



Reichlich Potenzial im Luxusniveau

Experten sehen in Stuttgart und der Region einen Nachholbedarf bei Hotelbetten

Schwimmen in Mineralwasser ist in Stuttgart nichts Ungewöhnliches. Gibt es doch in der Stadt mit dem größten Mineralwasservorkommen Westeuropas drei prickelnde Bäder. Doch beim Schwimmen soll es nicht bleiben. Am Mineralbad Berg am Rande der Kernstadt soll ein Gesundheits- und Tagungszentrum entstehen, samt einem Vier-Sterne-Hotel. Unter der Woche könnten Tagungen die Betten füllen, wobei die Tagungsteilnehmer sich am Nachmittag oder Abend ein Mineralbad, eine Fango-Packung oder eine Massage gönnen. Nicht nur, aber vor allem am Wochenende könnten gestresste so genannte Best-Agers, Zeitgenossen über 50 Jahre, ihre Städtereise mit einem exklusiven Wellness-Programm krönen: Die Wohlfühl-Vollendung nach Shopping und Kultur.

„Stuttgart ist ein guter Standort für Hotels“ – ist sich Peter Brenner von der Eurohypo sicher. Für die baden-württembergische Landeshauptstadt ebenso wie für Düsseldorf hat er einen deutlichen Nachholbedarf ausgemacht – im Gegen-satz zu Städten wie Berlin oder Leipzig.

Und das, obwohl in Stuttgart bereits mehrere Hotel-Neubauten geplant sind und in den kommenden Jahren nach derzeitigen Planungen 3.000 Hotelbetten dazu kommen werden. Die Betten, die durch Neubauten in der Region



Stuttgart entstehen, also den Landkreisen rund um die baden-württembergische Landeshauptstadt, sind da noch gar nicht mitgerechnet. Das Mövenpick Hotel am Flughafen zum Beispiel, das gerade erweitert wird, bleibt in dieser Rechnung außen vor. Denn der Stuttgarter Flughafen ist zwar nur gut 14 Kilometer von der Stuttgarter City entfernt, liegt aber auf der Gemarkung von Leinfelden-Echterdingen und diese Kommune liegt im Landkreis Esslingen.

In der Innenstadt, unweit des Bahnhofs, entsteht ein Lifestyle-Hotel, ebenfalls mit Vier-Sterne-Niveau. Eine Kombination aus Historie und Moderne versprechen die Investoren. Vom Bestandsgebäude blieben die Fassaden der historischen Badehäuser erhalten. Das Hotel selbst, das vom österreichischen Hotelbetreiber ARCOTEL Hotel AG betrieben werden soll, wird den heutigen Ansprüchen in jeder Hinsicht gerecht. Im Stuttgarter Nordosten entsteht ein Haus für den kleinen Geldbeutel: Motel One bietet die Ausstattung eines Zwei-Sterne-Hotels mit 180 Betten.

Investoren sind derweil weiter auf der Suche nach neuen Standorten. Im Blick haben sie dabei vor allem die Innenstadt. Aus gutem Grund, betont auch Günter Wattig, Geschäftsführer der Eurohypo-Tochter Kenstone. Während die Immobilienbank Eurohypo Immobilienprojekte nicht nur in Deutschland und Europa, sondern auch in den USA und in Asien finanziert, sind die Mitarbeiter von Kenstone die Fachleute für die Immobilienbewertung – sie kennen sich aus auf dem jeweiligen Teilmarkt.

Dass sich Investoren trotz der geplanten Neubauten weiter für den Stuttgarter Hotelmarkt interessieren, wundert weder Wattig noch Brenner. Sie verweisen auf die Wirtschaftskraft der Stadt und der Region, auf die Entwicklungen im Tourismus und die Situation auf dem Hotelmarkt in Stuttgart.

Die Bettenauslastung in Stuttgart und der Region lag vergangenes Jahr laut Hotel- und Gaststättenverband Baden-Württemberg bei 45 Prozent und damit um drei Prozentpunkte höher als im Jahr zuvor. Eine stattliche Zahl, auch wenn das erst deutlich wird, wenn der Blick nicht auf die Betten allein gerichtet wird sondern auf die Zimmer. Denn in der heutigen Hotelwelt sind Einzelzimmer selten. Wer allein reist – und das trifft auf die meisten Geschäftsreisen zu – nächtigt allein im Doppelzimmer. Gleiches gilt für Tagungen. Dann sind möglicherweise 90 Prozent aller Zimmer belegt, aber jede Menge Betten frei.

Doch ob Betten oder Zimmer fokussiert werden - der Grund für die höhere Auslastung Stuttgarter Hotels ist leicht auszumachen: Die Fußball-Weltmeisterschaft. Vorrundenspiele, ein Endrundenspiel und auch noch das kleine Finale, bei dem die deutsche Nationalmannschaft den dritten WM-Platz holte – das alles lockte zusätzlich Gäste aus aller Welt nach Stuttgart.

Hinzu kommt: Stuttgart hat in den vergangenen Jahren draufgesattelt. In der Innenstadt entstand ein neues Kunstmuseum; DaimlerChrysler baute ein neues Automuseum, das übrigens rechtzeitig zur Fußball-WM eröffnet wurde; die Stuttgarter Oper ist seit Jahren „spitze“ – und das hat sich nicht nur in Deutschland herumgesprochen. Auch bei ausländischen Musikfreunden hat sie sich inzwischen einen Namen gemacht. So bekundeten Touristen aus Italien erstaunten Medienvertretern, vor allem die Oper habe sie nach Stuttgart gezogen. Zwei Musicals wiederum tragen den so genannten leichteren Musikbedürfnissen Rechnung.

