

© Le Méridien Hotel, Hamburg

Hotelmarkt Report Deutschland 2021

Wir bleiben dabei: Die Welt wird wieder reisen!

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2020 hat für die Hotelindustrie auf der ganzen Welt noch nie dagewesene Herausforderungen mit sich gebracht. Zum Zeitpunkt der Erstellung unseres Hotelmarkt Reports Deutschland 2021 zeichnen sich für die Hotellerie erste Teilöffnungen rund um Ostern ab. Allerdings befinden wir uns immer noch inmitten eines ausgeprägten Lockdowns und Diskussionen über Virusmutanten dominieren das Tagesgeschehen.

In unserem diesjährigen Hotelmarkt Report wollen wir den Fokus nicht nur auf Statistiken und Zahlen des Jahres 2020 legen. Beim Blick auf die Übernachtungs- oder Auslastungszahlen ist eine positive Interpretation kaum möglich. Die Krise zeigt aber durchaus, welche Marktcharakteristika die Erholung einer Destination fördern können.

In der Krise sind Führungspersönlichkeiten und Macher gefragt. Wir haben Vier von ihnen zu Ihren Erfahrungen im Jahr 2020 befragt und sie gebeten, uns einen Zukunftsausblick zu gewähren. Soviel vorab: Vertrauen ist dabei ein immer wiederkehrendes Stichwort. Vertrauen in die Hotellerie und die Gastronomie als bedeutenden Wirtschaftssektor mit funktionierenden Hygienekonzepten, Vertrauen in Partnerschaften, bestehend aus Eigentümer und Hotelbetreiber aber auch das Vertrauen in die Stärken der Asset-Klasse Hotel. Zu guter Letzt: Deutschland ist die Heimat vieler einzigartiger Hoteliers. Viele von Ihnen dürfen wir als Auftragnehmer begleiten. Die Bilder in diesem Report zeigen die Konzepte ausgewählter Partner des vergangenen Jahres.

Wir wünschen allen unseren Leserinnen und Lesern eine spannende Lektüre.



Andreas Ewald



“Das Jahr 2020 wird uns als Zeitenwende für die Hotelbranche in Erinnerung bleiben. Die Professionalität und Innovationskraft der Branche stimmt mich aber positiv, dass eine schnelle Markterholung in den nächsten Monaten gelingen kann.“

Andreas Ewald, Managing Director

Inhaltlicher Überblick

- 1. Zahlen, Daten, Fakten**
Europa-Vergleich · Ferienhotellerie · Transaktionen
- 2. Einordnung der Top-7 Städtedestinationen Deutschlands**
KPIs · Marktcharakteristiken · Resilienz
- 3. Die Krise fordert den Schulterschluss**
Gastbeitrag von Marc Werner, Hogan Lovells
- 4. Hotels are here to stay**
Im Gespräch mit Ascan Kókai, ECE Real Estate Partners
- 5. Stabilitätsanker Ferienhotellerie**
Im Gespräch mit Jens Sroka, Heimathafen Hotels
- 6. Leonardo und der Blick nach vorne**
Im Gespräch mit Yoram Biton, Leonardo Hotels



© Le Méridien Hotel, Hamburg

KPIs · Transaktionen · Top-7 Städte

Zahlen – Daten – Fakten

Die Karten am Hotelmarkt werden (neu) gemischt



Betreiber und Konzepte befinden sich inmitten eines Strukturwandels

Die Corona-Krise wird, insbesondere in den Städtemetropolen, zu einer strukturellen Neuordnung der Hotellerie führen. Übernahme von (Teil-)Betreibergesellschaften durch kapitalstarke Marktteilnehmer konnten bereits im Jahr 2020 beobachtet werden und sind auch für die kommenden Monate zu erwarten. Parallel wird es im Laufe der Markterholung der kommenden Jahre einen Selektionsprozess geben. Zielgruppenspezifische, ökologische, nachhaltige und digital ausgerichtete Hotelprodukte werden vor anderen von den zurückkehrenden Gästen profitieren.



Eigentümer müssen sich mittelfristig auf neue Rollenverteilung einstellen

Hotelimmobilieneigentümer in Deutschland konnten sich in den letzten Jahren, auch aufgrund der hierzulande weit verbreiteten Fixpachtverträge, an gesicherten Cash-Flows erfreuen. Die tatsächliche Erholung des Hotelmarkts als auch die Performance des Betreibers rücken nun auf Grund hybrider Regelungen, Stundungsregelungen und vereinbarter Rückzahlungsmechanismen in den Vordergrund. Eine neue, aktivere Rolle der Eigentümer ist gefordert.



Rückbesinnung auf die eigentlichen Werttreiber einer Hotelimmobilie

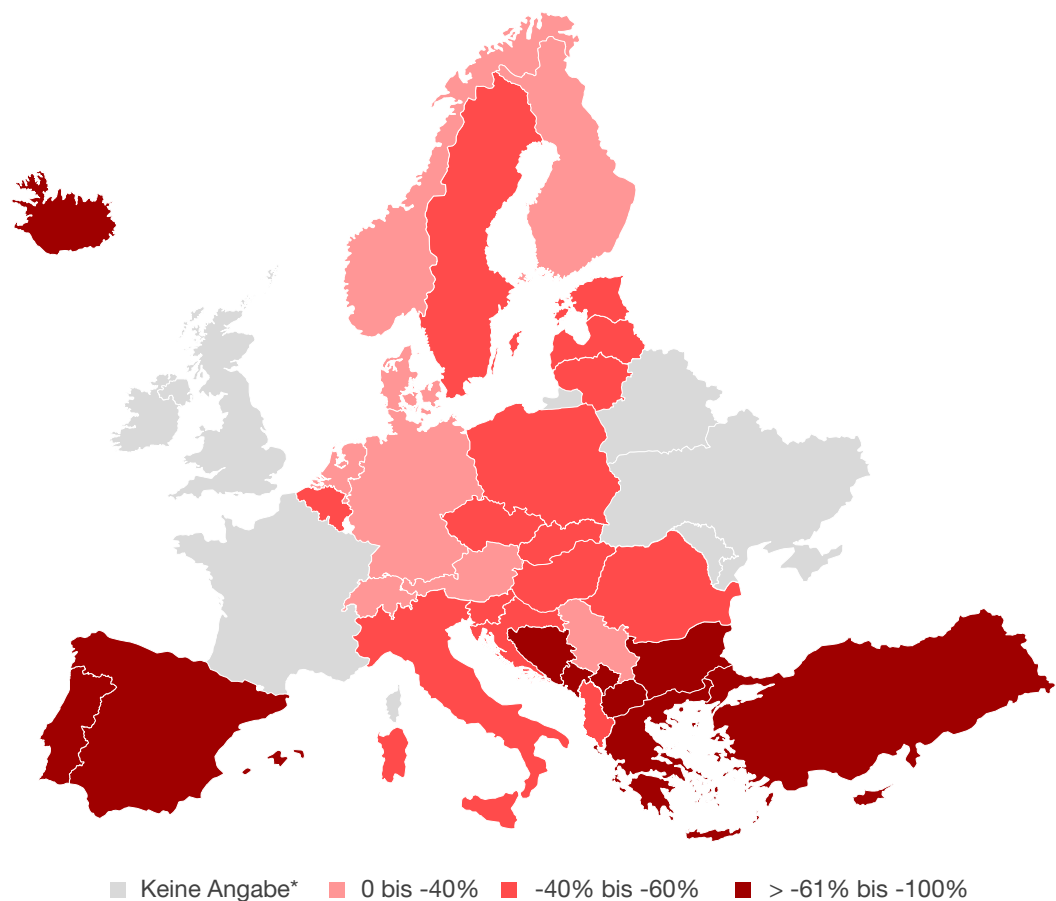
Standort, Markt, Betreiber und Vertrag – dies sind seit jeher die wesentlichen Werttreiber einer Hotelimmobilie. Und obwohl die Branche selbst am Wenigsten für ihre missliche Lage verantwortlich ist, wird es in den kommenden Jahren zu einer Rückbesinnung auf diese Kernwerte kommen. Der exogene Schock und die für die nächsten Jahre erwartete Markterholung zeigen deutlich, dass nur Hotels mit entsprechend attraktivem Profil die Erwartung von Investoren und Banken erfüllen werden.



Investmentklasse Hotel – zwischen Herdentrieb und attraktiven Kaufchancen

Das Delta der Preiserwartung zwischen Käufer und Verkäufer besteht auch in Q1 2021 fort. Während der Finanzierungsengpass Eigenkapital-starke Käufer in die vermeintliche Pole-Position bringt, sind Bestandshalter oft noch nicht in der (Not-)Situation derartige Preisabschläge hinnehmen zu müssen. Zudem hemmt der omnipräsente Finanzierungsengpass den Transaktionsmarkt. Projektentwickler und Bestandhalter mit auslaufender Finanzierung bekommen die Zurückhaltung ihrer Banken ebenfalls zu spüren.

Europas Tourismus – Übernachtungen 2020 vs. 2019



DACH-Region zeigt im Krisenjahr 2020 mit die stärkste Resilienz

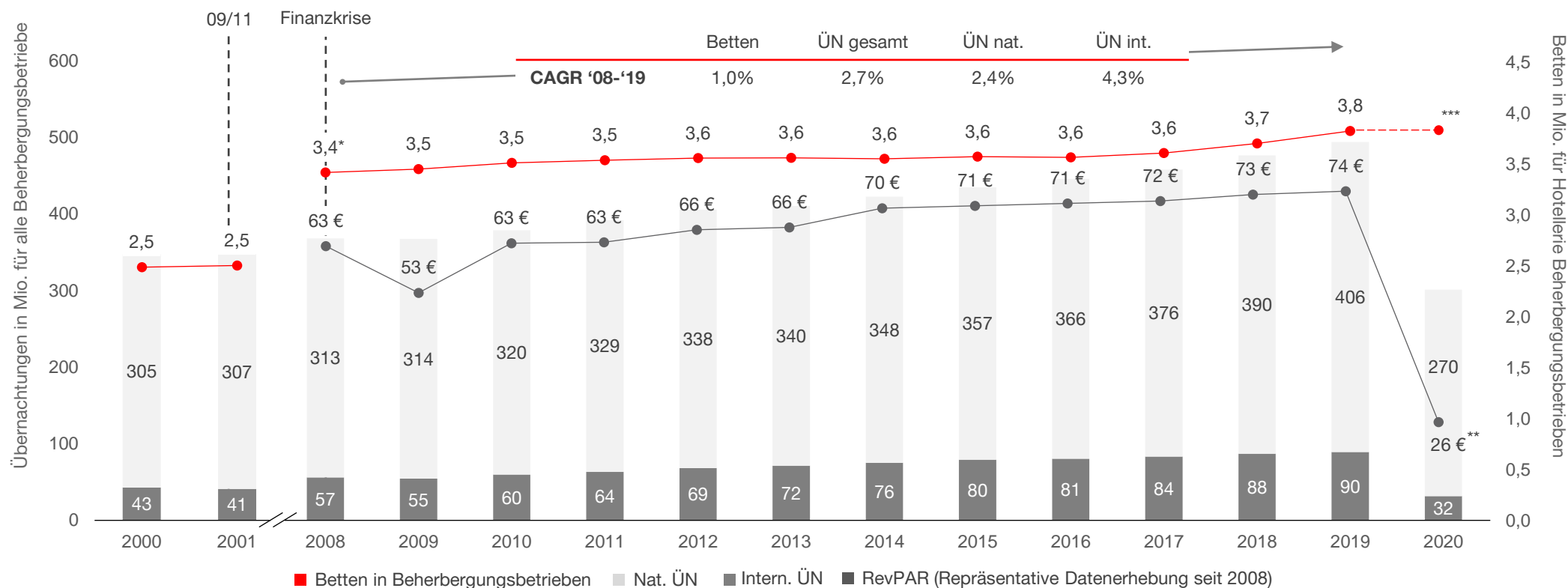
Die Analyse der Übernachtungsvolumina in Europa zeigt, dass alle Länder signifikant von der Corona-Krise getroffen wurden. In den Ländern der DACH-Region sind die Rückgänge allerdings geringer ausgefallen, als in vielen anderen bedeutenden Tourismusländern. Dazu zählen u.a. Frankreich, Italien, Spanien oder Kroatien.

