

Hotelmarkt- und Potentialanalyse
Stadt Speyer

- Zusammenfassung und Empfehlung -

Juni 2013

Zusammenfassung und Empfehlung

Es war Aufgabenstellung dieser Studie, den Hotelmarkt von Speyer zu untersuchen und dabei auf die Tourismusstrategie 2020 aufzusetzen.

Aufgabenstellung

In der Tourismusstrategie 2020 wurde festgestellt, dass das quantitative Angebot an Beherbergungsbetrieben in Speyer einem weiteren Übernachtungswachstum entgegensteht. Zudem wurden die Qualität und die geringe Zielgruppenorientierung mancher Betriebe sowie die generell hohe Auslastung des Zimmerangebots als Schwäche definiert.

Ausgangslage

Dies deckt sich mit Aussagen der Tourist-Information Speyer, die stets Schwierigkeiten hat, während der Hauptreisezeit größere Gruppen in den hiesigen Hotels unterzubringen und feststellt, dass die mangelnden Übernachtungskapazitäten in Speyer dem Tourismuswachstum entgegenstehen.

Als Diskussionsgrundlage für die politischen Gremien der Stadt und als Informationsbasis für eventuelle Hotelinvestoren soll diese Studie aus neutraler Sicht die Potentiale des lokalen Hotelmarktes aufzeigen.

Mit aktuell¹ 253.000 Übernachtungen, davon 203.000 in Hotels² steht Speyer von der Größenordnung her in einer Reihe mit Städten wie Bayreuth³, Marburg, Eisenach, Heilbronn, Landshut aber auch dem nahe gelegenen Neustadt an der Weinstraße. All diesen Städten ist gemein, dass sie Übernachtungstourismus sowohl von Geschäfts- als auch Privatreisenden verzeichnen. Ebenso kann man aufgrund einer vergleichbaren Gästestruktur und ähnlichen Positionierung die allerdings wesentlich größere, 757.000 Übernachtungen zählende Römerstadt Trier, die auch in der Tourismusstrategie 2020 mehrfach genannt wurde, als Beispiel heranziehen.

Einordnung des Hotelmarktes Speyer

Dennoch verbietet sich ein direkter Vergleich: Als Hotelstandort muss Speyer aufgrund der Lage zwischen der übernachtungsstarken Metropolregion Rhein-Neckar mit dem touristisch dominierenden Heidelberg und der bekannten Ferienregion Südliche Weinstraße⁴ mit zahlreichen anderen profilierten Standorten im unmittelbaren Umfeld konkurrieren. In einer vergleichbaren „bedrängten“ Lage befindet sich keiner der genannten Hotelmärkte.

Entwicklung im 10-Jahreszeitraum 2003-2012

Trotz dieser profilierten Standort-Konkurrenz im direkten Umfeld konnte der Hotelmarkt Speyer in den vergangenen zehn Jahren eine positive Entwicklung verzeichnen.

¹ 2012

² Hotels und Hotels Garni. In Folge werden beide Betriebsarten stets der einfacheren Lesbarkeit halber unter dem Begriff „Hotel“ zusammengefasst.

³ In Tsd. Übernachtungen, gerundet: Marburg 339, Eisenach 307, Bayreuth 305, Heilbronn 283, Landshut 232, Neustadt/Weinstraße 228.

⁴ Alleine Heidelberg und der Landkreis Südliche Weinstraße (ohne die kreisfreien Städte Neustadt und Landau) zählen jeweils rund 1 Mio. Übernachtungen.

HOTOUR

Nachfrage: Mit knapp 39% Übernachtungswachstum (3,9% p.a. im Schnitt) wurde ein gutes Ergebnis erzielt, das über dem Bundesdurchschnitt von rund 3% p.a. liegt. Besonders hohe Wachstumsraten wurden hierbei in der Betriebsart Hotel festgestellt, die seit 2003 eine Steigerung der Übernachtungsnachfrage von mehr als 65% erreichte, verbunden allerdings auch mit einer Erweiterung der Kapazitäten, etwa des Binshofs, während im gleichen Zeitraum andere Beherbergungsbetriebe, ein Gasthof und das Bistumshaus, geschlossen wurden.

