

SENTIMENT REPORT

HOTELMARKT DEUTSCHLAND 2019 | 2020



September 2019

Sehr geehrte Lesenden und Leser,

bereits zum zweiten Mal fühlt EVHC mit dem Sentiment Report den Puls des Hotelimmobilienmarktes. Wohin bewegt sich der Markt, wenn positive heimische Rahmenbedingungen auf unsicherer werdende globale Aussichten treffen. Zweifelsohne bildet der solide Hotelmarkt mit stetig wachsenden Ankunfts- und Nächtigungszahlen die Basis für die positive Stimmung. Nicht nur Betreiber sondern auch Investoren sehen weiteres Wachstum, wenn auch zum Teil außerhalb der A-Städte, in Nischen und benachbarten Produkten.

Die wiederholte, anonyme Befragung von Branchenteilnehmer ermöglicht erneut Einblicke in den Markt, sowohl aus Betreiber- als auch Investorenperspektive. Auch kann EVHC Vergleiche zu den Ergebnissen des Vorjahres ziehen und dadurch Veränderungen in der Stimmungslage und Einschätzung der Marktgegebenheiten aufzeigen.

Gemeinsam mit unserem langjährigen Partner Fairmas geben wir Ihnen zudem wieder einen Überblick über die Performance im ersten Halbjahr 2019 der Top 7 Städte.

Einen erweiterten Blick auch auf andere Asset-Klassen haben unsere Kollegen der EVIC im Rahmen Ihres „Investment Pulse 2019/2020“ geworfen. Dieser erscheint parallel zum Hotel Sentiment Report – sprechen Sie uns für Ihr persönliches Exemplar ebenfalls gerne an.

Wir wünschen all unseren Leserinnen und Lesern eine spannende Lektüre und neue Einblicke.

Ihr



Andreas Ewald



Matthias Hautli



ANDREAS EWALD
Founding Partner
+49 (0)40 36 88 101 50
andreas.ewald@engelvoelkers.com



MATTHIAS HAUTLI
Director
+49 (0)40 36 88 101 54
matthias.hautli@engelvoelkers.com

EXECUTIVE SUMMARY

BETREIBER

A | B | C WELCHE STÄDTETYPEN STEHEN IM FOKUS?

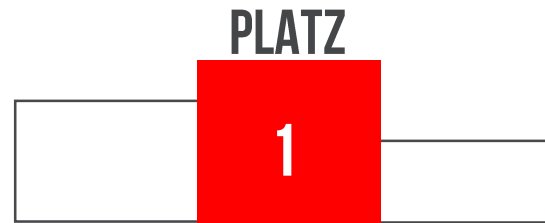
Betreiber verfolgen diverse Expansionsstrategien. Auch wenn C-Städte noch nicht gänzlich im Fokus stehen, bekräftigen Hotelunternehmen in der Umfrage eine konstante bzw. höhere Aktivität. Im Vergleich zum Vorjahr gaben weniger Betreiber an Ihre Aktivitäten lediglich auf A-Städte zu fokussieren (37% im Vergleich zu 55% im Vorjahr).



der Betreiber geben Preis-/Pachtvorstellungen als Hauptgrund für gescheiterte Vertragsverhandlungen an.

„Durch **Angebotszuwächse** und den Expansionsdruck der Hotelgesellschaften sehen wir **Ertragspotenziale** unserer Bestandhotels **gefährdet**“

58% STIMMEN ZU



DAS ÜBERNACHTUNGSVOLUMEN...

ist bei der Auswahl und Bewertung von Standorten durch Betreiber ausschlaggebend.

NACHFRAGEGENERATOREN IM UMFELD UND DIE ERREICHBARKEIT

werden von Hotelunternehmen als zweit- und dritt wichtigster Aspekt bei der Auswahl genannt.

PIPELINE, BAUKOSTEN & CO



Für 90% der befragten Betreiber sind Angebotsüberkapazitäten ebenso ein potentielles Risiko, wie das wachsende Delta zwischen Mieteinnahmen und Baukosten. Auch der Mangel an qualifiziertem Personal wird von den Betreibern weiterhin als Risiko eingeschätzt. Ebenso wird der Abschwung der globalen Wirtschaft mit 83% als Risiko bewertet.

DEVELOPMENT BLEIBT IM FOKUS

63%



der Betreiber setzen derzeit auf Neuentwicklungen, um Ihre Expansionsstrategien voranzutreiben, während 29% die Übernahme von bestehenden Betrieben und 7% Betreiberkonsolidierungen als Expansionsschwerpunkt bezeichneten.

SERVICED APARTMENTS

70% der Betreiber sehen Serviced Apartments als etabliert am Hotelmarkt, während 64% der Betreiber angaben (VJ -18% relativ), dass die Wettbewerbssituation durch Serviced Apartments verschärft wird. Dem gegenüber gaben 40% (VJ +54% relativ) der Investoren an mit Serviced Apartments im Exit im Vergleich zu Hotels ein Renditepremium erzielen zu können.



INVESTOREN

28% DER INVESTOREN
PLANEN PORTFOLIO-BEREINIGUNGEN (VJ + 133% RELATIV)

Aktive Zukäufe sind von der Mehrheit der Investoren (55%) weiterhin vorgesehen.

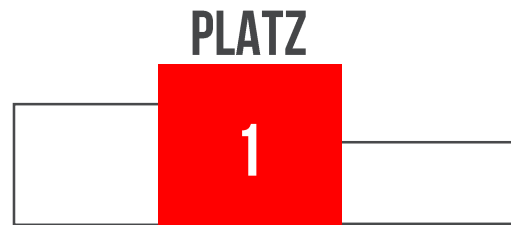
A | B | C WELCHE STÄDTETYPEN STEHEN IM FOKUS?

Sowohl A- als auch B-Städte bleiben weiterhin für Investoren attraktiv. Hervorzuheben ist jedoch, dass die Aktivität in A-Städten im Vergleich zum Vorjahr (-33% relativ) nachgelassen hat.

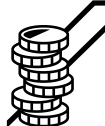
68% der Investoren geben Preisvorstellungen als Hauptgrund für gescheiterte Transaktionen an (21% weniger als im Vorjahr).

Weniger als die Hälfte der Investoren sehen mittelfristig eine positive Entwicklung für den deutschen Hotelimmobilienmarkt.

43% 



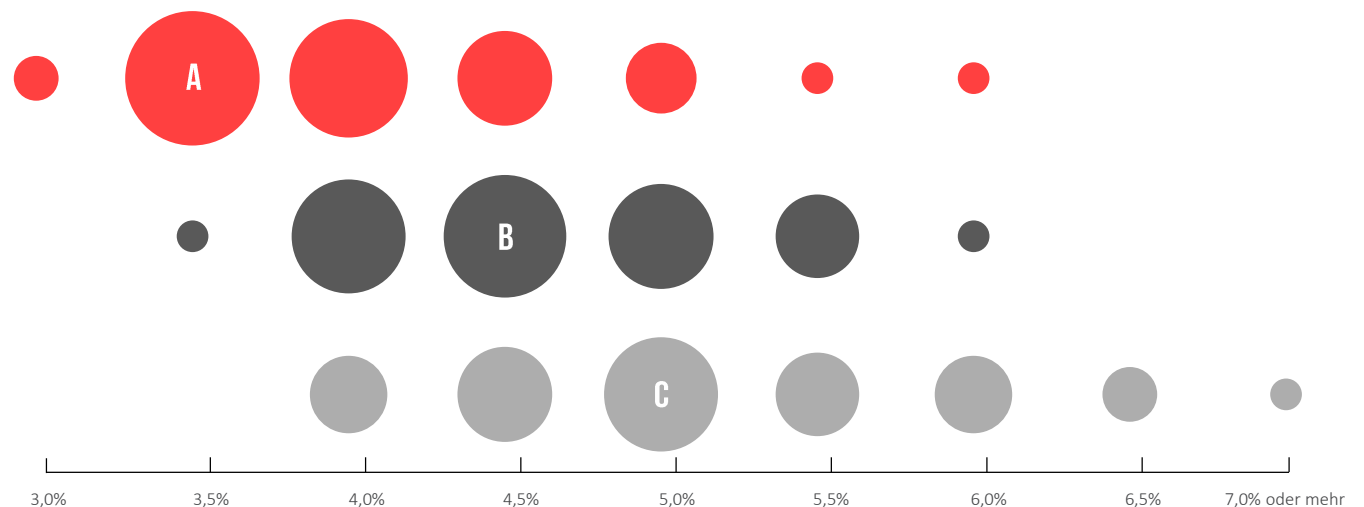
Berlin verteidigt auch in diesem Jahr seinen **1. Platz im Ranking** der attraktivsten Hotelinvestment-Standorte Deutschlands, gefolgt von Hamburg.

15% sehen Zinssteigerungen als potentielles Risiko, was einem Rückgang zum Vorjahr entspricht (-78% relativ). 

91% 

der Investoren sehen einen möglichen globalen Wirtschaftsabschwung als größte potentielle Bedrohung. Auch das wachsende **Delta** zwischen **Mieten** und **Baukosten** wird weiterhin als eine risikoreiche Entwicklung gesehen.

