



Top 50: Der Boom hält an

Die 50 größten Hotelgesellschaften in Deutschland haben 2017 erneut ein Spitzenjahr erlebt. Bisher profitiert die Markenhotelserie offenbar davon, dass durch Kapazitätswachse Marktanteile neu verteilt werden.

Von Marina Behre

Das achte Wachstumsjahr in Folge haben die 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften in Deutschland mit dem Jahr 2017 hinter sich. Diese Erfolgsgeschichte ist schon für sich bemerkenswert. Noch beeindruckender ist aber, dass die Top 50 es tatsächlich geschafft haben, ihr Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr sogar noch zu steigern. 2016 legten die Erlöse der Ketten um 6,1 Prozent zu. 2017 nun haben die Hotelgruppen dieses Ergebnis mit einer Wachstumsrate von 7,3 Prozent noch getoppt.

Der Netto-Gesamtumsatz der 50 Großen erreichte damit 2017 die Summe von 9,35 Mrd. Euro. Rechnet man die geschätzten Werte heraus und berücksichtigt nur die Hotelgruppen, die selbst ihre Zahlen zur Verfügung haben, betrug der Gesamtumsatz lediglich 7,3 Mrd. Euro. Allerdings lag in dieser Gruppe das Umsatzwachstum mit 7,4 Prozent sogar noch etwas höher als bei allen Top-50-Gesellschaften.

Auch sonst stehen die Zeichen auf Wachstum bei den Hotelketten, die im Top-50-Ranking der AHGZ versammelt sind. Der Durchschnittsumsatz pro Hotel legte ebenso zu wie die Zahl der Hotels, die Zahl der Zimmer und die Durchschnittszahl der Zimmer pro Hotel. Gestiegen ist auch der Anteil der teilnehmenden Hotelgruppen, die ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr steigern konnten – von 92 auf 94 Prozent. Der Anteil der Kandidaten, die ihre Gewinnsituation mit „gut“ oder „sehr gut“ bewerten, hat sich

ebenfalls erhöht. Die durchschnittlichen Werte für Belegung, Netto-Zimmerpreis und Erlös pro Zimmer legten ebenso zu.

Diese hervorragenden Zahlen passen durchaus zu der Entwicklung im Deutschlandtourismus, wo von Jahr zu Jahr Rekorde bei Gästeankünften und Übernachtungszahlen aufgestellt werden. Allerdings profitiert von diesen guten Rahmenbedingungen nicht jeder Hotelbetrieb, wie aktuelle Zahlen nahelegen. So zeigen die Erhebungen des Beratungsunternehmens Fairmas, dass die Kennzahlen der deutschen Hotellerie im Durchschnitt nicht mit dem Tourismus-Boom mithalten können. Im Zeitraum Januar bis Mai 2018 stieg die Zahl der Gästeübernachtungen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 5 Prozent auf 167,9 Mio. Trotz dieser positiven Entwicklung stagniert der durchschnittliche RevPar (Erlös pro verfügbarem Zimmer) der Hotels in Deutschland im ersten Halbjahr 2018. Auch für den Vorjahreszeitraum weist Fairmas bereits eine Stagnation aus. Von 2014 bis 2016 ist der RevPar dagegen noch jährlich zwischen 2,2 Prozent und 3,2 Prozent gewachsen.

Dieser Vergleich mit dem breiten Markt der

deutschen Hotellerie zeigt, dass die Top 50 weit besser abschneiden als der Gesamtmarkt. Offenbar trifft der Verdrängungswettbewerb bisher vor allem kleinere privat geführte Hotels. Deren schlechtere Zahlen ziehen den Durchschnitt nach unten, während die erfolgreichen Ketten sogar vom Wettbewerb profitieren. Schließlich können sie oft mit brandneuen Häusern auftrumpfen, die auf dem aktuellen Stand der Technik sind, und ältere Hotels werden regelmäßig auf Vordermann gebracht. Manch ein Familienbetrieb, hinter dem keine Marke und Dachorganisation steht, kann sich das nicht in dem Maß leisten – und läuft Gefahr, so auf längere Sicht Gäste zu verlieren.

Hier kommt auch der seit 2012 andauernde Boom im Hotelimmobilienmarkt ins Spiel. Viel Geld, das investiert werden will, drängt in die Hotellerie und befeuert den Bau etlicher neuer Hotels. Die Kapazitäten sind in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Zuerst floss das Geld vor allem in die Top-Hotelmärkte, inzwischen sind auch kleinere Standorte auf der Landkarte der Investoren und Betreiber aufgetaucht. Marktsegmente, die zuvor als Nische eingestuft wurden, haben durch die Investitionslaune ebenfalls eine Ausweitung erfahren. Dazu gehört etwa die Budgethotellerie, die sich inzwischen stabil auf dem Markt etabliert hat. Seitdem sind Ferienhotels, Serviced Apartments und hybride Konzepte, die etwa Hotel und Hostel kombinieren, zu Investoren-Lieblingen geworden. Auch das Schlagwort „Lifestyle“ hat in der Hotellerie weite Kreise gezogen und etliche junge Marken inspiriert, die fleißig expandieren – von 25hours über Prizeotel und Ruby bis zu Niu oder Nyx.

Auch wenn die Ketten sich den Herausforderungen des Wettbewerbsdrucks bisher mit überdurchschnittlichem Erfolg stellen – auf Dauer kann die Flut neuer Hotelbetriebe auch ihnen Probleme bereiten. Rund eine Million neue Ho-

telzimmer allein im gehobenen Segment sollen in Deutschland in den nächsten paar Jahren auf den Markt kommen, hieß es kürzlich beim Deutschen Hotelimmobilien-Kongress in Hamburg. „Massive Kapazitätswachse können sich auf Auslastung und Rate auswirken“, gab der Hotelimmobilienexperte Thorsten Faach von BNP Paribas Real Estate dort zu bedenken.

