Der Hotelboom in Zürich

2019

HotellerieSuisse
Zürich und Region

JLL Achieve Ambitions

Der Hotelboom in Zürich

2019

Vorwort

Seit einigen Jahren beobachten wir in der Region Zürich ein rasantes Wachstum an neuen Hotels. Der Wettbewerbsdruck fordert die Branche heraus, und gleichzeitig steigt die Verunsicherung der Hoteliers: «Wo führt dies noch hin?» oder «Hotelboom, na und? Wir können ja sowieso nichts daran ändern.» Und stets folgt die Frage: «Wie lange können wir das Preisniveau noch halten?»

Die Gründe dieser Entwicklung liegen auf der Hand. Weltweit wächst der Städtereisetourismus, die Wirtschaft brummt, die Schweiz als Reiseland ist begehrter denn je und Zürich ist die Stadt mit der weltweit zweithöchsten Lebensqualität (Mercer Städteranking). Auch deshalb hat sich Zürich in den letzten Jahren zur grössten Tourismusregion der Schweiz entwickelt. Die Situation zeugt vom bekannten wirtschaftlichen Prinzip, dass die zusätzliche Nachfrage durch ein erhöhtes Zimmerangebot gedeckt wird.

Gleichzeitig bleiben die strukturellen Herausforderungen in unserer Branche bestehen. Der Fachkräftemangel wird sich mit den neuen Hotels zusätzlich verschärfen. Wegen potenziell sinkenden Erträgen steigt die Gefahr, nötige Investitionen herauszuschieben. Die hohe Kostenstruktur und die Währungssituation drücken währenddessen weiter auf die Margen, was keine Hoffnung auf höhere Renditen für Investoren aufkommen lässt. Die treibenden Faktoren des Neubau-Booms, wie sie in der folgenden Studie beschrieben werden, können Hoteliers in der Tat nicht beeinflussen.

Und trotzdem müssen wir uns fragen, welches die unternehmerischen Folgen dieser Entwicklung sein können. Der Vorstand des Zürcher Hotelier Vereins hat auf der Suche nach Antworten diese Studie bei der Jones Lang LaSalle AG («JLL» im Folgenden) in Auftrag gegeben. Mit JLL als renommiertem internationalem Immobilienberatungsunternehmen haben sich Fachleute der Aufgabe angenommen. Eine Umfrage unter den Mitgliedern der Zürcher Hoteliers hat zusätzliche wertvolle Aussagen geliefert.

Diese Studie soll Hoteliers, Hotelbetreiber, Investoren, aber auch der Immobilienbranche und Politik Auskunft geben, welche Fakten zum Hotelboom beitragen und welche Effekte dies auf bestehende Betriebe haben könnte. Es werden Fragen aufgeworfen, Szenarien erstellt und Chancen und Möglichkeiten aufgezeigt, welche daraus entstehen können. Die Studie kann und soll keine Anleitung sein, wie diese Entwicklung gestoppt werden kann.

Die einzige Konstante bleibt die Veränderung. Angst und Protektionismus sind ein schlechter Ratgeber. Der Blick muss nach vorne gerichtet sein, mit dem Ziel, die Qualität und den hohen Dienstleistungsstandard unserer Hotellerie weiter auszubauen. Und wenn in der Umfrage eine Mehrheit der Befragten im Falle einer stark sinkenden Zimmerbelegung zuerst in Qualität investiert, Marketingmassnahmen ausbaut, Kosten senkt, bevor sie die Zimmerpreise senken würde, dann stimmt dies positiv und spricht für die Professionalität in unserer Branche.

Martin von Moos

Präsident Zürcher Hotelier Verein

Inhalt

1 Executive summary 6

2 Ausgangslage: Der Hotelboom in der Region Zürich 7
2.1 Analyseregion 7
2.2 Übersicht Bestand in der Region Zürich 7
2.3 Dynamische Entwicklung in der Luxushotellerie 11
2.4 Realisierte und geplante Hotel-Neubauprojekte 13
2.5 Parahotellerie: Serviced Apartments und Airbnb 15
2.6 Vergleich mit anderen europäischen Städten 17
2.7 Key Takeaways 19

3 Treiber des Neubau-Booms 20
3.1 Treiber 1: Anlagedruck im Immobilien-Investitionsmarkt 20
3.2 Treiber 2: Markteintritt internationaler Hotelketten in die Schweiz 22
3.3 Key Takeaways 23

4 Szenarioanalyse: Gibt es eine Nachfrage für die geplanten neuen Hotelzimmer? 24
4.1 Szenarioanalyse für Angebot/Nachfrage am Hotelmarkt Zürich 24
4.2 Segmente und Regionen 24
4.3 Massnahmen zur Förderung relevanter Nachfragegruppen 26
4.4 Exkurs: Coworking Spaces 27
4.5 Key Takeaways 27

5 Effekt auf bestehende Hotels: Vermehrte Investitionen in den Bestand? 28
5.1 Beschrieb Umfrage 28
5.2 Ergebnisse: Einschätzung zum Hotelboom 28
5.3 Ergebnis: Investitionstätigkeit 30
5.4 Key Takeaways 31

6 Fazit und Ausblick 32

7 Abbildungsverzeichnis 35

8 Tabellenverzeichnis 35

1 Executive summary

In den vergangenen Jahren sind in der Region Zürich zahlreiche neue Hotels entstanden. Seit 2010 hat sich die Anzahl der Hotelzimmer im Raum Zürich um rund einen Viertel bzw. von 10'830 auf 13'680 Zimmer erhöht. Die Zimmer konnten insgesamt relativ gut absorbiert werden, da gleichzeitig die Anzahl der Übernachtungen in einem ähnlichen Umfang anstieg. Teilweise erfolgte dies allerdings einhergehend mit tieferen Zimmerpreisen (5-Sterne-Hotels). Der Hotelboom könnte sich in den nächsten Jahren noch weiter fortsetzen, sollten alle geplanten Hotelprojekte realisiert werden. Bis ins Jahr 2022 könnten 18 zusätzliche neue Hotels mit rund 2'400 Zimmern entstehen. Die neuen Hotels liegen zu einem grossen Teil (ca. 60 %) in Zürich Nord und verfügen (noch) über keine bestimmte Sternekategorie. Allerdings dürfte im Vergleich mit der vergangenen Angebotsausweitung ein stärkerer Fokus auf dem 3-Sterne-Segment liegen. Zusätzlich zu den neuen Hotels sind auch Projekte im Parahotellerie-Bereich, z. B. 1'000 neue Serviced Apartments bis 2022, geplant. Die Serviced Apartments sind mehrheitlich ebenfalls in Zürich Nord geplant. Neben Hotels und Serviced Apartments verzeichnete in den letzten Jahren Airbnb als Distributionskanal für Parahotellerie sehr starke Wachstumsraten.

Hinter dem Hotelboom stehen vor allem einheimische Investorengruppen und internationale Hotelketten. Aus Anlagesicht profitierten Hotelprojekte in den letzten Jahren von rekordtiefen Zinsen, die Investoren in Immobilienanlagen trieben, sowie von der Schwäche im Büro-Vermietungsmarkt in Zürich, welche die Suche nach alternativen Nutzungsformen bei bestehenden Liegenschaften und bei Neubauprojekten antrieb. Der generelle Investitionsdruck bleibt hoch. Viele Investoren aus dem Vorsorgebereich sind mittlerweile substanziell in Immobilien exponiert und dürften etwas zurückhaltender werden. Gleichzeitig hat sich die Situation auf dem Büro-Vermietungsmarkt in Zürich stark verbessert. Die Umwandlung älterer Büroliegenschaften in Hotels erscheint an zentralen Lagen kaum mehr sinnvoll. Als Betreiber neuer Hotels dominieren klar internationale Hotelketten, welche oftmals Zürich für den Markteintritt von neuen Hotelkonzepten nutzen. Der Druck durch ausländische Hotelmarken in Zürich dürfte anhalten, da die Topline-Umsätze im internationalen Vergleich attraktiv erscheinen.

Um die zukünftige Absorptionsfähigkeit der geplanten Hotels einzuschätzen, wurden Szenario-Berechnungen durchgeführt. Die durchschnittliche Auslastung in der Region Zürich könnte von heute rund 72 % auf etwa 67 % bis 2022 zurückgehen, sollten alle Hotelprojekte wie geplant realisiert werden und das Nachfragewachstum ähnlich hoch sein wie in den letzten Jahren. Der Effekt dürfte aber höher sein, da durch die intensivierte Konkurrenzsituation auch die Zimmerpreise unter Druck kommen könnten. Der durchschnittliche Umsatz pro Hotelzimmer RevPAR (revenue per available room) würde sich in diesem Szenario um mindestens 7.3 % reduzieren. Um die durchschnittliche Auslastung in etwa stabil zu halten, wäre eine deutliche Beschleunigung der nachfrageseitigen Wachstumsdynamik notwendig. Mögliche Massnahmen zur Erschliessung neuer Nachfragegruppen könnten vor diesem Hintergrund angegangen werden.

In Zusammenarbeit mit dem Zürcher Hotelier Verein («ZHV» im Folgenden) führte JLL im Juni 2019 eine Onlinebefragung unter den Mitgliedern des ZHV durch. Rund 45 % der befragten Hoteliers bereitet die Kapazitätsausweitung grosse bis sehr grosse Sorgen. Bei kleineren Hotels mit weniger als 50 Zimmern sind die Sorgen generell höher als bei grossen Hotels. Die Mehrheit der Umfrageteilnehmer rechnet damit, dass sich aufgrund der Kapazitätsausweitung die Auslastung und die Zimmerpreise in der Zukunft negativ entwickeln werden. Zudem wird mit einem Anstieg der Personalkosten gerechnet. Die wichtigste Massnahme der Hoteliers als Reaktion auf den Boom sind höhere Investitionen in eigene bestehende Hotels. Die befragten Hoteliers planen durchschnittlich 30 % höhere Investitionen in den nächsten 5 Jahren ein als in den letzten 10 Jahren. Hochgerechnet auf alle Hotels der Region Zürich könnte dies in einem gesamten Investitionsvolumen von rund CHF 860 Mio. resultieren. Das Hauptaugenmerk der geplanten Investitionen liegt dabei auf den Zimmern und deren Ausstattung.

2 Ausgangslage: Der Hotelboom in der Region Zürich

2.1 Analyseregion

Als Grundlage für die weitere Analyse sollen in diesem Kapitel der Bestand, die jüngere historische Entwicklung sowie die aktuelle Projektpipeline aufgearbeitet werden. Bei der Analyse liegt der Fokus auf der Stadt Zürich und der unmittelbaren Agglomeration («Region Zürich» im Folgenden), da dort der Hauptteil der Marktdynamik stattfindet. Die für diese Studie definierte Region Zürich kann in folgende Subregionen aufgeteilt werden: Stadt Zürich, Zürich Nord und Limmattal. Zürich Nord beinhaltet alle Gemeinden von Opfikon bis Bülach, das Gebiet Limmattal umfasst die Gemeinden von Schlieren bis Würenlos.[1]

2.2 Übersicht Bestand in der Region Zürich

Die Analyse des Bestands und der jüngeren historischen Entwicklung beruht auf Daten der Beherbergungsstatistik (HESTA) des Bundesamts für Statistik. Das Bundesamt befragt und erfasst monatlich landesweit rund 6'000 Betriebe, mehrheitlich Hotels, über deren aktuelles Angebot (Anzahl Zimmer, Betten etc.) sowie deren operative Performance (Logiernächte, Einnahmen etc.). Die HESTA-Daten ermöglichen aufgrund der umfassenden Abdeckung, ein relativ akkurates Bild über den Gesamtzustand der Hotelbranche darzustellen.

Die Hotels werden in der HESTA-Datenbank auch nach Anzahl der Hotelsterne kategorisiert. Diejenigen Hotels, welche nicht einer klassischen Sternekategorie zugeordnet sind, wie zum Beispiel die Basiskategorie «Swiss Lodge», werden in dieser Studie unter der Kategorie «Andere» geführt. Viele neue Hotelkonzepte, welche bewusst eine Zuordnung in die Sterneklassierung vermeiden, nutzen die Basiskategorie Swiss Lodge und sind demnach in der Kategorie «Andere» aufgeführt.

Angebot: Anzahl Zimmer stieg um mehr als einen Viertel seit 2010

Seit 2010 stieg der Hotelbestand in der Region Zürich von 162 auf 182 Hotels bzw. um 20 Hotels (+12 %) an (Abbildung 1). Dieser Anstieg ist lediglich auf zwei Hotelkategorien zurückzuführen: auf die 4-Sterne-Hotels mit einer Zunahme von sechs Hotels (+16 %) sowie die Hotels der Kategorie «Andere», welche eine Zunahme von 15 Hotels verzeichneten (+26 %). Die 1-Sterne-Hotels verzeichneten einen Rückgang von drei auf zwei Hotels seit 2010. Regional betraf der Anstieg von 20 neuen Hotels vor allem die Stadt Zürich (+11 Betriebe) sowie die Region Zürich Nord (+7 Betriebe).

Als Folge der neuen Hotels stieg auch die Anzahl Zimmer an. Seit 2010 nahm der Zimmerbestand um rund 2'850 Zimmer von ca. 10'830 auf 13'680 zu (Abbildung 2). Dies bedeutet einen kumulativen Anstieg um 26 % über die letzten acht Jahre bzw. um 3 % pro Jahr. Die neu entstandenen Hotels sind im Schnitt grösser als die bestehenden, wodurch das überdurchschnittliche Wachstum der Anzahl Zimmer im Vergleich zu den Hotels zu erklären ist. So entstand beispielsweise im Jahr 2017 mit dem Motel One ein Hotel mit rund 400 Zimmern. 2018 eröffnete das a-ja City Resort in Zürich-Altstetten mit 319 Zimmern. Im Durchschnitt hatte im Jahr 2018 in der Region Zürich ein Hotel 75 Zimmer.

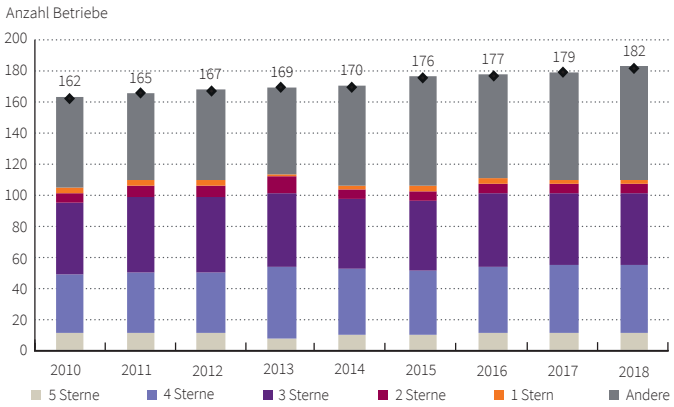
Die grösste Zunahme an neuen Zimmern verzeichneten wiederum die 4-Sterne-Hotels (ca. 1'520 neue Zimmer) sowie die Hotels der Kategorie «Andere» (ca. 1'380 neue Zimmer). Letztere dürften unter anderem die neueren Hotelkonzepte internationaler Ketten sein. Im Zuge der neu entstandenen Hotels hatte die Stadt Zürich auch am meisten neue Zimmer (+1'850) zu verzeichnen, gefolgt von Zürich Nord (+830 Zimmer). Relativ zum Bestand verzeichneten aber beide Subregionen über die letzten acht Jahre einen ähnlich hohen Anstieg von rund einem Viertel.