SPITZENRENDITEN WERDEN IM VERGLEICH ZUM VORJAHR GERINGFÜGIG NIEDRIGER EINGESCHÄTZT



SENTIMENT REPORT



„Der weiterhin stabile Hotelmarkt diversifiziert sich weiter. Unsicherheit kommt aus einer zunehmenden Dynamik des wirtschaftlichen & politischen Umfeldes.“

INHALTSVERZEICHNIS

EXECUTIVE SUMMARY	3
MARKT SNAPSHOT	7
MARKTAUSBLICK – HOTELBETREIBER & INVESTOREN	11
HOTELBETREIBER – TRENDS & ENTWICKLUNGEN	19
HOTELINVESTMENT – TRENDS & ENTWICKLUNGEN	23
METHODIK	31
IMPRESSUM	34



AKTUELLE ENTWICKLUNGEN DER HOTELBRANCHE

TREND SNAPSHOT – DEUTSCHLAND

RENDITEPLATEAU RÜCKT NÄHER

Die Renditekompression hat an Fahrt verloren. Zwar zeigt die Befragung der Marktteilnehmer im Rahmen des Sentiment Reports einen weiteren Rückgang der Spitzenrenditen, allerdings hat sich die Entwicklung deutlich verlangsamt.

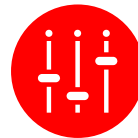


NEUBAU REKORD

Die Vielzahl an Projektentwicklungen führt dazu, dass 2019 ein weiterer Rekord an neu eröffneten Hotelzimmer erreicht wird. Diese Entwicklung wird sich auf Grund der großen Zahl an neuen Projekten auch in den kommenden Jahren fortsetzen.

NISCHEN-MARKEN UND -MÄRKTE

Nicht nur großen Konzerne sondern auch spezialisierte Betreiber schätzen das Potential von Nischenmärkten und Standorten. Die stetige Markenentwicklung soll hierbei helfen diese Märkte zu durchdringen, um weitere Zielgruppen zu erschließen. Häufig ermöglichen neuentwickelte Konzepte den Einzug in atypische, nicht standardisierbare (Bestands-) Immobilien.



PRODUKTKNAPPHEIT

Die viel zitierte Produktnappheit und der Mangel an Flächen in den Top-Standorten lässt Betreiber als auch Projektentwickler zu alternativen Strategien greifen. Neben dem Ausweichen auf Sekundärdestinationen wird verstärkt auf Nachverdichtungen bestehender Objekte als auch Mixed-Use Developments gesetzt.

SEKUNDÄRDESTINATIONEN

Hohe Grundstückseinstände in den A-Städten und steigende Baukosten führen zu hohen Pachtforderungen. Projektentwickler als auch Betreiber sind gezwungen alternative Standorte zu entwickeln um weiteres Wachstum sicherzustellen. B- und C-Städte als auch Feriendestinationen etablieren sich weiter.



NEUAUSRICHTUNG BEI PERSONALFRAGEN

Dem anhaltenden Personalmangel wird insbesondere im Focused-Service Bereich mit multifunktionalen Facilities sowie reduzierten und schlanken Arbeitsprozessen entgegengetreten. Eigene Akademien der Hotelbetreiber bilden branchenfremdes Personal aus. Mit der Einführung des digitalen Meldescheins besteht die Möglichkeit, Prozesse weiter zu automatisieren.

ÜBERBLICK DES ERSTEN HALBJAHRES 2019

PERFORMANCE SNAPSHOT – DEUTSCHLAND

3,78 MIO.

+ 3,0%



BETTEN



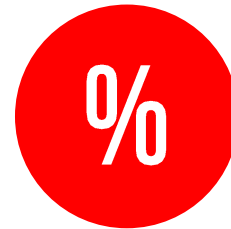
ADR



103 EUR

+ 2,5%

Die Fundamentaldaten des gesamtdeutschen Hotelmarkts sind auch im ersten Halbjahr 2019 weiterhin positiv. Durch eine Steigerung der Übernachtungszahlen von 3,8% im Vergleich zum Vorjahr konnte das Bettenwachstum wiederum kompensiert werden. Auch die Performance-Kennzahlen der Hotelbetriebe (ADR, Occ., RevPAR) verzeichnen gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein ansteigendes Niveau.



AUSLASTUNG



69,6%

+ 0,6%

222 MIO.

+ 3,8%



ÜBERNACHTUNGEN



REVPAR




71 EUR

+ 3,0%

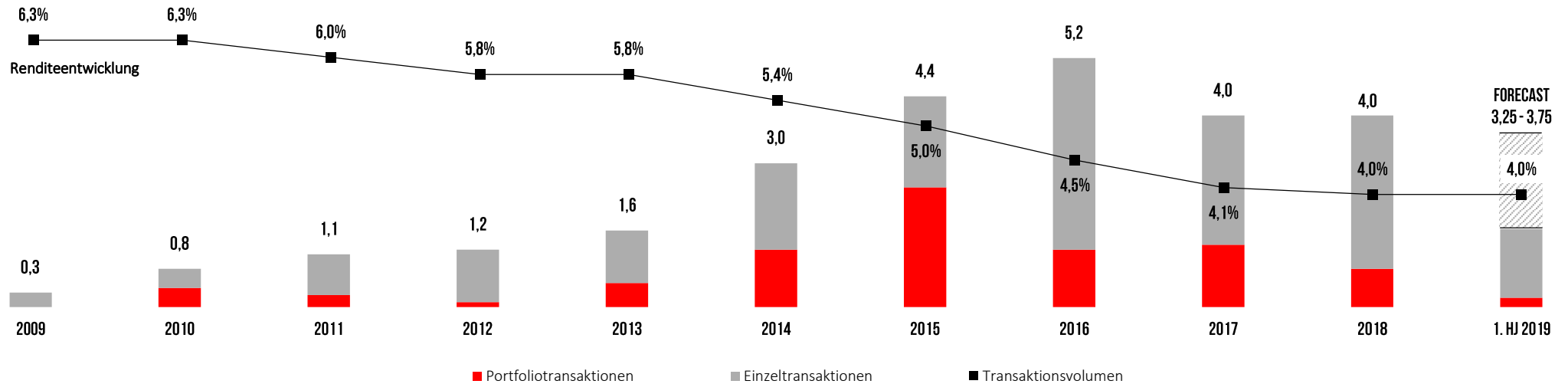
DIE TOP 7-STÄDTE IM ÜBERBLICK

KEY PERFORMANCE INDICATORS ERSTES HALBJAHR 2019

STADT	ADR	ZIMMERAUSLASTUNG	REVPAR	NÄCHTIGUNGEN	TRANSAKTIONSVOLUMEN
 Berlin	99 EUR + 2,9%	78% + 3,0%	78 EUR + 6,0%	16,1 Mio. + 5,3%	rd. 0,16 Mrd. EUR -61%
 Hamburg	116 EUR + 1,4%	76% - 2,1%	88 EUR - 0,7%	7,2 Mio. + 5,5%	rd. 0,13 Mrd. EUR -44%
 München	130 EUR + 13,1%	72% + 0,8%	93 EUR + 14,2%	8,3 Mio. + 8,0%	rd. 0,11 Mrd. EUR -69%
 Frankfurt a.M.	112 EUR + 2,5%	68% - 3,0%	76 EUR - 5,4%	5,2 Mio. + 5,8%	rd. 0,13 Mrd. EUR +26%
 Düsseldorf	105 EUR - 0,1%	68% + 2,4%	72 EUR + 2,1%	2,4 Mio. + 2,6%	rd. 0,07 Mrd. EUR +81%
 Köln/ Bonn	110 EUR + 5,1%	72% + 1,7%	78 EUR + 7,0%	4,0 Mio. + 5,3%	rd. 0,23 Mrd. EUR* +18%
 Stuttgart	109 EUR - 2,3%	71% + 0,0%	78 EUR - 2,1%	1,9 Mio. + 4,5%	rd. 0,08 Mrd. EUR -20%

TRANSAKTIONSVOLUMEN

MARKT SNAPSHOT – 2009 BIS ERSTES HALBJAHR 2019



ENTWICKLUNG

Im ersten Halbjahr 2019 erreichte das Hotel-Transaktionsvolumen einen Wert von rd. 1,6 Mrd. EUR, was einer Minderung zum Vorjahr um rd. 14% entspricht. Das durchschnittliche Volumen pro Transaktion stieg trotz der Dominanz von Einzeltransaktionen um rd. 13 %



RENDITE

Auch 2019 konnte für Hotelimmobilien mit einer Spitzenrendite von durchschnittlich 4% ein Premium im Vergleich zu anderen Asset-Klassen erzielt werden. Im Bereich der Spitzenrendite scheint bei rd. 4% ein Sockel erreicht, die Kompression verlangsamt sich zunehmend



AUSBLICK

Die anhaltende Produktknappheit wird auch mittelfristig zu einer Fokussierung auf Einzelobjekten und Projektentwicklungen führen. Das Transaktionsvolumen wird 2019 voraussichtlich nicht gänzlich die Niveaus der Jahre 2017 & 2018 erreichen