Laut den präsentierten Zahlen wuchs die Übernachtungsnachfrage zwischen 2010 und 2017 in Deutschland um rund 30 Prozent und die Zahl der Hotelbetten um 10 Prozent. In den sieben Topstädten aber stiegen die Übernachtungszahlen zwar um 47 Prozent, aber auch die Zahl der Betten legte um 30 Prozent zu. Und das Wachstum ist weiter in vollem Gange.

Bisher haben die Ketten es verstanden, davon zu profitieren. Und wahrscheinlich werden sie auch dann die Nase vorn haben, wenn die Zeiten schwieriger werden. Denn gerade dann setzen Immobilieneigentümer und Geldgeber gern auf die Großen im Markt.

Aus dem Inhalt



Im Test Das Dormero Hotel Hannover will mit Ästhetik, Unterhaltung und Business punkten und versteht sich als „begehrtes zweites Zuhause“. Gelingt ihm das? AHGZ und Treugast waren vor Ort. **Seite 8**

Im Fokus Digitale Tools werden in Front- und Backoffice von Hotels immer wichtiger. Apps, Chat Bots und Steuerungssoftware bilden die Basis für zukunftsfähige IT-Lösungen, die Mitarbeiter entlasten und betriebliche Prozesse optimieren. **Seite 10**



Neue Marke: Die Hotelkette Hyatt kommt mit Andaz nach Deutschland

Foto: Hyatt

Nichts kann die **Top 50** bremsen

Die großen Hotelunternehmen sind weiter auf Wachstumskurs. Fast alle konnten zuletzt ihren Umsatz steigern. Auch Belegung, Netto-Zimmerpreis und die Gewinnschätzungen haben sich verbessert.

Von Marina Behre

Es ist schon Tradition: An der Spitze des AHGZ-Rankings der 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften in Deutschland gibt es keine großen Veränderungen (siehe Tabelle auf Seite 3). Platzhirsch Accorhotels liegt mit seinen mehr als 1,2 Mrd. Euro Jahresumsatz hierzulande mehr als eine halbe Milliarde Euro vor dem Zweitplatzierten, Best Western Hotels Deutschland, der rund 700 Mio. Euro Umsatz machte.

Trotzdem hat es innerhalb des Rankings einige Verschiebungen gegeben. Zwar gab es nur wenige Unternehmen, die Umsatzrückgänge verzeichneten, aber einige mit erheblichen Erlöszuwächsen. Nur ein Neueinsteiger hat diesmal den Sprung unter die Top 50 geschafft: Die Hotelgruppe Plaza steigt mit 49,3 Mio. Euro Umsatz gleich auf Rang 42 ins Ranking ein. Mit einem Umsatzplus von rund einem Drittel binnen Jahresfrist ist Plaza zudem eines der dynamischsten Unternehmen im diesjährigen Ranking.

Die Umsatzschwelle, die eine Gruppe erreichen muss, um ins Ranking einzusteigen, hat sich 2017 im Vergleich zum Vorjahr noch einmal kräftig erhöht. 2016 reichten weniger als 27 Mio. Euro Jahresumsatz aus, um sich unter die Top 50 einzureihen. Nun hat die Seminaris-Gruppe auf Rang 50 bereits einen Umsatz von 37,1 Mio. Euro vorzuweisen.

Immer spannend ist der Blick auf die Top-Durchschnittspreise (siehe Kasten unten). Spitzenreiter ist wie im Vorjahr die amerikanische Kette Hyatt, die hierzulande 2017 eine durchschnittliche Rate von 191 Euro netto aufrufen konnte. Im Hauptranking, das sich am Jahresumsatz orientiert, liegt sie auf Platz 20. Auf Platz 2 der Unternehmen mit den höchsten Durchschnittspreisen hat sich die DSR Hotel Holding GmbH mit einer Rate von 175 Euro geschoben. Im Jahr davor firmierte sie im Verbund mit Arcona Management unter Deutsche Hotel und Resort Holding. Dieses Jahr agieren beide wieder getrennt voneinander und haben daher ihre Zahlen separat eingereicht. Das hat beide Unternehmen im Hauptranking nach unten rutschen lassen, da das Vorgehen den Umsatz reduziert hat. Aber DSR hat die Einzelwertung bei den Zimmerpreisen nach oben katapultiert.

hotelier

Chefredakteur:
Rolf Westermann (V.i.S.d.P.)
Redaktion: Brit Glocke, Isabel Diez
Graphik: Harald Maier, Kerstin Gugel
E-Mail: ahgz@matthaes.de
Internet: www.ahgz.de



Aufwärtstrend: Die Top 50 wachsen weiter

Foto: bizvector/Thinkstockphotos.de

Denn während die Rate zusammen mit Arcona im Vorjahr bei 124 Euro lag, beträgt sie 2017 allein 175 Euro. Damit hat DSR Munich Hotel Partners auf Platz 3 verwiesen. Auch Travel Charme ist dadurch einen Platz tiefer auf Rang 4 gerutscht. Die Gruppe, die sich auf Ferienhotels spezialisiert hat, ist erst vor Kurzem von der Münchner Unternehmensgruppe Hirmer gekauft worden. Nachdem sich in den Vorjahren bei Travel Charme in Sachen Expansion nicht viel getan hat, kommt mit dem neuen Eigentümer wieder Wachstumsfantasie auf. Vielleicht verhilft das der Gruppe künftig wieder zu einem Aufschwung im Hauptranking, wo Travel Charme zuletzt Boden verloren hatte, weil es beim Umsatz mit expandierenden Konkurrenten nicht mithalten konnte.

