



Top 50 kämpfen sich nach oben

Das Krisenjahr 2009 hat deutliche Spuren in der Hotellerie in Deutschland hinterlassen: Die 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften schreiben beim Nettogesamtumsatz ein Minus von 7,7 Prozent. Sowohl Zimmerpreise als auch Belegung sind 2009 rückläufig. Für das laufende Jahr sind die großen Hotelgruppen aber bereits deutlich optimistischer.

Kraftakt: Die Hotellerie in Deutschland hatte es vergangenes Jahr nicht leicht, die Umsätze gingen im Schnitt zurück. Dieses Jahr geht es aber wieder aufwärts

Foto: iStockphoto

Von Marina Behre

Schlechte Kennzahlen hat das vergangene Jahr der Hotellerie gebracht. Das zeigen auch die Ergebnisse der Top-50-Hotelgesellschaften, die hier aufgeführt und analysiert werden. Rund 7,7 Prozent weniger Umsatz haben diese 50 großen Gesellschaften 2009 gemacht: Ihr gemeinsamer Nettogesamtumsatz schrumpft damit auf 6,02 Mrd. Euro.

Die Einbußen der Hotelgruppen entsprechen ziemlich genau der Entwicklung der großen Einzelhotels, die zusammen im vergangenen Jahr 7,5 Prozent weniger Umsatz erwirtschaftet haben (AHGZ/Der Hotelier vom 29. Mai).

Gewinner im Krisenjahr

Unerwartet sind die Einbußen freilich nicht: Schon beim Top-50-Ranking des vergangenen Jahres hatten sich die meisten Hoteliers pessimistisch gezeigt, was die Geschäftsentwicklung für 2009 angeht. Rund 60 Prozent der Befragten rechneten damals mit einem Umsatzminus. Das Ausmaß des Erlöseinbruchs haben die Entscheider allerdings unterschätzt. Im Durchschnitt hatten die antwortenden Hoteliers sogar noch ein leichtes Plus von 2,8 Prozent erwartet. Dennoch muss man den Managern zugute halten,

dass ihre Einschätzungen für 2009 schon deutlich näher am tatsächlichen Ergebnis lagen als ihre Prognosen zu 2008 (Tabelle Seite 2).

So erwirtschafteten 76 Prozent der Hoteliers 2009 weniger Umsatz als im vorangegangenen Geschäftsjahr – also liegt der Anteil der Minusmacher noch einmal 16 Prozentpunkte höher als vor einem Jahr geschätzt. Auch die positiven Prognosen lagen nicht komplett daneben: Die vor einem Jahr geschätzten 30 Prozent mit Umsatzplus erwiesen sich zwar als zu hoch gegriffen. Aber immerhin: Fast ein Viertel der Befragten hat es tatsächlich geschafft, im Krisenjahr mehr Erlöse zu erwirtschaften als 2008. Dabei spielt vor allem das Thema Expansion eine Rolle: Gruppen wie Motel One oder B & B, die in Deutschland auf Wachstumskurs sind und im vergangenen Jahr neue Hotels eröffnet haben, schlagen hier zu Buche.

Auch unterm Strich ist die Zahl der Hotels, die von den Top-50-Gesellschaften geführt werden, gestiegen. Die großen Player betreiben 1340 Häuser, das sind 3,2 Prozent mehr als 2008. Rechnet man die durchschnittliche Umsatzentwicklung pro Hotel aus, fällt das Resultat mit -10,3 Prozent noch negativer aus als beim Gesamtumsatz. Schließlich verteilt sich der Erlös auf mehr einzelne Häuser. Rückläufig sind 2009 alle betriebswirtschaftlichen Größen. Die durch-

schnittliche Zimmerbelegung liegt bei 61,4 Prozent und damit um rund 5 Prozent niedriger als vor einem Jahr. Der durchschnittliche Netto-Zimmerpreis ist um 4,2 Prozent auf 87,06 Euro gefallen. Der durchschnittliche Umsatz, umgelegt auf die Zimmerzahl, schrumpft zugleich auf 36.877 Euro, das sind 6,2 Prozent weniger als im Vorjahr.

Minus im Jahresvergleich

Die Gewinnsituation der Hotelketten hat sich dementsprechend im Jahresvergleich deutlich verschlechtert. Bewerteten diese 2008 noch 18 Prozent als sehr gut, trifft das inzwischen nur noch auf 5 Prozent zu. Immerhin spricht noch ein Viertel der Befragten von einer guten Gewinnsituation, nach 40 Prozent vor einem Jahr. Noch zufriedenstellend ist die Ergebnislage für rund ein Drittel der Hoteliers. Und 35 Prozent bewerten zusammengenommen ihre Gewinnsituation als schwach oder sogar schlecht, wobei beide Gruppen jeweils 17,5 Prozent umfassen. Vor einem Jahr stuften lediglich 10,5 Prozent der Hoteliers ihre Gewinnlage als schwach ein, schlechte Ergebnisse vermeldete kein einziger.

Die aktuelle Rangliste der Top-50-Hoteliers spiegelt zum 22. Mal die Situation der Hotelgesellschaften in Deutschland wider.

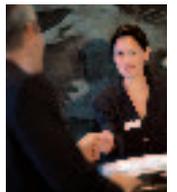
■ Fortsetzung auf Seite 2

Aus dem Inhalt

Führen mit Werten Gern ist die Rede vom Mitarbeiter als dem wichtigsten Kapital eines Unternehmens. Ist das nur ein Lippenbekenntnis? Fest steht: Wer seinen Betrieb voranbringen

möchte, braucht unbedingt eine motivierte Mannschaft. Ein Führungsstil, der auf Werten basiert, ist ein wichtiger Bestandteil für den Unternehmenserfolg. **Seite 9**

Prozesse optimieren Zeitgemäße Softwarelösungen sind gefragt, wenn es gilt, im Front- und Backoffice Arbeitsabläufe zu optimieren. Daten sollen gebündelt und rasch abrufbar sein, mit dem Ziel, dem Gast einen optimalen Service anzubieten. Aber auch im Backoffice, beispielsweise in der Finanzbuchhaltung, kommt es darauf an, die wichtigsten Informationen jederzeit rasch abrufen zu können. Ein „spezial“. **Seite 11**



Anzeige

ConnectedHotel TV

swisscom

In Zusammenarbeit mit:

LG Life's Good

Die erste Komplettlösung für Hotels, die hochauflösendes Fernsehen, Video-on-Demand und Internetzugang in ein Netzwerk und ein einziges Gerät integriert. Mehr Komfort für Ihre Gäste, geringere Kosten für Sie!

Swisscom Hospitality Services
Tel. 089 3836 73-0
www.swisscom.com/hospitality

Anreger des Monats

Qualität muss nicht immer teuer sein

W inzige Sauna, Mini-Schwimmbecken, liebevolle Massagebehandlung, ein nüchterner Fitnessraum im Keller mit drei zusammengestellten Geräten für Ausdauer und Krafttraining – und das war's?

Wellness, das hat mit Wohlfühlen und mit Fitness zu tun. Mit Zeit für sich. Wer sich als Wellness-Hotel etablieren will, braucht ein Konzept. Aber längst nicht jeder Hotelier will sein Haus als



Oase der Ruhe, Sinnlichkeit und Entschleunigung ausrichten. Nicht jeder Betrieb hat die finanziellen Mittel dazu. Und nicht jeder Standort bietet die räumlichen Voraussetzungen. Man denke nur an ein Stadthotel.

Wer seinem Gast – ob Urlauber oder Geschäftsreisender – die gewohnte Qualität seines Hauses auch in Sachen Entspannung und Fitness nicht vorenthalten möchte, setzt auf stimmige Wellness- und Sportangebote. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Personal-Trainer, der über die Rezeption gebucht werden kann? Oder Kooperationen vor Ort mit Fitnessstudios oder Massagepraxen. Der Gast freut sich auch, wenn er an der Rezeption fachkundige Auskunft über die schönsten Joggingstrecken erhält. Oder wenn es im Haus Fahrräder gibt, einwandfrei gewartet natürlich. Sicher ist: Hoteliers punkten mit kleinen, aber wirkungsvollen Angeboten. kik

Aufreger des Monats

Elena haucht ihr junges Leben aus

Jedes Theater gönnt sich eine Sommerpause. Nur die politische Bühne Berlin überrascht das staunende Publikum mit einer Sommer-Premiere: „Tod der Elena“.

Die Handlung ist schnell erzählt. Im Rahmen des elektronischen Entgeltnachweises (Elena) müssen seit dem 1. Januar 2010 alle Arbeitgeber Daten über ihre Beschäftigten an eine zentrale Sammelstelle in Würzburg schicken. Unter anderem wird dort gespeichert, wie viel ein Mitarbeiter verdient, ob und warum er im Betrieb gefehlt hat, und aus welchem Grund er eine Abmahnung oder Kündigung erhalten hat. Die gesetzlich geförderte Datensammelwut dient nur dem Zweck, Bescheinigungen für drei Sozialleistungen (Wohngeld, Elterngeld, Arbeitslosengeld) überflüssig zu machen.



Es hagelt Kritik von allen Seiten. Unternehmen zeigen Elena die kalte Schulter, boykotieren das Gesetz. Datenschützer haben schon das Gruppen-Ticket nach Karlsruhe gelöst, wollen Elena vor das Bundesverfassungsgericht zerrren. Millionen und Abermillionen von persönlichen Daten einfach auf Vorrat zu sammeln, das ist ihnen ein Graus. Kleinen und mittelständischen Unternehmen ist Elena zu teuer und sie beklagen den bürokratischen Mehraufwand. Dabei sollten gerade auch Betriebe durch den elektronischen Entgeltnachweis entlastet werden.

