

Hotelmarktstudie / Hotelbedarfsanalyse Neumünster

Stand: 20. September 2019



Auftraggeber Fachdienst Stadtplanung und Stadtentwicklung
Abteilung Stadtentwicklung / Verwaltung
Stadthaus, Brachenfelder Straße 1-3
24534 Neumünster

Ansprechpartner Herr Arne Lewandowski

Verfasser Drees & Sommer GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 1
20459 Hamburg
Tel. +49 40 514944-6980

Ansprechpartner Frau Gesa Rohwedder

INHALT

<u>1</u>	<u>GRUNDLAGEN / AUSGANGSSITUATION</u>	<u>3</u>
<u>2</u>	<u>AUFTRAGSDURCHFÜHRUNG</u>	<u>4</u>
<u>3</u>	<u>MARKT- UND WETTBEWERBSANALYSE</u>	<u>5</u>
3.1	Standortanalyse / Marktprofil Neumünster	5
3.2	Beherbergungsmarktentwicklung	8
3.3	Hotelmarktentwicklung	9
3.4	Wettbewerbscheck	11
3.5	Hotelprojekte	12
3.6	Bedarf Kapazitäten / Potenziale	14
<u>4</u>	<u>POSITIONIERUNG</u>	<u>17</u>
4.1	Marktsegmente	17
4.2	Zielgruppenanalyse	18
4.3	Konzeptionelle Rahmenbedingungen	20
4.4	Betriebstypendefinition	22
4.4.1	Szenario 1: Neuprojektierung	22
4.4.2	Szenario 2: Erweiterung Bestandshotel	23
4.4.3	Szenario 3: Innerstädtische Konversion einer Bestandsimmobilie	24
<u>5</u>	<u>HOTELSTANDORTBEWERTUNG</u>	<u>25</u>
5.1	Auflistung potenzieller Hotelstandorte	25
<u>6</u>	<u>HANDLUNGSSCHRITTE</u>	<u>31</u>

1 GRUNDLAGEN / AUSGANGSSITUATION

Die Stadt Neumünster, vertreten durch Herrn Arne Lewandowski, zieht aufgrund eines kontinuierlichen Wachstums der Übernachtungszahlen die Überprüfung des Bedarfes für eine Erweiterung der Hotelkapazitäten in Neumünster in Erwägung und möchte überprüfen, ob der derzeitige Hotelmarkt der Nachfrage entspricht. In Bezug auf eine potenzielle Kapazitätserweiterung wird die Prüfung zur Realisierung neuer Hotels oder der Erweiterung von Bestandsbetrieben gewünscht.

Im Rahmen des Evaluierungsprozesses und der Analyse zum Bedarf des Hotelmarktes in Neumünster wird eine gutachterliche Stellungnahme durch einen unabhängigen Branchenexperten benötigt. Vor dem Hintergrund wurde Drees & Sommer für die Erstellung einer **Hotelbedarfsanalyse** für die Stadt Neumünster beauftragt.

Zielsetzung ist es, die Stadt Neumünster bei der Entscheidungsfindung im Hinblick auf eine potenzielle Kapazitätserweiterung am Hotelmarkt zu unterstützen und die Chancen und Risiken einer Erweiterung des Übernachtungsangebotes aufzuzeigen.

Hamburg, 20. September 2019

Drees & Sommer Hamburg GmbH

Gesa Rohwedder
Head of Hospitality

Lena Sophie Garrels
Hospitality Consultant

2 AUFTRAGSDURCHFÜHRUNG

Die Hauptausarbeitung wurde in den Monaten März – Juni 2018 vom Hospitality Experten-Team vertreten durch:

- Gesa Rohwedder, Head of Hospitality
- Lena Sophie Garrels, Hospitality Consultant

verfasst. Weitere Anpassungen der Hotelbedarfsanalyse, basierend auf zusätzlichen Informationen der Stadt Neumünster, wurden im Rahmen einer Weiterbeauftragung in den Monaten September – Dezember 2018 sowie Mai – Juni 2019 durchgeführt. Zudem sind die zusätzlichen Erkenntnisse der Ergebnisvorstellung vom 18. Juni 2019 in Neumünster in die Finalisierung der Studie eingeflossen.

Die nachfolgenden Unterlagen galten als Grundlage und wurden für die Erstellung der Machbarkeitsstudie verwendet:

- Telefonat und Gespräch zur Vorstellung des Projektes
- Telefonat mit der Wirtschaftsagentur Neumünster
- Vor-Ort-Termin und Stadtbegehung Neumünster am 05. April 2018
- Unterlagen des AG (Tourismus-Strategie Neumünster, Wirtschaftsfaktor Tourismus Neumünster, Hotel- / Gastronomieverzeichnis, Marketingplan 2017, Sparkassen-Tourismusbarometer, Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus des dwif, touristische Daten zum Beherbergungs- / Hotelmarkt, Tourismus-Studie Designer Outlet Neumünster)
- Statistische Marktdaten der Statistik Nord/ Statistisches Bundesamt
- Informationen durch Recherche der folgenden Webseiten:
 - diverse Buchungs- und Bewertungsportale (hotel.de, hrs.de, tripadvisor.de, trustyou.de, etc.)
 - Homepage von Wettbewerbsbetrieben
- Nutzung der hausinternen Drees & Sommer Datenbank

3 MARKT- UND WETTBEWERBSANALYSE

3.1 STANDORTANALYSE / MARKTPROFIL NEUMÜNSTER

Neumünster					
Standort	Neumünster, Schleswig-Holstein		Deutschland		
	Bevölkerung (2018)	79.304	ca. 83 Mio.		
	Fläche	ca. 72 km²	357.400 km²		
	Bevölkerungsdichte	1106 / km²	231 / km²		
	BIP/Einwohner (2016)	39.621	38.370		
	Kaufkraft/Kopf (2017)	18.990	22.239		
	Arbeitslosenquote (2018)	8,35%	5,2%		
	Autobahnen		<i>Distanz zum Flughafen</i> <i>ca. 60 Km</i> <i>ca. 1 Stunde Fahrzeit</i>		
	A 7 - zentrale Nord-Süd-Verbindung				
	A 215 - Verbindung nach Kiel				
	Bundesstraßen 430, 205				
	Bahn / ÖPNV				
	Bahnhof Neumünster				
	- Reisedauer: Hamburg ca. 50 Minuten, Kiel: ca. 20 Minuten				
	Flughafen				
	Hamburg (HAM)				
	- Passagiere 2017: 17,6 Mio. (+ 8,6 % ggü. VJ)				
	Messe				
	Messe- und Kongresszentrum "Holstenhallen"				
	- ca. 1 Mio. Besucher/Jahr				
Beherbergungsmarkt* Deutschland		2017	% Veränderung	2018	
Ankünfte	178.230.886	+ 3,8 %	185.078.975		
Übernachtungen	459.444.606	+ 4,0 %	477.998.027		
Beherbergungsmarkt* Neumünster		2017	% Veränderung	2018	
Ankünfte	90.244	+ 3,8%	93.659		
Übernachtungen	190.906	- 1,6%	187.823		
Besonderheiten / Nachfragegeneratoren					
- zentrale Lage innerhalb Schleswig-Holsteins, gute Anbindung durch direkte Lage an A7					
- Vielzahl an international agierenden mittelständischen Unternehmen					
- Überregional bekannter Messe-, Veranstaltungsstandort (z. B. Nordbau, Nordpferd, VR Classics)					
- Spezieller Fokus auf den Reitsport als Pferdestadt Neumünster					
- Shoppingtourismus durch McArthurGlen Designer-Outlet, Nortex, Holsten-Galerie					
* Übernachtungen in allen Beherbergungsbetrieben wie Hotels, Hotels garni, Pensionen, Jugendherbergen, Motels mit mehr als 10 Betten, einschließlich Camping.					

Die kreisfreie Stadt Neumünster, mit knapp 80.000 Einwohnern, liegt rund eine Autostunde nördlich von Hamburg und etwa 30 Minuten südwestlich von Kiel in Schleswig-Holstein.

Infrastrukturell profitiert Neumünster durch eine direkte Anbindung an die Autobahn 7, als primäre Nord-Süd-Route innerhalb des Nordens, und verfügt daraufhin über eine sehr gute Anbindung in den Norden (Skandinavien) als auch an die Metropolregion Hamburg. Zudem bietet der Bahnhof Neumünster eine direkte ICE-Verbindung nach Dänemark und in norddeutsche Städte wie Hamburg,

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Kiel und Flensburg. Der nächstgelegene Flughafen Hamburg ist mit 60 Kilometern in etwa einer Stunde mit dem Pkw zu erreichen.

Mit einem BIP pro Kopf von 39.621 € liegt Neumünster etwa 3,3 % über dem Bundesdurchschnitt. Die Arbeitslosenquote lag im Jahr 2018 bei 8,35 % und weist damit vergleichbare Werte der vier größten Städte (Flensburg 8,32 %, Kiel 8,22 %, Lübeck 7,78 %) in Schleswig-Holstein auf. Die Kaufkraft liegt mit 18.990 € pro Kopf etwa 17 % unter dem Bundesdurchschnitt und ebenfalls relativ deutlich unter den Werten der Vergleichsstädte Kiel, Lübeck und Flensburg. In Bezug auf die Verteilung der Erwerbstätigen in Neumünster (Stand: 2016) ist auffällig, dass der Dienstleistungsbereich den Großteil der Erwerbstätigen in der Stadt darstellt. Im produzierenden Gewerbe sind rund 9 % und in der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei etwa 1 % der Erwerbstätigen beschäftigt. Im Dienstleistungsbereich ist der Bereich Handel, Verkehr, Gastgewerbe, Information und Kommunikation mit etwa 15 % aller Erwerbstätigen am größten vertreten.

Dies wird durch die Ansiedlung der im Logistik- / Verkehrswesen angesiedelten Unternehmen wie Voigt Logistik (ca. 400 MA), Bela Logistik und den Zentrallagern von EDEKA und Hagebau sowie einem DHL-Zentrum bekräftigt, die von der verkehrsgünstigen Lage profitieren. Ein weiterer Schwerpunkt liegt mit dem Friedrich-Ebert-Krankenhaus im Gesundheitswesen (größter Arbeitsgeber in Neumünster, ca. 2.000 Mitarbeiter) sowie verschiedenen Zulieferern aus dem Bereich Medizintechnik (tantum AG, der Sysmex Deutschland GmbH). Darüber hinaus verfügt die Stadt über weitere Unternehmensansiedlungen aus den Bereichen Maschinenbau / Fahrzeugtechnik / Metallbau wie dft technology, Danfoss Power Solutions und J.AG Metallbau. Das Log-In Gründerzentrum soll zudem im Rahmen von Unternehmensberatungsgesprächen weitere Firmenneuansiedlungen nach Neumünster ziehen.

