



Magisches Dreieck: Das Estrel Hotel Berlin ist zum siebten Mal in Folge an der Spitze des Top-200-Rankings

Foto: Hotel

Top-Hotels im Höhenrausch

Von Hendrik Markgraf

Das war wieder ein Wachstumsmachrichtungsmonat der Extraklasse: gute Konjunktur, unerwartet hohe Steuermehreinnahmen, ausgeschriebene Stellen ohne Ende, immer mehr Übernachtungen in der Hotellerie, steigende Umsatzzahlen in der Gastronomie, zweistellige Zuwachsraten bei den Hotelgruppen, optimistische Erwartungen an den Sommer. Kurzum eine Trendwende, die sich schon 2006 abzeichnete, vor allem in der Hotellerie. Das bestätigt das aktuelle AHGZ-Ranking der 200 umsatzstärksten Hotels in Deutschland.

Mehr noch: Die deutsche Spitzenhotellerie knüpft wieder an das Boom-Jahr 2000 an und kommt auf sage und schreibe 9,6 Prozent mehr Umsatz (2000 war es ein Plus von 10,1 Prozent). In der Spitze wächst sich eben schneller und üppiger als in der Breite. Damit erwirtschaften die Top 200 ein Drittel des Gesamtumsatzes der deutschen Hotellerie (2,91 Mrd. Euro). Ein Viertel davon geht auf das Konto der Top 20.

Doch ein Hotel lebt nicht vom Umsatz allein: Auf die Ertragslage kommt es an, und die war bei 80,9 Prozent der Befragten „sehr gut“ oder „gut“ (2005: 50,4). Wenn das kein Riesensprung ist. Nur 2,5 Prozent der Hotels halten die Gewinnssituation für „schlecht“ (2005: 13 Prozent).

Und wer sind die Gewinner? So gut wie alle der 200. Mittlerweile hat eine Verdichtung unter den Top-Hotels stattgefunden: Immer mehr Häuser bringen es auf den gleichen Umsatz und damit auf denselben Rang. Unverändert an der Spitze die glorreichen Vier: Estrel Berlin, Sheraton Frankfurt Hotel & Towers, Bayerischer Hof, InterContinental Berlin. Auf Platz fünf rückt das Adlon, das in diesem Jahr 100-Jähriges feiert und mit dem Bayerischen Hof eines der beiden Traditionshäuser unter den ersten zehn ist.

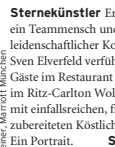
Zum siebten Mal die Nummer eins: das Estrel. Europas größter Convention-, Entertainment- und Hotelkomplex kann sich vor Anfragen kaum retten und hat sich mit dem Ellington unweit der Tauentzienstraße ein zweites Standbein zugelegt. So baut man Überhänge ab.

Und noch eine gute Nachricht: Der durchschnittliche Zimmerpreis verbesserte sich um 7 Prozent auf 108,70 Euro. Weiter so. Mehr über Aufsteiger, Umsteiger und die wichtigsten Zahlen auf dieser und den folgenden Seiten.

Aus dem Inhalt



Edelhäuser Hotels in ländlicher Idylle gehören in England und Amerika zur Alltagskultur. Deutschland hat noch Nachholbedarf bei Landhotels.
Ein Streifzug. Seite 9



Sterneköstler Er ist ein Teammitglied und leidenschaftlicher Koch: Sven Elverfeldt verführt seine Gäste im Restaurant Aqua im Ritz-Carlton Wolfsburg mit einfallsreichen, filigran zubereiteten Köstlichkeiten.
Ein Portrait. Seite 10



Schlafkultur Wer gut schläft, kommt wieder. Das ist ein bewährtes Erfolgsrezept. Wie Sie Ihre Gäste noch besser zum Träumen bringen, erfahren Sie im „speziell“.
Ein Abriss. Seite 14

Top 200 auf der Überholspur

Die Hotellerie in Deutschland ist auf dem besten Wege, an die Erfolge des Boom-Jahres 2000 anzuschließen. Mit einem starken Plus von 9,6 Prozent in 2006 rücken die Top 200 zur Spitzenleistung von damals auf (Umsatzplus von 10,1 Prozent). Dies ergibt das AHGZ-Ranking der umsatzstärksten Hotels auf dem deutschen Markt.

Von Svenja Alberti

Die Schlagzeilen über den Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres tönen noch immer in den Ohren – so schön waren sie: „Für die deutsche Hotellerie war 2006 ein hervorragendes Jahr mit gewaltigen Zuwachsraten“, so Stephan Gerhard, Präsident und Chairman der Treugast Solutions Group bei der Präsentation der Ergebnisse des Damages Investment Rankings. Der Hotelverband Deutschland (IHA) spricht von einem „sehr guten Jahr 2006“, und auch sonst ist die einhellige Meinung: „Das war ein Top-Jahr für die Hotellerie“.

Die deutsche Wirtschaft boomt – die Stimmung ist so gut und entspannt wie lange nicht mehr. Auch in der Hotellerie stehen alle Zeichen auf Wachstum. Die gute konjunkturelle Lage hat sich auf den Markt niedergeschlagen. Nicht zuletzt die erfolgreiche Fußball-WM im vergangenen Jahr hat den Vorwärtstrend richtig ins Rollen gebracht. Und: Der Tourismus in

Deutschland ist nachhaltig der größte Nutznießer der WM – und damit auch die Hotellerie und Gastronomie. Das Image unseres Landes hat sich in der gesamten Welt verbessert. Deutschland hat sich als attraktives Reiseziel präsentiert – nicht nur für einheimische Reisende.

Auch der Geschäftsreisemarkt und das Tagungsgeschäft ziehen an. Das zeigt nicht zuletzt der Erfolg der Messe Imex in diesem Jahr in

„Das Zimmerangebot wächst und wächst. Der Hotellerie fehlt die Durchsetzungskraft und Disziplin, die Preise dem hohen Leistungsangebot anzupassen“

Willy Weiland
InterContinental Berlin

Frankfurt am Main. Außerdem im Kommen: die Budget- und Patientenhhotellerie. Diesen beiden Geschäftsbereichen spricht die Treugast vielversprechendes Wachstumspotenzial zu (AHGZ vom 13. Januar).

Wolken sind am strahlenden Konjunkturmilieu zurzeit nicht in Sicht. Die Prognosen stimmen äußerst optimistisch. So geht der IHA davon aus, dass sich die Geschäftslage im lau-

fenen Jahr weiter verbessern wird (AHGZ vom 28. April). Die äußerst guten Marktchancen führt IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen ebenfalls auf den Imagegewinn durch die Fußball-WM zurück. Und auch die Hoteliers zeigen sich zuversichtlich und setzen auf weiter steigende Nachfrage. Für die nächsten drei Jahre sind 330 neue Hotelprojekte geplant (Vorjahr: 314), das sind laut IHA 38.140 zusätzliche Hotelzimmer (Vorjahr: 30.658). Weiterer Indikator für die optimistische Stimmung ist das projektierte Investitionsvolumen, das mit 5,1 Mrd. Euro (Vorjahr: 3,7 Mrd. Euro) einen historischen Höchststand erreicht.

Selbstbewusste Hoteliers

Auch wenn Branchenexperten immer wieder vor dem zunehmenden Wettbewerbsdruck durch die steigende Tendenz von Überkapazitäten warnen – die Hoteliers blicken positiv in die Zukunft. Sie nutzen Synergien bei Kooperationen, entwickeln innovative Verkaufskonzepte und neue Preisstrategien, konzentrieren sich auf bestimmte Segmente und stellen sich selbstbewusst den Herausforderungen des Marktes.

Und selbstbewusst kann die Branche sich durchaus geben. Denn 2006 war – wie gesagt – ein Top-Jahr. Mit einer Prognose von 8,8 Prozent Umsatzwachstum waren die Erwartungen der Top-200-Hoteliers an 2006 bereits sehr optimistisch. Mit der letztlich erwirtschafteten Steigerung um 9,6 Prozent wurden sie noch übertroffen.

Die Ergebnisse des Rankings der umsatzstärksten Einzelhotels in Deutschland versetzen die Branche in Champagnerlaune. Nach zwei eher erhaltenen – aber positiven – Jahren ver-

Fortsetzung auf Seite 2

Aufreger des Monats

Übernachten im Freibad

Unliebsame Konkurrenz. Schon im kommenden Jahr könnten viele der 26 Freibäder in der Bundeshauptstadt im Sommer touristisch genutzt werden. „Public Pool Lounge“ nennen die Erfinder Thies Krüger und Michael Lehner ihre Übernachtungsidee für Rucksack-Touristen und jüngere Zielgruppen in Berlin. Das Schwimmbad-Hotel besteht aus sechs Quadratem großen Holzboxen, die Übernachtung darin würde nur wenige Euro kosten. Dusche und Sanitärteil gehören zur Schwimmbad-Ausstattung. Sonstiger Luxus: Fehlzanzeige.



Künftige Rezeption: Berliner Bademeister könnten bald Portiers sein. Foto: Mauritus Images

Dennoch hat das Schwimmbad-Hotel Chancen auf Realisierung: Berlin-Bäder-Chef Haus Lipinski ist von der Idee angetan. Die neue Nutzergruppe bringe eine bessere Auslastung. Bademeister und Wachdienste könnten nebenbei als Portiers eingesetzt werden. Konkrete Gespräche gab es bereits. In den nächsten Wochen sollen fünf Holzboxen für einen Feldversuch aufgestellt werden. Der reguläre Betrieb der „Public Pool Lounge“ – dann mit mindestens zehn Boxen pro Schwimmbad – könnte 2008 starten.