Warum die Elena-Kritiker erst jetzt aus der Deckung kommen? Die Zuschauer rätseln. Verbände und Sachverständige waren als Geburtshelfer doch mit dabei und von den Datenschützern war nichts zu hören. Wie auch immer – Elena haucht ihr junges Leben aus. ujju

Foto: G. Lorenz

hotelier

Chefredakteur:
Dr. Hendrik Markgraf (V.i.S.d.P.)
Redaktion: Heike Kinkopf
Graphik: Harald Maier, Kerstin Gugel
E-Mail: ahgz@matthaes.de
Internet: www.ahgz.de



Platz eins: Die Accor Hotellerie macht den größten Umsatz in 2009. Zur Gruppe gehört auch das Mercure Hotel München City Center Foto: Hotel

Fortsetzung von Seite 1

Top 50 kämpfen sich nach oben

Dabei zählt allein der von der gesamten Gruppe erwirtschaftete Umsatz – unabhängig davon, ob eine Betriebsgesellschaft ein einziges Hotel führt oder mehrere Hundert.

Die aufgeführten Daten beruhen auf den Angaben der Unternehmen, soweit vorhanden. Ansonsten wurden die Werte geschätzt. Schätzwerte sind in der Tabelle gekennzeichnet. Das Haupt-Ranking bezieht sich auf die umsatzstärksten Hotelbetriebsgesellschaften auf dem deutschen Markt, nicht auf die Stärke einzelner Marken. Eine Darstellung der Verbreitung der einzelnen

Hotelmarken findet sich in einer gesonderten Tabelle auf Seite 6.

Wie in den Vorjahren wird ArabellaStarwood Hotels & Resorts mit Sitz in München extra aufgeführt (Rang 16). Die Erlöse der ArabellaStarwood-Betriebe in Deutschland von 139,6 Mio. Euro sind sowohl separat als auch im Gesamtumsatz von Starwood Hotels & Resorts Worldwide berücksichtigt. Das gilt auch für Le Méridien Hotels Deutschland.

Aus der Statistik herausgefallen ist Golden Tulip, das 2008 Rang 38 belegte. Die Gruppe ist

nach der Insolvenz Mitte 2009 an Starwood Capital verkauft worden. Der neue Eigentümer hat die Häuser in die Hotelgruppe Louvre eingegliedert, Golden Tulip als eigenständige Betriebsgesellschaft existiert nicht mehr.

Spitzenreiter unter den Top 50 ist nach wie vor mit großem Abstand Accor Deutschland. Daran konnte auch die Tatsache nichts ändern, dass der Nettoumsatz des Konzerns diesmal um gut 100 Mio. Euro unter dem Wert des Vorjahres liegt. Die Zahl der Hotelbetriebe unter Accor-Regie hat sich im Jahresvergleich um zwei auf 309 Hotels erhöht. Der neue Deutschland-Chef des Konzerns, Peter Verhoeven, hält an seiner bereits im Vorjahr angekündigten Strategie fest: Er will vor allem das Franchise-Geschäft forcieren, um ohne eigenen Kapitaleinsatz zu wachsen.

Die Plätze getauscht haben dieses Jahr Best Western und InterConti: Die Best Western Hotels Deutschland haben die InterConti Hotels Group überholt und sich auf Platz zwei vorge-schoben. Die Zahl der unter den jeweiligen Gesellschaften geführten Betriebe hat sich dabei bei InterConti gar nicht verändert (68), auch bei Best Western kam unterm Strich nur ein Hotel hinzu, sodass nun 178 Häuser unter der Marke betrieben werden. Aber während InterConti mit einem Umsatzeinbruch von 13 Prozent zu kämpfen hat, verzeichnet Best Western mit 0,3 Prozent mehr Umsatz sogar ein kleines Plus. Hier spiegelt sich der traditionell höhere Anteil internationaler Businessgäste bei InterConti wider. Im Krisenjahr 2009, in dem gerade Geschäftskunden deutlich weniger reisten beziehungsweise auf die Kostenbremse traten, litten die auf eine internationale Klientel ausgerichteten Hotelunternehmen stärker als andere.

Viele neue Gesichter

InterConti muss nun auch noch für Deutschland ein neues Gesicht aufbauen: Willy Weiland, Herr im Berliner InterConti und Vice President Operations bei der Gruppe, hat sich vor Kurzem verabschiedet (AHGZ vom 10. Juli). Die Bedeutung des Gastgebers Weiland, der das Berliner Haus 19 Jahre lang leitete, ist, würdigte Europa-Chefin Jennifer Fox bei der Verabschiedung. Sie zitierte das Motto der Gäste: „Wir übernachten bei Willy Weiland.“

Karl-Heinz Pawlizki, Director Global Operations, sieht einen Schwerpunkt seiner Strategie darin, die durch die Finanzkrise belasteten Ergebnisse zu sichern.

Fortsetzung auf Seite 4

Kennziffern 2009

	2009	2008	Veränderung in %
Nettogesamtumsatz in Mrd. in Euro	6,02	6,52	-7,7
Durchschnittlicher Umsatz pro Hotel in Mio. Euro	4,27	4,76	-10,3
Anzahl der Hotels*	1 340	1 299	3,2
Anzahl der Zimmer*	206 317	203 253	1,5
Durchschnittliche Anzahl Zimmer	154,9	157,4	-1,6
Wie viele haben Plus gemacht?	24,0%	58,0%	
Wie viele haben Minus gemacht?	76,0%	30,0%	
Gewinnsituation in %*			
sehr gut	5,0%	18,4%	
gut	25,0%	39,5%	
noch zufriedenstellend	35,0%	31,6%	
schwach	17,5%	10,5%	
schlecht	17,5%	0,0%	
Durchschnittliche Zimmerbelegung	61,4%	64,7%	-5,2
Durchschnittlicher Zimmerpreis	87,06	90,84	-4,2
Durchschnittlicher Zimmerumsatz	36 877	39 304	-6,2
Durchschnittlicher Anteil Beherbergung	56,2%	56,7%	
Durchschnittlicher Anteil F&B	34,7%	35,0%	
In der Gesellschaft ist die Mitarbeiterzahl			
gestiegen	23,3%	41,5%	
gesunken	48,8%	17,0%	
gleich geblieben	27,9%	41,5%	

* soweit jeweils angegeben

† Doppelnennungen bei ArabellaSheraton/Starwood wurden nur einfach berücksichtigt.

© AHGZ-Grafik

Auf einen Blick: Die Kennziffern der Top 50 sind Durchschnittszahlen, die aus der Summe der umsatzstärksten Hotelgesellschaften ermittelt werden. Sie ermöglichen einen Einblick in das Volumen der größten Hotelgesellschaften auf dem deutschen Markt. Zum Vergleich herangezogen werden die neu berechneten Werte aus 2008 der Top 50.

