



# GLOBAL HOTEL MARKET SENTIMENT SURVEY

Februar 2009

## EINLEITUNG

Die Horwath HTL "Global Hotel Market Sentiment Survey" wurde erstellt, um der weltweiten Hotelindustrie einen Überblick über die Einschätzung des Hotelmarktes für die kommenden 12 Monate zu liefern. Dabei wurde vor allem auf Auslastung, durchschnittlichen Zimmerpreis (ADR) und Zimmererträge (RevPar) fokussiert.

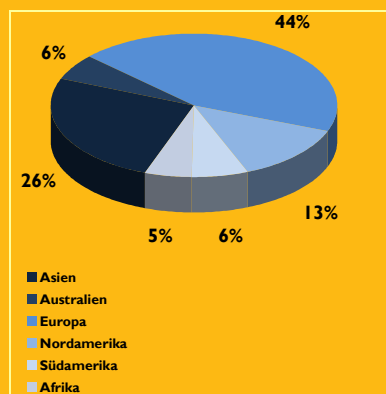
Die Hoteliers wurden gebeten ihre Einschätzung bezüglich aktueller wirtschaftlicher Faktoren und deren Auswirkung auf die Nachfrage bzw. auf die Nachfragesegmente zu geben.

Dieser Bericht fasst die Ergebnisse der teilnehmenden 46 Länder zusammen und geht in der Folge näher auf die Ergebnisse in Österreich ein. 43% von 2.705 Rückmeldungen kamen aus Europa, 26% aus Asien, 13% aus Nordamerika, jeweils 6% aus Südamerika und Australien/Pazifik und 5% aus Afrika. Der Großteil der Antworten kam von Betrieben der 4\* Kategorie (43%), gefolgt von der 5\* Kategorie (26%), der 3\* Kategorie (25%) und den Low-Budget-Hotels (6%).

Gerade jetzt in Zeiten der globalen Wirtschaftskrise verwundert es wenig, dass die meisten Märkte weltweit dieselbe pessimistische Einstellung dem Jahr 2009 gegenüber haben. Wir hoffen jedoch, dass Ihnen unsere Analyse auf den nächsten Seiten trotzdem einen brauchbaren Einblick in die Erwartungen der internationalen und nationalen Hotelmärkte bietet.

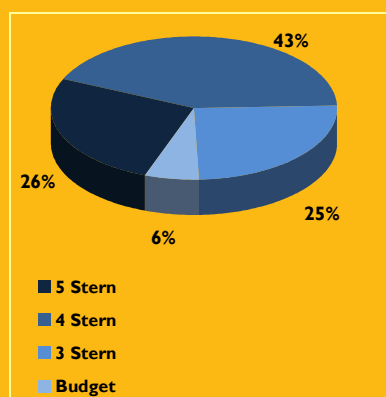
### ANTEIL DER BEFRAGTEN

#### NACH REGIONEN



### ANTEIL DER BEFRAGTEN

#### NACH HOTELKATEGORIE



[www.HorwathHTL.com](http://www.HorwathHTL.com)

**STIMMUNGS-RANKING**

Nach Region	Punkte
1. Südamerika	9,7
2. Afrika	-20,7
3. Australien/Pazifik	-34,1
4. Europa	-36,0
5. Nordamerika	-41,0
6. Asien	-41,2

Top 5 Länder	Punkte
1. Indonesien	-4,3
2. Südkorea	-7,2
3. Norwegen	-20,3
4. Südafrika	-20,9
5. Mexiko	-24,5

*„Stimmungspunkte von weltweit negativen 34,1 zeigen deutlich, dass Hoteliers rund um den Globus Rückgänge für 2009 erwarten.“*

**PUNKTESCHLÜSSEL RANKING**

Viel schlechter	-150,0
Schlechter	-75,0
Unverändert	0
Besser	75,0
Viel besser	150,0

**STIMMUNGS-RANKING**

Um die unterschiedlichen Ergebnisse der verschiedenen Regionen und Länder messen und vergleichen zu können, wurde ein Index geschaffen. Jeder Antwort wurden Punkte zugewiesen und dementsprechend gewichtet. Der Index bediente sich einer Spanne von -150 bis +150 Punkten, wobei -150 eine sehr pessimistische und +150 eine sehr optimistische Einschätzung repräsentiert.

