



Hotelimmobilien 2023

Rückblick, Markttrends und Wachstumsprognosen

Februar 2023
mrp Newsletter

mrp hotels

mrp hotels auf einen Blick

In jeder Hotelimmobilie steckt noch Platz für Verbesserungen.



Olaf Steinhage
„Nichts spornt mich mehr an als die drei Worte:
„Das geht nicht. Wenn ich das höre, tue ich alles,
um das Unmögliche möglich zu machen“

Gilbert-André Ghammachi
„Jedes Projekt sehe ich als einmalige Chance, es
zu verbessern und zu optimieren“

Martin Schaffer
„Mir sind Transparenz, Klarheit und
partnerschaftlicher Umgang mit Mitarbeitern,
Partnern und Kunden gleichermaßen wichtig“

Patrick Adamle
„Ich möchte unseren Kunden helfen, die gleichen Fehler, die
ein anderer gemacht hat, zu vermeiden. Erfahrungen anderer
in den Entscheidungszyklus integrieren ist mir daher wichtig“

Katharina Preiss
„In der Hotelberatung bei mrp kann ich meine Leidenschaft für das
Gastgewerbe und meine Erfahrungen einbringen, um unsere
Kunden bei der erfolgreichen Umsetzung ihrer Ziele zu
unterstützen“



mrp hotels bringt die Hotelimmobilie
auf das nächste Level, liefert individuelle
Antworten. Ihre Hotelimmobilie hat Potenzial.
Mit mrp hotels schöpfen Sie dieses aus.

Branchenhighlights: Was war 2022 und was erwartet uns 2023

Viele Weiterentwicklungen am Markt – neue Qualitäten, Konzepte und Produkte

Cornerstones 2022

- ★ Weiterhin starker Aufwind auf dem Ferienhotelmarkt mit zahlreichen Eröffnungen; im DACH Raum immer stärkeres Interesse von institutionellen Investoren an der Ferienhotellerie, die nach langem Zusehen nun auch kaufen
- ★ Übernahmen von Betreibergesellschaften treiben Konsolidierung voran (Bierwirth & Kluth / Borealis, Vienna House + Success Group / HR Group etc.)
- ★ Neue Kooperationen schaffen neue Allianzen um den Vertrieb zu stärken (u.a. Lindner & Hyatt, Dorint & Barceló etc.)
- ★ Serviced Apartments überzeugen den Kapitalmarkt (numa & LaSalle, limehome & Capital Four und AW Rostamani Group)



Ausblick 2023

- ★ Expansion von Rosewood Hotels & Resorts (3 neue Häuser in der DACHRegion in 2022/2023) verdeutlicht das Potential von HotelLuxusmarken in Ferien- und Stadthotellerie
- ★ Internationale Marken wagen sich immer häufiger auf Hotelmärkte der DACH-Region, Marken aus der DACH Region werden „europäischer“
- ★ Etablierte Budgetmarken (Motel One, B&B, Premier Inn) und Apartmentbetreiber (Stayery, numa etc.) mit starken Kapitalgebern treiben Expansion mit hohem Tempo voran
- ★ Produkte differenzieren sich immer stärker; Budget (immer höhere Digitalisierung) und Luxury (immer höhere Gästeeerwartung) entwickeln sich stark weiter, für die Mitte wird es immer schwieriger

