



Korkenknallen in der Branche: Die Top 50 Hotelgesellschaften in Deutschland erzielen für das Jahr 2006 Rekordzahlen

Foto: StockFood

Auf der Überholspur

Von Hendrik Markgraf

Sie sind weiterhin auf der Beschleunigungsspur gegenüber dem Branchendurchschnitt: die Top 50 Hotelgesellschaften. Allein 2006 erwirtschafteten sie mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes der deutschen Hotels, nämlich 5,8 Milliarden Euro. Dies geht aus dem aktuellen AHGZ-Ranking der 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften in Deutschland hervor.

Nimmt man noch die Zahlen der 200 Top-Hotels in Höhe von 2,91 Milliarden Euro hinzu (AHGZ vom 26. Mai), zeigt sich wieder: Die Spitze wächst nicht nur schneller und stärker als die Breite – sie schneidet sich auch die dicksten Stücke aus dem (Umsatz-)Kuchen.

Gegenüber den Einzelhotels sind die Ketten mit noch höherer Geschwindigkeit unterwegs: Sie toppen sogar die Spitzenwerte aus den Erfolgsjahren 1999 und 2000. Und beim Ertrag – der Größe, auf die es ankommt – beurteilt keine einzige Gesellschaft das Jahr 2006 als schlecht oder schwach. Sage und schreibe 23,8 Prozent sprechen sogar von einer sehr guten Gewinnsituation. Und der durchschnittliche Zimmerpreis? Er ist im Gegensatz zu 2005 erfreulicherweise ebenfalls gestiegen.

Bei den Spitzenreitern hat Accor wieder die Nase vorn – auch ein Verdienst von André Witschi. An zweiter Stelle erstmals die InterContinental Hotels Group. Was die Erwartungen an 2007 betrifft, so fallen die Prognosen der Top 50 nicht so euphorisch aus. Das entspricht dem bisherigen Geschäftsverlauf. Mehr darüber, über Platzierungen und Kennzahlen auf dieser und den folgenden Seiten.

Aus dem Inhalt



Skurrlil Ein Trio junger Köche in Chicago mischt die amerikanische Gourmetwelt mit abgefahrenen Kreationen aus der molekularen Küche auf. Abgucken erwünscht. Ein Szenereport. **Seite 9**

Schlau Von lukrativen Geschäften versteht Hartmut Ostermann viel. Der Selfmade-Unternehmer, der mehr als 120 Seniorenheime betreibt, hat sich seine eigene Hotelwelt aufgebaut. Eine Erfolgsgeschichte. **Seite 12**



Südländisch Multimillionär Daniele Kihlgren hat ein italienisches Dorf vor dem Aussterben gerettet. In Santo Stefano beleben jetzt Hotelgäste die idyllischen Gassen. Ein Streifzug. **Seite 14**

Boomjahr für Top 50

Für die Top 200 Einzelhotels war 2006 ein Superjahr. Die Top 50 Hotelgesellschaften konnten die Spitzenergebnisse aber noch übertreffen. Das belegt: Das WM-Jahr war ein absolutes Erfolgsjahr für die deutsche Hotellerie.

Von Svenja Alberti

Das Jahr der Fußball-WM war das Jahr für die deutsche Hotellerie. Das haben bereits die Top-Ergebnisse der 200 umsatzstärksten Hotels in Deutschland gezeigt (AHGZ/Der Hotelier vom 26. Mai), und das belegen nun auch die Spitzenzahlen der Top 50 Hotelgesellschaften.

Diese konnten die an das vergangene Jahr gestellten bereits sehr hohen Erwartungen zum Großteil noch übertreffen. Statt des optimistisch angepeilten Umsatzwachstums von 9,9 Prozent erzielten die Big Player ein sattes Plus von 18,4 Prozent. Insgesamt vereinen sie einen Nettoumsatz von 5,80 Mrd. Euro. Im Jahr zuvor erwirtschafteten diese Gesellschaften 4,90 Mrd. Euro.

Damit setzten die Top 50 im vierten Jahr in Folge ihren Wachstumskurs fort. Und: Die Ketten konnten sogar die Spitzenwerte der überaus erfolgreichen Jahre 1999 und 2000 ausstechen. So war 2006 für die umsatzstärksten Hotelgesellschaften in Deutschland ein absolutes Boomjahr.

Die Rekordzahlen überschlagen sich bei fast allen Kennziffern: 90 Prozent der Top 50 melden für das abgelaufene Geschäftsjahr ein Umsatzplus. Im vergangenen Jahr waren es 72 Prozent – und dieses Ergebnis war damals schon

ausgesprochen gut. Lediglich 10 Prozent schlossen 2006 mit einem geringeren Umsatz ab. Im Jahr zuvor waren es immerhin noch 28 Prozent, die Einbußen hinnehmen mussten.

Die Zahl der betriebenen Häuser ist auch dieses Mal wieder gestiegen: Insgesamt sind die Hotels der Top 50 um 55 Betriebe auf 1287 gewachsen.

Die Zahl der Zimmer ist um 6,9 Prozent von 175.949 auf 188.057 gestiegen; die durchschnittliche Anzahl der Zimmer um 2,3 Prozent von 143,9 Prozent auf 147,2 Prozent. Auch bei der durchschnittlichen Zimmerbelegung hat es positive Veränderungen gegeben. Sie stieg um 1,8 Prozentpunkte von 62,1 Prozent auf 63,9 Prozent.

Entgegen der rückläufigen Entwicklung des durchschnittlichen Zimmerpreises im Jahr 2005 konnten die Top 50 im vergangenen Jahr wieder höhere Raten erzielen. So stieg der durch-

■ Fortsetzung auf Seite 2

Aufreger des Monats

Hitliste des Grauens zur besten Sendezeit

Es geschah am helllichten Tag. Die Ausbeute der Untersuchung wird der stauenden Nation zur besten abendlichen Sendezeit serviert: „Schwere Mängel in deutschen Mittelklasse-Hotels“, so das Fazit der TV-Sendung Plusminus.

Nichts für schwache Nerven: verdreckte Böden, Schimmel in Fugen und Duschwannen, Löcher in Bettlaken, Haare und Flecken auf Matratzenschonern, verschmutzte Telefonhörer, Blut an den Gardinen. Eine Hitliste des Grauens, die da über den Bildschirm geht.

Die Test-Kandidaten: zehn inhabergeführte, zentral gelegene Hotels in fünf deutschen Großstädten. Die Test-Bedingungen: Die Übernachtung für zwei Personen im Doppelzimmer mit Frühstück kostet unter 100 Euro. Und: Die Buchungen mussten über das Internet laufen. Der Tester: Michael Bauer, seit mehr als



Abschreckend: So sollte es in keinem Hotel aussehen

20 Jahren Unternehmensberater und Serviceexperte. Nur der Vollständigkeit halber: Fast durchweg positiv fiel dem Tester das üppige Frühstück ins Auge. Aber den Zuschauern dürfte zu diesem Zeitpunkt längst der Appetit vergangen sein. *uju*

Anreger des Monats

Männer an die Besen - jetzt wird geputzt

Ein Anblick, der jede Frau in Verzückung bringt: ein Mann in Schürze, mit einem Putzweimer und Staubwedel bewaffnet. Nun ist das nicht mehr nur ein hoffnungsloser Traum, denn im niedersächsischen Merzen, einen Steinwurf von Osnabrück entfernt, hatte eine pfiffige Hauswirtschaftlerin eine neuartige Idee.

Auf ihrem Ferienbauernhof bietet Elisabeth Frohne – auf dem Hof kurz Lieschen genannt – für (putz)lernwillige Männer „Grundkenntnisse der Reinigung“, wie es auf ihrer Homepage heißt. Das Konzept ist so einfach, dass es fast schon unglaublich wirkt: Männer kommen für ein Wochenende oder sogar eine Woche – und zahlen dafür, dass sie bei Lieschen putzen dürfen. Sie lernen, einen Backofen zu reinigen, Ketchup-Flecken zu entfernen, Toiletten zu schrubben und vieles mehr. Zu Frohnes Gästen zählen Männer, die von ihren Frauen zum Putzkurs verdonnert wurden, Männer, die das Mysterium Putzen entschlüsseln wollen oder diejenigen, die keine andere Wahl haben, weil sie es schlichtweg selbst machen müssen. Ein Anfängerkurs unter Lieschens fachmännischer Anleitung kostet 36 Euro zuzüglich Übernachtung und Verpflegung.



