

Hotemarkt- und Potentialanalyse
Stadt Göttingen

Mai 2013

Inhaltsverzeichnis

Glossar	3
1 Einleitung	4
2 Makrostandort	6
2.1 Verkehr und Erreichbarkeit	6
2.2 Rahmenbedingungen aus Sicht des Fremdenverkehrs	8
2.3 Fazit: Göttingen aus Sicht potentieller Hotelbetreiber	22
3 Marktuntersuchung	24
3.1 Quantitative Bewertung des Angebots	24
3.2 Qualitative Bewertung des Angebots	25
3.3 Nachfrage	27
3.4 Göttingen im Vergleich zu anderen Städten	35
3.5 Konkurrenzfähigkeit des Göttinger Beherbergungsmarktes	36
4 Nachfragesegmente und Entwicklungsperspektiven	38
4.1 Fortbildungen, Tagungen und Kongresse	38
4.2 Geschäftsreisende	41
4.3 Sonstiger Bedarf Universität	42
4.4 Privatreisende	42
4.5 Gesamtentwicklung	43
4.6 Schlussfolgerungen zu Hotelbedarf und Verdrängung	45
4.7 Bewertung Standort Groner Tor	47
4.8 Bewertung von weiteren Lagen	48
5 Anhang	53
5.1 Übersicht der Hotels in Göttingen	53
5.2 Geografische Verteilung der Hotels in Göttingen	56
5.3 Göttingen im Vergleich (Nachfrageentwicklung)	57
5.4 Göttingen im Vergleich (Angebot und Nachfrage)	58
5.5 Übersicht Hotelmarken im Budget-Segment	59

Glossar

Average Room Rate oder Average Daily Rate (Durchschnittlicher Zimmererlös): Nettogesamterlös Beherbergung - ohne USt. & Frühstück - dividiert durch die Anzahl der verkauften Zimmer.	ARR
Die Zimmerauslastung zeigt den Anteil der verkauften Zimmer an der Gesamtzahl der vermietbaren Zimmer. Des Weiteren wird von den statistischen Landesämtern die Bettenauslastung erfasst, die im Gegensatz zur OCC den Anteil der belegten Betten an der Gesamtzahl der verfügbaren Betten aufzeigt.	Auslastung (OCC)
Die Bruttogeschossfläche (Bruttogrundfläche) stellt die Summe aller einzelnen Geschoßflächen einschließlich der Konstruktionsfläche dar (Innen- und Außenmauern des Gebäudes).	BGF
Beherbergung	Logis
Netto-Geschossfläche: Geschossfläche ohne Berücksichtigung der Konstruktionsfläche. Die NGF untergliedert sich weiter in Nutzfläche, Verkehrsfläche und Funktionsfläche.	NGF
Revenue per available room (Logiserlös pro verfügbarem Zimmer): Nettogesamterlös Beherbergung - ohne USt. & Frühstück - dividiert durch die Anzahl der insg. verfügbaren Zimmer (oder durchschnittliche Zimmerrate x Auslastung).	RevPAR
Die Saisonalität gibt Aussage über die unterjährigen Schwankungen der Nachfrage in einer Stadt oder Region. Eine hohe Saisonalität drückt aus, dass die Differenzen zwischen dem nachfragestärksten und dem nachfrageschwächsten Monat ausgeprägt sind, es gibt also eine oder mehrere Hauptsaisons.	Saisonalität
Die folgende Kategorisierung von Städten in Primär-, Sekundär-, und Tertiärstandorte gilt nur für Deutschland und dient ausschließlich der Klassifizierung von Hotelstandorten, und zwar aus Sicht von Hotelgesellschaften und hotelerefahrenen Projektentwicklern, Investoren und Banken.	Standorte
Großstädte (mind. 100.000 Einwohner) mit mehr als 3 Mio. Übernachtungen.	- Primärstandorte
Großstädte (mind. 100.000 Einwohner), die im Durchschnitt über mehrere Jahre hinweg zwischen 750.000 und 3 Mio. Übernachtungen generieren.	- Sekundärstandorte
Städte mit mind. 50.000 Einwohnern, die im Durchschnitt über mehrere Jahre hinweg zwischen 100.000 und 750.000 Übernachtungen zählen.	- Tertiärstandorte
Der Verdrängungswettbewerb ist ein Trend auf dem deutschen Hotelmarkt, bei welchem kleinere Betriebe aus wirtschaftlichen Gründen zumeist größeren weichen müssen. Häufig sind in diesem Zusammenhang Privathotels betroffen. Kleinere Betriebe geraten durch einen erschwerten Zugang zum Kapitalmarkt, Investitionsstaus und ein häufig unprofessionelleres Management zunehmend in Bedrängnis.	Verdrängungswettbewerb

1 Einleitung

Die HOTOUR GmbH wurde am 07. November 2012 von der Stadt Göttingen mit der Ausarbeitung einer Hotelmarkt- und Potentialanalyse für die Stadt Göttingen beauftragt.

Zielsetzung

Ziel der Studie ist vorrangig die Beantwortung jener Fragen, die potenzielle Investoren und Betreiber hinsichtlich eines Hotelprojekts stellen:

Fragestellung

- Welche Struktur und welche Besonderheiten weist der Hotelmarkt in Göttingen auf?
- Welche Auslastung erreichen die Hotels?
- Ist das Beherbergungs- und Hotelangebot zeitgemäß und ausreichend?
- Welche Kategorien werden von den Hoteliers angeboten und wie groß sind die Kapazitäten?
- Welche Einflüsse haben Stadtplanung und Stadtentwicklung auf den Hotelmarkt?
- Wie stellt sich die Tourismus-, Kongress- und Geschäftsreisennachfrage in Göttingen dar?
- Woher kommen die Gäste und wie lange verweilen sie in Göttingen?
- Welche Preis- und Qualitätssegmente werden von den Gästen bevorzugt? Welche Serviceeinrichtungen müsste ein neues Hotel vorhalten?
- Welche Entwicklungsperspektiven haben die einzelnen Gästesegmente und welche Potentiale bieten sie für den Hotelmarkt?
- Lässt sich aus dieser Marktlage in Göttingen der Bedarf nach neuen Hotels ableiten?
- Falls ja, behindern fehlende Hoteleinrichtungen möglicherweise die Entwicklung des Tourismus in Göttingen?
- Welche Handlungsempfehlungen bezüglich der Planung von Hotelneubauten (Konzepte, Kategorien, Preissegmente) sind an den zwei Standorten aus den Erkenntnissen über den Hotelmarkt abzuleiten?

Für die Untersuchung lagen die folgenden Unterlagen vor:

Materialien, die zur Verfügung standen

- Statistische Zahlen 2000-2011 (Göttingen Tourismus e.V.)
- Informationsmappe der Tourist-Information Göttingen inklusive Broschüren und Studie der DWIF-Consulting GmbH (Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Stadt Göttingen 2009)
- Veranstaltungen Lokhalle 2009-2012; Regionalwirtschaftliche Effekte der Lokhalle (Übernachtungen, Gastronomie)

Die HOTOURL selbst hat weitere Statistiken und sonstigen Aussagen zum Markt beschafft.

Hierzu erfolgten eine eingehende Analyse des statistischen Datenmaterials, sowie persönliche Gespräche und Telefoninterviews mit Mitarbeitern des Göttingen Tourismus e.V., der Stadt Göttingen, der Lokhalle, der Georg-August-Universität, regionalen Hoteliers sowie Göttinger Unternehmen. Zudem wurden die größten Hotels in Göttingen besichtigt.

Vorgehensweise

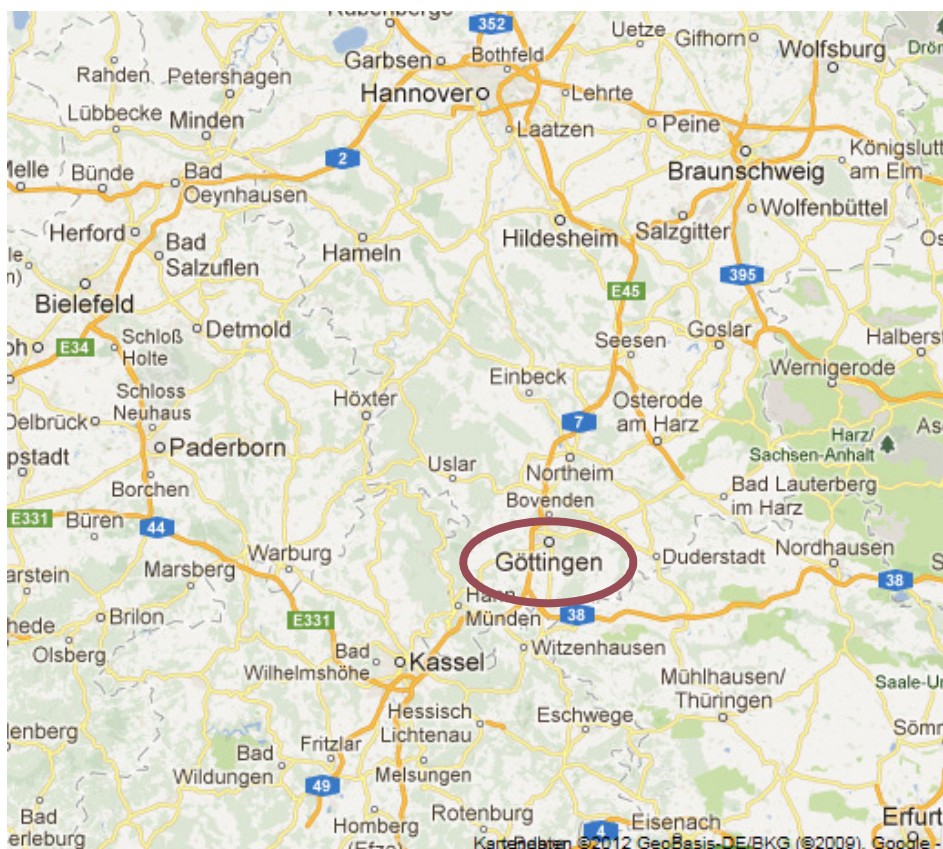
Darüber hinaus sind die Marktverhältnisse und die konjunkturelle Entwicklung in Göttingen der HOTOURL durch ihre laufende Tätigkeit bekannt.

Dieses Gutachten wurde nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet. Die Zahlen und Angaben wurden auf der Grundlage der uns erteilten Informationen unter der Annahme bestimmter zukünftiger Verhältnisse ermittelt, jedoch unter Ablehnung jeglicher materieller Haftung. Wie bei auf Marktdaten basierenden Untersuchungen üblich, gelten die Feststellungen nur für eine begrenzte Zeit. Danach sind sie den neuen Gegebenheiten anzupassen. Sie umfasst insgesamt 64 Seiten und darf von der Auftraggeberin nur als Ganzes und nicht zu Werbezwecken an Dritte weitergegeben werden.

2 Makrostandort

Mit 128.000 Einwohnern ist die traditionsreiche Universitätsstadt Göttingen die sechstgrößte Stadt in Niedersachsen und liegt im Süden des Bundeslandes an der Grenze zu Hessen und Thüringen. Göttingen ist Teil der Europäischen Metropolregion „Hannover-Braunschweig-Göttingen-Wolfsburg“, Sitz der renommierten Georg-August-Universität und übernimmt die Funktion des Oberzentrums für einen weiten Einzugsbereich: als Schulstandort, als Arbeitsplatz für Berufspendler sowie als Einkaufs- und Kulturzentrum.

Die Stadt



Karte

Quelle: Google Maps

2.1 Verkehr und Erreichbarkeit

Durch die Vereinigung Deutschlands wurde Göttingen über Nacht aus der Zonenrandlage in die geographische Mitte des Bundesgebietes gerückt. Heute wird diese zentrale Lage der Stadt durch hervorragende Verkehrsanbindungen unterstrichen.

HOTOUR

Göttingen ist per PKW ideal angebunden, da die Stadt direkt an der Autobahn A7 (Hamburg – Füssen) liegt. Von dort werden die A38 (Göttingen – Halle/Leipzig) und A44 (Aachen – Kassel/Eisenach) schnell erreicht.

PKW

Die Göttinger Innenstadt wird durch den Verkehrsring, der sich außerhalb des ehemaligen Stadtwalls befindet, verhältnismäßig wenig vom Autoverkehr beeinflusst. Diese städtebauliche Gegebenheit trennt die Göttinger Innenstadt von den darum liegenden Stadtteilen gefühltermaßen ab.

Ziel	Entfernung km	Fahrtzeit in Stunden PKW	Fahrtzeit in Stunden Zug
Hannover	125	1:20 h	0:34
Frankfurt a.M.	235	2:20 h	1:43
Hamburg	270	2:30 h	1:52
Düsseldorf	280	2:45 h	3:20
Dresden	335	3:00 h	4:26
Berlin	340	3:10 h	2:15
München	515	4:45 h	3:36

Entfernungen

Quelle: Eigene Recherchen; Tagungs- und Kongress-Service, Convention International 2009

Göttingen verfügt über eine der bundesweit besten ICE-Anbindungen, die schnellen Verbindungen zu den Ballungsgebieten der Bundesrepublik sind bestechend. Die Entscheidung der Deutschen Bahn AG, Göttingen Ende der 80er Jahre in die ICE-Streckenführung einzubinden, hat der Stadt einen Standortvorteil verschafft, der nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Bahn

Rund 146 ICE Züge fahren Göttingen pro Tag an, hinzukommen weitere 58 InterCity und Fernverkehrszüge, 74 Regional Express Züge sowie mehr als 170 Regionalbahnen.¹ Das Angebot an ICE-Verbindungen umfasst die folgenden fünf Linien:

Linie	Strecke
ICE 11	Berlin – Frankfurt a.M. – München
ICE 12	Berlin – Frankfurt a.M. – Basel
ICE 20	Kiel – Hamburg – Frankfurt a.M. – Basel
ICE 22	Kiel – Hamburg – Frankfurt a.M. – Stuttgart
ICE 25	Lübeck – Hamburg – Nürnberg – München

ICE Verbindungen

Quelle: Eigene Recherchen

Der Hauptbahnhof in Göttingen liegt am nordwestlichen Rand der Innenstadt. Nach den 2006/2007 beendeten umfangreichen Renovierungs- und Umbaumaßnahmen des Hauptbahnhofes, erhielt die Empfangshalle in 2010/2011 eine energetische Sanierung.

Derzeit ist Göttingen in vier Fernbusnetze eingebunden.

Fernbusse

Die nächsten Flughäfen befinden sich in 120 km Entfernung in Hannover

Flugzeug

¹ Quelle: Stadt Göttingen (Fachdienst Statistik und Wahlen); Daten, Fakten, Zahlen; 2012

(5,3 Mio. Passagiere in 2011, +5,5% zu Vj.) und in Paderborn (1 Mio. Passagiere in 2011, -5,2% zu Vj.), was rund 140 km entfernt ist. Beide Flughäfen verfügen sowohl über nationale als auch internationale Flugverbindungen, sind jedoch von sekundärer Bedeutung für den deutschen Flugverkehr. Der größte deutsche Flughafen Frankfurt a.M. (56,4 Mio. Passagiere in 2011, +6,5% zu Vj.) befindet sich 240 km von Göttingen entfernt.

Der Regionalflughafen Kassel-Calden liegt rund 60 km von Göttingen entfernt und wird nach umfangreichen Ausbauarbeiten im April 2013 wieder eröffnet. Neben Privat- und Geschäftsreisefluggesellschaften umfasst der Flugplan ebenfalls Linien- und Charterflugzeuge.²

15 Buslinien (darunter 2 Nachtbuslinien) bilden den öffentlichen Personennahverkehr.

ÖPNV

2.2 Rahmenbedingungen aus Sicht des Fremdenverkehrs

2.2.1 Vorbemerkung

Weltweit ist Göttingen als Stadt der Wissenschaft und der Kongresse bekannt und geschätzt. Ihre international tätigen Wissenschaftler, darunter zahlreiche Nobelpreisträger, repräsentieren die Stadt bei Forschungsprojekten und Tagungen in allen Kontinenten.

Innerhalb Deutschlands beschränkt sich das Image Göttingens überwiegend auf die Tradition der Stadt als einer der renommiertesten Universitätsstandorte und auf die Bekanntheit ihrer Nobelpreisträger. Diese Wahrnehmung überlagert Göttingens ebenso wichtige Rolle als weltweit anerkanntes Zentrum der Wissenschaft, der Forschung und der High-Tech-Industrie. Wie häufig bei Universitätsstädten mit besonderer naturwissenschaftlicher Ausrichtung ist deren internationale Bedeutung häufig nur in den damit befassten Kreisen bekannt und noch nicht im Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit verankert.

Auch wenn sich Göttingen als Austragungsort zahlreicher nationaler und internationaler wissenschaftlicher Kongresse einen Namen gemacht hat, reichen die zweifellos vorhandenen Attraktionen der Stadt und ihrer Umgebung jedoch nicht als alleinige Aufenthaltsmotive für einen nennenswerten Städtetourismus aus, hingegen als additive Motive, Kongresse mit interessantem Rahmenprogramm hier durchzuführen, sehr wohl.

Entgegen den Erwartungen vieler Besucher weist das zweifellos attraktive Stadtbild im Vergleich zu anderen historischen Universitätsstädten wie Tübingen, Marburg, Erlangen oder gar Heidelberg wenig geschlossene historische Bausubstanz auf, was das Flair der Stadt aus touristischer Sicht auf den ersten Blick mindert.

² Quelle: Flughafen Kassel-Calden; www.flughafenkassel.de

2.2.2 Wirtschaft

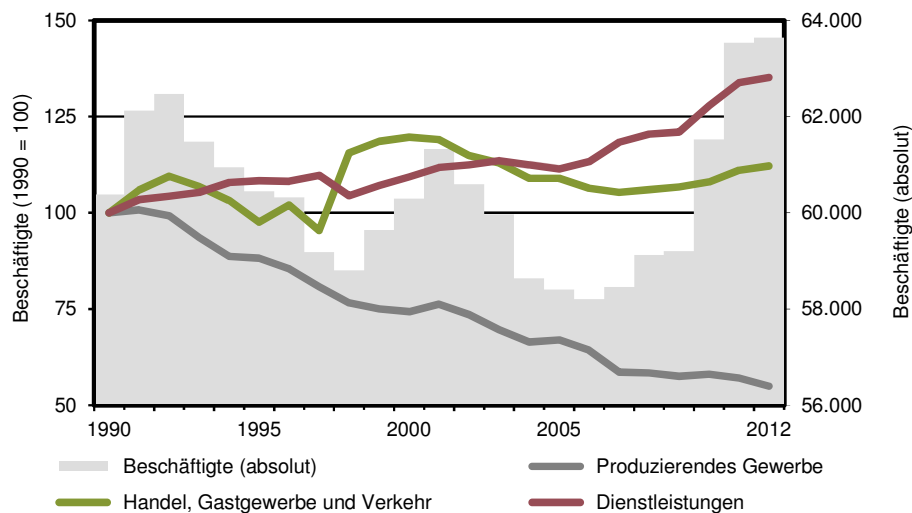
Eine prosperierende Wirtschaft und die Präsenz bzw. baldige Ansiedlung einer möglichst großen Anzahl von Unternehmen mit hohem Kommunikations- und damit Reisebedarf sind essentielle Parameter für Hotelinvestoren und -betreiber, stellen sie doch wichtige Grundlagen für eine zufriedenstellende Auslastung eines Hotels mit Geschäftsreisenden dar.

Die Wirtschaftsstruktur Göttingens wird im Wesentlichen durch den Dienstleistungssektor Bildung und Wissenschaft geprägt. Dies manifestiert sich unter anderem in den hohen Investitionen, die Bund und Land in den letzten Jahrzehnten für Ausstattung und Erweiterung der Universität geleistet haben.³

Ein sehr wichtiges Merkmal für den Wirtschaftsstandort ist die dominierende Stellung des Dienstleistungssektors: Rund 65% aller 63.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten haben in diesem Bereich ihren Arbeitsplatz. Im produzierenden Gewerbe (rd. 17%) sowie Handel/Gastgewerbe/Verkehr (zusammen rd. 18%) arbeiten mehr als 22.000 Beschäftigte.⁴

Wirtschaftsstruktur

Stadt Göttingen
Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen 1990 bis 2011



Quelle: Der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen, Fachdienst Statistik und Wahlen; Göttinger Statistik Aktuell Nr. 36 (07/2012)

Die in den vergangenen beiden Dekaden kontinuierlich gestiegene Bedeutung des tertiären Sektors ist eng verbunden mit dem Wissenschaftsstandort und in

³ Laut Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen (GWG) sind bereits große Investitionen in den nächsten Jahren geplant.

⁴ Quelle: Der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen, Fachdienst Statistik und Wahlen; Göttinger Statistik Aktuell Nr. 36 (07/2012)

diesem Segment tätigen privaten Dienstleistungsunternehmen.

Weitere Faktoren für die hohe Bedeutung des Dienstleistungssektors sind zahlreiche Einrichtungen des Landes (u.a. Amts-, Land-, Verwaltungs- und Arbeitsgericht, Finanzamt, sowie die drei Hochschulen Georg-August-Universität, Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst HAWK, Private Hochschule Göttingen).

