

Hotelneubau in Deutschland

2009 - 2013

Frankfurt/Hamburg, 20. Mai 2014

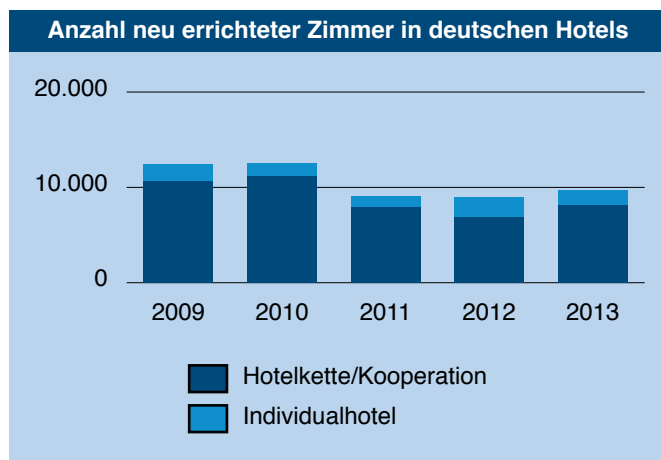
Hotelbauten in Deutschland sind längst mehr als nur ein Nischenprodukt im professionellen Immobilienmarkt – sie haben sich als eigene Assetklasse etabliert, die in den vergangenen Jahren auf eine starke Performance verweisen kann.

Da der Bedarf nach Vergleichswerten, Wettbewerbsanalysen und Bewertungen immer mehr ansteigt, hat bulwiengesa sämtliche Hotels, die zwischen 2009 und 2013 als Neubauten oder Umnutzungen fertiggestellt wurden, analysiert.

Hotels als stark wachsende Assetklasse

In den vergangenen fünf Jahren sind deutschlandweit insgesamt rund 52.900 neue Hotelzimmer in 347 Betrieben mit einer Mindestgröße von 40 Zimmern neu entstanden. Dabei handelte es sich entweder um Neubauten, Umwandlungen von zuvor zumeist gewerblich genutzten Immobilien (i. d. R. Büroimmobilien) oder Erweiterungen.

Nachdem die Jahre 2009 und 2010 von leicht erhöhten Zuwächsen geprägt waren, kamen in den vergangenen drei Jahren jährlich etwa 9.000 bis 10.000 Zimmer neu auf den Markt.



Die Bautätigkeit wird vom Expansionsdruck der Markenhotele (inklusive Kooperationen) bestimmt, auf die im Durchschnitt rund 80% der jährlichen Fertigstellungen entfällt. Dabei zieht es

die Hotelgesellschaften nicht mehr nur in die Magic-Cities*. Vermehrt werden auch B-, C- und D-Städte nachgefragt, in denen deutliche Angebotsdefizite bestehen.

Die dynamische Marktentwicklung basiert auf mehreren Triebfedern: Einerseits steigt die Nachfrage nach Hotelbetten insbesondere in den deutschen Metropolen rasant an. Sie wird dabei sowohl von Freizeittouristen als auch von Geschäftsreisenden gespeist. Andererseits treibt der Mangel an Anlagealternativen das Investmentinteresse an Hotelneubauten voran.

Mehr als jedes vierte Zimmer entsteht in Berlin

Die Bundeshauptstadt ist mit weitem Abstand der Hotspot der Hotelentwicklungen in Deutschland. Zusammen mit dem Flughafenstandort Schönefeld wurden hier in den vergangenen fünf Jahren rund 15.300 Zimmer erstellt.

Damit macht Berlin – gemessen an der Zimmeranzahl – rund 29% des nationalen Erstellungsvolumens aus.