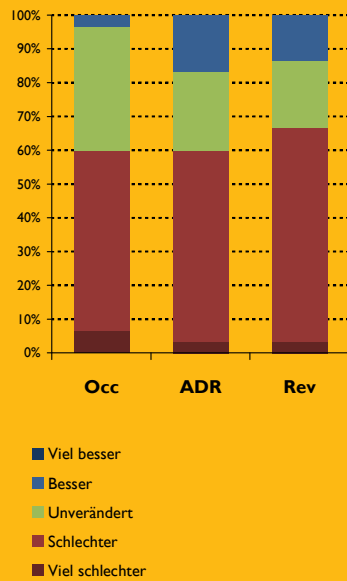
Der Vorteil dieser Punkteverteilung ist unter anderem die bessere Vergleichbarkeit mit Veränderungen in zukünftigen Horwath HTL Umfragen.

Anhand der Ergebnisse der Umfrage wird deutlich, dass die Stimmung unter den Hoteliers weltweit durchaus von der globalen Krise beeinträchtigt ist. Die Befragten schätzten die Zukunftsaussichten am globalen Hotelmarkt mit durchschnittlich pessimistischen -34 Punkten ein. Die einzige Region mit einem positiven Punkteergebnis ist Südamerika (9,7), während in Nordamerika, dessen Märkte stark von der Wirtschaftskrise betroffen sind, mit negativen -41 Punkten eher schwarz für 2009 sehen. Asien blickt am meisten pessimistisch in die Zukunft (durchschnittlich -41,2). Dazu tragen vor allem Japan mit negativen -74,1, Singapore mit -64,3 und Hong Kong mit -52,7 Punkten bei.

Die Top 5 unter den Ländern mit den rosigsten Aussichten waren Indonesien (-4,3), Südkorea (-7,2), Norwegen (-20,3), Südafrika (-20,9) und Mexiko (-24,5). Jene mit der schlechtesten Stimmung waren Japan (-74,1), die Slowakei (-68,4), Singapore (-64,3), Russland (-58,9) und die USA (-54,8).

Auf den folgenden Seiten wird nun speziell auf die Ergebnisse in Österreich eingegangen.

## VERHÄLTNISS DER ANTWORTEN



*„63,3% der Befragten haben ein negatives Gefühl in Bezug auf die Entwicklung der marktweiten Zimmererträge 2009; nur 13,3% sehen eine Verbesserung.“*

## MARKT PERFORMANCE

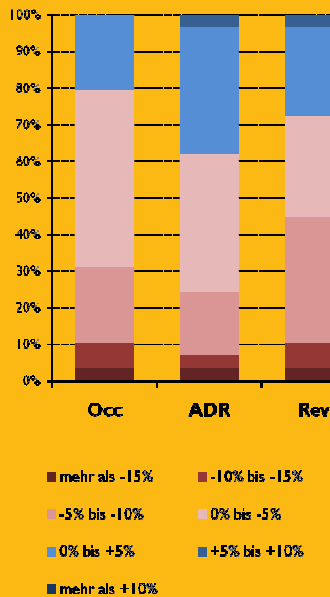
In der ersten Frage des Fragebogens ging es um die Einschätzung des Hoteliers zur Entwicklung des Hotelmarktes 2009 im Vergleich zu 2008.

Auf die Frage nach der Auslastung gaben 53,3% der Befragten eine Verschlechterung, und sogar 6,7% eine extreme Verschlechterung an. 36,7% meinten, dass 2009 im Vergleich zu 2008 keine Veränderung in der Auslastung mit sich brächte. Nur 3,3% glauben, dass das neue Jahr in Bezug auf die Auslastung besser wird.

Ein ähnliches Bild zeigen die Ergebnisse hinsichtlich des marktweiten, durchschnittlichen Zimmerpreises (ADR). Hier sehen 3,3% eine extreme Verschlechterung für das neue Jahr, 56,7% stufen ihre Erwartungen mit „schlechter“ ein. 23,3% der Befragten glauben an keine Veränderung und immerhin 16,7% sind positiv gestimmt und glauben an eine bessere ADR.

Ähnlich sieht es auch bei den Zimmererträgen aus. 63,3% der Befragten haben ein negatives Gefühl in Bezug auf die Entwicklung der marktweiten Zimmererträge 2009 und gleich wie beim durchschnittlichen Zimmerpreis sehen 3,3% eine extreme Verschlechterung kommen. 20,0% sind überzeugt, dass sich 2009 im Vergleich zu 2008 nichts an den Erträgen ändern wird. Eine Verbesserung sehen immerhin 13,3%.