Low-Budget hin oder her: Die Begeisterung der etablierten Hotellerie dürfe sich in Grenzen halten. Anders sah es eine kompetente Jury. Beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg gab es für die mobilen Schlafzimmer einen Siegeritell. *ai*

Fortsetzung von Seite 1

Top 200...

zeichnen die größten deutschen Hotels deutliche Umsatzzuwächse, einen beachtlichen Anstieg der Preise und schildern ihre Gewinnssituation überwiegend als „sehr gut“ bis „gut“.

Die wichtigsten Zahlen im Detail: Insgesamt erwirtschafteten die Top 200 einen Nettoumsatz von 2,91 Mrd. Euro. Das entspricht einer Steigerung um 9,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2,66 Mrd. Euro). Damit vereinen sie erneut rund ein Drittel des Gesamtumsatzes der deutschen Hotellerie auf sich (Basis: rund 11.000 Vollhotels). Das zeigt die Bedeutung dieser Gruppe als Big Player für die Branche.

Fast 90 Prozent der Befragten weisen für 2006 ein Umsatzplus auf. Im Vorjahr waren es 51 Prozent. Das deckt sich mit den Prognosen: 88,8 Prozent der damals Befragten gingen davon aus, 2006 positiv abzuschließen. Lediglich 7,1 Prozent müssen ein Umsatzminus verzeichnen. Das waren ein Jahr zuvor immerhin fast drei Drittel der Befragten.

Sehr gute Gewinnssituation

Der wichtigste Indikator für die Lage der Branche – die Frage nach der Gewinnssituation – präsentiert sich von seiner schön(sten) Seite. Als „sehr gut“ (25,8 Prozent) oder „gut“ (55,1 Prozent) bezeichnen insgesamt 80,9 Prozent der Befragten ihre Ertragslage. Im Vorjahr gab es nur 50,4 Prozent an. Lediglich 16,3 Prozent befinden die Gewinnssituation als „noch zufriedenstellend“ (Vorjahr: 36,6 Prozent). Und nur 2,5 Prozent halten sie für „schlecht“. So beurteilten im vergangenen Jahr immerhin noch 13 Prozent der Befragten ihre Ertragslage.



Abgehoben: Das Flughafenhotel Sheraton Frankfurt landet wieder auf Platz zwei

Foto: Hotel

Positiv entwickelte sich auch die durchschnittliche Auslastungsquote der Top 200. Sie konnte um 2,2 Prozentpunkte auf 66,5 Prozent verbessert werden. Dauertema Preis: Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern ist die durchschnittlich erzielte Nettorate auf dem deutschen Hotelmarkt zwar nach wie vor zu niedrig. Dennoch wirken sich die ständigen Bemühungen der Hoteliers, die Durchschnittsraten in Deutschland anzuhaken, langsam – aber offensichtlich sicher – aus. Um stolze 7 Prozent konnte die umsatzstärksten deutschen Hotels

den durchschnittlich erzielten Nettopreis erhöhen – von 101,62 Euro auf 108,70 Euro.

Die durchschnittliche Zimmerzahl eines Top-200-Hotels stieg auch in diesem Jahr, allerdings lediglich um 0,6 Prozent auf 321 Zimmer. Insgesamt vereinen alle Häuser des Rankings 64.259 Zimmer. Erfreulich: Der durchschnittliche Nettoumsatz pro Zimmer legte um stolze 11,1 Prozent zu.

Die Top-200-Liste dient seit 23 Jahren als präzises Messinstrument und dokumentiert den Zustand der Hotelbranche in Deutschland. Die

AHGZ-Ranking der 200 umsatzstärksten Hotels in Deutschland

Rang	Betrieb	Zimmer/Betten	Nettoumsatz in Mio. € 2006	Nettoumsatz in Mio. € 2005	Umsatzveränderung 2006 vs. 2005 in %	Ø-Rangplatz im Vorjahr	Ø-Rangplatz im Vorjahr	Ø-Rangplatz im Vorjahr	Jahresnettoumsatz pro Zimmer 2006 in €	Anteil Beherbergung/F&B in %	Anzahl der Mitarbeiter (Vollzeit)
1	Estrel Berlin, Berlin	1125 / 2250	51,5	47,7	8,0	59,8	79	45777,78	35,0 / 40,0	425,0	
2	Sheraton Frankfurt Hotel & Towers, Conference Center, Frankf. a. M.	1006 / -	50,5*	47,3*	6,8	-	-	50198,81*	-	-	
3	Hotel Bayerischer Hof, München	373 / 691	49,2	43,5	13,0	70,2	226	131849,87	44,4 / 39,8	570,0	
4	InterContinental Berlin, Berlin	584 / 1168	42,3	36,9	14,6	67,3	134	72431,51	45,5 / 47,5	402,0	
5	Hotel Adlon, Berlin	350 / 700	37,6	32,2	16,8	61,5	265	107428,57	55,3 / 40,3	367,0	
6	Sport- und Kurort Sonnenalp, Otterschwang	234 / 464	34,7	33,8	2,7	82,4	148	148390,60	53,9 / 37,6	334,0	
7	ArabellaSheraton Grand Hotel München, München	629 / 1230	34,0	32,2	5,7	66,1	134	54054,05	61,3 / 34,5	300,0	
8	InterContinental Frankfurt, Frankfurt am Main	770 / 1535	33,4	31,7	5,3	62,3	115	43163,64	60,3 / 33,0	280,0	
9	Hilton Berlin, Berlin	589 / 1169	32,9	28,4	15,8	79,3	-	55857,39	-	-	
11	Mariott Frankfurt Hotel, Frankfurt am Main	588 / -	30,1	28,0	7,5	73,8	124	51190,48	65,2 / 32,7	-	
11	Milennium Hotel and Resort Stuttgart	451 / 902	28,2	28,7	-1,7	65,0	96	62527,72	36,4 / 59,2	280,0	
12	Kempinski Hotel Vier Jahreszeiten, München	307 / 542	28,0	25,3	10,7	77,0	216	91205,21	66,0 / 35,0	257,0	
13	Martini Berlin, Berlin	695 / 1010	27,2	-	-	80,4	106	53861,39	42,1 / 15,9	-	
14	Park Inn Berlin-Alexanderplatz, Berlin	1012 / 1800	26,9	23,6	14,0	78,4	64	26581,03	62,3 / 27,2	183,0	
14	Grand Hyatt Berlin, Berlin	342 / 684	26,9	24,5	9,8	60,8	192	78654,97	54,3 / 41,8	275,0	
15	Steigenberger Airport Hotel Frankfurt, Frankfurt am Main	573 / 832	26,8	24,7	8,5	81,9	94	46771,38	59,4 / 30,8	167,0	
16	Steigenberger Frankfurtler Hof, Frankfurt am Main	321 / 532	26,1	24,8	5,2	60,8	196	81308,41	53,9 / 32,1	238,0	
17	46 The Ritz-Carlton Berlin, Berlin*	302 / 604	26,0	21,0	23,8	59,0	224	86092,72	54,0 / 39,0	290,0	
18	Hilton Dresden, Dresden	329 / 576	25,6	23,1	10,8	81,2	-	77913,55	-	-	
18	Hilton München Park, München	479 / 851	25,6	25,1	2,0	74,3	-	53444,68	-	-	
19	Kempinski Hotel Airport München, München	389 / 780	25,4	24,7	2,8	76,3	129	65295,63	55,0 / 40,0	211,0	
20	Free Life from Center Parks, Park Hochsauerland	690 / 3740	25,3*	23,3	8,6	-	-	36666,67*	-	-	
20	Hilton Frankfurt, Frankfurt am Main	342 / 684	25,3	23,6	7,2	72,1	-	73976,61	-	-	
21	Elysee Hotel Hamburg, Hamburg*	452 / 900	24,1	15,5	55,5	74,6	116	53318,58	52,9 / 41,6	280,0	
21	Martini Köln, Köln	454 / 850	24,1	22,3	8,1	71,7	102	53083,70	50,2 / 44,8	-	
22	Weissenhäuser Strand, Weissenhäuser Strand	1176 / 3450	23,9	23,8	0,4	59,0	55	20323,13	56,1 / 30,7	285,0	
23	Martini Stuttgart, Stuttgart	655 / 1050	23,0	20,1	14,4	64,8	93	41842,64	53,9 / 44,3	-	
24	Hotel Tausche Tonbach, Balesbronn-Tonbach	170 / 300	22,6*	20,8*	8,7	-	-	132941,8*	60,0 / 30,0	240,0	
25	Hilton München City, München	481 / 752	22,3	21,0	6,2	76,3	-	46361,75	-	-	
26	Radisson SAS Hotel, Berlin	427 / 854	21,6*	19,9	8,5	-	-	50585,48*	-	-	
27	Radisson SAS Hotel Hamburg, Hamburg	560 / -	21,3*	19,6	8,7	-	-	38035,71*	-	-	
28	Holiday Inn Munich, City Centre, München**	582 / 861	21,0	12,0	75,0	67,0	100	36082,47	67,0 / 38,0	127,0	
29	Martini Frankfurt, Frankfurt am Main	643 / 1040	20,9	21,0	-0,0	67,2	119	38499,87	67,7 / 36,8	116,0	
30	Kempinski Hotel Atlantic Hamburg, Hamburg	252 / 462	20,6	18,4	12,2	68,5	142	81904,76	43,3 / 52,5	210,0	
31	Martini Golf Berlin, Berlin	403 / 806	20,5	19,1	7,3	75,5	100	50688,49	54,1 / 42,7	-	
31	ArabellaSheraton Grand Hotel, Frankfurt am Main	378 / 600	20,3	19,5	3,8	60,0	165	53714,43	67,0 / 27,0	170,0	
32	The Westin Grand Berlin, Berlin	539 / 697	20,0	18,0	11,1	82,0	124	55710,31	60,0 / 35,0	170,0	
34	Mariott Hotel Köln, Köln	379 / -	19,3	16,2	18,8	75,4	120	50923,48	65,0 / 30,2	-	
35	Hyatt Regency Köln, Köln	306 / 394	18,8	16,9	11,2	56,0	167	61437,91	55,6 / 40,1	224,0	
36	40 Sofitel Berlin Schwanenhaus, München	483 / 885	18,7	17,0	10,0	67,2	111	38346,36	69,9 / 36,4	132,3	
36	Hotel Hafen Hamburg, Hamburg	353 / -	18,6	17,4	6,9	87,0	-	52699,22	54,0 / 45,0	162,0	
37	Hilton Düsseldorf, Düsseldorf	372 / 555	18,6	18,8	-1,1	58,5	-	50000,00	-	-	
38	Hotel Berlin Berlin, Berlin	701 / 1375	18,4	15,1	21,9	63,0	75	26248,22	67,0 / 27,0	186,0	
38	Hotel Neptun, Wamernünde**	338 / 567	18,4	18,6	-1,1	66,6	104	54437,87	46,5 / 37,6	233,0	
39	40 Mariott Flughafenhotel Hannover, Hannover	527 / 1038	18,0	17,0	5,9	50,9	91	34155,60	49,8 / 46,8	-	
39	YachthafenResidenz Hohe Düne, Rostock-Wamernünde**	368 / 750	18,0	-	-	59,7	107	48913,04	48,0 / 40,0	267,0	
40	40 Sofitel Berlin Schwanenhaus, Berlin	384 / 178*	16,4	8,5	51,5	-	-	46354,7*	-	-	
41	Hotel Barenz, Balesbronn	99 / 230	17,5	17,3	1,2	88,0	245	176767,68	51,0 / 37,0	207,0	
42	45 The Ritz-Carlton Wolfsburg, Wolfsburg*	174 / 348	17,3	16,4	5,8	70,2	165	99425,29	43,0 / 50,0	197,0	
43	29 Ostsee-Hotel (Damp Touristik), Damp**	694 / 2434	17,1	16,5	3,6	59,4	56	24639,77	43,9 / 29,2	155,0	