Die Unternehmensstruktur von Göttingen ist gekennzeichnet von einer Vielzahl hochspezialisierter mittelständiger sowie exportorientierter Unternehmen. Zahlreiche Unternehmen sind als Global Player aktiv und konnten sich längst auf internationalen Märkten erfolgreich Geltung verschaffen.

Unternehmensstruktur

Der Schwerpunkt Göttingens liegt bei den High-Tech-Betrieben aus den Branchen Mess- und Regeltechnik, Mechatronik, Photonic und Biotechnologie. Viele Unternehmen sind in hierbei als Zulieferer oder Spin Offs aus in Göttingen ansässigen wissenschaftlichen Einrichtungen hervorgegangen. Die Wurzeln bzw. Anstöße zur Gründung dieser Unternehmen lagen und liegen häufig in der Universität.

1998 wurde der regionale Verein „Measurement Valley“ gegründet,⁵ um den in Göttingen ansässigen Unternehmen aus der Messtechnikbranche eine professionelle Plattform bieten zu können.

Weitere wichtige Branchen für die Göttinger Wirtschaft sind die u.a. Aluminiumverarbeitung, Automobilzulieferer, Lasertechnik und die optische Industrie.

Die hohe Exportintensität vieler Göttinger Unternehmen mit Außenhandelsanteilen von bis zu 80 Prozent ist ein deutlicher Indikator dafür, dass sich diese zum Teil in Deutschland kaum bekannten Firmen auf internationalen Märkten erfolgreich Geltung verschaffen konnten.

Die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen (GWG) fördert die Biotechnologiebranche in besonderem Maße und hat mit den Science Parks 1-3, der gerade durch einen 4. Bauabschnitt erweitert wird, ideale Rahmenbedingungen geschaffen. Den Technologieunternehmen, Ausgründungen der Universität und Forschungseinrichtungen stehen heute knapp 7.000 m² Büro- und Laborfläche zur Verfügung. Ein 120.000 m² großes erschlossenes Gewerbegebiet in direkter Nachbarschaft bietet auch zukünftig weitere Expansionsmöglichkeiten. Derzeit sind knapp 10 Unternehmen in den Science Parks 1-3 ansässig.⁶

Wissenschaftsstandort

Göttingen etabliert sich auch zunehmend als Logistikstandort, so dass das Güterverkehrszentrum Göttingen (GVZ) in den vergangenen Jahren deutlich erweitert wurde und weiterhin ausgebaut wird. Auf dem derzeitigen Gelände befindet sich eine Logistikhalle (9.200 m² Grundfläche) sowie dazugehörige Verkehrs- und Lagerflächen. Anfang 2013 wurde mit dem Bau der Nordanbin-

Logistik

⁵ Das Measurement Valley bezeichnet sich selbst als das führende Kompetenznetzwerk für Messtechnik; Quelle: www.measurement-valley.de

⁶ Quelle: Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen (GWG); www.science-park-goettingen.de

derung zur verbesserten Erreichbarkeit des GVZ begonnen.⁷

Die Gewerbeflächen Am Siekanger im Westen der Stadt werden seit Herbst 2011 zum Güterverkehrszentrum 3 erschlossen. Das 320.000 m² große Areal wird vom Land Niedersachsen mit 3,2 Mio. € unterstützt.⁸ Im Januar 2013 gaben die Sartorius AG und der Logistikdienstleister Zufall den Bau eines Logistikzentrums im Siekanger für rd. 10 Mio. € bekannt (geplante Fertigstellung: Ende 2014). Betrieben wird das Zentrum von der Distribo GmbH, einem gemeinsamen Joint Venture beider Unternehmen.

Göttingen liegt mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex von 98,3 unter dem Bundesdurchschnitt (= 100). Im Vergleich mit anderen niedersächsischen Städten liegt Göttingen damit hinter Braunschweig (104,0) und Hannover (101,9), jedoch über den Werten von Hildesheim (98,6) und dem nordrhein-westfälischen Paderborn (97,2).

Kaufkraftindex

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen betrug im Jahre 2012 rund 667 Mio. € (+15% gegenüber 2003).⁹

Die Arbeitslosigkeit lag im November 2012 in der Stadt Göttingen mit 7,2% (-0,1% zu Vj.) über dem Wert des Landkreises Göttingen mit 5,9% (+0,1% zu Vj.). Im Vergleich dazu: Die Arbeitslosigkeit in der Bundesrepublik Deutschland betrug im November 2012 6,5% (+0,1% zu Vj.).¹⁰

Arbeitslosenquote

Als wichtig für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes Göttingen wird der weitere Ausbau des Güterverkehrszentrums angesehen. Durch die Erweiterung der hierfür benötigten Fläche konnten bereits in der Vergangenheit internationale Unternehmen an den Standort gebunden werden. Eine erfolgreiche Vermarktung der derzeit entstehenden Kapazitäten am Siekanger wird den Logistikstandort stärken und für neue Arbeitsplätze in Göttingen sorgen.

Zukunftsaussichten

Durch die Ansiedlung eines fünften Max-Planck-Institutes (voraussichtlich Frühjahr 2014¹¹), die Förderung von Start-Up Unternehmen und tragfähigen Geschäftsmodellen aus dem Bereich der Universität, der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) und den bedeutenden Forschungsinstituten wird der Wirtschaftsstandort weiter ausgebaut und gefördert.

Ein Schwerpunkt der Wirtschaftsförderung Göttingens wird es daher auch künftig sein, das vorhandene Know-how im Bereich zukunftsorientierter Technologien zu nutzen und zu fördern. Dazu gehört die Schaffung von Rahmenbedingungen, die jungen Unternehmungen bestmögliche Startchancen eröffnen.

⁷ Nach Angabe der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen (GWG) ist die KLV-Anlage bereits aktuell mit deutlich zunehmender Tendenz ausgelastet.

⁸ Quelle: Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen (GWG); Geschäftsbericht 2011

⁹ Quelle: IFH Retail Consultants 2012, Köln

¹⁰ Quelle: Agentur für Arbeit; www.statistik.arbeitsagentur.de

¹¹ Quelle: Auskunft des Institutes am 08. Februar 2013

2.2.3 Wissenschaft

Knapp 30% aller Beschäftigten in Göttingen arbeiten in der wissenschaftlichen Forschung und Lehre. Die Hochschulen, Forschungseinrichtungen und deren direkte Dienstleister beschäftigen zusammen 18.200 Menschen.

Im Jahre 2010 betrugen die Ausgaben des Wissenschaftsbereiches in Göttingen rd. 600 Mio. €, hinzu kommen weitere 230 Mio. € durch Studenten. Den Ausgaben stehen 1,2 Mrd. € Einnahmen in 2010 gegenüber – dies entspricht einer inflationsbereinigten Steigerung der Einnahmen um 15% innerhalb der vergangenen Dekade.¹²

Die historische Bedeutung der Wissenschaft für die Stadt drückt sich u.a. darin aus, dass 44 Nobelpreisträger mit der Universität verbunden sind. Diese Tatsache wird auch als das „Göttinger Nobelpreiswunder“ bezeichnet.

Mit der Georg-August-Universität verfügt Göttingen über eine der bekanntesten und renommiertesten Universitäten Deutschlands. Die 1734 gegründete Georgia Augusta wurde als Reformuniversität der Aufklärung berühmt, war lange Jahre die größte Universität Europas und bestimmt noch heute mit ihren zahlreichen Instituten, besonders den naturwissenschaftlichen und medizinischen Fakultäten, weitgehend das Leben der Stadt. Bis heute ist die Göttinger Universität eine der wenigen klassischen, fast 'vollständigen' Universitäten in der Bundesrepublik. Mit knapp 24.000 Studenten¹³ und 13 Fakultäten prägt die Universität weitgehend die Bevölkerungsstruktur und das gesellschaftliche Leben Göttingens. Das internationale Magazin Times Higher Education (THE) wählte die Georg-August-Universität im World University Rankings 2012/2013 auf Platz 70, dies entspricht der zweithöchsten Platzierung deutscher Universitäten im Ranking.¹⁴ Die Universität pflegt eine sehr gute Verbindung zu den ansässigen Forschungsinstituten. Mit den Max-Planck-Instituten kooperiert die Universität u.a. im Bereich Datenverarbeitung, zudem ist sie korporativ förderndes Mitglied der Max-Planck-Gesellschaft.

Universität

Der 2006 gegründete Göttingen Research Council (GRC) ist das zentrale Gremium für die Entwicklung des Wissenschaftsstandortes Göttingen (Göttingen Research Campus). Aufgabe und Ziel des GRC ist es, die strategische Ausrichtung, Qualitätssicherung, Auswahl von Forschungsschwerpunkten und Ausbildung von zukünftigen Wissenschaftlern zu koordinieren.

Die Medizinische Fakultät der Universität und das Universitätsklinikum werden als "Universitätsmedizin Göttingen" zusammengefasst. Ziel des sog. Integrationsmodells ist die enge Zusammenarbeit in den Bereichen Krankenversorgung, Lehre und Forschung. Die Universitätsmedizin Göttingen ist der größte Arbeitgeber Göttingens. Durch die Angliederung von acht Schulen für Fachberufe im Gesundheitswesen zählt sie zudem zu den bedeutendsten Ausbildern

Universitätsklinikum

¹² Der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen, Fachdienst Statistik und Wahlen; Göttinger Statistik Aktuell Nr. 36 (07/2012)

¹³ Quelle: Georg-August-Universität; www.uni-goettingen.de (Stand: Wintersemester 2012/2013)

¹⁴ Quelle: Georg-August-Universität; www.uni-goettingen.de

HOTOUR

in der gesamten Region. Neben rund 54.000 stationären Patienten werden mehr als 120.000 ambulante Patienten durch das Universitätsklinikum pro Jahr behandelt.

Des Weiteren finden ganzjährig Fortbildungen, Kongresse, Seminare und kulturelle Veranstaltungen im Rahmen der Universitätsmedizin statt.¹⁵

Neben der bekannten Universität befinden sich eine private Hochschule sowie eine staatliche Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) in Göttingen.¹⁶ Zudem gibt es die Berufsakademie Göttingen, Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie Göttingen e.V. sowie die Volkshochschule Göttingen e.V.

Weitere Bildungseinrichtungen und wissenschaftliche Einrichtungen

Der Stellenwert der Stadt als Zentrum der Wissenschaft stützt sich in Göttingen aber nicht allein auf Universität und Fachhochschulen, sondern auch auf vielfältige Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen im außeruniversitären Bereich. So beherbergt die Stadt unter anderem vier Max-Planck-Institute: Biophysikalische Chemie, Erforschung multireligiöser und multiethnischer Gesellschaften, experimenteller Medizin sowie Dynamik und Selbstorganisation. Das Institut für Sonnensystemforschung wird ab dem Frühjahr 2014 ebenfalls in Göttingen angesiedelt sein.¹⁷ Die Forschungsorganisation gilt als eine der Besten weltweit. Seit der Gründung 1948 zählen 17 Nobelpreisträger zu den Wissenschaftlern der Gesellschaft. Zur Max-Planck-Gesellschaft zählen 80 Institute im In- und Ausland, die Grundlagenforschung in den Natur-, Bio-, Geistes- und Sozialwissenschaften im Dienste der Allgemeinheit betreiben.¹⁸

Die Bedeutung Göttingens im wissenschaftlichen Bereich wird darüber hinaus durch eine Vielzahl an der Universität angegliederten Forschungseinrichtungen verdeutlicht, hierzu zählen: Institut für Regionalforschung e. V. (IfR), Institut für Zuckerrübenforschung (IfZ), Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk (ifh), Soziologisches Forschungsinstitut Göttingen (SOFI), Institute of Applied Plant Nutrition (IAPN) und Zentrale Einrichtung für Lehrerbildung (ZELB).

Weitere Forschungseinrichtungen neben den zuvor erwähnten Instituten der Max-Planck-Gesellschaft sind: Akademie der Wissenschaften zu Göttingen, Deutsches Primatenzentrum GmbH (DPZ), Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), Lou Andreas-Salomé Institut für Psychoanalyse und Psychotherapie (DPG), Laser Laboratorium Göttingen (LLG) und Nordwestdeutsche Forstliche Versuchsanstalt (NW-FVA).

Weitere Forschungseinrichtungen

Eine Auswahl an weiteren interdisziplinären Zentren an der Universität umfassen: DFG Forschungszentrum für Molekularphysiologie des Gehirns (CMPB), European Neuroscience Institute Göttingen (ENI-G), Göttinger Zentrum für Molekulare Biowissenschaften (GZMB), Bernstein Center for Computational

¹⁵ Quelle: Universitätsmedizin Göttingen; www.med.uni-goettingen.de

¹⁶ Die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen (GWG) misst insbesondere der HAWK mit ihren natur- und ingenieurwissenschaftlichen Fakultäten eine hohe Relevanz für die regionale Wirtschaft bei.

¹⁷ Quelle: Auskunft des Institutes am 08. Februar 2013

¹⁸ Max-Planck-Gesellschaft; www.mpg.de

Neuroscience Göttingen (BCCN), Zentrum für Biodiversität und nachhaltige Landnutzung (CBL), Centre for Modern East Asian Studies (CeMEAS), Centre for Modern Indian Studies (CeMIS).

Alle genannten Einrichtungen genießen weltweites Ansehen. Sie haben mit der Universität in vielen Bereichen Wissenschaftsgeschichte geschrieben und schreiben sie noch heute.

Wichtige zentrale Einrichtungen der Stadt sind die Gesellschaft für wissenschaftliche Datenverarbeitung mbH Göttingen (GWDG), Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek, Studentenwerk Göttingen und Gemeinsamer Bibliotheksverbund (GBV).

2.2.4 Tagungen und Kongresse

Das Tagungs- und Kongresswesen (inklusive Fortbildungen) stellt das größte Marktsegment im Göttinger Tourismus dar. Internationale Kongresse und Tagungen mit wissenschaftlichem Charakter, die zum Teil regelmäßig in Göttingen stattfinden, bilden dabei den Schwerpunkt des Veranstaltungswesens der Stadt.

Tagungen und Kongresse

Zentrale Lage und gute Erreichbarkeit, häufig entscheidende Kriterien bei der Auswahl von Tagungsorten, waren und sind nicht die einzigen Motive für die Durchführung von Kongressen in Göttingen. Vielmehr ist es die erkennbare Verbindung zu wissenschaftlichen, insbesondere naturwissenschaftlichen und medizinischen Tagungsthemen, die Göttingen als Veranstaltungsort attraktiv macht. International anerkannte Fachkompetenz der Institute und Forschungseinrichtungen, verbunden mit dem Engagement einzelner Professoren und Wissenschaftler, verschaffen der Stadt im Segment der wissenschaftlichen Tagungen und Kongresse einen hohen Stellenwert, zum Teil auch eine unangefochtene Alleinstellung.

Das Wesen wissenschaftlicher Kongresse unterscheidet sich von jenen der Wirtschaft deutlich: Insbesondere bei den kleinen und mittleren geisteswissenschaftlichen Tagungen ist die Atmosphäre familiär, viele Teilnehmer kennen sich teilweise aus Studentenzeiten und schätzen auch das studentische Flair der Veranstaltungen, die überwiegend in den Hörsälen der Georg-August-Universität stattfinden. Häufig werden die Teilnahmekosten aus eigener Tasche bezahlt und das Übernachten bei ehemaligen Kommilitonen wird einem Hotel daher aus finanziellen Erwägungen vorgezogen.

Besonderheiten wissenschaftlicher Kongresse

Bei größeren Tagungen, insbesondere aus dem naturwissenschaftlichen Sektor, gilt dies eingeschränkt. Hier hat ein gewisser Teil der Besucher höhere Ansprüche, die durchaus mit Anforderungen von Teilnehmern aus der Wirtschaft vergleichbar sind. Dennoch bevorzugt der dominierende Anteil der Teilnehmer, wie es uns auch aus allen anderen Universitätsstädten Deutschlands bekannt ist, preisgünstige Übernachtungsmöglichkeiten.

HOTOUR

Die größte und wichtigste Location für anspruchsvolle Großveranstaltungen ist die Lokhalle Göttingen mit 9.400 m² Innenfläche und weiteren 7.000 m² im Außenbereich. Die Lokhalle ist universal einsetzbar und dient als Austragungsort für Tagungen, Kongresse, Messen, Firmenevents und Konzerte. Aufgrund der ehemaligen industriellen Nutzung der Lokhalle und der dafür konzipierten Architektur verfügt die Halle über einen sehr speziellen, positiven und individuellen Charakter. Durch ihre Größe und ihr Raumkonzept wurde die Lokhalle in der Vergangenheit für zahlreiche Großveranstaltungen wie z.B. „Wetten Dass..?“ oder Konzerte von international erfolgreichen Musikern gebucht.

- Lokhalle

Nach einer Erweiterung der Lokhalle um 1.000 m² in 2011, wird für die Zukunft ein zusätzlicher benachbarter Neubau mit rd. 3.000 m² angestrebt.

Von Vorteil für Veranstalter ist die unmittelbare Nachbarschaft des InterCity Hotels, während das Fehlen eines weiteren Hotels mit größeren Zimmerkapazitäten in fußläufiger Entfernung bzw. Innenstadt Nähe als nachteilig zu bezeichnen ist und die Vermarktung der Lokhalle im Wettbewerb mit anderen Standorten sicherlich erschwert. Aus unserer Erfahrung können wir sagen, dass Veranstaltungskunden stets Städte und Hallen bevorzugen, die im nahen Umfeld, idealer Weise sogar fußläufig oder mit ÖPNV erreichbar, mehrere größere Hotels anbieten können. Insbesondere werden Veranstaltungsorte geschätzt, an denen die Teilnehmer auf möglichst wenige Hotels aufgeteilt werden müssen – einerseits aufgrund der einfacheren Abwicklung für den Organisator und andererseits zur besseren Kommunikation der Teilnehmer untereinander.

Ein weiterer beliebter Veranstaltungsort ist die Stadthalle für Veranstaltungen bis knapp 1.500 Personen (besteht: 1.200 Personen). Die Gesamtfläche der Stadthalle verteilt sich auf 2.600 m² Innenfläche (insgesamt drei Ebenen) und 300 m² Terrasse mit Parkblick. Die Nutzungsmöglichkeiten der Halle sind ebenfalls vielseitig, so dass neben kleineren Messen und Ausstellungen/Präsentationen auch Kongresse und kulturelle Veranstaltungen durchgeführt werden können.

- Stadthalle

Die Stadthalle Göttingen bietet eine klassische Architektur, die insbesondere für kulturelle Veranstaltungen und Vorträge gute Rahmenbedingungen schafft.

Neben den größeren Veranstaltungsstätten verfügen zahlreiche Hotels über Konferenzräume für Firmenevents oder private Feierlichkeiten. Insbesondere das Hotel Freizeit In, eines der bekanntesten und erfolgreichsten Tagungshotels Deutschlands, bietet mit 44 Konferenzräumen für bis zu 600 Personen und einer Gesamtkonferenzfläche von 30.000 m² eine im Branchenvergleich weit überdurchschnittliche Veranstaltungskapazität.

- Hotels

Weitere wichtige Hotelbetriebe hinsichtlich Konferenzflächen sind das Best Western Parkhotel Ropeter (Veranstaltungen bis zu 200 Personen), das InterCity Hotel (Veranstaltungen bis zu 180 Personen) und das Eden Hotel (Veranstaltungen bis zu 150 Personen).

Außerhalb Göttingens befinden sich das 4-Sterne Relais & Châteaux Hardenberg BurgHotel in Nörten-Hardenberg (9 Tagungsräume für Veranstaltungen bis zu 700 Personen) und das 4-Sterne Hotel Freigeist in Northeim (8 Tagungsräume für Veranstaltungen bis zu 300 Personen).

Nicht zu unterschätzen ist die Bedeutung der Veranstaltungskapazitäten auf dem Universitätsgelände, auch wenn diese nur bescheidenen Ansprüchen genügen, da es sich um vorwiegend Hörsäle handelt, und wenn sie nur zu vorlesungsfreien Zeiten¹⁹ zur Verfügung stehen.

- **Veranstaltungen auf dem Universitätsgelände**

Die hier stattfindenden Tagungen und Kongresse sind primär Veranstaltungen aus dem wissenschaftlichen Bereich, jedoch konnte auch die Nachfrage von Seiten der Wirtschaft nach der Auflistung auf der Website des Kongress- und Tagungsbüros des Göttingen Tourismus erhöht werden.²⁰ erhöht werden. Aufgrund des Vorlesungsplans sind die Räume für größere (z.B. Geisteswissenschaftliches Zentrum GWZ) und nicht von der Universität ausgehende Veranstaltungen – insbesondere außerhalb der Semesterferien – nur eingeschränkt verfügbar.

