

#### **Stadt Leverkusen**

Vorlage Nr. 2017/2053

#### Der Oberbürgermeister

V/61-613- PostgeländeAhr/neu **Dezernat/Fachbereich/AZ** 

04.05.2018 **Datum** 

Beratungsfolge	Datum	Zuständigkeit	Behandlung
Rat der Stadt Leverkusen	07.05.2018	Entscheidung	öffentlich

#### **Betreff:**

Wiesdorf- Entwicklung des Postgeländes Heinrich-von-Stephan-Straße - Ergebnis der gesamtstädtischen Hotelmarktstudie vom 02.05.18

#### Hinweis des Fachbereichs Oberbürgermeister, Rat und Bezirke:

In der Anlage erhalten Sie die Hotelmarktstudie Leverkusen der Fa. Hotel Affairs Consulting GmbH Düsseldorf vom 02.05.2018 zur Kenntnis. Das Fazit der Studie finden Sie unter Punkt 9 auf der Seite 43.

Im Ratsinformationssystem Session ist die Hotelmarktstudie auch in farbiger und vergrößerter Darstellung einzusehen.



# Hotelmarktstudie Leverkusen

Düsseldorf, 02. Mai 2018



## Inhaltsverzeichnis

1. Auftrag und Durchführung	2
2. Executive Summary	4
Erfolgsfaktoren von Hotels	6
4. Makrolage Leverkusen	8
4.1 Allgemeine Rahmendaten Leverkusen	10
4.2 Verkehrsanbindung	10
4.3 Nachfrage-Generatoren	13
4.3.1 Corporates	13
4.3.2 Leisure	16
5. Hotelmarkt Leverkusen	21
5.1 Beherbergungsnachfrage	21
5.2 Beherbergungsangebot	25
5.3 Aktuelle Angebotsstruktur des Hotelmarkts Leverkusen	29
6. Aktuelle Standortentwicklungen und neue Hotelpläne	32
6.1 Opladen: Neue Bahnstadt	32
6.2 Manfort: Innovationspark	33
6.3 Wiesdorf: City Center ("City C")	34
6.4 Wiesdorf: Postverteilerzentrum	35
7. Mikrostandorte Wiesdorf und Opladen	37
6. Kurz-Darstellung der Märkte Düsseldorf und Köln	38
7. SWOT-Analyse	41
8. Hotelbedarf	42
9. Fazit und Empfehlung	43
10. Abbildungsverzeichnis	45
12. Tabellenverzeichnis	45



#### I. Auftrag und Durchführung

Auftrag & Durchführung

Der Auftraggeber, die Wirtschaftsförderung Leverkusen GmbH, Dönhoffstraße 39, 51373 Leverkusen, vertreten durch ihren Geschäftsführer Herrn Dr. Frank Obermaier beauftragte die Analyse des Leverkusener Hotelmarkts, auf deren Grundlage Empfehlungen für den weiteren Ausbau der Hotelkapazitäten abzuleiten sind.

Anlass für die Inanspruchnahme eines externen, unabhängigen Beratungsunternehmens sind die aktuellen Diskussionen neuer Hotels in Leverkusen, insbesondere in Anbetracht der dynamischen Hotelmarktentwicklungen in den benachbarten Messestädten Köln und Düsseldorf.

Ziel ist es, dem Auftraggeber anhand einer umfassenden Analyse eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu erarbeiten, die es ihm gestattet, den lokalen Hotelmarkt speziell im Hinblick auf die Nachbarstädte Köln und Düsseldorf einzuschätzen. Zu diesem Zweck wurde die Hotel Affairs Consulting GmbH, Emanuel-Leutze-Straße 21, 40547 Düsseldorf, vertreten durch den geschäftsführenden Gesellschafter, Herrn Axel Deitermann mit der Erstellung einer Hotelmarktstudie beauftragt.

Die Arbeiten für die Erstellung der Studie wurden vom 19. März bis zum 27. April 2018 durchgeführt. Wie bei Marktuntersuchungen üblich, gelten die Feststellungen nur für eine begrenzte Zeit. Danach sind sie den neuen Gegebenheiten anzupassen. Eine Gewähr für das Eintreten der Annahmen und das Erreichen der prognostizierten Ergebnisse kann nicht übernommen werden.

Diese Beauftragung bezieht sich ausschließlich auf die hotelfachlichen Fragestellungen. Eine juristische Bewertung ist ausdrücklich nicht Gegenstand dieser Beauftragung.

Die Hotel Affairs Consulting GmbH erstellt die Studie im Auftrag und für die Wirtschaftsförderung Leverkusen GmbH gemäß deren Auftragserteilung vom 19.03.2018 und übernimmt nur gegenüber der Wirtschaftsförderung Leverkusen GmbH sowie nur nach Maßgabe der geschlossenen Vereinbarung eine Haftung, auch wenn der Bericht an Dritte weitergegeben wird.



Die grundlegenden Angaben stammen aus den folgenden Quellen:

- Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen;
- Stadt Leverkusen; https://www.leverkusen.de/;
- Wirtschaftsförderung Leverkusen GmbH;
   Herr Dr. Frank Obermaier,
   Herr Achim Willke, Herr Rainer Bertelsmeier

Die Quellen der im Text genannten Zahlen und sonstigen Angaben werden zum Teil an den jeweiligen Stellen benannt.

Die Analyse umfasst 45 Seiten.



#### 2. Executive Summary

**Executive Summary** 

Leverkusen verfügt über eine sehr gute Anbindung an wesentliche Ver- Gute Verkehrsanbindung kehrswege. Somit ist die Stadt sowohl vom Ruhrgebiet als auch vom Rhein-Main-Gebiet mit dem Auto schnell erreichbar.

Die lokalen wirtschaftlichen Strukturen sind grundsätzlich als ausgesprochen robust einzuschätzen, wenngleich die Bayer AG, die Covestro AG als auch die Lanxess AG mitsamt ihren Tochterunternehmen die wesent- Robuste Wirtschaft lichen Triebfedern sind. Touristische Highlights von starker, überregionaler Strahlkraft sind in Leverkusen eher kaum zu finden. Durch die sehr stark ausgeprägten Stadtteile, insbesondere Wiesdorf und Opladen, fehlt es an einem touristisch attraktiven Stadtkern und entsprechenden Anziehungspunkten. Zusammenfassend ist das Geschäftsreisesegment als der Kaum touristische Highlights Hauptmotor für die lokale Hotellerie zu identifizieren, wenngleich durch die Veranstaltungen in der BayArena eine Nachfrage auch an den Wochenenden gewonnen werden kann.

Der Markt ist geprägt von einer solide Nachfrageentwicklung, die im Bun- Solide desvergleich einen überdurchschnittlichen Anteil von Gästen ausländischer Herkunft (speziell China und Benelux) aufweist. Auch das Hotelangebot zeigt sich in den vergangenen 10 Jahren als solide mit leicht wachsender Tendenz.

Nachfrageentwicklung

Aktuelle Stadtentwicklungen dürften den Standort Leverkusen im Ganzen weiter beleben und sich in der Folge ebenfalls positiv auf die lokale Hotellerie auswirken.

Im direkten Vergleich erscheinen die Standortparameter von Wiesdorf Wiesdorf eher attraktiv aufgrund der gewachsenen Strukturen, der Verkehrsanbindung sowie der Nähe zu wesentlichen Nachfrage-Generatoren für die Ansiedlung eines Hotels als eher attraktiv.

Das Messegeschäft in Köln und Düsseldorf beflügelt sowohl die lokale Einfluss der Messen in Nachfrage als auch das Preisniveau, wenngleich letzteres durch den massiven Zuwachs neuer Kapazitäten einen schwächeren Effekt erfahren dürfte. Gleichzeitig ist ebenfalls zu erwarten, dass die neuen Hotels in

Köln und Düsseldorf



Köln und Düsseldorf den üblichen Kaskadeneffekt auf benachbarte Standorte, wie z.B. Leverkusen, in den kommenden Jahren dämpfen wird. Gleichwohl hat Leverkusen durch ausländische Gruppenreisen seine geographische Lage zwischen den Metropolen Düsseldorf und Köln für sich nutzen können.

Insgesamt dürften neue, frische Hotelkonzepte am Standort Leverkusen die lokale Nachfrage durchaus erhöhen, jedoch eher nicht in einem Umfang, der mit einer möglichen Angebotssteigerung (Hotelzimmer) um mehr als 60 % kongruent sein würde. Somit erscheint ein Bedarf an ein bis zwei weiteren zeitgemäßen Hotels von zusammen jedoch nicht mehr als 280-320 Zimmereinheiten, mit frischen Konzepten und internationalem Standard grundsätzlich gegeben. Eine Aufwertung und Differenzierung der Bestandsbetriebe in Leverkusen ist geboten.

Aufwertung Bestandshotellerie mit bis zu zwei zusätzlichen Hotels empfehlenswert



#### 3. Erfolgsfaktoren von Hotels

Erfolgsfaktoren von Hotels

Die Marktfähigkeit eines Hotels lässt sich anhand von grundlegenden Hebelfaktoren zusammenfassen, die insbesondere während der Planung festgelegt werden. Einmal zementiert, sind diese kaum reversibel und bestimmen auf diese Weise die wirtschaftliche Tragfähigkeit und somit die Werthaltigkeit der Immobilie.

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Hotels und die damit assoziierten Wirtschaftliche Renditeerwartungen driften immer dann auseinander, wenn z.B.

Hebelfaktoren

#### Konzept-Fehler,

z. B. unpassender Standort / Umfeld zum Konzept, fehlende Umsatzträger;

#### Funktionale Mängel im Baukörper,

z. B. fehlende / zu geringe Foyer- & Ausstellungsflächen im Konferenzbereich, überhöhter Personalbedarf infolge unrationell geplanter Produktionsstätten und Arbeitsabläufe, zu klein dimensionierte Umsatzträger, atypische Zimmerlayouts / Einschränkungen der Umsatzpotenziale, unwirtschaftliche Bauvolumina;

#### hohe Baukosten (Kapitaldienst / Nachfinanzierung) auftreten.

z. B. kostenintensive Schaffung von Tiefgaragenstellplätzen, ungünstige Relation von Nutz- und Verkehrsflächen, überhöhte Baukosten führen zu Sparmaßnahmen in der Ausstattung und mindern den Geltungsnutzen während gleichzeitig ein überhöhter Kapitaldienst (Pacht) dem gegenübersteht.