Ran an den Dreck: Männer feudeln im Hotel

Erstaunlicherweise hat diese Idee bisher nur wenige Nachahmer gefunden, sodass Lieschen Frohne nach wie vor mit wenig Konkurrenz zu kämpfen hat. Warum eigentlich? Es ist doch die Idee schlechthin: Gäste kommen, zahlen für ihren Urlaub, geben Geld dafür, dass sie im Hotel putzen dürfen, und die Betreiber sparen Kosten für die Reinigungskräfte. Einfach sauber dieser Einfall – Nachmachen erwünscht. *bul*



Sonnenplatz am Meer: Der Ahlbecker Hof soll noch schöner werden. Bald stehen Umbauarbeiten an

Foto: Hotel

Fortsetzung von Seite 1

Boomjahr für die Top 50

schnittliche Zimmerpreis um rund 3 Euro von 81,79 Euro auf 84,95 Euro. Das entspricht einer Steigerungsrate von 3,9 Prozent im Vergleich zu einer Abnahme um 3,7 Prozent im Jahr zuvor.

Die exzellenten Ergebnisse spiegeln sich ebenfalls erheblich in dem wichtigsten Indikator für die Lage der Branche wider: Die Frage nach der Gewinnsituation haben die Top Player geradezu euphorisch beantwortet. 23,8 Prozent der Befragten freuen sich über „sehr gute“ Erträge. Im Vorjahr äußerten sich lediglich rund 5 Prozent so positiv. Mehr als die Hälfte der befragten Gesellschaften charakterisieren ihre Gewinnsituation als „gut“. Das waren im Jahr zuvor 38,1 Prozent.

Als „noch zufriedenstellend“ bezeichnen rund 20 Prozent der Befragten die Ertragslage im Vergleich zu 45,2 Prozent im Vorjahr. Und: Nicht eine Gesellschaft beurteilt ihre Gewinnsituation als „schwach“ oder „schlecht“. Das gab es selten. Im vergangenen Jahr äußerten sich immerhin noch

11,9 Prozent der Befragten unzufrieden mit ihren Erträgen.

Erfreuliche Zunahme auch bei den Mitarbeiterzahlen: 43,9 Prozent der befragten Gesellschaften haben ihr Team aufgestockt. Im Jahr

„Wir wollen die Qualitäts-, Markt- und Ertragsführerschaft in all unseren Destinationen in den nächsten zehn Jahren“



Carsten K. Rath
Arabella Hotel Holding International

zuvor hatten dagegen nur rund 27 Prozent zusätzliche Mitarbeiter eingestellt. Knapp die Hälfte der Gesellschaften ist im vergangenen Jahr mit derselben Anzahl der Mitarbeiter wie 2005 ausgekommen, während 7,3 Prozent 2006

weniger Mitarbeiter beschäftigt haben als ein Jahr zuvor. Gesunkene Mitarbeiterzahlen gaben im vergangenen Jahr immerhin noch 17,8 Prozent der Befragten an.

Die wirtschaftliche Lage der Kettenhotellerie in Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren bereits deutlich stabilisiert. Im WM-Jahr hat sie noch einmal einen gehörigen Schub nach vorn erfahren. Und auch im Vergleich zu den Top 200 Einzelhotels ist die Entwicklung im

vergangenen Jahr außerordentlich positiv. Handelt es sich bei den umsatzstärksten Häusern auf dem deutschen Markt überwiegend um 5- bis 4-Sterne-Hotels, ist der Anteil an Häusern der Mittelklasse bei den Top 50 bedeutend größer. Das erklärt, warum die Kettenhotellerie noch stärker von den Fanmassen während der Fußball-WM profitieren konnte.

Zum 19. Mal spiegelt die Top-50-Liste präzise die Situation der Hotelgesellschaften in Deutschland wider. Die Hotelgruppen wurden

komplett aufgelistet, wobei es keine Rolle spielt, ob die Hotelbetriebsgesellschaften eines oder 300 Häuser kontrollieren. Die erhobenen Daten beruhen auf Eigenangaben der Gesellschaften.

Fortsetzung auf Seite 4

Kennziffern 2006

	2006	2005	Veränderung in %
Nettogesamtumsatz ¹⁾ in Mrd. Euro	5,80 €	4,90 €	18,4
Ø Umsatz pro Hotel in Mio. Euro	4,60 €	4,17 €	10,3
Anzahl der Hotels	1.287	1.222	5,3
Anzahl der Zimmer	188.057	175.949	6,9
Ø Anzahl Zimmer	147,2	143,9	2,3
Wie viele haben Plus gemacht?	90,0%	72,0%	
Wie viele haben Minus gemacht?	10,0%	28,0%	
Gewinnsituation ²⁾			
sehr gut	23,8%	4,8%	
gut	54,8%	38,1%	
noch zufriedenstellend	21,4%	45,2%	
schwach	0,0%	11,9%	
schlecht	0,0%	0,0%	
Ø Zimmerbelegung ²⁾	63,9%	62,1%	
Ø Zimmerpreis netto ²⁾	84,95 €	81,79 €	3,9
Ø Zimmerumsatz	38.557 €	36.079 €	6,9
Ø Anteil Beherbergung ²⁾	57,4%	56,2%	
Ø Anteil F&B ²⁾	35,0%	36,3%	
In ... der Gesellschaften ist die Mitarbeiterzahl ²⁾			
gestiegen	43,9%	26,7%	
gleich geblieben	48,8%	55,6%	
gesunken	7,3%	17,8%	

¹⁾ Mehrfachnennungen wie bei ArabellaStarwood/Le Méridien/Starwood wurden nur einfach berücksichtigt

