

Hotel-Report

Ausgabe 2 | März 2013

Im Fokus Die Notwendigkeit von Compliance-Strukturen in der Hotellerie





Inhaltsverzeichnis

Vorwort	Seite 3
Hotel Performance im Februar 2013	Seite 4
Das Fairmas Trendbarometer	Seite 7
Die Notwendigkeit von Compliance-Strukturen in der Hotellerie	Seite 17



Liebe Leserinnen,

liebe Leser,

der Monat März zeigt einmal mehr die Abhängigkeit der wichtigen deutschen Destinationen von Messen und Events. Berlin mit den jährlich im März wiederkehrenden Veranstaltungen IHIF und ITB zeigt sich stabil zum Vorjahr, während z. B. der Düsseldorfer Markt unter dem Fehlen der Drupa leidet – oder eben auf „Normalmaß“ zurückkehrt.

Apropos ITB: neben anderen wichtigen Themen wird in diesem Jahr der Focus auch auf Compliance in Hotellerie und Tourismus gelegt. Anlass für uns, diesem Aspekt nachzugehen. Lesen Sie bitte dazu das Interview mit dem Compliance-Experten Prof. Dr. Peter F. in der heutigen Ausgabe des Fairmas Hotel-Report.

Wir wünschen eine angenehme Lektüre!

Ihr Redaktionsteam des Fairmas Hotel-Report



Februar 2013 im Vergleich zum Vorjahr¹

Aktueller Überblick über die Hotel-Performance für ausgewählte Destinationen in Deutschland:

Berlin: Occ: 62%, ADR: 96 €, RevPar: 59 €

Im Februar verzeichnete Berlin ein RevPar Plus von 3%, überwiegend durch die Steigerung in der Belegung (+3%), bei einer nahezu gleichbleibenden Rate (ADR: +0,03%). Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung war eine gute aber kurzfristige Nachfrage im Corporate- und Individual-Geschäft, vorwiegend am Ende des Monats, was sich in einer steigenden Belegung niederschlug. Die fehlende Messe Bautech und das Ausbleiben des Dt. Krebskongresses konnten fast vollständig durch eine stärkere Fruit Logistica (ADR: +3%) in Bezug auf ADR kompensiert werden.

Dresden: Occ: 37%, ADR: 65 €, RevPar: 24 €

Dresden musste im Februar hohe Einbußen von -17% im RevPar hinnehmen (Occ: -12%, ADR: -6%). Verursacht wurde dies überwiegend durch schlechte Wetterverhältnisse, wodurch das wichtige Leisure-Geschäft für die Stadt ausblieb. Zudem führten Flughafenstreiks in Köln/Bonn und Hamburg sowie die Grippewelle in Deutschland zu No Shows und Stornos in einigen Häusern. Die Verschiebung von Veranstaltungen in einigen Häusern und weniger Business-Geschäft verstärkten die negative Gesamtbilanz.

Düsseldorf: Occ: 63%, ADR: 100 €, RevPar: 63 €

Der Februar war im Vergleich zu 2012 schwächer (RevPar: -2%). Wesentliche Gründe für diese Entwicklung waren das Ausbleiben der Messen Metav (2012: 3 Messetage mehr) und der CPD in diesem Jahr. Auch die erstmalig stattfindende Modemesse The Gallery (Ersatz der CPD) konnte noch nicht die Raten der CPD erreichen und somit keinen zusätzlichen Impuls setzen (ADR: -2%).

¹ Vorläufige Kennzahlen (täglich erhoben), verstehen sich als Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert, gerundete Werte
Quelle: Fairmas GmbH/STR Global, Stand 01.03.2013



Frankfurt: Occ: 66%, ADR: 122 €, RevPar: 80 €

Der Februar hat sich in Frankfurt im Vergleich zu 2012 besonders positiv entwickelt mit einem Ratenanstieg von +5% und einer Verbesserung in der Belegung von +2%. Ein möglicher Grund für diese Entwicklung könnte die in diesem Jahr besonders nachfragestarke Messe Ambiente sein (RevPar 2013: +16% im Vergleich zu 2012). Einige Hoteliers verzeichneten im Februar eine deutlich höhere Nachfrage im Segment Corporate Individual.

Hamburg: Occ: 70%, ADR: 103 €, RevPar: 72 €

Der Februar in Hamburg war insgesamt bedeutend besser als im Vorjahr (RevPar: +7%). Hoteliers registrierten in diesem Jahr mehr Nachfrage im MICE-Geschäft sowie eine deutlich bessere Buchungslage im Gruppensegment. Gleichzeitig konnten einige Häuser von der Schließung des Intercontinental Hotels profitieren durch überlaufendes Geschäft in allen Segmenten. Somit verhielt sich der Monat Februar deutlich über den Vorjahreswerten mit einer Belegungssteigerung von +5%. Weiterhin ist die Durchschnittsrate im Vergleich zum Vorjahr angestiegen (ADR: +2%). Viele Hotels mussten die seit Januar in Hamburg abzuführende Kulturtaxe an die Gäste weitergeben (aber natürlich auch wieder abführen müssen). Für einige Häuser war zusätzlich ein stärkeres Buchungsaufkommen durch das Leisure Business vor allem in den ersten zwei Wochen zu verzeichnen.

Köln/Bonn: Occ: 64%, ADR: 97€, RevPar: 62 €

Köln/Bonn schloss den Februar mit einem deutlich schwächeren RevPar von -7% ab, was überwiegend von einer schwächeren ADR von -4% beeinflusst wurde. Mitverantwortlich für diese Entwicklung waren eine ungewohnt schwache Karnevalszeit sowie deutlich weniger Business-Geschäft. Zudem entwickelten sich sowohl die Didacta als auch die SpogaHorse nicht ganz so stark wie erwartet. Diese Gründe veranlassten einige Häuser dazu, die Durchschnittsrate deutlich zu reduzieren, um die Einbußen zu verringern.

Leipzig: Occ: 59%, ADR: 69 €, RevPar: 41 €

Die Gesamtperformance im Februar verbesserte sich zu 2012 positiv (RevPar: +5%, Occ: +2%, ADR: +3%). Wesentliche Gründe für diese Entwicklung sind die in diesem Jahr



stattfindenden Messen Intec (Messe für Fertigungstechnik, Werkzeugmaschinen- und Sondermaschinenbau) sowie der Z (Zuliefermesse: 26.02. – 01.03.2013 versus 01.-04.03.2012), die beide im letzten Jahr ausblieben.