Von klein auf gemästet: Immer mehr Kinder in Deutschland sind zu dick. Foto: Mauritus Images

*Schätzwert ¹⁾2006 erstes volles Geschäftsjahr (Eröffnung 8/2005) ²⁾Dem Rang 2005 liegt eine Schätzung zugrunde ³⁾Umbau 2005 bis 1. Quartal 2006 ⁴⁾Renovierung 2006 ⁵⁾Renovierung 1-3/2007 ⁶⁾2006 erstes volles Geschäftsjahr (Teileröffnung 9/2005) © AHGZ-Gräf



Prunkvoll und erfolgreich: Der Bayerische Hof in München ist Dritter

Foto: Hotel

Ergebnisse der umsatzstärksten Einzelhotels spiegeln alljährlich akkurat die Marktsituation wieder. Die von uns erhobenen Daten beruhen auf Eigenangaben der Hotels, die überwiegend zur Veröffentlichung ihrer Unternehmenszahlen nicht verpflichtet sind. Für die angegebenen Daten zeichnen allein die Häuser verantwortlich. Seit einigen Jahren häuft sich die Zahl der Schätzwerte. Neben Einzelhäusern geben internationale Ketten ihre Daten nicht vollständig an. Eine Strategie ist dabei aber nicht zu erkennen. Während im Jahr 2005 Marriott International und Starwood Hotels & Resorts für einzelne Marken ihre Zahlen nicht veröffentlichten wollten, fehlten im vergangenen Jahr die Umsätze von Dorint. Der Jahresabschluss des Unternehmens für 2005 konnte erst Ende Juni dem zuständigen Aufsichtsratsgremium vorgelegt werden.

In diesem Jahr haben sowohl Marriott als auch Starwood fast alle Zahlen geliefert. Und auch die neue Dorint GmbH hat uns die Umsätze der Häuser zur Verfügung gestellt. In diesem Jahr fehlen – neben einigen Einzelhotels – die Daten der Ketten Accor, Rezidor SAS mit der Marke Radisson SAS, QGD Hotelmanagement (Holiday Inn) und Center Parcs. Bei der Schätzung bedienen wir uns zuverlässiger Indikatoren, die der Realität sehr nahe kommen.

Bei Hotel-Umbenennungen erscheint das jeweilige Haus mit seinem neuen Namen in der Liste. Die vorherige Firmierung ist in der Fußnote angegeben. Fand das Rebranding erst zum Jahresbeginn 2006 statt, erscheint das Hotel mit seiner alten Bezeichnung.

Deutschlich höhere Werte

Wie im Boomjahr 2000 haben sich im vergangenen Jahr wesentliche Verschiebungen ergeben: Der Nettoumsatz ist im Durchschnitt um 9,6 Prozent gewachsen, und die Grenze, um ins Ranking zu kommen, ist höher. So trumpfen die letzten fünf Hotels in der Liste mit einem Net-

„Sorgen machen mir die Folgen der Mehrwertsteuererhöhung. Große Hoffnung setze ich in die anhaltend gute Konjunktur“



Michael Ciesliwicz
Ellysée Hotel Hamburg

toumsatz von 7,4 Mio. Euro auf. Im Jahr zuvor wies das 200ste Hotel in der Liste lediglich einen Umsatz von 6,5 Mio. Euro auf.

Zudem teilen sich in diesem Jahr mehr Hotels mit dem gleichen Umsatz einen Rang, sodass das Ranking bereits mit Platz 113 endet. Beim Vergleich der Ränge aus dem Jahr 2005 mit dem Jahr 2006 ist diese Verdichtung zu berücksichtigen. Insgesamt sind 200 Hotels gelistet.

Doch nun sind den Spitzenreitern. Im oberen Feld des Top-200-Rankings hat es wie in den

vergangenen Jahren wenig Bewegung gegeben. Die Top 3 sichern sich eisern dieselben Häuser wie in den Jahren zuvor. Bereits im siebten Jahr auf Platz 1: das Estrel Berlin. Das Team von Ekhard Strelitzki Hotel um das Direktorenduo Ute Jacobs und Thomas Brückner erwirtschaftete nach einem Minus im Jahr 2005 (aufgrund kurzfristig verlegter Veranstaltungen) ein sattes Plus von 8,0 Prozent. Damit stieg der Umsatz von 47,7 Mio. Euro auf 51,5 Mio. Euro.

Der Konferenzriese Sheraton Frankfurt Hotel & Towers, dessen Umsatz wir bereits seit mehre-

ren Jahren schätzen, landet auf Platz 2. Seit Ende 2006 hält Sascha Koster, vorher Direktor im Nikko Hotel Düsseldorf, als General Manager die Zügel des Kolosses mit rund 1000 Zimmern in der Hand. Zunehmend Konkurrenz bekommt das Starwood-Haus von benachbarten Steigenberger Airport Hotel Frankfurt, das mit einem Umsatz von 26,8 Mio. Euro und einer Steigerung um 8,5 Prozent wie im vergangenen Jahr den 15. Rang in der Liste einnimmt. Das Haus saniert zurzeit einen Gebäudeteil, der seit

■ **Fortsetzung auf Seite 4**



Die Fahnen sind gehisst: Ein achtbarer vierter Platz für das InterContinental Berlin