Zu den vom Studentenwerk betriebenen Räumlichkeiten zählen:

- Nordmensa und Cafeteria: Veranstaltungen bis zu 280 Personen; 5 Tagungsräume
- Zentralmensa: Veranstaltungen bis zu 570 Personen; 4 Tagungsräume
- Mensa am Turm und Bistro: Veranstaltungen bis zu 220 Personen; 4 Tagungsräume
- Tagungsräume (Studentenwerk): Veranstaltungen bis zu 95 Personen; 4 Tagungsräume

Weitere universitäre Veranstaltungsräumlichkeiten sind u.a.:²¹

- Geisteswissenschaftliches Zentrum (GWZ): Hörsäle mit 85 bis 960 Plätzen; Maximalkapazität insgesamt 2.500 Personen
- Aula am Wilhelmsplatz: Veranstaltungen bis zu 550 Personen; in der kleinen Aula bis zu 150 Personen
- Aula am Waldweg: Veranstaltungen bis zu 350 Personen
- Paulinerkirche: Veranstaltungen bis zu 200 Personen
- Alfred-Hessel-Saal: Veranstaltungen bis zu 200 Personen
- Tagungszentrum an der Sternwarte: Veranstaltungsraum bis zu 130 Personen; 2 kleine Räume mit 25 und 40 Plätzen
- Orangerie im Alten Botanischen Garten: Veranstaltungen bis zu 130 Personen
- Historische Sternwarte: 2 Räume für jeweils 70 Personen

¹⁹ Wir schätzen diese auf etwas über 120 Tage (vorlesungsfreie Zeiten: Februar/März, Ostern, Woche nach Pfingsten, Juli bis Mitte Oktober, wobei Juli und August nicht berücksichtigt werden, da in diesen Monaten national wie international kaum Kongresse stattfinden dürften)

²⁰ Website des Tagungsbüros: www.tagen-goettingen.de

²¹ Quelle: Georg-August-Universität Göttingen: www.uni-goettingen.de/de/121898.html; www.sub.uni-goettingen.de/standorte-raumangebote/raeume-buchen/veranstaltungsraeume/

- Heyne Haus: 2 Räume für jeweils 25 Personen
- Vortragsraum: Veranstaltungen bis zu 45 Personen
- Großer Seminarraum: Veranstaltungen für bis zu 40 Personen
- Schulungsraum: Veranstaltungen für bis zu 20 Personen
- Faculty Club: Veranstaltungen bis zu 20 Personen

Zusätzlich stehen in allen großen Forschungseinrichtungen Tagungsmöglichkeiten für 50 bis 400 Personen zu Verfügung.

Die Pläne zur Erweiterung der Lokhalle Göttingen könnten einen weiteren sehr wichtigen Impuls für den Tagungs- und Kongress-Standort Göttingen – und damit auch den Beherbergungsmarkt – darstellen. Durch die Positionierung als Veranstaltungsort für Kongresse und Tagungen wird die geplante Expansion der Lokhalle zweifelsohne für eine Aufwertung der Standortvoraussetzungen aus Sicht künftiger Hotelinvestoren und –betreiber sorgen.

**Zukünftige
entwicklung**

Ent-

2.2.5 Exkurs: Der Tagungsmarkt in Deutschland

Die folgenden Untersuchungsergebnisse zur Tagungs- und Veranstaltungsbranche greifen auf eine Studie des Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft GmbH zurück, die u.a. im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. angefertigt wurde.²²

Die Tagungs- und Veranstaltungsbranche verzeichnete in 2011 mehr als 2,7 Mio. Veranstaltungen. Nach deutlichen Rückgängen im Jahre 2009 – die maßgeblich auf die Wirtschaftskrise zurückzuführen waren – konnte der Markt bereits im Jahre 2010 wieder deutliche Zuwächse erzielen und in 2011 bei der Gesamtanzahl an Veranstaltungen an die bis dato geltenden Spitzenwerte aus den Jahren 2006 und 2007 anknüpfen.

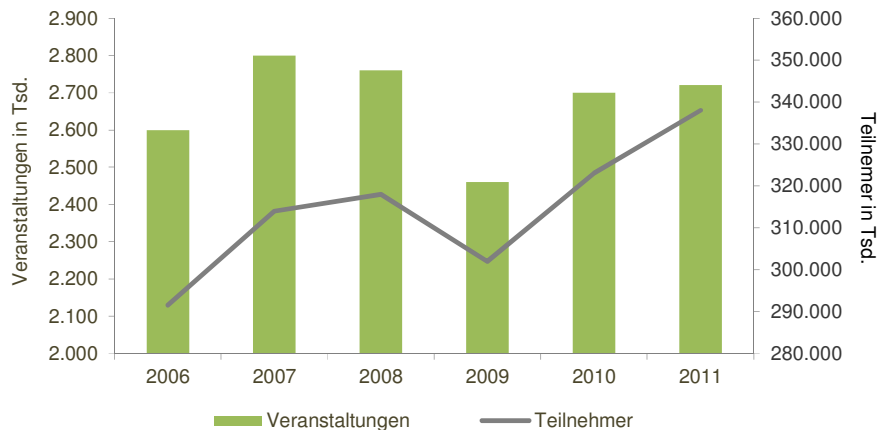
**Markt: Angebot und
Nachfrage 2011**

Die Anzahl der Veranstaltungsteilnehmer musste ebenfalls im Jahre 2009 deutliche Rückgänge verzeichnen. Seit 2010 wurden jedoch rasante Steigerungsraten erzielt, so dass mit insgesamt 340 Mio. Teilnehmern in 2011 ein Wachstum um 16,0% gegenüber 2006 erreicht werden konnte.

Damit steigt zwar die Zahl der Veranstaltungsteilnehmer, doch wächst die - schwankende - Zahl an Veranstaltungen absolut nicht in gleichem Maße.

²² Quelle: Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH; Das Meeting- & EventBarometer 2011/2012; 2012

Entwicklung des Tagungs- und Kongressmarkt in Deutschland 2006 - 2011



Quelle: Europ. Institut für TagungsWirtschaft GmbH; Meeting- & EventBarometer 2011/2012

Hinsichtlich des Angebots an Veranstaltungsstätten wurden in 2011 mit 1.588 Veranstaltungszentren (+2% zu Vj.), 3.268 Tagungshotels (+3% zu Vj.) und 1.758 Eventlocations (+4% zu Vj.) moderate Steigerungsraten erzielt. Insgesamt entspricht dies einem Gesamtangebot von 6.614 Tagungs- und Veranstaltungsstätten in Deutschland. Gegenüber dem Angebot von 5.868 Veranstaltungsstätten in 2007 entspricht dies einem Zuwachs von +12,7%.

Angebotene Veranstaltungsstätten

Da 2011 das Angebot an Veranstaltungsstätten proportional stärker gestiegen ist als die Anzahl an Veranstaltungen, wirkt sich diese Entwicklung negativ auf die Belegtage (= Auslastung) aus: Mit durchschnittlich 151 Belegtagen wurde ein Rückgang um -18% gegenüber dem Vorjahr 2010 festgestellt (- 8,5% gegenüber 2007).

Auslastung und Veranstaltungsdauer

Die durchschnittliche Veranstaltungsdauer stieg in der Vergangenheit leicht an, was tendenziell mehr Übernachtungsbedarf zur Folge hat. Sie betrug im Jahr 2011 1,6 Tage. Während die Dauer 2007 noch bei 1,1 Tagen lag, konnte allerdings gegenüber 2010 keine weitere Verlängerung der durchschnittlichen Veranstaltungsdauer erreicht werden.

Die wichtigsten Kriterien für Veranstalter bei der Auswahl von Veranstaltungsstätten sind:

Anforderungen der Nachfrager

	Kriterium	Skala
1.	Preis-Leistungs-Verhältnis	1,3
2.	Gute Verkehrsanbindung	1,4
3.	Moderne Veranstaltungstechnik	1,5
4.	Zentraler Ansprechpartner	1,6
5.	Gastronomisches Angebot	1,7

Quelle: Europ. Institut für TagungsWirtschaft GmbH; Meeting- & EventBarometer 2011/2012

Erläuterung: 1 = sehr hohe Bedeutung, 5 = sehr niedrige Bedeutung

Während Unternehmen klassische Tagungshotels (62,3%) gegenüber Eventlocations (21,8%) oder Veranstaltungszentren (15,8%) bevorzugen, unterscheidet sich die Auswahl des richtigen Veranstaltungsortes bei Agenturen oder Verbänden. Am beliebtesten sind auch hier Tagungshotels, jedoch buchen Verbände zudem gerne Tagungszentren (37,6%), Agenturen präferieren Eventlocations (33,6%).

Präferierte Veranstaltungsstätten

Mit knapp 70% Marktanteil sind Tagungen, Kongresse und Seminare die wichtigsten Marktsegmente für die Veranstaltungsbranche. Die restlichen 30% verteilen sich auf u.a. Bankettveranstaltungen und Jubiläen, Social Events sowie Ausstellungen und Präsentationen.²³

Veranstaltungsarten

Veranstaltungen aus dem Bereich Tagungen, Kongresse und Seminare umfassen bei 45% der Veranstaltungen zwischen 20-50 Teilnehmer sowie zu 21% zwischen 51-100 Teilnehmer. Veranstaltungen mit mehr als 1.000 Besuchern erreichen lediglich einen Marktanteil von 5,4%.

In einem nationalen Vergleich der für die Tagungs- und Veranstaltungsbranche bedeutendsten Regionen belegt der Großraum Hannover Platz 9. In einem Ranking der wichtigsten Großstädte für Veranstaltungen schafft es keine niedersächsische Stadt unter die Top 10.

Bevorzugte polregionen und Großstädte

	Großräume		Großstädte
1.	Großraum Berlin/Potsdam	1.	Berlin
2.	Großraum München	2.	München
3.	Rhein-Main-Gebiet	3.	Frankfurt a.M.
4.	Region Köln/Düsseldorf	4.	Hamburg
5.	Metropolregion Hamburg	5.	Köln
6.	Region Stuttgart	6.	Düsseldorf
7.	Region Dresden/Leipzig/Chemnitz	7.	Stuttgart
8.	Ruhrgebiet	8.	Dresden
9.	Großraum Hannover	9.	Essen
10.	Rhein-Neckar	10.	Nürnberg

Quelle: Europ. Institut für TagungsWirtschaft GmbH; Meeting- & EventBarometer 2011/2012²⁴

Untersuchungsergebnisse zeigen, dass die bevorzugten Standorte für Veranstaltungen vorrangig in Großstädten (Oberzentren) und deren direktem Umland stattfinden. Neben den Anforderungen an Veranstaltungsstandorte (vgl. Tabelle: Die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl von Veranstaltungsstätten) hinsichtlich einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis, Erreichbarkeit und professionellem Tagungseinrichtungen spielt das jeweilige Rahmenangebot in den Städten eine große Rolle bei der Auswahl des Veranstaltungsortes. Die Platzierungen der bevorzugten Großstädte verdeutlicht, dass insbesondere Städte mit einem attraktiven Rahmenprogramm (Gastronomie, Hotels, Freizeitmöglichkeiten) zu den führenden Veranstaltungsstandorten zählen. Das Angebot an professionell ausgestatteten Veranstaltungsstätten wird demnach

²³ Ergebnisse einer Anbieterbefragung aus der Studie des Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft GmbH. Unter Social Events verstehen wir öffentliche Veranstaltungen (u.a. Bälle, Tanzveranstaltungen).

²⁴ Kriterium: Befragung von Veranstaltern nach den beliebtesten Metropolregionen und Städten in Deutschland.

als Grundanforderung verstanden und liefert keinen offensichtlichen Mehrwert.

Der Tagungs- und Kongressmarkt ist ein nach wie vor wachsender Markt, der in der Vergangenheit deutliche Steigerungsraten – insbesondere bei den Teilnehmerzahlen – erzielen konnte. Die Zahl der durchgeführten Veranstaltungen schwankt zwar seit Jahren auf einem konstanten Niveau, die Zahl der Teilnehmer stieg hingegen an. Gleichzeitig erhöhte sich jedoch auch das Angebot an Veranstaltungsstätten: Diese Entwicklung führt zu einem zunehmenden Wettbewerb unter den als Tagungs- und Kongressstandorten positionierten Städten.

Fazit

In diesem Umfeld hat der Standort Göttingen aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb Deutschlands, der exzellenten Verkehrsanbindung und vor allem der erkennbaren Verbindung zu zukunftsweisenden wissenschaftlichen Tagungsthemen, verbunden mit international anerkannter Fachkompetenz der Institute und Forschungsreinrichtungen, auch weiterhin alle Chancen, sich als Tagungs- und Kongress-Standort national wie international zu behaupten. Mit der 2011 stattgefundenen und zusätzlich geplanten Erweiterung der Kapazitäten in der Lokhalle wurde und wird ein wichtiger Schritt zur Zukunftsfähigkeit des Kongress-Standorts Göttingen getan, der jedoch noch durch entsprechende Erweiterung der Beherbergungskapazität, idealerweise im Umfeld der Lokhalle, verbunden mit offensiven Vermarktungsanstrengungen, zu ergänzen ist.

2.2.6 Touristische Attraktivität

Die Stadt Göttingen verfügt im kulturellen Bereich über eine Reihe von interessanten Attraktionen.

Touristische Attraktionen

Zur Göttinger Theaterlandschaft zählen u.a. das Deutsche Theater (DT), das Junge Theater Göttingen und das Theater im OP im ehemaligen Schauoperationssaal der chirurgischen Klinik.

Die Universität verfügt über mehrere Sammlungen mit verschiedenen Ausstellungsschwerpunkten (z.B. Zoologie, Ethnologie), die aufgrund der Öffnungszeiten nur eingeschränkt für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Das Städtische Museum wird derzeit umgebaut, daher sind einige Ausstellungen vorübergehend nicht geöffnet.

Das weltweit älteste Musikfestival für Barockmusik – die Internationalen Händel-Festspiele Göttingen – findet jedes Jahr statt. Zur 12-tägigen Veranstaltung kamen rund 18.000 Besucher im Jahr 2012 (knapp 20.000 Besucher in 2011).²⁵ Das 2012 erstmalig ausgetragene NDR 2 Soundcheck Neue Musik Festival zählte rund 10.000 Besucher²⁶ und wird im September 2013 erneut in

²⁵ Quelle: Göttinger Tagesblatt; Artikel: Händel-Festspiele - Weniger Besucher (29. Mai 2012)

²⁶ Quelle: NDR; <http://www.ndr.de/unterhaltung/events/soundcheck/soundcheckfestival165.html>

Göttingen veranstaltet.²⁷ 2014 wird das 4-tägige internationale Jugendfußballturnier „VGH Cup“ in der Lokalle zum 25. Mal ausgetragen²⁸.

Weitere Veranstaltungen mit v.a. regionalem Bekanntheitsgrad sind der Göttinger Literaturherbst (eine jährlich im Herbst stattfindende 10-tägige Veranstaltung mit Lesungen und Vorträgen renommierter Autoren), Jazzfestival sowie verschiedene Sportevents (u.a. Basketballspiele des BG Göttingen, Tour d'Energie).

Das attraktive innerstädtische Stadtbild wird geprägt von historischen Fachwerkhäusern und insgesamt acht Kirchen innerhalb des ehemaligen Stadtwalls. Eine Vielzahl an Gedenktafeln und Denkmäler erinnern an bedeutende Persönlichkeiten der Stadtgeschichte.

Abgesehen von den stattfindenden Events ist die Bedeutung Göttingens als Destination für Städtereisende nur sehr gering ausgeprägt. Ausnahme sind Besucher mit Bezug zur Universität, seien es Alumni oder Verwandte und Bekannte heutiger Studenten und Durchreisende, vor allem Skandinavier, auf dem Weg in den Süden oder zurück.

**Göttingen wird
nicht als Städ-
tereisedestination
wahrgenommen**

Insgesamt jedoch kann die Stadt vom ständig wachsenden Städtereisetourismus in Deutschland kaum profitieren, obwohl Göttingen und Umgebung zweifellos touristische Attraktionen zu bieten haben: Musik, Theater und bildende Kunst spielen im Leben der Stadt eine wichtige Rolle, eine facettenreiche Gastronomie trägt viel zum Flair der lebendigen Innenstadt bei, in der Umgebung finden sich auch durchaus touristisch interessante Ausflugsziele.

Dennoch ist es für Göttingen aus unserer Sicht nahezu unmöglich, dieses Potential in spürbares Übernachtungsvolumen für die Hotellerie umzumünzen, da die genannten touristischen und kulturellen Angeboten mit Ausnahme etwa des Händel-Festivals kaum überregionale Bedeutung erreichen können. Dies hat unseren Recherchen und unserer Einschätzung zufolge weniger mit deren Attraktivität oder Vermarktung zu tun, sondern mit dem starken überregionalen und internationalen Wettbewerb im Städtetourismus. Bis dato konnten im boomenden Segment der Städtereisen vor allem Großstädte profitieren, mit deren Flair und umfassendem Angebot Mittelstädte wie Göttingen fairer Weise nicht wirklich konkurrieren können.

Darüber hinaus ist anzumerken, dass das Image Göttingens als Wissenschaftsstadt so dominant ist, dass es alle anderen interessanten Aspekte und Angebote der Stadt überlagert. Ob es für Göttingen aus Kosten-Nutzen Betrachtung zielführend ist (und entsprechende Budgets vorhanden sind), neben seinem Image als Stadt der Wissenschaft ein weiteres Image aufzubauen, wagen wir zu bezweifeln. Diese Einschätzung betrifft auch, wie bereits oben gesagt, den Wettbewerb mit zahlreichen Standorten, die über bessere klimati-

²⁷ Laut Aussage des Göttingen Tourismus e.V. konnte eine Übernachtungsnachfrage durch Organisatoren, Künstler und Besucher (Besucher vorrangig in niedrigpreisigen Beherbergungsbetrieben) festgestellt werden.

²⁸ Quelle: Lokhalle (Veranstaltung generiert bis zu 600 Übernachtungen)

sche, naturräumliche und infrastrukturelle²⁹ Voraussetzungen für den Städte-tourismus verfügen.

Entscheidend ist allerdings: Hinsichtlich Übernachtungstourismus und somit aus dem Blickwinkel von künftigen Hotelinvestoren und –betreibern können wir sagen, dass das Kultur- und Freizeitangebot von Göttingen auf jeden Fall einen relevanten Zusatznutzen für Tagungs- und Kongressveranstalter darstellt und in untergeordnetem Umfang sowie für ausgesuchte Zielgruppen mit Bezug³⁰ zu Göttingen auch als zusätzliches Aufenthaltsmotiv dienen kann.

2.3 Fazit: Göttingen aus Sicht potentieller Hotelbetreiber

Aus unserer Erfahrung und aus dem Blickwinkel künftiger Hotelinvestoren und –betreiber, die sich stets an heutigen und künftigen Umsatzpotentialen aus Übernachtungstourismus orientieren, beurteilen wir die so genannten fremdenverkehrsrelevanten Standortfaktoren Göttingens wie folgt:

**Göttingen aus
Sicht potentieller
Hotelbetreiber**

- Die wichtigsten Generatoren für Übernachtungen am Standort Göttingen werden auch weiterhin Universität und Wissenschaft bleiben, mit Einzelreisenden ebenso wie mit Buchungen anlässlich von Kongressen und Fachveranstaltungen und indirekt mit Besuchern von Studenten und Mitarbeitern. In diesem Zusammenhang konzедieren wir jenen Hotelkonzepten große Chancen, die aufgrund ihres Preis-Leistungsverhältnisses die so genannten „Couch-Touristen“ unter den Wissenschaftlern, Studenten und Besuchern für das hiesige Beherbergungsgewerbe gewinnen können.
- Spürbare Wachstumspotentiale für Übernachtungen sehen wir ebenso im Zusammenhang mit der bereits stattgefundenen und geplanten Erweiterung der Lokhalle, sowohl im Zusammenhang mit wissenschaftlichen als auch wirtschaftsnahen Veranstaltungen, sofern ausreichende Beherbergungskapazitäten in deren Umfeld geschaffen werden.
- Die herausragende Lage und Verkehrsanbindung Göttingens als ICE-Standort bietet, wie wir von vergleichbaren Standorten wissen, vor allem Hotels in Bahnhofsnähe eine Reihe von Chancen, die über Göttingen selbst hinausgehen: Sei es anlässlich von Messen in Hannover, die von Göttingen aus schneller erreicht werden können als von manchem (wesentlich teureren) Hotel in Hannover selbst, sei es für Tagungen und Seminare, die ein Hotel in Bahnhofsnähe ggfs. selbst, vor allem aber in Kooperation mit Lokhalle und anderen Hotels durchführen und beherbergen kann.

²⁹ Einerseits überregionale Events mit hoher Werbewirksamkeit, wie sie nur von Großstädten ausgerichtet werden können, wie etwa Sportveranstaltungen und andererseits Shoppingangebote, die bei Städtereisenden einen hohen Stellenwert haben.