München: Occ: 70%, ADR: 123 €, RevPar: 86 €

Auch im Februar erzielte München eine sehr gute Gesamtperformance. Der deutlich stärkerer RevPar von +20%, konnte gleichermaßen im Wesentlichen durch das Ratenplus von 12% erreicht werden. Wesentliche Gründe waren die Verschiebung der ISPO Winter zurück in den Februar sowie ein deutlich stärkeres und durchwegs stabiles Business-Geschäft gegenüber dem Vorjahr. Zudem führte das DFB Viertelfinal Bayern – Dortmund am 27.02.13 noch zu einer zusätzlichen Nachfragesteigerung zum Ende des Monats.

Jetzt NEU:

Die neue Version des Fairmas Hotel Benchmarking ist ab sofort erhältlich und liefert jetzt zahlreiche erweiterte Funktionen und Marktkennzahlen für noch mehr Marktinformationen: schnell, einfach, tagesaktuell – und rechtlich abgesichert.

Bleiben Sie gespannt und lesen Sie mehr in der April Ausgabe des Fairmas Hotel-Report. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.fairmas.com



Alle Destinationen im Überblick

Hotel Performance Februar 2013/2012*												
	Occupancy in %				Average Daily Rate in Euro				RevPar in Euro			
	2013	2012	Var.	Var. %	2013	2012	Var.	Var. %	2013	2012	Var.	Var. %
Berlin	62	60	2	3	96	96	0,03	0,03	59	57	2	3
Dresden	37	41	-5	-12	65	69	-4	-6	24	29	-5	-17
Düsseldorf	63	63	-1	-1	100	102	-2	-2	63	65	-2	-2
Frankfurt	66	65	1	2	122	116	6	5	80	75	5	7
Hamburg	70	67	3	5	103	101	3	2	72	67	5	7
Köln/Bonn	64	65	-1	-2	97	102	-5	-4	62	66	-4	-7
Leipzig	59	58	1	2	69	67	2	3	41	39	2	5
München	70	66	5	7	123	110	13	12	86	72	14	20

*Quelle: Fairmas GmbH / STR Global, basierend auf Daten von Teilnehmern mit täglicher Dateneingabe Stand 01.03.13

Legende

OCC	Occupancy (Belegung)
ADR	Average Daily Rate (Netto Logisumsatz pro verkauftem Zimmer)
RevPar	Revenue per available Room (Netto Logisumsatz pro verfügbarem Zimmer)

Die Kennzahlen werden von der Fairmas GmbH in Zusammenarbeit mit STR Global zur Verfügung gestellt.



Das Fairmas Trendbarometer

Der Blick in die Zukunft



Im Einzelnen:

Berlin rechnet im März mit einem negativen Trend in fast allen Bereichen. Durch die in 2013 bereits Ende März beginnenden Osterferien (25.03.-06.04.2013 vs. 02.04.-14.04.2012) und das Osterwochenende rechnet der Markt mit einem höheren Aufkommen an Leisured-Gästen (Occ: +0,3%). Allerdings macht sich die Kombination des Feriengeschäfts mit einem verstärkten Preiskampf zur ITB in einer deutlich schwächeren ADR von -1% bemerkbar. Zudem berichten einige Häuser von einer schwachen Nachfrageentwicklung im Gruppenbereich.

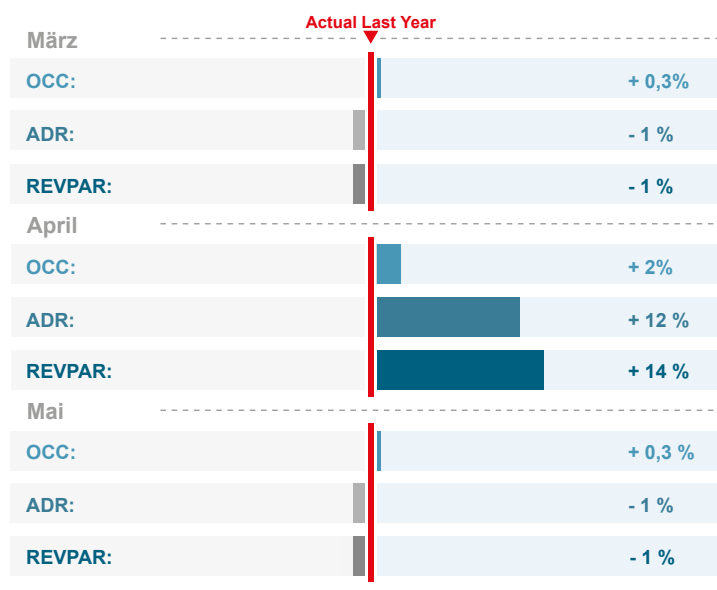
Mit dem frühen Ende der Osterferien hofft der Markt durch eine zusätzliche Businesswoche in 2013 auf mehr Geschäftsreisende im April (drei volle Businesswochen 2013 vs. zwei Wochen 2012), was sich in einer deutlichen Ratensteigerung von +12% bemerkbar macht. Einen weiteren, wenn auch kleineren Einfluss, hat die Veranstaltung „WasserBerlin“ (alle zwei Jahre; 23.04.-26.04.2013) sowie der Wanderkongress ECCMID (27.04.- 30.04.2013). Beide Veranstaltungen führen bereits jetzt zu einem guten Vorbuchungsstand in einigen Häusern. Allerdings könnten Stornos in den nächsten Wochen noch zu Korrekturen in der Prognose führen.

Der Mai wird in Berlin von den Feiertagen beeinflusst, was sich in einer schwächeren ADR von -1% niederschlägt. Die hohe Feiertagsdichte führt in Berlin zu weniger Business-



Geschäft, was sich in einer erwarteten schwächeren Rate von -1% bemerkbar macht. Der Markt konzentriert sich in solch einem Feiertagsmonat stark auf Leisure-Gäste und Kunden aus den USA und UK. Da sich hier die Nachfrage in einigen Häusern aktuell gut und konstant entwickelt, könnte das die erwartete leichte Auslastungssteigerung von +0,3% erklären.

