

P R E S S E M I T T E I L U N G

Die Krise als Chance für die Hospitalitybranche - trotz Zukunftsangst

Ferienhotellerie in Deutschland kann profitieren Bilanz des TREUGAST Trendgutachten Hospitality 2009/2010

Bis September war 2008 eigentlich ein gutes Jahr für die Hotellerie - doch dann folgte der Absturz: 6,6 Prozent realer Umsatzrückgang im vierten Quartal. Welche Wege und Konzepte aus der Krise führen, zeigt das neue Trendgutachten Hospitality 2009/2010 der TREUGAST Solutions Group: Wer nur Mittelmaß hervorbringt, wird die Krise nicht überleben. Eine Blitzumfrage des TREUGAST International Institute unter rund 50 Hoteliers offenbart auch eine große Zukunftsangst innerhalb der Branche. Trotzdem besteht Anlass zur Hoffnung. Wegen der hohen Qualitätssicherheit und der steigenden Nachfrage nach erdgebundenen Reisen kann der Ferientourismus in Deutschland gerade jetzt mit seinen Vorteilen punkten.

München-Berlin, 11. März 2009. – Das Jahr ging gut los, doch der Einbruch war verheerend: "6,6 Prozent Umsatzrückgang sind **katastrophal für eine Branche, die von den obersten fünf Prozent lebt**", bilanziert Stephan Gerhard, President und Chairman of the Board der TREUGAST Solutions Group. "Der Zeitraum 2002/2003 wurde damals als der schwierigste für die deutsche Hotellerie nach 1945 bezeichnet", führt Stephan Gerhard fort. "2009 wird dem voraussichtlich in nichts nachstehen." Sowohl die Auslastung, der durchschnittliche Zimmerpreis (Average Room Rate, ARR) als auch der Logiserlös pro verfügbarem Zimmer (Revenue per available room, RevPAR) werden abnehmen. Eine Entspannung ist vorerst nicht in Sicht.

Ein Zukunftsaspekt: Der **Markt wird sich schneller bereinigen** als bisher. Angesichts immer noch hoher Bettenkapazitäten reichen mittelmäßige Leistungen für einen Hotelier nicht mehr aus, um sich über Wasser zu halten. Als die Trends, die die nahe Zukunft in der Hotellerie nachhaltig beeinflussen werden, werten die TREUGAST-Experten **Budgethotels, Design-/Boutiquehotels, Markenprofilierung sowie Individualisierung: Customizing** bietet die Chance, sich in einer **Nische** zu positionieren und so erfolgreich zu sein.

Die Krise ist kein Kurzzeit-Phänomen: Nach Auffassung von TREUGAST ist davon auszugehen, dass sich die negative Entwicklung in diesem Jahr fortsetzen wird. "**2009 wird viel von dem vernichten, was die Hotellerie seit 2003 mühsam und mit viel Engagement aufgebaut hatte**", so das ernüchternde Fazit der TREUGAST-Analysten. Doch was jetzt tun? **Auf keinen Fall die Preise zu sehr senken.** "In Krisenzeiten sollten Hoteliers nicht versuchen, allein über Preissenkungen Ausfälle zu kompensieren", so der Rat der Experten. Der Fokus sollte vielmehr auf besonderen Serviceleistungen und Arrangements liegen.

Außer der Krise plagen die Hoteliers weitere Ängste: **Fachkräftemangel und Sorgen um die Nachfolge** machen den Unternehmern zu schaffen. Dies ergab eine **Blitzumfrage** unter rund 50 Führungskräften, die das TREUGAST International Institute of Applied Hospitality Sciences (TII) zum ersten Mal im Rahmen des Trendgutachtens in den vergangenen Tagen durchführte. Neues und qualifiziertes Personal zu finden wird immer schwieriger. Auch die wirtschaftliche Lage und den nicht beeinflussbaren Anstieg von Personal- und Energiekosten empfinden nahezu alle Befragten als bedrohlich. Für 2009 wird "Sales und Marketing" als größte Herausforderung gesehen. Die

Hoteliere wissen, dass hier zum Teil noch große Defizite herrschen. **"Wer diesen Bereich jetzt nicht richtig im Griff hat, wird 2009 ernste Probleme bekommen"**, prognostiziert Stephan Gerhard.

Das TREUGAST Trendgutachten präsentiert sich in diesem Jahr nach einem Relaunch **mit mehr Abbildungen und Grafiken, um Entwicklungstendenzen besser aufzeigen zu können**. Außerdem wurden erstmals die Ergebnisse einer Blitzumfrage unter rund 50 Hoteliers in die Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen der Studie eingearbeitet. Die Resultate des Gutachtens präsentieren Stephan Gerhard, CEO TII, und Prof. Dr. Marco A. Gardini, Wissenschaftlicher Direktor des TII beim Pressegespräch auf der ITB Berlin am **Mittwoch, den 11. März 2009, von 15.30 bis 16.30 Uhr im Konferenzraum 15/16 im ICC**.

Wie können Hoteliers der Krise trotzen?