[1] *Alle Gemeinden der Region Zürich Nord: Bachenbülach, Bassersdorf, Bülach, Dielsdorf, Dietlikon, Dübendorf, Embrach, Kloten, Lufingen, Niederglatt, Niederhasli, Nürensdorf, Oberembrach, Oberglatt, Opfikon, Regensdorf, Rümlang, Wangen-Brüttisellen, Wallisellen, Winkel. Alle Gemeinden der Region Limmattal: Bergdietikon, Dietikon, Geroldswil, Killwangen, Oberengstringen, Oetwil an der Limmat, Schlieren, Spreitenbach, Unterengstringen, Urdorf, Weiningen, Würenlos.*

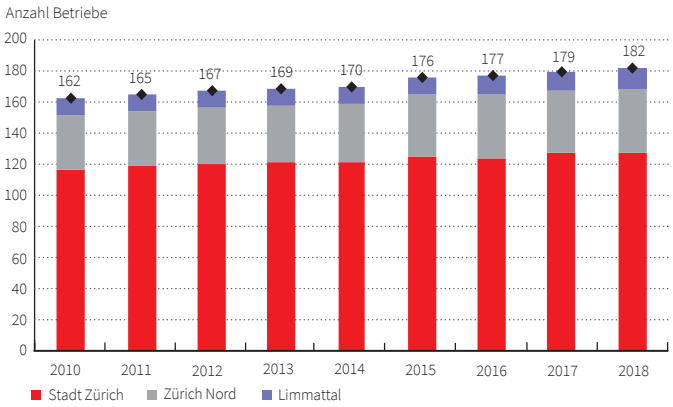
Abbildung 1

Entwicklung Anzahl Hotels in der Analyseregion

Kategorie



Region

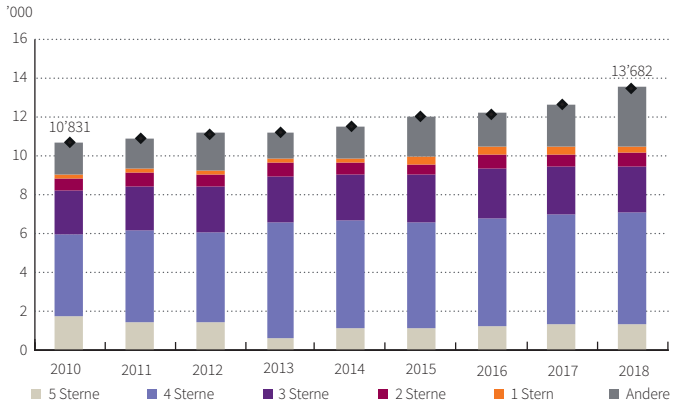


Quelle: HESTA, JLL

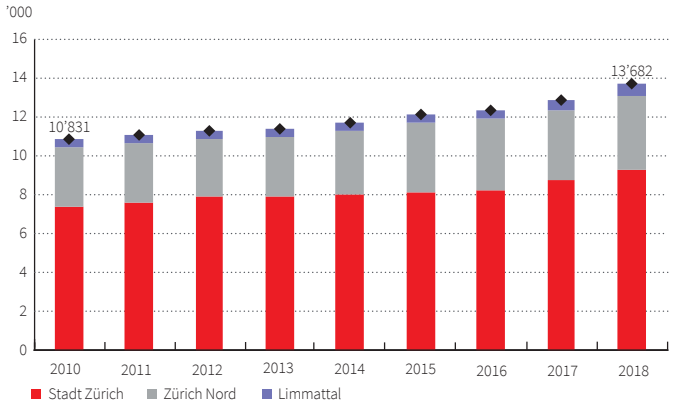
Abbildung 2

Entwicklung Anzahl Zimmer in der Analyseregion

Kategorie



Region



Quelle: HESTA, JLL

Nachfrage: Übernachtungen wuchsen im Gleichschritt mit Angebot

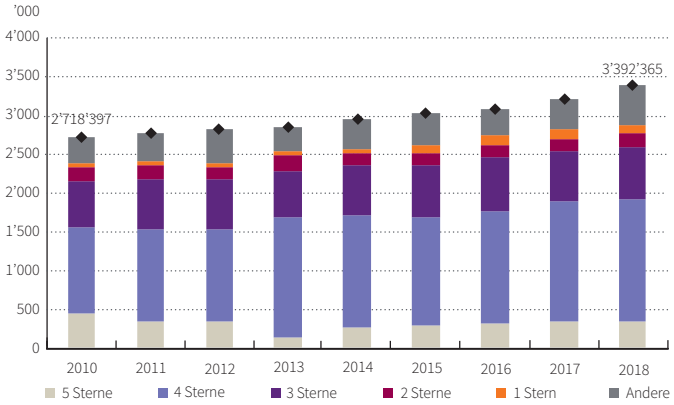
Das Wachstum neuer Hotels und Zimmer der vergangenen Jahre konnte aufgrund der gestiegenen Zahl an Übernachtungen relativ gut absorbiert werden. Seit 2010 stieg die Anzahl Zimmernächte in der Analyseregion ebenfalls – wie das Angebot – um rund 25 % von 2.7 Mio. auf 3.4 Mio. an (Abbildung 3). Als Folge lag die durchschnittliche Auslastung[2] aller Hotelzimmer in der Analyseregion im Jahr 2018 mit 72.3 % etwa auf demselben Niveau wie im Jahr 2010 mit 72.2 %. Grosse Unterschiede gab es nach Kategorien. So konnten beispielsweise die

[2] *Die Auslastung wird hier basierend auf HESTA-Daten wie folgt berechnet: Zimmernächte/(Anzahl Zimmer der erfassten Betriebe*Anzahl Öffnungstage), jeweils übers Jahr gerechnet.*

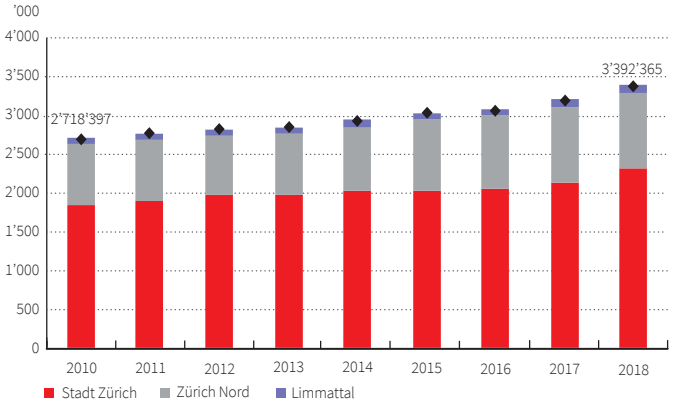
Abbildung 3

Entwicklung der Zimmernächte in der Analyseregion

Kategorie



Region

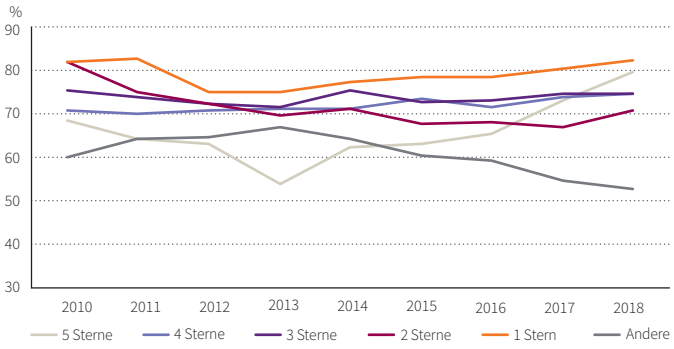


Quelle: HESTA, JLL

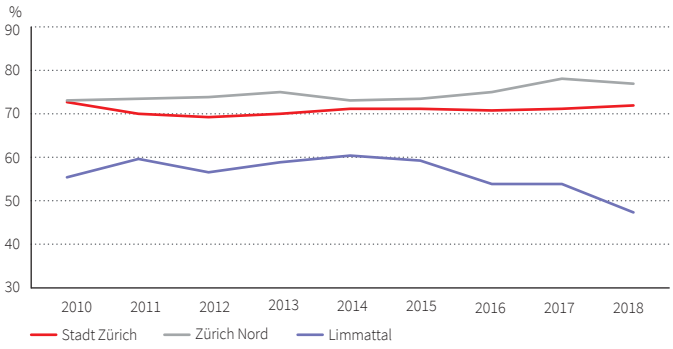
Abbildung 4

Entwicklung durchschnittliche Auslastungsrate in der Region Zürich

Kategorie



Region



Quelle: HESTA, JLL

4-Sterne-Hotels einen Zuwachs der Zimmernächte von +43 % verzeichnen. Die Anzahl an 4-Sterne-Zimmern stieg im Vergleich über den gleichen Zeitraum «nur» um 36 % an. Entsprechend konnte die durchschnittliche Auslastung in diesem Segment seit 2010 von knapp 71 % auf beinahe 75 % gesteigert werden (Abbildung 4).

Das neue Angebot an 4-Sterne-Hotels schaffte sich somit eine eigene Nachfrage. 3- und 5-Sterne-Hotels konnten ebenfalls eine robuste Entwicklung der Auslastungsraten über die letzten Jahre verzeichnen. In der Kategorie «Andere» stieg zwar die Anzahl Zimmernächte um 55 % an, jedoch konnte in dieser Kategorie die Nachfrage nicht ganz mit dem starken Wachstum an neuen Hotels mithalten.

Als Folge sank die Auslastungsrate in dieser Kategorie von 59.9 % (2010) auf 52.6 % (2018). Nach Subregionen stieg die Anzahl der Zimmernächte in den letzten acht Jahren in der Stadt Zürich um 24 %, in Zürich Nord um 28 % und im Limmattal um 8 % an. Da im Limmattal während des Betrachtungszeitraumes die Anzahl der Zimmer überdurchschnittlich zunahm (+41 %), hat sich die Auslastungsrate negativ von 55.3 % im Jahr 2010 auf 47.1 % im Jahr 2018 entwickelt. In der Stadt Zürich blieb die Auslastungsrate konstant und in Zürich Nord ist diese seit 2010 sogar leicht angestiegen.

In der Abbildung 5 wird die Entwicklung der Nachfrage nach Hotelzimmern mit der Entwicklung des Angebots an Hotelzimmern verglichen. Die Grafik zeigt auf, dass für die Analyseregion über alle Segmente und Subregionen hinweg die Entwicklung in etwa ähnlich verlaufen ist. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate zwischen 2010 und 2018 der Anzahl Zimmernächte betrug 2.8 % und diejenige der Anzahl Zimmer betrug 3.0 %. Das Angebot an Hotelzimmern ist im Betrachtungszeitraum also stärker gewachsen als die Nachfrage. Des Weiteren zeigt die Abbildung, wie sich die bereits in Planung befindenden Hotelprojekte auf das Angebot auswirken werden. Auf eine Prognostizierung der Nachfrage nach Hotelzimmern wird an dieser Stelle verzichtet, da eine solche abhängig ist von der Wahl des wirtschaftlichen Szenarios. Eine diesbezügliche Diskussion wird in Kapitel 4 detailliert abgehandelt.

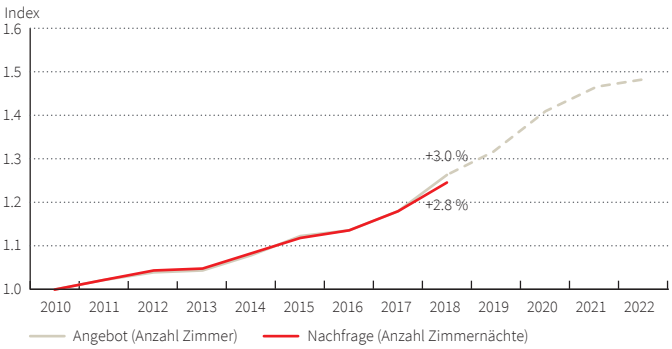
Zum weiteren Vergleich befinden sich auf den Seiten 17 und 18 die Entwicklungen von Angebot und Nachfrage aus ausgewählten europäischen Städten.

Entwicklung RevPAR

Die Analyse der Umsatzzahlen beruht auf Daten der Firma STR, deren Kennzahlen international etabliert sind. Die Untersuchungen im Rahmen dieser Studie stützen sich auf den Datensatz von STR, welcher 87 Hotelbetriebe abdeckt. Aufgrund der verfügbaren Daten sind Auswertungen für die gesamte Analyseregion, die Stadt Zürich und Zürich Nord repräsentativ und wurden für die Studie verwendet. Bezogen auf die Klassierungen wurden die Hoteldaten der 3-, 4- und 5-Sterne-Kategorie analysiert. Für die restlichen Klassierungen (1 und 2 Sterne, Klassierung «Andere») ist die Datenabdeckung zu niedrig und nicht repräsentativ. Die Auswertungen beziehen sich auf die Jahre 2013–2018, da die Abdeckung in der Schweiz durch die Firma STR erst ab 2013 repräsentativ ist.

Abbildung 5

Vergleich Entwicklung Anzahl Zimmernächte und Anzahl Zimmer



Quelle: JLL

Über alle Segmente hinweg ging der durchschnittliche Umsatz pro Hotelzimmer RevPAR (revenue per available room) seit 2013 um rund 5 % zurück und lag 2018 bei CHF 149 für die Analyseregion. Es ist eine grosse Differenz beim RevPAR zwischen der Stadt Zürich und Zürich Nord feststellbar. So lag 2018 der RevPAR in der Stadt Zürich bei rund CHF 170, während der RevPAR in Zürich Nord bei CHF 107 lag. In allen Subregionen lag der RevPAR 2018 tiefer als 2013.

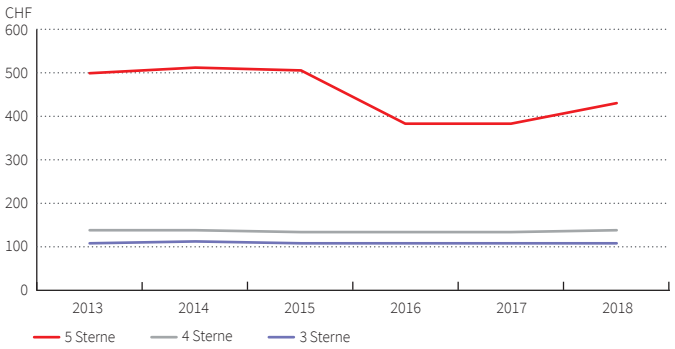
Nach Segmenten hatten die 5-Sterne-Hotels langfristig eine negative Entwicklung zu verzeichnen: Der durchschnittliche RevPAR sank im Betrachtungszeitraum von CHF 499 auf CHF 431 (–14 %, Abbildung 6). Im Jahr 2018 konnte sich der RevPAR wieder positiv entwickeln nach einem negativen Trend seit 2014. Die Treiber hinter dieser negativen Entwicklung sind vor allem die Zimmerpreise im 5-Sterne-Segment. Lag im Jahr 2013 die ADR (Average Daily Rate) noch bei CHF 739, betrug diese im Jahr 2018 noch CHF 627 (–15 %).

Bei den 4-Sterne-Hotels konnte eine konstante Entwicklung des RevPAR festgestellt werden. Dieser stieg im Betrachtungszeitraum sogar leicht an von CHF 136 auf CHF 138 (+1 %). Diese positive Entwicklung ist auf die gestiegene Auslastung im Betrachtungszeitraum zurückzuführen. Die ADR für die 4-Sterne-Hotels reduzierte sich im Betrachtungszeitraum von CHF 187 auf CHF 178 (–5 %). Das neue Angebot an 4-Sterne-Hotels schaffte zwar eine eigene Nachfrage, allerdings in der Folge mit einem verstärkten Preiswettbewerb.

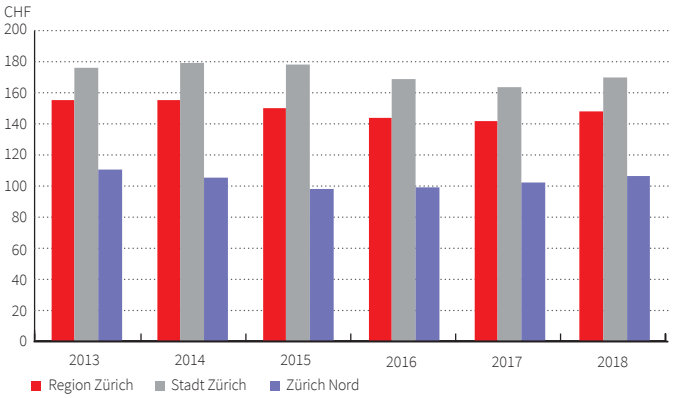
Abbildung 6

Entwicklung durchschnittlicher RevPAR in der Analyseregion

Kategorie



Region



Quelle: STR

Der RevPAR bei den 3-Sterne-Hotels bewegte sich in den letzten Jahren konstant bei über CHF 100 für die Analyseregion.

2.3 Dynamische Entwicklung in der Luxushotellerie

In den vergangenen Jahren hat sich in Zürich die Hotellandschaft im Luxusbereich massgeblich verändert. Dies ist vor allem auf Neueröffnungen nach Totalumbauten oder auf neu erstellte Hotels zurückzuführen. Die Tabelle 1 zeigt eine Übersicht des aktuellen Bestands der Luxushotellerie in Zürich. Es wurden diejenigen Hotels aufgeführt, welche mit 5 Sternen oder 5 Sternen Superior klassiert sind.

Tabelle 1

Übersicht Bestand Luxushotellerie Stadt Zürich

Hotel	PLZ	Kategorie	Anzahl Zimmer	Eigentümerschaft (Grundbuch)
Baur au Lac	8001	5* Superior	119	H. Kracht's Erben AG
Hotel Atlantis by Giardino	8055	5* Superior	95	Neue Hotel Atlantis AG
Hotel Park Hyatt Zurich	8002	5* Superior	138	Zürich Escherwiese Hotel GmbH[3]
Savoy Hotel Baur en Ville	8001	5* Superior	104	Savoy Hotel Baur en Ville AG
The Dolder Grand	8032	5* Superior	175	Dolder Hotel AG
Widder Hotel	8001	5* Superior	49	Swiss Life Fund Management (LUX) S.A.
ALDEN Suite Hotel Splügenschloss Zurich	8002	5*	22	Alden Hotel AG
La Réserve Eden au Lac Zurich	8008	5*	40	Swiss Hospitality Properties AG
Storchen Zürich	8001	5*	66	Hotel Storchen AG
Total			**808**	

[3]*Baurechtsnehmerin ist die Zürich Escherwiese Hotel GmbH; Baurechtsgeberin ist die Stadt Zürich.*

Quelle: JLL, Grundbuchämter

Nebst den Neueröffnungen der vergangenen Jahre wurde auch viel in die bestehenden Hotels investiert. In den letzten Jahren wurde beinahe im Jahresrhythmus ein Luxushotel renoviert. In der nachfolgenden Abbildung 7 werden die Investitionen im Luxushotelbereich chronologisch dargestellt. Bei mehrjährigen Renovationsarbeiten wurde jeweils nur das Jahr aufgeführt, in welchem die Renovationsarbeiten abgeschlossen wurden.

