

Hotelneubau in Deutschland

2009 - 2014

Frankfurt am Main/Hamburg, 10. März 2015

In Zeiten von Renditedruck und Niedrigzinsen haben Hotelbauten als Anlageklasse auf dem deutschen Immobilienmarkt stark an Attraktivität gewonnen. Dies gilt insbesondere für die sog. Magic Cities*, allen voran Berlin, Hamburg, München und Frankfurt am Main. Aber auch sog. B-Standorte und Lagen im Speckgürtel der Metropolen rücken verstärkt in den Fokus von Entwicklern und Investoren. Vor diesem Hintergrund und dem anhaltenden Bedarf nach Vergleichswerten, Wettbewerbsanalysen und Bewertungen im Hotelsegment analysiert bulwiengesa permanent den Hotelneubau in Deutschland.

Anhaltend starke Bautätigkeit

Die starke Bautätigkeit im Hotelsegment hielt auch 2014 an. Mit insgesamt rd. 11.100 fertiggestellten Zimmern wurde der Vorjahreswert um 15 % gesteigert und erstmalig seit 2010 die 10.000er Marke wieder überschritten.

Allein in den letzten sechs Jahren von 2009 bis 2014 entstanden 63.800 neue Hotelzimmer verteilt auf 425 Beherbergungsbetriebe mit einer Mindestgröße von 40 Zimmern. Dabei handelte es sich entweder um Neubauten, Umwandlungen von zuvor zumeist gewerblich genutzten Immobilien (i. d. R. Büroimmobilien) oder Erweiterungen.

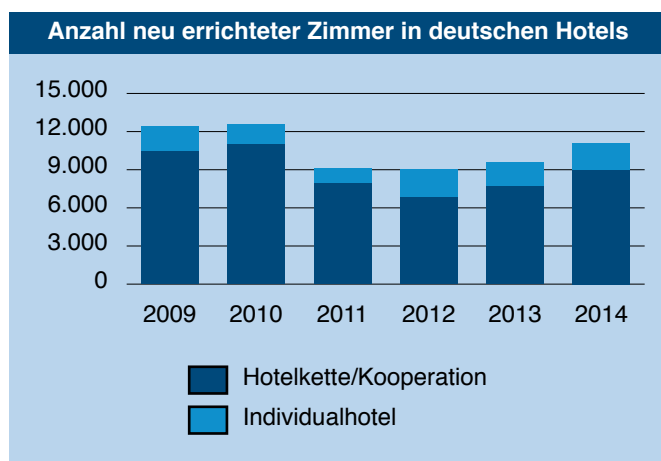
Die Bauaktivität ist vor allem auf den starken Expansionsdrang der Kettenhotellerie zurückzuführen, deren Marktanteil in Deutschland immer noch verhältnismäßig gering ist.

Insbesondere die touristischen Hauptdestinationen* werden hierbei von der Markethotellerie dominiert, die über 90 % der Neubauten belegt. Außerhalb dieser sog. Magic Cities* prägen ebenfalls zunehmend Hotelketten das Bild, wenngleich knapp ein Drittel der Objekte auf Individualhotels entfällt.

Die Grundlage dieser positiven Entwicklung auf dem deutschen Hotelmarkt bilden folgende Aspekte: Die Tourismuszahlen entwickelten sich in den letzten Jahren positiv: Deutschlandweit wurde 2014 wieder ein neuer Rekordwert bei den touristischen Ankünften und Übernachtungen erzielt. Damit ist Deutschland Reiseland Nr. 1 in Europa. Nicht zuletzt auch die gute wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands wirkt sich hier auf die steigende Nachfrage positiv aus. Die Assetklasse Hotel zieht zunehmend das Investoreninteresse im als relativ sicher geltenden deutschen Investmentmarkt auf sich. Darüber hinaus haben besonders "junge Marken" bewiesen, dass der deutsche Hotelmarkt reif für neue Konzepte ist. So setzen Marken wie Moxy oder Elements ihre Expansion mit Hochdruck fort, während noch nicht in Deutschland vertretene Marken, wie z.B. Hotel 12, den Markteintritt suchen.

Hamburg 2014 mit den meisten Hotelzimmern

Regional gesehen verzeichnete Hamburg vor Berlin, München und Frankfurt im Jahr 2014 den stärksten Zimmerzuwachs, während in Dresden und Düsseldorf keine Hotels eröffneten.