³⁰ Verwandten- und Bekanntenbesuche, Alumni, Durchreisende

HOTOUR

- Aus dem Umfeld der ortsansässigen Unternehmen erwarten wir moderate Nachfragesteigerungen.
- Aus dem Städtetourismus erwarten wir angesichts des europaweiten Wettbewerbs attraktiver Destinationen kaum Wachstumspotential. Die touristisch relevante Infrastruktur Göttingens stellt jedoch einen erkennbaren Zusatznutzen für jedwede Art von Veranstaltungen dar.
- Weitere Steigerungen des Übernachtungspotentials von Göttingen sind nur mit einem überdurchschnittlichen Marketingetat zu erreichen, der heute vonnöten ist, um die nationale wie internationale Wahrnehmung der Stadt nachhaltig zu verändern.

3 Marktuntersuchung

Die Stadt Göttingen zählt mit über 417.000 Übernachtungen in 2012 und mehr als 128.000 Einwohnern zu den Tertiärstandorten³¹ des deutschen Beherbergungsmarkts.

Allgemeines

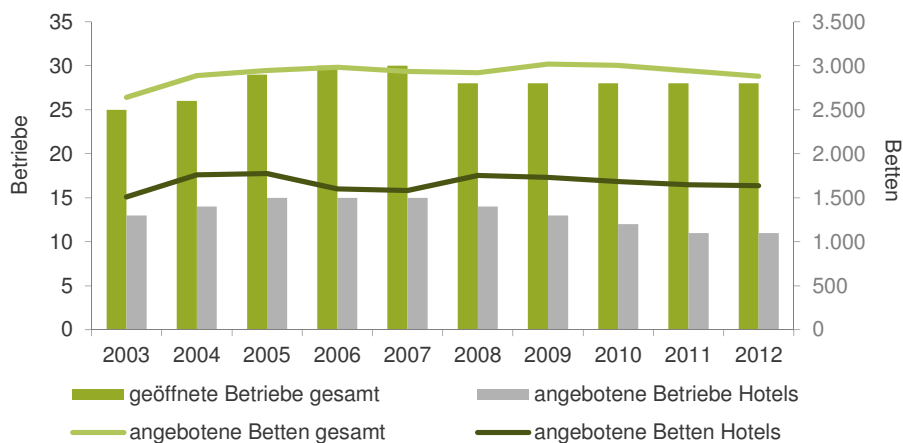
3.1 Quantitative Bewertung des Angebots

Das Angebot auf dem Göttinger Beherbergungsmarkt konnte innerhalb der vergangenen zehn Jahre im deutschlandweiten Vergleich geringe Zuwächse verzeichnen: Mit 28 Betrieben und 2.881 Betten im Jahr 2012 wurde ein Wachstum um drei Betriebe und 9% der angebotenen Betten festgestellt. Beim Angebot von Hotelbetten konnte eine Steigerung um 8,4% auf 1.638 verzeichnet werden, dagegen hat die Gesamtanzahl an Hotels seit 2003 um 2 Betriebe abgenommen (11 Betriebe in 2012).

2012: 2.881 Betten in 28 Betrieben, davon 1.638 Betten in 11 Hotels

Die letzte größere Hoteleröffnung in Göttingen fand mit dem InterCity Hotel im Jahr 2000 statt.

Entwicklung des Angebots in Göttingen 2003 - 2012



Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2004 - 2013

³¹ Definition Tertiärstandort gemäß HOTOURL: Standorte zwischen 100.000 und 750.000 Übernachtungen und mit mehr als 50.000 Einwohnern. Zum Vergleich: Sekundärstandorte zählen zwischen 750.000 und 3 Millionen Übernachtungen bei mindestens 100.000 Einwohnern. Beispiele: Stuttgart, Hannover. Primärstandorte zählen ab 3 Millionen Übernachtungen.

Der Göttinger Beherbergungsmarkt wird dominiert von Hotels und Hotels Garni, die zusammen einen Marktanteil von über 70% an Betrieben und mehr als 80% an Betten erreichen. Weitere Betriebsarten sind in Göttingen von untergeordneter Bedeutung für den Beherbergungsmarkt.

Struktur des Beherbergungsangebotes

Die durchschnittliche Betriebsgröße der Hotels und Hotels Garni beträgt rd. 103 Betten, dies entspricht einem relativ hohen Wert gegenüber vergleichbaren Städten in Deutschland.

Struktur des Beherbergungsangebots in Göttingen 2012				
Betriebsart	Zahl der Betriebe	Anteil in %	Zahl der Betten	Anteil in %
Hotels Garni	9	32%	770	26%
Hotels	11	39%	1.638	56%
Gasthöfe	3	11%	130	4%
FeWo, Ferienhäuser	1	4%	k.A.	k.A.
Sonstige	4	14%	k.A.	k.A.
Gesamt	28	100%	2.942	100%

Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2013

Das seit September 2011 geschlossene NH Hotel (114 Zimmer) an der Kasseler Landstraße soll voraussichtlich im September dieses Jahres wieder geöffnet werden. Medienberichten zufolge soll das Hotel unter der Franchisemarkte Park Inn by Radisson von der Kölner PROVENT Hotelgruppe betrieben werden. Das Hotel soll insgesamt über 138 Wohneinheiten, einen 120 m² großen Fitness- und Saunabereich sowie zehn Tagungs- und Konferenzräume für bis zu 200 Personen verfügen.³²

Zukünftige Angebotsentwicklung

Nach eigener Auskunft prüft das Hotel Freizeit In derzeit eine Erweiterung des bestehenden Angebots bzw. den Neubau eines 3-Sterne Hotels am Areal.

Die Realisierungswahrscheinlichkeit von weiteren – z.T. in den lokalen Medien diskutierten – Hotelprojekten halten wir nachzeitigem Kenntnisstand in Kenntnis des aktuell angespannten Umfelds für Projektfinanzierungen, insbesondere von Betreiberimmobilien wie Hotels, für wenig wahrscheinlich.

3.2 Qualitative Bewertung des Angebots

Der Göttinger Markt ist – verglichen mit Werten anderer auf dem Tagungs- und Kongressmarkt positionierten Städte – gekennzeichnet von niedrigen bis sehr niedrigen Zimmerraten in den jeweiligen Marktsegmenten. Vgl. Aufstellung im Anhang.³³

Preissegmentierung

³² Quelle: Top Hotel; Artikel: Aus NH wird Park Inn by Radisson Göttingen; 11.03.2013; <http://tophotel.de/news/1618-aus-nh-wird-park-inn-by-radisson-goettingen.html>

³³ Hinweis: Die Zimmerpreise wurden zu unterschiedlichen Terminen abgefragt und ausgewertet. Die Preisangabe in der Übersicht der Hotels in Göttingen (siehe Anhang) bezieht sich auf einen Termin im Dezember 2012 sowie einen Termin im März 2013.

Dies bedeutet für den Markt, dass in Göttingen 3- bis 4-Sterne Hotels auf einem ähnlichem Preisniveau konkurrieren wie andernorts 2- bis 3-Sterne Betriebe. Aus Gastsicht bedeutet eine solche Marktsituation i.d.R. die Bevorzugung von höher klassifizierten Betrieben bei vergleichbar niedrigen Zimmerraten.

Fünf kleinere Hotels – die jedoch nur rund 6% des gesamten Bettenangebotes in der Hotellerie³⁴ stellen – verfügen über kein Bad (Dusche und WC) auf allen Gästezimmern. Dies entspricht nicht den Anforderungen an ein zeitgemäßes Stadthotel bzw. Hotel in Stadtrandlage.

Ausstattung und Betriebsgröße

Der Beherbergungsmarkt in Göttingen wird entsprechend der Deutschen Hotelklassifizierung des Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA) in folgende Marktsegmente unterteilt:

Klassifizierung

Klassifizierung ³⁵	Anteil an Hotels	Anteil an Betten
5-Sterne	-	-
4-Sterne	29%	53%
3-Sterne	42%	39%
2-Sterne	8%	3%
1-Stern	-	-
Nicht klassifiziert ³⁶	21%	5%

Quelle: Eigene Recherche

Auffällig ist, dass sich ein Großteil des Angebots an den Ausfallstraßen (Kasseler Landstraße, Weender Landstraße, Umfeld der Robert-Koch-Straße³⁷) konzentriert. Rund 59% der angebotenen Betten werden hier vorgehalten, davon wiederum rd. 96% im 3- bis 4-Sterne Segment. In der Innenstadt (innerhalb des Walls) gibt es dagegen nur ein vergleichsweise kleines Angebot: lediglich 3 Hotels mit insgesamt 160 Betten. Wir gehen davon aus, dass diese Verteilung einerseits der guten Autobahnanbindung geschuldet ist, die in Zeiten vor Einrichtung des ICE-Anschlusses ein entscheidender Nachfragegenerator für die Hotels war. Andererseits ist die Nähe zu Unternehmen hier gegeben und drittens dürfte die Verfügbarkeit von Grundstücken in dieser Lage ein entscheidendes Kriterium für damalige die Ansiedlung von Hotels gewesen sein.

Verteilung innerhalb des Stadtgebiets

Untypisch für eine Stadt wie Göttingen ist der geringe Anteil an Markenhotels. Neben dem InterCity Hotel gehören nur das derzeit geschlossene NH Hotel, das künftig als Park Inn weiter betrieben wird, sowie das Best Western Hotel am Papenberg und Best Western Parkhotel Ropeter einer Marke an.

Markenhotellerie

Interessanterweise werden mit Übernahme des NH in ein Park Inn Hotel künftig alle vier genannten Markenhotels von selbständigen Hoteliers als Lizenznehmer geführt und nicht von den Hotelketten direkt.

³⁴ Hinweis: Datengrundlage bei der Bewertung und Aufstellung der Hotels ist das Unternehmensverzeichnis 2012

³⁵ Hinweis: Klassifizierung entweder gemäß DEHOGA Klassifizierung oder Bewertung auf Portalen

³⁶ Hinweis: Nicht klassifiziert nach DEHOGA Richtlinien und auch nicht auf Bewertungsportalen

³⁷ Hinweis: 3 Hotels mit 400 Betten im unmittelbaren Umfeld der Robert-Koch-Straße

Bekannte Marken im mittleren und unteren Preissegment wie Holiday Inn, Mercure, Novotel oder Ibis, die in vergleichbaren Städten meist anzutreffen sind, fehlen in Göttingen vollständig.

3.3 Nachfrage

Während das Angebot auf dem Göttinger Beherbergungsmarkt im 10-Jahresvergleich nur moderate Zuwachsraten erzielen konnte, ist die Nachfrage in Göttingen deutlicher angestiegen. Mit 417.440 Übernachtungen in 2012 wurde ein Wachstum von 30,6% gegenüber 2003 erzielt. Unter Hotelbetrieben konnte eine Steigerung der Übernachtungsnachfrage um 28,7% auf 218.123 erzielt werden. Mit 234.353 Ankünften auf dem gesamten Beherbergungsmarkt (+20,0% gegenüber 2003) und 129.909 Ankünften in Hotels (+22,3% gegenüber 2003) in 2012 wurden ebenfalls erfreulich positive Steigerungsraten erreicht.

Der Beherbergungsmarkt in Göttingen zeigt sich offensichtlich weniger abhängig von Krisen der freien Wirtschaft -und den damit oftmals verbundenen Nachfragerückgängen –, dies bestätigt die relativ stabile Übernachtungsnachfrage in den Jahren 2008 und 2009. Gründe hierfür sind u.a. die hohe Bedeutung der Veranstaltungen von Universität und Forschungseinrichtungen für den Göttinger Tagungs- und Kongressmarkt.

Im Jahr 2011 konnte der Markt u.a. aufgrund von großen Veranstaltungen in der Lokhalle, wissenschaftlichen Tagungen und Kongressen sowie einem – aus Göttinger Sicht – attraktiven Messeplan in Hannover mit besucherstarken Messen (u.a. Agritechnica, EMO) ein Plus von mehr als 6% gegenüber dem Vorjahr erzielen. Dies entspricht nicht nur einem sehr erfreulichen Ergebnis sondern auch einem Rekordwert für Göttingen. Im Jahre 2012 konnte Göttingen nicht vollständig an das sehr gute Ergebnis aus 2011 anschließen und musste einen leichten Nachfragerückgang um 2,7% gegenüber dem Vorjahr verzeichnen. Trotz der z.T. jedes Jahr stattfinden Messen CeBit und Hannover Messe profitiert der Standort Göttingen am meisten in den ungeraden Messejahren vom Overflow der Messebesucher aus Hannover.

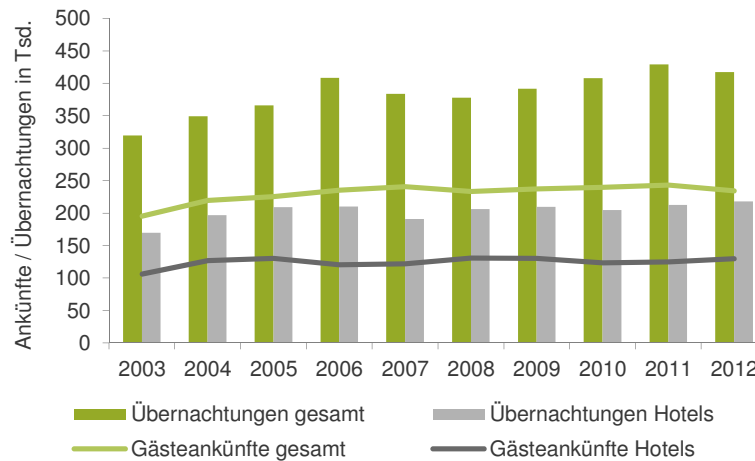
2012:

417.440 Übernachtungen bei

234.353 Ankünften, davon

218.123 Übernachtungen in Hotels

Entwicklung der Nachfrage in Göttingen 2003 - 2012



Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2004 – 2013

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Hotels lag 2012 bei 1,8 Tagen, was typisch für eine von Geschäftsreisen geprägte Destination wie Göttingen ist. Im Zehnjahres-Zeitraum zwischen 2003 und 2012 lag der Gesamtwert stets bei 1,6 oder 1,8 Tagen.

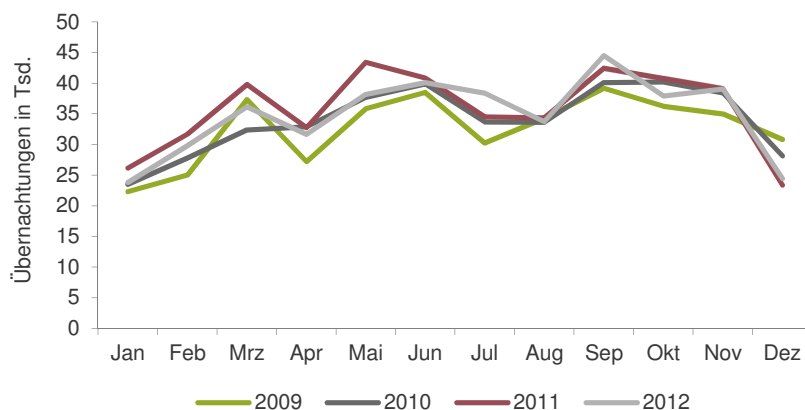
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

Der saisonale Verlauf der Nachfrage ist typisch für auf Kongresse, Tagungen und Geschäftsreisen ausgerichtete Städte. Im Jahresverlauf kommt es insbesondere in den Monaten Mai bis Juni sowie September bis November zu einer hohen Übernachtungsnachfrage. In den Ferienmonaten April (je nach Datum der Osterferien), Juli und August finden in der Regel weniger Veranstaltungen statt, daher kommt es rund um Ostern und in der Jahresmitte zu spürbaren Nachfragerückgängen. Insbesondere im Wintermonat Dezember sind Städte auf touristische Nachfrage durch ein attraktives Freizeitangebot (z.B. überregional bekannter Weihnachtsmarkt, hohe Attraktivität für Weihnachts-Shopping, etc.) angewiesen um die fehlende Nachfrage von Unternehmen und Kongressveranstaltern auszugleichen. Wie auch in den meisten anderen deutschen Städten werden gegen Jahresende – insbesondere zwischen den Jahren – und im Januar sowie Februar vergleichsweise niedrige Nachfragewerte erreicht.

Saisonalität der Nachfrage

In Göttingen ist zudem März aufgrund der CEBIT in Hannover stets ein besonders nachfragestarker Monat.

Saisonalität der Nachfrage in Göttingen 2009 - 2012

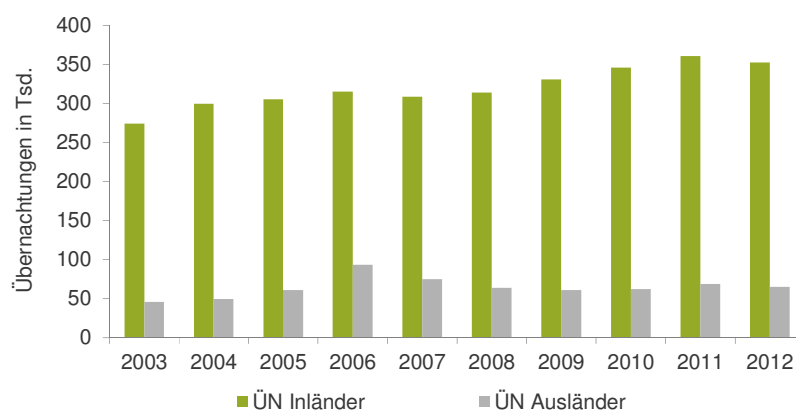


Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2009 - 2013

Die Nachfrage in Göttingen wird zu 84% durch inländische Gäste (16% ausländische Gäste) generiert. Der geringe Anteil ausländischer Gäste lässt sich zum einen auf die geringe Präsenz großer ausländischer Firmen zurückführen, zum anderen werden durch die in Göttingen stattfindenden Tagungen und Kongresse primär deutsche Veranstalter und Besucher angesprochen. Im 10-Jahresvergleich hat der Anteil an ausländischer Nachfrage nur wenig zugenommen (14% in 2003), jedoch wurden in 2006 durch die Fußballweltmeisterschaft in Deutschland und das Quartier der mexikanischen Fußballnationalmannschaft in Göttingen Spitzenwerte erzielt (23% der Übernachtungen).

In- und ausländische Nachfrage

Übernachtungen in Göttingen nach In- und Ausland 2003 - 2012

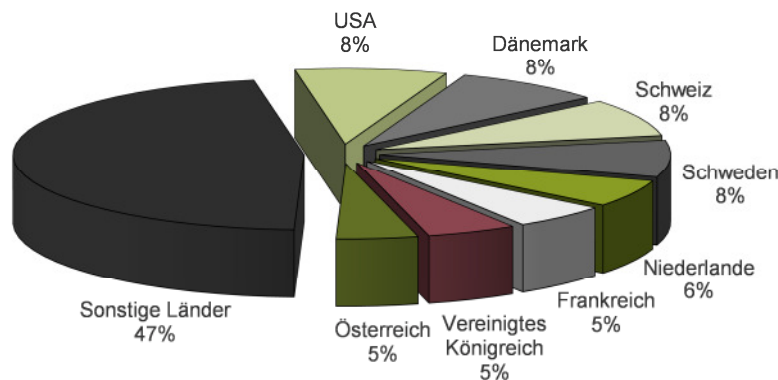


Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2004 - 2013

Die wichtigsten internationalen Quellmärkte für Göttingen sind die USA, Dänemark, Schweiz und Schweden mit jeweils 8%, gefolgt von den Niederlanden (6%). Der Anteil von Transitreisenden aus vorrangig nördlicheren Ländern ist in den vergangenen Jahren relativ stabil geblieben, jedoch ist die Nachfrage von schwedischen Gästen um mehr als 9% gegenüber 2003 zurückgegangen. Gründe hierfür werden in einem zunehmenden Wettbewerb zwischen Billigfluggesellschaften (Low Cost Carrier) und Bus- und Autoreisen gesehen³⁸ sowie der verstärkt über Rostock angebotenen Fährverbindungen, die Transitreisende auf östlicher gelegene Routen auf dem Weg in den Süden ausweichen lassen.

Wichtigste Herkunftsmärkte

Ausländ. Übernachtungen in Göttingen nach Herkunftsländern 2012



Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2013

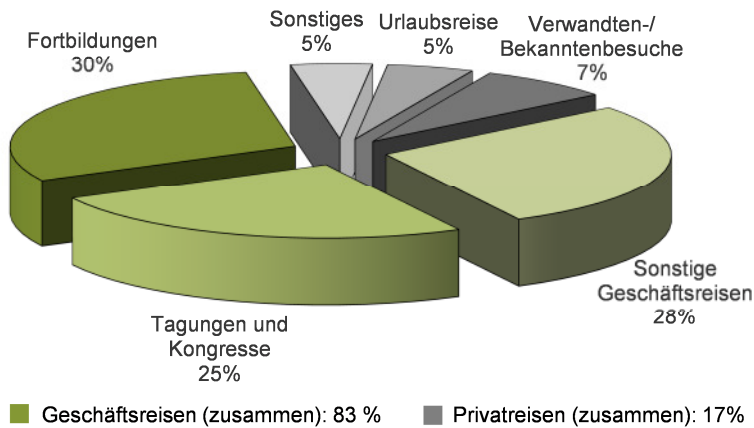
Das dominierende Aufenthaltsmotiv für Übernachtungsgäste in Göttingen sind mit 83% Geschäftsreisen, wie die folgende Graphik zeigt, die auf einer Projektstudie des Geographischen Instituts der Universität Göttingen fußt. Weitere Reisemotive wie Verwandten- und Bekanntenbesuche, Urlaubsreisen oder sonstige Anlässe erreichen zusammen einen Marktanteil von 17% und sind daher von untergeordneter Bedeutung für den Göttinger Beherbergungsmarkt.