Als Grund hierfür ist vor allem die Nachfrage durch Gäste aus Deutschland zu benennen. Deutschland selbst, als auch seine Nachbarländer, konnten insbesondere in den Sommermonaten von internationalen Reisebeschränkungen und dem daraus resultierenden Urlaub „zu Hause /bei Nachbarn“ profitieren. Mit den seit November vergangenen Jahres in vielen Ländern Europas ausgerufenen Lockdowns wurde jedoch auch diese Reisemöglichkeit weitgehend unterbunden.

Anteil nationaler Touristen in ausgewählten Ländern

	DE	SE	NL	IT	ES	AT	GR	HRV
2019	82%	75%	58%	49%	36%	29%	16%	8%
2020	89%	88%	75%	68%	58%	35%	30%	13%

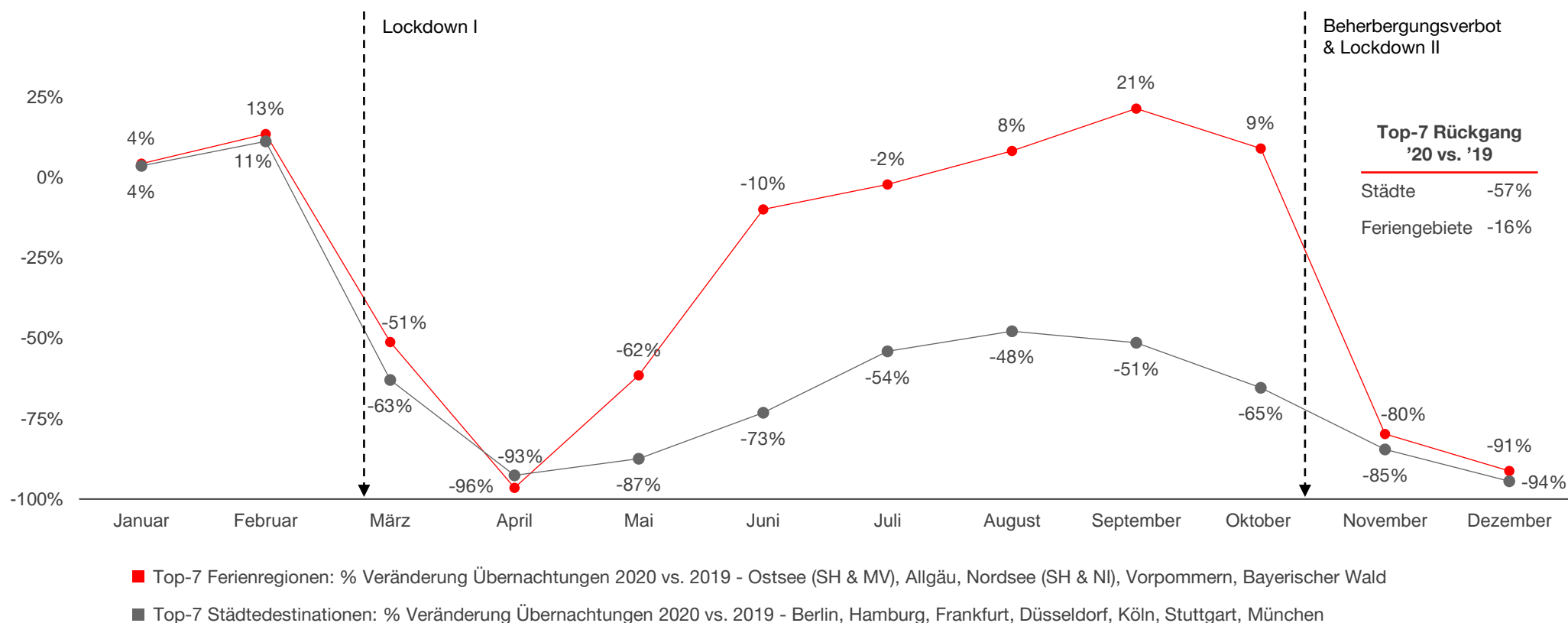
Deutschland 2011-2020 - Nächtigungen, Betten & RevPAR



Nächtigungsvolumen 2020 sinkt mit rd. 300 Mio. unter das Niveau der 2000er Jahre

Die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Übernachtungszahlen sind unverkennbar. Gegenüber dem Vorjahr sank die Zahl der Nächtigungen in Deutschland um 40% auf rd. 300 Mio. Betrachtet man den Jahresverlauf zeigt sich jedoch auch wie schnell eine Markterholung möglich ist. In den Ferienmonaten Juli bis September lagen die Nächtigungen in Deutschland nur rd. 17% unter dem Wert von 2019. Insbesondere die Ferienregionen konnten zu diesem ermutigenden Ergebnis beitragen.

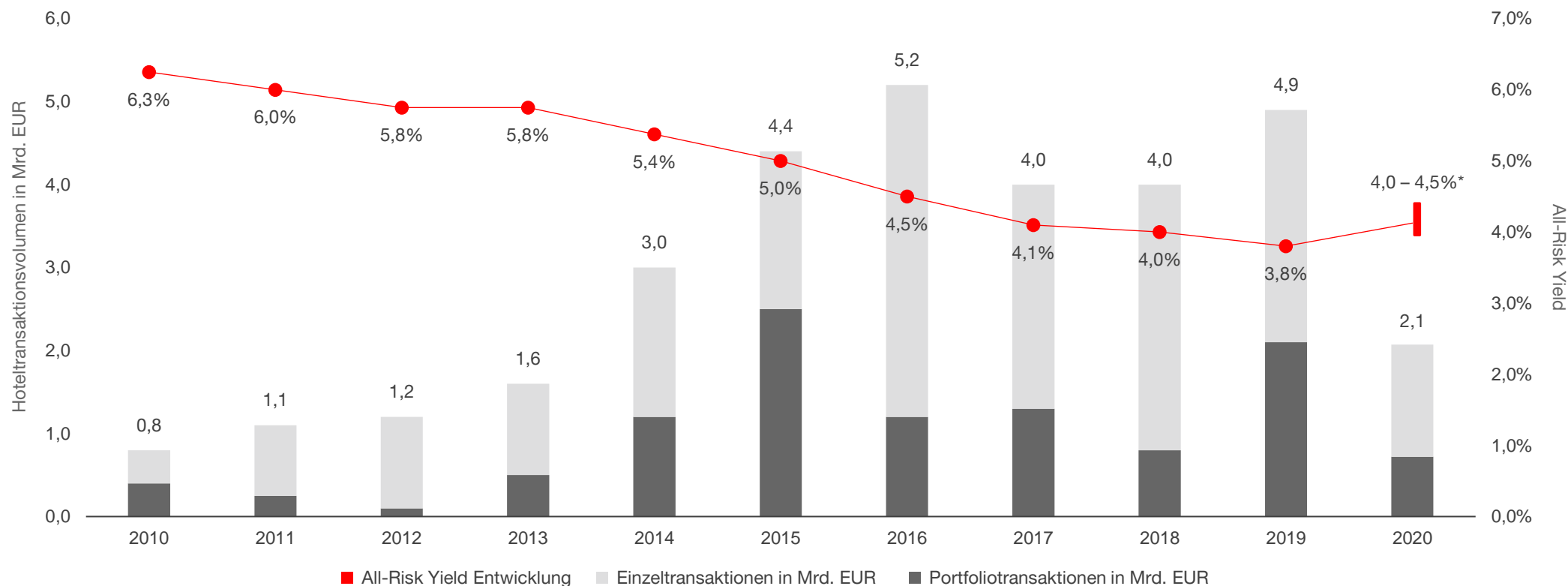
Übernachtungen in Städten und Ferienregionen im Jahresvergleich



Städte und Ferienregionen zeigten im Jahresverlauf 2020 ein starkes Auseinanderdriften der Nachfrageentwicklung

Die Ferienhotellerie in Deutschland hat 2020 ihre Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt. Getrieben von Reisebeschränkungen konnten die Top-7 Reisegebiete in den Monaten Juli bis Oktober sogar gleiche bzw. bessere Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr erzielen. Seit dem 2. Lockdown im November 2020 ist die Nachfrage auch in der Ferienhotellerie so gut wie nicht existent. Nichts desto trotz gibt die Entwicklung des vergangenen Jahres Hoffnung für 2021.

Hotel-Transaktionsvolumen / Spitzenrenditen 2010 - 2020

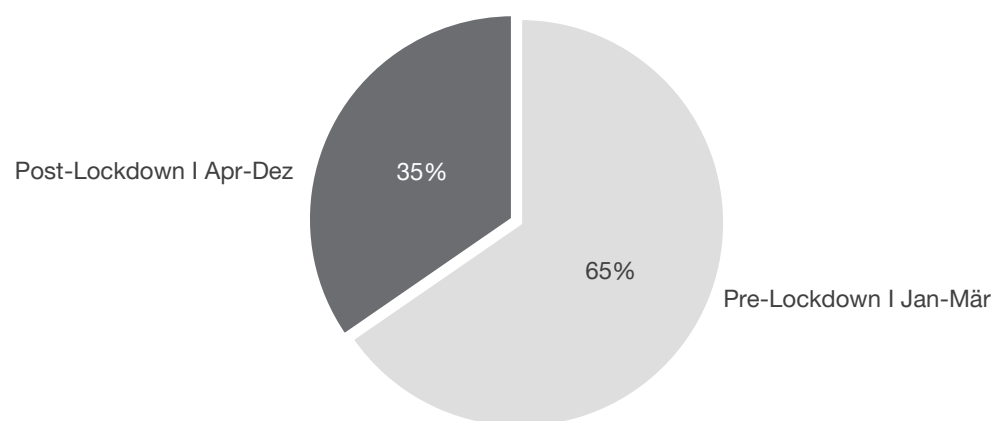


Hotel-Transaktionsvolumen 2020 um rd. 60% gegenüber dem Vorjahr gesunken

Im Jahr 2020 erreichte das Hotel-Transaktionsvolumen eine Höhe von rd. 2,0 Mrd. EUR. Lässt man das 1. Quartal 2020 außer Acht, wechselten seit dem ersten Lockdown Hotelimmobilien im Wert von lediglich 700 Mio. EUR den Besitzer. Für das Jahr 2021 ist weiterhin mit einem zurückhaltenden Investmentmarkt zu rechnen. Als Gründe hierfür sind das weiterhin bestehende Delta bei Kaufpreiserwartungen sowie ein herausforderndes Finanzierungsumfeld zu nennen.

