



Newsletter rund um die Hotellerie – Juli / August 2021

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

Seit Montag gilt bundesweit verbindlich die 3G-Regel: Wer sich in öffentlich zugänglichen Innenräumen trifft, muss geimpft, genesen oder getestet sein. Auch zur Übernachtung im Hotel muss nun ein Impf- bzw. Genesungsnachweis vorliegen oder alternativ ein negativer Schnelltest bzw. PCR-Test. Dieser muss an jedem dritten Tag des Aufenthalts wiederholt werden.

Von der bundeseinheitlichen Regelung könnte die Gastronomie und Hotellerie, die wie kaum eine andere Branche von den Lockdown-Verordnungen betroffen war, profitieren, da sie eine gewisse Planungssicherheit für den Herbst schafft.

Allerdings ergänzen die Bundesländer mal wieder den politischen Beschluss der 3G-Regel durch eine ungebremschte Freude an Detailregelungen. Eigentlich sollten die Beschlüsse der Ministerpräsidentenkonferenz vom 10. August Klarheit schaffen, doch vielmehr herrscht nun nach wie vor Verwirrung und Unklarheit über die aktuellen Regelungen in den einzelnen Ländern.

Es bleibt zu hoffen, dass sich irgendwann eine einheitliche deutschlandweite Regelung durchsetzt, die für alle Bürger übersichtlich ist und den Hoteliers und Gastronomen, die lang ersehnte Planungssicherheit zurückgibt. Vielleicht hilft der im Raum stehende Hospitalisierungsindikator...

Ihr Team von Hotel Affairs Consulting

4. Sitzung 2021 Arbeitskreis Hotelimmobilien



Am 9. September 2021 findet in der Zeit von 9:30 bis 16:30 Uhr die 4. Sitzung des Arbeitskreises Hotelimmobilien 2021 statt, als Präsenzveranstaltung im Dorint City Hotel Bremen und als virtuelle Sitzung über Zoom.

Themenschwerpunkte sind der Hotelmarkt in der DACH-Region sowie die Digitalisierung. Zudem wird Axel Deitermann eine Diskussionsrunde moderieren zum Thema „Durch die Krise und nach vorn“. Teilnehmer werden sein: Dirk Iserlohe (CEO der Honestis AG und Aufsichtsrat der Dorint GmbH), Markus Beike (Development Director Germany & CEE, Staycity Group) sowie Stefan Lenze (Co-CEO, Motel One Group).

Am Vorabend findet eine exklusive Abendveranstaltung im Parkhotel Bremen statt.

Die Teilnehmerzahl ist auf 120 Personen begrenzt. Es gilt die 3G-Regel. Die Sitzung wird auch digital per Zoom übertragen. Für Mitglieder des AK Hotelimmobilien ist die Teilnahme an der Sitzung kostenfrei. Gäste können für 250 € (zzgl. MwSt.) an der Sitzung teilnehmen. Eine Anmeldung ist erforderlich. Weitere Informationen unter: ak-hotelimmobilien.de/bremen2021

Hyatt kauft Resort-Betreiber Apple Leisure Group

HYATT® Der Hotelkonzern Hyatt übernimmt den Betreiber von Ferienhotels „Apple Leisure Group“ für 2,3 Mrd. € von den Beteiligungsgesellschaften KKR und KSL Capital Partners.

Die Apple Leisure Group (ALG) betreibt ein breites Markenportfolio unter dem Dach der AMR Collection. Dazu gehören etwa die Secrets Resorts & Spas, Dreams Resorts & Spas, Breathless Resorts & Spas, Zoëtry Wellness & Spa Resorts und die europäische Marke Alua Hotels & Resorts.

Der Zukauf erweitert das Hyatt-Portfolio um gut 100 Resorts (mit insgesamt 33.000 Zimmern) in zehn Ländern. Weitere 24 Projekte befinden sich in der Pipeline.

Außerdem agiert ALG im Bereich Destination Management Services und Reisetechologie.

CEO Alejandro Reynal soll das Unternehmen weiter führen und an Hyatt-Chef Mark Hoplamazian berichten.