Galt in der Vergangenheit der Standort als alleiniger Maßstab für wirtschaft- Standort nicht der einzige lichen Erfolg, so sind es heutzutage Standort, Konzept, Betreiberqualität und Funktionalität. Die Gründe liegen nicht nur in der stärkeren Mobilität, die Hotels in einem Radius von 20 km und mehr zu potenziellen Wettbewerbern machen, sondern vor allem im aktiven Marketing aller

Maßstab



Marktteilnehmer sowie der globalen Verfügbarkeit und visuellen Präsenz selbst des kleinsten Boutique-Hotels durch das Internet.

Damit treten Alleinstellungsmerkmale, Komfort und angesichts der totalen Transparenz auch der Preis in den Vordergrund.

Die Rolle des Betreibers ersetzt dabei nur sehr bedingt das Konzept. Ins- Standort nicht der einzige besondere in Anbetracht jüngster Marktentwicklung, die zwischenzeitlich weltweit über 1.800 Hotelmarken zählt, ist die Hotellerie insbesondere von starken Verdrängungsmechanismen geprägt. Nicht zuletzt das sogenannte "Re-Branding" von Hotels, z. B. im Zuge von Betreiber- / Eigentümerwech- Re-Branding seln, führte zu einer Verwässerung. Harte Markenstandards werden zusehends durch weiche Anforderungen ersetzt. Das Konzept steht im Sinne einer höheren Individualisierung immer mehr im Vordergrund.

Maßstab

Damit das einzelne Hotel wirtschaftlich nachhaltig am Markt bestehen Marktführerschaft innerkann, muss es das erklärte Ziel sein, die Marktführerschaft innerhalb des mentes anvisierten Segmentes zu übernehmen. Nicht allein die Zahl der Kapazitäten im regionalen Umfeld oder die lokale Übernachtungsstatistik sind maßgeblich, sondern ebenso die überregionale Wettbewerbssituation, die bei manchen Konzepten sogar bundesweit besteht.

halb des anvisierten Seg-

Um in diesem Verdrängungsmarkt bestehen zu können, bedarf es einer Positionierung klaren Positionierung. Diese richtet sich entweder nach den Gegebenheiten des Objekts oder aber bei Neu- oder Erweiterungsbauten besser nach den Stärken und Schwächen des bestehenden Wettbewerbs richtet.

Erfahrungsgemäß ist der überwiegende Teil der am Markt ausgewiesenen Deklassierte Hotelpro-Kapazitäten nur bedingt wettbewerbsfähig und partizipiert lediglich vom besondern wechseln in eine grenzten Angebot zeitgemäßer Einrichtungen. Demzufolge besteht ein besonderes Phänomen des Marktes darin, dass deklassierte Produkte nicht ausscheiden, sondern lediglich in eine niedere Kategorie (u. a. "Re-Branding") wechseln. Es ist der Gast, der sich durch seine Wahl bei gleichem Preis ein Upgrade gewährt.

dukte scheiden nicht aus. niedere Kategorie



Abbildung 1 - Einflussfaktoren auf eine Hotelentwicklung

G E B Ä U D E
BAUPLANUNG
KOSTEN

M A C H B A R K E I T
KONZEPT | RETURN

EXIT

#### 4. Makrolage Leverkusen

Makorlage Leverkusen

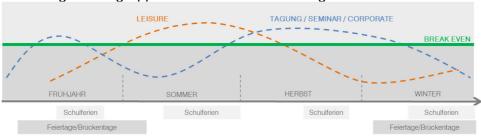
Wie in Kapitel 3 erläutert, unterliegt der wirtschaftliche Erfolg von Hotels der Wettbewerbsfähigkeit des Einzelkonzepts in Relation zum Markt. Anders als der Einzelhandel; generieren Hotels ihr Geschäft nicht durch die lokale bzw. stationäre Nachfrage, sondern vielmehr durch einen vagabundierenden Markt von Reisenden.

Vagabundierende Nachfrage

Aufgrund von saisonalen Nachfrageschwankungen ist üblicherweise ein Mix verschiedener Zielgruppen erforderlich, damit ein Hotel eine wirtschaftlich auskömmliche Belegung erzielt. Nachfolgende Abbildung illustriert den typischen Nachfrageverlauf einzelner Zielgruppen deutscher Hotels:

Saisonale Schwankungen erfordern Zielgruppen-

Abbildung 2 - Zielgruppenmix und deren Nachfrageverlauf



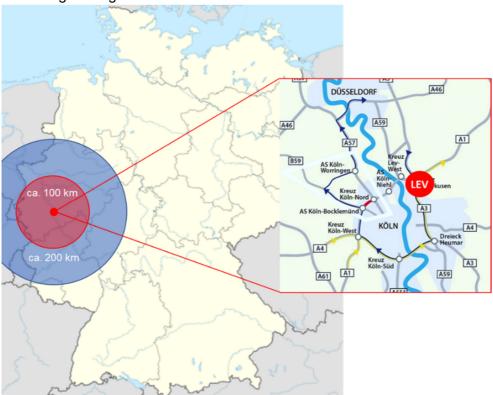
Quelle: Hotel Affairs Research



Nachfrage-Generatoren

Ein Standort ist somit immer dann für ein Hotel attraktiv, wenn dieser von Einander ergänzende starken, einander ergänzenden Nachfrage-Generatoren geprägt ist. Der Makrostandort bzw. der relevante Marktraum des Hotelmarkts Leverkusen lässt sich dabei auf einen Radius von bis zu 2 Autostunden wie folgt skizzieren.

Abbildung 3 - Lage und Umfeld von Leverkusen



Quelle: www.leverkusen.de; www.wikipedia.de



#### 4.1 Allgemeine Rahmendaten Leverkusen

Allgemeine Rahmendaten Leverkusen

Leverkusen ist eine kreisfreie Stadt unmittelbar nordöstlich von Köln und befindet sich im Herzen der Metropolregion "Rhein-Ruhr". Die Stadt liegt am rechten Ufer des Rheins sowie gleichzeitig am Unterlauf der Wupper und an der Dhünn. Geographisch zählt Leverkusen zum Bergischen Land und beheimatete im Jahr 2017 rund 166.737 Einwohner.

Die heutige Stadt Leverkusen entstand 1975 durch den Zusammenschluss von insgesamt 13 Stadtteilen, wobei unter anderem die Kreisstadt Opladen integriert wurde.

Ihren Ursprung verdankt Leverkusen ihrem Namensgeber, dem Apotheker Carl Leverkus, der Mitte des 19. Jahrhunderts bei Wiesdorf eine Chemiefabrik (die heutige Bayer AG) nebst Wohnsiedlungen für deren Arbeiterschaft gründete.

Neben dem Bayer Chemiekonzern ist die Stadt bekannt durch den Fußball-Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen.

#### 4.2 Verkehrsanbindung

Verkehrsanbindung

Im Einzelnen ist Leverkusen wie folgt zu erreichen:

Mit dem PKW:

Direkt im Leverkusener Stadtgebiet kreuzen sich folgende Autobahnen ("Autobahnkreuz Leverkusen"):

- Autobahn A1
   (Saarbrücken-Köln-Dortmund-Hamburg-Heiligenhafen)
- Autobahn A3
   (Passau-Frankfurt/Main-Köln-Oberhausen-Emmerich)

Bei Wiesdorf quert die A1 über die Rheinbrücke Leverkusen den Rhein. Im Westen des Stadtgebiets führt die A59 in Richtung Norden nach Düsseldorf.

Darüber hinaus verlaufen die Bundesstraßen 8 und 51 sowie die ehemalige B232 durch das Stadtgebiet.

10



Mit der Bahn:

Leverkusen verfügt über drei Bahnhaltestellen mit folgenden Verbindungen:

- 1. Leverkusen-Mitte in Wiesdorf
  - Fernverkehr:
    - 1x täglicher Halt des ICE aus Berlin (aber nicht in Gegenrichtung)
  - Nahverkehr:
    - NRW-Express (RE 1), Takt: 60 min
       von Aachen Hbf nach Hamm Westf.,
       u. a. über Köln Messe / Deutz und Düsseldorf Flughafen
    - Rhein-Express (RE 5), Takt: 60 min
       von Wesel nach Koblenz Hbf,
       u. a. über Köln Messe/Deutz, Düsseldorf Flughafen
    - S-Bahnlinie S 6, Takt: 20 min.
       von Essen Hbf nach Köln Worringen

#### 2. Leverkusen-Opladen

- Nahverkehr:
  - Rhein-Münsterland-Express (RE 7), Takt: 60 min von Rheine nach Krefeld Hbf.
    - u. a. über Wuppertal, Köln Messe/Deutz
  - Rhein-Wupper-Bahn (RB 48), Takt: 30 min
     von Wuppertal nach Bonn
     u. a. über Solingen und Köln Messe/Deutz
- 3. Leverkusen Schlebusch
  - Regionalbahn-Haltestelle:
    - Rhein-Wupper-Bahn (RB 48), Takt: 30 min von Bonn über Köln nach Wuppertal

Mit dem Flugzeug:

Mit dem Flugzeug

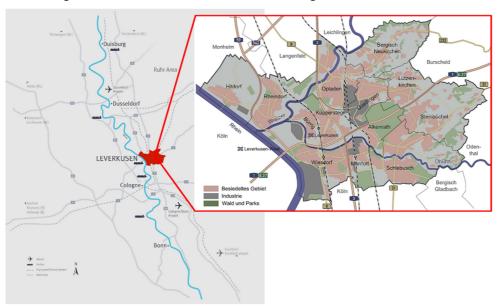
Die nächstgelegenen Flughäfen von Leverkusen sind:



- Flughafen Köln/Bonn..... ca. 22 km / ca. 20 Autominuten
- Flughafen Düsseldorf...... ca. 42 km / ca. 40 Autominuten
- Flughafen Frankfurt/Main ...... ca. 180 km / ca. 90 Autominuten

Nachfolgende Abbildung zeigt die Lage der Stadt Leverkusen im Rheinland als auch deren Verkehrsanbindung und die jeweiligen Stadtteile:

Abbildung 4 - Stadtteile und Verkehrsanbindung Leverkusen



Quelle: Wirtschaftsförderung Leverkusen

#### ZWISCHENFAZIT VERKEHRSANBINDUNG:

- Leverkusen ist **optimal an das Autobahnnetz angeschlossen** und damit per PKW sehr gut erreichbar. Im Gegensatz zum Einzelhandel bedient die Hotellerie eine vagabundierende Nachfrage. Hotels bedienen ein Einzugsgebiet mit einer Anreisedauer von maximal 2 Stunden. Die optimale Anbindung an die
- Köln Messe / Deutz sowie der internationale Flughafen in Düsseldorf sind über direkte Bahnverbindungen in relativ kurzer Zeit von ca. 10, respektive ca. 20 Minuten erreichbar.

Verdichtung des relevanten Einzugsgebiets.