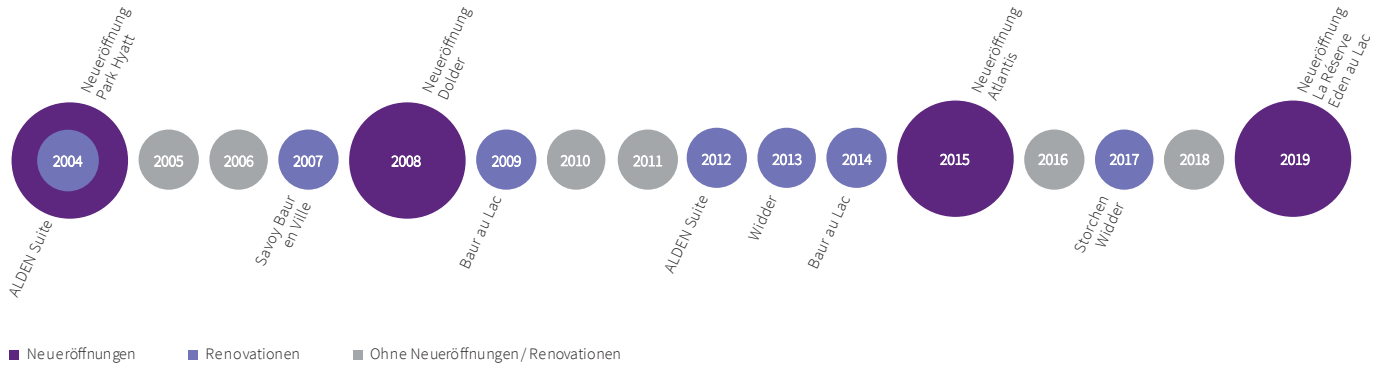
Aufgrund der Neueröffnungen hat sich auch die Struktur der Hotels im Luxusbereich gewandelt. Zwar sind in Zürich nach wie vor traditionsreiche Häuser und kleinere Boutique-Hotels in der Überzahl, welche nicht einer internationalen Kette angeschlossen sind (Abbildung 8).

Dennoch konnten sich insbesondere durch Neueröffnungen internationale Ketten im Zürcher Luxussegment etablieren.

Ausserhalb der Stadt Zürich und der Analyseregion feierte im Sommer 2019 das Hotel Alex Lake Zürich in Thalwil seine Eröffnung. Die Umbauzeit für das Hotel, welches direkt am Zürichsee gelegen ist, betrug über vier Jahre. Das Hotel ist Teil der internationalen Luxusgruppe Campbell Gray Hotels und verfügt über insgesamt 44 Suiten und Zimmer und ist auf Longstay-Gäste im Luxussegment ausgerichtet.

Abbildung 7

Neueröffnungen und Investitionen Luxushotellerie seit 2004

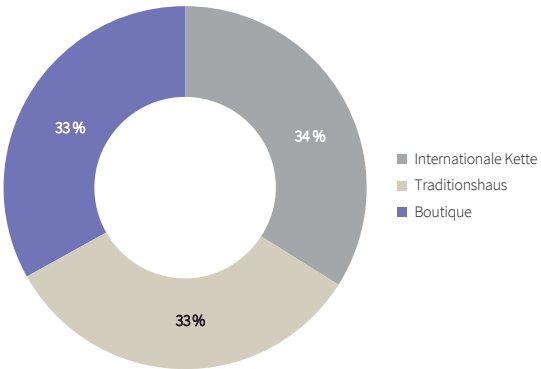


Quelle: JLL

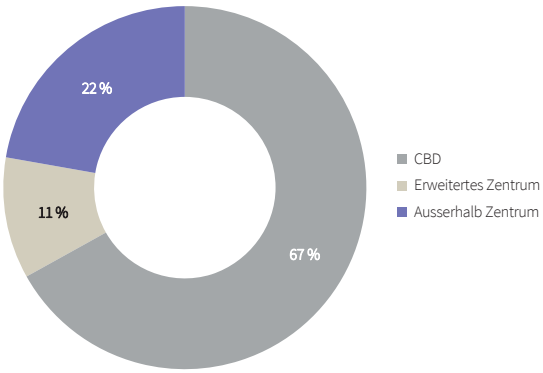
Abbildung 8

Art der Hotelbetriebe und Lage der Hotels Stand Mai 2019

Art



Lage



Quelle: JLL

Geografisch gesehen dominieren die Hotels im Stadtzentrum, insbesondere im Central Business District («CBD» im Folgenden) (Abbildung 8), mit zwei Dritteln aller Hotels. Ausnahmen bilden die beiden Häuser The Dolder Grand und Hotel Atlantis by Giardino, welche sich an erhöhter Lage ausserhalb des Stadtzentrums befinden.

Beim Blick auf die Grösse der Hotels ist die Situation, gemessen an der Anzahl der Betriebe, relativ ausgeglichen zwischen kleineren/mittleren Betrieben mit weniger als 100 Zimmern und grösseren Hotels (Tabelle 1).

Beim Blick auf die Eigentümerschaft der Hotels (Tabelle 1) zeigt sich ein eher heterogenes Bild. Neben langjährigen Familienbesitzern oder privaten Eigentümern treten auch bekannte institutionelle Investoren wie beispielsweise die Swiss Life (Widder Hotel) als Eigentümer der Hotels auf.

2.4 Realisierte und geplante Hotel-Neubauprojekte

Die Angebotsausweitung wird sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen. Bis ins Jahr 2022 sind 18 neue Hotelprojekte mit rund 2'400 Zimmern geplant. Tabelle 2 zeigt eine Übersicht über die neu realisierten Hotels der letzten drei Jahre und die geplanten Hotelprojekte für die kommenden Jahre. Die nachfolgenden Auswertungen zu den geplanten Hotel-Neubauprojekten wurden per Mai 2019 vorgenommen.

Ein weiteres Hotelprojekt, welches sich nicht auf dieser Übersichtstabelle befindet, wird von der Cinerent AG in Rümlang geplant. Nebst einer neuen Eventhalle in der Nähe des Bahnhofs Glattbrugg soll auch ein Hotel realisiert werden. Da sich das Projekt noch in einer frühen Planungsphase befindet, sind noch keine Details bezüglich der Hotelgrösse oder zum Jahr der geplanten Fertigstellung verfügbar.

Tabelle 2

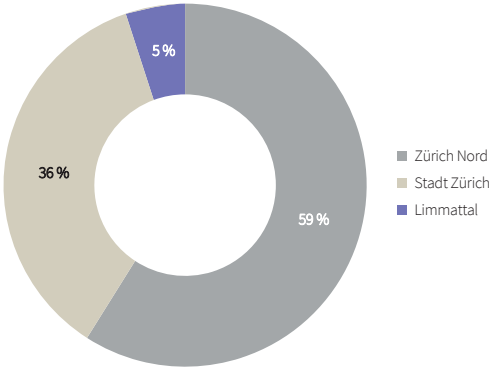
Übersichtstabelle abgeschlossene und aktuelle Hotelprojekte Stand Mai 2019

Hotelprojekt	Ort	Anzahl neue Zimmer	Fertigstellung	Eigentümerschaft (Grundbuch)	Hotelkette
Placid Hotel Zürich	Zürich	87	2016	Diakonie Bethanien	keine Hotelkette
25hours Langstrasse	Zürich	166	2017	SBB	Accor Hotels
Motel One	Zürich	394	2017	Swiss Prime Site Immobilien AG	Motel One
a-ja City Resort	Zürich	319	2018	Credit Suisse Anlagestiftung	aja Resorts
B&B Hotel	Rümlang	170	2018	Nestor Immobilien AG	B&B Hotels
B&B Hotel (r2 Hochhaus)	Wallisellen	142	2019	Credit Suisse Anlagestiftung	B&B Hotels
Hotel Josef	Zürich	n/a	2019	Candrian Immobilien AG	keine Hotelkette
Allegra Lodge	Kloten	90	2019	Gaho AG	Welcome Hotels
Harry's Home	Wallisellen	123	2019	Rietpark Immobilien AG	Harry's Home
CitizenM	Zürich	160	2019	UBS «Sima» (Balintra AG)	CitizenM
Hilton Garden Inn Zürich Limmattal	Spreitenbach	114	2019	Immo Invest Partner AG	Hilton Hotels & Resorts
Leonardo Hotel	Kloten	116	2020	Beltopo Immobilien AG	Fattal Hotel Group
Intercity Hotel	Rümlang	260	2020	Necron AG	Deutsche Hospitality
The Circle: Hyatt Regency	Kloten	250	2020	Flughafen Zürich AG / Swiss Life AG	Hyatt Hotels
The Circle: Hyatt Place	Kloten	300	2020	Flughafen Zürich AG / Swiss Life AG	Hyatt Hotels
Sorell Hotel St. Peter	Zürich	45	2020	Genossenschaft ZFV-Unternehmungen	Sorell
MEININGER (Greencity)	Zürich	174	2021	Credit Suisse Anlagestiftung	MEININGER Hotelgruppe
Niu Hotel (Glasi Quartier)	Bülach	131	2021	Logis Suisse AG	Novum Hotel Group
Hotel Ruby	Zürich	210	2021	PSP Properties AG	Ruby Hotels
Dolder Waldhaus	Zürich	97	2022	Dolder Hotel AG	keine Hotelkette
Easy Hotel (3 Hotels geplant)	Zürich	174	n/a	PHS Immobilien AG	Easy Hotels
Total Region Zürich		**3'522**			

Quelle: JLL, Grundbuchämter

Abbildung 9

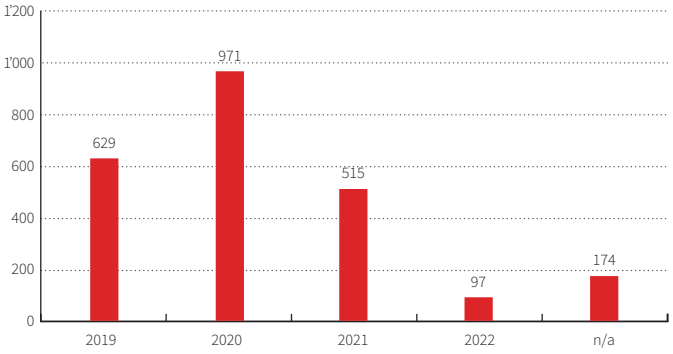
Geografische Verteilung – neue Zimmer nach Subregion



Quelle: JLL

Abbildung 10

Timeline – neue Zimmer nach erwarteter Fertigstellung



Quelle: JLL

Zürich Nord mit grösster geplanter Angebotsausweitung

Ein Blick auf die geografische Verteilung zeigt (Abbildung 9), dass praktisch alle neuen Hotelprojekte (95 %) auf die Stadt Zürich und Zürich Nord entfallen. Dabei fällt die zukünftig geplante Angebotsausweitung in Zürich Nord fast doppelt so hoch aus wie in der Stadt. Innerhalb von Zürich Nord gibt es vor allem am Flughafen und dessen Umgebung viele Projekte. Am Flughafen Zürich werden beispielsweise bis 2020 zwei neue Hotels mit gemeinsam rund 550 Zimmern (Hyatt Regency und Hyatt Place) im Grossprojekt «The Circle» realisiert. Nebst der Fertigstellung des Grossprojekts «The Circle» könnten zwei weitere Hotelprojekte in Kloten und Rümlang im selben Jahr in Betrieb genommen werden.

Viele Fertigstellungen 2019 und 2020

Die meisten Hotelzimmer sind für das Jahr 2020 geplant (Abbildung 10). Von den insgesamt 971 neuen Zimmern im Jahr 2020 entstehen über 95 % im Gebiet rund um den Flughafen. Alleine die 926 neuen Zimmer in Zürich Nord im Jahr 2020 machen rund 25 % des Bestandes in Zürich Nord per Ende 2018 aus.

Ausrichtung der geplanten Hotels

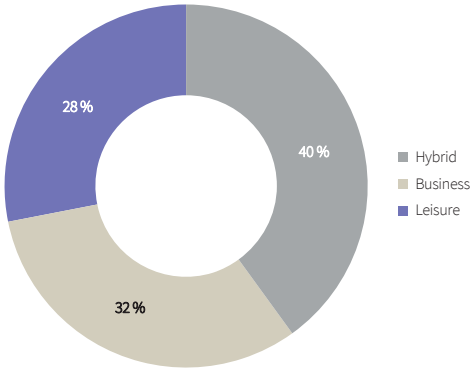
Die Ausrichtung der geplanten Hotels ist relativ ausgeglichen (Abbildung 11). Jeweils rund 30 % der neuen Hotels fallen unter die Kategorie Business und Leisure. Der grösste Anteil (40 %) der geplanten Hotels fällt unter die Kategorie «Hybrid», welche sowohl Freizeit- als auch Geschäftskunden ansprechen möchte. Ein Beispiel des Hybrid-Konzepts ist das neue MEININGER Hotel, welches voraussichtlich im 1. Halbjahr 2021 im Zuge der Überbauung «Greencity» eröffnet werden soll. Neben klassischen Doppelzimmern sind auch Mehrbettzimmer vorgesehen. Mit diesem Konzept soll ein breites Spektrum an potenziellen Hotelgästen angesprochen werden, welche von Businessreisenden über Familien und Individualreisenden bis hin zu Gruppen reichen.

Bezüglich der Hotelkategorie ist in Abbildung 11 zu beobachten, dass sich Hotels oder Hotelkonzepte nicht mehr auf eine bestimmte Sternekategorie festlegen möchten bzw. diese noch nicht definiert haben. Bei den geplanten Hotels mit einer festgelegten Sternekategorie sind alle entweder 3- oder 4-Sterne-Hotels.

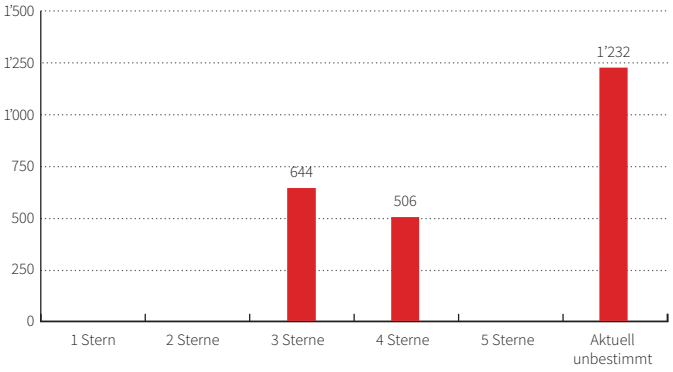
Abbildung 11

Ausrichtung – neue Zimmer nach Zielgruppe und Kategorie

Zielgruppe



Kategorie



Quelle: JLL

2.5 Parahotellerie: Serviced Apartments und Airbnb

Bestehende Zürcher Hotels stehen nicht nur in Konkurrenz mit anderen Hotels, sondern auch mit Angeboten, welche nicht der klassischen Hotellerie zuzuordnen sind. Unter den Oberbegriff Parahotellerie fallen z. B. die sich in aller Munde befindenden Angebote von Airbnb. In jüngerer Zeit sind aber auch weitere signifikante Entwicklungen im Bereich von Serviced Apartments zu beobachten. Ein Grossteil der Serviced Apartments wird über Airbnb vertrieben.

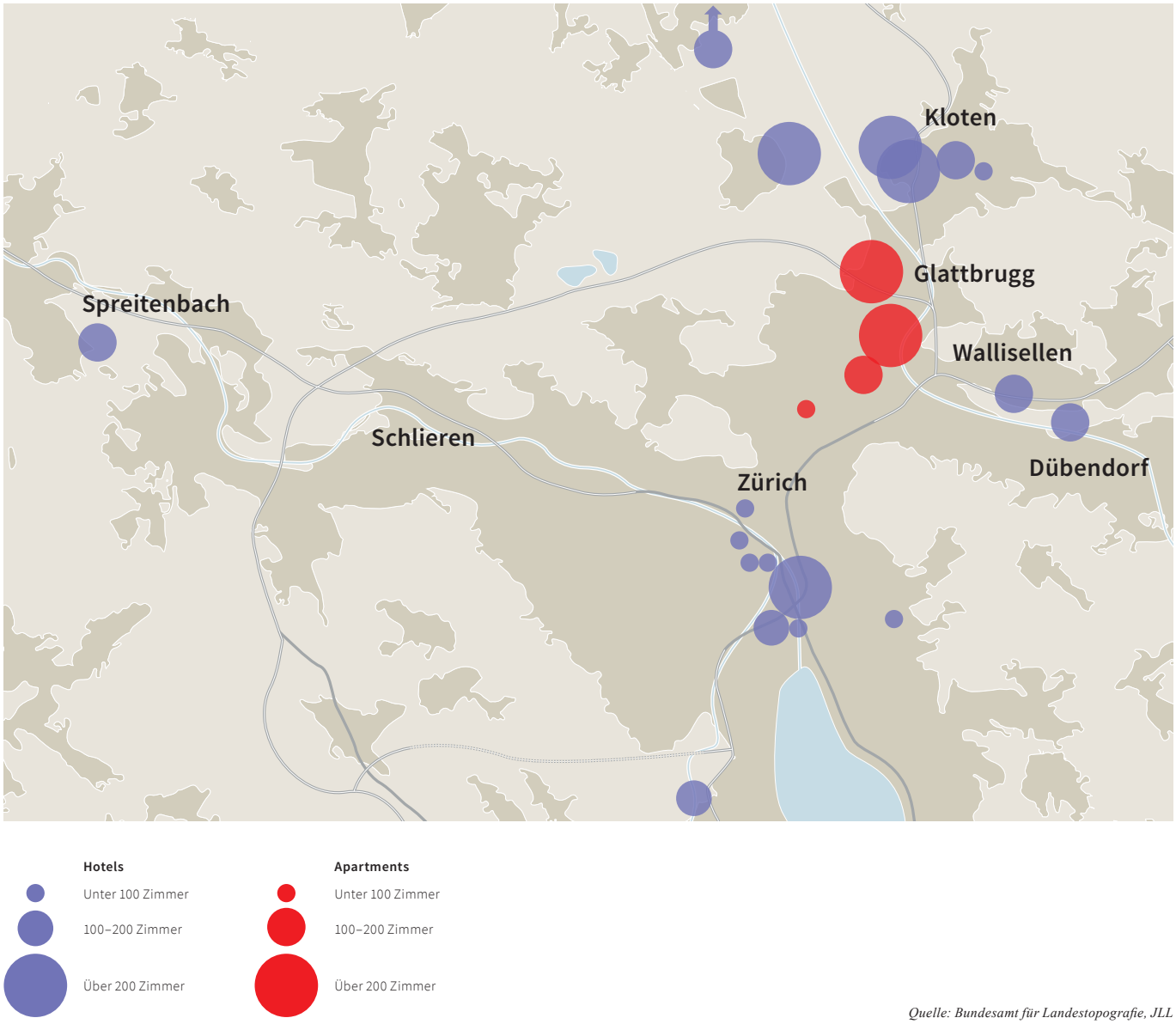
Konkret sind rund 1'000 neue Serviced Apartments im Raum Zürich in fortgeschrittener Planungsphase oder im Bau, die bis 2022 fertiggestellt werden könnten. Die meisten Serviced-Apartments-Projekte sind wiederum in Zürich Nord angesiedelt. Unter anderem wird die Turicum PropCo AG zusammen mit dem Serviced-Living-Anbieter JOYN bis Ende 2020 rund 450 Apartments und Zimmer im Glattpark realisieren, und bis zum Jahr 2021 sind von VISIONAPARTMENTS in Glattbrugg über 300 neue Wohneinheiten geplant. In Zürich Nord, insbesondere rund um das Gebiet Glattpark, könnten noch weitere grössere Projekte folgen, die allerdings zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht genug konkretisiert sind und darum nicht in die erwähnten 1'000 Einheiten einfliessen. Rechnet man die insgesamt 1'000 neuen Serviced Apartments zu den geplanten Hotelzimmern hinzu, liegt die Angebotsausweitung bei insgesamt rund 3'400 neuen Übernachtungsmöglichkeiten bis 2022 (Abbildung 12). Allein in Zürich Nord entfallen rund 2'200 Zimmer und Apartments der geplanten Projekte, was rund zwei Dritteln entspricht.