Foto: Hotel

AHGZ-Ranking der 200 umsatzstärksten Hotels in Deutschland

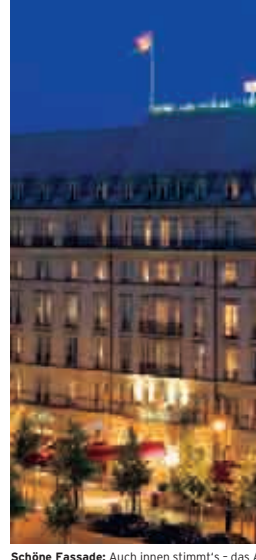
Rang 2007	Rang 2006	Betrieb	Zimmer / Betten	Nettoumsatz in Mio. €		Umsatzveränderung 2006/2005 in %	R-Beibehaltung vom Vorjahr 2006 in %	R-Platz im Jahr 2006 in %	R-Platz im Jahr 2005 in %	Jahresnettoumsatz pro Zimmer 2006 in €	Anteil Beherbergung/ F&B in %	Anzahl der Mitarbeiter 2006 (Vollzeit)
				2006	2005							
44	53	Kempinski Hotel Taschenbergpalais Dresden, Dresden	214 / 406	17,0	14,9	14,1	67,0	164	79439,25	50,0	46,0	211,0
44	52	Crown Plaza Berlin City Centre, Berlin	423 / 846	17,0	15,0	13,3	77,4	97	40189,13	68,0	27,0	136,0
47	47	Marriott Munich, München	348 / -	17,0	16,0	6,3	73,1	124	48893,68	67,3	28,2	-
45	45	Brenner's Park-Hotel & Spa, Baden-Baden	100 / 171	16,9	14,7	15,0	67,9	350	169000,00	51,3	28,9	199,3
45	42	Maritim Bonn, Bonn	410 / 723	16,9	16,8	0,6	61,5	94	41219,51	51,7	45,9	-
46	56	Park Hyatt Hamburg, Hamburg	252 / 344	16,8	14,7	14,3	69,8	166	66666,67	63,4	25,9	193,0
56	51	Raffles Hotel Vier Jahreszeiten, Hamburg	156 / 256	16,8	15,0	12,0	-	-	107692,31	-	-	270,0
47	64	Marriott Hotel Hamburg	277 / -	16,5	13,8	19,9	84,4	135	59729,24	69,6	23,4	-
48	54	Center Parcs Bungalowpark Heilbachee	460 / 2300	16,2*	14,9	8,7	-	-	35212,39*	-	-	-
49	82	Kempinski Hotel Granvenerbruch Frankfurt, Neu-Isenburg	284 / 521	16,0	11,7	36,8	57,6	136	56338,03	50,7	43,7	145,0
49	63	Hotel Palace Berlin, Berlin	282 / 505	16,0	13,8	16,2	70,6	123	56879,43	56,0	39,0	206,0
49	48	Grand Hotel Esplanade, Berlin [†]	385 / 770	16,0*	15,7	1,9	-	-	41558,44*	-	-	-
50	58	Kempinski Hotel Bristol Berlin, Berlin	301 / 598	15,4	14,5	6,2	71,7	127	51161,29	64,8	29,7	128,0
51	-	Le Méridien Stuttgart, Stuttgart	281 / 422	15,3	11,9	28,6	73,5	311	54448,40	64,8	29,5	151,0
51	60	InterContinental Hamburg, Hamburg	281 / 368	15,3	13,7	11,4	71,0	122	54306,05	58,3	34,7	129,0
51	59	Radisson SAS Hotel Köln	393 / -	15,3*	14,1	8,5	-	-	38931,30*	-	-	-
52	-	InterContinental Köln, Köln	262 / 320	15,2	12,9	18,3	64,9	144	58015,27	56,0	38,0	150,0
52	61	Hotel Nikko Düsseldorf, Düsseldorf	301 / -	15,2*	14,0	8,6	-	-	50498,34*	-	-	-
53	62	Hotel Hüssauer Hof, Wiesbaden	164 / -	15,1*	13,9	8,6	-	-	92073,17*	-	-	-
54	69	Steigenberger Hotel Hamburg, Hamburg	233 / 465	15,0	13,1	14,5	78,8	120	64937,68	55,1	35,2	140,0
54	55	Swissotel Berlin, Berlin	316 / -	15,0	13,5	11,1	64,0	130	47468,35	65,0	33,0	195,0
55	50	Sauerland Stern Hotel, Willingen	523 / 1300	14,8	15,1	-2,0	59,5	88	28298,28	47,0	52,0	180,0
56	57	Hilton Mainz, Mainz	433 / 866	14,7	14,6	0,7	65,3	-	33949,19	-	-	-
57	-	Maritim Dresden, Dresden [‡]	328 / 656	14,5	-	-	70,4	96	44207,32	35,4	58,9	-
58	72	Hilton Cologne, Köln	296 / 416	14,1	12,8	10,2	69,7	121	47635,14	-	-	-
58	73	Steigenberger Hotel Berlin, Berlin	397 / 794	14,1	12,8	10,2	59,3	105	35516,37	63,6	28,0	130,0
58	70	The Westin Bellevue, Dresden	340 / -	14,1	12,0	18,5	76,8	88	41470,59	58,5	37,9	149,0
59	71	Holiday Inn Frankfurt City-South, Conference Centre, Frankfurt/M.	435 / -	14,0*	12,9*	8,5	-	-	32183,91*	-	-	-
59	68	Kempinski Grand Hotel Helligendamm, Helligendamm	225 / 454	14,0	13,1	6,9	43,5	196	62222,22	47,0	43,0	260,0
60	-	Dorint Kongress-Hotel Mannheim, Mannheim	287 / 571	13,9	13,6	2,2	57,4	97	48432,06	41,9	54,6	94,0
61	74	Radisson SAS Scandinavia Hotel, Düsseldorf	309 / -	13,8*	12,7	8,7	-	-	44660,19	-	-	-
62	84	Grandhotel Schloss Bensberg, Bergisch-Gladbach	120 / 216	13,7	11,4	20,2	53,5	168	114166,67	31,0	62,0	187,0
62	87	Hotel Empirischer Hof, Wiesbaden	276 / 520	13,7	13,2	3,8	86,4	136	49818,18	66,9	29,3	124,0
66	46	Hyatt Regency Mainz, Mainz	248 / 316	13,7	13,4	1,9	67,9	118	50932,84	57,2	39,1	130,0
63	80	The Westin Leipzig, Leipzig	436 / 735	13,6	11,9	14,3	70,5	64	31192,66	53,0	41,0	149,0
63	76	Holiday Inn München City-North, München	358 / -	13,6*	12,5	8,8	-	-	37988,83*	-	-	-
63	75	Softell Am Rosengarten, Mannheim	287 / -	13,6*	12,5	8,8	-	-	47386,76*	-	-	-
64	81	Park Hotel Bremen, Bremen	177 / 266	13,1	11,7	12,0	67,5	112	74011,30	36,0	62,0	204,0
65	87	Le Méridien Parkhotel, Frankfurt am Main	297 / -	12,5	11,3	10,2	57,0	135	41936,03	66,9	29,3	124,0
66	97	Spa- und Spa Resort Anna Schramitzhöhe, Bad Saarow	189 / 448	12,4	11,7	5,6	56,4	96	65961,24	35,9	41,0	187,0
67	92	Revita Park- und Sporthotel, Bad Lauterberg im Harz	250 / 480	12,3	11,0	11,8	72,0	119	49200,00	63,0	29,0	135,0
68	77	NH Berlin-Mitte, Berlin	392 / 764	12,2	12,2	0,0	70,2	85	31122,45	70,1	24,1	70,5
68	78	Maritim München, München	339 / 692	12,2	12,2	0,0	71,1	93	35988,20	67,4	31,6	-
68	-	Grand Spa Resort Anna Travenmünde, Travenmünde [§]	204 / 408	12,2	-	-	62,6	124	59803,92	46,8	36,3	185,5
69	85	Marriott Hotel Heidelberg, Heidelberg	248 / -	12,1	11,4	5,8	75,8	122	48790,32	68,9	25,6	-
70	86	AnabellSheraton Congress Hotel, Frankfurt am Main	396 / 520	12,0	11,7	2,6	53,0	99	30303,03	60,0	30,0	101,0
71	97	Steigenberger Golf Apenina, Stuttgart	189 / 293	11,9	10,7	10,3	75,4	120	62961,26	52,4	37,2	105,0
72	94	Softell Seehotel Überfahrt Tegemsee, Rottach/Egern	189 / -	11,8*	10,9	8,3	-	-	62765,96*	-	-	-
72	94	Dorint Sofitel Pallas Wiesbaden, Wiesbaden	298 / -	11,8	11,3	4,4	66,0	93	39597,32	57,0	38,0	105,0
73	98	Softell Köln, Köln	284 / -	11,5*	10,6	8,5	-	-	40492,96*	-	-	-

*Schätzwert

§Renovierung seit 2006 §Vollständige Hotelöffnung 5/2006 †Erstes volles Geschäftsjahr (Eröffnung 9/2005)

AHGZ-Ranking der 200 Umsatzstärksten Hotels in Deutschland

Table with columns: Rango, Adress, Zimmer/ Betten, Nettumsatz in Mio. € 2006, Nettumsatz in Mio. € 2005, Umsatzsteigerung 2006 zu 2005 in %, Umsatzsteigerung 2006 zu 2005 in %, Anteil der Geschäftsreisenden in %, Jahresnettoumsatz pro Zimmer pro Jahr, Anteil Beherbergung/F&B in %, Anzahl der Mitarbeiter 2006 (Vollzeit)



Schöne Fassade: Auch innen stimmt's - das Adlon macht

Fortsetzung von Seite 3 Top 200 ...

104 Executive-Zimmern wiedereröffnet wird. Zudem bat Direktor Alfred Kipper die Tagungskapazitäten aus. Insgesamt rund 600 Quadratmeter zusätzliche Konferenzfläche gehen voraussichtlich im September dieses Jahres an den Start - inklusive Ballsaal für bis zu 1000 Personen.

Nun zum Drittplatzierten. Erneut hat Innegrit Volkhard mit dem Hotel Bayerischer Hof in München den dritten Rang ergrättert - mit einem stolzen Umsatzwachstum von 13 Prozent (Vorjahr: -0,5 Prozent) von 43,5 Mio. Euro auf 49,2 Mio. Euro. Neustes Highlight: Der Blue Spa im Dachgeschoss des Traditionshotels.

Gefögelt wird das Münchner Haus von zwei Hotels, die ebenfalls mit einem zweistelligen



Tauscht mit dem Adlon den Platz: Die Sonnenalp in Otterschwang auf Rang 6. Foto: Theodor

Umsatzwachstum aufwarten. Das InterContinental Berlin nimmt mit 42,3 Mio. Euro und einer Steigerung um 14,6 Prozent wie im Jahr zuvor den vierten Platz in der Top-Liste ein. General Manager und „Hotelier des Jahres“-Preisträger Willy Weiland hat die führende Position des Tagungshotels im MICE-Segment an der Spree weiter aus. Im Oktober vergangenen Jahres eröffnete der Pavillon, der außergewöhnlichen Events für bis zu 400 Gästen einen extravaganteren Rahmen bietet.

