

Detailsicht Artikel (1 von 20)

[Erster](#) · [Vorheriger](#) · [Nächster](#) · [Letzter](#) · [Suche ändern](#) · [Übersicht](#) · [Beenden](#)

Immobilien Zeitung Nr. 35 vom 02.09.2010 Seite 20

Rubrik: Nordrhein-Westfalen
Original Rubrik: NORDRHEIN-WESTFALEN

LUXUSHOTELLERIE IM RUHRGEBIET

Kein Griff nach den Sternen

Im Ruhrgebiet leben rund 5 Mio. Menschen. Nachdem die Region Kohle und Stahl weitgehend hinter sich gelassen hat, sollte man davon ausgehen, dass sich auch zunehmend wohlhabende Touristen und Businessreisende ins Revier begeben. Eine adäquate Bleibe gibt es jedoch nicht. Woran das liegt, analysiert Hotelberater Christian **Schollen**.

Die Metropolregion Ruhr ist Kulturhauptstadt 2010. Ein Event, das in diesem Jahr zahlreiche, auch internationale Besucher ins Ruhrgebiet zieht. Davon werden auch die Hotels in der Metropolregion Ruhr profitieren. Unter den Gästen dürften mit Blick auf den Charakter der Veranstaltungen allerdings nicht wenige sein, die bestens situiert sind und ihr Haupt gerne auf das Kissen eines Luxushotels betten möchten. Da stellt sich die Frage: Was hat das Ruhrgebiet in Sachen Fünf-Sterne-Hotellerie für dieses Klientel zu bieten?

Schaut man auf die beiden großen Hotelstandorte in NRW, also Köln und Düsseldorf, wird man schnell fündig: Breidenbacher Hof, Steigenberger und InterConti, allesamt nur einen Steinwurf voneinander entfernt, heißen die Top-Adressen in Düsseldorf. Und demnächst kommt noch das Grand Hyatt im Medienhafen hinzu. In Köln fallen unter anderem das Excelsior Hotel Ernst, das Hyatt Regency, das InterConti, das Hotel im Wasserturm oder das Le Meridien Dom Hotel unter die Luxusategorie. Also reichlich Auswahl ...

Nur ein Fünf-Sterne-Superior-Hotel

Im Ruhrgebiet sieht die Sache dagegen anders aus: Geht man nach Dehoga-Sternen, dem gängigsten Hotel-Klassifizierungssystem in Deutschland, findet man in der gesamten Region lediglich einen einzigen Betrieb, der in der höchsten Stufe Fünf-Sterne-Superior rangiert: Das Hotel Schloss Hugenpoet in Essen wird dabei in der Tat höchsten Ansprüchen gerecht, ist mit 26 Zimmern allerdings eher ein kleines Juwel, zudem genau genommen eher am Rand des Ruhrgebiets und bezeichnenderweise nah an Düsseldorf gelegen. Schaut man auf die zweithöchste Kategorie (fünf Sterne), findet man ebenfalls nur ein entsprechend klassifiziertes Hotel im Ruhrgebiet: das Renaissance in Bochum am Stadion. Allerdings ist die Einstufung nach Dehoga freiwillig. Viele Hotels verzichten darauf, können aber dennoch als Fünf-Sterne-Hotel bezeichnet werden. In Düsseldorf gilt das etwa für den Breidenbacher Hof, in Köln für das Dom Hotel Le Meridien.

Bezieht man für das Ruhrgebiet auch die beiden größten deutschen Internet-Hotelreservierungsportale hrs und hotel.de mit in die Betrachtung ein und sucht dort nach Hotels der höchsten Kategorie (fünf Sterne), wird die Liste nur um ein Hotel erweitert: das Sheraton Essen, für das im Ergebnis das gleiche gilt wie für das Bochumer Renaissance. Beide sind zwar in ihren Städten das erste Haus am Platz, aber keine Fünf-Sterne-Häuser nach internationalen Standards.

Keine exklusiven Standorte

Warum aber hat sich bisher keine Hotelkette mit einer ihrer klassischen Fünf-Sterne-Marken im Ruhrgebiet angesiedelt? Um diesem Phänomen nachzugehen, sollen die für diese Fragestellung wesentlichen Erfolgsfaktoren eines Hotels betrachtet werden: Standort und Markt.

Bei Hotels der Top-Kategorie werden von Seiten der Gäste exponierte, prestigeträchtige Lagen erwartet. Dies sind bei Stadthotels Ia-Standorte im absoluten Zentrum von Metropolen (am besten in unmittelbarer Nähe von Sehenswürdigkeiten wie etwa das Hotel Excelsior Ernst am Kölner Dom) oder mit Blick auf den gehobenen Business-Gast auch Standorte in unmittelbarer Nähe von Messeplätzen oder Konferenzzentren. Ein hochklassiges Hotel kann also nur funktionieren, wenn auch exklusive Standortqualitäten vorhanden sind, die das Repräsentationsbedürfnis der Klientel befriedigen. Bereits an diesem Punkt wird es mit Blick auf das Ruhrgebiet schwierig. Großstädte sind vorhanden, exklusive Standorte aber eher nicht: keine Königsallee oder vergleichbar hochpreisige Lagen, keine herausragende Sehenswürdigkeit wie der Kölner Dom, kein international relevanter Messestandort. Kurzum: Es mangelt im gesamten Ruhrgebiet an herausragenden Hotel-Locations.

