

### Hotel Affairs Consulting GmbH – Was uns am Herzen liegt...



Lockdown und kein Ende...

Da tagen die führenden politischen Köpfe der Nation 12 Stunden lang bis spät in die Nacht und das Ergebnis: Chaos! Osterruhe und Rücknahme der Osterruhe, Saarland will wieder öffnen, andere Bundesländer am liebsten eine Ausgangssperre, wer versteht diese Logik noch?

An den Beschränkungen und Zwangsschließungen in Hotellerie und Gastronomie wurde nichts geändert, im Gegenteil, das kleine Pflänzchen Hoffnung auf ein bisschen Urlaub über Ostern wurde rüde zertrampelt. Gerne weiterhin in vollen Fliegern in den Süden, ein Schnelltest bei der Rückkehr und alles ist gut. Von Reisen innerhalb Deutschlands, auch von kontaktarmen wird dringend abgeraten. Wer bitte soll das noch verstehen? Aufenthalte im Freien sollen weitestgehend eingeschränkt werden, Treffen in Geschäften, im ÖPNV, der Bahn oder dem Flieger können stattfinden. Verrückte Beschlusswelt...

Da hilft nur meine feste Überzeugung, dass Hotellerie und Gastronomie ein wesentlicher Baustein des Wohlbefindens in unserem Land sind. Neben Events, Kunst und Kultur gehört unsere Branche zu den Bereichen unseres Lebens, die die Qualität und die Lebensfreude maßgeblich beeinflussen. Wir sind soziale Wesen, wir suchen Kontakte zu anderen Menschen, wo kann dies besser gewährleistet werden als in unseren Betrieben. Die Bevölkerung lechzt nach Normalität, nach gemeinsamen Treffen und nach Nähe zu anderen Menschen. Dieser Glaube verbindet sich mit dem Glauben, dass viele sehr schnell wieder von den unzähligen Angeboten unserer tollen, bunten und vielfältigen Branche Gebrauch machen werden, wenn man sie nur lässt.

Wir wünschen Ihnen trotz allem schöne Ostertage!

*Ihr Team der Hotel Affairs Consulting GmbH*

### 2. Sitzung 2021 Arbeitskreis Hotelimmobilien – virtuelle Sitzung



Am 29. April 2021 findet in der Zeit von 14:00 bis 16:30 Uhr die 2. Sitzung des Arbeitskreises Hotelimmobilien 2021 statt, als virtuelle Sitzung über Zoom.

In einem Polit-Talk wird Axel Deitermann mit einem / einer prominenten Politiker(in) die aktuelle Situation in der Hospitality Branche diskutieren.

Weiterhin wird es einen Impulsvortrag zum Thema „Nachhaltigkeit – Green Deal, ESG & EU Taxonomy“ geben sowie ein Gespräch mit Hotelbetreibern, Investoren und Banken über die



## Newsletter rund um die Hotellerie – März 2021

Zukunft des Pachtvertrages. Im Gespräch mit STR und Fairmas werden Zahlen, Daten und Fakten zum Hotelmarkt Deutschland, Österreich und Schweiz präsentiert.

Am Nachmittag wird es ein Online-Networking-Event geben.

Für Mitglieder des AK Hotelimmobilien ist die Teilnahme kostenfrei. Gäste können für 250 € (zzgl. MwSt.) an der Sitzung teilnehmen. Eine Anmeldung ist erforderlich.

Weitere Informationen unter: [ak-hotelimmobilien.de/april21](https://ak-hotelimmobilien.de/april21)

### Motel One schreibt erstmals Verlust



Die Corona-Pandemie hat deutliche Spuren in der Bilanz der Motel One Group hinterlassen. Im Ergebnis vor Steuern (EBT) schlug erstmals in der Firmengeschichte ein Verlust von 102 Mio. € zu Buche, nach einem Gewinn im Vorjahr von 166 Mio. €.

Die Gesamtauslastung der 75 Hotels lag 2020 bei nur noch 28% (2019: 77%). Der Umsatz, der

größtenteils am Jahresanfang erwirtschaftet wurde, brach um 63% auf 209 Mio. € ein.

