

HOTEL SURVEY

Q4 2016



FRANCHISE

SYSTEME IN DER HOTELLERIE

EDITORIAL



DANIELA M. BENSE MRICS

PROJECT MANAGER HOTEL

Hotelmarkt Deutschland mit Top-Performance

Mit rund 272 Millionen Übernachtungen im Gesamtjahr 2015 erzielte der deutsche Hotelmarkt einen weiteren Rekord in Folge – im gesamten Beherbergungsgewerbe wurden sogar 436 Millionen Übernachtungen verzeichnet. In keinem vorangegangenen Jahr konnten so viele Übernachtungen in Hotels, Hotels garnis, Gasthöfen und Pensionen gezählt werden. Gleichzeitig stieg auch die bundesweite durchschnittliche Zimmerauslastung in den Hotels mit knapp 70 Prozent auf einen neuen Höchststand.

Der hohen Nachfrage folgend eröffneten 2015 in Deutschland erneut zahlreiche neue Hotels und erweiterten den deutschen Markt um fast 10.000 Zimmer. Die Hälfte davon entfiel allein auf die Städte Berlin, Hamburg, München, Frankfurt und Düsseldorf. Neue Hotelbrands wie Moxy, Aloft oder Curio by Hilton feierten Premiere in Deutschland.

Schnellere Expansion durch Franchise

Für die schnelle Expansion bestehender und neuer Hotelmarken setzen die Hotelketten und -betreiber verstärkt auf das Franchisesystem, was auch für Projektentwickler und Investoren neue Geschäftspotenziale eröffnet.

Rekordinvestitionen in Hotelimmobilien

Mit Rückenwind der sehr starken Hotelmarktentwicklung ist auch das Interesse an Hotelimmobilieninvestitionen weiter gestiegen. Im Gesamtjahr 2016 wurden deutsche Hotelimmobilien für den Rekordwert von rund fünf Milliarden Euro gehandelt.

Wir freuen uns, Ihnen vor diesem Hintergrund mit dem vorliegenden Dr. Lübke & Kelber Hotel Survey die Einschätzungen und Meinungen zur aktuellen und zukünftigen Entwicklung im Zusammenhang mit dem Franchisesystem in der Hotellerie darstellen zu können.

DAS FRANCHISESYSTEM IN DER HOTELLERIE

Im August 2016 befragte Dr. Lübke & Kelber via Online-Umfrage Akteure der Hotelimmobilienwirtschaft zum aktuellen und zukünftigen Geschehen auf dem deutschen Hotelimmobilienmarkt im Hinblick auf das Franchisesystem. Der vorliegende Dr. Lübke & Kelber Hotel Survey 2016 stellt die Ergebnisse der aktuellen Befragung in Kürze dar und fasst wichtige Kernaussagen und Meinungen der Befragten zusammen.

Befragung im August 2016

Die Umfrage richtete sich an die folgenden beteiligten Stakeholder der Hotelimmobilienwirtschaft:

- Projektentwickler
- Hotelbetreiber ohne bisherigen Bezug zum Franchisesystem
- Franchisenehmer (Hotelbetreiber)
- Franchisegeber (Hotelbetreiber)
- Investoren / Eigentümer

Insgesamt wurden rund 1.200 relevante Marktakteure aus den o.g. Gruppen zur Teilnahme an der Umfrage eingeladen. Rund 51 Prozent der Umfrageteilnehmer waren Hotelbetreiber/Franchisegeber und 29 Prozent Investoren und Eigentümer. Rund 11 Prozent gehörten zur Gruppe der Projektentwickler und weitere rund neun Prozent zu den Franchisenehmern.

Die Kernfragen der Untersuchung waren dabei die folgenden:

- 1. Wie wird das Franchisesystem derzeit von den Marktakteuren beurteilt?**
- 2. Welche Strategien und Anforderungen werden im Zusammenhang mit Franchiseverträgen definiert?**
- 3. Wie wird die Entwicklung des Investmentmarktes gesehen?**

Kernfragen

BINDEGLIED ZWISCHEN BETREIBER & INVESTOR

Die branchenübliche Anforderung der nationalen Investoren an einen Pachtvertrag steht häufig im Konflikt zu der Anforderung der internationalen Hotelketten an einen Managementvertrag im Zusammenhang mit dem Betrieb von Hotelobjekten.

Konsens durch Franchise – Vorteile für viele?

Unter anderem über zu schließende Vereinbarungen im Zusammenhang mit dem Franchisesystem lässt sich dieses Spannungsfeld auflösen:

Der Eigentümer der Hotelimmobilie schließt einen Pachtvertrag mit dem Franchisenehmer ab, der via Franchisevertrag die Lizenz vom Franchisegeber erhält, sein Hotel unter einem starken Markendach betreiben zu dürfen. Der Franchisegeber (häufig die internationale Hotelkette) sichert sich somit die im Rahmen seiner Expansionspläne benötigten Standorte, ohne einen Pachtvertrag abschließen zu müssen. Das Sicherheitsbedürfnis der Investoren wird mit den Bilanzierungsrichtlinien der internationalen Ketten in Einklang gebracht.