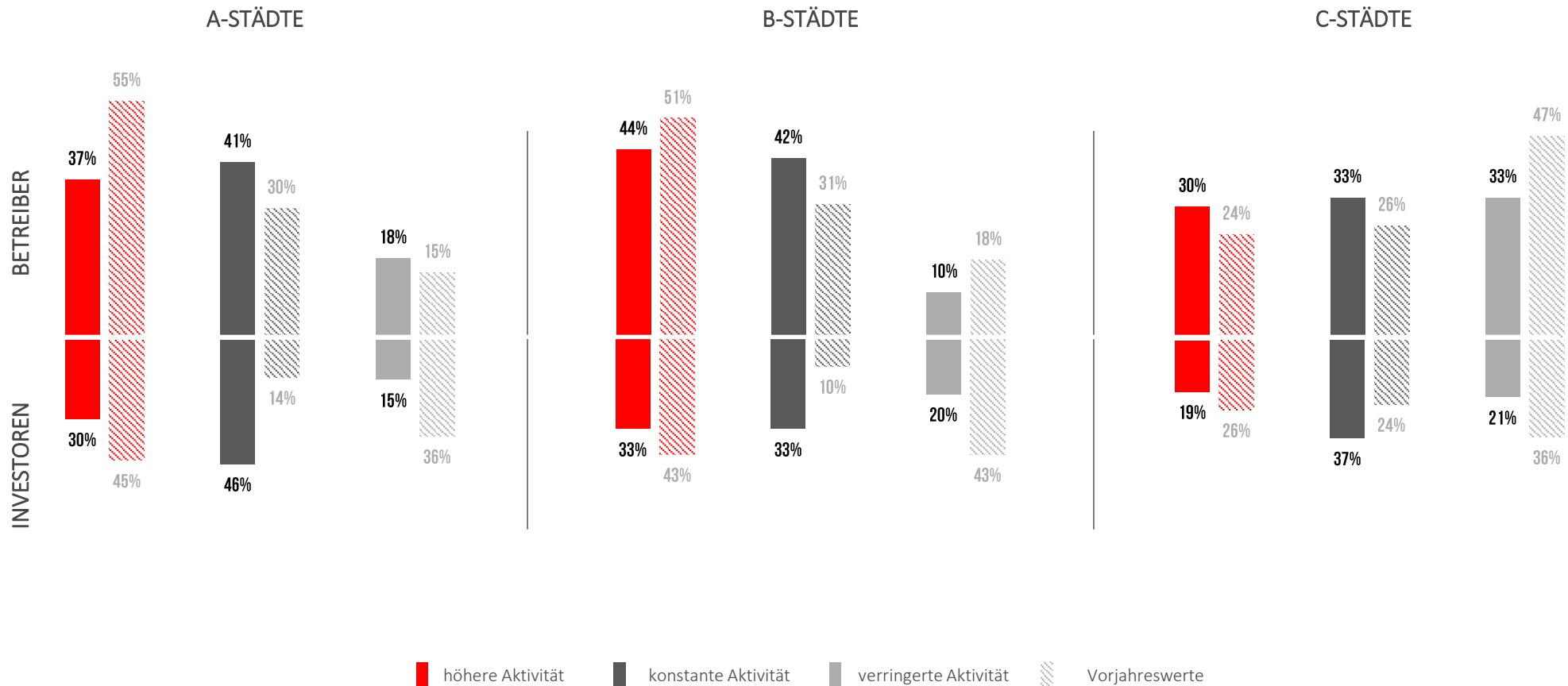


MARKTAUSBLICK

- STÄDTETYPEN IM FOKUS
- ZUKÜNFTIGE STRATEGISCHE SCHWERPUNKTE
- POTENTIELLE MARKTRISIKEN
- ZUKÜNFTIGE EXPANSIONSSTRATEGIEN
- BEDEUTUNG GEWERBLICHER WOHNKONZEPTE
- RENDITE POTENZIALE
- NACHHALTIGKEIT DER STÄDTEENTWICKLUNGEN

WELCHE STÄDTETYPEN STEHEN IM FOKUS?

MARKTAUSBLICK



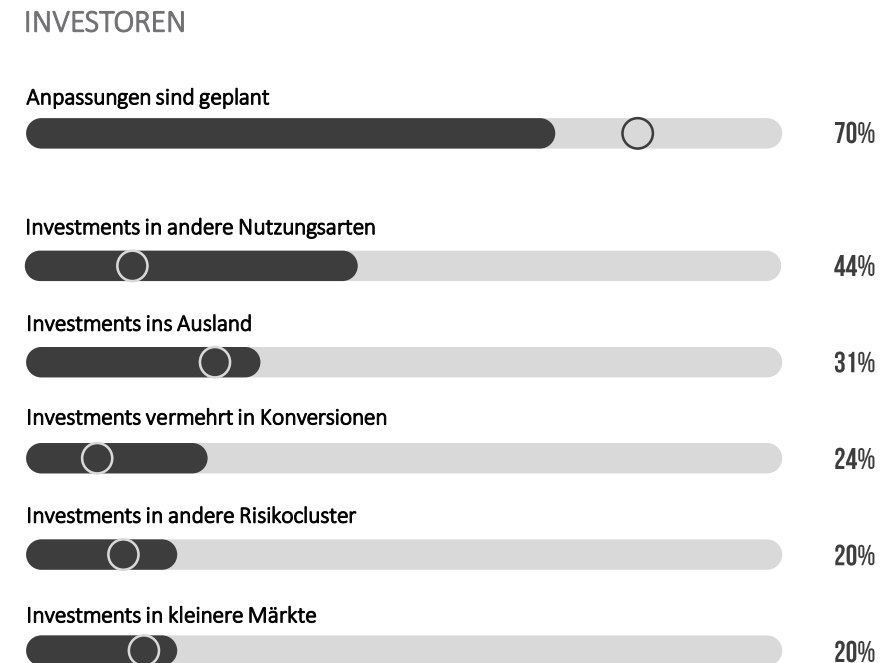
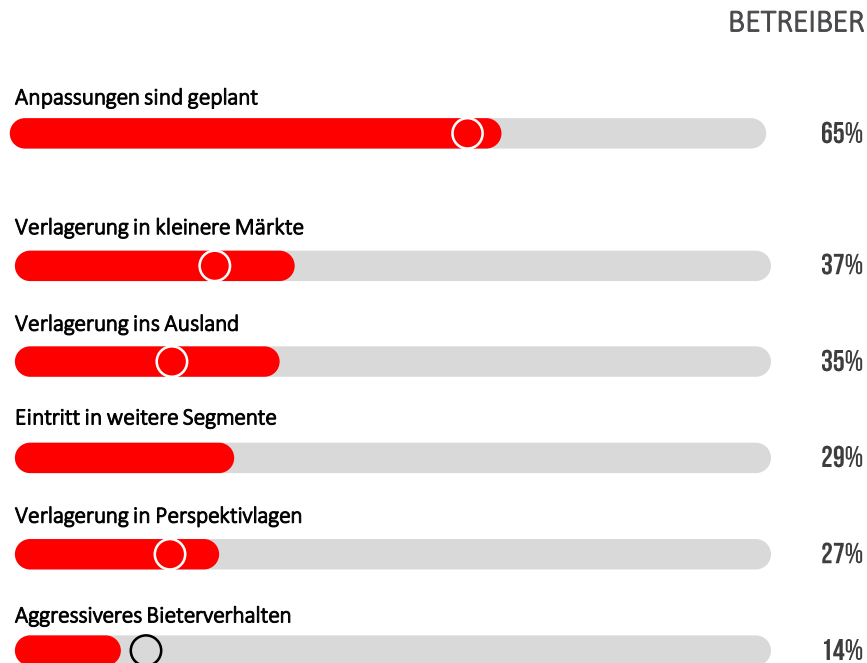
Die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“ ist in der Grafik nicht dargestellt



Investoren und Betreiber planen in A-Städten eine weiterhin konstante Aktivität. Ein noch größerer Fokus auf A-Städten ist wohl auch auf Grund des Produktmangels nicht vorgesehen. Ein ähnliches Bild zeigt sich in B-Städten wobei auffällt, dass die Zurückhaltung von Investoren größer ist. Während Hotelbetreiber laut dieser Umfrage ihre Aktivitäten in C-Städte weiter ausbauen möchten, sind Investoren hier am konservativsten.

WELCHE STRATEGIEANPASSUNGEN WERDEN VERFOLGT?

MARKTAUSBLICK



Stimme zu **Stimme nicht zu** **Vorjahreswert**



Investoren wie auch Betreiber sehen weiterhin großen Bedarf ihre Strategien den Marktgegebenheiten anzupassen. Beide Gruppen ziehen, wie bereits in den Vorjahren, Eintritte in Sekundärmärkte und ins Ausland in Betracht. Hotelbetreiber arbeiten augenscheinlich auch an der Diversifikation ihres Angebotes. Analog können Hotelinvestoren sich vermehrt auch ein Engagement in andere Nutzungsarten vorstellen.