Coronahilfen hat Motel One in Deutschland bisher keine bekommen. Erst mit den erweiterten November- und Dezemberhilfen sei man antragsberechtigt, sagte CEO Dieter Müller. Er erwartet für die beiden Monate insgesamt etwa 40 Mio. €. Einen Bescheid habe er noch nicht. Die Pandemie schlug sich auch auf die Arbeitsplätze durch. Man sei mit 2.600 Mitarbeitern in die Krise gestartet, zum Jahresende seien es noch knapp über 2.000 gewesen.

Das Jahr 2021 könnte für Motel One noch schlechter laufen als 2020, abhängig sei dies von der Dauer des Lockdowns. Die Gruppe rechnet in der Hotellerie mit einer Erholung der Nachfrage auf Vor-Corona-Niveau ab Herbst 2023. Zu einer grundsätzlichen Strategieänderung von Motel One werde die Pandemie nicht führen, so das Management-Team. Man stelle sich aber auf folgende Trends ein: den Rückgang von Geschäftsreisen um 15% bis 20% und die Verstärkung der mobilen Arbeit. Zum einen möchte man dies mit einem stärkeren Fokus auf Leisure-Gäste kompensieren, zum anderen auch durch eine Aufgliederung der One Lounge mit mehr Rückzugsmöglichkeiten zum Arbeiten und dem Bau von Boardrooms für kleinere Meetings für bis zu zwölf Personen.

Seine Wachstumsstrategie setzt Motel One fort. Bis 2024 soll die Zahl der Häuser von derzeit 75 auf 102 steigen.

Der Motel-One Gründer Dieter Müller wird im Mai 2021 in den Aufsichtsrat wechseln und an seinen Sohn Daniel Müller, der als Co-CEO das operative Geschäft leitet, und Stefan Lenze, Head of Development & Legal, übergeben. [Tophotel](https://tophotel.com)

### Kempinski und 12.18. beenden Zusammenarbeit



Die erst 2019 verkündete Partnerschaft zwischen der Hotelmarke Kempinski und den Investmentmanagern von 12.18. aus Düsseldorf ist beendet. Der Kempinski-Aufsichtsrat sieht in der Zusammenarbeit mit 12.18. keinen Sinn. Der Deal war von dem Berater Carsten Rath eingefädelt und von dem ehemaligen Kempinski-Chef Martin Smura unterzeichnet worden.

Ein Vierteljahr nach dem Abgang von Smura als Vorstandschef von Kempinski wird die Kooperation nun rückabgewickelt. Die strategische Partnerschaft ist beendet sei und die Verträge wurden, laut 12.18., in gegenseitigem Einvernehmen aufgelöst. [Tageskarte](#)

### B&B-Hotels übernehmen Hotelgruppe Leto-Motels in Bayern



B&B Hotels setzt auch in der Coronakrise weiter auf Expansion. Zum 1. März wurden die fünf Standorte des Starnberger Anbieters Leto-Motels übernommen. Neu im B&B-Portfolio sind damit die Münchner Häuser Moosach, Trudering und Olympiapark sowie das B&B Hotel Nürnberg City-Süd. Das B&B Hotel Augsburg-West wird derzeit noch gebaut und voraussichtlich im Juni eröffnet.

Die Übernahme der Hotels erfolgte bei laufendem Betrieb, da die Hotels auch während der anhaltenden Corona-Pandemie durchgängig für Geschäftsreisende geöffnet sind. Bereits in Kürze starten die Rebranding-Aktivitäten in den vier Häusern, um den gewohnten Standard sowie Look & Feel von B&B HOTELS zu implementieren.

Trotz oder gerade wegen der Corona-Pandemie hält B&B HOTELS auch weiterhin an seinen Expansionsplänen fest. Hierfür ist die Hotelgruppe sowohl in Deutschland als auch in benachbarten europäischen Ländern auf der Suche nach Grundstücken und Hotelobjekten. Noch für das Jahr 2021 ist die Expansion in die Niederlande geplant. Auch der skandinavische Markt ist für B&B HOTELS von besonderem Interesse.

