



Bild: M. Gräber/hotelbau

THOMAS SCHLIEPER

„Privathotels müssen ihre Nische finden“

Viele Privathotels in Deutschland plagt ein immenser Investitionsstau. Doch wo fängt man an zu investieren, wenn die Budgets schmal sind? Thomas Schlieper, für den Bereich Operations zuständiger Geschäftsführer der Treugast Solutions Group, hat sich Gedanken darüber gemacht, wie das wenige zur Verfügung stehende Geld am effektivsten eingesetzt werden kann.

„Für Schlieper, viele private gewerbliche Hotels haben zu reparieren, während die großen Ketten immer expandieren. Woher ist das?“

Thomas Schlieper: Insbesondere bei kleinen, privat geführten Hotels herrschen in Bezug auf notwendige Investitionen ganz andere Verhältnisse als bei den großen Ketten. Das, was das Geschäft abwirft, reicht meist gerade einmal, um den laufenden Betrieb aufrechtzuerhalten. Erneuert wird nur, was gerade

kaputt geht und dringend repariert werden muss. Das beläuft sich von der Höhe her auf einen Betrag von im Schnitt 1,5 bis 2 Prozent vom Umsatz. Rücklagen werden in den seltensten Fällen gebildet. Bei den Ketten ist die regelmäßige Modernisierung durch vertraglich festgeschriebene, jährliche Rücklagenbildungen für die laufende Instandhaltung und für den Bereich Furniture, Fixtures & Equipment, die zusammen ungefähr fünf Prozent des Umsatzes ausmachen, stark professionalisiert.

HOTELIMMOBILIEN

Lebensdauer einzelner Bereiche	
Bereich	Lebenszyklus
Gebäude	20-50 Jahre
Gebäudetechnik	15-20 Jahre
Einrichtung/Ausstattung	7-10 Jahre
Konzept	3-7 Jahre

Quelle: www.tourismusforschung.at

Wolff: Können Sie dieses Versprechen bei der Privathotelserie?

Schlieper: Eines Tages kommt der Privathoteller an einen Punkt, an dem er erkennt, dass seine Zimmer in die Jahre gekommen sind. Das würde ich spätestens nach zehn Jahren seit der letzten Renovierung als gegeben ansehen. Dann steht er vor der Herausforderung, dass er seine 40 oder 50 Zimmer alle auf einmal komplett renovieren müsste, mit allem, was dazugehört, wie Teppichböden, Beleuchtung und Dekoration. Rechnet man dafür niedrig angesetzt mit 10.000 Euro pro Zimmer, wird in Summe ein Betrag fällig, den er meist nicht zur Verfügung hat. Er müsste bei seiner Hausbank wegen eines Kredits vorsprechen. Leider sind die deutschen Banken – im Gegensatz zu Österreich, wo es eine Tourismus-Bank gibt – heute oft nicht bereit, derartige Vorhaben zu finanzieren.

Wolff: Wie sieht sich die Privathotelserie in der Zukunft? Wer ist die Zielgruppe?

Schlieper: Weil der Hotelbetrieb in vielen Fällen oft nur so viel abwirft, um über die Runden zu kommen. Viele Privathotellers handeln sich von Tag zu Tag durch. An Rücklagenbildung ist da nicht zu denken. Wenn es doch einmal gelingt, einen kleinen Betrag anzusparen, machen viele den Fehler, ohne großes Nachdenken vier Zimmer zu renovieren und die anderen auf dem alten Stand zu belassen. So entsteht ein inhomogenes Flickwerk. Dazu kommt, dass meist sehr kostenorientiert eingekauft wird, sodass sich kein roter Faden beim Interieur ergibt. Das daraus resultierende Stückwerk wird immer weniger marktfähig.

Wolff: Was ist mit Österreichischen Kämpfen bei Privathotellern?