## VERHÄLTNISS DER ANTWORTEN



*„Im Durchschnitt glaubt die Mehrheit der Befragten an einen Rückgang der 3 Indikatoren von ca. 5% im Jahr 2009“.*

## HOTEL PERFORMANCE

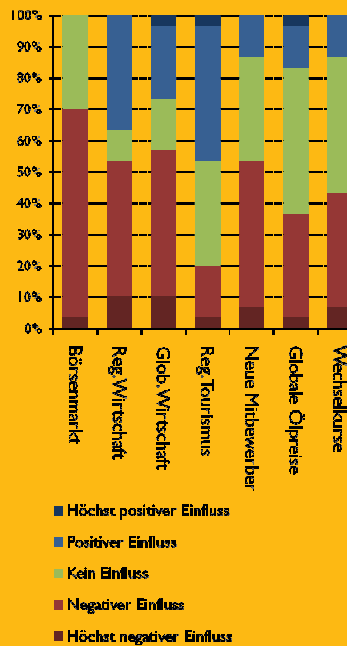
In der zweiten Frage wurden die Teilnehmer gebeten, Zuwächse oder Verluste ihres/r Hotels 2009 im Vergleich zu 2008 einzuschätzen.

Auf die Frage, ob sie für ihre/n Betrieb/e im Jahr 2009 einen Wachstum sehen, antworteten fast 50% der Befragten, dass die Auslastung wahrscheinlich um 0% bis -5% sinken wird. Sogar fast 21% befürchten einen Rückgang der Auslastung in ihrem/n Betrieb/en um -5% bis -10%. Ebenfalls 21% glauben jedoch an einen mäßigen Anstieg ihrer Auslastungszahlen (0% bis +5%), ein größeres Plus traut sich jedoch keiner der Befragten für 2009 zu.

Ähnlich verhält es sich bei der Frage nach dem durchschnittlichen Zimmerpreis. Auch hier erwartet mehr als ein Drittel der befragten Hoteliers einen Rückgang um bis zu 5% und rund 17% sogar ein Minus von 5-10%. Extrem pessimistisch mit einem Minus von bis zu -15% ihrer durchschnittlichen Zimmerrate sehen immerhin 3,4% der Befragten. Erfreulich ist jedoch, dass 21% positiv in die Zukunft und ihren Zimmerpreis um bis zu 5% wachsen sehen.

Etwas anders sieht es in Bezug auf den Ertrag pro verfügbarem Zimmer aus. Hier glauben fast 35% der Befragten an ein Minus von 5-10% im Jahr 2009, während mehr als 24% zuversichtlich sind und ein Plus von bis zu 5% in Ihren/m Betrieb/en sehen. Fast 28% der Befragten geben an, für 2009 ein Ergebnis zwischen 0 und -5% des Ertrages im Vergleich zu 2008 zu erwarten.

**VERHÄLTNISS DER ANTWORTEN**



*„Gleich nach dem Börsenmarkt sind es neue Mitbewerber, deren Einfluss die österreichischen Hoteliers 2009 fürchten.“*

**EINFLUSS VERSCHIEDENER FAKTOREN**

1. Reg. Tourismustrends	+20
2. Globale Ölpreise	-15
3. Reg. Wirtschaftstrends	-20
4. Wechselkurse	-27,5
5. Globale Wirtschaftstrends	-27,5
6. Neue Mitbewerber	-35
7. Börsenmarkt	-55

**DER EINFLUSS BESTIMMTER FAKTOREN**

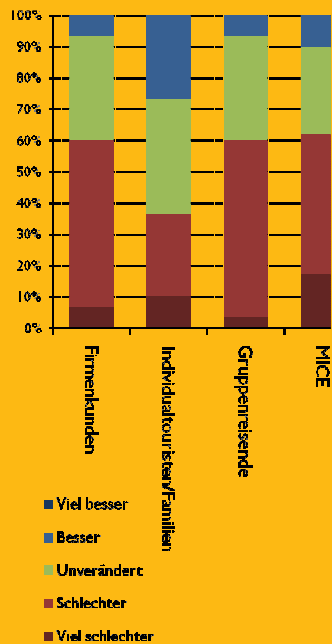
Jeder Hotelier wurde gebeten, seine Einstellung gegenüber sieben potentieller Einflussfaktoren und deren Auswirkungen auf die Performance 2009 in einer Skala von „höchst positiver Einfluss“ bis „höchst negativer Einfluss“ einzustufen. Bei den Faktoren handelte es sich um (1) Börsenmarkt, (2) Regionale Wirtschaftstrends, (3) Globale Wirtschaftstrends, (4) Regionale Tourismustrends, (5) Neue Mitbewerber, (6) Globale Ölpreise und (7) Wechselkurse.