Angebot: Insgesamt konnte das Angebot an Beherbergungsbetrieben und –betten seit 2003 um knapp 38% erweitert werden. Überdurchschnittliche Wachstumsraten von mehr als 71% wurden ebenfalls in der Betriebsart Hotel festgestellt.

Somit haben sich Angebotserweiterung und Nachfragesteigerung gesamthaft betrachtet parallel entwickelt, wenngleich die Entwicklung seit 2009 weitgehend stagniert. Nichtsdestotrotz wurde in 2012 mit den genannten 253.000 Übernachtungen (rund 1% gegenüber Vorjahr) ein Spitzenwert in Speyer erzielt. Die Betriebsart Hotel konnte im Jahre 2012 mit einem Plus von 8% Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr ebenfalls ein überdurchschnittliches Wachstum vorweisen.

Steigerung von Angebot und Nachfrage verlief parallel

Die durchschnittliche Bettenauslastung der Speyerer Beherbergungsbetriebe liegt mit knapp 49% (Hotels 49%) auf einem hohen Niveau und erreicht in den Monaten April bis Oktober Werte von bis zu 61% bei Hotels und 64% bei Hotels Garni im Jahr 2012. Die von uns erarbeitete Saisonalitäts-Statistik mehrerer Jahre (siehe Kapitel 3.2.2) zeigt jedoch, dass dies einzelne Spitzenwerte sind. Bei Hochrechnung der statistisch erfassten Bettenauslastung auf die für Hotels relevante Zimmerauslastung zeigt sich, dass die Betriebe gesamthaft betrachtet auch in Spitzenmonaten noch über freie Kapazitäten verfügen und leichte Nachfragesteigerungen möglich sind.

Bettenauslastung 2012 mit 49% über Bundesdurchschnitt ...

Zum Vergleich ziehen wir hilfsweise Trier heran, das im Jahr 2012 eine Bettenauslastung von etwas über 50% mit ähnlichen Spitzenwerten in den Frühjahrs- und Herbstmonaten verzeichnete wie Speyer und dennoch Nachfragesteigerungen erzielen konnte.

... jedoch geringer als in Trier mit 50%

Die Schwierigkeit der Tourist-Information, in den am stärksten nachgefragten Monaten Mai/Juni und September/Oktober häufig keine Zimmer mehr vermitteln zu können, liegt unserer Auffassung nach weniger an den Kapazitäten per se, sondern an der geringen Betriebsgröße der 18 Speyerer Hotels, die im Schnitt über 39 Zimmer verfügen. Rechnen wir die vier größten Betriebe⁵ heraus, ergibt sich für die 14 restlichen Hotels eine durchschnittliche Betriebsgröße von 22 Zimmern. Somit gibt es nur ganz wenige Betriebe, die einerseits für Gruppenbuchungen in Frage kommen und andererseits der Tourist-Information eine ausreichend große Anzahl an Zimmerkontingenten zur Verfügung stellen können.

Geringe durchschnittliche Betriebsgröße der Hotels: 39 Zimmer

⁵ Lindner Hotel Binshof, Ibis Styles, Löwengarten, Hotel am Technikmuseum

HOTOUR

Hier wird bereits ein erstes Dilemma bzw. ein Zielkonflikt der touristischen Akteure in Speyer erkennbar: Während die Hotels in den meisten Monaten des Jahres noch über ausreichend Kapazitäten verfügen und selbst in den Spitzenmonaten nur punktuell zu 100% ausgelastet sind, leidet die Erfolgsbilanz der Tourist-Information darunter, nicht ausreichend Geschäft in den Hotels platzieren zu können.

