

## Die vielen Facetten des Hotelmarkts Frankfurt

### Unterschätzter oder überschätzter Standort?

Der Tourismus in deutschen Großstädten erlebte in den vergangenen Jahren einen spürbaren Boom. Eine Entwicklung, von dem auch der Frankfurter Hotelmarkt in Teilen profitieren konnte. Gleichwohl sich der Markt insgesamt positiv entwickelt hat, werden immer wieder kritische Stimmen laut. Zu recht? Unbestritten ist: Kein Hotelstandort in Deutschland erhitzt so sehr die Gemüter wie Frankfurt. Selbst wenn eine gesunde Skepsis durchaus angebracht erscheint, so hält bei näherer Betrachtung nicht jede Kritik einer sachlich fundierten Analyse auch stand. Dazu nachfolgend eine sachliche Auseinandersetzung mit den drei Thesen, die sich bislang am hartnäckigsten halten.

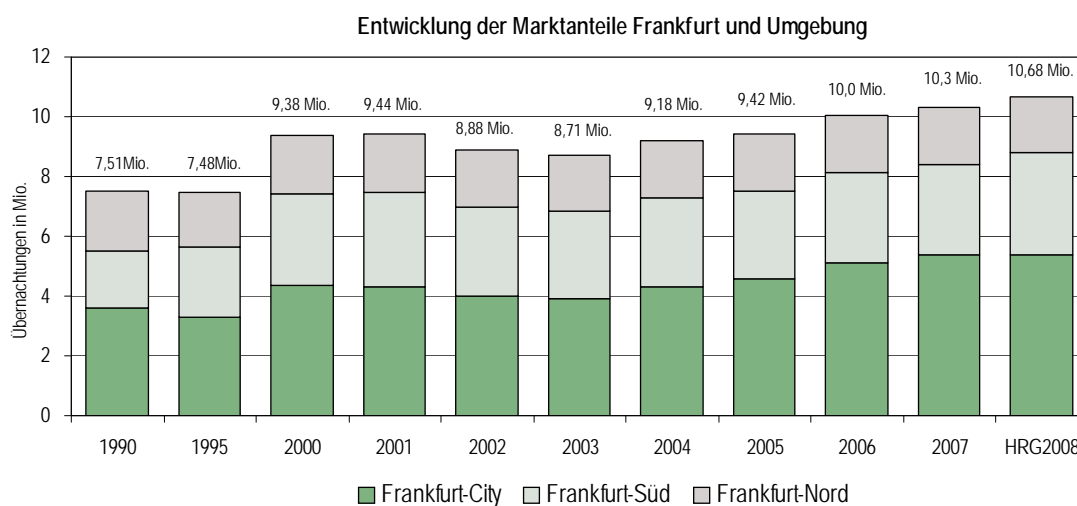
#### These Nr. 1: Zu viele Hotelprojekte

Zweifelsohne gibt es eine Reihe großer und durchaus spektakulärer Hotelprojekte wie beispielsweise die beiden in Bau befindlichen Hilton Hotels im Airrail Center, die aufgrund der aktuell vergleichsweise niedrigen Wachstumsraten bei Übernachtungen, Überkapazitäten befürchten lassen. Doch aus welcher Richtung kommt die Kritik? In erster Linie von lokalen Hoteliers, die angesichts drohender neuer Konkurrenz berechtigter Weise Sorge ums eigene Geschäft haben. Darüber hinaus von Developern, deren Partnern und Beratern, die selbst Hotelplanungen in Frankfurt verfolgen und nicht zuletzt von Hotelgesellschaften selbst, die sich eine gute Verhandlungsbasis für ihr neues Projekt schaffen wollen.

Aber gemacht! Die Aufgeregtheit ist einerseits verständlich, andererseits bestätigt die kontinuierliche Beobachtung des Frankfurter Hotelmarkts, dass meist nur ein geringer Teil der heiß diskutierten Projekte tatsächlich realisiert wird. Die Finanzkrise wird nunmehr ein Übriges dazu tun, dass nur die Hotelprojekte mit den besten Perspektiven bzw. Konzepten realisiert werden. Denn schließlich muss ein jedes Hotel auf Basis des Cash Flows bzw. der Pacht finanziert werden, die ein Betreiber erwirtschaften kann. Abgesehen von einzelnen Hotelprojekten, deren Betreiber den strategischen Standortvorteil Frankfurts höher bewerten als den erzielbaren Gewinn, regelt der Hotelmarkt also selbst die Angebotsentwicklung.