Abb. 1: Trendbarometer Berlin Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013

Das Fairmas Trendbarometer prognostiziert weiterhin für den Monat März in **Düsseldorf** einen deutlichen Rückgang sowohl in der Belegung (Occ: -7%), als auch in der Rate (-17%) im Vergleich zum Vorjahr. Gegenüber 2012 macht sich das Fehlen der A-Messe Wire & Tube (5 volle Messetage) sowie der Metav Messe (letzten 3 Tage im März) bemerkbar. Zudem fallen in diesem Jahr die Osterferien mit einer kompletten Woche in den März (2012: 02.04 – 14.04.2012), was sich ebenfalls auf die insgesamt schlechtere Gesamtperformance (RevPar: -23%) gegenüber Vorjahr auswirkt. Auch die Messe Prowein, die dieses Jahr noch vor den Ostertagen vom 24.03.-26.03.2013 stattfindet, kann den Forecast insgesamt nicht entscheidend beeinflussen.

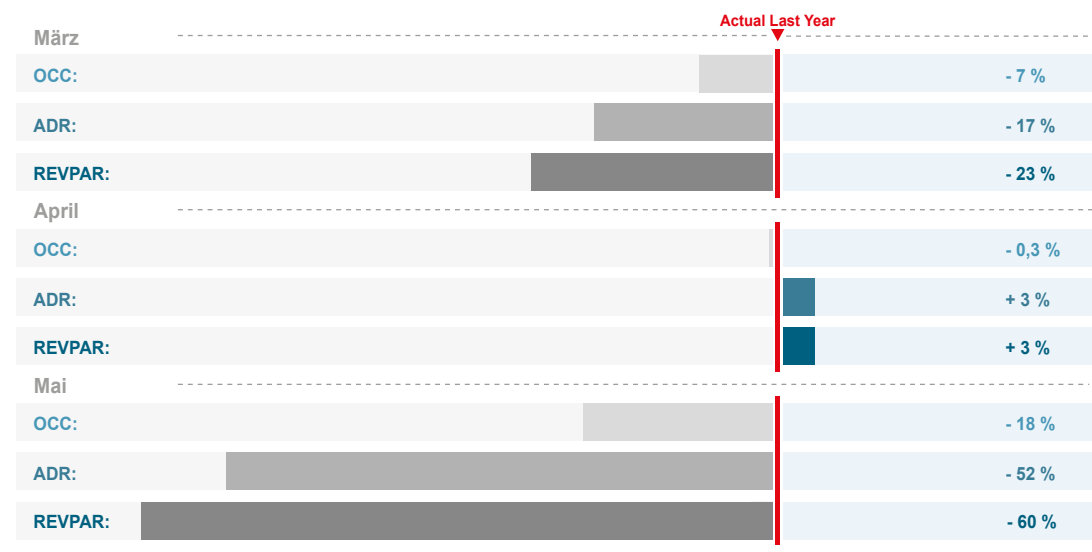
Der Trend für den Monat April zeigt eine Verbesserung in der Gesamtperformance, erkennbar durch eine Steigerung der Rate (+3%). Aufgrund der frühen Osterferien stehen



in diesem Jahr dem Monat April 3 volle Businesswochen zur Verfügung (2012 April: nur 2 Businesswochen), was sich positiv auf die Entwicklung der Durchschnittsrate auswirkt (höheren Nachfrage im Segment Business in diesem Jahr). Da allerdings die Messe Digimedia aufgrund eines niedrigen Anmeldestands inzwischen abgesagt worden ist, kann sich die Einschätzung für den Monat noch ändern.

Die Prognose für den Mai zeigt im Vorjahresvergleich eine deutliche Verschlechterung in der Gesamtperformance (RevPar: - 60%). In 2012 wurde der Markt ganz entscheidend von der Drupa, die nur alle 4 Jahre stattfindet, geprägt. Die fehlende Messe dämpft aktuell die Erwartungen bei der Durchschnittsrate mit 52% Rückgang gegenüber 2012. Weiterhin verzeichnet der Monat Mai in diesem Jahr mehr Feiertage (z.B. Fronleichnam) als im Vorjahr, was auch zu der besonders negativen Prognose beiträgt.

Abb. 2: Trendbarometer Düsseldorf Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013

Die Prognosen für den März in **Dresden** sind durchwachsen. Die Hoteliers erwarten eine deutliche RevPar-Steigerung von ca. +3%, überwiegend von einem Auslastungsplus von +9% beeinflusst. Ursächlich ist wohl der frühe Beginn der Osterferien. Einige Häuser verzeichnen dadurch eine erhöhte Nachfrage im Leisure-Bereich, was einerseits auf die Rate drückt, sich jedoch in einer steigenden Auslastung niederschlägt. Zudem



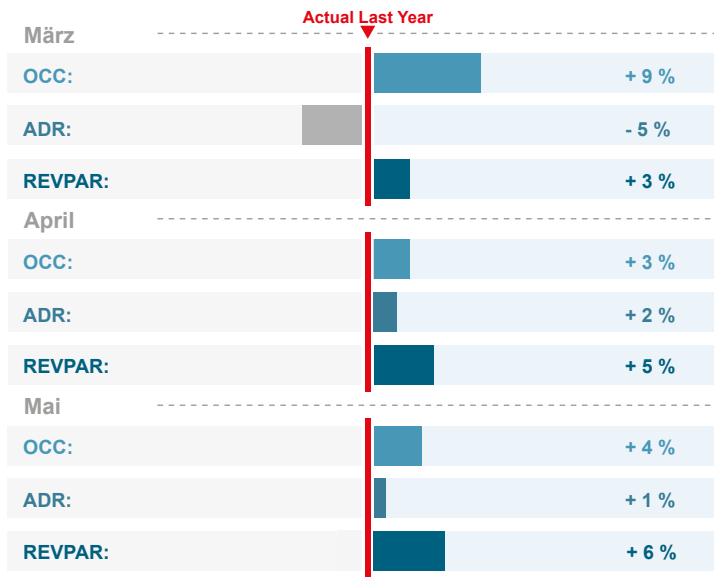
berichten Hoteliers, dass sich das Tagungsgeschäft ungewöhnlich gut entwickelt, trotz des früheren Ferienbeginns. Allerdings ist die aktuelle Buchungssituation im Bereich der Individualreisenden aufgrund der unbeständigen Wetterverhältnisse noch sehr schwach, was sich in einem Ratenrückgang von -5% widerspiegelt.

