

Hotelinvestment-Attraktivitäts-Index
Hotel-Investment-Attractiveness-Index
H.A.I.

Deutschland
Germany
2010

Impressum Imprint

Schutzgebühr nominal charge
€ 690,- (zuzüglich 7 % Mehrwertsteuer)/€ 690,- net

1. Auflage 2010, München/Berlin
© by TREGAST International Institute GmbH und
Colliers Hotel GmbH
ISBN: 978-3-9812789-5-8

Der Hotelinvestment-Attraktivitäts-Index (H.A.I.)
einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich
vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der
vorherigen Zustimmung des Tregast International
Institute of Applied Hospitality Sciences GmbH und
Colliers Hotel GmbH oder einer mit ihnen mittel-
bar oder mittelbar verbundenen Gesellschaft.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbei-
tungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die
Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen
Systemen.

All rights reserved. No part of this publication may be
reproduced or transmitted in any form or by any means,
electronic or mechanical, including photocopying, recording,
or by any information storage and retrieval system, with-
out the written permission of the publishers.

Grafikdesign und Satz: Bauers Büro., Herrsching
Bildnachweis fotos
S. 20, 42, 48, 50, 56, 58, 62, 86, 90, 92, 100, 104, 122,
124, 134: Fotolia; S. 22: Stadt Augsburg Medien-
und Kommunikationsamt; S. 24: Pierre Adenis;
S. 26: Bielefeld Marketing GmbH; S. 28: Stadt Bochum;
S. 30: Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/
Rhein-Sieg/Ahrweiler; S. 32: Braunschweig Stadt-
marketing/ Knut Amtenbrink; S. 34: BTZ Bremer
Touristik-Zentrale; S. 36: BIS/Fotograf Scheen; S. 38:
CMT Tourismus Chemnitz GmbH; S. 40: Boguslaw
Świtala; S. 44: Stadt Dortmund/ Gerd P. Müller; S. 46,
52: Istockphoto; S. 54: Stadt Erlangen; S. 60: Freiburg
Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG,
Karl-Heinz Raach; S. 64: Stadtmaking Gesellschaft
Gelsenkirchen; S. 66: K. T. Raab; S. 68: Thomas Zieg-
ler, Stadt Halle (Saale); S. 70: www.mediaserver.
hamburg.de, C. Spahrier; S. 72: Hannover Marketing
und Tourismus GmbH; S. 74: Heidelberg Marketing
GmbH; S. 76: Heilbronn Marketing GmbH; S. 78:
Ingolstadt Tourismus- und Congress GmbH; S. 80:
Stadt Jena; S. 82: KMK, Karlsruher Messe- und
Congress-GmbH; S. 84: Kassel Marketing GmbH;
S. 88: KölnTourismus GmbH/Andreas Moltgen;
S. 94: Stadt Leverkusen; S. 96: Torsten Krüger; S. 98:
Stadt Ludwigshafen; S. 102: Landeshauptstadt Mainz,
Amt für Öffentlichkeitsarbeit; S. 106: MGMG Marke-
ting Gesellschaft Mönchengladbach mbH, Uwe Rie-
del; S. 108: B. Roemmlt - Tourismusamt München;
S. 110: MÜNSTER MARKETING; S. 112: Christine
Dierenbach; S. 114: WFO GmbH; S. 116: Stadt Offen-
bach am Main; S. 118: Presseamt Stadt Osna brück;
S. 120: Stadt Pforzheim; S. 126: TZRW/Angelika Heim;
S. 128: Kongress- und Touristik Service Region
Saarbrücken GmbH; S. 130: Marieke Sobiech; S. 132:
Stuttgart-Marketing GmbH; S. 136: Ulm/Neu-Ulm
Touristik GmbH; S. 138: Wiesbaden Marketing; S. 140:
Stadt Wilhelmshaven; S. 142: Wolfsburg Marketing;
S. 144: CTW; S. 146: Wuppertal Marketing.

Herausgeber publishers

TREGAST International Institute of Applied
Hospitality Sciences GmbH
A Member of TREGAST Solutions Group
Bavariaring 26, 80336 München
Geschäftsführer/Managing Director:
Stephan Gerhard (FCSI),
President/Chairman of the Board
Institutsleitung/Management:
Stefan Nungesser
Colliers Hotel GmbH
Leipziger Platz 7, 10117 Berlin
Geschäftsführer/Managing Director:
Andreas Erben

Autoren authors

Andreas Erben
(Geschäftsführer/Managing Director, Colliers
Hotel GmbH)
Stephan Gerhard, Dipl.-Betriebswirt (FH),
Hotelkaufmann
(Geschäftsführender Gesellschafter/CEO
TREGAST Solutions Group)
Simon Hubbeling, Bachelor of Science Wirtschafts-
wissenschaften
(Research & Consulting, Colliers Hotel GmbH)
Thomas Kahl, Dipl.-Kaufmann (FH)
(Prokurist, Colliers Hotel GmbH)
Kai Klomann, Dipl.-Betriebswirt (FH), Hotelkaufmann
(Consultant, TREGAST Unternehmensbera-
tungsgesellschaft mbH)
Stefan Nungesser, Dipl.-Betriebswirt (FH),
Restaurationsfachmann
(Senior Consultant, TREGAST International
Institute GmbH)
Stefanie Salwender, Bachelor of Arts Tourismus-
management
(Consultant, TREGAST Unternehmens-
beratungsgesellschaft mbH)
Andreas Trumpp, Dipl.-Geograph (Univ.)
(Head of Research, Colliers Deutschland Holding
GmbH)

4	Vorwort <i>Editors' Preamble</i>			
6	Untersuchungsdesign des Hotelinvestment-Attraktivitäts-Index Design of the survey for the Hotel-Investment-Attractiveness-Index	16	Untersuchungsergebnisse Results of the survey	84
6	Ausgangslage und Zielsetzung <i>Starting point and objectives</i>	16	Matrix <i>Results matrix</i>	86
8	Vorgehensweise und Methodik <i>Procedures and methods</i>	18	Städte-Ratings im Überblick <i>Overview of city ratings</i>	88
11	Kriterien <i>Criteria</i>	19	Die untersuchten Städte <i>Cities in the survey</i>	90
14	Dimensionen der Einzelkriterien <i>Dimensions and individual criteria</i>			92
				94
				96
				98
				100
				102
				104
				106
				108
				110
				112
				114
				116
				118
				120
				122
				124
				126
				128
				130
				132
				134
				136
				138
				140
				142
				144
				146

**148 Die Herausgeber
The Editors**

148 Colliers Hotel GmbH

152 Treugast Solutions Group

162 Glossar
Glossary