Das Adlon erzielte im vergangenen Jahr 37,6 Mio. Euro Nettoumsatz. Das entspricht einer Steigerungsrang von 16,8 Prozent. Damit macht das Luxushotel am Brandenburger Tor

*Scharwert 10/Steigenberger Hotel Treudenberg, vorher Marriott Hotel Treudenberg 12/Umfangreiche Renovierungsarbeiten in 2006 13/Eröffnung 2/2006 14/Eröffnung 11/2005 bis 7/2007 15/Erstes volles Geschäftsjahr (vollständige Eröffnung Ende 2005) 16/Eröffnung 2/2006, vorher Privathotel 0/ AHGZ-Grafik



nacht einen Platz gut und ist Fünfter

Foto: Hotel

einen Platz gut und drängt die Sonnenalp von Michael Fäßler auf den 6. Rang. Das Ferienhotel brilliert erneut mit einer Auslastung von 82,4 Prozent. Das Umsatzwachstum des Hauses fällt in diesem Jahr im Vergleich zu den anderen Spitzenreitern mit 2,7 Prozent eher dürftig aus. Fäßler erwirtschaftete einen Umsatz von 34,7 Mio. Euro (2005: 33,8 Mio. Euro). Das Kempinski-Flaggschiff Adlon in der Hauptstadt hat offensichtlich unter den Schlagzeilen zur Stasivergangenheit des ehemaligen General Managers Thomas Klippstein zumindest wirtschaftlich nicht gelitten. Der Nachfolger Stephan Interthal kann sich mit dem Ergebnis lassen.

„Meine Hoffnung ist, dass der Trend weiterhin dahin geht, dass sich die Menschen gerne belohnen und sich verwöhnen lassen und die Gäste bereit sind, einen dem Service entsprechenden Preis zu zahlen.“

Axel Ziegler
Hyatt Regency Köln

Nach dem Sport- und Kurhotel Sonnenalp auf Rang 6 folgen das ArabellaSheraton Grand Hotel München mit 34,0 Mio. Euro sowie das InterContinental Frankfurt mit 33,4 Mio. Euro auf Platz 7 und 8 – beide landeten schon im Jahr zuvor auf diesen Rängen. Eine Steigerung um 15,8 Prozent von 28,4 Mio. Euro Umsatz auf 32,9 Mio. Euro beschert dem Hilton Berlin den neunten Platz (Vorjahr: 10). Die Top Ten schließt das Marriott Frankfurt ab. Das 588-Zimmer-Haus, das von Kurt Berndt geleitet wird, konnte sich mit einem Plus von 7,5 Prozent auf 30,1 Mio. Euro Umsatz von Rang 11 unter die ersten 10 verbessern.

Wenig Minusmacher an der Spitze

Auf das Marriott Hotel in der Mainmetropole folgt das Millennium Hotel Hotel and Resort Stuttgart – das einzige Haus mit Umsatzeinbußen unter den ersten 20 Hotels. Mit einem Minus von 1,7 Prozent und einer rückläufigen Be-

Alles auf einen Blick: Die Kennziffern sind Durchschnittszahlen, die aus der Summe der Top 200 errechnet wurden. Bei den Umsätzen sind die Daten aller Top 200 Hotels komplett eingeflossen, bei Werten wie Belegung, Preise, F&B-Anteile fehlen die Angaben einiger Häuser. So wurden die Prozentsätze auf Basis der jeweils deklarierten Angaben ermittelt, die bei keiner Durchschnittszahl unter marktforschersich vertretbare Ansätze gingen.

■ Belegung, Preise und Umsatz werden grundsätzlich pro Zimmer gerechnet.

■ Die für Tourismuszwecke und im politischen Raum übliche Rechnung mit Betten ist für betriebswirtschaftliche Betrachtungen untauglich.

■ Die Belegungsquoten rechnen sich auf den Durchschnitt der verfügbaren Zimmer.

■ Der Nettoumsatz pro Zimmer ergibt sich aus einer Division von Umsatz und Zimmerzahl.

■ Die Mitarbeiterzahl errechnet sich im Jahresmittel, Umrechnung auf Vollzeitkräfte (Auszubildende = 0,5).

■ Die Zahlen basieren auf Eigenangaben der befragten Unternehmen, die dafür verantwortlich zeichnen. Insbesondere größere Hotelketten sind seit einigen Jahren nicht alle bereit, ihre Unternehmenszahlen zu veröffentlichen. Einige Betriebe wurden der Vollständigkeit halber geschätzt. Zugrundegelegt wurde dabei die durchschnittliche Entwicklung des jeweiligen Segementes.

■ Bei gleichem Umsatz richtet sich die Rangvergabe nach der höchsten erwirtschafteten Zuwachsrate. Bei gleichem Umsatz und gleicher Umsatzveränderung wurden die Betriebe auf den gleichen Rang eingeordnet.

legungsquote fällt das 451-Zimmer-Hotel mit einem Umsatz von 28,2 Mio. Euro von Platz 9 auf 11.

Einen Superstart ins Ranking und damit in die deutsche Spitzenhotellerie legte das im August 2005 eröffnete Kongresshotel Maritim Berlin hin. Das 905-Zimmer große Haus landete auf Anhieb auf Platz 13 mit einem Umsatz von 27,2 Mio. Euro. Im Aufwind ist das Park Inn Berlin Alexanderplatz, ein Franchisehotel von

	2006	2005	Veränderung
Nettoumsätze Top 200 in Mrd. Euro (alle Häuser einschließlich der geschätzten)	2,911	2,656	9,6 %
Durchschnittlicher Umsatz pro Hotel der Top 200 in Mio. Euro	14,6	13,4	8,5 %
Sowiele der Top-200-Hotels weisen gegenüber dem Vorjahr Pluszahlen auf (soweit Vorjahresvergleich möglich):	176 = 88,9 %	102 = 51,0 %	
Sowiele der Top-200-Hotels weisen gegenüber dem Vorjahr Minuszahlen auf (soweit Vorjahresvergleich möglich):	14 = 7,1 %	62 = 31,0 %	
Gewinnsituation in %*			
sehr gut	25,8 %	6,9 %	
gut	55,1 %	43,5 %	
noch zufriedenstellend	16,3 %	36,6 %	
schlecht	2,5 %	13,0 %	
Anzahl der Zimmer (Top 200)	64.259	63.883	0,6 %
Durchschnittliche Anzahl der Zimmer	321	319	0,6 %
Durchschnittliche Belegung aller verfügbaren Zimmer	66,5 % <small>mit 167 Hotels gerechnet</small>	64,3 %	
Durchschnittlich erlöster Nettopreis pro verkauftem Zimmer (Euro)*	108,70	101,62	7,0 %
Durchschnittlicher Nettoumsatz pro Zimmer*	45,285	40,747	11,1 %
Durchschnittlicher Anteil Beherbergung*	55,0 % <small>mit 154 Hotels gerechnet</small>	54,1 %	
Durchschnittlicher Anteil F&B*	37,9 % <small>mit 154 Hotels gerechnet</small>	38,4 %	
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl pro Hotel*	155 <small>Angaben von 120 Hotels</small>	146	6,2 %
In ... Hotels ist die Mitarbeiterzahl			
gestiegen	52	54	
gesunken	18	54	
gleich geblieben	50	35	
Vertragsformen in %			
Eigenbetrieb	26	31	
Pacht	57	50	
Management	17	19	

*soweit deklariert
2005er Werte teils aus Befragung Der Hotelier 4-5/2006

©AHGZ-Grafik

Rezidor SAS. In den vergangenen Jahren tüchtig renoviert (unter anderem hat das Hochhaus eine neue Fassade bekommen), kann sich General Manager Jürgen Gangl über eine stolze Umsatzsteigerung um 14 Prozent von 23,6 Mio. Euro auf 26,9 Mio. Euro und den 14. Rang in der Top-Liste (Vorjahr: 17) freuen. Gangl teilt sich den 14. Platz mit seinem Kollegen Fred Hürst vom Grand Hyatt am Potsdamer Platz. Der General Manager erwirtschaftete in 2006 ein Plus

von 9,8 Prozent und machte zwei Plätze im Ranking gut. Neu unter den Top 20 ist ein weiteres Berliner Haus: Das Ritz-Carlton Berlin landet mit 26,0 Mio. Euro und einem sattem Plus von 23,8 Prozent auf dem 17. Rang. Während die Spitzenhotels in Berlin in der Liste nach oben kletterten, rutschte der Frankfurter Hof zwei Plätze von 14 auf 16 runter. Das Steigenberger Flaggschiff, das noch bis Ende Ju-

■ Fortsetzung auf Seite 6

Top Berlin					
	Nettoumsatz in Mio. €		Umsatzveränderung 2006 zu 2005 in %	Ø-Preis je verk. Zimmer (netto) in €	
	2006	2005		2006	2005
Estrel Berlin, Berlin	51,5	47,7	8,0	79	73
Hotel InterContinental Berlin, Berlin	42,3	36,9	14,6	134	123
Hotel Adlon, Berlin	37,6	32,2	16,8	265	232
Hilton Berlin, Berlin	32,9	28,4	15,8	-	110
Maritim Berlin, Berlin ¹⁾	27,2	-	-	106	-
Park Inn Berlin-Alexanderplatz, Berlin	26,9	23,6	14,0	64	59
Grand Hyatt Berlin, Berlin	26,9	24,5	9,8	192	175
The Ritz-Carlton Berlin, Berlin	26,0	21,0	23,8	224	175
Radisson SAS Hotel, Berlin	21,6*	19,9	8,5	-	101
Maritim proArte Berlin, Berlin	20,5	19,1	7,3	100	98
The Westin Grand Berlin, Berlin	20,0	18,0	11,1	124	106
Marriott Hotel Berlin, Berlin	19,3	16,2	18,8	120	105
Hotel Berlin Berlin, Berlin ²⁾	18,4	15,1	21,9	75	79