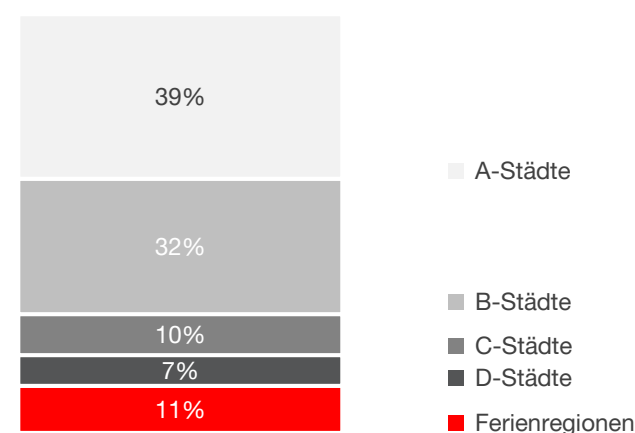
Hotel-Transaktionen 2020 im Brennglas

Transaktionsmarkt geprägt vom Pandemieverlauf



Der zeitliche Verlauf der Corona-Pandemie spiegelt sich auf dem Hotel-Transaktionsmarkt wider. Rd. 65% der Transaktionen wurde vor Beginn des 1. Lockdowns im März abgeschlossen. Tatsächliche Post Lockdown | Hotel-Transaktionen waren u.a. geprägt von Sale- and Lease-Back Deals oder größeren Mixed-Use Portfolios, bei denen die Asset-Klasse Hotel einen untergeordneten Bestandteil darstellte.

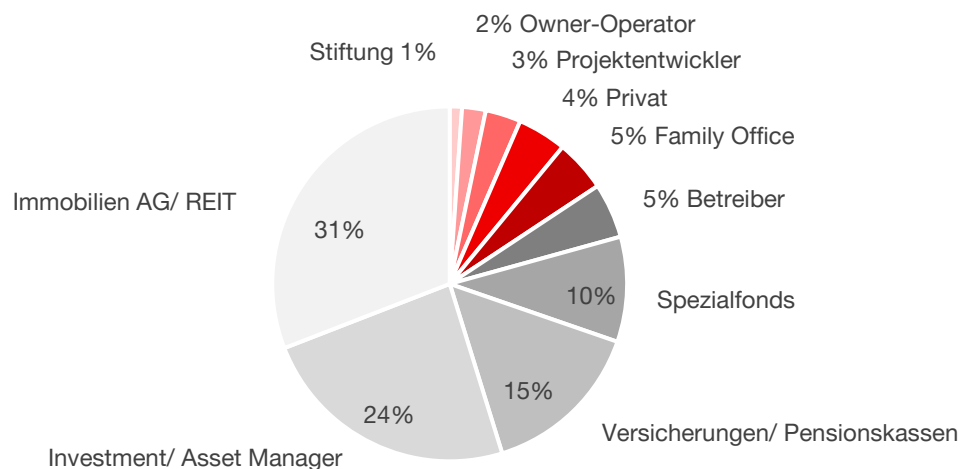
Weiterer Fokus auf A-Standorte in 2021 zu erwarten



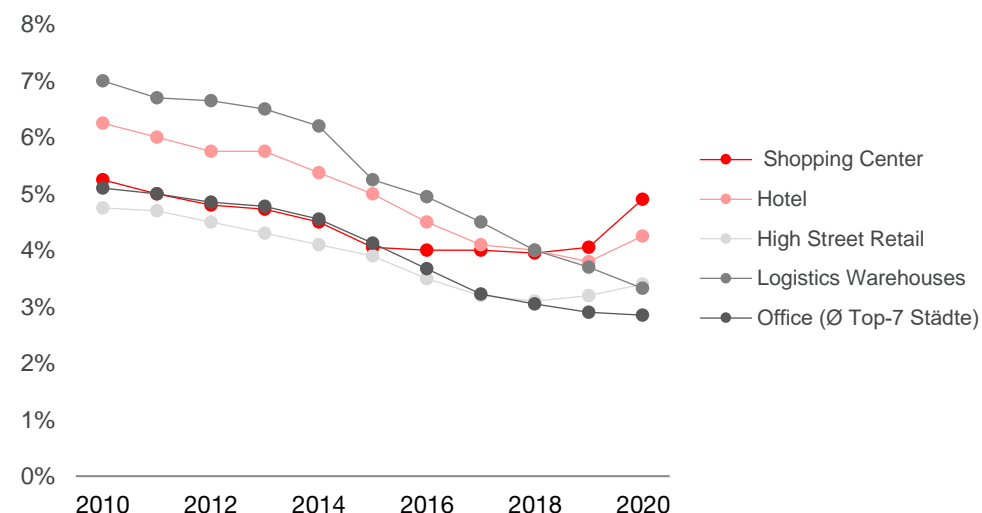
Mehr als ein Drittel aller Investitionen wurden 2020 in A-Standorten getätigt. Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Anteil zukünftig erhöhen wird. Dies gaben Investoren im Rahmen der Befragung zum Sentiment Report Deutschland 2020 / 2021 an. Eine Rückbesinnung auf die Top-Standorte ist als Signal des erhöhten Sicherheitsbedürfnisses zu verstehen, nachdem in den letzten Jahren auf Grund Produktmangels in vielen B- und C-Standorten mangels Alternativen investiert wurde.

Hotel-Transaktionen 2020 im Brennglas

Langfristig orientierte Anleger bleiben der Asset-Klasse treu



Das Risiko-Premium erhöht sich



Die Aktivität professioneller Anleger wurde nach dem 1. Lockdown stark gebremst. Neben der generellen Marktunsicherheit sind das weitgehend stabile Preisniveau sowie der Mangel an Finanzierungsmöglichkeiten als Gründe zu nennen. Auch opportunistische Immobilien-Investoren mit starkem Eigenkapital Hintergrund kamen aufgrund des Preisdeltas noch nicht zum Zug. Vielmehr gelang der Einstieg von Opportunisten bei ausgewählten Betreiberplattformen. Gleichwohl konnten sich einige wenige Investoren Hotels in hochattraktiven Lagen mit bonitätsstarken Mietern sichern.

Naturgemäß hat die Corona-Krise zu einer veränderten Wahrnehmung der Investoren in Bezug auf die Asset-Klasse Hotel geführt. Das geringe Investitionsvolumen nach dem 1. Lockdown im März vergangenen Jahres erschwert zudem die exakte Bestimmung des Risikoaufschlags. Im Vergleich mit den bisherigen „Krisengewinnern“ Wohnen und Logistik ist in den stark betroffenen Asset-Klassen Hotel und Retail vorerst eine Trendumkehr zu erkennen. Die Renditekompression der Jahre 2010-2019 ist gestoppt und spiegelt die Krisenerfahrungen des letzten Jahres wider.

Ausgewählte Hotel-Transaktionen in 2020

Datum	Hotel	Zimmer	Stadt	Käufer	Kaufpreis
Januar	B&B Hotel Stuttgart Airport/Messe	101	Stuttgart	Atream SAS	10 Mio. €
Januar	Essential by Dorint	101	Essen	te management GmbH	k.A.
Januar	GHOTEL hotel & living	162	Bochum	Dr. Peters	k.A.
Januar	Hampton by Hilton	208	Kiel	Bayerische Versorgungskammer	k.A.
Februar	Lindley Lindenberg Hotel Frankfurt	100	Frankfurt a.M.	Art-Invest	21 Mio. €
Februar	Motel One Europa-Allee 25 02/2020	401	Frankfurt a.M.	GBI Holding, Bayerische Versorgungskammer	62 Mio. €
Februar	Niu Yen Hotel Nordkanalstraße 46	347	Hamburg	Bayerische Versorgungskammer	50 Mio. €
März	Dorint Parkhotel	162	Mönchengladbach	Helvetic Investment GmbH	k.A.
April	INNSIDE Dresden	180	Dresden	EPH European Property Holdings Ltd.	52 Mio. €
April	nhov Hotel	304	Berlin	EPH European Property Holdings Ltd.	k.A.
Mai	NH Hotel Erlangen	138	Erlangen	Atream SAS, SCPI Atream Hotels	17 Mio. €
August	BOLD Hotel München Giesing	142	München	BNP Paribas REIM Germany	k.A.
August	Tui Blue Dorfhof 08/2020	158	Sylt	Land Union Immobilienmanagement GmbH	k.A.
August	Leonardo Royal Alexanderplatz	346	Berlin	Art-Invest	k.A.
August	Perlach Plaza 08/2020	172	München	KGAL GmbH & Co. KG	k.A.
Oktober	Renaissance Hotel Düsseldorf	244	Düsseldorf	k.A.	58 Mio. €
Oktober	IntercityHotel und Adagio Aparthotel	360	Heidelberg	Bayerische Versorgungskammer	k.A.
November	Maritim Hotel Kaiserhof	143	Heringsdorf	Friedemann Kunz Familienstiftung	k.A.



