

SUPERIOR HOTEL

BRANCHENNEWS

Hotelvolumen erreicht 2019 Allzeithoch



Motivbild: matchka / pixelio.de

In zwölf Jahren ist das Marktvolumen investimentrelevanter Hotels in Deutschland auf zuletzt 61,1 Milliarden Euro gewachsen. Selbst während der Finanzkrise 2008/2009 stieg das Marktvolumen in Summe leicht an. Wie aus den neuen Berechnungen von Union Investment und bulwiengesa hervorgeht, ist der Marktwert investimentrelevanter Hotels in Deutschland gegenüber 2018 um rund 6,3 Prozent gestiegen.

Wie in den Jahren zuvor, resultierte 2019 der Wertzuwachs (Vorjahr +9,5 Prozent) aus einem anhaltend hohen Neubauvolumen an Hotelflächen (= Mengeneffekt) sowie aus einer Wertsteigerung im Bestand (= Performanceeffekt), da auch 2019 die touristischen und immobilienwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland hervorragend waren. In all der Corona-Berichterstattung wird leicht vergessen, dass die Tourismusbranche in den letzten zwölf Jahren eine der am stärksten wachsenden Branchen war. 2019 war ein hervorragendes touristisches Jahr, mit knapp einer halben Milliarde Übernachtungen in Deutschland, erläutert Dierk Freitag, Bereichsleiter und Partner bei bulwiengesa. Die Stadthotellerie profitierte bis auch im vergangenen Jahr in einem hohen Maß vom Messe- und Kongressgeschäft, das in Deutschland, als einen der größten Messeplätze weltweit, beste Rahmenbedingungen vorfindet. Und die Ferienhotellerie verbuchte 2019 eine bisher noch nie dagewesene hohe Binnennachfrage.

Entsprechend gut performten 2019 hierzulande Hotels in Städten und Ferienregionen. Von den 81 deutschen Großstädten mit über 100.000 Einwohnern erreichten 14 Städte Volumina von mehr als zwei Millionen Übernachtungen, weshalb dort aber auch anderswo im Land

viele neue Hotels, Hostels und Serviced Apartments entstanden. Aktuellen Studienergebnissen zufolge hat sich das Projektentwicklungsvolumen im Hotelbereich in den deutschen A-Städten innerhalb von zehn Jahren mehr als verdreifacht. Allein in Frankfurt stieg die Zahl der Hotelbetten innerhalb eines Jahres um knapp zehn Prozent. Angesichts dieser starken Neubautätigkeit umfasst das von Union Investment und bulwiengesa als investmentelevant eingestufte Angebot mittlerweile rund 405.000 Gästezimmer, die sich deutschlandweit auf Städte und Ferienregionen verteilen. Fast ein Viertel der Zimmer befinden sich in Städten mit weniger als 100.000 Einwohnern, in denen teilweise die Übernachtungszahlen stärker als in den Großstädten stiegen. In Flensburg beispielsweise verdoppelten sich in weniger als zehn Jahren die Übernachtungszahlen. Wir beobachten solche Entwicklungen auch anhand der Performance-Entwicklungen in unserem eigenen Hotelportfolio sehr genau und investieren deshalb selektiv in Sekundärstandorte und dort besonders in Objekte, die für Longstay-Aufenthalte konzipiert sind, mit Marken wie bspw. Hyatt House, sagt Martin Schaller, Leiter Asset Management Hospitality bei der Union Investment Real Estate.

Das investmentelevante Angebot setzt sich sowohl aus klassischen Businesshotels als auch aus Ferien- und Apartmenthotels sowie aus unterschiedlichsten Mixed-Use-Konzepten mit Co-Working und Co-Living-Komponenten zusammen. Da für jeden Investor die Leistungsfähigkeit des Betreibers, die unter anderem in redundanten Organisationsstrukturen zum Ausdruck kommt, von immenser Wichtigkeit ist, nimmt die Markenhotellerie einen maßgeblichen Anteil im Angebotsset und damit am Hotelmarktvolumen in Deutschland ein. 2019 stieg der Anteil der Markenhotellerie, gemessen an der Grundgesamtheit aller Zimmer in Hotels und Hotel garni in Deutschland, von 50,4 auf 52,1 Prozent.