Die Holstenhallen (einer der größten Veranstaltungsorte in Schleswig-Holstein, rund 1 Mio. Besucher / Jahr) wurden zwischen 2013 bis 2015 umfangreich saniert und bilden im Hinblick auf **Messen und Veranstaltungen** einen Anziehungspunkt in Schleswig-Holstein. Zu den wichtigsten Messen zählen die „NordBau“ (ca. 850 Aussteller aus 15 Ländern; jährlich rund 65.000 Besucher), die Modellbau Nord, die Oldtimermesse „Klassiker Tage“, die „Outdoor“ Messe (ca. 12.000 Besucher), die internationale Rassehundeausstellung und die Messe Nordpferd. Zu den größten Veranstaltungen zählen neben Reitsportveranstaltungen der Ball des Sports (ca. 4.000 Gäste), der „Europäische Kongress der Schausteller“ (ca. 1.500 Delegierte) und die „Schleswig Hosteinischen Fachtage *Leben*

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

mit Autismus“. Ergänzend findet mit dem Kulturfestival Kunstflecken (ca. 8.000 Besucher) jährlich ein überregionales Kulturfestival statt.

Im Hinblick auf die **freizeittouristischen Nachfragegeneratoren** hat sich Neumünster in den letzten Jahren primär als Shopping- und Reiterstadt positioniert. Mit dem Shopping-Angebot des McArthurGlen Designer Outlet Neumünster (130 Einzelhandelsgeschäfte, ca. 2 Mio. Besucher pro Jahr), der Holsten-Galerie (rund 90 Geschäfte) sowie dem Nortex Mode-Center (10.000 m² Verkaufsfläche) verfügt die Stadt über eine überregionale Kompetenz im Bereich Mode / Bekleidung. Insbesondere das Designer Outlet Neumünster, als eines der größten Shopping Outlet-Center in Deutschland, fungiert als ein Alleinstellungsmerkmal für die Stadt und zieht eine Vielzahl an Besuchern aus Norddeutschland und Skandinavien, primär Dänemark, an. Die aufgeführten Attraktoren im Bereich „Shopping“ stellen derzeit eine verstärkte Nachfrage im Bereich des Tagestourismus dar.

Die Positionierung als Reiterstadt wird insbesondere durch überregionale Reitveranstaltungen, welche primär in den Holstenhallen stattfinden, geprägt. Durch jährliche Reitturniere wie die „VR Classics“ (internationale Weltranglisten-Springprüfung, FEI World Cup Dressage, ca. 38.000 Zuschauer aus über 20 Nationen), das „SHS Holstein International“, den „Trakehner Hengstmarkt“, den „Holsteiner Pferdetagen“ und dem „Ball der Pferdefreunde“ reisen jährlich vielzählige Pferdesportbegeisterte nach Neumünster.

Weitere freizeittouristische Attraktoren sind der Tierpark Neumünster, das Bad am Stadtwald mit Saunawelt sowie das Museum Tuch + Technik, deren touristische Wirkung jedoch primär als regional zu bewerten ist. Die Anbindung an Radwanderwege wie den Ochsenweg und den Vicelinweg bilden darüber hinaus einen Anschluss an das Netz des Fahrradtourismus in der Region.

3.2 BEHERBERGUNGSMARKTENTWICKLUNG

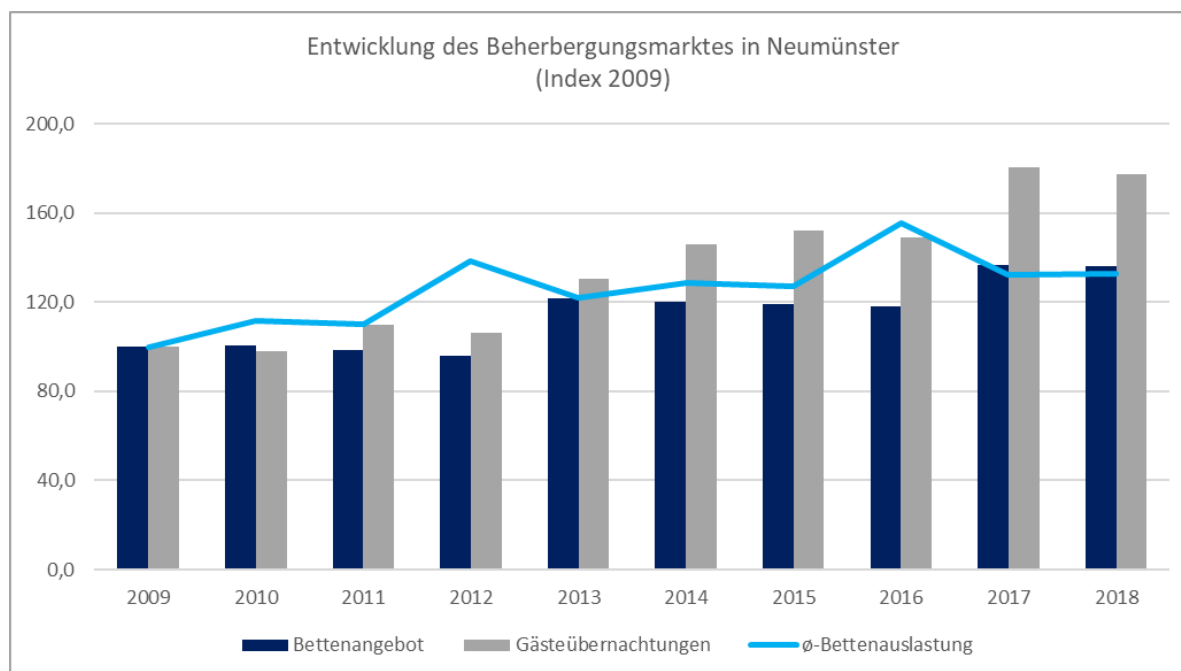
Die nachfolgende Betrachtung des Beherbergungsmarktes bietet einen Überblick des klassischen Beherbergungsmarktes welcher alle Arten von Beherbergungsbetrieben (Hotels, Hotel garni, Gasthöfe, Pensionen, Erholungs- / Ferienheime, Jugendherbergen, etc.) mit einer Mindestzahl von 9 Schlafgelegenheiten bis 2011 und 10 Schlafgelegenheiten ab 2012 berücksichtigt.

Die **Angebotsentwicklung** am Beherbergungsmarkt in Neumünster verzeichnete im Betrachtungszeitraum von 2009 bis 2018 eine positive Entwicklung im Hinblick auf die Betriebe (+ 20,0 %, + 2 Betrieb, Stand 2018: 12 Betriebe). In Bezug auf das Bettenangebot konnte ebenfalls ein Zuwachs um + 36,1 % konstatiert werden (Stand 2018: 1.097 Betten). Auch die kalkulierte durchschnittliche Bettenauslastung verzeichnete eine positive Entwicklung (+ 32,8 %, ggü. 2009) und lag im Jahr 2018 mit 46,9 % oberhalb des bundesweiten Durchschnitts (Stand 2018: 38,7 %).

Aufgrund einer veränderten Betriebszuordnung der Datenerhebung des statistischen Bundesamtes hat sich die Anzahl der Betriebe um + 1 Betrieb im Jahr 2017 erhöht. Aufgrund von Datenschutzrichtlinien stellt das statistische Bundesamt keine Detailauskünfte des Betriebsnamens zur Verfügung, woraufhin die veränderte Datenbasis nicht vollständig aufgeklärt werden kann. Nichtsdestotrotz wird deutlich, dass bei einer Nichtbeachtung des Sondereffekts das Bettenangebot ein leicht positives Wachstum in den letzten Jahren verzeichnen konnte.

Die **Nachfrageentwicklung** kann im Vergleich zum Angebot als dynamischer beschrieben werden. Die Zahl der Ankünfte am Beherbergungsmarkt stieg zwischen 2009 bis 2018 um 99,5 % und die Zahl der Übernachtungen um 77,4 %. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Beherbergungsmarkt lag mit 2,0 Tagen im Jahr 2018 jedoch unterhalb des bundesweiten Durchschnitts (2,6 Tage) und verdeutlicht den erhöhten Anteil Geschäftsreisender in der Region.

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER



Neumünster	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Betriebe (geöffnet)	10	11	10	10	11	11	11	11	12	12
Betten (angeboten)	806	809	793	773	983	969	961	953	1.101	1.097
Ø-Bettenauslastung	35,3%	39,4%	38,9%	48,9%	43,1%	45,6%	45,0%	54,9%	46,7%	46,9%
Ankünfte	46.942	48.001	49.262	52.992	68.773	75.554	82.252	82.746	90.244	93.659
Übernachtungen	105.870	103.948	116.469	112.567	137.916	154.507	161.133	157.878	190.906	187.823
Ø-Aufenthaltsdauer	2,3	2,2	2,4	2,1	2,0	2,0	2,0	1,9	2,1	2,0

Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistik Nord; Darstellung: Drees & Sommer

3.3 HOTELMARKTENTWICKLUNG

Im Hinblick auf die Anzahl der Hotelbetriebe ist aufgrund der veränderten Betriebszuordnung der Datenerhebung des statistischen Bundesamtes, ähnlich wie am Beherbergungsmarkt, der Zuwachs um einen Betrieb im Jahr 2017 nicht belegbar. Im Betrachtungszeitraum von 2009 bis 2018 ist demnach ein Zuwachs von einem Betrieb zu verzeichnen (+ 25,0%).