FOLGENDE POTENTIELLE RISIKEN SIND ZU ERWARTEN

MARKTAUSBLICK



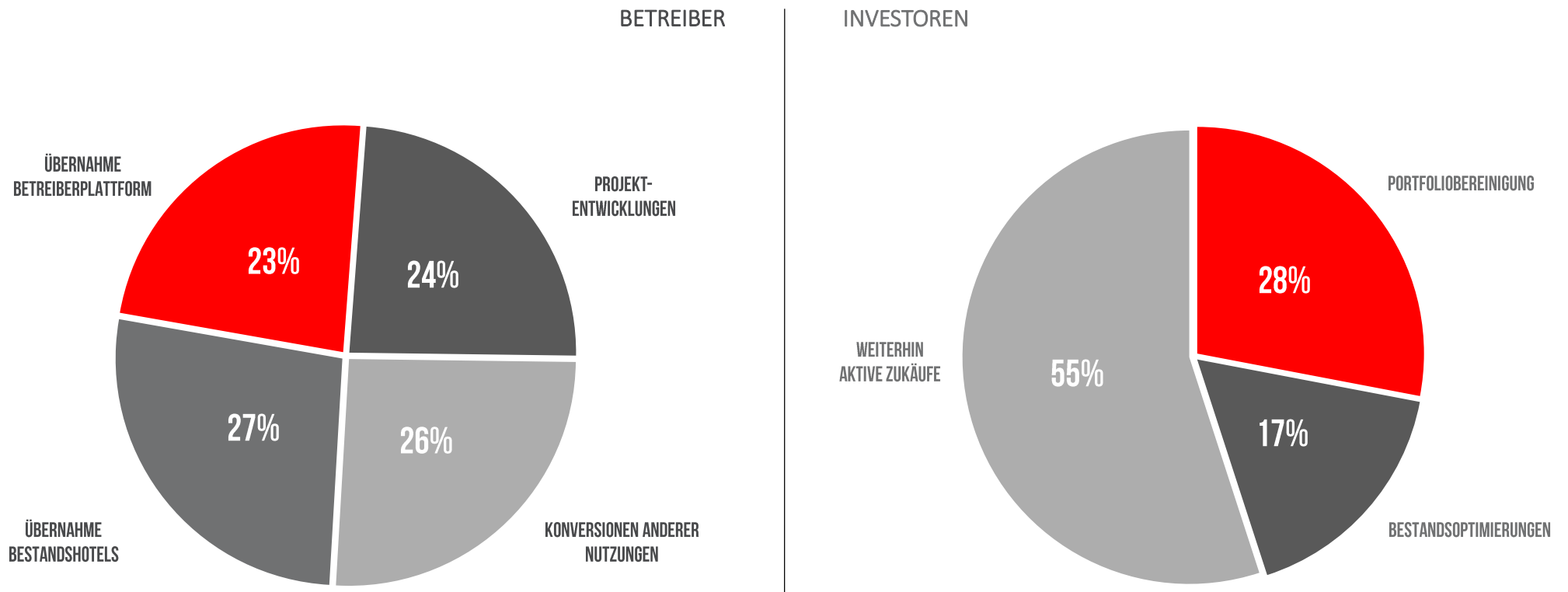
Stimme zu Stimme nicht zu / Weiß nicht Vorjahreswert



Die drängendsten Befürchtungen der Investoren und Betreiber, ein Abschwung der globalen Wirtschaft sowie die Nachhaltigkeit der Pachten im Verhältnis zur Baukostenentwicklung, haben sich in den letzten 12 Monaten intensiviert. Auf Betreiberseite stellen Personalmangel und Angebotszuwächse spezifische betriebliche Herausforderungen dar. Auffällig ist auch, dass im vorherigen Jahr 67% Zinssteigerungen als potentielles Risiko einstufen, während dies auf Grund der aktuellen Entwicklungen deutlich an Bedeutung verliert.

EXPANSIONSSTRATEGIEN FÜR DIE KOMMENDEN ZWEI JAHRE

MARKTAUSBLICK

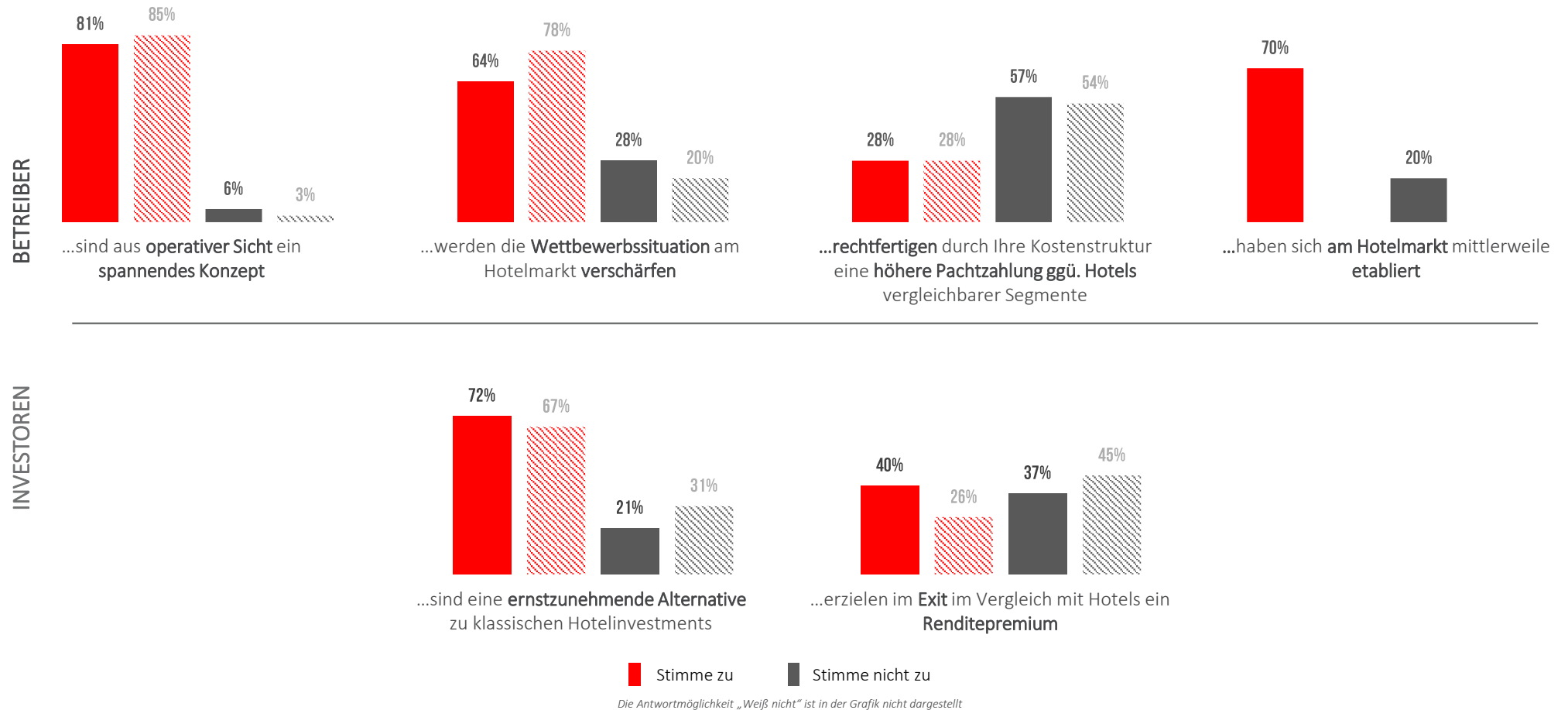


Der Wachstumsdruck auf Hotelbetreiber zwingt diese in Ihren Akquisetätigkeiten eine größtmögliche Flexibilität an den Tag zu legen. So werden alle Expansionsmöglichkeiten annähernd gleich bewertet – dies setzt jedoch auch die entsprechend flexiblen Markenwelten mit Soft Brands und White Labels voraus.

Aktive Zukäufe bleiben auf Investorenmenseite die wichtigste Säule Ihrer Strategie – im Vergleich zum Vorjahr (+133% relativ) könnten strategische Portfolioberichtigungen zu mehr Bewegung auf dem Markt führen und ggf. die Produktknappheit lindern.

GEWERBLICHE WOHNKONZEPTE (SERVICED APARTMENTS)...

