



Analysen und Hintergrund über den Außer-Haus-Markt

Ausgabe 1/2008

Vierteljährlich

Herausgeber:

CHD Expert /

Marktplatz Hotel

In dieser Ausgabe

Durchschnittsbon	2
US-Markt	3
Hotelsterne	3
Kaffeespezialitäten	4
Hotel-Konjunktur	5
Renovierungen	5
Über CHD Expert	6

Verweildauer in der Gastronomie nimmt ab

Weniger Zeit für die Kneipe

Die Konsumzurückhaltung trifft nun auch die Gastronomie: Die durchschnittliche Verweildauer der Gäste in Kneipen und Restaurants hat in den vergangenen sechs Monaten leicht abgenommen. Nach einer aktuellen Studie von CHD Expert bleiben nahezu zwei Drittel der Gäste von A-la-carte-Restaurants max. zwei Stunden.

„Dies sind einige Prozentpunkte weniger als in den vergangenen zwei Jahren“, sagt Geschäftsführer Thilo Lambracht. Dagegen hocken gut ein Drittel der Stammgäste in den klassischen Kneipen regelmäßig bis zu vier Stunden in ihrem „verlängerten Wohnzimmer“. Für die Studie wurden 1.050 Gastronomiebetriebe (Restaurants, Gasthöfe, Kneipen und Hotelrestaurants) im April 2008 befragt.

Auswärts essen muss heutzutage schneller gehen: **Der Anteil der Langzeitgäste in Restaurants (zwei bis vier Stunden je Aufenthalt) liegt bei nur 16 Prozent.** „Das Gourmetdinner mit Freunden im

„Fresstempel“ findet seltener statt“, so Lambracht. Zum Vergleich: Im Segment der Clubs und Lounges bedeutet für rund 40 Prozent der Gäste der Einlass ein nahezu abendfüllendes Programm. „Hier schlägt der Eintrittspreis und der Eventcharakter der Betriebe durch“, berichtet der Gastroexperte.

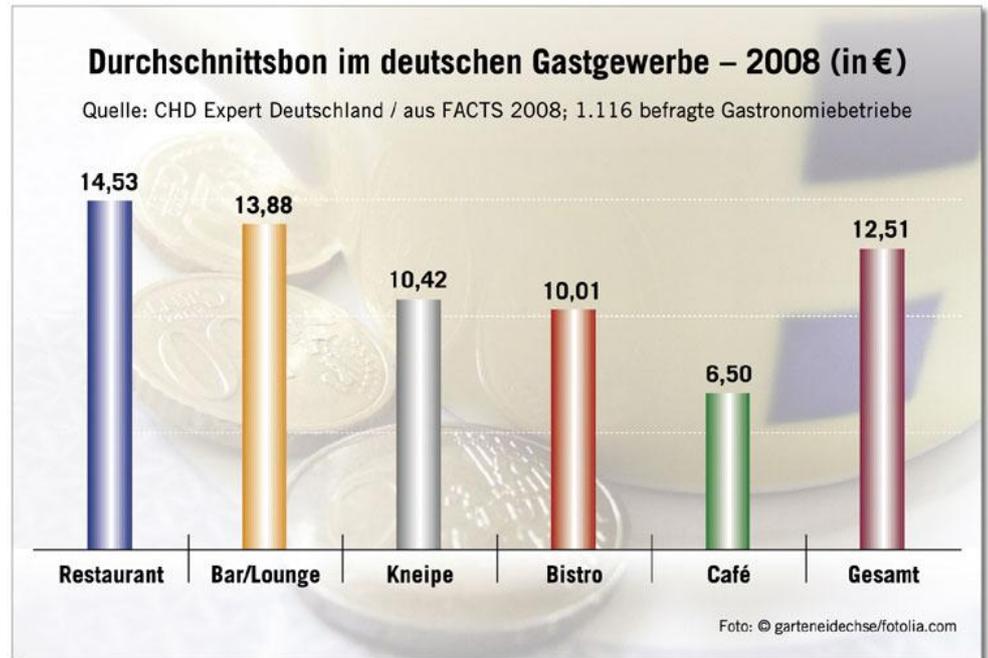
In den kleineren Gastronomieformen ist die durchschnittliche Verweildauer der Gäste zum größten Teil wesentlich kürzer: In Bistros bleibt über die Hälfte der Gäste maximal eine Stunde. In Cafés liegt dieser Anteil sogar bei 63 Prozent. Für Kaffee und Kuchen nehmen sich gerade noch 32 Prozent etwas mehr Zeit

(30 bis 60 Minuten). Viele Cafétiers kalkulieren heute mit einer höheren Gästefrequenz (mehr Gäste bei weniger Sitzplätzen) und versuchen zusätzliche Umsätze durch Verkauf von Spezialitäten und Nonfood-Artikeln zu generieren.

