

Zwischen Wandel, Wachstum und Anforderungen

Hotelmarkt ist in guter Gesellschaft – Ähnlich wie Akteure auf Büro- und Einzelhandelsmärkten sind Hoteliers zu Flexibilität und Anpassung aufgerufen

Börsen-Zeitung, 8.3.2025
Deutschland ist Reiseland. Der Tourismus ist mit rund 125 Mrd. Euro Bruttowertschöpfung ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Ungeachtet der wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen befinden sich die Übernachtungszahlen im Aufwind. 2024 lagen sie mit mehr als 496 Millionen erstmals leicht über dem Niveau von 2019 – jenem Rekordjahr vor dem abrupten Ende des Aufschwungs durch die Corona-Pandemie. Die naheliegende Konsequenz aus mehr Übernachtungen wäre: mehr Hotels. Warum dem nicht so ist, zeigt ein genauerer Blick auf den Hotelimmobilienmarkt.

Zunehmende Konzentration

Die Rahmenbedingungen für den deutschen Hotelimmobilienmarkt erscheinen zunächst besser als die vieler anderer Segmente. Die Nachfrage und der Umsatz steigen, Reisen im eigenen Land liegt unverändert im Trend. Menschen verzichten ungeachtet hoher Preise und konjunktureller Herausforderungen nur unger ganzlich auf Reisen. Vor allem Großstädte und ausgewählte Ferienregionen verzeichnen sehr hohe Gästeaufkommen. Gleichwohl fällt es schwer, von einer uneingeschränkten Erfolgsgeschichte zu

sprechen, denn wie die meisten Assetklassen steht auch der Hotelimmobilienmarkt vor Herausforderungen und befindet sich inmitten eines Strukturwandels.

Begegnet wird der steigenden Nachfrage naheliegenderweise mit mehr Betten. In Deutschland warten rund 1,7 Millionen Hotelbetten auf Gäste, mehr als 400.000 sind in den vergangenen 15 Jahren zusätzlich auf den Markt gekommen.



Foto: Angela Pfeiffer/Fotografien Hamburg

Steffen Günther

**Bereichsleiter
Gewerbekunden
bei der DZ Hyp AG**

Diese Betten verteilen sich allerdings auf eine immer geringer werdende Anzahl von Hotels. Derzeit gibt es noch rund 19.000 Betriebe, das sind 2.000 weniger als vor 15 Jahren.

Im gleichen Zeitraum stieg die Durchschnittszahl der Schlafplätze pro Hotel von 60 auf 90. Betreiber der größeren Häuser sind in zunehmender Zahl international agierende Hotelketten. Die Konzentration am Hotelmarkt in Deutschland ist zwar im internationalen Vergleich noch gering, mit 7% und 1.300

Häusern machen die 25 führenden Hotelmarken dennoch einen nennenswerten Anteil am Gesamtmarkt aus.

Die Gründe für den Wandel liegen mitunter in den gestiegenen Betriebskosten, die der wachsenden Nachfrage entgegenstehen. Hohe Preise für Lebensmittel und Energie und vor allem für das ohnehin kaum vorhandene Fachpersonal belasten den laufenden Betrieb. Anziehende Zimmerpreise können dies nicht kompensieren, so sind allein die Kosten für Arbeitskräfte seit 2022 um mehr als 30% gestiegen. Im Gegensatz zu Immobilien der meisten anderen Assetklassen sind Hotels Betreiberobjekte. Anstelle der sonst üblichen Flächenvermietung werden die Objekte komplett auf der Basis von Pacht- beziehungsweise Managementverträgen an den Betreiber übergeben. Insbesondere kapitalschwache, familiengeführte Betriebe geraten angesichts der Kostenbelastungen unter Druck. Folglich ist es vor allem die Markenhôtellerie, die mit profilscharfen Konzepten ihre Marktanteile ausbaut. Der Fokus der Hotelketten richtet sich dabei neben den großen Metropolen auch verstärkt auf mittelgroße Städte.

Der Hotelinvestmentmarkt kam 2020 jäh zum Erliegen und konnte sich seither nur schwerlich erholen, wenngleich die Basispunkte gestiegen ist. Im vergangenen Jahr blieb das Transaktionsvolumen mit 1,3 Mrd. Euro um 6% hinter dem Vorjahreswert und 27% hinter dem Fünfjahresschnitt zurück. Nach der Pandemie lagen die Gründe für die Zurückhaltung der Investoren im Zinsumfeld und dem

konjunkturellen Gegenwind und ähnelten damit denen anderer Assetklassen.

Zudem kamen nur wenig neue Hotelprodukte auf den Markt. Aktuell zeichnet sich jedoch eine Trendwende ab. Ein starkes zweites Halbjahr 2024 spiegelt die

Die Markenhôtellerie ist derzeit intensiv damit beschäftigt, ihr Angebot den veränderten Ansprüchen neuer Gästegenerationen anzupassen. Die Verjüngung und Modernisierung der Häuser dürften mit einem weiteren Rückgang von Hotelbetrieben einhergehen.

allgemein positive Stimmung auf dem Markt wider und es ist davon auszugehen, dass sich die erhöhte Transaktionsaktivität im laufenden Jahr fortsetzen wird. Damit würde der deutsche Hotelinvestmentmarkt dem europäischen folgen, der im vergangenen Jahr das stärkste Ergebnis seit 2020 erzielte.

Die Differenzierung des deutschen Hotelmarkts setzt sich fort. Es ist davon aus-

zugehen, dass sich moderne Economy-Konzepte und Boutiquehotels weiter ausbreiten werden. Die Markenhôtellerie ist derzeit intensiv damit beschäftigt, ihr Angebot den veränderten Ansprüchen neuer Gästegenerationen anzupassen. Die Verjüngung und Modernisierung der Häuser dürften mit einem weiteren Rückgang von Hotelbetrieben einhergehen. Dies wird vor allem die traditionellen Familienbetriebe treffen, denen der Kapitalzugang für die notwendigen Investitionen fehlt.

Gewerbliches Wohnen im Kommen

Im Blick behalten sollten Hoteliers und Hotelketten neue Konzepte gewerblichen Wohnens. Der Anteil sogenannter Serviced Apartments dürfte weiter steigen. Sie verfügen in der Regel über größere Zimmer und sind auf längere Aufenthalte ausgelegt. Diese Konzepte bieten einen spürbar geringeren Leistungsumfang gegenüber der klassischen Hôtellerie, was ihnen einen nennenswerten Vorteil hinsichtlich der Personalgewinnung und -kosten verschafft.

Mit ihrem Wandel befindet sich die Assetklasse Hotel in guter Gesellschaft. Ähnlich wie die Akteure auf den Büro- und Einzelhandelsmärkten sind auch Hoteliers zu Flexibilität und Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen aufgerufen. Die Nachfrage ist da und sie steigt – sie wirtschaftlich sinnvoll und mit ausreichend Personal zu bedienen wird auch in nächster Zukunft eine zentrale Herausforderung bleiben.