Die Prognosen für den April sind durchwegs positiv. Die Hoteliers der Elbmetropole rechnen mit einem deutlichen RevPar Plus von ca. 5%, was von einer stärkeren Rate und Auslastung beeinflusst wird. Hauptverantwortlich für diese Entwicklung dürfte auch hier die Verschiebung der Osterferien sein. Eine Ferienwoche weniger als im letzten Jahr, bringt offensichtlich mehr Business-Geschäft in die Stadt, was sich in einem deutlichen Ratenplus von 2% niederschlägt (Occ: +3%). Zusätzliche Veranstaltungen in einigen Häusern wirken sich ebenso positiv auf alle Bereich aus.

Der Mai scheint, im Gegensatz zu manch anderen Destinationen, für Dresden ein guter Monat zu werden. Klagen Städte wie München oder Berlin über die viele Feiertage, hoffen die Hoteliers in Dresden auf ein sehr starkes Leisure-Geschäft, auch im hochpreisigen Bereich. Die verlängerten Wochenenden und Feiertage bieten einen großen Anreiz für verschiedene Segmente, in diesem Monat zu buchen, was auf eine deutlich stärkere Auslastung von +4% hoffen lässt und ebenso den RevPar um ca. 6% im Vergleich zu 2012 ansteigen lässt. Zudem verzeichnen einige Häuser vermehrt Tagungen im Verbandsbereich sowie verschiedene Kongresse und Versammlungen, z. B. 47. DDG Tagung (01.05.-04.05.13), 51. Steuerberaterkongress (13.05. und 14.05.13), 38. ADKA Kongress und Mitgliederversammlung (30.05.-02.06.13), was zu einer Verbesserung in der Rate beiträgt.



Abb. 3: Trendbarometer Dresden Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013

Das Fairmas Trendbarometer prognostiziert für den Monat März für **Frankfurt** eine insgesamt bessere Performance im Vergleich zum Vorjahr (RevPar: +12%). Der Rückgang in der Belegung (-5%) ist auf den frühen Beginn der Osterferien zurückzuführen. Der starke Zuwachs in der Rate (+18%) ist vor allem durch die ISH (12.03.-16.03.2013) begründet (Zweijahresturnus). Zwar fand im letzten Jahr im Monat März die Musikmesse in Frankfurt (21.03 – 24.03.2012) statt, dennoch ist die ISH Messe eine A-Messe für Frankfurt mit höherem Ratenpotential als die Musikmesse.

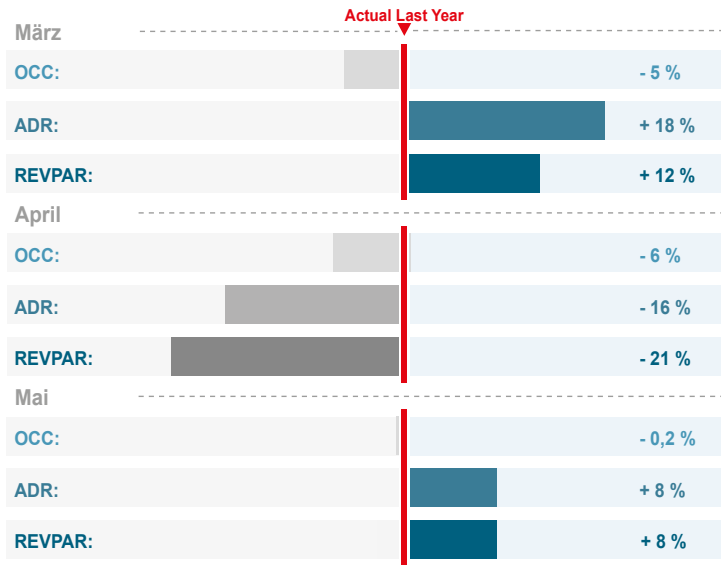
Der April zeigt in Frankfurt sowohl in der Belegung als auch in der Rate eine besonders negative Prognose (Occ. -6%, ADR: -16%), was zu einer insgesamt schlechten Gesamtbilanz führt (-21%). Das Fehlen der A-Messe Light & Building in 2013 wird von vielen Hoteliers für diese Entwicklung verantwortlich gemacht. Zudem ist die Gesamtanzahl der Messtage in diesem Jahr geringer als im Vorjahr.

Für Mai hingegen ist der Ausblick im Vergleich zum Vorjahr sehr positiv (RevPar: + 8%). Entscheidend hierfür ist der erwartete Anstieg des ADR zurückzuführen mit einem Plus von +8%. Neben der jährlich stattfindenden Messe Imex findet 2013 zusätzlich die IFFA (nur alle 3 Jahre) statt. Zudem erfolgen die Voranreisen in diesem Jahr zur Imex direkt nach



Pfingsten, was ein weiterer möglicher Grund für die positive Prognose in der Rate sein könnte.

Abb. 4: Trendbarometer Frankfurt Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013

Der Trend im Monat März zeigt für **Hamburg** eine deutliche Verschlechterung in der Gesamtperformance (RevPar: -9%). Dies ist vor allem auf den prognostizierten Rückgang der Durchschnittsrate zurückzuführen (ADR: -8%). Die Osterfeiertage am Ende des Monats anstelle der Aircraft Messe im letzten Jahr (2012 im März versus 2013 im April) hat den großen Verlust in der Durchschnittsrate zu verantworten. Lediglich die Internorga wird wie jedes Jahr in diesem Monat stattfinden. Die Leitmesse für den Außer-Haus-Markt bleibt aber hinter den Erwartungen zurück und scheint den Trend zu bestätigen, dass diese Messe jedes Jahr weniger positiven Einfluss auf Belegung und die Durchschnittsrate in Hamburg hat.