Marktcharakteristiken · Resilienz

Einordnung der Top-7 Städte

Performance Kennzahlen 2020 im Überblick

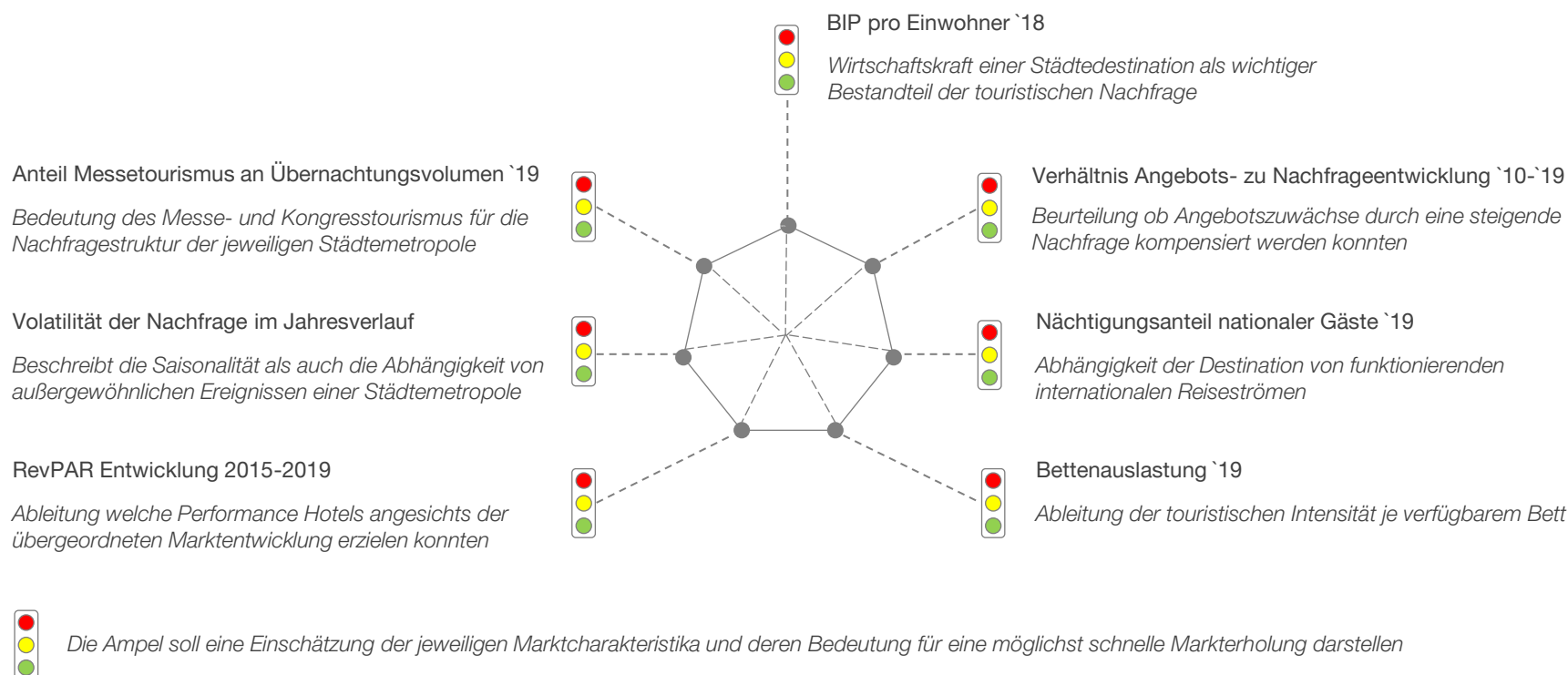
Stadt	Übernachtungen	ADR	Auslastung	RevPAR	Trans.-Vol.
Berlin	12,3 Mio. -60%	85 EUR -15%	29% -64%	25 EUR -69%	rd. 400 Mio. EUR -27%
München	6,8 Mio. -63%	96 EUR -26%	25% -66%	24 EUR -75%	rd. 250 Mio. EUR -58%
Hamburg	6,7 Mio. -56%	94 EUR -18%	32% -59%	30 EUR -66%	rd. 160 Mio. EUR -11%
Frankfurt a.M.	3,9 Mio. -64%	96 EUR -11%	23% -67%	22 EUR -70%	rd. 100 Mio. EUR -88%
Köln	2,4 Mio. -63%	95 EUR -20%	29% -62%	28 EUR -69%	rd. 50 Mio. EUR -86%
Düsseldorf	1,8 Mio. -62%	106 EUR -7%	24% -66%	25 EUR -68%	rd. 130 Mio. EUR -68%
Stuttgart	1,6 Mio. -61%	95 EUR -12%	25% -65%	24 EUR -69%	rd. 50 Mio. EUR -72%

%-Abweichung stellt die Entwicklung zum Vorjahr dar

Krisen-Resilienz der Top-7 Städte im Vergleich

Methodik der Analyse

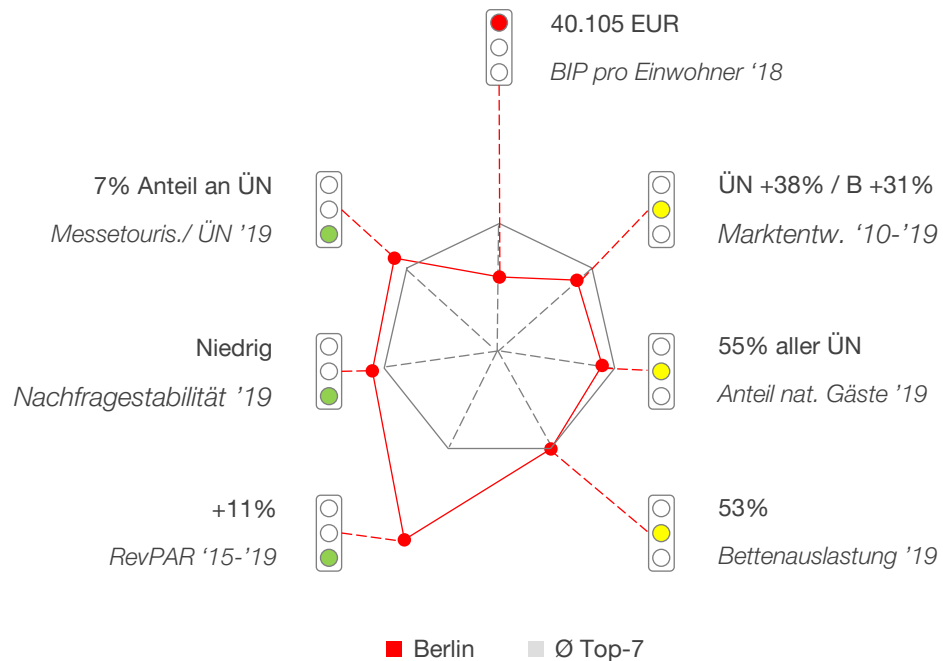
Ziel der Analyse ist es anhand von objektiv messbaren, historischen Marktdaten ein Marktprofil der Top-7 Standorte (Berlin, München, Hamburg, Frankfurt, Düsseldorf, Köln, Stuttgart) zu erstellen. Daraus sollen mögliche Erholungsszenarien abgeleitet werden. Die Analysen betrachten die historische Entwicklung und Performance der jeweiligen Hotelmärkte, das Herkunfts- und Gästeprofil sowie die Wirtschaftskraft. Die Corona-Krise im vergangenen Jahr hat gezeigt, dass insbesondere Destinationen mit starker Abhängigkeit von internationalen Reiseströmen, Messen und Großveranstaltungen von der Krise betroffen sind. Zudem muss bei der zukünftigen Markterholung auch berücksichtigt werden, wie nachhaltig die Hotelmarktstruktur vor der Krise war.



Markt-Charakteristika im Überblick

Stadt	BIP pro Kopf `18	ÜN / Betten % Veränd. `10 - `19	ÜN nat. Gäste % Anteil `19	Bettenausl. in % `19	RevPAR % Entw. `15 - `19	Nachfrage- Volatilität `19	Messebes. / ÜN % Anteil `19
Top-7	72.917 EUR	+54% / +40%	62%	52%	+5,9%	-	18%
Berlin	40.000 EUR	+38% / +31%	55%	53%	+11,0%	Niedrig	7%
München	80.000 EUR	+64% / +60%	52%	57%	-2,8%	Mittel	14%
Hamburg	65.000 EUR	+72% / +59%	75%	58%	+4,9%	Hoch	5%
Frankfurt a.M.	94.000 EUR	+78% / +60%	56%	51%	-5,5%	Niedrig	18%
Köln	60.000 EUR	+44% / +18%	65%	53%	+12,9%	Niedrig	27%
Düsseldorf	82.000 EUR	+32% / +24%	60%	46%	+13,3%	Hoch	29%
Stuttgart	91.000 EUR	+51% / +30%	69%	50%	+7,5%	Hoch	29%

Berlin

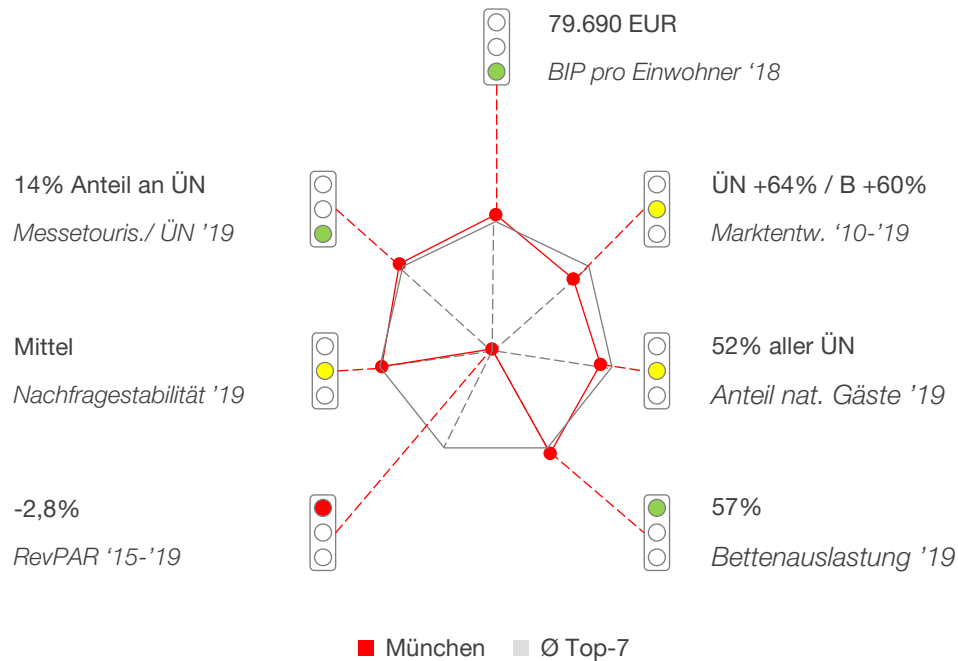


> Fazit | Ausgeglichenes Nachfrageverhältnis kann Erholungsphase begünstigen

Berlin hat als breit aufgestellter Tourismusmarkt mit einer stabilen Nachfragestruktur das Potenzial sich rasch von der Krise zu erholen. Im Vergleich der Top-7 Standorte kann die Hauptstadt eine sehr gute und nachhaltige Marktperformance bis 2019 aufweisen. Auch das Nächtigungswachstum war seit 2010 stärker ausgeprägt als der Angebotszuwachs. Zwar ist Berlin als internationale Metropole auch wesentlich von internationalen Gästen abhängig, allerdings kann sie mit dem nun eröffneten neuen Flughafen BER auch eine verbesserte Anbindung vorweisen.