Noch beeindruckender erscheint die Situation, wenn man zusätzlich Airbnb und ähnliche Angebote berücksichtigt, welche in der Schweiz bereits in den letzten Jahren eindrückliche Wachstumsraten aufweisen konnten. Gemäss Airbnb gab es 35'800 aktive Unterkünfte im Jahr 2018 in der Schweiz, was verglichen mit 2016 einer Verdoppelung entspricht. In der Stadt Zürich gab es gemäss einer Studie von Fahrländer Partner («FPRE» im Folgenden) per Herbst 2017 rund 2'500 aktive Angebote auf Airbnb, wovon rund 1'500 Privatwohnungen betrafen. Letzteres entspricht knapp 15 – 20 % des damaligen Hotelzimmer-Bestands in der Stadt Zürich. Eine zukünftige Verdoppelung eigener Angebote alle zwei Jahre erscheint unwahrscheinlich. Gemäss der FPRE-Studie wird davon ausgegangen, dass sich das Wachstum von Airbnb in den nächsten Jahren verlangsamen wird bis hin zu einer Marktsättigung. Doch bereits ein jährliches Wachstum von 20 % jedes Jahr zwischen Ende 2017 und 2022 würde über diese 5-Jahres-Periode ebenfalls in einer Verdoppelung bzw. in weiteren rund 1'500 neuen Airbnb-Wohnungen resultieren.

Im Hinblick auf die Anteile an Airbnb-Übernachtungsgästen gehen Schätzungen gemäss der FPRE-Studie davon aus, dass in der Stadt Zürich rund 10 % aller Logiernächte über Airbnb laufen. Im internationalen Vergleich liegt Zürich damit deutlich hinter Städten wie Barcelona (40 %), Prag (35 %), Amsterdam (29 %) oder Berlin (29 %). Bezüglich der gesetzlichen Vorschriften unterliegen Airbnb-Angebote weniger Auflagen als Hotels. Insbesondere das Thema Brandschutzauflagen sorgt immer wieder für Diskussionsstoff, da Airbnb-Angebote davon befreit sind. Ein weiterer Konfliktpunkt stellt in vielen Kantonen die Kurtaxe dar. In Zürich wurde 2018 die City Tax für Airbnb-Buchungen eingeführt.

Abbildung 12

Übersichtskarte projektierte Hotels und Serviced Apartments Stand Mai 2019



Quelle: Bundesamt für Landestopografie, JLL

2.6 Vergleich mit anderen europäischen Städten

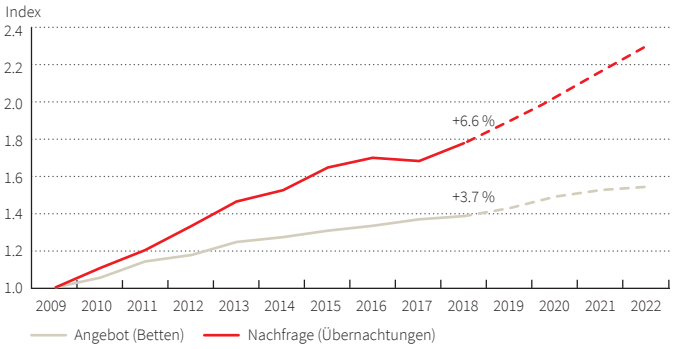
Die Entwicklung der Hotelmärkte in anderen europäischen Städten wie bspw. Berlin, München, Wien, Amsterdam und Warschau zeigt, dass auch diese bereits in der Vergangenheit deutliche Angebotszuwächse gezeigt haben, aber auch in den kommenden Jahren weiterhin ein starkes Angebotswachstum erfahren werden (Abbildung 13).

Die Anzahl der zukünftigen Hotelbetten basiert auf Recherchen von JLL. Die zukünftige Entwicklung der Nachfrage wurde mittels des durchschnittlich jährlichen Wachstums CAGR (compound annual growth rate) in Bezug auf die Hotelübernachtungen der vergangenen zehn Jahre (2009 bis 2018) prognostiziert. Anhand der Grafiken zeigt sich, dass dem Angebotswachstum in allen gezeigten Märkten ein vergleichsweise hohes Nachfragewachstum gegenübersteht. Aufgrund dessen kann – wie auch die Historie zeigt – davon ausgegangen werden, dass die Nachfrage das Angebot mittel- bis langfristig weiterhin absorbieren kann. Im Hotelmarkt München wurde bspw. ein CAGR von +4,9 % bezüglich der Hotelbetten ausgewiesen, welcher jedoch mittels eines Zuwachses von +6,8 % hinsichtlich der Übernachtungen aufgefangen werden konnte. Dennoch wird es aufgrund der starken Zuwächse in Teilmärkten zumindest kurzfristig zu einer deutlichen Verschärfung des Wettbewerbs kommen, was sich auf die Leistungsergebnisse auswirkt. Dies betrifft insbesondere ältere, nicht adäquat instand gehaltene Häuser ohne Markenanbindung in ungünstigeren Lagen.

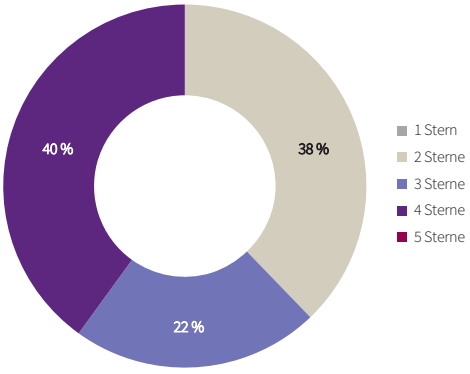
Abbildung 13

Prognostizierte Entwicklung europäischer Städte

Berlin Angebot vs. Nachfrage

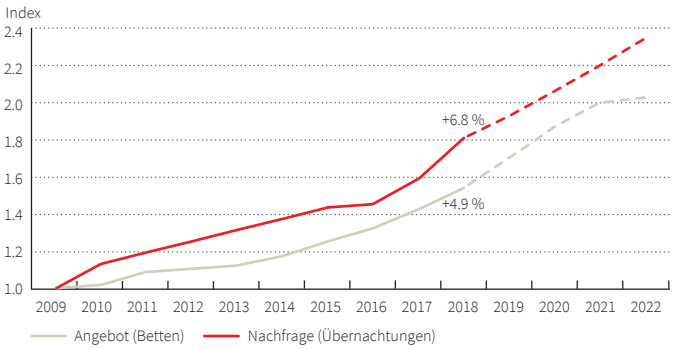


Kategorie zukünftiges Angebot 2019 – 2022

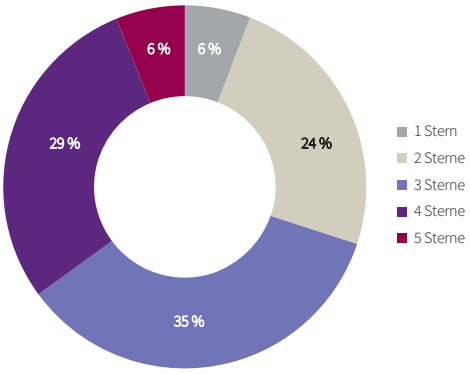


Quelle: Statistische Ämter, STR, JLL

München Angebot vs. Nachfrage

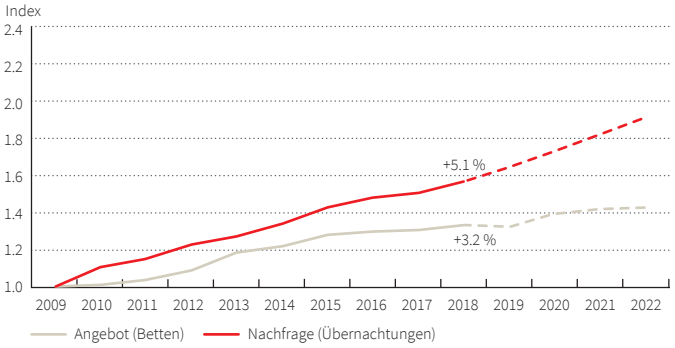


Kategorie zukünftiges Angebot 2019 – 2022

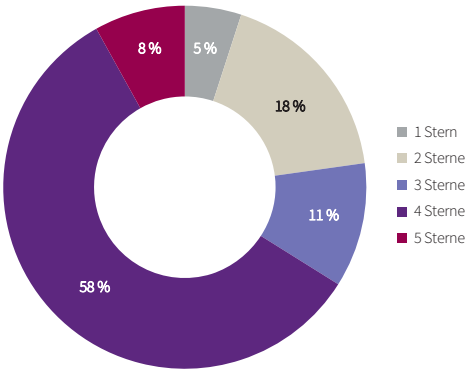


Quelle: Statistische Ämter, STR, JLL

Wien Angebot vs. Nachfrage

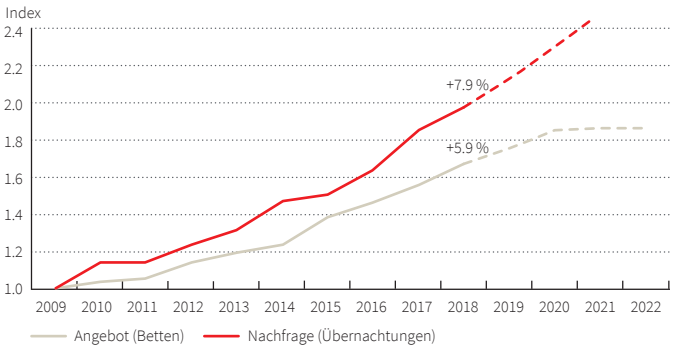


Kategorie zukünftiges Angebot 2019 – 2022

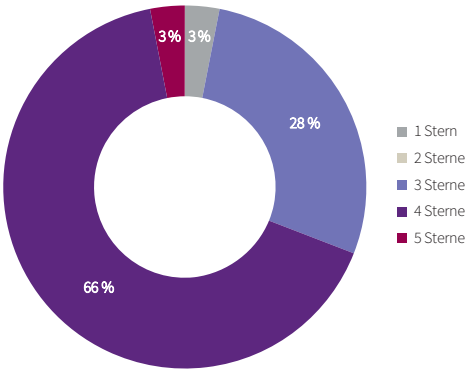


Quelle: Statistische Ämter, STR, JLL

Amsterdam Angebot vs. Nachfrage

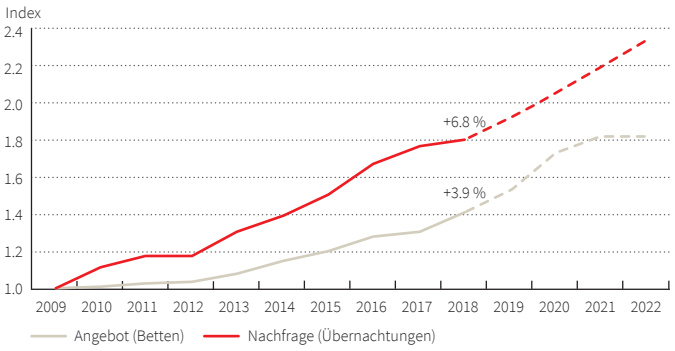


Kategorie zukünftiges Angebot 2019 – 2022

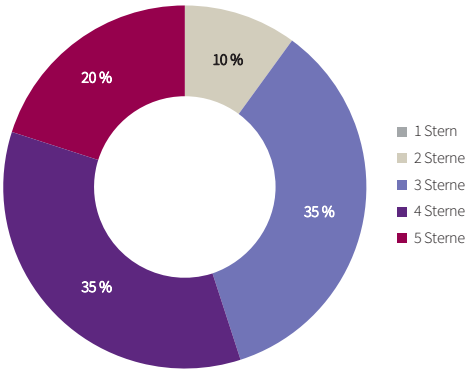


Quelle: Statistische Ämter, STR, JLL

Warschau Angebot vs. Nachfrage



Kategorie zukünftiges Angebot 2019 – 2022



Quelle: Statistische Ämter, STR, JLL

Zudem zeigt sich, dass derzeit in der Hotelbranche noch unterrepräsentierte Segmente wie Lifestyle- und Longstayhotels, welche hauptsächlich in den 3- und 4-Sterne-Segmenten positioniert sind, Zuwächse zu verzeichnen haben. Hinsichtlich der Lage ist aufgrund des Städtewachstums und der damit resultierenden Dezentralisierung der Grossstädte mit der Bildung neuer Stadtteillagen vermehrt ein Angebotszuwachs in ausserstädtischen Regionen zu beobachten. Zu berücksichtigen ist hierbei, dass insbesondere solche Lagen in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten von Nachfragerückgängen und geringerem Overflow-Potenzial aus der Stadt betroffen sein werden.

2.7 Key Takeaways

- Seit 2010 hat sich die Anzahl der Hotelzimmer im Raum Zürich um rund einen Viertel bzw. um 2'850 Zimmer auf insgesamt 13'680 Zimmer erhöht. Die Zimmer konnten insgesamt aus Auslastungssicht relativ gut absorbiert werden, da gleichzeitig die Anzahl der Übernachtungen in einem ähnlichen Umfang anstieg.

- Die grösste Zunahme an neuen Zimmern verzeichneten 4-Sterne-Hotels und Hotels mit unbekannter Klassifizierung. Die durchschnittliche Auslastung der 4-Sterne-Hotels konnte ebenfalls gehalten werden, allerdings teilweise auf Kosten tieferer Zimmerpreise, was im Vergleich zum Jahr 2010 in einem rund 15 % tieferen durchschnittlichen RevPAR resultierte.

- Die Hotel-Projektpipeline ist auch für die nächsten Jahre prall gefüllt. Bis ins Jahr 2022 könnten 18 neue Hotels mit rund 2'400 Zimmern realisiert werden. Die neuen Hotels sind zu einem grossen Teil in Zürich Nord geplant.

- Die Ausrichtung der neuen Hotels ist relativ ausgeglichen. Die neuen Hotels verfügen (noch) über keine bestimmte Sternekategorie. Allerdings dürfte im Vergleich zu der vergangenen Angebotsausweitung ein stärkerer Fokus auf dem 3-Sterne-Segment liegen.

- Zusätzlich zu den neuen Hotels werden auch die Angebote im Parahotellerie-Bereich steigen. Dies sind nicht nur Airbnb-Vermietungen, sondern so sind z. B. derzeit im Raum Zürich knapp 1'000 neue Serviced Apartments in Planung. Rechnet man diese zu der Hotelpipeline hinzu, dann steigt das Angebot sogar um 3'400 Zimmer bis 2022.

- In europäischen Vergleichsstädten (Berlin, München, Wien, Amsterdam und Warschau) zeigt sich, dass dem Angebotswachstum in allen gezeigten Märkten ein vergleichsweise hohes Nachfragewachstum gegenübersteht. Aufgrund dessen kann davon ausgegangen werden, dass die Nachfrage das Angebot mittel- bis langfristig weiterhin absorbieren kann.