Top 10-Übersicht: Neue Hotelzimmer 2009 - 2013

| Stadt | Anzahl Zimmer |
|---------------------------|---------------|
| Berlin (inkl. Schönefeld) | 15.284 |
| Hamburg | 4.648 |
| München | 3.417 |
| Frankfurt/Main | 3.350 |
| Düsseldorf | 1.931 |
| Dresden | 2.009 |
| Köln | 1.289 |
| Bremen | 970 |
| Leipzig | 892 |
| Stuttgart | 868 |

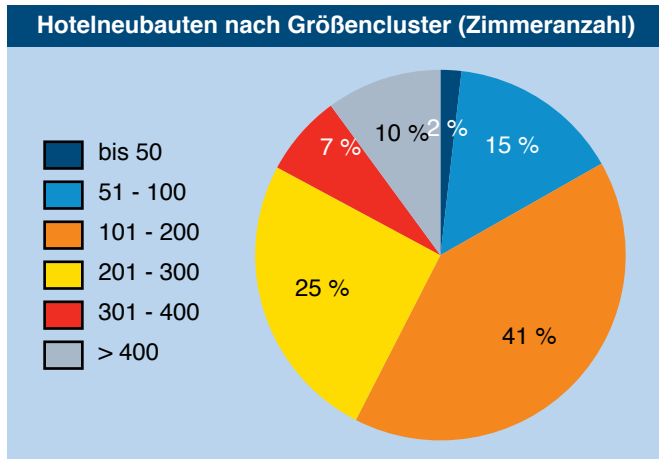
Quelle: bulwiengesa AG

Mit signifikantem Abstand folgen die Hotelmärkte Hamburg und München. Von einer hohen Bautätigkeit ist auch der Hotelmarkt Frankfurt/Main geprägt. Während in der Finanz-Metropole im Betrachtungszeitraum rund 3.400 Zimmer neu auf den Markt kamen, waren es in Düsseldorf lediglich ca. 1.900 Zimmer.

Im Durchschnitt 152 Zimmer je Hotel

Die Größe der neu errichteten Hotels schwankt sehr und reicht bis zu über 580 Zimmern (untersuchungsrelevante Hotel-Mindestgröße: 40 Zimmer). Dennoch bestimmen Hotelneubauten mit einer Kapazität von 101 bis 300 Zimmern mit rund 66% den Markt. Dies spiegelt sich auch in der durchschnittlichen Zimmergröße deutscher Hotelneubauten wider: sie liegt bei 152 Zimmern/Hotel.

Auch regional sind deutliche Unterschiede in den Erstellungsgrößen zu erkennen. Während in den Magic-Cities zum Teil Betriebe mit über 400 Zimmern entstehen, überschreiten in kleineren Märkten Neubauobjekte nur selten die 200-Zimmer-Grenze. In der Regel gilt bei Hotelgesellschaften eine Betriebsmindestgröße von 80 bis 100 Zimmern.



Quelle: bulwiengesa AG

Economy-Marken mit stärkster Expansion

B&B Hotels und Motel One sind die dominierenden Hotelmarken der vergangenen Jahre. Im Betrachtungszeitraum 2009 bis 2013 liegt Motel One mit knapp 6.500 Zimmern an der Spitze der expandierenden Hotelgesellschaften. Gemessen an der Anzahl der neu entstandenen Hotels führt B&B mit 39 Betrieben das Ranking an. Die Zahlen zeigen auch die Produktunterschiede dieser beiden Marktplayer: Während Motel One sich mit 280 Zimmern pro Hotel eher auf großvolumige Hotelbauten konzentriert, fällt die durchschnittliche Hotelgröße bei B&B Hotels mit 105 Zimmern deutlich niedriger aus.

Auch Ibis als Teil der Accor-Gruppe hat in den vergangenen fünf Jahren mit 23 neuen Hotels, darunter zehn Ibis budget Hotels, deutlich an Marktdurchdringung gewonnen. Durch die Belegung auch von Standorten außerhalb der deutschen Metropolen, beträgt die durchschnittliche Größe dieser Marke rund 122 Zimmer.