Autobahnen A1, A3 als auch A59 liefert dem Standort somit eine

 Insgesamt ist die Verkehrsanbindung von Leverkusen als sehr gut zusammenzufassen. Zwischenfazit Verkehrsanbindung



#### 4.3 Nachfrage-Generatoren

Nachfrage-Generatoren

Wie bereits in Kapitel 3 erwähnt, stützt sich die Nachfrage der deutschen Hotellerie im Wesentlichen auf das Geschäftsreise-, Seminar-, Tagungsund Kongress-Segment (sogenannte "Corporates"). Der Nachfrageverlauf dieser Zielgruppen unterliegt jedoch saisonbedingten Schwankungen. Aus diesen Grund müssen Hotels weitere, einander ergänzende Zielgruppen gewinnen. Hotels an Standorten von touristisch überregionaler Strahlkraft partizipieren somit am Aufkommen Städtereisender bzw. Touristen.

Das Nachfragepotenzial von Hotelstandorten erschließt sich im Allgemeinen aus den Erhebungen der Statistischen Landesämter über die lokalen Übernachtungs- und Auslastungsdaten. Allerdings lässt die Statistik keinen Rückschluss auf die Nachfrage einzelner Zielgruppen bzw. Gästesegmente zu. Hilfsweise kann jedoch die Recherche und Analyse potenzieller Nachfrage-Generatoren wie folgt zugrunde gelegt werden:

4.3.1 Corporates Corporates

Wenngleich es keine standortbezogenen Studien über Geschäftsreisen und das Seminar- und Tagungsgeschäft gibt, so lassen sich jedoch anhand der wirtschaftlichen Strukturen eines definierten Marktraums latente Nachfragepotenziale ableiten. Diese stehen wiederum in Beziehung zur vorhandenen Hotellerie bzw. zur Wettbewerbsfähigkeit der relevanten Infrastruktur, wie z.B. Seminar- und Tagungsräumen.

Keine standortbezogenen Studien über Geschäftsreisen und Tagungen

Im Allgemeinen kann davon ausgegangen werden, dass mit steigender Wertschöpfung einer Region auch die Nachfrage nach Seminar- und Tagungsräumen steigt, so z. B. für Produkt- und Verkaufsschulungen, Organisations- & Führungskräfte-Seminaren bis hin zu Produktpräsentationen Wertschöptung al frage-Indikatoren oder Klausurtagungen. Die Nachfrage von Firmen-Gästen ist hauptsächlich am Wochenanfang bzw. in der Wochenmitte zu registrieren. Im Jahresverlauf ist deren Nachfrage kongruent mit dem Verlauf der sog. "Corporate-Linie" (vgl. Abbildung 2). Hierzu zählen:

Unternehmen und deren Wertschöpfung als Nach-



- Geschäftsreisende
- Seminare & Tagungen
- Messebesucher
- Firmen-Events

Seit ihrer Gründung ist Leverkusens Hauptarbeitgeber die Bayer AG, die Unternehmen in Lever-Covestro AG als auch die Lanxess AG, die aus einer Abspaltung der Bayer AG hervorgegangen sind. Darüber hinaus finden sich in Leverkusen die Zentrale des Weltmarktführers für die Herstellung von Bremsbelägen TMD Friction, der Sitz des Stahlunternehmens Wuppermann AG sowie die Deutschland- und Europazentrale des Automobilherstellers Mazda als auch das Unternehmen Momentive Performance Materials, einer der weltweit größten Hersteller von Silikon. Ebenfalls erwähnenswert ist die Ansiedlung der Kronos International Inc., der deutschlandweit größte sowie weltweit fünftgrößte Hersteller von Titanoxid-Pigmenten. Neben seinem Deutschlandsitz betreibt Kronos in Leverkusens Chempark eine seiner Produktionsanlagen.

Der sogenannte Chempark gilt als einer der größten Chemieparks in Eu- Chempark ropa. Er erstreckt sich neben Leverkusen über zwei weitere Standorte in Dormagen und Krefeld-Uerdingen. Auf einer Fläche von ca. 11 km² sind in Leverkusen ca. 70 Unternehmen angesiedelt, die zusammen rund 48.000 Mitarbeiter beschäftigen.

Weitere bedeutende Arbeitgeber der Stadt sind das Katholische Kranken- Weitere bedeutende Arhaus sowie das Klinikum Leverkusen, die nach eigenen Auskünften insgesamt mehr als 2.600 Mitarbeiter (Headcount) beschäftigen. Das Katholische Krankenhaus in Opladen gehört zur Kplus-Gruppe, die insgesamt fünf Krankenhäuser in der Region betreibt und in Leverkusen ca. 300 Mitarbeiter/innen beschäftigt. Das Klinikum Leverkusen ist ein Lehrkrankenhaus der Uni Köln und gilt als ein Krankenhaus der regionalen Spitzenversorgung mit Einrichtungen für hochqualifizierte Diagnostik und Therapie.

beitgeber

Insgesamt sind in Leverkusen knapp 60 Unternehmen mit einer Größe von mindestens 100 Mitarbeitern angesiedelt, davon etwa ein Drittel mit mehr



als 500 Mitarbeitern. Nachfolgende Tabelle listet die größten Unternehmen (mit jeweils mehr als 500 Mitarbeitern) auf:

Tabelle 1 - Unternehmen in Leverkusen mit mehr als 500 Mitarbeitern

Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern

Unternehmen
Bayer Aktiengesellschaft
Bayer Gastronomie GmbH
Bayer HealthCare AG
Bayer Technology Services GmbH
Bayer Vital GmbH
Chemion Logistik GmbH
Conzzeta Holding Deutschland AG
Covestro AG (vormals Bayer Material Science)
Currenta GmbH & Co. OHG
Katholisches Kranken- u. Pflegeeinrichtungen Leverkusen GmbH
Klinikum Leverkusen gGmbH
KRONOS TITAN GmbH
Layher GmbH & Co. KG
Med 360° Rheinland GmbH
Momentive Performance Materials GmbH
Pronova BKK
SALTIGO GmbH
Sparkasse Leverkusen
TECTRION GmbH
TMD Friction EsCo GmbH
TMD Friction GmbH
TMD Friction Services GmbH
Quelle: Wirtschaftsförderung Leverkusen

Gemäß den aktuellen Erhebungen des Statistischen Landesamtes Nord- Bruttowertschöpfung von rhein-Westfalen generierten die in Leverkusen angesiedelten Unternehmen im Jahr 2015 eine Bruttowertschöpfung zu Marktpreisen von knapp 7,2 Mrd. €. Umgerechnet auf jede in Leverkusen erwerbstätige Person sind dies 87.968 €, was einem Zuwachs von 1,8 % zum Vorjahr entspricht. Leverkusen liegt damit nach Düsseldorf (31,6) und Bonn (30,4) um knapp 25 Prozentpunkte über dem Landesdurchschnitt, wie nachfolgende Abbildung skizziert:

7,2 Mrd. € im Jahr 2015



Städten 131.6 130.4 100.000€ 140 124,7 119,9 90.000€ 120 105,4 104,2 80.000€ 97.5 95 88,6 87.2 100 70.000€ 60.000€ 80 50.000€ 92.835€ 92.003€ 87.968 € 84.610€ 60 40.000€ 74.<u>37</u> 73.537 € 68.780€ 66.987€ 30.000 € 62.468 € 61.513 € <sub>40</sub> 20.000€ 20 10.000€ - € 0 ВО BN DO D DU Ε Κ KR LEV MG ■ BIP je Erwerbstätige/r in 2015 ● Landeswert=100

Abbildung 5 - Vergleich BIP zu Marktpreisen in 2015 in ausgewählten

Quelle: Statistisches Landesamt NRW

Darüber hinaus hat sich die Technische Hochschule Köln seit mehr als 5 Campus Leverkusen Jahren am "Campus Leverkusen" angesiedelt. Dort sind etwa 1.000 Studierende in den Studienfächern Chemie und Pharmazeutische Chemie eingeschrieben.

#### **ZWISCHENFAZIT CORPORATES:**

- Zwischenfazit Corporates
- Im Vergleich zu anderen Standorten im Rheinland ist Leverkusen wirtschaftlich stark aufgestellt, wobei die Bayer AG, die Covestro AG und die Lanxess AG einen erheblichen Anteil ausmachen.
- Insgesamt sind am Standort starke Nachfrage-Generatoren im Corporate-Segment angesiedelt.

4.3.2 Leisure Leisure

Während das Corporate-Segment der lokalen Hotellerie eine Grundauslastung liefert, ist zu überprüfen, welche komplementären Nachfrage-Generatoren bestehen. Hierzu zählen u. a. Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten oder Erholung. Für den Standort Leverkusen sind folgende Annehmlichkeiten festzustellen:



Sehenswürdigkeiten in Leverkusen





Quelle: www.googlemaps.de

#### 1.+2.: CARL DUISBERG PARK / JAPANISCHER GARTEN

Eine japanische Gartenlandschaft ist Teil der Carl-Duisberg Parkanlage auf einer Fläche von über 15.000 m² am Leverkusener Stadtrand. 2006 wurde der Japanische Garten im Wettbewerb "Deutschlands schönster Park" unter die besten fünf gewählt.

Carl Duisberg Park / Japanischer Garten

#### 3. SCHLOSS MORSBROICH

Schloss Morsbroich

Die ehemalige Kommende des Deutschen Ordens beheimatet das Städtische Museum für moderne Kunst. Die Entstehungsgeschichte des Schlosses reicht bis ins 14. Jahrhundert zurück. Nach dessen Erwerb durch die Stadt im Jahr 1974 wurde das Museum nach umfangreichen Renovierungsarbeiten im Jahr 1985 wiedereröffnet und 2009 vom internationalen Kunstkritikerverband AICA zum Museum des Jahres gewählt. Im Jahr 2016 wurde das Museum vom Deutschen Kulturrat auf "Die Rote Liste" gesetzt. Der sogenannte Spiegelsaal wird u. a. für Hochzeitsfeiern genutzt.



#### STADION BAYARENA / BUNDESLIGIST BAYER LEVERKUSEN 04

Stadion BayArena / Bundesligist Bayer Leverkusen 04

Mit dem Aufstieg und der Etablierung in der 1. Bundesliga wurde der schrittweise Neu- und Umbau zu einem multimedialen Erlebnisraum für mehr als 30.000 Zuschauern umgesetzt. Seit 1998 ist hinter der Nordtribüne ein 4-Sterne Hotel mit 120 Zimmern angesiedelt, das von Lindner Hotels & Resorts betrieben wird. Nach Auskunft der BayArena finden dort jedes Jahr neben den Spielen der Fußball-Bundeliga etwa 350 Events mit insgesamt 18.500 Gästen statt.

#### 5. GOLFCLUB LEVERKUSEN E.V.

Golfclub Leverkusen e.V.