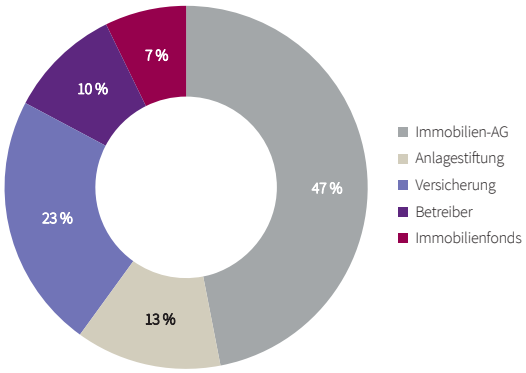
3 Treiber des Neubau-Booms

Eine Analyse der Projektpipeline nach Eigentümer und Betreiber zeigt ein klares Bild, wer hinter dem Boom steht (Abbildung 14). Als Investoren bzw. Immobilieneigentümer treten bei über 90 % der Hotelprojekte klassische Anleger, meist aus dem institutionellen Bereich, auf: Immobilienfirmen, Anlagestiftungen, Versicherungen und Immobilienfonds. Bei den Immobilienfirmen sind neben den börsenkotierten Immobiliengesellschaften (z. B. PSP Properties AG) aber mehrheitlich auch kleinere und private Immobiliengesellschaften als Investoren von Hotelprojekten anzutreffen. Das Interesse der Investoren trifft gleichzeitig auf offene Hotelbetreiber, vor allem aus dem Ausland. Bei den Betreibern von neuen Hotels dominieren mit einem Anteil von 90 % internationale Hotelketten. Woher kommt das aktuelle Interesse der Investoren und internationalen Betreiber am Zürcher Hotelmarkt, und wird dieser Trend anhalten?

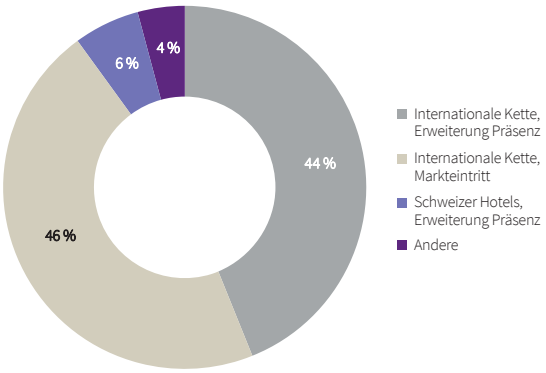
Abbildung 14

Akteure – neue Zimmer nach Eigentümertyp und Betreiber

Eigentümertyp



Betreiber



Quelle: JLL

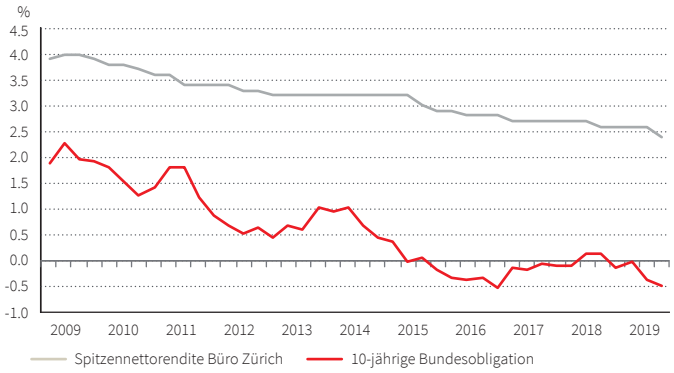
3.1 Treiber 1: Anlagedruck im Immobilien-Investitionsmarkt

Der Immobilien-Anlagemarkt boomte in den letzten Jahren. Stetig sinkende Zinsen und wegfallende Erträge in anderen Anlagesegmenten sorgten für Kapitalzuflüsse in Immobilienanlagen, die Renditeansprüche gesenkt und Preise gesteigert haben. Gab es Anfang 2002 noch 3.5 % Zins bei einer zehnjährigen Schweizer Bundesobligation, lag der Zins seit 2015 überwiegend unter 0 % und verführte dadurch viele Anleger, in vermeintlich höher rentierende Anlagen – allen voran Immobilien – auszuweichen. Der Anteil von direkten und indirekten Immobilieninvestitionen (inklusive Hypotheken) bei Pensionskassen stieg beispielsweise laut Swisscanto zwischen 2010 und 2018 von 21 % auf 26 % an (Abbildung 15). Auch die meisten anderen Investorengruppen aus dem Vorsorgebereich änderten ihre Asset Allocation substanziell zugunsten von Immobilienanlagen. Bei Renditeliegenschaften führte der massive Mittelzufluss zu sogenannten Renditekompressionen. Erwarteten Käufer bei hochwertigen Liegenschaften in der Innenstadt von Zürich im Jahr 2002 noch rund 4.0 % Nettomietrendite, liegt dieser Wert per 2. Quartal 2019 noch bei lediglich 2.4 %. Der Renditespread zu Bundesobligationen bleibt entsprechend trotz der Kompression nach wie vor hoch, und dadurch bleiben auch Immobilien als Anlageklasse weiterhin attraktiv.

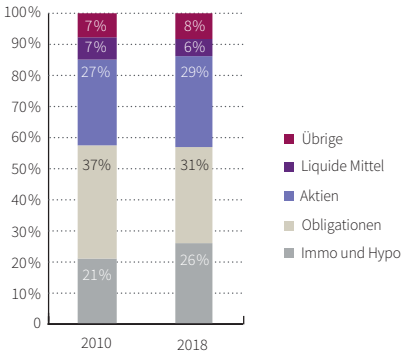
Abbildung 15

Spitzen-Büroimmobilienrenditen vs. Bundesobligation, Asset Allocation Schweizer Pensionskassen

Renditenvergleich



Asset Allokation Schweizer Pensionskassen



Quelle: Thomson Reuters, Swisscanto, JLL

Hotelimmobilien stellen dabei aber keineswegs den bevorzugten Sektor für Investoren dar. Zu schwierig einschätzbar sind oftmals die betrieblichen Risiken und zu spezialisiert die baulichen (Ausbau-)Komponenten von Hotelimmobilien für den Fall einer notwendigen Wiedervermietung in einer anderen Nutzung. Hotelimmobilien in touristischen Regionen sind derzeit bei einheimischen Investoren kaum platzierbar. Käufer von solchen Hotels können, wenn überhaupt, meist nur im Ausland gefunden werden. Anders sieht es bei City-Hotels und Hotels in urbanen Gegenden aus. Es kann grob zwischen drei Formen von Hotelprojekten unterschieden werden, die Investoren anziehen konnten:

- Massgeschneiderte eigenständige («stand-alone») Entwicklungen wie z. B. das Hilton Garden Inn in Spreitenbach oder das Intercity Hotel in Rümlang.

- Hotel-Neubauten als Teil einer grösseren Arealentwicklung wie z. B. die zwei Hyatts im The Circle oder das MEININGER-Hotel im Greencity.

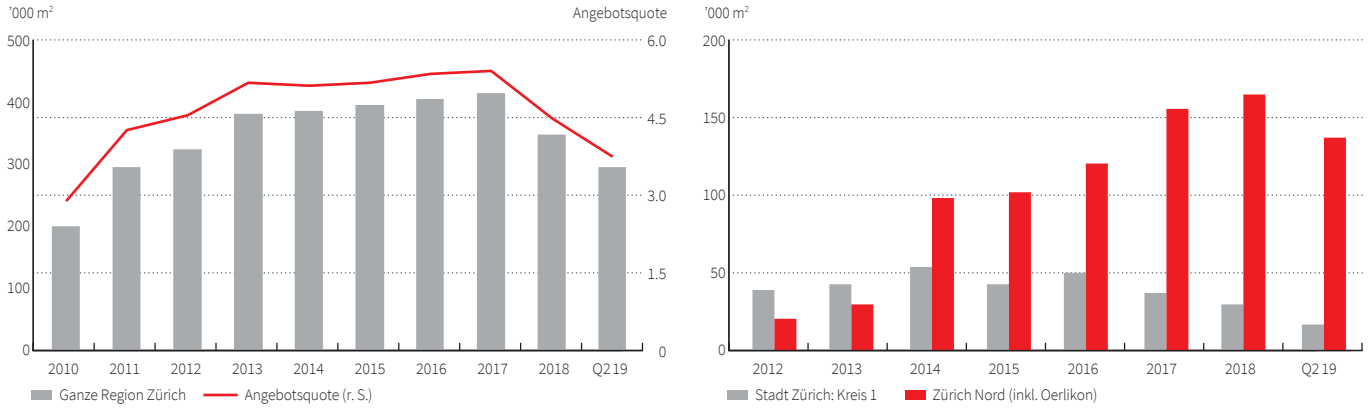
- Umwandlung bestehender Liegenschaften in Hotels wie z. B. das CitizenM oder das Hotel Ruby in der Innenstadt.

Hotelprojekte aller drei Ausgestaltungen profitierten dabei u. a. von der Schwäche des Büromarkts. Der Zürcher Büromarkt hat sich über das letzte Jahrzehnt von einem knappen und beschränkten zu einem offenen und expansiven Markt mit höherer Flächenverfügbarkeit entwickelt. Massgeblicher Treiber hinter diesem langfristigen Paradigmenwechsel war der Ausbau des S-Bahn-Netzes, welches die Entstehung von erfolgreichen neuen geschäftlichen Subzentren ausserhalb der Innenstadt ermöglichte. Die Expansion fand vor allem im Westen und Norden der Stadt statt. Als Folge stiegen die Büroleerstände in der Region Zürich zwischenzeitlich auf über 400’000 m^2 bzw. über 5 % des Gesamtbestands an (Abbildung 16). Die Innenstadt war anfangs überproportional von der Entwicklung betroffen, da viele Finanzdienstleister die Chance des neuen Angebots nutzten, um Middle- und Back-Office-Bereiche aus veralteten CBD-Liegenschaften in moderne Büroliegenschaften in den neuen Subzentren zu verlegen.

Eigentümer von Innenstadt-Büroliegenschaften standen vor der Frage, ob die frei gewordenen Büroflächen in dem kompetitiven Marktumfeld überhaupt wieder Mieter finden können. Eine Konversion in Hotels stellte vor diesem Hintergrund eine attraktive Handlungsoption dar. Ähnliches war bei Projektentwicklungen zu beobachten. Bei kommerziellen Projektentwicklungen wird – mit wenigen Ausnahmen – nur mit dem Bau begonnen, nachdem eine bestimmte Vorvermietungsquote erreicht wird. Dies zu erreichen, ist speziell bei Projekten mit einem hohen Büroflächenanteil ausserhalb der Innenstadt eine Herausforderung.

Abbildung 16

Entwicklung angebotene Bürofläche



Quelle: JLL, Büromarkt Profil - Q2 2019

Eigentümer von Entwicklungsprojekten sind entsprechend an alternativen Nutzungskonzepten interessiert, die einen Bau auslösen können. Im Vulcano-Projekt in Altstetten, das 2018 fertiggestellt wurde, waren z. B. rund 14'000 m² Büroflächen geplant, bevor sich die Möglichkeit bot, ein Hotel zu realisieren.

Das Pendel bewegt sich in jüngster Zeit allerdings wieder in Richtung Büronutzung. Die Schweizer Wirtschaft erlebte in den letzten Quartalen eine (hoch)konjunkturelle Aufschwungsphase. Die Auswirkungen waren auch im Büroflächenmarkt deutlich spürbar. Die Nachfrage und damit die Flächenabsorption entwickelten sich positiv und die Leerstände sind in Zürich wieder zurückgegangen. Das Angebot an Büroflächen in der Region Zürich sank im ersten Halbjahr 2019 um weitere 15.5 % von 351'600 m² auf 297'100 m² oder 3.8 % des gesamten Büroflächenbestands. Die aktuelle Leerstandsentwicklung ist aus Eigentümersicht insbesondere in der Innenstadt positiv. Die angebotenen Büroflächen sanken in Zürichs CBD um rund 70 % seit ihrem Höhepunkt im Jahr 2014 (Abbildung 16). Derzeit besteht sogar wieder ein Angebotsengpass bei grösseren Büroflächen im CBD. Aufgrund der verbesserten Nachfragesituation im Zürcher Büromarkt ist die Umwandlung von bestehenden Objekten in Hotelbetriebe an zentralen Lagen aktuell kaum mehr attraktiv. Das heisst, das Risiko weiterer zukünftiger Konversionsprojekte hat sich deutlich vermindert. Die Büroleerstände im Norden Zürichs verharrten dagegen im zweistelligen Prozentbereich, und Hotels können dort nach wie vor eine attraktive alternative Nutzungsform darstellen, solange die Ertragsseite nicht deutlich einbricht.

3.2 Treiber 2: Markteintritt internationaler Hotelketten in die Schweiz

Auf Betreiberseite sind es fast ausschliesslich internationale Hotelketten, welche die neuen Hotelprojekte managen werden. Dabei kann zwischen Marken, die bereits in der Region Zürich tätig sind und ihre Präsenz erweitern möchten, und Marken, die den Markteintritt suchen, unterschieden werden. Zu Ersteren gehören die geplanten neuen Hyatts beim Flughafen oder das Leonardo-Hotel der Fattal Hotel Group in Kloten. Die zweite Gruppe ist deutlich umfangreicher und umfasst die deutschen Brands a-ja City Resort, Niu Hotel, Hotel Ruby, Intercity sowie B&B Hotel (Frankreich), MEININGER Hotel (Grossbritannien), Harry's Home (Österreich) und citizenM (Niederlande).

Zürich stellt für internationale Hotelketten ein attraktives Umfeld für eine Expansion dar. Die Topline-Einnahmen wie Zimmerpreise und RevPAR erscheinen aus internationaler Sicht hoch und aus Marktsicht stabil (zumindest in den letzten Jahren, siehe Kapitel 2.2). Auf der anderen Seite sind auch die Kosten höher, was oft unterschätzt wird. Doch viele der neuen Hotelkonzepte wie citizenM oder Motel One zeichnen sich durch sehr tiefe Betriebskosten z. B. im Gastrobereich oder beim Personal aus und

verfügen entsprechend über höhere Margen bei gleichen Einnahmen.

Falls sich die Marktkomponenten nicht wesentlich verändern sollten, dürfte der Druck ausländischer Marken auf die Schweiz und die Region Zürich anhalten, insbesondere von Betreibern mit innovativen Hotelkonzepten. Neben einer wachsenden Präsenz der bereits eingetretenen Ketten sind auch weitere Markteintritte erfolgreicher internationaler Brands mit einer Expansionsstrategie in Europa nicht auszuschliessen. Mögliche Marken mit unterschiedlichen Zielgruppen und Preiskategorien, für welche der Standort Zürich interessant sein könnte, wären beispielsweise Kimpton, The Hoxton, Saco, Student Hotel oder Yotel.

3.3 Key Takeaways

- Als Investoren bzw. Immobilieneigentümer treten bei über 90 % der Hotelprojekte klassische Anleger aus dem institutionellen Bereich auf: Immobilienfirmen, Anlagestiftungen, Versicherungen und Immobilienfonds.

- Aus Anlagesicht profitierten Hotels in urbanen Gegenden in den letzten Jahren von den rekordtiefen Zinsen, die Investoren in Immobilienanlagen trieben, sowie von der Schwäche im Zürcher Büro-Vermietungsmarkt der vergangenen Jahre, welche die Suche nach alternativen Nutzungsformen bei bestehenden Liegenschaften und bei Neubauprojekten antrieb.

- Der generelle Investitionsdruck bleibt hoch. Doch viele Investoren aus dem Vorsorgebereich sind mittlerweile substanziell in Immobilien exponiert und dürften etwas zurückhaltender werden. Gleichzeitig hat sich der Büro-Vermietungsmarkt in Zürich stark verbessert. Die Umwandlung alter Büroliegenschaften in Hotels erscheint an zentralen Gegenden kaum mehr sinnvoll.

- Als Betreiber der neuen Hotels dominieren klar internationale Hotelketten, welche oftmals Zürich für den Markteintritt von neuen Hotelkonzepten nutzen. Der Druck ausländischer Marken auf Zürich dürfte anhalten, da die Topline-Einnahmen international attraktiv erscheinen. Dabei wird oft die höhere Kostenstruktur unterschätzt.

4 Szenarioanalyse: Gibt es eine Nachfrage für die geplanten neuen Hotelzimmer?

Wie in Kapitel 2.2 dargestellt, hat der Zürcher Hotelmarkt die vergangene Angebotsausweitung relativ gut absorbieren können. Die Anzahl der Übernachtungen wuchs in den letzten Jahren etwa im Einklang mit den neu erstellten Zimmern. Bedeutet dies, dass möglicherweise auch die Sorgen ausgehend von den weiteren geplanten Hotelprojekten überhöht sind, oder besteht wirklich eine mittelfristige Überangebotsgefahr am Zürcher Hotelmarkt? Um Aussagen über die zukünftige Entwicklung der Auslastung treffen zu können, soll im Folgenden eine vereinfachte Modellrechnung für verschiedene Nachfrageszenarien durchgeführt werden.

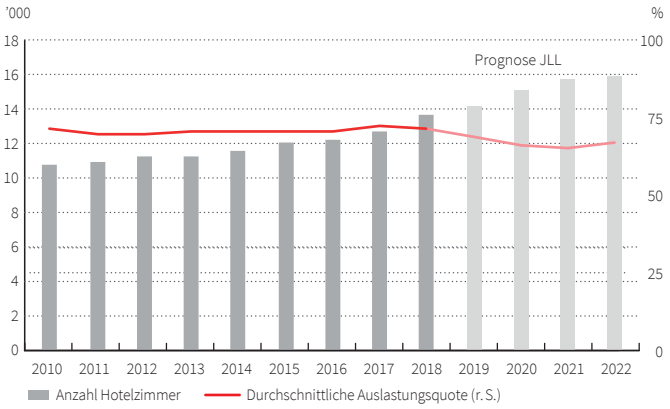
4.1 Szenarioanalyse für Angebot/Nachfrage am Hotelmarkt Zürich

Die Entwicklung der Nachfrageseite ist schwierig abzuschätzen. Für das Hauptszenario wird angenommen, dass die Anzahl Zimmernächte in den nächsten vier Jahren mit der durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate zwischen 2010 und 2018 von 2.8 % ansteigt. Die Anzahl der Hotelzimmer wird auf der anderen Seite, falls alle Hotelprojekte wie geplant realisiert werden, in den nächsten vier Jahren um insgesamt 17.4 % bzw. 4.1 % pro Jahr ansteigen. Daraus lässt sich bereits auf eine sich vergrössernde Lücke zwischen Angebot und Nachfrage schliessen. Abbildung 17 zeigt die prognostizierte Entwicklung der Anzahl Zimmer und der durchschnittlichen Hotelauslastung für den Raum Zürich.

