



Der Einfluss von Coronavirus auf die deutsche Hotellerie:

Düstere Zeiten oder die Schwelle zu einer neuen Ära?

Entwickler von Hotelimmobilien stehen vor einer nie da gewesenen Herausforderung.

Wie übergabefertige oder durchführungsreife Projektierungen Investoren finden.

VON JÜRGEN WELSCH UND BURKHARD RÜTH
14. APRIL 2020

Zurückhaltung bei Hotelprojekten

Nur wenige Schritte von der historischen Hamburger Speicherstadt entfernt residiert einer der weltweit führenden Dienstleister für Gewerbeimmobilien. Die Colliers Gruppe berät mit über 17.000 Mitarbeitern in 68 Ländern Immobiliennutzer, Projektentwickler und Investoren. In dem sonst vor Lebendigkeit sprudelnden Viertel ist es gespenstisch ruhig. Die Experten von Colliers wollten wissen, welchen Einfluss Corona auf den Markt für Hotelinvestitionen hat. „Dazu haben wir zwischen dem 19. und 27. März telefonisch 65 Top-Entscheider der Immobilienwirtschaft befragt.“ sagt Matthias Leube, CEO von Colliers International. „Diese Key Player haben Immobilien im Wert von über 500 Milliarden Euro Assets under Management.“ Zwar haben rd. 14% der befragten Investoren ihre Ankäufe auf Eis gelegt, aber etwa zwei Drittel signalisierten Bereitschaft, weiter zu investieren. Um die 50% der Befragten ist dazu aber nur bereit, wenn die Projektkosten reduziert werden. Angebote, die bisher selbst bei zurückhaltenden Renditen gut vermittelbar waren, stehen unter Druck.

Der Bochumer Dr. Uwe Vorkötter ist Chefredakteur der Horizont-Medien und bringt Anfang April diesen Jahres, stellvertretend für die Verlagsleitung und Redaktionen der dfv Mediengruppe, zu der auch die Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung (AHGZ) gehört, die

Fakten auf den Punkt: „Die Wirtschaftspolitiker haben aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt. Massive staatliche Ausgabenprogramme werden den unvermeidlichen Einbruch der Konjunktur so weit abfedern, dass aus der Corona-Rezession keine große Depression wird. Kurzarbeit, Überbrückungskredite und direkte Zuschüsse sind wirksame Instrumente.“ Konsum und Investitionen werden laut der AHGZ einiges von dem nachholen, was aktuell verloren geht:

„Die Bedürfnisse der Menschen werden sich durch Corona nicht grundlegend ändern. Eine gesunde und preisgünstige Ernährung, modische Kleidung, Reisen, Unterhaltung im Fußballstadion oder im Konzertsaal – vieles, auf das die Menschen jetzt verzichten müssen, werden sie umso mehr zu schätzen lernen.“

Rosige Aussichten?

Die Prognose deckt sich mit der Überzeugung zahlreicher Experten um die deutsche Hospitality Branche. Sind die gesellschaftlichen Einschränkungen überstanden, werden viele Menschen großen Nachholbedarf haben. So ist zu erwarten, dass auch die Nachfrage nach Hotelunterkünften in Deutschland deutlich anziehen wird. Dazu zählen auch Wellness- und Ferienhotels. Hotelbetreiber oder Manager können spätestens nach Zulassung eines Impfstoffes gegen Covid-19 mit hohen Auslastungsquoten rechnen, was sogar eine Erhöhung der Zimmerpreise rechtfertigen könnte. Jetzt ausbleibender Umsatz wird zukünftig zumindest teilweise egalisiert werden können. Corona ist für den Hotelmarkt kein Schwarzer Schwan.

Hotels mit Seminar- und Tagungsangeboten

Prof. Dr. h.c. Stephan Gerhard ist Partner der Münchner Treugast Solutions Group, eine der europaweit führenden Unternehmensberatungen der Hospitality-Branche, die als erstes Beratungsunternehmen weltweit von der American Academy of Hospitality Sciences mit dem Star Diamond Award ausgezeichnet wurde. Außerdem erhielt Treugast als Würdigung ihrer herausragenden Leistungen für die Hotellerie die Auszeichnung „Special Award Hotelier des Jahres 2011“ vom Deutschen Fachverlag und der AHGZ. Dr. Gerhard weiß, dass schwerer als die entgangenen Einzelbuchungen vielerorts die abgesagten Meetings, Events und Veranstaltungen wiegen.

Aber auch in diesem Bereich ist nach Beendigung der Krise mit einem Umsatzwachstum zu rechnen. Aus vielen Großunternehmen werden Meetings und Seminare nachgeholt. Wegen der Folgen der Krise besteht ein erhöhter Besprechungsbedarf. Meetings auch internationaler Konzerne finden bevorzugt in Hotels mit zusätzlichem Angebot statt. Hotelkonzepte punkten, wenn ihre Strukturen gesunde Mischungen aus individuellen Hotelzimmern und Veranstaltungsräumen beinhalten.

Wie das Medium tophotel am 4. März berichtet, hält auch Dr. Gerhard zudem staatliche Hilfen und Förderungen für unabdingbar. Die DEHOGA unterstützt dies.

Tendenz: Deutschland wird *das* Reiseland

Am 7. April haben NDR und ARD darüber informiert, dass die Lufthansa den Flugbetrieb ihrer Tochter Ger-

manwings einstellt. Selbst bei der Kerngesellschaft Luft-hansa sollen dauerhaft Lang- und Mittelstreckenflüge am Boden bleiben. Auch die Fluggesellschaft Brussels Air-line, die seit einigen Jahren den Großteil der Eurowings-Flüge unter anderem nach Übersee abwickelt, hat ihre Flugtätigkeit eingestellt.