Aufenthaltsmotive

Bei der Aufteilung nach Art der Geschäftsreise überwiegen laut der Projektstudie die Motive Fortbildungen mit 30% sowie Tagungen und Kongresse mit 25% an der Gesamtnachfrage.

³⁸ Quelle: Der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen, Fachdienst Statistik und Wahlen; Göttinger Statistik Journal (04/2011); Untersuchungsergebnis der Deutschen Zentrale für Tourismus

Aufenthaltsmotive nach Reisetypen in Göttingen



Quelle: Fachdienst Statistik und Wahlen; Göttinger Statistik Aktuell Nr. 28 (06/2009, Zusammenfassung der Abbildungen 6 und 17) auf Basis einer Projektstudie des Geographischen Instituts der Universität, Abteilung Humangeographie, 2008³⁹

Uns erscheint, wie wir später noch ausführen werden, der Anteil des Tagungs-, Kongress- und Fortbildungstourismus mit 55% des Gesamtaufkommens allerdings ungewöhnlich hoch. Dies kann einerseits am Zeitraum der Befragung in den tagungsstarken Monaten Mai/Juni 2008 liegen, andererseits an der geringen, möglicherweise nicht repräsentativen Stichprobe von 308 Fragebögen aus nur 10 Hotels, von denen zudem 130 aus einem einzigen – vermutlich sehr großen – Hotel kamen. Aufgrund dieser zeitlichen Beschränkung der Befragung wird das Aufkommen von Messegästen in Göttingen vollständig ausgeblendet.

Wir haben deshalb hilfsweise auf eine frühere Untersuchung unseres Unternehmens in Göttingen aus dem Jahr 1996 zurückgegriffen. Damals konnten wir mit Hilfe eines leitenden Mitarbeiters des Fremdenverkehrsvereins e.V. und auf Basis dessen langjähriger persönlicher Erfahrung und professioneller Einschätzung die Segmentierung des Übernachtungsaufkommens in Göttingen nach Zielgruppen vornehmen.

Stellt man beide Betrachtungen – jene von 1996, basierend auf den Übernachtungswerten von 1995 und jene von heute, basierend auf den Übernachtungswerten von 2012, hochgerechnet auf Basis der Prozentsätze der Projektstudie von 2008 – gegenüber, ergibt sich folgendes Bild:

³⁹ Die Ergebnisse der Erhebung, die im Mai/Juni 2008 stattfand, fußen auf einer Stichprobe von 308 mittels Fragebogen befragten Personen. Die Fragebögen wurden über 10 teilnehmende Hotels an deren Gäste verteilt, wobei lt. Göttinger Statistik Aktuell 28 “die Zahl der ausgefüllten Fragebögen sehr stark zwischen den verschiedenen Hotels schwankt (Minimum 9 ausgefüllte Bögen, Maximum: 130 ausgefüllte Bögen)“.

Aufenthaltsmotive in Göttingen					
	1995		2012		
	in %	Übernachtungen		in %	
Tagungs- und Kongressgäste	35%	91.700	175.000	42%	Fortbildung, Tagung und Kongresse
Geschäftsreisende	30%	78.600	134.000	32%	Sonstige Geschäftsreisende
Privat Reisende	20%	52.400	69.000	17%	Verwandten- und Bekanntenbesuche, Urlaubsreise
Messegäste	15%	39.300	39.000	9%	Messegäste
Total	100%	262.000	417.000	100%	Total

Quelle: Eigene Darstellung, basierend auf Schätzung des Göttinger Fremdenverkehrsvereins von 1996 und Hochrechnung der Projektstudie des Geographischen Instituts der Universität Göttingen von 2008 auf die Übernachtungswerte von 2012⁴⁰

Die Zahl der Übernachtungen von Tagungs- und Kongressgästen hätte sich somit innerhalb von 17 Jahren um 137.500 auf das 2,5fache erhöht. Dies entspräche einer durchschnittlichen Steigerung von 8.000 Übernachtungen pro Jahr. Unterstellen wir rund 220 „tagungsfähige“ Tage pro Jahr (Ferien, Wochenenden herausgerechnet) so müssten die Göttinger Hotels an jedem dieser 220 Tage jeweils rund 1.000 Teilnehmer von Kongressen, Tagungen und Fortbildungen beherbergen. Selbst unter Berücksichtigung der gewachsenen Forschungsinstitute, der Aktivitäten der Universität und der Ausweitung der Hotelkapazitäten in Göttingen erscheint uns dieser Mengenzuwachs ungewöhnlich hoch. Wir gehen zwar davon aus, dass das Tagungs-, Fortbildungs- und Kongress-Segment deutlich stärker gewachsen ist als die Gesamtnachfrage im gleichen Zeitraum (+knapp 60%), jedoch keinesfalls mehr als 90%.

Somit schätzen wir das Segment Fortbildung, Tagung und Kongresse 2012 auf rund 175.000 Übernachtungen.

Übernachtungen Geschäftsreisender, also individuell anreisender Gäste mit beruflicher Motivation, seien es Geschäftsleute oder Wissenschaftler, standen damals wie heute für rund ein Drittel des Übernachtungsaufkommens in Göttingen.

Waren es 1995 knapp 79.000, zählt Göttingen lt. Hochrechnung der Ergebnisse der Projektstudie heute rund 117.000 Übernachtungen, was uns allerdings basierend auf unseren Erfahrungswerten von Entwicklungen an anderen Standorten etwas zu gering erscheint.

Wir schätzen deshalb das Segment Geschäftsreisende in Göttingen im Jahr 2012 auf rund 134.000 Übernachtungen, bei einer Steigerung von 70% gegenüber dem Jahr 1995.

HOTOUR-Schätzung

Rund 175.000

Übernachtungen aus dem Segment Tagungen, Fortbildung, Kongresse

= 42% Anteil am Gesamtaufkommen

HOTOUR-Schätzung

Rund 134.000

Übernachtungen aus dem Segment Geschäftsreisen

= 32% Anteil am Gesamtaufkommen

⁴⁰ Darunter verstehen wir Messegäste aus Hannover.

HOTOUR

Nicht plausibel erscheint die laut Projektstudie rückläufige Übernachtungszahl privat reisender Gäste von rund 52.000 auf etwa 50.000, die wir uns wiederum nur mit der geringen Stichprobe erklären können, die noch dazu in der Haupt-Geschäftsreisezeit genommen wurde.

Gemäß unseren Erfahrungswerten von anderen Standorten und unserer Einschätzung auf Basis der gesamthaften Steigerung der Übernachtungszahlen sehen wir die privat motivierten Übernachtungen bei rund 69.000 pro Jahr, was einer moderaten Steigerung von 30% im Zeitraum von 17 Jahren entspricht.

Die Zahl der Übernachtungen von Messegästen, die 1995 mit rund 39.000 angegeben wurde, erschien damals ungewöhnlich hoch und hätte sich gemäß Einschätzung der Projektstudie seither halbiert, sofern die Messegäste vom Institut unter „Sonstiges“ subsummiert wurden. Wir vermuten jedoch, dass Messegäste nicht berücksichtigt sind, da die Erfassung der Stichprobe außerhalb der Messeperioden stattfand.

Wir schätzen in Kenntnis des Hotelmarktes Hannover, der mit der Expo 2000 eine erhebliche Angebotssteigerung erfuhr, dass das Aufkommen von Messegästen, die mangels Kapazitäten oder mangels akzeptabler Übernachtungspreise nach Göttingen ausweichen wollen oder müssen, in etwa gleich geblieben ist und nach wie vor in rund 39.000 Übernachtungen jährlich resultiert.

Aufgrund der nicht proportionalen Entwicklung von Angebot und Nachfrage konnte sich die Bettenauslastung in Göttingen um knapp 7 Prozentpunkte auf 40,6% in 2012 verbessern. Diese Zunahme ist sehr positiv zu bewerten, insbesondere aus Sicht der Beherbergungsbetriebe, jedoch ist dieser Wert im bundesweiten Vergleich weiterhin ausbaufähig. Deutlich bessere Auslastungsquoten lassen sich in der Stadthotellerie aber nur dann erreichen, wenn insbesondere am Wochenende – und in von Kongressen und Geschäftsreisen weniger nachgefragten Monaten – eine touristische Attraktivität für Städtereisende gegeben ist. Unter Berücksichtigung der Betriebsstruktur mit vielen privatgeführten und z.T. sehr kleinen Betrieben, ist die durchschnittliche Bettenauslastung der Stadt Göttingen dennoch akzeptabel. Die Potentialanalyse und Gespräche mit den jeweiligen Unternehmen lassen darauf schließen, dass die Bettenauslastung maßgeblich durch die führenden Hotels der Stadt – die zudem über eine verhältnismäßig hohe durchschnittliche Bettenanzahl verfügen – erreicht wird.

HOTOUR-Schätzung

Rund 69.000

Übernachtungen aus dem Segment Privatreisen

= 17% Anteil am Gesamtaufkommen

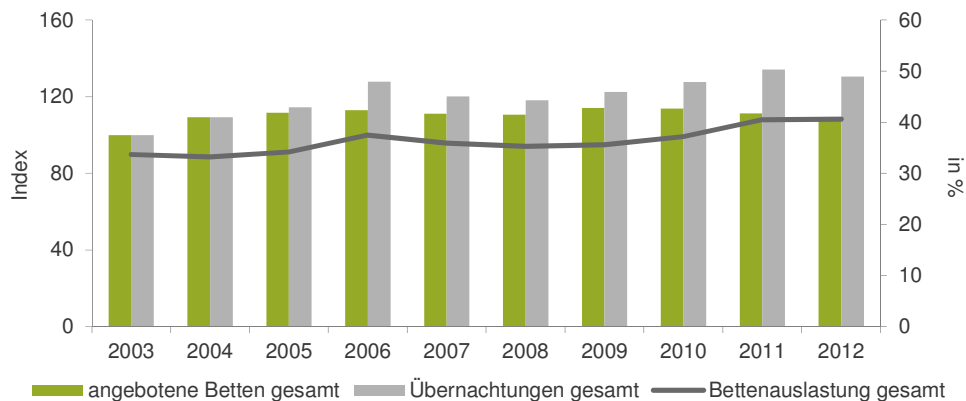
HOTOUR-Schätzung

Rund 39.000

Übernachtungen aus dem Segment Messegäste

= 9% Anteil am Gesamtaufkommen

Bettenauslastung

Gegenüberstellung Angebot und Nachfrage 2003 - 2012 (indexiert 2003 = 100)

Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2004 – 2013

Die Stadt Göttingen profitiert, wie eingangs bereits erläutert, von besucherstarken Messen auf dem Messegelände in Hannover (Deutsche Messe), obwohl das Beherbergungsangebot der Stadt Hannover in den vergangenen Jahren insbesondere in der Hotellerie deutlich erweitert wurde. Nach Gesprächen mit dem Göttinger Tourismus e.V. werden die Messen CeBit (Informations- und Kommunikationstechnologie; rd. 312.000 Besucher in 2012), Hannover Messe (Technologie und Dienstleistungen; rd. 190.000 Besucher in 2012), IAA Nutzfahrzeuge (Mobilität, Logistik und Transport; rd. 260.000 Besucher in 2012) sowie die EMO (Metallbearbeitung; rd. 139.000 Besucher in 2011) als wichtigste Veranstaltungen für den Göttinger Beherbergungsmarkt betrachtet.⁴¹ Laut Aussage der Tourismus Information Hannover ist Göttingen die bevorzugte Stadt für Messebesucher, die nicht in Hannover übernachten. Overflow nach Göttingen entsteht zu den oben genannten Veranstaltungen sowie den Messen Ligna und Agritechnica.

Overflow Nachfrage

Einige der Göttinger Hotels haben sich auf den Overflow aus der Landeshauptstadt eingestellt und bieten Messebesuchern einen Shuttleservice zum Göttinger Hauptbahnhof an, von wo man das Messegelände mit dem ICE in rund 30 Minuten erreicht. Aufgrund niedrigerer Zimmerpreise – trotz Messezuschlag – der Göttinger Hotels und einer im Vergleich zu manchen Hotels im Stadtgebiet Hannovers sogar kürzeren Anfahrtzeit zur Messe, ist Göttingen ein attraktiver Übernachtungsstandort für Messebesucher.

⁴¹ Hinweis: Die Messen CeBit und Hannover Messe finden jedes Jahr statt. Im 2-Jahresturnus werden die Messen IAA Nutzfahrzeuge (nächste Messe in 2014), EMO (nächste Messe in 2013) veranstaltet.

3.4 Göttingen im Vergleich zu anderen Städten

Um die Entwicklung Göttingens besser einschätzen zu können, wird die Entwicklung von Angebot und Nachfrage in der Stadt mit den Werten der über ähnliche Lagekriterien verfügenden Städte Kassel und Fulda gesetzt.

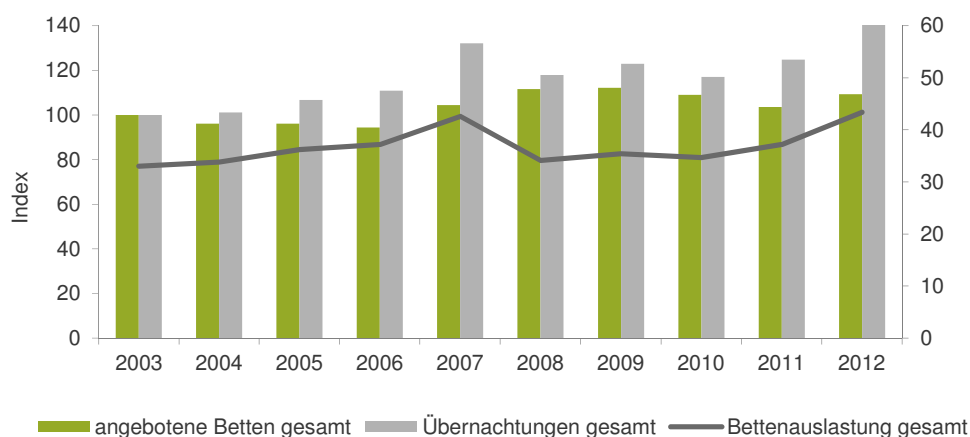
Auswahl

An der Gegenüberstellung von Angebot und Nachfrage in Kassel lässt sich die alle 5 Jahre stattfindende „documenta“ erkennen. Die Auswirkungen auf die Übernachtungsnachfrage sind deutlich sichtbar, so wurden 2007 und 2012 jeweils Höchstwerte in der Nachfrage erzielt, die im Folgejahr 2008 deutlich zurückgegangen ist. Mit insgesamt 947.855 Übernachtungen im Jahr 2012 wurde der Wert des Vorjahres um knapp 23% übertroffen und lag sogar über dem Niveau des documenta-Jahres 2007 (817.441 Übernachtungen). Es gilt allerdings zu berücksichtigen, dass ab 2008 die Übernachtungen in den Campingplätzen in die Statistik aufgenommen wurden, was die Vergleichbarkeit verfälscht. Dadurch lässt sich auch das verzeichnete – wenngleich geringe - Bettenwachstum erklären, was fast ausschließlich durch die Aufnahme der Campingplätze verursacht wurde.

Kassel

Die Bettenauslastung befindet sich in Kassel auf einem dauerhaft niedrigen Niveau, was auf den stark ausgeprägten Wettbewerb und auf den geringen Anteil an touristischem Geschäft (und damit fehlender Wochenendnachfrage) zurückzuführen ist. Sie bewegte sich in der letzten Dekade (mit Ausnahme der „documenta“-Jahre) zwischen 33 und 37%. Auch die Zimmererlöse bewegen sich auf niedrigem Niveau.

Gegenüberstellung Angebot und Nachfrage 2003 - 2012 (indexiert 2003 = 100)



Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, 2004-2013

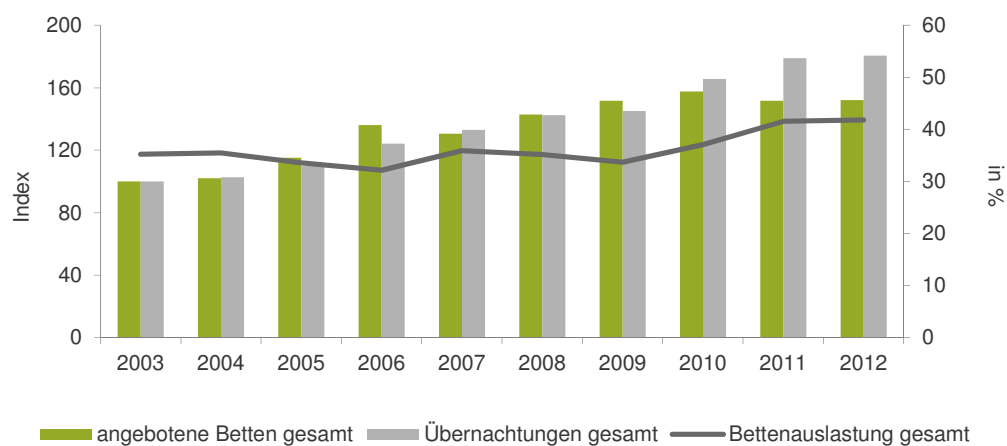
Die Entwicklung der Stadt Fulda ist sehr dynamisch: Einer deutliche Erhöhung der angebotenen Betten in 2005 und 2006 (vor allem bedingt durch die Eröffnung des Hotel- und Kongresszentrums Esperanto direkt am Fuldaer Bahnhof) folgte ein noch stärkeres Nachfragewachstum. So betrug die Steigerungsrate bei den Übernachtungen in 10 Jahren mehr als 80%, in 2012 wurden 497.177 Übernachtungen verzeichnet. Damit ist Fulda ein hervorra-

Fulda

gendes Beispiel für angebotsinduzierte Nachfragesteigerungen.

Mit einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 41,8% im Jahr 2012 wurde trotz geringer touristischer Nachfrage ein zufriedenstellender Wert erzielt. Im Jahr 2006 lag der Wert nach der Kapazitätserhöhung auf einem Tiefstand von 32,1%, was zeigt, welche kurzfristigen Folgen eine massive Kapazitätsausweitung auf die bestehenden Betriebe hat – während mittel- und langfristig positive Auswirkungen spürbar sind.

Gegenüberstellung Angebot und Nachfrage 2003 - 2012 (indexiert 2003 = 100)



Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, 2004-2013

3.5 Konkurrenzfähigkeit des Göttinger Beherbergungsmarktes

Der Wettbewerb auf dem Göttinger Markt wird beinahe ausschließlich über die – sehr niedrige – Preispolitik ausgetragen. Diese Entwicklung ist sehr kritisch zu bewerten, da die fehlenden Umsatzerlöse durch niedrige Zimmerraten die Profitabilität der Hotels verringern und somit notwendige Renovierungsarbeiten erschweren bzw. verhindern. Unserer Einschätzung nach haben viele der Betreiber eine konzeptionelle Anpassung nicht als notwendig empfunden, da sich der gesamte Beherbergungsmarkt innerhalb der letzten zehn Jahre kaum verändert und weiterentwickelt hat. Mit dem NH Hotel wurde eines der führenden⁴² Hotels der Stadt geschlossen, so dass sich der Konkurrenzdruck erneut – zum Nachteil des gesamten Göttinger Hotelmarktes – verringerte und damit auch der Anpassungsdruck. Zwar sind die Hotels vor Ort gepflegt und werden instand gehalten, an einem modernen Hotelprodukt, das die Ansprüche vielreisender Geschäftsleute erfüllt und das sie von andernorts kennen, fehlt es jedoch.

Während die lokalen Unternehmen gemäß unseren Recherchen mit dem Hotelangebot weitgehend zufrieden sind, vor allem auch da man sich der güns-

Lokale Unternehmen

⁴² Führend im Sinne seiner Zugehörigkeit zu einer der großen europäischen Hotelketten mit internationalem Reservierungssystem und Vertriebsnetz sowie entsprechender internationaler Wahrnehmung

tigen Preise bewusst ist, muss das Angebot für überregional tätige Kongress- und Tagungsveranstalter nur bedingt als akzeptabel bezeichnet werden.

