

Die 10-Punkte-Checkliste für Hotel-Investments

1. **Die Anlageform:** Hotels bilden eine eigene Asset-Klasse und sind keinesfalls als eine Ersatzinvestition für Büros zu betrachten. Ein Investment erfordert also die Bereitschaft, sich mit der Komplexität eines Hotels auseinanderzusetzen - oder sich alternativ entsprechendes Know-how zu Rate zu ziehen.
2. **Der Check:** Eine hotelfachliche und betriebswirtschaftliche Due Diligence vor dem Ankauf durchzuführen, ist ein Muss und braucht Zeit. Denn ein Hotel ist nicht nur Immobilie, sondern auch Gewerbebetrieb. Deshalb muss beiden Aspekten gleichermaßen Rechnung getragen werden. Dabei kommt der Prüfung von Geschäftsmodell, Businessplan und Management ein besonders hoher Stellenwert zu.
3. **Das Fachwissen:** Investoren benötigen ob kurz oder lang hotelspezifisches Know-how. Nur so sind sie in der Lage, mit dem Hotel-Betreiber auf Augenhöhe sachlich fundiert zu diskutieren. Dabei können externe Berater dem Investor insbesondere in der Anfangszeit zur Seite stehen und später auch als Coach dienen.
4. **Der Preis:** Die Kaufpreisfindung für ein Hotel unterscheidet sich erheblich von der für Büroobjekte. Bei Büroimmobilien wird der Kaufpreis auf die Miete und die Bonität der Mieter abgestellt. Bei einem Hotel muss die Nachhaltigkeit der Pacht bzw. des Cash Flows auf Basis eines neutralen Businessplans ermittelt werden.
5. **Der Profit:** Der Renditevergleich zwischen Hotels und Büros hinkt. Erfahrungsgemäß wird der Leerstand bei Büros unterbewertet, der potenzielle 100%ige Leerstand eines Hotels bei Wegfall des Betreibers wird hingegen überbewertet. Dabei gilt: In einem erfolgreichen Hotel wird der Betreiber nicht ausfallen - und selbst wenn, findet sich jederzeit ein neuer.
6. **Der Vertrag:** Mangels fundiertem Wissen über Hotels neigen Investoren dazu, mit Festpachtverträgen auf Nummer Sicher zu gehen und verkennen die Potenziale, die in klug gestalteten Risk- und Profit-Sharing Modellen mit Betreibern stecken. Statt ausschließlich die Risiken zu minimieren, täten sie gut daran, sich am Erfolg einer Hotelentwicklung zu orientieren.
7. **Die Bilanz:** Die internationalen Bilanzierungsregeln erlauben Hotelketten kaum noch langfristige Pachtverträge. Nur wenige Investoren wissen jedoch um die Chancen, die sich daraus für die Vertragsgestaltung ergeben.
8. **Das Handling:** Hotels machen aktives Asset Management notwendig. Und das bedeutet, sich in die Schuhe des Betreibers zu stellen und zu überlegen, welche Investitionen – ob auf Betreiber- oder Investorenmenseite – den nachhaltigen Erfolg von Betrieb und Immobilie am besten sichern.
9. **Der Umgang:** Intensiver Kontakt und regelmäßiger Austausch mit dem Betreiber ist die wichtigste Basis für den langfristigen Erfolg der Zusammenarbeit.
10. **Die Wertsteigerung:** Agieren statt reagieren, lautet das Motto für den Betrieb von Hotels. Das setzt eine kontinuierliche Marktbeobachtung bzw. fundierte Marktkenntnisse voraus, um Veränderungen des Marktes und des Umfeldes frühzeitig erkennen und nachvollziehen zu können. Nur so können Maßnahmen für eine eventuelle Umorientierung oder Neupositionierung des Hotels rechtzeitig eingeleitet werden.