

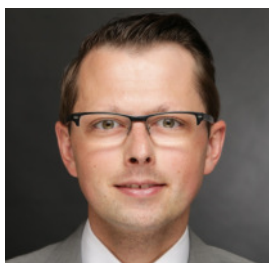
Januar 2017



HOTOUR Hotel Monitor

Schnelleres Wachstum, neue Spitzenwerte und noch mehr Dynamik?

Ein Ausblick auf 2017.



Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

was dürfen wir erwarten vom neuen Jahr 2017? Anhaltende Wachstumsraten und Spitzenwerte? Weitere Rekordmeldungen und Expansionsankündigungen? Neue Mega-Fusionen und Hotelmarken? Vieles deutet darauf hin, dass sich die dynamische Nachfrageentwicklung an den deutschen Hotelstandorten 2017 fortsetzen kann. Die Projektpipelines sind jedenfalls vielerorts immer noch prall gefüllt.

Gleichwohl verzeichnen wir eine Zunahme der Verunsicherung, die sich auch im Städtetourismus bemerkbar macht.

Fest steht: Es wäre zu kurz gesprungen, die Vielzahl der neuen Hotelprojekte ausschließlich auf einen Nachhol- oder Ersatzbedarf zurückzuführen. Vielmehr ist die dynamische Entwicklung der Nachfrage der Nährboden, auf dem die neuen Vorhaben gedeihen können. Allerdings wissen auch die Hotelbetreiber aus Erfahrung: Das Hotelgeschäft ist nicht nur besonders konjunkturreegibel, sondern gleichzeitig auch noch anfällig für Krisenereignisse. So verzeichneten die Hoteliere in München – nach den Anschlägen in Bayern und den Ereignissen im Olympia-Einkaufszentrum – einen leichten Nachfragerückgang. Es bleibt daher abzuwarten, ob und in welcher Ausprägung die Ereignisse in Berlin die Nachfrage der insbesondere bei internationalen Gästen beliebten Metropole beeinflussen werden.

Wer sich am Markt erfolgreich behaupten will, braucht verlässliche Informationen. Damit Sie sich gleich zu Jahresbeginn einen Eindruck verschaffen können, wie robust sich die deutschen Hotelmärkte darstellen und welche Perspektiven sie noch bieten, haben wir Ihnen in unserem Hotel Monitor nicht nur wieder eine Fülle an Zahlen, Daten und Fakten zusammengetragen. Wir geben Ihnen zudem noch eine fachlich fundierte Einschätzung an die Hand, worauf die Hotelbranche sich einstellen kann.

Auf alle Fälle wünsche ich Ihnen ein erfolgreiches Hoteljahr 2017!

Marc Mörbel
Consultant

HOTOUR Hotel Monitor

Rückblick: 2016 ein weiteres Spitzenjahr

Der Gesamtmarkt.

Auch wenn zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht alle Daten des Statistischen Bundesamtes zur Übernachtungsnachfrage für 2016 vorliegen, so zeichnet sich bereits ab: Bis November kletterte die Übernachtungsnachfrage um rund +3% nach oben. Sollte sich dieser Trend im Dezember fortgesetzt haben, können wir 2016 einen neuen Spitzenwert von insgesamt mehr als 448 Mio. Übernachtungen (inkl. Camping) erwarten. In absoluten Zahlen entspricht dies einem Plus von knapp 12 Mio. Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr. Hochrechnungen zur Folge werden von der Gesamtnachfrage 2016 mehr als die Hälfte auf die Betriebsarten Hotel (Vollhotels, wie z.B. Novotel, Holiday Inn, Lindner Hotels) und Hotels garni (Hotels mit lediglich einem Frühstücksrestaurant, wie z.B. B&B Hotels, Ibis, Motel One) entfallen.¹

HOTOUR prognostiziert erneutes Rekordergebnis 2016

2016: rund 448 Mio. Übernachtungen auf dem Gesamtmarkt

Die Top-Hotelmärkte.