München

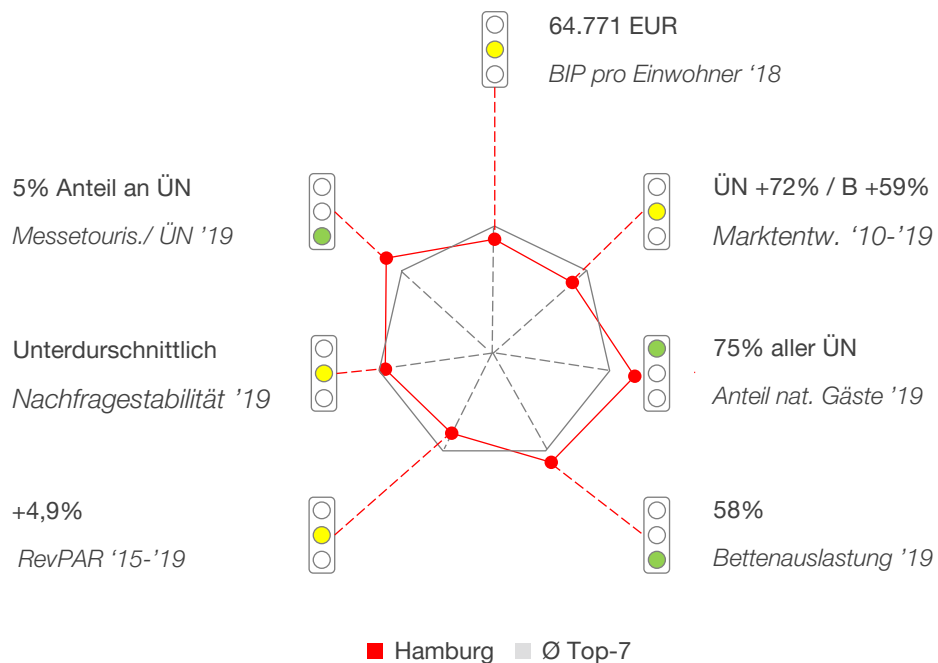


> Fazit | Warten auf das Oktoberfest

Vor der Krise führte München regelmäßig die RevPAR Liste der Top-7 Städte an, wenngleich die Entwicklung in den letzten Jahren mit leicht negativer Tendenz stagnierte. Profitiert hat die Stadt in der Vergangenheit vor allem von einem starken Geschäftsreise-, Messe- und Eventgeschäft welches derzeit besonders unter der Krise leidet. Die überdurchschnittliche Wirtschaftskraft als auch der freizeittouristische Wert sollten die Markterholung stützen. Der Wettbewerbsdruck wird vor allem B-Lagen treffen (Messe, Flughafen, Randbezirke), wo in den vergangenen Jahren zahlreiche Neueröffnungen zu verzeichnen waren.



Hamburg

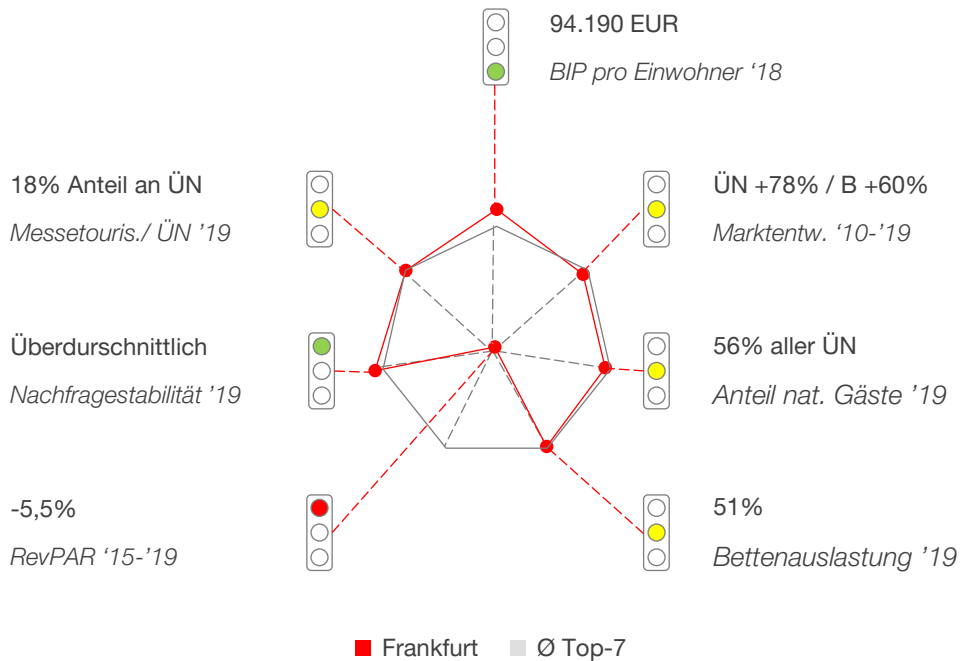


> Fazit | Ausgeglichene Nachfragestruktur birgt Hoffnung

Der freizeittouristische Wert als auch der hohe Anteil nationaler Gäste kann eine schnelle Markterholung begünstigen. Zudem fungiert Hamburg bei vielen Urlaubern der Ost- und Nordsee als Hub bzw. Zwischenstopp. Entsprechende Tendenzen waren bereits im Sommer 2020 zu erkennen. Eine Vielzahl an neueröffneten Betten, die weiterhin ausgeprägte Projektpipeline als auch der bereits vor der Krise nahezu stagnierende RevPAR bleiben als Herausforderung für den Hotelmarkt der Hansestadt aber bestehen.



Frankfurt

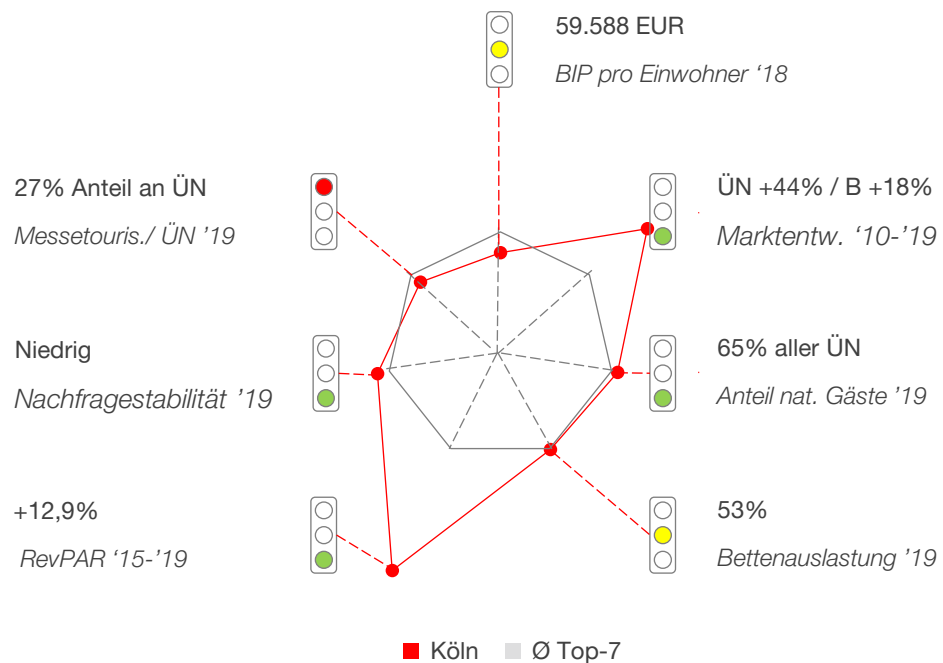


> Fazit | Frankfurt hängt am Nabel des Geschäftstourismus

Der zukünftige Erfolg des Frankfurter Tourismus wird von nationalen als auch internationalen Geschäftsreisenden abhängen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf dem Messe- und Kongress-Segment. Frankfurt ist damit im Besonderen von einer schnellen wirtschaftlichen Erholung und einer Rückkehr zum persönlichen Austausch abhängig. Die Hotel-Performance vor der Krise hatte bereits die Auswirkungen schwächerer Messe-Zyklen sowie deutlich steigender Bettenkapazitäten verdeutlicht.



Köln

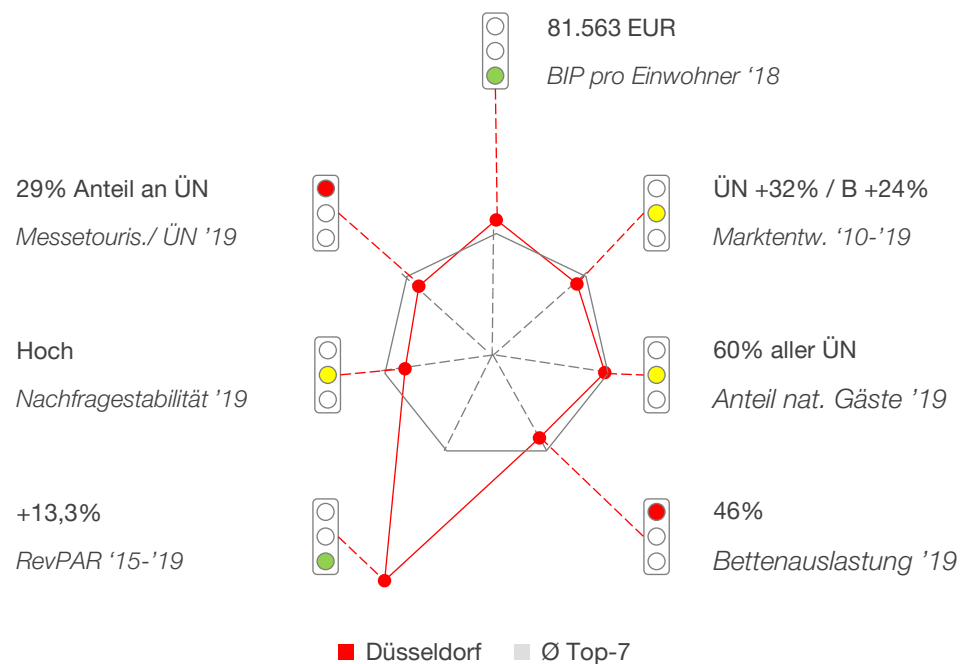


> Fazit | Gesunder Hotelmarkt ~ schnelle Markterholung?

Historisch weist Köln die nachhaltigste Hotelmarkt-Entwicklung innerhalb der Top-7 Städtedestinationen in Deutschland auf. Die Nachfrage stieg deutlich stärker als das Angebot. Gleiches gilt für die Performance auf Hotelebene, die deutlich über dem Durchschnitt der Top-7 Städte liegt. Die historische Stabilität spricht für eine gute Erholungsperspektive der Domstadt.