In den **deutschen Top-7-Städten** Berlin, Hamburg, München, Köln, Frankfurt, Stuttgart und Düsseldorf, werden bis Ende 2017 insgesamt rund 10.000 neue Hotelzimmer auf den Markt kommen. Knapp 40 Prozent dieser neuen Zimmer sind in Franchisebetrieben projektiert. Den größten Franchiseanteil

Franchiseanteil in Projekten bei 40%

an den geplanten neuen Hotelzimmern bis Ende 2017 wird es nach Recherchen von Dr. Lübke & Kelber voraussichtlich in Köln mit rund 73 Prozent und Stuttgart mit rund 63 Prozent geben. In Berlin und Hamburg werden dagegen nur rund 17 bzw. 11 Prozent der neuen Hotelzimmer im Franchisebetrieb eröffnen.

MARKTMEINUNGEN

Die derzeit gute Stimmung am deutschen Hotelmarkt spiegelt sich auch in den Antworten des DRLK Hotel Survey 2016 wider. So planen rund 56 Prozent der befragten **Hotelbetreiber**, darunter sowohl Franchisenehmer als auch Franchisegeber, **bis zum Jahr 2020 vier oder mehr Hotels jährlich in Deutschland zu eröffnen**.

Hotelbetreiber weiterhin auf Expansionskurs

Und auch die befragten **Projektentwickler** und **Investoren** setzen verstärkt auf die Assetklasse Hotel. Rund 88 Prozent der befragten Investoren planen in den kommenden ein bis zwei Jahren den Erwerb von Hotelimmobilien in Deutschland. Und rund 94 Prozent der befragten Projektentwickler haben derzeit mindestens ein oder zwei Hotels in ihrer Projektpipeline, 13 Prozent davon planen aktuell mit drei bis 10 Hotels und rund 19 Prozent der befragten Projektentwickler wollen in den kommenden Jahren sogar mehr als zehn Hotels in Deutschland entwickeln.

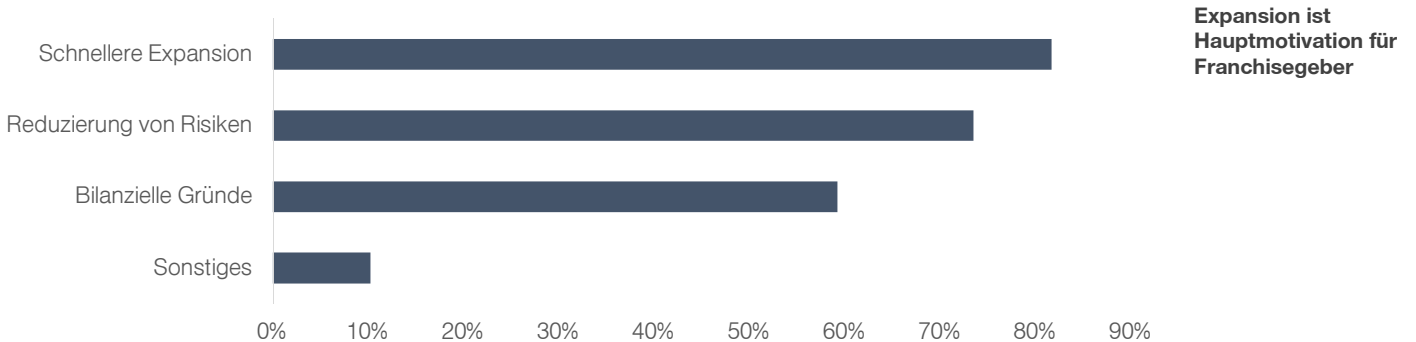
Bei der **Standortpräferenz** lassen sich aber einige Unterschiede erkennen. Ganz oben auf der Liste der befragten Investoren stehen dabei für Einkäufe die Top-Städte München, Stuttgart sowie Frankfurt am Main, Hamburg, Düsseldorf und Köln. Auch die befragten Franchisegeber bevorzugen derzeit für ihre Expansion diese deutschen Top-Städte. Bei den befragten Projektentwicklern stehen dagegen vor allem Stuttgart und Augsburg gefolgt von München, Nürnberg, Heidelberg und Freiburg im Fokus. Die befragten Franchisenehmer fokussieren insbesondere auf Berlin sowie Dresden und Leipzig, gefolgt von den deutschen A-Metropolen und den B-Städten Heidelberg, Nürnberg und Essen.

Das Franchisesystem ist für deutlich mehr als die Hälfte (63 Prozent) der von Dr. Lübke & Kelber befragten **Hotelketten und -betreiber** bereits ein wichtiger Teil ihrer Expansionsstrategie. Weitere rund 14 Prozent planen zukünftig auch über das Franchisesystem zu expandieren und somit zu Franchisegebern zu werden.

