

## Kleine Hotels kämpfen um ihre Existenz

**MARKTANALYSE** Große Ketten breiten sich weiter aus – Luxushäuser haben die besten Zukunftsaussichten

VON TIM ATTENBERGER

Für die kleinen Hotels mit wenigen Betten wird es auf dem Kölner Markt eng. Viele müssen schließen oder sind davon bedroht, weil sie mit ihrem Angebot im Vergleich zu den großen Ketten, die sich ausbreiten, nicht mehr genug Geld verdienen können. Das geht aus einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung Deloitte hervor, die sich ausschließlich mit der Situation in Köln beschäftigt. Demnach ist die Zahl der Betriebe in der Stadt seit 2010 von 276 auf aktuell 254 zurückgegangen. Die Zahl der Betten blieb jedoch in etwa gleich. Das deutet darauf hin, dass es vor allem größere Häuser sind, die bestehen können. Die Hoteliers schätzen diese Situation ebenfalls als handfestes Problem ein (siehe „Von der Luxusherberge bis zum Familienbetrieb“). Die Übernachtungen nehmen weiterhin zu. Waren es 2005 noch 4,21 Millionen pro Jahr, so waren es im vergangenen Jahr 5,74 Millionen.

Die Hotelketten übernehmen der Studie zufolge verstärkt kleine Privatbetriebe sowie Häuser ihrer Wettbewerber. Neubauten gebe es aufgrund der hohen Grundstückspreise in der Innenstadt kaum, während Betreiberwechsel auffällig oft vorkämen. So wurde aus dem Renaissance Hotel an der Magnusstraße in der Nähe des Friesenplatzes das Lindner Hotel City Plaza. Das Mercure Hotel an der Aachener Straße wurde in das Dorint Hotel Junkersdorf umge-



Neu im Luxus-Segment: das Hotel Qvest Hideaway im Gerling-Quartier.

Foto: Bause

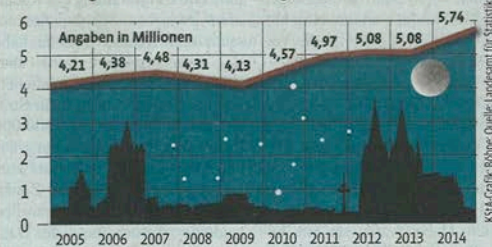
dach als Aufbau wiedereröffnet werden soll.

Die Aussichten im Luxussegment sind der Studie zufolge im Vergleich zu den anderen Kategorie am besten. So soll der durchschnittliche Zimmerpreis der Fünf-Sterne-Hotels im Jahr 2014 nur leicht auf 131,71 Euro gesunken, der Ertrag pro Zimmer aber gleichzeitig auf im Schnitt 90,94 Euro gestiegen sein. Die Vier-Sterne-Häuser hätten zwar ihre Belegung steigern können, das aber nur zulasten der Netto-Zimmerpreise, die durchschnittlich bei 97,49 Euro gelegen hätten. Am schlechtesten schnitten demnach die Drei-Sterne-Betriebe ab, die im Schnitt pro Zimmer nur noch einen Ertrag von 49,64 Euro erwirtschaften konnten, während die Zwei-Sterne-Hotels mit durchschnittlich 50,62 Euro sogar besser abschnitten. Deloitte führt das schlechtere Abschneiden der Zwei- und Drei-Sterne-Hotels auf die im vergangenen Jahr fehlenden Messen, wie etwa die IDS und die Anuga-Food-Tec, zurück.

Was die Auslastung der Betriebe angeht, sieht die Studie diese bei überraschenden 69,5 Prozent. Köln-Tourismus hingegen spricht davon, dass lediglich 49 Prozent der Betten belegt sind. Die Hoteliers sehen das ähnlich und halten die höhere Zahl der Studie für zweifelhaft. „Unsere Belegung ist auf jeden Fall nicht gestiegen, sondern konstant geblieben“, sagt Henning Matthiesen, Direktor des Excelsior Hotel Ernst.

### Tourismus in Köln

Entwicklung der Zahl der Übernachtungen 2005 – 2014



wandelt, und aus dem Park Inn an der Belfortstraße im Agnesviertel wurde ein Mercure-Hotel. Die Steigenberger-Gruppe hat angekündigt, Mitte 2016 das ehemalige Barceló am Rudolfplatz zu übernehmen, das während des aktuellen Umbaus unter dem Namen Hotel Cologne Rudolfplatz geöffnet bleibt. Als herausragendes Beispiel wird das Dom-Hotel am Roncalliplatz genannt, das 2017 unter neuer Führung der Althoff-Gruppe als Haus der Fünf-Sterne-Plus-Kategorie mit einem gläsernen Flach-