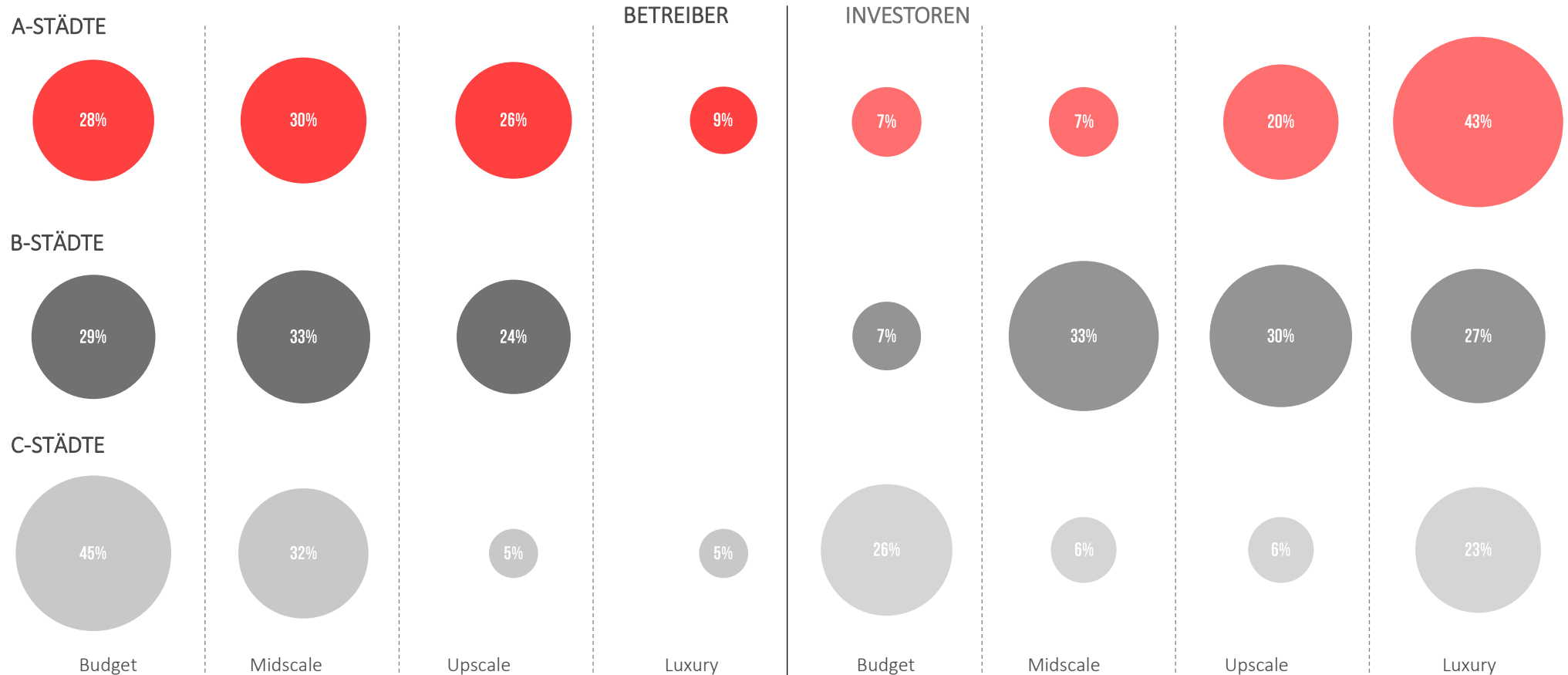
MARKTAUSBLICK



Serviced Apartment Produkte haben sich etabliert. Die Befürchtungen einer verschärften Konkurrenz zu klassischen Hotelprodukten sind mittlerweile geringer, was auf die Einführung von eigenen Longstay-Konzepten zurückgeführt werden kann. Schlankere Betriebsstrukturen rechtfertigen laut der Befragten zwar keine höheren Pachtzahlungen, bieten jedoch u.a. geringere Risiken hinsichtlich Drittverwertbarkeit und Umnutzung. Für Investoren stellen sie eine echte Alternative dar.

RENDITE POTENZIALE: STANDORT | KONZEPT KOMBINATIONEN

MARKTAUSBLICK



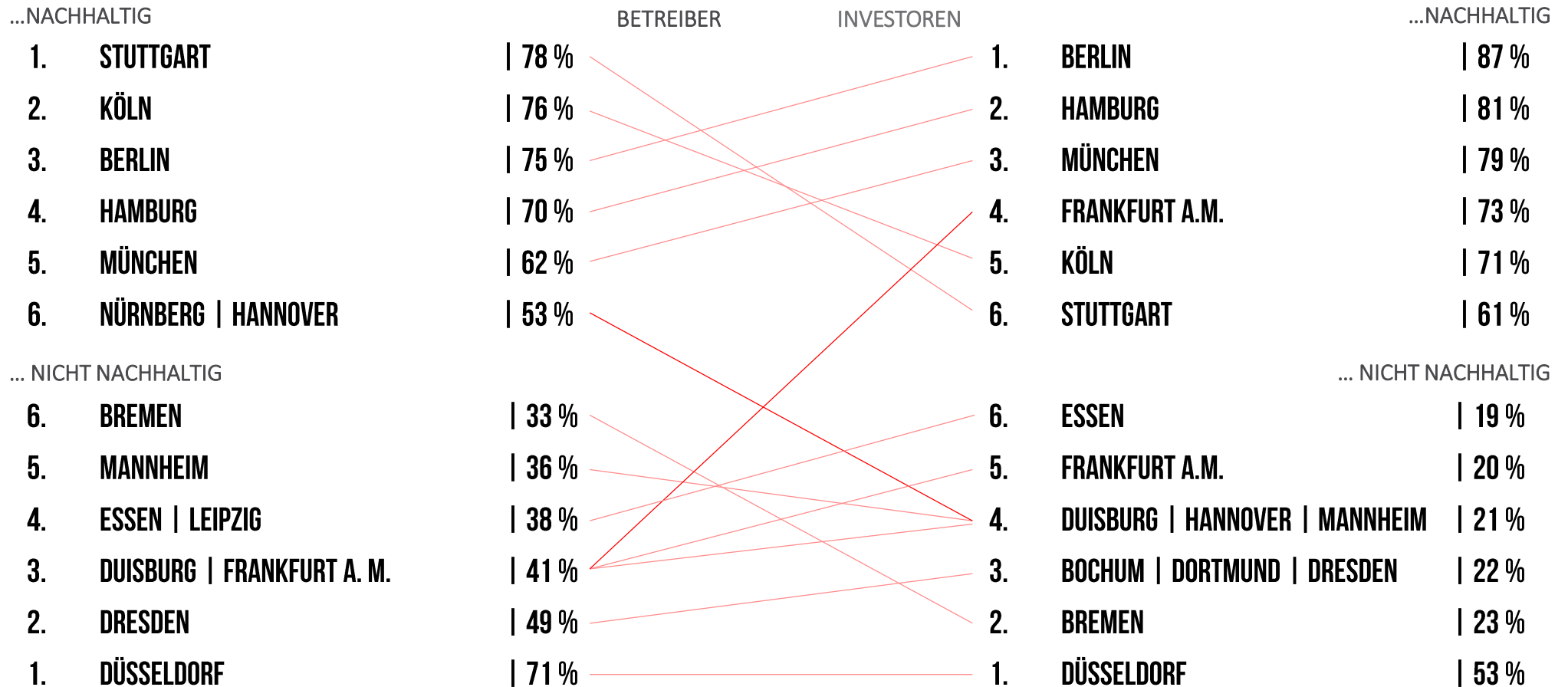
Die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“ ist in der Grafik nicht dargestellt



Aus Betreibersicht ist eine klare Tendenz zu Budget und Focused Service Konzepten zu erkennen. Mögliche Gründe sind schlankere Kostenstrukturen, hohe Standardisierung sowie kürzere Anlaufphasen die insgesamt das Betriebsrisiko minimieren. Investoren zeigen ein diversifizierteres Bild in Abhängigkeit vom Standort. Sie räumen auch höherwertigen und komplexeren Hotelprodukten gute Ertragschancen ein, wie Trophy Assets in den Top-7.

DIE ENTWICKLUNG DES HOTELMARKTES IST...

MARKTAUSBLICK



Die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“ ist nicht dargestellt

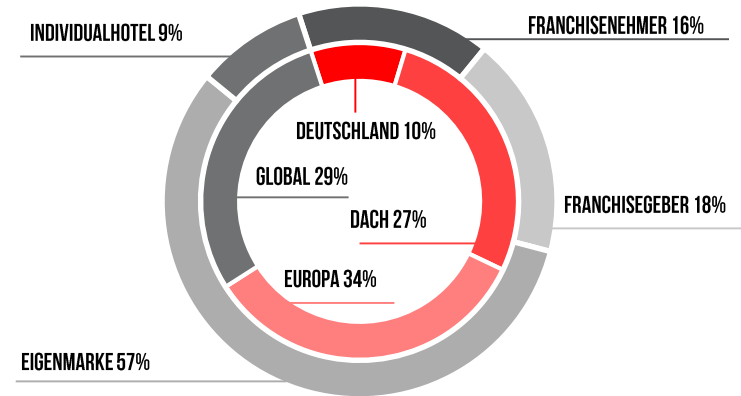


Einig sind sich Betreiber und Investoren bei der Einschätzung der nachhaltigsten Hotelmärkte Deutschlands. Investoren setzen hier vor allem auf Märkte mit hohen Nächtigungsvolumina. Auch bei Märkten mit den potenziell größten Risiken gibt es zwischen Betreibern und Investoren deutliche Parallelen. Hier scheinen vor allem rasche Kapazitätswachse und eine weiterhin gefüllte Pipeline ausschlaggebend für eine kritische Beurteilung zu sein.

