

Crash-Kurs in Sachen Kennzahlen:
Die Prodingler Tourismusberatung
listet auf, was jeder Hotelier aus
dem Ärmel schütteln können sollte.
15 Minuten Aufmerksamkeit bitte.

TEXT THOMAS REISENZAHN |
PRODINGER TOURISMUSBERATUNG
ILLUSTRATION GINA MÜLLER

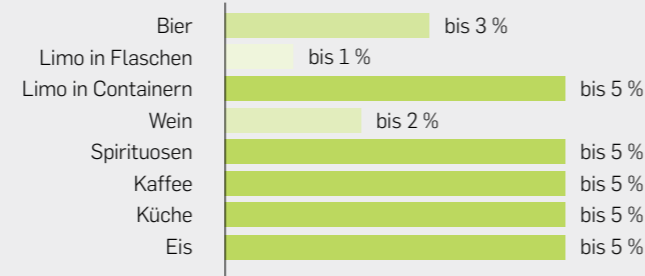
1 KLEINES 1 1x1 DER HOTELLERIE



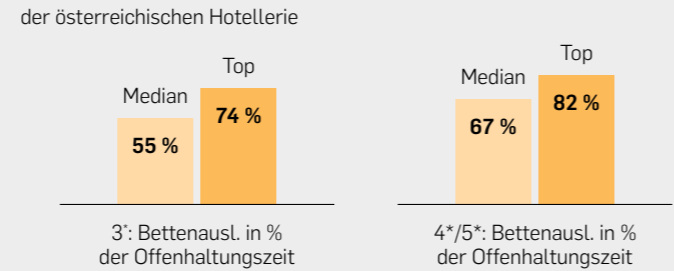
Zum Einstieg

Zimmer-Auslastung in % (für 365 Tage bzw. OHT)	Belegte Zimmer x 100 (Verfügbare Zimmer x 365 bzw. OHT)
Betten-Auslastung in % (für 365 Tage bzw. OHT)	Belegte Betten (Nächtigungen) x 100 (Verfügbare Betten x 365 bzw. OHT)
Aufenthaltsdauer	Anzahl Nchtigungen, Anzahl Ankünfte
Vollbelegungstage (gibt an, an wie vielen Tagen alle Betten voll belegt sind)	Anzahl Nchtigungen, Anzahl Bettenkapazität pro Tag
Netto Netto Logiserlös	Bsp. Preis lt. Preisliste inkl. HP (110 %) € 103,50 - 13% USt. € 11,91 = Nettopreis € 91,59 - Frühstück (netto) € 10,00 - Abendessen (netto) € 18,00 Netto-Netto-Preis € 63,59
	Halbpension zwischen 30 bis 35 % Average Daily Rate (Durchschnittszimmerrate), ergibt sich aus dem Logisumsatz dividiert durch die Anzahl der verkauften Zimmer, auch »AHR Average House Rate« genannt
REVPAR (Betten-Yield) Netto Netto Logiserlös pro verfügbarem Zimmer (berücksichtigt Preis und Auslastung)	Revenue per Available Room Logiserlöse (Netto Netto) pro verfügbarem Zimmer (verfügbare Zimmer einer Periode, z. B. Offenhaltetage)
RevPAB	Revenue per Available Bed Netto-Logisumsatz pro verfügbarem Bett, kommt oft in Ferienhotels zum Tragen
REVPOR (= ADR) Netto Netto Logiserlös pro verkauftem Zimmer (berücksichtigt Preis, aber nicht die Auslastung)	Logiserlöse (Netto Netto) (belegte Zimmer einer Periode, z. B. Offenhaltetage)
GOPPAR	Gross Operating Profit per Available Room Betriebsergebnis pro verfügbarem Zimmer
OCC	Occupancy – Belegung: prozentualer Wert, der die Zimmerbelegung oder –auslastung darstellt

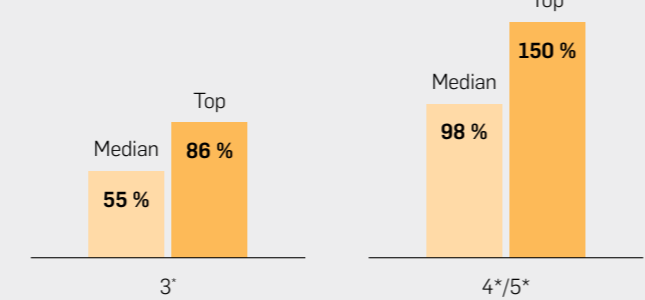
Schwund



Bettenauslastung

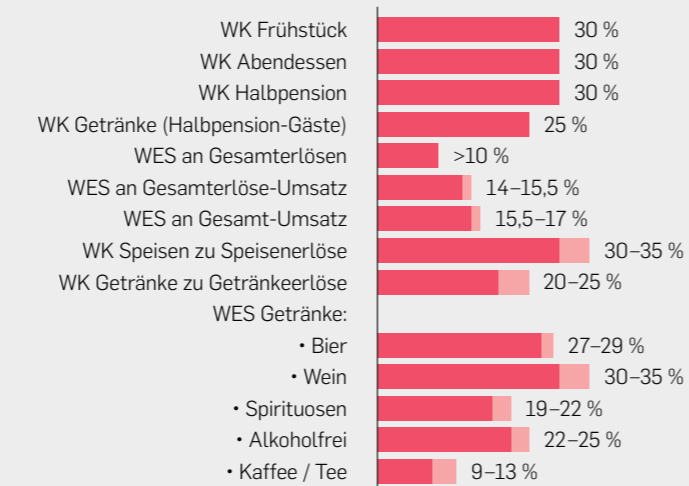


RevPAR



Der Median ist jener Wert einer Stichprobe, der bei einer der Größe nach sortierten Zahl von Werten den mittleren Wert dieser Reihe darstellt. Er ist von Extremwerten nicht beeinflusst und eignet sich somit besser zum Vergleich als der sogenannte Mittelwert.
Top-Wert: Bei diesen Werten handelt es sich um den oberen Quartilwert der jeweiligen Größe. 75% der Unternehmen in der Stichprobe weisen somit »schlechtere« und nur 25 % weisen »bessere« Werte auf.

