

24.11.2026

380 Euro zzgl. USt.
inkl. Praxis-Seminarunterlagen

Hotel Hubertushof,
Alpenstraße 110,
5081 Anif

Masterclass

Alpine Hospitality Inside

**Hotelimmobilien erfolgreich (weiter-)entwickeln,
finanzieren und zukunftssicher gestalten.**

Hotelimmobilien im alpinen Raum stehen heute vor komplexen Anforderungen: steigende Bau- und Finanzierungskosten, veränderte Gästebedürfnisse, neue Betreiberkonzepte, hohe energetische Standards und der Anspruch, langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben.

Die Alpine Hospitality Inside – Masterclass zeigt praxisnah, wie Hotelimmobilien strategisch geplant, wirtschaftlich bewertet, solide finanziert, effizient gebaut, gezielt modernisiert und dauerhaft im Wert gesichert werden.

Im Mittelpunkt steht die entscheidende Frage: Wie entstehen Hotelimmobilien, die heute finanzierbar, morgen wettbewerbsfähig und auch in zehn Jahren noch wirtschaftlich erfolgreich sind?

FÜR WEN: Die Masterclass richtet sich an Eigentümer, Betreiber, Nachfolger, Hoteliers, Projektentwickler, Banken, Investoren, Architekten, Planer und Führungskräfte der alpinen Ferienhotellerie, die fundierte Entscheidungen treffen und Immobilienprojekte ganzheitlich weiterentwickeln möchten.

prodingu
DAS GEHT.

09:00 – 09:30

Begrüßung und Einstieg: Die Hotelimmobilie im alpinen Umfeld

- » Aktuelle Herausforderungen der alpinen Hotellerie
- » Investitionsdruck, steigende Baukosten, Finanzierung und veränderte Gästeeerwartungen
- » Neue Anforderungen durch Robotik, Digitalisierung und Coolcation
- » Der Lebenszyklus einer Hotelimmobilie und der richtige Investitionsrhythmus
- » Von der Aufstiegsphase über die Reife bis zur Stagnation
- » Warum Resilienz heute wichtiger ist als maximale Rendite
- » Welche Krisen muss eine Hotelimmobilie künftig bewältigen können?
- » Der Banken-Stresstest: Wann ist ein Hotelbetrieb noch zukunftsfähig – und wann wird die Immobilie selbst zum Risiko?

09:30 – 10:30

Benchmarks, Renditen und Wachstumspotenziale

Investitionen nicht nur baulich, sondern vor allem wirtschaftlich beurteilen.

- » Zentrale Kennzahlen der alpinen Hotellerie
- » Fitnesscheck für Hotelbetriebe: wirtschaftliche Ausgangslage und Entwicklungspotenziale
- » Das 1x1 von Hotelinvestments und aktuelle Baukosten
- » Umsatz, GOP, EBITDA, RevPAR, Auslastung und Durchschnittsrate richtig einordnen
- » Welche Benchmarks sind für Investitionsentscheidungen tatsächlich relevant?
- » Break-even und Kapitaldienstfähigkeit: Welche Kennzahlen müssen auch im Krisenfall funktionieren?
- » Welche wirtschaftlichen Verbesserungen sind erforderlich, damit sich ein Investment rechnet?
- » Wo liegen realistische Wachstums- und Ertragspotenziale – und wo beginnen unrealistische Annahmen?

10:30 – 10:45 Networking-Pause

10:45 – 12:00

Positionierung, Segmentierung und Zukunft der Nachfrage

Welche Positionierung und Strategie rechtfertigen künftig Investitionen, Preise und Finanzierung?

- » Erfolgreiche Positionierung, Differenzierung und Spezialisierung in der alpinen Hotellerie
- » Welche Gästegruppen werden künftig besonders relevant?
- » Lifestyle, Premium, Family, Adults-only, Medical, Serviced Apartments, Longstay und Workation
- » Wird die Mitte zwischen Luxus und Budget zunehmend aufgerieben?
- » Neue Anforderungen an die Hotelimmobilie: Aufenthaltsqualität, Erlebnisräume, Rückzug und Flexibilität
- » Was muss die Hotelimmobilie für die Gäste von morgen bieten?
- » Wie wirken sich Zielgruppenentscheidungen auf Flächen, Zimmergrößen, Gastronomie, Einrichtung und Investitionshöhe aus?
- » Praxisbeispiele zeigen, wie Positionierung und Segmentierung unmittelbar die Wirtschaftlichkeit eines Hotelprojekts beeinflussen

Das Programm

12:00 – 13:00

Nachhaltige Wertsteigerung der Hotelimmobilie

Wie wird aus einer Hotelimmobilie ein langfristig gesicherter Betriebs-, Familien- und Vermögenswert?