Die marktweiten Hotelkennzahlen dürften sich somit auch dann verschlechtern, sollte sich die Anzahl Übernachtungen ähnlich positiv entwickeln wie in den letzten Jahren. Die durchschnittliche Hotelauslastung im Raum Zürich würde in diesem Fall durch die geplante Angebotsausweitung von heute rund 72.3 % auf etwa 67 % zurückgehen. Dies mag auf den ersten Blick nicht als viel erscheinen, doch der durchschnittliche RevPAR würde dadurch um rund 7.3 % sinken und dies nur, wenn die Zimmerpreise auf dem aktuellen Niveau gehalten werden können. Letzteres könnte zusätzlich auch noch schwieriger werden, angesichts des intensiver werdenden Wettbewerbs. Dies betrifft nicht nur die Perspektiven der neuen Hotels, sondern auch «alte» Hotelanbieter, die mit dem neuen Angebot in direkter Konkurrenz stehen, weshalb deren Bedenken teilweise berechtigt erscheinen (mehr dazu und zu deren Massnahmen siehe Kapitel 5).

Abbildung 17

Hauptszenario-Prognosen für alle Hotels in der Analyseregion



Quelle: JLL

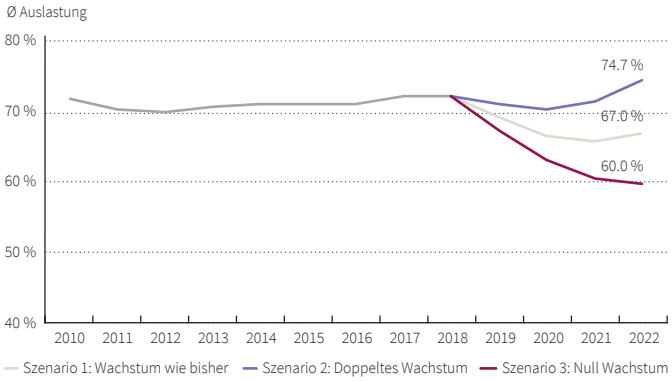
Zur Sensitivitätsanalyse werden zwei Alternativszenarien erstellt: ein positives und ein negatives hinsichtlich der Dynamik im Markt. Für das positive Szenario wird ein doppelt so hohes Wachstum der Zimmernächte als im Hauptszenario angenommen, für das negative Szenario eine Stagnation der Zimmernächte auf dem heutigen Niveau. Abbildung 18 zeigt die Ergebnisse der Szenarioanalyse. Im Falle einer Stagnation der Nachfrage wird die durchschnittliche Auslastung deutlich unter Druck kommen und bis 2022 auf 60 % fallen. Im positiven Szenario kann dagegen die Auslastung gehalten bzw. sogar leicht gesteigert werden. Doch eine solche Beschleunigung des Wachstums der Übernachtungen erscheint aus jetziger Sicht unwahrscheinlich. Generell kann aus der Szenarioanalyse geschlossen werden, dass die Entwicklung auf der Nachfrageseite wesentlich sein wird für die Absorption der neuen Zimmer. Die Erschliessung neuer Nachfragesegmente ist vor diesem Hintergrund auch eine mögliche Stellschraube, die von Verbänden, Politik etc. angegangen werden kann (siehe Kapitel 4.3).

4.2 Segmente und Regionen

Die Angebotsausweitung über die nächsten vier Jahre zieht vor allem in der Subregion Zürich Nord an. Während in den acht vergangenen Jahren dort rund 100 neue Zimmer pro Jahr erstellt wurden, sind für 2019–2022 rund 350 neue Zimmer pro Jahr geplant. In der Stadt Zürich liegt die Angebotsausweitung in den nächsten vier Jahren mit knapp über 200 neuen Zimmern pro Jahr etwa

Abbildung 18

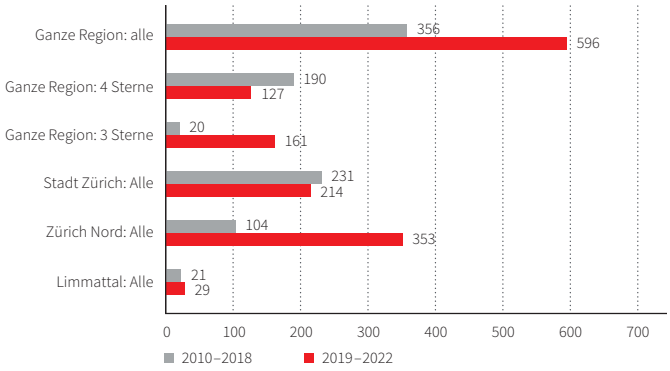
Szenarioanalyse für alle Hotels in der Analyseregion



Quelle: JLL

Abbildung 19

Jährlicher Zuwachs an Hotelzimmern nach Region und Periode



Quelle: JLL

im Rahmen der jüngeren Vergangenheit (Abbildung 19). Nimmt man – wie beim Hauptszenario für die gesamte Region – ein fortgesetztes Wachstum der Übernachtungen mit der durchschnittlichen Wachstumsrate zwischen 2010 und 2018 in der jeweiligen Subregion an, dann würde in der Stadt Zürich per Ende 2022 die durchschnittliche Auslastung bei 72.3 % bzw. etwa auf dem heutigen Niveau liegen, während sie in Zürich Nord drastisch von über 75 % auf fast 60 % fallen würde.

Eine Analyse nach Segment ist schwieriger, da die meisten Hotelprojekte (noch) keiner spezifischen Kategorie zugeordnet werden können oder sich ausserhalb der traditionellen Sternekategorien bewegen (Abbildung 11). Generell kann aber gesagt werden, dass im Vergleich zu den letzten Jahren das neue Angebot mehr auf das 3-Sterne-Segment fokussiert und eher weniger auf 4-Sterne-Zimmer. Bei gleichbleibenden Übernachtungsraten in den beiden Sternekategorien würde dies eine deutliche Reduktion der durchschnittlichen Auslastung bei 3-Sterne-Hotels bedeuten. Die Auslastung bei 4-Sterne-Hotels würde unter einem solchen Szenario bis 2020 sogar ansteigen. Auch bei den Segmenten werden die modellierten Effekte aufgrund endogener Nachfragegenerierung sowie Verschiebungen von Übernachtungen zwischen Hotelkategorien allerdings in der Realität abgeschwächt.

Neues Angebot generiert auch eine zusätzliche Nachfrage

In der Realität wird das neue Angebot auch eine zusätzliche Nachfrage von selbst generieren. Zum Beispiel wird die Fertigstellung des Grossprojektes «The Circle» am Flughafen Zürich einen Nachfrageschub nach Hotelübernachtungen in der Flughafenregion auslösen. Nebst den geplanten Retail- und Büroflächen sind auch Angebote im Bereich Bildung, Kunst und Gesundheit/Beauty vorgesehen. Im letztgenannten Bereich ist ein Ableger des Universitätsspitals Zürich geplant. Im Weiteren dürfte insbesondere auch das geplante Kongresszentrum beim Flughafen (The Circle Convention Centre) für einen Nachfrageschub sorgen. Das neue Kongresszentrum wird im Zusammenhang mit dem Bau des Hyatt Regency Hotels erstellt und verfügt über eine Fläche von über 5’000 m^2 inklusive einer Veranstaltungshalle, welche über eine Tagungskapazität von bis zu 2’500 Personen verfügen wird. Durch diese Effekte kann davon ausgegangen werden, dass die durchschnittliche Auslastung weniger negativ betroffen sein wird. Nichtsdestotrotz dürfte wohl, wie im Büromarkt, auch bei den Hotels Zürich Nord den stärksten Konkurrenzdruck im Markt verspüren.

4.3 Massnahmen zur Förderung relevanter Nachfragegruppen

Ein verstärktes, nachfrageseitiges Wachstum nach Hotelzimmern im Raum Zürich ist somit notwendig, um die neuen Hotelprojekte ohne zu grosse negative Effekte auf die Hotelbranche stemmen zu können. Eine florierende Wirtschaft ist selbstverständlich eine Grundvoraussetzung für eine robuste Zimmernachfrage bei Geschäftsreisenden. Es gibt aber auch noch weiteres Wachstumspotenzial im touristischen oder MICE-Bereich. Nachfolgend werden mögliche Massnahmen zur Förderung relevanter Nachfragegruppen aufgezeigt. Die Massnahmen orientieren sich an den jeweiligen Zielgruppen Business/MICE, Leisure und Hybrid/Bleisure. Zudem wurde als Exkurs eine weitere Massnahme zur Erschliessung einer neuen Nachfragegruppe aufgeführt.

- Business/MICE: Verbesserung der Konferenzinfrastruktur
  Im Bereich der Infrastruktur für Kongresse besteht in Zürich noch Potenzial. Die bestehende Infrastruktur in Zürich ist nicht geeignet, um grössere internationale Kongresse durchzuführen. Um sich in diesem Bereich etablieren zu können, wäre nebst den bestehenden und aktuell geplanten Kongresskapazitäten ein grosses Kongresszentrum an einer gut erschlossenen Lage in Zürich mit entsprechenden Kapazitäten notwendig. Insbesondere im Hinblick auf die Anzahl der geplanten Hotelzimmer könnte mit einem Kongresszentrum die Nachfrage angekurbelt werden. Ein Kongresszentrum könnte auch für einen Imageschub und eine Positionierung in qualitativ interessante Besuchersegmente sorgen sowie die internationale Präsenz von Zürich stärken. Dies ist ein Thema, das Zürich schon lange beschäftigt und wohl auch nicht so schnell gelöst werden kann.

- Leisure: Wiederkehrende Events oder Festivals
  Um die Nachfrage im Bereich Leisure anzukurbeln, wären wiederkehrende Events oder Festivals eine mögliche Massnahme. Insbesondere in nachfrageschwachen Monaten könnten Events oder Festivals dazu beitragen, die Auslastung zu verbessern. Zürich verfügt bereits über eine Reihe von verschiedenen Veranstaltungen wie zum Beispiel die Streetparade, welche sich auch imagefördernd auswirken. Gleiches gilt für die Fertigstellung von neuen Publikumsmagneten im Bereich Kultur, Sport und Entertainment wie beispielsweise die Erweiterung des Kunsthauses oder der Neubau der Eishockey-Arena in Zürich-Altstetten.
  Das Thema Events in der Stadt Zürich stösst bisweilen auch auf Widerstand von Anwohnern wie am Beispiel des Formel-E-Rennens 2018. Diesbezüglich würden sich auch Standorte ausserhalb des Stadtzentrums (z. B. Zürich Nord, Zürichsee-Region) für Events oder Festivals anbieten, welche verkehrstechnisch gut erschlossen sind. Im Bereich von sportlichen Grossevents konnte Zürich in der Vergangenheit immer wieder prestigeträchtige Anlässe durchführen. Auch in den nächsten Jahren hat Zürich den Zuschlag für internationale Sportevents erhalten. So ist Zürich im nächsten Jahr, neben Lausanne, Ausrichter der Eishockey-Weltmeisterschaften. Zudem wird im Jahr 2024 die Rad-Strassen-Weltmeisterschaft in Zürich ausgetragen.

- Hybrid/Bleisure: Positionierung als Destination für Incentive-Reisen
  Im Bereich der hybriden Nachfragegruppen oder «Bleisure» (Kombination aus Business und Leisure) bieten sogenannte Incentive-Kunden ein interessantes Potenzial. In der Vergangenheit konnte Zürich als Destination bereits verschiedene Incentive-Reisegruppen aus dem Ausland empfangen. Diese Gruppen können mehrere hundert Personen oder sogar mehrere tausend Personen umfassen. 2019 weckte eine Reisegruppe einer chinesischen Kosmetikfirma, bestehend aus 12’000 Personen, grosses mediales Interesse. Während rund einer Woche besuchten die Reisenden, in Gruppen aufgeteilt, diverse Sehenswürdigkeiten in der Schweiz. Bei solchen Reisen können Business und Leisure kombiniert werden. Oftmals werden Events durchgeführt (z. B. jährliches Sales Meeting) und Freizeitaktivitäten angeboten (z. B. Tagesausflüge). Zürich kann dabei als Standort mit einer optimalen Verkehrsinfrastruktur und kurzen Wegen (auch für Ausflüge innerhalb der Schweiz) punkten.

Unabhängig von den einzelnen Massnahmen zur Förderung der Nachfrage ist eine gut funktionierende Infrastruktur für die Nachfrage nach Hotelübernachtungen in der Region Zürich wichtig. Dazu gehört nebst einem gut ausgebauten ÖV-Netz auch ein Flughafen, welcher über die notwendigen Kapazitäten verfügt und internationale Direktverbindungen anbietet. Im Zuge der aktuellen Klimadebatte sind vermehrt auch wieder Zugreisen festzustellen, welche anstelle von Flugreisen gewählt werden. Es bleibt abzuwarten, ob sich dieser Trend nachhaltig fortsetzen wird.

4.4 Exkurs: Coworking Spaces

Nebst den vorgenannten Massnahmen, welche auf eine Erhöhung der Auslastung abzielen, wären auch Massnahmen denkbar, welche neue Erträge für ein Hotel durch eine verbesserte und optimierte Nutzung der bestehenden Hotelinfrastruktur erschliessen. Ein solches Beispiel ist die Förderung von Coworking Spaces in Hotels.

Immer mehr Unternehmen verfolgen eine flexible Arbeitspolitik, wodurch die Nachfrage nach Orten wächst, die Menschen ermöglichen, ihre Arbeit in einem sozialen Umfeld zu erledigen und ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen. Aus Sicht eines Hotels könnte dieser anhaltende Trend eine Chance darstellen. Immer mehr Hotels auf der ganzen Welt wollen sich am flexiblen Flächenboom, welcher im Büromarkt Einzug hält, beteiligen. So werden untergenutzte Flächen in Gemeinschaftsbereichen oder veralteten Business Centern in moderne, lebendige Coworking Spaces umgewandelt.

Die Coworking-Modelle in Hotels können sehr unterschiedlich sein. Aktuell können grob drei verschiedene Modelle unterschieden werden:

- Gebührenfreie Nutzung
  Bei diesem Modell werden den Hotelgästen und Besuchern, welche die Arbeitsflächen nutzen, keine Gebühren berechnet. Die Hotelbetreiber sehen dafür einen Nutzen in steigenden Auslastungszahlen der hoteleigenen Gastronomie (bspw. Kaffee, Hotelbar). Gleichzeitig fördert dieses Modell die Markenbekanntheit, was insbesondere für internationale Ketten interessant ist.

- Pay-to-stay-Modelle
  Im gebührenpflichtigen pay-to-stay-Modell werden durch die Hotels arbeitsfreundliche Räume monetarisiert. Beispielsweise können Besucher oder Firmen Wochenpässe kaufen oder es werden monatliche Mitgliederbeiträge erhoben. Dieses Modell kann auch auf die weitere Hotelinfrastruktur ausgeweitet werden. So ist beispielsweise die Mitbenutzung eines Fitnessstudios oder des Wellnessbereichs denkbar, welcher auch im Preis enthalten sein könnte. Auch im Preis enthaltene Verpflegung (z. B. unbegrenzter Kaffee) ist denkbar.

- Coworking Hotel Experience
  Coworking Spaces in Hotels können auch dafür eingesetzt werden, um bestimmte Hotelgäste anzusprechen. So nutzt beispielsweise die französische Hotelmarke «Mama Shelter» ihre Coworking Spaces, um gezielt «digitale Nomaden» anzusprechen. Solche Hotelmarken, welche sich an einer jüngeren Generation von Reisenden orientieren, werden das Coworking-Element auch als Teil des Hotelerlebnisses anbieten.

Zwar haben Coworking Spaces je nach Modell vermutlich keinen direkten oder nur einen geringen Einfluss auf die Zimmerauslastung eines Hotels. Jedoch kann die Auslastung der allgemeinen Gästebereiche, welche üblicherweise unter der Woche während den Arbeitszeiten eher niedrig ausfällt, gefördert werden. Die Erträge eines Hotels lassen sich durch eine solche Massnahme diversifizieren.

4.5 Key Takeaways

- Die durchschnittliche Auslastung in der Analyseregion dürfte von heute rund 72 % auf gegen 67 % bis 2022 zurückgehen, sollten alle Hotelprojekte wie geplant realisiert werden und das Nachfragewachstum ähnlich hoch sein wie in den letzten Jahren.

- Der durchschnittliche RevPAR würde sich in diesem Szenario um mindestens 7.3 % reduzieren. Der Effekt dürfte aber höher sein, da durch die intensivierte Konkurrenzsituation auch die Zimmerpreise unter Druck kommen könnten.