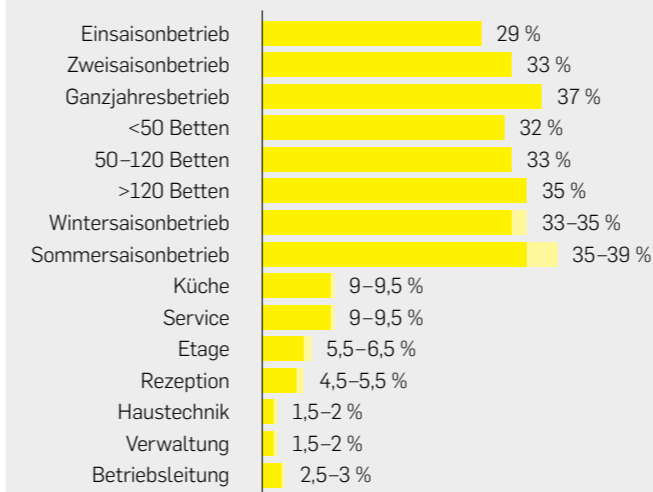
Warenkosten/Wareneinsatz



WK in % = Warenkosten/Wareneinsatz, WK Getränke zu Getränkeerlösen in %, WES Warenereinsatz

Mitarbeiterkosten

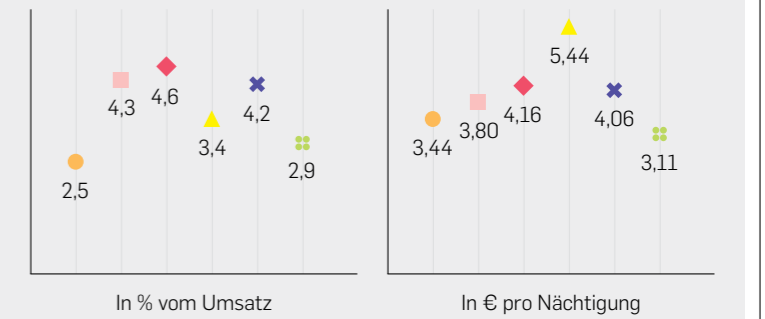
Mitarbeiterkosten: Bruttolohn + 32 % Lohnnebenkosten



Mit welchem Schwund muss ich rechnen und welche Kosten sollte ich fürs Marketing einkalkulieren? Einige Kennzahlen, die beim Einstieg ins Hotel-Business helfen oder der Evaluierung dienen können.

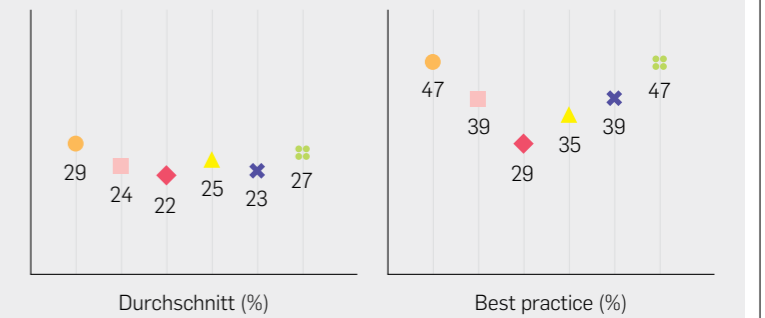
Marketingkosten

Bei diesen Werten handelt es sich um »untere« Werte. Für Marketing/Kommunikation können 5,5%-6,5% veranschlagt werden. Kommissionen und Provisionen sind nicht mitgerechnet.



Operatives Betriebsergebnis (GOP)

= operatives Ergebnis, eine international übliche Kennzahl, gibt Auskunft über die Liquidität des Betriebes ohne Rücksicht auf die Form der Finanzierung und Besitzverhältnisse



Prodingier Betriebs Check

Bewertungsschema Hotellerie quantitativ	Sehr Gut (1)	Gut (2)	Befriedigend (3)	Schlecht (4)	Sehr schlecht (5)
Verschuldungsgrad (FK/JU)	<1:1,4	<1:1,7	<1:1,9	1:2,3	>1:2,3
Entschuldungsdauer in Jahren (FK/CF)	<9	>9	>12,9	>15	>20
Zwischennote: Finanzielle Stabilität Durchschnitt aus Verschuldungsgrad und Entschuldungsdauer					
Gesamtkapitalrentabilität (%)	>12	>8	>4	>0	negativ
Cash-Flow-Leistungsrate (%)	>25	>20	>15	>10	<10
GOP pro Zimmer (€)	>14.000	>11.600	>9.200	>6.800	<6.800
Auslastung nach Betten (%)	>62	>56	>50	>43	<43
Zwischennote: Ertragslage Durchschnitt aus Gesamtkapitalrentabilität, Cash-Flow, GOP und Vollbelegungstage					
GOP (%)	>29	>26	>23	>20	<20
Zwischennote: Wirtschaftlichkeit					
GESAMTNOTE					