Dass Stuttgart in den vergangenen Jahren auch vom Städtetourismus profitieren konnte, ließ zunächst vor allem die Stuttgarter selbst staunen. Inzwischen sind Touristengruppen aus Deutschland, Italien, den USA oder Japan, die in der Stuttgarter Innenstadt das neue und das alte Schloss in Augenschein nehmen, in Ludwigsburg über das Blühende Barock flanieren, das Cannstatter Volksfest oder den Weihnachtsmarkt besuchen und die Gelegenheit für eine Einkaufstour durch die Innenstadt nutzen, keinen Hingucker mehr wert. Vor allem in den Sommermonaten sind sie selbstverständlich.

Daneben sind Stuttgart und die Region eifrig dabei, ihren Ruf als Sport-Hauptstadt wieder aufzubauen. Schon Anfang der 90er Jahre setzte die Landeshauptstadt auf Sportgroßereignisse: Ob Rad-Weltmeisterschaft, Tennis-Daviscup oder Leichtathletik-Weltmeisterschaft - es sollten so viele sportliche Großereignisse wie möglich in die Stadt und die Region. Nachdem einige Jahre dieses Blatt nicht voll gespielt wurde, wird nun versucht, die Stuttgarter Karten in Sachen Sport wieder besser auszureizen. Allein im laufenden Jahr werden ein zweites Mal die Rad-Weltmeisterschaft, die Turn-WM und die Welt-Titelkämpfe im Standardtanz in Stuttgart ausgetragen.

Dass Stuttgart mit seiner Region ein wirtschaftlicher Motor ist, bestreitet niemand. Selbst während der konjunkturellen Flaute der vergangenen Jahre sah es – ähnlich wie in Bayern - im Südwesten und natürlich auch in der Region Stuttgart stets weniger düster aus als im Rest der Republik. Hinzu kommt die Lage: „Es liegt einfach zentral und bietet sich als Tagungsstandort geradezu an“, meint Brenner von der Eurohypo. Auch die neue Messe beim Flughafen, die Ende des Jahres eröffnen will, wird möglicherweise noch weitere Hotels nach sich ziehen – nicht nur das bereits geplante neue Mövenpick Hotel.

Auch das Hotel-Ranking gibt den Immobilien-Experten der Eurohypo Recht: „Stuttgart hat noch Potenzial“, ist herauszulesen. Denn Stuttgart liegt bei den Übernachtungszahlen hinter Frankfurt, München, Düsseldorf, Berlin und Köln auf Platz sechs. Wattig sieht Teile der Hotellandschaft in Stuttgart auf dem Stand von vor zehn Jahren. Hinzu kommt: Die Hotelpreise liegen in Deutschland und vor allem in Stuttgart weit unter dem Level anderer europäischer Großstädte. Mit durchschnittlich 70 bis 110 Euro pro Übernachtung ist ein Bett in Stuttgart im Vergleich zu einer Übernachtung in London ein absolutes Schnäppchen. Dort werden Durchschnittspreise von 200 bis 250 Euro verlangt.

Dennoch: Es geht nicht einfach um Hotels. „Die Lage muss stimmen, der Betreiber und vor allem das Konzept“, betonen die beiden Fachleute unisono und stimmen damit der grundsätzlichen Analyse von Martina Fidl-schuster zu, Chefin des auf Hotelimmobilien spezialisierten Beratungsunternehmens Ho-tour. Auch sie betont immer wieder, wie wichtig der richtige Standort, das richtige Konzept und der richtige Betreiber sind, und warnt vor der Fehlerquelle Mensch, die sich aus Eitelkeit zu teuren Fehlern verleiten lasse. Denn letztendlich funktioniere nur, was der Markt rechtferti-ge.

In Stuttgart würde der Markt für die Immobilien-Fachleute der Eurohypo sehr wohl ein Hotel in der Fünf-Sterne-Kategorie rechtfertigen: Ein echtes Luxushotel, bei dem auch die Details stimmen – wie ein Fahrer, der den Wagen in die Garage fährt zum Beispiel.

Wenn die Rahmenbedingungen stimmen, schlägt für die Fachleute ein Hotel in Sachen Wertsteigerung jede Büro-Immobilie. Kein

Laura Scheffler

Wunder, dass Hotel-Investitionen deshalb in-zwischen auf großes Interesse bei Immobilien-fonds stoßen. Sechs bis sieben Prozent Netto-rendite seien durchaus realistisch. Allerdings müssen die Investoren auch eine verhältnis-mäßig lange Durststrecke einkalkulieren: Denn ein Hotel braucht nach Ansicht der Fachleute etwa vier Jahre, bis es sich auf dem Markt etabliert hat und die entsprechenden Pachten erwirtschaften und bezahlen kann.

Übrigens: Selbst bei hoher Hoteldichte sehen Fachleute immer noch Platz für ein Haus mit außergewöhnlichen Produkten, wie es das Gesundheits- und Tagungszentrum am Mine-ralbad Berg offerieren könnte. Der baden-württembergische Hotel- und Gaststättenver-band sieht darin ein Segment, das in Stuttgart bisher klein geschrieben wurde. Denn trotz der großen Mineralwasservorkommen, trotz des Bades in Bad Cannstatt, trotz des Mineralbad Leuze, trotz des Mineralbads Berg: Nur wenige verbinden die Autostadt Stuttgart mit Gesund-heitsbädern. Aber vielleicht wird sich das bald ändern.

Weitere Information

- **Quelle:**
[Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH](#)
- **Ausgabe:**
28.02.2007
- **Erscheinungsort:**
Stuttgart