²⁾ Basis: soweit jeweils angegeben

AHGZ-Ranking der Top 50

2006	2005	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz in Mio. €		Veränderung in %	Zahl der Betriebe in Deutschland		Zahl der Zimmer		Ø-Zimmerbelegung in %		Ø-Netto-Zimmer- preis in €		Zimmer- Umsatz p. a. in €
			2006	2005		2006	2005	2005	2006	2006	2005	2006	2005	
1	1	Accor Hotellerie Deutschland	993,4	913,9	8,7	349	350	47.003	47.199	–	–	–	–	21.135
2	10	InterContinental Hotels Group ¹⁾	545,4	195,3	179,3	64	24	14.048	6.017	65,9	62,7	99	89	38.824
3	3	Best Western Hotels Deutschland	436,2	391,5	11,4	157	156	15.000	14.700	65,0	63,0	72	67	29.080
4	4	Steigenberger Hotels AG	367,3	337,7	8,8	70	67	11.814	11.480	64,5	63,0	83	77	31.090
5	5	Maritim Hotelgesellschaft mbH	356,0	317,2	12,2	37	36	10.575	10.238	56,0	54,9	85	80	33.664
6	6	Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. ²⁾	353,5	250,4	41,2	31	24	8.018	6.321	–	–	–	–	44.088
7	7	Marriott International	273,4	245,8	11,2	39	39	8.433	8.230	67,4	66,3	91	84	32.420
8	9	Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide	228,5	205,2	11,4	68	63	9.349	8.653	60,8	55,8	48	47	24.441
9	8	Hilton International	226,7	222,7	1,8	15	17	4.735	5.212	68,2	66,9	–	–	47.878
10	11	NH Hoteles Deutschland GmbH	202,0	182,0	11,0	55	50	9.142	8.489	62,4	62,5	64	57	22.096
11	12	Kempinski AG	175,4	158,8	10,5	9	10	2.401	2.552	65,3	58,4	169	152	73.053
12	13	ArabellaStarwood Hotels & Resorts GmbH ³⁾	161,7	153,2	5,5	19	19	3.972	3.965	65,4	66,4	111	100	40.710
13	14	Rezidor SAS Hospitality ⁴⁾	146,7*	133,4	10,0	35	33	–	–	–	–	–	–	–
14	16	Lindner Hotels AG	90,1	79,6	13,2	19	16	3.086	2.527	65,2	66,0	74	75	29.196
15	–	Center Parcs Leisure Deutschland GmbH	85,0	83,6	1,6	4	4	2.251	2.251	71,5	68,3	81	83	37.739
16	17	Le Méridien Hotels Deutschland / Starman Hotels (Deutschland) GmbH / Starman Hotels & Resorts GmbH & Co. OHG ³⁾	84,6	77,5	9,2	7	7	1.699	1.699	–	–	–	–	49.794
17	18	Mövenpick Hotels Deutschland	81,7	72,4	12,8	14	13	2.558	2.277	60,0	60,6	82	77	31.939
18	20	Arkona Hotel AG	78,5	64,4	21,9	12	12	1.613	1.627	62,1	57,8	99	88	48.667
19	19	Hyatt International	76,1	68,4	11,3	4	4	1.167	1.167	63,7	62,1	160	144	65.201
20	21	Event Hotelgruppe	57,7	55,8	3,4	10	10	1.848	1.808	56,7	62,6	88	84	31.223
21	24	Golden Tulip Hotels, Inns & Resorts	57,0	46,0	23,9	27	24	2.921	2.401	–	–	65	57	19.514
22	22	Albeck & Zehden	52,8	50,6	4,4	16	16	3.347	3.347	56,7	50,9	50	47	15.772
23	23	Estrel Berlin	51,5	47,7	8,0	1	1	1.125	1.125	59,8	59,1	79	73	45.778
24	25	Hotel Bayerischer Hof Geb. Volkhardt KG	49,2	43,5	13,0	1	1	378	386	70,2	67,2	226	201	130.106
25	26	Althoff Hotels & Residences	48,3	38,8	24,5	9	9	832	655	65,1	61,0	110	129	58.053
26	28	HMG Hotel Management und Servicegesellschaft mbH & Co. KG	47,5	35,8	32,7	11	9	1.787	1.582	68,7	68,3	79	74	26.581
27	27	Raffles International Hotels and Resorts ⁵⁾	42,1*	38,3	9,9	3	3	–	–	–	–	–	–	–
28	29	Travel Charme Hotel GmbH	36,7	35,7	2,7	11	11	1.086	1.073	57,9	58,5	95	95	33.818
29	31	Welcome Hotels GmbH	36,2	34,4	5,2	10	9	1.131	1.103	59,9	57,5	65	65	32.007
30	34	relaxa hotel GmbH	35,9	33,0	8,8	10	10	1.305	1.312	61,6	57,6	69	65	27.510
31	36	Derag Hotel and Living AG	35,2	30,8	14,3	10	10	2.021	2.021	72,0	66,0	56	52	17.417
32	32	Sport- und Kurhotel Sonnenalp	34,7	33,8	2,7	1	1	234	234	82,4	81,9	–	–	148.291
33	35	Hartl Life Resort Hotels	34,5*	31,5	9,5	10	10	–	–	–	–	–	–	–
34	30	Millennium & Copthorne Hotels	34,1	34,9	-2,0	2	2	673	673	57,3	58,0	98	94	50.728
35	38	Sol Meliá Deutschland GmbH	32,6	29,2	11,6	12	12	1.823	1.557	64,9	62,5	59	57	17.883
36	39	Inn Side Hotel GmbH	32,5	27,0	20,6	8	8	1.072	1.072	65,8	65,4	87	78	30.317
37	37	IFA Hotel & Touristik AG	29,9	30,5	-2,0	4	4	1.413	1.475	65,3	62,6	50	51	21.161
38	41	Achat Hotels Deutschland	28,9	25,2	14,7	23	23	2.497	2.497	–	–	–	56	11.574
39	33	Sorat Hotels Deutschland	27,1	29,7	-8,8	12	13	1.146	1.367	–	–	–	–	23.647
40	40	Stern Hotels	24,8	26,8	-7,5	2	2	950	967	53,0	55,0	88	85	26.105
41	50	Elysee Hotel AG Hamburg ⁶⁾	24,0	13,8	73,9	1	1	511	305	74,6	70,8	116	112	46.967
42	42	Weissenhäuser Strand GmbH & Co. KG	23,9	23,8	0,4	1	1	1.176	1.197	59,0	59,5	55	55	20.323
43	43	Seetel Hotel GmbH & Co. Betriebs KG	22,7	21,5	5,6	13	13	975	975	67,0	65,0	77	75	23.282
44	45	Hotel Traube Tonbach	22,6*	20,8*	8,7	1	1	170	170	–	–	–	–	–
45	46	Günnewig GmbH & Co. KG	21,8	20,7	5,3	9	9	975	975	55,8	53,4	71	69	22.359
46	44	Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co.	21,5	21,2	1,4	54	54	1.218	1.234	66,3	68,4	61	59	17.652
47	48	Park Plaza Germany	20,8	16,5	26,1	7	5	974	677	72,8	77,1	67	59	21.355
48	–	Motel One AG	20,3	15,8	28,5	15	12	1.839	1.466	55,7	51,5	42	39	11.039
49	49	Seaside Hotel GmbH	17,9	15,9	12,9	3	3	659	659	57,0	57,5	85	88	27.208
50	47	RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH	17,2	19,8	-13,1	8	10	778	997	67,5	53,6	57	52	22.108

* Schätzwert

– keine Angaben

¹⁾ Zahlen von 2005 beinhalten keine Franchisebetriebe²⁾ Sheraton Frankfurt Hotel & Towers* und Westin Hotels – Quelle: AHGZ/Der Hotelier Top 200 vom 26. Mai 2007³⁾ Nettoumsatz auch bei Starwood Hotels & Resorts eingerechnet⁴⁾ Rezidor macht keine Umsatzangaben zu einzelnen Ländern⁵⁾ Seit Anfang 2006 gehört Raffles zu Fairmont⁶⁾ Umfangreiche Renovierungsarbeiten bei laufendem Hotelbetrieb