77% nutzen oder planen Franchise

1. BEURTEILUNG FRANCHISESYSTEM

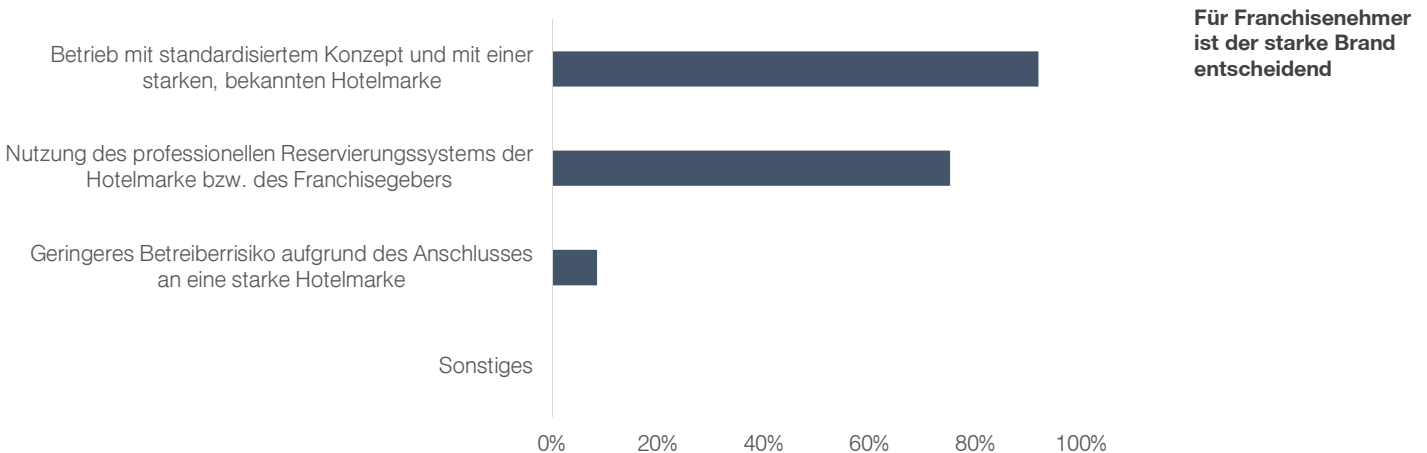
Welche Gründe sprechen aus Ihrer Sicht für das Franchisesystem?



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research | Mehrfachangaben möglich

Die Hauptgründe für **Hotelketten und -betreiber** auch oder insbesondere mit Hilfe des Franchisesystems zu expandieren liegen insbesondere in der darüber möglichen höheren Expansionsgeschwindigkeit sowie der Reduzierung von allgemeinen Betriebsrisiken. Nicht zuletzt spielen selbstverständlich auch bilanzielle Gründe eine entscheidende Rolle bei der Expansion über die Vergabe von Markenlizenzen respektive den Abschluss von Franchiseverträgen.

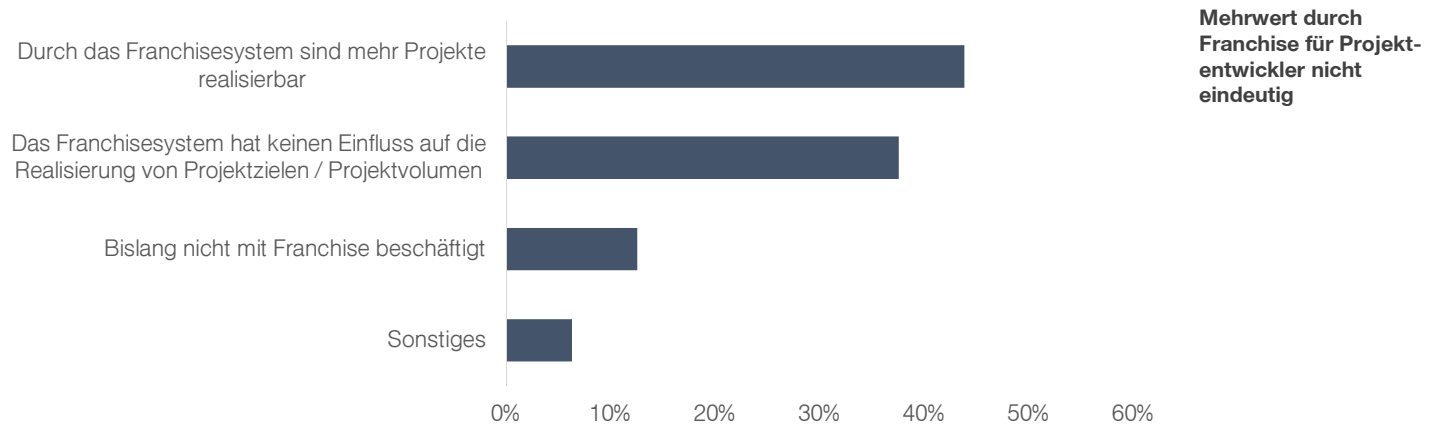
Was sind aus Ihrer Sicht die Vorzüge des Franchisesystems?



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research | Mehrfachangaben möglich

Für rund 92 Prozent der von Dr. Lübke & Kelber befragten **Franchisenehmer** ist vor allem der mögliche Betrieb des Hauses mit einer starken, bekannten Hotelmarke sowie das zumeist damit einhergehende standardisierte Betriebskonzept der größte Vorteil des Franchisesystems. Als zweitwichtigster Grund wird mit rund 75 Prozent die Nutzung des professionellen Reservierungssystems der Hotelmarke bzw. des Franchisegebers genannt. Ein geringeres Betreiberisiko aufgrund des Anschlusses an eine starke Hotelmarke ist für lediglich acht Prozent der Franchisenehmer relevant.

