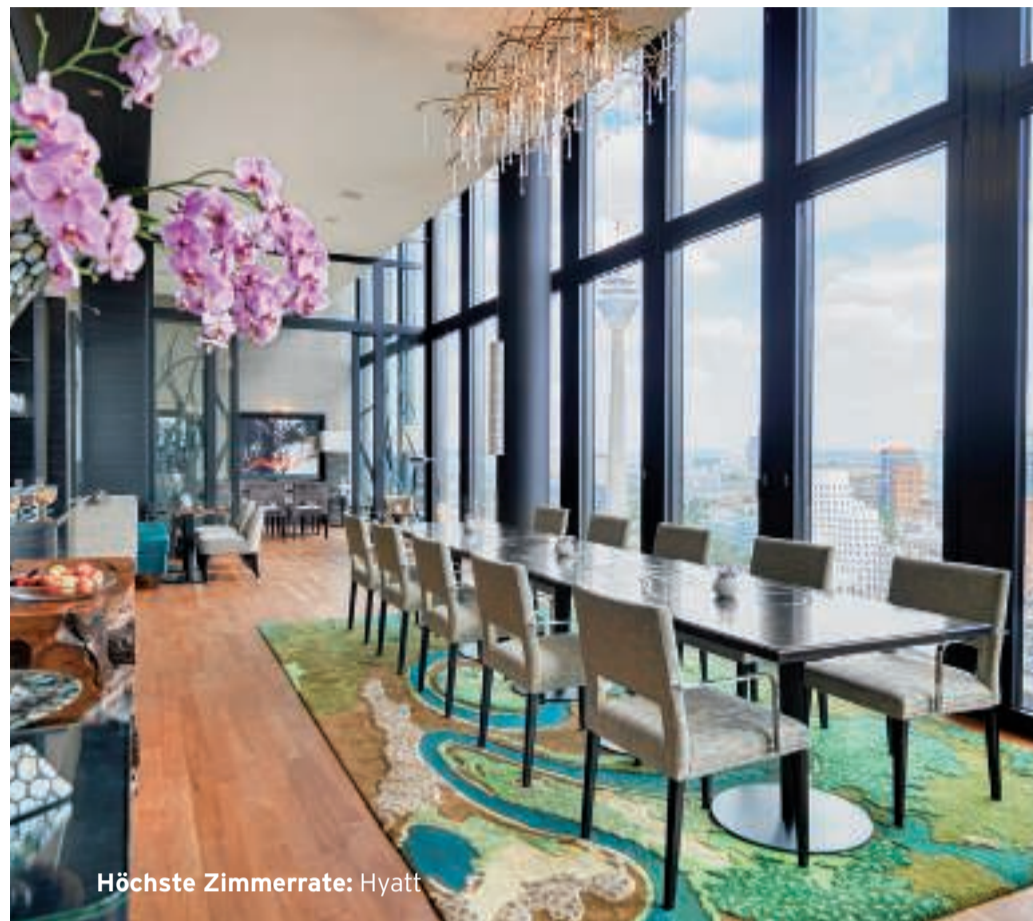


Höchster Umsatz: Accorhotels



Höchste Zimmerrate: Hyatt



Neu dabei: Van der Valk Hotels

## Top 50 geben richtig Gas

**Fast 5 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahr haben die 50 umsatzstärksten Hotelunternehmen in Deutschland im Jahr 2014 erwirtschaftet. Auch Belegung, durchschnittliche Zimmerrate und Umsatz pro Zimmer sind gestiegen.**

Von Marina Behre

Das Jahr 2014 war ein sehr gutes Jahr für den Hotelmarkt Deutschland: Das zeigt das aktuelle Ranking der Top 50, das jährlich die wichtigen wirtschaftlichen Kennzahlen der 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften in Deutschland untersucht. Der Nettogesamtumsatz aller betrachteten Ketten mit ihren deutschen Häusern ist im Vergleich zum Vorjahr um 4,9 Prozent auf 7,9 Mrd. Euro gewachsen. Auslastung, Netto-Zimmerpreis und durchschnittlicher Erlös pro Zimmer haben allesamt gegenüber dem Vorjahr zugelegt. Die Belegung stieg um 3,9 Prozent auf 69,1 Prozent. Die Durchschnittsrate schaffte ein Plus von 2,7 Prozent auf 90,28 Euro – und nahm damit die 90-Euro-Marke. Der Umsatz pro Zimmer stieg um 6,2 Prozent

auf 34.742,52 Euro. Eine positive Tendenz zeigen auch die Angaben zur Mitarbeiterzahl, zur Gewinnsituation und zur Umsatzsituation der Hotelunternehmen.

Wie stark die großen Ketten hierzulande zugelegt haben, illustriert eine Zahl: 30 Mio. Euro – so hoch musste der Umsatz einer Hotelgruppe im vergangenen Jahr mindestens sein, um diesmal überhaupt im Ranking aufzutauchen. Zum Vergleich: Im Jahr davor reichten noch 23,5 Mio. Euro Umsatz, um sich zu platzieren. Die Messlatte ist also binnen Jahresfrist um mehr als 25 Prozent angehoben worden.

Die Platzhirsche auf den obersten Rängen können da allerdings nur müde lächeln. Spitzenreiter Accorhotels macht in Deutschland mit 342 Häusern mehr als 1 Mrd. Euro Umsatz. Best Western Hotels Deutschland, mit 195 Betrieben vertreten, schafft immerhin mit 674,1 Mio. Euro auch noch mehr als das 22-Fache von 30 Mio. Euro. Auf Platz drei behauptet sich erneut die Intercontinental Hotels Group (IHG) mit geschätzten knapp 560 Mio. Euro Erlös. Diese Dimensionen verdeutlichen, warum sich die Spitzengruppe der Top 50 derart stabil zeigt – die Abstände zwischen den einzelnen Rängen sind zu groß, um ohne weiteres überwunden zu werden. Zumal Accorhotels sich 2014 keinesfalls auf seinen Lorbeeren ausgeruht hat: Der Top-50-Sieger hat unter Deutschland-Chef Michael Mü-

cke seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nochmal um 4,7 Prozent erhöht und damit die Grenze von 1 Mrd. Euro überwunden. Die erste Veränderung auf den vorderen Plätzen ist der Aufstieg von Hilton Worldwide von Platz elf auf Platz neun. Kempinski wechselt von Platz 16 auf Platz 15. Interessante Wachstumsperspektiven hat die Luxushotelgruppe in Deutschland für das Top-50-Ranking im nächsten Jahr, wenn der Umsatz des neu übernommenen Resorthotels Berchtesgaden mit einfließt, das 2014 noch unter der Regie von IHG stand. Einige Hotelgruppen haben 2014 beachtliche Umsatzsteigerungen erzielt, typischerweise durch Neueröffnungen oder Übernahmen bestehender Hotels. Dazu gehören etwa die Motel One Group (+16,6%) auf Rang zwölf, Sol Meliá (+17,7%) auf Platz 18 und B & B Hotels (+29,6%) auf Platz 21.