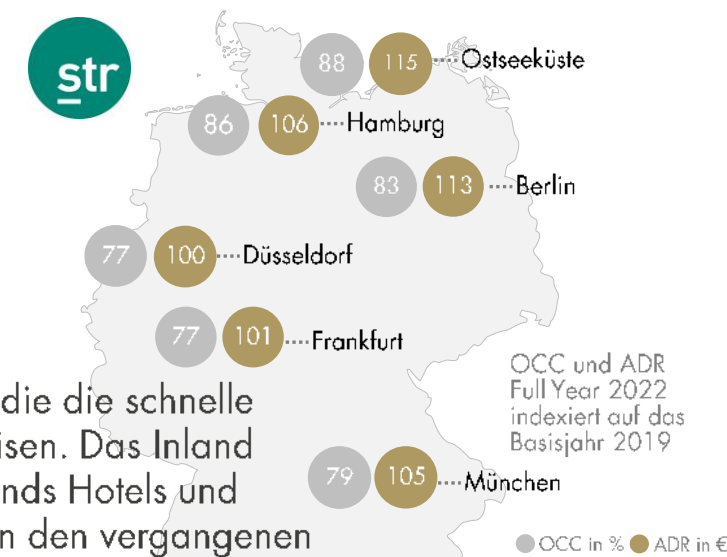
Deutschland: Der Hotelmarkt 2022

Performance-Zahlen wachsen, Gäste aus dem Ausland kommen zurück und sorgen für neue Rekordzahlen

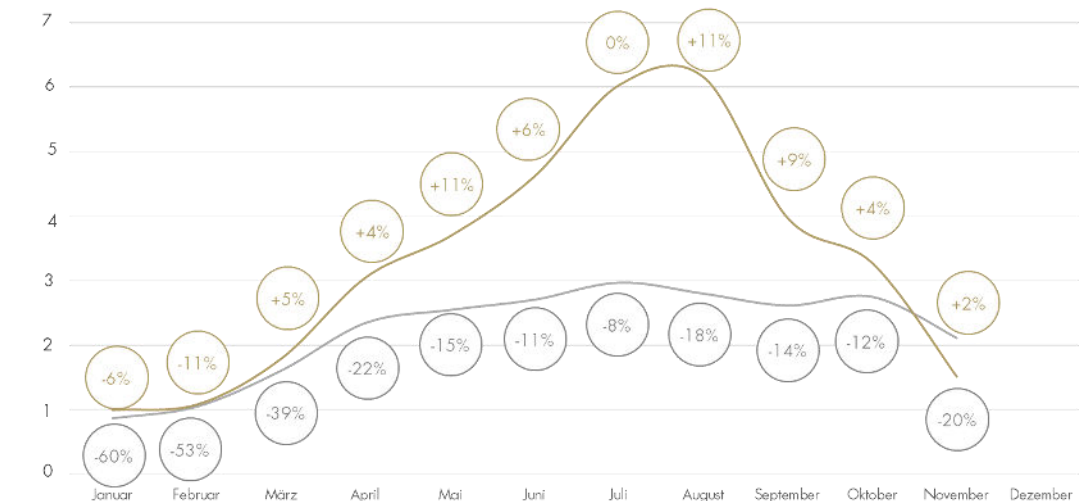
- + **Übernachtungsnachfrage in 2022 mit starker Erholung**
-10% ggü. 2019 Jan-Nov; Städte mit hoher Corporate Nachfrage (wie München, Frankfurt und Düsseldorf) hinken leisuregetriebenen Städten wie Hamburg und Berlin im Wachstum nach wie vor hinterher.
- + **Nach einem schwachen Q1, rasche Erholung im Jahresverlauf**
Neue Rekordraten in der Stadt (bis zu 20% über 2019er Niveau) bei Messen und Events (z.B. MUC während Oktoberfest) und in vielen Ferienregionen (bis zu +30%); Nachfragewachstum auch in den Nebensaisonen, die immer stärker werden.
- + **Im August (58,2 Mio.) gab es mit +0,6% mehr ÜN als im August 2022**
Die Übernachtungen von deutschen Gästen werden trotz Wiedereröffnung internationaler Reisemöglichkeiten „nur“ um ca. 3 % weniger; für den Übernachtungsrekord ist vor allem die Rückkehr der ausländischen Gäste verantwortlich (8,9 Mio.; +75,7% an ÜN geg. VJ.)
- + **ADR bleibt vielerorts unter Inflationsniveau**
In vielen Städten konnte die Rate seit 2019 nicht über der Inflationsrate wachsen. Dies ist vor allem auf das nach wie vor fehlende Volumen zurückzuführen.

“

Die Branche bestätigt die schnelle Regeneration nach Krisen. Das Inland bleibt stark, Deutschlands Hotels und Destinationen haben in den vergangenen beiden Jahren gute Werbung für sich gemacht.



