

Seite: 001 bis 004
Ressort: TITEL
Mediengattung: Zeitschrift/Magazin

Jahrgang: 2021
Nummer: 12
Auflage: 13.321 (gedruckt) ¹ 8.755 (verkauft) ¹ 10.040 (verbreitet) ¹

¹ IVW 4/2020



Für eine Vielzahl von Hotelimmobilien gibt es mit ihrem jetzigen Betreiber keine Zukunft mehr. Quelle: stock.adobe.com, Urheber: Thomas Reimer; Beschriftung: Immobilien Zeitung.

Die schwächelnden Hotels stehen am Scheideweg

Corona wirkt auf dem Hotelmarkt wie Brandbeschleuniger. Die Pandemie legt Schwächen gnadenlos offen und Betreiber mit falschem Konzept und Standort müssen aufgeben. Konsolidierung und Konversionen werden jetzt erst richtig angefacht. Denn kapitalstarke Ketten und die Betreiber anderer Nutzungskonzepte stehen in den Startlöchern.

Eine Dekade lief es wie geschmiert für die Hotellerie. Jedes Jahr ein Buchungsrekord – dann kam die Corona-Pandemie. Im vergangenen Jahr brach die Zahl der Übernachtungen in Deutschlands Häusern im Schnitt um 40% ein. Existenzängste quälten viele Betreiber, manchem ist die Luft schon ausgegangen.

Sieben Häuser der Hotelgruppe Star Inn etwa mussten schließen; der Insolvenzverwalter konnte keinen Geldgeber finden, der alle oder einzelne Betriebe hätte fortführen wollen. Auch Betreibergesellschaften von Häusern der Marke IHG meldeten Insolvenz an. Hier jedoch springt der kanadische Konzern Westmont ein und übernimmt Betrieb sowie Neuausrichtung von 13 Hotels aus dem Invesco-Portfolio.

Eine schnelle Genesung des Marktes wird es wohl nur in Teilbereichen geben. Die Feri-

enhotellerie in den Bergen oder an der Nord- und Ostsee kann hoffen, dass das Geschäft im Sommer wieder läuft. Die Betreiber von Häusern in Frankfurt, Köln, Düsseldorf und Berlin dagegen werden einen langen Atem brauchen (Lesen Sie auch „Viele Berliner Hoteliers bangen um ihre Existenz“ auf Seite 26 im

Berlin-Special dieser Ausgabe). In diesen Messestädten war die Zahl der Übernachtungen sogar um mehr als

60% eingebrochen. Zu groß ist die Abhängigkeit von internationalen Ausstellungen und Kongressen.

Laut einer Studie der Berater von Pricewaterhouse Coopers (PwC) rechnet die Mehrzahl der deutschen Hoteliers frühestens ab dem Jahr 2023 mit einer Normalisierung der Lage; erst 2023 oder gar 2024 wird eine branchenweite Break-even-Auslastung von bis zu 65% erwartet – vorausgesetzt, der internatio-

nale Reiseverkehr ist wieder uneingeschränkt möglich.

Trübe Aussichten also. Denn wenn die Lockerungen im Insolvenzrecht auslaufen, Kredite wieder getilgt werden müssen und Eigentümer gestundete Mieten zurückfordern, wird die Luft für manchen Betreiber sehr, sehr dünn. Experten gehen davon aus, dass die wirtschaftlichen Spätfolgen der Pandemie erst im Jahr 2022 voll zu spüren sein werden.

Für kapitalstarke Konzerne bietet die mögliche Welle von Insolvenzen im Hotelsektor die Chance, sich schnell und günstig ausbreiten zu können, meint René Schapper, Head of Hotel bei Colliers International. Ketten wie B&B, Premier Inn, Deutsche Hospitality und Motel One stehen bereit. Sie haben angekündigt, ihr Wachstum beschleunigen zu wollen.