In einer Entfernung von etwa 15 Minuten vom Stadtzentrum befindet sich der Golfplatz auf einem Areal von 75 Hektar. Der Platz wurde als "Premier European Golf Course" ausgezeichnet.

#### 6. FORUM LEVERKUSEN - KulturStadtLev

Forum Leverkusen

Pro Saison veranstaltet der Teilbetrieb Forum etwa 100 Gastspiele in allen Bereichen der darstellenden Kunst und der Musik. Das Forum liegt in Wiesdorf. Neben einem Theatersaal mit rund 970 Plätzen bietet das Forum die Festhalle am Opladener Platz mit weiteren 600 Plätzen für selbstorganisierte oder externe Veranstaltungen.

Die "Internationalen Leverkusener Jazztage" gehören zu Veranstaltungen von überregionaler Strahlkraft und Bedeutung. Nach eigenen Angaben zieht das Event jedes Jahr mindestens 20.000 Besucher an.

Mit dem Forum verfügt die Stadt über großzügige Veranstaltungsflächen, die verkehrsgünstig gelegen sind und sich für die Austragung vielfältiger Veranstaltungen unterschiedlichster Größenordnung eignen.

#### 7. NEULAND-PARK

Neuland-Park

Der Neuland-Park liegt in Wiesdorf am Westufer des Rheins. Im Zuge einer Altlastenbeseitigung auf der ehemaligen Siedlung Dhünnaue wurde der Park im Jahr 2005 mit der Landesgartenschau



eröffnet. Auf dem Areal einer ehemaligen Werksdeponie der Bayer AG 25 Hektar wurde der sogenannte Neuland-Park angelegt. Der Park verfügt über zahlreiche Haus- und Themengärten, eine Vielzahl von Gastronomiebetrieben sowie fünf Sport- und Spielschwerpunkte.

Die SparkassenArena auf dem Gelände des Neuland-Parks bietet 1.200 Personen Platz und ist Austragungsort für Konzerte, Lesungen oder Theatervorstellungen.

#### 8. INDUSTRIEMUSEUM FREUDENTHALER SENSENHAMMER

Die historische Sensenfabrik entstand im Jahr 1778. Im 19. Jahrhundert wurden dort Sicheln und Sensen industriell hergestellt. Seit
2005 besteht das Museum, das die Gebäude und Arbeitsplätze
weitgehend im Originalzustand erhalten hat. Das Museum ist ebenfalls Austragungsort für Ausstellungen, Theatervorführungen und
Konzerte.

Industriemuseum Freudenthaler

#### 9. RATHAUS-GALERIE

Rathaus-Galerie

Die Rathaus-Galerie ist ein Einkaufszentrum im Zentrum des Stadtteils Wiesdorf und wurde im Jahr 2010 eröffnet. Auf über 22.000 m² haben sich mehr als 120 Fachgeschäfte sowie verschiedene Gastronomiebetriebe und Dienstleister angesiedelt.

#### 10. KÜNSTLERBUNKER KARLSTRASSE

Künstlerbunker Karlstraße

Die Luftschutzbunkeranlage befindet sich im Stadtteil Opladen. Die Anlage umfasst einen dreigeschossigen Flachbunkertrakt und einen sechsgeschossigen Hochbunkertrakt. Aufgrund der Kriegsereignisse wurde der Bau, insbesondere die Sichtflächen, seinerzeit nicht vollendet. Das Gebäude wurde 1988 unter Denkmalschutz gestellt. Heute beheimatet der Bunker Ateliers verschiedener Künstler, die dort regelmäßig Ausstellungen organisieren.



Darüber hinaus führt ein Wanderweg auf knapp 60 km rund um Leverkusen an verschiedenen Sehenswürdigkeiten, z.B. diversen Seen, den Yachthafen Hitdorf oder der neo-romanischen Kirche St. Nikolaus entlang.

#### ZWISCHENFAZIT LEISURE:

Zwischenfazit Leisure

- Touristische Highlights von starker, überregionaler Strahlkraft sind in Leverkusen eher kaum zu finden.
- Durch das zersiedelte Stadtbild der einzelnen Stadtteile, insbesondere Wiesdorf und Opladen, fehlt es an einem touristisch attraktiven Stadtkern und Anziehungspunkt.
- Durch die BayArena kann eine Nachfrage an den Wochenenden gewonnen werden.

Zusammenfassend sind in Leverkusen folgende Parameter zur Makrolage als Hotelstandort festzuhalten:

#### ZWISCHENFAZIT MARKOLAGE LEVERKUSEN:

Zwischenfazit Makrolage Leverkusen

- Leverkusen verfügt über eine direkte Verkehrsanbindung an wesentliche Autobahnen und ist somit sehr gut an das Rhein-Main-Gebiet sowie das Ruhrgebiet angeschlossen.
- Die lokalen wirtschaftlichen Strukturen sind grundsätzlich als ausgesprochen robust einzuschätzen, wenngleich die Bayer AG, die Covestro AG als auch die Lanxess AG mitsamt ihren Tochterunternehmen die wesentlichen Triebfedern sind.
- Touristische Highlights von starker, überregionaler Strahlkraft sind in Leverkusen eher kaum zu finden.
- Durch das zersiedelte Stadtbild der einzelnen Stadtteile, insbesondere Wiesdorf und Opladen, fehlt es an einem touristisch attraktiven Stadtkern und Anziehungspunkten.
- Zusammenfassend ist das Corporate-Segment als Motor für die lokale Hotellerie zu identifizieren, wobei durch die BayArena eine Nachfrage an den Wochenenden gewonnen werden kann.



#### 5. Hotelmarkt Leverkusen

Hotelmarkt Leverkusen

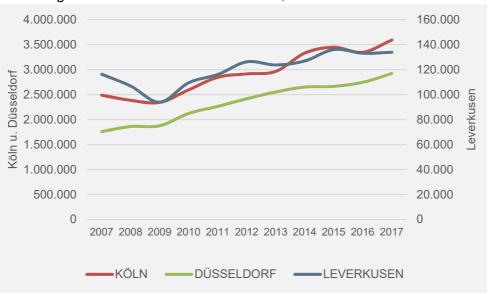
Im Folgenden wird der Hotelmarkt in Leverkusen untersucht. Zunächst wird die Beherbergungsnachfrage aufgezeigt, gefolgt vom Beherbergungsangebot. In einem letzten Schritt wird eine Einschätzung der Hotelmarktentwicklung abgegeben sowie die aktuell diskutierten Hotelprojekte in Leverkusen dargestellt. Die Daten stammen aus den Erhebungen des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen (Information und Technik Nordrhein-Westfalen).

#### 5.1 Beherbergungsnachfrage

Beherbergungsnachfrage

Die Entwicklung der Gästeübernachtungen und Gästeankünfte in den Jahren von 2007 bis 2017 stellt sich folgendermaßen dar:

Abbildung 7 - Gästeankünfte in Leverkusen, Köln und Düsseldorf



Ø Wachstumsrate 2007- 2017: Leverkusen: +1,4 % Düsseldorf: + 5,2 % Köln: + 3,7 %

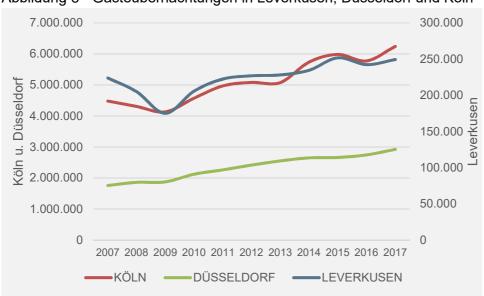
Während Köln im Jahr 2017 knapp 3,6 Millionen Ankünfte registrierte, Solides Nachfra waren es in Düsseldorf mehr als 2,9 Millionen. Beide Städte verzeichneten seit 2007 ein beachtliches durchschnittliches Nachfragewachstum, das für Köln bei 3,7 % und für Düsseldorf bei 5,2 % pro Jahr lag. Leverkusen verzeichnete eine Nachfrage von knapp 134.000 Ankünften im Jahr 2017. Im 10-Jahres-Rückblick wuchs die Zahl der Ankünfte in Leverkusen durchschnittlich um 1,4 % per anno.

Solides Nachfragewachstum



Die Zahl der Übernachtungen hat sich für Leverkusen und die benachbarten Städte Düsseldorf und Köln wie folgt entwickelt:

Abbildung 8 - Gästeübernachtungen in Leverkusen, Düsseldorf und Köln



ø Wachstumsrate 2007 - 2017: Leverkusen: +1,1 % + 4,7 % Düsseldorf: Köln: + 3.4%

Die Nachfrageentwicklung in Leverkusen ist relativ stabil und zeigte einzig in der Wirtschafts- und Finanzkrise 2009 sowie im Jahr 2016 einen leichten Rückgang. Insgesamt verzeichnet der oben skizzierte Marktraum im 10-Jahresrückblick einen Übernachtungsanstieg von zusammen mehr als 3,5 Übernachtungsanstieg Millionen. Das durchschnittliche Wachstum der Übernachtungen ist folglich Höhe von zusammen sehr robust, allerdings im Vergleich zu den Ankünften etwas schwächer. Dies geht mit einem leichten Rückgang der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer einher. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Leverkusen lag in 2007 bei 1,93 Tagen. In 2017 betrug diese nur 1,86 Tage. Düsseldorf kommt mit 1,73 Tagen in 2007 bzw. 1,65 in 2017 im Vergleich zu Leverkusen auf eine kürzere Aufenthaltsdauer. Gleicher Trend ist in Köln zu beobachten. Hier hielten sich Übernachtungsgäste im Jahr 2017 durchschnittlich 1,74 Tage auf. Ein Rückgang zu 2007 um 0,6 Tagen.

von 2007 bis 2017 in mehr als 3,5 Millionen

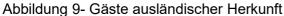
Der Trend zu einer kürzeren Aufenthaltsdauer ist bundesweit zu beobach- Trend zur kürzeren Auften und gründet auf Rationalisierungsmaßnahmen im Travel Management vieler Unternehmen, z. B. durch Videokonferenzen und Schulungsmaßnahmen. Mitarbeiter werden für einen kürzeren Zeitraum entsendet und auf diese Weise Kosteneinsparungen erzielt. In Gesprächen mit der Stadt als

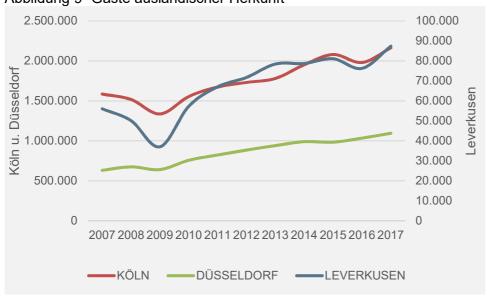
enthaltsdauer



auch mit Marktteilnehmern der lokalen Hotellerie zeigte sich in Leverkusen eine Zunahme an Freizeitreisenden bzw. organisierten Busreisen in das Rheinland. Leverkusen wird dabei gerne als Ausgangs- und Übernachtungspunkt für Reisen nach Köln und Düsseldorf gewählt, weil die Anbindung in beide Städte sehr gut ist.