Der expansive Economy- und Midscalemarkt hat in den letzten Jahren einen starken Entwicklungsschub im Hotelmarkt bewirkt, der auch zukünftig anhalten wird. So plant allein B&B 14 weitere Neueröffnungen.

| Top 3 Hotelmarken in Neubauten 2009 - 2013 | | |
|--|--------|--------|
| Marke | Zimmer | Anzahl |
| B&B | 4.107 | 39 |
| Motel One | 6.431 | 23 |
| ibis* | 2.456 | 20 |

Quelle: bulwiengesa AG

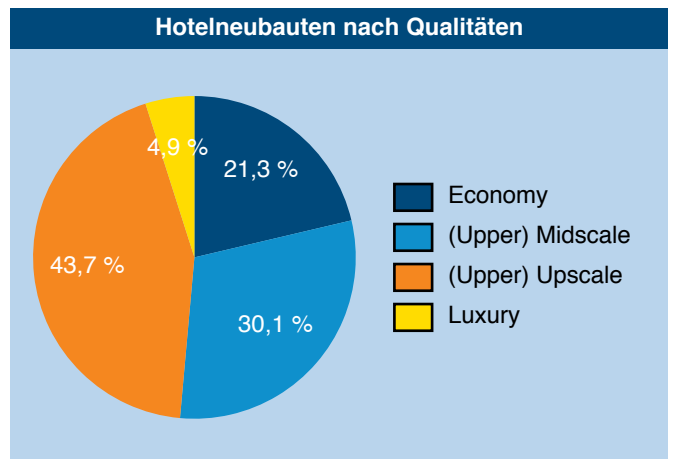
*Ibis, Ibis budget und Ibis Styles

Weitere Marken haben in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen:

So ist die A&O Hotels/Hostel insbesondere auf Umnutzungen von ehemaligen Bürogebäuden spezialisiert. Neun Hotels mit durchschnittlich 235 Zimmern wurden von 2009 bis 2013 von A&O Hotels/Hostel neu im Economy-Segment etabliert.

Mit Express by Holiday Inn hat die Intercontinental-Gruppe ein Produkt im Midscale-Bereich platziert, das sich neben den übrigen Marken der Gruppe sehr gut entwickelt hat und mit acht Neueröffnungen seit 2009 an Marktdurchdringung gewinnt.

Qualität ist gefragt



Quelle: bulwiengesa AG

Der Schwerpunkt aller Hotelöffnungen der vergangenen Jahre lag auf dem (Upper) Upscale-Segment (4*/4*+). Dabei waren die Fertigstellungen einerseits von etablierten Marken geprägt. Andererseits kamen bislang nicht in Deutschland vertretene Marken wie Indigo (IHG-Gruppe) oder Barceló hinzu.