Ein Großteil der Übernachtungsnachfrage wurde – wie auch in den vorherigen Jahren – in den deutschen Top-Hotelmärkten generiert. Nach unseren Berechnungen werden die sieben Primärstandorte² – hierzu zählen Berlin, München, Hamburg, Frankfurt, Köln, Düsseldorf und Dresden – voraussichtlich rund 81,7 Mio. Übernachtungen verbuchen können. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Plus von rund +1,7%.



Die anhaltend positive Entwicklung der Metropolen ist unter anderem in deren Bedeutung als Wirtschafts-, Tagungs- und Messestandorte begründet. Die Übernachtungsnachfrage steht damit auf mehreren Standbeinen und wird von Geschäftsreisen, Tagungs- sowie Messebesuchen ebenso gespeist wie durch Städtereisen. Neben Berlin – dem mittlerweile drittgrößten europäischen Beherbergungsmarkt (nach London und Paris) – ziehen in Deutschland weiterhin vor allem München und Hamburg die touristische Nachfrage an.

Rund 81,7 Mio. Übernachtungen 2016 in Primärstandorten

Berlin ist der drittgrößte Hotelmarkt in Europa

Trotz einer insgesamt positiven Entwicklung der Top-Hotelmärkte bleibt das erwartete Wachstum 2016 allerdings unter dem Durchschnitt des Gesamtmarktes. Zudem zeigt sich, dass nicht alle Metropolen gleichermaßen ein Nachfrageplus verbuchen können. Ganz im Gegenteil: In Köln und Dresden deuten sich sogar Nachfragerückgänge an. In der Domstadt am Rhein machte sich vor allem das turnusbedingt schwächere Messejahr bemerkbar. Im Elbflorenz hingegen verzeichnen wir seit 2015 eine leicht rückläufige Nachfrage, was unter anderem auf eine in 2015 eingeführte – überdurchschnittlich hohe – Bettensteuer sowie einen Imageverlust in der Öffentlichkeit (Stichwort Pegida) zurückgeführt wird.

Trotz positiver Entwicklung: vergleichsweise moderates Wachstum

Leichte Rückgänge in Köln und Dresden

Des Weiteren sind die Entwicklungen auf dem Hotelmarkt München einmal mehr ein Beispiel dafür, dass Erfolg keineswegs in Stein gemeißelt ist. Nach Jahren des kontinuierlichen Anstiegs, stagnierte die Nachfrage 2016 erstmals. Gerade beliebte Destinationen wie München bekommen die Effekte aus Krisensituationen schnell zu spüren. Denn in der ersten Jahreshälfte zeigte die Nachfragekurve noch nach oben. Nach den Anschlägen in Ansbach, Würzburg und den

München schwächelt

¹ Quelle: Statistisches Bundesamt (DESTATIS), Pressemitteilung vom 12.01.2017

² Definition Primärstandort gemäß HOTOUR: > 4 Mio. Übernachtungen / mind. 100.000 Einwohner

HOTOUR Hotel Monitor

Ereignissen im Olympia-Einkaufszentrum veränderte sich jedoch das Vorzeichen. Auch der Rückgang bei der Zahl der Wiesn-Besucher (rund 300.000 Besucher weniger als im Vorjahr 2015)³ legt die Vermutung nahe, dass es nicht wenige sind, die die latent vorhandene Anschlaggefahr sehr ernst nehmen.

Im Ranking der Primärstandorte verzeichneten Berlin (rund +756.000 Übernachtungen) und Hamburg (rund +670.000 Übernachtungen) ein beeindruckendes Wachstum gegenüber dem Vorjahr 2015. Die Hansestadt hat sich in den vergangenen Jahren exzellent entwickelt und rückt immer näher an den zweitgrößten deutschen Hotelmarkt München heran: Während die Differenz zwischen beiden Städten vor zehn Jahren noch bei mehr als 2 Mio. Übernachtungen lag, beträgt der Abstand 2016 nur noch rund 700.000 Übernachtungen. Das neue Wahrzeichen von Hamburg – die Elbphilharmonie – wird für internationale Gäste sicherlich einen Grund mehr bieten, die Hansestadt aufzusuchen. Die "New York Times" zählte die Elbmetropole jedenfalls kürzlich erst zu den Top 10 der international bedeutenden Reisedestinationen. Und das zu einem Zeitpunkt, als die Elbphilharmonie noch nicht eröffnet war. Nicht weniger internationale Aufmerksamkeit und zusätzliche Übernachtungsnachfrage erhofft sich der Frankfurter Hotelmarkt aus möglichen Banken-Umzügen von London an den Main.

