

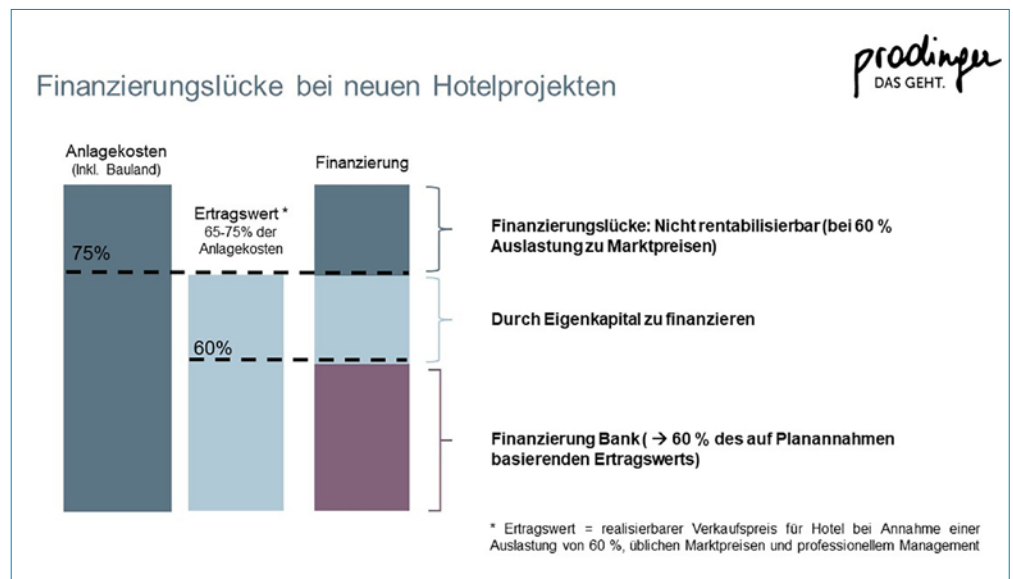
KREDITE WERDEN TEURER

... und sind schwerer zu bekommen!

Von Thomas Reisenzahn

Die heimische Hotelbranche steckt in einer Zwickmühle. Einerseits gibt es erfreuliche Zuwachsraten, andererseits sind die Betriebsergebnisse trotz der an Vor-Corona-Zeiten anschließenden Buchungslage unter Druck geraten.

Die Preisdurchsetzung hat sich zwar verbessert, doch sind die Kosten von Rohstoffen, Energie und Personal noch stärker gestiegen. Dazu kommen gesalzene Baukosten, die es der kapitalintensiven Branche schwer machen, die notwendigen Investitionen zu stemmen. Investitionen in eine Hotelimmobilie sind jedoch permanent notwendig, um Gästebedürfnisse abzudecken und Innovationen umzusetzen. Zusätzlich stellt sich das Problem der hohen Zinsbelastung. Eigentlich sollte mit den Zinserhöhungen die Inflation bekämpft werden, herausgekommen ist jedoch ein ordentlicher Dämpfer für die gesamte Wirtschaft. Den Betrieben steht für die Rückführung von Fremdkapital heute weniger Cash-Flow zur Verfügung, und neue Ratingvorschriften der Banken verschärfen die Gesamtsituation. Dies gilt ebenfalls für die kommende europäische Nachhaltigkeitsberichterstattung, wonach die „ESG-Risiken“ („environmental, social, governance“) in den Förderrichtlinien mitberücksichtigt werden müssen. Auch müssen sich die Betriebe in den preissensibleren und nachfrageschwä-



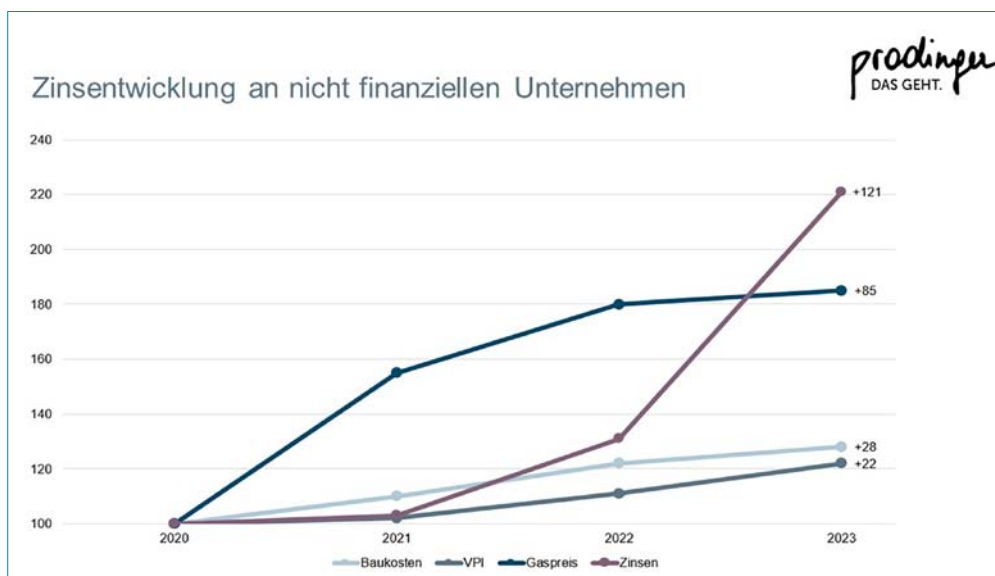
cheren Sommermonaten in den Alpen der starken Konkurrenz durch Sun & Beach-Destinationen stellen.