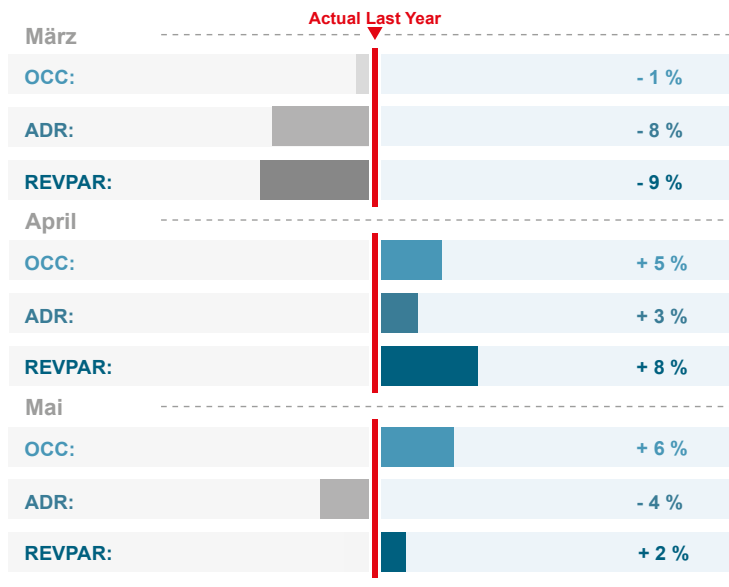
Im April ist der Ausblick sehr positiv im Vergleich zum Vorjahr (RevPar. +8%); die Einbußen im März könnten fast vollständig ausgeglichen werden. Dies ist vor allem auf die in diesem Monat stattfindende Messe Aircraft vom 09.-11.04.2013 zurückzuführen sowie zusätzliche Events an den Wochenenden (z.B. Internationale Gartenschau Hamburg IGS (Zweijahresturnus), Handball Final Four (im letzten Jahr Mai 2012) oder den



Hamburg Marathon, die insgesamt für eine verstärkte Leisure Nachfrage in diesem Jahr sorgen (Auslastung: +5%). Auch die stärkere Nachfrage im Segment MICE trägt zu der Verbesserung in der Rate (ADR: +3%) bei.

Die Prognose für Hamburg im Mai ist insgesamt positiv, wenn auch mit einer rückläufigen ADR (-4%). In diesem Jahr findet der im Zweijahresturnus stattfindende evangelische Kirchentag (01.05. – 05.05.2013) in Hamburg statt. Hier ist mit mehr Besuchern und daher einer besseren Belegung zu rechnen (Occ: +6%). Allerdings sind diese Besucher häufig preissensibel, was die erwartete schwache Durchschnittsrate erklären könnte. Ansonsten wird der Erfolg im Mai auch von der Wetterlage zum alljährlichen Hafengeburtstag und dem Pfingstwochenende abhängig sein.

Abb. 5: Trendbarometer Hamburg Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013



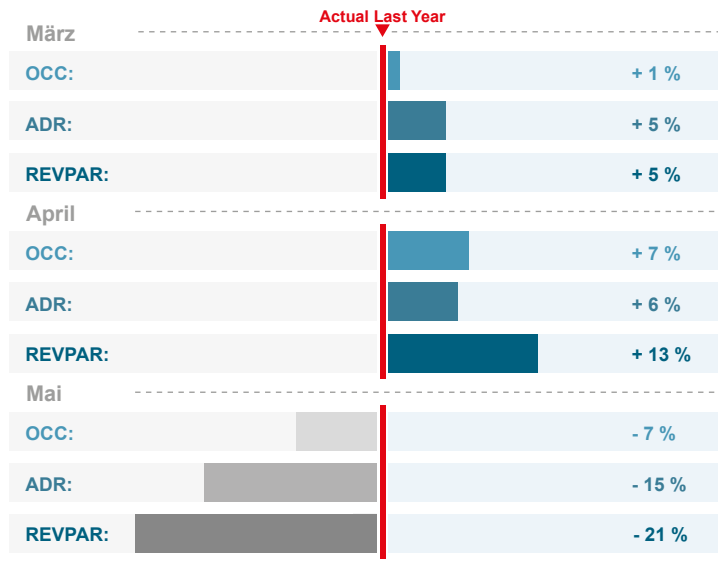
Köln/Bonn erwartet im März weiterhin eine positive Ratenentwicklung von +5% im Vergleich zum Vorjahr, was vor allem durch die 35. Internationale Dental-Schau (12. - 16. März 2013) beeinflusst wird. Allerdings machen sich auch in Köln/Bonn die früheren Osterferien und –feiertage in den Zahlen bemerkbar und der Markt rechnet durch den Verlust einer vollen Businesswoche nur mit einer leichten Auslastungssteigerung von +1% im Vergleich zum Vorjahr.

Im April mussten die Prognosen in Bezug auf die Rate deutlich nach unten korrigiert werden, das Ratenplus bleibt jedoch auch weiterhin bestehen und pendelt sich auf +6% im Vergleich zum Vorjahr ein. Veranlasst wurde die Berichtigung durch die schlechtere Nachfrageentwicklung im Leisure-Bereich sowie zur FIBO Messe (11.04.-14.04.2013). Die Internationale Leitmesse für Fitness, Wellness & Gesundheit wurde in der Rate hoch angesetzt, entwickelte sich bis jetzt jedoch nicht so wie erwartet. Ebenso sind die Buchungen sowohl im Leisure- als auch im Business-Bereich zur Ferienzeit noch sehr verhalten. Das erhoffte große Plus an Businessgeschäft durch die zusätzliche Businesswoche bleibt im Moment noch aus, auch die Leisure-Buchungen entwickeln sich nicht ganz so wie erwartet, was sich jedoch wetterbedingt noch kurzfristig ändern kann. Allerdings hoffen die Hoteliers auch weiterhin auf mehr Geschäft durch verschiedene Konzerte, z. B. von Joe Cocker (22.04.2013) oder Eros Ramazotti (23.04.2013).

Der Wonnemonat Mai wird auch in Köln/Bonn im Wesentlichen durch die Vielzahl der Feiertage in diesem Jahr geprägt (1. Mai – Tag der Arbeit, 9. Mai – Christi Himmelfahrt, 20. Mai – Pfingstmontag, 30. Mai – Fronleichnam). Lediglich eine volle Businesswoche ist dadurch möglich und schlägt sich sogleich in einem deutlich schwächeren RevPar von -21% nieder, was überwiegend durch die schwächere Durchschnittsrate von -15% beeinflusst wird. Zudem entwickeln sich Individualbuchungen sowie die alle zwei Jahr wiederkehrende Interzum (13.05.-16.05.2013) bis jetzt nur schleppend.