Hamburg weiterhin im Aufwind

	Forecast 2016	Veränderung 2015/2016	Kommentar HOTOUR
Berlin	31,0 Mio.	+2,5%	Weiter stetig steigende Übernachtungsnachfrage
München	14,0 Mio.	-0,4%	Wachstum bis Juli, danach rückläufige Entwicklung
Hamburg	13,3 Mio.	+5,3%	Hamburg erzielt im Ranking die höchste Wachstumsrate zum Vorjahr
Frankfurt	8,8 Mio.	+1,1%	Moderates Plus nach zuletzt sehr hohen Wachstumsraten
Köln	5,7 Mio.	-4,4%	Turnusbedingt schwächeres Messejahr 2016
Düsseldorf	4,6 Mio.	+4,2%	Gutes Messejahr 2016 (u.a. Leitmesse „drupa“)
Dresden	4,3 Mio.	-1,2%	Seit Spitzenwert in 2014 anhaltender Nachfragerückgang

Übersicht Primärstandorte 2016

Quelle: Statistische Bundesämter der jeweiligen Bundesländer⁴

³ Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Artikel „So wenige Besucher wie seit 15 Jahren nicht mehr“ vom 03.10.2016

⁴ Hochrechnung auf Basis der veröffentlichten Übernachtungszahlen auflaufend November (Berlin, München, Frankfurt) und Oktober (Hamburg, Köln, Düsseldorf, Dresden) zum Stand 19.01.2017

Ausblick: 2017 voller Spannung

Verlangsamtes Wachstum in den Top-Metropolen.

Dass sich die größten deutschen Hotelmärkte in den vergangenen Jahren insgesamt sehr positiv entwickelten und nahezu stetig Wachstumsraten vorweisen konnten, ist ein Beleg für das Potential und die Stabilität des deutschen Hotelmarktes. Führen wir uns noch mal vor Augen: 2000 schrieben die deutschen Topstandorte mit rund 36 Millionen Übernachtungen als Spitzenjahr Hotel-Geschichte. Inzwischen zählen wir in den sieben Primärstandorten knapp 82 Millionen Übernachtungen. Die Nachfrage hat in den vergangenen 16 Jahren also um mehr als das Zweifache zugelegt. Doch Vorsicht vor allzu viel Euphorie! Schreibt man die Nachfrageentwicklungen der letzten Jahre mit der gebotenen Zurückhaltung fort, kann die Zahl der Übernachtungen in den sieben deutschen Metropolen bis 2020 zwar auf über 90 Millionen ansteigen. Unter Berücksichtigung der zunehmenden touristischen Bedeutung von Sekundärstandorten und den zuvor genannten Rahmenbedingungen erwarten wir für 2017 jedoch "nur" ein vergleichsweise moderates Wachstum.

Weiterhin sehr gute Rahmenbedingungen

Jedoch verlangsamtes Wachstum

Sekundärstandorte: Auch die zweite Reihe verdient die Aufmerksamkeit.