Interessant ist die Nachfrageentwicklung von Gästen ausländischer Herkunft, wie folgende Abbildung zeigt:





ø Wachstumsrate 2007- 2017: Leverkusen: +4.5% Düsseldorf: +4,9% Köln: +3,2%

Anteil ausländischer Gäste überproportio-

Die Zahl der Übernachtungen von Gästen ausländischer Herkunft ist in Leverkusen zwischen 2007 und 2017 mit 4,5 % überproportional zur Gesamt- nal steigend zur Genachfrage gestiegen. So stieg der Anteil ausländischer Gäste am Gesamtübernachtungsaufkommen von 25 % in 2007 auf 35 % in 2017. Auch in Düsseldorf wurde mit einem Plus von 4,9 % eine derartige Entwicklung registriert. Die durchschnittliche Wachstumsrate von Übernachtungen ausländischer Gäste beziffert sich in Köln im gleichen Zeitraum auf 3,2 %.

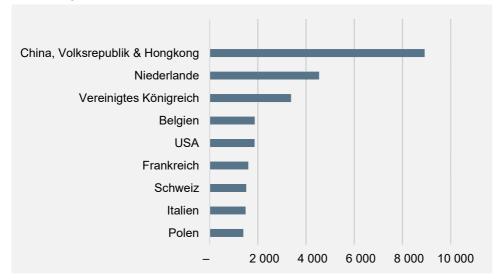
samtnachfrage

Für den Marktraum Leverkusen sind bei den Gästen ausländischer Herkunft im Jahr 2017 folgende Top-10 Herkunftsländer festzustellen:







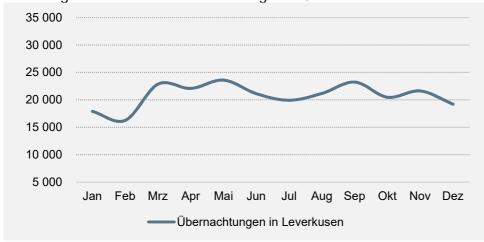


Insbesondere China und Hongkong sind zwischenzeitlich die stärksten Quellmärkte für die Leverkusener Hotellerie, gefolgt von den Benelux-Ländern, den USA und dem europäischen Ausland. Gespräche mit Vertretern der Stadt als auch der lokalen Hotellerie ergaben, dass es sich bei den ausländischen Gästen neben Geschäftsreisenden der lokalen Unternehmen insbesondere um Busgruppenreisen handele, die das Rheinland besuchen und Leverkusen als strategisch günstigen Übernachtungsort zwischen den Metropolen Düsseldorf und Köln wählen.

Nachfolgende Abbildung zeigt den Nachfrageverlauf für den Standort Leverkusen am Beispiel des Jahres 2017:

Abbildung 11 - Saisonalität der Nachfrage in 2017







Im Allgemeinen zeigt die Nachfragekurve einen klassischen Verlauf für Geschäftsreisen, mit Spitzenwerten im Frühjahr und Herbst und einen Rückgang in Schulferien und Feiertagen (Ostern, Sommer- & Herbstferien). Der Januar ist an nahezu allen deutschen Standorten von schwacher Nach- Nachfrageverlauf weitgefrage geprägt, da zu dieser Zeit weder touristische noch geschäftliche schäftsreisen (Corpora-Nachfrage-Generatoren existieren. Gespräche mit der Stadt und der lokalen Hotellerie zeigten, dass insbesondere in der Weihnachtszeit ausländischer Reisegruppen in Leverkusen übernachten, da sie von dort in kurzer Zeit sowohl die Kölner als auch die Düsseldorfer Weihnachtsmärkte erreichen können. Dieser Trend ist jedoch zur Karnevalszeit nicht zu beobachten, da im Februar 2017 die Nachfrage zurückging.

hend kongruent mit Ge-

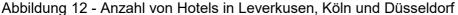
#### 5.2 Beherbergungsangebot

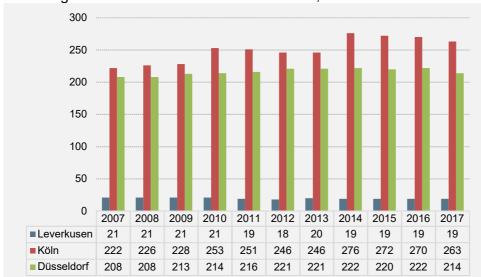
Beherbergungsangebots

Das Statistische Landesamt Nordrhein-Westfalen publiziert monatlich standortgebundene Daten zum Beherbergungsgewerbe. Die im Folgenden aufgeführten Kennzahlen basieren auf Erhebungen für die Jahre 2007 bis einschließlich 2017 und beziehen sich ausschließlich auf Hotels und Hotels garni. Als relevanter Marktraum wird die kreisfreie Stadt Leverkusen definiert und den Düsseldorfer und Kölner Daten gegenübergestellt. Nachfolgende Daten beziehen sich auf geöffnete Betriebe mit mindestens 9 Gästebetten.

Im Prinzip bildet die Statistik einen rein lokalen Markt an Klein- und Mittelbetrieben ab, die sich allein auf die sogenannte Nachfrage berufen, ohne selbst im größeren Marktumfeld zu agieren. In der Regel ist ihnen dies aufgrund ihrer limitierten Größe und ihres Alters auch oftmals gar nicht möglich.







Wachstum 2007 - 2017: Leverkusen: - 9.5 % Düsseldorf: +2,9 % Köln: +18,5 %

In den vergangenen zehn Jahren ist die Anzahl der Betriebe in Leverkusen leicht zurückgegangen, während an den benachbarten Standorten Düsseldorf und Köln das Angebot zum Teil massiv gestiegen ist.

Während die Anzahl der Betriebe in Düsseldorf leicht um 2,9 % gestiegen Zahl der Betten steigt ist, ist hingegen die Zahl der Betten um insgesamt 27,2 % überproportional gewachsen. Diese Entwicklung ist exemplarisch für die Transformation in der deutschen Hotellandschaft, bei der kleinere Betriebe von großen, markengebundenen Hotels zunehmend verdrängt werden. In Köln wuchs die Anzahl der angebotenen Betten im Betrachtungszeitraum um mehr als 35 %, während die Kapazitäten in Leverkusen um fast 5 % zurückgingen.

überproportional zu der Anzahl an Betrieben

Dabei zeigt sich insbesondere von 2010 bis 2012 ein Rückgang der Betten um ca. 6 % und ein sprunghafter Anstieg derselben von 2012 auf 2013 um knapp 12 %, was nach Auskunft der Stadt mit der Neueröffnung des Hotels Kristal und der Wiedereröffnung des Hotels Sechzehn in Opladen einhergeht. Danach sinkt die Zahl der angebotenen Hotelbetten sukzessive bis einschließlich 2017 um 9 %. Dies gründet auf den Wegfall eines Betriebs und die vorübergehende Schließung von Zimmern zwecks Renovierungsmaßnahmen.



Nachfolgende Abbildung verdeutlicht diese Entwicklung im 10-Jahresrückblick wie folgt:

Abbildung 13 - Anzahl von Hotelbetten in Leverkusen, Köln, Düsseldorf



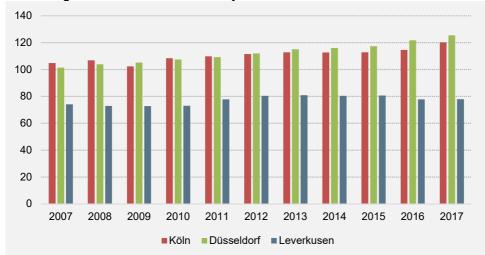
Wachstum 2007 - 2017: Leverkusen: - 4.8 % Düsseldorf: +27,2 % +35,7 % Köln:

Um der Tendenz steigender Fixkosten entgegenzuwirken, kann ein Hotel Betriebsgrößen in Leverwachsen oder sein Angebotsspektrum optimieren. Die erste wirtschaftliche Stufe bei Hotelneubauten liegt je nach Konzept bei etwa 100-120 Zimmereinheiten. Dies ist durch die hohe Dienstleistungsbereitschaft als auch den Overhead-Kosten (speziell Personal) zu begründen, die über die Logis in ein wirtschaftliches Verhältnis gebracht werden. Während die Betriebsgrößen in Köln und Düsseldorf deutlich zunehmen, ist die Hotellerie in Leverkusen, obschon wachsend, mit durchschnittlich nur 78 Betten je Betrieb geprägt wie folgende Abbildung verdeutlicht:

kusen eher klein



Abbildung 14 - Anzahl Hotelbetten je Betrieb



Wachstum 2007 - 2017: +5.2 % Leverkusen: Düsseldorf + 23,7 % Köln + 14,6 %

Kleinere Betriebe können ihre Kapazitäten oftmals nicht flexibel vermarkten. So sind sie bei der Aufnahme eines Reisebusses bereits ausgebucht abhängig und unflexibel in bzw. es geht Geschäft an Wettbewerber verloren. Demzufolge sind kleinere Betriebe noch stärker von Individualreisenden abhängig.

Kleine Betriebe stärker von Individualreisenden der Vermarktbarkeit

Vor diesem Hintergrund ist eine kleinteilig geprägte Hotellandschaft in Le-Lancierung größerer Marverkusen für die Lancierung als auch Repositionierung größerer und markengebundener Hotels als vorteilhaft einzuschätzen.

kenhotels vorteilhaft

Da die deutsche Statistik nur Betten erfasst, die Branche jedoch Hotelzim- Bettenauslastung kein gemer vermietet, ist die Bettenauslastung kein geeigneter Maßstab zur Beurteilung der Frequenz. Unter der Annahme, dass etwa 10 % der erfassten Kapazitäten Zimmer mit klassischen Einzelbetten sind, lässt sich unter Anwendung eines kalkulatorischen Doppelbelegungsfaktors von 1,2 die Auslastungsquote der öffentlichen Statistik auf die Zimmerkapazitäten hochrechnen. Die Zimmerauslastung hat eine höhere Aussagekraft, da zeitgemäße Hotels ausschließlich Doppelzimmer vorhalten. Folgerichtig würde eine Vollbelegung der Zimmer durch hauptsächlich Einzelreisende das Bild verzerren, da die Statistischen Landesämter in diesem Fall eine Auslastungsquote von lediglich 50 % ausweisen würden.

