

Catella: Budget- und Luxushotels bieten beste Renditeaussichten

In den vergangenen Jahren ist eine deutliche Strukturverschiebung bei Hotels erfolgt – die Klassen Budget und Luxury sind die beiden Gewinner dieser Entwicklung. Rund 17,8 Milliarden Euro wurden allein 2016 in diese Assetklasse investiert. Das zeigt der Catella Market Tracker „Der Europäische Hotelmarkt“.

Die zunehmende Vernetzung der Destinationen mittels Verkehrsträger, das globale Entstehen gerade der asiatischen Mittelschicht mit einer hohen Ausgabebereitschaft und veränderten gesellschaftlichen Ansprüchen an exotische Orte, Länge der Urlaube, Entertainment oder Individualisierung verdeutlichen die hohe Attraktivität des Wirtschaftszweigs Tourismus.

Die sich zunehmend etablierende Assetklasse Hotel bildet in diesem strukturell wachsenden Gesamtmarkt einen zunehmend wichtigeren Bestandteil der Portfolio-Diversifikation und gerät so immer stärker in den Investitionsfokus. Deutschland ist mit einem Transaktionsvolumen von 4,4 Milliarden Euro im vergangenen Jahr der beliebteste europäische Investitionsstandort für Hotelimmobilien, gefolgt von Großbritannien. Von den 17,8 Milliarden Euro

europäische Transaktionsvolumina entfallen 10,6 Milliarden Euro auf Single Asset Deals.

„Allerdings gehen wir davon aus, dass aufgrund der systembedingten hohen Intransparenz des Marktes auf Basis der Einzeldeals die Transaktionsvolumina bei einzelnen Ländern deutlich darüber liegen“, erläutert Dr. Thomas Beyerle, Head of Group Research bei Catella, die Herausforderungen des semitransparenten Marktes. Beyerle weiter: „Zum einen existiert kein einheitliches Zertifizierungssystem für Hotels in Europa – dies macht Vergleiche über den Landesstandard hinaus sehr schwierig, zum anderen entziehen sich etliche der neuen Anbieter bewusst einer solchen Klassifikation gemäß dem Motto: Wir sind die Benchmark inklusive coolen Brand.“

Auch die Buchungsportale, sogenannte OTAs (Online Travel Agencies), ergänzt durch sogenannte Metasuchmaschinen, entscheiden bereits heute über Wohl und Wehe bei der Auslastungsrate beziehungsweise dem wirtschaftlichen Erfolg. Allerdings sieht Catella Research durch „Sharing-Portale“ noch keine allzu große disruptive Gefahr für den Hotelmarkt. Red.