Abgesehen von den – sowohl bei Investoren als auch Hotelbetreibern bzw. Hotelgesellschaften – sehr beliebten Primärstandorten registrieren wir seit einigen Jahren ein deutlich gestiegenes Interesse an Hotelmärkten in der (vermeintlich) "zweiten" Reihe. Dazu zählen sowohl attraktive Sekundärstandorte⁵ (z.B. Stuttgart, Mannheim, Leipzig, Essen) als auch ausgewählte Tertiärstandorte⁶ (z.B. Regensburg, Aachen, Mainz, Kiel). Die zum Teil hohe Attraktivität von kleineren Hotelmärkten setzt sich aus verschiedenen Faktoren zusammen: Hierzu zählen je nach Hotelmarkt z.B. ein sehr hoher Anteil an privat geführten Betrieben (vorhandene Nische für markengebundene Hotels) sowie ein oftmals überdurchschnittlich hohes Verdrängungspotential für vertriebsstarke und moderne Kettenhotelkonzepte – auch im preisgünstigeren Marktsegment – gegenüber bestehenden Betrieben mit einem schwächeren Preis-Leistungsverhältnis. Im Hinblick auf die zum Teil sehr langen Hotelprojektlisten und die zu erwartende Wettbewerbsintensivierung in vielen größeren Hotelmärkten erscheinen die „kleineren Standorte“ als erfolgsversprechende und strategisch sinnvolle Alternativen. Sowohl für Betreiber als auch für Investoren.

Attraktivität kleinerer Standorte setzt sich aus verschiedenen Faktoren zusammen

Strategisch sinnvolle Alternativen zu Top-Metropolen

Wir stellen fest, dass die Standorte an die sich Hotelketten – oftmals gemeinsam mit Franchisenehmern – wagen, zwar immer sorgfältig ausgewählt werden, gleichwohl auf den ersten Blick ungewöhnlich erscheinen (z.B. Göppingen, Herford, Siegen). Es ist davon auszugehen, dass die Kettenhotellerie ihre Expansion an solchen Hotelstandorten sowohl 2017 als auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird – sofern die erforderlichen Rahmenbedingungen gegeben sind.

Hotelstandorte werden immer kleiner

⁵ Definition Sekundärstandort gemäß HOTOURL: 1 bis 4 Mio. Übernachtungen / mind. 100.000 Einwohner

⁶ Definition Tertiärstandort gemäß HOTOURL: 150.000 bis 1 Mio. Übernachtungen / mind. 50.000 Einwohner

HOTOUR Hotel Monitor

Anhaltender Strukturwandel und zunehmender Kettendurchdringungsgrad.

Der seit Jahren anhaltende Strukturwandel auf dem Beherbergungsmarkt wird sich nicht zuletzt aufgrund des hohen Expansions- und Wachstumsdrucks der Hotelgesellschaften auch 2017 fortsetzen. Mithin ...

Einfluss von großen Hotelgesellschaften wird immer größer

- nimmt der Marken-Durchdringungsgrad weiter zu (auch an Sekundär- und Tertiärstandorten);
- werden wir noch weitere Fusionen von großen Hotelgesellschaften (z.B. Marriott und Starwood) sehen;
- wird auch der Konsolidierungsprozess voranschreiten und das Angebot verändern, weil kleinere Hotelgruppen oder privat geführte Hotels von größeren übernommen werden (z.B. Accor und 25hours, Rezidor und Prizeotel);
- kommen (neue) kapitalstarke Marktteilnehmer hinzu (z.B. Beteiligung der chinesischen HNA Group an mehreren großen Hotelgesellschaften).

Zunehmende Markenvielfalt und Nischenprodukte.

Die konzeptionelle und qualitative Aufwertung von etablierten Hotelprodukten (z.B. Intercity Hotels von Deutsche Hospitality, Mercure von Accor Hotels) sowie die stetige Einführung neuer – zum Teil sehr zielgruppenspezifischer – Hotelmarken (z.B. Yotel, Jo & Joe von Accor Hotels) wird sich fortsetzen. Insbesondere im Bereich Markenentwicklung wurde in jüngster Vergangenheit eine starke Dynamik verzeichnet: Während in den vergangenen Jahren vor allem die Budget Hotellerie (1- bis unteres 3-Sterne Segment) für neue Impulse innerhalb der Hotelbranche sorgte, wurden zuletzt zahlreiche Economy und Mid Market Hotelkonzepte (3- bis 4-Sterne) mit einer meist sehr schlanken Bewirtschaftungsstruktur entwickelt – und zum Teil bereits erfolgreich auf dem Markt positioniert. In diesem Zusammenhang sind beispielhaft die Marken Me and All (von Lindner), Premier Inn (von Whitbread) und Moxy Hotels (von Marriott) zu nennen.