Hoplamazian bezeichnet die Übernahme, die im letzten Quartal des Jahres abgeschlossen werden soll und die durch die Zahlung von US \$ 1 Mrd. in bar und eine Kombination aus Fremd- und Eigenkapitalfinanzierung finanziert werden soll, als „Asset-light“-Akquisition. Sie werde den Fußabdruck des traditionell eher im Business-Hotel-Sektor starken Konzerns in der Freizeithotellerie verdoppeln, sagt er. Bis Ende 2024 sollen zudem 80% der Einnahmen von Hyatt aus Management-Gebühren resultieren.

Der Deal soll zudem dazu führen, dass Hyatt das „größte Portfolio an Luxus-All-Inclusive-Anlagen weltweit“ hält und zum größten Luxushotelbetreiber in Mexiko und der Karibik wird. In Europa wächst das Angebot in diesem Segment nach Unternehmensangaben um 60%.

[Hotelvor9](#)

TUI mit erfolgreichem Neustart



Die TUI hat in allen europäischen Märkten die Geschäftsaktivitäten erfolgreich wieder aufgenommen. Die Nachfrage nach Urlaubsreisen bleibt ungebrochen hoch. Insgesamt sind seit den Halbjahreszahlen im Mai rund 1,5 Mio. Buchungen eingegangen, für den Sommer 2021

verzeichnet der Konzern aktuell 4,2 Mio. Buchungen.

Mit dem positiven operativen Neustart generiert die TUI wieder Mittelzuflüsse. Im dritten Geschäftsquartal liegen diese höher als die laufenden Cash-Kosten, so dass erstmals seit Beginn der Pandemie wieder ein positiver Cash-Flow vor Finanzierungstätigkeit in Höhe von rund 320 Mio. € verzeichnet wurde. [Hogapage](#)

Novum startet Serviced-Apartment-Marke „acora Living the City“



Mit „acora Living the City“ stellt die Hamburger Hotelgruppe Novum Hospitality ihre fünfte Eigenmarke vor. Das auf Serviced Apartments spezialisierte Angebot im Midscale Segment erweitert das Leistungsspektrum um Longstay Unterkünfte.

Dabei rückt die Marke den Digitalisierungsansatz in den Mittelpunkt: Vollautomatisierte Abläufe vom Check-in über den digitalen Host bis hin zur Rechnungsstellung warten auf die künftigen Gäste. Als Teil der Wachstumsstrategie des Unternehmens ist die schrittweise Etablierung der Marke in Deutschland und Europa geplant. Langfristig ist die Präsenz von 30 Häusern vorgesehen.

Das Angebot richtet sich gleichermaßen an Langzeit-Business- und Freizeitreisende sowie Expats und Übergangswohnende. Die hinzubuchbaren Services umfassen u.a. den persönlichen Concierge, Room- und Wäscheservice. Alle Apartments verfügen über eine Ausstattung bestehend aus Kühlschrank, Spülmaschine, Bluetooth-Musikbox, Klimaanlage und weiteren Gadgets.

Der zukünftige Expansionsfokus soll auf Deutschland und Europa liegen und sich auf Innenstadtlagen sowie Neubauten und konvertierte Objekte beziehen. Auch die Integration in Mixed-Use Konzepte ist denkbar. Derzeit befinden sich unter anderem drei Neubauprojekte in der Pipeline. [DEAL Magazin](#)

Accor verliert im ersten Halbjahr 120 Millionen Euro



Obwohl Accor im ersten Halbjahr seine operative Leistung, laut CEO Sébastien Bazin, deutlich verbessert habe, gab es beim EBITDA (Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) ein negatives Ergebnis von 120 Mio. €. Der Umsatz belief sich in den ersten sechs Monaten auf 884 Mio. €, was je einen Rückgang von 6% zu 2020 und 53% zu 2019 bedeutet.

Der Revpar sank im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 um 60%. Allerdings fiel das Ergebnis in den einzelnen Ländern höchst unterschiedlich aus.

Ende Juni 2021 verfügte die Accor-Gruppe über ein Portfolio von 762.000 Zimmern in 5.199 Hotels und eine Pipeline von 211.000 Zimmern in 1.203 geplanten Hotels. Am 26. Juli waren 93% der Hotels geöffnet, das entspricht gut 4.800 Häusern. [Hotelvor9](#)

Dr. Oetker wird aufgespalten



Nach einem jahrzehntelangen Streit um die Ausrichtung von Dr. Oetker wird der Konzern nun aufgespalten.