Besonders große Umsatzsprünge fallen naturgemäß im unteren Bereich des Feldes leichter, von einem niedrigeren absoluten Ausgangswert aus. Das gilt auch für Neueinsteiger 25hours, der angibt, seinen Umsatz von 2013 auf 2014 mit nunmehr vier Häusern in Deutschland glatt verdoppelt zu haben, von 15 Mio. Euro auf 30 Mio. Euro. Damit teilt sich die Gruppe Rang 49 mit der Success Hotel Management GmbH aus Stuttgart, die ebenfalls 30 Mio. Euro eingenommen hat (Seiten 2 bis 5).

Mitarbeit: Isabel Diez, Natascha Ziltz

### Aus dem Inhalt



**Im Test** Das Budersand Sylt zählt zu den schönsten Hotels der Insel. Das 5-Sterne-Haus wirbt damit, sich auf das Wesentliche zu besinnen und höchste Qualität zu bieten. Leere Versprechen oder Realität? AHGZ und Treugast haben sich vor Ort umgesehen. **Seite 6**

**In der Cloud** Ohne Technik geht im Hotel nichts mehr. Von der Rezeption bis zur Gästebefragung – vor allem mittelständische Hoteliers können sich mit den richtigen Programmen die Arbeit erleichtern. Ein *Spezial*. **Seite 11**



# Newcomer überholen Etablierte

Der Mindestumsatz für die Top 50 ist in einem Jahr von 23,5 Mio. auf 30 Mio. Euro gestiegen. Das zeigt die Dynamik des deutschen Hotelmarkts. Aber nicht jede Gruppe setzt auf Expansion: 25hours vereint Hochpreisigkeit und Wachstum.

Marina Behre

**S**o stabil die Spitzengruppe der 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften auch ist – im aktuellen Ranking der Top 50 tummeln sich mehrere Player, die erst dieses Jahr eingestiegen sind. Sechs sind es diesmal.

Auf dem höchsten Rang aller Neuen steigt auf Platz 24 die Hotelgruppe Van der Valk ein. Die Einstiegshürde – ein Umsatz von mindestens 30 Mio. Euro – zu überwinden, war für die Kette, zu der in Deutschland 13 Hotels gehören, bei einem Jahreserlös von 68,7 Mio. Euro keine Herausforderung. Van der Valk hat 2014 nicht nur die durchschnittliche Belegung seiner Häuser um 3 Prozentpunkte gesteigert, sondern auch die Nettorate im Schnitt um 8 Euro erhöht, von 58 auf 66 Euro. Bereits auf Rang 26 platziert sich der nächste Newcomer im Ranking, die A&O Hostels and Hotels Holding AG. Seit einigen Jahren mischt die Gruppe mit ihrer flexiblen Kombination aus Hotelzimmern und Mehrbett-Schlafräumen die zentralen Lagen deutscher Großstädte auf. 2014 erwirtschaftete A&O mit seinen Betrieben 64,2 Mio. Euro.

Nochmal zwei Plätze darunter, auf Rang 28, ist die Hotelgruppe Novum neu eingestiegen. Die Kette, die David Etmnan als Geschäftsführender Gesellschafter leitet, hat im vergangenen Jahr mit 38 Hotels in Deutschland 60,6 Mio. Euro umgesetzt. Der Umsatzsprung von fast einem Drittel im Vergleich zu 2013 zeigt die rasante Expansion von Novum. In dieser Zeit kamen sieben Häuser zur Gruppe dazu. Freilich sind die Zahlen von Ende 2014 längst wieder überholt: vor Kurzem erst verkündete Etmnan die Übernahme von drei neuen Häusern unter die Novum-Flagge. Mit den Neuzugängen wächst das Portfolio auf nunmehr 48 Hotels.

Zudem sind weitere Hotelübernahmen fest in Planung und wichtigster Bestandteil der Expansionsstrategie für 2015. Wie der Novum-Chef auf dem Deutschen Hotelimmobilien-Kongress verriet, ist er dafür auch bereit, Franchisenehmer zu werden. „Wenn institutionelle Investoren wollen, dass wir einen Franchisevertrag mit einer internationalen Marke abschließen, sind wir dafür offen“, so Etmnan in Hamburg. Als Betreiber hat er bereits Erfahrung mit B-Standorten, von denen er noch einige als künftige Novum-Hotelstandorte in der Pipeline hat. Explizit nannte Etmnan bereits die Städte Mannheim, Karlsruhe, Mainz, Wiesbaden und Münster.

Auf Platz 38 eingestiegen ist die Dormero Deutschland Betriebs GmbH. Das Unternehmen



**Hotel als Trendsetter:** Das 25hours Bikini Berlin wertet das Viertel um die Gedächtniskirche auf

Foto: Hotel

ist hervorgegangen aus der Aufspaltung der früheren Gold-Inn-Gruppe, die früher im Ranking vertreten war. Dormero führte 2014 neun Hotels in Deutschland, die einen Umsatz von 43 Mio. Euro machten. Der nächste Neueinsteiger ist die Carlton K. G. auf Rang 40, die mit acht Hotels 41,1 Mio. Euro umgesetzt hat. Hinter dem Unternehmen steht die Nürnberger Hoteliersfamilie Rübsamen, die in ihrer Gruppe acht Häuser führt. Dazu gehören das Carlton Sheraton in Nürnberg und ein Novotel, ebenfalls in der Lebkuchenstadt, in deren Bahnhofsviertel gerade etliche neue Hotels ihre Pforten öffnen.

