
IMMOBILIENZEITUNG

FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Ein Beitrag aus der Immobilien Zeitung Nr. 7/2014 vom 20. Februar 2014

www.immobilien-zeitung.de

Viel los in Düsseldorfs Betten

Düsseldorf. Wohin ging die Reise auf dem Düsseldorfer Hotelmarkt nach dem Rekordjahr 2012? Die Antwort: 2013 blieb zwar mit Blick auf die Erträge hinter dem Vorjahr zurück, der Höhenflug bei den Übernachtungen hält aber weiter an. Als Hotel- und Immobilienstandort bleibt Düsseldorf nach Einschätzung des Branchenexperten Christian Schollen auch perspektivisch sehr attraktiv.

Den besten Beweis für das Potenzial des Düsseldorfer Hotelmarkts lieferten zwei große Immobiliendeals, die zum Jahresende über die Bühne gebracht wurden: Das Vier-Sterne-Hotel Meliá an der Inselstraße ging für etwa 36 Mio. Euro an Union Investment, während das nh-Hotel City-Nord mit Internos Global Investors für ca. 37,5 Mio. Euro einen Käufer fand. Und auch sonst war am Rhein 2013 einiges im Fluss – vor allem, was die Markteintritte im Hotelsektor betrifft. So setzt das neue Motel One am Hauptbahnhof mit seinen 244 Zimmern und einem asiatisch angehauchten Interior-Design die auf Citylagen fokussierte Expansion der am schnellsten wachsenden deutschen Hotelkette konsequent fort. Und auch Meliá Hotels International, die größte spanische Hotelkette, schlug einen weiteren Pflock in Düsseldorf ein: Mit dem September 2013 im Colorium-Hochhaus am Medienhafen eröffneten Vier-Sterne-Haus Innside by Meliá (134 Zimmer) erweiterte der Global Player sein Kontingent in der Landeshauptstadt auf nun vier Hotels mit insgesamt 621 Zimmern. Im Dezember 2013 wurde aus dem ehemaligen Lindner Hotel Rhein Residenz (126 Zimmer) das Indigo Hotel. Hinter diesem Label verbirgt sich eine Lifestyle-Marke der amerikanischen Intercontinental Hotels Group.

Diese Newcomer sorgen dafür, dass der aus dem Einzelhandel bekannte Filialisierungsgrad auch auf dem Düsseldorfer Hotelmarkt weiter zunimmt: Die mittlerweile gut 50 kettengebundenen Häuser stellen bereits 80% aller angebotenen Betten! Dass Privathotels gleichzeitig auf dem Rückzug sind, belegt die durchschnittliche Betriebsgröße. Sie stieg von 156 Betten in 2002 auf 221 Betten in 2012. Platzhirsch ist dabei auch in Düsseldorf die Accor-Gruppe. Europas größter Hotelkonzern bringt es mit seinen Marken Ibis, Mercure und Novotel auf 1.200 Zimmer. Dicht auf den Fersen ist ihm der Weltmarktführer Intercontinental Hotels Group (Marken: Intercontinental, Holiday Inn, Holiday Inn Express und Indigo),

der knapp 1.000 Zimmer anbietet. Die beiden Big Player stellen damit alleine fast ein Viertel aller kettengebundenen Hotelzimmer in Düsseldorf. Die teilen sich nach Kategorien betrachtet wie folgt auf: 61% der Kettenhotels gehören dem Vier-SterneSegment an, 23% fallen in den Drei-Sterne-Bereich und über jeweils 8% leuchten zwei respektive fünf Sterne.

Was alle Düsseldorfer Hotels von der Budget- bis zur Luxus-kategorie verbindet, ist die Abhängigkeit vom Messengeschäft. Auch wenn für das Gesamtjahr 2013 noch keine offiziellen Zahlen vorliegen, kann man auf Grundlage der bisher bekannten Werte davon ausgehen, dass es im Vergleich zum sehr starken Messejahr 2012 (mit der nur alle vier Jahre stattfindenden drupa) schwächer ausfällt – und das speziell mit Blick auf die Zimmerpreise. Der so genannte Revpar (als Produkt aus durchschnittlichem Zimmerpreis und durchschnittlicher Zimmerauslastung eine der wichtigsten Kennzahlen in der Hotellerie) kletterte 2012 in Düsseldorf auf den neuen Spitzenwert von 73 Euro und konnte damit das bisherige Rekordjahr 2008 um 5 Euro übertreffen (plus 7%). Für 2013 ist mit einem Rückgang auf etwa 64 Euro (minus 12%) zu rechnen, womit man aber noch immer knapp über dem Zehn-Jahres-Durchschnitt des Revpar (63 Euro) liegt. Grund für den Revpar-Rückgang 2013 ist der schwächelnde durchschnittliche Zimmerpreis in Düsseldorf, der sich 2012 noch auf den Rekordwert von 112 Euro geschraubt hatte und für 2013 in den zweistelligen Bereich zurückgegangen sein dürfte.