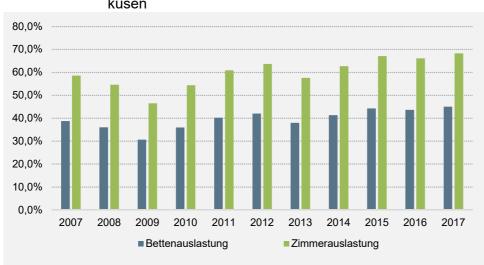
eigneter Maßstab

Folgende Abbildung zeigt die Auslastungsguoten der verfügbaren Betten der Hotels und Hotels garni in Leverkusen. Im Vergleich dazu ist die



Hochrechnung auf die entsprechende Zimmerauslastungsquote abgebildet. Es ist erkennbar, dass die lokale Hotellerie im Durchschnitt auf einem wirtschaftlich soliden Niveau von ca. über 65 %ausgelastet ist.

Abbildung 15 - ø Betten- / Zimmerauslastung von 2010 bis 2017 in Leverkusen



Stabilisierung der Zimmerauslastung auf wirtschaftlich guten Niveau

#### 5.3 Aktuelle Angebotsstruktur des Hotelmarkts Leverkusen

Ein tieferer Blick in die lokale Hotellandschaft gibt folgenden Aufschluss über die Segmentierung, die Wettbewerbsfähigkeit und das Preisniveau:

Aktuelle Angebotsstruktur des Hotelmarkts Leverkusen



Tabelle 2 - Hotellandschaft Leverkusens gemäß Gastgeberverzeichnis

Hotellandschaft Leverkusen gemäß Gastgeberverzeichnis

Hotel	Zimme ranzahl	Zimmer- preis*	Veranstaltungs- flächen	Fitness	Marke
1 Best Western Leoso Hotel Leverkusen	196	ab 75 €	1.550 m² im Forum	Pool, Sauna	Best Western
2 Lindner Hotel BayArena	103	ab 98 €	2x 220 m²	Sauna, Fitness	Lindner
3 ibis Köln Leverkusen	88	ab 75 €			Accor
4 ibis Budget Leverkusen City	82	ab 45 €			Accor
5 Altstadt Hotel	52	ab 75 €			
6 Bayer Kasino Hotel	45	ab 149 €	680 m <sup>2</sup> + 525 m <sup>2</sup>		
7 Hotel Am Stadion	40	ab 35 €			
8 Hotel Arkade	31	ab 81 €			
9 Hotel Fettehenne	30	ab 58 €			
10 Hotel Kristal	23	ab 88 €			
11 Hotel Fueck	20	ab 70 €			
Hotel Sechzehn (aka Hotel Astor)	17	ab 68 €			
13 Villa Fürstenberg	17	ab 98 €			
14 Hotel Alscher	17	ab 70 €			
15 Landhotel may-hof	13	ab 70 €	ca. 120 m²		
16 Rheinischer Hof	10	ab 66 €			
17 Rhine River Guesthouse	10	ab 45 €			
18 Manforter Hof	9	ab 68 €	70 m²		
19 Haus Reuschenberg	5	ab 65 €	120 m²		
Gesamt	808				
*) im EZ inkl. Frühstück und Mehwertsteu	ier				

Quelle: www.leverkusen.de

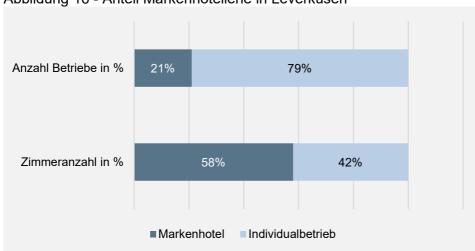
Das Gastgeberverzeichnis der Stadt Leverkusen listet neben insgesamt 19 Hotelbetrieben 26 Ferienwohnungen auf, wodurch sich ein latenter Nachfrageüberhang zur Beherbergungsstatistik ableiten lässt, da diese Kapazitäten nicht in dieser erfasst werden.

Hotels, die im Gastgeberverzeichnis als solche aufgeführt, jedoch nicht Angebot von 808 Hoüber eine eigene Website oder auf anderen Plattformen im Internet auffindbar sind, wurden in vorliegender Analyse in der Rubrik "Ferienwohnung" erfasst. Insgesamt ergibt sich daraus ein Angebot an 808 Hotelzimmern. Obschon nur vier Betriebe bzw. ca. 20% des Marktes internationalen Hotelmarken angehören, stellen diese jedoch 58% der Zimmerkapazitäten, wie nachfolgende Abbildung aufzeigt:

telzimmern







Anteil Markenhotellerie in Leverkusen

Quelle: www.leverkusen.de

Eine stichprobenweise Begehung der Betriebe am 26. März 2018 ergab, Gros der Betriebe z.T. dass ein überwiegender Teil des Hotelangebots z. T. deutlich in die Jahre gekommen gekommen und nicht mehr wettbewerbsfähig ist. Einzig das Lindner Hotel in der BayArena ist als ein solides Hotelprodukt zu identifizieren, wenngleich eine zeitnahe Modernisierung der Gastbereiche erforderlich ist.

deutlich in die Jahre

Das Best Western Hotel Leoso überzeugt im Moment einzig durch seine Best Western Leoso zentrale Lage in Wiesdorf und dem benachbarten Veranstaltungskomplex, Lage dem "Forum". Nominell verfügt das Haus über eine wirtschaftliche Betriebsgröße von knapp unter 200 Zimmereinheiten. Diese sind jedoch deutlich in die Jahre gekommen und werden aktuell einer Modernisierung unterzogen. Dabei sollen die Zimmer mit einer Klimaanlage nachgerüstet werden. Die Besichtigung der bereits modernisierten Zimmer ergab, dass diese in Teilen gelungen sind und nunmehr den Kriterien eines Mittelklassehotels entsprechen, ohne jedoch besondere Akzente zu setzen. Die Lobby sowie die öffentlichen Bereiche, insbesondere Restauration sind noch deutlich modernisierungsbedürftig.

überzeugt durch gute

Die beiden Betriebe der Marke ibis stellen dem Markt zwar preisgünstige Kapazitäten zur Verfügung, werden jedoch den Anforderungen an ein modernes Budgetprodukt nicht mehr gerecht.

Ibis Betriebe werden Anforderungen an ein modernes Budgetprodukt nicht mehr gerecht



Ein weiterer wesentlicher Aspekt liegt dabei auch in der stark limitierten Betriebsgröße der Individualbetriebe von knapp 23 Zimmern, was deren Vermarktbarkeit deutlich einschränkt. Dies gilt ebenfalls für das Kasino Hotel der Bayer AG, dessen Zimmer zwar mit hochwertigen Materialien ausgestattet sind, die Produktanmutung modernen Maßstäben an ein Geschäftsreise- und Tagungshotel nicht mehr gerecht wird.

Durchschnittliche Betriebsgröße der Individualbetriebe bei 23 Zimmern

Einzig das Hotel Kristall inszeniert sich als frisches Hotelprodukt, das jedoch über nur sehr limitierte Kapazitäten verfügt.

#### ZWISCHENFAZIT HOTELMARKT LEVERKUSEN:

- Der Markt ist geprägt von einer robusten Nachfrageentwicklung, die einen überdurchschnittlichen Anteil von Gästen ausländischer Herkunft (insbesondere China und Benelux) aufweist.
- Auch das Hotelangebot zeigt sich in den vergangenen 10 Jahren als solide mit leicht wachsender Tendenz.
- Zusammenfassend fehlt es dem lokalen Hotelmarkt jedoch an einer zeitgemäßen, differenzierten wie auch modernen Angebotslandschaft mit frischen Konzepten.

Zwischenfazit Hotelmarkt Leverkusen

#### 6. Aktuelle Standortentwicklungen und neue Hotelpläne

Aktuell sind in Leverkusen folgende Standortentwicklungen festzustellen:

Aktuelle Standortentwicklungen und neue Hotelpläne

#### 6.1 Opladen: Neue Bahnstadt

Opladen: Neue Bahnstadt

Hier entsteht mit der Ansiedlung des S-Bahnhofs Opladen auf dem Areal des ehemaligen Bahn-Ausbesserungswerks ein neues Stadtviertel, die sogenannte Neue Bahnstadt Opladen auf rund 70 Hektar Gesamtfläche. Seit 2008 entwickelt die Stadt dieses neue Viertel, bestehend aus Wohnen, Bildung, Arbeiten, Einkaufen, Grünfläche und Freizeit. Neben einem ausgewogenen Nutzungsmix wird beabsichtigt, historische Industriegebäude, wie das ehemalige Kesselhaus oder den Wasserturm, zu erhalten und ggf. ein Hotelprojekt zu realisieren. Westlich und östlich der Bahntrasse sollen bis



zum Jahr 2020 weitere 12 Hektar Brachflächen entwickelt werden. Beide Teile werden durch zwei neue Brücken, die Campusbrücke und die Bahnhofbrücke, miteinander verbunden. Nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Planung des Areals:



Quelle: Wirtschaftsförderung Leverkusen

#### 6.2 Manfort: Innovationspark

Manfort: Innovationspark

Auf dem ehemaligen Areal des Stahlunternehmens Wuppermann AG wird die Ansiedlung eines Innovationsparks auf mehr als 40 Hektar beabsichtigt. Zu diesem Zweck fördern die NRW.Urban sowie die Leverkusener Wirtschaftsförderung die Ansiedlung von Unternehmen zukunftsträchtiger Branchen. In diesem Zuge entstanden seit den 1990er Jahren mehr als 40.000 m² moderner Büroflächen, wie z. B. das Bioplex-Gebäude für die Tropper Data Services AG oder Metso Automation GmbH.



Im Sommer 2017 hat sich zudem der Fleischgroßhändler "Der Weidener" im Innovationspark auf einer Fläche von rund 10.000 m² angesiedelt, sowie ca. 50 weitere Unternehmen.

Das Areal ist über den benachbarten S-Bahnhof Schlebusch an Köln und Düsseldorf angebunden und von dort in wenigen Minuten erreichbar. Auch hier ist eine Hotelansiedlung geplant.