Übernachtungen (alle Beherbergungsarten) 2022 in Mio. Berlin Schleswig-Holstein



Die Grafik zeigt die Entwicklung an ÜN in Schleswig-Holstein (goldene Linie) und Berlin (graue Linie) in 2022 geg. 2019. Während Schleswig-Holstein neue Rekordzahlen (Zunahme ÜN-Volumen in Kreisen) schreibt, fehlt es in der Hauptstadt noch an ÜN.

Der österreichische Tourismusmarkt im Rückblick auf 2022

Verstärkte Nachfrage aus dem Ausland trotz Wiedereröffnung vieler internationaler Reisemöglichkeiten

Seit Q2 auf Erfolgskurs

- + mit Ausnahme Q1 (Einfluss Omikron) teilweise neue Rekordmonate (u.a. Tirol, Steiermark, Kärnten, Salzburg); Nächtigungen im Gesamtjahr nur noch 10% unterhalb des 2019er Niveaus

Wien fehlen nach wie vor die Gäste (v.a. aus dem Ausland)

- + Hauptstadt mit Bundesland Niederösterreich als „Schlusslicht“ in der Recovery; erst der Dezember nähert sich dem Vor-Corona-Niveau

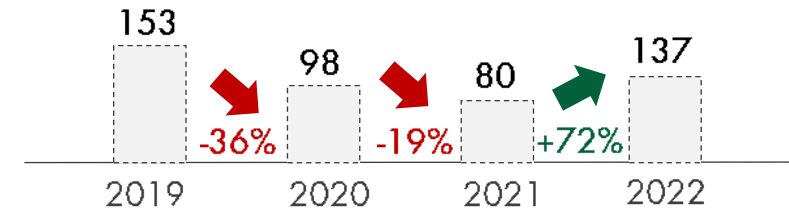
Hotels verlieren ggü. Apartments

- + ÜN-Gewinn im Segment der gewerblichen Ferienhäuser und -apartments: 15 – 20% Übernachtungswachstum ggü. 2019; Hotels weiterhin mit einem Übernachtungs-Rückstand von 15% ggü. 2019

Landeshauptstädte mit Kurs nach vorne

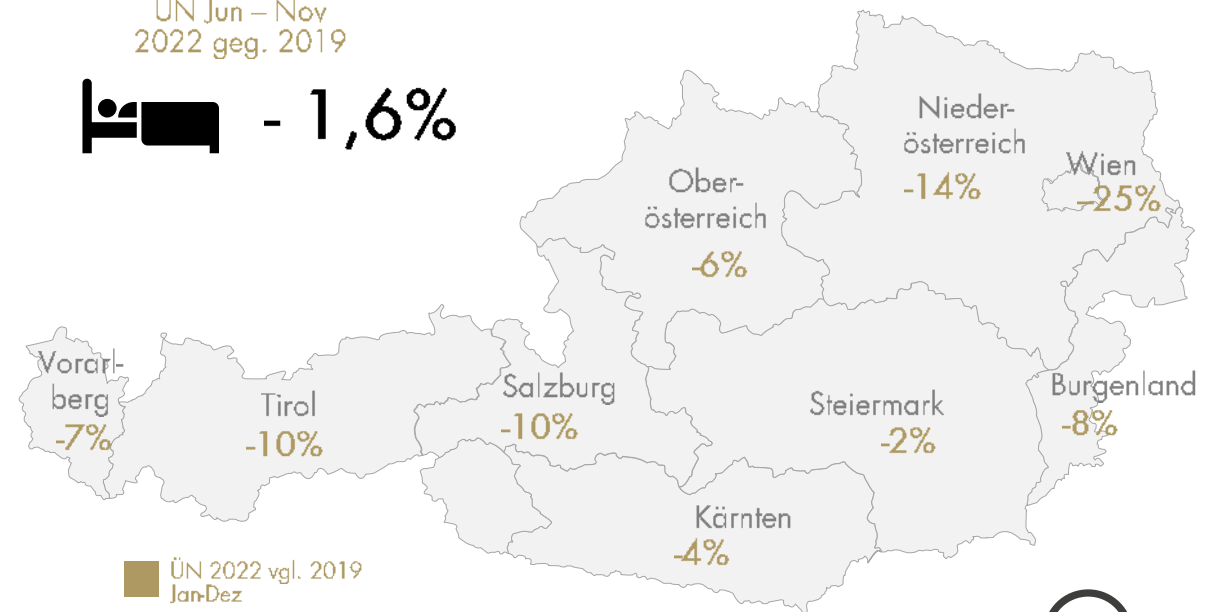
- + Abgesehen von Wien (aufgrund der noch fehlenden Nachfrage) waren die Landeshauptstädte in der Lage die Zimmerraten inflationsbereinigt über dem 2019er Niveau zu halten

Nächtigungsentwicklung in Mio..