Ganz ordentlich aufgerückt ins Ranking ist die 25hours Hotel Company mit ihren vier ganz individuellen Hotels in Deutschland. Aus dem Rahmen fällt da bei den Zahlen eher die glatte Umsatzverdopplung von 2013 auf 2014. 25hours

mit seinem Slogan „Kennst du eins, kennst du keins“ ist mit seinen hippen Stadthotels nicht nur bei der Ausstattung innovativ, sondern auch mit der Gastronomie. So avancierte die Bar im 25hours Bikini Berlin schnell zum In-Lokal, in dem abends kaum ein freier Platz zu finden ist. In einer Stadt wie Berlin mit einem mehr als umfangreichen Ausgeh-Angebot sicher keine einfache Sache. Viele andere Häuser strecken da in den Innenstadtlagen der Großstädte die Waffen und verzichten auf ein F&B-Angebot, das über das Frühstück hinausgeht.

Den Neueinsteigern stehen aber auch etliche Aussteiger aus dem Ranking gegenüber. Sei es, weil sie wie Derag Livinghotels seit Jahren keine aktuellen Zahlen mehr geliefert haben, oder weil sie an der dieses Jahr sehr hoch gehängten Messlatte von 30 Mio. Euro Mindestumsatz scheitern.

Gerade Hotelgruppen, die nicht auf eine schnelle Expansion setzen, sondern langsamer organisch wachsen, wurden von jungen Unternehmen überholt, deren Strategie auf den raschen Gewinn von Marktanteilen fußt. So sind diesmal die Hotelgesellschaften Seotel, Nordic, Günnewig, Privathotels Dr. Lohbeck sowie Stern Hotels nicht mehr dabei. Abgestiegen von Platz 34 auf 48 sind im Ranking die Iona Hotels, die zuvor unter Starman firmierten. Auch Marriott, Achat, Relxa und Arcotel sind einige Plätze nach unten gerutscht.

Dass diese Herabstufung beim Umsatz-Ranking nicht unbedingt auf Probleme hindeutet, zeigt die Tatsache, dass gleich zwei dieser „Absteiger“ in der illustren Gruppe mit den Top-Durchschnittspreisen auftauchen. Iona Hotels belegt dort Platz drei: 143 Euro betrug 2014 die Netto-Rate in einem ihrer zwei Betriebe im Durchschnitt. Und auch die österreichische Arcotel Hotel AG schafft es mit ihren fünf deutschen Hotels und einem Durchschnittspreis von 98 Euro unter die Top Ten. Spitzenreiter beim Durchschnittspreis ist aber mit Abstand die Hyatt Corporation mit einer Rate von 176 Euro. Die Amerikaner konnten ihren Zimmerpreis im Vergleich zum Vorjahr (174 Euro) sogar noch einmal steigern. Die DSR Hotel Holding folgt mit 146 (wie im Vorjahr) auf Platz zwei. Ebenfalls hoch preisig behaupten sich Althoff, die Fraatz Bartels Unternehmensgruppe, Neueinsteiger 25hours, Neue Dorint, HMG sowie Carlton.

## Top 10 Durchschnittspreise 2014\*

Rang 2014	Hotelgesellschaft	Ø-Preis je verk. Zimmer (netto) in 2014	2013	Nettoumsatz in Mio. Euro 2014	Betriebe / Zimmer
1	Hyatt Corporation	176	174	109,0	5 / 1.471
2	DSR Hotel Holding GmbH	146	146	94,7	7 / 1.270
3	Iona Hotels Deutschland GmbH (ehemals. Starman Hotels Deutschland GmbH (Le Meridien))	143	139	30,3	2 / 590
4	Althoff Hotels	136	133	82,1	12 / 1.408
5	Fraatz Bartels Unternehmensgruppe	128	121	47,0	2 / 707
6	25hours Hotel Company	116	109	30,0	4 / 492
7	Neue Dorint GmbH	99	99	217,6	31 / 5.818
8	HMG-Hotel Management GmbH	98	101	65,3	14 / -
8	Carlton K.G. Nürnberg	98	89	41,1	8 / 1.270
8	Arcotel Hotel AG	98	96	35,2	5 / 875

\* Zahlen soweit angegeben

Grafik: AHGZ

## Auf einen Blick

### Neueinsteiger:

- Van der Valk Hotels (68,7 Mio. Euro)
- A&O Hostels and Hotels Holding AG (64,2 Mio. Euro)
- Novum Group (60,6 Mio. Euro)
- Dormero Deutschland Betriebs GmbH (43,0 Mio. Euro)
- Carlton Nürnberg (41,1 Mio. Euro)
- 25 hours Hotel Company (30,0 Mio. Euro)

### Absteiger:\*

- Marriott Hotel Holding (154,7 Mio. Euro)
- Achat Hotels (44,4 Mio. Euro)
- Relxa Hotel GmbH (36,2 Mio. Euro)
- Arcotel Hotel AG (35,2 Mio. Euro)
- Iona Hotels Deutschland GmbH (30,3 Mio. Euro)

\* Mehr als fünf Plätze im Vergleich zum Vorjahr abgestiegen

## hotelier

Chefredakteur:  
Rolf Westermann (V.i.S.d.P.)  
Redaktion: Natascha Ziltz  
Graphik: Harald Maier, Kerstin Gugel  
E-Mail: ahgz@matthaes.de  
Internet: www.ahgz.de