© AHGZ-Grafik

Betriebsstruktur

Hotelgesellschaft (Nettoumsatz 2006 in Mio. € gesamt)	Betriebsart	Nettoumsatz in Mio. €		Anzahl der Hotelbe- triebe in Deutschland	
		2006	2005	2006	2005
Accor Hotellerie Deutschland GmbH (993,4)	Eigenbetriebe	-	13,6	-	7
	Managementbetriebe	387,6	366,3	69	70
	Pachtbetriebe	551,5	492,6	222	223
	Franchisebetriebe	54,3	41,4	58	50
InterContinental Hotels Group (545,4) ¹⁾	Eigenbetriebe	-	112,6	-	17
	Managementbetriebe	134,4	82,2	6	7
	Pachtbetriebe	53,0	-	6	-
	Franchisebetriebe	357,0	-	52	-
Best Western Hotels Deutschland (436,2)	Franchisebetriebe	436,2	391,5	157	156
Steigenberger Hotels AG (367,3)	Managementbetriebe	56,0	60,0	10	10
	Pachtbetriebe	236,1	219,3	43	43
	Franchisebetriebe	75,3	58,3	17	14
Maritim Hotelgesellschaft mbH (356)	Eigenbetriebe	104,6	102,5	17	17
	Managementbetriebe	6,1	5,8	1	1
	Pachtbetriebe	245,3	208,9	19	18
Marriott International (273,4)	Managementbetriebe	182,2	162,4	29	29
	Pachtbetriebe	57,7	52,6	3	3
	Franchisebetriebe	33,4	30,7	7	7
Hospitality Alliance AG / Ramada Hotels (228,5)	Eigenbetriebe	68,0	64,0	17	17
	Managementbetriebe	12,0	11,0	4	3
	Pachtbetriebe	133,0	123,0	38	38
	Franchisebetriebe	15,0	7,0	9	4
NH Hoteles Deutschland GmbH (202)	Managementbetriebe	-	-	1	1
	Pachtbetriebe	202,0	182,0	54	49
Kempinski AG (175,4)	Eigenbetriebe	28,0	25,3	1	1
	Managementbetriebe	109,8	101,3	7	8
	Pachtbetriebe	37,6	32,2	1	1
ArabellaStarwood Hotels & Resorts GmbH (161,7)	Managementbetriebe	147,9	140,0	16	16
	Franchisebetriebe	13,8	13,0	3	3
Lindner Hotels AG (90,1)	Managementbetriebe	9,4	2,4	4	1
	Pachtbetriebe	80,7	77,2	15	15
Center Parcs Leisure Deutschland GmbH (84,95)	Managementbetriebe	85,0	83,6	4	4
Le Méridien (84,6)	Eigenbetriebe	8,6	8,1	1	1
	Managementbetriebe	76,0	69,4	6	6
Mövenpick Hotels Deutschland (81,7)	Managementbetriebe	6,3	6,5	2	2
	Pachtbetriebe	75,4	65,9	12	11
Arkona AG (78,5)	Eigenbetriebe	21,0	19,9	4	4
	Managementbetriebe	18,4	18,6	1	1
	Pachtbetriebe	39,1	25,9	7	7
Hyatt International (76,1)	Managementbetriebe	76,1	68,4	4	4
Event Holding GmbH & Co. KG (57,7)	Managementbetriebe	57,7	55,8	10	10
Golden Tulip Hotels Inns & Resorts (57) ²⁾	Managementbetriebe	8,4	-	6	1
	Franchisebetriebe	48,6	46,0	27	24
Albeck & Zehden Hotels (52,79)	Eigenbetriebe	19,0	16,9	2	2
	Managementbetriebe	32,0	32,1	13	13
	Pachtbetriebe	1,7	1,6	1	1
Estrel (51,5)	Eigenbetrieb	51,5	47,7	1	1
Hotel Bayerischer Hof Geb. Volkhardt KG (49,2)	Eigenbetrieb	49,2	43,5	1	1
Althoff Hotels & Residences (48,3)	Pachtbetriebe	48,3	38,8	9	9
HMG Hotel Management GmbH (47,5)	Pachtbetriebe	47,5	34,3	11	9
Travel Charme Hotel GmbH (36,7)	Pachtbetriebe	36,7	35,7	11	11
Welcome Hotels GmbH (36,2)	Eigenbetriebe	-	-	8	7
	Pachtbetriebe	-	-	2	2
relaxa hotel GmbH (35,9)	Eigenbetriebe	22,8	20,7	6	6
	Pachtbetriebe	13,1	12,3	4	4
Derag Hotel and Living AG (35,2)	Eigenbetriebe	35,2	30,8	10	10
Millennium & Copthorne Hotels (34,14)	Pachtbetriebe	34,1	34,9	2	2
Inn Side Hotel GmbH (32,5)	Pachtbetriebe	32,5	27,0	8	8
IFA Hotel & Touristik AG (29,9)	Eigenbetriebe	29,9	30,5	4	4
Achat Hotels Deutschland (28,9)	Eigenbetriebe	4,6	4,3	-	3
	Pachtbetriebe	24,3	20,9	-	20
Sorat Hotels Deutschland (27,1)	Eigenbetriebe	-	-	3	4
	Pachtbetriebe	-	-	9	9
Stern Hotels (24,8)	Pachtbetriebe	24,8	26,8	2	2
Elysee Hotel AG Hamburg (24)	Pachtbetriebe	24,0	13,8	1	1
Weissenhäuser Strand GmbH & Co. KG (23,9)	Eigenbetrieb	23,9	23,8	1	1
Seetel Hotel GmbH & Co. Betr. KG (22,7)	Eigenbetriebe	22,7	21,5	13	13
Hotel Traube Tonbach (22,6*)	Eigenbetrieb	-	-	1	1
Günnewig GmbH & Co. KG (21,8)	Eigenbetriebe	10,3	9,7	4	4
	Pachtbetriebe	11,5	11,0	5	5
Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH (21,5)	Managementbetriebe	21,5	21,2	54	54
Park Plaza Germany (20,8)	Pachtbetriebe	20,8	16,5	7	5
Motel One AG (20,3)	Eigenbetriebe	19,3	14,9	14	11
	Pachtbetriebe	1,0	0,9	1	1
Seaside Hotels GmbH & Co. KG (17,9)	Eigenbetriebe	17,9	15,9	3	3
RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH (17,2)	Managementbetriebe	15,6	18,3	7	9
	Pachtbetriebe	1,6	1,5	1	1

* Schätzwert

- keine Angabe

¹⁾ Zahlen 2005 beinhalten keine Franchise-Hotels

²⁾ Managementbetriebe haben auch einen Franchisevertrag

©AHGZ-Grafik

Auf Erfolgskurs: Die spanische Hotelgruppe Sol Meliá startet in Deutschland durch. Flaggschiff ist das im Herbst vergangenen Jahres eröffnete Meliá Berlin Fotos: Hotels



■ Fortsetzung von Seite 2

Boomjahr für die Top 50

Schätzwerte sind die Ausnahme und werden auf der Basis zuverlässiger Marktindikatoren erstellt.

So darf The Rezidor Hotel Group lediglich noch Zahlen für Regionen wie EMEA (Europe,

Middle East, Africa) bekannt geben und nicht mehr von einzelnen Ländern. Das liegt laut Unternehmen an den strengen Börsenbestimmungen in Stockholm, wo Rezidor gelistet ist.

Das Ranking ist keine Rangliste der auf dem deutschen Markt vertretenen Hotelmarken, sondern eine Liste der umsatzstärksten Hotelbetriebsgesellschaften. Dazu zählen auch Franchiseunternehmen wie Best Western Hotels Deutschland oder Golden Tulip.

Die Gesellschaft Choice Hotels Germany hat im vergangenen Jahr umstrukturiert und unter anderem die Franchise GmbH gegründet. Daher konnte das Unternehmen keine aussagekräftigen Daten liefern. Die Anzahl der Betriebe ist in den vergangenen Jahren stark geschwankt, sodass eine Schätzung nur unzureichend ausgefallen wäre. Derzeit zählt Choice 73 Hotels der Marken Comfort, Quality und Clarion auf dem Markt, davon 52 Hotels in Deutschland. Bis zum Jahr 2009 will die Gesellschaft die Schallmauer von 100 Hotels erreichen.

Im Top-50-Ranking finden sich die Gesamtumsätze der Dachgesellschaften. Eine Ausnahme bildet der gesonderte Fall von Starwood (siehe Absatz unten). Die Ergebnisse der einzel-



Optimistisch: RIMC-Chef Marek M. Riegger freut sich über gute Zahlen zur Jahreshälfte

Top Plusmacher im 1. Quartal 2007 zu 2006*

Rang 2006	Betrieb	in %
41	Elysee Hotel	47,5
35	Sol Meliá	44,0
48	Motel One	34,2
50	RIMC	29,0
26	HMG	24,8
47	Park Plaza	23,7
43	Seetel	20,0
28	Travel Charme	18,7
17	Mövenpick Hotels	11,0
24	Hotel Bayerischer Hof	10,9
23	Estrel Berlin	10,0

* soweit angegeben

©AHGZ-Grafik



nen Marken sind in der Spezialauswertung auf Seite 6 gelistet.

Wie in den vergangenen zwei Jahren wird die ArabellaStarwood Hotels & Resorts GmbH (ehemals ArabellaSheraton) mit Sitz in München zusätzlich einzeln aufgeführt. Der Umsatz von 161,7 Mio. Euro der 19 ArabellaStarwood-

“Wir möchten dort hingehen, wo unsere Gäste bereits sind – das heißt ‚deutsch-affine‘ Destinationen besetzen”

Otto Lindner jun.
Lindner Hotels AG

Betriebe (Rang 12) in Deutschland ist sowohl extra als auch im Gesamtumsatz des Joint-Venture-Unternehmens Starwood Hotels & Resorts Worldwide von 353,5 Mio. Euro aufgeführt.