Die Gesellschafter Alfred, Carl Ferdinand und Julia Johanna Oetker übernehmen unter einem gemeinsamen Dach unter anderem die Töchter Henkell & Co. Sektkellerei, die Martin Braun Backmittel KG, die Chemiefabrik Budenheim, einige Häuser aus der Hotelsparte sowie die Kunstsammlung August Oetker. Die Trennungsvereinbarung soll noch in diesem Jahr vollzogen werden.

Der umsatzstärkste Teil mit Lebensmitteln (Pizzen, Backmischungen, Tiefkühlorten und Pudding), die Radeberger Gruppe sowie einige Hotels bleiben in der Hand der Gesellschafterstämme von Richard und Philip Oetker, Rudolf Louis Schweizer, Markus von Luttitz sowie Ludwig Graf Douglas. 2020 hatte Dr. Oetker einen Umsatz von 7,3 Mrd. € vermeldet.

Aus der Hotelgruppe gehen an die jüngsten Geschwister Alfred, Carl Ferdinand und Julia Johanna Oetker unter dem Namen Geschwister Oetker Beteiligungs KG die Oetker Hotel Management Company und das Hotel Le Bristol in Paris sowie das Château du Domaine St. Martin in Vence. Die anderen Gesellschafter behalten das Brenner's Park Hotel in Baden-Baden und das Hôtel du Cap-Eden-Roc in Antibes. [Tageskarte](#)

Meininger Hotels verzeichnet Rekordergebnis



Die Hotelkette Meininger ist bisher vergleichsweise gut durch die Pandemie gekommen. Für die erste Julihälfte vermeldet das Unternehmen ein Rekordergebnis in der Unternehmensgeschichte.

„Vom 5. bis 11. Juli verzeichneten wir ein Buchungsplus von 85% im Vergleich zum Vorjahr und haben sogar Zahlen des Rekordjahres 2019 übertroffen“, sagt Doros Theodorou, CCO der Meininger Hotels.

Und auch für den Rest des Hochsommers, Juli und August, verkaufte Meininger bereits 142.500 Übernachtungen. „Wir rechnen für Juli und August mit einer Auslastungsrate von bis zu 90%“, ergänzt Theodorou. „Es ist deutlich zu sehen, dass Freizeitreisende zurückkommen. Vor allem Familien spielen dabei eine große Rolle.“

Gruppenanfragen, die in den Jahren zuvor den größten Anteil der Übernachtungen bei der Gruppe ausmachten, sind in den vergangenen eineinhalb Jahren aufgrund der pandemiebedingten Umstände zurückgegangen. Doch für das kommende Jahr seien die Aussichten deutlich besser: „Gruppenbuchungen werden bereits für 2022 und darüber hinaus getätigt. Allein im Juni haben wir Verträge im Wert von 1,3 Mio. € abgeschlossen“, sagt der CCO. [Hotelvor9](#)



Newsletter rund um die Hotellerie – Juli / August 2021

Porsche Design und Steigenberger launchen gemeinsame Hotelmarke

STEIGENBERGER
HOTELS & RESORTS

Steigenberger und Porsche Design wollen gemeinsam eine Hotelkette aufbauen. Dr. Jan Becker (CEO Porsche Design Group) und Marcus Bernhardt (CEO Steigenberger Hotels

AG/Deutsche Hospitality) haben die Zusammenarbeit bekannt gegeben.

Die „Steigenberger Porsche Design Hotels“ sollen in ausgewählten internationalen Metropolen entstehen. Positioniert ist das Hotelkonzept im Luxury-Lifestyle-Segment. Die neue Marke soll sich durch funktionales Design und ein einzigartiges Markenerlebnis auf höchstem Niveau auszeichnen.