Quelle: bulwiengesa AG

Top 10-Übersicht: Neue Hotelzimmer 2009 - 2014

Stadt	Anzahl Zimmer	Veränd. 2013/14
Berlin (inkl. Schönefeld)	16.715	+ 1.431
Hamburg	6.330	+ 1.682
München	4.797	+ 1.380
Frankfurt am Main	4.665	+ 1.315
Dresden	2.009	+/- 0
Düsseldorf	1.931	+/- 0
Köln	1.852	+ 563
Bremen	1.274	+ 304
Leipzig	1.072	+180
Stuttgart	968	+ 100

Quelle: bulwiengesa AG

Seit 2009 konzentriert sich die Bautätigkeit schwerpunktmäßig auf Berlin (rd. 16.700 neue Hotelzimmer), wobei knapp die Hälfte des Neubauvolumens bereits in 2009/10 realisiert wurde. Obwohl seitdem das Fertigstellungsvolumen in Berlin sinkt, ist von einem "Einbruch" keine Rede. Angesichts stark wachsender Tourismuszahlen bleibt Berlin neben Hamburg, München und Frankfurt der Hotspot für neue Hotelentwicklungen.

Hotelneubau durchschnittlich mit 150 Zimmern

2014 betrug die durchschnittliche Betriebsgröße im Hotelneubau rund 140 Zimmer, womit der Durchschnittswert der letzten Jahre von 150 Zimmer pro Betrieb unterschritten wird. Bei regionaler Betrachtung der Ergebnisse fällt auf, dass v. a. die Bautätigkeit im Osten Deutschlands stark von größeren Betrieben ab 201 Zimmern geprägt ist, deren Anteil dort bei rd. 46 % liegt. Deutschlandweit bestimmen jedoch nach wie vor Hotelneubauten mit einer Kapazität von 101 bis 200 Zimmern den Markt, eine Größenklasse, die auch in den meisten B- und C-Standorten eine markgerechte Dimensionierung darstellt.

Marken, die ihre Expansion auf die deutschen Großstädte konzentrieren, setzen weiterhin auf Größe. Mit im Durchschnitt 180 Zimmern pro Betrieb, ist ein Hotel in den deutschen Metropolen um rd. 54 % größer, als außerhalb der Magic Cities (im Durchschnitt 117 Zimmer pro Betrieb). So liegt die durchschnittliche Betriebsgröße der Marke A&O, die zu 86 % in den Magic Cities vertreten ist, bei 211 Zimmern. Ibis hingegen geht auch mit kleineren Formaten an den Start: Ein Ibis style Hotel hat im Durchschnitt "nur" 85 Zimmer.

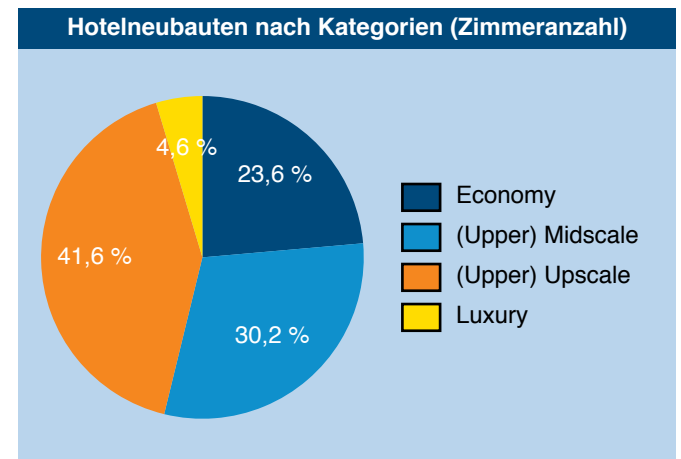
ibis budget, ibis styles), A&O sowie Holiday Inn (inkl. Express by Holiday Inn).

Top 3 Hotelmarken in Neubauten 2009 - 2014		
Marke	Zimmer	Anzahl
Motel One	7.723	28
B&B	5.166	49
ibis*	3.536	27

Quelle: bulwiengesa AG *ibis, ibis budget und ibis styles

Bei der räumlichen Expansion zeigen sich jedoch z. T. große Unterschiede. Während Motel One und A&O fast ausschließlich Standorte in den sog. Magic Cities belegt, entscheiden sich B&B und ibis (v. a. mit ibis styles) verstärkt auch für Lagen außerhalb dieser Städte. Noch ist B&B schwerpunktmäßig im Süden und Westen Deutschlands vertreten, während Motel One in den letzten Jahren verstärkt Richtung Osten expandierte.

Economy und Midscale holen auf

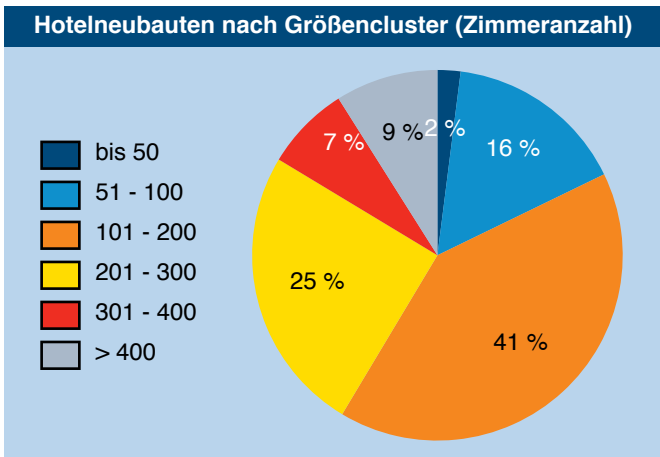


In den Jahren 2009 bis 2013 lag der Schwerpunkt aller Hotelöffnungen auf dem (Upper) Upscale-Segment (4*/4*+). In 2014 ist eine verstärkte Bautätigkeit in den Segmenten Economy und Midscale festzustellen, die besonders bei Geschäftsreisenden die bevorzugte Hotelkategorie darstellen. So steht das Budgethotel mittlerweile auch bei Investoren hoch im Kurs.

