

LEADERSHIP



# HOTEL-INVESTOREN BRINGEN NEUE VIELFALT IN DIE ALPEN

## Trends der alpinen Ferienhotellerie

Von Thomas Reizenzahn

***Bemerkenswert ist das große Investoreninteresse. Wobei sich zeigt, dass individuelle Hotelbetreiber den Bereich wesentlich offensiver ins Auge fassen als institutionelle Großinvestoren.***

Der Prodingler-Summit im Mai im „Rasmushof“ in Kitzbühel entwickelt sich zu einem touristischen Immobilien-Branchentreff, der neue Maßstäbe setzt. Die Veranstaltungshalle des „Rasmushofes“ war mit 220 Teilnehmer:innen prall gefüllt – und wie Diskussionen und Publikumsfragen zeigten, waren Podium und Gäste gleichermaßen der Qualität verpflichtet.

Noch besteht der alpine Hotelmarkt zu 71 Prozent aus familiengeführten, unabhängigen Hotels, wobei tendenziell immer mehr Marken internationaler Hotelkonzerne (etwa Dorint, Arcona und Kempinski) sowie nationale Hotelgesellschaften (wie Alpen-Parks, Alps Residence, Vaya) in Österreichs Bergwelt Fuß fassen. Viele dieser etablierten und neuen Player im Alpenraum waren

beim ganztägigen Prodingler-Summit vertreten. So trafen in der ersten Runde mit Jörg Böckeler, DHI Dorint Hospitality & Innovation, Markus Lück, 12.18 Hotel Collection, Alexander Winter, Arcona Hotels & Resorts, und Yannick Wagner, Accor Hotels, führende Repräsentanten internationaler Hotelgruppierungen aufeinander, die ihre ersten „Bleiben“ im Alpenraum gefunden haben.

© Andrey Apoew – stock.adobe.com

LEADERSHIP

Arcona war mit dem Verkauf ihres Portfolios an Vienna House 2019 zur „Stadtflucht“ angetreten. Dementsprechend predigte Winter Konsequenz: „Es ist sinnlos, Konzepte, die in der Stadt funktionieren, einfach über Ferienhotels zu stülpen.“ Wagner brachte Accors breiten „Markenstrauß von über 30 Hotelprodukten“ ins Treffen. „Ein Jo&Joe kann ich mir als Berghotel durchaus vorstellen, ein Novotel weniger“, bekannte Wagner, dass sein Hotelkonzern in Österreich noch einen Schritt hinterher sei. Anders Arcona, das mit dem „Boutique Hotel Erika“ in Kitzbühel seine Vorstellungen bereits umsetzen konnte. Zusätzlich sollte das kantige „Triforêt“ in Hinterstoder bis zum übernächsten Winter fertig sein.

Auch für die neu aufgestellte Dorint (DHI)-Gruppe stellt Kitzbühel den Startpunkt dar. Bis nächstes Jahr wird das „Grand Tirolia Resort“ seine endgültige Form annehmen. „Früher war Dorint im Alpenraum omnipräsent, mit der Neugründung wird die Marke im Leisure-Segment wieder zum Thema. Entscheidend war für uns, mit der Renovierung ein Produkt zu schaffen, das ganzjährig optimal funktioniert. Schon allein, um den Mitarbeitermarkt im Griff zu haben“, sprach Böckler in einem Satz zwei Themen an, die bei allen Vertretern der internationalen Ketten präsent waren. Denn am wichtigsten für Neueinsteiger am alpinen Markt ist es, ganzjährig Gäste zu empfangen. Auch Lück konnte für seine 12.18-Collection als Projektentwickler und Betreiber in Österreich schon fündig werden. Vor einem Monat wurde das Top-Hotel „Hochgurgl“ erworben. Dabei galt es, nicht nur den Namen, sondern auch den

Charme des familiengeführten Hotels zu wahren, führte Lück aus: „Wenn man es gut macht, braucht man die Konzepte nur ein wenig zu professionalisieren, etwa indem man die Distributionskanäle stärkt. Dann gehen Raten und Auslastung nach oben.“

**Hotelgruppen betreiben, institutionelle Großinvestoren investieren.** Wirklich bemerkenswert ist das Investoreninteresse am alpinen Raum. Wobei sich zeigt, dass die Hotelbetreiber den Alpenraum offensiv ins Auge fassen und im Hintergrund institutionelle Großinvestoren mit Kapital bereitstellen. Die Zauberformel lautet: „Hotelgruppen betreiben und große Investoren sichern die Investitionen in Hotelimmobilien ab“. Dieses Wechselspiel zwischen Betreiber und neuem Eigentümer wird es in der alpinen Ferienhotellerie in Zukunft öfter geben. Der Einstieg der Ideal-Versicherung mit 49 Prozent in das „Grand Tirolia Resort Kitzbühel“ ist ein Beweis für diese Entwicklung. Zur Erinnerung: Investoren haben während Corona viel Geld eingesammelt, aber nur wenige Anlageziele gefunden.