Für beide Unternehmen ist die Zusammenarbeit ein bedeutender Schritt. „Steigenberger Hotels & Resorts und Porsche Design teilen gemeinsame Werte“, so Dr. Jan Becker. „Die beiden Unternehmen vereinen das Beste aus zwei Welten“, sagt Marcus Bernhardt. „Porsche Design bringt eine einzigartige Design-Philosophie in die Partnerschaft ein. Steigenberger steht wie kaum ein anderes Unternehmen seit über 90 Jahren für Qualität, Service und Leidenschaft in der Hotellerie.“ [Tageskarte](#)

Motel One von Corona immer noch schwer gebeutelt


MOTEL ONE

Im zweiten Quartal 2021 lag die Auslastung von Motel One bei nur 16%. Mit einem Umsatz von 29 Mio. € musste ein operativer Verlust von 41 Mio. € hingenommen werden. Zum Vergleich: Im ersten Quartal 2019

konnte ein Plus von 37 Mio. € erwirtschaftet werden. Für das zweite Halbjahr erwartet man eine Verbesserung.

Betrachtet man das erste Halbjahr, ergibt sich bei einem Umsatz von 43 Mio. € ein negatives EBIT (Betriebsergebnis vor Steuern und Zinsen) von 84 Mio. €. Durch die staatlichen Coronahilfen wurde der Verlust auf 32 Mio. € begrenzt. Für die beiden ersten Halbjahre 2020 und 2021 summierten sich die Ertragseinbußen auf 157 Mio. €.

Motel One rief 170 Mio. € eines bereits 2020 zugesicherten KfW-Kredits ab und investierte 24 Mio. € in Immobilien und Ausstattungen. Das Eigenkapitalquote sank von 71% auf 61% was einem Wert von 431 Mio. € entspricht.

Trotz aller Widrigkeiten blickt das Unternehmen positiv gestimmt in die Zukunft. Eine Auslastung von rund 35% im Juli und die Aussicht auf ein anziehendes Messengeschäft begründen den Optimismus. Allerdings hänge alles von der Entwicklung der Pandemielage ab. [Hotelvor9](#)

Raffles Hotels & Resorts setzt auf Expansion



Unter Führung des neuen CEO Stephen Alden setzt Raffles Hotels & Resorts den Expansionskurs fort und ist dabei auf dem besten Weg, ihr Portfolio mehr als zu verdoppeln. Möglich macht dies eine Reihe sorgsam ausgewählter neuer Standorte: So eröffnet Raffles noch in diesem Jahr ein zweites Haus in Dubai (The Palm) sowie Hotels in Bahrain, Udaipur und Macau. Weitere Leuchtturm-Projekte folgen unter anderem in London (2022), Boston (2022), Doha (2022), Jeddah (2022) und Moskau (2023).

Im kommenden Jahr stehen mit der Markenpremiere in Nordamerika und in Großbritannien zwei wichtige Ereignisse an: Das neue Raffles Boston Back Bay Hotel & Residences befindet sich direkt in Back Bay, dem wohlhabendsten Viertel der Stadt, und besteht aus einem Hotel sowie luxuriös ausgestatteten Residenzen. Zudem steht die Eröffnung des Raffles London at The OWO und der The OWO Residences by Raffles an. Als architektonisches Meisterwerk im denkmalgeschützten Old War Office aus dem Jahr 1906 – seines Zeichens Zeuge geschichtsträchtiger Ereignisse – stellt das Haus einen bedeutsamen Neuzugang im Markenportfolio dar. Managing Director im Raffles London ist Philippe Leboeuf. [Hogapage](#)

Manager erwarten Geschäftsreise-Comeback

80% der weltweit 750 von Airplus befragten CEOs und Topmanager halten den persönlichen Kontakt mit Kunden und Lieferanten nach wie vor für unverzichtbar, genauso viele wie vor der Pandemie. 48% glauben, dass es mehr Geschäftsreisen geben werde als 2019.

