



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

2. Sitzung 2019 Arbeitskreis Hotelimmobilien – Imlauer Hotel Pitter Salzburg



Am 8. Mai 2019 findet im Imlauer Hotel Pitter Salzburg die 2. Sitzung des Arbeitskreises Hotelimmobilien 2019 statt. Themenschwerpunkte sind der Hotelmarkt Österreich sowie die Ferienhotellerie in der DACH-Region. Die Fachgruppe Young Professionals hält einen Impulsvortrag zum Thema „Innovationen in der Hotellerie“. Am Vorabend gibt es eine Führung mit dem Thema „Kunst & Hotellerie“ durch Salzburg sowie einen zünftigen Abend im PitterKeller im Imlauer Hotel Pitter Salzburg.

Weitere Infos unter: <https://ak-hotelimmobilien.de>

IHG übernimmt Six Senses für 300 Mio. Dollar und macht gute Geschäfte



Die InterContinental Hotels Group (IHG) hat die Übernahme von Six Senses Hotels Resorts Spas für 300 Mio. US-Dollar bekanntgegeben. Der Kauf umfasst das Management von 16 Hotels und Resorts, 37 Spas sowie die Schwesterunternehmen Evason und Raison d'Étre.

Nach dieser Übernahme soll Six Senses in den nächsten zehn Jahren auf über 60 Hotels wachsen. In den nächsten 12 Monaten wird Six Senses neue Häuser eröffnen.

„IHG glaubt an unser Ziel, die beiden Bereiche Wellness und Nachhaltigkeit so zu verbinden, dass es für die Gesundheit unserer Gäste und die unseres Planeten gleichermaßen förderlich ist. Durch unseren Zusammenschluss mit IHG können wir auf eine große Systemvielfalt und exzellente Arbeitsabläufe zurückgreifen, die unsere Marke wachsen lassen und uns neue Märkte erschließen“, sagt Neil Jacobs, Chief Executive Officer Six Senses Hotels Resorts Spas.

Keith Barr, Chief Executive IHG, kommentiert: „Das wachsende IHG Luxusmarken-Portfolio ist eine Kollektion der Spitzenreiter in der Reiseindustrie. Jede einzelne Marke bietet unseren Gästen etwas Einzigartiges und zusammen präsentieren sie eine unübertreffliche Auswahl an Locations und Erlebnissen. Wir sind unglaublich stolz darauf, Six Senses in unserer Familie begrüßen zu dürfen und freuen uns, viele weitere atemberaubende Hotels, Resorts und Spas zu eröffnen. Jedes Einzelne bleibt dem weltbekannten Six Senses Ruf in Bezug auf Wellness und dem unermüdlichen Engagement für nachhaltiges Reisen treu.“

Bei der Intercontinental Hotels Group stehen die Zeichen auf Wachstum. Das Jahr 2018 war für die IHG erfolgreich. Der Konzern meldet mehr Umsatz und Gewinn und eine wachsende Zimmeranzahl. Im Jahr 2018 konnte der Umsatz um 12% gesteigert werden: Von 1,730 Mrd.



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

Dollar auf 1,933 Mrd. Dollar. Der Betriebsgewinn beträgt 816 Mio. Dollar, 8% mehr als im Vorjahr (758 Mio. Dollar).

Auch mit dem RevPAR ging es nach oben: Weltweit ist diese Kennzahl um 2,7% gestiegen. IHG bietet nach eigenen Angaben derzeit 837.000 Zimmer an, ein Zuwachs um 4,8%. Zudem sind 99.000 Hotels unterschrieben und 271.000 befinden sich in der Pipeline.

Gorgeous Smiling-Gruppe (GSH) erwirbt Mehrheit an Rilano



Die Gorgeous Smiling Hotels Gruppe (GSH) hat mit ihrem Tochterunternehmen GS Star einen Kaufvertrag für die Übernahme einer 60 %-igen Mehrheit an der Rilano Group abgeschlossen.

Damit hat GSH zusammen mit Auctus Capital Partners erstmals ein komplettes Portfolio erworben. Das Markenportfolio von Rilano umfasst derzeit sieben Häuser in München, Hamburg, Kleve, Wolfenbüttel und den Kitzbüheler Alpen. Als achtes Hotel eröffnet 2019

das Rilano 24/7 Kevelaer.

Mit dieser Übernahme wächst die GSH-Gruppe auf ein geplantes Umsatzvolumen für dieses Jahr von über 100 Mio. € aus 79 Hotels.