Die Plätze getauscht haben unter den Unternehmen mit den Top-Durchschnittspreisen Fraatz Bartels und Althoff. Die Hamburger Hotelgruppe mit den beiden Häusern Hafen Hamburg und Empire Riverside konnte ihre Rate von 139 Euro auf 142 Euro steigern. Damit zog sie an der Althoff-Gruppe vorbei, deren Durchschnittsrate von 145 auf 140 Euro zurückging. Im Hauptranking ist Althoff mit seinen zehn Hotels der Marken Althoff und Ameron zwar ebenfalls einen Platz auf Rang 24 abgestiegen, konnte aber seinen Umsatz trotz der Preissenkung um 3,4 Prozent erhöhen und damit die 100-Millionen-Euro-Marke knacken. Der Grund ist eine deutlich erhöhte Zimmerbelegung: Die Auslastung verbesserte sich in einem Jahr von 72,7 Prozent auf 78,8 Prozent.

Wie schon im Vorjahr sind 25hours, Center Parcs und Sol Meliá Deutschland bei den Top-Durchschnittspreisen vertreten. Neu eingestiegen ist Fleming's Hotel Management mit 108 Euro auf Rang 10. In den Top 50 und damit auch in den Top-Durchschnittspreisen nicht mehr vertreten ist Seaside Hotels, das 2016 mit 113 Euro noch auf Platz 8 der Preistabelle lag.

Zahlreiche Veränderungen auf der Führungsebene

Zurück zum Hauptranking der Top 50. Die erste Veränderung im Vergleich zum Vorjahr ist, dass GCH (Rang 6) den Platz mit Maritim (Rang 7) getauscht hat. GCH hat 2017 seinen Umsatz um 7,3 Prozent gesteigert und dabei die Marke von 400 Mio. Euro durchbrochen. Die Erlöse legten von 382,3 Mio. Euro auf 410,2 Mio. Euro zu. Bei Maritim wuchs der Umsatz derweil um 2,8 Prozent und erreichte 395,4 Mio. Euro. Erst vor Kurzem hat Maritim seinen Geschäftsführer Gerd Prochaska in den Ruhestand verabschiedet. Der 65-Jährige war 43 Jahre für die Hotelgruppe tätig – 13 Jahre als Geschäftsführer und zuvor fast 30 als Regionaldirektor. Zudem war er lange Direktor der Maritim Hotels in Travemünde und Hamburg. Für jemanden, der das Unternehmen derart geprägt hat, einen passenden Nachfolger zu finden, dürfte keine leichte Aufgabe sein.

Von den 50 im Ranking vertretenen Unternehmen konnten fast alle – 47 – ihren Umsatz im Jahr 2017 erhöhen. Travel Charme Hotels & Resorts auf Platz 44 meldet als einzige Gruppe einen konstant gebliebenen Umsatz. Und nur zwei Ketten verzeichneten Umsatzeinbußen. Eine davon ist Welcome Hotels, deren Umsatz um 4,7 Prozent auf 59,4 Mio. Euro zurückgegangen ist. Damit liegt die Hotelgruppe, bei der sich in den vergangenen Jahren einiges verändert hat, auf Platz 36. Die Welcome Hotelgruppe gehörte zunächst zur Warsteiner-Gruppe und wurde 2016 von der britischen Private-Equity-Gesellschaft Terra Firma übernommen. Erst vor wenigen Monaten wurde der langjährige Steigenberger-Chef Karl Schattmaier (70) zum Executive Chairman und CEO der Hotelgruppe berufen. „Insbesondere zum jetzigen Zeitpunkt der Unternehmensentwicklung sehe ich meiner neuen Aufgabe mit Spannung und Vorfreude entgegen“, sagte er beim Amtsantritt. Zuletzt war Schattmaier im Aufsichtsrat der Thomas Cook AG tätig. Christian Kettlitz, der vorige CEO, hatte Welcome kurz davor verlassen. Als Grund nannte das Unternehmen unterschiedliche Auffassungen zur zukünftigen Strategie der Hotelgruppe.

Ebenfalls im Minus liegt Carlton K.G. Nürnberg, deren Erlöse um 7,8 Prozent auf 49,4 Mio. Euro schrumpften. Zwar gelang es dem Unternehmen, 2017 die Belegung seiner neun Hotels um rund 1 Prozentpunkt auf 74,3 Prozent zu steigern, doch der von 107 auf 97 gefallene Netto-Zimmerpreis schlug deutlich auf den Umsatz durch. Carlton rutscht damit von Rang 34 auf Rang 41 ab.

Aber es gibt auch etliche Top-50-Unternehmen, die die durchschnittliche Umsatzsteigerung von immerhin schon 7,3 Prozent locker überbieten. So kann die HR Group auf ein Umsatzplus von 52,4 Prozent verweisen, was sie auf Platz 22 im Ranking befördert hat. Dass die No-

Fortsetzung auf Seite 4

Anzeige

Ihr Kompletteinrichter
PLANEN | GESTALTEN | FERTIGEN

ziefleko

Hotel- und Objekteinrichtung · Innenausbau

Hotel Prinzregent Edenkoben
© Fotograf Andreas Rehlhopp

Im Talblick 8 · 72178 D-Waldachtal
Telefon +49(0)7445-8505-0 · Fax +49(0)7445-8505-30

www.ziefleko.de
info@ziefleko.de

Top Durchschnittspreise 2017*

Rang 2017	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz		◊-Preis je verk.	
		in Mio. Euro	Betriebe / Zimmer	Zimmer (netto) in € 2017	2016
1	Hyatt Corporation	123,6	5 / 1471	191	182
2	DSR Hotel Holding GmbH	99,0	7 / 1075	175	174
3	Munich Hotel Partners GmbH	85,9	5 / 1447	168	165
4	Travel Charme Hotels & Resorts AG	42,7	8 / 922	147	142
5	Fraatz Bartels Unternehmensgruppe	53,7	2 / 707	142	139
6	Althoff Hotels	100,2	10 / 1298	140	145
7	25hours Hotel Company	39,4	5 / 541	138	131
8	Center Parcs	112,2	5 /	112	108
9	Sol Meliá Deutschland GmbH	157,4	27 / 4407	109	108
10	Fleming's Hotel Management GmbH	76,2	15 / 2086	108	106