AHGZ-Ranking der Top 50

Rang 2009	Rang 2008	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 €
			2009	2008		2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	
1	1	Accor Hotellerie Deutschland	709,0	811,5	-12,6	309	307	41 336	40 933	-	-	-	-	17 152
2	3	Best Western Hotels Deutschland	502,3	500,6	0,3	178	177	17 950	17 841	65,0	67,5	75	78	27 983
3	2	InterContinental Hotels Group	493,4	569,4	-13,3	68	68	14 130	14 671	62,3	65,5	108	116	34 919
4	4	Maritim Hotelgesellschaft mbH	347,2	378,9	-8,4	37	37	10 992	10 992	53,3	55,1	80	86	31 587
5	5	Steigenberger Hotels Deutschland	327,9	378,3	-13,3	66	72	11 022	12 235	59,9	63,1	85	88	29 750
6	6	Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. ¹⁾	306,9*	348,7*	-12,0	29	29	-	-	-	-	-	-	-
7	9	Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide	242,2	248,4	-2,5	69	66	9 343	9 204	60,0	62,2	52	52	25 923
8	10	Neue Dorint GmbH	229,9	247,3	-7,0	29	29	5 879	5 880	58,0	61,0	93	98	39 105
9	7	Marriott International	223,2	266,3	-16,2	27	34	6 342	7 766	67,4	70,4	93	101	35 194
10	8	NH Hoteles Deutschland GmbH	217,5	254,4	-14,5	59	58	10 087	10 061	56,1	61,3	65	71	21 557
11	11	Hilton Hotels	182,1	206,5	-11,8	14	14	4 440	4 552	-	-	-	-	41 014
12	12	EVENT Hotelgruppe	181,9	192,5	-5,5	25	24	6 327	6 140	65,6	66,0	76	82	28 750
13	19	Grand City Hotels GmbH	168,8	104,4	61,7	82	61	10 372	8 264	61,2	62,5	51	53	16 273
14	15	Rezidor Blu ²⁾	145,6*	157,7*	-7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	13	Kempinski AG	140,3	176,8	-20,6	10	10	2 291	2 335	46,2	63,1	163	174	61 257
16	14	ArabellaStarwood Hotels & Resorts ³⁾	139,6	166,9	-16,4	19	19	3 911	3 915	61,1	64,8	100	116	35 694
17	16	QGD Hotelmanagement	120,0*	130,0*	-7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18	17	Lindner Hotels AG	110,1	120,7	-8,8	24	22	3 797	3 722	64,1	63,5	73	77	28 997
19	18	Mövenpick Gesellschaft für Hotel- und Restaurantbetriebe mbH	101,3	110,6	-8,4	16	16	3 111	3 111	57,4	61,9	88	92	32 562
20	20	Center Parcs Leisure Deutschland GmbH	84,8	87,4	-3,0	4	4	2 321	2 251	70,1	75,6	90	89	36 536
21	32	Sol Meliá Deutschland ⁴⁾	77,3	84,9	-9,0	22	22	3 269	3 068	63,9	-	76	-	23 646
22	22	Grand Hyatt	68,2	74,6	-8,6	4	4	1 168	1 168	-	-	-	-	58 390
23	21	Starman Hotels Deutschland GmbH (Le Meridien) ⁵⁾	65,5	76,1	-13,9	5	5	1 445	1 439	66,0	71,9	119	131	45 329
24	27	Motel One Group	62,5	51,6	21,1	28	23	4 802	3 458	67,0	69,4	53	49	13 015
25	23	Althoff Hotels & Residences	61,3	64,3	-4,7	9	9	999	999	59,6	62,0	122	127	61 361
26	24	HMG Hotel Management und Servicegesellschaft mbH & Co. KG	57,4	61,4	-6,5	16	16	2 115	2 115	62,5	65,9	79	84	27 139
27	26	Estrel Berlin	50,5	54,6	-7,6	1	1	1 125	1 125	53,9	58,2	78	82	44 844
28	31	Arcadia	50,3	55,5	-9,4	29	29	3 353	3 343	48,2	50,2	54	57	15 001
29	30	Welcome Hotels GmbH	48,9	48,4	1,0	14	13	1 732	1 586	54,5	59,5	66	67	28 233
30	28	Albeck & Zehden	47,7	51,0	-6,5	10	10	2 420	2 420	63,8	63,0	48	53	19 711
31	34	Travel Charme Hotel GmbH	44,9	42,7	5,2	10	10	1 062	1 062	64,5	65,6	100	99	42 279
32	29	Hotel Bayerischer Hof	44,4	49,8	-10,9	1	1	350	132> 356	61,7	70,8	240	241	126 771
33	33	Van der Valk Deutschland GmbH	42,5*	46,0*	-7,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
34	25	A-Rosa	40,9	43,5	-6,0	3	3	737	763	56,2	58,9	122	123	55 495
35	41	IFA Hotel & Touristik AG	38,3	35,6	7,6	5	5	1 614	1 614	64,3	62,2	54	52	23 730
36	45	RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH	37,1	33,9	9,3	13	11	1 785	1 424	68,5	72,7	73	71	20 756
37	37	Victor's Residenz-Hotels GmbH	36,5	37,7	-3,2	12	11	1 335	1 236	60,0	67,0	-	-	27 341
38	42	Sport- und Kurhotel Sonnenalp	34,8	34,9	-0,3	1	1	234	234	73,9	74,0	-	-	148 718
39	39	Fraatz Bartels Unternehmensgruppe ⁵⁾	34,5	36,4	-5,2	2	2	680	680	81,0	83,0	109	107	50 735
40	40	Derag Hotel and Living	33,3	36,1	-7,8	10	10	1 916	1 916	-	80,0	-	-	17 380
41	36	Relexa Hotel GmbH	32,9	37,8	-13,0	10	10	1 310	1 307	56,0	62,4	68	74	25 115
42	44	Rocco Forte Collection	31,6*	34,2*	-7,6	3	3	-	-	-	-	-	-	-
43	46	Achat Hotels Deutschland	29,8	32,5	-8,3	24	24	2 430	2 533	53,3	56,9	51	58	12 263
44	43	Millennium & Copthorne Hotels	28,7	34,8	-17,5	2	2	673	673	53,4	61,4	96	103	42 645
45	48	Arcona Management GmbH	28,5	28,2	1,1	9	9	890	881	59,3	63,8	66	67	32 022
46	-	Göbel Hotels	26,7	23,1	15,6	9	9	881	738	64,0	64,0	100	100	30 306
47	49	Grand Elysee Hotel AG Hamburg	25,7	28,0	-8,2	1	1	511	511	61,1	64,5	118	119	50 294
48	-	Traube Tonbach	25,0	24,0*	4,2	1	1	171	171	-	-	-	-	146 199
49	-	Seetel	24,8	24,3	2,1	14	14	841	841	68,9	69,8	82	81	29 489
50	-	B&B Hotels	24,3	16,1	50,9	31	17	2 818	1 719	60,7	62,8	44	43	8 623

* Schätzwert

¹⁾ Sheraton Frankfurt Hotel & Towers* und Westin Hotels - Quelle: AHGZ / Der Hotelier Top 200 vom Mai 2010²⁾ Vorher Rezidor SAS Hospitality³⁾ Umsatz auch bei Starwood Hotels & Resorts einberechnet⁴⁾ Umsatz beinhaltet Inside⁵⁾ Renovierung Hotel Hafen Hamburg bis Mai nur 222 Zimmer statt 353 belegbar

Betriebsstruktur

Hotelgesellschaft (Nettoumsatz 2009 in Mio. € gesamt)	Betriebsart	Nettoumsatz in Mio. Euro		Anzahl der Hotel- betriebe in Deutschland	
		2009	2008	2009	2008
Accor Hotellerie Deutschland (709)	Eigen-/Pachtbetriebe	-	-	250	253
	Managementbetriebe	-	-	8	8
	Franchisebetriebe	-	-	51	46
Best Western Hotels Deutschland (502,3)	Franchisebetriebe	502,3	500,6	178	177
	Managementbetriebe	138,5	170,2	-	7
	Pachtbetriebe	2,5	10,7	-	2
InterContinental Hotels Group (493,4)	Franchisebetriebe	352,4	388,5	-	59
	Eigenbetriebe	95,6	103,9	17	17
	Managementbetriebe	7,5	7,1	1	1
Maritim Hotelgesellschaft mbH (347,2)	Pachtbetriebe	241,7	267,9	18	19
	Franchisebetriebe	2,5	-	1	-
	Managementbetriebe	48,1	57,3	8	10
Steigenberger Hotels AG (327,9)	Pachtbetriebe	199,0	232,0	40	44
	Franchisebetriebe	80,8	89,0	18	18
	Eigenbetriebe	70,0	72,6	16	16
Hospitality Alliance AG / Ramada Hotels (242,2)	Managementbetriebe	12,0	12,7	4	4
	Pachtbetriebe	143,0	145,3	38	35
	Franchisebetriebe	17,0	17,8	11	11
	Managementbetriebe	23,7	25,7	5	5
Neue Dorint GmbH (229,9)	Pachtbetriebe	206,2	221,6	24	24
	Managementbetriebe	67,1	86,5	7	13
Marriott International Continental Europe (223,2)	Pachtbetriebe	124,5	144,6	14	14
	Franchisebetriebe	31,6	35,2	6	7
	Pachtbetriebe	217,5	254,4	59	58
NH Hoteles Deutschland GmbH (217,5)	Managementbetriebe	-	-	2	2
Hilton Hotels (182,1)	Pachtbetriebe	-	-	11	11
	Franchisebetriebe	-	-	1	1
	Managementbetriebe	181,9	192,5	25	24
EVENT Hotelgruppe (181,9)	Managementbetriebe	168,8	104,4	82	61
Grand City Hotels GmbH (168,8)	Managementbetriebe	127,9	151,9	16	16
ArabellaStarwood Hotels & Resorts GmbH (139,6)	Franchisebetriebe	11,7	15,0	3	3
	Managementbetriebe	24,2	27,1	8	6
Lindner Hotels AG (110,1)	Pachtbetriebe	85,9	93,6	16	16
Mövenpick Hotels Deutschland (101,3)	Managementbetriebe	5,8	6,4	2	2
	Pachtbetriebe	95,5	104,2	14	14
Sol Meliá Deutschland (77,3)	Pachtbetriebe	77,3	-	22	-
	Managementbetriebe	68,2	74,6	4	4
Grand Hyatt (68,2)	Eigenbetriebe	-	-	19	18
Motel One Group (62,5)	Pachtbetriebe	-	-	9	5
	Pachtbetriebe	61,3	64,3	9	9
Althoff Hotel Collection (61,3)	Pachtbetriebe	57,4	61,4	16	16
HMG Hotel Management GmbH (57,4)	Pachtbetrieb	50,5	54,6	1	1
Estrel (50,5)	Eigenbetriebe	37,8	41,8	21	21
Arcadia Hotels & More Management GmbH (50,3)	Pachtbetriebe	12,5	13,7	8	8
	Eigenbetriebe	-	-	8	8
Welcome Hotels GmbH (48,9)	Managementbetriebe	-	-	1	1
	Pachtbetriebe	-	-	5	4
	Eigenbetriebe	17,0	19,7	2	2
Albeck & Zehden Hotels (47,7)	Managementbetriebe	5,8	6,6	2	2
	Pachtbetriebe	24,9	24,8	6	6
	Managementbetriebe	44,9	42,7	10	10
Travel Charme Hotel GmbH (44,9)	Eigenbetrieb	44,4	49,8	1	1
Hotel Bayerischer Hof Geb. Volkhardt KG (44,4)	Managementbetriebe	18,7	18,6	1	1
	Pachtbetriebe	22,2	25,0	2	2
A-Rosa Resort Management (40,9)	Eigenbetriebe	34,0	32,4	4	4
IFA Hotel & Touristik AG (38,3)	Managementbetriebe	4,3	3,2	1	1
	Eigenbetriebe	0,4	-	1	-
RIMC International Hotel Resort Management & Consulting GmbH (37,1)	Managementbetriebe	12,5	11,5	3	3
	Pachtbetriebe	24,2	22,4	9	8
	Eigenbetrieb	34,8	34,9	1	1
Sport- und Kurhotel Sonnenalp (34,8)	Eigenbetriebe	34,5	36,4	2	2
Fraatz Bartels Unternehmensgruppe (34,5)	Eigenbetriebe	-	-	10	10
	Eigenbetriebe	21,5	23,3	6	6
Derag Hotel and Living (33,3*)	Pachtbetriebe	11,4	14,5	4	4
	Eigenbetriebe	3,7	3,9	2	2
Relaxa Hotel GmbH (32,9)	Pachtbetriebe	26,1	28,6	22	22
	Pachtbetriebe	28,7	34,8	2	2
Achat Hotels Deutschland (29,8)	Eigenbetriebe	3,3	1,7	-	1
Millennium & Copthorne Hotels (28,7)	Pachtbetriebe	25,2	26,5	-	8
	Eigenbetriebe	26,7	23,1	9	9
Arcona Management GmbH (28,5)	Eigenbetrieb	-	-	1	1
Göbel Hotels (26,7)	Eigenbetriebe	24,8	24,3	14	14
	Eigenbetriebe	23,7	16,1	26 ¹⁾	17 ¹⁾
Grand Elysee Hotel AG Hamburg (25,7*)	Franchisebetriebe	0,6	0,0	5	0
Seeltel (24,8)					
B&B Hotels (24,3)					

* Schätzwert ¹⁾ in 2008 und 2009 drei Hotels unter Pachtvertrag ©AHGZ-Grafik

Fortsetzung von Seite 2

Top 50 ...

