

Cost & Logis

DAS WICHTIGSTE FÜR DIE HOTELLERIE

01/2010
26. Januar

**Steigenberger:
Witschi-Nachfolger wird
es schwer haben** *Seite 3*

**Großstadt-Hotellerie:
Hamburg hängt
die Konkurrenz ab** *Seite 8*

**Technologie für Tagungen:
Die KFP-Chefs
im Interview** *Seite 26*

Hotel-Business	
Ferienhotels droht Rückschlag	10
Hotelprojekt in Braunschweig gestoppt	10
Travel Trends	
Deutsche Airports: Fünf Prozent weniger Passagiere	17
Handgepäck-Verbot an Bord? Vural Öger sorgt für Wirbel	18
Karriere	
Theda J. Mustroph und Michael Lutz: Doppelspitze für Side Hotel, Hamburg	21
Neue Dorint GmbH: E. U. Schweitzer leitet Unternehmensentwicklung	21
Investment	
Experte prognostiziert Investitionsschub	25
Seehotel Überfahrt wiedereröffnet	25
Industrie	26
Handelsregister	29
Kommentar	36

Diskussion um Spenden und verringerte MwSt. Schatten über der Branche

Die von der deutschen Hotellerie zunächst lange herbeigesehnte, gegen viele Widerstände durchgesetzte und schließlich bejubelte Senkung der Mehrwertsteuer auf Logis-Umsätze von 19 auf sieben Prozent bekommt einen zunehmend faden Beigeschmack. Kurz vor Weihnachten vergangenen Jahres ging das so genannte Wachstumsbeschleunigungsgesetz durch den Bundesrat – und mit ihm die Steuerminderung. Die Hoteliers und ihre Fürsprecher jubelten, politische Gegner, Verbraucherverbände und viele andere Experten waren erbost. Als unerwünschtes Steuergeschenk wurde das Thema in den Medien angeprangert. Als Geschenk, das mit Steuermindereinnahmen in Höhe von satten



Martina + Klaus Fidschuster über Trends in der Hotelentwicklung

Ein Hotels muss eine gute Story erzählen können, sagt **Martina Fidschuster** (Foto links) im Interview mit dieser Redaktion. Die Budget-Hotellerie mache den etablierten Playern der Branche vor, wie sich Gästezufriedenheit und Wirtschaftlichkeit erfolgreich vereinen ließen, so die Geschäftsführerin der **Hotour Hotel Consulting GmbH**, die das Unternehmen zusammen mit ihrem Mann **Klaus Fidschuster** (Foto rechts) leitet. Cost & Logis sprach mit den beiden Experten über Trends in der Hotelentwicklung (Interview ab Seite 4).

Duni **NEU**

Elegance Lily

... und Tafelträume werden wahr

Ehrenwort – es ist kein Stoff! Es ist mehr: Elegance-Lily vereint Stil, Noblesse und Sinnlichkeit der Stoffserviette mit den Vorzügen einer modernen Einwegserviette. Jetzt: Muster anfordern: unter grossverbraucher@duni.de

gut. Für die Economy-Hotels in den USA, deren Abschneiden Accor gesondert ausweist, lag der Rückgang bei 10,9 Prozent, auf vergleichbarer Basis gar bei 13,8 Prozent.

In der Hotellerie habe sich im vierten Quartal 2009 eine leichte Erholung des

Geschäfts gegenüber den übrigen Quartalen abgezeichnet, heißt es in einer Mitteilung des Konzerns.

Accor bestätigte die im August 2009 veröffentlichte Ergebnisvorgabe von 400 bis 500 Millionen Euro vor Steuern.