*soweit angegeben

Graphik: AHGZ

AHGZ-Ranking der Top 50 Hotelgesellschaften 2017

Rang 2017	Rang 2016	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz in Mio. Euro		Veränderung in %	Zahl der Betriebe in Deutschland		Zahl der Zimmer		Ø-Zimmerbelegung in %		Ø-Netto-Zimmer- Preis in Euro		Zimmer- Umsatz p. a. in Euro	
			2017	2016		2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016		
-	1	1	Accorhotels	1232,0	1167,0	5,6	358	355	47.755	47.465	71,9	71,9	-	-	25.798
-	2	2	Best Western Hotels Deutschland ²	702,7	690,0	1,8	208	200	19.934	19.019	72,7	72,5	89	89	35.251
-	3	3	Intercontinental Hotels Group	685,5*	638,9*	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	4	4	Steigenberger Hotels AG	495,6	465,8	6,4	76	73	13.722	13.027	68,9	68,4	101	99	36.117
-	5	5	H-Hotels	420,0	406,0	3,4	59	60	8653	8873	71,7	70,2	96	82	48.538
↑	6	7	GCH Hotels Group	410,2*	382,3	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↓	7	6	Maritim Hotelgesellschaft mbH	395,4	384,5	2,8	33	34	9.674	9.922	65,3	63,5	101	98	40.872
-	8	8	Event Hotels	373,2	312,8	19,3	50	46	10.661	9.409	75,3	72,5	95	90	35.006
-	9	9	Hilton Worldwide	334,0*	311,3*	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	10	10	NH Hoteles Deutschland GmbH	313,0	311,0	0,6	58	59	10.348	10.448	70,0	69,0	85	85	30.247
-	11	11	Motel One Group	282,6	259,4	8,9	44	40	12.250	10.274	78,6	79,9	76	74	23.069
-	12	12	Fattal -Leonardo Hotels Group, Sunflower Management GmbH & Co. KG	275,0	256,0	7,4	46	44	8.076	7.763	78,7	77,1	-	-	34.052
↑	13	14	Dorint GmbH	252,5	247,0	2,2	36	35	5.866	5.795	66,0	66,0	106	104	43.045
↓	14	13	Rezidor Hotel Group	232,4*	216,6*	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	15	15	Kempinski AG	211,9*	197,5*	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↑	16	20	Novum Group	184,0	134,0	37,3	96	73	9.166	5.848	78,0	80,0	69	67	20.074
↓	17	16	Lindner Hotels AG	159,0	155,0	2,6	24	24	3.950	3.950	68,0	68,0	104	103	40.253
-	18	18	Sol Meliá Deutschland GmbH	157,4	143,7	9,5	27	27	4.407	4.326	71,4	71,7	109	108	35.705
-	19	19	B & B Hotels GmbH	155,2	133,2	16,5	102	90	10.525	9.131	65,0	65,7	63	59	14.746
↑	20	21	Hyatt Corporation	123,6	116,3	6,2	5	5	1.471	1.471	75,2	73,6	191	182	84.004
↑	21	22	Center Parcs	112,2	105,8	6,0	5	5	-	-	74,0	73,0	112	108	-
↑	22	30	HR Group	106,1	69,6	52,4	30	21	4.157	3.054	63,8	68,6	82	81	25.523
↑	23	24	RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH	101,1	90,7	11,5	24	23	3.131	2.932	60,8	60,6	96	89	32.290
↓	24	23	Althoff Hotels	100,2	96,9	3,4	10	10	1.298	1.298	78,8	72,7	140	145	77.196
↓	25	17	DSR Hotel Holding GmbH ¹	99,0	94,0	5,3	7	7	1.075	1.067	75,1	75,9	175	174	92.093
↓	26	25	Mövenpick Hotels Deutschland GmbH	92,2*	85,9	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↓	27	26	A & O Hostels and Hotels Holding AG	90,2	83,7	7,8	25	24	4.980	4.872	73,4	71,4	103	100	18.112
↑	28	29	Munich Hotel Partners GmbH	85,9	71,8	19,6	5	4	1.447	1.249	73,0	71,7	168	165	59.364
↓	29	27	Fleming's Hotel Management GmbH	76,2	74,7	2,0	15	14	2.086	2.009	67,9	68,5	108	106	36.529
↓	30	28	Van der Valk Hotels	74,3	73,5	1,1	13	13	1.824	1.824	68,5	68,7	73	72	40.735
-	31	31	Vienna House	71,2	62,4	14,1	16	15	2.427	2.256	66,0	60,0	86	86	29.337
↑	32	33	Foremost Hospitality GmbH	68,5	58,6	16,9	17	13	2.539	1.821	83,6	83,7	96	94	26.979
↑	33	35	Dormero Deutschland Betriebs GmbH	61,2	52,8	15,9	17	12	2.262	1.733	63,3	60,0	83	83	27.056
↓	34	17	Arcona Management GmbH ¹	60,6	57,1	6,1	16	15	1.625	1.526	70,8	71,5	91	88	37.292
↑	35	39	Choice Hotels Franchise GmbH	60,0	46,7	28,5	37	38	3.857	3.549	-	-	-	-	15.556
↓	36	32	Welcome Hotels GmbH	59,4	62,3	-4,7	11	13	1.679	1.877	64,0	62,6	89	85	35.378
↓	37	36	Achat Hotels Deutschland	56,2	51,2	9,8	29	27	3.261	3.185	59,0	58,2	61	60	17.234
↓	38	36	Fraatz Bartels Unternehmensgruppe	53,7	51,3	4,7	2	2	707	707	89,5	87,5	142	139	75.955
↓	39	38	Göbel Hotels	50,3	48,5	3,7	15	14	1.395	1.322	65,0	70,0	70	68	36.050
↑	40	42	Success Hotel Management GmbH	49,5	40,8	21,3	15	15	1.768	1.768	75,8	73,9	-	-	28.009
↓	41	34	Carlton K.G. Nürnberg	49,4	53,6	-7,8	9	9	1.510	1.510	74,3	73,2	97	107	32.715
↑	42	NEU	Plaza Hotelgroup GmbH	49,3	37,9	30,2	24	18	2.865	2.289	63,1	61,2	66	63	17.197
↑	43	45	Relexa Hotel GmbH	45,1	43,1	4,6	10	10	1.390	1.390	68,0	64,8	80	81	32.446
↓	44	40	Travel Charme Hotels & Resorts AG	42,7	42,7	0,0	8	8	922	922	65,0	65,0	147	142	46.312
↓	44	43	Meininger Holding GmbH	42,7*	39,8*	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↓	46	41	IFA Hotel & Touristik AG	41,6	41,0	1,5	4	4	1.441	1.441	68,0	68,0	73	71	28.869
-	47	47	Ahorn Hotels	40,2	36,0	11,7	5	5	1.648	1.648	65,6	61,6	64	61	24.393
↓	48	47	25hours Hotel Company	39,4	36,0	9,4	5	5	541	541	80,3	77,2	138	131	72.828
↓	49	44	Arcotel Hotel AG	38,4	36,9	4,1	5	5	874	874	87,9	87,8	106	101	43.936
↓	50	49	Seminaris Hotel- und Kongressstätten Betriebs-GmbH	37,1*	34,6*	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* geschätzt, ¹ laufen nicht mehr als Deutsche Hotel & Resort Holding GmbH, sondern werden einzeln ausgewiesen, ² Zahl der Betriebe: in 2016 bereinigt um die Abgänge zum 1. 1. 2016; in 2017 inkl. Neuzugänge 2017 und Abgänge zum 1. 1. 2018 Grafik: AHGZ