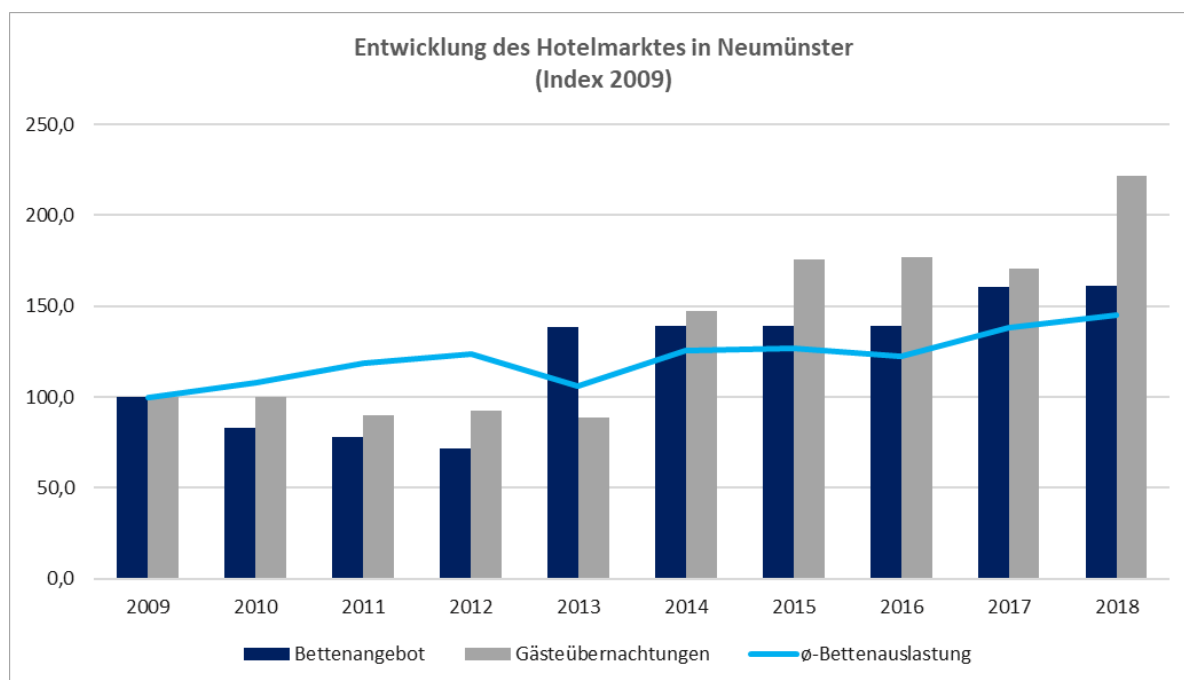
Das Bettenangebot am Hotelmarkt Neumünster, analog zum Beherbergungsmarkt, konnte im Betrachtungszeitraum 2009 bis 2018 eine positive Entwicklung verzeichnen (+ 61,0 %). Die Auslastung im Jahr 2018 mit 49,5 % spiegelt ein Allzeithoch wider. Aufgrund der nicht nachvollziehbaren Veränderung der Datenbasis ist der Wert der allgemeinen Auslastung jedoch nicht vollumfänglich aussagekräftig.

In Bezug auf die **Nachfrage** am Hotelmarkt Neumünster konnte analog zum Beherbergungsmarkt ebenfalls eine positive Entwicklung der Ankünfte (Stand 2018: 93.659) und der Übernachtungen

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

(Stand 2018: 86.718) im Vergleich zu 2009 verzeichnet werden. So hat sich die Zahl der Übernachtungen zwischen 2009 bis 2018 mehr als verdoppelt (Übernachtungen: + 132,6 %). Im Hinblick auf die Übernachtungen entspricht dies einem jährlichen Wachstum von knapp 10 %, woraufhin das jährliche Nachfragewachstum der Stadt Neumünster deutlich über dem landesweiten Durchschnitt liegt (ca. 3 %). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag mit 1,6 Tagen jedoch leicht unterhalb des bundesweiten Durchschnitts des Hotelmarktes mit 2,0 Tagen.

Die statistischen Daten für 2018 mit einem Zuwachs der Ankünfte um + 10,4 % im Vergleich zum Vorjahr und der Übernachtungen um + 4,8 % ggü. 2017 belegen ein anhaltendes Nachfragewachstum. Im Hinblick auf den Zehnjahres-Verlauf ist insbesondere ab dem Jahr 2012 ein deutlicher Anstieg der Nachfrage zu verzeichnen, welcher primär auf die Eröffnung des Designer-Outlets im Herbst 2012 zurück zu führen ist. Dies lässt demnach auf eine gesteigerte Nachfrage durch die Eröffnung des zusätzlichen Shoppingangebotes schließen, da während der umfangreichen Renovierungsmaßnahmen der Holstenhallen keine Veranstaltung ausgefallen ist. Darüber hinaus ist mit der Eröffnung des Hotel Stahlwerkes im Jahr 2012 ein neues Hotelprodukt am Standort Neumünster entstanden, welches für sich eine angebotsinduzierte Nachfrage für das Produkt generieren konnte und somit zusätzliche Übernachtungsgäste für Neumünster gewinnen konnte.



HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Neumünster	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Betriebe (geöffnet)	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5
Betten (angeboten)	300	250	234	216	416	418	418	418	481	483
Ø-Bettenauslastung*	34,1%	36,8%	40,3%	42,1%	36,1%	42,9%	43,2%	41,8%	47,1%	49,5%
Ankünfte	18.597	17.662	16.769	16.581	18.322	31.100	36.924	38.943	37.502	49.502
Übernachtungen	37.702	37.287	33.611	34.440	33.180	54.852	65.397	65.909	63.742	82.711
Ø-Aufenthaltsdauer	2,0	2,1	2,0	2,1	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7

Quelle: Statistik Nord, *kalkulierte durchschnittliche Bettenauslastung, Darstellung: Drees & Sommer

3.4 WETTBEWERBSCHECK

Im nachfolgenden Kapitel wird ein Überblick der bestehenden Hotelmarktstrukturen im Umfeld von Neumünster gegeben. Die Daten des Wettbewerbsumfelds unterliegen einer Drees & Sommer internen Datenerhebung und berücksichtigen Hotelbetriebe mit über 30 Zimmern in einem Radius von 25 Kilometern von Neumünster.

Aus dem bestehenden Wettbewerbsumfeld lassen sich im Nachgang wichtige Schlussfolgerungen zur Ableitung einer Aussage über eine grundlegende Machbarkeit für eine Realisierung weiterer Übernachtungsangebote in Neumünster ziehen.

	Hotelanzahl pro Kategorie	%-Anteil	Zimmeranzahl pro Kategorie	%-Anteil	Ø-Zimmeranzahl	Markendurchdringung (Betriebe)
2* Budget	2	12,5 %	72	7,5 %	36	0,0 %
3* Midscale	12	75,0 %	686	71,5 %	57	16,7 %
4* Upscale	2	12,5 %	202	21,0 %	101	50,0 %
Gesamt	16		960		60	

Quelle: hrs.de, hotel.de, booking.com; Darstellung Drees & Sommer

Das Umfeld relevanter Markbegleiter im Einzugsgebiet von Neumünster (Radius von 25 km) ist hauptsächlich von Hotels der Midscale-Kategorie (3-Sterne) geprägt. Auf diese Kategorie entfallen nach Anzahl der Betriebe 75,0 % (12 Hotels) und nach Anzahl der Zimmer 71,5 % (686 Zimmer) der Hotelkapazitäten. Davon abgesehen ist der Hotelmarkt primär von regionalen und kleinstrukturierten Hotelbetrieben gezeichnet. Neben den oben aufgeführten Hotels ist der lokale Markt von einer Vielzahl kleinerer, meist privat geführten Betriebe (< 30 Zimmer) geprägt, die in den fortführenden Betrachtungen jedoch aufgrund der geringen Kapazitäten keine weitere Beachtung finden.

Im Hinblick auf die Markendurchdringung verfügen lediglich drei Betriebe über einen Markenanschluss (Best Western Prisma Neumünster, Tryp by Wyndham Bad Bramstedt, Hotel

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Whitman by H-Hotels Aschberg). Dies lässt auf einen geringeren Professionalisierungsgrad sowie auf fehlende Skaleneffekte in der Vermarktung der allgemeinen Marktgegebenheiten schließen. In Bezug auf die Hotelbetriebe im Stadtgebiet von Neumünster spiegelt primär das Alte Stahlwerk im Hinblick auf das Gastronomie-, Veranstaltungs- und Bettenangebot eins der wenigen modernen Hotelkonzepte wider und verfügt auch ohne Markenanschluss über eine überregionale Strahlkraft.

3.5 HOTELPROJEKTE

Im Hinblick auf die zukünftige Hotelmarktentwicklung befinden sich nach aktuellem Kenntnisstand des Drees & Sommer Hospitality Experten-Teams und einer umfangreichen Recherche im direkten Wettbewerbsumfeld in Neumünster keine neuen signifikanten Hotelprojekte in der Planungs- bzw. Realisierungsphase.

Die Erweiterung des Bestandsbetriebes Hotel Wittorf um rund 15 Zimmer, einen Tagungsraum und einen Saunabereich, die Erweiterung des Hotel Hildebrandt's sowie der Bau einer Tank- und Rastanlage, mit ca. 20 Zimmern nördlich von Neumünster im Gewerbegebiet Eichhof, wird laut Informationen der Stadt Neumünster derzeit angedacht. Das Kiek in! hat im Frühjahr einen Teil der Zimmer im Hauptgebäude in Dreibett- und Familienzimmer umgewandelt und nutzt sie im Rahmen des Jugendherberge-/Hostelkonzepts. Darüber hinaus ist der Anbau eines Bettenhauses für das Internat der Landesberufsschulen geplant, welches außerhalb der Schulzeiten von der Jugendherberge im Kiek in! genutzt werden kann. Der Neubau soll ein Nebengebäude ersetzen und die Möglichkeit schaffen als Standard für das Internat zukünftig Zweibettzimmer anzubieten. Ein weiterer Kapazitätszuwachs der Bettenanzahl ist damit nicht geplant. Das Kiek in! wird weiterhin über 120 Betten für das Internat und insgesamt über etwa 200 Betten verfügen. Aufgrund der Kleinteiligkeit werden diese Zuwächse am Hotelmarkt Neumünster jedoch als keine signifikante Erweiterung für den Gesamtmarkt angesehen.

Neben den kleinteiligen Entwicklungen in Neumünster sind in den umliegenden Städten Kiel, Lübeck und Rendsburg Kapazitätserweiterungen geplant.