So hat B&B Anfang März die Hotelgruppe Leto Motel mit fünf Häusern geschluckt. Premier Inn hat mit seiner expansionsfreudigen Mutter Whitbread in der Corona-Krise schon 13 Centro-Hotels und ein Star Inn in Hannover übernommen. 23 Hotels hat Premier Inn

hierzulande im Betrieb. Insgesamt befinden sich in der Projekt-Pipeline für Deutschland 70 Standorte mit mehr als 12.000 Zimmern in über 30 Groß-

städten. Darüber hinaus würden weitere Standorte geprüft, sagt Entwicklungschef Michael Hartung. Er ist überzeugt, dass der deutsche Hotelmarkt nach der Krise noch interessanter wird. Insgesamt sehe die Muttergesellschaft ein Potenzial von etwa 300 Premier-Inn-Hotels im deutschen Markt.

Bei mehr als der Hälfte der Standorte in Deutschland will Premier Inn selbst in die Immobilien investieren. [» Seite 4](#)

In Messestädten gut 60% weniger Übernachtungen

Ketten wie B&B und Premier Inn stehen bereit

„Halten Hotelkonzerne die Häuser ihrer Marken im eigenen Bestand, sinkt aus unserer Sicht die Krisenanfälligkeit deutlich“, sagt Hartung. Denn die Pacht sei neben den Personalausgaben der höchste Fixkostenblock. „Man sieht in der Corona-Krise, dass die größten Probleme dann auftreten, wenn Hotelketten ihren Pachtverpflichtungen nicht mehr nachkommen können. Mit dem Modell von Investment und Betrieb in einer Hand kann die Flexibilität deutlich steigen.“ Zudem könnten bei eigenen Investments strategische Sale & Leasebacks genutzt werden, um an der Wertsteigerung der Immobilie zu partizipieren, ergänzt Hartung.

Auch Motel One will in der Krise expandieren. „Wir haben viele neue Projekte auf dem Tisch“, sagt Co-CEO Stefan Lenze. „Wir nutzen die sich jetzt vermehrt bietenden Chancen für Übernahmen und Akquisitionen von Bestandshäusern. Dazu führen wir derzeit gezielt Gespräche.“ Die Kette habe sich rund 27 Hotels mit 8.000 weiteren Zimmern vertraglich gesichert, die in drei Jahren auf dem Markt sein sollen. „Unser Wachstum ist bereits heute auf 102 Hotels und rund 29.000 Zimmer gesichert“, stellt Lenze fest. Zwar hat Motel One im vergangenen Jahr einen Verlust vor Steuern von 100 Mio. Euro geschrieben. Mit einem Cash-Bestand von mehr als 150 Mio. Euro und einer Eigenkapitalquote von über 60% bleibe die Gruppe aber handlungsfähig (vgl. „Es zählt wieder die Bonität des Betreibers“, Seite 4, IZ 11/21).

Eigenes Geld ist derzeit wichtig. Denn Investoren und Banken geben sich ob der unsicheren Lage sehr zurückhaltend. Viele institutionelle Anleger und Fonds kaufen in Corona-Zeiten lieber Logistik- und Wohnimmobilien. So ist im vergangenen Jahr das Transaktionsvolumen für Hotels um 60% auf rund 2 Mrd. Euro eingebrochen. Lässt man das noch starke erste Halbjahr außer Acht,

kommen lediglich 700 Mio. Euro zusammen. Für das laufende Jahr sei weiter mit Zurückhaltung zu rechnen, sagt Andreas Ewald, Managing Director von Engel & Völkers Hotel Consulting. Käufer und Verkäufer liegen derzeit weit auseinander. Investoren warten auf Schnäppchen, und Eigentümer sind oft noch nicht in einer so prekären Lage, dass sie hohe Abschläge hinnehmen. „Zudem hemmt der omnipotente Finanzierungsenpass den Transaktionsmarkt“, betont Ewald. „Projektentwickler und Bestandshalter mit auslaufender Finanzierung bekommen die Zurückhaltung ihrer Banken ebenfalls zu spüren.“ Mancher denkt da über eine Umnutzung der Immobilie bzw. einen Strategiewechsel nach.