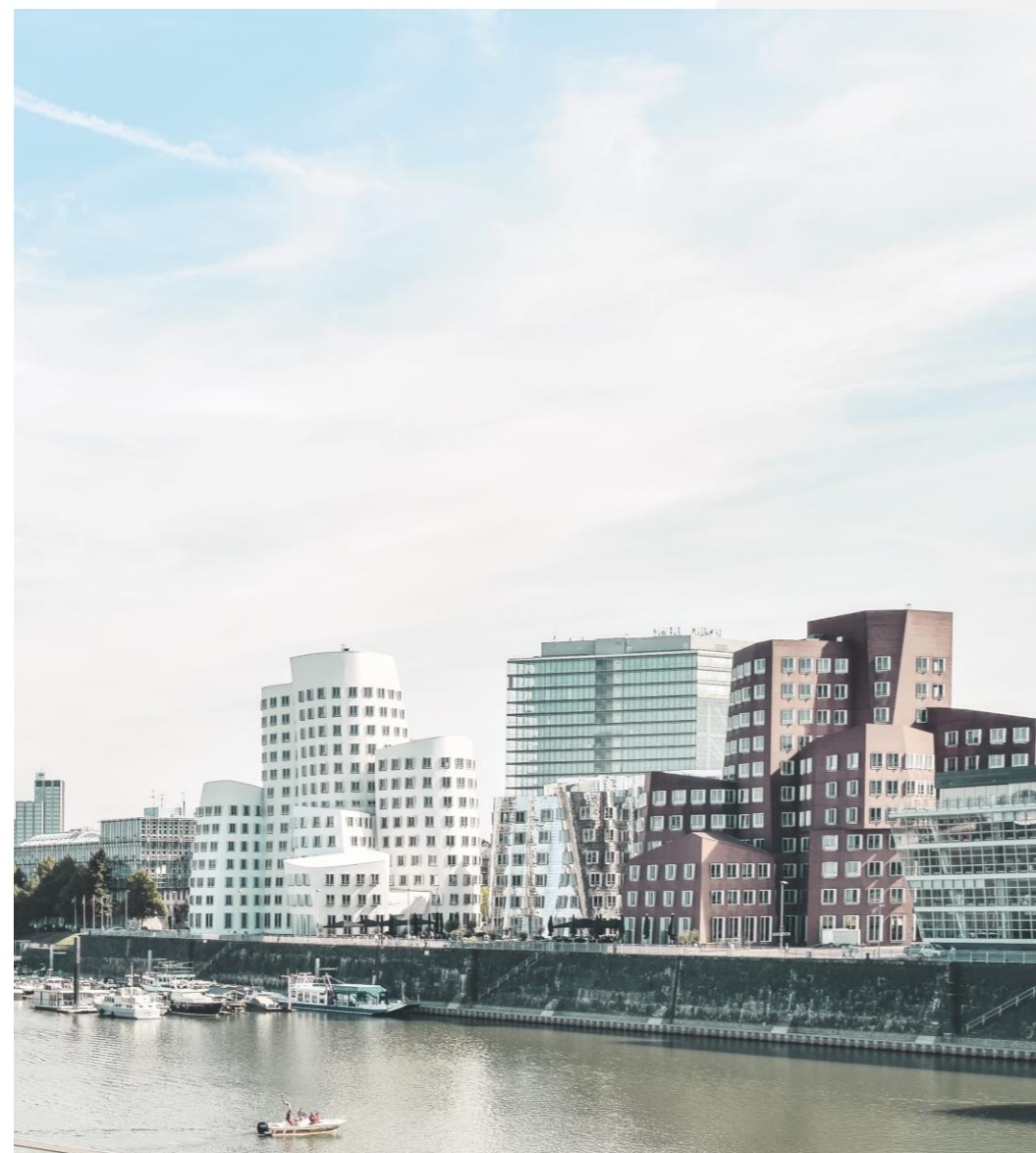


Düsseldorf

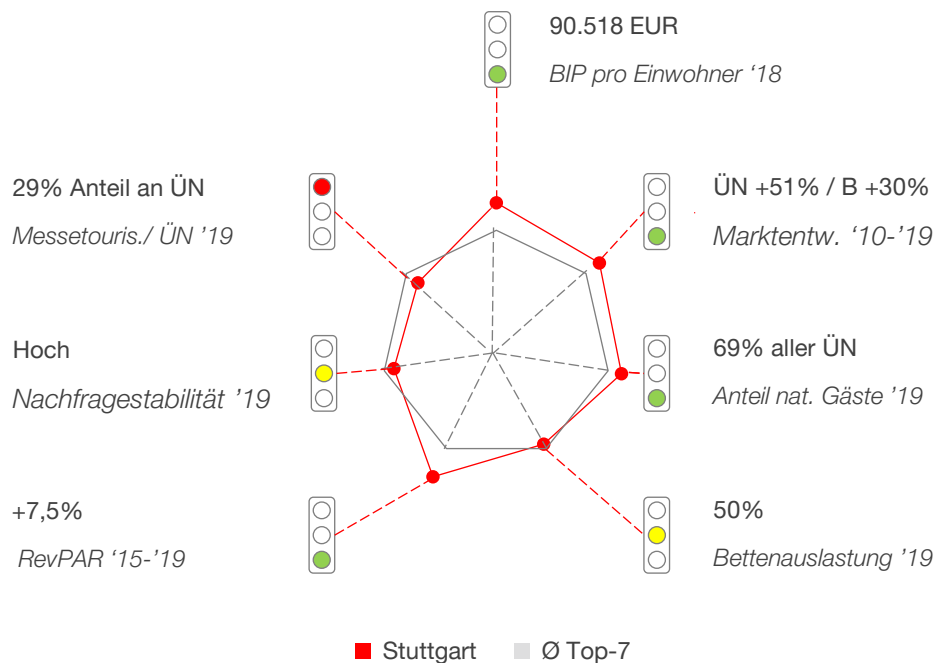


> Fazit | Messestadt Düsseldorf vorerst ausgebremst?

Der Düsseldorfer Hotelmarkt hatte sich in den vergangenen Jahren an die hohe Nachfragevolatilität auf Grund des Messe-Turnus angepasst. Die Abhängigkeit von Großveranstaltungen, als auch das kontinuierlich steigende Hotelangebot, werden eine Herausforderung für die schnelle Erholung der Hotellerie in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt.



Stuttgart



> Fazit | Hohe Anteil inländischer Gäste vs. Abhängigkeit von Geschäftsreisenden

Stuttgart kann auf einen überdurchschnittlichen Anteil nationaler Gäste zurückgreifen. Als einer der führenden Wirtschaftsstandorte in Deutschland mit überdurchschnittlichem Messetourismus-Anteil wird der Hotelmarkt insbesondere von der gesamtwirtschaftlichen Erholung abhängen. Die dynamische Marktentwicklung der Schwabenmetropole zeigt sich in überdurchschnittlichen Wachstumsraten der vergangenen Jahre, auch im Bereich der Hotelperformance. Die Marktattraktivität spiegelt sich aktuell in einer gut gefüllten Projektpipeline wider.



Gastbeiträge · Interviews

Stimmen des Marktes

„Die Krise fordert den Schulterchluss von Investoren und Betreibern“



Marc Werner LL.M. | Hogan Lovells

Was für ein Jahr! Seit März 2020 hat sich mein Leben als Immobilienanwalt geändert, nachdem ich mich seit über 27 Jahren mit Hotels und Hotelbetreiber-Verträgen beschäftige.

Während die Hotelindustrie in den letzten zehn Jahren von einer Erfolgsmeldung zur nächsten schritt, ein Projekt das andere jagte und wir aufgrund der Vielzahl der Hotelimmobilien-Transaktionen unser Team immer weiter vergrößern durften, ist genau dieses Team nunmehr fast Tag und Nacht im Einsatz, um im Auftrag des jeweiligen Asset-Managements Nachträge der jeweiligen Miet- und Pachtverträge zu verhandeln und zu formulieren. So waren wir in den ersten Monaten der Pandemie damit beschäftigt, zahllose Stundungs- und (Teil-) Verzichtvereinbarungen, Laufzeitverlängerungen und

Verschiebungen von Indexierungen durch Nachträge zu vereinbaren. Dies machen wir noch immer, wengleich mit etwas anderen inhaltlichen Vorüberlegungen und Begründungen aufgrund der zwischenzeitlich ergangenen Gesetzesänderungen und Rechtsprechung. Seit Mitte 2020 sind wir nun verstärkt dabei, im Bereich Hotel-M&A auch Übernahmen abzuwickeln und Vertrags-Portfolien (Miet-/Pacht-/Managementverträge) zu übertragen.

Neue Projekte oder der Kauf oder Verkauf von Immobilien fanden sich auf unseren Schreibtischen in 2020 daher eher selten. Glücklicherweise gibt es sie aber noch und einige davon sind auch richtig spannend.

“Die von vielen Betreibern geforderte Umstellung der Verträge auf reine Umsatzmiet- oder -pachtverträge kann und wird es nicht geben, so lange regulierte Fonds Haupteigentümer deutscher Business-Hotels sind.”

Inzwischen sind wir in der zweiten oder dritten Nachtragswelle angekommen und Betreiber und Investoren fragen sich, wie die Zukunft des Vertragsverhältnisses aussehen soll. Insbesondere, weil die ergangenen Gesetzesänderungen nicht die erhofften Lösungen, sondern zum Großteil mehr Unsicherheit und Verwirrung bewirkt haben. Stundungen erhöhen immer weiter die Schuldenlast der Betreiber und können, sobald die insolvenzrechtlichen Ausnahmebedingungen enden, sehr schnell zu einer Insolvenzantragspflicht führen. Die von vielen Betreibern geforderte Umstellung der Verträge auf reine Umsatzmiet- oder -pachtverträge kann und wird es auch nicht geben, so lange die regulierten Fonds als Haupteigentümer deutscher Business-Hotels die größten Investoren in Deutschland sind. Die BaFin hat ausdrücklich noch einmal klargestellt, dass es den Hotelinvestoren nicht gestattet ist, reine Umsatz- oder Ergebnismiet- oder -pachtverträge abzuschließen. Im Interesse der Anleger kann es sein, hiervon partielle Ausnahmen zeitlich begrenzt zuzulassen. Am Ergebnis der grundsätzlichen Unzulässigkeit dieser Verträge für...

den Bestand der regulierten Investoren ändert sich jedoch nichts.

Zwischenzeitlich ist auch die Konsolidierungswelle auf Hotelbetreiberseite in einer deutlich erhöhten Geschwindigkeit bei uns angekommen: PremierInn hat ein Portfolio von Betreiberverträgen übernommen, ebenso wie Westmont oder die HR-Gruppe. Ganze Betreiberplattformen stehen zum Verkauf und Private Equity Gesellschaften finden sich als Käufer. Nur Hotelimmobilien werden (noch) nicht mit Discount verkauft. Hier warten jedoch einige Investoren auf Möglichkeiten.

Es bleibt spannend in unserer Industrie und je länger die Krise andauert, desto nervöser werden alle Beteiligten. Hier hilft nur der Schulterschluss zwischen Investoren und Betreibern. Aus unserer Sicht hat dies in den letzten Monaten überwiegend gut geklappt. Hervorzuheben ist, dass es keine allgemeingültige Strategie gibt. Die meisten institutionellen Investoren sind professionell genug, sich Betreiber für Betreiber und Standort für Standort anzusehen und sich gemeinsam mit dem Betreiber zu

überlegen, wie es wo weitergehen kann. Selbst wenn der Festpacht- oder -mietvertrag auch in Zukunft der Standard in Deutschland bleiben werden, so finden durch Corona immer mehr neue Klauseln Einzug in den Betreibervertrag. Insbesondere wird natürlich über sog. „Corona“-Klauseln nachgedacht. Wenngleich es noch keine „Standard“-Corona-Klausel gibt (und wahrscheinlich auch nie geben wird), so wird im Augenblick wohl kein neuer Betreibervertrag abgeschlossen, ohne dass dieser eine Regelung bezüglich „Höherer Gewalt“, unter welche die Pandemie unstreitig fällt, und deren Folgen enthält.