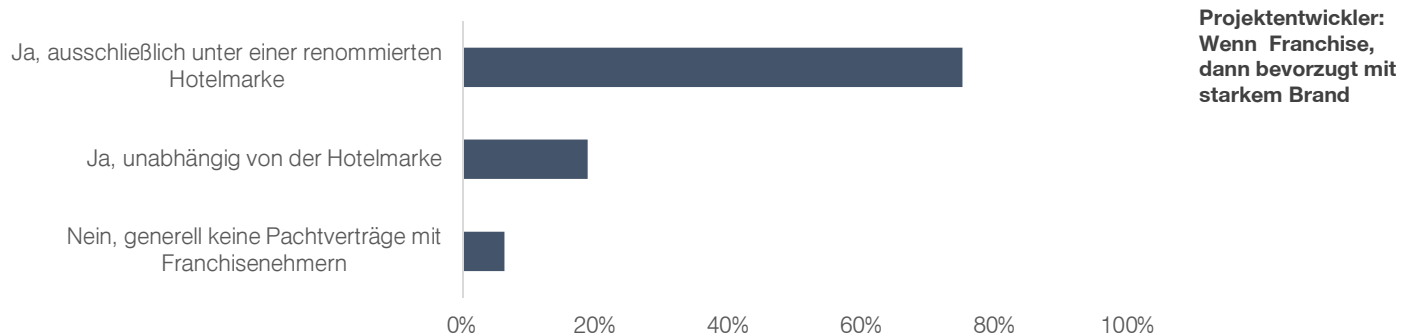
Wie beurteilen Sie das Franchisesystem für die Realisierung Ihrer Projektziele bzw. geplanten Projektvolumina?



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Für rund 44 Prozent der befragten **Projektentwickler** ist mit Hilfe des Franchisesystems eine größere Anzahl von Projekten realisierbar. Gleichzeitig sind aber auch rund 38 Prozent der Befragten der Meinung, dass das Franchisesystem keinen spürbaren Einfluss auf die Realisierung ihrer Projektziele und -volumina hat. Rund 13 Prozent der Projektentwickler, die an der Umfrage teilnahmen, haben sich derzeit noch nicht mit dem Thema Franchise beschäftigt.

Würden Sie einen Pachtvertrag mit einem Franchisenehmer schließen, wenn dieser das Hotel unter einer renommierten Hotelmarke betreibt?

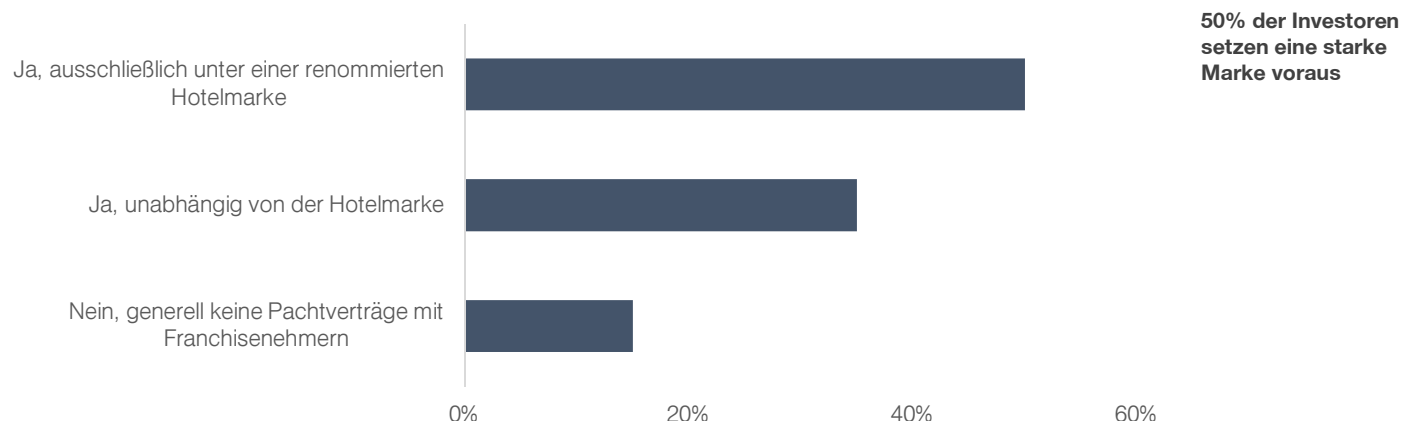


Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Rund 94 Prozent der befragten **Projektentwickler** akzeptieren für ihre Hotelentwicklungen einen Pachtvertrag mit einem Franchisenehmer - 75 Prozent davon wollen für ihr Hotel allerdings nur dann einen Franchisenehmer als Pächter, wenn das Hotel unter einer renommierten Hotelmarke betrieben werden kann. Für rund 19 Prozent der Projektentwickler spielt die Hotelmarke dagegen eine weniger wichtige Rolle. Und nur rund sechs Prozent der Projektentwickler gaben in der Umfrage an, generell keine Pachtverträge mit Franchisenehmern schließen zu wollen.