In welche Richtung sich der Markt bewegt, zeigen die Prognosen des Entwicklers GBI. Der hat sein Geld in den vergangenen Jahren vor allem mit Hotelentwicklungen verdient, orientiert sich nun aber neu. „Das Hotelsegment ist natürlich arg gebeutelt momentan. Es ist unser Glück, dass wir noch ein Standbein im Wohnen haben. Und das werden wir künftig auch weiter ausbauen“, sagt Reiner Nitka, Vorstandssprecher der GBI Holding. In den 2010er Jahren habe der gesamte Hotelbereich etwa 80% bis 85% des Umsatzes seines Unternehmens ausgemacht, jetzt seien es vielleicht 65%. „Im Jahr 2023 wird der Umsatz aus dem Wohnungsbau dann erstmals den Hotel-/Gewerbebereich überflügeln. Dabei arbeiten wir dann noch Hotelprojekte ab, die bei uns in der Pipeline sind“, so Nitka. Werden neue Projekte ak-

Wohn-Varianten laufen Hotels den Rang ab

quiert, gehe es derzeit fast ausschließlich um Wohnungsbau. Darunter fallen für GBI „studentisches Wohnen, Microprojekte, auch Seniorenwohnen ist sehr spannend. Und natürlich Serviced Apartments.“ Komme aus dem Hotelsektor etwas Neues auf seinen Tisch, handle es sich meist um Übernahmen mit entsprechendem Rebranding der Häuser und Umbauten. „Da kommen wir dann auch ins Spiel, aber mit der Masse früherer Projekte hat das wenig zu tun“, erklärt Nitka.

Nutzungsänderungen von Bestandsgebäuden steht Nitka skeptisch gegenüber. Die seien immer sehr komplex und „ehrlich gesagt auch teuer“. Sein Unternehmen habe in der Vergangenheit zwei Bürogebäude zu Hotels umgebaut. „Aber am Ende kommt man dabei in den Bereich von Neubaukosten. Und das rechnet sich nur, wenn man entweder sehr günstig eingestiegen ist oder teuer verkaufen kann. Und zumindest Letzteres ist ja nun auch nicht einfacher geworden im vergangenen Jahr. Für uns ist das deshalb kein Geschäftsmodell“, sagt der GBI-Chef.

Nitka sieht deshalb keine große Longstay-Umnutzungswelle auf die bislang auf kurze Übernachtungsdauern ausgelegten Häuser zurollen. „Erstens braucht es dazu mal mindestens jeweils eine Küchenette in den Einheiten, die kann ich in eine bestehende Struktur nicht so einfach reinzaubern. Und zweitens bleiben die Betreiber auf den Nebenflächen, die ja trotzdem sitzen. Die sind in die abgeschlossenen Mietverträge als Investitionen eingeflossen, müssen also weiter bedient werden und verursachen dazu noch erhebliche Personal- und Betriebskosten. Dann lässt sich aber mit einem in Longstay umgebauten Hotel kaum mehr etwas verdienen“, sagt Nitka. Ausgenommen seien Projekte, die auf eine Mischung von Short- und Longstay innerhalb eines Hauses setzen, wie zum Beispiel jetzt Ruby Hotels. „Das kann funktionie-

ren, auch wirtschaftlich. Aber die bauen das dann von vornherein so.“

Deutlich optimistischer beurteilt Einar Skjerven die Chancen, die sich aus dem Umbau von Hotels in Serviced Apartments ergeben. Sein Unternehmen gehört zu jenen Akteuren aus anderen Marktsegmenten, die mit unverhohlenen Interesse ein oder gleich zwei Augen auf darbenende Hotels geworfen haben. Eigentlich verdient die Skjerven Group ihr Geld nämlich im Kerngeschäft seit 2006 mit klassischen Wohnimmobilien in Berlin. Dort sind die Geschäfte allerdings etwa durch den Mietendeckel zuletzt immer komplizierter geworden, weshalb seine Gruppe nun verstärkt in Richtung „Hospitality“ schauen wolle. „Der Vorteil ist, dass die regulatorischen Einschränkungen des Wohnsegments für gewerbliche Wohnangebote nicht gelten. Und wer versucht, mehr Wohnraum in Ballungszentren zu schaffen, der hat viel positiven Rückenwind, wenn es zum Beispiel um die Genehmigung einer Umnutzung geht“, sagt Skjerven. Ohnehin näherten sich die Segmente Wohnen und Hotel immer weiter an, befindet der Firmenchef. „Unser Fokus liegt auf der Umwandlung von Berliner Hotels in gewerbliches Wohnen.“

