

+ Oktoberfeststimmung auf dem Münchner Hotelmarkt

Hotelmarktstudie München

Dezember 2015



Nymphenburger Schloss

Christie + Co



+ Die Wachstumslokomotive im Süden

Münchens Hotelmarkt ist sehr stabil. Ein beträchtliches Angebot, welches allerdings von einer starken Nachfrage absorbiert wird, sowie eine hervorragende Produktivität – kein Wunder, dass sich der Hotelmarkt der Bayernmetropole weiterhin prächtig entwickelt.

München – Traumziel und beliebter Wohnort

München ist mit rund 1,5 Millionen Einwohnern die größte Stadt Bayerns und nach Berlin (rund 3,5 Millionen Einwohner) und Hamburg (rund 1,8 Millionen Einwohner) die drittgrößte Stadt Deutschlands. Mit seinem bayerischen Charme ist München sowohl als Destination für Touristen als auch als Lebensmittelpunkt für Einwohner besonders attraktiv. Nicht umsonst belegte die bayerische Landeshauptstadt laut des „Quality of Living Rankings“ von Mercer Consulting wieder einmal den vierten Platz weltweit in puncto Lebensqualität (Mercer Consulting, Stand 2015). Eine Vielzahl an weiteren Auszeichnungen bestätigt, dass München vielen Metropolregionen auch wirtschaftlich einiges voraus hat. So wurde die Landeshauptstadt in dem Report „Emerging Trends in Real Estate® 2014, Europe“, welcher jedes Jahr von PricewaterhouseCoopers (PwC) und dem Urban Land Institute herausgegeben wird, mit dem 1. Platz ausgezeichnet. Hierzu wurden knapp 500 Immobilienexperten und Investoren bezüglich der Investmentchancen in 28 europäischen Metropolregionen befragt. Das wirtschaftliche Potential Münchens haben auch internationale Unternehmen erkannt und verlegen häufig ihren Standort in die bayerische Landeshauptstadt. München ist nach Berlin die beliebteste Reisedestination Deutschlands – und das nicht nur aufgrund des Oktoberfestes, welches 2015 rund 5,9 Millionen Besucher verzeichnete. Auch die Vielzahl an Sehenswürdigkeiten wie die Frauenkirche, das Deutsche Museum, Schloss Nymphenburg, der Englische Garten und der Marienplatz – um nur einige zu nennen – lockt jährlich tausende von Touristen in die charmante Landeshauptstadt. Folglich kann München einen gesunden Mix aus Geschäfts- und Freizeitreisenden nachweisen, was der Stadt wiederum ganzjährig zu einer regen und kontinuierlichen Nachfrage nach Hotelunterkünften verhilft.

Moderater Angebotszuwachs zu erwarten

Seit Jahren ist der Münchner Hotelmarkt auf Wachstumskurs. Dennoch scheint das Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft zu sein. Bereits 2015 eröffneten zahlreiche Hotels ihre Tore, einige neue Marken wagten von München aus gar ihren Markteintritt. So eröffnete beispielsweise das Aloft München mit 184 Zimmern – neben Stuttgart das einzige dieser Marke in Deutschland – und auch das erste Hotel der österreichischen Kette Harry's Home startete mit rund 125 Zimmern in diesem Jahr in der Bayernmetropole. Doch das ist noch nicht das Ende der Fahnenstange: Viele weitere Hotels mit voraussichtlichem Eröffnungsdatum im Jahr 2016 sind derzeit in der Planungsphase oder im Bau, darunter das Moxy Munich Airport mit 285 Zimmern sowie das Motel One München Olympiagate mit circa 189 Zimmern.