**AHGZ-Ranking der Top 50 Hotelgesellschaften 2014**

Rang	2014	2013	Hotelgesellschaft	Nettoumsatz in Mio. Euro		Veränderung in %	Zahl der Betriebe in Deutschland		Zahl der Zimmer		Ø-Zimmerbelegung in %		Ø-Netto-Zimmer- Preis in Euro		Zimmer- Umsatz p. a. in Euro
				2014	2013		2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	
-	1	1	Accorhotels	1032,5	986,6	4,7	342	332	44.902	43.518	69,8	67,9	-	-	22.995
-	2	2	Best Western Hotels Deutschland	674,1	668,5	0,8	195	184	18.551	17.777	71,6	70,5	87	86	36.336
-	3	3	Intercontinental Hotels Group	559,6*	530,9*	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	4	4	Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc.)	443,7*	392,2*	13,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	5	5	Steigenberger Hotels AG	425,3	389,4	9,2	72	70	12.673	12.113	66,7	64,7	92	92	33.560
-	6	6	Maritim Hotelgesellschaft mbH	368,8	364,1	1,3	38	38	10.924	10.928	57,2	56,1	96	96	33.761
-	7	7	H-Hotels (Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide)	340	322	5,6	65	67	9504	8895	67,17	66,05	68,14	64,41	35.774
-	8	8	GCH Hotels Group	334,2	313,8	6,5	122	113	15839	14360	68,3	67,1	64,6	63,4	21.098
↑	9	11	Hilton Worldwide	272,6*	258,6*	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↓	10	9	NH Hoteles Deutschland GmbH	269,7*	255,9**	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↑	11	12	Event Hotelgruppe	247,0	237,8	3,9	29	29	7.489	7.489	70,4	68,7	87	84	32.982
↑	12	14	Motel One Group	217,9	186,8	16,6	46	41	10.492	8993	76,7	75,9	69,1	67,4	20.768
-	13	13	Neue Dorint GmbH	217,6	220,5	-1,3	31	34	5.818	6.092	60,0	59,6	99	99	37.401
↑	14	15	Rezidor Hotel Group	196,6*	186,5*	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
↑	15	16	Kempinski AG	190,3*	180,5*	5,4	10	10	2316	2.316	-	-	-	-	82.168
↓	16	10	Marriott Hotel Holding GmbH	154,7*	146,8**	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	17	17	Lindner Hotels AG	140,0	136,2	2,8	24	24	3.837	3.891	66,7	68,2	95	89	36.487
-	18	18	Sol Meliá Deutschland GmbH	133,9	113,8	17,7	24	23	-	3.590	70,7	70,1	96	93	-
-	19	19	Hyatt Corporation	109,0	104,8	4,0	5	5	1.471	1.471	69,1	66,5	176	174	74.099
↑	20	21	DSR Hotel Holding GmbH	94,7	89,0	6,4	7	7	1.270	1.272	78,9	70,2	146	146	74.575
↑	21	23	B & B Hotels GmbH	92,4	71,3	29,6	71	61	7.087	6.028	63,0	61,0	57	55	13.038
↓	22	20	Mövenpick Hotels Deutschland GmbH	84,6	89,1	-5,1	10	10	2.040	2.188	66,3	67,6	-	-	41.471
↓	23	22	Althoff Hotels	82,1	78,7	4,3	12	12	1.408	1.261	68,1	67,2	136	133	58.310
↑	24	-	Van der Valk Hotels <b>NEU</b>	68,7	66,5	3,3	13	13	1.825	1.825	67,2	64,3	66	58	37.644
↓	25	24	HMG-Hotel Management GmbH	65,3	68,4	-4,5	14	15	-	2.044	66,0	67,0	98	101	-
↑	26	-	A & O Hotels and Hotels Holding AG <b>NEU</b>	64,2	55,0	16,7	21	18	4.318	3.854	68,0	64,0	90	85	14.868
↓	27	25	Welcome Hotels GmbH	62,2	59,9	3,8	17	17	1.985	1.965	60,6	58,0	83	82	31.335
↑	28	-	Novum Group <b>NEU</b>	60,6	46,3	30,9	38	31	2.759	2.312	85,0	85,0	77	76	21.964
↓	29	26	RIMC International Hotel Resort Management and Consulting GmbH	60,1	58,8	2,2	18	18	2.280	2.393	58,7	66,7	79	75	26.360
↓	30	27	Albeck & Zehden Hotels	55,1	55,8	-1,3	9	10	2.383	2.456	64,9	63,7	63	64	23.122
↓	31	29	Arcadia Hotels & More Management GmbH	55,0*	52,2	5,4	-	25	-	2.870	-	54,1	-	65	-
↓	32	28	Choice Hotels Franchise GmbH	54,3	55,5	-2,2	35	35	2.901	2.897	59,3	51,0	51	55	18.718
↓	33	31	Arcona Management GmbH	53,0	45,3	17,0	16	14	1.538	1.444	66,9	64,9	82	78	34.460
↓	34	30	Fraatz Bartels Unternehmensgruppe	47,0	45,4	3,5	2	2	707	707	86,0	87,0	128	121	66.478
↑	35	36	Göbel Hotels	45,6	41,0	11,2	14	13	1.322	1.248	70,0	68,0	63	60	34.493
↓	36	33	Travel Charme Hotels & Resorts AG	45,5*	43,2	5,3	-	9	-	996	-	59,0	-	124	-
↓	37	32	Achat Hotels Deutschland	44,4	43,7	1,6	28	26	3.131	2.842	58,2	60,2	57	56	14.181
↑	38	-	Dormero Deutschland Betriebs GmbH <b>NEU</b>	43,0	36,9	16,5	9	8	1.425	1.353	62,0	60,0	86	88	30.196
↓	39	37	Victor's Residenz-Hotels GmbH*	42,2	40,0	5,5	13	13	1.566	1.566	62,0	61,0	-	-	26.948
↑	40	-	Carlton K.G. Nürnberg <b>NEU</b>	41,1	36,7	12,0	8	7	1.270	1.167	74,0	70,0	98	89	32.362
↓	41	39	IFA Hotel & Touristik AG	37,4	36,8	1,6	4	4	1.441	1.441	64,0	61,0	69	68	25.954
↑	42	43	Foremost Hospitality GmbH	36,7	30,1	21,9	10	7	1.478	1.094	85,2	85,1	84	80	24.831
↓	43	38	Relexa Hotel GmbH	36,2	36,8	-1,6	9	10	818	1.310	61,4	58,9	74	73	44.254
↓	44	40	Meininger Holding GmbH*	36,1	34,2	5,4	-	9	-	1.254	-	86,7	-	68	-
↓	45	42	Upstalsboom Hotels + Freizeit GmbH & Co.	35,8	33,2	7,8	10	10	1.740	1.650	70,2	66,5	86	85	20.575
↓	46	41	Arcotel Hotel AG	35,2	33,7	4,5	5	5	875	875	88,5	85,8	98	96	40.229
↓	47	44	PPHE Hotel Group (vorher Park Plaza Hotels)*	30,8	29,2	5,4	-	7	-	1.108	-	76,0	-	72	-
↓	48	34	Iona Hotels Deutschland GmbH (ehemals. Starman Hotels Deutschland GmbH (Le Meridien)	30,3	43,1	-29,7	2	3	590	874	68,0	70,7	143	139	51.356
↑	49	-	25hours Hotel Company <b>NEU</b>	30,0	15,0	100,0	4	3	492	343	87,0	83,0	116	109	60.976
↓	49	46	Success Hotel Management GmbH	30,0	26,0	15,3	11	10	1.263	1.098	70,3	72,4	-	-	23.721