Die durchschnittliche Verweildauer schlägt sich auch beim Durchschnittsbon nieder: In Cafés wird per Gast gerade einmal 6,50 Euro berechnet. In Bistros sind dies schon knapp über zehn Euro. **Und in den teureren Restaurants und Clubs/Lounges liegt der Durchschnittsbon bei 14,50 Euro bzw. 13,90 Euro.**

(Lesen Sie mehr dazu auf Seite 2)





Durchschnittsböden in der Gastronomie

Der deutsche Gast gibt pro Besuch 12,51 Euro aus



Ein Drittel der Kneipen muss mit einem Durchschnittsumsatz von unter acht Euro auskommen

Die Umsatzentwicklung in der deutschen Gastronomie ist moderat: Der Durchschnittsböden je Gast beträgt 12,51 Euro und damit nur vier Prozentpunkte mehr als vor zwei Jahren. Dies geht aus einer Untersuchung von CHD Expert hervor. Das leichte Plus in der Gastronomie ist auf allgemeine Preissteigerungen zurück zu führen. Aber: „Ein Drittel der Kneipen muss mit einem Durchschnittsumsatz von unter acht Euro auskommen – und dies bei zum Teil schweren Umsatzverlusten infolge des Rauchverbotes“, analysiert Thilo Lambracht, Geschäftsführer von CHD Expert Deutschland. Bei Restaurants tritt ein gewisses Luxusverhalten zutage – hier gibt der deutsche

Gast mit 14,53 Euro überdurchschnittlich viel aus. In den gut zehn Prozent der gehobenen Restaurants steigt der Durchschnittsböden auf über 25 Euro.

„Hier werden auch gerne einmal eine zweite Flasche Wein oder ausgefallene Desserts geordert“, berichtet Lambracht. Auch in Bars, Clubs und Lounges wird gern konsumiert – der Durchschnittsböden beträgt hier 13,88 Euro. „Dies ist einerseits auf den Trend zu hochwertigen Cocktails oder auch auf Sondererlöse wie Clubeintritt zurück zu führen“, sagt Lambracht. Über die Hälfte der gastronomischen Betriebe bewegen sich bei den Erlösen im Mittelfeld. „In den meisten Betrieben liegt der Durchschnittsböden zwischen neun und

siebzehn Euro und lässt damit wenig Spielraum“, so Lambracht. Treten unvorhersehbare Umsatzeinbrüche oder drastische Preissteigerungen bei den Betriebskosten auf, sind schnell Arbeitsplätze in Gefahr. In der klassischen Kneipe wird knapp über zehn Euro je Gast durchschnittlich umgesetzt, ebenso im Bistro. Schlusslicht ist das Café, das lediglich 6,50 Euro je Gast kassiert. Für die Studie wurden im April diesen Jahres über 1.000 gastronomische Betriebe in ganz Deutschland befragt. Die Studie „Durchschnittsböden in der deutschen Gastronomie 2008“ ist ab Juli für 499 Euro im Onlineshop von CHD Expert erhältlich.