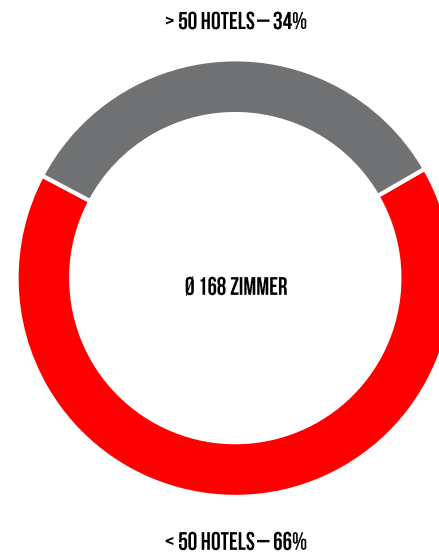
BETREIBER

- TEILNEHMERPROFIL
- STANDORTKRITERIEN UND WACHSTUMSSTRATEGIEN
- HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE

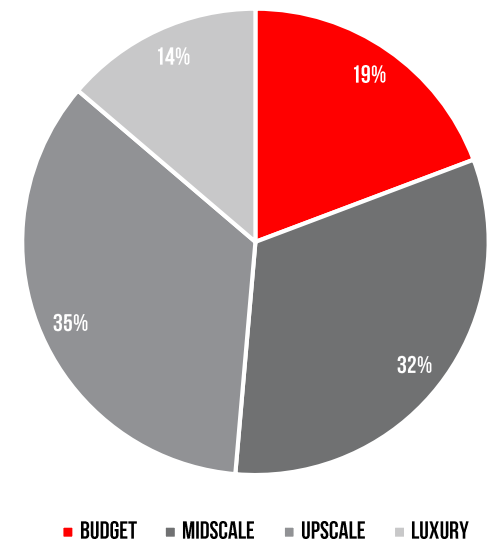
TEILNEHMERPROFIL



UNTERNEHMENSGRÖSSE



SEGMENTIERUNG



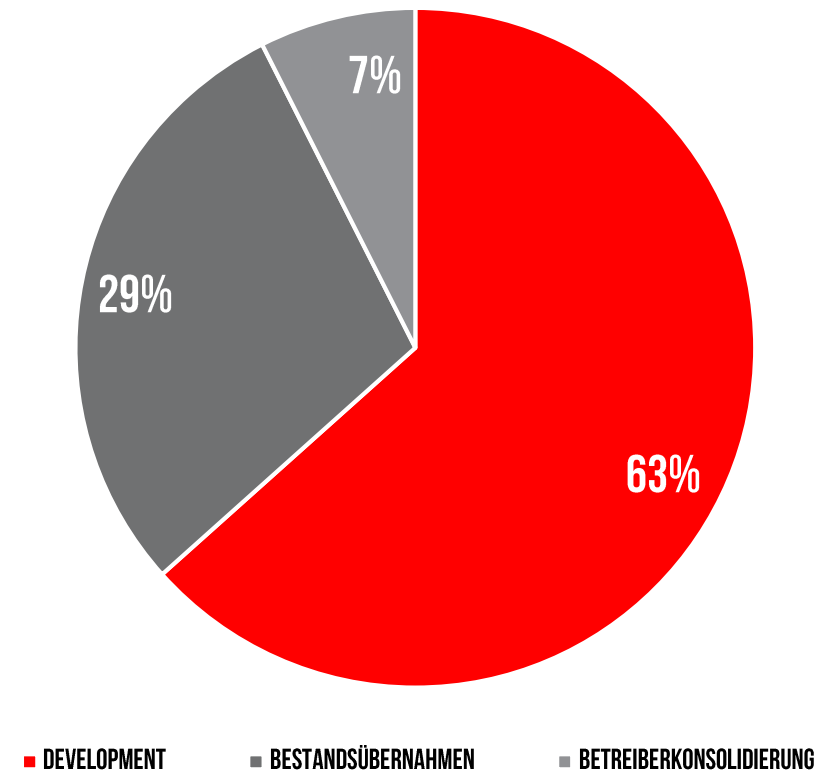
STANDORTKRITERIEN UND WACHSTUMSTRATEGIEN

BETREIBER

WICHTIGSTE KRITERIEN BEI AUSWAHL EINER STÄDTEDESTINATION



WIE TREIBEN SIE ANTEILIG IHR WACHSTUM VORAN?

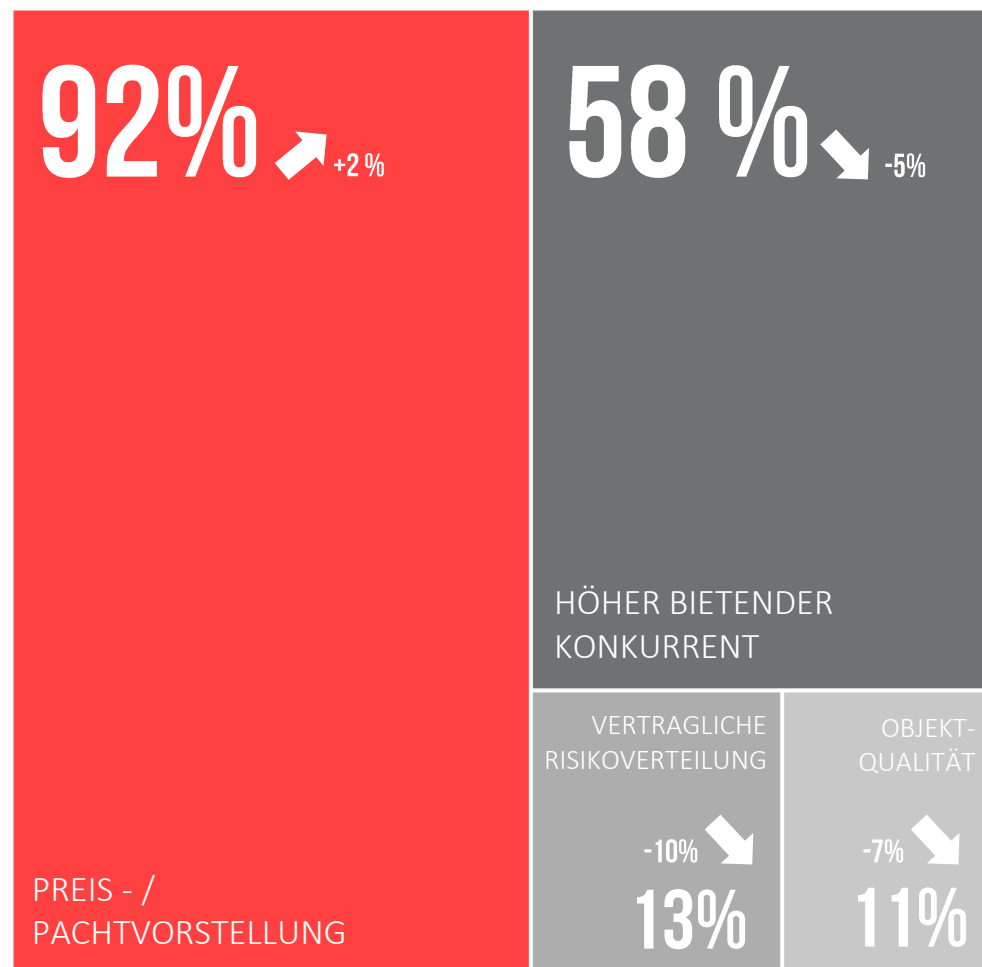


Im Vergleich zum Vorjahr bleiben das Übernachtungsvolumen, ansässige Nachfragegeneratoren sowie die Erreichbarkeit die wichtigsten Kriterien für die Standortauswahl. Die gewichteten Differenzen der Top-Kriterien sind jedoch gering, weshalb keine klare Priorisierung erkannt werden kann. Eindeutig ist jedoch die präferierte Expansionsstrategie von Betreibern – hier ist das Development neuer Häuser der klarer Favorit.

HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE

BETREIBER

GRÜNDE FÜR NICHT ERFOLGREICH ABGESCHLOSSENE BETREIBERVERTRÄGE



DIE PACTHANFORDERUNGEN VON PROJEKTENTWICKLERN UND EIGENTÜMERN STEHEN IM HINBLICK STETIG STEIGENDER BAUKOSTEN GRUNDSÄTZLICH IN EINEM **NACHHALTIGEN VERHÄLTNIS** ZU DEN BETRIEBLICHEN ERTRAGSPOTENZIALEN

91% +36%*
STIMMEN NICHT ZU

DURCH **ANGEBOTSZUWÄCHSE** UND DEN EXPANSIONSDRUCK DER HOTELGESELLSCHAFTEN SEHEN WIR **ERTRAGSPOTENZIALE** UNSERER BESTANDSHOTELS **GEFÄHRDET**

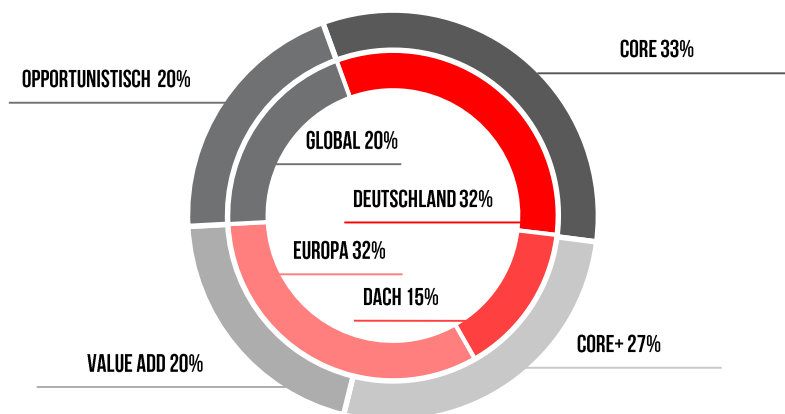
58% +45%*
STIMMEN ZU

*Relative Veränderung zum Vorjahr

INVESTOREN

- TEILNEHMERPROFIL
- BEURTEILUNG DES MARKTUMFELDS
- INVESTMENT- UND VERTRAGSKRITERIEN
- RENDITENIVEAUS
- INVESTMENTSTRATEGIEN
- HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE

TEILNEHMERPROFIL



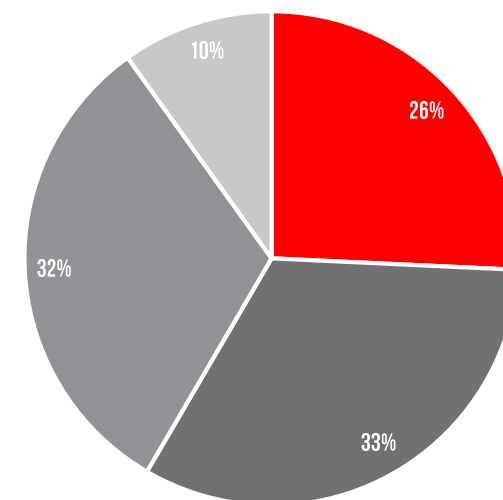
TRANSAKTIONSVOLUMEN

277

MIO. EUR

Ø jährliches Transaktionsvolumen an dem die befragten Investoren beteiligt sind

SEGMENTIERUNG

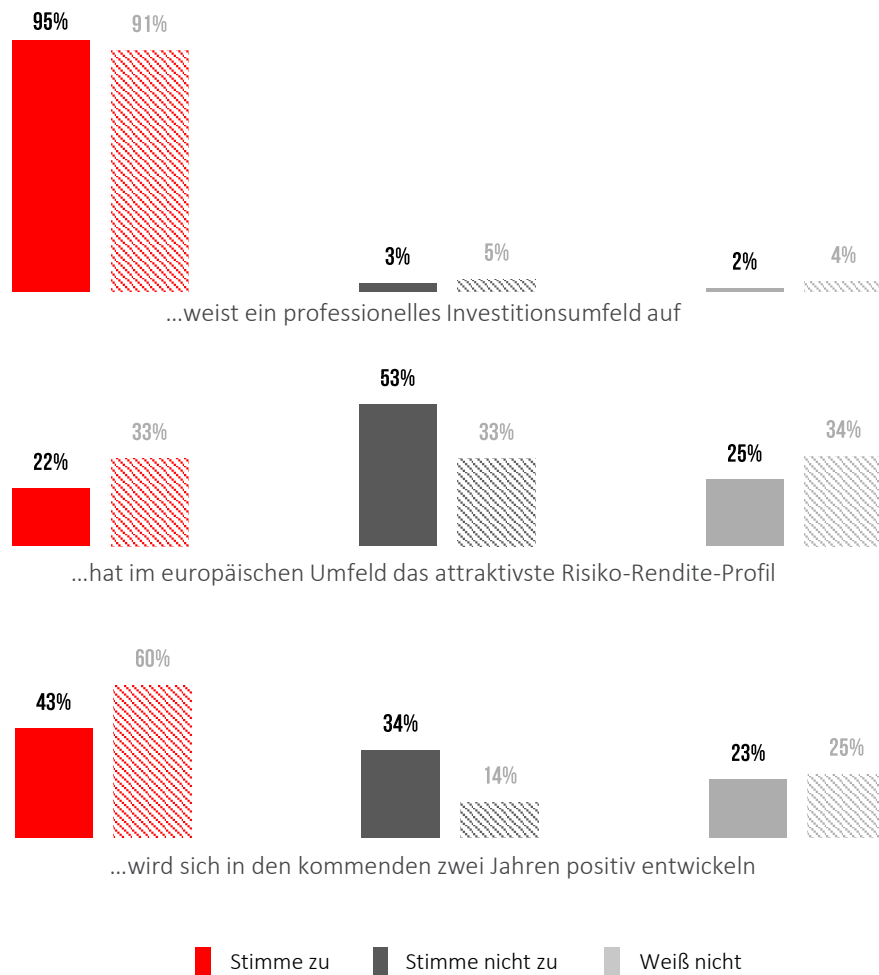


■ BUDGET ■ MIDSCALE ■ UPSCALE ■ LUXURY

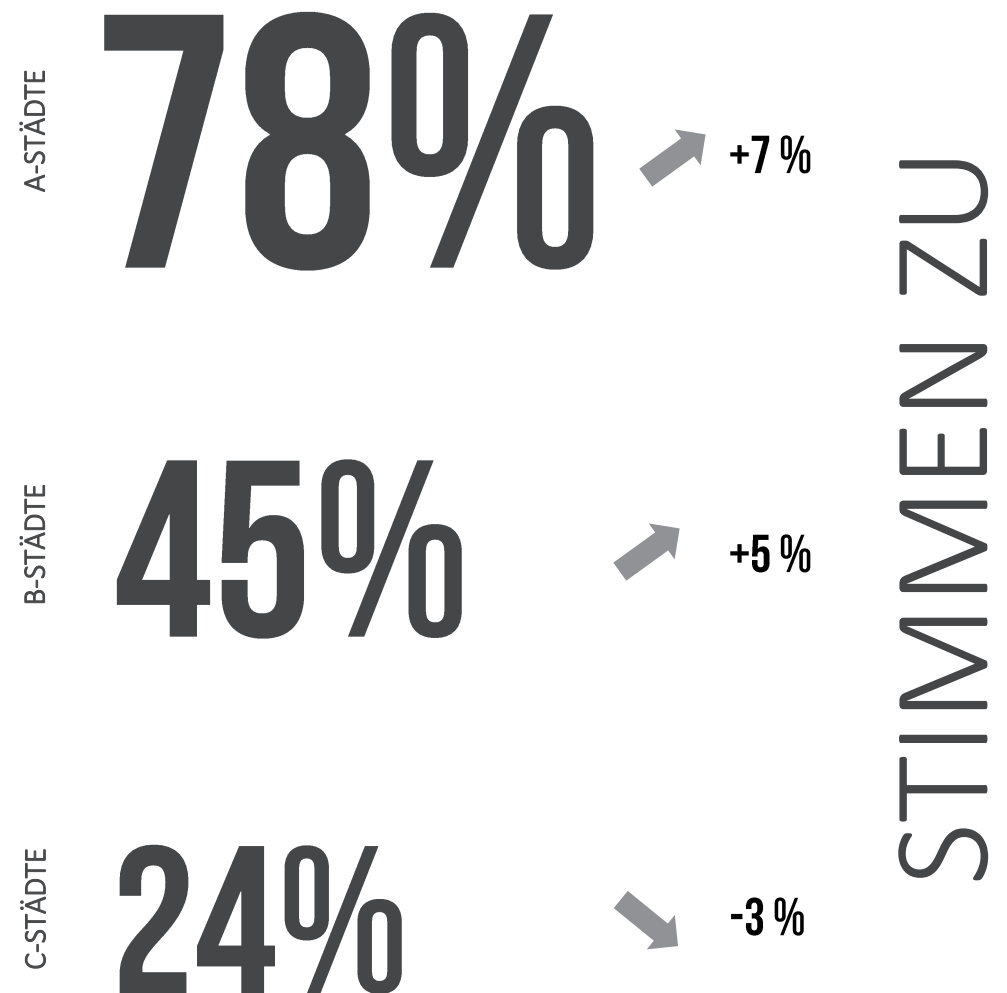
MARKTUMFELD

INVESTOREN

DER DEUTSCHE HOTELIMMOBILIENMARKT...



DER MARKT WIRD VON PRODUKTKNAPPHEIT GEKENNZEICHNET SEIN



RANKING DER...

INVESTOREN

... WICHTIGSTEN INVESTMENTKRITERIEN

LAGE	26 %	↘	-2 %
DESTINATION	21 %	↗	+1 %
BETREIBER	20 %	↗	+4 %
MARKTENTWICKLUNG	19 %	↗	+2 %
VERTRAG	14 %	↘	-5 %

... RELEVANTESTEN ASPEKTE BEI VERTRAGSABSCHLUSS

PACHTSICHERHEIT	21 %
MIETGESELLSCHAFT	21 %
INDEXIERUNG	17 %
INSTANDHALTUNGSREGELUNG	16 %
DOUBLE-NET STRUKTUR	15 %
FF&E RESERVE	10 %