Schlieper: Viele Privathotels positionieren sich nach wie vor als Allround-Basisanbieter nach dem Prinzip „Ich bin

ein Hotel für jedermann, aber keiner fühlt sich so richtig wohl bei mir“. Wir raten Privathotelliers, die mit den beschriebenen Problemen zu kämpfen haben, zu versuchen, sich in einer Nische zu etablieren. Wichtig ist es, einen Masterplan zu erstellen, in welche Richtung sich das Hotel in fünf Jahren entwickelt haben soll. Dieser Masterplan muss dann die Grundlage aller Einzel-Investitionsentscheidungen bilden. So entsteht dann Schritt für Schritt doch ein harmonisches Ganzes. Man kann sich beispielsweise vornehmen, sich gezielt als Familienhotel zu positionieren, oder als Radfahrerhotel, als Wellnesshotel oder auch als 50plus-Hotel.

Wolff: Als 50plus-Hotel kommt man dann mit einer etwas angestaubten Ausstattung zurecht?

Schlieper: Im Gegenteil. Da darf man sich keinen Illusionen hingeben. Diese Zielgruppe ist am anspruchsvollsten. Sie hat Geld, weiß, was sie dafür erwarten kann, und fordert dies auch ein.

Wolff: Wellness-Hotels stehen an einem Schritt für Schwimmbad?

Schlieper: Wer ein Schwimmbad will, muss natürlich auf einen Schlag tiefer in die Tasche greifen. Ein Schwimmbad setzt jedoch eine bestimmte Betriebsgröße voraus und sollte wohl überlegt sein. Die Investition in den Bau und den laufenden Betrieb lassen sich mit einem 20-Zimmer-Haus nie amortisieren. Ab einer gewissen Größe und einem bestimmten Standort ist für Ferienhotels Pool und Wellness jedoch Pflicht.

Wolff: Können Sie ein Beispiel für eine erfolgreiche schrittweise vollzogene Flächenpostmodernisierung beschreiben?

Schlieper: Ein schönes Beispiel dafür ist die Umgestaltung eines kleinen Wirtshauses im Bayerischen Wald in St. Englmar zum Familotel Beim Simmerl.

1967 hatten Hans und Resi Pielmeier mit zwei Gästezimmern angefangen. 1976 erfolgte die erste Erweiterung auf 24 Betten. 1987 investierten die Pielmeiers 1 Mio. DM in den Umbau der Küche, die Renovierung der Zimmer über der Küche, eine Feuerschutzanlage und Telefone auf den Zimmern. 1989 erfolgte für noch einmal 1 Mio. DM der Neubau eines Gästehauses. 1999 übernahm Sohn Alexander mit seiner Frau Silvia den Betrieb. 2000 mussten 50.000 DM für die Renovierung der Toilettenanlagen im Gasthaus ausgegeben werden. Bereits vorher entwickelten sich die Umsatzzahlen jedoch schon rückläufig, da die Gäste nicht mehr nur eine schöne Aussicht und eine tolle Lage erwarteten. Somit stand eine größere Neuausrichtung an.

2001 entschieden beide, mit Familotel Kontakt aufzunehmen und ihren Betrieb in ein solches umzubauen. 2002 fand für 2,1 Mio. Euro der große Umbau statt, mit dem Neubau eines Hallenbades und dem Umbau aller Doppelzimmer zu Apartments. 2005 kam für 150.000 Euro die Kosmetik-Abteilung dazu, 2006 für 150.000 Euro der Sauna- und Wellnessbereich. 2007 erfolgte der Umbau von fünf Fremdenzimmern im Gästehaus für 100.000 Euro. 2008 investierten die Pielmeiers jun. noch einmal 50.000 Euro in den Umbau des Streichelzoos und der Terrasse mit Lounge sowie die Umlegung des Parkplatzes. Die Maßnahmen haben sich in Summe jedoch voll und ganz gelohnt. Nicht nur die Zimmerpreise konnten durch das neue Konzept um 100 Prozent gesteigert werden, auch die Auslastung stieg von 43 auf 73 Prozent.