- Regional ist Zürich Nord für einen möglichen negativen Effekt auf die Auslastung deutlich exponierter als die Stadt Zürich. Auch scheint in den nächsten Jahren die Angebotsausweitung etwas mehr auf das 3-Sterne-Segment ausgerichtet zu sein.

- Um die durchschnittliche Auslastung mehr oder weniger stabil zu halten, wäre fast eine Verdoppelung der Wachstumsdynamik auf der Nachfrageseite notwendig (Abbildung 18).

- Mögliche Massnahmen zur Förderung relevanter Nachfragegruppen könnten der Ausbau der Konferenzinfrastruktur mit einem für internationale Kongresse ausgelegten Kongresshaus, die Einführung neuer Events oder Festivals sowie die Positionierung als Incentive-Reiseziel sein. Coworking Spaces in Hotels stellen zudem eine mögliche Alternative dar, um weitere Erträge zu generieren.

5 Effekt auf bestehende Hotels: Vermehrte Investitionen in den Bestand?

Wie in Kapitel 4.1 beschrieben, würde gemäss dem Hauptszenario durch die Zunahme an neuen Hotels die durchschnittliche Auslastung in der Analyseregion von 72.3 % auf 67 % zurückgehen. Der durchschnittliche RevPAR würde dadurch um 7.3 % oder mehr sinken, je nachdem wie stark die Zimmerpreise unter Druck kommen werden. Eine solche Entwicklung hätte natürlich auch einen grossen Einfluss auf die bestehenden Hotels. Um zu erfahren, wie die Hoteliers diese Entwicklung wahrnehmen und wie sie sich in diesem Umfeld gegen die neue Konkurrenz behaupten wollen, wurde eine Umfrage unter den Mitgliedern des Zürcher Hotelier Vereins durchgeführt.

5.1 Beschrieb Umfrage

In Zusammenarbeit mit dem ZHV führte JLL im Juni 2019 eine Onlinebefragung unter den Hoteliers des Vereins durch. Die geografische Abdeckung des ZHVs geht über die oben definierte Analyseregion hinaus. So sind etwa auch Hotels in anderen Regionen des Kanton Zürichs und ausgewählter Obersee-Gemeinden Mitglied des ZHVs. Doch der Grossteil der ZHV-Hotels ist im Grossraum der Stadt Zürich angesiedelt.

Befragt wurden die Teilnehmer zum eigenen Hotelbetrieb, zur Einschätzung bezüglich der anhaltenden Kapazitätsausweitung der Hotels in der Region Zürich und zu den getätigten und geplanten Investitionen. Als zusätzlicher Teil der Umfrage wurden die Hoteliers zu ihren Erwartungen an Verein und Politik befragt. Dieser Teil der Umfrage dient dem ZHV als Informationsgrundlage und wird nicht für diese Studie verwendet. Die Umfrage wurde an rund 160 Hoteliers versendet, wovon 73 die Umfrage vollständig beantwortet haben. Die Analyse wurde nur auf den vollständig abgeschlossenen Umfragen vorgenommen. Abgebrochene Umfragen wurden nicht berücksichtigt. Bei Hotelketten wurde für jedes Hotel eine separate Umfrage versendet und die Hotels wurden gebeten, pro Hotel individuell die Umfrage auszufüllen.

Tabelle 3 gibt einen Überblick zu der Zusammensetzung der Stichprobe. Die grosse Mehrheit der Hotels, welche an der Umfrage teilgenommen haben, liegt in der Stadt Zürich (75 %), während in der Flughafenregion nur 10 % angesiedelt sind. Der hohe Anteil der Stadt Zürich in der Umfrage entspricht in etwa auch ihrem Anteil am Gesamtbestand. Bei der Kategorie dominieren Hotels mit 3 und 4 Sternen, die gemeinsam einen Anteil von rund 75 % der Umfrageteilnehmer ausmachen. Die Grösse der Hotels ist ausgeglichen: Jeweils ein Drittel sind kleine, mittelgrosse bzw. grosse Hotels. Bei der Ausrichtung dominieren Hotels mit der Zielgruppe Business/MICE-Hotels, was insofern interessant ist, da die meisten zukünftigen Projekte mehr eine hybride Kundschaft anstreben. Über 40 % der Umfrageteilnehmer sind Teil einer Hotelgruppe mit mehr als drei Hotels, allerdings sind nur 29 % einer internationalen Hotelkette angeschlossen.

Tabelle 3

Übersichtstabelle Zusammensetzung der Stichprobe

Region	Stadt Zürich	75 %
	Flughafenregion	10 %
	Weitere	15 %
Sternekategorie	5* inkl. Superior	10 %
	4* inkl. Superior	42 %
	3* inkl. Superior	34 %
	2* inkl. Superior	1 %
	1* inkl. Superior	0 %
	Weitere	12 %
Anzahl Hotelzimmer	< 50 Zimmer	32 %
	50–99 Zimmer	34 %
	> 100 Zimmer	34 %
Zielgruppe Hotel	Business/MICE	53 %
	Leisure/Leisure Gruppen	7 %
	Zu gleichen Teilen	40 %
Internationale Hotelkette	Ja	29 %
	Nein	71 %
Hotelgruppe (> 3 Hotels)	Ja	42 %
	Nein	58 %

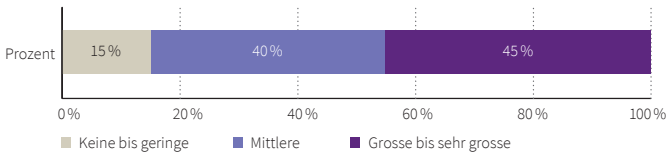
Quelle: JLL

5.2 Ergebnisse: Einschätzung zum Hotelboom

Der Hotelboom in der Region Zürich beschäftigt die Industrie. Die Frage, wie viel Sorgen die anhaltende Kapazitätsausweitung generell bereitet, beantworteten 45 % der befragten Hoteliers mit «grosse bis sehr grosse Sorgen» und weitere 40 % mit «mittlere Sorgen». Nur gerade 15 % scheinen keine bis geringe Sorgen zu haben (Abbildung 20). Das Sorgenbarometer ist generell höher bei kleinen Hotels mit weniger als 50 Zimmern und geringer bei grossen Hotels mit mehr als 100 Zimmern.

Abbildung 20

Sorgenbarometer der Hoteliers



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

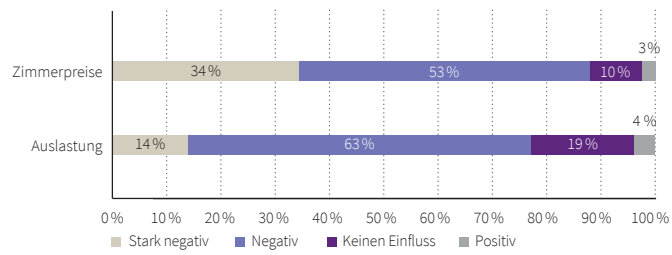
Betreffend konkreten Auswirkungen rechnet eine grosse Mehrheit der Umfrageteilnehmer damit, dass sowohl die Auslastung (77 %) als auch die Zimmerpreise (87 %) stark negativ bis negativ durch die neuen Projekte betroffen sein werden (Abbildung 21). Der Effekt auf die Zimmerpreise wird dabei generell als stärker eingeschätzt. Dies deckt sich mit der jüngeren Erfahrung im 4-Sterne-Segment, in dem die vergangene Angebotsausweitung vor allem die Zimmerpreise drückte, während die durchschnittliche Auslastung stabil gehalten werden konnte (siehe Kapitel 2.2).

Beim Blick auf die Kosten wird damit gerechnet, dass durch die zusätzlichen Hotels vor allem die Personalkosten ansteigen werden. Das Risiko höherer Waren- und übriger Betriebskosten wird dagegen durch die Hoteliers als gering eingeschätzt (Abbildung 22). Die Arbeitslosigkeit in der Schweiz ist tief und in vielen Berufsgruppen ist ein gewisser Fachkräftemangel auszumachen. Dies betrifft auch die Hotelbranche, die von der Rezeption über Gastronomie und Facility Management bis zum Betriebsmanagement auf qualifizierte Arbeitskräfte angewiesen ist. Jedes zusätzliche neue Hotel, auch wenn es mit geringem Personalbestand betrieben wird, erhöht die Nachfrage nach guten Mitarbeitenden in der Region und übt einen Aufwärtsdruck auf die Löhne aus. Waren- und andere Betriebskosten werden mehrheitlich durch andere wirtschaftliche Treiber beeinflusst und sind unabhängiger von der konkreten Entwicklung im Hotelmarkt selber.

Letztlich ein weiteres spannendes Feld ist die eigene Investitionstätigkeit in den Bestand. Mehr als zwei Drittel der Umfrageteilnehmer planen höhere Investitionen in ihre Hotels als Reaktion auf die neue Konkurrenz. Das heisst, es fliesst nicht nur Geld in neue Betriebe, sondern auch vermehrt in die Aufwertung von bestehenden Hotels. Dieses Themenfeld wird in Kapitel 5.3 weiter beleuchtet.

Abbildung 21

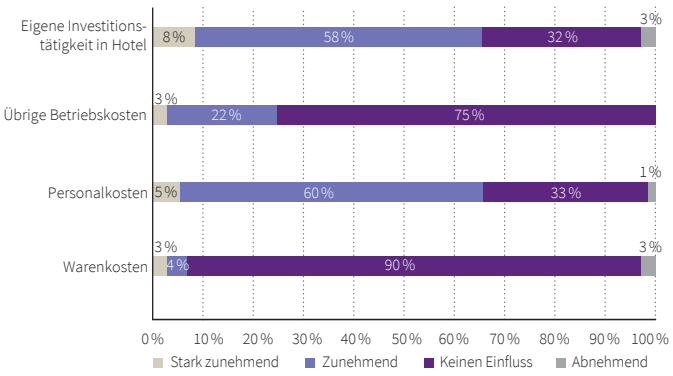
Auswirkungen der Kapazitätsausweitung I/II



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

Abbildung 22

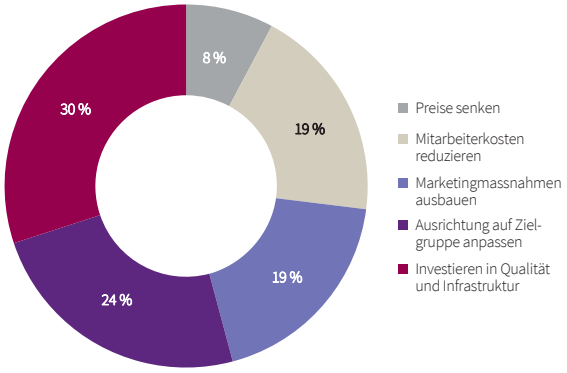
Auswirkungen der Kapazitätsausweitung II/II



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

Abbildung 23

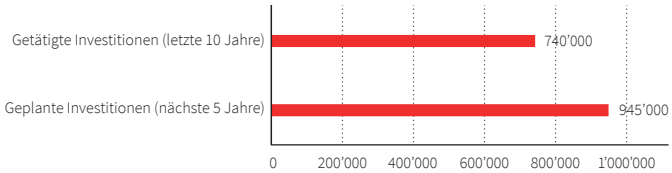
Erste Massnahmen bei Rückgang der Auslastung



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

Abbildung 24

Vergleich durchschnittliche jährliche Investitionen pro Hotel in CHF



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

Sollte die Auslastung ihrer Hotels unter eine kritische Grösse fallen, würden Hoteliers eine Vielfalt von Massnahmen ins Auge fassen (Abbildung 23). Nur 8 % der Befragten würden als Erstes die Zimmerpreise senken und damit in den Preiswettbewerb gehen. Etwa 19 % der Hoteliers würden den Fokus auf der Kostenseite bei den Mitarbeitenden legen. Die restlichen 73 % der Hoteliers sehen die Priorität bei Investitionen zur Nachfragestimulierung. Diese Investitionen können entweder direkt die Liegenschaft und Infrastruktur (30 % der Umfrageteilnehmer), das Marketing oder die Positionierung des Hotels betreffen.

5.3 Ergebnis: Investitionstätigkeit

Wie im vorherigen Unterkapitel beschrieben, stellt die neue Konkurrenz potenziell auch einen Katalysator für die Investitionstätigkeit in den Bestand dar. Die Umfrage legte daher den Fokus insbesondere auch auf vergangene und zukünftig geplante Investitionen der ZHV-Hotels.

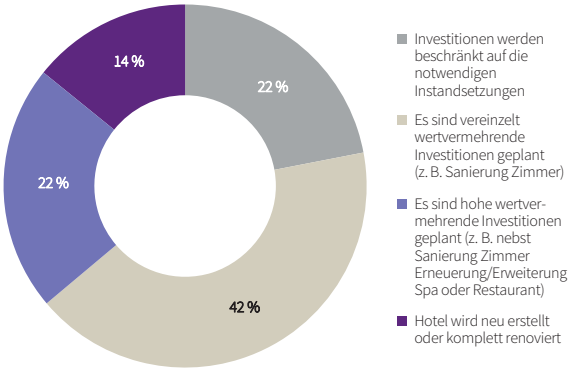
Die bestehenden Hotels planen in der Tat signifikant höhere Investitionen in den nächsten Jahren. Während die befragten Hoteliers laut der Umfrage in den letzten zehn Jahren rund CHF 740’000 pro Jahr investierten, sind es für die nächsten fünf Jahre rund CHF 945’000 pro Jahr, ein Anstieg um beinahe 30 % (Abbildung 24). Vereinfacht hochgerechnet auf alle 182 Bestandshotels der Region Zürich würde dies in einem totalen Investitionsvolumen von rund 860 Mio. CHF über die nächsten fünf Jahre resultieren. Für die Gäste und auch die Tourismusregion Zürich haben diese Investitionen insgesamt sicherlich einen positiven Effekt. Die Qualität der bestehenden Hotels wird weiter gesteigert und die Gäste haben ein breiteres Angebot an modernisierten Hotels zur Auswahl.

Es ist jedoch nicht so, dass alle Hotels die Qualität durch Investitionen substanziell erhöhen möchten. Im Gegenteil, rund 22 % der befragten Hotels wollen sich nur auf die notwendigen Instandsetzungsmassnahmen beschränken (Abbildung 25). Es ist dabei kein spezifisches Muster nach Grösse oder Kategorie der Hotels feststellbar. Auf der anderen Seite planen knapp 15 % der Hotels eine komplette Renovation oder einen Neubau. Mehrheitlich sind jedoch zumindest bestimmte wertvermehrende Investitionen vorgesehen.

Das Hauptaugenmerk der geplanten Investitionen liegt auf dem Kernbereich der meisten Hotels: den Zimmern. Jeweils über 50 % der befragten Hotels legen einen hohen bis sehr hohen Fokus bei den geplanten Investitionen auf die Sanierung der Hotelzimmer (z. B. Bäder, Böden) sowie auf die Erneuerungen von deren Ausstattung (FF&E) und der technischen Ausrüstung (Abbildung 26). Als Nächstes in der Wichtigkeit folgen Investitionen in die weiteren Gästebereiche, wie z. B. die Lobby oder der Empfangsbereich, in die Bausubstanz und in die Gastronomie. Eine Erneuerung der Konferenzinfrastruktur sehen rund 50 % der Umfrageteilnehmer als eher unwichtig an. Bei

Abbildung 25

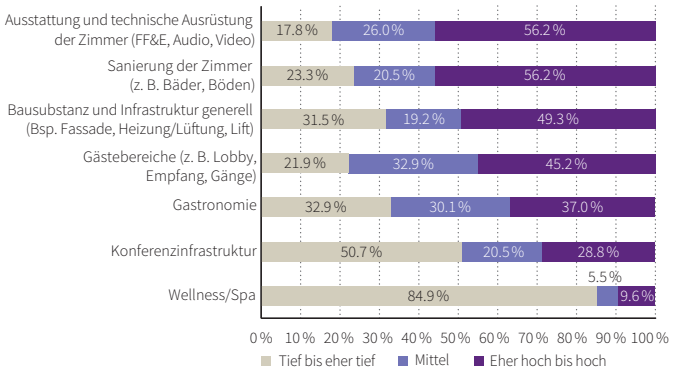
Geplante Investitionen für die nächsten 5 Jahre



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

Abbildung 26

Fokus der geplanten Investitionen



Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019

kleineren Hotels mit weniger als 50 Zimmern steigt der Anteil mit tiefem bis eher tiefem Fokus bei der Konferenzinfrastruktur sogar auf 65 % an, da diese wohl heute bereits über weniger Angebote in dem Bereich verfügen. Mit Abstand als Letztes in der Prioritätenliste folgen Investitionen in Wellness/Spa. Antworten mit mittlerem bis hohem Fokus in diesem Bereich betreffen fast ausschliesslich 4- bis 5-Sterne-Hotels.

Die geplanten Investitionen können so interpretiert werden, dass für die Hoteliers diejenigen Bereiche eines Hotels für Investitionen Priorität haben, welche von den Gästen auch am häufigsten benutzt werden. Gästebereiche, welche nicht so häufig oder nur von gewissen Gästen frequentiert werden (z. B. Konferenzinfrastruktur, Wellness), werden mit einer weniger hohen Priorität behandelt. Mit den Investitionen einhergehend gab die Mehrheit der Umfrageteilnehmer an, dass sich das Hotel aufgrund der Investitionen nicht neu positionieren wird (93 %). Auch die Zimmerzahl wird sich bei einer Mehrheit der Hotels (85 %) nicht verändern.