All diese Szenarien stehen vor dem Hintergrund einer sinkenden Eigenkapitalquote,

hoher Fixkosten und weiter steigender Zinsen. Dies senkt die Krisenfestigkeit der Branche. Investitionsrisiken insbesondere für kleinere Unternehmen scheinen vorprogrammiert. Konkret lässt sich sagen: Es wird schwieriger einen Kredit zu bekommen, der auch um einiges teurer sein wird. Aufgrund dieser wirtschaftlichen Situation und gesetzlichen Rahmenbedingungen (Basel III, Rating-Vorschriften, Taxonomie etc.) sind Banken zurückhaltend bei der Gewährung von Krediten.

Finanzierungslücke bei Hotelprojekten. Bei der Realisierung alpiner Hotels besteht meist eine Finanzierungslücke beziehungsweise eine Differenz zwischen dem Ertragswert (rentabilisierbare Investitionen, die über Banken am Kapitalmarkt finanzierbar sind) und den Anlagekosten.

Tragbare Investitionskosten. Diese Gegenüberstellung von tragbaren Investitionskosten und Anlagekosten soll aufzeigen, dass ein Hotelprojekt unter den derzeitigen



prodinger
DAS GEHT.

Tragbare Investitionskosten

| Annahmen | |
|----------|---|
| 4* | Hotel |
| 70 | Zimmer |
| 300 | Öffnungstage |
| 70% | Zimmerauslastung |
| 160 € | durchschn. NettoLogiserlös / Zimmer / Tag |

| Tragbare Investitionskosten | |
|-----------------------------|--------------|
| Abschreibungen | 3,00% |
| Fremdkapitalzinsen | 4,50% |
| GOP / | 7,50% |
| 11.500.000 € | |

| Umsatz und GOP | |
|---------------------|-------------------------|
| Beherbergung | 2.352.000 € 60% |
| Gastronomie | 1.372.000 € 35% |
| Nebenleistungen | 196.000 € 5% |
| Gesamtumsatz | 3.920.000 € 100% |
| GOP* | 862.400 € 22% |

| Gegenüberstellung tragbare Investitionskosten / Anlagekosten | |
|--|----------------------|
| Anlagekosten pro Zimmer | 270.000 € |
| Anlagekosten gesamt | 18.900.000 € |
| Tragbare Investitionskosten | 11.500.000 € |
| Finanzierungslücke | - 7.400.000 € |

Verfügbare Mittel für Verzinsung und Amortisation

*laut ÖHT, 4/5-Stern-Benchmark (Median 2019)

Rahmenbedingungen schwer rentabilisierbar ist. Der Neubau eines alpinen 4-Sterne Hotels kostet (je nach Lage und Ausrichtung) zwischen 250.000 und 300.000 Euro pro Zimmer (exkl. Grundstück). Bei der nachstehenden Darstellung wird von einer durchschnittlichen Investition von 270.000 Euro pro Zimmer ausgegangen.

Welche Fehler bei Gesprächen mit Banken vermieden werden sollten:

- Die Finanzierungsverhandlungen werden in der Regel im letzten Moment (oder zu spät) begonnen! (Faustregel: 4 bis 6 Monate vor Baubeginn, 3 Monate vor Baubeginn unterschriftsreif).
- Zu häufig wird zuerst das Eigenkapital verbaut (ohne dass eine volle Ausfinanzierung gesichert ist), worauf das Projekt steckenbleibt. Nicht zuletzt bewirkt dies dann erhebliche Probleme bei den Förderungsanträgen.
- Es wurde kein positives Vertrauensverhältnis zur Hausbank aufgebaut. Der Unternehmer kommt als „Bittsteller“ zur Bank; er ist Geschäftspartner!
- Es wurde keine Machbarkeitsanalyse (Feasibility) erstellt. Darstellung der Auswirkungen auf Ertrags- und Liquiditätssituation, GOP-Prognosen, Net Operating Profit-Ergebnisse und Eigenkapitalentwicklung fehlen.
- Förderungen sollen (müssen) vor dem geplanten Baubeginn eingereicht werden.
- Der Unternehmer ist oft zu schlecht über die unterschiedlichen Konditionen von Krediten informiert. Fachausdrücke sind oft zu wenig transparent.
- Es werden keine Vorverhandlungen mit mehreren Banken geführt.
- Der Unternehmer verhandelt in der Regel fast nur über die Höhe der Zinsen und akzeptiert die übrigen - oft entscheidenden - Konditionen zu schnell (Bearbeitungsgebühren: Prozentuell oder absolut, Kontogebühren, Kosten für Stundungen, Zahlungstermine, Bedingungen für eine vorzeitige Tilgung, Kündigungsklausel etc.)

Alternative Finanzierungsmethoden:

- Buy-to-let (Investorenmodelle - Kauf und Rückpacht-Modelle)
- Time Sharing
- Hotelresidenz oder „Condo-Hotel“
- Tourismusanleihe
- Immobilieninvestmentfonds
- Bauherrenmodelle
- Owner-Club Systeme (Mitgliedschaften mit Eigenkapitalbeteiligungen)
- Crowdfunding (Produktentwicklung)
- Crowdfunding (Investmentgedanke steht im Vordergrund)
- Hotel-Gutscheinkonzepte (hoxami.com)
- Kompensationskonzepte (Nicht verkaufte Betten gegen Ware)
- Leasing
- Miete, Mietkaufkonzepte (Hotelzimmer einrichten und finanzieren)
- Privatinvestoren (Privatdarlehen, partiarisches Darlehen, stille Beteiligung)
- Revenue Management (Cash-Vorauszahlungen)



DER AUTOR

Der akadem. geprüfte Tourismuskauflmann und Betriebsökonom Thomas Reizenhahn war Generalsekretär der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) und ist derzeit Geschäftsführer und Gesellschafter der Prodingler Beratungsgruppe.
t.reizenhahn@prodinger.at