31% aller Befragten sehen bei der Anzahl der Reisen mittelfristig wieder den Vor-Corona-Zustand erreicht. Allerdings gibt es auch dämpfende Einflüsse: So erwartet jeder fünfte befragte Topmanager weniger Geschäftsreisen als noch 2019. Rund drei Viertel derjenigen, die weniger Reisen erwarten, sehen die bessere Technikinfrastruktur mit Videokonferenzen als einen Grund, physische Treffen zu ersetzen. Gerade die Bedeutung von Geschäftsreisen zu unternehmensinternen Anlässen schwindet auch quer über alle Top-Entscheidungsträger. [Hotelvor9](#)

Mehrheit der Investoren will wie bisher oder vermehrt Hotels in Europa erwerben

Laut Umfragen beabsichtigen mehr als ein Drittel der Investoren, mehr Hotels in ganz Europa zu kaufen. Trotz der Beeinträchtigung des Reise- und Tourismussektors durch die Pandemie beabsichtigen nur 21% der Investoren ihre Hotelkaufaktivitäten zu reduzieren und lediglich 10% haben ihre Akquisitionsvorhaben vorerst auf Eis gelegt. Die befragten Firmen investierten in



Newsletter rund um die Hotellerie – Juli / August 2021

den Jahren 2016 bis 2020 insgesamt über 26 Mrd. €, erwarben 664 Hotels mit 127.642 Zimmern und machten damit rund ein Viertel des gesamten Hoteltransaktionsvolumens in Europa aus.

Resorts haben bei Investoren am stärksten an Attraktivität gewonnen. Trotz der Komplexität ihres Betriebs und der Saisonabhängigkeit halten 70% der Umfrageteilnehmer sie jetzt für attraktiver als vor der Pandemie. Dies ist auf die erwartete schnellere Erholung und die langfristigen Wachstumsaussichten des Freizeitreiseverkehrs zurückzuführen. Serviced Apartments haben für 60% der befragten Investoren ebenfalls an Attraktivität zugelegt. Zweifellos spielen hierfür ihre Widerstandsfähigkeit während der Pandemie, ihre hohe Rentabilität, die niedrige Kostenbasis sowie ihre Flexibilität bei der Verlagerung in den mittel- und langfristigen gewerblichen Mietsektor eine wichtige Rolle.

Verlierer sind dagegen Hotels, die sich auf die Ausrichtung von Meetings, Incentives, Konferenzen und Events (MICE-Hotels) konzentrieren. Auch solche Häuser, die sich an Flughäfen befinden, stehen für die meisten Investoren deutlich weniger im Anlagefokus.

Bei der Frage nach den geographischen Standorten sind Großbritannien und Irland die Top-Zielregionen für Investoren, unter anderem weil hier die Investoren mit größeren Preisabschlägen rechnen. Gleich dahinter rangieren Deutschland, die Iberische Halbinsel, Frankreich und die Benelux-Länder. Auf Stadtebene erreichte Barcelona das höchste Interessen-Ranking unter Hotelinvestoren, gefolgt von London, Paris, Amsterdam, München und Berlin. Hamburg wurde zudem als besonders interessanter Markt von den Investoren genannt.

Aufgeschlüsselt nach Markttypen wird damit gerechnet, dass sich Freizeitdestinationen schneller erholen. 85% der Befragten gehen davon aus, dass die Performance bis 2023 vollständig auf das Niveau von 2019 zurückkehrt (RevPAR).

Es wird erwartet, dass regionale Städte folgen werden, wobei 77% der Umfrageteilnehmer eine Erholung zwischen 2023 und 2024 erwarten. Für Großstädte, die häufig stärker vom internationalen Reiseverkehr sowie Geschäftsreisenden abhängig sind, wird eine langsamere Erholung erwartet. Dennoch glauben 75% der befragten Investoren an eine Erholung zwischen 2023 und 2024 und 21% bis zum Jahr 2025. [Tageskarte](#)

Juni 2021: 39 % weniger Übernachtungen als im Juni des Vorkrisenjahres 2019

Nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden gab es in den Beherbergungsbetrieben in Deutschland im Juni 2021 insgesamt 30,9 Mio. Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen. Das waren 6,1% mehr Übernachtungen als im Juni 2020, aber 39% weniger als im Juni des Vorkrisenjahres 2019.

Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Inland stieg im Juni 2021 im Vergleich zum Juni 2020 um 5,5% auf 29,0 Mio. Bei den ausländischen Gästen erhöhte sich die Zahl der Übernachtungen um 17,3% auf 1,9 Mio. Im Vergleich zum Juni 2019 war die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Inland allerdings 31,6% geringer. Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland sank gegenüber dem Juni 2019 um 77,1%.