* Schätzwert
¹⁾ 2006 erstes volles Geschäftsjahr (Eröffnung 8/2005)
²⁾ Hotel Berlin Berlin, vormals Hotel Clarion Berlin

©AHGZ-Gräf



Noch dieses Jahr in neuem Glanz: Das ArabellaSheraton Grand Hotel in München auf Platz sieben firmiert ab Herbst unter der Marke The Westin

Boom in der Hauptstadt: Der Preiskampf unter den 4- und 5-Sterne-Hotels in Berlin beruhigt sich - zugunsten erhöhter Durchschnittspreise für fast alle Hotels. Die Hotels der Hauptstadt gehören zu den Gewinnern auf dem deutschen Hotelmarkt. Von 13 Spitzenhotels weisen acht Häuser ein zweistelliges Umsatzwachstum aus. Top-Plusmacher mit 23,8 Prozent Steigerung ist das Ritz-Carlton. Das Luxushotel am Potsdamer Platz konnte den Umsatz im vergangenen Jahr von 21 Mio. Euro auf 26,0 Mio. Euro verbessern. Und auch bei der durchschnittlichen Nettorate liegt das Ritz-Carlton vorn: Um satte 49 Euro hob es den Preis an. Das Adlon schaffte zwar nur eine Erhöhung um 33 Euro, hält aber mit 265 Euro die höchste Durchschnittsrate in der Hauptstadt.

Fortsetzung von Seite 5 Top 200...

ni von Gerhard E. Mitrovits geleitet wird, weist eine Umsatzsteigerung von 5,2 Prozent auf. 2006 für rund 10 Mio. Euro aufwendig renoviert, präsentiert sich das 5-Sterne-Haus unter anderem mit restaurierter Fassade und renoviertem Gourmetrestaurant Français. Während das Hilton Dresden sich mit 10,8 Prozent Wachstum unter die ersten 20 verbessern konnte, verlor das Schwesterhotel in München (beide mit 25,6 Mio. Euro auf Platz 18) 5 Plätze.

Soweit die Top 20, die mit insgesamt 663,5 Mio. Euro rund ein Viertel des Gesamtumsatzes der Top 200 ausmachen.

Zuwachs, Zuwachs, Zuwachs

Ein Plusmacher, der es nicht ganz unter die ersten 20 geschafft hat, ist das Elysée Hotel Hamburg, das im Jahr 2005 bis zum 1. Quartal 2006

für über 100 Mio. Euro renoviert und erweitert wurde. Dabei ist unter anderem der mit 1000 Sitzplätzen größte Konferenzsaal in einem Hamburger Hotel entstanden. Weitere Neuheiten: 24 Konferenzräume, 215 zusätzliche Zimmer und das auf 1000 Quadratmeter vergrößerte Elyseum Wellness & Spa. Direktor Michael Cieslewicz erzwang die Umwandlung in ein neues Grand Elysée 24,1 Mio. Euro. Das entspricht einer Steigerung um 55,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Elysée-Inhaber Eugen Block will das 5-Sterne-Haus zum führenden Tagungs- und Konferenzhotel der Hansestadt ausbauen.

Das Riesenplus von 75 Prozent des Holiday Inn Munich City Centre erklärt sich aus einem Rebranding. Das ehemalige Forum Hotel ist

komplett renoviert worden und startete 2006 mit einem erwirtschafteten Nettoumsatz von 21,0 Mio. Euro durch. Die Auslastung beträgt 67 Prozent, und das Haus konnte durchschnittlich 100 Euro pro Zimmer erzielen.

Die Top-Plusmacher in diesem Jahr sind neben dem Elysée und dem Holiday Inn das Hotel Berlin, das Kempinski Hotel Gravenbruch in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main, das Le Méridien Stuttgart sowie das Schlosshotel Bensberg. Eine gute Performance mit einem Umsatzwachstum von

Mio. Euro im Jahr 2005 auf 18,4 Mio. Euro 2006 steigern. Das Kempinski Gravenbruch hat seine Umsatzsteigerung um 36,8 Prozent von 11,7 Mio. Euro auf 16,0 Mio. Euro wohl hauptsächlich der Fußball-WM zu verdanken. Während der gesamten Weltmeisterschaft logierten hier die Schiedsrichter sowie einige Organisationsteams.

Das Hotel Le Méridien Stuttgart wartet mit einem Plus von 28,6 Prozent auf und erwirtschaftete in 2006 15,3 Mio. Euro (Vorjahr: 11,9 Mio. Euro). Im hohen zweistelligen Zuwachs-Bereich präsentiert sich außerdem das Grandhotel Schloss Bensberg in Bergisch-Gladbach, das mit einer Steigerung um 20,2 Prozent von 11,4 Mio. Euro auf 13,7 Mio. Euro auf den 62. Rang kletterte (Vorjahr: Platz 84).

Und wie sah das Jahr für die Einzelkämpfer aus? Für die Hoteliers, die keine große Gruppe als Stärkung im Rücken haben? Und die sich ohne Markenbindung auf dem hart umkämpften Markt etablieren müssen. Die Erfolgsergebnisse der vier Top-Häuser Estrel Berlin,

„Sorge bereitet mir die Steuerreform. Hoffnung setze ich in den Klimaschutz.“

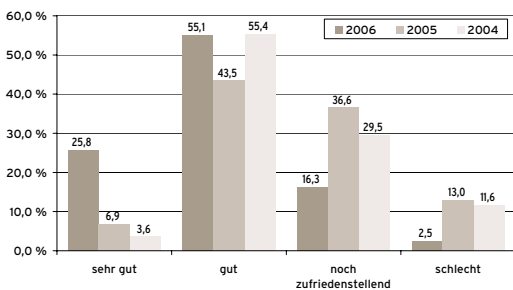
Dieter Tuxhorn
Lindner Congress Hotel Düsseldorf

21,9 Prozent lieferte das Hotel Berlin Berlin, vormals Clarion Hotel Berlin. Das Haus am Lützowplatz konnte von den Investitionen der vergangenen Jahre aufgrund von Eigentümerwechseln profitieren und den Umsatz von 15,1



Haben den Bogen raus: Die Mitarbeiter vom InterContinental Frankfurt beweisen konstante Leistung. Das Hotel am Main ist im dritten Jahr in Folge auf Platz acht

Wie war die Gewinnsituation 2006?



2005er Werte aus Befragung Der Hotelier 4-5/2006

©AHGZ-Gräf

Top-Stimmung bei Top-Hoteliers: Der wichtigste Wert zur Situation der Branche - die Gewinnsituation der Top 200 - hat sich innerhalb des vergangenen Jahres sehr stark verbessert. Fast 90 Prozent der Befragten beurteilen ihre Gewinnsituation in 2006 als „sehr gut“ oder „gut“. So positiv äußerten sich im Jahr zuvor lediglich 50,4 Prozent der befragten Top-200-Hoteliers, und im Jahr 2004 waren es 59 Prozent. Als „noch zufriedenstellend“ bezeichnen 16,3 Prozent die Ertragslage (2005: 36,6 Prozent, 2004: 29,5 Prozent), während lediglich 2,5 Prozent von „schlechten“ Ergebnissen berichten (2005: 13,0 Prozent, 2004: 11,6 Prozent). Damit ist klar: Die äußerst erfreuliche Situation in der Hotellerie spiegelt die optimistische Stimmung in Deutschland bezüglich der positiven wirtschaftlichen Entwicklung wider.

Hotel Bayerischer Hof, Sonnenalp und Elysée haben wir ja bereits zu Beginn kommentiert. Der Weissenhäuser Strand konnte nur ein mageres Plus von 0,4 Prozent erzielen und rutschte im Ranking mit einem Umsatz von 23,9 Mio. Euro von Rang 18 auf 22. Das Hotel Neptun in Warnemünde verlor mit einem Minus von 1,1 Prozent vier Plätze und landet mit einem Umsatz von 18,4 Mio. Euro auf Platz 38 (Vorjahr: 34. Rang).

Gut performen konnte auch das Brenner's Park-Hotel & Spa, das mit einer Steigerung des Umsatzes um 15 Prozent zehn Plätze in der Top-Liste gut machte und mit 16,9 Mio. Euro den 45. Rang einnimmt. Neu unter den Einzelkämpfern ist die Yachthafenresidenz Hohe Düne in Rostock-Warnemünde, die mit einem Umsatz von 18 Mio. Euro auf Platz 39 ins Ranking startete.

Der Preis ist heiß

Nicht zu bremsen ist das Brenner's Park-Hotel & Spa. Wie in jedem Jahr steht es bei den Top-Durchschnittspreisen an erster Stelle. 350 Euro betrug die durchschnittliche Nettorate in dem

Euro auf 187 Euro) aufgrund von Renovierungsmaßnahmen.

Unter den Neuzugängen der Top-200-Liste finden sich unter anderem drei Resort-hotels: Die Yachthafenresidenz Hohe Düne präsentiert sich mit einem guten Start in die deutsche Hotellerie (siehe oben). Das Grand Spa Resort Arosa Travemünde erwirtschaftete im ersten vollen Geschäftsjahr 12,2 Mio. Euro Umsatz. Das Sport- und Spa Resort Arosa Scharmützelsee, bereits seit 2004 unter der Leitung der Gruppe, weist ein Plus von 36,3 Prozent bei einer Umsatzsumme von 12,4 Mio. Euro aus.