Nicht nur an der Preisschraube drehen - so lautet eine der Handlungsempfehlungen der TREUGAST-Analysten an die Adresse der Hoteliers. Vielmehr sollten die Anbieter jetzt **besondere Serviceleistungen und Arrangements entwickeln** und hervorheben. Ein unverwechselbares Unternehmensprofil ist dabei unabdingbar: Jeder Hotelier muss jetzt **über sein Konzept nachdenken und eventuell nachschärfen** - immer in Hinblick auf gesellschaftliche Trends und Entwicklungen wie den demographischen Wandel mit der immer größer werdenden Gästegruppe 50plus.

Stadt- wie Ferienhotels müssen gerade jetzt ihre Möglichkeiten nutzen: Da **Urlaub in Deutschland mehr und mehr Zuspruch** erfährt, können sie Gäste gewinnen, wenn sie ihnen passende Angebote für Kurz- und Langzeitaufenthalte bieten. Im Vergleich zum Vorjahr, so eine Studie des Hotelreservierungsdienstes hotel.de, nahmen die Buchungen für Reisen innerhalb Deutschlands um rund 20 Prozent zu, sowohl bei Privat- als auch bei Geschäftsreisen - **eine Chance**.

Auch im Marketing müssen neue Wege beschritten werden, empfehlen die Autoren des TREUGAST Trendgutachtens: **Online-Marketing** ist eine kostengünstige Methode, die von vielen Hoteliers und Gastronomen immer noch zu wenig genutzt wird, aber zusätzlich sogar neue Zielgruppen ansprechen könnte. Nach Einschätzung von TREUGAST besteht bei neuen Technologien ein **dringender Nachholbedarf in der deutschen Mittelstandshotellerie**. Anstatt zum Beispiel Bewertungsportale einzubinden, schotten sich die Hoteliers lieber ab. „Gerade in der jetzigen Situation könnten die Hoteliers aber neue Gästegruppen gewinnen, wenn sie ihre Webseite und andere Portale **stärker für Kommunikation und Distribution nutzen** würden“, so die TREUGAST-Experten.

Kurz und billig - die Geschäftsreise der Zukunft

Die Wirtschafts- und Finanzkrise schlägt vor allem im Geschäftsreise- und MICE-Segment durch - **im Vorjahr noch einer der Wachstumsmotoren** der Branche. "Alle Reisen, die auch nur den geringsten Anschein von ‚Incentive‘ haben, werden rigoros gestrichen", berichtet Stephan Gerhard. Einerseits wird weniger gereist und andererseits keine höheren Kategorien gebucht - **vor allem der Upscale- und Luxusbereich** spüren die Einsparungen. Grundsätzlich werden Geschäftsreisen billiger (ein Stern weniger) und kürzer: "Ihre Dauer sinkt in diesem Jahr von durchschnittlich 1,9 Nächten in 2007 auf maximal 1,4 Nächte", rechnet Stephan Gerhard. **"Nervenaufreibende Preisverhandlungen mit dem Travelmanagement der Firmen sind der Branche gewiss."**

Immer noch Wachstum, aber geringer - wohin gehen die Städte?

Im deutschen Städtetourismus setzte sich zu Beginn des Jahres 2008 der positive Trend zunächst weiter fort. Inzwischen haben jedoch vor allem größere Städte, die zuvor von großen Veranstaltungen, Messen oder Kongressen profitierten, **erhebliche Rückgänge zu verkraften** - wie Düsseldorf und Frankfurt. Auf das ganze Jahr betrachtet nahm das Gesamtwachstum im Städtetourismus von 7,5 Prozent auf 3,4 Prozent ab. Nur Berlin und Hannover verzeichneten weiterhin einen konstanten Anstieg. Mit Ausnahme von Leipzig und München ist der RevPAR **in den Metropolen Deutschlands gefallen, teilweise erheblich**: Köln erzielte im Januar 2009 einen RevPAR von 54,49 Euro - fast ein Drittel weniger als ein Jahr zuvor.

Das Konsumklima wird in Zukunft bedingen, so die TREUGAST-Experten, ob sich die Kurz- und Wochenend-Städtebesucher auch weiter zurückhalten - in diesem Fall können die durch schwindende Geschäftsreisende ausgelösten Rückgänge nur sehr wenig kompensiert werden. Trotzdem gilt der **Städtetourismus mit überdurchschnittlichen Wachstumszahlen als Hoffungsmarkt** - nicht zuletzt, weil Urlaubsreisen zukünftig wahrscheinlich vermehrt auf Deutschland beschränkt werden.

Weitere Ergebnisse des Trendgutachtens: Der Markt für **Urlaubs- und Ferientourismus in Deutschland ist weiterhin** in Bewegung. Während in den vergangenen Jahrzehnten eher das quantitative Wachstum im Vordergrund stand, legen die Urlauber heute mehr Wert auf Qualität. Rund drei Viertel der von Forsa befragten Bundesbürger wollen 2009 für den Urlaub genauso viel wie oder sogar mehr ausgeben als 2008.