Einen weiteren Zielkonflikt der Akteure sehen wir in der Zielgruppen-Struktur:

Während das überregionale Image der Domstadt erwarten lässt, dass die Übernachtungen in Speyer vor allem durch Privatreisen dominiert werden, haben wir bei unseren Recherchen überraschender Weise das Gegenteil festgestellt: Knapp zwei Drittel der Übernachtungen in Hotels resultieren nach Angaben der Hoteliere aus Geschäftsreisen. Dies bedeutet, dass von den rund 200.000 Übernachtungen der Speyerer Hotels⁶ etwa 120.000 geschäftlich und nur 80.000 privat motiviert sind.

Überraschende Dominanz geschäftlich motivierter Übernachtungen

Somit muss der Fokus der bestehenden Hotels auf den Geschäftsreisenden liegen, da sie den größten Umsatzanteil in diesen Betrieben stellen und zudem für eine relativ gleichmäßige Nachfrage im Jahresverlauf sorgen. Das zumeist auf das Sommerhalbjahr und die Wochenenden konzentrierte touristische Geschäft kann aus betriebswirtschaftlicher Sicht keinem Hotel eine auskömmliche Auslastung beschaffen. Im Gegenteil: Aufgrund der hohen Fixkostenbelastung eines Hotels durch Kapitaldienst bzw. Pacht und Personalkosten muss sich der Hotelier um Kundengruppen mit möglichst kontinuierlicher Nachfrage bemühen.

Fokus der Hotels auf Geschäftsreisen

Somit ist auch die Feststellung in der Tourismusstrategie 2020 nicht verwunderlich, dass bei den „kleineren und mittleren Betrieben eine geringe Zielgruppenorientierung“ festgestellt wurde, da diese alle Segmente bedienen müssen.

Wir sind auch der Aussage in der Tourismusstrategie 2020 nachgegangen, dass der Anteil der klassifizierten Betriebe gering ist und die meisten Betriebe im Zwei-bis Drei-Sterne Segment angesiedelt sind. Dabei haben wir festgestellt, dass der Klassifizierungsgrad aller Beherbergungsbetriebe in Speyer 45% beträgt und somit deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt von 25% liegt.

Schwerpunkt des Angebots im Drei-Sterne Segment

Die klassifizierten Betriebe in Speyer hingegen entsprechen fast punktgenau dem Durchschnitt im deutschlandweiten Vergleich: 67% sind mit drei Sternen klassifiziert (Deutschland: 60% mit drei Sternen, 8% mit zwei Sternen, 1% mit einem Stern) und 33% mit vier Sternen (Deutschland: 29% vier Sterne, 2% fünf Sterne).

⁶ Was die verbleibenden Beherbergungsbetriebe - die Jugendherberge, das Ferienhaus und die Gasthöfe betrifft, so unterstellen wir, dass deren Übernachtungsaufkommen vor allem durch privat motivierte Übernachtungen generiert wird.

HOTOUR

Über die rein quantitative Betrachtung des angebotenen Hotelstandards hinaus haben wir auch die größten Unternehmen Speyers befragt und folgendes festgestellt: 90% der befragten Unternehmen sind mit der Qualität der frequentierten Hotels zufrieden. Das Preisniveau der meisten Geschäftsreisenden liegt bei maximal 80 € pro Übernachtung inkl. Frühstück, was ebenfalls die Dominanz des Drei-Sterne Segments rechtfertigt.

Aus der Tourismusstrategie 2020, die für Speyer vor allem bei „...übernachtungstouristischen Zielgruppen, vorwiegend anspruchsvollen Best Agern und Kulturkennern⁷“ Wachstumschancen sieht, ließe sich aus dem Begriff „anspruchsvoll“ durchaus der Bedarf nach einem bzw. die Empfehlung für ein Vier-Sterne Hotel ableiten. Dazu ist zu sagen, dass ein solches Hotel Speyer aus regionalpolitischen Gründen und als Imageträger auf jeden Fall gut zu Gesicht stehen würde.