ÜN Jun – Nov
2022 geg. 2019

 - 1,6%



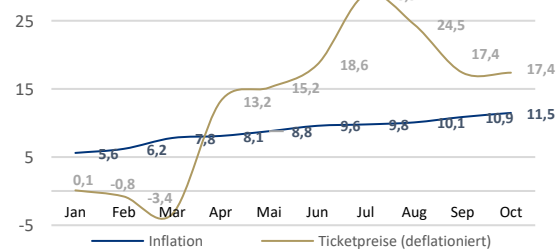
Die Flugindustrie: Rückblick 2022 und Ausblick 2023

Die Flugindustrie erholt sich rasch – allerdings in starker Abhängigkeit von vielen Einflussfaktoren

Ausblick
➔ 2023

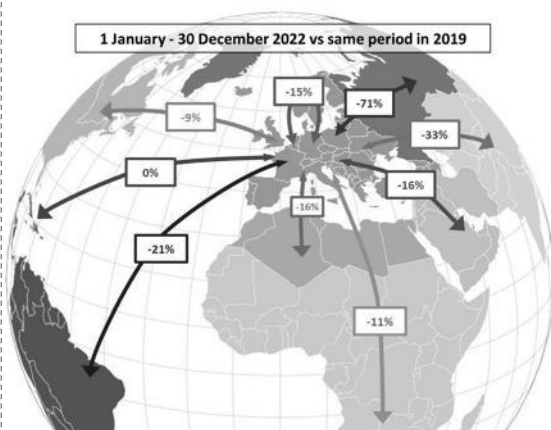
Rückblick 2022

Ticketpreise 2022 in EU 27 in %;
Preisveränderung pro Monat geg. 2021



Flugpreise wurden in 2022 stark angehoben und schafften damit eine Steigerung weit über dem Inflationsniveau

Entwicklung des Flugverkehrs von / nach Europa



Interkontinentaler Flugverkehr liegt weiterhin hinter dem innereuropäischen; insb. Verkehr mit Russland und China weiterhin schwach.

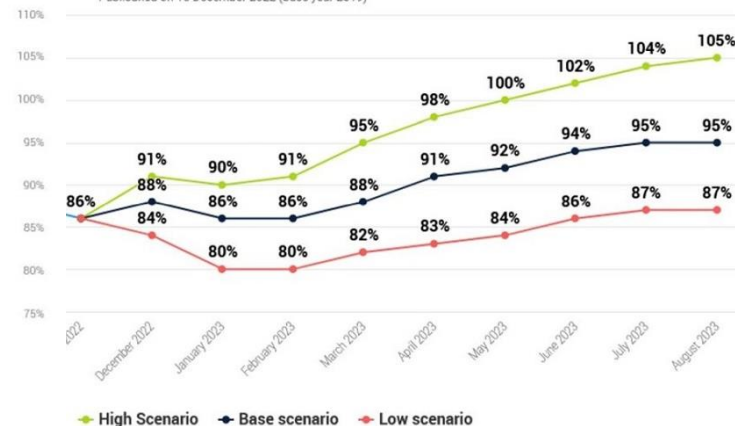
Ab März (mit stark rückläufigen Covid-19 Beschränkungen) kehrte der europäische Flugverkehr bis Jahresende auf **83% des 2019er Niveaus** zurück; die Erholung wurde u.a. durch die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs gebremst

Rasche Erholung im Sommer führte zu Personal- und Kapazitätsengpässen und sinkender Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit

Positive Passagierzahlen aus europäischen Feriendestinationen (z.B. Palma mit +1% an Dep. / Arr. in 2022 ggü. 2019, München dagegen noch mit -32% an Passagieren); Europa – Nordamerika Verkehr mit Rekordwerten ab Sommer, Asien galt nach wie vor als Schwachpunkt

EUROCONTROL Traffic Scenarios

Published on 16 December 2022 (base year 2019)



Szenarien zum Recovery-Status des Flugverkehrs bis August 2023. Im Best Case wird mit Mai 2023 das Niveau aus 2019 erwartet; realistisch bleibt eine vollständige Erholung in 2023 noch aus. Die Airlines Industrie ist ein wichtiger Indikator für die Hotelindustrie und ist dieser häufig voraus.

Airline Preisentwicklung	2023 zu 2021 Wachstum in %
Swiss	112,9
Lufthansa	93,3
Austrian Airlines	58,4
Turkish Airlines	42,7
Iberia	22,7
Tui Fly	43,5
Emirates	57,8
Eurwings	11,5
Ryanair	46,3
Easyjet	28,3
Pegasus Airlines	-6

Anstieg der Airline-Preise von 2021 auf 2023 (nicht inflationiert).

- Weltweit werden in 2023 **85,5% des Niveaus von 2019** erwartet; vollständige Erholung bis 2024 realistisch
- Plötzliche Wiederöffnung Chinas** zeigt Potential für eine deutlich raschere Erholung; wirtschaftliche Rahmenbedingungen, Kraftstoffpreise, Personalmangel und stockende Lieferung von Maschinen bzw. Ersatzteile bleiben als Abwärtsrisiken bestehen
- Preisanstieg branchenweit**; Airlines können die Preise deutlich stärker an neue Gegebenheiten anpassen als die Hotellerie
- Kein weiterer Rückgang von Geschäftsreisen**; Zunahme an Reisedauer und Wegfall von Tagestrips; Kosten für Reisen steigen weiter

Quellen: Eurocontrol, ADAC, AUMA, Süddeutsche Zeitung, IATA

08.02.2023

Newsletter Februar | mrp hotels © 2023

Investmentmarkt Hotelimmobilien Ausblick 2023

Tourismus bleibt eine globale Wachstumsindustrie

Stillstand in 2022

Die beginnende Erholung am Transaktionsmarkt zu Beginn 2022 wurde rasch durch den Ukraine-Krieg und dessen Auswirkungen gestoppt. Die zunehmende Sorge vor Energieknappheit, hohen Zinsen und Erholung der Reisemärkte hat zu Zurückhaltung bei Investoren und Banken geführt. Betreiber haben im 2.-HJ. Projekte hinten angestellt, v.a. da sie von Entwicklern/Eigentümern mit stark steigenden Pachtvorstellungen konfrontiert wurden

Weiterhin restriktive Kreditvergabe und Zurückhaltung auf dem Investmentmarkt

Eine Stabilisierung des Finanzierungsumfeldes (stagnierendes oder rückläufiges Zinswachstum) wird frühestens Sommer 2023 erwartet. Bis dorthin wird wenig an Bewegung am Investmentmarkt erwartet; Käufer, die mit hohen EK-Anteil kaufen können, profitieren von größerer Flexibilität und Unabhängigkeit von steigenden FK-Kosten

Fokus auf den Bestand steigt weiter

Mit weiterhin hohen Baukosten und schwierigem Finanzierungsumfeld halten sich Neubauaktivitäten zurück; Objekte mit Track Rekord sind einfacher zu verkaufen als Developments

