

HOTELENTWICKLUNG IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Strukturwandel 2.0 in Sicht



Die Branchenexperten der Schollen Hotelentwicklung GmbH haben den Strukturwandel in der Hotellerie der 15 größten Städte im einwohnerstärksten Bundesland untersucht. Dabei stellte sich heraus: Der Marktanteil der Hotelketten in Nordrhein-Westfalen (NRW) liegt im Schnitt bei 58 Prozent und damit weit über dem Bundesdurchschnitt. Betriebe, die einer Hotelkooperation angehören, haben die Experten dabei der Markenhotellerie zugeschlagen.

Insgesamt ist der Hotelmarkt in Deutschland nach wie vor sehr mittelständisch geprägt. Nach Berechnungen des Hotelverbandes Deutschland (IHA) stellt die Markenhotellerie in Deutschland nur etwa zwölf Prozent der Betriebe, mit denen sie dank der großen Bettenzahl einen Marktanteil von rund 40 Prozent erreicht. Nur acht Prozent der Hotels und Hotelgarnis in Deutschland verfügen über mehr als hundert Zimmer, 61 Prozent der Hotels respektive 46 Prozent der Hotelgarnis bieten sogar weniger als 20 Zimmer an.

Dieser breite Branchen-Mittelstand mit seinen oft in die Jahre gekommenen, privat geführten Häusern gerät speziell

in den Großstädten immer stärker unter Konkurrenzdruck und wird durch die Kettenhotellerie mit ihren größeren und produktiveren Betrieben verdrängt. „Der Strukturwandel hin zu einer Hotelindustrie aus global agierenden Gesellschaften mit standardisierten Konzepten und Marken ist in vollem Gang“, kommentieren die Entwickler. Mittlerweile gibt es 160 Hotelgesellschaften und -gruppen auf dem deutschen Markt – viermal so viele wie vor 25 Jahren. Barceló und Meliá aus Spanien, Leonardo aus Israel, Azimut aus Russland, Arcotel aus Österreich und Jumeirah aus Dubai sind nur einige Beispiele. Zusätzlich schicken etablierte Gesellschaften neue Marken auch in Deutschland in den Kampf um die Gäste: Hilton macht das mit „Hampton by Hilton“ und „Hilton Garden Inn“, InterConti mit „Indigo“, Accor mit „Adagio“ und „MGallery“, Starwood mit „Aloft“.

Für NRW ermittelten Christian Schollen und sein Team einen überraschenden Spitzenreiter: Oberhausen. Dort gehören bereits drei Viertel der 983 Zimmer zur Markenhotellerie, die sechs der 13 Betriebe stellt. Sie prägt auch den dominieren-

In Oberhausen (Foto) gehören bereits drei Viertel der 983 Zimmer zur Markenhotellerie, die sechs der 13 Betriebe stellt.



den Standort rund um das „CentrO“, wo sich mit dem Tryp by Wyndham, dem NH Hotel und dem B&B Hotel die drei größten Häuser der Stadt befinden.

Mit Bochum und Dortmund folgen hinter Oberhausen zwei Ruhrgebietsstädte auf den Plätzen zwei und drei. Dort liegt der Zimmeranteil der Markenhotellerie mit 73 beziehungsweise 72 Prozent ebenfalls klar über dem Durchschnitt der 15 untersuchten Standorte. Die Zimmerzahl beider Städte ist im Vergleich zu Oberhausen allerdings deutlich größer.

Die beiden Schwergewichte der Beherbergungsbranche in NRW sind Köln und Düsseldorf. Sie zählen zu den Top-6-Hotelmärkten Deutschlands. Landeshauptstadt Düsseldorf gehört zur Spitzengruppe der analysierten Städte (mit 72 Prozent markengebundene Zimmer). Erstaunlich ist dagegen der Wert für Köln: Im Schatten des Doms bringen es die Big Player „nur“ auf 65 Prozent. In der viertgrößten Stadt Deutschlands ist die Privat- und Individualhotellerie damit verhältnismäßig stark vertreten.

Noch verbreiteter sind die Privaten in Münster: Der Zimmeranteil der Markenhotellerie liegt dort bei nur 37 Prozent. Im Frühjahr 2015 will Christian Schollen unter dem Titel NRW-Hotelmektreport eine ausführliche Analyse der Top-15-Städte des Bundeslandes veröffentlichen. Dort wird dann abzulesen sein, dass sich die Expansion der Markenhotellerie aller Voraussicht nach verstärkt über die Erschließung sekundärer und tertiärer Standorte fortsetzt. <