“Hier hilft nur der Schulterschluss zwischen Investoren und Betreibern. Aus unserer Sicht hat dies in den letzten Monaten überwiegend gut geklappt.“

Hier gibt es inzwischen jede Form von „Spielart“. Es kristallisiert sich aber heraus, dass die über diese neuen Corona-Klauseln natürlich nicht überglick-

lichen, aber den Betreibern eine „Notfall-Klausel“ zugestehenden Investoren verlangen, dass die Regelungen zu möglichen Mietreduzierungen als Folge eines durch eine Pandemie begründeten Umsatzrückgangs hinsichtlich der Voraussetzungen und Begrenzung von Zeit und Umfang klar und unzweideutig sein müssen. Ein Investor muss an diese Klausel ein „Preisschild“ hängen können, um das Ausmaß einer möglichen (insbesondere der maximalen) Mietreduzierung kalkulieren und damit bewerten zu können. Im Übrigen werden sich wohl verstärkt Verschiebungen der Risiken zwischen Vermieter und Mieter bzw. Verpächter und Pächter entwickeln. Das, was wir in der Vergangenheit als „Hybridverträge“ bezeichnet haben, wird sich noch stärker zur bewussteren Risiko-Allokation zwischen den Parteien herausbilden. Ich sehe insbesondere eine Verschiebung hin zu kürzeren Laufzeiten, aber auch zu einer Verpflichtung des Betreibers zur Bildung von „Krisen-Reserven“ zusätzlich zu der in der Regel zu bildenden FF&E-Reserve. Denkbar wäre auch eine neue Art oder Erhöhung von Miet-/Pachtsicherheiten,

die in solchen Fällen das (teilweise) Mietausfallrisiko des Investors absichern könnten. Ob es neue (bezahlbare) Versicherungen für solche Fälle geben wird, bleibt abzuwarten.

“Die Rechtslage bei § 313 BGB ist noch nicht gesichert und bleibt spannend. Einzelfallabwägungen und -entscheidungen werden Einzug halten und damit eine Kategorisierung und Verklausulierung schlichtweg unmöglich machen.“

Ganz sicher bin ich mir aber, dass wir auch nach der Krise keine reinen Umsatzmiet- oder Pachtverträge sehen werden. Diese haben sich nicht nur in der Krise nicht bewährt, sondern sind in Deutschland auch aktuell weder finanzierbar noch von Interesse für die institutionellen Investoren. Interessanterweise argumentieren derzeit die Investoren sogar aus einem solchen Vertrag gegen die Betreiber mit den Gründen aus § 313 BGB auf Mietzahlung.

Ich halte dies für einen klugen und überhaupt nicht abwegigen Gedanken. Wir werden insgesamt sehen, wie die Rechtsprechung mit § 313 BGB und Hotelbetrieberverträgen umgehen wird. Die Rechtslage ist auch trotz der Entscheidungen des LG München, des OLG Dresden und des OLG Karlsruhe bis zum heutigen Tag nicht gesichert und bleibt spannend. Einzelfallabwägungen und -entscheidungen werden Einzug halten und damit eine Kategorisierung und Verklausulierung schlichtweg unmöglich machen. Da beide OLG-Entscheidungen die Revision zugelassen haben, werden wir sicher bald eine BGH-Entscheidung hierzu haben. Ich erwarte allerdings, dass auch der BGH zur Einzelfallentscheidung tendiert, so dass es auch nach der Corona-Gesetzesänderung vornehmlich darauf ankommen wird, dass sich die Parteien an einen Tisch setzen und sich einigen, wenn sie nicht das Risiko eingehen wollen, im regelmäßig vor aller Öffentlichkeit stattfindenden Gerichtsverfahren im wahrsten Sinne des Wortes die Hosen runter lassen zu müssen.

Am Ende müssen Investor und Betreiber herausfinden, welche Lösung für die Immobilie und die Parteien am besten ist. Und sie müssen akzeptieren, dass auch die beste Lösung nicht in Stein gemeißelt ist, sondern sich diese im zweiten, dritten oder vierten Nachtrag während einer Pandemie weiterentwickeln und kompromissbereit bleiben müssen.

„Hotels are here to stay“



Ascan Kókai | ECE Real Estate Partners

Die ECE hat sich inmitten der Corona-Krise zur Auflage eines Hotelfonds entschieden. Welche Beweggründe gab es hierfür?

Tatsächlich liegt der Ursprung der Entscheidung für die Assetklasse schon länger zurück. Alexander Otto hat schon seit Jahren privat in Hotelimmobilien im Leisure Sektor investiert und die ECE Group ist einer der größten Entwickler von Hotels in städtischen Zentrumsanlagen im deutschsprachigen Raum. Nachdem in 2019 auch eine Beteiligung als Hauptaktionär an der Ruby Hotel Gruppe getätigt wurde, lag es nahe vor dem Hintergrund dieser umfassenden Expertise als Investor, Entwickler und nun auch indirekt im operativen Geschäft, eine Diversifizierung auch in unserem Fondsgeschäft in

eine weitere Assetklasse mit Betreiberimmobilien strategisch umzusetzen. Was die Corona-Krise aber verursacht hat, ist, dass wir entschieden haben, uns nicht im Core oder Core+ Bereich mit dem neuen Hotelfonds zu positionieren, sondern die antizyklische Opportunität für unsere Investoren zu nutzen indem wir die Recovery der Märkte nutzen und auf Asset Ebene Value Add Initiativen realisieren um so Werte für unsere Anleger zu schöpfen.

„Wir haben einen mittel- bis langfristigen Investment-Horizont und positionieren unseren Fonds im Bereich Value Add, um so Werte für unsere Anleger zu schöpfen.“

Wir haben hier einen mittel- bis langfristigen Horizont. In dem Verständnis, dass die Fundamentaldaten des Sektors auch nach der Krise sich den längerfristigen Trends annähern werden und wir ohne Belastung eines Bestandportfolios von Hotels uns auf die Fakten verlassen können, dass die globale Mittelschicht mit

ihrem Vermögen stetig wächst, die demographische Entwicklung mehr Lebenszeit zum Reisen bietet und Reisen zum Lifestyle immer breiterer Schichten zählt um ihren Bedarf für Erlebnisse zu befriedigen. Dies kombiniert mit den globalen wirtschaftlichen Verknüpfungen wird somit langfristig weiteres Wachstum in der Nachfrage für Reisen und somit Übernachtungsangebote wie Hotels bieten.

Dabei können wir über das Netzwerk des unmittelbaren Teams der ECE Real Estate Partners in Hamburg und Luxemburg hinaus, auf die Reichweite der Kollegen in den Schwestergesellschaften der ECE Group in Europe zugreifen und bei Bedarf auf die verschiedenen Funktionen die dort verortet sind.

Welche strategische Ausrichtung ist für den Hotelfonds geplant?

Die Recovery Phase des Hotelmarkts wird von Marktbeobachtern mit bis zu vier Jahre angenommen. Dies bedeutet, dass die Investitionsphase des Fonds

in Gänze in diesen Zeitraum fällt. Allerdings wäre es zu kurz gesprungen, wenn wir nur die Marktphase nutzen wollten in der einfachen Erwartung von Yield Kompressionen.

Deswegen suchen wir bewusst mit unserer pan-Europäischen Strategie Objekte und selektiv Projekte, wo auf Asset Level Wert gehoben werden kann. Dies kann die Restrukturierung bestehender Mietverträge sein, z.B. von Festpachten hin zu hybriden Strukturen bei gleichzeitiger Verlängerung, die Mieter operativ entlasten und dem Investor Upside-Potenzial bieten, oder den Austausch von Betreibern / Marken sowie Capex Maßnahmen um Renovierungen in der Erholungsphase vorzunehmen bzw. Re-positionierungen umzusetzen bevor die Märkte sich stabilisieren, um dann sehr gut aufgestellt zu sein für maximale Performance wenn die Märkte sich stabilisiert haben. Dies sollte sich in laufenden Renditen wie Exit-Preisen niederschlagen.

Welche Argumente können Sie den derzeitigen Zweiflern am Hotelinvestment und Finanzierungs-

Markt entgegenhalten?

Hotels are here to stay!

Was aber wichtig ist, ist den Sektor zu verstehen, die Player zu kennen und einzuschätzen und zu verstehen, welche Marken in welchem Märkten und Mikrolagen funktionieren.

“Wir sehen, dass einerseits noch wenig Produkt auf dem Markt ist, zum anderen aber große Unsicherheit im Preis besteht. Hier erwarte ich im nächsten halben Jahr Bewegung, da sich der Druck auf Betreiber, Bestandshalter und Banken weiter erhöht.“

Für diese Assetklasse sehen wir es für uns daher als essentiell an, eigene in-house Experten zu haben, um die Steuerung der Investitionen zu handhaben. Dennoch ist es auch für uns wichtig, externe Experten in verschiedenen Märkten mit einzuspannen, um sicherzustellen, aktuelle Entwicklungen und

Opportunitäten zu verfolgen bzw. vorgestellt zu bekommen. Diese können dann eben auch im eigenen Bestandsportfolio berücksichtigt werden. Dieser Austausch ist sehr wichtig und auch die unabhängige Meinung die diese Partner bieten können auf Grund ihrer Involvierung in einer Vielzahl von Projekten mit einer Vielfalt von Marktteilnehmern. Das Hotelinvestmentgeschäft hat ein ausgeprägtes Cross-Border Profil, was nicht verwundern sollte angesichts des zugrunde liegenden Geschäfts in diesen Immobilien. Insofern bieten sich auch immer wieder Ansätze, die Investoren im lokalen Markt so nicht sehen, oder wo ausländische Investoren aus strategischen Gründen z.B. in Deutschland investieren wollen, einem der größten Tourismuskmärkte Europas mit einer multizentrischen Marktstruktur und einer der stärksten Volkswirtschaften der Welt.

Mit welchen Markterwartungen gehen Sie in das Jahr 2021?

Wir sehen, dass einerseits noch wenig Produkt auf dem Markt ist, zum anderen aber große Unsicherheit im Preis besteht. Hier erwarte ich im nächsten halben Jahr, mit andauern der Krise auch über Lockdowns hinaus, der Druck auf Betreiber, Bestandhalter und Banken erhöht, wenn die Lockerungen im Insolvenzrecht aufgehoben werden, Kredite wieder samt Tilgung bedient werden und gestundete Mieten nachgezahlt werden müssen. Dies in einer Zeit, wo Umsätze aufs Jahr gerechnet voraussichtlich noch deutlich hinter dem Vorkrisenniveau von 2018/19 zurückbleiben. Der Sommer 2021 kann im Leisure Bereich sicher wieder einen Boom ähnlich zu 2020 verzeichnen, aber Messen, Großveranstaltungen kultureller oder sportlicher Art, Kongresse und Konferenzen haben Vorlaufzeiten von zwölf bis 36 Monate, und es bleibt abzuwarten, wie groß die Bereitschaft des Einzelnen ist, sich kurzfristig wieder an solchen Veranstaltungen zu beteiligen.

Selbst dort wo sie stattfinden bleibt daher fraglich ob diese in diesem Jahr signifikante Besucherzahlen wie in der jüngeren Vergangenheit verzeichnen werden können. Auch Firmen werden in diesem Jahr vermutlich noch skeptisch bleiben, wieweit sie ihre Mitarbeiter einem potentiell erhöhtes Risiko der Ansteckung aussetzen wollen.

“Es liegt an jedem Einzelnen, sich kurzfristig wieder an Konferenzen und Veranstaltungen zu beteiligen. Auch Firmen werden vermutlich in diesem Jahr noch skeptisch bleiben, ihre Mitarbeiter einem potenzielle erhöhten Ansteckungsrisiko auszusetzen.“

Dennoch wird das selbstbestimmte wirtschaftliche Agieren für Hoteliers und alle Marktbeteiligten eine Aufhellung der Markteinschätzung bieten, mit dem Risiko, dass Spätfolgen der Pandemie zunächst unterschätzt werden.