Das Gleiche gilt für Le Méridien Hotels Deutschland, die 2006 einen Umsatz von 84,6 Mio. Euro erzielten und sich im Ranking um einen Platz von Rang 17 auf Rang 16 verbessern konnten. Die Zahlen der sieben Betriebe in Deutschland finden sich zum ersten Mal im Umsatz von Starwood wieder. Dadurch erklärt sich die hohe Umsatzveränderung von 41,2 Prozent. Das amerikanische Unternehmen steht wie im Jahr zuvor auf dem sechsten Rang in der Liste.

Nicht einzeln aufgeführt wurde der Gesamtumsatz der ehemaligen Dorint AG. Die Umsätze der Anfang des Jahres in die neue Dorint GmbH und The NewGen Hotels AG aufgeteilten Gesellschaft (AHGZ vom 20. Januar) fließen komplett in die Umsatzwerte der Accor Hotellerie Deutschland ein, deren Nettoumsatz sich im Jahr 2006 mit 993,4 Mio. Euro nahe an der Milliardengrenze bewegt.

Die Spitzenreiter

Den Sonnenplatz der Top-50-Liste nimmt wie in den Jahren zuvor das Multimarkenunternehmen Accor ein. Mit einer Umsatzsteigerung um 8,7 Prozent auf 993,4 Mio. Euro (Vorjahr:

913,9 Mio. Euro) bei einem Betrieb weniger als im Jahr zuvor steht die Münchner Gesellschaft hervorragend am Markt – und baut den Abstand zu den folgenden Unternehmen in der Liste weiter aus. Die Zweitplatzierte der Vorjahre, Dorint, ist wie gesagt in diesem Jahr ausschließlich im Accor-Umsatz gelistet.

Erstmals auf Rang zwei landet die InterContinental Hotels Group. Der gewaltige Umsatzsprung um 179,3 Prozent von 195,3 Mio. Euro auf 545,4 Mio. Euro erklärt sich aus den 40 zusätzlichen Betrieben. Denn: In den Jahren zuvor hat die InterContinental Hotels Group ihre Daten immer ohne die Zahlen der Franchisebetriebe angegeben. So meldete das Unternehmen für 2005 noch 17 Management- und sieben Eigenbetriebe, die insgesamt einen Umsatz von 195,3 Mio. Euro erwirtschafteten. Im vergangenen Jahr kam die Gruppe dahingegen bei sechs Eigenbetrieben, sechs Managementbetrieben und 52 Häusern im Franchise auf einen Nettoumsatz von 545,4 Mio. Euro.

Von ausgeklügelten Marketingaktionen anlässlich des Fußball-Großereignisses – wie speziell eingerichtete WM-Zimmer – konnten anscheinend einige der Privathäuser profitieren, die der Best Western Deutschland GmbH angeschlossen sind. Die Gesellschaft mit Sitz in Eschborn hat ein Mitgliedshotel mehr als in 2005 und ein Umsatzwachstum von 11,4 Prozent auf 436,2 Mio. Euro (Vorjahr: 391,5 Mio. Euro) zu verzeichnen. Damit verteidigt sie ihren seit Jahren gehüteten dritten Platz im Ranking.

Auf den Plätzen vier bis sieben gibt es keine Verschiebungen. Bei der Frankfurter Steigenber-

Auf Expansionskurs:

Dieter Müller, Vorstandsvorsitzender von Motel One, eröffnet zurzeit ein Hotel nach dem anderen auf dem deutschen Markt und streckt seine Fühler ins Ausland aus



ger Hotels AG erhöhte sich die Anzahl der Betriebe im vergangenen Jahr um drei Häuser auf insgesamt 70. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 8,8 Prozent von 337,7 Mio. Euro auf 367,3 Mio. Euro.

Die Bad Salzflener Maritim Hotelgesellschaft glänzt bei einem zusätzlichen Hotel mit einer Wachstumsrate von 12,2 Prozent. Der Gesamtumsatz beläuft sich auf 356,0 Mio. Euro (2005: 317,2 Mio. Euro).

Auf den Fersen ist Maritim das US-amerikanische Unternehmen Starwood, das aufgrund der Übernahme der Le-Méridien-Hotels (siehe oben) einen Gesamtumsatz von 353,5 Mio. Euro erzielen konnte. Marriott landet wie im

Jahr zuvor auf Platz sieben im Ranking und weist eine Steigerung von 11,2 Prozent auf insgesamt 273,4 Mio. Euro auf.

Eine Stufe nach oben kletterte die Hospitality Alliance AG, die Häuser der Marken Ramada Hotels, Ramada Plaza Hotels, Encore Hotels und Treff Hotels betreibt. Mit fünf zusätzlichen Betrieben im vergangenen Jahr erzielte die Gesellschaft mit insgesamt 68 Häusern einen Umsatz von 228,5 Mio. Euro. Das entspricht einer Steigerung von 11,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (205,2 Mio. Euro Nettoumsatz).

Um einen Platz nach unten rutscht die Gruppe Hilton International, die bei zwei Betrieben

■ Fortsetzung auf Seite 6



Design trifft zeitgemäße Esskultur: NH hat sich bestens am deutschen Markt positioniert. Im neuen Haus in Stuttgart lädt das Gastronomiekonzept nhube zu Spaß und Entspannung ein Foto: Hotel

■ Fortsetzung von Seite 5

Boomjahr für die Top 50

weniger als im Vorjahr ihren Umsatz aber immerhin um 1,8 Prozent auf 226,7 Mio. Euro steigern konnte. Den zehnten Platz erobert in diesem Jahr die NH Hoteles Deutschland GmbH, die mit einer Umsatzsteigerung von 11 Prozent von 182,0 Mio. Euro auf 202,0 Mio. Euro (2005: 182,0 Mio. Euro) und fünf Betrieben mehr als im Jahr zuvor einen Rang gutmachte. Soweit die Top Ten.

Auf den folgenden Rängen bis Platz 20 konnten einige Gesellschaften einen Rang nach oben klettern. Ein Umsatzwachstum von mehr als

20 Prozent schaffte aber nur die Arkona AG, die mit 12 Häusern 78,5 Mio. Euro erwirtschaftete (Vorjahr: 64,4 Mio. Euro) und von Platz 20 auf 18 kletterte. Das Plus von 21,9 Prozent ist in erster Linie auf die beiden Arosa Resort Hotels in Bad Saarow und Travemünde zurückzuführen, die 2006 erst ihr erstes volles Geschäftsjahr hatten.

Ebenfalls um zwei Plätze nach oben stieg die Lindner Hotels AG. Mit einem Umsatzwachstum von 13,2 Prozent auf rund 90 Mio. Euro (Vorjahr: 79,6 Mio. Euro) erobert sich das Düs-

seldorfer Familienunternehmen den 14. Platz im Ranking. Drei zusätzliche Betriebe hat Lindner 2006 ins Portfolio aufgenommen.

Neu unter den ersten 20 ist die Center Parcs Leisure Deutschland GmbH. Mit einem Gesamtumsatz von 85 Mio. Euro landet die Ferienpark-Gruppe mit vier Anlagen auf Platz 15.

Erneut unter die Top 20 hat es die Event Hotelgruppe geschafft. Rutschte sie im Jahr zuvor noch mit einem Minus von 5,7 Prozent auf Platz 21, eroberte sie sich jetzt den 20. Platz mit einem Wachstum von 3,4 Prozent auf 57,7 Mio. Euro wieder zurück. In diesem Jahr stockt die Gruppe ihr Portfolio um 14 Häuser auf.

Auf Rang 21 folgt Golden Tulip mit einem satten Plus von 23,9 Prozent bei drei Betrieben mehr als im Vorjahr. Insgesamt erwirtschaftete

die niederländische Gruppe 2006 in Deutschland einen Umsatz von 57,0 Mio. Euro (Vorjahr: 46,0 Mio. Euro).