Betriebsstruktur 2017*

Hotelgesellschaft (Nettoumsatz 2017 in Deutschland in Mio. Euro gesamt)	Betriebsart	Nettoumsatz in Mio. Euro		Anzahl der Hotelbetriebe in Deutschland	
		2017	2016	2017	2016
Accor Hospitality Germany GmbH (1232,0)	Eigenbetriebe	803,3	779,9	198	201
	Managementbetriebe	66,7	50,6	4	4
	Franchisebetriebe	362,2	336,1	156	150
Best Western Hotels Deutschland (702,7)	Franchisebetriebe	702,7	690,0	208	200
	Managementbetriebe	68,1	61,0	10	10
	Pachtbetriebe	330,8	313,8	50	48
Steigenberger Hotels AG (495,6)	Franchisebetriebe	96,8	91,0	16	15
	Eigenbetriebe	158,0	155,0	18	20
	Managementbetriebe	1,0	1,0	1	1
H-Hotels (Hospitality Alliance AG / Ramada Hotels (420,0))	Pachtbetriebe	256,0	250,0	37	39
	Franchisebetriebe	5,0	0,0	3	0
	Eigenbetriebe	254,9	242,0	22	22
Maritim Hotelgesellschaft mbH (395,4)	Managementbetriebe	13,9	13,9	3	3
	Pachtbetriebe	123,6	125,6	7	8
	Franchisebetriebe	3,0	3,0	1	1
Event Hotels (373,2)	Managementbetriebe	373,2	312,8	50	46
	Eigenbetriebe	22,0	21,0	5	5
NH Hoteles Deutschland GmbH (313,0)	Pachtbetriebe	286,0	285,0	53	54
	Eigenbetriebe	-	-	10	10
Motel One Group (282,6)	Pachtbetriebe	-	-	34	30
	Eigenbetriebe	-	-	22	20
Fattal - Leonardo Hotels Group, Sunflower Management GmbH & Co. KG (275,0)	Managementbetriebe	-	-	1	1
	Pachtbetriebe	-	-	23	21
	Franchisebetriebe	-	-	2	2
Dorint GmbH (252,5)	Managementbetriebe	23,5	26,0	5	5
	Pachtbetriebe	201,0	206,0	25	24
	Franchisebetriebe	28,0	15,0	6	6
Novum Group (184,0)	Pachtbetriebe	140,2	109,8	81	62
	Eigenbetriebe	11,1	10,6	9	9
	Franchisebetriebe	17,4	3,0	6	2
Lindner Hotels AG (159,0)	Managementbetriebe	35,0	40,0	6	7
	Pachtbetriebe	110,0	105,0	15	15
	Franchisebetriebe	14,0	10,0	3	2
Sol Meliá Deutschland GmbH (157,4)	Pachtbetriebe	157,4	143,7	27	27
	Franchisebetriebe	151,2	129,9	-	-
B & B Hotels GmbH (155,2)	Franchisebetriebe	3,2	3,3	-	-
	Managementbetriebe	-	-	1	1
Hyatt Corporation (123,6)	Pachtbetriebe	-	-	4	4
	Pachtbetriebe	112,2	105,8	5	5
Center Parcs (112,2)	Eigenbetriebe	6,2	6,5	3	4
	Pachtbetriebe	94,9	84,2	21	19
RIMC International Hotel Resort Management & Consulting GmbH (101,1)	Pachtbetriebe	84,7	81,5	8	8
	Managementbetriebe	10,4	10,5	1	1
	Eigenbetriebe	5,1	4,9	1	1
Althoff Hotels (100,2)	Pachtbetriebe	99,0	94,0	7	7
	Eigenbetriebe	90,2	83,7	25	24
DSR Hotel Holding GmbH (99,0)	Pachtbetriebe	85,9	71,8	5	4
	Franchisebetriebe	85,9	71,8	5	4
	Eigenbetriebe	72,7	74,7	14	14
A & O Hotels and Hostels (90,2)	Managementbetriebe	3,5	-	1	0
	Eigenbetriebe	74,3	73,5	13	13
Munich Hotel Partners GmbH (85,9)	Pachtbetriebe	25,3	22,8	11	11
	Managementbetriebe	12,9	13,9	2	2
	Pachtbetriebe	33,0	25,7	3	2
Fleming's Hotel Management GmbH (76,2)	Franchisebetriebe	68,1	58,1	16	12
	Eigenbetriebe	0,4	0,5	1	1
Van der Valk Hotels (74,3)	Pachtbetriebe	61,2	52,8	17	12
	Eigenbetriebe	60,6	57,1	16	15
Vienna House (71,2)	Pachtbetriebe	60,0	46,7	37	38
	Franchisebetriebe	21,8	20,7	4	4
	Managementbetriebe	4,9	7,9	1	2