5.4 Key Takeaways

- Der Hotelboom in der Region beschäftigt die Hoteliers. Rund 45 % der befragten Hoteliers bereitet die Kapazitätsausweitung grosse bis sehr grosse Sorgen. Bei kleineren Hotels mit weniger als 50 Zimmern sind die Sorgen generell höher als bei grossen Hotels.
- Die Mehrheit der Umfrageteilnehmer rechnet damit, dass aufgrund der Kapazitätsausweitung sowohl die Auslastung als auch die Zimmerpreise in der Zukunft negativ beeinflusst werden. Zudem wird mit einem Anstieg der Personalkosten gerechnet.
- Die wichtigste Massnahme der Hoteliers als Reaktion auf den Boom sind höhere Investitionen in die eigenen bestehenden Hotels. Die Befragten planen durchschnittlich 30 % höhere Investitionen in den nächsten fünf Jahren als in den letzten zehn Jahren. Hochgerechnet auf alle Hotels der Region Zürich könnte dies in ein gesamtes Investitionsvolumen in den Bestand von rund 860 Mio. CHF resultieren.
- Das Hauptaugenmerk der geplanten Investitionen liegt dabei auf den Zimmern und deren Ausstattung. Die geplanten Investitionen können so interpretiert werden, dass diejenigen Bereiche eines Hotels Priorität haben, welche von den Gästen am häufigsten benutzt werden.

6 Fazit und Ausblick

Fazit
Auch in den nächsten Jahren wird sich die Hotellandschaft in Zürich weiter wandeln und erweitern. Mit den Neubauprojekten werden vermehrt auch neue und innovative Hotelkonzepte in der Region Zürich anzutreffen sein. Bislang konnte das Angebot an neuen Hotelbetten aufgrund der gestiegenen Nachfrage gut absorbiert werden. Aufgrund der hohen Anzahl an Projekten kann jedoch nicht davon ausgegangen werden, dass eine Angebotsausweitung im gleichen Umfang absorbiert werden kann. Die neuen Hotels werden ihrerseits jedoch auch eine eigene Nachfrage schaffen.

Als Haupttreiber des Hotelbooms stehen internationale Hotelketten. Diese trafen in den vergangenen Jahren in Zürich auf ein Umfeld, in welchem die mehrheitlich institutionellen Investoren aufgrund eines Überangebots an Büroflächen und entsprechend hohen Leerstandsquoten in alternative Nutzungen in Form von Hotels ausgewichen sind. Dadurch, dass sich die Situation auf dem Büromarkt Zürich in der jüngsten Vergangenheit deutlich verbessert hat und Büronutzung wieder deutlich attraktiver geworden ist, ist nicht davon auszugehen, dass weiterhin so viele Hotelprojekte geplant werden. Eine Ausnahme stellt die Situation in Zürich Nord dar, wo weiterhin mit hohen Büroleerständen zu kämpfen ist.

Gemäss der durchgeführten Umfrage unter Hoteliers bereitet diesen der Hotelboom in der Region Zürich Sorgen. Als Folge ist zu beobachten, dass sich die bestehenden Hotels für den anstehenden Konkurrenzkampf wappnen. Der neuen Konkurrenz soll nicht primär mittels Preisreduktionen entgegengetreten werden, sondern mit umfangreichen Investitionen in die Qualität.

Ausblick: Qualitätsdestination Zürich
Die jüngst realisierten Hotels und die geplanten Projekte an Hotels und Serviced Apartments sind mehrheitlich im unteren und mittleren Preissegment angesiedelt. Hinzu kommen Unterkünfte aus dem Airbnb-Vertrieb, welche starke Wachstumszahlen aufweisen. Die Ausweitung des Angebots sowie die vermehrte Entwicklung hin zu preisgünstigeren Angeboten macht Zürich für Reisende mit tieferen Budgets attraktiver.

In einigen europäischen Städten hat die stetige Zunahme an Gästen, welche von günstigen Übernachtungsangeboten profitieren, zu teils negativen Reaktionen in der Bevölkerung geführt. Der Begriff «overtourism» ist in Städten wie zum Beispiel Barcelona, Venedig oder Amsterdam allgegenwärtig. Eine prägende Rolle spielt die Vermittlungsplattform Airbnb. So haben Airbnb-Angebote die Wohnungspreise für die ansässige Bevölkerung in attraktiven innerstädtischen Lagen in die Höhe getrieben. Dies wiederum führte zu einer teilweisen Verdrängung der Stadtbewohner zugunsten von Touristen. Eine solche Form des Tourismus ist für die Region Zürich nicht anzustreben, da es sich erstens tendenziell um wenig zahlungskräftige Touristen handelt und zweitens eine solche Entwicklung die Akzeptanz des Tourismus in der lokalen Bevölkerung infrage stellt.

Um nicht von solch negativen Entwicklungen betroffen zu sein, ist eine Positionierung als Qualitätsdestination notwendig, wie dies in der Region Zürich schon teilweise in der Vergangenheit der Fall war. Folgende Themenbereiche mit Potenzial für Zürich dürften ein entsprechendes qualitatives Wachstum fördern:

- Kunst & Kultur
- Tagungen & Kongresse
- Corporate-Incentive-Reisen

Im Themenbereich der bildenden Kunst hat Zürich international bereits ein gutes Standing. Davon zeugen nicht nur der gute Ruf des Zürcher Kunsthauses, welches mit dem bald fertiggestellten Ausbau noch mehr an Strahlkraft gewinnen dürfte, sondern auch die hohe Galeriendichte sowie das Vorhandensein führender Auktionshäuser. Auch kulturell hat Zürich einiges zu bieten. Es existiert ein breites Spektrum an stationären Kultureinrichtungen wie z. B. die Oper oder diverse Theater. Neben ganzjährigen Kunst- und Kulturangeboten bietet

Zürich auch diverse temporäre Events. So z. B. das Zürcher Theaterspektakel, das Zürcher Filmfestival oder die lange Nacht der Museen.

Im Vergleich dazu fällt das international ausgerichtete Angebot im Themenbereich Tagungen & Kongresse dürftig aus. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass Zürich über grosses Potenzial verfügt. So betreiben nur schon die beiden grössten Universitäten der Stadt, die Universität Zürich und die ETH Zürich mit zusammen über rund 45'000 Studierenden, internationale Spitzenforschung. Daneben existieren aber noch Dutzende weitere staatliche und private Organisationen, welche Spitzentechnologien entwickeln, Marktführer in ihren Disziplinen sind sowie gewichtige Forschungs- und Entwicklungsstandorte in der Region Zürich betreiben. Zürich verfügt also über diverse Faktoren, wie beispielsweise der hohe Bildungsstand oder die internationale Vernetzung und Eingliederung der Region Zürich, welche die Nachfrage nach Angeboten aus dem Themenbereich Tagungen und Kongresse unterstützen dürften. Auf der anderen Seite verhindert das teilweise fehlende Angebot u.a. an geeigneter Infrastruktur – im Speziellen das fehlende Angebot an geeigneten Veranstaltungsorten – eine deutlichere Etablierung Zürichs als Anbieterin von Tagungen und Kongressen. «Think Big» war noch nie eine Tugend Zürichs, gerade aber im Bereich Tagungen und Kongresse könnte die bereits vorhandene logistische und intellektuelle Infrastruktur Steigbügel für eine erfolgreiche Positionierung sein. Etwas, das viele konkurrierende Standorte nicht oder nicht vergleichbar bieten.

Im Bereich von Corporate-Incentive-Reisen hat Zürich bereits positive Erfahrungen mit grösseren, internationalen Reisegruppen gemacht. Dieser Themenbereich bietet weiteres Wachstums- und Wertschöpfungspotenzial. Durch eine geschickte Hub-Strategie und mit einer gleichzeitigen zielgerichteten Vermarktung als Qualitätsdestination unter interessanten Unternehmen lassen sich für die Region Zürich die Übernachtungszahlen steigern, ohne dass dabei grössere Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung entstehen.

Um das momentane Standing der Region Zürich im Themenbereich Kunst und Kultur weiter zu etablieren, sind Investitionen, wie beispielsweise die aktuelle Erweiterung des Kunsthauses, notwendig. Vermehrt positive Wachstumsimpulse auf den Qualitätstourismus dürften mit der Förderung geeigneter Rahmenbedingungen oder auch mit dem Einsatz gezielter Investitionen in eine MICE-Infrastruktur durchaus realistisch erscheinen.

Die genannten Themenbereiche bieten wichtige Impulse für eine nachhaltige und qualitativ hochstehende Tourismusdestination mit hoher Wertschöpfung, welche die lokale Bevölkerung berücksichtigt und einbindet.

Ausblick Hotels: Trends und Handlungsoptionen
Digitalisierung ist ein Schlagwort der heutigen Zeit und hat mittlerweile in verschiedensten Bereichen Einzug gehalten. Auch die Hotellerie war und wird davon betroffen sein. Durch die Digitalisierung hat sich auch die Art, wie Menschen arbeiten, verändert, u. a. ist Arbeit nicht mehr fix an einen bestimmten Ort gebunden. Diese Entwicklungen und Veränderungen ergeben auch Chancen.

In der nachfolgenden Aufstellung werden mögliche Trends und Handlungsfelder aufgezeigt, welche als Ansätze dienen können, um mit diesen Veränderungen und Trends umzugehen und sich zu orientieren (Abbildung 27).

Die Handlungsoptionen sind gegliedert in die drei Bereiche Diversifikation, Positionierung und Optimierung. Das Themenfeld Diversifikation ist darauf ausgerichtet, wie die bestehende Infrastruktur eines Hotels optimal genutzt werden kann und wie dadurch zusätzliche Einnahmen generiert werden können. Der zweite Abschnitt, Positionierung, geht auf die aktuellen, internationalen Trends in der Hotellerie ein. Insbesondere der Longstay-Bereich etabliert sich immer mehr im Markt. Zudem ist auch eine Vermischung von Arbeit und Wohnen feststellbar, worauf sich neue Hotelkonzepte vermehrt fokussieren können. Auf der anderen Seite gibt es abgrenzbare Nischenmärkte, in welchen Hotelleriebetriebe darauf abzielen, spezifische Kundengruppen anzusprechen. Das letzte Themenfeld, Optimierung, orientiert sich stark an der Digitalisierung. Es werden Vorschläge aufgezeigt, wie Hotels effizient im täglichen Betrieb und zielgerichtet im Umgang mit Kunden ausgerichtet werden können.

Abbildung 27
Trends und Handlungsoptionen

Diversifizierung	Coworking Spaces	• Nutzung der Hotelinfrastruktur gegen Gebühr • Zusätzliche Erträge der hoteleigenen Gastronomie • Förderung der Markenbekanntheit
	Retail-Flächen	• Integration von Retail-Flächen (Pop-up-Store, Shop in Shop) • Diversifizierung der Ertragsstruktur • Beispiel: Nivea Haus aja Resorts
Positionierung	Longstay/Co-Living	• Kombination von Wohnen und Arbeiten auf Zeit • Flexible und modulare Flächen • Community/Sharing, z. B. mit Gemeinschaftsräumen • Beispiel: Konzept staykooook
	Mix von Segmenten	• Konzepte, welche mehrere Segmente unter einem Dach vereinen und kombinieren. • Vermischung von Co-Working, Co-Living, Hotel, Hostel etc. • Beispiel: Ruby Hotels, MEININGER
	Nischenmärkte	• Klare Positionierung und Abgrenzung • Themenschwerpunkt setzen/individuelles Konzept • Beispiel: Medical Wellness
Optimierung	Revenue Management	• Gezielte Steuerung der Zimmerpreise und Kapazitäten • Optimierte Bewirtschaftung von Waren und Kosten • Upgrades im Bieterverfahren bei kurzfristig offenen Beständen (z. B. UpsellGuru)
	Datennutzung	• Gezielte Bewirtschaftung von Kundendaten • Personalisierte Angebote für Gäste • Beispiel: Spezialwünsche bei wiederkehrenden Gästen
	Onlinebewertungen	• Bewertungen als Kriterium auch für Grosskunden • Gewinnung von neuen Gästen • Management der Bewertungen mittels Software

Quelle: JLL

7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung Anzahl Hotels in der Analyseregion (Quelle: HESTA, JLL)	8
Abbildung 2:	Entwicklung Anzahl Zimmer in der Analyseregion (Quelle: HESTA, JLL)	8
Abbildung 3:	Entwicklung der Zimmernächte in der Analyseregion (Quelle: HESTA, JLL)	9
Abbildung 4:	Entwicklung durchschnittliche Auslastungsrate in der Region Zürich (Quelle: HESTA, JLL)	9
Abbildung 5:	Vergleich Entwicklung Anzahl Zimmernächte und Anzahl Zimmer (Quelle: JLL)	10
Abbildung 6:	Entwicklung durchschnittlicher RevPAR in der Analyseregion (Quelle: STR)	11
Abbildung 7:	Neueröffnungen und Investitionen Luxushotellerie seit 2004 (Quelle: JLL)	12
Abbildung 8:	Art der Hotelbetriebe und Lage der Hotels Stand Mai 2019 (Quelle: JLL)	12
Abbildung 9:	Geografische Verteilung – neue Zimmer nach Subregion (Quelle: JLL)	14
Abbildung 10:	Timeline – neue Zimmer nach erwarteter Fertigstellung (Quelle: JLL)	14
Abbildung 11:	Ausrichtung – neue Zimmer nach Zielgruppe und Kategorie (Quelle: JLL)	15
Abbildung 12:	Übersichtskarte projektierte Hotels und Serviced Apartments Stand Mai 2019 (Quelle: Bundesamt für Landestopografie, JLL)	16
Abbildung 13:	Prognostizierte Entwicklung europäischer Städte (Quelle: Statistische Ämter, STR, JLL)	17/18
Abbildung 14:	Akteure – neue Zimmer nach Eigentümertyp und Betreiber (Quelle: JLL)	20
Abbildung 15:	Spitzen-Büroimmobilienrenditen vs. Bundesobligation, Asset Allocation Schweizer Pensionskassen (Quelle: Thomson Reuters, Swisscanto, JLL)	21
Abbildung 16:	Entwicklung angebotene Bürofläche (Quelle: JLL, Büromarkt Profil - Q2 2019)	22
Abbildung 17:	Hauptszenario-Prognosen für alle Hotels in der Analyseregion (Quelle: JLL)	24
Abbildung 18:	Szenarioanalyse für alle Hotels in der Analyseregion (Quelle: JLL)	25
Abbildung 19:	Jährlicher Zuwachs an Hotelzimmern nach Region und Periode (Quelle: JLL)	25
Abbildung 20:	Sorgenbarometer der Hoteliers (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	29
Abbildung 21:	Auswirkungen der Kapazitätsausweitung I/II (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	29
Abbildung 22:	Auswirkungen der Kapazitätsausweitung II/II (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	29
Abbildung 23:	Erste Massnahmen bei Rückgang der Auslastung (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	30
Abbildung 24:	Vergleich durchschnittliche jährliche Investitionen pro Hotel in CHF (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	30
Abbildung 25:	Geplante Investitionen für die nächsten 5 Jahre (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	31
Abbildung 26:	Fokus der geplanten Investitionen (Quelle: JLL, Umfrage Juni 2019)	31
Abbildung 27:	Trends und Handlungsoptionen (Quelle: JLL)	34

8 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersicht Bestand Luxushotellerie Stadt Zürich (Quelle: JLL, Grundbuchämter)	11
Tabelle 2:	Übersichtstabelle abgeschlossene und aktuelle Hotelprojekte Stand Mai 2019 (Quelle: JLL, Grundbuchämter)	13
Tabelle 3:	Übersichtstabelle Zusammensetzung der Stichprobe (Quelle: JLL)	28

Kontakte

Projektteam

Jan Eckert
Stephan Allemann
Martin Bernhard
Heidi Schmidtke
Annina Albrecht
Alec Pfändler

JLL

Jan Eckert
CEO Schweiz
Prime Tower, Hardstrasse 201
8005 Zürich
+41 44 215 75 10
jan.eckert@eu.jll.com

Stephan Allemann
Senior Associate
Prime Tower, Hardstrasse 201
8005 Zürich
+ 41 44 215 75 52
stephan.allemann@eu.jll.com

Zürcher Hotelier Verein

Martin von Moos
Präsident Zürcher Hoteliers
Gessnerallee 3–5
8001 Zürich
+41 44 350 04 12
info@zhv.ch

Titelbild

Copyright: Jones Lang LaSalle AG

Disclaimer

Die in dieser Publikation gemachten Aussagen und Interpretationen wurden von JLL erarbeitet. Die Autoren dieser Studie lehnen jegliche Haftung für Entscheide und deren Konsequenzen, die sich auf diese Publikation beziehen, ab. Diese Studie kann nicht als Ersatz für professionelle Beratung betrachtet werden. Ebenso beziehen sich die in dieser Studie gemachten Aussagen und Interpretationen ausschliesslich auf die Meinung der Autoren und repräsentieren nicht zwangsläufig die Meinung der Jones Lang LaSalle AG, bei der die Autoren angestellt sind. Die Aussagen in diesem Dokument beziehen sich auf den Zeitpunkt, zu dem die Dokumentation erstellt wurde. JLL übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für die Korrektheit und Vollständigkeit der in dieser Publikation enthaltenen Informationen. Aus diesen sich auf die Vergangenheit beziehenden Informationen können und dürfen keine Schlüsse auf zukünftige Entwicklungen gezogen werden. Diese Publikation oder Teile davon dürfen ohne die schriftliche Einwilligung von JLL nicht nachgedruckt, verkauft oder vertrieben werden.

COPYRIGHT © JONES LANG LASALLE IP, INC. 2019. All Rights Reserved | Oktober 2019