Den größten negativen Einfluss auf die Performance der österreichischen Hotelbetriebe hat demnach wenig überraschend der Börsenmarkt (66,7% der Befragten wählten „negativer Einfluss“, 3,3% „höchst negativer Einfluss“). Gleich darauf folgen der Einfluss der regionalen und globalen Wirtschaftstrends (Stichwort Wirtschaftskrise), neue Mitbewerber und die Entwicklung der Wechselkurse. Die Auswirkungen der Ölpreise, die sich mittlerweile wieder stabilisiert haben, schrecken die befragten Hoteliers eher weniger ab (36,3% wählten „negativ“, bzw. „höchst negativer Einfluss“). Sogar 46,7% glauben, dass die Ölpreise keinen Einfluss auf ihr Geschäft 2009 haben.

Zum Glück zeichnen sich auch durchaus positive Aussichten ab: So glaubt fast die Hälfte der befragten Hoteliers, dass regionale Tourismustrends einen positiven und höchst positiven Einfluss auf ihre Performance hat, gefolgt von regionalen (36,7%) und globalen Wirtschaftstrends (26,6%). Auch neue Mitbewerber, globale Ölpreise oder Wechselkurse werden teils positiv gesehen (13,3%, 16,6% und 13,3%).

Umgelegt auf die für diese Umfrage angewandte Skala von +150 bis -150 Punkten schnitten alle Faktoren bis auf den Faktor „Regionale Tourismustrends“ negativ ab. Die Teilnehmer empfanden, dass der Börsenmarkt den höchsten negativen Einfluss auf ihre Performance hätte (-55 Punkte), gefolgt von neuen Mitbewerbern (-35 Punkte), globalen Wirtschaftstrends und Wechselkursen (-27,5 beide), regionalen Wirtschaftstrends (-20 Punkte) und globalen Ölpreisen (-15 Punkte). Regionale Tourismustrends sehen die Teilnehmer mit +20 Punkten eher positiv.

**VERHÄLTNIS DER ANTWORTEN**



*„Im Durchschnitt gehen 45% der Befragten von einer schlechteren Performance der vier Marktsegmente im Jahr 2009 aus.“*

MARKTSEGMENT PERFORMANCE	
1. Individualreisende/Fam	-15
2. Gruppenreisende	-42,5
3. Firmenkunden	-45,0
4. MICE	-51,7

**MARKTSEGMENT PERFORMANCE**

Die letzte Frage zielte auf die Meinung der Hoteliers in Bezug auf die Entwicklung 2009 der Kernmärkte Firmenkunden, Individualtouristen/Familien, Gruppenreisende und MICE (Meetings, Incentive, Conference, Events) ab.

Die Mehrheit der Befragten schätzte die Zukunftsentwicklung dieser Märkte negativ ein. Durchschnittlich erhielten die 4 Segmente von 45% der Befragten ein „schlechter“, von durchschnittlich 9% sogar ein „viel schlechter“. Relativ gut im Vergleich zu den anderen Märkten schnitt die Gruppe Individualtouristen/Familien ab: hier waren 36,7% der Befragten der Meinung, dass die Situation 2009 unverändert gegenüber 2008 bleibe und sogar 26,7% glaubten an eine Verbesserung der Performance im neuen Jahr.

Umgelegt auf die Skala von -150 bis +150 Punkten warden folgende Ergebnisse sichtbar: jedes der 4 Marktsegmente erhielt eine negative Beurteilung, wobei die Einschätzung der Entwicklung der MICE-Touristen am schlechtesten ausfiel (-51,7). Weiters glauben die befragten Hoteliers an einen Einbruch des Firmenkundensegments mit -45 Punkten. Auch die Performance der Gruppenreisenden, die normalerweise das preissensibelste Segment darstellen, wurde mit pessimistischen -42,5 Punkten bewertet.

Individualtouristen und Familien sind wie schon oben erwähnt das hoffnungsvollste Segment für Hoteliers 2009, sie erhielten die niedrigsten Negativpunkte (-15).

## FAZIT

Hoteliers in aller Welt mit Ausnahme von Südamerika erwarten ein hartes Jahr 2009 in Bezug auf marktweite und individuelle Performance. Auch Österreich bildet hier keine Ausnahme. Die Mehrheit der Befragten befürchten einen Rückgang der Auslastung, durchschnittlichen Zimmerpreise und Zimmererlöse für ihre/n Betrieb/e. Gefährdet sehen die Befragten ihr Geschäft primär durch die wechselnden Börsenkurse, gefolgt von neuen Mitbewerbern – der direkte Einfluss der Wirtschaftskrise steht an 3. Stelle. Als Chance hingegen werden regionale Tourismustrends wahrgenommen. Wenn man dem aktuellen Trend glaubt, sinkt die Anzahl an Geschäftsreisen und MICE-Touristen, was die Befragten dazu veranlasst, diesen beiden Segmenten wenig Hoffnung auf Wachstum 2009 einzuräumen. Am ehesten glauben die österreichischen Hoteliers an den Bestand des Marktsegmentes Individualreisende und Familien.