Doch auch bei B&B hat die Pandemie Spuren hinterlassen. Der Umsatz fiel im vergangenen Jahr um 47% auf 332 Mio. €. In Deutschland musste ein Minus von 30% verkraftet werden. Obwohl die Hotels weiterhin für Geschäftsreisende geöffnet waren, wurden Verluste verbucht.

[Tageskarte](#)

### Marriott baut Longstay-Marken aus



Marriott hat den Ausbau seines Longstay-Portfolios bekanntgegeben, zu dem die Marken Element Hotels, Residence Inn by Marriott und TownePlace Suites by Marriott gehören. Dies beinhaltet sowohl weltweite Neueröffnungen als auch neue Angebote für Reisende mit längerer Aufenthaltsdauer. Ziel ist es, damit den sich veränderten Gästeansprüchen gerecht zu werden und sich im sich wandelnden Reiseumfeld noch besser aufzustellen, teilt Marriott mit.

In den vergangenen Jahren hat der Serviced-Apartment-Sektor merklich an Bedeutung zugenommen. Die Nachfrage unter Reisenden nach wohnlich ausgestatteten Apartments, die sowohl eine Eigenversorgung und damit einen bis zu mehrwöchigen Aufenthalt zulassen, aber auch einen Service wie im Hotel anbieten, ist deutlich gewachsen.

Da die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit immer mehr verschwimmen, suchten kleine Gruppen mehr Platz zum Arbeiten und Entspannen, während wichtige Geschäftsreisende länger unterwegs seien, begründet Marriott seinen Schritt. Longstay-Apartments seien die erste Wahl, da sie „eine stressfreie Erfahrung mit gewünschten Annehmlichkeiten und begrenztem Housekeeping auf Abruf“ böten.

Mit Elements Hotels, Residence-Inn und TownePlace-Suiten bietet Marriott drei verschiedene Longstay-Marken an:

Die Element Hotels richten sich an aktive Reisende, die auch unterwegs einen ausgewogenen Lebensstil pflegen möchten. Das neueste Angebot von Element – das Studio Commons Gemeinschaftszimmerkonzept – definiert sich durch vier private Gästezimmer, die durch einen gemeinsamen Wohnbereich miteinander verbunden sind. Hier können Gäste zusammenkommen, arbeiten oder gemeinsam essen.

Über 870 Residence-Inn-Häuser weltweit bieten ein komfortables und gehobenes Wohnen an. Die Suiten verfügen über getrennte Bereiche zum Wohnen, Arbeiten und Schlafen, einschließlich voll ausgestatteter Küchen. Mit dem kostenlosen Lebensmittel-Lieferservice können sich Gäste selbst versorgen.

Die TownePlace-Suiten zeichnen sich dagegen durch ein einfaches Design aus. Die Marke gehört, laut eigenen Angaben, zu den am schnellsten wachsenden von Marriott.

Insgesamt fasst das Portfolio der drei Marriott-Marken für Langzeit-Aufenthalte derzeit knapp 1.400 Hotels weltweit – und macht damit, laut Unternehmensangaben, fast 30% des weltweiten Angebots für Longstay-Apartments aus. Wie Marriott berichtet, befinden sich bereits 575 zusätzliche Häuser in der Pipeline. [Hogapage](#)

### Accor verzeichnet hohen Verlust im Jahr 2020



Accor hat im vergangenen Jahr einen hohen Verlust hinnehmen müssen: 60% weniger Umsatz als im Vorjahr und ein Verlust von 2 Mrd. €. Laut Bilanz betrug der Umsatz 1,6 Mrd. €, während es im Jahr davor noch gut 4 Mrd. € waren. Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Steuern (Ebitda) lag mit 391 Mio. € im negativen Bereich, 2019 war es noch

mit 825 Mio. € positiv.

In Deutschland bewegte sich der RevPAR (Erlös pro verfügbarer Zimmerkapazität) 2020 um knapp 65% unter dem Vorjahreswert.

Trotz der Krise eröffnete der Konzern im vergangenen Jahr 205 Hotels mit etwa 30.000 Zimmern. Insgesamt betreibt Accor nun weltweit 5.139 Häuser mit gut 750.000 Zimmern. In der Pipeline seien weitere 1.200 Hotels mit rund 212.000 Zimmern, heißt es.