<http://shop.chd-expert.de>

Außer-Haus-Markt USA**Weniger Gäste durch steigende Preise**

Der Außer-Haus-Markt USA steht unter Druck. Die Immobilienkrise und steigende Benzinkosten haben auch Auswirkungen auf das amerikanische Gastgewerbe. Nach einer Studie des Marktforschungsinstitutes Technomic, Partner der CHD Expert Group, wollen zwei Drittel der Gäste künftig seltener essen gehen. Rund ein Drittel der Konsumenten wollen bei steigenden F&B-Preisen künftig günstigere Speisen bestellen; ebenfalls rund 33 Prozent wollen künftig in günstigeren Restaurants essen. Rund ein Viertel möchte künftig auf einige

gewohnte Menüfolgen verzichten, um Geld zu sparen; davon lassen zwei Drittel künftig Appetitanreger und Vorspeisen weg. Dass bei den allgemeinen Preissteigerungen (z.B. durch höhere Energiekosten) auch Restaurants künftig mehr Geld verlangen werden, davon sind 88 Prozent der Konsumenten überzeugt. Die Mehrheit hält dies auch für gerechtfertigt. Preissteigerungen um ein bis zwei Dollar für ein Lunch haben geringe Auswirkungen. Steigt jedoch der Preis um drei Dollar, wollen 56 Prozent der Befragten künftig weniger mittags

essen gehen; 13 Prozent würden sogar ganz darauf verzichten. Beim Dinner liegt die Schmerzgrenze bei etwa drei Dollar Mehrkosten. Wird das Abendessen im Full Service Restaurant (FSR) um vier Dollar teurer, will die Hälfte seltener kommen und 27 Prozent gar nicht mehr. Steigt der Preis um fünf Dollar wollen 47 Prozent der Gäste nicht mehr in dieses Restaurant gehen. Die detaillierten Ergebnisse der Marktbefragung sind in der Mai-Ausgabe der Technomic-Publikation „American Express Market Brief“ ([kostenfreie Bestellung](#)) nachzulesen.

**Dehoga-Klassifizierung****75% der deutschen Hotels tragen die Hotelsterne**

Über 7.800 Hotels in Deutschland sind nach den Dehoga-Hotelsternen klassifiziert. Dies sind drei Viertel der Hotellerie. Damit hat sich das System zur Einteilung von Hotels längst etabliert. Doch die Durchdringung der Dehoga-Kriterien sind nach Segmenten unterschiedlich. So sind zum Beispiel nur rund 70 Prozent der Luxushotels nach Dehoga klassifiziert. Viele Grand Hotels verzichten bewusst auf die offizielle Einteilung und positionieren sich individuell. Bei den First-Class-Hotels sind rund 80 Prozent nach Dehoga-Sternen ausgezeichnet, bei den Komfort-Hotels sind es dagegen wiederum nur 70 Prozent. Die höchste

Durchdringung haben die Dehoga-Hotelsterne bei den Standard-Hotels mit über 90 Prozent. In der Touristenklasse sind nur rund 60 Prozent nach Dehoga-Hotelsternen prämiert; in diesem Segment sind etliche privat geführte Betriebe, die eine zum Teil sehr individuelle Zimmerausstattung bieten und damit schwierig einzustufen sind. Kritiker bemängeln am Dehoga-System das Fehlen der „weichen“ Servicefaktoren, die gerade in der Top-Hotellerie viel ausmachen. Als Vorbild für einen Servicequeck wird das Gütesiegel „Q“ der Schweizer Hotelverbandes hotellerie suisse angeführt. In

Helvetien wird indes die Vergabe der Hotelsterne neu organisiert: Künftig sollen strikt voneinander getrennte Gremien die Klassifizierungen und die Überprüfung übernehmen. Damit will man das Kriteriensystem transparenter machen – und mehr Glaubwürdigkeit erreichen.

