



ACRON

REAL ESTATE INVESTMENTS

SINCE 1981

«WORLD TOURISM DAY»

U.S. SENIOR LIVING | **HOSPITALITY** | U.S. MULTIFAMILY

BULLETIN
NEWSLETTER

#13

HOTELS IN USA UND EUROPA: ERHOLUNGSRALLYE HÄLT AN

Trotz des herausfordernden makroökonomischen Umfelds übertreffen die US-Hotels weiterhin die Erwartungen. Im Q1 2023 schlugen US-Hotels das RevPAR-Niveau (Revenue per available room) von Q1 2019 um 13 Prozent, basierend auf Daten von STR. Die Zimmerpreise (ADR, Average Daily Rate) sind dabei weiterhin der Haupttreiber für diese Erholung. Während die Belegung in den ersten drei Monaten 2023 immer noch um 2,1 Punkte unter dem gleichen Zeitraum von 2019 lag, stieg die ADR um 17 Prozent. Wesentlich getragen wird diese Entwicklung nach wie vor von Freizeitreisen, wenngleich sich das Wachstum verlangsamt. Die Zahl der individuellen Geschäftsreisen und die Gruppenreisen erholen sich weiterhin und tragen wieder stärker zur positiven Branchenentwicklung bei.

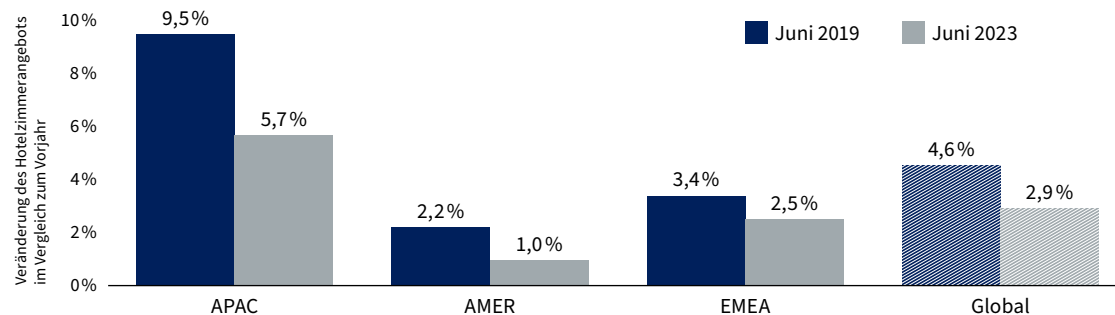
Die Nachfrage nach Unterkünften in europäischen Hotels hat sich nach einer robusten Erholung im Jahr 2022 auch 2023 fortgesetzt. Gestützt wurde diese Entwicklung durch

den Nachholbedarf bei Freizeitreisen und die Belegung der Geschäfts- und Gruppensegmente. Während die Belegung im ersten Quartal 2023 noch fünf Prozent unter Q1 2019 lag, führte das deutliche ADR-Wachstum (plus 19 %) zu einem RevPAR, der das Niveau von 2019 um 13 % übertraf.

Aufgrund der anhaltenden wirtschaftlichen Volatilität und Zinsentwicklungen schrumpfte das weltweite Investitionsvolumen in Hotels im ersten Halbjahr 2023 auf ein Zehnjahrestief, die Handelsaktivität (Anzahl der Transaktionen) bleibt hingegen robust. Dem gegenüber steht das positive Wachstum des Hotelsektors in den Jahren 2022 und 2023 im Vergleich zu anderen Anlageklassen. Durch die weltweit träge Neubautätigkeit (2,7% 2023 vs 4,6% 2019), gehen die Experten von JLL davon aus, dass sich die RevPAR weiter erhöhen wird, sprich steigende Zimmerpreise bei nur langsamen Zuwachs an neuen Räumen.

JÄHRLICHE VERÄNDERUNG DES HOTELZIMMERANGEBOTS

Quelle(n): JLL Research, STR/Costar | Anmerkung(en): Stand der Daten im Juni für 2019 und 2023.



Quellen:

JLL: https://img04.en25.com/Web/JLLHotels/%7Bf306f4c5-74b5-4577-ac24-6a864e5e8c9b%7D_JLL_Global_Hotel_Investment_Trends_-_H1_2023.pdf

hospitality investor: <https://www.hospitalityinvestor.com/investment/time-invest-hotels-now-pro-invest-says>

PWC: <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/assets/pwc-hospitality-directions-may-2023.pdf>

Cushman & Wakefield: <https://www.cushmanwakefield.com/en/united-kingdom/insights/hospitality-market-beat-europe>



Weltweit sinkt die Bautätigkeit, unter anderem bedingt durch steigende Zinsen und hohe Baukosten. Dies eröffnet Hotels die Möglichkeit, Profite durch höhere ADR zu maximieren.