Ende 2020 waren laut Konzernbericht 82% aller Hotels der Accor-Marken geöffnet; also mehr als 4.000 Häuser.

Mitte 2020 setzte Accor einen Restrukturierungsplan auf, der den Konzern mittels umfangreicher Sparmaßnahmen auch im Personalbereich wieder in die schwarzen Zahlen bringen soll. Bereits in diesem Jahr soll der operative Cashflow dadurch um 70 Mio. € verbessert werden.

Um die Liquidität des Unternehmens zu stärken, wurde im Geschäftsfeld Accor Invest, an dem der Konzern seit Mitte 2018 eine Minderheitsbeteiligung hält, eine Kapitalerhöhung im Volumen von 150 Mio. € durchgeführt. Eine weitere Kapitalerhöhung im Umfang von 327 Mio. € soll im März folgen. [Hotelvor9](#)

### Radisson plant bis Jahresende 30 Eröffnungen im EMEA-Raum



Die Radisson Hotel Group ist auf Wachstumskurs. 2020 unterzeichnete das Unternehmen mehr als 40 neue Hotelprojekte, Resorts und Serviced Apartments im EMEA-Raum mit insgesamt 7.700 Zimmern. Zu den wichtigsten Projekten gehörten die Radisson Red Hotels in Innsbruck und in Köln sowie das Radisson Blu Resort Santorini in Griechenland, das Radisson Beach Resort The Palm in Dubai, ein Radisson Collection Hotel in Lyon sowie das Henrietta House, ein Mitglied der neuen Marke Radisson Individuals in Bath, Großbritannien.

Daneben kündigte die Radisson Hotel Group im Jahr 2020 die Einführung von Radisson Individuals an. Die neue Conversion-Marke biete unabhängigen Hotels sowie regionalen Hotelketten die Möglichkeit, von der Bekanntheit der Radisson Marke und der Distributionskraft



## Newsletter rund um die Hotellerie – März 2021

der Gruppe zu profitieren. Sie soll den Zugang zu neuen Zielgruppen sichern, die über die verschiedenen Distributionskanäle und Vertriebsstrukturen der Radisson Hotel Group erreicht werden. Dabei bewahren die Hotels nach Unternehmensangaben ihre Unabhängigkeit und ihr eigenständiges Profil.

Darüber hinaus wurden die Expansionspläne für Serviced Apartments ausgebaut, die als Konzepterweiterung für die bestehenden Marken der Radisson Hotel Group in allen Segmenten von Midscale bis Luxury entwickelt wurden. Das Serviced Apartments-Portfolio der Hotelgruppe soll sich innerhalb der nächsten fünf Jahre mehr als verdoppeln. Neueröffnungen sind für Paris, Amsterdam, Istanbul, Larnaca, Nikosia, Kairo, Riad sowie in der DACH-Region geplant.

Für 2021 sind weitere 30 Hoteleröffnungen mit über 5.000 Zimmern im EMEA-Raum geplant. Die geplanten Neueröffnungen umfassen ebenfalls sieben Hotels der Premium Lifestyle Marke Radisson Collection in beliebten Städten wie Cortina, Mailand, Venedig, Sevilla, Lyon und Bodrum. Damit wächst das Gesamtportfolio der Luxusmarke auf mehr als 35 Hotels weltweit mit Spitzenhotels sowohl in Topstädten wie Paris, London, Shanghai, Moskau und Kairo als auch in Resortdestinationen wie Blue Montain, Bodrum und Najing. [Tophotel](#)

### Adina Hotels setzen Expansion in Europa fort

# Adina

Die australische Hotelmarke Adina Hotels baut ihr Wachstum in Europa weiter aus: Fünf Neueröffnungen stehen 2021 an, und zwar in Köln, Düsseldorf, Wiesbaden, München und Wien.