So erfreulich der erneute Wertzuwachs in der Hotellerie für Bestandhalter ist, ist uns natürlich klar, dass das 2019 berechnete Marktvolumen aufgrund der aktuellen Situation in den nächsten ein bis zwei Jahren kaum steigerungsfähig sein dürfte, wobei jetzt bereits im Bau befindliche Projekte sich sicherlich noch positiv auf die nächste Erhebung auswirken sollten, sagt Martin Schaller. Was unser Portfolio betrifft, sind wir seitens der Standorte als auch der Betreiber gut positioniert. Nichtsdestotrotz stehen wir mit unseren Pächtern im intensiven Austausch, um geeignete Lösungen zu strukturieren und sie bestmöglich zu unterstützen.

Rein rechnerisch liegt der Wert eines Hotelzimmers in Deutschland nun bei rund 150.800 Euro. Da sind zirka 5.600 Euro mehr als 2018. Die Luxushotellerie erreicht einen durchschnittlichen Wert pro Zimmer von rund 265.000 Euro, die Budget/Economy-Hotellerie von rund 109.000 Euro.

Über den gesamten Betrachtungszeitraum von 2007 bis 2019 verzeichneten das Economy- und Midscale-Segment prozentual die höchsten Wertzuwächse. Dies lag zum einen an der konzeptionellen Präsenz der Markenhotellerie in diesem Bereich, die mit Marken wie HIEX, Ibis styles und Super 8 deutschlandweit stark expandiert und zum anderen an der guten Performance dieser Segmente. Im Economy-Segment wurde 2019 nach Angaben des Benchmark-Anbieters MKG ein durchschnittlicher RevPar von 60 Euro erzielt. Dem Economy-Segment sind rund 19 Prozent, dem Midscale-Segment rund 45 Prozent aller investmentelevanten Zimmer in Deutschland zuzurechnen.

Anteil des Transaktionsvolumens nähert sich der Zehn-Prozent-Marke

Dem Volumenwachstum des institutionellen Hotelmarktes steht im Jahr 2019 ein hohes Transaktionsvolumen von rund fünf Milliarden Euro (2018: rund vier Milliarden Euro) gegenüber. Wurden im Vorjahr rund 7,0 Prozent des berechneten Marktvolumens gehandelt, beläuft sich der Anteil im Jahr 2019 auf 8,2 Prozent.

„Union Investment wird auch weiterhin in Hotels investieren. Die Bonität der Betreiber und Nachhaltigkeit der Pachtbedingungen wird jedoch auch im Rahmen der Bewertung sicherlich an Bedeutung gewinnen. Es liegt nun an dem professionellen Miteinander sämtlicher Akteure, um das über viele Jahre aufgebaute Vertrauen in die Asset Klasse Hotel auch in Krisenzeiten weiter zu festigen“, sagt Martin Schaller.

Marktvolumen vorerst gebremst

Durch die Corona-Epidemie ist das Marktwachstum vorerst gestoppt. Die bisherigen Auswirkungen sind deutlich stärker als die während der Finanzkrise, aber nicht durch die wirtschaftliche Entwicklung verursacht. Durch den harten Shutdown verzeichnen alle Bestandsobjekte deutliche Umsatzeinbußen und viele Entwicklungsvorhaben sind vorerst verschoben. „Mit welchem Marktvolumen wir 2020 zu rechnen haben, lässt sich derzeit nicht exakt vorhersagen. Dies wird unter anderem davon abhängen, wie schnell sich die Wirtschaft erholt und das Messe- und Veranstaltungsgeschäft wieder anzieht. Wenn es keine „zweite Welle“ gibt, dürfte zumindest die Ferienhotellerie auf eine einigermaßen zufriedenstellende zweite Jahreshälfte hoffen“, erläutert Marktanalyst Dierk Freitag. Das Marktwertmodell von Union Investment und bulwiengesa basiert auf Daten von Unternehmen, der öffentlichen Statistik sowie Hotelverbänden. Es ermöglicht eine vergleichende Analyse des institutionellen Hotelmarktes der Jahre 2007 bis 2019.