Bei den Nächstplatzierten weisen zwei Unternehmen ein Umsatzplus von mehr als 20 Prozent aus: die Kölner Althoff Hotels & Residences (24,5 Prozent) und die HMG Hotel Management und Servicegesellschaft in Frankfurt am Main (32,7 Prozent). Während Althoff auf Rang 25 (Vorjahr: Rang 26) das Wachstum mit den vorhandenen Betrieben erzielen konnte und den Umsatz von 38,8 Mio. Euro auf 48,3 Mio. Euro steigerte, zählte die HMG 2006 zwei Häuser mehr zu ihrem Portfolio. Insgesamt brachte es die Gesellschaft des Frankfurter Immobilienunternehmers Ignaz Blodinger, der sich zurzeit mit der Marke Fleming's auf Expan-

Neueröffnungen / Übernahmen 2007*

Hotelgesellschaft	Betriebe	Zimmer	Standorte / (Termin)
RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH	15	–	Berlin, Zürich, Usedom, München, Köln, Düren, Emden, Freiburg, Bad Zwischenahn, Warnemünde
Event Hotelgruppe	14	4.223	Berlin, Leipzig, Dresden, Erfurt, Mannheim, Mainz, Bielefeld, Düsseldorf, Hamburg
Best Western Hotels Deutschland	11	1.200	Miesbach, Berlin, Bad Neuenahr, Singen, Helmstedt, Köln, Stuttgart, Rottenburg, Schwieberdingen, Inzell, Dresden, München
Motel One AG	6	1.221	Frankfurt/M., Stuttgart, Berlin Alexanderplatz, Berlin Ku'Damm, München City Ost, Wiesbaden
HMG Hotel Management und Servicegesellschaft mbH & Co. KG	5	363	Zürich, Wien, Frankfurt/M., Hamburg
NH Hoteles Deutschland GmbH	3	486	Stuttgart Airport, Berlin, Düsseldorf
Welcome Hotels GmbH	3	454	Paderborn, Darmstadt, Meissen
Mövenpick Hotels Deutschland	2	552	Hamburg, Stuttgart Flughafen
InterContinental Hotels Group	2	253	Express by Holiday Inn Baden-Baden (April 2007), Express by Holiday Inn Stuttgart Airport (Oktober 2007)
Lindner Hotels AG	1	223	Wien
Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide	1	100	Solingen
IFA Hotel & Touristik AG	1	150	Rheinsberg
Althoff Hotels & Residences	1	160	Luzern
Achat Hotels Deutschland	1	110	Kulmbach
Maritim Hotelgesellschaft mbH	1	328	Düsseldorf
Günnewig GmbH & Co. KG	1	–	August 07

* soweit deklariert

©AHGZ-Grafik



Sichtlich zufrieden: Giuliano Guerra, Vorsitzender der Geschäftsführung von Travel Charme, macht mit Ferienhotels lukrative Geschäfte Foto: Hotel

sionskurs befindet, auf 47,5 Mio. Euro und kletterte im Ranking von Platz 28 auf 26.

Plusmacher im unteren Teil der Liste sind die Inn Side Hotel GmbH (Rang 36), Park Plaza International (Rang 47) sowie Newcomer Motel One (Rang 48). Inn Side brilliert mit einem Wachstum von 20,6 Prozent bei gleichbleibender Anzahl der Betriebe. Die Gesellschaft erzielte einen Umsatz von 32,5 Mio. Euro im Vergleich zu 27,0 Mio. Euro im Jahr 2005. Park Plaza punktet mit 26,1 Prozent Umsatzsteigerung auf 20,8 Mio. Euro (Vorjahr: 16,5 Mio. Euro), zählt allerdings zwei Häuser mehr zum Portfolio als ein Jahr zuvor.

Die Low-Budget-Hotelgruppe Motel One steigt mit einem Umsatz von 20,3 Mio. Euro im Top-50-Ranking ein. Dies entspricht einer Steigerung von 28,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, als das Unternehmen 15,8 Mio. Euro erwirtschaftete. Hier haben unter anderem drei Betriebe mehr als 2005 zu den Zuwächsen im vergangenen Jahr beigetragen.

Plusmacher Elysee hat die satte Zuwachsrate von 73,9 Prozent den umfangreichen Renovierungs- und Erweiterungsarbeiten zu verdanken (AHGZ/Der Hotelier vom 26. Mai).

Einbußen mussten lediglich fünf Gesellschaften der Top 50 hinnehmen. Das sind Millenni-

„Neben Qualitäts- und Produktverbesserung – vor allem, um den RevPar zu steigern – sind der Erhalt der Effizienz und die Expansion in Deutschland sehr wichtig.“

Jan Hein Simons
NH Hoteles Deutschland

um & Copthorne Hotels, die mit einem Minus von 2,0 Prozent von 34,9 Mio. Euro auf 34,1 Mio. Euro und damit von Platz 30 auf 34 im Ranking rutschen.

Die IFA Hotel & Touristik AG weist ebenfalls ein Minus von 2 Prozent (29,9 Mio. Euro Umsatz im Vergleich zu 30,5 Mio. Euro in 2005) auf, kann Rang 37 aber halten.

Die Gruppe Sorat Hotels muss einen Verlust von 8,8 Prozent verkraften, hatte allerdings 2006 auch einen Betrieb weniger im Portfolio als 2005. Mit 12 Häusern beläuft sich der Nettoumsatz der Berliner Gesellschaft auf 27,1 Mio. Euro (Vorjahr: 29,7 Mio. Euro). In der Top-50-Liste verliert Sorat sechs Plätze und landet nach Rang 33 auf Rang 39.

Auf Platz 40 steht ein weiterer Minusmacher: Die Gruppe Stern Hotels mit zwei Häusern in Willingen und Sonthofen verliert 7,5 Prozent des Umsatzes. Damit erwirtschaftete die rund 1000 Zimmer starke Gesellschaft im Jahr 2006 26,8 Mio. Euro im Vergleich zu 24,8 Mio. Euro 2005.

Verloren hat außerdem die RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH. Sie erwirtschaftete mit acht Häusern im Vergleich zu zehn im Jahr zuvor ein Minus von 13,1 Prozent. Mit einem Umsatz von 17,2 Mio. Euro schließt das Unternehmen das Top-50-Ranking ab (Vorjahr: Platz 47).

Der Preis ist heiß

Den besten Durchschnittspreis unter den Top 50 erzielte im vergangenen Jahr nicht etwa eine große Luxuskette, sondern das Hotel Bayerischer Hof in München. Mit 226 Euro Durchschnittsrate führt das 5-Sterne-Traditionshotel die Liste der besten Durchschnittspreise an.

Danach kommt erst mal lange nichts. Mit 169 Euro folgt dann die Kempinski AG. Hyatt International konnte durchschnittlich 160 Euro pro Zimmer in den Hotels der Gruppe erzielen.

Mit den Werten fallen die besten Raten der Top-50-Hotelgesellschaften um einiges niedriger aus als bei den Top-200-Einzelhotels in Deutschland. Das erklärt sich ebenfalls durch