Richtung Koblenz

Richtung Koblenz

Innovationspark

Innovationspark

Innovationspark

Ingl. Hotelstandort

Richtung Kola

Verlehrsarbindung IPL (Destellung W.I. GmbH)

Abbildung 18 - Übersicht Innovationspark Leverkusen

Quelle: Wirtschaftsförderung Leverkusen

#### 6.3 Wiesdorf: City Center ("City C")

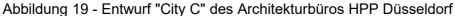
Wiesdorf: ,,City C"

Das City Center erstreckt sich vom Beginn der Rialto-Fußgängerbrücke, die die Fußgängerzone Wiesdorf mit dem S-Bahnhof Leverkusen-Mitte verbindet, bis zum Gebäude der Sparkasse zwischen Europaring und Friedrich-Ebert-Straße. Das City Center wurde 1969 eröffnet und war die erste Einkaufspassage der damaligen neuen Stadtmitte von Leverkusen. Aufgrund von komplizierten Miteigentümerstrukturen wurden notwendige



bauliche Veränderungen als auch Ausbesserungen der strukturellen Defizite nicht umgesetzt, was einen schleichenden Leerstand zur Folge hatte.

Vor diesem Hintergrund und um einem drohenden Verfall inmitten der Innenstadt entgegenzuwirken, hat der Stadtrat im Jahr 2013 das Projekt "City Center" ins Leben gerufen. Dieses soll eine umfangreiche Revitalisierung des Areals herbeiführen, den Einzelhandel festigen, innerstädtischen Wohnraum schaffen sowie die städtebauliche Lücke zwischen der Innenstadt und der Sparkasse entlang der Friedrich-Ebert-Straße schaffen. In diesem Konzept ist ebenfalls die Lancierung eines Hotels mit ca. 120 Zimmereinheiten denkbar.





Quelle: Wirtschaftsförderung Leverkusen

#### 6.4 Wiesdorf: Postverteilerzentrum

Wiesdorf: "Postverteilerzentrum"

Vis-à-vis zum Projekt "City C" und direkt am S-Bahnhof "Leverkusen-Mitte" gibt es ebenfalls Interessensbekundungen, am Standort des Postverteilerzentrums ein Hotel mit ca. 180 Zimmern zu lancieren.

Nachfolgende Abbildung zeigt den avisierten Standort von der Perspektive des City-Centers bzw. der Rialto-Brücke:



Abbildung 20 - Avisierter Hotelstandort am Postverteilerzentrum



Zusammenfassend sind aktuell Interessensbekundungen für Hotelansiedlungen an folgenden Standorten im Gespräch:

Abbildung 21 - Potenzielle neue Hotels

Potenzielle neue

Hotelkonzern - Projektentwickler	Sterne	Zimmer	Standort	Eröffnung & Status
City Center Wiesdorf	2-3	160	Friedrich- Ebert-Str.	k. A.
Postverteiler- zentrum	2-3	186	Heinrich-von- Stephan- Straße / Bahn- hof Lever- kusen Mitte	k. A.
Innovationspark / Amedia	3+	161	Gustav-Heine- mann-Straße	k. A.
Brückenhaus	k. A.	k. A.	Neue Bahn- stadt in Opla- den / Bahn- allee	k. A.
Optimum	2	k. A.	Opladen ZOB / Bahnallee	k. A.
Gesamt ca. (ohne Brückenhaus & Optimum)		500		

Quelle: Hotel Affairs Research



#### Zwischenfazit Aktuelle Standortentwicklungen

#### ZWISCHENFAZIT AKTUELLE STANDORTENTWICKLUNGEN:

Vorgenannte Entwicklungen an den jeweiligen Standorten dürften den Standort im Ganzen weiter beleben und sich in der Folge ebenfalls positiv auf lokale Hotellerie auswirken. Eine Realisierung aller Hotelplanungen würde den Markt erheblich belasten.

#### 7. Mikrostandorte Wiesdorf und Opladen

Mikrostandorte Wiesdorf und Opladen

Aufgrund ihrer Historie der in den 1970er Jahren zusammengeführten Stadteile ist die Stadt Leverkusen von sehr dezentralen Strukturen geprägt. So weist jeder Stadtteil ein eigenes Zentrum mit vergleichsweise eigener Identität auf.

Im direkten Vergleich bildet aktuell Wiesdorf nicht nur das geographische Nähe zum Chempark, Zentrum von Leverkusen. In Wiesdorf sind zudem allein durch die Nähe dung, Rathaus-Galerie zum Chempark wesentliche Unternehmen angesiedelt. Die gewachsenen Strukturen der Wiesdorfer Innenstadt mit der Rathaus-Galerie, und dem dort angesiedelten Einzelhandel machen Wiesdorf ebenfalls im Vergleich zu Leverkusens anderen Stadtteilen attraktiv. Hinzu kommt die günstige Verkehrsanbindung durch die angrenzende Bundesstraße B8 sowie das Autobahnkreuz der A3 und A1.

gute Verkehrsanbin-

Opladen verfügt ebenfalls über ein eigenes Zentrum nebst Fußgängerzone Fußgängerzone, Neue mit diversen Lokalen und Fachgeschäften. Das Stadtentwicklungsprojekt Bildungscampus Neue Bahnstadt Opladen erstreckt sich über eine beachtliche Fläche von mehr als 70 Hektar und ist noch nicht vollendet. Neben Büro-, Wohn- und Einzelhandelsnutzungen ist ebenfalls eine Hotelansiedlung an zwei möglichen Standorten in der ersten Planung. Die Ansiedlung von verschiedenen Bildungseinrichtungen wird den Stadtteil weiter beleben. Im Vergleich zu Wiesdorf ist Opladen mit der S-Bahn nicht direkt mit Düsseldorf, sondern mit Wuppertal verbunden. Darüber hinaus erscheint die Verkehrsanbindung per PKW angesichts der Größe der Neuen Bahnstadt Opladen als eher knapp bemessen, um das zukünftige Verkehrsaufkommen angemessen stemmen zu können. Für ein Hotel, das das Verkehrsaufkommen per

Bahnstadt Opladen,



PKW zusätzlich steigern dürfte, ist diese Ausgangslage im Vergleich zu Wiesdorf als eher nachteilig zu sehen.

#### ZWISCHENFAZIT MIKROSTANDORTE:

• Im direkten Vergleich erscheinen die Standortparameter von Wiesdorf aufgrund der gewachsenen Strukturen, der Verkehrsanbindung sowie der Nähe zu wesentlichen Nachfrage-Generatoren für die Ansiedlung eines Hotels als eher attraktiv.

Zwischenfazit Mikrostandorte

#### 6. Kurz-Darstellung der Märkte Düsseldorf und Köln

Aufgrund ihrer geographischen Nähe bzw. der Lage Leverkusens direkt zwischen den beiden Metropolen Köln und Düsseldorf sind deren wesentliche Charakteristika und Einflussfaktoren bei der Beurteilung der lokalen Hotellerie zu berücksichtigen.

Kurz-Darstellung der Märkte Düsseldorf und

Wie in Kapitel 5 dargestellt, hat sich die touristische Nachfrage in Köln und Wachsender Touris-Düsseldorf ebenfalls mit wachsender Tendenz entwickelt.

Auch hinsichtlich der Nachfrage-Generatoren im Corporate-Segment sind, wie in Kapitel 4 skizziert, die wirtschaflichen Strukturen und Wertschöpfung von Köln und Düsseldorf äußerst robust. Hinzu kommt, dass sowohl Düsseldorf als auch Köln zwei ausgesprochen starke Messestandorte sind und eine Vielzahl von weltweiten Leitmessen verschiedenster Branchen ausrichten.

Robuste wirtschaftliche Strukturen

Als Hauptstadt NRWs kommt Düsseldorf ebenfalls eine bedeutende Rolle Verwaltungsstandort als Verwaltungsstandort zu, was in der Folge ebenfalls eine Nachfrage nach Beherbergungskapazitäten mit sich bringt. Sowohl Köln als auch Düsseldorf verfügen über internationale Flughäfen einem Zwei Internationale mit Passagieraufkommen von zusammen mehr als 34,4 Millionen allein im Jahr 2017. Der internationale Flughafen Düsseldorf ist darüber hinaus Deutschlands drittgrößter Flughafen, gemessen an Passagierzahlen.

Flughäfen mit über 34 Millionen Passagieren in 2017

Der auf Basis dieser Parameter resultierende Kaskadeneffekt in der Nachfrage nach Beherbergungskapazitäten dürfte jedoch in den nächsten



Jahren angesichts der neu entstehenden Hotelkapazitäten in Köln und Düsseldorf weitgehend zurückgehen. Aktuell werden allein in Düsseldorf bis zum Jahr 2022 mindestens 4.000 neue Hotelzimmer erwartet. In Köln entstehen im gleichen Zeitraum ca. 1.400 neue Hotelzimmer jeglicher Couleur. Dies entspricht einem Zuwachs von ca. 30 %.

Neue Hotels werden Kaskadeneffekt der Nachfrage auf angrenzende Städte abfedern

Deutschlandweit führt Köln das Preisniveau der Hotellerie aktuell an. Eine Studie der Online-Buchungsplattform "HRS" vom ersten Quartal 2018 weist für den Standort Köln einen durchschnittlichen Zimmerpreis (netto ohne Frühstück) von 112.- EUR und für Düsseldorf von 103.- EUR aus. Laut einer Erhebung der MKG Group für das Jahr 2017 erzielte Düsseldorf den höchsten durchschnittlichen Zimmerpreis in Höhe von 112,- EUR, wohingegen im gleichen Jahr Köln 102,- EUR erzielte. Beide Städte liegen damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 89,- EUR (1. Quartal 2018 gemäß HRS) bzw. 95,- EUR (2017 gemäß MKG Group). Wenngleich die Studien für Leverkusen keinen Vergleichswert publizieren, so lässt sich jedoch anhand der vorliegenden Rcherche der lokalen Zimmerpreise ein eher unterdurchschnittliches Preisniveau (vgl. Tabelle 2) ablesen. Ein wesentlicher Grund hierfür liegt insbesondere in der schwachen Produktqualität. Ein weiterer Grund liegt in vergleichweise niedrigen touristischen Anziehungskraft, die oftmals ein Preisniveau oberhalb des Corporate-Segments ermöglicht. Insbesondere Gäste ausländischer Herkunft zahlen oftmals einen vergleichweise höheren Preis, sofern es sich nicht um eine organisierte (Bus-) Reisegruppe handelt.