Weitere Informationen:
<http://www.hotelsterne.de>



Heißgetränke im Gastgewerbe

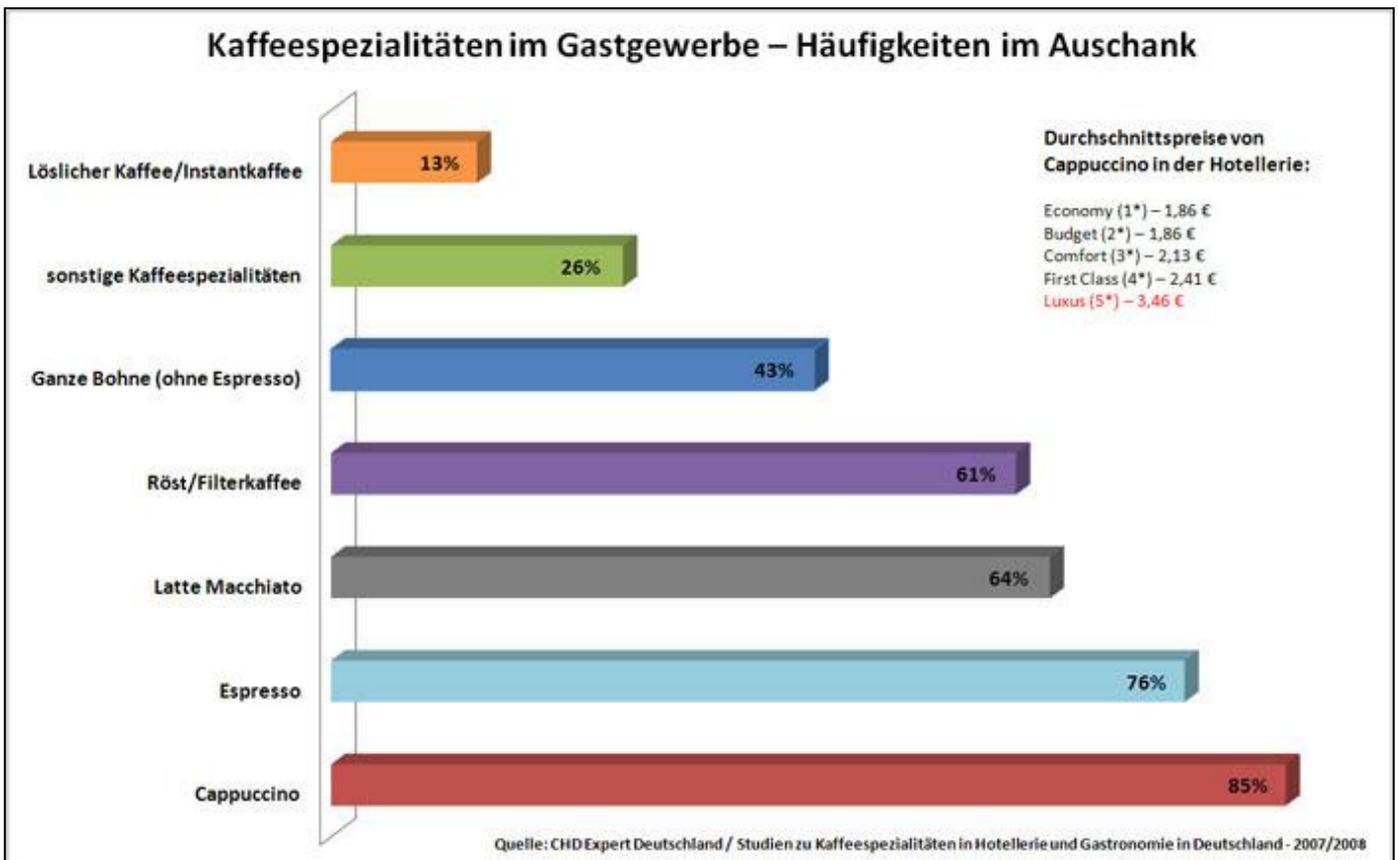
Mit Kaffeespezialitäten wird mehr Geld verdient

Kaffee ist nach wie vor das meist konsumierte Getränk Deutschlands. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch lag zuletzt bei 146 Litern im Jahr

In Kaffeespezialitäten steckt der Gewinn. In der Hotellerie wird mit den immer beliebteren Heißgetränken wie Espresso, Cappuccino und Latte Macchiato eine anständige Marge eingefahren. Während in Mittelklasse-Hotels (drei Sterne) die Tasse Cappuccino durchschnittlich 2,13 Euro kostet, können Tophotels (vier und fünf Sterne) dafür 2,41 bzw. 3,46 Euro verlangen. Die durchschnittlichen Spitzenpreise für Espresso in der First-Class- und

Luxushotellerie betragen 2,20 bzw. 2,71 Euro. Dies geht aus einer Studie von CHD Expert Deutschland hervor. Für die Untersuchung „Bedeutung von Kaffeespezialitäten in Hotellerie und Gastronomie“ wurden Ende vergangenen Jahres 2.300 Betriebe befragt. Bei Latte Macchiato werden Höchstpreis erzielt: In Luxushotels kostet ein Glas der Kaffeespezialität durchschnittlich 3,58 Euro, fast doppelt soviel wie in Economy-Hotels.