Unter die ersten 20 gliedert sich das neue Maritim Berlin mit einem Umsatz von 27,2 Mio. Euro ein. Das im August 2005 eröffnete Kongresshotel in der Hauptstadt verfügte im ersten vollen Geschäftsjahr über eine durchschnittliche Auslastung von 58,4 Prozent und eine Nettorate von 106 Euro. Auch das erst im Mai 2006 eröffnete Dresdner Haus der Bad Salzuflener Gruppe startet durch: Mit 14,5 Mio. Euro Jahresumsatz in 2006, einer durchschnittlichen Auslastung von 70,4 Prozent und einer Durchschnittsrate von 96 Euro findet es sich auf Rang 57 der

“2007 ist ein wirtschaftlicher Aufschwung zu erkennen. Er wird helfen, die Preise anzuheben, um einem erhöhten Kostendruck entgegenwirken zu können”

Mathieu van Alphen
InterContinental Köln



Luxushotel in Baden-Baden im Jahr 2006 (2005: 322 Euro). Das macht Direktor Frank Marrenbach so schnell niemand nach. Das Adlon folgt mit großem Abstand: 265 Euro laut hier der Durchschnitt (Vorjahr: 232 Euro).

Spitzenhäuser wie das Bareiss, der Bayerische Hof, The Ritz-Carlton, Berlin und Kempinski Vier Jahreszeiten in München schließen zum Adlon auf. Einen relativ hohen Sprung von 175 Euro auf 224 Euro machte das Luxushotel Ritz-Carlton. Federn lassen bei der Durchschnittsrate mussten das Kempinski Grand Hotel Heiligendamm (von 213 Euro in 2005 auf 196 Euro im vergangenen Jahr) sowie das Steigenberger Parkhotel in Düsseldorf (von 193

Top-200-Liste wieder. Das im Februar 2006 eröffnete Marriott Cologne startet mit einem Umsatz von 9,6 Mio. Euro und einer Belegungsquote von 66,8 Prozent sowie einer durchschnittlichen Nettorate von 100 Euro.

Erwartungen an WM übertroffen

Die Ergebnisse des Top-200-Rankings zeigen klar: Die Erwartungen an die Fußball-WM haben sich mehr als erfüllt. 2006 war ein Spitzenjahr für die deutsche Hotellerie. Die Hoffnung, dass sich die positiven Impulse des Ereignisses nachhaltig auf die Branche auswirken, ist nach wie vor groß.

■ Fortsetzung auf Seite 8

Top Durchschnittspreise

Rang 2006	Betrieb	Zimmer/ Betten	Nettoumsatz in Mio. € 2006	Ø-Preis je verk. Zimmer (netto) in € 2006	2005
45	Brenner's Park-Hotel & Spa, Baden-Baden	100 / 171	16,9	350	322
5	Hotel Adlon, Berlin	350 / 700	37,6	265	232
41	Hotel Bareiss, Baiersbronn	99 / 230	17,5	245	238
3	Hotel Bayerischer Hof, München	373 / 691	49,2	226	201
17	The Ritz-Carlton Berlin, Berlin	302 / 604	26,0	224	175
12	Kempinski Hotel Vier Jahreszeiten, München	307 / 542	28,0	216	206
59	Kempinski Grand Hotel Heiligendamm, Heiligendamm	225 / 454	14,0	196	213
16	Steigenberger Frankfurter Hof, Frankfurt am Main	321 / 532	26,1	196	174
14	Grand Hyatt Berlin, Berlin	342 / 684	26,9	192	175
107	Hotel Hessischer Hof, Frankfurt am Main	117 / 177	8,0	188	173
90	Steigenberger Parkhotel Düsseldorf, Düsseldorf	130 / 206	9,7	187	193
79	Hotel Louis C. Jacob, Hamburg	85 / 154	10,8	182	170
92	Colombi Hotel, Freiburg	117 / 232	9,5	172	154

2005/06 Werte teils aus Befragung Der Hotelier 4-5/2006

©AHGZ-Grafik

Mit weitem Abstand erneut vorn: Das Brenner's Park-Hotel & Spa in Baden-Baden erzielte 2006 mit 350 Euro eine Top-Durchschnittsrate (Vorjahr: 322 Euro). Das Adlon konnte 2006 mit einem durchschnittlichen Nettopreis von 265 Euro (Vorjahr: 232 Euro) das Hotel Bareiss in Baiersbronn in der Liste der besten Durchschnittspreise überholen. Das Schwarzwaldhotel hob die Rate dennoch von 238 Euro auf 245 Euro in 2006 an. Einbußen beim Preis mussten das Kempinski Grand Hotel Heiligendamm (von 213 Euro auf 196 Euro) und das Steigenberger Parkhotel Düsseldorf (von 193 Euro auf 187 Euro) hinnehmen.

Top Einzelkämpfer

Rang 2006	Betrieb	Nettoumsatz in Mio. € 2006	2005	Umsatzveränderung 2006 zu 2005 in %
1	Estrel Berlin, Berlin	51,5	47,7	8,0
3	Hotel Bayerischer Hof, München	49,2	43,5	13,0
6	Sport- und Kurhotel Sonnenalp, Ofterschwang	34,7	33,8	2,7
21	Elysée Hotel Hamburg, Hamburg ¹⁾	24,1	15,5	55,5
22	Weissenhäuser Strand, Weissenhäuser Strand	23,9	23,8	0,4
24	Hotel Traube Tonbach, Baiersbronn-Tonbach	22,6*	20,8*	8,7
37	Hotel Hafen Hamburg, Hamburg	18,6	17,4	6,9
38	Hotel Neptun, Warnemünde ²⁾	18,4	18,6	-1,1
39	Yachthafenresidenz Hohe Düne, Rostock-Warnemünde ²⁾	18,0	-	-
41	Hotel Bareiss, Baiersbronn	17,5	17,3	1,2
43	Ostsee-Hotel (Damp Touristik), Damp	17,1	16,5	3,6
45	Brenner's Park-Hotel & Spa, Baden-Baden	16,9	14,7	15,0

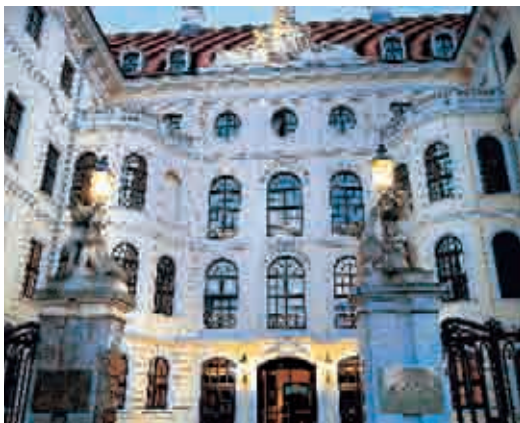
* Schätzwert ¹⁾ Umbau 2005 bis 1. Quartal 2006 ²⁾ Renovierung 1-3/2007
³⁾ 2006 erstes volles Geschäftsjahr (Teileröffnung 9/2005)

©AHGZ-Grafik

Alein erfolgreich: Die Einzelkämpfer, die ohne Gruppe im Rücken den Markt bestreiten, brauchen sich nicht hinter den Ergebnissen der Ketten zu verstecken. Die höchste Umsatzsteigerung weist das Brenner's mit 15 Prozent aus - abgesehen vom Elysée (Plus nach Renovierungsphase).



Es geht aufwärts: Das Hilton Berlin steigt im Ranking um eine Stufe auf Platz neun. Foto: Hotel



In Dresden sind die Tore offen: Das Kempinski Hotel Taschenbergpalais Dresden verzeichnet ein dickes Plus
Foto: Hotel

Fortsetzung von Seite 7

Top 200...

Sorgen bereiten den Top-200-Hoteliers vor allem der zunehmende Fachkräftemangel in der Branche, die Mehrwertsteuererhöhung sowie steigende Energiekosten. Während sich die Metropolregionen stetig wachsende Übernachtungszahlen der Reisenden – auch aus dem Ausland – freuen können, betrachten einige Hoteliers in den Feriengebieten die rückläufige Entwicklung der Gästeankünfte mit zunehmender Sorge.

Eines ist ziemlich sicher: 2006 war kein Ausnahmejahr. Die positiven Ergebnisse der deutschen Top-Hotels haben sich in den vergangenen drei Jahren konstant entwickelt. Zwar nimmt der Wettbewerb durch Marktkonzentration, Markt-Differenzierung und Internationalisierung stetig zu, doch Konkurrenz belebt bekannterweise das Geschäft. Und die deutsche Hotelierie ist es gewohnt, sich unter ständig verändernden Bedingungen zu behaupten.

Der Blick in die Zukunft zeigt: Die Zeichen stehen gut. Sämtliche Prognosen für den deutschen Hotelmarkt fallen positiv aus. So geht Christoph Härle, Executive Vice President Jones Lang LaSalle Hotels, für einige Städte in Deutschland von einem steigenden Bettenangebot aus (AHGZ vom 21. April). Vor allem in Frankfurt am Main, Berlin, Hamburg, München und Düsseldorf entständen insbesondere 2008, 2009 und 2010 neue Hotels. Härle ist aber überzeugt, dass der deutsche Hotelmarkt bei anhaltend guter Konjunktur diesen Schub durchaus verkraften könne.

Die Preise in Deutschland befinden sich zwar immer noch nicht auf europäischem Spitzenniveau, aber die Hotelierie ist seit Jahren sensibilisiert für das Thema und setzt Jahr für Jahr höhere Raten durch. Es sieht ganz so aus, dass das Selbstbewusstsein der Hoteliers in Deutschland wächst – und das zu Recht.