\* geschätzt

\*\* Zahlen aus dem Bundesanzeiger

Grafik: AHGZ

## Betriebsstruktur 2014

Hotelgesellschaft (Nettoumsatz 2014 in Mio. Euro gesamt)	Betriebsart	Nettoumsatz in Mio. Euro		Anzahl der Hotel- betriebe in Deutschland	
		2014	2013	2014	2013
Accorhotels (1032,5)	Eigenbetriebe	802,4	798,6	222	227
	Managementbetriebe	30,5	14,1	5	4
	Franchisebetriebe	199,7	173,9	111	101
Best Western Hotels Deutschland (674,1)	Franchisebetriebe	674,1	668,5	195	184
Steigenberger Hotels AG (425,3)	Managementbetriebe	51,7	47,7	9	8
	Pachtbetriebe	280,6	251,6	48	46
	Franchisebetriebe	93,0	90,1	15	16
Maritim Hotelgesellschaft mbH (368,8)	Eigenbetriebe	222,1	213,9	23	23
	Managementbetriebe	16,2	11,1	4	4
	Pachtbetriebe	127,5	136,1	10	10
	Franchisebetriebe	3,0	3,0	1	1
H-Hotels (Hospitality Alliance AG / Ramada Hotels (340,0))	Eigenbetriebe	103,0	90,0	18	16
	Managementbetriebe	3,0	12,0	2	2
	Pachtbetriebe	221,0	188,0	40	39
Grand City Hotels GmbH (334,2)	Managementbetriebe	334,2	313,8	122	113
	Pachtbetriebe	247,0	237,8	29	29
	Franchisebetriebe	14,0	22,0	5	9
Event Hotelgruppe (247,0)	Managementbetriebe	247,0	237,8	29	29
Motel One Group (217,9)	Eigenbetriebe	-	-	19	19
	Pachtbetriebe	-	-	27	22
Neue Dorint GmbH (217,6)	Managementbetriebe	23,7	26,3	5	6
	Pachtbetriebe	193,9	194,2	26	28
Kempinski AG (190,3*)	Eigenbetriebe	-	-	1	1
	Managementbetriebe	-	-	8	8
	Pachtbetriebe	-	-	1	1
Lindner Hotels AG (140,0)	Managementbetriebe	34,9	32,5	7	6
	Pachtbetriebe	96,7	95,5	14	15
	Franchisebetriebe	8,4	8,2	3	3
Sol Meliá Deutschland GmbH (133,9)	Pachtbetriebe	133,9	113,8	24	23
Hyatt Corporation (109,0)	Managementbetriebe	-	-	1	1
	Pachtbetriebe	-	-	4	4
DSR Hotel Holding GmbH (94,7)	Managementbetriebe	14,8	16,4	1	1
	Pachtbetriebe	79,9	72,6	6	6
B&B Hotels (92,4)	Pachtbetriebe	89,5	68,2	-	55
	Franchisebetriebe	2,9	3,1	-	6
Mövenpick Hotels Deutschland (84,6)	Pachtbetriebe	84,6	89,1	9	10
Althoff Hotels (82,1)	Pachtbetriebe	69,0	65,3	10	10
	Managementbetriebe	9,1	9,1	1	1
	Eigenbetriebe	4,0	4,3	1	1
Van der Valk Hotels (68,7)	Eigenbetriebe	61,7	60,0	12	12
	Managementbetriebe	7,0	6,5	1	1
HMG-Hotel Management GmbH (65,3)	Eigenbetriebe	65,3	68,4	14	15
A & O Hotels and Hostels (64,2)	Eigenbetriebe	64,2	55,0	21	18
Welcome Hotels GmbH (62,2)	Eigenbetriebe	28,8	27,1	8	8
	Managementbetriebe	2,2	2,1	3	3
	Pachtbetriebe	31,2	30,7	6	6
Novum Group (60,6)	Eigenbetriebe	-	-	7	7
	Pachtbetriebe	-	-	38	31
RIMC International Hotel Resort Management & Consulting GmbH (60,1)	Eigenbetriebe	11,9	12,3	4	5
Albeck & Zehden Hotels (55,1)	Pachtbetriebe	48,2	46,5	14	13
	Eigenbetriebe	18,6	20,6	2	2
Managementbetriebe	Eigenbetriebe	5,7	5,8	2	2
	Pachtbetriebe	30,8	29,6	5	6
Arcadia Hotels & More Management GmbH (55,0*)	Eigenbetriebe	-	40,3	-	19
	Pachtbetriebe	-	11,9	-	6
Choice Hotels Franchise GmbH (54,3)	Franchisebetriebe	54,3	55,5	35	35
Arcona Management GmbH (53,0)	Eigenbetriebe	3,5	3,5	1	1
	Pachtbetriebe	49,5	41,8	15	13
Fraatz Bartels Unternehmensgruppe (47,0)	Eigenbetriebe	47,0	45,4	2	2
Göbel Hotels (45,6)	Eigenbetriebe	45,6	41,0	14	13
Travel Charme Hotels & Resorts AG (45,5*)	Managementbetriebe	-	43,2	-	9
Achat Hotels Deutschland (44,4)	Eigenbetriebe	3,8	5,0	2	2
	Managementbetriebe	1,2	2,0	1	1
	Pachtbetriebe	39,4	36,7	25	23
Dormero Deutschland Betriebs GmbH (43,0)	Pachtbetriebe	43,0	36,9	9	8
Carlton K.G. Nürnberg (41,1)	Eigenbetriebe	28,8	27,7	4	4
	Pachtbetriebe	12,3	9,0	4	3
IFA Hotel & Touristik AG (37,4)	Eigenbetriebe	37,4	36,8	4	4
Foremost Hospitality GmbH (36,7)	Pachtbetriebe	36,7	30,1	10	7
Relexa Hotel GmbH (36,2)	Eigenbetriebe	24,8	24,6	-	6
	Pachtbetriebe	11,4	12,2	-	4
Meininger Holding GmbH (36,1*)	Pachtbetriebe	-	34,2	-	9
Upstalsboom Hotel & Freizeit GmbH (35,8)	Managementbetriebe	35,8	33,2	10	10
Arcotel Hotel AG (35,2)	Pachtbetriebe	35,2	33,7	5	5
PPHE Hotel Group (30,8*)	Pachtbetriebe	-	23,0	-	5
	Eigenbetriebe	-	6,2	-	2
Iona Hotels Deutschland GmbH (Starman Hotels (Deutschland) GmbH (30,3))	Pachtbetriebe	30,3	43,1	2	3
25hours Hotel Company (30,0)	Pachtbetriebe	30,0	15,0	4	3
Success Hotel Management GmbH (30,0)	Managementbetriebe	3,0	1,9	1	1
	Pachtbetriebe	26,9	24,1	10	9