■ Fortsetzung auf Seite 8

Marken der Top 50 Hotelgesellschaften*

Hotelgesellschaft (Nettoumsatz 2006 in Mio. € gesamt)	Marke	Nettoumsatz in Mio. €		Betriebe		Zimmer	
		2006	2005	2006	2005	2006	2005
Accor Hotellerie Deutschland GmbH (993,4)	Sofitel	137,1	128,1	14	14	3.085	3.086
	Novotel	215,7	241,7	39	50	7.414	9.084
	Mercurie	379,9	306,7	134	126	18.967	17.830
	Suitehotel	13,7	9,9	4	4	687	687
	Ibis	185,6	169,8	82	81	10.449	10.189
	Etap	57,6	54,2	67	66	5.816	5.739
	Formule 1	3,8	3,6	9	9	585	584
InterContinental Hotels Group (545,4)	InterContinental Hotels	135,4	90,1	6	6	2.723	2.321
	Crowne Plaza ¹⁾	–	36,7	7	4	1.775	1.046
	Holiday Inn ¹⁾	–	44,1	42	5	8.191	1.291
	Express by Holiday Inn ¹⁾	–	14,5	9	9	1.359	1.359
Steigenberger Hotels AG (367,3)	Steigenberger Hotels and Resorts	282,1	256,0	43	40	7.569	7.170
	InterCity Hotels	85,2	81,7	27	27	4.245	4.310
Marriott International (273,4)	Courtyard	–	–	19	17	–	–
	Marriott	–	–	9	9	–	–
	Renaissance	–	–	9	9	–	–
	Ramada	–	–	2	4	–	–
	ArabellaSheraton	117,0	110,0	10	10	2.796	2.789
Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. (268,9)	Le Méridien	84,6	77,5	7	7	1.699	1.699
	Sheraton	59,5	54,8	2	2	1.212	–
	Westin	47,7	42,6	3	3	1.135	1.145
	The Luxury Collection	28,0	27,0	3	3	569	569
	Four Points	17,0	16,0	6	6	607	607
	Ramada Hotels	158,0	123,0	54	45	7.459	5.651
Hospitality Alliance/Ramada Hotels (228,5)	Ramada Plaza Hotels	16,0	19,0	2	3	407	584
	Encore Hotels	4,0	4,0	1	1	130	130
	Treff Hotels	50,0	59,0	11	14	1.353	2.270
	Hilton	–	–	14	14	4.577	4.577
Hilton International (226,7)	Scandic	–	–	1	3	158	635
	Stadthotels	136,0	118,0	7	7	1.787	1.816
Kempinski AG (175,4)	Airporthotels	25,4	22,6	1	1	389	389
	Resorthotels	14,0	18,0	1	2	225	347
	Arkona Hotel AG (78,5)	Arkona Individuell	34,6	33,5	5	5	553
Hyatt International (76,1)	Steigenberger	19,3	18,9	5	5	632	643
	A-Rosa Resorts	24,6	12,0	2	2	428	431
	Park Hyatt	16,8	14,7	1	1	252	252
Event Holding GmbH & Co. KG (57,7)	Grand Hyatt	26,9	23,4	1	1	342	342
	Hyatt Regency	32,5	30,3	2	2	573	573
	Park Inn	25,2	23,9	7	7	1.056	1.056
	Nikko	15,1	15,1	1	1	301	301
Golden Tulip Hotels, Inns & Resorts (57,0)	Ohne Marke	17,4	1,9	2	1	491	103
	Marriott	–	16,0	–	1	–	348
	Golden Tulip	40,0	37,6	19	20	2.132	2.009
Albeck & Zehden (52,8)	Tulip Inn	17,0	8,4	8	5	789	392
	Ferienhotellerie	21,2	22,8	5	5	1.741	1.741
	Crowne Plaza	17,0	15,0	1	1	423	423
	Quality Hotel	3,6	4,0	2	2	262	262
	Best Western	1,1	1,0	1	1	74	74
	Holiday Inn Garden Court	3,8	3,5	2	2	188	188
	Holiday Inn	2,9	2,5	1	1	122	122
	Comfort Hotel	1,6	1,7	4	4	401	401
	Hotel Zoo	3,2	1,9	1	1	136	136
	Althoff Hotels & Residences (48,3)	Althoff Selektion	–	–	6	6	436
HMG Hotel Management GmbH (47,5)	Business Hotels	–	–	3	3	396	219
	Steigenberger	–	–	2	2	280	280
	InterCity	–	–	4	4	904	904
	Fleming's	–	–	4	2	567	362
Derag Hotel and Living GmbH (35,2)	Livin	–	–	1	1	36	36
	Derag Hotel and Living	32,8	28,6	9	9	1.895	1.895
Millennium & Copthorne Hotels (34,1)	Grand Hotel Russischer Hof	2,4	2,2	1	1	126	126
	Millennium Hotels	28,0	28,7	1	1	451	451
Inn Side Hotel GmbH (32,5)	Copthorne Hotels	6,1	6,1	1	1	222	222
	Innside Premium Hotels	28,4	23,4	7	7	998	998
IFA Hotel & Touristik AG (29,9)	Innside Premium Suites	4,1	3,6	1	1	74	74
	IFA Ferienpark	27,0	26,7	3	3	1.296	1.358
Achat Hotels Deutschland (28,9)	IFA Wellness	2,9	3,8	1	1	117	117
	Achat	–	22,0	–	21	–	2.257
Park Plaza Germany (20,8)	Plaza	–	3,2	–	2	–	240
	Park Plaza	9,4	5,8	3	2	467	303
Motel One AG (20,3)	art'otel	8,4	7,6	4	3	507	374
	Motel One	12,2	7,8	13	10	1.495	1.122
RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH (17,2)	Hotel Schillingshof	2,9	2,6	1	1	131	131
	Sporhotel Achantal	5,0	5,2	1	1	213	213
	Golden Tulip / Tulip Inn	8,6	7,8	4	4	389	415
	Choice	7,0	8,7	3	4	351	442
	Best Western	–	1,8	–	1	–	113

* soweit angegeben

¹⁾ Der Gesamtumsatz für Crowne Plaza, Holiday Inn und Express by Holiday Inn betrug 2006 insg. 410 Mio. Euro

©AHGZ-Grafik

Top Durchschnittspreise*

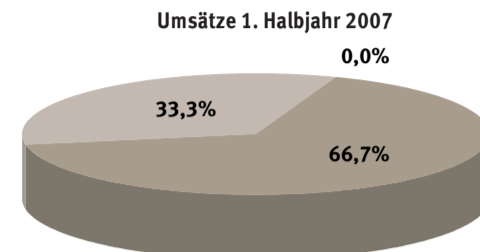
Rang 2006	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz in Mio. € 2006	Betriebe/Zimmer	Ø-Preis je verk. Zimmer (netto) in € 2006	2005
24	Hotel Bayerischer Hof	49,2	1 / 378	226	201
11	Kempinski	175,4	9 / 2.401	169	152
19	Hyatt	76,1	4 / 1.167	160	144
41	Elysee Hotel	24,0	1 / 511	116	112
12	ArabellaStarwood	161,7	19 / 3.972	111	100
25	Althoff Hotels & Residences	48,3	9 / 832	110	129
18	Arkona	78,5	12 / 1.613	99	88
2	InterContinental Hotels Group	545,4	64 / 14.048	99	89
34	Millennium & Copthorne Hotels	34,1	2 / 673	98	94
28	Travel Charme	36,7	11 / 1.086	95	95

* 2005er Werte teils aus Befragung Der Hotelier 7-8/2006

©AHGZ-Grafik

Umsatzprognosen 2007

	geplanter Umsatz 2007	erzielter Umsatz 2006
Nettoumsätze aus Top 50 (38 Nennungen)	3,4 Mrd. €	3,2 Mrd. €
Durchschnittlicher Umsatz pro Hotelgesellschaft	88,7 Mio. €	84,75 Mio. €
Durchschnittlich erwartete Umsatzentwicklung 2007	+6,3 %	



■ Umsatzplus ■ Umsatzminus ■ gleicher Umsatz

Plus: 32 Hotels = 84,2 % *(97,4 %)
Minus: 4 Hotels = 10,5 % *(2,6 %)
Gleich: 2 Hotels = 5,3 % *(0,0 %)
 (38 Nennungen)
 *(Vorjahreswerte, 38 Nennungen)

Plus: 24 Hotels = 66,7 % **(97,1 %)
Minus: 12 Hotels = 33,3 % **(2,9 %)
Gleich: 0 Hotels = 0,0 % *(0,0 %)
 (36 Nennungen)
 (Vergleich zum 1. Quartal Vorjahr)
 **(Vorjahreswerte, 35 Nennungen)

©AHGZ-Grafik

■ Fortsetzung von Seite 7

Boomjahr für die Top 50

den niedrigeren Anteil an Häusern der Spitzenklasse innerhalb der Rangliste der Gesellschaften im Vergleich zu der Top-Liste der umsatzstärksten Einzelhotels.