„Schlechte Visa-bestimmungen für international interessante Märkte durch politischen Druck lassen Qualitätsbuchungen zurückgehen. Toll ist die positive Stimmung im Land.“

Denis Hüttig
Dorint Sofitel Maison Messmer,
Baden-Baden

Regionale: Die gesonderte Betrachtung regionaler Entwicklungen ist wesentlicher Bestandteil des Top-200-Rankings. Dargestellt werden die wichtigsten Destinationen und Ballungsgebiete in Deutschland mit deren Umsatzspitzenreitern. Gesondert analysiert wird der Standort Berlin mit seiner speziellen Hotelentwicklung (siehe Seite 6). Kräftige Zuwächse in Hamburg: Die Top Hoteliers legten wie bereits ein Jahr zuvor eine sehr gute Performance hin. Sieben von neun Spitzenhäusern verzeichnen eine zweistellige Zuwachsrate (das Elysée ist aufgrund von Renovierungs- und Erweiterungsarbeiten gesondert zu betrachten). Auch beim Preis schlägt bis aufs Elysée eine zweistellige Erhöhung durch – bei steigender Belegungsquote. Nach wie vor profitiert Hamburg von Städtereisenden und kann sich seit Jahren vor wachsende Übernachtungszahlen freuen – auch am Wochenende.

Die Hotels in München konnten ihre Situation ebenfalls verbessern. Alle Häuser weisen Steigerungsraten beim Umsatz (im ein- bis niedrigen zweistelligen Bereich) und der durchschnittlichen Nettorate aus. Bis auf die beiden ArabellaSheraton-Häuser in Bogenhausen und dem Marriott München verändert bei den Top-Hotels der bayerischen Hauptstadt auch die Auslastung.

Während 2005 die Zeiten für den Stuttgarter Hotelmarkt nicht so rosig ausschauten, glänzen die Spitzenhäuser im vergangenen Jahr hauptsächlich mit Wachstumsraten. Alle Häuser konnten eine höhere Durchschnittsrate kassieren und bis auf das Millennium Stuttgart auch Umsatz und Belegungsquote verbessern. Das Le Méridien legte sogar um 28,6 Prozent zu und setzte eine Preiserhöhung um 25 Euro auf 131 Euro durch. Den besten Preis mit 135 Euro erzielte das Hotel am Schlossgarten.

Für die Top-Hotels in Frankfurt am Main gab es in 2006 nur einstellige Steigerungsraten beim Umsatz. Das Maritim Frankfurt musste sogar Einbußen hinnehmen. Zwar konnten die Spitzenhäuser ihre Rate anheben, allerdings teilweise zu Lasten der Belegungsquote. Den höchsten Preis erzielte erneut der Steigenberger Frankfurter Hof mit 165 Euro (Vorjahr: 161 Euro). Bleibt abzuwarten, ob die Villa Kennedy, die 2006 noch kein volles Geschäftsjahr ausweist und daher im Ranking nicht erscheint, die ambitionierten Spitzenraten durchsetzt.

In Düsseldorf konnten alle Häuser bis auf das Hilton ein Umsatzwachstum verzeichnen. Der Kölner Hotelmarkt zeigt eine gute Performance für das Jahr 2006. Besonders gut entwickelten sich das InterConti (plus 18,3 Prozent) und das Hilton Cologne (plus 10,2 Prozent). Mit 167 Euro konnte das Hyatt Regency Köln die beste Durchschnittsrate erzielen. Der Hotelmarkt im Osten entwickelt sich weiter positiv. Die Stadt Dresden hat bei der durchschnittlichen Zimmerauslastung die Nase vorn. Die beste Belegungsquote erzielte das Hilton Dresden (81,2 Prozent). Mit der besten Zimmerrate glänzt das Kempinski Taschenbergpalais (164 Euro), während die anderen Häuser noch nicht einmal die 100-Euro-Grenze erreichen konnten – insgesamt ein niedriges Preisniveau.

	Top Städte							
	Nettoumsatz in Mio. €		Umsatzveränderung 2006 zu 2005 in %	Ø-Preis je verk. Zimmer (netto) in €		Ø-Belegung pro verfügl. Zimmer in %		
	2006	2005		2006	2005	2006	2005	
Hamburg								
Elysée Hotel Hamburg, Hamburg ¹⁾	24,1	15,5	55,5	116	112	74,6	70,8	
Radisson SAS Hotel Hamburg, Hamburg	21,3*	19,6*	8,7	–	–	–	–	
Kempinski Hotel Atlantic Hamburg, Hamburg	20,6	18,4	12,2	142	127	68,5	64,1	
Hotel Hafen Hamburg, Hamburg	18,6	17,4	6,9	–	–	87,0	85,0	
Park Hyatt Hamburg, Hamburg	16,8	14,7	14,3	166	139	69,8	69,7	
Raffles Hotel Vier Jahreszeiten, Hamburg	16,8	15,0	12,0	–	–	–	–	
Marriott Hotel Hamburg	16,5	13,8	19,9	135	118	84,4	78,8	
Hotel InterContinental Hamburg, Hamburg	15,3	13,7	11,4	122	103	71,0	70,8	
Steigenberger Hotel Hamburg, Hamburg	15,0	13,1	14,5	123	110	78,8	72,3	
München								
Hotel Bayerischer Hof, München	49,2	43,5	13,0	226	201	70,2	67,2	
ArabellaSheraton Grand Hotel München, München	34,0	32,2	5,7	134	120	66,1	68,5	
Kempinski Hotel Vier Jahreszeiten, München	28,0	25,3	10,7	216	206	77,0	72,0	
Hilton München Park, München	25,6	25,1	2,0	–	–	74,1	74,1	
Kempinski Hotel Airport München, München	25,4	24,7	2,8	129	127	76,3	67,3	
Hilton München City, München	22,3	21,0	6,2	–	–	76,1	76,0	
Holiday Inn Munich, City Centre, München	21,0	12,0	75,0	100	99	67,0	37,0	
ArabellaSheraton Bogenhausen, München	18,7	17,0	10,0	111	89	67,2	72,6	
Marriott Munich, München	17,0	16,0	6,3	124	108	73,1	74,6	
Stuttgart								
Millennium Hotel and Resort Stuttgart	28,2	28,7	-1,7	96	92	65,0	65,6	
Maritim Stuttgart, Stuttgart	23,0	20,1	14,4	92	82	64,9	59,6	
Le Méridien Stuttgart, Stuttgart	15,3	11,9	28,6	131	106	73,5	68,5	
Steigenberger Graf Zeppelin, Stuttgart	11,9	10,7	11,2	120	108	75,4	71,7	
Hotel am Schlossgarten, Stuttgart	10,1	8,9	13,5	135	118	75,3	71,7	
Mövenpick Hotel Stuttgart-Airport, Stuttgart	9,6	9,1	5,5	98	91	68,2	67,3	
Frankfurt am Main								
Sheraton Frankfurt Hotel & Towers, Conference Center, Frankfurt/M.	50,5*	47,3*	6,8	–	–	–	–	
Hotel InterContinental Frankfurt, Frankfurt/M.	33,4	31,7	5,3	115	104	62,3	67,4	
Marriott Frankfurt, Frankfurt	30,1	28,0	7,5	124	118	73,8	71,9	
Steigenberger Airport Hotel Frankfurt, Frankfurt/M.	26,8	24,7	8,5	94	87	81,1	79,1	
Steigenberger Frankfurter Hof, Frankfurt/M.	26,1	24,8	5,2	196	174	60,8	64,6	
Hilton Frankfurt, Frankfurt/M.	25,3	23,6	7,2	–	–	72,1	67,1	
Maritim Frankfurt, Frankfurt/M.	20,9	21,1	-0,9	119	116	59,8	61,9	
ArabellaSheraton Grand Hotel, Frankfurt/M.	20,3	19,5	3,8	165	161	60,0	57,2	
Rhein/Ruhr								
Maritim Köln, Köln	24,1	22,3	8,1	102	95	71,7	69,8	
Hyatt Regency Köln, Köln	18,8	16,9	11,2	167	155	56,0	52,7	
Hilton Düsseldorf, Düsseldorf	18,6	18,8	-1,1	–	–	58,5	64,4	
Maritim Bonn, Bonn	16,9	16,8	0,6	94	89	61,5	62,9	
Radisson SAS Hotel Köln	15,3*	14,1	8,5	–	–	–	–	
Hotel Nikko Düsseldorf, Düsseldorf	15,2*	14,0*	8,6	–	–	–	–	
Hotel InterContinental Köln, Köln	15,2	12,9	18,3	144	126	64,9	60,5	
Hilton Cologne, Köln	14,1	12,8	10,2	–	–	69,1	74,0	
Radisson SAS Scandinavia Hotel, Düsseldorf	13,8*	12,7	8,7	–	–	–	–	
Dresden/Leipzig								
Hilton Dresden, Dresden	25,6	23,1	10,8	–	–	81,2	80,8	
Kempinski Hotel Taschenbergpalais Dresden, Dresden	17,0	14,9	14,1	164	155	67,0	61,0	
Maritim Dresden, Dresden ²⁾	14,5	–	–	96	–	70,4	–	
The Westin Bellevue, Dresden	14,1	13,0	8,5	88	86	76,8	71,0	
The Westin Leipzig, Leipzig	13,6	11,9	14,3	64	59	70,5	60,3	
Renaissance Leipzig Hotel, Leipzig	10,3	9,1	12,9	69	62	74,5	70,3	

* Schätzwert
¹⁾ Umbau 2005 bis 1. Quartal 2006
²⁾ Vollständige Hoteleroffnung 5/2006