Zunehmende Komplexität auf Angebotsseite

Fokus auf Limited Service Konzepten aus dem 3- bis 4-Sterne Segment

Sinkende Renditen für Hotelimmobilien.

Die aktuell (immer noch) anhaltende Niedrigzinsphase in Verbindung mit dem Anlagedruck institutioneller Investoren hat unter anderem dazu beigetragen, dass die Anzahl an Hotelprojektentwicklungen in den vergangenen Jahren rapide angestiegen ist. Bleiben diese Rahmenbedingungen unverändert, ist mit weiter sinkenden Renditen zu rechnen. Denn die Kaufpreise werden weiter steigen – auch für Produkte, die nicht den Kriterien eines Core-Produktes entsprechen.

Anlagedruck führt zu sinkenden Renditen

Standorte und Konzepte	Betreiber und Investoren
<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Ausweich-Standorte“ in Primärstandorten und kleinere Hotelmärkte akzeptiert ▪ Limited Service Konzepte sind in der Mitte des Investment-Marktes angekommen ▪ Großflächige Entwicklungen ohne Büro-Potential forcieren Mehrmarken-Konzepte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expansionsgetriebene Hotelgesellschaften gehen immer höhere Pachtrisiken ein ▪ Limited Service Konzepte locken „Greenhorns“ an (auf Entwickler- und Investorensseite)

Trends und Treiber bei Hotelinvestments

Transaktionsvolumen abhängig von Objektverfügbarkeit.

2016 wurden Hotel-Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von rund 4,9 Mrd. € getätigt. Die Steigerung um +12% gegenüber dem Vorjahr (rund 4,4 Mrd. €) hat selbst Brancheninsider überrascht und ist vor allem auf ein sehr starkes viertes Quartal sowie große Portfolio-Deals zurückzuführen.

Ob das Transaktionsvolumen 2017 in vergleichbarer Größenordnung ausfallen wird, hängt maßgeblich von der Verfügbarkeit investmentfähiger Assets ab. Die Nachfrage nach Objekten in Top-Metropolen mit langfristigen Pachtverträgen ist jedenfalls ungebrochen. Das treibt die Preise und lässt die Renditen weiter sinken.

**Nachfrage in
Top-Metropolen
ungebrochen**

Hinweis

Die gemachten Aussagen stellen keine Beratung oder Angebot dar. Sie sind keine Empfehlung, ein Investment zu erwerben oder zu veräußern oder irgendeine andere Transaktion zu tätigen. Die enthaltenen Informationen dienen allein allgemein informativen Zwecken und sind kein Ersatz für Beratung. Wir übernehmen keine Haftung für Verluste, Kosten oder sonstige Schäden, die aus der Verwendung der veröffentlichten Informationen resultieren. Die Informationen beruhen auf Quellen, die von uns als verlässlich eingestuft wurden, wir können jedoch nicht dafür garantieren, dass diese Informationen korrekt oder vollständig sind. Unterjährige Schwankungen können zu statistischen Defiziten führen. Eine Stichtagsfeststellung bildet deshalb keine aussagekräftige Basis. Der vorliegende HOTOUR Hotel Monitor enthält in Teilen zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen beruhen auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Verfassers und der Herausgeber. In Anbetracht der Veränderung von wirtschaftlichen, rechtlichen, gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen können die erwähnten Ereignisse auch ausbleiben. Darüber hinaus können sich die in diesem Bericht wiedergegebenen zukunftsgerichteten Einschätzungen und Prognosen aus Studien Dritter als unzutreffend herausstellen. Daher können weder der Verfasser noch die Herausgeber für die zukünftige Richtigkeit der in diesem Bericht dargestellten Meinungen oder den tatsächlichen Eintritt der prognostizierten Entwicklungen einstehen.

Weitere Informationen

HOTOUR
Hotel Consulting GmbH
Metzlerstrasse 21
D - 60594 Frankfurt a.M.

Tel +49 (69) 959 692 0
Fax +49 (69) 959 692 90

info@hotour.de
www.hotour.de