- **Kiel:** 9 Hotelbetriebe, ca. 1.150 Zimmer (u.a. me and all hotel Kiel mit 165 Zimmern, Hampton by Hilton Kiel mit 208 Zimmern, Ibis Styles Kiel mit 148 Zimmern, Aparthotel Adagio access mit 90 Zimmern, UNIQ BY ATLANTIC mit 174 Zimmern, Hotel Birke Erweiterung um 12 Zimmer)

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

- **Lübeck:** 3 Hotelbetriebe, ca. 550 Zimmer (Slow Down Tagungshotel mit 190 Zimmern, Hotel Lübeck mit 176 Zimmern, Premier Inn Lübeck mit 188 Zimmern; zzgl. Priwall Waterfront Feriensiedlung mit ca. 450 Einheiten)

- **Rendsburg:** 4-Sterne Hotelvorhaben mit 145 Zimmern

Laut aktuellen Medienberichten wird der starke Zuwachs an Hotelbetten in der Stadt Kiel jedoch als kritisch bewertet. Dieser erhebliche Nachfragezuwachs in den Städten im Umfeld wird folglich Auswirkungen auf die Nachfrage am Standort Neumünster haben und speziell zu Schlüsselzeiten bei einer hohen Nachfrage (z.B. Kieler Woche) einen nicht explizit quantifizierbaren Rückgang bei der Übernachtungsnachfrage in Neumünster darstellen.

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

3.6 BEDARF KAPAZITÄTEN / POTENZIALE

Im Rahmen der Bedarfsanalyse für eine potentielle Kapazitätserweiterung und Eruierung möglicher Marktpotentiale werden nachfolgend die Erkenntnisse der Markt- und Wettbewerbsbetrachtung im Rahmen einer SWOT-Analyse zusammengefasst und analysiert. Basierend auf den identifizierten Potenzialen und Gefahren werden Handlungsempfehlungen für eine potenzielle Erweiterung des Hotelmarktes Neumünster abgeleitet.

Stärken	Schwächen
▪ Zentrale verkehrstechnische Lage und gute Erreichbarkeit innerhalb Norddeutschlands / Skandinavien (A 7-Anbindung)	▪ Moderates Angebot freizeittouristischer Nachfragegeneratoren (primär Tages-tourismus)
▪ Ausgeprägte Ansiedlung international agierender mittelständischer Unternehmen	▪ Moderate überregionale Bekanntheit der Stadt Neumünster
▪ Anerkannter Messe- und Eventstandort mit Veranstaltungen wie NordBau und den VR Classics	▪ Wirtschaftliche Indikatoren (BIP/Kopf, Arbeitslosigkeit, Kaufkraft) unterdurchschnittlich im Schleswig-Holstein Vergleich
▪ Freizeittouristisches Alleinstellungsmerkmal durch das Designer Outlet Neumünster (Shoppingtourismus) mit hohen Besucherzahlen	▪ Bedingt ausgeprägte Markendurchdringung des Übernachtungsangebotes
▪ Flächenentwicklungspotenziale zur Ansiedlung von Industrie und Gewerbe (Gewerbegebiet Süd, ehemalige Kasernenareale, etc.)	
Chancen	Gefahren
▪ Kontinuierliches Wachstum der Beherbergungsmarktnachfrage in Neumünster analog Wachstum in Schleswig-Holstein	▪ Abwanderung wichtiger Schlüsselunternehmen vom Standort Neumünster
▪ Ansprache weiterer Firmenansiedlungen durch Log-In Gründerzentrum (Entwicklung zu wirtschaftskräftigen Unternehmen)	▪ Angebotsintensivierung des überregionalen Wettbewerbs im Hotelmarkt (z. B. Kiel, Rendsburg, Lübeck)

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

▪ Verstärkter Fokus auf Veranstaltungsakquisitionen der Tourismus-Agentur SH in Schleswig-Holstein	▪ Allgemeiner Fachkräftemangel in der Hotellerie
▪ Übernachtungspotentiale durch Shoppingtouristen (bspw. Dänen)	▪ Mangelndes Baurecht in Bezug auf potenzielle Grundstücke / Bestandsimmobilien für eine Hotelentwicklung
▪ Erhöhte regionale Vernetzungs-/Vermarktungsmöglichkeiten durch Mitgliedschaften in Verbänden/Kooperationen	
▪ Attraktivierung des Stadtbildes von Neumünster	
▪ Perspektivisch: Schaffung neuer Nachfragegeneratoren zur Gewinnung weiterer Übernachtungsgäste möglich	

Eine der wesentlichen Stärken der Stadt Neumünster stellt die zentrale Lage innerhalb von Schleswig-Holstein und die damit verbundene gute Erreichbarkeit über die A 7 dar. Aufgrund der relativ gut ausgeprägten Anzahl international agierender mittelständischer Unternehmen und der überregionalen Bedeutung im norddeutschen Raum als Messe- und Eventstandort mit Veranstaltungen, wie der NordBau und den VR Classics, kann eine Grundaustlastung am Hotelmarkt gewährleistet werden. Die Holstenhallen ziehen punktuell über das Jahr verteilt rund 1 Mio. Besucher an. Dies ist im Vergleich zu Messe- und Veranstaltungsorten wie Hamburg jedoch als kleinteilig anzusehen.

Initiativen wie das Log-In Gründerzentrum könnten in der Zukunft zudem weitere Firmenansiedlungen nach Neumünster ziehen. Darüber hinaus bieten Flächen wie der Gewerbepark Eichhof, das Gewerbegebiet Süd und die ehemaligen Kasernenareale zusätzliche Flächenentwicklungspotenziale zur Ansiedlung von Industrie und Gewerbe. Durch eine aktive Unterstützung junger Firmengründungen können diese Unternehmen Neumünster perspektivisch als Wirtschaftsstandort stärken, was zudem die geschäftstouristische Nachfrage am Standort stärken würde. Ein erhöhter Fokus auf Veranstaltungsakquisitionen der Tourismus-Agentur SH in Schleswig-Holstein sowie eine verstärkte regionale Vernetzung durch Mitgliedschaften in Verbänden und

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Kooperationen könnte zudem den Bekanntheitsgrad von Neumünster für den Messen- und Veranstaltungsmarkt stärken und die Bedeutung als Messe- und Veranstaltungsstandort als elementare Säule der Stadt weiter auszubauen. Ergänzend könnten zudem weitere Mitgliedschaften mit Verbänden der Veranstaltungs- und Seminarwirtschaft zur Stärkung des MICE-Geschäftes geprüft werden.

Im Hinblick auf die freizeittouristischen Nachfragegeneratoren bietet das im Herbst 2012 eröffnete Designer Outlet Neumünster für Schleswig-Holstein ein Alleinstellungsmerkmal im Bereich Shopping und zieht jährlich eine Vielzahl an nationalen sowie internationalen Besuchern nach Neumünster (2 Mio. Besucher pro Jahr, knapp 20 % internationale Shoppingtouristen). Darüber hinaus verfügt die Stadt Neumünster über ein moderates freizeittouristisches Angebot in Kombination mit einer durchschnittlich ausgeprägten überregionalen städtischen Bekanntheit, fernab vom McArthurGlen Designer Outlet Neumünster. Dies ist insbesondere im Bereich der freizeitmotivierten Übernachtungsgäste ein schwächender Faktor. In Bezug auf die vermehrte Ansprache freizeitmotivierter Übernachtungsgäste erscheint die Etablierung weiterer freizeittouristischer Nachfragegeneratoren aufgrund des moderaten Angebots außerhalb des Shoppings als essentiell, um einen Anteil des bestehenden Tagestourismus in Übernachtungstourismus umzuwandeln. Mögliche Ansätze hierfür wären die Errichtung eines „Cinedom“, einer Erlebniswelt oder weiterer innerstädtischer Attraktoren, welche laut Aussage der Stadt Neumünster bereits im Rahmen von Gesprächen evaluiert werden.

Aufgrund des bedingt attraktiven Übernachtungsangebotes, abgesehen von zwei bis drei Betrieben, wie dem Alten Stahlwerk und dem Best Western Prisma, ist der Hotelmarkt Neumünster primär von kleinbetrieblichen, privatgeführten Strukturen, die nur noch bedingt den Bedürfnissen heutiger Hotelgäste entsprechen, geprägt. Aufgrund dessen und speziell im Hinblick auf das kontinuierliche Wachstum der Nachfrage am Beherbergungs-/ Hotelmarkt, analog dem allgemeinen Wachstum im Bundesland Schleswig-Holstein, wird eine Kapazitätserweiterung am Hotelmarkt als positiv bewertet. Die seit 2012 überproportional steigende Übernachtungsnachfrage zeigt, dass durch die Ansiedlung des Designer Outlet Neumünster auch die Nachfrage am Hotelmarkt gestiegen ist. In den nachfolgenden Kapiteln werden demnach Zielgruppen, unterschiedliche Entwicklungsszenarien und potenzielle Standorte für eine Kapazitätserweiterung des Hotelmarktes Neumünster aufgezeigt.

4 POSITIONIERUNG

Die Positionierung und Konzeption eines Hotelbetriebes ist von entscheidender Bedeutung, um aus dem Wettbewerbskreis hervorzutreten und den Bedürfnissen der avisierten Zielgruppen zu entsprechen. Das folgende Kapitel leitet auf Basis der vorangegangenen Analysen potenzielle Zielgruppen sowie unterschiedliche Betriebstypendefinition für eine mögliche Erweiterung des Hotelangebots in Neumünster ab.

4.1 MARKTSEGMENTE

Im Hinblick auf die Marktsegmente am Hotelmarkt Neumünster wurde im Rahmen des Wettbewerbschecks deutlich, dass ein Großteil der Beherbergungsbetriebe primär von regionalen und kleinstrukturierten Hotelbetrieben geprägt ist. Dies lässt mittel- bis langfristig auf eine Schließung von bestehenden Betrieben, aufgrund von nicht wettbewerbsfähigen Produkten, schließen. Durch die vorrangig inhabergeführten Hotelbetriebe fehlen häufig professionelle Betriebsstrukturen, die für einen nachhaltigen, wirtschaftlichen Erfolg notwendig sind. Zudem weisen relativ kleine, inhabergeführte Betriebe häufig ein Defizit in Bezug auf Finanzmittel für notwendige Renovierungen auf, so dass diese Betriebe häufig nicht mehr den Anforderungen der Gäste bezüglich Qualität und Design gerecht werden können. Darüber hinaus ist oftmals im Rahmen von Generationswechseln eine Nachfolgeregelung schwierig umzusetzen.