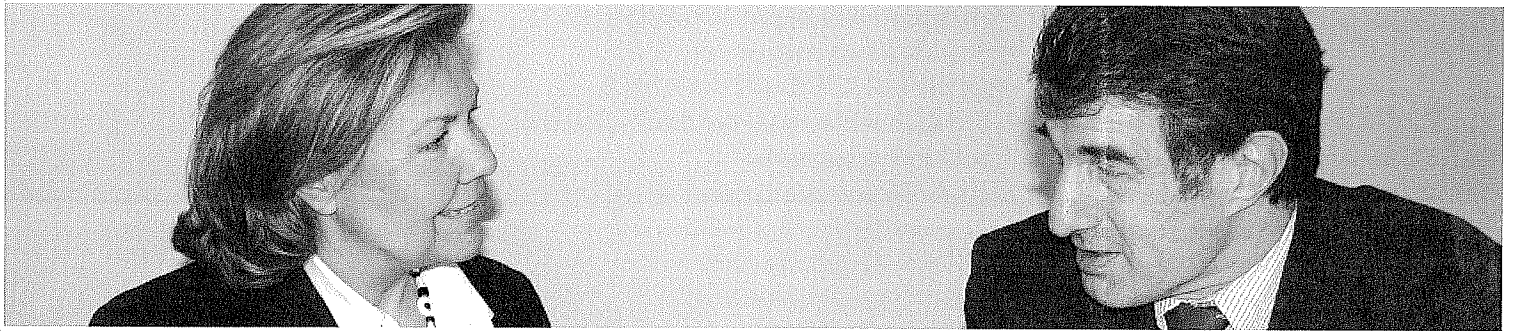
„Ein Hotel muss eine gute Story erzählen können“

Cost & Logis sprach mit Martina und Klaus Fidlschuster, Geschäftsführer der Hotour Hotel Consulting GmbH, über Trends in der Hotelentwicklung.

Sie beraten viele Investoren und Banken, aber auch Hoteliers beim Bau und Umbau von Hotels. In der Finanz- und Wirtschaftskrise sind viele Projekte auf Eis gelegt worden. Ist zu erwarten, dass diese Projekte in absehbarer Zeit wieder aufgetaut werden?

wicklung gesammelt. Was haben Sie aus den Krisen im Laufe der Jahre gelernt?

Klaus Fidlschuster: Der typische Immobilienzyklus eines Hotels – Neubau und Generalsanierung nach 25-30 Jahren – kann mit den immer schnelleren Veränderungen des Gastverhaltens kaum noch Schritt halten. Mit der Folge, dass viele Hotels ab dem 20. Jahr und oft auch schon deutlich früher nicht mehr konkurrenzfähig sind. Eine Krise forciert diesen Prozess. In solchen Fällen



Martina und Klaus Fidlschuster

Martina Fidlschuster: Die Risikozuschläge der Banken und somit die Zinsen sind hoch, ebenso die Eigenkapitalanforderungen an die Investoren. Deshalb werden bis auf weiteres viele Projekte noch eingefroren bleiben. Von den zahlreichen geplanten Vorhaben werden letztlich nur einige wenige gute Projekte überleben. Und das ist auch gut so. Denn die Boomphasen zeigen eines immer wieder sehr deutlich: Wenn Kredite günstig zu haben sind, fassen Investoren auch weniger rentierliche Projekte an.

Hotour feiert in diesem Jahr 40-jähriges Jubiläum. Sie beide haben in unterschiedlichen Funktionen jeweils 30 Jahre Erfahrung in der Hotelent-

kann ein Umbau erfolgreich sein, wenn das Haus mittels eines intelligenten Konzepts neu positioniert wird.

Martina Fidlschuster: An diesem Beispiel wird deutlich, dass gute Projekte krisenresistenter sind. Dabei spielt die Lage eine wichtige Rolle. Außerdem braucht man Eigentümer, die die Augen vor sich abzeichnenden Problemen nicht verschließen.

Seit Jahren wissen wir, dass wir ein Überangebot an Hotels in Deutschland haben. Warum werden immer noch neue Häuser gebaut?

Martina Fidlschuster: Ob und wie viel gebaut wird, hängt sehr stark von der Marktphase ab. In einer prosperie-

renden Phase gehen viele Projekte durch, weil Baugeld billig ist. Derzeit sieht es anders aus.