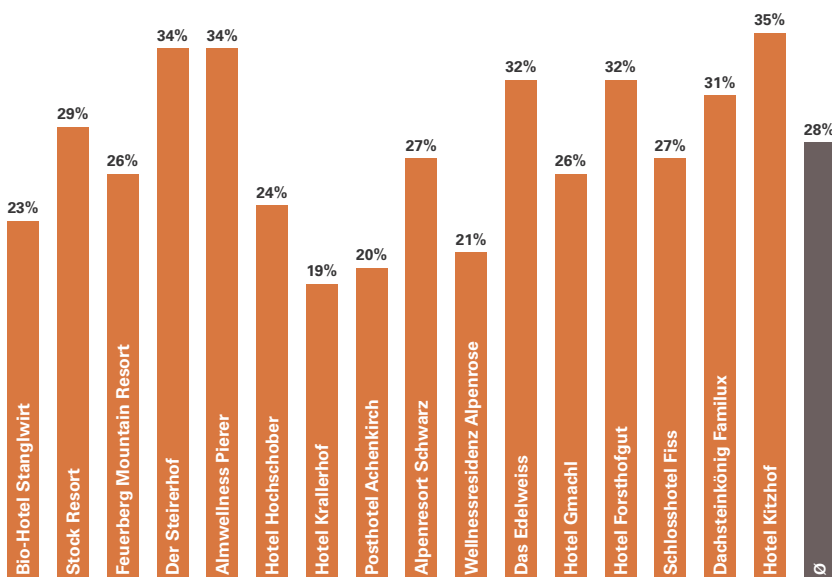
**Höchst profitable Top-Betriebe.** Manfred Schekulin, Geschäftsführer der Steuerberatung Prodingler, präsentiert Benchmarks von 16 österreichischen Tophotels. Es handelt sich dabei um Betriebe, deren GOP (Gross Operating Profit) im Schnitt bei 28 Prozent des Umsatzes liegt und die pro Zimmer 1,3 Mitarbeiter:innen beschäftigen. Relativ gering ist die Schwankungsbreite bei den Kosten pro Mitarbeiter:in (im Schnitt 37.000 Euro pro Jahr), beachtlich der Umsatz pro Zimmer, der bei „Stanglwirt“ und „Stock-Resort“ mehr als

200.000 Euro im Jahr erreicht. Im Schnitt liegt die AfA bei einem Viertel der Investitionen. „Es wird also wesentlich mehr investiert als abgeschrieben“, zeigte Schekulin die enorme Qualitätsbereitschaft auf. Für das Coronajahr 2021 sei schon erkennbar, dass kleine bis mittlere Betriebe eine sehr starke Streuung bei der Eigenkapitaldynamik zeigen, während größere Betriebe durchgängig schlechter dastehen als zuvor.

**Was ist ein Hotel heute wert?** Wer in alpine Hotels investiert kann davon ausgehen, dass die Ertragsperspektiven nach zwei Coronajahren alles andere als besser geworden sind. Wie sind bestehende Betriebe also heute zu bewerten? Dazu lieferte der Geschäftsführer der österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) Matthias Matzer, ein markantes Beispiel für „je nachdem“: Ein Drei-Stern-Hotel könne nach der allgemeingültigen ÖHT-Formel (1,7-facher Jahresumsatz plus siebenfacher GOP, dividiert durch zwei) mit sieben Millionen Euro und von Prodingler mit zehn Millionen Euro bewertet – und trotzdem um zwölf Millionen verkauft werden. Weil in Toplagen Ertragswert und Substanzwert eklatant auseinanderklaffen. „Wir als ÖHT sind da, um den Tourismus zu fördern. Deshalb gehen wir vom Ertragswert aus“, erklärte der Experte. Matzer verwies auch darauf, dass es sich beim Prodingler-Benchmark um die wirklich absolute Spitze handle: „In unserem Alltag sehen wir, dass viele Betriebe Probleme nach dem URG (Unternehmensreorganisationsgesetz) haben, also die geforderten 8 Prozent Eigenkapital und 15 Jahre fiktive Entschuldungsdauer, kaum einhalten können.“ ■

**Auswahl österreichischer Top-Hotels: höchst profitable Betriebe**

GOP in Prozent vom Umsatz



**DER AUTOR**

Der akadem. geprüfte Tourismuskaufmann und Betriebsökonom Thomas Reizenzahn war Generalsekretär der Österreichischen Hotelierversicherung (ÖHV) und ist derzeit Geschäftsführer und Gesellschafter der Prodingler Beratungsgruppe.  
 t.reizenzahn@prodingler.at