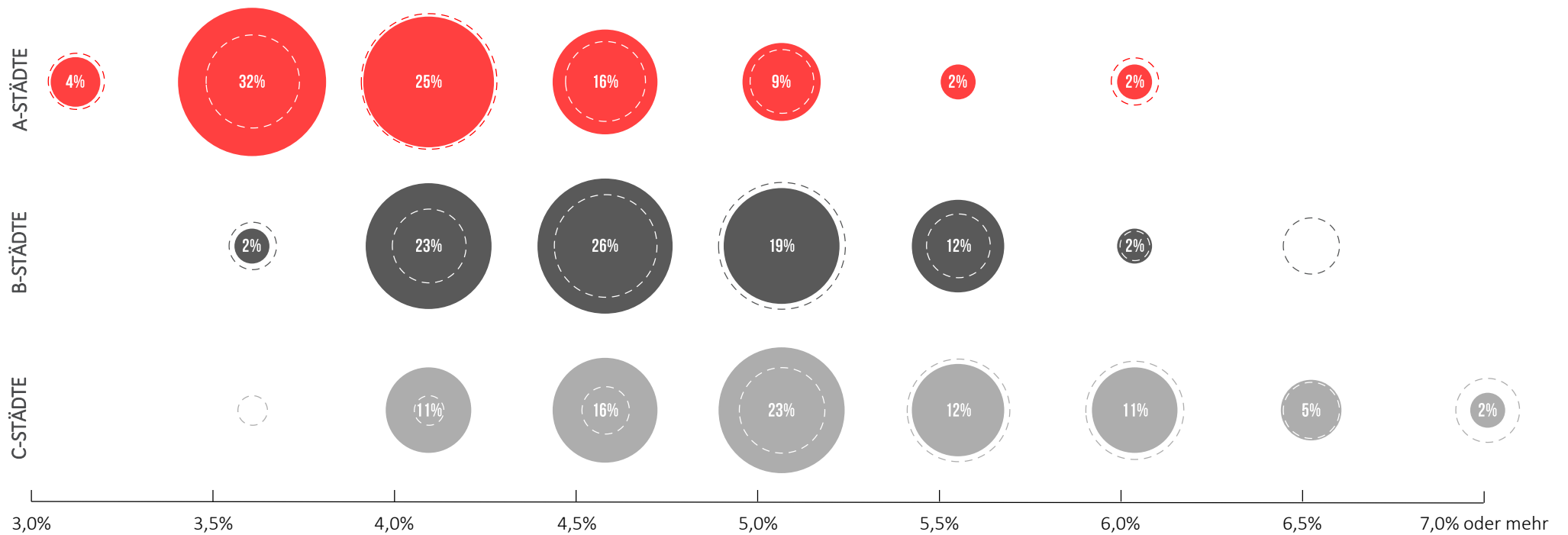


„Lage, Lage, Lage“ gilt immer noch als Leitsatz. Zudem rückt die Mietgesellschaft verstärkt in den Fokus der Investoren. Die Vertragsgestaltung hat sich weiter standardisiert, worin die nachlassende Relevanz des Vertrages begründet sein kann. Neben der Pachthöhe sind die wesentlichsten Vertragspunkte für Investoren die Ausgestaltung sowie die letztendliche Höhe der Pachtsicherheit.

RENDITENIVEAUS

INVESTOREN

WO LIEGEN DIE SPITZENRENDITEN (BRUTTOANFANGSRENDITEN) FÜR BESTLAGEN IN...*



WIE INVESTMENTFÄHIG SEHEN SIE B- UND C-STÄDTE**



*Die Größe der Kreise spiegelt den prozentualen Anteil der Teilnehmer wider, welche die jeweilige Antwortmöglichkeit gewählt haben. Vorjahreswert | **Daten wurden aus einem Skala-Ranking 1-10 kumuliert

INVESTMENTSTRATEGIEN

INVESTOREN

INVESTOREN PLANEN IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN EINEN EIGENKAPITALANTEIL VON...



IN WELCHES HOTELSEGMENT INVESTIEREN SIE AM LIEBSTEN?



HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE

INVESTOREN

HAUPTGRÜNDE FÜR GESCHEITERTE TRANSAKTIONEN IN DEN LETZTEN 12 MONATEN



IMMOBILIENPREISE HABEN IHR ALLZEITHOCH ERREICHT UND WERDEN NICHT WEITER STEIGEN

TOP-7



B-STÄDTE



C-STÄDTE



Stimme zu
 Stimme nicht zu
 Weiß nicht
 Vorjahreswerte



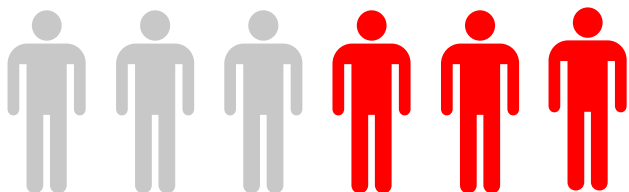
Auch dieses Jahr gelten wieder die Preisvorstellungen des Verkäufers als Hauptgrund für gescheiterte Transaktionen, auch wenn im Vergleich zum Vorjahr deutlich weniger Befragte diesen Grund angegeben haben. Für gescheiterte Transaktionen wurden außerdem höherbietende Konkurrenten genannt. Hierfür kann der Produktmangel und ein aggressives Bieterverhalten verantwortlich sein. In den Top-7 Städten sind sich die Investoren, anders als im Vorjahr, jedoch unschlüssig über die weitere Preisentwicklung. Für Sekundärdestinationen wird allerdings von einer zunehmenden Preissteigerung ausgegangen.

AUSBLICK



„Hotelinvestments sind weiterhin nachgefragt – trotz des Angebotsmangels bleiben Investoren bei der Mieter- und Standortauswahl anspruchsvoll.“





57% INVESTOREN

43% HOTELBETREIBER

Hotelgruppe/ Betreiber	43%
Projektentwickler/ Bauträger	17%
Bank/ Berater/ Rechtsanwalt	12%
Asset-/ Fondsmanager	10%
Offene Immobilienfonds/ Spezialfonds	5%
Sonstige	4%
Geschlossene Immobilienfonds	2%
Privatinvestoren/ Family Office	2%
Versicherungen/ Pensionskassen	1%
Immobilien-gesellschaften	1%
Öffentliche Verwaltung	1%
Immobilien AGs/ REITs	1%

HINTERGRUND

Die Engel und Völkers Hotel Consulting GmbH hat in Zusammenarbeit mit der RUECKERCONSULT GmbH eine Umfrage unter den wichtigsten Branchenteilnehmern am deutschen Hotelmarkt erhoben.

**ENGEL & VÖLKERS
HOTEL CONSULTING**

+

**RUECKER
CONSULT**

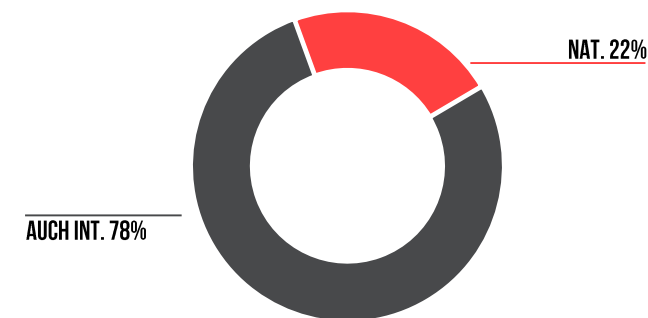
720 STD.



DURCHFÜHRUNG DER STUDIE

Einen Monat lang waren die Marktexperten angehalten, an der Umfrage zu partizipieren. Genutzt wurde ein Onlinetool, spezifisch für empirische Studien und Befragungen, welches eine mathematisch korrekte Auswertung der Ergebnisse ermöglicht und die Anonymität der Befragten gewährleistet.

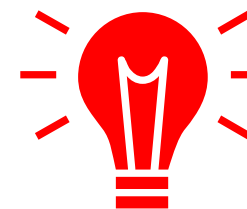
GEOGRAFISCHER FOKUS



57% DER BETREIBER GEBEN AN, HOTELS UNTER EINER EIGENMARKE ZU BETREIBEN

67% DER INVESTOREN INVESTIEREN BEVORZUGT IN DIE SEGMENTKLASSE MIDSCALE

INTENTION DER STUDIE



Der Sentiment Report Hotelmarkt Deutschland 2019 / 2020 spiegelt die Marktstimmung der Branche aus Betreiber- und Investorensicht wider und soll für mögliche Trends sowie Marktentwicklungen sensibilisieren.

Hinweis

Summendifferenzen können aufgrund von Rundungen und weiss-nicht Angaben auftreten.

WIR BÜNDELN SÄMTLICHE HOTELAKTIVITÄTEN

DIE ENGEL & VÖLKERS HOTEL CONSULTING GMBH IST DER ZENTRALE ANSPRECHPARTNER IM ENGEL & VÖLKERS NETZWERK, MIT DEM DIE HOTELAKTIVITÄTEN DES UNTERNEHMENS GEBÜNDELT WERDEN. WIR UNTERSTÜTZEN INVESTOREN, BETREIBER UND ENTWICKLER UMFASSEND UND BEGLEITEN WÄHREND DES GESAMTEN LEBENSZYKLUS EINES HOTELS.

11-2016



ETABLIERTE
KOMPETENZ



HÖCHSTER
QUALITÄTSANSPRUCH



BELASTBARES
NETZWERK

ENGEL&VÖLKERS HOTEL CONSULTING

Engel & Völkers Hotel Consulting GmbH

Lizenzpartner der Engel & Völkers Commercial GmbH

Stadthausbrücke 5, 20355 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40-36 88 10-150

Homepage: www.engelvoelkershotel.com



Geschäftsführer: Andreas Ewald, Kai Wolfram

Handelsregister: Amtsgericht Frankfurt am Main

Handelsregisternummer: HRB 106942

Berufsaufsichtsbehörde:

Ordnungsamt Frankfurt am Main, Kleyerstraße 86, 60326 Frankfurt am Main

Erlaubnis gem. § 34c Gewerbeordnung erteilt durch die Stadt Frankfurt.

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, eines anderen Engel & Völkers Lizenznehmers und/oder der RUECKERCONSULT GmbH wird ausgeschlossen.