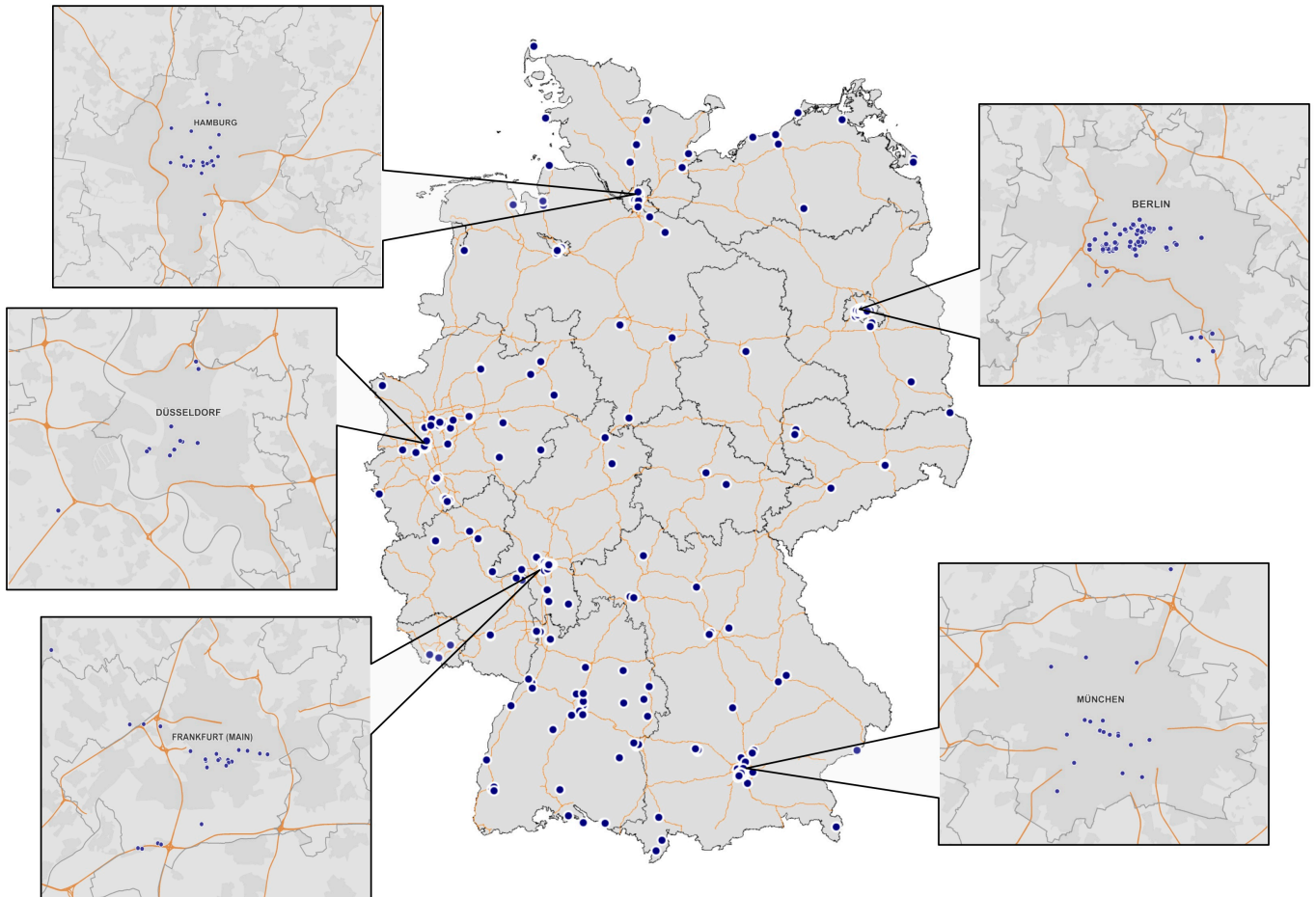
Mit neuen Marktteilnehmern wie beispielsweise Jumeirah und Waldorf Astoria erweiterte sich u. a. auch das Angebot im Luxury-Segment (5*/5*+).

Kompetenz bis ins Detail

Basierend auf einer fundierten Datenbasis und 30 Jahren Markterfahrung unterstützen wir Sie bei allen relevanten Entscheidungsprozessen – sowohl in der Investition, Finanzierung und Entwicklung als auch in strategischen Fragen.

Sprechen Sie uns an !

Übersicht Hotelneubauten in Deutschland 2009 - 2013



Urheberrechtlicher Hinweis

Die in diesem Screening vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Screenings sind Eigentum der bulwiengesa AG. Das Screening ist urheberrechtlich geschützt und bei der bulwiengesa AG registriert. Allein der Eigentümer ist berechtigt, das Screening oder Auszüge davon weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der bulwiengesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet.

Ausgenommen ist die Verwendung des Screenings oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der bulwiengesa AG einzuholen.

Interpretiert und bewertet werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Erfahrungen der bulwiengesa AG in ihrer deutschland- und europaweiten Forschungs- und Beratungstätigkeit. Das Screening erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und stellt diese öffentlich zur Verfügung, um hierdurch Diskussion und Dialog mit den betreffenden Akteuren anzuregen und mittelfristig die Markttransparenz somit zu erhöhen. Bei Fragen oder Anregungen steht Ihnen unser Logistikteam jederzeit zur Verfügung.

bulwiengesa AG

Bettinastraße 62
60325 Frankfurt
Tel. +49 69 75 61 46 761
Fax +49 69 75 61 46 769

Bereichsleitung Hotel
Dierk Freitag
+49 40 42 32 22 22
freitag@bulwiengesa.de

Projektleitung
Silvia Wuchenauer
+49 69 75 61 46 764
wuchenauer@bulwiengesa.de

Vorstand:
Ralf-Peter Koschny
Andreas Schulten
Thomas Voßkamp