Die Kette wolle weiterhin expandieren, vor allem mit den Marken Holiday Inn und Holiday Inn Express. Damit folgt er Weilands Strategie aus dem Vorjahr. Auch die Einführung der Marken Staybridge Suites und Indigo in Deutschland stand schon im Vorjahr auf der Agenda.

Best-Western-Chef Marcus Smola kann sich im Krisenjahr 2009 darüber freuen, dass seine Strategie aufgeht. Er hat schon frühzeitig erkannt, dass die Stärke seiner Gruppe im mittleren Preissegment in der Krise ein Vorteil ist (AHGZ vom 6. März). Geschäftskunden von Best Western, die bei Tagungen eine Kategorie tiefer gehen wollten als zuvor, würden der Marke treu bleiben, begründet er. Die vielen Hotels im 3- und 4-Sterne-Bereich erweisen sich nun als Pfund, mit dem Smola preisbewusste Kunden der Gruppe erhalten kann.

Die von manchem Marktforscher aufgestellte Prognose, im mittleren Preissegment werde die Nachfrage wegbrechen, lässt ihn kalt. „Die Ergebnisse geben uns recht. Ich wette, einige Wettbewerber hätten jetzt liebend gern mehr Häuser in diesem Segment im Portfolio“, so der Deutschland-Geschäftsführer zur AHGZ.

Ein weiterer Stabilisator für Best Western ist die bunte Mischung von Stadt- und Freizeithotellerie. Denn die klassische Ferienhotellerie profitiert 2009 vom Trend zum Urlaub im eigenen Land. Tatsächlich glänzen etliche Ferienanlagen in Deutschland sogar mit Zuwachsraten – ganz anders als die oft auf Businesskunden angewiesene Stadthotellerie. Bei Best Western ist der Anteil der Urlaubshotels am Gesamtumsatz 2009 mit 39 Prozent um 7 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

Im laufenden Jahr soll die Zahl der Mitgliedshotels die Grenze von 200 durchbrechen. „Wachstum ist wichtig für die Markenbedeutung“, betont Smola. Der Best-Western-Chef verweist auf eine steigende Zahl von Anfragen interessierter Hotelbetriebe. Die Wirtschaftskrise sei für viele Hoteliers Anlass, sich einer starken Marke anzuschließen.

Auf Platz vier bleibt alles beim Alten, die Maritim Hotelgesellschaft hat sich den Rang erneut gesichert. Das Unternehmen betreibt unverändert 37 Hotels in Deutschland, der Umsatz fällt dabei um 8,4 Prozent auf 347 Mio. Euro. Damit hat Maritim seinen Vorsprung auf den Fünftplatzierten, Steigenberger, aber sogar ausbauen können. 2008 lagen beide Hotelbetreiber noch Kopf an Kopf, mit einem Nettoumsatz von 378,9 beziehungsweise 378,3 Mio. Euro. Dieses Jahr macht die in Bad Salzuflen residierende Maritim-Gruppe fast 20 Mio. Euro mehr Umsatz als Steigenberger. Was auch daran liegt, dass die Frankfurter Konkurrenz sich von etlichen Häusern getrennt hat und mittlerweile statt 72 Hotels wie im Vorjahr nur noch 66 Häuser betreibt.

Für Maritim-Geschäftsführer Gerd Prochaska stehen in Deutschland keine neuen Standorte auf der Agenda (AHGZ vom 26. Juni). Zwar wird aus dem geplanten Patientenhotel in Lübeck nichts, doch der Maritim-Chef gibt das Thema nicht auf. Prochaska ist überzeugt: „Wir glauben nach wie vor, dass die Patientenhotellerie ein erfolversprechendes Geschäftsfeld ist.“ Es gebe allerdings noch keine konkreten Standorte.

Expandiert werden soll im Ausland, aber ohne eigenen Kapitaleinsatz. Damit kommen ausschließlich Management- oder Franchiseverträge infrage. 2010 hat die Gruppe bereits ein Hotel in China eröffnet, in den nächsten Jahren sollen vier weitere Häuser im Reich der Mitte folgen.

Die Steigenberger-Gruppe hat sich inzwischen neu aufgestellt. Nach einem halben Jahr Vakanz wurde der Chefessel erst kürzlich mit Arco Buijs besetzt. Der 45-jährige Niederländer will die Wachstumsstrategie des neuen Eigentümers El Chiaty umsetzen und vor allem in Europa neue Hotels aufmachen (AHGZ vom 3. Juli). Geplant ist eine stärkere Zusammenarbeit mit den Marken des Tourismusunternehmens Travco Group, das dem Ägypter El Chiaty gehört. Im laufenden Jahr hat bereits ein Haus in Berlin-Brandenburg seine Pforten geöffnet, im Herbst geht in Mannheim ein Intercity-Hotel an den Start. Für 2011 steht die Eröffnung zweier Häuser der Marke Steigenberger Grandhotel im Kalender – in Leipzig und auf Rügen. Das

„Wir halten die Patientenhotellerie für ein erfolversprechendes Geschäftsfeld“



Gerd Prochaska Maritim

Münchner Hotel-Beratungsunternehmen Treugast traute Steigenberger seit der Übernahme durch den ägyptischen Unternehmer einiges zu und hat die Gruppe in seinem jährlichen Investment-Ranking zum „Most wanted Investment Partner“ gekürt (AHGZ vom 10. Oktober 2009).

Starwood Hotels & Resorts Worldwide hält seinen Stammplatz auf Rang 6, trotz eines Umsatzeinbruchs um 12 Prozent auf 306,9 Euro (Schätzwert). Aufgestiegen von Rang 9 auf Rang 7 ist die Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide. Mit drei Häusern mehr führt das Unternehmen in Deutschland 69 Betriebe. Der Umsatz fällt 2009 um 2,5 Prozent niedriger aus als noch 2008. Die Hotelgesellschaft der Candant Corporation trennt sich in Deutschland zum 1. August 2010 vom Standort Bensheim. Geplant sind für die nächsten Monate Neueröffnungen und Betriebsübernahmen in Berlin Frankfurt, Hannover und Leipzig. Ebenfalls zwei Plätze gutgemacht hat die Neue Dorint. Trotz eines Umsatzverlusts von 7 Prozent hat die Gruppe Marriott und NH Hoteles hinter sich gelassen und sich auf Platz 8 vorgearbeitet. Denn die Konkurrenz, traditionell stark bei internationalen Geschäftsreisenden, hat infolge der Sparprogramm der Unternehmen deutlich mehr Umsatz abgeben müssen: Marriott nimmt 2009 16 Prozent weniger ein, NH Hoteles ist mit mehr als 14 Prozent im Rückstand. Im laufenden Jahr gibt es bei NH Hoteles in Deutschland einen Chefwechsel.

Top Durchschnittspreise

Rang 2009	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz in Mio. Euro 2009	Betriebe / Zimmer	Ø-Preis je verk. Zimmer (netto) in € 2009	2008
32	Hotel Bayerischer Hof	44,4	1 / 350	240	241
15	Kempinski AG	140,3	10 / 2291	163	174
25	Althoff Hotels Collection	61,3	9 / 999	122	127
34	A-Rosa	40,9	3 / 737	122	123
23	Starman Hotels Deutschland GmbH (Le Méridien)	65,5	5 / 1445	119	131
47	Grand Elysee Hotel AG Hamburg	25,7*	1 / 511	118	119
39	Fraatz Bartels Unternehmensgruppe	34,5	2 / 680	109	107
3	InterContinental Hotels Group	493,4	68 / 14130	108	116
16	ArabellaStarwood Hotels & Resorts	139,6	19 / 3911	100	116
46	Göbel Hotels	26,7	9 / 881	100	100

* Schätzwert ©AHGZ-Grafik

Plusmacher: Göbel Hotels, hier das Schlosshotel Prinz von Hessen, steigern den Umsatz und kommen dieses Jahr unter die Top 50. In der Nähe von Bad Wildungen entsteht dieses Jahr ein weiteres Haus mit 80 Zimmern Foto: Hotel



Ex-Deutschland-Chef Jan Hein Simons ist nun als Business Unit Director zuständig für die Hotels in den Benelux-Ländern, Frankreich, Großbritannien und Afrika. Sein Nachfolger ist Maarten Markus.