Klaus Fidlschuster: Es ist davon auszugehen, dass sich Projektentwicklung mittelfristig stärker im Bestand abspielen wird. Die vielen Hotels, die zwischen 1980 und 1990 eröffnet wurden, sind in die Jahre gekommen. Gleichzeitig laufen die Pachtverträge aus. Ganz gleich, ob der Pachtvertrag verlängert oder ein neuer Pächter gefunden werden muss - um Investitionen kommen die Eigentümer nicht herum. Für Projektentwickler tun sich damit neue Chancen auf, denn gerade institutionelle Investoren brauchen profunde Unterstützung durch hotelerefahrere Leute, die wissen, wie man mit solchen Objekten umgeht.

Martina Fidlschuster: Dabei ist betriebswirtschaftliches Hotelwissen ebenso gefragt wie immobilienwirtschaftliches Know-how.

Das klingt trotzdem alles in allem sehr stark nach Verdrängung. Wer wird davon am stärksten betroffen sein?

Martina Fidlschuster: Selbstverständlich gilt auch im Hotelmarkt die Regel: Der Bessere ist immer der Feind des Guten. Abgesehen von wenigen Ausnahmen, gibt es in Deutschland nicht zwingend einen Bedarf an zusätzlichen Hotelkapazitäten. In gesättigten Märkten geht es eindeutig um Verdrängung und den

Austausch von nicht mehr zeitgemäßen Produkten durch konkurrenzfähige.

Klaus Fidlschuster: Das betrifft vor allem Immobilien und Betriebe, bei denen regelmäßige Investitionen unterlassen wurden. Irgendwann ist der Renovierungsstau so groß, dass mit vertretbaren Mitteln eine Wiederherstellung der Wettbewerbsfähigkeit nicht mehr wirtschaftlich darstellbar ist. Am Ende entscheiden die Erwartungshaltung und die Wahrnehmung des Gastes, ob sich ein Hotel noch im Marktumfeld behaupten kann. Die Bedürfnisse der Gäste verändern sich immer schneller und vom Hotelier wird erwartet, dass er sein Angebot entsprechend anpasst. Wer da nicht mithält, hat es schwer.

Was waren und sind denn die wichtigsten Veränderungen der letzten Jahre?

Martina Fidlschuster: Früher war die gehobene Hotellerie zeitlos klassisch, während Hotels der einfacheren Kategorien nur preiswert möbliert wurden. Heute geht es immer mehr um Hotelpersönlichkeiten. Ein guter Innenarchitekt alleine reicht längst nicht mehr aus - ein Hotel muss eine gute Story erzählen können. Darüber hinaus macht der Margenverfall der Branche zu schaffen. Die Preiserhöhungen wurden in den letzten Jahren durch die Inflation aufgeessen, gleichzeitig stiegen die Kosten. Die Mehrwertsteuer-Senkung bringt zwar etwas

>

Weiße alle anders sind. MICROS-Fidelio Suite8

Stellen Sie Ihren Gast in den Mittelpunkt – mit all seinen individuellen Vorlieben. Dank des integrierten CRM-Tools der MICROS-Fidelio Suite8 ist dies ganz einfach. Die modulare Struktur ermöglicht eine optimale Anpassung an Ihre Anforderungen. Erfahren Sie mehr auf www.micros-fidelio.de oder per E-Mail an vertrieb@micros.com.

Besuchen Sie uns auf der Messe!
Intergastra, Stuttgart:
06.-10.02.2010, Halle 6 Stand 6B40

micros® FIDELIO





Zum Unternehmen

Der Tätigkeitsschwerpunkt der **HOTOUR Hotel Consulting GmbH** mit Sitz in Frankfurt liegt auf der Beratung und Unterstützung bei allen Fragen rund um den Hotelbetrieb und die dazugehörige Immobilie. Zum festen Kreis der Auftraggeber gehören deshalb Investoren, Projektentwickler und Finanzierungsinstitute ebenso wie Hotelgesellschaften, mittelständische Hotelbetriebe und die öffentliche Hand. Der unternehmerische Erfolg der HOTOURL basiert auf 40 Jahren Beratungspraxis, die sowohl die betriebswirtschaftlichen als auch immobilienpezifischen Aspekte eines Hotels abdeckt. www.hotour.de

Linderung. Dennoch: Wenn ein Hotelier von geringeren Margen leben muss, ist er gezwungen zu sparen. Die Budget-Hotels haben mit pfiffigen Konzepten vorgemacht, wie man erfolgreich an den wichtigsten Stellschrauben „Immobilie“ und „Personal“ drehen kann. Davon können sich Hotels aller Kategorien etwas abschauen, so wie auch die großen Airlines von den Low-Cost-Carriern lernen.