Abb. 6: Trendbarometer Köln/Bonn Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013

Die meisten Hoteliers in **München** erwarten im März eine positivere Entwicklung im Vergleich zum letzten Jahr. Fest gebuchte Meetings und Veranstaltungen in einigen Häusern lassen auf einen guten Geschäftsmonat hoffen, was die Steigerungen in Rate (ADR: +2%) und RevPar (+5%) erklären könnte. Allerdings drücken auch in München die frühen Osterferien mit mehr preissensiblerem Leisure-Geschäft sowie einer fehlenden Businesswoche auf Rate und Auslastung.

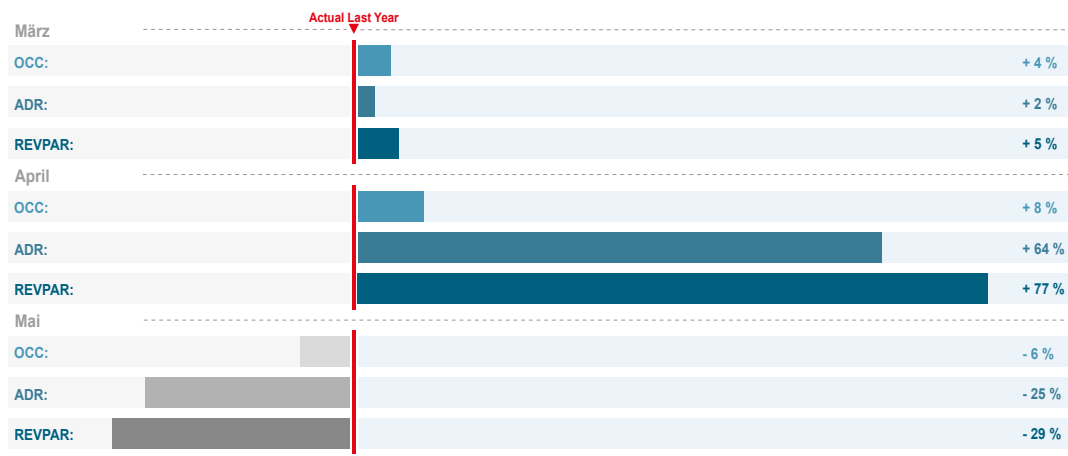
Im Vergleich zu anderen Städten ist die Verschiebung der Osterferien in München nicht verantwortlich für die sehr starke RevPar Prognose im April. Der wesentliche Treiber für den erwarteten Anstieg ist die Internationale Fachmesse für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte (Bauma / 15.04.2013 - 21.04.2013) welche nur alle drei Jahre in München stattfindet. Als A-Messe mit sehr hohem Ratenpotential lässt sie eine RevPar Steigerung von +77% im Vergleich zur letzten Jahr erwarten (ADR: +64%); 2010 war die Veranstaltung durch ein Umweltereignis (die Aschewolke) geprägt, was zu deutlichen Einbußen von bis zu -14% im RevPar führte.

So stark wie der April wird der Mai bei weitem nicht. Durch die Vielzahl der Feiertage in diesem Jahr (1. Mai – Tag der Arbeit, 9. Mai – Christi Himmelfahrt, 20. Mai – Pfingstmontag,



30. Mai – Fronleichnam) und zwei ganzen Ferienwochen im Mai 2013 (21.05.-31.05.2013 vs. 29.05.-09.06.2012), rechnen die Hoteliers der Stadt mit einem deutlichen Minus in der Rate von 25%. Die Feiertagsdichte ermöglicht nur eine volle Businesswoche und macht sich in einer schwachen RevPar Entwicklung (-29%) bemerkbar. Zudem fehlt das Champions League Finale in diesem Jahr (2012: Champions League Finale 19.05.2012), was den Hoteliers 2012 allein am Spieltag eine Auslastung von 96% sowie eine starke ADR von 297 € (RevPar:284 €) ermöglichte. Darüber hinaus kann die Messe Laser World (alle zwei Jahre; 13.05.2013 - 16.05.2013) die in diesem Jahr fehlenden Messen Automatica (alle zwei Jahre; 22.05.-25.05.2012), Ceramitec (alle drei Jahre, 22.05.2012 - 25.05.2012) und IFAT Entsorga (alle zwei Jahre; 07.05.2012 - 11.05.2012) nicht kompensieren.

Abb. 7: Trendbarometer München Februar 2013 - Trend versus Vorjahr



Quelle: Fairmas GmbH / Stand 05.02.2013



Im Fokus:

Die Notwendigkeit von Compliance-Strukturen in der Hotellerie Der Compliance-Experte Prof. Dr. Peter Fissenewert im Gespräch mit Solutions DOT WG

Das Budapester Ergo-Fiasko macht deutlich, wie wichtig das Thema Compliance in der Hotel- und Veranstaltungsbranche geworden ist. Der Rückgang von Incentive-Reisen, die für besonders erfolgreiche Mitarbeiter aus dem Strukturvertrieb der Versicherung durchgeführt wurden, und abgesagte Großveranstaltungen sind eine Folge davon, die zu erheblichen wirtschaftlichen Schäden geführt haben. Damit ist das Thema Compliance mit aller Wucht auch in der Hotelbranche angekommen, die sich nun endlich damit befassen sollte. Die allgemeinen Compliance-Bestrebungen in der Wirtschaft stehen für ein sich im Wandel befindliches Werteverständnis.

Der Begriff Compliance bedeutet zunächst nichts anderes als die Einhaltung von Gesetzen, Verträgen und unternehmensinternen Richtlinien. Es besteht ein großer Handlungsbedarf, um Veranstaltungen und daraus resultierende Buchungen regelkonform wieder möglich zu machen. Besonders geschulte Mitarbeiter sind nicht nur notwendig, um aufkommende Fragen kompetent beantworten zu können. Es ist auch eine Serviceleistung, die hilft, herkömmliche Veranstaltungsformate den neuen Anforderungen entsprechend anzupassen. Der Compliance-Experte Rechtsanwalt Prof. Dr. Peter Fissenewert erklärt im Gespräch mit Solutions DOT WG die aktuelle Situation.