Einen kräftigen Sprung nach vorn macht Grand City Hotels. Das Unternehmen steigt von Rang 19 auf Rang 13 auf. Mit 82 Hotels ist die Zahl der betriebenen Hotels um 21 gestiegen. Der Umsatz legt sogar um 62 Prozent zu. Die Hotels der Gruppe sind in den Kategorien zwei bis vier Sterne angesiedelt. Die Häuser werden von Grand City außer unter der gleichnamigen Eigenmarke auch unter Labeln wie Radisson Blu, Mercure, Best Western, Holiday Inn, Four Points by Sheraton, Ramada und Ibis vermarktet. Zuletzt hat die Betriebsgesellschaft die Marke Grand City gestärkt, indem acht Mark-Hotels umfirmiert wurden. Drei bisher unter der Marke Best Western Mark geführte Hotels wurden ebenfalls umbenannt in Best Western Grand City. Die Aneinanderreihung mehrerer Markennamen verlangt allerdings von den Mitarbeitern bei der Vorstellung am Telefon ein ausgefeilte Atemtechnik und vom potenziellen Gast eine gewisse Geduld.

Allerdings ist Grand City bei weitem nicht die einzige Hotelkette, die derartige Rätsel aufgibt. Die muntere Expansion von Marken über Eigenbetriebe, Pacht- und vor allem Management- oder Franchiseverträge führt zu verwirrenden Paarungen. So sitzen mitunter diverse Partner bei einem einzigen Hotel mit im Boot: Eine Hotelgesellschaft schließt einen Pachtvertrag mit dem Immobilieneigentümer ab, vergibt aber den Betrieb des Hauses über einen Management-Vertrag an ein anderes Unternehmen, welches das Hotel seinerseits als Franchisenehmer unter der Marke einer dritten Hotelgruppe führt.

Besonders stark an Umsatz verliert Kempinski. Die Erlöse der Gruppe schrumpfen um mehr als 20 Prozent auf 140,3 Mio. Euro. Im Ranking rutscht Kempinski um zwei Plätze ab auf Rang 15. In Deutschland bleibt es bei den zehn Häusern. Im Ausland stehen für Kempinski dagegen die Zeichen auf Wachstum: 2010 geht die Traditionsmarke mit fast einem Dutzend neuer Hotels

an den Start. Ihre europäischen Wurzeln will die Kempinski-Gruppe dabei offensiv herausstellen, da die Gastgebertradition der Alten Welt in den neuen Märkten wie Asien und besonders dem Mittleren Osten hochangesehen ist. Die Lindner Hotels AG verliert nur einen Platz und findet

sich diesmal auf Rang 18. Chef Otto Lindner hat zwei Häuser mehr als im Vorjahr, allerdings fiel der Umsatz der nun 24 Betriebe um 8,8 Prozent niedriger aus. Die Gruppe engagiert sich stark beim Großprojekt Nürburgring in der Eifel. Für die Zukunft wünscht Otto Lindner sich „eine Ab-

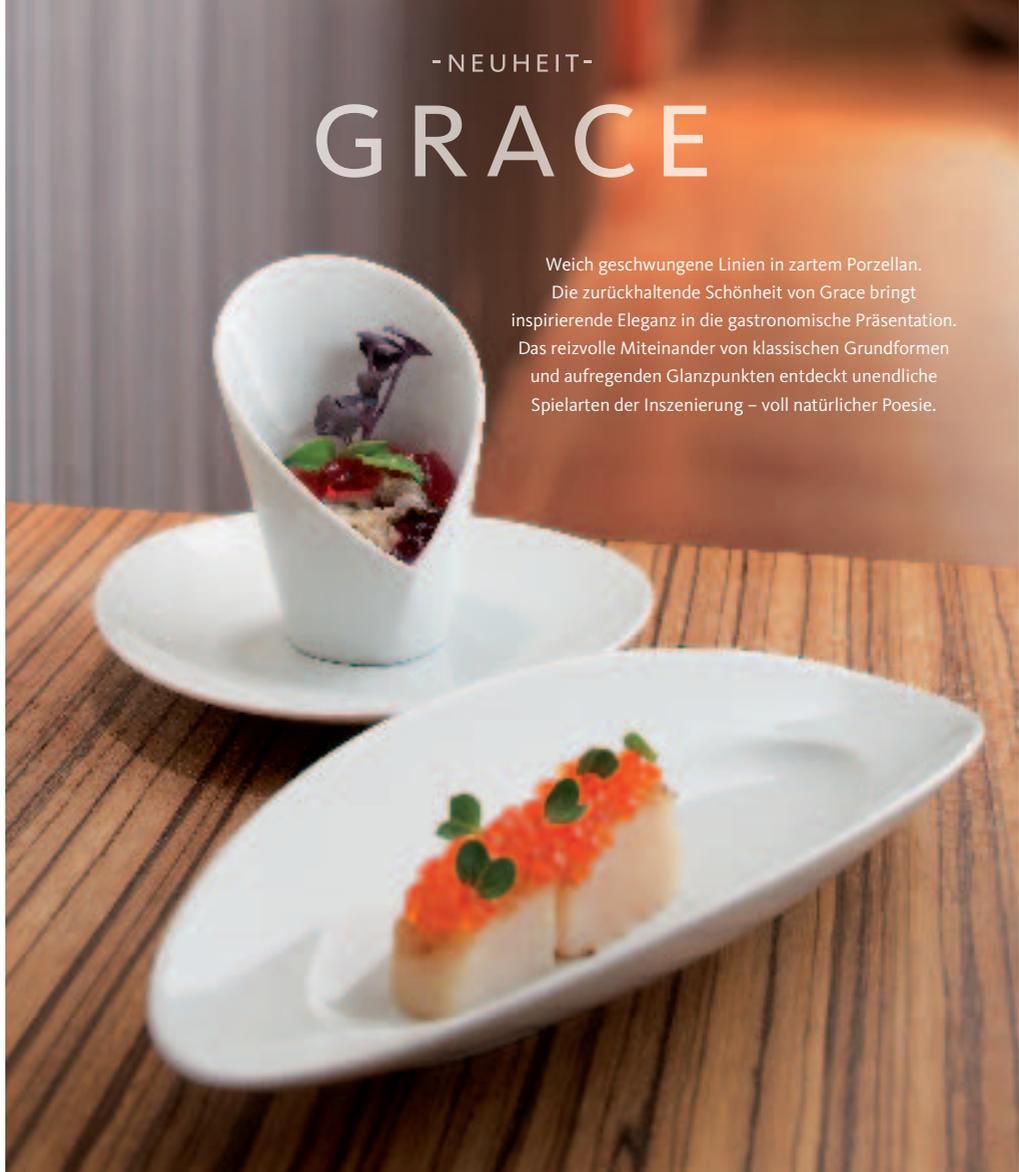
rundung unseres Portfolios durch den Standort München“. Von Platz 32 auf Platz 21 vorgestoßen ist die Gesellschaft Sol Méliá Deutschland. Das liegt allerdings an dem Zusammenschluss der spanischen Kette mit Innside 2009.

■ Fortsetzung auf Seite 6

Anzeige

- NEUHEIT -

GRACE



Weich geschwungene Linien in zartem Porzellan. Die zurückhaltende Schönheit von Grace bringt inspirierende Eleganz in die gastronomische Präsentation. Das reizvolle Miteinander von klassischen Grundformen und aufregenden Glanzpunkten entdeckt unendliche Spielarten der Inszenierung – voll natürlicher Poesie.



SCHÖNWALD
Germany

Porzellanfabrik Schönwald · Spezialfabrik für Hotelporzellan · Rehauer Straße 44-54 · D-95173 Schönwald
Telefon: +49 9287 56-0 · Fax (Inland): +49 9287 56-2133 · Fax (International): +49 9287 56-2193 · E-Mail: schoenwald@schoenwald.com · www.schoenwald.com