Quelle: JLL

WORLD TOURISM DAY: 5 TRENDS IM HOTELBEREICH BIS 2030

Noch profitiert das Hotelgewerbe vom Rebound-Effekt nach der Corona-Pandemie. Um in Zukunft erfolgreich zu sein, braucht es aber eine bessere Anpassungsfähigkeit und Offenheit für neue Technologien in der gesamten Branche. Anlässlich des (heutigen) «World Tourism Day» blicken wir auf fünf Trends, die das Hotelgewerbe in den kommenden Jahren beeinflussen werden:

1 KÜRZERE AUFMERKSAMKEITSSPANNE

Bedingt durch eine veränderte Mediennutzung ist eine kürzere Aufmerksamkeitsspanne zu erwarten. Reisende suchen schnellen Zugang zu prägnanten Informationen, um Entscheidungen treffen zu können. Social-Media-Plattformen, Videoinhalte und dialogorientierte Schnittstellen beeinflussen mehr denn je die Reiseplanung.

2 NACHFRAGE NACH HYPER-PERSONALISIERUNG

Gäste erwarten heute und mehr noch in Zukunft personalisierte Erlebnisse, die auf ihre Vorlieben zugeschnitten sind. Laut McKinsey wünschen sich 71 % der Verbraucherinnen und Verbraucher personalisierte Kommunikation, und 76 % sind frustriert, wenn solche Angebote fehlen – Hotels müssen darauf reagieren.

3 TECHNOLOGISCHER FORTSCHRITT

Technologie durchdringt unser Leben, und Hotels müssen sich an die laufende Entwicklung anpassen. Künstliche Intelligenz, Automatisierung, Robotik und Augmented Reality werden die Branche stark beeinflussen.

4 VERÄNDERTE ZAHLUNGSWÜNSCHE

Es wird erwartet, dass sich der Zahlungsprozess in Hotels vereinfacht und künftig mehr dem elektronischen Handel ähnelt. Die Kaufabbruchquoten hängen im E-Commerce ganz erheblich mit den angebotenen Zahlungsmöglichkeiten zusammen. Diese Flexibilität und Convenience erwarten auch Hotelgäste in Zukunft.

5 BEDEUTUNG VON NACHHALTIGKEIT

Zertifizierungssysteme und die Nachfrage nach entsprechenden Angeboten durch Gäste werden Hotels dazu bewegen, auf die Einhaltung nachhaltiger Standards zu achten. Grosse Buchungsplattformen führen bereits heute Nachhaltigkeitsbewertungen durch.

**WORLD
TOURISM
DAY 2023**
TOURISM & GREEN
INVESTMENTS



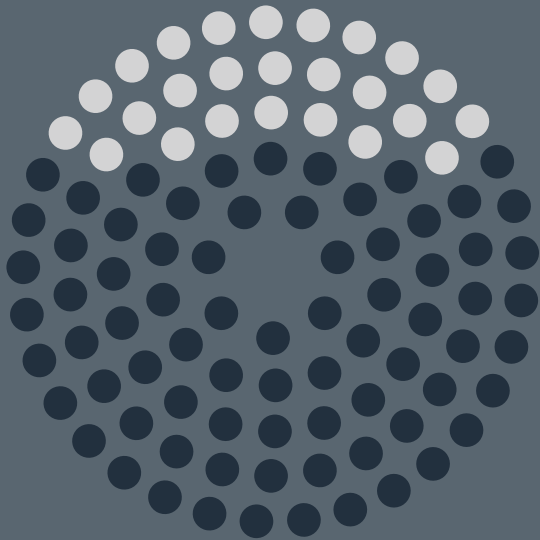
NICHT PERSONALISIERTE KOMMUNIKATION IST EIN GESCHÄFTSRISIKO IN EINEM UMFELD MIT GERINGER LOYALITÄT

Die Konsumentenerwartungen haben sich spätestens seit COVID, aber auch bereits vorher durch den Einfluss neuer Medien verändert: Es werden zunehmend personalisierte Angebote erwartet und Unternehmen abgestraft, die dieses Erlebnis nicht bieten.

Quelle: McKinsey

Loyalität ist gefragt...

... und die Verbraucher erwarten von den Marken und Unternehmen, die sie wählen, eine Personalisierung.