Foremost Hospitality GmbH (68,5)	Pachtbetriebe	32,7	33,6	6	7
	Eigenbetriebe	56,2	51,2	29	27
Dormero Deutschland Betriebs GmbH (61,2)	Pachtbetriebe	53,7	51,3	2	2
	Eigenbetriebe	50,3	48,5	15	14
Arcona Management GmbH (60,6)	Managementbetriebe	3,8	3,5	1	1
	Pachtbetriebe	45,7	37,3	14	14
	Eigenbetriebe	36,1	39,7	5	5
Choice Hotels Franchise GmbH (60,0)	Pachtbetriebe	13,3	13,9	4	4
	Eigenbetriebe	49,3	37,9	24	18
Welcome Hotels GmbH (59,4)	Eigenbetriebe	32,6	30,1	7	-
	Managementbetriebe	12,5	13,0	3	-
	Pachtbetriebe	5,1	2,3	2	1
Achat Hotels Deutschland (56,2)	Pachtbetriebe	37,6	40,4	6	7
	Eigenbetriebe	41,6	41,0	4	4
Fraatz Bartels Unternehmensgruppe (53,7)	Eigenbetriebe	40,2	36,0	5	5
	Eigenbetriebe	39,4	36,0	5	5
Göbel Hotels (50,3)	Pachtbetriebe	38,4	36,9	5	5
	Eigenbetriebe	3,8	3,5	1	1
Success Hotel Management GmbH (49,5)	Pachtbetriebe	45,7	37,3	14	14
	Eigenbetriebe	36,1	39,7	5	5
	Pachtbetriebe	13,3	13,9	4	4
Carlton K.G. Nürnberg (49,4)	Eigenbetriebe	49,3	37,9	24	18
	Eigenbetriebe	32,6	30,1	7	-
Plaza Hotelgroup GmbH (49,3)	Pachtbetriebe	12,5	13,0	3	-
	Managementbetriebe	5,1	2,3	2	1
	Pachtbetriebe	37,6	40,4	6	7
Relexa Hotel GmbH (45,1)	Eigenbetriebe	41,6	41,0	4	4
	Eigenbetriebe	40,2	36,0	5	5
Travel Charme Hotels & Resorts AG (42,7)	Pachtbetriebe	39,4	36,0	5	5
	Eigenbetriebe	38,4	36,9	5	5
IFA Hotel & Touristik AG (41,6)	Eigenbetriebe	41,6	41,0	4	4
	Eigenbetriebe	40,2	36,0	5	5
Ahorn Hotels (40,2)	Eigenbetriebe	40,2	36,0	5	5
	Pachtbetriebe	39,4	36,0	5	5
25hours Hotel Company (39,4)	Pachtbetriebe	38,4	36,9	5	5
	Pachtbetriebe	38,4	36,9	5	5
Arcotel Hotel AG (38,5)	Pachtbetriebe	38,4	36,9	5	5

* soweit angegeben

Grafik: AHGZ

Fortsetzung von Seite 2

Nichts kann...

vum-Gruppe aus Hamburg mit 37,3 Prozent ein hohes Wachstum meldet, dürfte niemanden in der Branche erstaunen. Schließlich dominiert die Gruppe mit Meldungen über Neueröffnungen fast im Wochentakt derzeit den deutschen Hotelmarkt. Das bringt ihr Platz 16 ein. Um 30,2 Prozent konnte die Plaza Hotelgroup ihren Umsatz erhöhen, die als Neueinsteiger auf Anhieb Platz 42 belegt. Ebenfalls stark gewachsen sind 2017 Choice (Platz 35), Success Hotel Management (Platz 40), Munich Hotel Partners (Platz 28), Event Hotels (Platz 8), B & B (Platz 19) sowie Foremost, Dormero und Vienna House. Die drei Letztnannten belegen im Ranking die benachbarten Plätze 32, 33 und 31.

Einblicke in die Strategie der Top 50 gibt die Tabelle zur Betriebsstruktur (links). Auch hier steht Accorhotels ganz oben. Die deutsche Tochter des französischen Konzerns hat mit drei Hotels mehr als im Vorjahr 2017 ihren Erlös um 5,6 Prozent erhöht. Die Aufteilung nach Betriebsarten hat sich dabei verschoben: Während Accorhotels drei Eigenbetriebe abgegeben und nun noch 198 davon im Portfolio hat, nahm die Zahl der Franchisebetriebe um sechs zu. 2017 wurden damit 156 Hotels von Franchisenehmern unter Accor-Flagge geführt. Die Zahl der Managementbetriebe blieb mit vier konstant.