www.schlieske.de



Zugelegt: Das erste Halbjahr 2010 ist für B&B Hotels famos gelaufen Foto: Hotel

Marken der Top 50 Hotelgesellschaften*

Hotelgesellschaft (Nettoumsatz 2009 in Mio. Euro gesamt)	Marke	Nettoumsatz in Mio. Euro		Betriebe		Zimmer	
		2009	2008	2009	2008	2009	2008
Accor Hotellerie Deutschland GmbH (709)	Sofitel	-	-	3	3	729	729
	Pullman	-	-	7	7	1801	1801
	MGallery	-	-	2	-	362	-
	Novotel	-	-	22	26	4535	5180
	Mercure	-	-	106	105	15515	15362
	All Seasons	-	-	5	2	325	117
	Suitehotel	-	-	4	4	687	687
	Ibis	-	-	84	83	10896	10507
	Etap	-	-	68	68	5964	5965
	Formule 1	-	-	8	9	522	585
InterContinental Hotels Group (493,4)	InterContinental Hotels	134,5	167,8	6	6	2716	2723
	Crowne Plaza ¹⁾	-	-	6	6	1474	1474
	Holiday Inn ¹⁾	-	-	38	41	7676	8314
	Holiday Inn Express ¹⁾	-	-	18	15	2464	2160
Steigenberger Hotels AG (327,9)	Steigenberger Hotels & Resorts	236,1	287,0	36	42	6157	7483
	InterCity Hotels	91,8	91,3	30	30	4865	4752
Hospitality Alliance/Ramada Hotels (242,2)	Ramada Hotels	167,0	173,0	53	53	7315	7413
	Ramada Plaza Hotels	18,5	19,0	2	2	407	407
	Encore Hotels	3,5	4,0	1	1	130	130
	Treff Hotels	54,0	52,0	13	10	1.491	1.254
Neue Dorint GmbH (229,9)	Dorint Hotels & Resorts	156,1	166,0	26	26	4749	4748
	InterContinental	73,8	81,3	3	3	1132	1130
Marriott International Continental Europe (223,2)	Courtyard	-	-	12	14	-	-
	Marriott	-	-	9	9	-	-
	Renaissance	-	-	6	9	-	-
	Ramada	-	-	0	2	-	-
NH Hoteles (217,5)	NH Hoteles	217,5	254,4	59	58	10087	10061
Hilton Hotels (182,1)	Hilton	-	-	13	13	4290	4393
	Hilton Garden Inn	-	-	1	1	150	159
EVENT Hotelgruppe (181,9)	Park Inn	62,8	65,8	12	12	2509	2506
	Nikko	14,2	19,4	1	1	386	344
	Westin	46,7	46,7	3	3	1176	1135
	Ibis	15,2	15,6	4	3	1.014	918
	Swissôtel	8,6	9,8	1	1	246	246
	Radisson Blu	13,0	13,4	2	2	496	496
	Ohne Marke	21,5	21,8	2	2	500	495
Grand City Hotels (168,8)	Grand City Hotels	-	-	37	-	3729	-
	Grand City / Best Western	-	-	13	-	1674	-
	Mercure	-	-	9	-	1231	-
	Ibis	-	-	7	-	730	-
	Radisson Blu	-	-	5	-	1004	-
	Andere Marken	-	-	11	-	2004	-
Arabella Starwood Hotels & Resorts (139,6)	The Luxury Collection	8,1	8,5	2	2	191	191
	Sheraton	70,6	123,2	9	10	2117	2746
	Four Points by Sheraton	14,5	17,6	6	6	607	607
	The Westin	46,4	17,6	2	1	996	371
Lindner Hotels AG (110,1)	Lindner Hotels & Resorts	110,1	120,7	24	22	3797	3722
Sol Meliá Deutschland GmbH (77,3)	Meliá	17,3	16,1	2	1	565	364
	Tryp	25,7	30,6	11	11	1472	1472
	Innside	34,3	38,2	9	9	1232	1232
Grand Hyatt (68,2)	Grand Hyatt Berlin	23,7	26,2	1	1	342	342
	Park Hyatt Hamburg	15,4	16,8	1	1	252	252
	Hyatt Regency Köln	16,1	18,3	1	1	306	306
	Hyatt Regency Mainz	13,0	13,4	1	1	268	268
Starman Hotels Deutschland GmbH (65,5)	Le Méridien	65,5	76,1	5	5	1445	1439
Motel One Group (62,5)	Motel One	55,6	42,6	26	21	4458	3114
	Sporthotel Achenal	-	-	1	1	213	213
	Hotel Schillingshof	-	-	1	1	131	131
Althoff Hotel Collection (61,3)	Althoff Hotel Collection	61,3	64,3	9	9	999	999
HMG Hotel Management GmbH (57,4)	Fleming's Hotels	-	-	6	6	-	-
	Livin	-	-	3	3	-	-
	Steigenberger	-	-	2	2	-	-
	InterCity Hotels	-	-	4	4	-	-
	Hotel Atlantic	-	-	1	1	60	60
Arcadia Hotels & More Management GmbH (50,3)	Arcadia	50,3	55,5	29	29	3353	3343
Albeck & Zehden (47,7)	Wohlfühlhotels	21,4	20,8	4	4	1476	1476
	Crowne Plaza	15,9	18,5	1	1	423	423
	Holiday Inn	6,2	6,9	3	3	311	311
	Best Western	1,1	1,2	1	1	74	74
Travel Charme Hotels & Resorts AG (44,9)	Travel Charme	44,9	42,7	10	10	1062	1062
A-Rosa (40,9)	A-Rosa Resorts	22,2	25,0	2	2	400	426
	Individuell (Neptun)	18,7	18,6	1	1	337	337
IFA Hotel & Touristik AG (38,3)	Ferienpark	28,7	27,8	3	3	1289	1289
	Wellness	9,6	7,8	2	2	325	325
RIMC International Hotel Resort Management and Consulting (37,1)	Golden Tulip	5,2	9,7	1	2	191	287
	Best Western	1,1	2,1	1	2	82	173
	Choice	12,3	5,0	6	2	782	259
	Four Points by Sheraton	8,1	9,1	1	1	132	132
	Radisson Blu	3,7	0,5	1	1	241	241
	Ohne Marken	6,5	7,5	3	3	357	332
Victor's Residenz-Hotels GmbH (36,5)	Victor's Residenz Hotels	36,5	37,7	12	11	1335	1236
Fraatz Bartels Unternehmensgruppe (34,5)	Hotel Hafen Hamburg	16,0	18,6	1	1	353	353
	Empire Riverside Hotel	18,5	17,8	1	1	327	327
Derag Hotel and Living (33,3*)	Derag Hotel and Living	-	-	10	10	1916	1916
Achat Hotels Deutschland (29,8)	Achat Hotels	23,5	24,7	20	20	-	-
	Achat Plaza	6,3	5,5	4	4	-	-
Millennium & Copthorne Hotels (28,7)	Millennium	22,9	28,4	1	1	451	451
	Copthorne	5,8	6,4	1	1	222	222
Arcona Management GmbH (28,5)	Steigenberger	19,8	20,6	5	5	640	631
	Arcona	8,7	7,6	4	4	250	250
B&B Hotels GmbH (24,3)	B&B Hotels	24,3	16,1	31	17	2818	1719

*soweit angegeben

¹⁾ Umsatz für Crown Plaza, Holiday Inn und Holiday Inn Express gesamt 2009: 358,9 / 2008: 401,6 Mio

■ Fortsetzung von Seite 5

Top 50 ...

Die Zahlen in der Tabelle zeigen aus Gründen der Vergleichbarkeit für beide Jahre Werte, in die Inside mit eingerechnet wurde. Sol Méliá für sich hatte im vorangegangenen Ranking mit zwölf Häusern rund 46 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftet. Die Fusion und die damit einhergehende höhere Hotelzahl (22) erklären den statistisch bedingten Umsatzsprung auf 77 Mio. Euro. Die Darstellung in der aktuellen Tabelle macht dagegen deutlich, dass die Hotels beider Marken zusammen 9 Prozent Umsatz einbüßen.

Mit ungebremstem Wachstum überzeugt erneut Motel One. Die Budget-Designkette meldet 21 Prozent mehr Umsatz und fünf neue Hotels im Vergleich zu 2008. Motel-One-Chef Dieter Müller hat mit 28 Häusern zuletzt 62,5 Mio. Euro erwirtschaftet und sich damit von Rang 27 auf Rang 24 vorgearbeitet. Und die Neueröffnungen reißen nicht ab. Allein im laufenden Jahr kommen sechs Betriebe hinzu: Jeweils zwei Motel-One-Hotels in Hamburg und München, jeweils eines in Berlin und Dresden. Im Investment-Ranking der Treuhand ist Motel One in die Spitzengruppe mit der Bewertung AAA aufgestiegen. Die leichte Skepsis der Analysten, Motel One konzentrierte sich zu sehr auf die Standorte Hamburg, Berlin und München, ficht Dieter Müller offenbar nicht an.

Ruhiger, aber ebenfalls erfolgreich laufen die Geschäfte bei den Welcome Hotels. Ein Haus mehr als im Vorjahr und dadurch 1 Prozent mehr Umsatz sind in einer schwierigen Marktsituation ein achtbares Ergebnis. Welcome verbessert sich um einen Platz auf Rang 29. Geschäftsführer Mario Pick kündigt an: „In den kommenden Jahren gilt unser besonderes Augenmerk der Expansion in die großen Metropolen, allen voran Frankfurt und Köln.“ Ebenfalls mit 1,1 Prozent leicht im Plus ist die Arcona Ma-

„Wachstum ist wichtig für die Markenbedeutung“



Marcus Smola
Best Western
Deutschland

nagement GmbH. Da deren Gesamtumsatz lediglich 28,5 Mio. Euro beträgt, folgt sie in der Tabelle aber erst auf Rang 45. Das Unternehmen will die Eigenmarke Arcona aufbauen und mit ihr Projekte an A- und B-Standorten entwickeln. Auch in Franchise mit Steigenberger ist weiteres Wachstum geplant.

Zu den wenigen Gewinnern des Jahres gehört auch die Gruppe Travel Charme. Mit ihren unverändert zehn Hotels verzeichnet Travel Charme ein Umsatzplus von 5 Prozent. Damit belegt die Gruppe, die stark im Leisure-Segment ist, Platz 31. Mit Freizeitreisenden verdient auch die IFA Hotel & Touristik AG ihr Geld. Deutschlandurlaub ist in Ferienparks und Wellness sind gefragt: Ein stolzes Plus von 7,6 Prozent haben die fünf Betriebe dieses Jahr eingefahren. Damit schafft IFA den Sprung von Rang 41 auf Rang 35.

Dahinter folgt auf Rang 36 die RIMC International Hotel Resort Management and Consulting. Insgesamt 13 Betriebe – zwei mehr als im Vorjahr – sorgen für ein Umsatzplus von 9 Prozent. Das Unternehmen führt Häuser unter verschiedenen Marken. Vetreten sind etwa Choice, Golden Tulip, Best Western, Four Points by Sheraton oder Radisson Blu, aber auch drei nicht gebrandete Hotels finden sich im RIMC-Portfolio. Die Fraatz Bartels Unternehmensgruppe hält trotz Umsatzminus ihren 39. Platz. Der Rückgang um 5 Prozent ist auf Teilschließungen wegen Renovierungsarbeiten zurückzuführen. So standen im Hotel Hafen Hamburg bis 8. Mai 2009 nur 222 von 353 Zimmern zur Verfügung. Das Hotel-Restaurant Port war bis Ende April komplett geschlossen.