Tagungsveranstalter

Universität

Gespräche mit Verantwortlichen aus dem lokalen Tourismus und Veranstaltungsbereich haben ergeben, dass Unternehmen oder Verbände mit Veranstaltungsnachfrage in Göttingen bevorzugt größere Hotels buchen. So wird die Unterbringung der Teilnehmer in möglichst wenigen Betrieben angestrebt bzw. durch feste Regularien (z.B. maximal 3 Hotels für 350 Personen) vorausgesetzt. Der Göttinger Beherbergungsmarkt entspricht diesen Marktanforderungen nur bedingt, da insbesondere die Anzahl an markengebundenen Betrieben, die in der Regel Großbetriebe mit über 100 Zimmern sind, begrenzt ist und die größten Hotels zusammen nicht alle Teilnehmer bei Großveranstaltungen aufnehmen können. Das Angebot auf dem Beherbergungsmarkt in Göttingen wird, wie oben bereits erwähnt, von vor Ort ansässigen Unternehmen weitestgehend als zufriedenstellend empfunden (vgl. Potentialanalyse). Wir gehen jedoch davon aus, dass durch das derzeitige Angebot an Hotels die Neugewinnung von Tagungen oder Kongressen – durch weiter entfernt ansässige Unternehmen – deutlich erschwert wird. Diese Problematik kann u.a. dazu führen, dass Veranstaltungsnachfrage an konkurrierende Städte mit einem besser aufgestellten Hotelmarkt verloren geht.

Für die Entwicklung der in Göttingen ansässigen Unternehmen ist das Hotelangebot wenig ausschlaggebend. Lediglich die Lokhalle ist durch das mangelnde Angebot in ihrer Vermarktung deutlich eingeschränkt.

Behindert das derzeitige Angebot die Entwicklung Göttingens?

4 Nachfragesegmente und Entwicklungsperspektiven

Wie bereits in Kapitel 3.3 erläutert, werden die Übernachtungen in Göttingen im Wesentlichen durch geschäftlich induzierte Nachfrage generiert, wozu wir auch die universitären und wissenschaftlichen Einrichtungen der Stadt zählen.

Verteilung der Nachfrage

Um die Anforderungen der wichtigsten Nachfragegruppen zu verstehen und das Potential bewerten zu können, wurden Gespräche mit verschiedenen Unternehmen, Vertretern der Universität, der Lokhalle, Göttingen Tourismus e.V. und lokalen Hoteliers durchgeführt.

4.1 Fortbildungen, Tagungen und Kongresse

Auf den Bereich Fortbildungen, Tagungen und Kongresse entfallen in Göttingen lt. unserer Schätzung (vgl. Kapitel 3.3) ca. 175.000 Übernachtungen pro Jahr.

Status Quo

4.1.1 Lokhalle

In der Lokhalle fanden in den vergangenen vier Jahren an 65 bis 89 Tagen p.a. übernachtungsrelevante Veranstaltungen statt. Hinzu kommen noch einmal rund 100 Auf- und Abbautage, an denen teilweise auch Bedarf nach (jedoch preisgünstigen) Übernachtungsmöglichkeiten für die Technik-Teams besteht.

Aktuelle Nachfrage

Die stattfindenden Veranstaltungen konzentrieren sich größtenteils auf ein lokales Publikum, so ist bei Konzerten oder Ausstellungen wie der Hochzeitsmesse i.d.R. höchstens von Organisations-, Künstler- oder Ausstellerseite von Übernachtungsbedarf auszugehen. Den übernachtungsstärksten Bereichen Tagungen und Kongresse, Messe und Firmenveranstaltungen können im Schnitt nur 30-40 Tage im Jahr zugeordnet werden.

Für das Jahr 2008 wurde von der CIMA im Rahmen einer Studie ein durch die Lokhalle generierter Übernachtungsbedarf von 19.350 Übernachtungen p.a. ausgewiesen. Wir gehen davon aus, dass sich diese Nachfrage in den letzten Jahren sicherlich gesteigert hat, da die Anzahl der übernachtungsrelevanten Veranstaltungen erhöht wurde und zudem die Lokhalle 2011 erweitert wurde. Damit könnten heute durchaus rund 25.000 Übernachtungen aus Veranstaltungen der Lokhalle für Göttingen generiert werden.

Nach Auskunft der Lokhalle können größere Kongresse, Tagungen und Messen aufgrund von fehlendem Hotelangebot jedoch nur schwierig akquiriert werden. Dabei gilt es zu bedenken, dass sich die Lokhalle in diesem Bereich in Konkurrenz zu vielen anderen deutschen Städten befindet. Die Kriterien, die Göttingen und die Lokhalle aus Veranstaltersicht so attraktiv machen – die sehr

Nachfragepotentiale

zentrale Lage in Deutschland und hervorragende Erreichbarkeit per PKW wie auch insbesondere mit der Bahn (direkt am ICE-Bahnhof), sowie ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei den Hotels – erfüllen auch zahlreiche andere Standorte. Hinzu kommt als Alleinstellungsmerkmal die attraktive Industriearchitektur der Lokhalle, die – wie wir von anderen Standorten mit vergleichbar interessanten Veranstaltungshallen bestätigen können – als Konkurrenzvorteil gewertet werden kann.

Aus Sicht der Veranstalter von Kongressen und Messen in der Lokhalle ist, wie bereits erwähnt, in Bezug auf die Unterbringungsmöglichkeiten vor Ort vor allem wichtig, dass die Teilnehmer in möglichst wenigen unterschiedlichen Hotels untergebracht werden können. Zudem werden bevorzugt Hotels im mittleren bis gehobenen Marktsegment gewählt, die sich mindestens auf einem guten 3-Sterne Niveau befinden.

Durch die geplante Erweiterung der Lokhalle ist – ohne eine Erweiterung des Hotelangebots – nur von einer marginalen Auswirkung auf den Beherbergungsmarkt auszugehen. Das größte Manko bei der Vermarktung im Bereich von Tagungen und Kongressen ist das fehlende Hotelangebot – und nicht ein fehlendes Angebot an Veranstaltungsräumlichkeiten.

Eine Erweiterung des Hotelangebots durch ein neues, zeitgemäßes Kettenhotel würde sich entsprechend für die Lokhalle und ihre Vermarktung positiv auswirken.

Folgende Kriterien wurden für ein neues Hotel genannt:

- Gute Erreichbarkeit (nicht unbedingt innerstädtisch)
- Zeitgemäßes Produkt
- Hohe Zimmerkapazität (mind. 100 Zimmer)

Konkrete Anforderungen an ein neues Hotel

Über die Positionierung wurden unterschiedliche Aussagen von verschiedenen Marktteilnehmern getroffen. Wir gehen davon aus, dass sich ein Hotel jedoch mindestens im 3-Sterne Segment befinden sollte, um den Ansprüchen der meisten Nachfrager zu entsprechen. Eine innerstädtische Lage ist aufgrund des Angebotes von Shuttleservices und Bustransfers (je nach Veranstaltung) nicht zwangsläufig erforderlich.

4.1.2 Universität /Forschungseinrichtungen

Die Institute der Universität sowie die Forschungseinrichtungen führen in unregelmäßigen Abständen Tagungen und Kongresse durch, die bis zu 2.000 Teilnehmer (in Ausnahmefällen auch bis zu 3.000 Teilnehmer) haben. Derzeit gibt es keine zentrale Stelle, die diese Veranstaltungen erfasst. Aus diesem Grund ist eine genaue Angabe des tatsächlichen Veranstaltungsvolumens hinsichtlich der Anzahl an Veranstaltungen und Besucherzahlen nicht möglich.

Aktuelle Nachfrage

Wir können, um die an uns gestellte Frage zu beantworten, die durch Universität und wissenschaftliche Einrichtungen generierten Übernachtungen versuchen einzuschätzen, indem wir residual und auf Annahmen gestützt deren Bedarf errechnen:

Universität
quantitativer Bedarf

175.000	Übernachtungen in Göttingen stammen von Fortbildungen, Tagungen und Kongressen gemäß unserer Schätzung
./. 25.000	davon könnten, basierend auf einer Untersuchung der CIMA von 2008 und hochgerechnet von HOTOURL, durch Veranstaltungen von Unternehmen und Verbänden in der Lokhalle generiert werden.
./. 40.000	Übernachtungen mit Tagungs- und Seminarbezug aus Wirtschaft und Verbänden könnten gemäß unseren Schätzungen im Freizeit-In stattfinden.
./. 10.000	Übernachtungen, die das Freizeit-In bei großen Veranstaltungen selbst nicht beherbergen kann, werden gemäß unseren Annahmen in anderen Hotels untergebracht
./. 40.000	weitere Übernachtungen mit Tagungsbezug aus Wirtschaft und Verbänden dürften unserer Schätzung nach in den anderen größeren Göttinger Hotels stattfinden, die über Tagungskapazitäten verfügen ⁴³ .
= 60.000	Damit verblieben rund 60.000 <u>Übernachtungen</u> aus dem Bereich Universität/Wissenschaft, eine sicherlich sehr hohe Zahl, die es ggfs. noch zu verifizieren gilt.

Stellvertretend für die einzelnen Fakultäten der Universität, die ihre Veranstaltungen i.d.R. selbst organisieren, fand ein Gespräch mit einem Vertreter des Physikalischen Instituts statt.

Universität qualitativer Bedarf

Die generierte Übernachtungsnachfrage unterscheidet sich in ihren Präferenzen deutlich von der Tagungs- und Kongressnachfrage durch die freie Wirtschaft:

- Zimmerpreise sind bei 80 € inkl. MwSt. (möglichst inkl. Frstk.) gedeckelt wenn die Kosten durch die Universität übernommen werden
- Häufig auch private Übernahme der Kosten, dann noch höhere Preissensibilität
- Unterbringung der Teilnehmer in mehreren Hotels unproblematisch
- Gute Erreichbarkeit mit **öffentlichen** Verkehrsmitteln

Neben den „normalen“ Tagungen und Kongressen führt die Universität zudem auch Sommerkurse (Summer School) durch. Diese internationalen Camps, die 1-2 Wochen dauern, richten sich vornehmlich an Studenten und Doktoranden. Aufgrund des geringen Budgets ist dieses Marktsegment nach unseren Recherchen jedoch kaum relevant für die Hotellerie.

Sonderbedarf
Summer School
etc.

⁴³ Romantik Hotel Gebhards, Best Western Am Papenberg, Best Western Parkhotel Ropeter, Novostar First Class garni, InterCityHotel Göttingen, Eden Hotel Göttingen, Hotel Rennschuh, Hotel Astoria, Adesso Hotel Schweizer Hof

Die Entscheidung, einen Kongress durchzuführen, hängt deutlich weniger vom Hotelangebot in der Stadt ab, als es bei Veranstaltungen aus der freien Wirtschaft (s. Lokhalle) der Fall ist. Ein zusätzliches Hotelangebot wirkt sich also nicht unmittelbar auf die Universität aus. Jedoch ist davon auszugehen, dass die Institute auch in den nächsten Jahren auf stabilem bzw. steigendem Level Kongresse organisieren werden.

Potentiale Universität

Für Veranstaltungen und Kongresse wurden folgende Kriterien für entscheidend genannt:

Potentiale wissenschaftliche Einrichtungen

- Gute Erreichbarkeit mit **öffentlichen** Verkehrsmitteln
- Standort gerne innerstädtisch
- Gutes Preis- Leistungsverhältnis
- Ausstattung: W-Lan
- Klassifizierung nicht relevant

Konkrete Anforderungen an ein neues Hotel

4.2 Geschäftsreisende

Die Einschätzung verschiedener Gesprächspartner aus Göttingen belegt, dass die Göttinger Unternehmen mit dem Hotelangebot der Stadt im Großen und Ganzen zufrieden sind.

Preissensibel, dennoch qualitätsbewusst

Aufgrund des – wie an anderer Stelle erläutert – sehr preisgünstigen Angebots in der Stadt sind die Unternehmen in Bezug auf die Raten verwöhnt, an der Ausstattung der Häuser gibt es entsprechend auch wenig Kritikpunkte.

Neben der Nähe zum jeweiligen Standort der Unternehmen wird auch eine zentrale Lage in der Innenstadt geschätzt. Die Anbindung an den ÖPNV spielt keine Rolle, eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW wird jedoch gewünscht.

Die gebuchten Hotels verfügen i.d.R. über mindestens drei Sterne.

Die befragten Unternehmen haben nur geringen Bedarf an Tagungsräumen in Hotels angegeben, da eigene Kapazitäten vorhanden sind. Da jedoch punktuell größere Schulungen und Meetings abgehalten werden, besteht Nachfrage nach größeren Hotels, in den möglichst viele Teilnehmer gleichzeitig untergebracht werden können.

Für Tagungen und Fortbildungen andere Kriterien

Die Anforderungen an ein neues Hotel sind:

- Mindestens drei Sterne
- Gute Verkehrsanbindung
- Zeitgemäße Ausstattung und Design
- Standort gerne innerstädtisch

4.3 Sonstiger Bedarf Universität

Neben den aus dem Bereich Tagungen und Kongressen generierten Übernachtungen konkretisierte das Welcome Centre der Georg-August-Universität (zentrale Serviceeinrichtung für international mobile Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler) folgenden Bedarf:

Welcome Center

Für die Alumni, eine allerdings eher kleine Nachfragegruppe, gilt:

- Innerstädtische Lage
- Modernes, zeitgemäßes Produkt

Konkrete Anforderungen an ein neues Hotel

Für Gastwissenschaftler, Gastprofessoren und sonstige Besucher der Universität gilt folgendes:

- Boarding-Apartments: Preisgefüge eher wie bei möblierten Wohnungen
- Bedarf auch für Familien
- Preislich allerdings eher im wohnwirtschaftlichen Bereich

4.4 Privatreisende

Die Nachfrage durch Privatreisende wird in Städtedestinationen vor allem durch die Attraktivität der Stadt generiert.

Einzelne Hotels stellen i.d.R. nicht den Reisegrund an sich dar, sondern beeinflussen die Entscheidung nur in untergeordnetem Maße. Die touristische Nachfrage in Göttingen wird vor allem durch Verwandten- und Bekanntenbesuche sowie Transitreisende generiert.

Wir gehen davon aus, dass sich die touristische Nachfrage in Göttingen in den nächsten Jahren nur weiterentwickeln kann, wenn zusätzliche Aufenthaltsmotive wie neue Museen oder Events geschaffen werden.

Das wachsende Marktsegment Radreisen – das in Göttingen aufgrund des Weser-Harz-Heide und Leineradweg zunehmend wichtiger für Beherbergungsbetriebe wird – könnte durch Bett+Bike⁴⁴ zertifizierte Betriebe offensiv angesprochen werden. In Göttingen gibt es derzeit kein Hotel, dass der Zertifizierung angeschlossen ist. Insbesondere in Ferienzeiten – und daher außerhalb der klassischen Tagungs- und Kongressmonate – sorgen Fahrradreisende für eine zusätzliche Übernachtungsnachfrage.

Potential für doe touristische Nachfrage

Weitere Nachfrage durch Übernachtungsgäste, die bislang bei Bekannten und Freunden privat übernachtet haben (sogenannte Sofatouristen), können

⁴⁴ Betriebe die sich der Kooperation vom Deutschen Fahrrad-Club anschließen wollen, müssen eine Vielzahl an Kriterien zur Aufnahme erfüllen, u.a. Trockenraum und diebstahlsicherer Raum für Fahrräder, Wetterinformation an der Rezeption oder Landkartenverkauf.

Quelle: Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.; www.bettundbike.de

nur indirekt als potentielle Zielgruppe definiert werden. Ein Teil dieser Nachfrage könnte durch das Angebot eines sehr preisgünstigen Hotels (z.B. Hostel) abgegriffen werden, jedoch ist davon auszugehen, dass ein Großteil dieser Klientel aus privaten und nicht ausschließlich finanziellen Motiven eine Übernachtung bei Freunden oder Bekannten bevorzugt.

Für Privatreisende gelten i.d.R. folgende Entscheidungskriterien:

Generelle Anforderungen an ein Hotel

- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Gute Erreichbarkeit mit dem PKW, Nähe zum Bahnhof
- Innerstädtische Lage

Für Transitreisende (Stop Over-Touristen) zählen hingegen zumeist die Nähe zur Autobahn und ein günstiges Angebot. Bei einer Steigerung der touristischen Attraktivität (z.B. Shopping-Angebote) und interessanten Sehenswürdigkeiten (z.B. Museum) ist davon auszugehen, dass die durch Transitreisende generierte Übernachtungsnachfrage – auch in Hotels die nicht in der Nähe der Autobahn liegen – Steigerungspotential hat.

4.5 Gesamtentwicklung

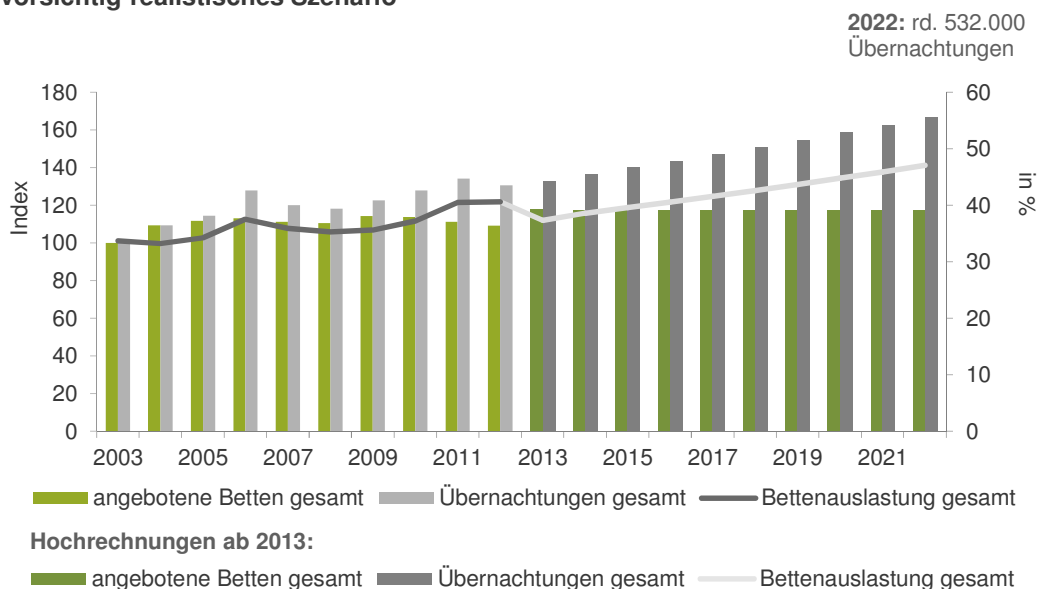
Aus der Analyse der Nachfragesegmente ist keine sprunghafte Entwicklung des Übernachtungsaufkommens erkennbar. Jedoch gehen wir davon aus, dass sich die Steigerungsraten der letzten zehn Jahre fortsetzen lassen, wofür aus unserer Sicht

- die weitere Etablierung Göttingens als Logistikstandort und eine damit verbundene steigende Geschäftsreisennachfrage;
- weiterhin zunehmende Bedeutung des Wissenschaftsstandortes (u.a. Max-Planck-Institute, Universität und Fachhochschule) und Ansiedlung von Start-up Unternehmen;
- die Aktivitäten der Universität im Bereich Kongresse;
- und – wenngleich in geringem Umfang – der Ausbau der Lokhalle sprechen.

Auf Angebotsseite unterstellen wir die Wiedereröffnung des NH Hotel als Park Inn by Radisson in 2013 (voraussichtliche Eröffnung: September 2013).⁴⁵

⁴⁵ Quelle: Top Hotel; Artikel: Aus NH wird Park Inn by Radisson Göttingen; 11.03.2013; <http://tophotel.de/news/1618-aus-nh-wird-park-inn-by-radisson-goettingen.html>

**Gegenüberstellung Angebot und Nachfrage 2003 - 2022 (indexiert 2003 = 100)
vorsichtig-realistisches Szenario**



Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN); 2004 – 2013; Hochrechnung ab 2013 HOTOUR auf Basis der Entwicklung der vergangenen Dekade

Es zeigt sich, dass die durchschnittliche Bettenauslastung aller Betriebe durch die neuen bzw. zurückkehrenden Kapazitäten in den nächsten Jahren leichte Rückgänge verzeichnet, jedoch mittelfristig moderate Steigerungsraten erreicht werden.

4.6 Schlussfolgerungen zu Hotelbedarf und Verdrängung

Zusammenfassend ist in Folge unserer Recherchen festzustellen: Aus der derzeitigen und prognostizierten Nachfrage am Göttinger Beherbergungsmarkt ist kein zwingender dauerhafter⁴⁶ Nachfragedruck als Basis für ein neues Hotel abzuleiten. Jedoch kann ein neues Hotel zusätzliche, angebotsinduzierte Nachfrage schaffen.

Aus Marktsicht, die in Göttingen vorwiegend von der Preissensibilität universitärer und wissenschaftlicher Einrichtungen getrieben wird, wäre in erster Linie ein Hotel im unteren Marktsegment (der so genannten Budget Hotellerie) zu rechtfertigen. Für ein derartiges Hotel ist zudem mit ausreichendem Interesse von Betreibern und Investoren zu rechnen.