Das nächste Boomjahr kommt erst 2016

Deutlich mehr Freude haben Hoteliers an einer anderen Statistik: Die Nachfrage nach Übernachtungen bleibt in Düsseldorf ungebrochen und bewegt sich wie schon seit Jahren konsequent nach oben. 2007 wurde bei den statistisch erfassten Übernachtungen die 3-Mio.-Marke geknackt, 2012 fiel dann sogar die 4-Mio.-Marke – und für den Zeitraum Januar bis Oktober 2013 weist die Statistik nochmals ein Übernachtungs-Plus von 4,2% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aus. Mit Ausnahme des Finanzkrisenjahrs 2009 konnte damit in jedem der vergangenen zehn Jahre die Zahl der Übernachtungen in der Stadt gesteigert werden, im Schnitt um 6,4%. Die Bettenzahl erhöhte sich im Vergleich dazu moderater: Während die Nachfrage um insgesamt 65% stieg, nahm die Kapazität nur um rund 50% zu.

Der Hotelmarkt lebt dabei von klassischen Düsseldorfer Standortfaktoren: wichtiger Messe- und Finanzplatz, gute Infrastruktur, zentrale Lage und florierende Wirtschaft. Dazu kommen herausragende Projektentwicklungen wie der Kö-

Bogen oder das stetig wachsende Quartier am Medienhafen. Das Profil als Business-Standort bringt es mit sich, dass rund 70% aller Übernachtungen geschäftlich motiviert sind. 40% davon entfallen auf ausländische Gäste, von denen speziell die internationalen Hotelketten vor Ort profitieren. Kehrseite der Medaille: Im von Businessgästen dominierten Markt haben Düsseldorfer Hoteliers Probleme damit, ihre Betten auch am Wochenende zu belegen. Das Leisure-Geschäft mit Freizeitreisenden ist noch deutlich unterentwickelt und bietet für die Zukunft reichlich Steigerungspotenzial.

Diese Zukunft wird 2014 zunächst durch weitere Neueröffnungen geprägt: Am Wehrhahn geht das zweite Holiday Inn Express mit 164 Zimmern an den Start und nicht weit weg auf der Toulouser Allee baut B&B sein drittes Hotel in Düsseldorf. Im Sommer bereichert dann auch noch das luxuriöse Derag Livinghotel Di Medici mit 172 Zimmern an der Mühlenstraße das Fünf-Sterne-Segment mit einem Standort in der Altstadt. Spätestens übernächstes Jahr kommen ein zusätzliches Mercure mit 72 Zimmern und ein Hotel der Lindner Gruppe auf der Immermannstraße.

Gemeinsam mit ihren Mitbewerbern stellen sich diese Hotels in diesem Jahr auf ein Messegeschäft ein, das sich in

etwa auf dem Niveau von 2013 bewegen dürfte. 2015 steht dann ein sehr schwaches Messejahr ins Haus, ehe 2016 wieder Rekorde für die Hotellerie verspricht. Denn dann fallen mit Printmedien-Messe drupa und der Kunststoffmesse k die beiden für Hotels umsatzträchtigsten Messen zusammen.

Mit dieser Perspektive kann die Düsseldorfer Hotellerie angesichts des positiven Trends bei der Übernachtungsnachfrage durchaus zuversichtlich nach vorne blicken, zumal sich die Bettenzuwächse auf absehbare Zeit in gesunden Grenzen halten. Das war vor einigen Jahren noch ganz anders, als es einen regelrechten Bettenboom in der Landeshauptstadt gab, bei dem in kürzester Frist zahlreiche neue Hotels in den Markt drängten. Dieser Markt profitiert übrigens weiter davon, dass sich Düsseldorf konsequent gegen die Einführung einer Bettensteuer entschieden hat. Ein echter Stimmungsaufheller für die Branche, die das zum Beispiel beim rheinischen Nachbarn in Köln ganz anders erlebt ... **thk**

Der Autor: Christian Schollen ist Geschäftsführer der Schollen Hotelentwicklung GmbH, Wuppertal.