Diese werden womöglich erst 2022 voll zum Tragen kommen und damit für gut kapitalisierte Investoren Gelegenheiten bieten.

„Auch in früheren Krisen stand die Ferienhotellerie für Stabilität“



Jens Sroka | Heimathafen Hotels

Herr Sroka, welche Eindrücke haben Ihr Hoteljahr 2020 geprägt?

Der Januar, Februar 2020 fing super an, noch nie hatten wir so einen guten Start in ein Jahr und so viele Buchungen „on the Books“. Dann kam der erste Lockdown und wir mussten die Hotels vom 18. März an schließen. Man vergisst es schnell, aber am Anfang war das schon eine Weltuntergangsstimmung, da wir ja gar nicht wussten wann wir wieder aufmachen könnten und ob wir das finanziell überleben. Zum Glück haben wir uns für unsere Hotels die zinslosen Sonderkredite von der Investitionsbank Schleswig Holstein gesichert.

Am 18. Mai durften wir dann wieder eröffnen und die Buchungen gingen durch die Decke.

Wir haben die Rate angepasst und bis Ende Oktober eine super Saison gehabt.

“Von Mitte Mai bis Oktober hatten wir eine super Saison. Dann kam der zweite Lockdown und ehrlich gesagt hatte keiner erwartet, dass dieser so hart und lang sein würde.”

Dann kam der zweite Lockdown und ehrlich gesagt hatte ich glaube ich keiner erwartet das dieser so hart und so lang sein würde. Wir hoffen das wir im April nach dann fünf geschlossenen Monaten wieder öffnen dürfen. Finanziell war und ist der Lockdown eine große Herausforderung, da wir bis jetzt bis auf das Kurzarbeitergeld, keine Zahlungen von den November- und Dezemberhilfen geschweige denn das Überbrückungsgeld III gesehen haben.

Sind aus dem Krisenjahr neue Projekt- und Produktideen entstanden?

Wir glauben, dass wir an den Küsten mit unseren breit

aufgestellten Hotelprodukten gut gewappnet sind. Wie so oft ist aber die Überlegungen wie man vor allem durch Digitalisierung Kosten und Personal sparen kann, um unternehmerischer zu arbeiten und finanziell leichter durch evtl. zukünftige Lockdowns zu kommen.

“Wir glauben, dass wir mit unseren Hotelprodukten gut gewappnet sind.”

Hat sich Ihre Zielgruppe nochmals verändert?

Wir haben im Jahr 2020 gemerkt das wir doch einen 25%igen Anteil von Gästen hatten, die sonst nicht im Inland gereist sind und daher das erste mal an der deutschen Küste waren. Hier haben wir eine gute Möglichkeit neue Stammkunden zu generieren.

“Die Corona-Krise gibt uns die Möglichkeit neue Stammkunden zu generieren.”

“In der Ferienhotellerie sind durchaus 90% Zimmerauslastung aufs Jahr bei sehr guten Raten zu erzielen”

Ist die Ferienhotellerie in Deutschland nun der neue Stabilitätsanker oder wurde ihre Rolle vor der Krise unterbewertet?

Beides! Wir merken, dass institutionelle Investoren sich vor der Krise wohl zu einseitig auf die Stadthotellerie konzentriert haben und nun vermehrt ein Interesse an der Ferienhotellerie zeigen, um ihr Risiko zu verteilen / minimieren. Wir sind uns schon seit Jahren bewusst dass wir in den vergangen Krisen immer eher die Gewinner waren und für Stabilität standen und dass man an auch in der Ferienhotellerie Belegungen von über 90% aufs Jahr bei sehr guten Raten erzielen kann.

Welche Erwartungen haben Sie an das Jahr 2021? in welchen Marktszenarien denken Sie oder ist eine Planbarkeit ohnehin ausgeschlossen?

Wir erwarten eine gute Saison 2021, wenn nicht die Mutationen uns ein Strich durch die Rechnung machen werden. Wir werden uns versuchen einen finanziellen Puffer aufzubauen, da wir leider mit einem weiteren Lockdown im kommenden Winter rechnen

„Unser Handeln ist nach vorne gerichtet“



Yoram Biton | Leonardo Hotels

Herr Biton, Sie haben mit Ihrer Gruppe einen Blick auf den europäischen Hotelmarkt. Wie sehen Sie den deutschen Hotelmarkt in diesem Vergleich aufgestellt?

Wir als Leonardo Hotels Central Europe stehen als europaweit agierende Hotelgruppe vor einer noch größeren Herausforderung als Hotelketten, die „nur“ in Deutschland agieren. Unsere Business Unit mit den weiteren Kernmärkten Italien, Österreich, Schweiz, Spanien, Polen und Ungarn hat es nach wie vor sehr schwer. Die vielen Lockdowns machen es nicht einfacher. Dennoch ist es uns gelungen, ein erfolgreiches Krisenmanagement auf die Beine zu stellen, um die Liquidität des Unternehmens zu sichern.

Wir sind derzeit in der Lage, keine betriebsbedingten Kündigungen aussprechen zu müssen. Unser Handeln ist nach vorn gerichtet, wir stellen uns den neuen Herausforderungen, aktualisieren und optimieren unsere Prozesse, um sie zukunftsfähig auszurichten. In diesem Zusammenhang spielt Deutschland eine der wichtigsten Rollen für uns. Mit einem Hotelanteil von rund 65 Prozent ist Deutschland der größte Markt. Wir sind an aktuell 59 Standorten – von Aachen bis Wolfsburg – vertreten. Deutschland hat sich im Vergleich zu den anderen europäischen Ländern als resilienter bewiesen. Wir werden hier weiter expandieren und auch neue Segmente erschließen.

„Wir sind in der Lage derzeit keine betriebsbedingten Kündigungen aussprechen zu müssen.“

„Deutschland hat sich im Vergleich zu den anderen europäischen Ländern als resilienter bewiesen. Wir werden hier weiter expandieren und auch neue Segmente erschließen.“

Ist Ihnen der Schulterchluss mit den Eigentümern gelungen?

Leonardo Hotels gehört zur Fattal Hotel Group, die an der Börse notiert ist. So war unsere Liquidität zu jeder Zeit gesichert.

Wir haben zu jeder Zeit mit allen unseren Kollegen und Partnern sehr offen kommuniziert, neue Agreements geschaffen sowie bei unseren Investoren frisches Kapital eingesammelt. Das alles im Schulterchluss mit unseren Cash-Flow-starken Eigentümern, was von großem Vorteil ist, um gemeinsam Stärke zu beweisen und die Krise zu meistern. Alle Business Units agieren als eine Einheit, wir unterstützen und stärken uns.

Ist es ein strategischer Vorteil der Leonardo Hotels seit dem Markteintritt in Europa auch einen signifikanten Immobilienbestand aufgebaut zu haben?

Wir haben ein gesundes Portfolio aus Hotels in Top & Second Cities. Das ist von großem Vorteil. In wichtigen Metropolen wie Berlin, Barcelona, Mailand, Rom, Warschau, aber auch in Second City Spots wie Dortmund, Verona und Bilbao überzeugen wir mit unserem Standortkonzept, das mit kurzen Wegen zu öffentlichen Verkehrsmitteln, Flughäfen, Messen, Sehenswürdigkeiten, Kultur und Shopping-Möglichkeiten punktet. Wir sind uns sicher, dass Reisen – wenn auch in veränderter Form – wieder kommen wird. Die Corona-Erfahrung hat uns auch gelehrt, dass wir uns stärker auf B- und C-Locations fokussieren sollten. Kleinere Orte von großer regionaler Einzugskraft haben einen besonderen Charme entwickelt. Bezogen auf unsere Marken konnten wir beispielsweise mit unserer Lifestyle-Marke NYX Hotels sowie unseren Boutique-Hotels selbst in der Krise gute Belegungen erzielen.

Welche Marktperspektiven sehen Sie aktuell für das Jahr 2021?

Die ökonomischen Einflüsse der Corona-Pandemie sind natürlich auch bei Hotelimmobilien zu spüren, die von massiven Einnahme- und Wertverlusten sowie Investmentunsicherheit begleitet werden. Die Länge der Krise ist entscheidend dafür, wie sich der Wert der Immobilie weiterentwickeln wird. Doch Deutschland wird im Vergleich zu anderen Investitionsstandorten mehr denn je als „Safe Haven“ wahrgenommen. Wir erwarten und hoffen auf ein Nachholeffekt am Markt abhängig von der Länge der Krise und einem fundierten Ausstiegsszenario gestützt durch die Politik.

“Unser Motto: Leonardo ist gekommen, um zu bleiben.”

Wo sehen Sie die Leonardo Hotels in fünf Jahren?

Wir sind seit unserem Start im Jahr 2006 auf gesunde und schrittweise Expansion in Europa eingestellt.

Allein in diesem Jahr halten wir an fünf Neueröffnungen fest - in Warschau und Barcelona sowie Eschborn, Nürnberg und Augsburg. Weitere Projekte bis 2024 haben wir jetzt auch schon in Hamburg und Berlin in der Pipeline. Wichtiger denn je wird für uns die Sicherstellung der Liquidität sein. Wir verfolgen eine Expansionsstrategie, die breit angelegt ist und auf einem guten Mix von eigenen und gemanagten Häusern beruht. Ein umfangreiches, dynamisches Angebot – getragen durch unsere Mehrmarken-Strategie, auch an einem einzelnen Standort – hat sich auch in Krisenzeiten erfolgreich etabliert. Darauf werden wir weiter aufbauen. Da sich das Reiseverhalten im Zuge der Corona-Pandemie weiter verändern wird, blicken wir ebenso auf neue Segmente mit neuen Konzepten. In fünf Jahren haben wir sicher unser Ziel erreicht, eine exklusive Auswahl an Resorts und Ferienhotels im Portfolio zu haben. In Israel sind wir in diesem Bereich bereits Marktführer und können auf die Expertise unseres Mutterkonzerns zurückgreifen.

Ihre Ansprechpartner



Andreas Ewald

Managing Director

E-Mail: andreas.ewald@engelvoelkers.com

Telefon: +49 40 368810150



Constantin M. Klementz

Director

E-Mail: constantin.klementz@engelvoelkers.com

Telefon: +49 40 368810163



Roman Tkaczenko

Manager

E-Mail: roman.tkaczenko@engelvoelkers.com

Telefon: +49 40 368810164



Disclaimer und Impressum

Engel & Völkers Hotel Consulting GmbH

Lizenzpartner der Engel & Völkers Commercial GmbH
Geschäftsführer Andreas Ewald

Stadthausbrücke 5
20355 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40-368810-150
www.engelvoelkersshotel.com

Fairmas GmbH

EUREF-Campus 13
10829 Berlin

+49 30 322 940 520
www.fairmas.com

Hinweis

Die Inhalte dieses Sentiment Reports sind lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und können daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl dieser Bericht mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann dieser Bericht nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Engel & Völkers Hotel Consulting GmbH und/oder eines anderen Engel & Völkers Lizenznehmers wird ausgeschlossen.