„Unser Ziel ist, die Marke Rilano sowie die Marke Arthotel ANA im gehobenen 3- bis 4-Sterne-Boutique-Segment zu etablieren und weiter zu verbreiten“, sagt GSH-Geschäftsführer Andreas Erben. Dafür seien zusätzliche Hotelstandorte in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Großbritannien geplant. „Über erste Entwicklungsstandorte finden bereits Gespräche statt“, so Erben. Dabei sei nicht nur die Anmietung, sondern auch der Erwerb von Immobilien geplant.

Best Western übernimmt WorldHotels



Best Western übernimmt die globale Hotelmarke WorldHotels, zu der weltweit rund 300 unabhängige und einzigartige Hotels und Resorts in den Segmenten Upper-Midscale und Luxus gehören. „Es gibt enorme Synergien zwischen Best Western und WorldHotels. Durch die Bündelung unserer Kräfte in dieser neuen Partnerschaft werden wir Wettbewerbsvorteile für beide Unternehmen schaffen“, sagte David

Kong, Präsident und CEO von Best Western Hotels & Resorts.

Die Marke WorldHotels soll eine wichtige Rolle bei der Erweiterung des Best Western Portfolios spielen, da nun auch Hotels des gehobenen und des Luxussegments angeboten werden können. „In den kommenden Monaten liegt unser Fokus darauf, das Potenzial von WorldHo-



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

tels freizusetzen, indem wir die Umsätze für die Hotels von WorldHotels verbessern und gleichzeitig die unabhängige Identität der Hotels bewahren. Wir sind überzeugt, dass unsere Plattform die Marke WorldHotels stärken und viele weitere unabhängige, qualitativ hochwertige Hotels gewinnen wird. Wir freuen uns sehr, dass Geoff Andrew weiterhin CEO von WorldHotels bleiben wird“, so Kong.

Die Übernahme von WorldHotels folgt der Markenstrategie von Best Western, die auf Wachstum, ständige Modernisierung und kontinuierliche Weiterentwicklung setzt. So wird die Position des Unternehmens als vertrauenswürdiger Anbieter in der Spitze der globalen Hotellerie unterstützt.

B&B HOTELS verzeichnet Umsatzsteigerung von 19,3% 2018



B&B HOTELS bleibt weiter auf Erfolgskurs: Die schnell wachsende Budget-Hotelgruppe verzeichnet 2018 eine weitere Umsatzsteigerung in ihrer rasanten Entwicklung. Mit einem Plus von 29,3 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr 2017 ist der Umsatz 2018 um insgesamt 19,3% auf 181,3 Mio. € gestiegen. Dabei wuchs der Erlös pro verfügbarer Zimmerkapazität (RevPAR) um 0,8% im Vergleich zum Vorjahr an. B&B HOTELS führt aktuell 123 Hotels in Deutschland. Für 2019 sind rund 15 Hotelöffnungen an verschiedenen Standorten in Deutschland geplant, darunter in Stuttgart, Jena, Köln und Wolfsburg.

Neben dem Umsatz konnte die Budget-Hotelgruppe auch die Kundenzufriedenheit erneut steigern. B&B HOTELS schloss das Jahr mit einem TrustScore von 82,68 Punkten und somit einer Steigerung um 1,26 Punkte im Vergleich zum Vorjahr ab.

Max C. Luscher MRICS, Geschäftsführer der B&B HOTELS GmbH: „Wir sind sehr zufrieden mit unserem Jahresabschluss und haben die von uns gesetzten Ziele für 2018 nicht nur erreicht, sondern in vielen Punkten sogar übertroffen.“ Mit einer Weiterempfehlungsrate von 93% gehört das Unternehmen zu den Spitzenreitern.

2018 eröffnete die Budget-Hotelkette insgesamt elf Hotels in Fulda, Berlin, Trier, Kiel, Hamburg, Bremerhaven, Stuttgart, Landshut, Bayreuth und Hildesheim. Außerdem übernahm B&B HOTELS neun Häuser der Covivio Gruppe an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Hannover, Kassel, Köln, München, Offenbach und Schweinfurt.