94% der Projektentwickler bejahen Franchise

Akzeptieren Sie beim Erwerb einen Pachtvertrag mit einem Franchisenehmer, wenn dieser das Hotel unter einer renommierten Hotelmarke betreibt?

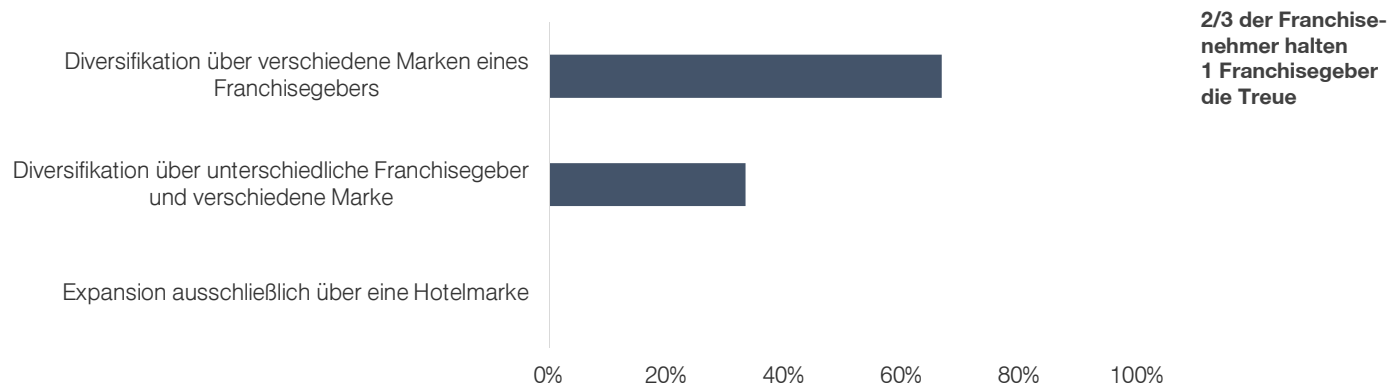


Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Für rund 85 Prozent der befragten **Investoren** sind Pachtverträge mit Franchisenehmern kein Hindernis beim Erwerb einer Hotelimmobilie – allerdings erwarten rund 50 Prozent der Investoren eine renommierte Hotelmarke, während dies rund 35 Prozent nicht voraussetzen. Gleichzeitig gaben aber auch 15 Prozent an, dass sie einen Pachtvertrag mit einem Franchisenehmer bei ihren Investments nicht akzeptieren.

2. STRATEGIEN & ANFORDERUNGEN

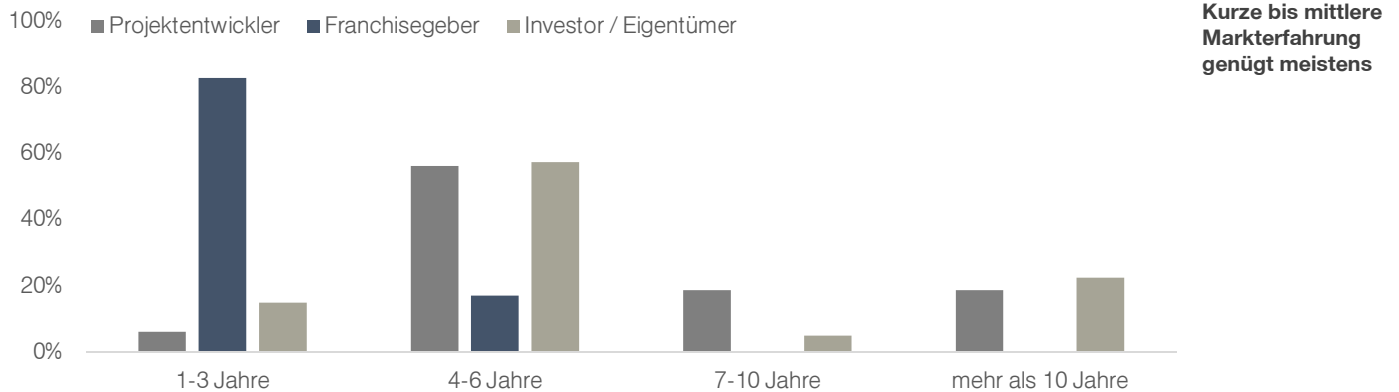
Welche Strategie verfolgen Sie beim Ausbau Ihres Portfolios?



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Rund zwei Drittel (67 Prozent) der befragten **Franchisenehmer** setzen bei ihrer Expansion auf die Diversifikation über verschiedene Marken eines Franchisegebers, während etwas mehr als ein Drittel (rund 33 Prozent) auch über verschiedene Franchisegeber und unterschiedliche Hotelmarken expandiert. Die geplante Expansion mit ausschließlich nur einer Hotelmarke kommt dagegen für keinen der befragten Franchisenehmer als Strategie für die künftige Erweiterung des Portfolios in Betracht.