Für Adina Hotels war Berlin mit der Eröffnung des Hotels am Checkpoint Charlie Ende 2007 der erste Standort in Deutschland. Seit der Eröffnung des Adina Berlin Hackescher Markt 2011 ist die Hotelmarke mit insgesamt drei Häusern in der Hauptstadt sowie Hotels in vier weiteren Städten in Deutschland vertreten.

In den nächsten Jahren habe Adina Hotels in Europa noch viel vor: Allein in diesem Jahr sei mit den fünf geplanten, neuen Hotels ein großer Teil des Wachstumsplans umgesetzt worden.

Bis 2023 sollen außerdem neue Häuser in Stuttgart und Genf (als erster Standort in der Schweiz) dazukommen. [Tageskarte](#)



## Newsletter rund um die Hotellerie – März 2021

### me and all trägt jetzt GreenSign

#### me and all hotels

me and all hotels, die Boutique-Marke der Lindner Hotels AG, hat sich für ihr nachhaltiges Engagement mit dem Nachhaltigkeitssiegel GreenSign zertifizieren lassen.

Gemäß des Mottos „Mit viel weniger viel mehr erreichen“ haben sich die me and all hotels Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Umweltschutz auf die Fahne geschrieben. Um die damit nachhaltigen Maßnahmen und den Green-Spirit des Unternehmens nach außen zu tragen, wurden jetzt alle me and all Hotels, genauso wie die Hotels der Muttergesellschaft Lindner Hotels AG, mit dem GreenSign-Nachhaltigkeitssiegel zertifiziert.

In den vier bislang eröffneten Häusern der Boutique-Marke ist der respektvolle Umgang mit Ressourcen ein zentrales Thema. Konkret sieht das so aus: Nutzung von 100% Naturstrom, Verwendung regionaler und saisonaler Produkte in den Lounges, wassersparende Regenduschen in den Bädern und ein hochpriorisiertes Nachhaltigkeits-Management, das auf einen sparsamen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zielt. Auch LEDs, nachhaltige Kaffeekapseln aus Holz, energie- und wassersparende Anlagen sowie neue Technologien gehören zur me-and-all-Grundausstattung.

Nachhaltig sind auch die Gastro-Konzepte: Speisekarten werden nicht jedes Mal neu gedruckt, sondern die Gäste können sich die Gerichte digital per QR-Code auf dem Handy aussuchen. Die verwendeten Zutaten kommen zum größten Teil aus der Region und durch eine kleine, aber feine Auswahl an Speisen werden nicht unnötig viele Lebensmittel vorgehalten. [AHGZ](#)

### Westmont Hospitality übernimmt elf IHG-Hotels von insolventer Tidal Operations

Die Tidal Operations hat, als Betreiber von elf Hotels der IHG-Marken Crowne Plaza, Holiday Inn, Holiday Inn Express in Deutschland, im Herbst 2020 Insolvenz angemeldet. Zu den Hotels gehört auch das Holiday Inn München City Center mit über 500 Zimmern. Nun ist mit Westmont Hospitality ein neuer Betreiber für die Häuser gefunden worden.

Der Insolvenzverwalter der Tidal Operations Germany GmbH, Michael Bremen von der Pluta Rechtsanwalts GmbH, hat in Zusammenarbeit mit Invesco Real Estate und IHG Hotels & Resorts eine Nachfolgelösung für den Betrieb des Portfolios von bundesweit elf Hotels unter den Marken Holiday Inn, Holiday Inn Express und Crowne Plaza erzielt.

Zum 1. März 2021 wird der Betrieb durch einen weltweit agierenden strategischen und führenden Hotelbetreiber, die Westmont Hospitality Group, übernommen, die damit ihre Position im deutschen Markt verstärkt. Die Hotels bleiben weiterhin im Portfolio von Invesco Real Estate und sollen wieder eröffnet werden, sobald dies möglich ist. Ein wesentliches Bestreben in dieser gemeinsamen Lösung war der Erhalt der 296 Arbeitsplätze in den Hotels.