- » Die Hotelimmobilie als Betriebs-, Familien- und Vermögenswert
- » Was bedeutet „Wert“ bei einer Hotelimmobilie – und welche Maßnahmen steigern ihn tatsächlich?
- » Warum Hotelimmobilien heute strategischer gedacht werden müssen
- » Präsentation des aktuellen Marktwertreports
- » Bewertung von Hotelimmobilien: Ertragswert, Substanzwert und Marktwert
- » Wertsicherung, Instandhaltung und Modernisierungszyklen
- » Welche Maßnahmen sind kostenintensiv, aber kaum wertsteigernd?
- » Welche Hotelimmobilien bleiben auch in Krisenzeiten attraktiv?
- » Der Transaktionsmarkt für alpine Hotelimmobilien: Was suchen Käufer und Investoren?
- » Flexible Nutzungskonzepte und Drittverwendungsfähigkeit
- » Betreiberfähige Immobilien: Was Banken, Käufer, Investoren und Pächter erwarten

13:00 – 14:00 Mittagspause

14:00 – 15:15

Zwischen Businessplan und Architektur

Wie wird aus einer Idee ein wirtschaftlich, baulich und finanzierungsfähig durchdachtes Hotelprojekt?

- » Machbarkeitsstudien als strategisches Briefing für Architektur und Finanzierung
- » Vom Nutzungskonzept zum belastbaren und resilienten Businessplan
- » Stresstests als Grundlage einer fundierten Machbarkeitsstudie
- » Architektur und Design als wirtschaftliche Erfolgsfaktoren
- » Warum ein Um- oder Neubau nicht mit der Architektur beginnt, sondern mit Zielgruppe, Betriebskonzept, Flächenlogik, Wirtschaftlichkeit und Finanzierung
- » „Aus Alt mach Neu“: Herausforderungen und Potenziale von Bestandsimmobilien
- » Umbau, Erweiterung oder Neubau – welche Variante ist wirtschaftlich sinnvoll?
- » Flächenplanung, Funktionsabläufe und Detailkostenvergleiche
- » Betreiberkonzepte als Grundlage jeder Immobilienentwicklung
- » Eigentümer- und Betreiberinteressen erfolgreich in Einklang bringen
- » Pacht, Managementvertrag oder Eigenbetrieb: Auswirkungen auf Planung, Wirtschaftlichkeit und Finanzierung
- » Moderne Gebäudeautomation im Zeitalter von KI, Robotik und Energieeffizienz

15:15 – 15:30 Networking-Pause

15:30 – 16:30

Finanzierung, Resilienz und Bankfähigkeit

Welche Hotelprojekte erhalten heute Finanzierung – und warum?

- » Finanzierung aus Sicht der Bank: Worauf es heute wirklich ankommt
- » Businessplan, Kapitaldienstfähigkeit und Debt Service Coverage Ratio
- » Zentrale Voraussetzungen für eine tragfähige Hotelprojektfinanzierung
- » Finanzierungsinstrumente: Kredit, Leasing, Beteiligungsmodelle, Buy-to-let und weitere Strukturierungsformen
- » Förderungen, Eigenkapital und optimale Finanzierungsstruktur
- » Finanzierung unter unterschiedlichen Markt-, Zins- und Ertragsszenarien
- » Risikomanagement, Liquiditätsreserven und langfristige Resilienz
- » Welche Kennzahlen müssen auch in einem Krisenszenario tragfähig bleiben?
- » Exitfähigkeit als Qualitätsmerkmal moderner Hotelimmobilien

16:30 – 17:45

Paneldiskussion: Von der Idee zur finanzierungsfähigen Hotelimmobilie

Experten aus Beratung, Architektur, Finanzierung und Betrieb diskutieren anhand eines konkreten Praxisbeispiels, welche Entscheidungen den langfristigen Erfolg einer Hotelimmobilie bestimmen.

Diskussionsschwerpunkte:

- » Welche Fehler entstehen bereits in der frühen Konzept- und Planungsphase?
- » Wie viel Architektur braucht ein erfolgreiches Hotel?
- » Wo muss die Wirtschaftlichkeit den Takt vorgeben?
- » Welche Flächenkonzepte, Zimmergrößen und Betriebsabläufe sind heute zukunftsfähig?
- » Welche Investitionen zahlen sich tatsächlich aus?
- » Welche Maßnahmen beeindrucken zwar Gäste, rechnen sich aber langfristig nicht?
- » Wie entstehen resiliente Hotelprojekte, die auch unter veränderten Markt-, Zins- und Finanzierungsszenarien bestehen?
- » Worauf achten Banken, Investoren und Betreiber bei der Beurteilung eines Hotelprojekts?
- » Welche Fehler verteuern ein Projekt, ohne den späteren Betrieb zu verbessern?
- » Welche Empfehlungen geben die Experten Hoteliers, die heute einen Um- oder Neubau planen, mit auf den Weg?

17:45 – 18:00

Abschluss: Die Erfolgsfaktoren zukunftsfähiger Hotelimmobilien

- » Die wichtigsten Erkenntnisse des Tages
 - » Zentrale Erfolgsfaktoren alpiner Hotelimmobilien
 - » Checkliste für fundierte Investitionsentscheidungen
 - » Fragen und konkrete Herausforderungen aus der Praxis
 - » Die abschließende Leitfrage: Was muss eine alpine Hotelimmobilie heute können, damit sie morgen noch betreibbar, finanzierbar, verkaufbar und für Gäste attraktiv ist?
-