Mit **flexiblen und mobilen Hotelkonzepten** antwortet die Hospitality Branche auf den Megatrend Mobilität: Weil die Nachfrage schwankt oder nicht sicher ist, reagieren Hotelbetreiber mit modularen Raumkonzepten und vorgefertigten Zimmereinheiten, die schnelle Kapazitätsanpassung ermöglichen (Travellodge, citizenM). Jedoch entsprechen die mobilen Einheiten nicht vollumfänglich dem Anspruchsdenken des modernen Reisenden. Und für **Investoren ist es eine risikoreichere Anlageform**.

Ein vergleichsweise junges Tourismussegment stellen **Hostels** (Superbude, Generator, Meininger, A&O Hostels) dar, die inzwischen einen hotelähnlichen Charakter vorweisen. Die Grenzen zur **Budget-Hotellerie** verschwimmen mehr und mehr. Mit ihrem kommunikativen Konzept erreichen die Hostels zunehmend auch Business-Gäste.

In Hinblick auf **Hotelprojekte und den Hotelinvestmentmarkt ist 2009 wegen schwieriger Finanzierungsbedingungen mit Rückgängen zu rechnen**. Auch der Anteil an ausländischen Investoren, die in den vergangenen Jahren den Markt dominierten, ist wieder rückläufig. Nach Erhebungen des TREUGAST International Institute sind derzeit rund 350 Hotelneubauprojekte mit über 60.000 Zimmern in der Pipeline, davon der größte Teil im Vier-Sterne-Bereich. Wie viele Projekte jedoch wieder in der Schwebe sind oder gestoppt, bleibt ungewiss: Viele Hotelgesellschaften veröffentlichen in ihren Bilanzzahlen die Neubauprojekte nicht mehr. Die Planungen werden neu überarbeitet. **TREUGAST hält die Hotelimmobilie aber weiterhin für ein gutes Anlageobjekt, weil sie langfristig gute Renditen erwirtschaften kann.**

Ergebnisse TREUGAST Investment Rating 2009

Eindeutiger Gewinner innerhalb der strategischen Gruppen sind die **Budgethotels**. Sie überzeugen weiterhin mit überdurchschnittlichen Renditen. Alle anderen mussten im Vergleich zum letzten Jahr eine Abstufung hinnehmen. In der Gruppe der **individuellen Luxusanbieter**, in der **Mittelklasse-** und in der **gehobenen Kettenhotellerie** stehen derzeit viele Projekte auf dem **Prüfstand**.

Bei den **Spezialisten** sehen die Münchener Berater noch mehr **Potenzial** und Möglichkeiten, weil diese durch ihre klare Zielgruppenorientierung punkten können und Marktnischen perfekt besetzen.

Das nunmehr **14. Trendgutachten Hospitality 2009/2010** zeigt ausgewählte Branchentrends auf und gibt auf Basis der wichtigsten Entwicklungen der Branche auch **Handlungsempfehlungen** für Investitionen in Hotelimmobilien. Um Kategorisierungen und Vergleiche zu ermöglichen, teilt TREUGAST die Hotelbetriebe in „**Strategische Gruppen**“ ein. Die Prognosen des Trendgutachtens gelten wegen ihrer hohen Treffergenauigkeit als eine der anerkannten **Grundlagen für Investitionsentscheidungen** in der komplexen Hotelbranche.

Strategische Gruppen	2008	2009
Allround- und Basisanbieter	C	C
Individuelle Luxusanbieter	A	BBB
Spezialisten	AA	A
Budget-Kettenhotellerie 1* und 2 *	AA	AA
Mittelklasse-Kettenhotellerie 3*	A	BBB
Gehobene Kettenhotellerie 4* und 5*	A	BBB

Das TREUGAST International Institute of Applied Hospitality Sciences verbindet wissenschaftliches Know-how mit Erkenntnissen aus der Praxis. Marktanalysen, Auftragsstudien, Marktforschung sowie Konzept- und Strategieentwicklung gehören neben den Publikationen zum Aufgabenfeld. Das International Institute veröffentlicht jährlich neben dem Trendgutachten Hospitality den Betriebsvergleich Hotellerie & Gastronomie und die performance-orientierten TREUGAST Investment Rankings der führenden Hotelgesellschaften in Deutschland und Österreich sowie den Branchenreport Kurorte. Das Trendgutachten ist für eine Schutzgebühr von 85 Euro erhältlich.

Die TREUGAST Solutions Group wurde 1985 von Stephan Gerhard als Beratungsunternehmen für Hotellerie, Gastronomie und Touristik gegründet und gilt europaweit als einer der führenden Branchen-Spezialisten. Die Gruppe besitzt Standorte in München, Berlin und Shanghai. Das Beratungsunternehmen konzentriert seine wissenschaftliche Tätigkeit im TREUGAST International Institute of Applied Hospitality Sciences. Die American Academy of Hospitality Sciences zeichnete die TREUGAST Solutions Group als erste Beratungsgesellschaft weltweit mit dem Star Diamond Award aus. (www.TREUGAST.com)

Pressekontakt

Elke Birke Konzept Text PR

Husumer Straße 3, 20251 Hamburg

Telefon +49-40 46 777 100, Telefax +49-40 46 777 099

Mobil +49-179 69 45 696, E-Mail info@elkebirke.de