



Kiel-Marketing

Stetig steigende Übernachtungszahlen erhöhen den Bedarf an Bettenkapazitäten

20.03.2018 12:42 CET

Neue Hotelmarktstudie für Kiel.Sailing.City veröffentlicht

Pressemitteilung 20. März 2018

Neue Hotelmarktstudie für Kiel.Sailing.City veröffentlicht

Positive Prognosen bis 2036 bestätigen geplante Hotelneubauten

Die von der Landeshauptstadt Kiel und Kiel-Marketing in Auftrag gegebene Hotelmarktstudie* ergibt, dass auch in den kommenden 20 Jahren sehr gute Auslastungswerte erzielt werden können und zu einer zufrieden stellenden wirtschaftlichen Situation der Hotellerie und der Kieler Tourismuswirtschaft führen werden.

Das ist eine wichtige Kernaussage, um zu den geplanten Hotelneubauten und den teilweise damit verbundenen Ängsten bestehender Hoteliers Stellung beziehen zu können und gemeinsam mit allen Akteuren an einem Strang zu ziehen.

Dr. Ulf Kämpfer kann sich als Oberbürgermeister der Stadt Kiel nur über das enorme Interesse und die Neuansiedlungen freuen: „Unternehmen sehen die Attraktivität unserer Stadt und erkennen, dass wir uns im positiven Wandel befinden. Das ist eine erfreuliche Entwicklung. Jetzt gilt es, alle Akteure in einen guten Dialog zu bringen. Mir ist wichtig, auch die Hoteliers, die sich schon seit Jahren am Standort Kiel engagieren, in die Planung einzubeziehen. Dabei ist es gut zu wissen, dass Kiel als Standort für Tourismus noch weiteres Potenzial hat, das wir gemeinsam ausschöpfen können.“

Derzeit sind sieben neue Hotelprojekte auf den Weg gebracht bzw. sind bereits im Bau, zwei weitere befinden sich in der Planungsphase. Daraus ergibt sich eine Bettenzunahme in den nächsten Jahren – voraussichtlich 2018-2020 eine Erhöhung der Bettenkapazität um 2.300 was einem Zuwachs von 53% entspricht. Auf den ersten Blick eine hohe Zahl, doch ein Blick zurück auf den Zeitraum 2007 bis 2016 haben gezeigt, dass mit einer deutlichen Erhöhung der Bettenkapazitäten (+ 1.000 bzw. +30%) im gleichen Zeitraum auch die Übernachtungszahlen deutlich stiegen und zwar um 44%. Mit dieser überdurchschnittlichen Entwicklung erhöhte sich auch die Bettenauslastung von 39% auf den Spitzenwert von 48% in 2017!

Aufgrund der stetig steigenden Übernachtungszahlen der letzten Jahre und dem überdurchschnittlichen Ergebnis in 2017 geht man nur vorübergehend von einem Absinken der Auslastungsquote aus. Die Studie prognostiziert weiterhin eine Steigerung der Übernachtungsfrage für den Zeitraum 2017 – 2026 von durchschnittlich 3% p.a., was zu einer Erhöhung bis zum Jahr 2026 auf rund 957.000 Übernachtungen in Kiel führen würde. Dennoch wird der starke Angebotszuwachs nicht vollständig kompensiert und somit werden die hohen Auslastungsquoten von 48,0% in 2017 vorübergehend nicht gehalten werden können. Laut der Studie kann die Bettenauslastung zwischenzeitlich deutlich sinken, in etwa auf die Größenordnung des Bundesdurchschnitts, aber bereits in den nächsten 10 Jahren wieder erholen und schon 2026 bei 38% liegen.

Uwe Wanger, Geschäftsführer von Kiel-Marketing sieht keine Gefahr von Überkapazitäten: "Wir müssen gemeinsam nach vorne blicken und die Marktentwicklung beobachten. Doch eins ist schon jetzt klar; die Kieler Hoteliers müssen sich den gestiegenen Qualitätsansprüchen und den attraktiven Angeboten der neuen Marktteilnehmer stellen und gemeinsam mit den hinzukommenden Anbietern Werbestrategien für die Destination Kieler Förde entwickeln. Kiel Marketing ist bereit dies massiv zu unterstützen.

In die weitere Zukunft geblickt bestätigt die Studie zudem, dass es trotz der Hotelneubauten Lücken z.B. bei Familienhotels, Themenhotels und auch im Wellness-Spa-Segment gibt. Damit alle Zielgruppen im Städtereisesegment ein wettbewerbsfähiges Angebot in Kiel finden, muss es eine weitere Entwicklung in der Hotellerie geben, die den Anforderungen der wichtigsten Gästezielgruppen gerecht wird. Da steckt auch für bestehende Anbieter eine große Chance ihr Angebot zu ergänzen und durch entsprechende Investitionen ihre Wettbewerbsposition zu festigen bzw. zu erhöhen."

Die dringende Notwendigkeit eines Tagungs- und Kongresszentrum sehen Kämpfer und Wanger gleichermaßen. Der Bedarf bestätigt sich auch im Ergebnis der Hotelmarktstudie, das eine unzureichende Tagungskapazität in den bestehenden Hotels ermittelt hat. So liegt der Anteil von Hotels mit Tagungskapazitäten bei nur 34,4%. Gleichwohl wird Kiel eine potentiell gute Situation als Kongressstandort attestiert und mit der Erhöhung der Bettenkapazitäten können auch vermehrt Anfragen aus dem Tagungs- und Kongressmarkt bedient werden.

Die vollständige Hotelmarktstudie 2018* finden Sie zum download unter www.kiel-marketing.de/Studien sowie unter presse@kiel-marketing.de

Kiel-Marketing ist als Verein und als GmbH organisiert. 400 Unternehmen, Institutionen, Bürgerinnen und Bürger, sowie die Landeshauptstadt in der GmbH als Gesellschafter bringen Geld und Engagement mit einem gemeinsamen Ziel zusammen: Kräfte und Mittel bündeln, damit Kiel gewinnt.

Kontaktpersonen



Eva-Maria Zeiske

Pressekontakt

Pressesprecherin

Tourismus, Sport, Unternehmenskommunikation, Stadtmarketing

e.zeiske@kiel-marketing.de

0431 - 679 10 26