

AHGZ-BAROMETER

Starkes Jahr 2014 für Kettenhotels

Hotelmarkt Deutschland Der Dezember brachte noch einmal gute Kennzahlen, und auch das Gesamtjahr bescherte der Markenhotellerie ein dickes Plus.

STUTTGART. Die Auswertung der Daten von MKG Hospitality zum Jahresende zeigt ein Spitzenresultat für die Markenhotellerie in Deutschland. Über alle Hotelkategorien hinweg – von Economy über Midscale bis Upscale – sind die Kennzahlen deutlich im Plus. Das gilt sowohl für den Monat Dezember als auch für das gesamte Kalenderjahr, das in den über zwölf Monate kumulierten Zahlen dargestellt ist.

Zunächst zum Dezember: Dieser brachte den Markenhotels einen Zuwachs beim RevPar (Erlös pro verfügbarem Zimmer) von rund 8 Prozent.

Am „schlechtesten“ schnitt dabei die Budgetkategorie ab, die aber auch noch ein Plus von 7,9 Prozent zum Vorjahresmonat einfahren konnte und damit einen RevPar von 42,40 Euro erzielte. Damit übertraf der RevPar der Economy-Hotels sogar den RevPar der nächsthöheren Kategorie um 10 Cent, denn die Midscale-Häuser erreichten nur 42,30 Euro. Das entspricht allerdings einem Wachstum um 8,3 Prozent im Vergleich zum Dezember 2013. In diesen beiden Hotelkategorien legte die Auslastung deutlich stärker zu als der ebenfalls gestiegene durchschnitt-

liche Netto-Zimmerpreis. So stieg die Belegung jeweils um mehr als 3 Prozentpunkte, während die Rate um knapp 2 Prozent nach oben kletterte.

Am besten entwickelten sich im Dezember aber die Kennzahlen der Upscale-Hotellerie. Diese steigerten sowohl die Belegung (+ 3,1%-Punkte) als auch die Zimmerrate (+ 3,4%) kräftig. Beide Effekte trieben den RevPar zu einem Plus von 8,5 Prozent und auf einen absoluten Wert von 67,80 Euro.

Auch das Gesamtjahr ist für die Kettenhotels in Deutschland sehr positiv gelaufen. Dabei schnitt ebenfalls die Upscale-Hotellerie besonders gut ab. Die Häuser der gehobenen Kategorie steigerten ihren RevPar im Vergleich zum Vorjahr um 4,4 Prozent auf 79,10 Euro. Die Auslastung nahm um 1,9 Prozentpunkte zu, der Zimmerpreis um 1,6 Prozent.

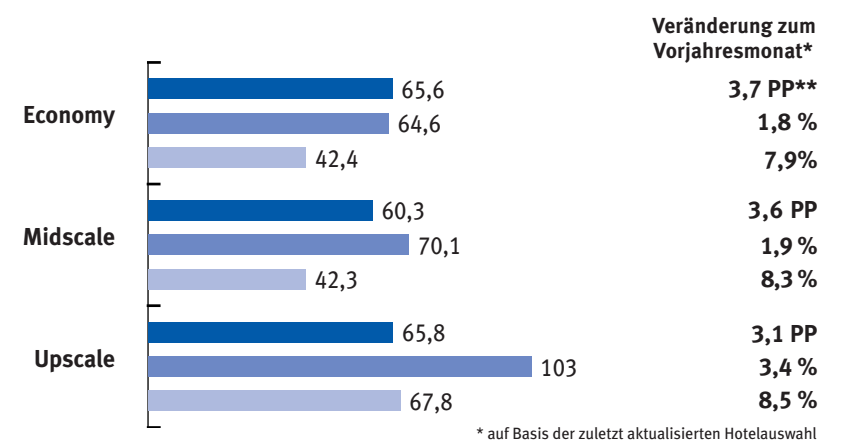
Die Midscale-Häuser schafften ein RevPar-Plus von 3,8 Prozent, nur ganz knapp besser waren die Economy-Hotels mit einem Zuwachs um 4 Prozent. Auffallend ist die deutlich höhere absolute Auslastung der Economy- und Upscale-Markenhotels im Vergleich zur gebrandeten Mittelklasse: So erreichten Economy-Hotels im Jahresdurchschnitt eine Belegung von 74,3 Prozent und Upscale-Hotels immerhin 71,4 Prozent, während es in der Midscale-Hotellerie lediglich 67,5 Prozent waren.

