

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 TREUGAST 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 Treugast International
Institute of Applied Hospitality Sciences GmbH und
Colliers Hotel GmbH oder einer mit ihnen unmittel-
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
Świąta; 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, Karlsruhe 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. Roemmlert - 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

TREUGAST International Institute of Applied
Hospitality Sciences GmbH
A Member of TREUGAST 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
TREUGAST 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, TREUGAST Unternehmensbera-
tungsgesellschaft mbH)
Stefan Nungesser, Dipl.-Betriebswirt (FH),
Restaurationsfachmann
(Senior Consultant, TREUGAST International
Institute GmbH)
Stefanie Salwender, Bachelor of Arts Tourismus-
management
(Consultant, TREUGAST 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 | |
| 6 | Ausgangslage und Zielsetzung <i>Starting point and objectives</i> | 16 | Matrix <i>Results matrix</i> | 20 Aachen 22 Augsburg 24 Berlin 26 Bielefeld 28 Bochum 30 Bonn 32 Braunschweig 34 Bremen 36 Bremerhaven 38 Chemnitz 40 Cottbus 42 Darmstadt 44 Dortmund 46 Dresden 48 Düsseldorf 50 Duisburg 52 Erfurt 54 Erlangen 56 Essen 58 Frankfurt am Main 60 Freiburg im Breisgau 62 Fürth 64 Gelsenkirchen 66 Hagen 68 Halle an der Saale 70 Hamburg 72 Hannover 74 Heidelberg 76 Heilbronn 78 Ingolstadt 80 Jena 82 Karlsruhe |
| 8 | Vorgehensweise und Methodik <i>Procedures and methods</i> | 18 | Städte-Ratings im Überblick <i>Overview of city ratings</i> | 84 Kassel 86 Koblenz 88 Köln 90 Krefeld 92 Leipzig 94 Leverkusen 96 Lübeck 98 Ludwigshafen am Rhein 100 Magdeburg 102 Mainz 104 Mannheim 106 Mönchengladbach 108 München 110 Münster 112 Nürnberg 114 Oberhausen 116 Offenbach am Main 118 Osnabrück 120 Pforzheim 122 Potsdam 124 Regensburg 126 Rostock 128 Saarbrücken 130 Schwerin 132 Stuttgart 134 Trier 136 Ulm 138 Wiesbaden 140 Wilhelmshaven 142 Wolfsburg 144 Würzburg 146 Wuppertal |
| 11 | Kriterien <i>Criteria</i> | 19 | Die untersuchten Städte <i>Cities in the survey</i> | |
| 14 | Dimensionen der Einzelkriterien <i>Dimensions and individual criteria</i> | | | |

**148 Die Herausgeber
The Editors**

148 Colliers Hotel GmbH

152 Treugast Solutions Group

162 Glossar
Glossary