Die langfristigen Folgen für die internationale Luft-verkehrsbranche sind insbesondere in Hinblick auf den Tourismus fatal. Die hohen finanziellen Verluste und ein eingeschränktes Flugangebot müssen zwangsläufig zu höheren Ticketpreisen führen.

Doch hierin liegt auch eine Chance für den nationalen Tourismus. Denn hohe Ticketpreise und eine wohl noch lange andauernde Sorge der Menschen, mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu reisen, zudem in Länder mit deutlich schlechteren Gesundheitssystemen, dürfte sich als Turbo für deutsche Urlaubsziele erweisen. So beurteilt das auch die internationale Tourismusexpertin Stefanie Bauer: „Gehen Sie davon aus, dass der deutsche Urlauber für eine sehr lange Zeit die Fahrt im eigenen Auto zu einer deutschen Urlaubsdestination gegenüber Bahn- oder Flugreisen bevorzugen wird. Wellnesshotels und Ferienanlagen werden innerhalb Deutschlands einen Zuwachs erhalten, den man seit Jahrzehnten nicht für möglich gehalten hat.“

Verzicht auf Honorar und ein erhöhtes Projektentwickler-Eigenengagement

Aus den bisherigen Ausführungen und Recherchen ergeben sich zwei Thesen:

1. Nach der Coronakrise ist mit einer schnell und stark steigenden Nachfrage nach deutschen Feriendestinationen zu rechnen. Das betrifft auch Wellnesshotels und Hotels mit gemischter Nutzung.
2. Da Investoren vor allem hierzulande eher risikoscheu sind, ist ihre Bereitschaft, in Hotelimmobilien zu investieren, derzeit gesunken – obwohl die Zeit der Krise überschaubar ist und kürzer als die Bauzeit eines Hotels.

Daraus ergibt sich die Frage, unter welchen Bedingungen ein Investor dennoch aktiv würde. Eine Antwort lautet: Mit der Reduktion der Kosten und damit der Aussicht auf eine höhere Rendite. An dieser Stellschraube kann der Entwickler eines Hotelprojektes drehen. Indem er z. B. auf Teile seines Honorars verzichtet, denn grundsätzlich besteht mehr Spielraum bei Honoraren und Vergütungen für Dienstleistungen, als bei mit spitzem Bleistift kalkulierten Baukosten.

Eine weitere Stellschraube bietet sich Projektentwicklern in einem finanziellen Eigenengagement. Das ist möglich, indem ein Teil der zunächst einkalkulierten Honorierung direkt in die Investition einfließt. Der Projektentwickler verzichtet also auf Honorar, ist aber in bestimmtem Umfang Co-Investor und partizipiert damit auch an den späteren Gewinnen. Das mindert aus Sicht des Investors nicht die Renditeaussichten. Es signalisiert ihm aber, dass ein Projektentwickler voll und ganz hinter *seinem* Projekt steht und es als Initiator quasi mit kapitalisiert.

Bestandsimmobilie oder Neubauprojektierung

Der Druck auf die Verkaufspreise angebotener Hotels, den sich Investoren jetzt zu Nutze machen, bewirkt eine interessante Tendenz. Neue Projektierungen haben gegenüber älteren Objekten den Vorteil einer innovativen und zeitgemäßen Baukonstruktion, längeren Nutzungsdauern und einer insgesamt höheren Wertschöpfung. Das überzeugt auch institutionelle Investoren. Neubauprojektierungen punkten, wenn sie jetzt durchführungsreif sind.

Ausblick

Corona schlägt sich auch und insbesondere in der Tourismusbranche nieder. Viele Hotels stehen leer. Aber diese Zeit ist überschaubar. Wenn die Krise vorbei ist, ist mit einem nachhaltigen Ansturm auf deutsche Ferienzele zu rechnen. Insofern macht es keinen Sinn, gerade jetzt nicht in Hotelprojekte zu investieren. Die Chancen sind aussichtsreich.

Wenn die Bevölkerung eine Entschärfung der Covid19-Krise spürt, so die Wirtschafts- und Immobilienexperten, müssen neue Projekte übernahme- oder durchführungsreif sein. Jetzt ist die Zeit, Antworten zu definieren und vorzubereiten. Entwickler, die ihr Projektierungspaket fertig geschnürt haben, sind in der optimalen Position.

Wer also jetzt tatenlos auf das Ende der Krise wartet, könnte am Ende zu den Verlierern gehören. Und unter dem Druck des Wettbewerbs wird es dann vielleicht keine zweite Chance geben.

Das richtige Motto für erfolgreiche und zukunftsfähige Hotelinvestments lautet also: Wenn nicht jetzt, wann dann? ■

Autoren

Dr. Jürgen Welsch

Dr. phil. h. c. (USA)
Architekt (GER)



Dipl.- Kfm. Burkhard Rüth

Qualitätsmanagement-Auditor (TÜV)
Excellence-Assessor (EFQM)



Jürgen Welsch und Burkhard Rüth kooperieren seit über 20 Jahren bei der Entwicklung von hochwertigen Immobilienprojekten. Zu den betreuten Maßnahmen gehören Hotels, Fachärzteezentren und gemischt genutzte Immobilienanlagen. Als Autoren verfassen Welsch und Rüth u. a. Fachartikel, Analysen und einschlägige Literatur.

Kontakt: WP Consult Group
0211 / 87 39 00 40
www.wpconsult.info