Derzeitige Marktlage und erwartetes Betreiberinteresse rechtfertigen Hotel im unteren Marktsegment

Mit niedrigen Raten und einem ansprechenden, neuen Produkt würden allerdings den bestehenden Betrieben zunächst Marktanteile abgenommen werden und eine angebotsseitige Verschärfung des Preiswettbewerbs einhergehen. Andererseits würden bestehende Hotels gezwungen, sich neu zu positionieren und zu investieren, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Angebotsinduziertes Übernachtungsvolumen würde ein Budget Hotel vor allem dann generieren, wenn es einer bekannten, nationalen oder internationalen Marke angehörte und zudem in Bahnhofsnähe errichtet würde. Damit könnte zusätzliche Tagungsnachfrage, vor allem in Kooperation mit der Lokhalle für Göttingen generiert werden. Selbst würde ein derartiges Hotel keine Veranstaltungen durchführen, da es vermutlich keine Tagungsräume und kein gastronomisches Angebot vorhalten wird. Allerdings könnten weitere, messebedingte Übernachtungen nach Göttingen geholt werden und preissensible Nachfrage universitärer und wissenschaftlicher Einrichtungen hier gebündelt werden. Mit einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis könnte ein derartiges Hotel auch so genannte „Couch Touristen“ für sich gewinnen.

Einschränkend ist jedoch zu sagen, dass ein solches Produkt der weiteren Imagebildung Göttingens als Tagungs- und Kongressstandort für Unternehmen weniger dient, da diese ihre Gäste vorzugsweise in 4-Sterne Hotels unterbringen wollen.

In Gesprächen mit Marktteilnehmern aus der Wirtschaft wurde deshalb auch mehrfach der Wunsch nach einer Ansiedlung eines 4-Sterne Konferenzhotels geäußert. Während das Hotel hinsichtlich Klassifizierung und Ausstattungsniveau im 4-Sterne Segment positioniert sein sollte, bewegen sich die preislichen Vorstellungen bzw. geltenden Übernachtungsbudgets dagegen im 3-Sterne Segment, was die Rentabilität eines solchen Hotels entsprechend schwächen würde.

4-Sterne Konferenzhotel würde hingegen Attraktivität des Tagungsstandortes deutlich erhöhen

Natürlich würde ein solches Hotel das Image des Standortes Göttingen stär-

⁴⁶ Der punktuelle Nachfragedruck von Veranstaltungen, der als Argument für die Ansiedlung eines neuen Hotels für Stadt und Lokhalle sehr wohl relevant ist, wird von Betreibern und Investoren so nicht gesehen, da sie zur Rentabilität eines Hotels eine möglichst gleichmäßige Auslastung benötigen.

ken, benötigte dafür jedoch erhebliche Zimmer- und Tagungskapazitäten. Nur damit könnte es sich vom lokalen Markt abkoppeln, wie es auch das Freizeit In schafft und damit deutlich bessere Auslastungsquoten erzielt als der Durchschnitt der Göttinger Hotels.

Aus dem derzeitigen Marktgeschehen ist der Bedarf nach einem solchen Hotel allerdings bedarfsmäßig nicht ableitbar. Vielmehr müsste es spekulativ errichtet werden und würde eine lange Anlaufphase benötigen, bis es seinen Break Even Point erreichen und den vollen Kapitaldienst erwirtschaften kann. Damit kann es jedoch weder einem Betreiber, der für dieses Marktsegment in Göttingen zudem schwer zu finden sein wird, noch einem Investor eine auskömmliche Rendite bescheren.

Dabei ist folgendes Dilemma typisch für Städte von der Größe und Struktur Göttingens: hochwertige Hotels, die das Image eines Standortes fördern könnten und von vielen Marktteilnehmern gewünscht werden, lassen sich wirtschaftlich nicht darstellen. Ein Grund ist die Kluft zwischen Anspruchsdenken (Vier Sterne) und Preisbereitschaft (Drei Sterne), ein zweiter die bereits erwähnte lange Anlaufphase in einem vergleichsweise kleinen und aus sich selbst heraus wenig dynamischen Markt. Dies gilt insbesondere für die in Deutschland typische Konstellation eines Projektentwicklers (Zwischeninvestors), der auf einen Pachtvertrag mit einem namhaften Betreiber angewiesen ist, um das Projekt zu finanzieren und später an einen Endinvestor weiter zu verkaufen. Damit müssen drei Geschäftspartner an einem Objekt verdienen. Investoren, die das Entwicklungs- und Baurisiko ebenso wie das Betriebs- und Finanzierungsrisiko sowie unvermeidliche Anlaufverluste alleine tragen können, sind seltene Glücksfälle, mit denen man nicht rechnen darf.

4.7 Bewertung Standort Groner Tor

Das zu bewertende Grundstück befindet sich an einer großen Straßenkreuzung an der Ecke Berliner Straße und Groner Landstraße. Das noch mit einem ehemals von der Universität genutzten Gebäude bebaute Grundstück verfügt über eine hervorragende Sichtbarkeit und sehr zentrale Lage.

Lage des potentiellen Hotelgrundstücks



Quelle: Google Maps

Die Erreichbarkeit des Standortes ist exzellent. Mit dem PKW erfolgt die Anfahrt von der Autobahn über die B3 (Kasseler Landstraße).

Erreichbarkeit

Der Bahnhof befindet sich in fußläufiger Entfernung, so dass der Anschluss sowohl an die Fernverkehrszüge der Deutschen Bahn als auch an den ÖPNV in Göttingen gegeben ist.

Zudem lassen sich die Lokhalle und Göttinger Innenstadt fußläufig erreichen.

Die Bebauung in der Umgebung ist geprägt durch eine einfachere Wohnbebauung und zahlreiche kleinere Gewerbebetriebe entlang der Groner Landstraße (u.a. Hostel 37) sowie die in unmittelbarer Entfernung verlaufenden Bahnschienen.

Bebauung in der Umgebung

Wir halten den Standort für sehr geeignet für ein Hotel, da er folgende Vorteile vereint:

Eignung für verschiedene Hotelkonzepte

- Nähe zu Bahnhof, Innenstadt und Lokhalle (fußläufige Erreichbarkeit)
- Gute Erreichbarkeit mit dem PKW
- Exzellente Sichtbarkeit

Damit werden die Lageanforderungen aller Zielgruppen in Göttingen erfüllt.

Die Nachbarschaftsbauung ist zwar teils unattraktiv, stellt jedoch kein Hinderungsgrund für eine Hotelansiedlung dar.

Generell ist der Standort unserer Einschätzung nach für ein Hotel der 2- bis 4-Sterne Kategorie nutzbar, wobei letzteres aus Renditegründen auszuschließen ist. Das Grundstück und die darauf realisierbare Bruttogrundfläche (BGF) wird jedoch vermutlich für eine Hotelnutzung allein zu groß sein⁴⁷, so dass eine Kombination mit anderen Nutzungsarten geprüft werden muss oder Teile des Grundstücks nicht bebaut werden.

4.8 Bewertung von weiteren Lagen

4.8.1 Standorte an der Kasseler Landstraße

Die Kasseler Landstraße war in früheren Jahren aufgrund der exzellenten Autobahn-Anbindung (Stop-Over Geschäft von Privatreisenden ebenso wie von Geschäftsleuten) und vermutlich auch der entsprechenden Zahl und Größe verfügbarer Grundstücke die erste Wahl für Hotelansiedlungen.

In Göttingen haben sich jedoch aus Hotelsicht die Schwerpunkte der Stadt mit der ICE-Anbindung vor 20 Jahren eindeutig in Richtung Zentrum verschoben. Zudem haben die Übernachtungsgäste von Universität und wissenschaftlichen Instituten traditionell eine hohe Affinität zur Zuganreise.

Aus heutiger Sicht macht deshalb eine weitere Hotelansiedlung an der Kasseler Landstraße wenig Sinn, da an diesem Standort ohnehin schon genügend Hotels vorhanden sind.⁴⁸ Zudem ist die Lage relativ eindimensional an der Autobahn und den Gewerbegebieten orientiert und nicht nahe genug an Lokhalle, Bahnhof und Universität. Hotelbetreiber würden dies mit Sicherheit

⁴⁷ Für ein 4-Sterne Tagungshotel mit rund 120 Zimmern gehen wir von maximal 6.500 m² BGF aus. Für 2- und 3-Sterne Hotels verringert sich die BGF entsprechend.

⁴⁸ Hinweis: Betrifft neue Hotels

genau so sehen.

Hinzu kommt die geplante Wiedereröffnung des ehemaligen NH Hotels als Park Inn, das nach erfolgter Renovierung und Aufwertung im September 2013 seine Tore öffnen wird. Damit kehrt ein sicherlich sehr wettbewerbsfähiger Konkurrent im einfachen Vier-Sterne Segment an diesen Standort zurück, der damit für neue Betreiber uninteressant wird.

4.8.2 Standorte am Klinikum/Universität Nord

Ebenfalls eindimensional erscheinen uns mögliche Standorte in unmittelbarer Universitätsnähe.

Selbst wenn, was wir mangels Gesprächspartnern nicht nachweisen konnten, der Bedarf von Universität und Klinikum ausreichend wäre, ein neues Hotel zu füllen, wäre diese sehr einseitige Ausrichtung einem Hotelbetreiber, insbesondere namhaften Ketten, zu riskant.

Ein auf die Universität ausgerichtetes Hotelkonzept könnte höchstens in Form eines kleinen (maximal 50 Zimmer), privat geführten Hotels Garni bzw. Gästehauses mit limitiertem Serviceangebot funktionieren.

4.8.3 Standorte innerhalb des Walls

Standorte innerhalb des Walls zeichnen sich durch eine hohe Liebesswürdigkeit aus und eignen sich zweifelsohne exzellent für Konzepte wie das eines kleinen Boutique Hotels.

Wir unterstellen, dass die verfügbaren Grundstücke innerhalb des Walls wohl bei einem Neubau kaum mehr als 1.500 m² Nutzfläche zulassen und auch der Bebauungsplan vermutlich nur kleinteilige Entwicklungen ermöglicht. Damit kann maximal ein Hotel mit 50 Zimmern errichtet werden, was für die meisten Investoren und vor allem für namhafte Hotelbetreiber eine uninteressante Größe darstellt.

Vielmehr eignen sich derartige Lagen, wie wir aus vergleichbaren Städten wissen, vor allem für lokale Investoren, die das Hotel ggfs. auch selbst betreiben wollen oder an einen lokalen Hotelier verpachten und es mit viel Liebe zum Detail ausstatten. Häufig stehen bei solchen Projekten die Renditeaspekte mangels einer ausreichenden Economy of Scale und aufgrund eines ausgeprägten persönlichen Engagements im Hintergrund.

Empfehlung: sollte sich ein Investor finden, der an einem Standort innerhalb des Walls Interesse hat, sollte man, sofern er es selbst im Bestand behält und nicht nach Verpachtung an einen weiteren Investor durchhandeln muss, durchaus wohlwollend begleiten.

Für spekulative Investoren bzw. Projektentwickler eignet sich ein derartiges Grundstück nicht.

Auch hat für Hotelketten die Lage innerhalb des Walls abgesehen von der

vermutlich geringen verfügbaren Fläche keine große Bedeutung. Vielmehr dürften die meisten Hotelketten bahnhofsnahe Standorte bevorzugen.

Es ist in diesem Zusammenhang auch zu hinterfragen, warum innerhalb des Walls in den letzten Jahren keine neuen Hotels entstanden sind. Ggfs. war es einfach nicht lohnenswert, etwa im Vergleich zu anderen Nutzungen, die verfügbaren Grundstücke waren zu klein, nicht funktional oder nicht genehmigungsfähig für ein Hotel oder die Grundstückspreise waren zu hoch.

4.8.4 Standort am Bahnhof

Wie bereits im Zuge der Studie mehrfach und unter verschiedenen Blickwinkeln betrachtet, spricht alles für einen Hotelstandort am Bahnhof:

1. Die Stadtentwicklung hat sich seit Einrichtung des ICE-Halts vor rund 20 Jahren deutlich in Richtung des Bahnhofs orientiert.
2. Dank der exzellenten Bahnanbindung Göttingens dürften immer mehr potentielle Hotelgäste Bahn- und nicht PKW-Nutzer sein.
3. Die Besucher/Gäste von Universität und wissenschaftlichen Einrichtungen sind traditionell eher Bahn-Nutzer.
4. Eine Hotellage am Bahnhof gilt als zentral zur Innenstadt, zur Universität, zur Lokhalle und selbst zu den Gewerbegebieten, da diese rasch erreichbar sind.
5. Aus Sicht eines Hotelbetreibers, der auch die Nähe zum Messestandort Hannover ins Kalkül zieht, bietet sich die Bahnhofslage ebenfalls an.
6. Ein ausreichend großes Grundstück ist vorhanden, um auch den Anforderungen einer Hotelkette, die i.d.R. Betriebsgrößen ab 120 Zimmer fordert, gerecht zu werden.
7. Für ein Grundstück dieser Größe und mit dem entsprechenden Entwicklungsvolumen eines 120 Zimmer Hotels wird die Entwicklung auch für Developer interessant.

4.8.5 Zusammenfassende Empfehlungen

Aus unserer Erfahrung und aus dem Blickwinkel künftiger Hotelinvestoren und –betreiber, die sich stets an heutigen und künftigen Umsatzpotentialen aus dem Übernachtungstourismus orientieren, beurteilen wir die so genannten fremdenverkehrsrelevanten Standortfaktoren Göttingens wie folgt:

Die wichtigsten Generatoren für Übernachtungen am Standort Göttingen werden auch weiterhin Universität und Wissenschaft bleiben, mit Einzelreisenden ebenso wie mit Buchungen anlässlich von Kongressen und Fachveranstaltungen und indirekt mit Besuchern von Studenten und Mitarbeitern. In diesem Zusammenhang konzедieren wir vor allem jenen Hotelkonzepten große Chancen, die aufgrund ihres Preis-Leistungsverhältnisses die so genannten „Couch-Touristen“ unter den Wissenschaftlern, Studenten und Besuchern für das hiesige Beherbergungsgewerbe gewinnen können.

Spürbare Wachstumspotentiale für Übernachtungen sehen wir ebenso im Zusammenhang mit der bereits stattgefundenen und geplanten Erweiterung der Lokhalle, sowohl im Zusammenhang mit wissenschaftlichen als auch wirtschaftsnahen Veranstaltungen, sofern ausreichende Beherbergungskapazitäten in deren Umfeld geschaffen werden. Damit verbunden ist allerdings auch ein Dilemma – nämlich der punktuell hohe Bedarf an Übernachtungskapazitäten in möglichst wenigen Hotels, idealerweise im Umfeld der Lokhalle, die derzeit mangels Beherbergungskapazitäten zahlreiche Veranstaltungen an benachbarte Städte verliert. Ein weiteres Dilemma betrifft die Anforderungen an ein neues Hotel: Wirtschaftsnaher Veranstalter erwarten ein Vier-Sterne Hotel, häufig zu Drei-Sterne Preisen und wissenschaftsnaher Veranstalter suchen Hotels zu Preisen, die nur ein so genanntes Budget Hotel rechtfertigen, das im Zwei-bis Drei-Sterne Segment anzusiedeln ist.

Dieses Budget Hotel hätte jedoch die entscheidende Chance, mit seinem herausragenden Preis-Leistungsverhältnis das Segment der „Couch-Touristen“ gewinnen zu können und Nachfrage aus dem Bereich Universität/Wissenschaft zu bedienen. Wie unsere Fotodokumentation im Anhang dieser Studie zeigt, können Budget Hotels der heutigen Generation mit Vier-Sterne Hotels – zumindest im Bereich der Zimmer, nicht im Service - durchaus den Wettbewerb aufnehmen.

Die herausragende Lage und Verkehrsanbindung Göttingens als ICE-Standort bietet, wie wir von vergleichbaren Standorten wissen, vor allem Hotels in Bahnhofsnähe eine Reihe von Chancen, die über Göttingen selbst hinausgehen: Sei es anlässlich von Messen in Hannover, die von Göttingen aus schneller erreicht werden können als von manchem (wesentlich teureren) Hotel in Hannover selbst, sei es für Tagungen und Seminare, die ein Hotel in Bahnhofsnähe vor allem aber in Kooperation mit Lokhalle und anderen Hotels durchführen und beherbergen kann.

Wichtigste Nachfrage-Generatoren auch künftig Universität und Wissenschaft

Potentiale für Hotelkonzepte, die auch die „Couch-Touristen“ gewinnen können

Wachstums-Potentiale: Lokhalle

Dilemma: punktuell hoher Bedarf an Übernachtungskapazitäten

Ein neues Budget-Hotel in Bahnhofsnähe könnte lokale wie überregionale Nachfrage bedienen

Aus dem Umfeld der ortsansässigen Unternehmen erwarten wir moderate Nachfragesteigerungen. Diese können zweifelsohne vom vorhandenen Beherbergungsangebot abgedeckt werden, mit dem die von uns befragten Kunden zudem auch sehr zufrieden sind. Die Neueröffnung des Park Inn Hotels (ehemals NH) nach entsprechender Renovierung im September 2013 wird dem Markt qualitativ gut tun und punktuelle Engpässe zudem quantitativ abfedern.

Aus dem Städtetourismus erwarten wir angesichts des europaweiten Wettbewerbs attraktiver Destinationen kaum Wachstumspotential. Das kulturelle Angebot Göttingens stellt jedoch einen erkennbaren Zusatznutzen für jedwede Art von Veranstaltungen dar.

Weitere Steigerungen des Übernachtungspotentials von Göttingen sind nur mit dem Ausbau der touristischen Infrastruktur und einem überdurchschnittlichen Marketingetat zu erreichen, der heute vonnöten ist, um die nationale wie internationale Wahrnehmung der Stadt nachhaltig zu verändern.

Das vorgestellte Grundstück an der Ecke Berliner Straße und Groner Straße ist unserer Einschätzung nach exzellent für eine Hotelnutzung im Zwei- bis Vier-Sterne Bereich geeignet und erfüllt die Kriterien aller Nachfragegruppen in Göttingen. Zweifelsohne würde dem Markt Göttingen aus Imagegründen und der nahe gelegenen Lokhalle zur Anwerbung weiterer Kongresse aus der Wirtschaft ein Vier-Sterne Hotel gut tun. Wie in unserer Untersuchung ausführlich beschrieben, ist jedoch dessen Rentabilität für Investor und Betreiber in Göttingen nicht in ausreichendem Maße gegeben.

Grundstück

Hingegen wäre ein attraktives Budget-Konzept der neuen Generation, das wie beschrieben, heutzutage auch anspruchsvollere Gäste zufrieden stellen kann, für Investoren und Betreiber ein Vorhaben mit guten Renditechancen.

Um die Hotelbebauung zu unterstützen sind im ersten Schritt vor allem baurechtliche Fragen zu klären: Welche Flächen können auf dem Grundstück realisiert werden? Welche ergänzenden Nutzungen sind möglich⁴⁹?

Dabei werden vor allem ergänzende Nutzungen die erzielbaren Renditen einer solchen Projektentwicklung definieren.

HOTOUR Hotel Consulting GmbH

Frankfurt am Main, den 03. Mai 2013



Martina Fidlischuster



Christine Mayer



Marc Mörbel

⁴⁹ Wir gehen davon aus, dass die Grundstücksfläche und realisierbare Fläche für ein Hotel allein zu groß ist.