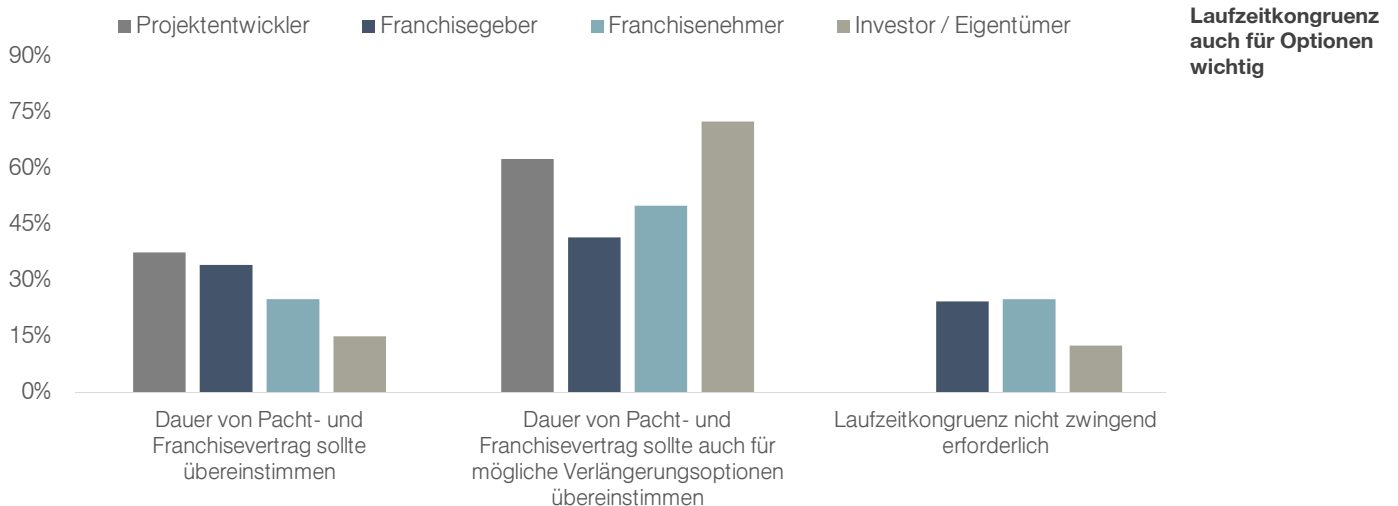
Wie viele Jahre müssen die Franchisenehmer, mit denen Sie zusammen arbeiten, mindestens bereits erfolgreich am Markt agieren?



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Die Markterfahrung eines Franchisenehmers ist für alle befragten Akteure selbstredend wichtig – dabei sind für die meisten Franchisegeber (83 Prozent) ein bis drei Jahre erfolgreiche Erfahrung im Markt ausreichend. Rund 56 Prozent der Projektentwickler und 58 Prozent der Investoren wünschen sich dagegen vier bis sechs Jahre Markterfahrung des Franchisees. Und rund 38 Prozent der Projektentwickler und immerhin rund 28 Prozent der Investoren erwarten eine Markterfahrung von mindestens sieben Jahren.

Wie sollten Pacht- und Franchisevertrag hinsichtlich der jeweiligen Laufzeiten gestaltet sein?



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Durchschnittlich rund 57 Prozent aller Umfrageteilnehmer sind der Meinung, die Laufzeit von Pacht- und Franchisevertrag sollte auch für mögliche Verlängerungsoptionen übereinstimmen. Insbesondere Investoren/Eigentümer (73 Prozent) und Projektentwickler sind dieser Meinung (rund 63 Prozent), während dies lediglich für 50 Prozent der Franchisenehmer sowie 41 Prozent der Franchisegeber relevant ist. Nur für rund 17 Prozent der Umfrageteilnehmer ist eine Laufzeitkongruenz nicht zwingend erforderlich.

