

P R E S S E I N F O R M A T I O N

Private Newcomer Hotels stechen Marke aus TREUGAST Studie untersucht Performance deutscher Neueröffnungen im ersten Jahr

München/Berlin. 25. November 2013. Budget- bis Luxury-Produkte, A-Standorte in Top Innenstadtlage bis zu freizeittouristischen Metropolen an Nord- und Ostsee – bundesweit registrierten die Branchenanalysten der TREUGAST Solutions Group in allen Segmenten im Zeitraum von 2010 bis 2012 rund 190 Neueröffnungen.

Die Analysten haben dieses stetige Wachstum am Hotelmarkt zum Anlass genommen, die Performance der Newcomer genauer unter die Lupe zu nehmen. Sie befragten bundesweit Business- sowie Ferienhotels nach der Auslastung im ersten Jahr nach der Eröffnung. Das überraschende Ergebnis: Im **Vergleich Marke gegen Privat** haben die befragten Privathotels klar die Nase vorne. Die durchschnittliche Auslastung im ersten Betriebsjahr lag in den zwischen 2010 und 2012 eröffneten Privathotels **bei 66,6 Prozent** hingegen bei den Markenhotele bei 62,0 Prozent.

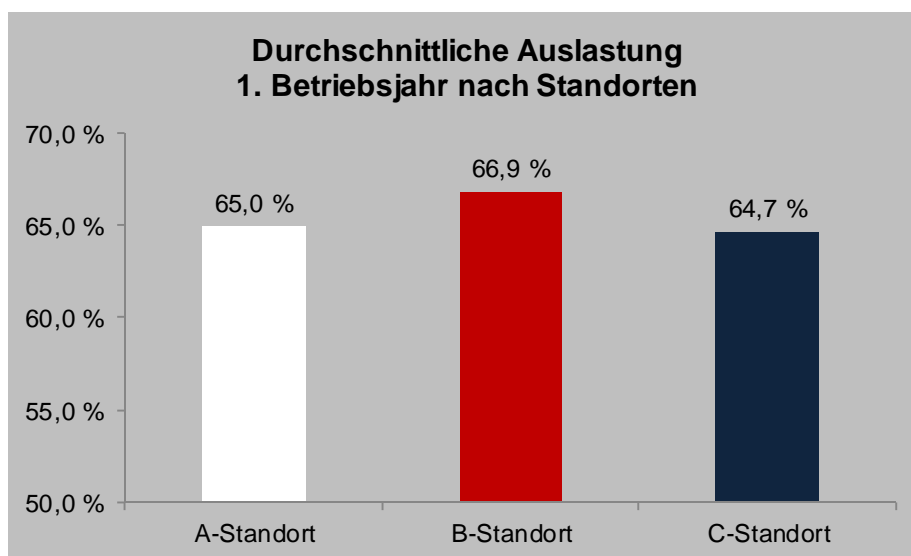
Nach Einschätzung der TREUGAST Analysten spiegelt das Ergebnis den anhaltenden Trend zu einer stärkeren Individualisierung der Hotellandschaft wider. „Eigentümergeführte Hotels vermitteln mit ihrem persönlichen Charme Gästen das Gefühl ‚Zuhause‘ zu sein“, erklärt Senior Consultant Stefanie Salwender. „Die Nähe zum Inhaber schafft für viele Gäste Vertrauen und stellt einen wichtigen Buchungsgrund dar. Zudem verkörpern gerade Privathotels verstärkt ihre Heimat und vermitteln dadurch den Gästen das Gefühl regional verwurzelt, authentisch und nachhaltig zu sein.“

Vor diesem Hintergrund erklärt sich auch ein **weiteres markantes Ergebnis** der Befragung: Ferienhotels in deutschen Top-Destinationen belegen mit rund 67,0 Prozent knapp fünf Prozent vor Businesshotels den ersten Platz im Eröffnungsjahr. Die durchschnittliche Auslastung in allen Segmenten liegt bei rund 64,0 Prozent.

