beachtliche 26 Euro.

Fazit

Daran, dass Messen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und vielerorts überlebenswichtig für die Hotellerie sind besteht kein Zweifel. Messen sind Umsatzgaranten und werden sich weiterhin positiv in Rate und RevPar entwickeln, vorausgesetzt man verfolgt eine clevere Preisstrategie.

Da die Auswirkungen von Messen stark sind, befassen sich die Häuser schon lange im Voraus mit den jeweiligen Veranstaltungen. Es wird zu den Messeterminen schon frühzeitig Kontakt zu den Ausstellern für das Basisgeschäft an Gruppen aufgenommen. Oft werden Ausstellergruppen schon auf der vorangegangenen Messe akquiriert. Das sorgt für eine gewisse Basisauslastung. Später wird mit Einzelreservierungen aus Online-Portalen oder Direktverkauf aufgefüllt. Einige Messen sind keine Gruppenmessen, hier müssen die Häuser mehr auf die Einzelreservierungen setzen.

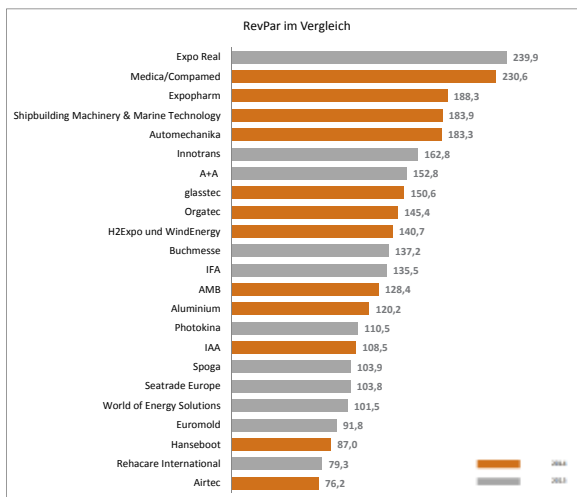
Aktuelle Trends fließen ebenso in die Preispolitik ein wie die Analysen der Ergebnisse des jeweiligen vorherigen Termins. Generell werden für die Messetermine verstärkt Restriktionen bezüglich Aufenthaltsdauer über die Spitzentage sowie hohe Tagespreise mit Fokus auf nicht mehr stornierbare Frühbuchenprodukte gesetzt. Bei Gruppenanfragen gilt dies besonders. Auch ein gutes Overbooking-Management ist wichtig.

Selbstverständlich sind die Strategien speziell auf die einzelnen Veranstaltungen ausgerichtet und können sich teilweise stark unterscheiden. Durch die Platzierung von Messegruppen ist es möglich die letzten Zimmer sehr hochpreisig zu verkaufen, da diese oft erst kurz vor der Messe wieder in den freien Verkauf gegeben werden. Generell setzen die großen Hotels die Preise fest und die kleineren Häuser orientieren sich daran. Marktanalyse ist dabei für beide unerlässlich.

Gut bedient ist, wer zu den verschiedenen Veranstaltungen verlässliche Stammgäste hat. Eine Ausrichtung auf Geschäftsreisende und Messegäste und deren Ansprüche und Erwartungen ist dabei hilfreich. Aber auch kleine Extra-Services wie Themenbuffets, ein spezielles Dinner-Angebot zu den Veranstaltungstagen oder einfach ein Shuttle zum Messegelände können zur Kundenbindung beitragen. Denn auch zu Messezeiten gilt: zufriedene Gäste kommen wieder und sind auch bereit ein höheres Preisniveau zu akzeptieren.

Abb.14: Herbstmessen Ranking

Platz	Destination	Event	Occ	Adr	RevPar
1	München	Expo Real	95,3%	251,8	239,9
2	Düsseldorf	Medica/Compamed	88,8%	259,7	230,6
3	München	Expopharm	91,6%	205,5	188,3
4	Hamburg	Shipbuilding Machinery & Marine Technology	93,8%	196,1	183,9
5	Frankfurt	Automechanika	91,5%	200,3	183,3
6	Berlin	Innotrans	93,3%	174,6	162,8
7	Düsseldorf	A+A	86,6%	176,4	152,8
8	Düsseldorf	glasstec	90,0%	167,2	150,6
9	Köln/Bonn	Orgatec	87,6%	165,9	145,4
10	Hamburg	H2Expo und WindEnergy	93,6%	150,3	140,7
11	Frankfurt	Buchmesse	77,9%	176,3	137,2
12	Berlin	IFA	93,2%	145,4	135,5
13	Stuttgart	AMB	90,9%	141,3	128,4
14	Düsseldorf	Aluminium	87,5%	137,5	120,2
15	Köln/Bonn	Photokina	78,8%	140,3	110,5
16	Frankfurt	IAA	81,3%	133,5	108,5
17	Köln/Bonn	Spoga	84,0%	123,7	103,9
18	Hamburg	Seatrade Europe	81,4%	127,5	103,8
19	Stuttgart	World of Energy Solutions	91,8%	110,5	101,5
20	Frankfurt	Euromold	83,1%	110,5	91,8
21	Hamburg	Hanseboot	81,6%	106,6	87,0
22	Düsseldorf	Rehacare International	72,6%	109,2	79,3
23	Frankfurt	Airtec	74,5%	102,3	76,2



Quelle: Fairmas GmbH / Stand: 03.11.2015

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.