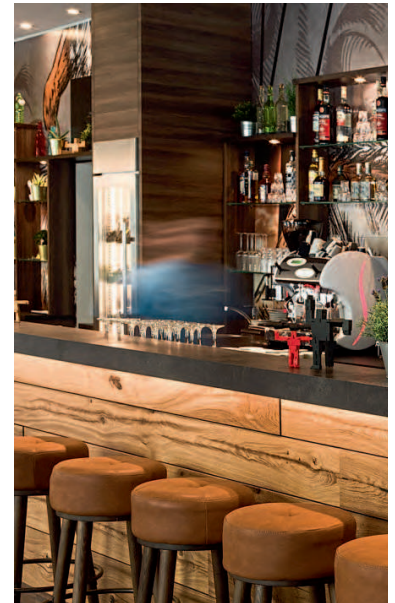
Accorhotels ist weiter auf Einkaufstour

Accorhotels stellt sich strategisch derzeit neu auf, kauft Unternehmen und Marken zu und entwickelt sich immer mehr in Richtung Reisekonzern. Mit dem Teilverkauf seiner Immobilien-sparte Accorinvest hat Unternehmenschef Sébastien Bazin 4,6 Mrd. Euro eingenommen. Einge-kauft hat er unter anderem die Luxusmarken Fairmont, Raffles und Swissôtel, deren Zahlen dieses Jahr erstmals bei Accorhotels konsolidiert ins Ranking einfließen. Auch Mövenpick Hotels, im aktuellen Ranking für 2017 noch eigenständig aufgeführt, gehört inzwischen zum Accor-Hoteluniversum. An der deutschen Marke 25hours ist Accorhotels beteiligt. Die Fluglinie Air France KLM steht ebenfalls auf der Wunschliste der Franzosen.

Überhaupt scheint Accorhotels noch eine lange Einkaufsliste in der Schublade zu haben. Jedenfalls hat das Unternehmen gerade erst eine Vereinbarung für eine neue Kreditlinie im Wert von 1,2 Mrd. Euro mit einem Konsortium aus 15 Banken unterzeichnet. Diese ersetzt laut Unternehmen eine nicht beanspruchte Kreditlinie im Wert von 1,8 Mrd. Euro, die im Juni 2014 unterzeichnet und infolge der Veräußerung von Accorinvest auf 1,2 Mrd. Euro reduziert worden sei. Die neue Kreditlinie besitzt eine Laufzeit von fünf Jahren und kann zweimal um ein weiteres Jahr verlängert werden. Auch personell hat Ac-

Neu im Ranking: Die Plaza Hotel Group landet mit nun 24 Betrieben (vorher 18) und einem Umsatz von 49,3 Mio. Euro auf Platz 42

Foto: Plaza Hotel Group



Neue Marke: Novum will Niu am Markt etablieren

Foto: Novum Hotel Group

corhotels in Europa einige Veränderungen eingeleitet und gerade erst Laurent Picheral als CEO für Zentraleuropa durch Duncan O'Rourke ersetzt – wobei auch Picheral, der innerhalb des Konzerns wechselt, diesen Posten nur einige Monate bekleidete. Aber auch wenn die Personalpolitik von Accorhotels für Außenstehende eher verwirrend ist, kann man dem Unternehmen den wirtschaftlichen Erfolg nicht absprechen.

Bei Swissôtel in Deutschland steht allerdings eine Halbierung des Portfolios bevor: Im November 2018 wird das Berliner Haus schließen, weil der Eigentümer mit der Immobilie andere Pläne hat. Damit gibt es dann nur noch ein Hotel der Marke in Bremen.

Die Fattal-Gruppe, zu der Leonardo Hotels gehört, wächst in Deutschland ebenfalls. Bereits 2017 kamen zwei Betriebe dazu. Im laufenden Jahr wurden schon ein Leonardo Royal in Ulm und ein Leonardo Bad Kreuznach eröffnet. In München steht der Start des ersten Hauses der jungen Lifestyle-Marke Nyx unmittelbar bevor. In Düsseldorf und Mannheim sollen Bestands-hotels ebenfalls noch 2018 umgebaut und unter dem Label Nyx wiedereröffnet werden.

Kräftig zugelegt hat wie erwähnt beim Umsatz und bei der Zahl der Betriebe Novum. 2016 führte die Gruppe aus Hamburg noch 73 Hotels in Deutschland, 2017 waren es 96. Besonders stark zugelegt hat die Zahl der Pachtbetriebe, die sich von 62 auf 81 erhöhte. Die Zahl der Eigenbetriebe blieb mit neun konstant, die der Franchisebetriebe erhöhte sich von zwei auf sechs. Vor allem die junge Lifestyle-Marke Niu, von Novum selbst kreiert, sorgt mit zahlreichen Neubauprojekten weiterhin für Wachstum. Zwei Hotels haben 2018 bereits ihre Pforten geöffnet – das Niu Cob-



bles in Essen und das Niu Saddle in Fürth. In Berlin, Kiel und Lübeck sollen dieses Jahr noch drei weitere folgen. CEO David Etmann kündigte im AHGZ-Interview bereits an, dass auf die rund 84 Mio. Euro Umsatz des Jahres 2017 im laufenden Jahr rund 225 Mio. Euro folgen sollen. Das Wachstum soll künftig in erster Linie durch Neubauten stattfinden, nicht wie zuvor durch Übernahmen und Umfirmierungen. Als Franchisenehmer von Wyndham wird Novum künftig auch mit dessen Budgetmarke Super 8 expandieren. Bereits aktiv ist Novum als Franchisenehmer von Accorhotels, Intercontinental Hotels Group, Choice und Best Western.

Gewinnsituation der Top 50 hat sich nochmals verbessert

Dormero, das die Zahl seiner Pachtbetriebe binnen eines Jahres von zwölf auf 17 erhöht hat, will sich darauf nicht ausruhen. Gründer Marcus Wöhrli will in fünf Jahren mindestens 35 Hotels führen und mehr als 100 Mio. Euro Umsatz machen. 2017 lagen die Erlöse bei rund 60 Mio. Euro. Choice hat es 2017 geschafft, mit einem Betrieb weniger als im Vorjahr den Umsatz um 28,5 Prozent zu erhöhen. Im Herbst 2018 soll das erste Haus der neuen Marke Ascend Collection in Köln öffnen, das V8-Hotel in der Motorworld.