In Ferienhochburgen an der Nord- und Ostseeküste schneidet die Ferienhotellerie mit knapp 74,0 Prozent sogar noch besser ab. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Häuser im Vergleich zu Businesshotels im Schnitt nur über die Hälfte der Zimmerkapazitäten verfügen. Dass die Ferienhotellerie im Schnitt eine höhere Auslastung aufweist als die Businesshotellerie, ist auch auf die höhere Dichte an Businesshotels in den Städten zurückzuführen. Gerade im untersuchten Zeitraum stiegen die Kapazitäten und somit auch der Wettbewerb deutlich an. Im Gegensatz hierzu profitierten Ferienhotels mit einer Auslastung von bis zu 80,0 Prozent von Standorten in gefragten Urlaubsregionen wie Bayern oder an Nord- und Ostsee, registrieren die

TREUGAST Analysten. Eröffnungen in weniger renommierten Regionen spiegelten sich auch bei den Ferienhotels in einer deutlich geringeren Auslastung im ersten Betriebsjahr wider.

Die Auswertung zeigt mit **Blick auf die Standortkategorisierung** ein zweites überraschendes Bild: Die **Newcomer in B-Destinationen** verzeichneten insgesamt das beste Ergebnis im ersten Betriebsjahr und übertreffen damit die Neueröffnungen an den deutschen Top-Standorten. Dies spiegelt nach Einschätzung der Analysten den steigenden Wettbewerbsdruck an den Top-Standorten wider. „Das positive Ergebnis der Hotels an B-Standorten ist neben deutlich geringeren Eintrittsbarrieren auch mit der Umsetzung standort- und zielgruppenkonformer Konzepte zu begründen“, erklärt Salwender.



Die drei TOP Performer

Als Spitzenreiter der Befragung behauptet sich die **Superbude** im Hamburger Stadtteil St. Pauli ganz klar mit einer Auslastung von über 80,0 Prozent im ersten Betriebsjahr. Die TREUGAST Analysten sehen drei wichtige Faktoren für den erfolgreichen Start: das gelungene Zusammenspiel aus hervorragender Lage, neuem Konzept und regen Marketingaktivitäten. „Trotz der vermeintlichen Anonymität eines Großstadthotels spielt darüber hinaus die von allen Mitarbeitern gelebte Offenheit gegenüber den Gästen eine wichtige Rolle“, sagt Stefanie Salwender. Auf Platz zwei liegt mit einer überdurchschnittlichen Performance das **Parkhotel Hübner** in Warnemünde. Der Newcomer profitierte wesentlich von der starken Vorvermarktung während der Bauphase über das bestehende Schwesternhotel Strand-Hotel Hübner.

Ein zweiter Newcomer in der Urlaubsregion Warnemünde bestätigt den großen Einfluss eines individuellen Konzeptes auf den Erfolg im ersten Betriebsjahr. Das Ende März 2013 eröffnete **A-ja Resort** verzeichnete in den ersten Betriebsmonaten überdurchschnittliche Belegungs-

zahlen. „Das Haus punktet mit seiner Positionierung als „Volksprodukt“, sagt Senior Beraterin Salwender. „Es erreicht durch das flexible Packaging-Modell eine breite Zielgruppe.“

Die TREUGAST Analysten haben alle untersuchten Betriebe zusätzlich anhand ihrer Bewertungen auf den **Online-Plattformen** tripadvisor.de, hrs.de, booking.com und holidaycheck.de geprüft. Damit wollten die Experten herausfinden, ob und inwieweit es einen Zusammenhang zwischen höherer Auslastung und besserer Bewertung gibt. Und der scheint stringent: „Es ist sicherlich nicht zufällig, dass ausgerechnet die „Superbude“ mit einer durchschnittlichen Online-Bewertung von über 90,0 Prozent auch im Netz die Nase vorn hat und das Parkhotel Hübner Platz 2 einnimmt“, sagt Stefanie Salwender. Insgesamt bestätigt sich die Annahme, dass eine gute Bewertung auf den Online-Plattformen eine höhere Auslastung des Betriebes stark fördert.

Die TREUGAST Solutions Group wurde 1985 von Stephan Gerhard als Beratungsunternehmen für Hotellerie, Gastronomie und Touristik gegründet und gilt europaweit als einer der führenden Branchenspezialisten. Die Gruppe besitzt Standorte in München, Berlin, Frankfurt a.M. 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. Der Deutsche Fachverlag und der Hugo Matthaes Verlag verliehen der TREUGAST Solutions Group 2011 den „Special Award Hotelier des Jahres“. Die Begründung der Fach-Juroren: „Detailliertes Hintergrundwissen gehört zum Markenzeichen der Unternehmensberatung, die Hotellerie und Gastronomie seit 25 Jahren begleitet. Mehr noch: Sie bringt die Branche weiter.“ (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