## VON DER LUXUSHERBERGE BIS ZUM FAMILIENBETRIEB – EIN QUERSCHNITT DES KÖLNER HOTELMARKTS

### EXCELSIOR HOTEL ERNST

Das Excelsior Hotel Ernst an der Trankgasse ist ein Haus der Fünf-Sterne-Plus-Kategorie und verfügt über 142 Zimmer. Mit dem „Taku“ ist ein Restaurant angeschlossen, das mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet wurde. Trotz dieser Exklusivität verliert Excelsior-Direktor Henning Matthiesen den Markt nicht aus den Augen. „Wir stehen in erster Linie in Konkurrenz zu anderen Städten, und wir vermarkten immer erst Köln, bevor wir unser Hotel vermarkten“, sagt er. Er halte gerade die kleinen, familiären Betriebe in den Stadtteilen für essenziell. „Sie sind in der Stadt stark ausgeprägt und tragen entscheidend zum Charme bei“, so Matthiesen. Ihr Verschwinden wäre aus seiner Sicht fatal, da die Vielfältigkeit des Angebots erhalten werden müsse. „Jede gute Hotelidee, die den Standort Köln verbessert, ist eine Bereicherung für uns alle“, sagt der Excelsior-Chef. (att) Foto: stef



### HOTEL BERG

Hotelier Andreas H. Zappel gibt sich keiner Illusion hin: „Für uns wird es immer schwerer. Die kleinen Häuser werden irgendwann verschwunden sein.“ Seit 23 Jahren führt er mit seiner Frau das „Hotel Berg“ im Kunibertsviertel, direkt hinterm Hauptbahnhof: 19 Zimmer, teils mit Gemeinschaftsdusche, ein Stern. Die Preise liegen zwischen 42 Euro für ein Einzelzimmer ohne Bad bis 155 Euro für ein Doppelzimmer zu Messezeiten. Die Auslastung beträgt nach Auskunft Zappels um die 50 Prozent. Die zentrale, aber ruhige Lage ist das wichtigste Pfund des einfachen Hotels. Auf die persönliche Ansprache in einem familiengeführten Betrieb legten die Gäste – anders als früher – dagegen kaum noch Wert. „Die meisten buchen heute über ein Reservierungssystem im Internet, manche grüßen nicht mal, wenn sie hereinkommen“, berichtet Zappel. (jac) Foto: stef



### HOPPER

Klein, designorientiert und nicht so standardisiert wie die großen Ketten: Die drei Hopper-Hotels haben sich in einem Nischensegment etabliert. „Die Zahlen sind derzeit zufriedenstellend“, sagt Inhaber Jörn-Carsten Zobel. Durch die ruhige Innenstadtlage und die ungewöhnlichen Gebäude – wie das „et cetera“ im Belgischen Viertel sind alle Hopper-Häuser in ehemaligen Klöstern untergebracht – habe man einen guten Stand. Doch Zobel blickt mit zunehmender Sorge in die Zukunft. „Der Markt ist sehr eng geworden. Alles definiert sich nur noch über den Preis.“ Er würde es heute nicht mehr wagen, mit einem weiteren Hotel an den Markt zu gehen. Als das erste Hopper 1997 eröffnete, galt das Konzept als hip und innovativ. „Inzwischen sind wir in die Jahre gekommen“, sagt Zobel. „Spätestens in zehn Jahren muss alles raus und eine neue Idee her.“ (jac) Foto: stef



### MOTEL ONE

Geschäftsreisende, Messepublikum und Touristen aller Altersklassen: Die Hotelkette Motel One ist massenkompatibel. „Wir haben alles, vom Stahlkappenschuhträger bis zum Geschäftsmann in Anzug und Krawatte“, sagt Eric Hoffmann, Hoteldirektor des Motel One am Mediapark. Die Kette betreibt in Köln zwei Häuser mit insgesamt 587 Zimmern. Das Hotel in Marsdorf wurde kürzlich verkauft. Mit der Entwicklung sei man sehr zufrieden. „Wir haben gezeigt, dass man auch im Low-Budget-Bereich hohe Qualität bieten kann“, so Hoffmann. Niemand müsse sich schämen, in einem Haus der Kette zu übernachten, nur weil es dem Niedrigpreis-Segment zuzurechnen sei. „Auch viele Firmen hätten inzwischen erkannt, dass es nicht immer ein Fünf-Sterne-Hotel sein muss.“ „Und der Privatmann muss sowieso auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis achten.“ (jac) Foto: max



### THE QVEST HIDEAWAY

Das im vergangenen Jahr im alten Historischen Archiv am Gereonskloster eröffnete The Qvest Hideaway verfügt über lediglich 34 Zimmer und gehört damit zu den kleineren Betrieben in der Stadt. „Wir sind zwar exklusiv, aber entsprechen trotzdem nicht der Fünf-Sterne-Kategorie, auch nicht preislich“, sagt Betreiber Michael Kaune. Er betrachtet sein Konzept als neues Segment. Der Anspruch entstehe durch die Verbindung von Kunst und Designklassikern im Inneren und einer anspruchsvollen Architektur in einer besonderen Lage. Die Gäste würden vor allem die private Atmosphäre und die kurzen Wege in der Stadt schätzen. „Der Raum für Hotels in Köln ist endlich“, sagt Kaune. Große Neubauten gebe es deshalb fast nur in Messe-Nähe. „Viele kleine Häuser haben das Problem, dass sie sich bei niedrigen Zimmerpreisen das Personal nicht leisten können.“ (att) Foto: mba