„Wir haben 2019 viel vor und werden uns neben der reinen Expansion auch in den Bereichen Digitalisierung, Sales & Marketing und Design weiterentwickeln. Unserem Ziel, bis 2020 mit



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

50 Hotels in Deutschland vertreten zu sein, kommen wir mit großen Schritten näher“, so Luschner. Auch international wächst B&B HOTELS weiter: 2018 erfolgte neben Österreich auch der Markteintritt in Belgien, Portugal, der Schweiz und in Slowenien.

Accorhotels sieht sich gut aufgestellt



Accorhotels-CEO Sébastien Bazin ist sehr zufrieden mit dem vergangenen Geschäftsjahr. „Unsere Ergebnisse haben sich deutlich verbessert“, so Bazin bei der Vorstellung der Bilanz für das Jahr 2018.

Die Zahlen, mit denen er diese Aussage untermauert, lauten wie folgt: Der Umsatz stieg um 16,9% auf 3,610 Mrd. €. Das Ebitda (Gewinn ohne Berücksichtigung von Zinsen, Steuern, Abschreibungen) wuchs um 14,5% auf 712 Mio. €. Der wiederkehrende Cash Flow liegt bei 529 Mio. €. Der RevPAR (Erlös pro verfügbaren Zimmer) konzernweit stieg um 5,6%, in Europa lag diese Kennzahl bei plus 6,5%.

In Deutschland profitierte Accorhotels im Dezember von einem guten Geschäft in den Weihnachtstmarktdestinationen - so konnte übers Jahr gesehen ein RevPAR-Plus von 3,2% erzielt werden. Zum Jahresende 2018 verfügte Accorhotels über 4.780 Hotels mit 703.806 Zimmern; in der Pipeline befanden sich 1118 Hotels mit 198.000 Zimmern.

Bazin kündigte weiteres Wachstum an. Ein Hebel soll dabei das neue Loyalty-Programm „All of Accor“ sein. Es wird sämtliche Marken umfassen, außerdem Bars, Restaurants, Nachtclubs und Erlebnis-Angebote, die zum Accor-Imperium gehören.

Deutsche Hospitality punktet in Skandinavien



Mit einem Investment von 51% in die familiengeführten Zleep Hotels nimmt die Deutsche Hospitality eine fünfte Hotelmarke in ihr Portfolio auf, in dem sie auch die Marken Steigenberger Hotels and Resorts, MAXX by Steigenberger, Jaz in the City und InterCity führt. Mit Zleep Hotels etabliert sich der Hotelkonzern im Economy-Markt und expandiert erstmals nach Skandinavien.

Derzeit gehören zehn Hotels in Dänemark und ein Hotel in Schweden zum Portfolio von Zleep Hotels. Vier weitere Projekte sind in Planung. Deutsche Hospitality und Zleep Hotels werden einen mehrstelligen Millionenbetrag in die weitere Entwicklung von Zleep investieren. Zleep Hotels bringt auch die Plattform und das Wissen ein, damit die Deutsche Hospitality mit allen Marken in Nordeuropa expandieren kann.



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

Mit den geplanten Zleep Hotels befinden sich gut 30 Hoteleröffnungen in der Pipeline der Deutschen Hospitality. Das Portfolio umfasst damit insgesamt fast 150 Hotels auf drei Kontinenten.

Essential heißt die neue Midscale-Marke von Dorint



Die Hotelgesellschaft Dorint geht mit der eigenen Mittelklasse-Marke „Essential by Dorint“ als Sub-Marke an den Markt.

„Unter dieser neuen Marke werden künftig bestehende und neue Hotels der Gruppe geführt, die den Gästen alle wesentlichen Dienstleistungen und Annehmlichkeiten bieten, die in diesem Mittelklasse-Segment erwartet werden: hoher Schlafkomfort mit einem eigens entwickelten Essential Bett, reichhaltiges Dorint Frühstück, schnelles, kostenloses WLAN und ein kompetentes, herzliches Team“, heißt es seitens Dorint. Bei jedem Standort werde darüber hinaus großer Wert auf den regionalen Bezug und die lokale Anbindung an die Nachbarschaft gelegt.

Gerade für Franchisenehmer soll „Essential by Dorint“ interessante Chancen als Conversion-Marke bieten. Aspekte wie beispielsweise geringe Investitionskosten, maximale Standort-Angebote, mögliche Positionierung neben der Muttermarke Dorint Hotels & Resorts, schnelle Integration in das Dorint Vertriebsnetzwerk und hohe Flexibilität mit dem Hotel-Produkt führen die Dorint-Manager neben dem Yielding Fokus auf RevPAR-Steigerung als maßgebliche Erfolgsfaktoren an.