Seit Ende vergangenen Jahres hat Skjerven 120 inhabergeführte Hotels mit jeweils mehr als 50 Zimmern in Berlin angeschrieben, berichtet er. In dieser ersten Akquisitionsrunde seien zehn Rückmeldungen eingegangen, bei zwei Projekten würden jetzt vertiefende Gespräche geführt. „Ziel ist es, zwei bis fünf Projekte in diesem Jahr anzustoßen“, sagt Skjerven. Besonders interessant seien ältere Viersternehäuser mit großzügigen Zimmergrundrissen. Was er brauche, sei ein modernes Branding, eine eigene Marke. „Gerade dann, wenn es um den Umbau eines älteren Hauses geht.“

Ein gestiegenes Interesse an Longstay-Übernachtungskonzepten rechtfertigen unter anderem die Zahlen von Stayery, einem Betreiber von Serviced Apartments. „Natürlich hatten auch wir kein einfaches Jahr. In der Summe waren wir aber weit entfernt von einstigen Auslastungszahlen wie in der klassischen Hotellerie“, berichtet Stayery-Geschäftsführer Hannibal DuMont Schütte. Im zweiten Quartal 2020 sei die Auslastung teilweise bis auf etwa 30% heruntergegangen. Und zum Ende des vierten Quartals habe es noch einmal einen Dämpfer gegeben. Dazwischen „waren wir aber auch schnell wieder auf 90%, zum Beispiel im dritten Quartal. Da wurde viel Umsatz, der normalerweise durch Geschäftsreisende erwirtschaftet worden wäre, durch klassischen Tourismus eingefahren.“

Neben der höheren Auslastung gegenüber klassischen Hotels konnten Serviced-Apartment-Ansätze in den vergangenen Monaten durch niedrigere Fixkosten Punkte sammeln. „Als die Auslastung am geringsten war, blieben die roten Zahlen überschaubar. Den Rest der Zeit ist es uns je nach Auslastung gelungen, kostendeckend zu arbeiten oder Gewinne zu erzielen“, sagt DuMont Schütte.

Die aus der Sicht von Einar Skjerven erfreulich hohe Bereitschaft von Hotel-eigentümern, über die Zukunft ihrer Immobilien nachzudenken, bestätigt auch der Stayery-Chef. „Ich sehe derzeit eine hohe Nachfrage bei den Eigentümern von Hotelimmobilien, die entweder nach einer Neuerung oder einer Konversionsmöglichkeit suchen“, erklärt DuMont Schütte. Er will an der geplanten Expansionsstrategie für die

nächsten Jahre festhalten – und vielleicht noch die manche Möglichkeit am Rande ergreifen. Zu den bereits angekündigten fünf Eröffnungen in den nächsten Jahren gesellt sich zumindest noch eine weitere, und DuMont Schütte verrät, ohne dabei schon Details zu nennen. „Ich gebe aber zu, froh darüber zu sein, dass wir im Jahr 2020 sowieso keine Eröffnung geplant hatten. Wäre das anders gewesen, hätte ich die eine oder andere Nacht sicherlich deutlich unruhiger geschlafen.“