Aus dem derzeitigen Marktgeschehen, das von Geschäftsreisenden im mittleren Markt- und Preissegment dominiert wird, ist der Bedarf nach einem solchen Hotel allerdings nicht ableitbar. Vielmehr müsste es spekulativ errichtet werden und würde eine lange Anlaufphase benötigen, bis es seinen Break Even Point erreichen und den vollen Kapitaldienst erwirtschaften kann. Damit kann es jedoch weder einem Betreiber, der für dieses Marktsegment in Speyer zudem schwer zu finden sein wird, noch einem Investor eine auskömmliche Rendite bescheren.

Dabei ist folgendes Dilemma typisch für Städte von der Größe und Struktur Speyers: hochwertige Hotels, die das Image eines Standortes fördern könnten und von vielen Marktteilnehmern gewünscht werden, lassen sich wirtschaftlich meist nicht darstellen. Ein Grund ist die Kluft zwischen Anspruchsdenken (Vier Sterne) und Preisbereitschaft (Drei Sterne), ein zweiter die bereits erwähnte lange Anlaufphase in einem vergleichsweise kleinen Markt. Dies gilt insbesondere für die in Deutschland typische Konstellation eines Projektentwicklers (Zwischeninvestors), der auf einen Pachtvertrag mit einem namhaften Betreiber⁸ angewiesen ist, um das Projekt zu finanzieren und später an einen Endinvestor weiter zu verkaufen. Damit müssen drei Geschäftspartner an einem Objekt verdienen. Investoren, die das Entwicklungs- und Baurisiko ebenso wie das Betriebs- und Finanzierungsrisiko und auch unvermeidliche Anlaufverluste alleine tragen können, sind seltene Glücksfälle, mit denen man nicht rechnen darf.

Schwerpunkt der Nachfrage ebenfalls im Drei-Sterne Segment

Empfehlungen und Potentiale für die Stadt Speyer zur Ansprache von „anspruchsvollen Best Agern und Kulturkennern“

Sinnhaftigkeit eines Vier-Sterne Hotels ..

... aus regionalpolitischen Gründen zu bejahen.

⁷ Tourismusstrategie 2020, Folie 10

⁸ Namhafte Betreiber im Vier-Sterne Segment, die als finanzierbar gelten, sind ausschließlich kleine und größere Hotelketten, die wiederum Mindest-Betriebsgrößen von etwa 120 Zimmern benötigen, um ihre Overhead-Kosten decken zu können. Ein Betrieb mit 120 Zimmern benötigt wiederum mindestens 40.000 Übernachtungen, um rentabel zu sein und würde erhebliche Turbulenzen in einem vergleichsweise kleinen Markt wie Speyer auslösen, der insgesamt nur 200.000 Hotelübernachtungen hat. Zudem müsste eine ausreichend große Zielgruppe mit einer Preisbereitschaft von rund 120€ im Einzelzimmer und rund 150€ im Doppelzimmer vorhanden bzw. mobilisierbar sein, um einem Vier-Sterne Hotel ein Auskommen zu ermöglichen. Diese Einschätzung und Beurteilung basiert auf der über 40-jährigen Erfahrung der Hotour Hotel Consulting, die bis zu 100 Hotelprojekte und Hotelbewertungen pro Jahr in Deutschland und dem europäischen Ausland bearbeitet.

HOTOUR

Aus der derzeitigen Marktstruktur sowie den von HOTOUR festgestellten Bedürfnissen von Vertretern aus dem Tourismus und vor Ort ansässigen Unternehmen ist vielmehr eine Neuansiedlung eines modernen Zwei- oder Drei-Sterne Hotel gegenüber einem höherpreisigen 4-Sterne zu empfehlen. Ebenso gut können wir uns vorstellen, Erweiterungen bestehender Betriebe in Speyer zuzulassen.