Köln und Düsseldorf erzielen die höchsten Zimmerpreise in Deutschland

Folgendes Zwischenfazit bleibt festzuhalten:



Zwischenfazit Kurzdarstellung Köln und Düsseldorf

### ZWISCHENFAZIT KURZDARSTELLUNG KÖLN & DÜSSELDORF:

- Beide Städte verfügen aufgrund ihres heterogenen Branchenmixes über sehr starke wirtschaftliche Strukturen von internationaler Reichweite. In der Folge ergibt sich daraus eine solide Nachfrage nach Beherbergungskapazitäten internationalen Standards.
- Das lokale Messegeschäft beflügelt dabei sowohl die Nachfrage als auch das Preisniveau, wenngleich letzteres in den kommenden Jahren angesichts des massiven Zuwachses neuer Kapazitäten einen abschwächenden Effekt haben dürfte.
- Ebenfalls ist zu erwarten, dass die neuen Kapazitäten den üblichen Kaskadeneffekt des Messegeschäfts auf benachbarte
  Standorte, wie z.B. Leverkusen, in den kommenden Jahren dämpfen wird.
- Ein Kaskadeneffekt der Nachfrage aus Leverkusen heraus dürfte angesichts der schwachen Produktqualität einerseits gegeben, andererseits mit Blick auf die lokale Auslastung eher gering ausfallen.
- Gleichwohl hat Leverkusen durch ausländische Gruppenreisen seine geographische Lage zwischen den Metropolen Düsseldorf und Köln für sich nutzen können.
- Insgesamt dürften neue, frische Hotelkonzepte am Standort Leverkusen die lokale Nachfrage durchaus erhöhen, jedoch eher nicht in einem Umfang, der mit einer möglichen Angebotssteigerung (Hotelzimmer) um mehr als 60 % kongruent sein würde.



## 7. SWOT-Analyse

SWOT-Analyse

Zusammenfassend ist für den Hotelmarkt am Standort Leverkusen folgendes SWOT-Profil festzustellen:

Abbildung 22 - SWOT-Analyse					
Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)				
<ul> <li>Starke wirtschaftliche Struktu- ren und solide Basis an Nach- frage-Generatoren (Corpora- tes)</li> </ul>	Vorhandenes Freizeitange- bot (Ausnahme BayArena und Jazztage) von überregio- nal sehr schwacher Bedeu-				
<ul> <li>Geographische Nähe zwi- schen den beiden starken Metropolen Köln und Düssel- dorf</li> </ul>	<ul> <li>Zersiedelte Stadtstrukturen durch den Zusammen- schluss von verschiedenen,</li> </ul>				
<ul> <li>BayArena / Austragungen von Fußballbundesligaspielen</li> </ul>	damals eigenständigen Stadtteilen (fehlender Orts- kern / "Altstadt")				
<ul> <li>Gute Verkehrsanbindung</li> </ul>	<i>"</i>				
<ul> <li>Hohe Nachfrage von Gästen internationaler Herkunft</li> </ul>					
miorialoralor Floridanic					
Möglichkeiten (Opportunities)	Gefahren (Threats)				
	<ul> <li>Ausbleiben des Nachfrage- Kaskadeneffekts zu Messe- zeiten sobald in Köln und Düsseldorf die geplanten</li> </ul>				
<ul> <li>Möglichkeiten (Opportunities)</li> <li>Hotellerie profitiert von geographischer Nähe zu Köln und Düsseldorf (z.B. Busgruppenreisen)</li> <li>Aktuelle Stadtentwicklungen dürften das Stadtbild aufwerten und die Hotellerie positiv</li> </ul>	<ul> <li>Ausbleiben des Nachfrage- Kaskadeneffekts zu Messe- zeiten sobald in Köln und Düsseldorf die geplanten neuen Hotels fertiggestellt sind</li> <li>Neue Bahnstadt Opladen</li> </ul>				
<ul> <li>Möglichkeiten (Opportunities)</li> <li>Hotellerie profitiert von geographischer Nähe zu Köln und Düsseldorf (z.B. Busgruppenreisen)</li> <li>Aktuelle Stadtentwicklungen dürften das Stadtbild aufwer-</li> </ul>	<ul> <li>Ausbleiben des Nachfrage- Kaskadeneffekts zu Messe- zeiten sobald in Köln und Düsseldorf die geplanten neuen Hotels fertiggestellt sind</li> </ul>				

Quelle: Hotel Affairs Research



8. Hotelbedarf Hotelbedarf

Vor dem Hintergrund der soliden Beherbergungsnachfrage zusammen mit dem eher unzeitgemäßen Hotelangebot sowie angesichts aktueller Stadtentwicklungsprojekte erscheint ein Bedarf nach weiteren Hotelkapazitäten als grundsätzlich gegeben.

Hotelbedarf grundsätzlich gegeben

Auch in Anbetracht der kleinteilig geprägten Hotellandschaft ist in Leverkusen sowohl die Lancierung als auch die Repositionierung größerer und markengebundener Hotels als vorteilhaft einzuschätzen.

Eine Aufwertung und Differenzierung der Bestandsbetriebe ist sinnvoll. Ebenso erscheint in dem Zuge ein Bedarf an ein bis zwei neuen Hotels wirtschaftlicher Größe und internationalem Standard gegeben.

Wiesdorf ist dabei durch die gewachsenen Strukturen, die Nähe zu wesent- Wiesdorf für eine Holichen Nachfrage-Generatoren und nicht zuletzt angesichts der geplanten sant Innenstadt-Revitalisierung (City C) ein durchaus interessanter Hotelstandort. Sowohl die City C als auch das Postverteilerzentrum in unmittelbarer Lage am S-Bahnhof liefern günstige Rahmenbedingungen für die Lancierung eines zeitgemäßen, und ggf. designorientierten Hotelprodukts. Gleichwohl erscheinen Betriebsgrößen von mehr als 120-160 Zimmern ange- mehr als 120-160 Zimsichts der lokalen Rahmenbedingungen eher ambitioniert.

telansiedlung interes-

Betriebsgrößen von mern ambitioniert



#### 9. Fazit und Empfehlung

Vorliegende Analyse zeigt, dass Leverkusen eine solide Nachfrage an Hotelkapazitäten registriert. Die lokale Hotellandschaft ist vorherrschend von kleinteiligen Betrieben und eher unzeitgemäßen Hotelprodukten geprägt.

Robuste Nachfrage bei gleichzeitig eher kleinteiligem und unzeitgemäßem Angebot

Die Wirtschaft ist grundsätzlich als ausgesprochen robust einzuschätzen, wenngleich die Bayer AG, Covestro AG als auch die Lanxess AG mitsamt ihren Tochterunternehmen die wesentlichen Triebfedern sind.

Starke wirtschaftliche Strukturen

Die BayArena liefert dem Standort durch die regelmäßige Austragung von Fußballbundesligaspielen eine touristische Nachfrage. Weitere touristische Highlights von starker, überregionaler Strahlkraft sind in Leverkusen eher kaum zu finden. Durch das zersiedelte Stadtbild der einzelnen Stadtteile, insbesondere Wiesdorf und Opladen, fehlt es an einem touristisch attraktiven Stadtkern mit entsprechenden Anziehungspunkten.

Leisure-Nachfrage

Leverkusens Hotellerie konnte in der Vergangenheit durch die Nähe zu den Metropolen Köln und Düsseldorf bzw. die Lage inmitten des Rheinlands profitieren. Hierzu zählt nicht nur die Nachfrage während Messezeiten, sondern auch die Beherbergung von Busreisegruppen.

Nähe zu Köln und Düsseldorf lieferte Leverkusen auch Vorteile

Es ist davon auszugehen, dass die Standorte Köln und Düsseldorf einen Teil der Nachfrage (speziell zu Messezeiten) nach Eröffnung der angekündigten, neuen Hotels an die eigenen Standorte binden werden. Der bisherige Kaskadeneffekt der Nachfrage nach Beherbergungskapazitäten aus den beiden Städten heraus dürfte somit in den nächsten Jahren eher abnehmen.

Effekte der Standortentwicklungen von Köln und Düsseldorf

Zusammenfassend ergeben die Rahmenbedingungen einen grundsätzlichen Bedarf von zeitgemäßen, frischen Hotelprodukten am Standort Leverkusen. Dabei dürfte der Hotelmarkt Leverkusen ein bis zwei neue Hotelprodukte von zusammen nicht mehr als 280-320 Zimmereinheiten absorbieren.

I-2 neue Hotels möglich



Im direkten Vergleich erscheint dabei Wiesdorf aufgrund seiner Verkehrsanbindung und den gewachsenen Strukturen als der bessere Hotelstandort. Der grundsätzliche Bedarf einer Aufwertung und stärkeren Differenzierung der Bestandshotellerie bleibt davon unbenommen.

Wiesdorf der attraktivere Standort

Hotel Affairs Consulting GmbH

02. Mai 2018

Axel Deitermann

- Geschäftsführender Gesellschafter -

Tina Froböse, MBA

- Prokuristin -

© 2018 by Hotel Affairs Consulting GmbH, Düsseldorf - Die Studie einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung bedarf der Zustimmung durch den Verfasser. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung bzw. Verarbeitung in elektronischen Systemen.



## 10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Einflussfaktoren auf eine Hotelentwicklung	8
Abbildung 2 - Zielgruppenmix und deren Nachfrageverlauf	8
Abbildung 3 - Lage und Umfeld von Leverkusen	
Abbildung 4 - Stadtteile und Verkehrsanbindung Leverkusen	. 12
Abbildung 5 - Vergleich BIP zu Marktpreisen in 2015 in	
ausgewählten Städten	. 16
Abbildung 6 - Annehmlichkeiten für komplementäre Zielgrupper	า 17
Abbildung 7 - Gästeankünfte in Leverkusen, Köln und	
Düsseldorf	. 21
Abbildung 8 - Gästeübernachtungen in Leverkusen, Düsseldorf	
und Köln	. 22
Abbildung 9- Gäste ausländischer Herkunft	. 23
Abbildung 10 - Top-10 Herkunftsländer Gäste in Leverkusen im	
Jahr 2017	. 24
Abbildung 11 - Saisonalität der Nachfrage in 2017	. 24
Abbildung 12 - Anzahl von Hotels in Leverkusen, Köln und	
Düsseldorf	. 26
Abbildung 13 - Anzahl von Hotelbetten in Leverkusen, Köln,	
Düsseldorf	
Abbildung 14 - Anzahl Hotelbetten je Betrieb	
Abbildung 15 - ø Betten- / Zimmerauslastung von 2010 bis 2017	
Leverkusen	
Abbildung 16 - Anteil Markenhotellerie in Leverkusen	
Abbildung 17 - Entwicklungsareal Neue Bahnstadt Opladen	
Abbildung 18 - Übersicht Innovationspark Leverkusen	. 34
Abbildung 19 - Entwurf "City C" des Architekturbüros HPP	
Düsseldorf	
Abbildung 20 - Avisierter Hotelstandort am Postverteilerzentrum.	
Abbildung 21 - Potenzielle neue Hotels	
Abbildung 22 - SWOT-Analyse	. 41
12. Tabellenverzeichnis	
Taballa 1 - Untarnahman in Lavarkusan mit mahr ala 500	
Tabelle 1 - Unternehmen in Leverkusen mit mehr als 500	15
Mitarbeitern	. 10
Tabelle 2 - Hotellandschaft Leverkusens gemäß	20
Gastgeberverzeichnis	. ას