Es geht aufwärts: Nach dem wirtschaftlich schwierigen Jahr 2009, das vielen einen Einbruch bescherte, blicken Hoteliers zuversichtlich in die Zukunft

Foto: Colourbox

Besonders heftig ins Minus gerutscht sind die Millennium & Copthorne Hotels mit 17,5 Prozent weniger Umsatz. Die beiden Häuser in Stuttgart und Hannover leiden unter der Wirtschaftslaute. Beide Standorte waren 2009 für die Hotellerie nicht einfach zu bespielen.

Vier Unternehmen sind diesmal neu im Ranking der Top-50-Hotelgesellschaften. Alle haben sich den Eintritt mit einem – zum Teil verblüffenden – Umsatzanstieg verdient. Mit Rang 46 von den Neueinsteigern am besten platziert sind die Göbel Hotels. Deren neun Betriebe erwirtschafteten 26,7 Mio. Euro, das entspricht einem Umsatzsprung um satte 15,6 Prozent. Alle Hotels des Familienunternehmens sind Eigenbetriebe. Die Gruppe taucht mit 100 Euro Durchschnittspreis auch in den Top Ten der Hotelgesellschaften mit den besten (sprich höchsten) Zimmerpreisen auf. Gert Göbel sieht die Stärke seines Unternehmens „ganz besonders in den kontinuierlichen Investitionen, Optimierungen und – geringfügigen – Erweiterungen der bestehenden Hotels“. Außerdem seien Investitionen in die Eventgastronomie in Standortnähe zum Hotel ein weiteres Standbein der Göbel Hotels.

Ebenfalls neu dabei ist die Traube Tonbach. Das Hotel mit Gourmet-Restaurant im „Feinschmeckerort“ Baiersbrunn macht 25 Mio. Umsatz und steigt damit auf Platz 48 ein. Dichtauf folgt mit Seetel ein weiterer Neuling im Ranking. 24,8 Mio. Euro verbuchen die 14 Hotels der Gruppe als Nettoumsatz. Auch in diesem Fall gilt: Die Freizeithotellerie ist 2009 eindeutig im Vorteil.

Nur knapp verpasst hat den Einzug in die Liste der Top 50 diesmal der Ferien- und Freizeitpark Weissenhäuser Strand. Der Nettoumsatz reichte mit 22,6 Mio. Euro nicht aus. Aber bei einem beeindruckenden Umsatzsprung im ersten Halbjahr 2010 von 27,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat sich das Unternehmen eine Erwähnung verdient. Geschäftsführer

Töns Haltermann kann auf Investitionen in Höhe von 25 Mio. Euro in den vergangenen drei Jahren verweisen. Und er will noch mehr Geld in den Betrieb stecken. Haltermann erläutert: „Neben der Neugestaltung unserer Gastronomien steht eine Anpassung des äußeren Erscheinungsbilds des Ferienparks im Fokus – hin zu einer Bäderhausarchitektur des 21. Jahrhunderts.“

Last but not least gilt diesmal besonders für den Rang 50. Hier haben die B&B Hotels Deutschland ihren Platz buchstäblich im Sturm erobert. Die Zahlen: Von 17 Hotels auf 31 in einem Jahr, knapp 51 Prozent mehr Umsatz (24,3 Mio. Euro). Die deutsche Tochter der französischen Budgetkette rollt den Markt auf. Dabei setzt das Unternehmen auf Standortbezug im jeweiligen Haus, was sich in der Gestaltung widerspiegelt – und auf ein Konzept, das mit sehr wenig Mitarbeitern auskommt. Die meisten Häuser werden als Eigenbetriebe geführt.

Gutes erstes Halbjahr 2010

Und auch im laufenden Jahr wird weiter expandiert, wie der Vergleich der Umsatzzahlen des ersten Halbjahrs 2010 mit den Werten der ersten sechs Monate 2009 zeigt: Mit 71 Prozent mehr Nettoumsatz erreicht B&B auf Anhieb Platz 1 unter den Top Plusmachern (Tabelle auf dieser Seite). Auf Platz zwei landet mit 47 Prozent Zuwachs Motel One.

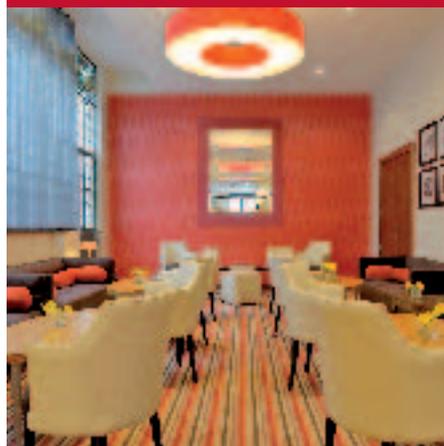
Platz drei sichert sich A-Rosa mit 27 Prozent mehr Umsatz. Der neue Betrieb der Gruppe auf Sylt verspricht eine weitere positive Entwicklung. Als Nächstplatzierte unter den Top Ten folgen Grand City Hotels (+20%), Lindner (+20%), Sol Méria Deutschland (+17%) und Arabella-Starwood Hotels & Resorts (+15%). Als einzelnes Haus hat sich das Hotel Bayerischer Hof als achter Top Plusmacher platziert. Die Münchner Gastgeberin Innegrit Volkhardt punktet dort mit 14,4 Prozent mehr Umsatz.

■ Fortsetzung auf Seite 8

Anzeige

Natürlich gibt es noch andere Kreative, die so professionell mit Entwürfen und Materialien umgehen wie wir.

Aber die arbeiten in der Haute Couture.



TenBrink
PROFESSIONALS IN RENOVATION

Wir sind die Spezialisten für anspruchsvolle und kreative Hotelrenovierungen.

Wir kümmern uns professionell um alle Details, von Haustechnik- und Sanitärarbeiten über die Innenausbauten bis hin zur individuellen Einrichtung. Wir erschaffen Wohlbefinden und Sie können sich darauf verlassen, dass alle Arbeiten schnellstens ausgeführt werden. Das garantiert Ihnen unser einzigartiges **STR-Konzept** (Shortest Time Renovation). Wir sind dabei Ihr zuverlässiger Partner, von der ersten Analyse bis zur gesamten Projektsteuerung. Mehr? Erfahren Sie unter www.tenbrink.de

Top Plusmacher im 1. Halbjahr 2010 zum 1. Halbjahr 2009*

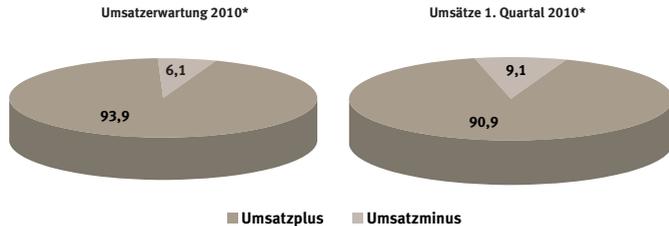
Rang 2009	Betriebe	Umsatzplus im 1. Halbjahr 2010 in %
50	B&B Hotels	71,0
24	Motel One Group	47,0
34	A-Rosa	26,1
13	Grand City Hotels GmbH	20,0
18	Lindner Hotels AG	20,0
21	Sol Méria Deutschland GmbH	16,8
16	ArabellaStarwood Hotels & Resorts	15,2
32	Hotel Bayerischer Hof	14,4
41	Relexa Hotel GmbH	11,8
9	Marriott International	11,0

* soweit angegeben

©AHGZ-Grafik

Umsatzprognosen 2010*

	geplanter Umsatz 2010	erzielter Umsatz 2009
Nettoumsätze aus Top 50 (33 Nennungen)	3,78 Mrd. Euro	3,5 Mrd. Euro
Durchschnittlicher Umsatz pro Gesellschaft	114,4 Mio Euro	105,9 Mio. Euro
Durchschnittlich erwartete Umsatzentwicklung 2010	+ 8,0 %	



Plus: 31 Gesellschaften = 93,9 % (33,3 % **)
Minus: 2 Gesellschaften = 6,1 % (60,6 % **)
Gleich: 0 Gesellschaften = 0,0 % (6,1 % **)
 33 Nennungen

Plus: 30 Gesellschaften = 90,9 % (21,2 % **)
Minus: 3 Gesellschaften = 9,1 % (78,8 % **)
Gleich: 0 Gesellschaften = 0,0 % (0,0 % **)
 33 Nennungen