Da aber in jeder Krise laut einem chinesischen Sprichwort immer auch eine Chance liegt, ist zu hoffen, dass sowohl Privathoteliere als auch Hotelmanager die Zeit der wirtschaftlichen Depression nutzen um neue Visionen und Strategien zu entwickeln, die Erfolg verheißen. Glück auf!

**Horwath HTL Austria, Erzabt-Klotz-Straße 31, 5020 Salzburg**

Tel.: 0043/662 832600, Fax: 0043/662 830883, e-mail: [office@horwathhtl.at](mailto:office@horwathhtl.at), [www.horwathhtl.at](http://www.horwathhtl.at)

## Weitere Market Sentiment Berichte

### NACH REGION

ASEAN      Benelux      Europa      Nordost-Asien      Südost-Europa

### NACH LAND

Australien	Österreich	Belgien	Bulgarien	Kanada	China
Kroatien	Tschechien	Frankreich	Ungarn	Indien	Indonesien
Italien	Japan	Mazedonien	Montenegro	Mexiko	Niederlande
Norwegen	Rumänien	Serbien	Singapur	Slowenien	Südafrika
Spanien					

### NACH STADT/DESTINATION

Peking      Hong Kong      Shanghai      Shenzhen

# Horwath HTL - Büros

## ASIEN / PAZIFIK

**Auckland, New Zealand**  
Auckland@HorwathHTL.com

**Beijing, China**  
Beijing@HorwathHTL.com

**Hong Kong, SAR**  
HongKong@HorwathHTL.com

**Honolulu, USA**  
Hawaii@HorwathHTL.com

**Jakarta, Indonesia**  
Jakarta@HorwathHTL.com

**Kuala Lumpur, Malaysia**  
KL@HorwathHTL.com

**Mumbai, India**  
vthacker@HorwathHTL.com

**Shanghai, China**  
Shanghai@HorwathHTL.com

**Singapore, Singapore**  
Singapore@HorwathHTL.com

**Sydney, Australia**  
Sydney@HorwathHTL.com

**Tokyo, Japan**  
Tokyo@HorwathHTL.com

## EUROPA

**Amsterdam, Netherlands**  
hoogendoorn@horwath.nl

**Andorra la Vella, Andorra**  
vmarti@HorwathHTL.com

**Barcelona, Spain**  
vmarti@horwathconsulting.com

**Belfast, UK**  
michael.williamson@asmhorwath.com

**Budapest, Hungary**  
budapestoffice@horwathconsulting.net

**Dublin, Ireland**  
post@horbc.ie

**Frankfurt, Germany**  
knospe@horwathhtl.de

**Kiev, Ukraine**  
afernandez@horwathhtl.com

**London, UK**  
jomahoney@horwathhtl.com

**Madrid, Spain**  
vmarti@horwathconsulting.com

**Moscow, Russia**  
Moscow@horwathconsulting.net

**Paris, France**  
pdoizelet@horwathhtl.fr

**Rabat, Morocco**  
glanfray@horwathhtl.fr

**Rome, Italy**  
aiadecola@horwathhtl.it

**Salzburg, Austria**  
kploberger@horwathhtl.at

**Tunis, Tunisia**  
glanfray@horwathhtl.fr

**Zagreb, Croatia**  
sanja.cizmar@horwath.hr

## NORD- UND ZENTRALAMERIKA

**Atlanta, USA**  
mbeadle@horwathhl.com

**Dallas, USA**  
rbesse@horwathhl.com

**Denver, USA**  
jmontgomery@horwathhl.com

**Los Angeles, USA**  
ynathraj@horwathhl.com

**Mexico City, Mexico**  
bbasave@horwath.com.mx

**Montreal, Canada**  
horwath@horwath-lariviere.com

**Palm Beach, USA**  
staylor@horwathhl.com

**San Fransisco, USA**  
jhiser@HorwathHTL.com

**Santo Domingo, Dominican Republic**  
sotero@codetel.net.do

**Toronto, Canada**  
horwath@hhgi.com

## SÜDAMERIKA

**Buenos Aires, Argentina**  
ochudnobsky@HorwathHTL.com

## AFRIKA

**Cape Town, South Africa**  
Capetown@HorwathHTL.co.za

## NAHER OSTEN

**Beirut, Lebanon**  
kamelac@horwathac.com