+ Gipfelstürmer bei Nachfrage und Performance

Nachfrage weiterhin steigend

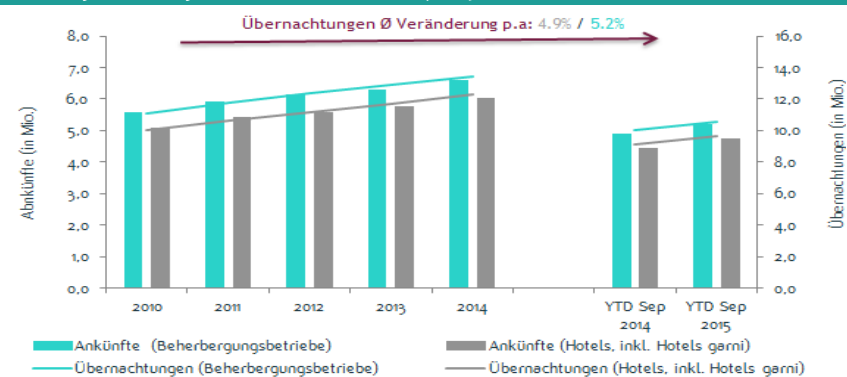
Die Landeshauptstadt erzielte im Jahr 2014 rund 13,4 Millionen Übernachtungen. Davon wurden 12,2 Millionen Übernachtungen in Hotels und Hotels garni registriert. Dies entspricht einem Zuwachs von 4,6 Prozent an Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr. 2014 betrug die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in allen Arten von Beherbergungsbetrieben 2,0 Nächte – was zeigt, dass sich München als Ziel sowohl bei Geschäfts- als auch Freizeitreisenden etabliert hat. Zudem wurden 2014 rund 6 Millionen Ankünfte in Hotels und Hotels garni verzeichnet. Die Steigerung der Zahl der Übernachtungen und Ankünfte konnte 2014 zweifelsohne auch auf das erfolgreiche Messejahr zurückgeführt werden: 32.800 Aussteller und rund 1,7 Millionen Besucher registrierte die Messe München 2014. Darüber hinaus zeigen auch die auflaufenden Zahlen einen Anstieg: Ankünfte in Hotels und Hotels garni wuchsen von Januar bis September 2015 um rund 6,5 Prozent im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum. Und auch die Übernachtungszahlen in Hotels und Hotels garni verbuchten ein Plus von rund 5,4 Prozent im Vergleich zu den auflaufenden Zahlen bis September 2014.

Mit rund 51 Prozent wird der Großteil an Übernachtungen nach wie vor von Gästen aus Deutschland generiert. Mit einem Anteil von 11 Prozent stellen die US-amerikanischen Gäste den Großteil an ausländischen Übernachtungen dar, dicht gefolgt von Reisenden aus den Arabischen Emiraten, welche mit 9 Prozent den zweitgrößten Anteil an ausländischen Gästen ausmacht.

Operative Entwicklung: keine Grenze nach oben

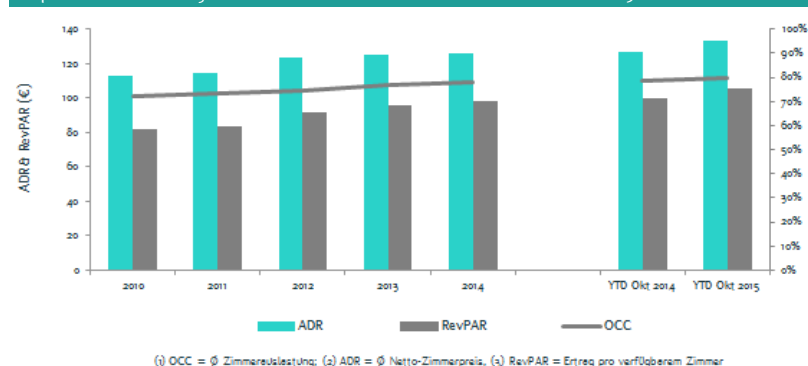
Nicht nur die Nachfrage in München steigt kontinuierlich, sondern auch die operative Entwicklung der letzten fünf Jahre zeigt sich positiv. Im Jahr 2014 verzeichnete München einen durchschnittlichen Zimmerpreis von rund 126 Euro bei einer durchschnittlichen Zimmerauslastung von rund 78 Prozent. Auch die aufgelaufenen Zahlen dieses Jahres zeigen, dass München weiterhin auf der Überholspur ist: Die durchschnittliche Zimmerauslastung auflaufend bis Oktober 2015 hat sich im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum um rund 1,3 Prozent gesteigert; der Ertrag pro verfügbarem Zimmer nahm sogar um 6,3 Prozent zu.