Betrachtet man die einzelnen Standorte, war im Dezember Potsdam der Gewinner: Der RevPar der dort ansässigen Kettenhotels kletterte im Vergleich zum Vorjahresmonat um stolze 25 Prozent. Der absolute Wert lag freilich mit 23,90 Euro sehr niedrig. Bezogen auf das ganze Kalenderjahr, belegte Düsseldorf den Spitzenplatz. Dort er-

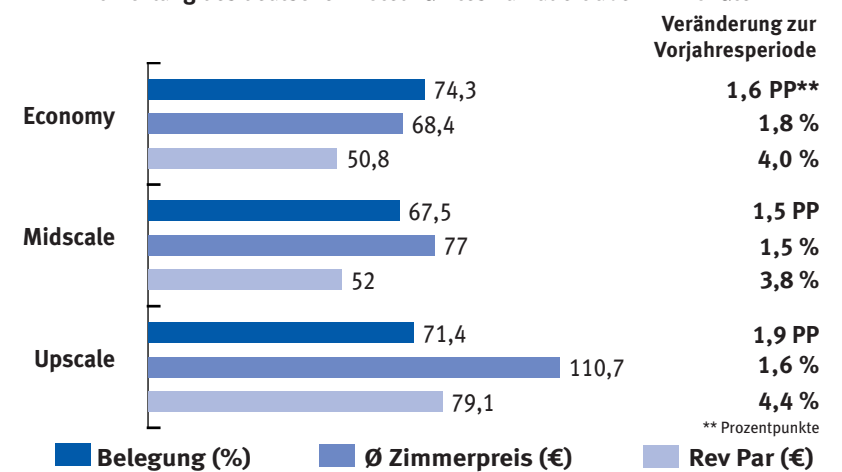
AHGZ-MARKTDATEN

Das Ergebnis des deutschen Hotelmarktes

Entwicklung des deutschen Hotelmarktes im Dezember 2014



Entwicklung des deutschen Hotelmarktes kumuliert über 12 Monate



Im Auftrag der AHGZ ermittelt von MKG Hospitality/Hotelcompset

Durchschnittlicher Zimmerpreis und RevPar ohne Steuern auf Basis einer repräsentativen und möglichst unveränderten Auswahl aus den 850 teilnehmenden Hotels in Deutschland/AHGZ-Grafik

höhten die Hoteliers ihren durchschnittlichen RevPar im Vergleich zum Vorjahr immerhin um 11,8 Prozent auf 67,40 Euro.

Im Auftrag der AHGZ ermittelt vom Hotel-Beratungsunternehmen MKG Hospitality/Hotelcompset

► www.ahgz.de
► www.mkg-group.com



Schloss Sanssouci: Sorgenfrei verlief auch der Dezember für die Potsdamer Hotellerie, deren RevPar kräftig zulegte
Foto: Colourbox.de

INSOLVENZEN

► **St. Katharina:** Das Insolvenzverfahren über das Vermögen der Opitz und Sohn GbR, betreffend die Gaststätte St. Katharina, in 08340 Schwarzenberg, vertreten durch den Gesellschafter Walter Karl Opitz, wurde am 18.12.2014 mangels Masse eingestellt.

► **Maxis:** Das Insolvenzverfahren über das Vermögen der Maxis Hotel GmbH in 45141 Essen, vertreten durch GF Max Pius Scherzinger in 51107 Köln, wurde am 17.12.2014 mangels Masse eingestellt.