Opening soon				
	Sterne	Zimmer	Lage	Status
Roomers	5	117	Hauptbahnhof	in Bau
Hilton	4	248	Flughafen / Airrail	in Bau
Hilton Garden Inn	3	334	Flughafen / Airrail	in Bau
Adina Apartment Hotel	4	135	Wilhelm-Leuschner-Straße	in Bau
Evergreens				
Grand Hyatt	5	405	Messe	wahrscheinlich, 2012
Mandarin Oriental	5	135-165	City (Alte Oper)	frühestens 2014
Courtyard by Marriott	3	110	Niederrad (Oberforstha	wahrscheinlich
Toyoko Inn	2	400	Hauptbahnhof	in Planung
ehem. Bundesrechnungshof	4 bis 5		City	offen
Quelle: HOTOURL				

Häufig wird bei der Pauschalkritik an neuen Hotelprojekten vergessen, dass die aktuelle Marktsituation der Stadt nicht den eigentlichen Gesamtmarkt Frankfurt abbildet. Warum? Der boomende Büromarkt hat seit jeher Hotelentwicklungen innerhalb der Stadtgrenzen erschwert. Büroprojekte bargen aus Sicht der Investoren und Developer lange Zeit das geringere Risiko und gleichzeitig höhere Renditepotenziale. Die Folge: Eine Vielzahl namhafter Häuser hat sich in den letzten zehn bis 20 Jahren im Umland etabliert. Neue Anbieter machen daher nicht zwangsläufig den Frankfurter Hotels die Geschäfte streitig, sondern verdrängen häufig Wettbewerber vor den Toren der Stadt. Fazit: Voraussetzung dafür ist allerdings ein konkurrenzfähiges Preis-Leistungsverhältnis, das bis dato durchaus häufig die Gäste dann doch außerhalb Frankfurts treibt.



Frankfurt-Süd = Darmstadt-Stadt, Darmstadt-Dieburg, Offenbach-Stadt, Offenbach-Landkreis, Groß Gerau-Landkreis

Frankfurt-Nord = Bad Homburg-Stadt, Main-Taunus-Kreis, Hoch-Taunus-Kreis (exkl. Bad Homburg)

## These Nr. 2: Frankfurt fehlt das Wochenendgeschäft

In einer Stadt wie Frankfurt mit kaum nennenswertem Städtetourismus müssen Hoteliers ihr Geld in den vier Nächten von Montag bis Freitag verdienen, wobei sich das Hauptgeschäft immer mehr auf die beiden Nächte Dienstag/Mittwoch und Mittwoch/Donnerstag konzentriert. Denn Geschäftsreisen und Tagungen werden inzwischen gerne so gelegt, dass die Teilnehmer Montag und Freitag als Bürotage nutzen können. Das bedeutet einerseits, dass bestenfalls Auslastungsquoten von 65%-70% im Jahresdurchschnitt erreicht werden können und andererseits, dass neue Wettbewerber, insbesondere wenn sie gleichzeitig oder knapp hintereinander auf den Markt kommen, das labile Gleichgewicht empfindlich stören können.

Woran liegt das? Anders als in beliebten City-Destinationen wie München, Berlin und Hamburg können Hoteliers in Frankfurt ihr Geschäft kaum mit Wochenend-Angeboten aufpeppen oder gar eine schwache Wochenbelegung kompensieren.

Als es 2008 erstmals, wenn auch nur vereinzelt, freie Zimmer während der IAA und der Buchmesse gab – ein Novum in Frankfurt –, machte sich die Branche durchaus ernste Sorgen, da ihr der Spielraum fehlt, dies durch Wochenend-Städtetourismus auszugleichen.

Die Stadt Frankfurt hat den Handlungsbedarf erkannt und will mit attraktiven Kultur- bzw. Eventangeboten entsprechend gegensteuern. Eine Erhöhung des Etats der städtischen Tourismus und Congress GmbH für die Vermarktung des Wochenendgeschäfts ist geplant. Hamburg, das in den neunziger Jahren noch kaum als Ziel für Städtereisen wahrgenommen wurde, könnte hier durchaus Vorbildfunktion haben, wenngleich die weitaus größere Hansestadt zugegebener Maßen über ein breiteres Angebot an touristischen Attraktionen verfügt. Gleichwohl braucht Frankfurt mit dem, was die Stadt zu bieten hat, sich nicht zu verstecken. Unter den Hoteliers besteht zumindest in diesem Punkt Einigkeit: Erfolgreicher Städtetourismus ist eine Frage der richtigen Vermarktungsstrategie. Auch in punkto Image täte ein Wandel gut: sich ausschließlich auf die Rolle als Finanzplatz Europas zu fokussieren, wird dem vorhandenen Potential der Stadt schließlich nur bedingt gerecht.