Nachfrageentwicklung in München 2010 bis YTD Sep 2015



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Christie + Co Research

Operative Entwicklung auf den Münchner Hotelmarkt 2010 bis YTD Okt 2015



Quelle: STR Global Ltd. Die Wiederveröffentlichung oder weitere Verwendung dieser Daten ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch STR Global ist streng verboten. Christie + Co Analyse

+ Upscale und Marken dominieren

Löwenanteil der Zimmer im Upscale-Segment

STR Global hat einen Großteil der Hotels und Hotels garni in der Stadt München sowie den umliegenden Landkreisen erfasst. Mit Stand Juni 2015 waren das 317 Hotels und Hotels garni mit insgesamt rund 35.000 Zimmern. Die Hotels sind gemäß STR Global in sechs unterschiedliche Kategorien unterteilt: Economy Class, Midscale Class, Upscale Class, Upper Midscale Class, Upper Upscale Class und Luxury Class.

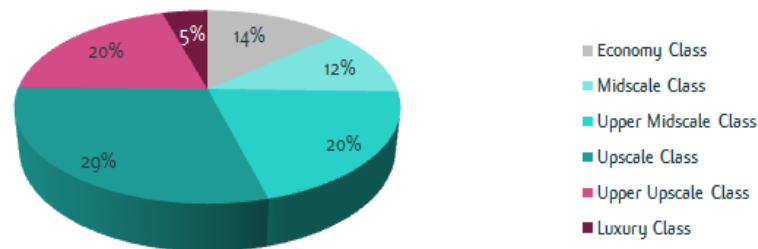
Knapp 30 Prozent der Zimmerkapazitäten sind in der Upscale Class zu verzeichnen. Der geringste Anteil mit rund 1.600 Zimmern in neun Hotels – das entspricht fünf Prozent der Gesamtzahl an kategorisierten Hotels – wurde im Luxussegment festgestellt. Die niedrigste Kategorie, Economy Class, hat einen Anteil von rund 14 Prozent. Die durchschnittliche Zimmeranzahl aller Hotels in München liegt bei rund 109 Zimmern.

Münchner Hotelmarkt von Markenhotels geprägt

Knapp zwei Drittel aller Zimmer in München gehören der Markenhotellerie an. Diese machen rund 23.000 Zimmer aus, wohingegen nur knapp 12.000 Zimmer in München unabhängigen Hotels angehören und individuell geführt werden.

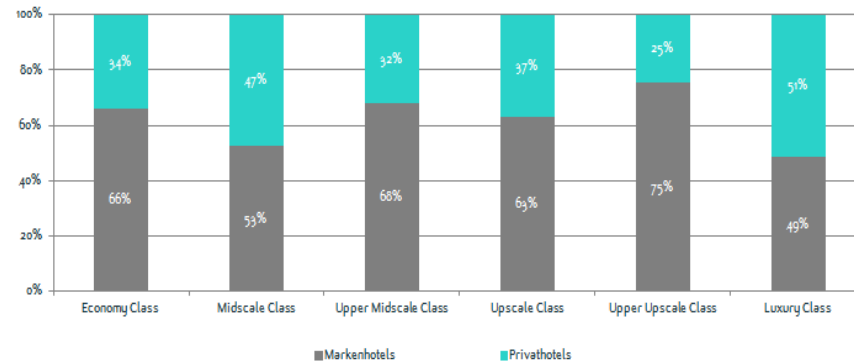
Innerhalb der Kategorien sind jedoch nur geringfügige Unterschiede zu erkennen: Insgesamt ist festzustellen, dass in allen Segmenten der Anteil von Markenhotels den von unabhängigen Hotels im Wesentlichen übersteigt. Auffallend ist hier, dass das Verhältnis zwischen Kettenhotels und Privathotels in allen Kategorien relativ ähnlich ist. Hervorzuheben ist allerdings die Luxury-Class – hier überwiegt mit rund 51 Prozent der Anteil privat geführter Hotels. Mit einem Zimmeranteil von rund 47 Prozent, welche der Markenhotellerie angehören, verzeichnet die Kategorie Midscale Class noch die stärkste Abweichung gegenüber anderen Kategorien.

Anteil der angebotenen Zimmer in München nach Segment (Stand Juni 2015)



Quelle: STR Global, Ltd. Die Wiederveröffentlichung oder weitere Verwendung dieser Daten ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch STR Global ist streng verboten. Christie + Co Analyse

Anteil der Markenhotellerie in München nach Segment (Stand Juni 2015)



Quelle: STR Global, Ltd. Die Wiederveröffentlichung oder weitere Verwendung dieser Daten ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch STR Global ist streng verboten. Christie + Co Analyse