\* geschätzt

Alle Zahlen soweit angegeben.

Grafik: AHGZ

# Besser geht's nicht

Alle Kennzahlen im Plus, effizient und mit ordentlichen Gewinnen: Die Top-50-Hotelgesellschaften haben derzeit Grund zur Freude. Aber der Konkurrenzkampf der Ketten um die Standorte nimmt zu.

Von Marina Behre

**S**tarkes Wachstum und eine hohe Dynamik kennzeichnen derzeit den deutschen Hotelmarkt. Das spiegelt sich im Ranking der Top 50 umsatzstärksten Hotelgesellschaften in Deutschland etwa in einem deutlich gestiegenen Gesamtumsatz zum Vorjahr wider: Mit 7,90 Mrd. Euro haben die Top 50 im Jahr 2014 immerhin 4,9 Prozent mehr umgesetzt als 2013. Die 7,90 Mrd. Euro umfassen dabei sowohl die von den Unternehmen selbst gemeldeten Umsatzzahlen als auch die Schätzwerte. Aber auch der Netto-Gesamtumsatz nur der gemeldeten Zahlen ist um 4,3 Prozent gestiegen, von 5,40 Mrd. Euro 2013 auf nun 5,63 Mrd. Euro.

## Arbeitsmarkt hat sich verbessert

Noch stärker zugelegt hat mit einem Plus von 6,1 Prozent der durchschnittliche Umsatz pro Hotel innerhalb der Top 50. Nach 3,75 Mio. Euro im Vorjahr erreichte dieser Wert 3,98 Mio. Euro und testet die 4-Millionen-Marke. Dafür hat sich die Zahl der von den Top 50 geführten Hotels im gleichen Zeitraum um 1,9 Prozent reduziert. Erwirtschafteten 2013 noch 1440 Häuser den damaligen Netto-Gesamtumsatz, waren für den höheren Umsatz im Jahr 2014 nur noch 1413 Betriebe nötig. Die einzelnen Betriebe der führenden Hotelgesellschaften werden demnach immer rentabler. Der steigende durchschnittliche Erlös pro Haus ist dabei nicht in einer höheren Zimmerzahl begründet. Denn nicht nur die Zahl der betriebenen Hotels ist rückläufig; mit einem Rückgang um 4,5 Prozent schrumpft die Zimmerzahl unter der Flagge der Top 50 sogar noch stärker. Die durchschnittliche Zahl der Zimmer in einem Top-50-Haus beträgt 2014 nur noch rund 137 – im Vorjahr verfügten die Hotels im Schnitt noch über knapp 141 Zimmer. Das entspricht einem Rückgang um 2,7 Prozent.

Der Effizienzgewinn der Hotelgruppen zeigt sich auch in den aktuellen Zahlen zu Belegung, Netto-Zimmerpreis und Zimmerumsatz. Alle drei Kennzahlen haben sich von 2013 auf 2014 verbessert. So steigerten die Top 50 ihre Auslastung um 3,9 Prozent auf nun 69,1 Prozent. Die durchschnittliche Rate kletterte um 2,7 Prozent nach oben und erreichte 90,28 Euro. Und der Jahresumsatz pro Zimmer stieg um 6,2 Prozent auf 34.742,52 Euro.

Das schlägt sich auch in der Gegenüberstellung der Plus- und Minusmacher nieder, also den jeweiligen Anteilen der Top 50, die ihren Umsatz steigern konnten beziehungsweise die Umsatzeinbußen hinnehmen mussten. Der Anteil der Plusmacher ist von 2013 auf 2014 von 67,4 Prozent auf 79,5 Prozent gestiegen. Der Anteil der Firmen mit einem Umsatzrückgang ist derweil von 27,9 Prozent auf 20,5 Prozent geschrumpft.

Sparprogramme beim Personal spielen bei den Effizienzsteigerungen der Top 50 offenbar keine Rolle: Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Arbeitsmarkt in der Kettenhotellerie für die Arbeitnehmer klar verbessert. Mehr als 60 Prozent der Unternehmen, die sich in der Befragung zur Mitarbeiterzahl geäußert haben, beschäftigten 2014 mehr Mitarbeiter als im Vorjahr. 2013 gaben das nur rund 41 Prozent der Unternehmen an. Der Anteil der Hotelgesellschaften, deren Mitarbeiterzahl konstant geblieben ist, betrug 2014 knapp 24 Prozent, nach knapp 35 Prozent im Vorjahr. Weniger als 16 Prozent der Top-50-Unternehmen gaben an, 2014 weniger Personal zu beschäftigen als im Jahr davor. 2013 hatte noch fast ein Viertel (23,9%) der befragten Firmen die Mitarbeiterzahl reduziert.