Eine entscheidende Rolle bei der weiteren Entwicklung des Markts werden auch die Banken spielen, warnt er. „Die tun sich derzeit bei allem, auf dem Beherbergung steht, extrem schwer. Da wird im Zweifelsfall auch nicht zwischen Hotel und unserem Sektor unterschieden“, glaubt DuMont Schütte. Insofern werden klassische Städtetouristen ebenso wie Angehörige von sicherheitsre-

levanten Berufsgruppen wie Polizei, Feuerwehr oder aus dem Gesundheitswesen. „Worauf es in Zukunft ganz stark ankommen wird, ist Flexibilität in den Konzepten. Man muss in der Lage sein, auf Veränderungen bei den Nutzergruppen einzugehen, neue anzusprechen und gerade auch die Belegungslücken in Häusern, die auf Longstay ausgelegt sind, mit Gästen zu füllen, die vielleicht nur eine Woche oder zumindest weniger als einen Monat bleiben“, erklärt

und so wenigstens ansatzweise die Fixkosten zu decken. Lag die Übernachtung vorher vielleicht bei 80 oder 90 Euro, sind es jetzt 50 bis 60 Euro. In der aktuellen Situation macht das für die Hotels natürlich Sinn, nachhaltig ist es aber nicht“, warnt er. Wie auch andere Betreiber hofft Ghedini darauf, dass die Veränderungen bei den Zielgruppen für Apartmentkonzepte, die während der Pandemie eingesetzt haben, zumindest teilweise langfristig Bestand haben werden.

Oft genannt werden klassische Städtetouristen ebenso wie Angehörige von sicherheitsre-

levanten Berufsgruppen wie Polizei, Feuerwehr oder aus dem Gesundheitswesen. „Worauf es in Zukunft ganz stark ankommen wird, ist Flexibilität in den Konzepten. Man muss in der Lage sein, auf Veränderungen bei den Nutzergruppen einzugehen, neue anzusprechen und gerade auch die Belegungslücken in Häusern, die auf Longstay ausgelegt sind, mit Gästen zu füllen, die vielleicht nur eine Woche oder zumindest weniger als einen Monat bleiben“, erklärt

Für und Wider von Umnutzungen

Soll eine Hotelimmobilie umgenutzt werden, gibt es viele Möglichkeiten. Karsten Jungk, Geschäftsführer Wüest Partner Deutschland, sieht grundsätzlich folgende Optionen:

Serviced Apartments

Pro: Ähnliches Geschäftsmodell wie Hotel, resilient, geringere Betriebskosten, Teilumnutzung möglich, Nutzung hotel-eigener Serviceeinrichtungen möglich.
Contra: Zimmer häufig zu klein und ohne Küche, hohe Umbaukosten, starke Überschneidung mit krisenanfälligem Hotelmarkt, starke Angebotsausweitung zu erwarten, Gefahr von Überangebot.

Traditionelles Wohnen

Pro: Hohe Resilienz, transparente Märkte mit hohem Bedarf, begrenzte Vermietungsrisiken, kein Betreiberisiko, höhere Ertragsfaktoren möglich.
Contra: Sinkende Mietzinspotenziale gegenüber Hotelnutzung, hohe Umbaukosten (Balkone), baurechtliche Einschränkungen, Erdgeschoss-Nutzungskonzept notwendig.

Microapartments

Pro: Hohe Belegungsdichte und Miet-ertragspotenzial, begrenzter Aufwand beim Umbau, kein Betreiberisiko bei Eigenbetrieb, mittlere Vermietungsrisiken, gegenüber Hotel sinkende Betriebskosten, einfacher Rückbau.
Contra: Geringere bis mittlere Aufenthaltsdauer, höherer Verwaltungsaufwand, Kosten für Balkon-Anbau, Nutzungskonzept für Erdgeschoss notwendig, zunehmender Wettbewerb.

Cluster-WG (Mix zwischen Wohngemeinschaft und Kleinstwohnung)

Pro: Hohe Belegungsdichte, mittlerer Umbaufwand, bei Eigenbetrieb kein Betreiberisiko, mittlere Vermietungs- und Leerstandsrisiken, sinkende Betriebskosten gegenüber Hotel.
Contra: Unerprobte Wohnform, geringe Aufenthaltsdauer, höherer Verwaltungsaufwand, Kosten für Ergänzung von Balkonen, Nutzungskonzept für Erdgeschoss notwendig.