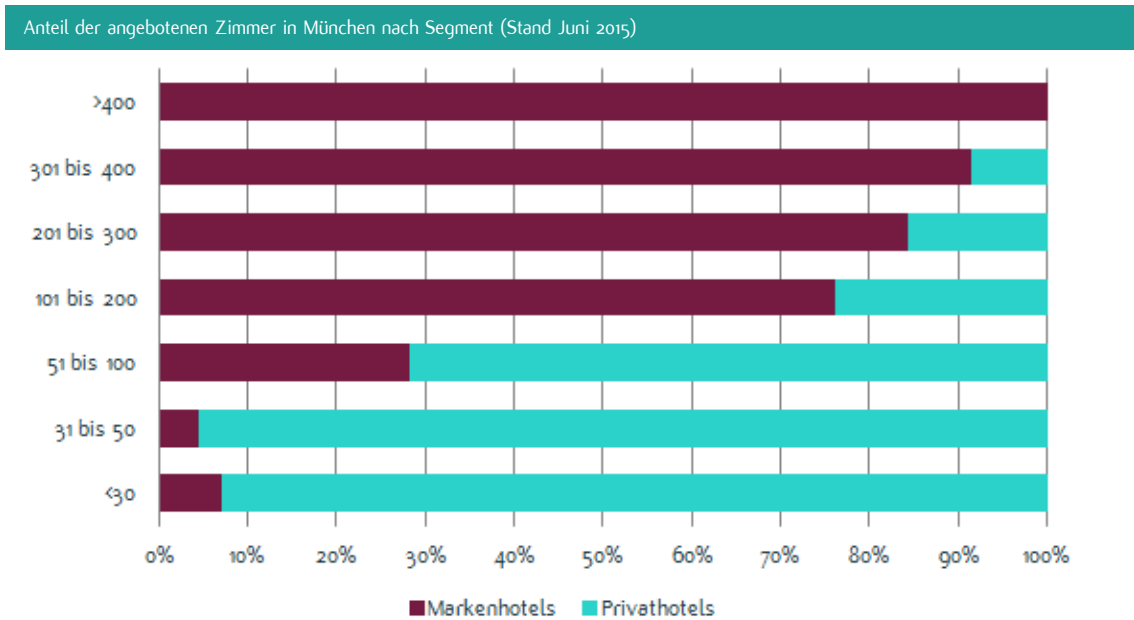
+ Mehr Zimmer – mehr Marke

Markenhotels überwiegen mit steigender Zimmeranzahl

Eine Gegenüberstellung der Markendurchdringung nach Kapazität verdeutlicht, dass Hotels mit einer Zimmeranzahl von weniger als 30 meist individuell geführt werden. Nur rund sieben Prozent aller Hotels mit dieser Zimmeranzahl gehören der Markenhotellerie an. Dies ist auch deutlich bei einer Zimmeranzahl von 31 bis 50 zu erkennen. Der Anteil der Kettenhotels sinkt auf knapp vier Prozent.

Das Diagramm verdeutlicht, dass mit zunehmender Zimmeranzahl die Wahrscheinlichkeit steigt, dass diese Hotels einer Kette angehören. Münchner Hotels mit einer Kapazität von 400 oder mehr Zimmern sind ausschließlich Kettenhotels.

Die Tatsache, dass sich Hotels ab einer gewissen Zimmeranzahl einer Marke anschließen, ist unter anderem auf die Vorteile der Kettenhotellerie zurückzuführen. Einheitliche Reservierungssysteme, gemeinsame Qualitätsstandards und allen voran Distributionskanäle sowie die höhere Markenbekanntheit – um nur einige Faktoren zu nennen – können den Einstieg in den Hotelmarkt und die Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Aber auch unabhängig geführte Hotels haben in München eine große Nachfrage und können, je nach Konzept und Positionierung, vom Münchner Markt profitieren. Interessanterweise war das größte individuell geführte Hotel mit 340 Zimmern der Bayerische Hof in München gleichzeitig im Jahr 2014 auch das umsatzstärkste Hotel der Bayernmetropole.



Quelle: STR Global, Ltd. Die Wiederveröffentlichung oder weitere Verwendung dieser Daten ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch STR Global ist streng verboten. Christie + Co Analyse



+ Hotelmarkt München, quo vadis?

Die folgende Hotelmarktanalyse basierend auf einer Umfrage unter Müncher Hoteleigentümern und –betreibern bezieht sich ausschließlich auf Hotels mit 20 Zimmern und mehr und spiegelt daher und auch aufgrund einer verhältnismäßig höheren Rücklaufquote von privat geführten Hotels nicht den Gesamtmarkt München wider.