Wie kräftig die 50 Hotelgruppen, die in Deutschland am meisten Umsatz machen, auch 2017 wieder zugelegt haben, illustriert der Kasten „Kennziffern“ auf Seite 5. Mit einer Wachstumsrate von 7,3 Prozent, um die ihre Erlöse im Vergleich zum Vorjahr gestiegen sind, toppen sie sogar noch die von 2016 (6,1%).

Der Gesamtumsatz der Top 50 erreichte damit stolze 9,35 Mrd. Euro. Der durchschnittliche Umsatz pro Hotel stieg um 1,6 Prozent auf nun 4,56 Mio. Euro. Die Zahl der Hotels, die die Top 50 unter ihren Fittichen haben, legte um 5,7 Prozent zu auf 1601. Noch etwas stärker stieg mit 6,4 Prozent die Zimmerzahl, die 2017 mehr als 229.000 ausmachte. Damit hat auch die Hotelgröße leicht zugenommen: Das durchschnittliche Top-50-Haus hatte 2017 demnach 143 Zimmer, eines mehr als im Vorjahr.

Die guten Ergebnisse der Top 50 sind dabei nicht nur auf eine kleinere Zahl besonders erfolgreicher Ketten zurückzuführen, die womöglich die Statistik dominieren. Die Auswertung zeigt vielmehr, dass 94 Prozent der teilnehmenden Hotelketten 2017 ihren Umsatz steigern konnten. Dieser Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr, als das auf 92 Prozent zutraf, noch einmal gestiegen. Nur 4 Prozent berichten von Umsatzeinbußen, 2016 waren es noch 8 Prozent. Auch

Kennziffern 2017

	2017	2016	Veränderung in Prozent
Nettogesamtumsatz inkl. Schätzwert in Mrd. Euro	9,35	8,71	7,3
Nettogesamtumsatz exkl. Schätzwert in Mrd. Euro	7,30	6,80	7,4
Durchschnittlicher Umsatz pro Hotel in Mio. Euro*	4,56	4,49	1,6
Anzahl der Hotels*	1.601	1.514	5,7
Anzahl der Zimmer*	229.167	215.385	6,4
Durchschnittliche Anzahl der Zimmer*	143,0	142,0	0,7
Wie viele Hotelgesellschaften haben Plus gemacht?*	94,0	92,0	
Wie viele Hotelgesellschaften haben Minus gemacht?*	4,0	8,0	
Gewinnsituation*			
sehr gut	48,5	43,6	
gut	59,0	51,3	
noch zufriedenstellend	2,6	5,1	
schwach	0,0	0,0	
schlecht	0,0	0,0	
Durchschnittliche Zimmerbelegung*	71,2	70,4	1,1
Durchschnittlicher Zimmerpreis netto*	100,7	98,4	2,3
Durchschnittlicher Zimmerumsatz *	37.955,2	36.915,7	2,8
Durchschnittlicher Anteil Beherbergung *	69,1	68,5	
Durchschnittlicher Anteil F&B *	26,4	25,8	
In der Gesellschaft ist die Mitarbeiterzahl*			
gestiegen	65,9	61,0	
gleich geblieben	29,3	29,3	
gesunken	4,9	9,8	

* soweit angegeben

Grafik: AHGZ

die Gewinnsituation stellt sich noch einmal positiver dar als vor einem Jahr. So stuften 48,5 Prozent ihre Gewinnsituation als „sehr gut“ ein, im Vorjahr taten das 43,6 Prozent. Auch der Anteil der Hotelgruppen, deren Gewinnsituation sich mit „gut“ umschreiben lässt, ist weiter gestiegen – von 51,3 Prozent auf nun 59 Prozent. Die restlichen 2,6 Prozent sehen ihre Gewinnsituation als „noch zufriedenstellend“ an. Wirklich negative Einschätzungen kamen – wie schon im Vorjahr – gar nicht zum Tragen.

Kein Wunder also, dass auch die Zimmerbelegung um 1,1 Prozent auf 71,2 Prozent gestiegen ist. Der Netto-Zimmerpreis erhöhte sich im Jahresvergleich um 2,3 Prozent auf 100,70 Euro. Der durchschnittliche jährliche Umsatz pro Zimmer legte um 2,8 Prozent zu auf rund 37.955 Euro. Die Anteile der Geschäftsbereiche Logis (65,9%)

sowie F&B (26,4%) haben sich seit 2016 leicht erhöht. Damit ist die Einnahmequelle „Sonstiges“, die etwa als Profitcenter geführte Wellnessbereiche oder Shops beinhaltet, gegenüber den Kerngeschäftsfeldern der Hotellerie derzeit auf dem Rückzug.

Und Fachkräftemangel hin oder her: Bisher schaffen es die Top 50, neue Mitarbeiter zu akquirieren, die sie für ihren Expansionskurs brauchen. Jedenfalls ist bei rund zwei Dritteln (65,9%) die Zahl der Mitarbeiter gestiegen. Im Vorjahr war das bei 61 Prozent so gewesen. Der Anteil der Hotelgesellschaften mit konstantem Personalbestand verharrt bei 29,3 Prozent. Nur 4,9 Prozent der Teilnehmer beschäftigten 2017 weniger Mitarbeiter als zuvor – dieser Anteil hat sich damit im Vergleich zu 2016 halbiert, als das noch auf 9,8 Prozent zutraf.

Anzeige

Einer für alles.
Nehmen Sie uns
beim Wort.

Als Generalunternehmer erfüllen wir höchste Ansprüche an Planung, Realisierung und Betreuung. Für Ihren Erfolg!



VOGLAUER

HOTEL CONCEPT

www.voglauer.com