In der Vergangenheit hat die Stadt Neumünster verschiedene innerstädtische Projekte im Hinblick auf Inklusion sowie Barrierefreiheit durchgeführt (Brücke Neumünster, Projekt Begegnungswelt, Barrierefreiheit an Neumünsters Haussee, Zeitungsartikel in der SHZ „der Weg zur Barrierefreiheit ist noch weit“ 20.03.2018). Basierend auf der steigenden Bedeutung von Themen wie Inklusion, Barrierefreiheit und Mehrgenerationenreisen sowie gesetzlicher Gegebenheiten gibt es auch im Hotelsektor zunehmend spezialisierte Hotels, welche sich diesen Themen annehmen. Einige Hotels in Neumünster, wie z. B. das Alte Stahlwerk, verfügen über barrierefreie Zimmer und Zugänge und können den Bedürfnissen dieser Zielgruppe gerecht werden. Keiner der bestehenden Hotelbetriebe hat jedoch einen speziellen Fokus auf die Themen Inklusion und Barrierefreiheit gelegt. Sollte die Stadt Neumünster eine Fokussierung dieser Nische anstreben, müsste neben einem angepassten Übernachtungsangebot jedoch auch die allgemeine Infrastruktur und die städtischen Fazilitäten an die Bedürfnisse der Gäste angepasst werden.

4.2 ZIELGRUPPENANALYSE

Basierend auf den Standortgegebenheiten, welche im Rahmen der Markt- und Wettbewerbsanalyse untersucht wurden, lässt sich ein Schwerpunkt auf die folgenden Zielgruppen für eine mögliche Kapazitätserweiterung in Neumünster feststellen sowie weitere potenzielle Zielgruppen ableiten:

- Geschäftsreisende:

Basierend auf den in der Stadt situierten klein- bis mittelständischen Firmenansiedlungen (z. B. Danfoss Power Solutions, EDEKA, Gisma Steckverbinder GmbH, dft Technology), sowie dem Messe- und Veranstaltungsangebot kann eine bestehende geschäftsreisetouristische Nachfrage abgeleitet werden. Da die Nachfrage im Geschäftsreisesegment primär unter der Woche (Montag bis Donnerstag) und mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,5 Tagen zu bemessen ist, sollte durch Kooperationen mit ansässigen Firmen im direkten Standortumfeld eine Basisauslastung angestrebt werden. Darüber hinaus profitiert die Stadt Neumünster von einer guten Erreichbarkeit via Pkw und Bahn, was eine schnelle Anbindung an den Hamburger Flughafen mit europaweiten Verbindungen sowie den Hamburger Hafen in Bezug auf das Thema Logistik ermöglicht. Darüber hinaus stellt die zentrale Lage inmitten von Schleswig-Holstein ein erweitertes Einzugsgebiet im Hinblick auf potenzielle Gäste mit geschäftsreisetouristischem Hintergrund dar. Zur Erreichung einer optimierten Auslastung erscheint eine enge Kooperation mit den Holstenhallen und dem Log-In Gründerzentrum als zielführend.

- Individualreisende mit freizeittouristischem Hintergrund:

Der Anteil der freizeitmotivierten Übernachtungen in Neumünster ist aufgrund der gegebenen Nachfragegeneratoren als mäßig, jedoch mit positiver Tendenz, zu bewerten. Insbesondere ausländische Übernachtungsgäste werden primär durch das Designer Outlet Neumünster angezogen. Eine Tourismus-Studie zum McArthurGlen Designer Outlet Neumünster der Beratungsgesellschaft Dr. Lademann & Partner aus 2017 zeigt auf, dass der überwiegende Anteil ausländischer Besucher des Designer Outlet Neumünster aus Dänemark stammt. Gemäß der Studie wurde verdeutlicht, dass etwa $\frac{1}{4}$ der dänischen Shoppingtouristen länger als einen Tag in Neumünster verweilen und somit einen Anteil der freizeitmotivierten Übernachtungsnachfrage generieren. Regelmäßig Publikumsmessen (Nordpferd, NordBau) sowie Konzerte und Veranstaltungen in den Holstenhallen tragen

ebenfalls zur Übernachtungsnachfrage bei. Durch eine Ergänzung des freizeittouristischen Angebotes seitens der Stadt Neumünster bzw. durch eine intelligente Bündelung bereits vorhandener Angebote (Beispielsweise: Shopping im Designer Outlet Neumünster in Verbindung mit einer Übernachtung / Aufenthalt im Bad am Stadtwald unter dem Motto „Shop & Relax“) könnte das Segment der Freizeitreisenden vergrößern. Weitere Potentiale werden in der Thematik „Pferdestadt Neumünster“, insbesondere in der Verbindung von Reitsportveranstaltungen mit einem Übernachtungsangebot und dazugehörigem Reiterlebnis in der näheren Umgebung, gesehen. Durch die zentrale Lage in Schleswig-Holstein stellt die Stadt zudem einen passenden Ausgangspunkt für eine Anbindung an das Netz des Rad-, Wandertourismus dar, welcher durch die allgemeine Tourismus-Strategie Schleswig-Holsteins und das Konzept „Infrastruktur für landschaftsbezogene Erholung und Tourismus“ gezielt gefördert wird.

- Tagungs-, Konferenzreisende:

Neumünster stellt mit den Holstenhallen einen der größten Veranstaltungs- und Konferenzstandorte nördlich von Hamburg dar. Durch die gute Erreichbarkeit innerhalb Schleswig-Holsteins sowie die gute Anbindung an den Flughafen Hamburg wird ein relevantes Potenzial im Bereich der Tagungsreisenden gesehen. Im Hinblick auf eine Erweiterung dieser Zielgruppe wird jedoch eine stärkere Vermarktung des Standortes sowie die Durchführung zusätzlicher Tagungen / Veranstaltungen vorausgesetzt, um das damit verbundene Übernachtungspotential ausschöpfen zu können. Aktuelle Projekte der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) und der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein (MakS) konzentrieren sich bereits auf eine verstärkte Vermarktung dieses Themenfeldes.

- Transit-Touristen

Bedingt durch die direkte Lage an der Autobahn A 7, welche als zentrale Verbindung nach Skandinavien fungiert, kann ein Potenzial für Transitreisende abgeleitet werden. Diese Gäste kennzeichnet üblicherweise über eine durchschnittliche Verweildauer von einer Nacht. Da diese Zielgruppe mit dem Pkw anreist, sollten ausreichend überwachte Parkmöglichkeiten in Anschluss an das Hotel vorhanden sein.

4.3 KONZEPTIONELLE RAHMENBEDINGUNGEN

Aufgrund der dargestellten Rahmenbedingungen handelt es sich bei der Stadt Neumünster um einen C-Standort innerhalb Deutschlands. C-Standorte sind multifunktionale Städte mit regionaler und teilweise auch nationaler Bedeutung und klassifizieren sich durch eine Übernachtungsanzahl am Beherbergungsmarkt von bis zu 700.000 pro Jahr und einer Einwohneranzahl zwischen 50.000 bis 100.000. Durch Einflussfaktoren wie die Holstenhallen mit einem existenten Messe-, Veranstaltungsangebot, dem McArthurGlen DesignerOutlet Neumünster, einem Fokus auf Firmenneuansiedlungen durch das LogIn-Gründerzentrum sowie die Ansiedlung international agierender klein- und mittelständischer Unternehmen wird ein relevantes Entwicklungspotential für eine Erweiterung des Hotelangebotes am Standort Neumünster gesehen.

Im Rahmen der Realisierung der Kapazitätserweiterung des Hotelmarktes Neumünster wird ein modernes, designorientiertes Hotelkonzept in der 3 bis 4 Sterne / Upper Midscale Kategorie mit mind. 80 - 100 Zimmereinheiten (je nach Realisierungsart Neubau / Bestandserweiterung) als zielführend und marktkonform bewertet. Ein Zimmermix aus Standard- und Komfort-Zimmern, mit einer durchschnittlichen Zimmergröße von rund 16 - 22 m², wird darüber hinaus für eine erweiterte Zielgruppenansprache empfohlen.

Eine höherwertige Positionierung in der Upper Upscale-, Luxury- Kategorie (4*S - 5* Sterne) wird, aufgrund der fehlenden Infrastruktur sowie Nachfragegeneratoren in der Stadt Neumünster und dem unmittelbaren Umfeld, als nicht standortkonform und zielführend für eine Erweiterung der Kapazitäten am Hotelmarkt angesehen. Speziell Erwägungen einer Hotelrealisierung in der 4- bis 5-Sterne Kategorie am Einfelder See werden im nachfolgenden Berichtsabschnitt unter Kapitel 5 vertieft analysiert.

Um eine nachhaltige Wettbewerbsdifferenzierung zu den Bestandsbetrieben in Neumünster zu ermöglichen und den Hotelmarkt um ein qualitatives, konzeptstarkes Bettenangebot in Zentrumsnähe zu ergänzen, sollte darüber hinaus zurzeit keine Positionierung in der (Low) Budget Kategorie (1- / 2-Sterne) angestrebt werden. Außerhalb der Stadtgrenzen bzw. in Autobahnnähe erscheint die Realisierung eines 2-Sterne (Budget) Hotels als zielkonform, um somit Transit-Reisende und preissensiblere Gäste anzusprechen. Eine solche Hotelrealisierung wird jedoch nicht als sinnvolle Erweiterung für den Hotelgesamtmarkt von Neumünster angesehen. Sofern die Nachfragezuwächse in den kommenden Jahren einen Überschuss im Vergleich zum Bettenangebot aufzeigen, könnte

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

eine zusätzliche Projektierung eines (Low) Budget Hotels im Stadtgebiet von Neumünster evaluiert werden. Dieses Hotelprodukt könnte neben dem in der 3 – 4 Sterne Kategorie positionierten Hotelprojekt preissensiblere Übernachtungsgäste ansprechen.

Vorerst wird jedoch empfohlen, sich auf die Entwicklung eines Hotelbetriebes in der (Upper) Midscale Kategorie (3 – 4 Sterne) und eine nachhaltig wirtschaftliche Etablierung dieses Betriebes am Hotelmarkt Neumünster zu fokussieren. Auch im Rahmen potenzieller Erweiterungen von bestehenden Hotelbetrieben in Neumünster wird ein Gesamtwachstum von mind. 80 - 100 Zimmern als eine sinnvolle Ergänzung angesehen.