Betriebsstruktur des Hotels

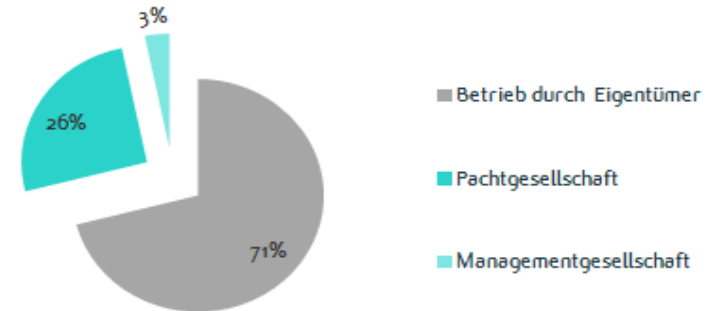
Die Betriebsstruktur der untersuchten Hotels verdeutlicht, dass die Mehrheit aller teilgenommenen Betriebe mit rund 70 Prozent eigentümergeführt ist, rund 26 Prozent der Hotels sind verpachtet.

Die Marktstudie zeigt, dass ausschließlich Kettenhotels über einen Managementvertrag geführt werden. Rund 39 Prozent der befragten Hoteliers gaben an, dass noch weitere Hotelimmobilien in ihrem Besitz sind. Während Kettenhotels global und europaweit vertreten sind, gibt es auch einige Eigentümer privat geführter Hotels, welche noch zusätzliche Hotelimmobilien besitzen. Diese befinden sich überwiegend in München, aber auch in anderen Städten deutschlandweit. Die Mehrheit der Befragten jedoch ist nur mit einem Hotel in München vertreten.

Zukunftsplanung und Entwicklung der Hotelimmobilie

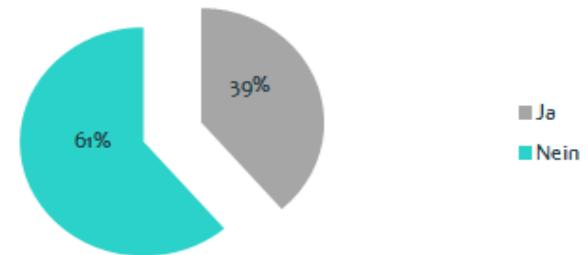
Auf die Frage, ob eine Expansion geplant ist, hat die Mehrheit dies verneint. Nur rund 26 Prozent aller Hoteliers planen mittelfristig weitere Hotels zu erwerben, wobei dieser Anteil bei kettengeführten Hotels über dem Durchschnitt liegt. Nur wenige bis keine Hotels, welche nicht an eine internationale Marke angeschlossen sind, streben eine Ausweitung der Marktpräsenz an.

Betriebsstruktur des Hotels



Quelle: Christie+Co Analyse

Weitere Hotelimmobilien im Eigentum



Quelle: Christie+Co Analyse

+ Hotelmarkt München, quo vadis?

Knapp die Mehrheit aller Befragten geht davon aus, dass der Wert ihrer Immobilie in den nächsten zwölf Monaten leicht steigen wird. München ist nach wie vor einer der Top-Standorte für Hotelimmobilien. Nur rund sieben Prozent gehen davon aus, dass der Wert Ihrer Hotelimmobilie leicht sinken wird.

Einschätzung des Münchner Hotelmarkts

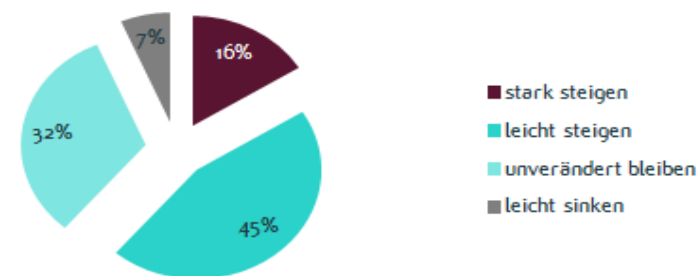
Die Einschätzung der operativen Entwicklung des Münchner Hotelmarktes in den nächsten 12 Monaten blickt die knappe Mehrheit sehr positiv entgegen – Annahmen, welche sich auch bestätigen lassen, blickt man auf die operative Entwicklung der letzten Jahre zurück.