H-Hotels steigt mit neuer Marke in den Longstay-Markt ein



H-Hotels.com H.omes heißt die neue Marke, mit der die Hotelgesellschaft aus Bad Arolsen am wachsenden Ser-

viced Apartments-Markt partizipieren will. Das erste Haus startet im Frühjahr in München. Zusammen mit dem H2 Hotel München Olympiapark entsteht das erste H.ome Serviced Apartments München derzeit im Quartier Mo82 nahe des Olympiageländes. Der Newcomer umfasst 105 Appartements, die mit Badezimmer, Schreibtisch und funktional ausgestatteter Küche ausgestattet sind.

„Mit der neuen Marke H.omes bauen wir unser vielfältiges Angebot weiter aus. So können wir gerade bei längeren Übernachtungsdauern noch besser auf die individuellen Bedürfnisse unserer Gäste eingehen und ihnen ein kleines Zuhause geben“, erklärt Alexander Fitz, CEO der H-Hotels AG. Aktuell listen die H-Hotels 60 Hotels in 50 Destinationen.

HOTEL AFFAIRS CONSULTING GmbH
Oststraße 41-43
40211 Düsseldorf
Tel + 49 (0) 211 522 897 80
Fax +49 (0) 211 522 897 89
info@hotel-affairs.com

eingetragen im Handelsregister
Amtsgericht Düsseldorf HRB 75155
Geschäftsführer: Axel Deitermann
USt-IdNr. DE288460372
www.hotel-affairs.com

Commerzbank AG
IBAN DE78 3004 0000 0770 4414 00
BIC COBADE33XXX



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

Erstes Andaz in Deutschland eröffnet



Visualisierung Andaz München

Das erste Andaz-Hotel in Deutschland hat im Münchner Stadtteil Schwabing eröffnet.

Die 5-Sterne-Luxusmarke Andaz gehört zur Hyatt Hotels Corporation, die ihren Sitz in Chicago hat. Das Andaz in München ist nach Eröffnungen in London und Amsterdam erst das dritte Haus der Marke in Europa.

Das Hotel bietet neben 277 Design-Zimmern ein Restaurant sowie eine Cocktail-Lounge, ein 1.600 qm großer Meeting- und Kongressbereich mit Ballsaal, ein 2.000 qm großer Wellness- und Fitnessbereich sowie eine Skybar im 12. und 13. Obergeschoss mit Ausblick über München.

„Das Wort Andaz ist aus der Hindi-Sprache entlehnt und bedeutet 'persönlicher Stil'. Das Besondere an Andaz ist: Jedes Haus nimmt den Charakter seines Standortes auf, so dass keines dem anderen gleicht.“ erklärt Nils Heintze, verantwortlicher Abteilungsleiter Leitwerk Hotel.

Deutschlands Tourismus liegt europaweit auf Platz vier

Deutschland holt bei den Übernachtungszahlen im europäischen Vergleich auf. Wie Eurostat (Statistisches Amt der Europäischen Union) mitteilt, gab es 2018 hierzulande 419 Mio. Übernachtungen. Das entspricht einem Plus von 4,3%. Damit belegt Deutschland Platz vier im europäischen Ländervergleich. Wesentlich zu diesem Ergebnis beigetragen haben inländische Reisende. Insgesamt sind 79% aller deutschen Übernachtungen in 2018 auf sie zurückzuführen.

Spitzenreiter im europäischen Vergleich bleibt weiterhin Spanien mit 467 Mio. Übernachtungen. Das beliebteste Reiseland Europas muss jedoch ein Minus von 0,9% im Vergleich zu 2017 hinnehmen. Platz zwei belegt Frankreich mit 444 Mio. Übernachtungen (plus 2,4%), gefolgt von Italien mit 429 Mio. Übernachtungen (plus 1,9%). Insgesamt haben Hotels, Hostels und andere Beherbergungsbetriebe in der Europäischen Union (EU) im Jahr 2018 schätzungsweise über 3,1 Mrd. Übernachtungen verzeichnet. Das entspricht einem Anstieg um 2,2% gegenüber 2017.



Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

Gästeübernachtungen zum neunten Mal in Folge auf neuen Rekordwert gestiegen

Nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden wurden deutschlandweit im Jahr 2018 insgesamt 477,6 Mio. Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen verzeichnet. Dies ist ein Plus von 4% gegenüber dem Jahr 2017.