5 Anhang

5.1 Übersicht der Hotels in Göttingen

Hotelname	Kategorie ⁵⁰	Anz. Zimmer	Preise pro Zimmer 04.12.12 (hrs) ⁵¹		Preise pro Zimmer 26.03.13 (hrs) ⁵²		Frühstück €	Seminare/Tagungen			Ausstattung						
			EZ ab €	DZ ab €	EZ ab €	DZ ab €		Anz. der Räume	Max. Personen im gr. Raum (Stuhlreihen)	Tagungs- Pauschalen ab € ⁵³	Restaurant	Bar	Pool	Fitness	Sauna	Internet im Zimmer	Parkplätze/ Tiefgarage
Romantik Hotel Gebhards	4S ¹	50	104,-	158,-	126,-	188,-	Inkl.	4	40	75,50	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
Hotel Freizeit In	4	212	129,-	159,-	103,-	143,-	Inkl.	44	600	40,-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Best Western Am Papenberg	4	78	90,-	110,-	90,-	110,-	Inkl.	7	100	40,-	✓	✓	-	-	-	✓	✓
Best Western Parkhotel Ropeter	4	116	109,-	129,-	111,-	131,-	Inkl.	10	200	48,-	✓	✓	-	-	-	✓	✓
Novostar First Class garni	4 ¹	70	60,-	79,-	60,-	79,-	5,-	1 ⁵⁴	50	k.A.	-	✓	-	-	-	✓	✓
InterCityHotel Göttingen	4	145	105,-	135,-	85,-	115,-	Inkl.	7	180	39,-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
Eden Hotel Göttingen	4 ¹	99	114,-	139,-	99,-	114,-	Inkl.	10	150	k. A.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hotel Rennschuh	3	104	49,-	69,-	49,-	75,-	Inkl.	3	90	36,-	✓	✓	✓	-	-	✓	✓
Hotel Astoria	3	152	59,50	84,15	80,-	110,-	Inkl.	15	144	31,-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓

⁵⁰ Sterne entweder gemäß DEHOGA Klassifizierung (siehe Ziffer „1“) oder Bewertung auf Portalen

⁵¹ Alle Zimmerpreise verstehen sich inkl. MwSt., Quelle: www.hrs.de abgefragt am 19.11.2012 bzw. Anfrage auf der Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁵² Alle Zimmerpreise verstehen sich inkl. MwSt., Quelle: www.hrs.de abgefragt am 05.03.2013 bzw. Anfrage auf der Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁵³ Tagungspauschalen inkl. Raummiete, Mittagessen, 2 Kaffeepausen, Tagungsgetränken sowie der gängigen Konferenztechnik wie Overhead und Flipchart, Quelle: www.tagungshotel.com bzw. Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁵⁴ Eingeschränkte Verfügbarkeit, da der Tagungsraum bis Juni/Juli 2013 dauerhaft vermietet wurde (Info des Hotels)

HOTOUR

Hotelname	Kategorie ⁵⁵	Anz. Zimmer	Preise pro Zimmer 04.12.12 (hrs) ⁵⁶		Preise pro Zimmer 26.03.13 (hrs) ⁵⁷		Frühstück €	Seminare/Tagungen			Ausstattung						
			EZ ab €	DZ ab €	EZ ab €	DZ ab €		Anz. der Räume	Max. Personen im gr. Raum (Stuhlreihen)	Tagungs- Pauschalen ab €	Restaurant	Bar	Pool	Fitness	Sauna	Internet im Zimmer	Parkplätze/ Tiefgarage
Adesso Hotel Schweizer Hof	3	50	60,-	75,-	75,-	85,-	5,-	5	65	k.A. ⁵⁸	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
Hotel Onkel Toms Hütte	3	44	53,-	81,-	53,-	81,-	Inkl.	1	k. A.	k. A.	✓	✓	-	-	-	-	✓
Hotel Zum Stresemann	3	32	60,-	95,-	60,-	95,-	Inkl.	-	-	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
Leine Hotel Boardinghouse	3 ¹	101	63,-	93,-	63,-	93,-	Inkl.	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓	-
IHR Hotel Beckmann	3	27	54,-	88,-	67,-	99,-	Inkl.	-	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
Hotel Central	3	28	82,-	105,-	82,-	105,-	Inkl.	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓
Hotel Stadt Hannover	3 ¹	32	85,-	116,-	85,-	116,-	Inkl.	1	10	k. A.	✓	✓	-	-	-	✓	✓
Garni Hotel Schiffer	3	10	60,-	89,-	60,-	89,-	5,-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓
Hotel Kasseler Hof	2	20	55,-	79,-	63,-	89,-	Inkl.	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	✓
Hotel Weender Hof	2	20	49,-	75,-	49,-	75,-	Inkl.	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	✓
Gasthof Zum Drakenberg	-	5	45,-	75,-	45,-	75,-	Inkl.	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓
Landgasthaus Lockemann	-	23	50,-	75,-	50,-	75,-	Inkl.	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	✓
Hotel Lindenhof	-	14	45,-	75,-	45,-	75,-	Inkl.	1	50	k. A.	✓	-	-	-	-	-	✓
Hotel Berliner Hof	-	11	45,-	70,-	45,-	70,-	Inkl.	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓

⁵⁵ Sterne entweder gemäß DEHOGA Klassifizierung (siehe Ziffer „1“) oder Bewertung auf Portalen

⁵⁶ Alle Zimmerpreise verstehen sich inkl. MwSt., Quelle: www.hrs.de abgefragt am 19.11.2012 bzw. Anfrage auf der Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁵⁷ Alle Zimmerpreise verstehen sich inkl. MwSt., Quelle: www.hrs.de abgefragt am 05.03.2013 bzw. Anfrage auf der Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁵⁸ Nach Aussage einer Rezeptionsmitarbeiterin werden die Tagungsräume derzeit nur selten angeboten. Tagungspauschalen werden auf konkrete Anfrage erstellt.

HOTOUR

Hotelname	Kategorie ⁵⁹	Anz. Zimmer	Preise pro Zimmer 04.12.12 (hrs) ⁶⁰		Preise pro Zimmer 26.03.13 (hrs) ⁶¹		Frühstück €	Seminare/Tagungen			Ausstattung						
			EZ ab €	DZ ab €	EZ ab €	DZ ab €		Anz. der Räume	Max. Personen im gr. Raum (Stuhlreihen)	Tagungs- Pauschalen ab € ⁶²	Restaurant	Bar	Pool	Fitness	Sauna	Internet im Zimmer	Parkplätze/ Tiefgarage
Hotel garni Gräfin von Holtzendorff	-	17	37,-	74,-	47,-	74,-	Inkl.	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓
GDA Wohnstift Göttingen	3	14	55,-	70,-	63,-	86,-	Inkl.	-	-	-	✓	✓	✓	-	✓	-	✓

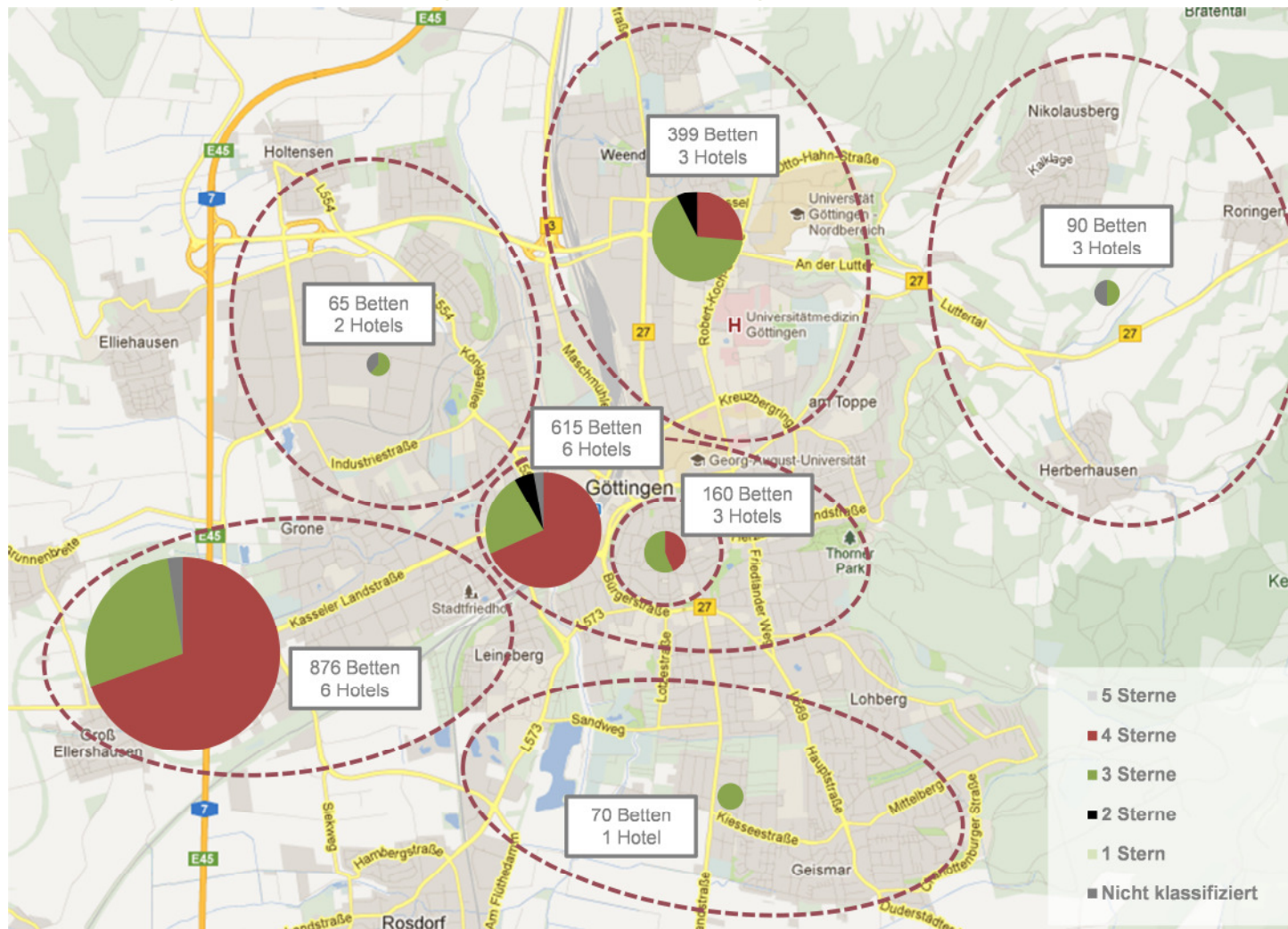
⁵⁹ Sterne entweder gemäß DEHOGA Klassifizierung (siehe Ziffer „¹⁾“) oder Bewertung auf Portalen

⁶⁰ Alle Zimmerpreise verstehen sich inkl. MwSt., Quelle: www.hrs.de abgefragt am 19.11.2012 bzw. Anfrage auf der Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁶¹ Alle Zimmerpreise verstehen sich inkl. MwSt., Quelle: www.hrs.de abgefragt am 05.03.2013 bzw. Anfrage auf der Hotelhomepage/telefonische Anfrage

⁶² Tagungspauschalen inkl. Raummiete, Mittagessen, 2 Kaffeepausen, Tagungsgetränken sowie der gängigen Konferenztechnik wie Overhead und Flipchart, Quelle: www.tagungshotel.com bzw. Hotelhomepage/telefonische Anfrage

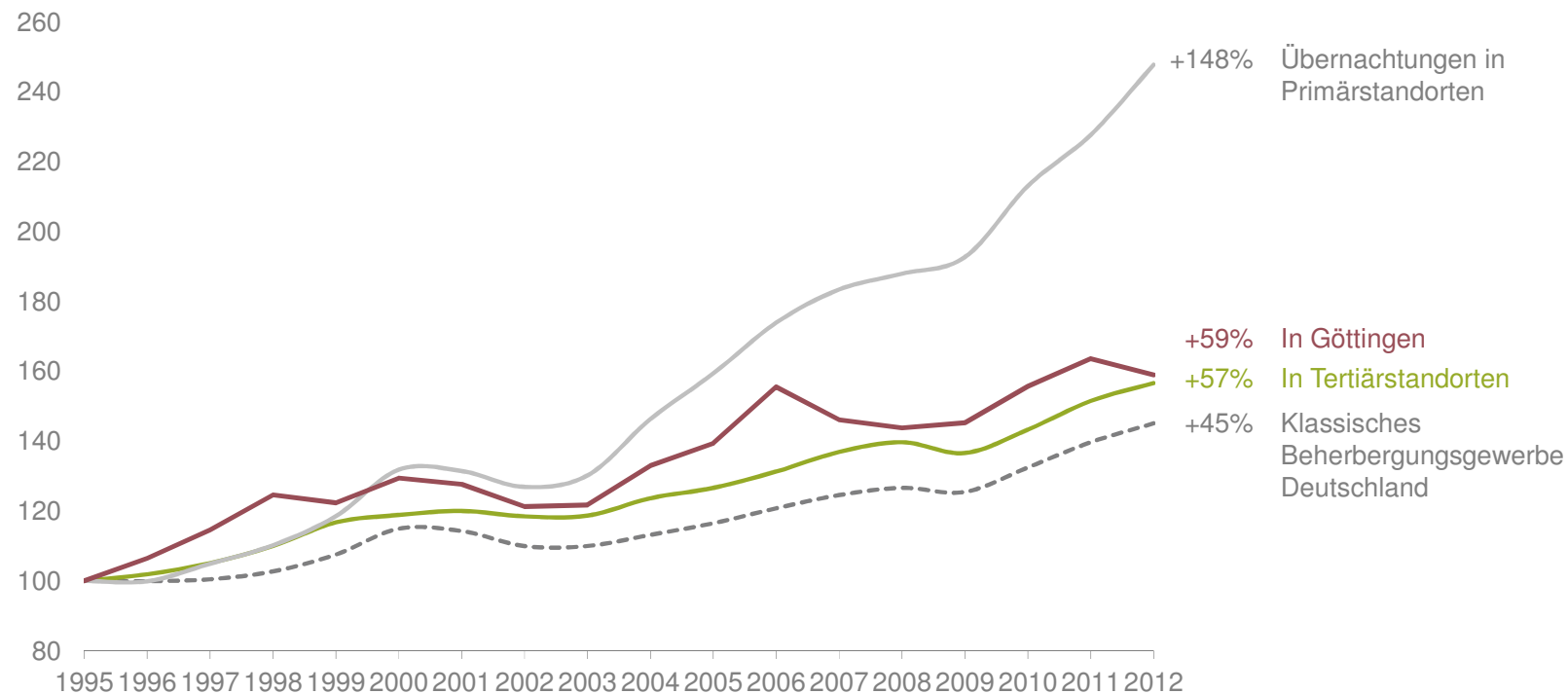
5.2 Geografische Verteilung der Hotels in Göttingen



Quelle: Aufstellung der Hotels laut Unternehmensverzeichnis 2012; Sterne entweder gemäß DEHOGA Klassifizierung oder Bewertung auf Portalen

5.3 Göttingen im Vergleich (Nachfrageentwicklung)

Übernachtungen indexiert (1995 = 100)

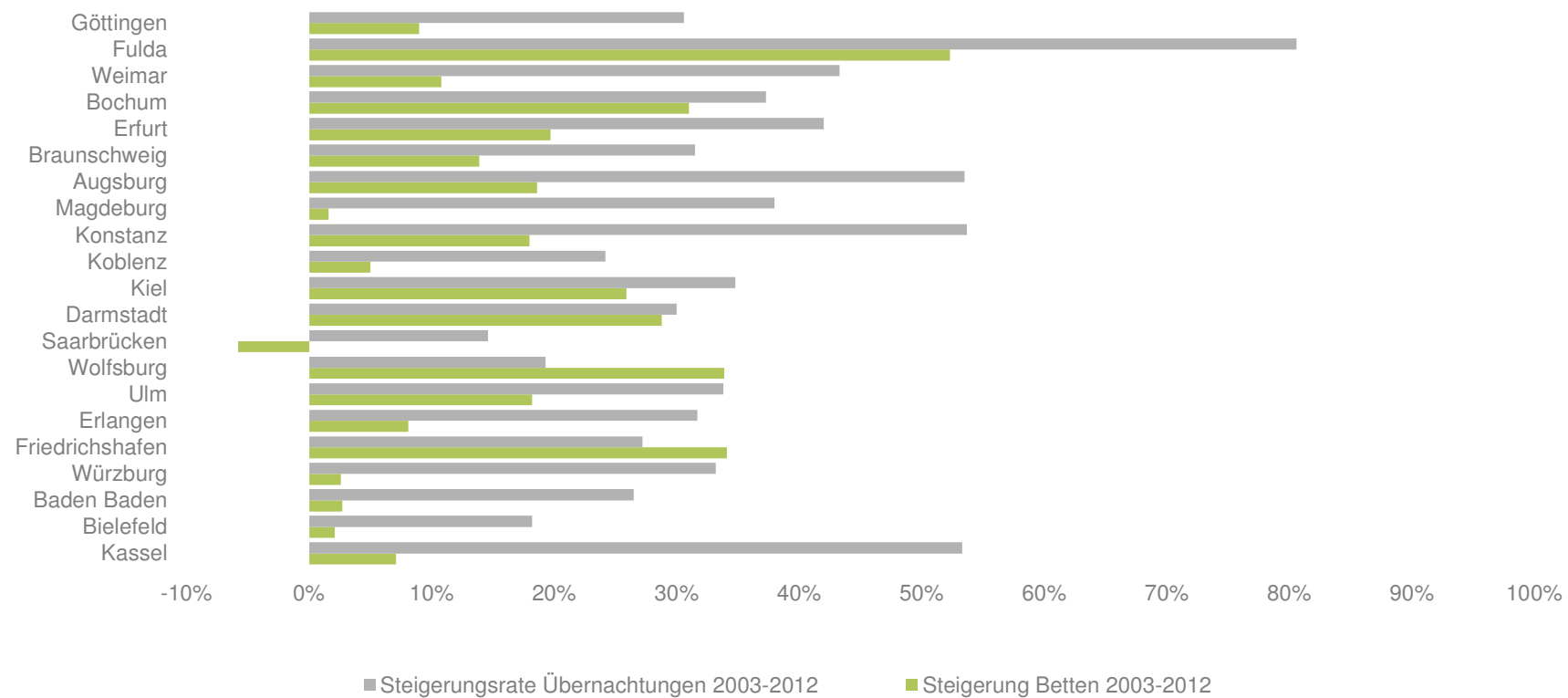


Quelle: Statistische Landesämter / Destatis 2013

Hinweis: Eine Definition der Begriffe Primär- und Tertiärstandorte befindet sich im Glossar (siehe S. 3).

5.4 Göttingen im Vergleich (Angebot und Nachfrage)

Steigerungsraten von Göttingen und Tertiärstandorten: Übernachtungen und angebotene Betten seit 2003



Quelle: Statistische Landesämter der jeweiligen Bundesländer

Hinweis: Auswahl der 20 übernachtungsstärksten Tertiärstandorte in Deutschland. An der Gegenüberstellung von Angebot und Nachfrage in Kassel lässt sich die alle 5 Jahre stattfindende „documenta“ erkennen. In den jeweiligen Jahren (z.B. 2012) werden Nachfragehöchstwerte für Kassel erreicht.

5.5 Übersicht Hotelmarken im Budget-Segment

Meininger



Außenfassade



Öffentlicher Bereich und Rezeption



Gastronomie



Zimmer

B&B Hotels



Außenfassade



Öffentlicher Bereich und Rezeption



Gastronomie



Zimmer

Ibis



Außenfassade



Öffentlicher Bereich und Rezeption



Gastronomie



Zimmer

Ibis Styles



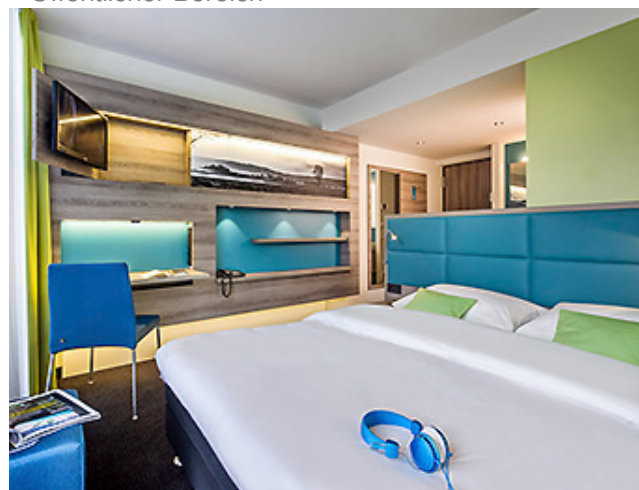
Außenfassade



Gastronomie



Öffentlicher Bereich



Zimmer

Motel One



Außenfassade



Öffentlicher Bereich



Gastronomie



Zimmer

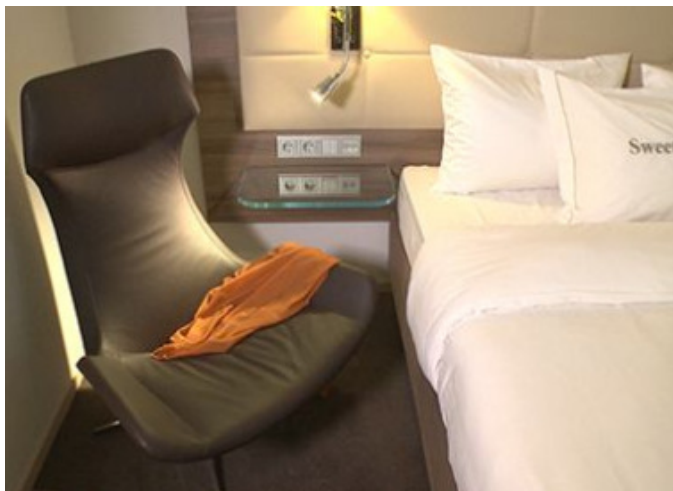
Moxy Hotels (ab voraussichtlich 2014)



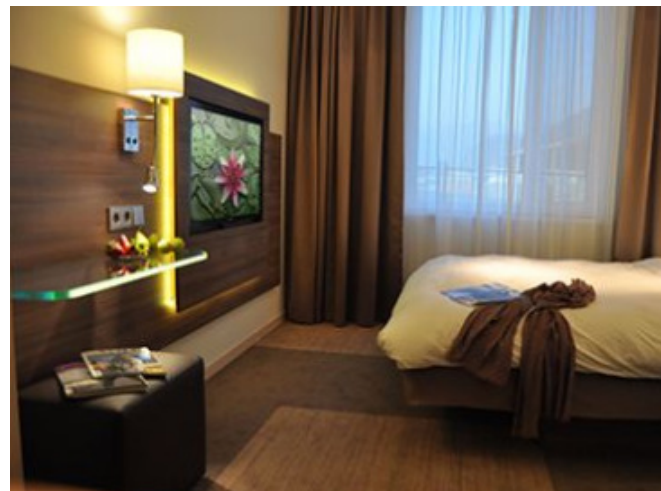
Außenfassade



Zimmer



Zimmer



Zimmer