Das Stichwort Compliance löst derzeit in der Veranstaltungs- und Hotelbranche gemischte Gefühle aus. Ist der Umgang mit dem Thema tatsächlich so kompliziert?

Nein, keinesfalls. Im Gegenteil, Compliance eröffnet sogar große Chancen im täglichen Geschäftsumgang und kann beispielsweise auch vor unlauteren Methoden eines Wettbewerbes schützen. Leider wird es häufig missverstanden, als ein Kanon aus Verboten, der Großveranstaltungen, Kongresse oder gesellschaftliche Events stark einschränkt mit der Folge eines erheblichen wirtschaftlichen Schadens für Veranstaltungsorte wie Hotels. Werden rechtzeitig entsprechende Maßnahmen getroffen, können nicht nur Umsatzprobleme vermieden werden. Sondern zahlt das auch als Qualitätsmerkmal auf das Image des Hauses ein.



Erläutern Sie uns das genauer.

Bestechung, Korruption oder Betrug sind Verstöße bei denen meist ein großer wirtschaftlicher Schaden entstanden ist und die grundsätzlich gegen ein faires und ehrbares geschäftliches Miteinander verstoßen. Das ist uns allen klar. Wie sind aber Einladungen von Managern zu hochrangigen Veranstaltungen zu bewerten? Unter welchen Voraussetzungen dürfen Mitarbeiter zu Incentive-Reisen eingeladen werden. Wer darf einladen und in welchem Rahmen? Dürfen gegenüber Amtsträger, wie etwa dem örtlichen Bauleiter oder dem Bürgermeister überhaupt noch Einladungen ausgesprochen werden? Viele Unternehmen regeln diese und weitere Fragen mittels einer selbst auferlegten Compliance-Struktur. Die Nichteinhaltung kann empfindliche Folgen für die zuständigen Manager haben, aber auch für Geschäftspartner, bzw. in Geschäftsverbindungen stehenden Unternehmen und Dienstleistern. Es wird also nicht nur erwartet, dass die Compliance-Regeln eingehalten werden. Die Tendenz geht dahin, dass Geschäftsverbindungen nur noch möglich sind, wenn der gegenüber eine eigene Compliance-Struktur aufweisen kann.

Und das trifft neben den klassischen Bereichen wie Zulieferer und Vertriebspartner auch Dienstleister wie Hotels.

Gibt es bereits Regeln, die für die Hotelbranche gelten?

Die Vereinigung Arzneimittel und Kooperation im Gesundheitswesen (AKG) sowie die Freiwillige Selbstkontrolle Arzneimittelindustrie (FSA) haben sich Kodizes auferlegt, die in der Hotelbranche als Beispiel gelten sollten und teilweise bereits umgesetzt werden. So ist die Durchführung von Ärztekongressen klar geregelt. Im Vordergrund muss die Vermittlung von Fachwissen und eben nicht die Unterbringung in einem Luxushotel liegen. Ziel ist es, den Eindruck zu vermeiden, dass die Teilnehmer in unsachgemäßer Weise beeinflusst werden. Und darin liegt auch das Wesen von Compliance.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Wird ein Arzt seitens eines Pharmakonzerns zu einem mehrtägigen Aufenthalt in ein 5-Sterne-Hotel eingeladen und sind Fachdiskurse eher am Rande geplant, so besteht die Gefahr, dass hier eine Beeinflussung stattfinden kann. Es wird dabei immer auf den ursächlichen Zusammenhang zwischen der Einladung und einer Beschaffungsentscheidung



abgestellt und inwieweit ein eventuelles Beeinflussungsziel im Vordergrund steht.

Hier setzt Compliance an und rückt diese Situation ins Gleichgewicht. Steht bei einem Hotel der Oberklasse der Businesscharakter im Vordergrund und ist dem fachlichen Austausch der weitaus größte Teil der Agenda gewidmet, so ist der Kongress kodexkonform. Die Spruchpraxis des FSA ist allerdings nicht immer klar. So ist Sylt ausgeschlossen, da die Teilnehmer mehr Interesse an der Insel als an den Tagungsinhalten haben könnten. Eine Veranstaltung auf der Fraueninsel im Chiemsee war trotz ihres hohen Freizeitwertes allerdings kein Problem. Diese sich an Einzelfällen orientierende Spruchpraxis zeigt, wie uneinheitlich die Bewertungen sind. Umso notwendiger ist es, bereits bei der Planung von Veranstaltungen sachgerecht beraten zu können.

Compliancegeschulte Mitarbeiter können Programmabläufe regelkonform zusammenstellen und im Zweifelsfall auch verteidigen.

Worauf müssen Hotels bei der Gestaltung solcher Veranstaltungen noch achten?

Auf das Regelwerk des Veranstalter. Verfügt ein Unternehmen über eine Compliance-Struktur, muss diese berücksichtigt werden. Das ist übrigens nicht nur bei Veranstaltungen der Fall, sondern kann bereits bei der üblichen Übernachtungsbuchung wichtig werden. Wenn die Regeln nur bestimmte Zimmerklassen zulassen, ist dies natürlich einzuhalten.

Also eine unausweichliche Entwicklung?

Eher eine absolut notwendige Entwicklung, die nicht nur der aktuellen Transparenz-Diskussion Rechnung trägt, sondern letztlich auch auf das Image des Hotels einzahlt. Darin bin ich mir im Übrigen auch mit Prof. Dr. Rück, Dekan des Fachbereichs Touristik der FH Worms einig.

In diesem Zusammenhang ist auch der Umgang mit Gästedaten zu überprüfen. Es existieren zuverlässige Programme, um etwa Zutrittskontrollen oder firmenseitige Beschränkungen bei Hotelbuchungen personalisiert durchführen zu können. Allerdings bleiben alle Daten auf lange Zeit gespeichert. Diese müssen zwingend vor Missbrauch geschützt werden. Die Verleihung des Big-Brother-Awards an internationale Hotelketten hat diese Datensammelleidenschaft unschön öffentlich gemacht. Kann ein Hotel hingegen den



gesicherten Umgang garantieren, ist dies letztlich auch ein Wettbewerbsvorteil.

Vielen Dank für das Gespräch.