Als Ergänzung zu den Zimmerkapazitäten bei der Realisierung eines Hotelneubaus wird die Etablierung eines modernen „Open-Lobby“-Konzepts mit einem anknüpfenden schlanken gastronomischen Angebot als zielkonform bewertet. Das gastronomische Konzept sollte neben einem reichhaltigen, vitalen Frühstücksangebot auch über ein selektives Speisen und Barangebot verfügen. Dabei erscheint die personaloptimierende Kombination von Bar- und Check-In-Bereich als wirtschaftlich sinnvoll. Ergänzend wäre standort- und konzeptbezogen die Integration eines gegebenenfalls extern betriebenen Vollrestaurants zu prüfen.

Im Hinblick auf weitere Nebengebiete des Hotelvorhabens wird von der Etablierung eines umfangreichen Tagungsbereichs, basierend auf den gegebenen Standortfaktoren und der Positionierung des Hotelvorhabens, abgeraten. Um Meetings bzw. Besprechungen oder Veranstaltungen durchführen zu können, sollten zwei bis drei multifunktionale Meeting-Räume (ca. 80 - 100 m², kombinierbar, für max. 100 Personen) ausgestattet mit aktueller Präsentations- und Tontechnik, in der Planung des Hotelvorhabens angedacht werden. Zu auslastungsstärkeren Zeiten könnten diese Flächen als Erweiterung des Frühstücksbereichs genutzt werden.

Aufgrund der Positionierung in der 3 - 4 Sterne-Kategorie wird von der Etablierung eines umfangreichen Wellness- und Sportbereichs abgeraten. Ein hausinterner, kompakter Fitnessbereich könnte jedoch als passende Abrundung des Hotelvorhabens angesehen werden.

Zusammenfassend werden einer Erweiterung der Hotelkapazitäten (Hotelneubau / Erweiterung von Bestandsbetrieben) Erfolgsaussichten attestiert, welche sich insbesondere aus der im Wettbewerbsvergleich angestrebten Positionierung, bei gleichzeitig schlanken operativen Strukturen, realisieren lassen.

4.4 BETRIEBSTYPENDEFINITION

4.4.1 SZENARIO 1: NEUPROJEKTIERUNG

Im Hinblick auf die Standortwahl einer potenziellen Neuprojektierung in Neumünster wird eine zentrale, innenstadtnahe Lage empfohlen. Der Standort sollte über eine gute Erreichbarkeit via Pkw und ÖPNV sowie bestehenden Nachfragegeneratoren im unmittelbaren Umfeld verfügen. Auf dieser Basis wurden unter anderem Freiflächen im unmittelbaren Umfeld des Log-In Gründerzentrums sowie entlang der Altonaer Straße und der Rendsburger Straße identifiziert. Eine Auflistung potenzieller Standorte erfolgt in Kapitel 5 – Hotelstandortbewertung.

Nachfolgend werden die Anforderungskriterien an eine Neuprojektierung analog der konzeptionellen Rahmenbedingungen (Kapitel 4.3) aufgelistet.

- Modernes, designorientiertes Hotelkonzept
- Positionierung: 3 – 4 Sterne-Kategorie (Upper Midscale)
- Zimmeranzahl: mind. 80 – 100 Zimmer
- Hotelfazilitäten:
 - Open-Lobby Konzept mit kombiniertem Bar/Check-In-Bereich und angrenzendem Gastronomie-Bereich (Frühstücksraum)
 - Integration eines ggf. extern betriebenen Vollrestaurants ist standort-, projektbezogen zu prüfen
 - Zwei bis drei multifunktionale Meetingräume (ca. 80 - 120 m², für max. 100 Personen)
 - kompakter Fitnessbereich (optional)

In Bezug auf das Preis- und Qualitätsniveau des projektierten Hotelvorhabens sollte sich dieses knapp unterhalb der Preisstrukturen des Alten Stahlwerkes ansiedeln. Speziell im Hinblick auf die Schaffung eines modernen, qualitativ hochwertigen 3 – 4 Sterne Hotelproduktes sollte dies oberhalb des Best Western Hotel Prima und des Neuen Parkhotels angesiedelt werden.

Bei dem Hotelvorhaben wird empfohlen den Fokus auf den Logisanteil, ergänzt durch ein reduziertes gastronomisches Angebot sowie die Vermietung der internen Meetingräume, zu legen.

4.4.2 SZENARIO 2: ERWEITERUNG BESTANDSHOTEL

Um die bestehende Nachfrage am Hotelmarkt abdecken zu können, wird im Rahmen einer Erweiterung eines Bestandshotels empfohlen zusätzliche Zimmerkapazitäten von mind. 80 – 100 Zimmern zu schaffen. Laut Informationen der Wirtschaftsagentur Neumünster haben bereits mehrere Hotelbetreiber in Neumünster das Interesse an Kapazitätserweiterungen geäußert. Wie in Kapitel 3.5 - *Hotelprojekte* beschrieben, wurden bereits erste Planschritte für die Erweiterung des Hotel Wittorf und des Hotel Hildebrandt's in Zentrumsnähe unternommen. Diese Planung wird jedoch in Bezug auf eine allgemeine Bedarfsabdeckung am Hotelmarkt Neumünster als nicht auskömmlich angesehen.

Nachfolgend werden die Rahmenparameter für eine mögliche Erweiterung eines Bestandshotels aufgezeigt.

- Zimmeranzahl: Erweiterung von mind. 80 - 100 zusätzlichen Zimmern
- Modernisierung der bestehenden Zimmer sowie öffentlichen Bereiche und weiteren Hotelfazilitäten, sodass ein einheitliches Hotelprodukt entsteht

In Bezug auf das Preis- und Qualitätsniveau einer Hotelerweiterung sollten die Kapazitätswachse im Rahmen eines modernen, qualitativ hochwertigen 3 – 4 Sterne Hotelproduktes erfolgen. Dieses sollte sich unterhalb der Preisstrukturen des Alten Stahlwerkes ansiedeln.

Bei einer möglichen Erweiterung eines Bestandshotels sollte der Fokus ebenfalls auf den Logisanteil ergänzt durch ein reduziertes gastronomisches Angebot gelegt werden. Eine mögliche Bündelung von Zusatzleistungen (Tagung, Fitness) sowie Ausschöpfung von Synergieeffekten im Vermarktungsbereich (z.B. Hotel Wittorf als Kooperationshotel des Designer Outlet Neumünster durch direkte Nähe) könnte zur erweiterten Abgrenzung vom bestehenden Wettbewerb führen.

4.4.3 SZENARIO 3: INNERSTÄDTISCHE KONVERSION EINER BESTANDSIMMOBILIE

Bei der Konversion einer Bestandsimmobilie wird wie bei der Neuprojektierung eine zentrale, innenstadtnahe Lage empfohlen. Zudem ist die Detailplanung des Hotels (Zimmeranzahl, öffentliche Bereiche, etc.) von der Gebäudekubatur / -struktur und den daraus resultierenden Flächen der Bestandsimmobilie abhängig. In Bezug auf die Lage wurden der Rewe-Markt am Großflecken und das Karstadt-Gebäude als mögliche Konversionsobjekte identifiziert. Die Potenziale dieser Immobilien sollten jedoch im Rahmen einer 360°-Analyse detailliert analysiert werden, um weitere Planschritte vornehmen zu können. Darüber hinaus könnte eine Konversion der Parkflächen am Kleinflecken in ein Hotel als weitere Option evaluiert werden.

Nachfolgend werden die Anforderungskriterien für eine mögliche Erweiterung die Konversion einer Bestandsimmobilie aufgezeigt.

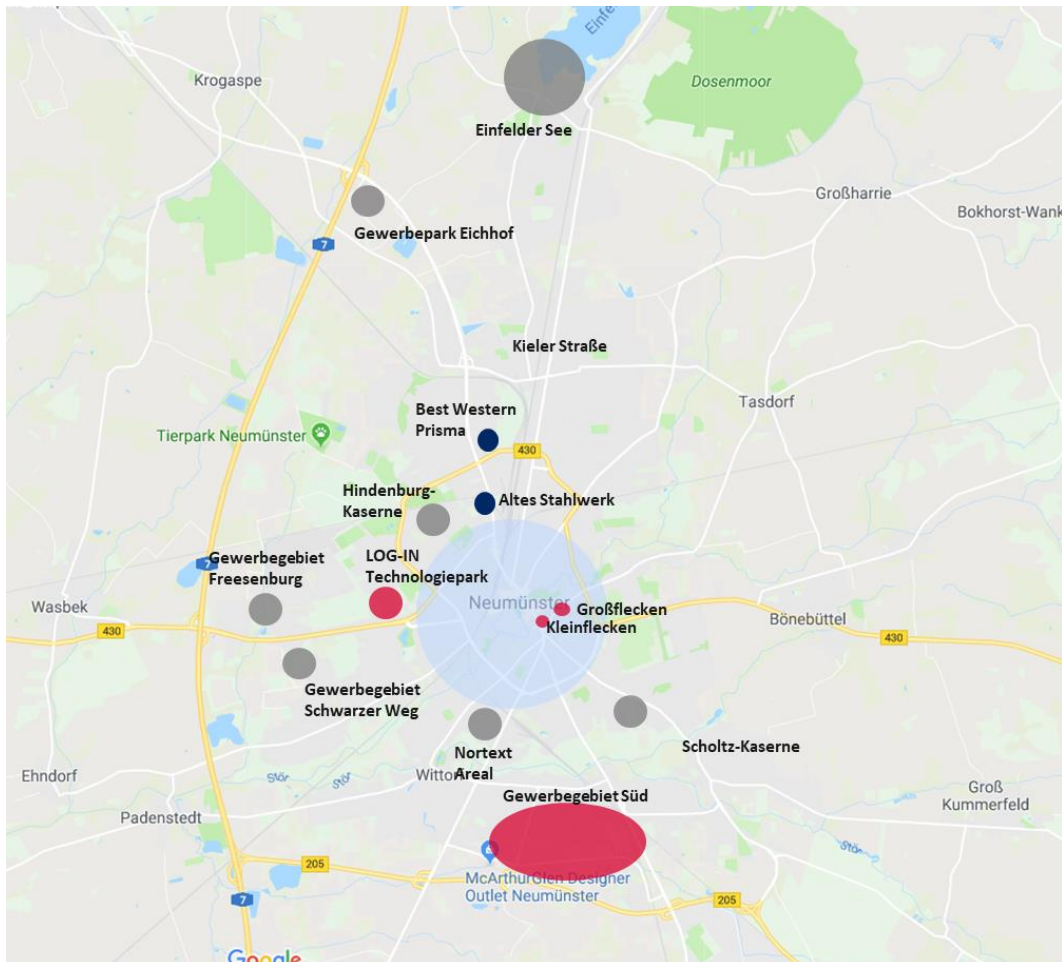
- Modernes, designorientiertes Hotelkonzept angelehnt an die Bestandsimmobilie
- Zimmeranzahl: je nach Beschaffenheit und Kapazität der Immobilie (mind. 80 – 100 Zimmer)
- Positionierung: 3 – 4 Sterne-Kategorie (Upper Midscale)
- Je nach Möglichkeit Integration von zwei bis drei multifunktionalen Meetingräumen (ca. 80 - 120 m², für max. 100 Personen)

In Bezug auf das Preis- und Qualitätsniveau des möglichen Hotelvorhabens (Konversion einer Bestandsimmobilie) sollte sich dieses knapp unterhalb der Preisstrukturen des Alten Stahlwerkes ansiedeln. Speziell im Hinblick auf die Schaffung eines modernen, qualitativ hochwertigen 3 – 4 Sterne Hotelproduktes sollte dies oberhalb des Best Western Hotel Prima und des Neuen Parkhotels angesiedelt werden.

