

01.11.2008

Das Bankgespräch: So überzeugen Hoteliers Kreditgeber



Autor

Svenja Alberti

Verantwortliche Redakteurin



Macht Mut: Martina Fidschuster weiß, was Banken wollen Foto: Thomas Fedra

Hotels gelten bei Banken als riskantes Investment. „Die aktuelle Bankenkrise dient als Drohkulisse“, warnte jüngst beim AHGZ Leaders Day Martina Fidschuster, Geschäftsführerin von Hotour Unternehmensberatung für Hotellerie und Touristik. In Zukunft müssten Hoteliers ihre Finanzierung daher noch stärker „aktiv gestalten“, so Fidschuster.

Wichtig ist für die Beraterin vor allem, die Außenwahrnehmung der Hotellerie sowie das Verständnis der Banker zu verbessern. „In Ihrem Geschäftsplan müssen Sie die Sprache des Bankers sprechen. Der Geschäftsplan ist das Instrument, das Ihr Unternehmen transparent macht. Er muss knapp und strukturiert sein.“

Sie empfiehlt, mit Vergleichsmaßstäben zu arbeiten. „Sie sind das Gütesiegel für den Unternehmer.“ Der Hotelier müsse die Charakteristika des eigenen Betriebes aufzeigen; herleiten, warum das eigene Hotel besser abschneidet als der Gesamtmarkt, die Wettbewerber; und mit welcher Strategie die Position in Relation zum Gesamtmarkt verbessert werden soll.

Die richtige Bank

Doch zunächst einmal heißt es: Für jedes Hotel die richtige Bank finden. Objekte unter 10 Mio. Euro Marktwert, die zudem inhabergeführt sind, und Hotels außerhalb der Großstädte sind bei regionalen Sparkassen und Genossenschaftsbanken am besten aufgehoben. Denn Hypothekenbanken finanzieren in der Regel erst Objekte ab einem Marktwert von 10 bis 15 Mio. Euro. Und: Das Gespräch mit einem Hypothekenbanker wird anders geführt als das mit einem Firmenkundenberater der Sparkasse oder Hausbank um die Ecke.

Deshalb sollte der Hotelier, der Geld von einer Hypothekenbank will, in seinem Geschäftsplan den Ertrag der Immobilie in den Vordergrund stellen. Der Banker fragt sich hier: Kann der Cash-Flow (die Pacht) das eingesetzte Kapital nachhaltig bedienen? Ist der Betreiber fähig und bonitätsstark genug, um auch in schwächeren Geschäftslagen das Kapital zu bedienen? Und kann auch ein anderer, durchschnittlicher Betreiber die gleichen Ergebnisse erzielen? Für den Hotelier bedeutet das, die langfristige Betrachtung in den Vordergrund zu stellen: 10-Jahres-Cash-Flow-Betrachtung, 5-Jahres-Vorausschau auf Jahresbasis. Zusätzlich sollte der Hotelier eine Best-Case- und eine Worst-Case-Variante der Berechnung vornehmen. Auf betriebsbezogene Kennzahlen achten Hypothekenbanker weniger stark. Im Geschäftsplan für den Firmenkunden-Berater sollten hingegen der Unternehmer und das Unternehmen die Hauptrolle spielen. Den Banker interessieren der aktuelle Geschäftsverlauf (Soll-Ist-Vergleiche mit Interpretation und gegebenenfalls eingeleiteten Maßnahmen), die Jahresplanung (ein bis drei Jahre) mit detaillierter Umsatz-,

Kosten- und Ertragsplanung auf Monatsbasis, Liquiditätsvorschau, Investitionsplan, Jahresabschluss-Analyse sowie qualitative Faktoren. Bei der Finanzierung unabdingbar ist laut Fidschuster eine ausreichende Eigenkapitalquote: „20 Prozent des Gesamtinvestitionsvolumens beziehungsweise des Kaufpreises sollten es mindestens sein. Nicht selten werden heute 30 bis 35 Prozent gefordert.“ Eine unabhängige dritte Meinung in Form eines Gutachtens sei hilfreich. Und: „Rechnen Sie ausreichend Zeit für die Vorbereitung ein. Sechs bis zwölf Monate vom ersten Gespräch bis zur Finanzierungszusage sind keine Seltenheit“, sagt sie. Die Vorbereitung ist das A und O. „Schließlich wurden 2008 9 Prozent mehr Kredite vergeben als im Vorjahr“, macht Martina Fidschuster den Hoteliers Mut.

Das Thema Finanzen ist auch Programmteil beim Deutschen Hotelkongress, den die AHGZ mit hochkarätigen Referenten am 26. Januar 2009 im Hotel Maritim, Berlin, veranstaltet. Kosten: 490 Euro zzgl. MwSt. für Hoteliers, 750 Euro zzgl. MwSt. für Industrie/Zulieferer (Frühbucher-Preis bis 30. November). Mehr Informationen unter Telefon 069 7595-3022 (Annika Klaus). Anmeldung und das genaue Programm unter: www.hotelkongress.de

Erschienen in der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung, Ausgabe 2008/44, Seite 5