In First-Class-Häusern wird noch im Durchschnitt 2,64 Euro für eine „Latte“ berechnet. „Drei von vier Hotelbetrieben servieren regelmäßig Kaffeespezialitäten wie Espresso oder Milchkaffee“, sagt Thilo Lambracht, Geschäftsführer von CHD Expert Deutschland. „Cappuccino wird sogar von über 80 Prozent der Hotels angeboten, dagegen die aufwändiger herzustellende Latte Macchiato nur von rund 65 Prozent der Häuser.“



Hotelkonjunktur Deutschland

Umsatz und Ertrag werden steigen

Hoteliers in Champagnerlaune: Rund die Hälfte der Betreiber größerer Hotels (vier und fünf Sterne) erwarten eine weitere Steigerung ihrer Belegung und Zimmerrate. **Nur knapp zehn Prozent der Tophoteliere gehen von Umsatzverlusten in den nächsten Monaten aus.** Das ist das Ergebnis des AHGZ-Monitors, für den CHD Expert Deutschland rund 5000 Betriebe aus dem Gastgewerbe befragt. Hotels der kleinen und mittleren Kategorie, vornehmlich ohne Restaurants, geben sich dagegen etwas zurückhaltender: Nur rund 43 Prozent erwarten eine Steigerung der Belegung und nur 30 Prozent hoffen

auf höhere Zimmerraten. Fast 22 Prozent der Hotels ohne Gastronomie befürchten sogar Rückgänge bei der Zimmerrate innerhalb der nächsten Monate. Dennoch – insgesamt ist die Stimmung gut im Gastgewerbe. **Immerhin erwartet fast die Hälfte aller befragten Hoteliere und Gastronomen steigende Umsätze.** Dies gilt auch für die Gastronomie, die offenbar Anschluss findet an die gute Entwicklung der Hotellerie. Die Erwartungshaltung spiegelt die Konjunktur-entwicklung in der Hotellerie wider. In der Vier- und Fünf-Sterne-Häuser haben auch im vergangenen Jahr sowohl bei

Belegung als auch Zimmerrate einen leichten Zuwachs verzeichnen können: Nach dem WM-Boomjahr stieg 2007 die Zimmerauslastung um fast einen Prozentpunkt auf 64,3 Prozent und die durchschnittliche Zimmerrate wuchs leicht auf 89,12 Euro. Dies legt eine aktuelle Veröffentlichung von Deloitte Deutschland in der Reihe „Hotelbenchmark“ offen. Auch in der Mittelklasse-Hotellerie wurde 2007 ein Plus verzeichnet: Nach Deloitte-Erhebungen stieg die Zimmerauslastung im vergangenen Jahr um 1,3 auf 64,5 Prozent. Der durchschnittliche Zimmerpreis wuchs um 0,4 Prozent auf 53 Euro.



Renovierungen und Neuausstattungen

Gezielte Investitionen im Gastgewerbe

Die Gäste sind anspruchsvoller geworden: Bei Renovierungen von Gästezimmern und Neuan-schaffungen investieren die deutschen Hoteliere gezielter. **Groß angelegte Modernisierungen in den Hotels werden zurück gestellt. Insgesamt fällt die Investitionsplanung im Gastgewerbe Anfang 2008 verhalten aus.** Insbesondere bei den Restaurants, Kneipen und Bars fallen die Budgets für neue Ausstattung geringer aus – Hauptgrund ist ein abermals negatives Wirtschaftsjahr 2007, das einen Umsatzverlust von drei Prozent (Quelle:

Destatis, Wiesbaden) bescherte sowie eine anhaltende Umsatzdelle infolge des Gastro-Rauchverbotes. In der Hotellerie ist die Konjunkturlage etwas besser: **Immerhin knapp 20 Prozent der Drei- bis Fünf-Sterne-Hotels haben Modernisierungen bei Gästezimmern für dieses Jahr fest eingeplant.** Zum Vergleich: Im vergangenen Jahr waren dies rund 29 Prozent der Hotelbetriebe. Die positivsten Einschätzungen haben GV-Betriebe: Rund 60 Prozent der GV-Entscheider haben Neuan-schaffungen bei Küchentechnik und Tischaus-

stattungen vor (Quelle: Synovate). Vor einem Jahr hatten noch rund 29 Prozent Renovierungen im gesamten Haus vorgesehen. Vor allem die Luxushotels halten sich zurück: Rund elf Prozent planen Modernisierungen ihrer Gästezimmer.