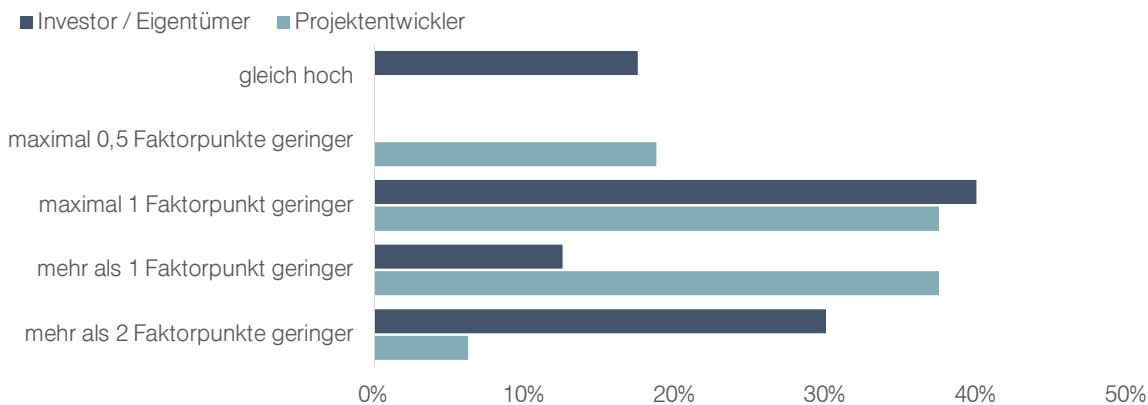
3. ENTWICKLUNG HOTELINVESTMENTMARKT

Seit 2010 haben sich Hotelinvestments mehr und mehr aus der Nische verabschiedet. Insbesondere in den letzten drei Jahren hat sich das Investmentvolumen in Deutschland von rund 3,1 Milliarden Euro (2014) auf rund fünf Milliarden Euro in 2016 um 62 Prozent erhöht. Ein neuer Rekordwert, der die zunehmende Bedeutung dieser Assetklasse reflektiert. Möglich wurde dies aufgrund der höheren Verfügbarkeit fungibler Produkte, auch im Zusammenhang mit dem expansionsfördernden Franchisesystem.

In 2016 wurden Hotelimmobilien für 5 Mrd. EUR gehandelt

Bei aktuell marktgängigen Bruttoanfangsrenditen zwischen fünf und sechs Prozent für Hotelinvestments interessierte uns, inwieweit sich Kaufpreisfaktoren bei der Transaktion von Hotels mit Franchisebetrieb unterscheiden und wie die weitere Hotelmarktentwicklung eingeschätzt wird.

Wie unterscheidet sich der erzielbare Kaufpreisfaktor beim Verkauf / Kauf eines Hotels im Franchisebetrieb vs. beim Verkauf / Kauf eines Hotels mit direktem Pachtvertrag mit der vertretenen Hotelkette? Der erzielbare Faktor ist...

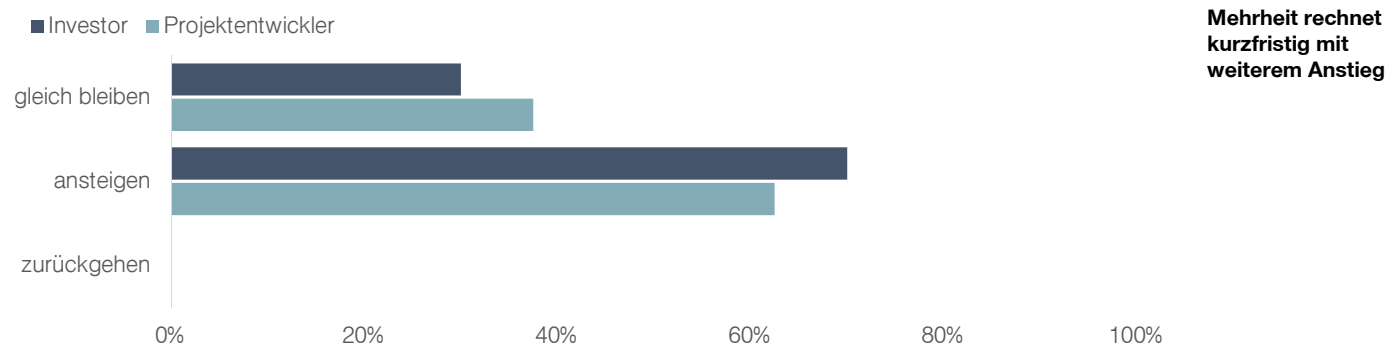


70% der Investoren ordnen Franchise mit 1-2 Faktoren niedriger ein

Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Rund 38 Prozent der befragten Projektentwickler sowie 40 Prozent der Investoren bzw. Eigentümer sind der Meinung, der Kaufpreisfaktor ist beim Kauf bzw. Verkauf eines Hotels im Franchisebetrieb maximal ein Faktorpunkt geringer als beim Kauf bzw. Verkauf eines Hotels mit direktem Pachtvertrag mit der vertretenen Hotelkette. Weitere 30 Prozent der Investoren sind der Ansicht, dass der Kaufpreisfaktor sogar um mehr als zwei Faktorpunkte geringer ausfällt. Keinen Unterschied im Faktor sehen dagegen rund 18 Prozent der Investoren, während diese Meinung keiner der befragten Projektentwickler vertritt.

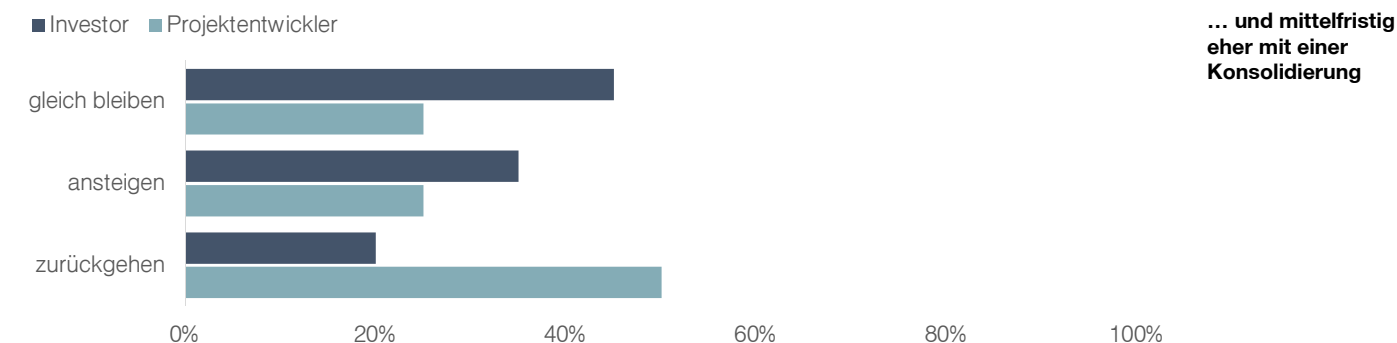
**Wie schätzen Sie die weitere Hotelmarktentwicklung in Deutschland ein?
Das Hotelinvestmentvolumen wird kurzfristig (1-2 Jahre)...**