Zunahme von Nachhaltigkeitsprämien

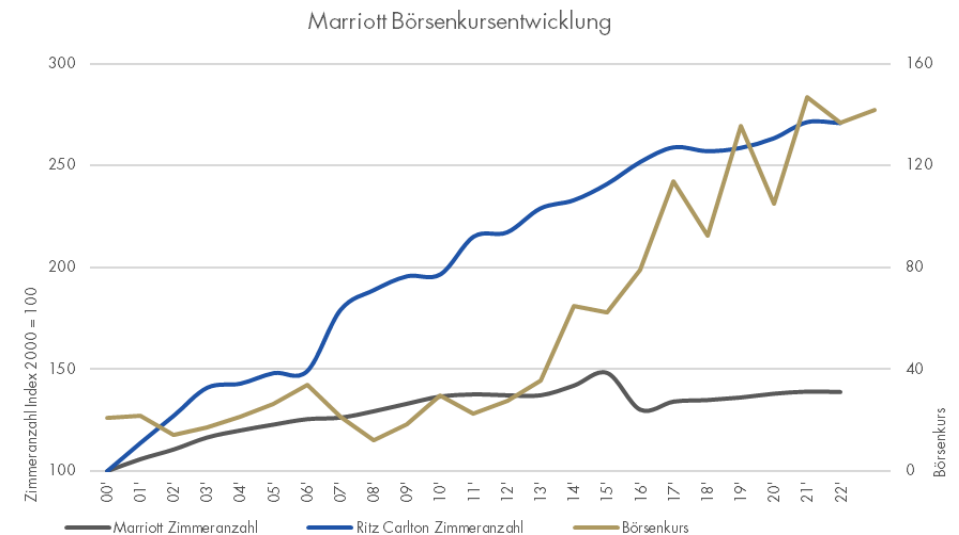
ESG-Themen (CO2 Steuer etc.) werden vermehrt Einkaufsentscheidungen beeinflussen und machen sich vermehrt im Asset Management, Finanzierung, Development aber auch im Betrieb bemerkbar. Weiterentwicklungskosten bei Bestandsimmobilien werden häufig zwischen Betreiber und Eigentümer aufgeteilt. Bestandsimmobilien ESG tauglich zu machen ist herausfordernd und teuer

Mieten beweisen sich werthaltig, ist der Management-Vertrag das noch bessere Instrument?

Aufgrund der hohen Inflation steigen die Werte von vermieteten Immobilien erheblich an. Steigen jetzt Nachfrage und Raten in guten Hotelimmobilien stark an, erweist sich der Managementvertrag als noch größerer Treiber im Wert bei Hotelimmobilien



“UNWTO* anticipates a strong year for the sector even in the face of diverse challenges including the economic situation and continued geopolitical uncertainty.”



Die historische Betrachtung des Marriott Börsenkurses zeigt das starke Wachstumspotenzial der Hotelindustrie. Die Zunahme der Ritz Carlton Hotels in den vergangenen Jahren indiziert die besondere Bedeutung der Luxushotellerie und das gestiegene Bedürfnis nach individuellen Erlebnissen und Luxus.

*UNWTO = Weltorganisation für Tourismus

Marktausblick 2023

Reisekostenbudgets und Marktumfeld verändern die Produktwelt in Richtung Individualisierung

Konsumverhalten und „Business on the Books“

Auf- und Abwärtsrisiken höher als üblich: Multiple Krisenlage sorgt für anhaltende Unsicherheit

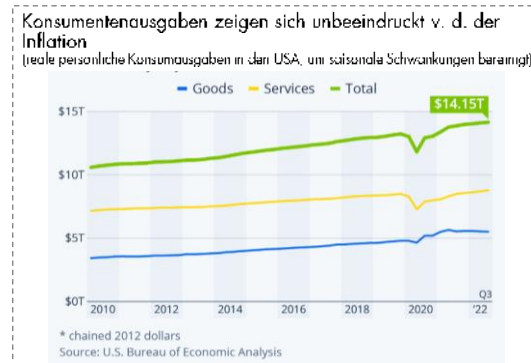
Reduktion von Reisekostenbudgets möglich: Aufgrund der Inflation und steigenden Lebenshaltungskosten wird vom Markt häufig eine rückläufige Nachfrage nach Reisen erwartet; verschiedene Maßnahmen wie Energiepreispbremse, steigendes Einkommen, Renten, Mindestlöhne, Entlastungspakete sollen den erwarteten Rückgang senken

Demand nach Dienstleistungen bleibt bestehen: Während Konsumgüter bereits an Nachfrage verlieren, steigt der Bedarf nach Dienstleistungen, denen auch die Nachfrage nach Reisen angehört; dies bestätigen auch Vorausbuchungen in den Hotels