CHD Expert Deutschland
 Marktplatz Hotel GmbH
 Veerser Weg 2b
 27383 Scheessel

TELEFON
 ++49 (0) 4263 301 300

FAX:
 ++49 (0) 4263 301 333

E-MAIL:
 info@chd-expert.de

VERANTWORTLICH:
 Rolf W. Schmidt

REDAKTION:
 Carsten Hennig

Weitere Informationen:

<http://www.chd-expert.de/>
www.tophotelprojects.com

Foodservice Onlineshop

Alles für den Außer-Haus-Markt

Der neue Foodservice-Onlineshop von CHD Expert ist gestartet! Sichern Sie sich jetzt bei Bestellung bis zum 15. Juni 2008 (nur für gewerbliche Kunden) einen Rabatt von 15% auf alle Marktstudien und Branchenreports sowie auf alle Adresspakete. Für jede Bestellung bis zum 15. Juni 2008 erhalten Sie zudem einen iPod Shuffle 1GB – den Top-MP3-Player der Kultmarke Apple – dazu!



Tophotelprojects.com

Über 2.000 neue Hotelkunden warten auf Sie

Tophotelprojects.com ist die führende internationale Datenbank für Top-Hotelprojekte weltweit. Hier finden Sie alle wichtigen Vier- und Fünf-Sterne-Hotelprojekte – jeweils mit vollständigen Projektdaten und Ansprechpartnern. Jeden Monat werden durchschnittlich 100 bis 150 neue Hotelprojekte in die Datenbank tophotelprojects.com aufgenommen!

Aktueller Status Mai 2008

Projekte insgesamt:	2.170
davon 4 Sterne Hotels	955
davon 5 Sterne Hotels	1.091
Neue Hotelprojekte seit 01. 04. 2008:	650
Aktualisierte Projekte seit 01. 04. 2008:	1.000

HOTEL MARKT BULLETIN

Tophotelprojects.com – Internationale Datenbank für Hotelbauprojekte



**Top Hotel Projekt des Monats: 25hours Hotels
 Bald sieben Hotels in Deutschland
 Designhotels expandieren in ganz Europa – Neue Standorte gesucht**

Projektname: 25hours Hotel
 Betreiber: 25hours Hotel Company
 Standort: Köln, zentrale Lage
 Hotelflags: Designhotel
 Kategorie: 4 Sterne
 Zimmer: 100
 Geplante Eröffnung: Mitte 2010

Der Erfolg geht Ihnen nicht: Erfolgsvollster Kol Holmann, Macher Christian Holmann und die Design Hotels haben mit den 25hours Hotels eine revolutionäre Gruppe von hoch bewerteten Hotels in Deutschland geschaffen. Nach im Juli dieses Jahres wird ein zweites Haus in Frankfurt/Main – in Zusammenarbeit mit Level1 – eröffnet. 2010 folgen vier Hotels in Berlin, Hamburg (jeweils das zweite 25hours Hotel), München und Köln. Zudem wird bis Ende 2009 je ein Haus in Budapest und Madrid eröffnet und 2011 ein Hotel in Tokio.



In Frankfurt/Main wird Anfang Juli ein zweites Haus der Marke 25hours mit 74 Zimmern eröffnet. Das Haus liegt zentral im Bahnhofsviertel und bietet – wie alle 25hours Hotels – kostenfreie Wi-Fi im gesamten Haus, PC/Internet-Arbeitsplätze und ein großes Gemeinschaftswohnzimmer. Die Zimmer sind mit Designmerkmalen aus sechs Jahrzehnten ausgestattet, die „urban“, das Restaurant bietet Snacks im „neuen Trend“ und einen eigenen Internet-Café. Zimmerentwürfen beginnen bei 100 Euro.