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.

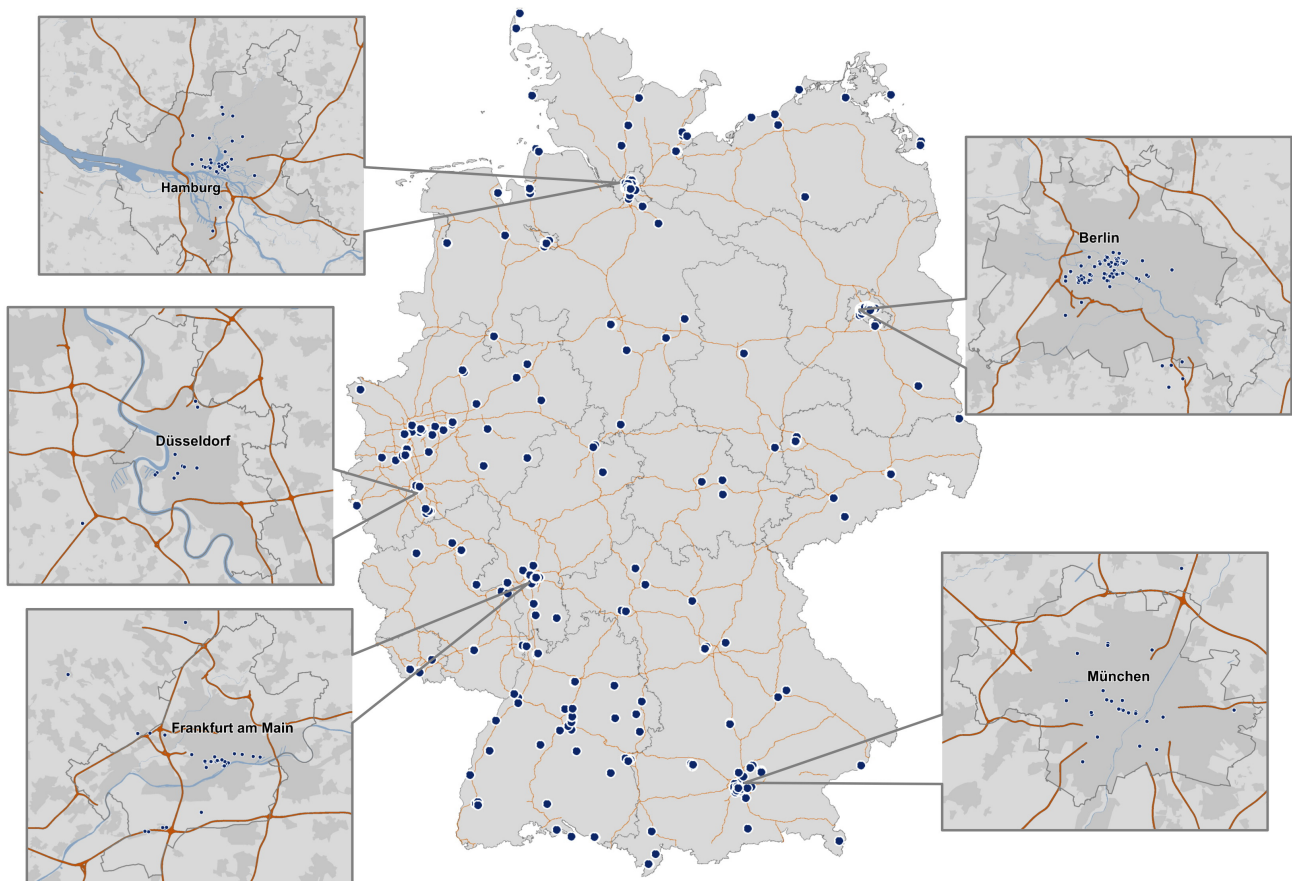
Sprechen Sie uns an !



Fünf Hotelmarken mit starker Expansion

Im Untersuchungszeitraum zeigt sich bei fünf Hotelmarken ein enormes Expansionstempo von mehr als 2.000 neuen Hotelzimmern. Neben B&B und Motel One, die bereits allein in 2014 jeweils mehr als 1.000 neue Hotelzimmer (sechs bzw. zehn Betriebe) fertigstellten, zählen hierzu auch die Marken ibis (inkl.

Übersicht Hotelneubauten in Deutschland 2009 - 2014



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
---	--	---	---