Auch ihre Gewinnsituation beurteilen die Top-50-Hotelgesellschaften deutlich besser als noch vor einem Jahr. Der Anteil der Unternehmen, die ihre Gewinnsituation als „sehr gut“ bezeichnen, hat sich zwar kaum verändert und liegt bei einem Viertel aller Befragten. Aber zugleich ist der Anteil der Firmen, der Gewinnsituation als „gut“ einzustufen ist, von 39 Prozent auf 65,6 Prozent mächtig gestiegen. Damit schätzten 2014 stolze 90 Prozent der Unternehmen ihre Gewinnsituation als „gut“ oder „sehr gut“ ein – eine bemerkenswerte Zahl! 2013 waren knapp 65 Prozent so positiv gestimmt. Und der kleine Rest von 9,4 Prozent der Firmen, die 2014 nicht ganz so enthusiastisch beurteilten, stuften ihre Gewinnsituation immerhin als „noch zufriedenstellend“ ein. Als „schwach“ oder gar „schlecht“ bewertete kein einziges der Hotelunternehmen die eigene Gewinnsituation. Im Vorjahr sprach noch mehr als ein Viertel der Hotelgesellschaften von einer „noch zufriedenstellenden“ Lage bei den Unternehmensgewinnen, fast 10 Prozent stuften diese nur als „schwach“ ein.

Die Stimmung ist also gerade äußerst positiv. Man ist versucht zu sagen: Besser geht es eigentlich gar nicht. Damit drängt sich aber auch der Gedanke auf, dass es so gut nicht immer weiterlaufen wird. Was zu der Frage führt, wann wieder eine Verschlechterung eintreten wird. Im Moment fungiert Deutschland als ein Hafen

wirtschaftlicher Stabilität:

Der gesunde Arbeitsmarkt mit von Jahr zu Jahr höherer Beschäftigung und mittlerweile auch höheren Löhnen stärkt die Binnennachfrage. Die bisher starke Wirtschaft und stabilen Verhältnisse ziehen auch ausländische Investoren an. Die niedrigen Zinsen fördern wiederum Investitionen, auch in Hotels. Aber höhere Zinsen zulande oder eine konjunkturelle Abkühlung könnten das gute Investitionsklima schnell negativ beeinflussen, ebenso wie andere Unwägbarkeiten wie mögliche terroristische Anschläge.

Langfristig warnen Experten auch vor den Auswirkungen des demografischen Wandels für Deutschland: Der Fachkräfte- und Nachwuchsmangel ist in der Hotellerie ja längst ein Thema, auch wenn gerade die Ketten in diesem Bereich bereits sehr aktiv sind und sich oft besser schlagen als Privathotels. Diese Situation droht sich in einigen Jahren aber noch deutlich zu verschärfen. Außerdem geben Volkswirte zu bedenken, dass möglicherweise bereits in zehn Jahren sich die Absenkung des Rentenniveaus bemerkbar macht, indem Rentner ihre Ersparnisse angreifen müssen, um ihren Lebensstandard zu halten. Die Quote der Ersparnisse, die der Volkswirtschaft für Investitionen zur Verfügung stehen, würde so reduziert, zugleich würde dadurch die Nachfrage nach privaten Reisen wohl deutlich zurückgehen. Schließlich sind die sogenannten Silver Ager, gut situierte und fitte ältere Herrschaften, die gern innerhalb Deutschlands auf Reisen gehen, derzeit eine der verlässlichsten Zielgruppen für Hoteliers.

Es heißt für die Top-50-Hotelgesellschaften also, den Schwung und die gute Ertragslage der aktuellen Rahmenbedingungen gut zu nutzen, langfristig zu planen und alternative Szenarien



**Neu bei Novum:** Das ehemalige Mercure Oberhausen zählt seit Juni zur Gruppe

Foto: Hotel



**Top-Performance:** 2014 war ein gutes Jahr für den deutschen Hotelmarkt. Kennziffern wie Umsatz, Auslastung und Netto-Zimmerpreis sind gestiegen

Foto: Colourbox.com

zu den goldenen Zeiten im Hinterkopf zu haben. Das setzen die einzelnen Ketten allerdings ganz unterschiedlich um. Während die einen in erster Linie auf rasante Expansion setzen, von Investoren Geld einsammeln für Hotelimmobilien und rasch relevante Marktanteile erobern wollen, halten sich die anderen zurück und bleiben bei einem vorsichtigen Kurs. Beide Strategien haben etwas für sich. Gerade für Newcomer heißt es, eine kritische Masse zu erreichen, um für Investoren und Banken interessant zu werden, und auch im Vertrieb eigene Wege gehen zu können.

Die Frage dabei ist, ob die dabei erschlossenen Hotelstandorte auch bei schlechteren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen noch rentabel funktionieren, oder ob sich so mancher B- oder C-Standort letztlich doch als Fehlentscheidung erweist. Zumal die Konkurrenz auch in diesen Städten außerhalb der großen deutschen Hotelmärkte Hamburg, München, Berlin, Frankfurt, Köln/Bonn und Düsseldorf stark zunimmt, da immer mehr Ketten in diese Standorte drängen. Die Logik dahinter, mit gut gemachter, professionell aufgestellter und effizienter Markenhotellerie die kleinteiligen privaten Anbieter zu verdrängen, klingt schlüssig. Aber dabei wird wohl auch die ein oder andere Kette auf der Strecke bleiben. Die Frage ist nur, welche. Haben eher die jungen Wilden die Zeichen der Zeit mit ihren Konzepten erkannt oder erweisen sich die etablierten Platzhirsche der Branche als so professionell und veränderungsfähig, dass sie letztlich den längeren Atem haben? Accorhotels etwa, nach Umsatz und Betriebszahl unangefochtene Nummer eins im deutschen Hotelmarkt, erweist sich – trotz oder gerade wegen zahlreicher Umstrukturierungen des Konzerns auf europäischer Ebene in den vergangenen Jahren – als sehr agil. Die Strategie, die Hotelmarke Ibis zu einer Dachmarke mit den neuen Untermarken Ibis Budget und Ibis Styles auszubauen, scheint aufgegangen zu sein. Auch als Franchisegeber hat Accorhotels Partner, die die professionelle und faire Zusammenarbeit sehr loben – eine wichtige Voraussetzung für die Umsetzung der Wachstumspläne, die zu einem guten Teil auf dem Ausbau von Franchise fußen. Das zeigt auch ein Blick in die Tabelle zur Betriebsstruktur (Seite 4), in der die Hotelbetriebe der Top 50 nach den unterschiedlichen Vertragsarten aufgeschlüsselt sind. Demnach hat Accorhotels von 2013 auf 2014 zehn Franchisebetriebe hinzugewonnen (111 nach 101). Die Zahl der Eigenbetriebe ging währenddessen von 227 auf 222 Häuser zurück.