Von Januar bis Juni 2021 konnten die Beherbergungsbetriebe insgesamt 76,4 Mio. Übernachtungen verbuchen (-34,7% vs. Vorjahreszeitraum). Davon entfielen 70,2 Mio. Übernachtungen auf inländischer Gäste (-30,8%) und 6,2 Mio. Übernachtungen auf ausländische Gäste (-60,1 %).

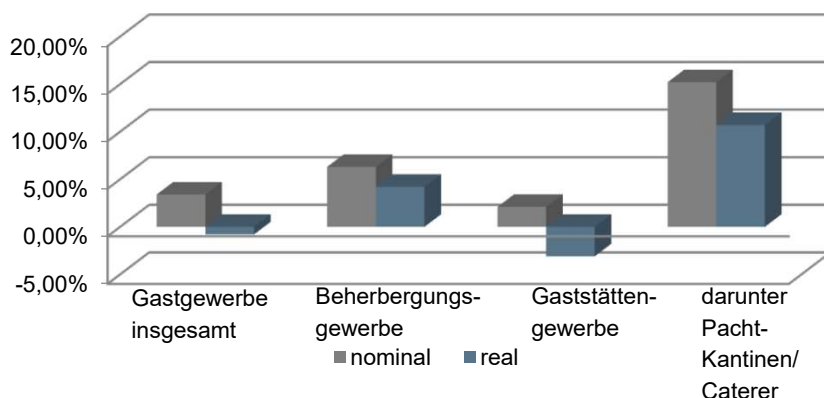
Vergleich Gastgewerbe Juni 2021 zu Juni 2020

Wirtschaftsbereich	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	3,4%	-0,8%

Einzelbereiche

Beherbergungsgewerbe	6,3%	4,2%
Gaststättengewerbe	2,1%	-3,1%
darunter Pacht-Kantinen/Caterer	15,2%	10,7%

Umsatzentwicklung Gastgewerbe Juni 2021 zu Juni 2020



Nordrhein-Westfalen



Juni 2021	NRW		Düsseldorf	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	864.536	6,2% ↑	71.182	29,5% ↑
Übernachtungen	2.391.498	10,6% ↑	118.140	31,6% ↑
Betten	351.716	1,0% ↑	29.093	1,8% ↑
Ø Aufenthaltsdauer	2,8	3,7% ↑	1,7	6,3% ↑
Bettenauslastung	23,0%	6,5% ↑	15,7%	18,0% ↑

Baden-Württemberg



Juni 2021	Baden-Württemberg		Stuttgart	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	1.077.916	1,1% ↑	52.067	9,2% ↑
Übernachtungen	3.320.288	10,0% ↑	115.110	21,2% ↑
Betten	400.020	4,9% ↑	19.938	3,9% ↑
Ø Aufenthaltsdauer	3,1	10,7% ↑	2,2	11,0% ↑
Bettenauslastung	28,1%	2,2% ↑	19,5%	12,1% ↑

Bayern



Juni 2021	Bayern		München	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	1.934.137	10,4% ↑	235.995	34,3% ↑
Übernachtungen	6.231.456	14,1% ↑	580.640	38,7% ↑
Betten	693.036	5,8% ↑	81.925	12,0% ↑
Ø Aufenthaltsdauer	3,2	3,3% ↑	2,5	3,3% ↑
Bettenauslastung	30,6%	6,3% ↑	23,6%	18,0% ↑

Berlin



Juni 2021	Berlin	
	vs. Juni 2020	
Ankünfte	312.993	15,2% ↑
Übernachtungen	813.179	24,5% ↑
Betten	133.479	5,2% ↑
Ø Aufenthaltsdauer	2,6	8,3% ↑
Bettenauslastung	21,1%	20,6% ↑

Brandenburg



Juni 2021	Brandenburg		Potsdam	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	322.019	-11,4% ↓	25.424	-23,2% ↓
Übernachtungen	1.009.640	-6,1% ↓	72.003	-16,8% ↓
Betten	125.427	1,6% ↑	5.884	-1,3% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	3,1	-48,3% ↓	2,8	7,7% ↑
Bettenauslastung	27,9%	-6,7% ↓	37,7%	-9,4% ↓