Senioren-Wohngemeinschaft:

Pro: Hoher demografischer Bedarf, hoher Bedarf an Gemeinschaft im Alter, hohe Mietzahlungsbereitschaft.
Contra: Hohe Umbaukosten, eingeschränkte Reversibilität, Nutzungskonzept für Erdgeschoss notwendig.

Ganzseiten-PDF:

0001.pdf

Ganzseiten-PDF:

0004.pdf

Wörter:

2566

Urheberinformation:

(c) dfv Mediengruppe

Die Hotels in den Großstädten leiden unter Corona

Stadt	Übernachtungen in Mio.*	Auslastung in %*	RevPar in Euro*	Transaktionsvolumen in Mio. Euro*
Berlin	12,3 (-60%)	29 (-64%)	25 (-69%)	rd. 400 (-27%)
München	6,8 (-63%)	25 (-66%)	24 (-75%)	rd. 250 (-58%)
Hamburg	6,7 (-56%)	32 (-59%)	30 (-66%)	rd. 160 (-11%)
Frankfurt am Main	3,9 (-64%)	23 (-67%)	22 (-70%)	rd. 100 (-88%)
Köln	2,4 (-63%)	29 (-62%)	28 (-69%)	rd. 50 (-86%)
Düsseldorf	1,8 (-62%)	24 (-66%)	25 (-68%)	rd. 130 (-68%)
Stuttgart	1,6 (-61%)	25 (-65%)	24 (-69%)	rd. 50 (-72%)

*Zahlen in den Klammern: Veränderung zum Vorjahr. © Immobilien Zeitung; Quelle: Engel & Völkers Hotel Consulting

wird der Branche insgesamt zugute kommen“, meint DuMont Schütte.

Wichtig sei ihm, dass die in Relation hohe Auslastung der Stayery-Häuser auch während der Pandemie nicht mit gesenkten Raten erkauft worden sei, betont der Firmenchef. Denn es beginnen sich die Schattenseiten des Erfolgs des Serviced-Apartment-Sektors abzuzeichnen.

„Wir rechnen mit einem steigenden Druck auf die Raten in den nächsten vier bis fünf Jahren. Viele Hotels werden zusehen, möglichst knapp über dem Break-even zu wirtschaften. Zudem sind in den vergangenen Jahren viele Serviced Apartments entstanden, was zumindest kurzfristig zu einem Überangebot führen wird“, prognostiziert Matteo Ghedini. Gründer des Serviced-Apartment-Anbieters Brera, einen sich zuspitzenden Konkurrenzdruck. Der komme aus mehreren Richtungen. Erstens wachse der Markt, während die Nachfrage zumindest vorläufig überschaubar bleibe. Zweitens versuchten viele klassische Hotels, „über eine Senkung der Raten zumindest einige Zimmer zu belegen

Michael Ries, Vorstandsvorsitzender des Entwicklers Pantera, der auf Serviced Apartments spezialisiert ist. Wichtig sei es jetzt für die Branche, die breiter gewordene Zielgruppe durch passgenaue Konzepte und Angebote mit in die Zukunft zu nehmen.

Für sein Unternehmen sei das derzeitige Umfeld natürlich gut, um weiter zu wachsen, berichtet Ries. „Ich rechne auch mit einem insgesamt deutlichen Wachstum des Segments. Natürlich geht dies zum Teil zulasten der klassischen Hotellerie, aber ehrlicherweise sind da in den vergangenen Jahren eben auch viele Produkte entstanden, die jetzt so nicht mehr in den Markt passen oder die in die Jahre gekommen sind. Die fallen jetzt raus und der Serviced-Apartment-Sektor wächst um einige Prozente“, fasst er die Entwicklung zusammen. Hilfreich sei, dass sich auch die Kommunen gegenüber solchen Konzepten offener zeigten als früher. „Da wurde vielfach jetzt verstanden, dass Serviced Apartments nicht in Konkurrenz zum klassischen Wohnen stehen, sondern zur Hotellerie.“

Peter Dietz, Söbom Gückes