Compliance – Sicherheit im Umgang mit den Kunden

Praxis-Tipps für das Kundengespräch

Jeder Vertriebsmitarbeiter hat es schon erlebt: Man möchte das Portfolio des Hauses präsentieren und lädt potenzielle Entscheider aus Marketing, Vertrieb oder Reiseabteilung eines Unternehmens in bester Absicht ein und bekommt kommentarlos eine Absage. Was ist falsch gelaufen? In vielen Fällen kann dies schlicht an der Missachtung den Compliance-Regeln des kontaktierten Unternehmens liegen. Wer bereits bei der Planung ein paar wichtige Hinweise beachten, dürfte demnächst weiter kommen und vermittelt zudem den professionellen Eindruck, sich ernsthaft mit dem Unternehmen auseinander gesetzt zu haben. Eine kurze aber effiziente Vorrecherche zeigt schnell, nach welchen Spielregeln Einladungen angenommen werden dürfen. Prof. Dr. Peter Fissenewert erklärt die wichtigsten Schritte im Umgang mit den Kunden:

1. Offen kommunizieren

Sollen Fachabteilungen eines Unternehmens zu einer Veranstaltung eingeladen werden, ist dies im ersten Schritt mit der Compliance-Abteilung des entsprechenden Unternehmens abzustimmen. Konkret bedeutet das, zunächst ist der richtige Ansprechpartner zu ermitteln (Firmenwebsite/Telefonzentrale). Hat das Unternehmen keinen Compliance-Beauftragten, ist die Geschäftsleitung der richtige Adressat für das Anliegen.

2. Vollständige Prüfung

Sinn und Zweck der Einladung sind genau zu benennen. Das können allgemeine Informationen über die Angebote des Hauses, die Vorstellung besonderer Veranstaltungsreihen oder die Neugestaltung der Räumlichkeiten sein. Der geplante Ablauf sowie die gewünschte Gästeliste sind so konkret wie möglich darzulegen.



3. Prüfung

In der Anfrage ist darauf hinzuweisen, dass diese konkrete Veranstaltung bereits nach den eigenen hotel-internen Compliance-Vorschriften geplant wurde. Sollte das Unternehmen seinerseits nach Abschluss der internen Prüfung zu einer Ablehnung kommen, habe dies keinerlei Konsequenzen. Für diesen Fall wäre es aber schön, ein kurzes Gespräch zu vereinbaren. So reißt der Kontakt nicht ab und es gibt eventuelle neue Anknüpfungspunkte für eine spätere Zusammenarbeit.

Für den Fall, dass das kontaktierte Unternehmen über keine Compliance-Struktur verfügt, ist es dennoch notwendig, die Geschäftsleitung von dem geplanten Vorhaben zu informieren und deutlich zum Ausdruck zu bringen, dass diese konkrete Einladung compliance-konform gestaltet wurde.

4. Durchführung

Steht der Veranstaltung nichts mehr im Wege und alle gewünschten Ansprechpartner des Unternehmens können geladen werden, sind die Einladungen ausschließlich an die Firmen- und keinesfalls an die Privatadresse zu richten. Grundsätzlich sind Ehe- oder Lebenspartner nicht mit einzuladen. Dies ist nur unter besonderen und sehr eng gefassten Voraussetzungen möglich.

Der Business-Charakter der Veranstaltung muss klar im Vordergrund stehen. Ein offizieller Repräsentant in verantwortlicher Position des Hotels muss zwingend an der Veranstaltung teilnehmen.

Compliance sollte zudem ein Tagungsordnungspunkt der Veranstaltung sein. So hat das Hotel auch die Möglichkeit, dieses Thema positiv und kompetent zu besetzen und macht deutlich, dass die Produkte des Hauses immer entsprechend gestaltet werden.



Prof. Dr. Peter Fissenewert ist Rechtsanwalt und Partner der internationalen Kanzlei Buse Heberer Fromm Partnerschaftsgesellschaft. Seine Tätigkeitsschwerpunkte sind das Gesellschaftsrecht sowie die Restrukturierungs- und Sanierungsberatung. Als Mittelstands-Experte hat er sich intensiv mit der Entwicklung und Implementierung von Compliance-Systemen auseinandergesetzt. Der Compliance-Spezialist berät neben diversen Fußballclubs auch den Sport- und Event-Vermarkter SPORTFIVE, die Messe Berlin sowie diverse Veranstalter und Hotels. Peter Fissenewert ist Herausgeber des ersten in Kürze im Beck Verlag, München erscheinenden Standardwerks „Compliance für den Mittelstand“.



Die Herausgeber des Fairmas Hotel-Report

Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH, Sachsendamm 6, 10829 Berlin, Deutschland

Solutions Dot WG GmbH, Kranzer Strasse 6-7, 14199 Berlin, Deutschland



Die Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH ist spezialisiert auf die Entwicklung von Planungs- und Controlling Software für die Hotellerie. Das Unternehmen bietet seinem internationalen Kundenkreis eine Hotel Benchmarking Plattform sowie diverse Software Anwendungen für die Bereiche Budgetierung, Forecasting, Controlling, Management Reporting und Optimierung von Arbeitsprozessen.



Als strategische Unternehmensberatung erarbeitet Solutions Dot WG individuelle und maßgeschneiderte Strategien und Lösungen für Unternehmen der Hotellerie, Gastronomie und Tourismusbranche und unterstützt bei der Umsetzung von Konzepten. Solutions übernimmt auch die eigenverantwortliche Projektrealisierung, ist im Bereich Support Management und Interimsmanagement tätig und daneben auch im Sektor Total Quality Management (TQM) aktiv.

Redaktion des Fairmas Hotel-Report:

Sabine Fischer, Marketing & Communications Manager, Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH, E-Mail: hotel-report@fairmas.com

Gabriele Kiessling, Consultant und Project Management, Solutions Dot WG GmbH, E-Mail: hotel-report@fairmas.com



Disclaimer

Für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen wird eine Gewährleistung oder Garantie nicht begründet. Soweit gesetzlich zulässig übernehmen weder Fairmas GmbH noch Solutions Dot WG GmbH eine Haftung oder Verantwortung für etwaige Folgen aus Handlungen, Unterlassungen oder Entscheidungen, die auf dieser Veröffentlichung beruhen.