75%

der Verbraucher probierten während der Pandemie ein neues Einkaufsverhalten aus



71%

der Verbraucher erwarten Personalisierung



76%

der Verbraucher sind frustriert, wenn sie es nicht finden

SABLE AT NAVY PIER – EIN TROPHY ASSET VON ACRON IN DER «BESTEN GROSSSTADT DER USA»

Unter den 25 grössten Hotelmärkten in den USA verzeichnete Chicago laut STR im ersten Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahr den grössten Zuwachs bei allen wichtigen Leistungsindikatoren: Bei den Parametern **Belegung** (Anstieg um 23,9 Prozent auf 72,2 Prozent), **ADR** (Anstieg um 29,6 Prozent auf 174,71 US-Dollar) und **RevPAR** (Anstieg um 60,6 Prozent auf 126,13 US-Dollar) zeigt die Entwicklung steil nach oben.

Mit dem Hotel «Sable at Navy Pier», ein Curio Collection by Hilton, hat ACRON ein einzigartiges «Trophy Asset» in Chicago im Portfolio. Das mehrfach ausgezeichnete Hotel mit der

grössten Rooftop-Bar der Welt (eingetragen im Guinness-Buch der Rekorde) steht auf dem Navy Pier, dem historischen Wahrzeichen von Chicago mit jährlich neun Millionen Besucherinnen und Besuchern. Für Investoren bietet sich aktuell der Einstieg in eine bestehende Investitionsstruktur mit einem bereits operativen Asset sowie einer kurzfristigen Laufzeit mit attraktiven Renditechancen.

Die Performance des Sable-Hotels liegt in einem dynamischen Markt bereits über der seiner Wettbewerber in Bezug auf Belegung, ADR und RevPAR. Es spricht viel dafür, dass sich diese Entwicklung weiter fortsetzt, denn Chicago glänzt mit

attraktiven Langzeitaussichten: Die drittgrösste Stadt der USA wurde zum sechsten Mal in Folge zur besten US-Grossstadt gewählt («Condé Nast Traveler Reader's Choice Award») und ist bekannt für seine ausgezeichneten Restaurants, seine

lebendige Kultur- und Unterhaltungsszene sowie seine wirtschaftliche Strahlkraft. Hinzu kommt: Die Stadt am Lake Michigan verfügt über zwei Flughäfen, die Chicago mit mehr als 240 Städten in den USA und weltweit verbindet – ein wichtiger Indikator für die Hotelnachfrage. Diese Kombination aus Faktoren sorgt dafür, dass «windy City» im kommenden Jahr wieder über 60 Millionen Besucherinnen und Besucher aus aller Welt anziehen wird (Prognose).



Das Sable at Navy Pier aus dem Portfolio von ACRON gehört zu den attraktivsten Hotels in Chicago und ist mehrfach ausgezeichnet in punkto Bau und Konstruktion, Nachhaltigkeit und Gästezufriedenheit.

➔ **WAS FOLGT ALS NÄCHSTES?**

U.S. MULTIFAMILY



NO BUILDING WEALTH WITHOUT REAL ESTATE INVESTMENT.

Das nächste Highlight wartet bereits auf Sie!

Die international ausgerichtete ACRON verbindet ihr globales Know-how mit lokaler Präsenz in den stabilsten Immobilienmärkten und hilft Ihnen bei der Investition in erstklassige Assets, Trophy-Immobilien und Spitzenprojekte – und wir haben schon neue Highlights in der Pipeline.



Peer Bender
CEO ACRON AG
Telefon: +41 44 204 34 00
Mobil: +41 79 662 48 75
peer.bender@acron.ch



André N. Lagler
Managing Director ACRON AG
Telefon: +41 44 204 34 94
Mobil: +41 78 754 91 61
andre.lagler@acron.ch



Jonas Lindblom
Managing Director ACRON AG
Telefon: +41 44 204 34 91
Mobil: +41 79 459 28 42
jonas.lindblom@acron.ch



Henrik Peters
Director Key Clients ACRON GmbH
Telefon: +49 211 912 41 03
Mobil: +49 172 243 80 75
henrik.peters@acron.de

Bleiben Sie informiert. Folgen Sie uns:
www.acron.ch



Die in dieser Publikation enthaltenen Daten und Informationen beruhen auf öffentlich zugänglichen Quellen. Eine Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben können wir nicht übernehmen. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung der ACRON wieder. Insbesondere kann keine Haftung für zukünftige wirtschaftliche und technische Entwicklungen übernommen werden. Die in dieser Publikation enthaltenen Daten und Informationen können sich in der Zukunft ohne vorherige Ankündigung ändern.
© 2023; ACRON AG, Haus zur Kaufleuten, Pelikanstrasse 18, 8001 Zurich, Commercial Register of the Canton of Zurich, CHE-105.266.385