Martin Gräber

HOTELFORUM

Im Olympiajahr 2008 schärft das hotelforum seine Konturen und nennt sich nun The European Hotel Development Conference. Am 8. und 9. Oktober 2008 findet zum 6. Mal die jährliche Konferenz rund um die Hotelimmobilie statt, dieses Jahr im Münchener 5-Sterne-Haus Bayerischer Hof. Der Termin eignet sich ideal, um einen Besuch der Immobilienfachmesse Expo Real (6. bis 8. Oktober) mit dem hotelforum zu verbinden.

Den Auftakt machen am Nachmittag des 8. Oktober Europas neueste Hotelprojekte und innovative Lösungen in den Project und Product Showcases sowie eine Exkursion in die BMW Welt. Highlight des Galaabends am ersten Veranstaltungstag ist die Wahl der „Hotelimmobilie des Jahres“. Dieser Titel ist Jahr für Jahr heiß begehrt bei den Hotelentwicklern und Hotelbetreibern Europas. „Mit 16 Hotels ist die Bewerberrunde so groß wie nie“, zieht Verena Fraitzl, hotelforum-Geschäftsführerin, ein erstes Fazit nach dem Bewerbungsschluss am 31. Juli. Die

Jury aus Branchenfachleuten um den Vorjahressieger Dietmar Müller-Elmaw wird Anfang September drei Hotels für die Endauswahl nominieren.

Die European Hotel Development Conference vereint tags darauf hochkarätige Referenten, Workshops und Podiumsdiskussionen mit internationalen Hotel-Experten unter einem Dach. Die Themen am 9. Oktober 2008 im Überblick:

- New Players: Tomorrow's Champions – Hotel Operators to notice
- Markets: Gold Silver Bronze – Market Overview Central & Eastern Europe
- Destinations: Who's next to light the flame – Touristic Development in Germany, Ukraine and Baltic States
- Development: Higher, Faster, Stronger – Technology, Design, Budget Hotels
- Financing: After the fight – Project Financing after the Subprime Crisis
- Sustainability: Facing the challenge – Golden Future for Green Hoteliers



Vertritt die skandinavische Sicht zum Thema Nachhaltigkeit in der Hotellerie: Jan Peter Bergkvist, Vice President Sustainable Business, Scandic.

www.hotelforum.org

hotel
forum 2008

Medienpartner:

hotel

EXPO REAL

Vom 6. bis 8. Oktober versammeln sich in München auf der Expo Real erneut alle, die in der Immobilienbranche Rang und Namen haben. Im zehnten Jahr ihres Bestehens sagen viele, dass die Münchener Edel-Messe mittlerweile die Mipim in Cannes als führenden internationalen Marktplatz für Gewerbeimmobilien abgelöst hat.

Seit nunmehr sieben Jahren hat auch das Thema Hotelinvestments seinen Stammplatz auf der Expo Real. Beim Hospitality Industry Dialogue am Montag, den 6. Oktober, werden Experten unter anderem darüber diskutieren, welche internationalen Kapitalströme nach Deutschland

fließen. David Fattal, Gründer der Fattal-Gruppe (Leonardo Hotels) aus Tel Aviv, Yakir Gabay, Hauptinvestor der Grand City Hotels in Berlin, und Christopher Day, Managing Director von Christie & Co. London, haben sich dazu angekündigt. Eine weitere Runde wird sich mit dem Comeback der Mittelklasse-Hotels befassen. Weitere Themen sind: „Wann sterben wir den Marktentod? Die Perversion der Profilierung“, „Betreiber und Investoren. Die gegenseitige (Un-) Abhängigkeit“ und „Investieren in Grün. Ganzheitliche Öko-Resorts rechnen sich“.

Das Hotelberatungsunternehmen Treugast nutzt den Rahmen der Expo Real dazu,

am 6. Oktober in Konferenzraum B12 von 14:00 – 15:30 Uhr sein Investment Ranking 2008 vorzustellen.
www.exporeal.net



Bild: Thomas Plettenberg/Messe München

Mekka der Investoren und Projektentwickler: die Expo Real in München.

www.hotel.biz

September/Oktober 2008