## Newsletter rund um die Hotellerie – März 2021

Zu dem Portfolio des insolventen Betreibers zählen das Crowne Plaza Hamburg City Alster, das Holiday Inn München City Centre, das Crowne Plaza Heidelberg (ehemals Hotel Schrieder) sowie acht Holiday Inn Express Hotels (Berlin City Centre, Dortmund, Düsseldorf City Centre North, Frankfurt Airport, Frankfurt Messe, Köln Troisdorf, Köln Mülheim sowie München Messe). Der Betreiber ist nicht Eigentümer der Hotelimmobilien.

Westmont war in den letzten Jahrzehnten an über 1000 Hotels beteiligt und hat diese betrieben. Derzeit sind es über 500 Hotels auf vier Kontinenten.

Westmont hat strategische Allianzen mit vielen der größten Hotelmarken der Welt geschlossen. Dazu gehören Hilton, Marriott, InterContinental Hotels Group (IHG), Hyatt, Fairmont und Choice Hotels. Das Unternehmen ist einer der größten Eigentümer und Betreiber von IHG und Hilton Hotels weltweit. [Tageskarte](#)

### Deutsche wollen nach Corona wieder reisen wie zuvor

Laut einer Umfrage des ADAC werde sich das Reiseverhalten der Deutschen durch Corona nicht grundlegend verändern. Allerdings dürften individuelle Reisearten wie Ferienhaus- und Campingurlaub hinzugewinnen und das Bedürfnis der Kunden nach flexiblen Buchungskonditionen wächst.

Wie andere Umfragen attestiert auch die Tourismusstudie des ADAC den Deutschen Zurückhaltung bei der Planung ihres Urlaubs. Bereits gebucht hatten zum Zeitpunkt der Befragung im November gerade mal 10%, knapp die Hälfte will sich erst kurz vor Reiseantritt oder gar nicht vorab festlegen.

Insgesamt werde Deutschland als Reiseziel auch 2021 wieder stark im Mittelpunkt stehen, so der ADAC. Rund zwei Drittel der Befragten wollen dieses Jahr sehr wahrscheinlich oder wahrscheinlich hierzulande reisen, 47% planen eine Reise ins europäische Ausland. Urlaub außerhalb Europas planen 16, darunter laut ADAC vor allem Jüngere.

55% der Deutschen wollen nach Corona wieder so reisen wie vorher, hat der ADAC ermittelt. Sie wollen demnach wieder längere Reisen antreten und dabei in ihre gewohnten Destinationen reisen – wobei Deutschland als Reiseziel nach Einschätzung des Verbandes mittelfristig beliebter werden könnte. Ebenso wollen sie ihren bisherigen Urlaubsarten und Verkehrsmitteln treu bleiben – Badeurlaub bleibt weiter vorne, aber auch die Kreuzfahrer wollen zurück aufs Schiff und Hotels bleiben trotz des Aufschwungs im Ferienhaussegment die bevorzugte Unterkunftsart. [Hotelvor9](#)



### 76,3% weniger Übernachtungen im Januar 2021

Im Januar 2021 hat sich die Coronakrise noch stärker als in den vergangenen Monaten auf den inländischen Tourismus ausgewirkt. Nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden wurden deutschlandweit im Januar 2021 insgesamt nur noch 6,4 Mio. Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen verzeichnet. Das waren 76,3% weniger als im Januar 2020.

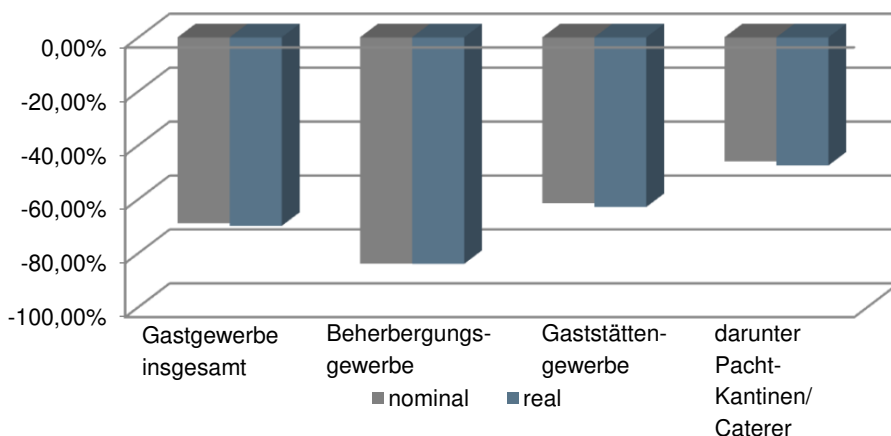
Bei den ausländischen Gästen sank die Zahl der Übernachtungen um 86,3% (auf 0,7 Mio.) im Vergleich zum Vorjahresmonat. Die Übernachtungszahlen der inländischen Gäste sanken um 73,9 % (auf 5,7 Mio. Übernachtungen) gegenüber Januar 2020.