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Die Umfrageteilnehmer zeigen sich mehrheitlich optimistisch, und rund 70 Prozent der Investoren bzw. Eigentümer sowie rund 63 Prozent der Projektentwickler gehen davon aus, dass das Hotelinvestmentvolumen kurzfristig weiter ansteigen wird. Daran, dass das Volumen in dieser Zeitspanne zurückgehen wird, glaubt keiner der Befragten. Von einem gleich bleibenden Niveau des Transaktionsvolumens gehen rund 30 Prozent der befragten Investoren und 37 Prozent der Projektentwickler aus.

**Wie schätzen Sie die weitere Hotelmarktentwicklung in Deutschland ein?
Das Hotelinvestmentvolumen wird mittelfristig (> 2 Jahre)...**



Quelle: Dr. Lübke & Kelber Research

Bezogen auf eine mittelfristige Perspektive bzw. einen Zeitraum länger als zwei Jahre sind die befragten Projektentwickler und Investoren etwas zurückhaltender im Hinblick auf die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung des jährlichen Transaktionsvolumens. Nur noch rund 25 Prozent der Projektentwickler und rund 35 Prozent der Investoren bzw. Eigentümer sind derzeit der Ansicht, dass das Hotelinvestmentvolumen in Deutschland noch weiter ansteigen wird. Gleichzeitig sind jedoch 20 Prozent der Investoren und sogar 50 Prozent der Projektentwickler der Ansicht, das Transaktionsvolumen wird im Vergleich zum aktuellen Investmentvolumen mittelfristig zurückgehen.

FAZIT

Es ist zusammenfassend festzustellen, dass das Thema **Franchise** im Zusammenhang mit Hotelimmobilieninvestments einen **immer höheren Stellenwert** einnimmt und von den beteiligten Projektakteuren zunehmend akzeptiert und nachgefragt wird, vor allem dann, wenn eine starke und renommierte Hotelmarke involviert ist.

Die Vorteile, die das System Franchise den Projektbeteiligten bietet, sind kurzgefasst u. a. die folgenden:

Für den Franchisenehmer

- Starke Marke
- Anschluss an ein internationales Reservierungssystem
- Erhalt sonstiger Systemleistungen (Marketing etc.)
- Investmentfähigkeit auch kleiner/junger Betreiber
- Standortvorteile
- Standards der Ketten werden übernommen - keine eigene Markenentwicklung

Für den Franchisegeber

- Schnelle Expansionsmöglichkeit
- Durchsetzung der Marke am Markt
- Geringes wirtschaftliches Risiko
- Entlastung der Bilanzen

Für den Projektentwickler

- Schaffung eines finanzierbaren und exitfähigen Produktes

Für den (End-)Investor

- Starke Marke
- Pachtvertrag (benötigte Einkunftsart + Bonität des Pächters)
- Finanzierbares Produkt
- Professionelle Struktur mit bekannten Playern

ANSPRECHPARTNER

Geschäftsführung

Morten Hahn

Dr. Lübke & Kelber GmbH
Taunusstr. 6 | SKYPER Carré
60329 Frankfurt
Tel. +49 69 999914-04
morten.hahn@drk.de

Dr. Lübke & Kelber Hotel

Daniela M. Bense MRICS

Dr. Lübke & Kelber GmbH
Graf-Adolf-Platz 12
40213 Düsseldorf
Tel. +49 211 16700-24
daniela.bense@drk.de

Dr. Lübke & Kelber Research

Sebastian Denker

Dr. Lübke & Kelber GmbH
Taunusstr. 6 | SKYPER Carré
60329 Frankfurt
Tel. +49 69 999913-46
sebastian.denker@drk.de

Die vorliegende Auswertung der Online-Befragung aus dem Sommer 2016 wurde nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet. Eine Garantie für die Richtigkeit und Zuverlässigkeit der Aussagen, auch in der Zukunft, ist damit nicht verbunden. Die veröffentlichten Daten dienen allein allgemeinformativen Zwecken, stellen keine Empfehlung für konkrete Anlage- oder Transaktionsentscheidungen dar und können keinesfalls ein qualifiziertes Beratungsgespräch ersetzen. Eine Haftung, die aus der Verwendung der Daten resultiert, wird nicht übernommen. Eine Weiterverwendung der Daten ist nur mit unserer vorherigen Zustimmung gestattet.