Klaus Fidschuster: In punkto Architektur und Raum-Layouts hat sich ebenfalls sehr viel getan. Versuchen Sie mal, ein 210 Zentimeter langes Bett - was heute Standard ist - in ein Hotelzimmer aus den 70ern zu bekommen. Da kommen Sie sehr schnell an die Grenzen des Zumutbaren, weil das Zimmer plötzlich viel kleiner wirkt. Darüber hinaus ist heute jedes neue Budget-Hotel mit einer Klimaanlage ausgestattet, was von den Gästen im Übrigen auch erwartet wird. Viele ältere Häuser können da nicht mithalten.

Welche Entwicklungen werden wir in den nächsten Jahren sehen?

Martina Fidschuster: Es werden neue Typen von Hotelgruppen entstehen - und zwar solche, die sich auf die Nachvermietung von Hotels konzentrieren, die nicht mehr zu einer großen Marke beziehungsweise Hotelgesellschaft passen. Die demographische Entwicklung wird den Wettbewerb um junge Mitarbeiter verschärfen. Die Folge: Alle Hotels werden mit weniger Mitarbeitern auskommen und ihre gesamten Prozesse darauf ausrichten müssen.

Klaus Fidschuster: Und das wird sich erheblich auf die Gebäudestruktur auswirken. Bereits heute haben Budget-Hotels etwa die Hotelrezeption mit dem Bartresen kombiniert, um weniger Personalkapazitäten zu binden. Inzwischen setzen sogar 4-Sterne-Häuser diese Idee um, wie beispielsweise beim neuen Penta-Konzept. Im Zeitalter von Coffee-to-go-Shops ist es für den Gast längst selbstverständlich geworden, sich den Kaffee am morgendlichen Buffet zu holen. Das war vor wenigen Jahren noch unvor-

stellbar. Künftig werden uns die um ein Vielfaches strengeren Auflagen der Energieeinsparverordnung beschäftigen. Zwar gibt es Bestandsschutz, doch bei größeren Renovierungs- und Umbaumaßnahmen, die eine Baugenehmigung erfordern, gilt dieser nicht mehr. Das trifft übrigens auch für den Brandschutz zu.

Martina Fidschuster: Was uns fehlt sind Investoren, die für sich selbst bauen - wie zum Beispiel die Familie Hagenbeck. Das Motiv für die Planung des von Lindner geführten Parkhotels am Tierpark ist, dass die Familie über mehrere Generationen damit Geld verdient. Aus diesem Grund wurden auch Investitionen getätigt, die ein Investor mit kurzfristigem Anlagehorizont vermieden hätte. Vor diesem Hintergrund bekommt der leider etwas überstrapazierte Begriff der Nachhaltigkeit eine neue Bedeutung.

Eigentlich baut man lange genug Hotels, wir sollten die perfekte Maßeinheit längst gefunden haben. Warum klappt das trotzdem so oft nicht?

Klaus Fidschuster: Die breite Palette der Hoteltypen und Kategorien sowie die unterschiedlichen Standorte machen jedes Hotel zu einem Unikat. Zwar wird die Kettenhotellerie oft mit dem Vorwurf konfrontiert, uniform zu sein. Doch bei genauerem Hinsehen entpuppt sich die vermeintliche Wiederholung nur als konsequente Umsetzung funktionaler Flächenzusammenhänge - von denen Privathotels ruhig lernen sollten.

Martina Fidschuster: Der Grundstein eines erfolgreichen Hotels liegt in der schlüssigen Konzeptfindung. Professionell aufbereitete Unterlagen sind das A&O der Betreiberansprache und sparen nachträgliche Konzeptanpassungen und Umplanungen. Dasselbe gilt für die Finanzierungsgespräche, die - Basel III steht vor der Tür - in der Zukunft noch schwieriger werden als es bis dato für die Hotellerie ohnehin schon war.