Diese Ergebnisse zeigen deutlich die Folgen der Coronakrise mit wiederholten Beherbergungsverboten oder –einschränkungen. Von den etwa 52.000 erfassten Beherbergungsbetrieben hatten im Januar lediglich 29.200 geöffnet. Das ist ein nochmaliger Rückgang um 1.800 Betriebe im Vergleich zum Dezember 2020, als 31.000 Betriebe geöffnet waren.

### Vergleich Gastgewerbe Januar 2021 zu Januar 2020

Wirtschaftsbereich	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	-68,9%	-69,9%
<b>Einzelbereiche</b>		
Beherbergungsgewerbe	-83,9%	-84,0%
Gaststättengewerbe	-61,5%	-62,9%
darunter Pacht-Kantinen/Caterer	-46,0%	-47,5%

### Umsatzentwicklung Gastgewerbe Januar 2021 zu Januar 2020



## Nordrhein-Westfalen



Januar 2021	NRW			Düsseldorf		
	vs. Jan. 2020			vs. Jan. 2020		
Ankünfte	214.829	-86,9%	↓	22.211	-90,9%	↓
Übernachtungen	883.894	-75,6%	↓	43.382	-89,6%	↓
Betten	278.224	-23,4%	↓	28.374	-0,9%	↓
Ø Aufenthaltsdauer	4,1	86,4%	↑	2,0	17,6%	↑
Bettenauslastung	10,7%	-67,3%	↓	7,0%	-85,5%	↓

## Baden-Württemberg



Januar 2021	Baden-Württemberg			Stuttgart		
	vs. Jan. 2020			vs. Jan. 2020		
Ankünfte	183.532	-85,9%	↓	16.300	-89,3%	↓
Übernachtungen	889.993	-72,6%	↓	48.500	-82,5%	↓
Betten	235.915	-35,1%	↓	16.416	-27,8%	↓
Ø Aufenthaltsdauer	4,8	92,0%	↑	3,0	63,5%	↑
Bettenauslastung	13,1%	-56,3%	↓	10,0%	-75,0%	↓

## Bayern



Januar 2021	Bayern			München		
	vs. Jan. 2020			vs. Jan. 2020		
Ankünfte	250.351	-89,3%	↓	50.505	-91,2%	↓
Übernachtungen	1.135.112	-81,4%	↓	190.666	-84,3%	↓
Betten	366.235	-43,2%	↓	59.391	-32,8%	↓
Ø Aufenthaltsdauer	4,5	73,1%	↑	3,8	78,6%	↑
Bettenauslastung	10,5%	-66,9%	↓	10,8%	-75,9%	↓

## Berlin



Januar 2021	Berlin		
	vs. Jan. 2020		
Ankünfte	81.126	-91,5%	↓
Übernachtungen	285.427	-87,0%	↓
Betten	105.815	-30,8%	↓
Ø Aufenthaltsdauer	3,5	52,2%	↑
Bettenauslastung	8,9%	-80,9%	↓

### Brandenburg



Januar 2021	Brandenburg		Potsdam	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	45.880	-81,2% ↓	3.602	-87,4% ↓
Übernachtungen	240.006	-62,5% ↓	16.878	-75,1% ↓
Betten	64.205	-27,4% ↓	4.520	-25,2% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	5,2	100,0% ↑	4,7	95,8% ↑
Bettenauslastung	12,3%	-48,1% ↓	12,5%	-66,2% ↓