Bei dem Hotelvorhaben wird empfohlen den Fokus auf den Logisanteil, ergänzt durch ein reduziertes gastronomisches Angebot sowie die Vermietung der internen Meetingräume, zu legen. Darüber hinaus sollten Synergieeffekte mit gastronomischen Betrieben in der Innenstadt ausgeschöpft werden.

5 HOTELSTANDORTBEWERTUNG

5.1 AUFLISTUNG POTENZIELLER HOTELSTANDORTE



Karte: google maps; Darstellung Drees & Sommer;

Legende: ● bestehende Hotels ● Entwicklungsareale ● primär attraktive Entwicklungsstandorte

Wie aus der Karte ersichtlich sind im Stadtgebiet von Neumünster unterschiedliche Entwicklungsareale mit potenziellen unbebauten Flächen oder Bestandsimmobilien mit Konversions- / Erweiterungspotentialen verfügbar (grau, rot markiert). Nach der Vor-Ort Besichtigung der einzelnen Areale und einer sorgfältigen Sondierung der Standorte lässt sich eine Priorisierung für eine potenzielle Kapazitätserweiterung aussprechen, welche in den nachfolgenden Steckbriefen vorgestellt werden.

Gewisse Gebiete, wie der Gewerbepark Eichhof, das Gebiet um den Einfelder See, das Gewerbegebiet Schwarzer Weg und das Gewerbegebiet Freesenburg, werden aus Sicht von Drees &

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Sommer für die Entwicklung eines Hotelvorhabens in Neumünster aufgrund der Entfernung zum Stadtzentrum und der Lage als nicht sinnvoll bewertet. Eine Hotelrealisierung in diesen Gebieten würde aufgrund der Mikrolagen der Areale der allgemeinen Situation am Hotelmarkt Neumünster, im Hinblick auf eine Anpassung der Kapazitäten an die Nachfrage, nicht ausreichend Rechnung tragen. Die von der Stadt Neumünster kommunizierten Pläne der Tank- und Rastanlage mit ca. 20 Zimmern im Budget-Segment (ca. 2-Sternekatgorie; i.e. „Truckerhotel“) im Gewerbepark Eichhof, tragen dem allgemeinen Kapazitätsbedarf der Stadt Neumünster dementsprechend keine Rechnung, woraufhin empfohlen wird in einem ersten Schritt ein Hotelvorhaben im Stadtgebiet Neumünster zu priorisieren.

Das Areal der Hindenburg Kaserne wird aufgrund der Lage inmitten eines Wohngebietes und des bedingt vorhandenen Verkehrsanschlusses an die Innenstadt für die Realisierung eines Hotels als nicht zielführend bewertet. Basierend auf der Lage ist darüber hinaus eine notwendige Adressbildung für ein Hotelvorhaben nicht gegeben.

Das Areal der ehemaligen Scholtz-Kaserne ist zudem zu weit südöstlich im Stadtgebiet gelegen, woraufhin aufgrund der Entfernung sowie der bedingt attraktiven Anbindung an die A 7 von einer Hotelentwicklung in diesem Teil der Stadt Neumünster abgeraten wird. Darüber hinaus ist die Umnutzung ehemaliger Kasernen oft nur im Rahmen einer Gesamtentwicklung des Areals sinnvoll. Nach aktuellem Kenntnisstand liegen für beide Kasernen-Gebiete keine zusätzlichen Planungen vor, woraufhin von einer Hotelrealisierung auf dem Gelände der Hindenburg sowie Scholtz-Kaserne abgeraten wird.

Im Hinblick auf das derzeit teilweise noch brachliegende Areal in unmittelbarer Entfernung zum Nortex Mode-Center, besteht aufgrund der Lage entlang einer Haupteinfallsstraße Neumünsters und guten Voraussetzungen für eine Adressbildung sowie Sichtbarkeit Potential für eine Hotelansiedlung. Bedingt durch die Lage zwischen dem Designer Outlet Neumünster und der Innenstadt wird der Mikrostandort jedoch nicht als ein bevorzugtes Entwicklungsareal angesehen.

Das angestrebte Vorhaben einer politischen Fraktion, welches vorsieht das Gebiet um den Einfelder See zu attraktivieren und im Rahmen des „Einfelder-See-Konzeptes“ ein 4- bis 5-Sterne Hotel zu entwickeln, wird aufgrund der Lage und den Standortgegebenheiten als nicht zielführend für die Erweiterung der Hotelkapazitäten im innerstädtischen Bereich von Neumünster angesehen.

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Aufgrund einer fehlenden hotelspezifischen Infrastruktur sowie Nachfragegeneratoren im unmittelbaren Umfeld am Mikromarkt Einfelder See wird von einer Weiterverfolgung des Vorhabens abgeraten.

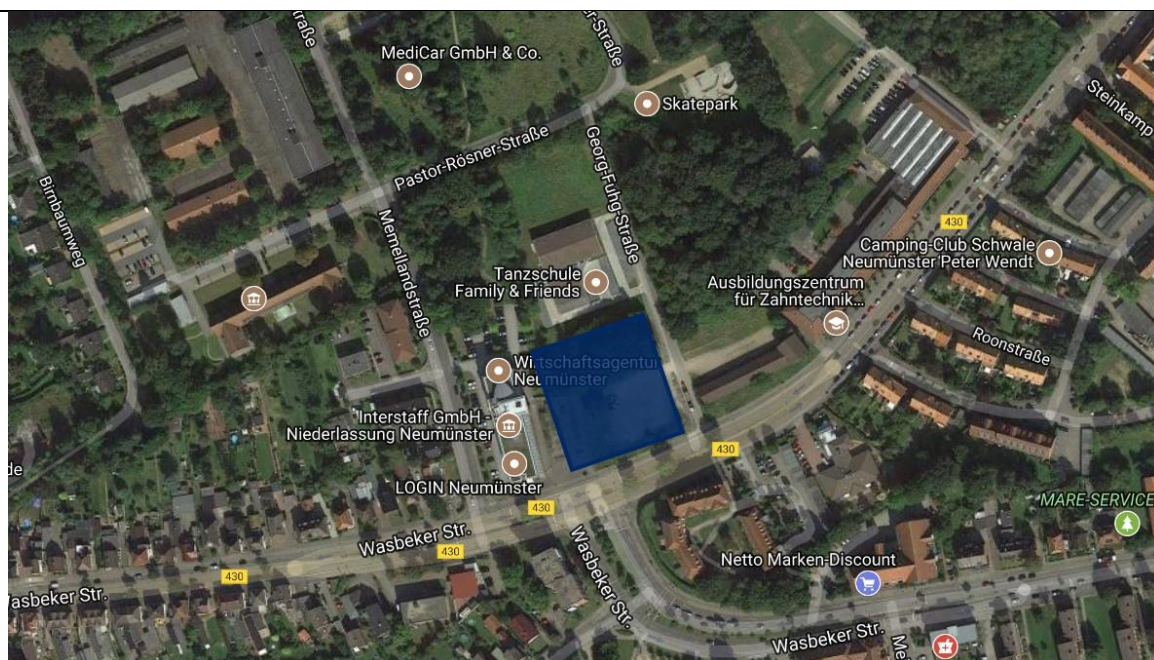
Hingegen werden Teile des brachliegenden Areals neben dem Log-In Technologie Park sowie zwei Bestandsimmobilien am Großflecken für eine potenzielle Konversion und ein derzeit als Parkplatz genutztes Areal am Kleinflecken als potenzielle Standorte für eine Kapazitätserweiterung angesehen. Darüber hinaus werden Potenziale für die Erweiterung von Bestandsimmobilien wie dem Hotel Wittorf in unmittelbarer Nähe zum McArthurGlen Designer Outlet Neumünster gesehen.

Die Potenziale der favorisierten Entwicklungsstandorte (Neubau / Kapazitätserweiterung Bestandshotel / Konversion / Alternativnutzung von Flächen) werden nachfolgend in individuellen Steckbriefen dargestellt.