Auch Mastercard veröffentlicht einen **positiven Ausblick für 2023**, dass Konsumausgaben ein hohes Level auch in 2023 halten werden, die allerdings auch aufgrund des möglicherweise unter Druck geratenen Arbeitsmarkt gebremst werden könnten



Entwicklung der Konsumentenstimmung in der EU in den letzten 10 Jahren indexiert auf den langjährigen Mittelwert. Pessimismus der Konsumenten bewegt sich damit auf dem gleichen Niveau wie vor der Corona-Krise



Entwicklung der Konsumenten Ausgaben am Beispiel der USA. Einbruch mit Beginn der Corona-Pandemie eindeutig. Mit 2022 fallen Ausgaben für Konsumgüter zurück; die Dienstleistungsbranche aber weiter steigend.

Herausforderungen auf dem Hotelmarkt

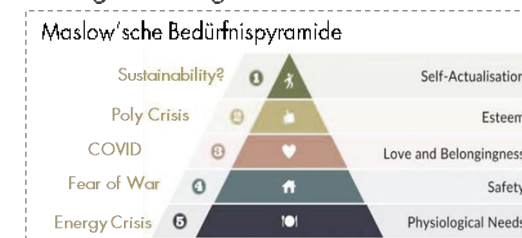
Aufgrund der Kostensteigerungen (Bau- als auch operative Kosten) ist die Flexibilität für **erhöhte Kapitaldienste eingeschränkt**

Neben steigenden Energiekosten und Inflation beschäftigt v.a. das Thema **Mitarbeiter die Betriebe**; hier führt ein Mangel aufgrund des demografischen Wandels als auch steigenden Ansprüchen der Mitarbeiter zu erhöhten Gehaltskosten

Premium-Segment konzentriert sich noch stärker auf den **persönlichen Service** sowie Angebots- und Dienstleistungsvielfalt – muss sich diesen aufgrund der Mitarbeitersituation aber auch bezahlen lassen; gleichzeitig wird in diesem Segment viel Innovation erwartet: insbesondere auch im Hinblick auf sich entwickelnde Arbeits- und Urlaubstrends (private membership clubs, workation, etc.)

Notwendige Investitionsmaßnahmen für Produktanpassungen und Modernisierungen, die für die weitere Attraktivierung von Gästen notwendig sind, sind häufig nicht finanzierbar; hat potentiell zusätzlichen Nachfrage- und Umsatzrückgang zur Folge

ESG-Relevanz: Zirkuläre und regenerative Geschäftsmodelle, Employer Branding Strategien sind Stichworte, die Hoteliers für sich ausarbeiten müssen, um neuen Anforderungen gerecht zu werden; Digitalisierung leistet hier auf dem Weg zur Energieeinsparung einen wichtigen Beitrag



Die Maslow'sche Bedürfnispyramide zeigt die derzeitige Herausforderung, Nachhaltigkeit umzusetzen, da die Gesellschaft zunächst gravierendere Herausforderungen wie die Energiekrise oder die Angst vor Krieg zu bewältigen hat, bevor das Thema Nachhaltigkeit mit vergleichsweise geringerer und akuterer Relevanz bedient werden kann.



MRP Consult GmbH
Getreidemarkt 14/29
1010 Wien, Österreich
+43 1 890 6661
vienna@mrphotels.com

MRP Consult Germany GmbH
Savignyplatz 9/10
10623 Berlin, Deutschland
+49 30 3434 740
berlin@mrphotels.com

Streitfeldstraße 25b
81673 München, Deutschland
+49 178 3434 744

MRP Consult Benelux BV
Plein 1945 #27
1252 MA, Laren, Niederlande
+31 621 280 532
benelux@mrphotels.com

Kontaktperson



Martin Schaffer
+43 664 6253 683
martin.schaffer@mrp-hotels.com



Lea-Sophie Zwoch
+49 178 3434 746
lea-sophie.zwoch@mrp-hotels.com

Kommunikation mit mrp hotels



www.linkedin.com/company/mrphotels



www.youtube.com/mrphotels



www.instagram.com/mrp.hotels



www.mrp-hotels.com

Partnerschaften



ISHC
INTERNATIONAL SOCIETY OF
HOSPITALITY CONSULTANTS