

## INHALTSVERZEICHNIS

	Seite	
1	VORBEMERKUNG	1
2	HOTELMARKT DEUTSCHLAND	3
2.1	Angebotsunterschiede in den alten und neuen Bundesländern	3
2.2	Anhaltender Konzentrationsprozeß	5
2.3	Sinkende Übernachtungszahlen und Bettenauslastung	8
2.4	Wirtschaftsimpulse des Beherbergungsgewerbes	10
2.5	Tagungsmarkt	13
3	HOTELANGEBOT IM RUHRGEBIET	16
3.1	Gesamtvolumen im Vergleich zu deutschen Großstädten	16
3.2	Ruhrgebietstypische Betriebsgrößenklassen und -arten	22
3.3	Regionale und lokale Struktur des Hotelmarktes	23
3.4	Hotelmarktentwicklung der letzten Jahre	28
3.5	Hotelplanungen und -modernisierungen	30
3.6	Organisationsformen, Preise und Hotelkategorien	34
4	HOTELAUSLASTUNG UND GÄSTESTRUKTUR	39
4.1	Übernachtungen und Bettenauslastung	39
4.2	Gästestruktur und Verweildauer	43
5	TAGUNGSSTÄTTEN IM RUHRGEBIET	46
5.1	Tagungsmöglichkeiten in Hotels und Tagungseinrichtungen	46
5.2	Tagungsstätten in den einzelnen kreisfreien Städten und Kreisen	49
5.3	Die Bedeutung von Tagungen für Hotels und Hotels garnis	51
5.4	Die Messen in Essen und Dortmund	52
5.5	Einschätzungen des Tagungsmarktes und seiner Entwicklung	54

6	STANDORTFAKTOREN UND STANDORTBEURTEILUNG	55
6.1	Regionale und nationale Hotelunternehmen	55
6.2	Internationale Hotelunternehmen	61
7	TEILMÄRKTE IM RUHRGEBIET (in alphabetischer Reihenfolge)	62
8	NACHFRAGETRENDS	78
8.1	Makrostandort Ruhrgebiet - Bevölkerung, Kaufkraft und Wirtschaft	78
8.2	Nachfragetrends	80
9	ZUSAMMENFASSUNG UND EMPFEHLUNGEN	87

ANHANG