Aber auch David Etmenan hat als Chef der Novum Group beeindruckende Zahlen vorzu-

zeigen. 2013 mit 31 Hotels, 2014 mit 38 und mittlerweile mit 48 Hotels aktiv, will Etmenan künftig auch als Franchisenehmer internationaler Marken wachsen. Denn nicht nur viele, gerade institutionelle Investoren legen auf einen bekannten Markennamen Wert. Auch die internationalen Ketten sind ihrerseits auf der Suche nach professionellen Franchisenehmern, die mehrere Hotelprojekte betreiben können. Dazu gehört etwa Foremost Hospitality, das als Franchisenehmer von IHG und Hilton auftritt. Zudem wollen die internationalen Hotelgesellschaften möglichst schnell auch neue, frische Marken in Deutschland einführen und ausrollen, um den Anschluss in dem Markt zu behalten. Ob Element, Aloft, Jaz in the City, Super 8 oder Moxy: Sie alle wetteifern um Standorte, Investoren und natürlich Gäste.

#### Spitzenreiter behaupten sich

Zusammenfassend lässt sich feststellen: 2014 war ein sehr gutes Jahr für den Hotelmarkt und die großen 50 Hotelgesellschaften. Der Nettogeschäftsumsatz aller betrachteten Ketten mit ihren deutschen Häusern ist im Vergleich zum Vorjahr um 4,9 Prozent auf 7,9 Mrd. Euro gewachsen. Auslastung, Netto-Zimmerpreis und durchschnittlicher Erlös pro Zimmer haben allesamt gegenüber dem Vorjahr zugelegt.

Wie stark die großen Ketten hierzulande zugelegt haben, illustriert eine Zahl: 30 Mio. Euro – so hoch musste der Umsatz einer Hotelgruppe im vergangenen Jahr mindestens sein, um diesmal überhaupt im Ranking aufzutauchen. Zum Vergleich: Im Jahr davor reichten noch 23,5 Mio. Euro Umsatz, um sich zu platzieren. Die Messlatte ist also binnen Jahresfrist um mehr als 25 Prozent angehoben worden. Die Hotelgesellschaften auf den obersten Rängen betrifft das freilich nicht. Spitzenreiter Accorhotels macht in Deutschland mit 342 Häusern mehr als 1 Mrd. Euro Umsatz. Best Western Hotels Deutschland, mit 195 Betrieben vertreten, schafft immerhin mit 674,1 Mio. Euro auch noch mehr als das 22-Fache von 30 Mio. Euro. Auf Platz drei behauptet sich die Intercontinental Hotels Group (IHG) mit geschätzten knapp 560 Mio. Euro Erlös. Diese Dimensionen verdeutlichen, warum sich die Spitzengruppe der Top 50 derart stabil zeigt – die Abstände sind zu groß, um „mal eben“ überwunden zu werden.

Wie beurteilen die Top 50 das laufende Geschäftsjahr? In der AHGZ am 8. August erscheint der zweite Teil des Top-50-Rankings: die Prognosen.

#### Kennziffern 2014

	2014	2013	Veränderung in Prozent
Nettogesamtumsatz <sup>1)</sup> in Mrd. Euro (inklusive Schätzwerte)	7,90	7,53	4,9
Nettogesamtumsatz * in Mrd. Euro (exklusive Schätzwerte)	5,63	5,40	4,3
Durchschnittlicher Umsatz pro Hotel in Mio. Euro*	3,98	3,75	6,1
Anzahl der Hotels*	1.413	1.440	-1,9
Anzahl der Zimmer*	193.728	202.874	-4,5
Durchschnittliche Anzahl der Zimmer*	137,1	140,9	-2,7
Wie viele Hotelgesellschaften haben Plus gemacht?*	79,5	67,4	
Wie viele Hotelgesellschaften haben Minus gemacht?*	20,5	27,9	
Gewinnsituation*			
sehr gut	25,0	24,4	
gut	65,6	39,0	
noch zufriedenstellend	9,4	26,8	
schwach	0,0	9,8	
schlecht	0,0	0,0	
Durchschnittliche Zimmerbelegung*	69,1	66,5	3,9
Durchschnittlicher Zimmerpreis netto*	90,28	87,93	2,7
Durchschnittlicher Zimmerumsatz *	34.742,52	32.719,60	6,2
Durchschnittlicher Anteil Beherbergung *	66,7	65,2	
Durchschnittlicher Anteil F&B *	27,4	28,7	
In der Gesellschaft ist die Mitarbeiterzahl*			
gestiegen	60,5	41,3	
gleich geblieben	23,7	34,8	
gesunken	15,8	23,9	

\* soweit angegeben

<sup>1)</sup> Doppelnennungen bei Le Meridien/Starwood wurden nur einfach berücksichtigt.

Grafik: AHGZ

Anzeige

#### igefa. Perfekt gerüstet für die Hochsaison

Wir geben täglich unser Bestes für die Zufriedenheit Ihrer Gäste.

- Mehr als 40.000 Produkte für Hygiene und Reinigung, Hotelkosmetik und Wellness sowie Einwegverpackungen und Gastronomiebedarf
- E-Procurement und Reportingsysteme
- Persönliche Vor-Ort-Betreuung

AE1307N

INPACS  
WORLD OF HYGIENE

Mit Sicherheit gut versorgt • www.igefa.de

igefa