Wenn es den Verantwortlichen gelingt, den Ankündigungen Taten folgen zu lassen und mit Events bzw. kulturell bedeutenden Veranstaltungen auf sich aufmerksam zu machen, die zudem für die Bevölkerung der Region attraktiv sind, wird sich auch das Image der Stadt entsprechend verändern. Erst dann, wenn die Stadt nicht nur als erfolgreicher Wirtschaftsstandort wahrgenommen wird und die weichen Standortfaktoren ebenfalls bekannt sind, kommen auch die Touristen gern.

### **Thesen Nr. 3: Die Frankfurter Hotellerie hängt am Tropf des lokalen Büromarkts und der Finanzinstitute**

Der überproportional hohe Anteil an Geschäftsreisenden in den Frankfurter Hotels lässt bei vielen den Rückschluss zu, dass ein schwacher Büromarkt sowie die aktuelle Krise der Finanzinstitute auch die Hotels in spürbare Schwierigkeiten bringen werden.

Erfahrungsgemäß ist das nur bedingt der Fall. Der Anteil klassischer Geschäftsreisen ist mit etwa 30 bis 35% des Übernachtungsaufkommens (ca. 1,7 Mio.) deutlich geringer als zumeist vermutet. Hingegen machen Geschäftsreisen zu Kongressen, Tagungen, Seminaren und anderen Veranstaltungen in Frankfurt geschätzte 25 bis 30% (ca. 1,4 Übernachtungen) aus. Und dieses Marktsegment ist vom lokalen Marktgeschehen deutlich unabhängiger. Zahlreiche Gründe sprechen dafür, sich für Frankfurt als Veranstaltungsort zu entscheiden. Dazu zählt vor allem die zentrale Lage der Stadt und ihren exzellenten Verkehrsanbindungen. Frankfurt schöpft – und in diesem Punkt sind sich die meisten Branchenkenner einig -, dieses Potential noch nicht ausreichend aus: Kongress-, Tagungs- und Zimmerkapazitäten sind häufig nur bedingt in erforderlichem Umfang vorhanden.

Darüber hinaus kommt noch das Messegeschäft hinzu, das ebenfalls losgelöst vom Büromarktgeschehen zu betrachten ist. Immerhin entfallen etwa 15% aller Übernachtungen (ca. 0,8 Mio.) auf diesen Part.

Weit unterschätzt wird auch die Bedeutung des Übernachtungsgeschäfts, das im Zusammenhang mit dem Flughafen steht und mindestens 25% des Gesamtaufkommens der Frankfurter Übernachtungen, also 1,3 Mio. ausmacht: Einerseits gibt es hier das Transitgeschäfts mit Flugreisenden, die beim Umsteigen oft noch eine Übernachtung in Frankfurt „mitnehmen“. So nutzen immer mehr asiatische Gäste Frankfurt als Ausgangspunkt für Sternfahrten und fürs Shopping, andere Flugpassagiere müssen beim Umsteigen aus reiseorganisatorischen Gründen einen Übernachtungsstopp einlegen. Andererseits ist das

Übernachtungsaufkommen der Airline-Crews 365 Tage im Jahr ein verlässliches, wenngleich auch weniger margenträchtiges Brot- und Butter Geschäft für die hiesigen Hoteliers.

## Ein Ausblick

Welche Schlussfolgerungen können aus der kritischen Auseinandersetzung mit den drei vorangegangenen Thesen gezogen werden?

1. Frankfurts Chancen im Hotelmarkt liegen wesentlich mehr in seiner außergewöhnlichen Lagegunst begründet als man es bislang wahrgenommen hat. Begünstigt wird dieser Standortvorteil zudem durch die einmalige Verkehrsinfrastruktur.
2. Die Wirtschaftsmetropole kann durch ein entsprechendes Eventangebot im Tourismussektor noch zulegen.
3. Dem Ausbau des Flughafens kommt eine Schlüsselrolle zu. Eine Erweiterung wird für einen gehörigen Übernachtungsschub sorgen - wenngleich erst frühestens ab 2011.

Die Steigerungsraten, die die Hotellerie in Frankfurt in den vergangenen Jahren erzielen konnte, machen deutlich: Die Mainmetropole nimmt nicht zuletzt aufgrund ihrer Internationalität und Verkehrsinfrastruktur deutschlandweit eine bedeutende Rolle ein. An dieser Position wird sich nichts ändern, sofern auch die anderen treibenden Kräfte wie das Messe- sowie Tagungs- und Kongressgeschäft nicht an Dynamik verlieren. Wenn es dem prosperierenden Wirtschaftsstandort darüber hinaus noch gelingt, seine Potenziale im Wochenendgeschäft auszubauen, steht einer Fortschreibung der Steigerungsraten eigentlich nichts mehr im Weg.

*Martina Fidschuster ist geschäftsführende Gesellschafterin der HOTOUR Hotel Consulting GmbH, Frankfurt am Main*