Bremen



Juni 2021	Bremen		Stadt Bremen	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	59.858	12,1% ↑		
Übernachtungen	123.275	11,0% ↑		
Betten	15.579	0,1% ↑		
Ø Aufenthaltsdauer	2,1	0,0% ↔		
Bettenauslastung	26,4%	9,1% ↑		

Hamburg



Juni 2021	Hamburg	
	vs. Juni 2020	
Ankünfte	214.325	2,5% ↑
Übernachtungen	469.738	3,3% ↑
Betten	68.477	5,5% ↑
Ø Aufenthaltsdauer	2,2	0,0% ↔
Bettenauslastung	23,8%	-0,4% ↓

Hessen



Juni 2021	Hessen		Wiesbaden	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	555.876	9,6% ↑	18.578	10,0% ↑
Übernachtungen	1.551.990	14,8% ↑	48.432	8,2% ↑
Betten	238.086	5,2% ↑	7.468	8,0% ↑
Ø Aufenthaltsdauer	2,8	3,7% ↑	2,6	-3,7% ↓
Bettenauslastung	22,2%	8,3% ↑	22,3%	-0,9% ↓

Mecklenburg-Vorpommern



Juni 2021	Mecklenburg-V.		Schwerin	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	728.020	-14,2% ↓		
Übernachtungen	3.242.500	-15,1% ↓		
Betten	318.609	-1,1% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	4,5	0,0% ↔		
Bettenauslastung	36,4%	-7,4% ↓		

Niedersachsen



Juni 2021	Niedersachsen		Hannover	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	948.076	10,9% ↑		
Übernachtungen	3.466.974	13,7% ↑		
Betten	378.286	1,7% ↑		
Ø Aufenthaltsdauer	3,7	2,8% ↑		
Bettenauslastung	31,1%	9,1% ↑		

Rheinland-Pfalz



Juni 2021	Rheinland-Pfalz		Mainz	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	536.607	-6,1% ↓		
Übernachtungen	1.545.107	-0,9% ↓		
Betten	219.905	0,7% ↑		
Ø Aufenthaltsdauer	2,9	7,4% ↑		
Bettenauslastung	23,6%	-2,9% ↓		

Saarland



Juni 2021	Saarland		Saarbrücken	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	56.747	-0,6% ↓		
Übernachtungen	190.811	6,3% ↑		
Betten	22.835	-5,0% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	3,4	6,3% ↑		
Bettenauslastung	27,9%	10,7% ↑		

Newsletter rund um die Hotellerie – Juli / August 2021

Sachsen



Juni 2021	Sachsen		Dresden	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	347.519	-19,7% ↓	71.401	-23,9% ↓
Übernachtungen	1.018.583	-14,8% ↓	153.767	-25,8% ↓
Betten	144.517	-1,4% ↓	24.350	-0,4% ↓
Ø Aufenthaltsdauer	2,9	7,4% ↑	2,2	0,0% ↔
Bettenauslastung	24,9%	-10,8% ↓	22,3%	-25,4% ↓

Sachsen-Anhalt



Juni 2021	Sachsen-Anhalt		Magdeburg	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	198.888	-11,7% ↓		
Übernachtungen	530.845	-7,2% ↓		
Betten	73.033	-1,4% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	2,7	8,0% ↑		
Bettenauslastung	24,7%	-3,1% ↓		

Schleswig-Holstein



Juni 2021	Schleswig-Holstein		Kiel	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	846.424	3,1% ↑	20.514	23,4% ↑
Übernachtungen	4.278.534	10,6% ↑	58.830	33,7% ↑
Betten	318.354	2,6% ↑		
Ø Aufenthaltsdauer	5,1	8,5% ↑	2,9	11,5% ↑
Bettenauslastung	45,1%	6,1% ↑		

Thüringen



Juni 2021	Thüringen		Erfurt	
	vs. Juni 2020		vs. Juni 2020	
Ankünfte	199.168	-8,4% ↓		
Übernachtungen	558.442	-3,2% ↓		
Betten	78.845	-1,1% ↓		
Ø Aufenthaltsdauer	2,8	7,7% ↑		
Bettenauslastung	24,8%	0,8% ↑		



Newsletter rund um die Hotellerie – Juli / August 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