### Bremen



Januar 2021	Bremen		Stadt Bremen	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	17.000	-81,8% ↓		
Übernachtungen	51.197	-70,6% ↓		
Betten	13.269	-23,5% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	3,0	57,9% ↑		
Bettenauslastung	13,2%	-59,4% ↓		

### Hamburg



Januar 2021	Hamburg	
	vs. Jan. 2020	
Ankünfte	49.567	-89,5% ↓
Übernachtungen	140.421	-84,6% ↓
Betten	51.877	-29,7% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	2,8	47,4% ↑
Bettenauslastung	9,0%	-77,8% ↓

### Hessen



Januar 2021	Hessen		Wiesbaden	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	169.358	-83,6% ↓	9.063	-77,1% ↓
Übernachtungen	691.936	-71,0% ↓	31.389	-64,7% ↓
Betten	151.958	-35,3% ↓	6.286	-17,6% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	4,1	78,3% ↑	3,5	59,1% ↑
Bettenauslastung	15,2%	-54,9% ↓	17,0%	-55,1% ↓

## Mecklenburg-Vorpommern



Januar 2021	Mecklenburg-V.		Schwerin	
		vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020
Ankünfte	23.667	-92,2% ↓	604	-93,8% ↓
Übernachtungen	191.371	-82,6% ↓	1.315	-91,8% ↓
Betten	51.877	-77,9% ↓	636	-74,5% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	8,1	118,9% ↑	2,2	37,5% ↑
Bettenauslastung	12,3%	-23,1% ↓	6,7%	-69,1% ↓

## Niedersachsen



Januar 2021	Niedersachsen		Hannover	
		vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020
Ankünfte	148.079	-80,5% ↓		
Übernachtungen	622.853	-69,6% ↓		
Betten	145.936	-53,6% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	4,2	55,6% ↑		
Bettenauslastung	14,3%	-34,4% ↓		

## Rheinland-Pfalz



Januar 2021	Rheinland-Pfalz		Mainz	
		vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020
Ankünfte	56.316	-85,6% ↓		
Übernachtungen	262.574	-72,7% ↓		
Betten	99.721	-40,6% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	4,7	88,0% ↑		
Bettenauslastung	8,8%	-54,6% ↓		

## Saarland



Januar 2021	Saarland		Saarbrücken	
		vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020
Ankünfte	13.321	-80,3% ↓		
Übernachtungen	67.786	-65,8% ↓		
Betten	16.523	-22,8% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	5,1	75,9% ↑		
Bettenauslastung	15,7%	-48,5% ↓		

## Sachsen



Januar 2021	Sachsen		Dresden	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	60.992	-87,1% ↓	10.649	-91,7% ↓
Übernachtungen	290.566	-75,0% ↓	29.302	-87,9% ↓
Betten	82.669	-35,2% ↓	24.449	-0,3% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	4,8	92,0% ↑	2,8	47,4% ↑
Bettenauslastung	11,6%	-61,2% ↓	6,1%	-81,5% ↓

## Sachsen-Anhalt



Januar 2021	Sachsen-Anhalt		Magdeburg	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	35.382	-80,6% ↓		
Übernachtungen	135.391	-69,2% ↓		
Betten	46.970	-27,4% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	3,8	58,3% ↑		
Bettenauslastung	9,5%	-57,4% ↓		

## Schleswig-Holstein



Januar 2021	Schleswig-Holstein		Kiel	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	44.133	-86,5% ↓	3.916	-82,0% ↓
Übernachtungen	304.138	-73,1% ↓	19.476	-61,1% ↓
Betten	175.789	-22,5% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	6,9	97,1% ↑	5,0	117,4% ↑
Bettenauslastung	5,9%	-64,7% ↓		

## Thüringen



Januar 2021	Thüringen		Erfurt	
	vs. Jan. 2020		vs. Jan. 2020	
Ankünfte	33.724	-84,2% ↓		
Übernachtungen	172.508	-69,1% ↓		
Betten	43.522	-37,9% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	5,1	96,2% ↑		
Bettenauslastung	13,4%	-49,6% ↓		



## Newsletter rund um die Hotellerie – März 2021

### 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