Die konstant positive Entwicklung spiegelt sich auch bei den Antworten der Befragten wider. Nur rund 16 Prozent sehen der operativen Entwicklung eher negativ entgegen. Dies sind meist mittelständische Hotels. Dies kann unter anderem darauf zurückgeführt werden, dass der Hotelmarkt in München kontinuierlich wächst und somit auch die Anzahl der Wettbewerber steigt. Folglich blicken mittelständische Hotels häufig einer größeren Herausforderung entgegen, auf dem Markt mitzuhalten und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Fazit

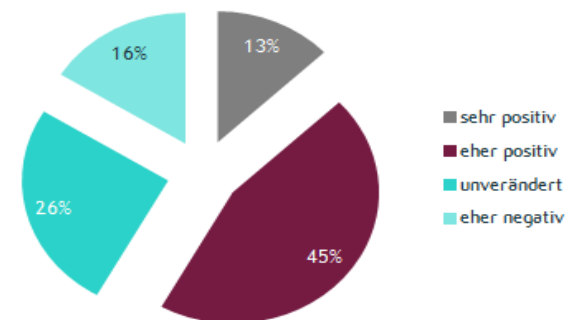
Die Mehrheit aller Befragten ist mit der operativen Entwicklung des Münchner Hotelmarktes zufrieden und geht davon aus, dass der Wert ihrer Hotelimmobilie in der Zukunft steigen wird. Ein Ergebnis, was sicherlich auch mit der Entwicklung des Marktes in den letzten Jahren zusammenhängt.

Wertentwicklung der Hotelimmobilie in den nächsten 12 Monaten



Quelle: Christie+Co Analyse

Operative Entwicklung des Münchner Hotelmarktes in den nächsten 12 Monaten



Quelle: Christie+Co Analyse

+ Kurze Vorstellung von Christie + Co

Die führenden Hotexperten in Europa

Über Christie + Co

- Ein Unternehmen der **Christie Group plc**:
 - 1935 in Großbritannien gegründet
 - Am Alternative Investment Market (AIM) der Londoner Börse gelistet
- **Spezialist** für Freizeit- und Betreiber-immobilien:
 - Hotels
 - Restaurants, Pubs und Bars
 - Einzelhandel, Pflege- und Altersheime
- **16 internationale Niederlassungen**
 - Aix-en-Provence, Barcelona, Berlin, Bordeaux, Dublin, Frankfurt, Helsinki, London, Lyon, Madrid, München, Paris, Rennes, Stockholm, Warschau und Wien
- **16 Regionalbüros in Großbritannien**
 - Birmingham, Bristol, Cardiff, Edinburgh, Exeter, Glasgow, Ipswich, Leeds, London, Maidstone, Manchester, Milton Keynes, Newcastle, Nottingham, Reading und Winchester

Unsere Leistungen

- Hotel- und Freizeitimmobilienmakler, Bewerter und Berater seit 80 Jahren
- Wir sind der **aktivste Hotelmakler in Europa** mit mehr als 400 aktuellen Verkaufsmandaten für Hotels
- Christie + Co ist der einzige Hotelmakler mit einem **eigenen Hotexperten an jedem Standort**
- **515 Hotelbewertungen** pro Jahr
- Alle Arten von Hotel- und Freizeitimmobilien an allen europäischen Standorten
- Spezialisten für **Beratung, Bewertung** und **Immobilientransaktionen** für:
 - bedeutende Hotelbetreiber
 - internationale Entwickler und Investoren
 - lokale und regionale Eigentümer und Investoren
 - Kreditbanken in ganz Europa
 - internationale Kredit- und Investmentbanken
- Engagierte Beratungs- und Bewertungsteams sowie Transaktions- und Investmentexperten in Deutschland, Österreich, Polen, Großbritannien, Frankreich, Irland, Skandinavien und Spanien

Unsere internationalen Niederlassungen



+ Kontakt

Lukas Hochedlinger MRICS – Managing Director Germany, Austria & CEE

E Lukas.Hochedlinger@christie.com

T +49 (0) 173 651 0352

Lorina Callenberg – Consultant Investment & Letting

E Lorina.Callenberg@christie.com

T +49 (0) 89 2000 00 717

Christie + Co

Pfisterstraße 6

80331 München

T +49 (0) 89 2000 007-0

F +49 (0) 89 2000 007-10

W christiecorporate.com

christie.com