Eine Frage der Ertragskraft

Doch darin liegt nicht einmal der Hauptgrund für die Abstinenz. Die Ansprüche eines Top-Hotels an einen Standort sind komplex und vielschichtig, der entscheidende Erfolgsfaktor ist aber die Ertragskraft des Marktes. Ausschlaggebend sind dabei vor allem das Preisniveau als qualitative und die Belegung als quantitative Komponente der Nachfrage. Die hoteltypischen Kennzahlen, mit denen man die Ertragskraft verschiedener Standorte vergleichbar machen kann, sind der erzielte Zimmerdurchschnittspreis und der Logisumsatz je verfügbarem Zimmer, auch Revpar (Revenue per available room) genannt. Dieser Revpar als Produkt aus Zimmerdurchschnittspreis und Belegung ist dabei die geeignete Größe für das Benchmarking.

Stellt man einen Vergleich zwischen dem Standort Ruhrgebiet und Deutschlands Top-Destinationen an, wird ein deutliches Preisgefälle sichtbar. So weist beispielsweise das Hilton Hotel Dortmund einen nicht einmal halb so hohen durchschnittlichen Zimmerpreis und Revpar auf wie die Schwesterhotels in Düsseldorf, München oder Frankfurt. Und diese Relation der Ertragskraft kann man durchaus auf andere Marken und Standorte im Ruhrgebiet übertragen. Stünde das InterConti nicht auf der Kö' in Düsseldorf, sondern am Berliner Platz in Essen, würde sich die Ertragskraft des Hotels wahrscheinlich halbieren.

Kaum marktübliche Pachten

Dieses im Vergleich zu den deutschen Top-Destinationen grundsätzlich verminderte Ertragspotenzial im Fünf-Sterne-Segment ist der Hauptgrund für das Fehlen entsprechender Hotelbetriebe im Ruhrgebiet. Dem Betreiber fällt es hier schwerer, das Hotel wirtschaftlich zu betreiben und eine Pacht zu erwirtschaften, die den Ansprüchen eines Investors gerecht werden kann.

Das verdeutlicht folgende einfache Beispielrechnung: Die Investitionskosten für ein Hotelzimmer im Fünf-Sterne-Segment (ohne Grundstück) betragen zwischen 180.000 Euro und 250.000 Euro. Und zwar unabhängig davon, wo es in Deutschland errichtet wird. Der bauliche Aufwand ist also im Ruhrgebiet ähnlich wie in München. Möchte ein Investor bei einer Investition von 220.000 Euro pro Zimmer eine Zielrendite von eher bescheidenen 6% erwirtschaften, benötigt er eine Pacht in Höhe von 13.200 Euro je Zimmer und Jahr, respektive 1.100 Euro je Zimmer und Monat. Eine durchaus marktübliche Pachthöhe für ein Fünf-Sterne-Hotel in Deutschlands Top-Destinationen, aber für den Betreiber eines Fünf-Sterne-Hotels im Ruhrgebiet kaum zu erwirtschaften.

Soll der Pachtanteil am Gesamtumsatz die marktübliche 25%-Marke nicht überschreiten, muss hier also ein Umsatz von 52.800 Euro pro Zimmer und Jahr erwirtschaftet werden, was mit Blick auf die eingeschränkte Ertragskraft am Standort Ruhrgebiet eine große Herausforderung darstellt. So weist das Sheraton in Essen, das Flaggschiff der Hotellerie im Ruhrgebiet, für das Jahr 2009 einen Umsatz

von 40.000 Euro je Zimmer aus. Hinsichtlich der Fixkosten, die den größten Kostenblock für einen Hotelbetrieb bilden, sind diese im Ruhrgebiet nicht wesentlich niedriger als in Frankfurt, Köln oder Hamburg. Im Fünf-Sterne-Bereich fallen dabei besonders die Personalkosten ins Gewicht, denn ein Spitzenhotel muss hohe Servicequalität bieten, die nun einmal viel Manpower braucht. In diesem Bereich kann mit ca. 0,8 Mitarbeitern je Zimmer kalkuliert werden.

Darum lautet das Fazit: Dem Ruhrgebiet fehlt es offensichtlich gegenwärtig noch an Standortqualität für ein echtes Fünf-Sterne-Hotel, was Investoren und Hotelketten gleichermaßen davon abhält, sich in diesem Segment zu engagieren.

Grundsätzlich ist der Hotelmarkt im Ruhrgebiet aber durchaus attraktiv, denn die Schere hinsichtlich der Ertragskraft im Vergleich zu anderen Städten geht in keinem anderen Segment so weit auseinander wie speziell im Fünf-Sterne-Segment. Vielleicht braucht das Ruhrgebiet aber auch gar kein Luxushotel. Stattdessen versucht man aktuell, die Gesamtqualität des Marktes durch eine Aufwertung des Angebots im gehobenen Segment, aber auch im Budget- und Mittelklasse-Segment weiter zu verbessern. Ein gutes Beispiel dafür ist das kürzlich eröffnete Vier-Sterne-Superior Hotel-Atlantik an der Messe in Essen. (thk)

Der Autor: Christian **Schollen** ist Gesellschafter der **Schollen** & Mücke Hotel-Asset-Management.

[Erster](#) · [Vorheriger](#) · [Nächster](#) · [Letzter](#) · [Suche ändern](#) · [Übersicht](#) · [Beenden](#)