Erwartungen an 2007

Die Zahlen für 2006 sind Spitze. Das vergangene Jahr war das Boomjahr für die umsatzstärksten Hotelgesellschaften auf dem deutschen Markt. Das haben sie nicht zuletzt der Fußball-WM und deren nachhaltigen Auswirkungen zu verdanken. Umso spannender ist es zu erfahren, wie die Hotelgruppen das erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres abgeschlossen haben und welche Erwartungen sie an die verbleibenden Monate des Jahres stellen, die mit keinem Großereignis solcher Art aufwarten können. Die Prognosen für 2006 sind im vergangenen Jahr sehr euphorisch ausgefallen. Damals rechneten 97,4 Prozent der Top-50-Hoteliers damit, das laufende Geschäftsjahr mit einem Plus abzuschließen. Geschafft haben es letztendlich

nicht alle: Aber immerhin konnten 90 Prozent, wie erwähnt, Umsatzzuwächse aufweisen.

In diesem Jahr sind die Befragten etwas vorsichtiger mit ihren Prognosen als noch im vergangenen Jahr. 84,2 Prozent gehen davon aus, ein Plus zu erzielen. Rund 10 Prozent erwarten ein Minus für 2007. So pessimistisch waren im vergangenen Jahr lediglich 2,6 Prozent. Während damals keine Gesellschaft gleichbleibende Umsätze vorhersah, sind es jetzt zwei Gruppen, die mit stagnierenden Ergebnissen rechnen.

Wirklich getrübt ist die Stimmung dennoch nicht. Die Prognosen decken sich ungefähr mit den Ergebnissen für das erste Halbjahr 2007. Die herausragenden Zahlen des Vorjahreszeitraumes konnten die Top 50 nicht wiederholen. Während in den ersten sechs Monaten 2006 fast alle der Befragten ein Plus erzielen konnten (97,1 Prozent), steht für das erste Halbjahr 2007 nur noch bei 66,7 Prozent ein Plus vor der Umsatzzahl. Zwölf Gesellschaften (33,3 Prozent) weisen ein Minus für das erste Halbjahr dieses

Jahres auf. Im vergangenen Jahr musste nur eine Gesellschaft Rückgänge verkraften. Ähnlich wie bei den Top 200 Einzelhotels diagnostiziert, heißt es auch bei den Hotelgesellschaften zurzeit: Das – ausgesprochen starke – Wachstum ist gebremst.

Zwischenstand zur Halbzeit

Top-Plusmacher im ersten Halbjahr 2007 ist die Elysee Hotel AG Hamburg. Aufgrund des Umbaus verbuchte das Haus von Eugen Block nunmehr 47,5 Prozent Umsatzwachstum.

Weitere Plusmacher sind die Sol Meliá Deutschland GmbH und Motel One. Sol Meliá dürfte das Wachstum von 44 Prozent vor allem dem neuen Haus in Berlin zu verdanken haben, das die Gruppe im Oktober vergangenen Jahres an den Start schickte.

Auch Dieter Müller ist mit seiner 1999 gegründeten Gesellschaft Motel One auf Expansionskurs: 2007 sind sechs Neueröffnungen geplant. Drei Häuser davon haben ihre Pforten kürzlich geöffnet: ein Hotel in Stuttgart und zwei in Berlin. Im ersten Halbjahr 2007 verbucht die Low-Budget-Kette, die auf Design zu einem fairen Preis setzt, eine Steigerungsrate von 34,2 Prozent. Müllers erklärtes Ziel: „Den derzeitigen Erfolg von Motel One nachhaltig ausbauen.“

Gefolgt wird Motel One von RIMC (2007 zählt RIMC 15 zusätzliche Betriebe), der HMG (fünf neue Häuser in 2007), Park Plaza und der Seitel Gruppe, die alle im 20er-Prozentwachstumsbereich performen konnten. Burghardt Seelige-Steinhoff, Mitglied der Seitel-Geschäftsführung, hat in den nächsten fünf Jahren einiges vor: darunter ein Großprojekt mit 148 Zimmern sowie 83 Ferienapartments im 4-Sterne-Segment am Strand von Bansin auf der Insel Usedom sowie ein 3-Sterne-Hotel in Ahlbeck. Zudem setzt Seelige-Steinhoff auf den Ausbau der hoteleigenen Infrastruktur sowie die regel-

„Ziel für die kommenden Jahre bleibt die konsequente Steigerung der Durchschnittsraten und der Profitmargen unserer Hotels“



Gabriele Schulze
Best Western

mäßige Instandhaltung der Häuser. „Nach Fertigstellung der nächsten Investitionsmaßnahmen und Hotelneubauten soll die Konsolidierungsphase ausgebaut werden“, berichtet der Manager, der die Hotels für die Marktanforderungen rüsten will. Denn Seelige-Steinhoff prophezeit: „In den nächsten zwei bis drei Jahren werden die Ferienhotels an der Küste noch schwierige Zeiten erfahren.“

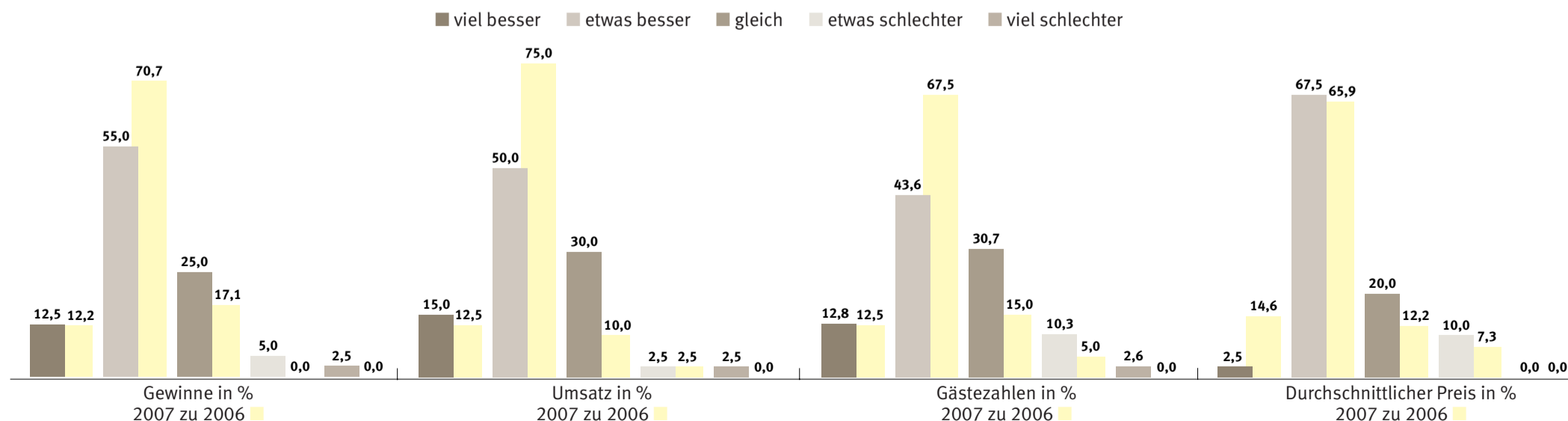
Auch die Travel Charme Hotel GmbH ist mit einer Umsatzsteigerung von 18,7 Prozent im ersten Halbjahr im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum mit Schwung ins Jahr gestartet. Bei der Ferienhotelgruppe steht ebenfalls Expansion auf dem Programm. „Um die Stellung von Travel Charme weiter ausbauen zu können, wird das Hotelportfolio um Standorte in 1-A-Lagen in Nord- und Süddeutschland, Österreich, Italien und Spanien um maximal 25 Standorte bis 2020 unter Verwendung von Betriebsführungs- und Managementverträgen erweitert“, heißt es aus der Berliner Zentrale.



„Derag setzt weiter auf verstärkte Expansion. Ziele: Neue Standorte im In- und Ausland erschließen und die Marktführerschaft im Apartment-Konzept festigen“

Max Michael Schlereth
Derag Hotel and Living

Erwartungen 2007



*soweit angegeben

©AHGZ-Grafik