Empfehlung für Kapazitätserweiterungen im Budget Segment

Ein attraktives Budget-Konzept der neuen Generation, das heutzutage mit vielen Vier-Sterne Hotels mithalten kann, stellt aus unserer Erfahrung an vergleichbaren Standorten für Investoren und Betreiber ein Vorhaben mit guten Renditechancen dar.

Gemäß unserer Berechnung sollte die Ansiedlung von insgesamt 140 Hotelzimmern (Neubau oder Ausbau) im so genannten Budget Segment dem Markt zuträglich sein, ohne einen ruinösen Konkurrenzkampf unter den bestehenden Speyerer Hotels auszulösen. Wird ein neues Budget-Hotel an einem Standort angesiedelt, der auch für Durchreisende⁹ interessant ist, kann auch Übernachtungsfrage aus dem Umfeld der Stadt wieder nach Speyer zurückgeholt werden.

Bis zu 140 Zimmer im Budget-Segment machbar ohne ruinösen Wettbewerb innerhalb Speyers auszulösen

Was das gehobene Marktsegment betrifft, so könnte das Ende 2012 eröffnete Hotel Residenz am Königsplatz mittel- bis langfristig wichtige Erkenntnisse für den Speyerer Beherbergungsmarkt und die angestrebte Ansprache von anspruchsvolleren Zielgruppen schaffen. Die Antwort auf die Frage in welchem Ausmaß höherwertige – und damit auch höherpreisige – Angebote in der Innenstadt von Gästen angenommen und akzeptiert werden, kann zukünftig für weitere potentielle Projektentwicklungen wichtige Argumente liefern.

Einschätzung hinsichtlich des gehobenen Marktsegments in Speyer

Um das Angebot an qualitativ hochwertigen Hotelbetten im Speyerer Stadtzentrum zu erhöhen, erachtet die HOTOUR einen Ausbau von bestehenden und auf dem Markt etablierten Betrieben als sinnvoll. Wir sind sicher, dass ein Erfolg des Hotels Residenz bei gleichzeitiger Erweiterung der Kapazitäten im so genannten Budget-Segment dazu führen wird, dass sich der ein oder andere Hotelier, dessen Betrieb heute im mittleren Preissegment angesiedelt ist, bei der nächsten Renovierung seines Betriebes für eine Aufwertung entscheiden wird.

Aus Sicht des gesamten Beherbergungsmarktes würde auf diesem Weg eine Vergrößerung der Bettenkapazität deutlich verträglicher ausfallen, d.h. eine aggressive Verdrängung von kleineren Betrieben würde eingeschränkt werden. Durch die vorhandenen Marktkenntnisse und Erfahrungen auf dem Speyerer Beherbergungsmarkt könnten vor Ort ansässige Hoteliers die eigene Wettbewerbsfähigkeit weiter ausbauen. Dadurch würde das Gesamtangebot an qualitativ hochwertigeren Hotelbetten gesteigert werden, ohne den Markt mit einem neuen Hotel empfindlich zu stören.

Empfehlung den Ausbau und die Aufwertung bestehender Hotels zu fördern

⁹ Damit meinen wir geschäftlich wie privat motivierte Reisende mit Zielen entlang der südlichen Weinstraße und Transitreisende, die von der A6 und der A61 auf dem Weg zu weiter entfernten Zielen abfahren.

Die Frage welche innerstädtischen Hotels aus dem Drei-bis Vier-Sterne Segment für eine Hotelerweiterung in Frage kommen, kann an dieser Stelle nicht abschließend bewertet werden. Marktrecherchen haben allerdings bestätigt, dass einzelne Betriebe in den vergangenen Jahren bereits Ihre Kapazitäten erweitert haben bzw. wichtige Renovierungsarbeiten durchgeführt haben. In gemeinsamen Gesprächen mit Speyerer Hoteliers wurde die Option von möglichen Hotelerweiterungen zunächst positiv aufgenommen.

HOTOUR Hotel Consulting GmbH


Frankfurt am Main, den 11. Juni 2013



Martina Fidschuster



Christine Mayer



Marc Mörbel