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

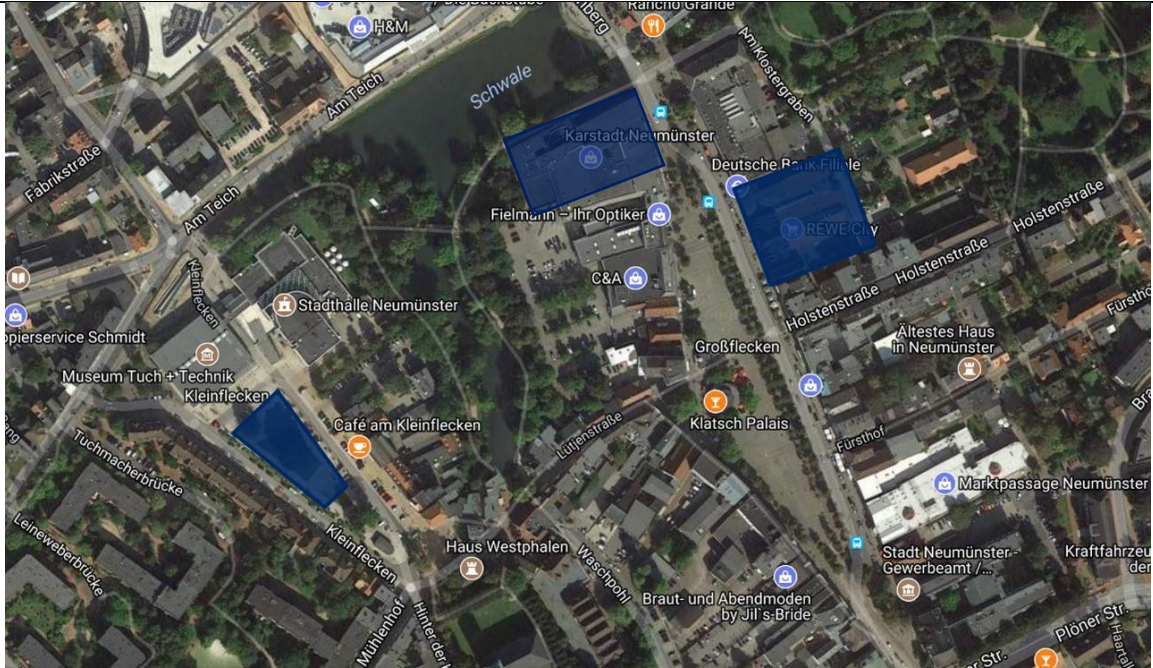
Standort: Log-In Gründerzentrum - Neubau

Sichtbarkeit	Gute Sichtbarkeit durch Lage an einer Hauptverkehrsstraße (B 430)
Lage	- Gute Anbindung via Pkw (Autobahn A 7) sowie Bahn (Hbf. NMS, ca. 2 km) - Entfernung zum Stadtzentrum: ca. 1,6 km (20 min. zu Fuß) - Entfernung zu den Holstenhallen: ca. 3 km (7 min via Pkw) - Entfernung zum Designer Outlet Neumünster: ca. 5 km (15 min via Pkw)
Umfeld	Direktes Umfeld geprägt durch Log-In Gründerzentrum, Tanz- und Berufsschule
Nachfragegeneratoren im Standortumfeld	- Wirtschaftliche Nachfragegeneratoren: Wirtschaftsagentur Neumünster/ Log-In Gründerzentrum sowie weitere Unternehmen (Gewerbegebiet „Schwarzer Weg“, „Freesenburg“, etc.) - Geringe Anzahl an freizeittouristischen Nachfragegeneratoren im direkten Umfeld



Quelle: google maps, Darstellung: Drees&Sommer

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Standort: Innenstadt Groß-/ Kleinflecken – Neubau / Konversion	
Sichtbarkeit	Gute Sichtbarkeit durch direkte Innenstadtlage
Lage	- Direkte Lage in der Innenstadt - Gute Anbindung via Pkw (Autobahn A 7) sowie Bahn (Hbf. NMS) - Entfernung zum Bahnhof: ca. 0,6 km (10 min. zu Fuß) - Entfernung zu den Holstenhallen: ca. 2,5 km (8 min via Pkw) - Entfernung zum Designer Outlet Neumünster: ca. 4,5 km (12 min via Pkw)
Umfeld	Direktes Umfeld geprägt durch Einzelhandel und Gastronomie sowie die Stadthalle Neumünster
Nachfragegeneratoren im Standortumfeld	- Wirtschaftliche Nachfragegeneratoren: Firmenansiedlungen aus der näheren Umgebung sowie die Stadthalle Neumünster als Veranstaltungsort in fußläufiger Distanz - Geringe Anzahl an freizeittouristischen Nachfragegeneratoren im direkten Umfeld (z. B. Holsten-Galerie, Museum Tuch + Technik, Gerisch-Skulpturenpark, Rathaus, etc.)
	
Quelle: google maps, Darstellung: Drees&Sommer	

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

Standort: Nähe zum Designer Outlet Neumünster – Erweiterung einer Bestandsimmobilie wie z. B. Hotel Wittorf (Baurecht sollte überprüft werden)	
Sichtbarkeit	Gute Sichtbarkeit durch Lage an einer Hauptverkehrsstr. und Anbindung an die Ausfahrt NMS Süd
Lage	- Lage in unmittelbarer Nähe zum Designer Outlet Neumünster - Gute Anbindung via Pkw (Autobahn A 7) sowie Bahn (Hbf. NMS) - Entfernung zum Stadtzentrum: ca. 3,5 km (10 min. via Pkw) - Entfernung zu den Holstenhallen: ca. 6,5 km (15 min via Pkw) - Entfernung zum Designer Outlet Neumünster: ca. 0,8 km (10 min zu Fuß)
Umfeld	Direktes Umfeld geprägt durch Wohnbebauung und das Industrie-/Gewerbegebiet Süd
Nachfragegeneratoren im Standortumfeld	- Wirtschaftliche Nachfragegeneratoren: Firmenansiedlungen wie Danfoss Power Solutions, Voigt Logistik, Hagebau Logistik; aktuell noch EDEKA Nord Handelsgesellschaft die ggf. eine Umsiedlung ins nördliche Stadtgebiet vorsehen - Freizeittouristische Nachfraggeneratoren: Designer Outlet Neumünster
	
Quelle: google maps, Darstellung: Drees&Sommer	

6 HANDLUNGSSCHRITTE

Zusammenfassend wird deutlich, dass der Hotelmarkt Neumünster sehr gemischte Strukturen aufweist und ein allgemeiner Handlungsbedarf in Hinblick auf die Modernisierung des bestehenden Übernachtungsangebots (analog Betrieben wie das Alte Stahlwerk) vorliegt. Laut Informationen der Stadt und des Ergebnisberichts der Tourismus-Studie zum Designer Outlet Neumünster sind bereits Modernisierungsmaßnahmen in einigen Betrieben durchgeführt worden sowie in Kapitel 3.5 *Hotelprojekte* erläutert weitere Renovierungs- / Erweiterungsmaßnahmen von Bestandsbetrieben für die kommenden Jahre geplant. Ein Zuwachs von einem modernen, konzeptstarken Hotelbetrieb in Zentrumsnähe wird demnach für eine nachhaltige Positionierung als essentiell angesehen, um den Bedürfnissen der steigenden Gästenachfrage Rechnung tragen zu können.

Basierend auf dem allgemeinen Handlungsbedarf im Hinblick auf eine Modernisierung des bestehenden Übernachtungsangebotes in Neumünster empfiehlt Drees & Sommer im Nachgang zur Hotelbedarfsanalyse folgende Handlungsschritte:

- Um eine nachhaltige touristische Entwicklung der Stadt Neumünster sicherzustellen, bedarf es eines übergeordneten, städtischen Gesamtkonzepts, in dem nicht nur die touristischen, sondern auch weitere wirtschaftliche und gesellschaftliche Aspekte zur Schaffung einer attraktiven und lebenswerten Stadt ausformuliert und diese mit Maßnahmen hinterlegt werden. Bestandteil dieses städtischen Gesamtpositionierungskonzeptes sollte eine gesamtwirtschaftliche Tourismus-Strategie / touristisches Profil für Neumünster und die Region, die sich analog der Tourismus-Strategie für Schleswig-Holstein ausrichtet, sein. Das bestehende integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) sollte hierbei eine Grundlage für die Ausarbeitung darstellen.
- Die Resultate dieser Hotelmarktstudie sollten den politischen und behördlichen Gremienvertretern vorgestellt werden, um daraus konkrete, zielorientierte Maßnahmen für innerstädtische Entwicklungspotentiale (z. B. Baurechtschaffung, Optimierung der Flächennutzungen städtischer Grundstücke / Gebäude, usw.) ableiten zu können. Dies könnte im Rahmen von Workshops mit den relevanten Vertretern aus Politik, Kommune und den Behörden erfolgen, um so Grundsteine für die Schaffung einer ergänzenden touristischen Infrastruktur, der Erweiterung der Hotelkapazitäten sowie einer Etablierung

HOTELMARKTSTUDIE / HOTELBEDARFSANALYSE NEUMÜNSTER

ergänzender potenzieller zusätzlicher Nachfragegeneratoren (z. B. aus den Bereichen Kultur / Entertainment, Kulinarik, Freizeit) zu schaffen.

- Nach einer grundlegenden Prüfung potentieller Standorte für mögliche Hotelprojekte, empfiehlt es sich, ein städtisches Exposee zur Vermarktung des gesamtwirtschaftlichen Standortes Neumünster aufzusetzen, um dieses als Grundlage für Unternehmen zur Ansiedlung neuer Geschäftsfelder, u. A. Hotelbetreiber / - Investoren zu nutzen.
- Nach Informationen der Wirtschaftsagentur Neumünster gibt es bereits Kontakte zu unterschiedlichen Hotelbetreibern die an einer Projektierung in Neumünster Interesse signalisiert haben. Im Rahmen von Fachveranstaltungen und Messen wie etwa Expo Real wurden zudem weitere positive Gespräche mit möglichen Investoren und Hotelbetreibern geführt. Basierend auf den konkreten Interessensbekundungen wird demnach empfohlen, potentielle Standorte für mögliche Hotelprojekte hervorzuheben und diese im Rahmen des städtischen Gesamtkonzepts zu evaluieren. Basierend auf den Ergebnissen können im Nachgang konkrete Gespräche und Handlungsschritte mit Investoren und Betreibern angegangen werden, um eine nachhaltige Entwicklung zusätzlicher Kapazitäten garantieren zu können.

Die aufgeführten Handlungsempfehlungen sind ausschließlich Maßnahmen, die sich aus Sicht von Drees & Sommer unmittelbar als vorläufige Empfehlungen aus dieser Studie ableiten lassen. Diese sollten jedoch durch das Vertiefen weiterer Gespräche mit den Vertretern der Stadt Neumünster analysiert und konkretisiert werden.

Im Rahmen dieser Aufgabenstellung steht Drees & Sommer für weitere ergänzende Beratungsschritte der Stadt Neumünster gern kompetent zur Seite und kann auf einer Vielzahl innerstädtischer Entwicklungskonzeptionen als Referenz zurückgreifen.