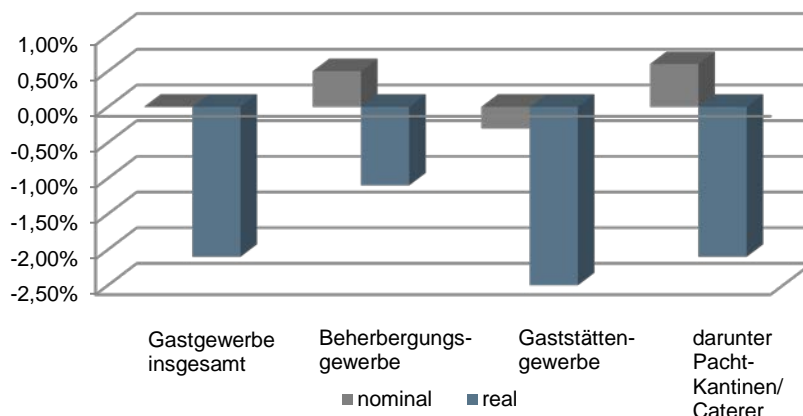
Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Inland (389,9 Mio.) stieg um 4%, die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland (87,7 Mio.) stieg um 5% im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Im Dezember 2018 betrug die Gesamtzahl der Gästeübernachtungen 29,9 Millionen. Sie lag damit um 4 % über dem Niveau des Vorjahresmonats.

Vergleich Gastgewerbe Dezember 2018 zu Dezember 2017

Wirtschaftsbereich	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	0,0%	-2,1%
Einzelbereiche		
Beherbergungsgewerbe	0,5%	-1,1%
Gaststättengewerbe	-0,3%	-2,5%
darunter Pacht-Kantinen/Caterer	0,6%	-2,1%

Umsatzentwicklung Gastgewerbe Dezember 2018 zu Dezember 2017





Newsletter rund um die Hotellerie Januar | Februar 2019

Dienstleistungen der Hotel Affairs Consulting GmbH im Überblick:

Gutachten / Studien / Analysen

- Standortanalysen
- Hotelmarktanalysen
- Machbarkeitsstudien (Feasibility Studien)
- Plausibilitätsprüfungen, Second Opinion
- Qualitätsprüfungen (Mystery Guest)
- Stärken-/Schwächenanalysen (SWOT)
- Marketingplan (Aktivitätenplan und Umsetzung)

Projektentwicklung

- Standortanalysen (-einschätzungen)
- Machbarkeitsstudien (Feasibility Studien)
- Konzepterarbeitung
- Marketingkonzept
- Plausibilitätsprüfungen (Second Opinion)
- Hotelprojektkoordination (Akquisition, Konzeptentwicklung, Vertragsgestaltung)
- Akquisition von geeigneten Hotelgesellschaften oder Betreibern
- Begleitung von Vertragsverhandlungen (Pacht-, Management-, Hybridverträge)
- Finanzierungsbegleitung
- Endinvestorensuche (Entwicklung von Exit-Strategien)

Transaktionsberatung

- Investorensuche
- Betreibersuche und –ansprache
- Ankaufsprüfung (Due Diligence)
- Wertgutachten in Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner

Management

- Mystery Guest Check
- Hotelbewertung
- Stärken-/Schwächenanalyse
- Businessplan-Analyse / Erstellung
- Budget-Analyse / Erstellung
- Controlling und Reporting
- Controlling Marketingplan und Aktivitätenplan
- Vertriebsunterstützung
- Vertriebsmaßnahmen
- Beratung bei Investitionsentscheidungen
- Vertragsverhandlungen bei laufenden Betrieben (Weiterführung, neuer Betreiber, Exit, etc.)
- Betreiberwechsel
- Verkauf Investorensuche
- Sanierungsgutachten
- Interimsmanagement

HOTEL AFFAIRS CONSULTING GmbH
Oststraße 41-43
40211 Düsseldorf
Tel + 49 (0) 211 522 897 80
Fax +49 (0) 211 522 897 89
info@hotel-affairs.com

eingetragen im Handelsregister
Amtsgericht Düsseldorf HRB 75155
Geschäftsführer: Axel Deitermann
USt-IdNr. DE288460372
www.hotel-affairs.com

Commerzbank AG
IBAN DE78 3004 0000 0770 4414 00
BIC COBADEDDXXX