► **Gasthaus Bund:** Im Insolvenzverfahren über das Vermögen der Gasthaus Bund GmbH in 54296 Trier, vertreten durch GF Kaspar Bund in 54296 Trier, wurde am 18.12.2014 RA Bernhard Seibel in 54290 Trier zum vorläufigen Insolvenzverwalter bestellt.

Anzeige



Marke im Hintergrund

Kettenhotellerie Hotelgruppen setzen auf nicht standardisierte Konzepte, um Einzelhotels zu werben.



Hotel am Steinplatz: Gehört zu Marriotts Autograph Collection Foto: Hotel

Komponenten abzuschließen. Besonders bei der rechtssicheren Ausgestaltung von White-Labeling-Verträgen – Stichwort Kündigung und Markenrechte – sieht der Anwalt noch Hand-

lungen- und Beratungsbedarf. Geeignet sind White Label wie Autograph oder Luxury Collection von Starwood für Bestandshäuser wie Neubauten – auf die Zielsetzung kommt es an.

„Eigentümer, die ein individuelles Hotel mit eigener Handschrift ohne Design-Vorgaben einer Kette besitzen möchten, aber sich Know-how etwa bei Marketing und Reservierungssystem ins Haus holen wollen, sind bei einem White Label wie unserer Autograph Collection bestens aufgehoben“, erläutert Tuomas Laakso, Vice President International Hotel Development Marriott International. Dafür schließt der Hoteleigentümer einen Vertrag mit 20-jähriger Laufzeit plus Option mit Marriott ab, so Laakso, und zahlt Gebühren wie durchschnittlich etwa 5 Prozent vom Zimmerpreis, 2 Prozent vom Food & Beverage-Umsatz, weitere anderthalb Prozent vom Zimmerumsatz für Marketing und knapp viereinhalb Prozent für das Kundenbindungsprogramm. Dafür werde er als Hotel der Autograph Collection Teil der am schnellsten wachsenden Marriott-Marke mit einem normalerweise überdurchschnittlich stark zulegenden RevPar – plus 20 im ersten und plus 12 Prozent im zweiten Jahr. Und woran erkennt der Marriott Vice President, ob ein Hotel für die Autograph Collection geeignet ist? „Ich kann Pornografie zwar nicht definieren“, meint Laakso, „aber ich kann sie erkennen, wenn ich sie sehe.“

ERÖFFNUNGEN

► **Starwood** eröffnet im Frühjahr 2015 nach einer Komplettrenovierung in Mailand ein Hotel der Luxury Collection. Das Excelsior Hotel Gallia befindet sich im Stadtteil Port Nuova. Die Wiedereröffnung des Hauses, das Katara Hospitality gehört, soll pünktlich zur Weltausstellung erfolgen, die dieses Jahr in Mailand stattfindet. Das Hotel verfügt über 253 Zimmer und Suiten. Die Ausstattung des Hauses stellt eine Reise durch verschiedene Design-Epochen dar. Die einzelnen Suiten sind unterschiedlichen Themen gewidmet.

► **Marriott** eröffnet im März 2015 ein Hotel der Marke AC im Großraum Washington. Das Lifestyle-Hotel für eine jüngere Zielgruppe besitzt 192 Zimmer und verfügt neben Gastronomie auch über Bücherei, Fitnessraum und Tagungseinrichtungen.

► **Swissôtel** eröffnet voraussichtlich 2018 ein Hotel in der bulgarischen Hauptstadt Sofia. Das Haus der Marke, die zur Hotelgruppe FRHI gehört, wird das erste Swissôtel-Haus in dem osteuropäischen Land sein. Partner bei dem Projekt ist der türkische Baukonzern Garanti Koza. Das neue Hotel soll über 200 Zimmer sowie 81 Residenzen verfügen. Es zieht in einen gemischt genutzten Baukomplex ein.

uleb