- 1 Top Projekt des Monats: 25hours Hotels
- 2 Neue Projekte (Auswahl)
- 3 Impressum
- 4 Hintergrund-Studie
- 5 Über Hotelprojekte
- 6 Neues aus den Hotelmärkten
- 7 Über CHD Expert
- 8 Presseschau

Soviele Neukunden warten auf Sie:
 Projekte insgesamt: 2.170
 davon:
 First Class Hotels: 955
 Luxushotels: 1.091
 Neue Hotelprojekte seit 01.04. 2008: >650
 Aktualisierte Hotelprojekte seit 01.04. 2008: >1.000
Bestellen Sie jetzt eine Jahreslizenz für den Datenbankanfrage von www.tophotelprojects.com

tophotelprojects.com – Jahreslizenz für die Onlinedatenbank schon ab €950,00!

HOTEL MARKT BULLETIN

Newsletter für Hotelentwicklung

40% aller neuen Top-Hotelprojekte mit 150 bis 300 Zimmern
 Über 2.000 Hotelprojekte entstehen weltweit bis 2014

Die meisten Hotelprojekte sind (noch) mittelgroß: 92 Prozent der weltweit geplanten First-Class- und Luxus-Hotels werden insgesamt 300 Zimmer haben. Die Großteil (42%) umfasst 100 bis 300 Zimmer. Nur zwei Prozent der Top-Hotelprojekte sind mit über 1.000 Zimmern und haben geplante. Das geht aus einer Untersuchung von tophotelprojects.com über den globalen Hotelmarkt hervor. Aktuell umfasst die Grandhotels mehr als 5.000 Hotelprojekte und damit den Großteil des Gesamtmarktes. Dagegen: Die weltweit größte Hotelkette mit 1.000 Zimmern ist „Jaya Asia Hotel“ in Dubai, die im Februar 2010 eröffnen werden soll.

95 Prozent aller Projekte werden „Luxushotels“ sagt Rolf W. Schmidt, Geschäftsführender Geschäftsführer von CHD Expert / Administrator von Daten und Grafiken von tophotelprojects.com. Allein in Europa entstehen derzeit 32 Prozent aller Top-Hotelprojekte. Der Markt liegt immer noch in den Osterferien (siehe die statistischen Projekte). In Asien (26% aller Hotelprojekte) verliert es sich ganz abendwärts – hier ist das Budget an Luxus-Hotels hoch genug. 52 Prozent der regionalen Projekte sind als First-Class-Hotels geplant. „In Europa sind bei Luxus-Hotelsprojekten eine gewisse Abwärtsbewegung zu sehen“, so Schmidt. „Es folgen aber die Bereiche für First-Class-Hotels, 33% für Geschäftsreisende oder Familien mit vier Kindern.“

Die zehn größten Projekte haben jeweils mehr als 1.000 Zimmer und werden mit mindestens drei größten Hotels der Welt. Insgesamt 40 Prozent der Top-10 sind in den USA im Bau.

Top-Hotelprojekte weltweit – Übersicht

Nach Regionen in % der Luxe- und First-Class-Hotelsprojekte:
 Europa – 32%
 Asien – 26%
 Nordamerika – 22%
 Mittlerer Osten – 13%

Große Hotelprojekte bis 2014:
 >= 41 Projekte mit über 1.000 Zimmern
 >= 14 Projekte mit über 2.000 Zimmern
 >= 8 Projekte mit über 3.000 Zimmern

Top-10 Hotelprojekte nach Regionen:
 Nordamerika – 40%
 Mittlerer Osten – 30%
 Europa – 19%
 Asien – 10%

Top-Hotelprojekte in Deutschland:
 >= First-Class (F1) – 78%
 >= Luxus (L) – 28%

18% der Hotelprojekte sind mit mehr als 300 Zimmern geplant.
 Nur 3% deutschen Projekte sind große Anlagen mit mehr als 500 Zimmern.
 Weltweit Hotelprojekte mit 100 Zimmern

Die Hotelmärkte boomen weltweit – Über die neuesten First-Class- und Luxus-Hotelprojekte berichtet der digitale Newsletter **HOTEL MARKT BULLETIN**. Die vierteljährlich erscheinende Publikation von tophotelprojects.com listet ausgewählte Hotelbauten auf und stellt herausragende Projekte vor.

HOTEL MARKT BULLETIN (PDF) kann kostenfrei bestellt werden unter:
www.tophotelprojects.com