* soweit angegeben ** Vorjahreswerte, 33 Nennungen ©AHGZ-Grafik

Neueröffnungen / Übernahmen 2010*

Hotelgesellschaft	Betriebe	Zimmer	Standort (Monat/Jahr)
Best Western Hotels Deutschland	20	1950	u.a. Oldenburg, Bad Kissingen, Bad Sachsa, Weimar, Weingarten, Stuttgart-Filderstadt, Stuttgart-Ditzingen, Hannover-Langenhagen, Halle, Bad Oldersloe, Raststatt, Harrislee/Flensburg, Heßdorf, Bremen, Bad Malente, Quedlinburg, Donaueschingen, Rosenheim
Grand City Hotels GmbH	10	2500	Deutschland, Österreich, Spanien
RIMC International Hotel Resort Management & Consulting GmbH	8-10	ca. 1400	Timmendorfer Strand (2/10), Sasbachwalden (5/10), Porta Westfalica (7/10), Lübeck, Kassel, Bielefeld, Bad Schwalbach, Hindelang
Kempinski AG	8	2393	London (2/10), Bratislava (6/10), Cairo (7/10), Yinchuan (6/10), Huizhou (9/10), Bangkok (7/10), Doha (6/10), Dubai (10/10)
B&B Hotels	6	595	Hannover-Garbsen(2/10), Düsseldorf (5/10), Stuttgart (6/10), Dresden (8/10), Nürnberg (9/10), Darmstadt (12/10)
Motel One Group	6	2138	Hamburg-Alster (4/10), Hamburg am Michel (8/10), München City-Süd (8/10), Berlin-Spittelmarkt (11/10), München Deutsches Museum (12/10), Dresden Palais-Platz (12/10)
NH Hoteles Deutschland GmbH	3	674	Ludwigsburg (4/10), Dresden Altmarkt (8/10), Berlin (11/10)
InterContinental Hotels Group	3	338	Hamburg, Berlin, Dresden (alle 3. Quartal)
Arcona Management GmbH	2	228	Übernahmen: Potsdam (1/10), Augsburg (1/10)
Travel Charme Hotel GmbH	2	-	Sardinien (6/10), Kleinwalsertal (7/10)
Steigenberger Hotels Deutschland	2	353	Berlin-Brandenburg (3/10), Mannheim (11/10)
Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide	2	400	Frankfurt (M.), Leipzig
HMG Hotel Management und Servicegesellschaft mbH & Co. KG	1	207	Wien (10/10)
Albeck & Zehden	1	172	Oberwiesenthal (6/10)
Göbel Hotels	1	80	Nähe Bad Wildungen (8/10)
A-Rosa	1	177	List auf Sylt (5/10)
Lindner Hotels AG	1	111	Frankfurt M. (12/10)
Welcome Hotels GmbH	1	173	Frankfurt (12/10)
Achat Hotels Deutschland	1	130	Budapest (9/10)
Marriott International	1	-	-

* soweit angegeben ©AHGZ-Grafik

Fortsetzung von Seite 7
Top 50 kämpfen sich nach ...

Auch die Relaxa Hotel GmbH (+12%) und der Marriott-Konzern (+11%) blicken in Deutschland auf ein gutes erstes Halbjahr 2010 zurück.

Was die durchschnittlichen Zimmerpreise betrifft, hat erneut Innegrit Volkhardt mit ihrem Bayerischen Hof die Nase vorn: 240 Euro sichern ihr mit großem Abstand den Spitzenplatz. Auf Platz zwei folgt Kempinski mit einem Durchschnittspreis von 163 Euro. Erneut bestätigt sich hier das Bild, dass Kettenhotels bei den durchschnittlichen Zimmerpreisen nicht gegen die teuersten Einzelhotels ankommen (siehe Top-200-Ranking im Hotelier vom 29. Mai).

Auch zum Thema Preisstabilität bietet die Tabelle auf Seite 4 interessante Einblicke. Als einziger Anbieter unter den Top Ten bei den Zimmerpreisen hat die Fraatz Bartels Unternehmensgruppe in Hamburg eine sachte Preiserhöhung gewagt – das Hotel Hafen Hamburg wurde renoviert, was ein gutes Argument liefert.

Das Fazit eines schwierigen Geschäftsjahrs: Trotz Umsatzeinbußen, gesunkener Auslastung und niedrigerer Durchschnittspreise ist 2009 kein verlorenes Jahr für die Hotellerie. Denn in der Krise haben sich die starken Hotelgruppen – ebenso wie gesunde Privathotels – neu aufgestellt. Sie haben ihre Kostenstrukturen durchforstet und Einsparpotenziale ausgeschöpft.

Diese Anstrengungen bewirken, dass die Hotelbetreiber schlanker und widerstandsfähiger aufgestellt sind als zuvor. Und damit gut gerüstet für die anziehende Konjunktur.

Betroffen waren von den Sparprogrammen auch die Mitarbeiter, wie die Umfrageergebnisse illustrieren. Gleich geblieben ist die Mitarbeiterzahl bei 28 Prozent der Top-50-Hotelgesellschaften. 23 Prozent der berücksichtigten Unternehmen haben sogar mehr Mitarbeiter beschäftigt. Die größte Gruppe allerdings, knapp die Hälfte der befragten Hotelgesellschaften, beschäftigen 2009 weniger Leute als noch das Jahr zuvor. 2008 war Personalabbau nur für 17 Prozent der Hotelgesellschaften ein Thema.

Maritim zum Beispiel hat in den vergangenen Jahren Mitarbeiter abgebaut. Zum Großteil, wie Geschäftsführer Gerd Prochaska bei der Jahrespressekonferenz der Gruppe betonte, indem ohnehin auslaufende Verträge nicht verlängert wurden. „Dabei ist uns natürlich bewusst, dass auch viele dieser befristet eingestellten Mitarbeiter auf eine Dauerbeschäftigung gehofft haben“, weiß der Maritim-Chef. Der Einschnitt sei der Unternehmensführung daher nicht leichtgefallen.

Die Kostenreduzierung sei nötig gewesen – und wirke sich nun positiv auf Maritims Finanzsituation aus.

Die erzielten Einsparungen und die seit Jahresbeginn deutlich anziehende Konjunktur, zusammen mit dem positiven Einfluss der Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungsleistungen, lassen etliche Hoteliers optimistisch in die Zukunft blicken. Das laufende Jahr kann nur besser werden, so die Meinung der meisten Hoteliers, die eine Prognose wagen. Von den Top-50-Gesellschaften haben 33 ihre Umsatzwartung für 2010 angegeben (Grafik Seite 8). Diese Hoteliers rechnen im Durchschnitt mit einem Umsatzplus von 8 Prozent. Ausgehend von einem niedrigeren Basisniveau, wäre damit zwar das Minus aus 2009 noch nicht komplett kompensiert, aber es fehlte nicht mehr viel dazu.

Mit 94 Prozent stellen diejenigen, die im laufenden Jahr mit einem Umsatzzuwachs rechnen, die große Mehrheit. Nur 6 Prozent (das entspricht zwei Unternehmen) erwarten Umsatzeinbußen. Vor einem Jahr war die Stimmung viel trüber, mit einem Drittel Optimisten zu 60 Prozent Pessimisten. Außerdem spiegelt das aktuelle Stimmungsbild größtenteils die reale Entwicklung in den Unternehmen im ersten Halbjahr 2010 wider. Denn 90 Prozent der Teilnehmer verzeichnen in den ersten sechs Monaten dieses

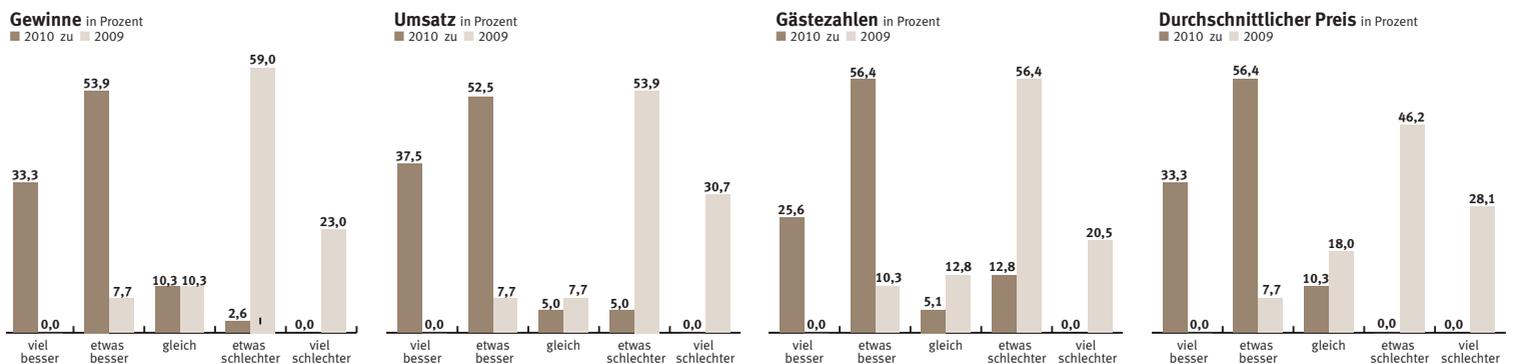


Zuwachs: Albeck und Zehden-Mitarbeiter freuen sich übers neue Haus Foto: Hotel

Jahres mehr Umsatz als im Vorjahreszeitraum, weniger als 10 Prozent (drei Unternehmen) liegen hier im Minus. 2008 sahen die Fakten noch wesentlich schlechter aus. Fast 80 Prozent der Befragten machten damals weniger Umsatz, nur 20 Prozent hatten ein Plus eingefahren.

Steigende Umsätze versprechen letztlich vor allem Neueröffnungen, wie sich auch in der Liste der Top-50-Hotelbetreiber zeigt. Einen Überblick über die Expansionspläne der umsatzstarken Hotelgruppen gibt die Tabelle auf dieser Seite. Die meisten neuen Häuser plant demnach Best Western Deutschland: 20 neue Häuser sollen das Portfolio von Marcus Smola ergänzen. Zehn neue Häuser wollen die Grand City Hotels auf den Markt bringen. Allerdings nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und Spanien. RIMC will acht bis zehn neue Häuser in Deutschland eröffnen. Kempinski plant zwar acht Neueröffnungen, aber alle außerhalb Deutschlands. Die zwei expansionsstarken Gruppen von 2009, Motel One und B&B, bleiben mit jeweils sechs geplanten Neueröffnungen ebenfalls am Ball.

Erwartungen 2010*



* soweit angegeben ©AHGZ-Grafik