

Immobilien-Spezialfonds

Hotelmarkt Deutschland – Chancen für institutionelle Investoren

Hans-Dieter Martin und Torsten Wesch

Nach dem Einbruch im vergangenen Jahr zeigt der deutsche Hotelmarkt erste Anzeichen der Erholung. Die Mehrwertsteuersenkung und ein wieder anziehendes Kongress- und Tagungsgeschäft beflügeln den Markt. Die Krise ist aber noch nicht überwunden, so die Autoren. Institutionellen Investoren böten sich jedoch gerade jetzt gute Chancen. Insbesondere das preiswerte Segment wachse weiter und ermögliche lukrative Investitionen. Allerdings sind Anlagen in Hotelimmobilien keine Selbstläufer, sondern erfordern umfangreiche Branchenkenntnisse, warnen sie. Wo dann natürlich der spezialisierte Asset Manager ins Spiel kommt. (Red.)

Das deutsche Hotelgewerbe verzeichnete nach Angaben des Hotelverbands Deutschland (IHA) im Jahr 2009 rund 216,2 Millionen Übernachtungen. Dies entspricht einem Rückgang von 1,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die durchschnittliche Zimmerauslastung sank deutschlandweit im Jahr 2009 gegenüber dem Vorjahr von 62,9 Prozent auf 60,2 Prozent. Der gesamte Umsatz der Hotellerie reduzierte sich von 16,6 Milliarden Euro im Jahr 2008 auf 15,6 Milliarden Euro im vergangenen Jahr. Diese Zahlen belegen, dass sich das deutsche Hotelgewerbe dem Einfluss der wirtschaftlichen Turbulenzen nicht entziehen konnte.

Für das Jahr 2010 sieht der IHA jedoch Zeichen der Entspannung. Er geht von einem Anstieg der Übernachtungszahlen um zwei Prozent aus. Im ersten Quartal 2010 haben laut Statistischem Bundesamt die Gästeübernachtungen sogar bereits um drei Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 64,6 Millionen zugelegt. Die Zahlen der Marktbeobachter und Analysten zeigen jedoch, dass die Krise Deutschlands Übernachtungsmärkte unterschiedlich stark getroffen hat. Von der Erholung profitieren werden ebenfalls nicht alle Hotelsegmente gleichermaßen.

First Class-Hotellerie verliert

Insbesondere die rückläufigen Geschäftsreisen und Tagungen sowie die Tendenz, in der Rezession eher Hotels einer niedrigeren Kategorie zu buchen, treffen die First Class-Häuser. Nach Angaben des IHA verlief das zurückliegende Geschäftsjahr bei der Hälfte der rund 220

Luxushotels in Deutschland negativ. So vermeldeten 50 Prozent zum Teil erhebliche Umsatzrückgänge im zweistelligen Prozentbereich. Nur rund ein Viertel konnte den Umsatz auf Vorjahresniveau stabilisieren. Die durchschnittliche Auslastung im Luxussegment ging im Jahr 2009 um 4,8 Prozent auf 60,6 Prozent zurück. Die durchschnittlichen Zimmerpreise reduzierten sich um 9,8 Prozent auf 124 Euro. Das Segment der Luxushotels gehört damit zu den Verlierern.

Einer aktuellen Trendumfrage des Immobilienberatungshauses Dr. Lübke zufolge erwarten 39 Prozent der Betreiber von Luxus-Hotels (5 Sterne) auch weiterhin sinkende Preise für das Jahr 2010. Mittel- bis langfristig ist fraglich, ob dieses Segment zu alter Stärke zurückfindet. Denn nicht nur die Einbrüche durch die Wirtschaftskrise machen den Luxushotels zu schaffen. Auch der allgemeine Trend zum Downgrading – vor allem im Bereich der geschäftlich veranlassten Übernachtungen – lässt an einer raschen Erholung zweifeln. Auch das in den letzten Jahren aufgebaute Überangebot an Übernachtungskapazitäten steht einer deutlichen Erholung im Weg.

Angesichts der Aussichten für Luxus-Hotels ist es nicht verwunderlich, dass sich der Investmentfokus – insbesondere der institutionellen Anleger – verschoben hat. Waren in den vergangenen

Jahren vor allem repräsentative 4- bis 5-Sterne-Hotels in den Top-Lagen bekannter Metropolen gefragt, suchen nunmehr offene wie auch geschlossene Fonds nach Möglichkeiten, in Budgethotels zu investieren. Die aktuell geringere Zahlungsbereitschaft der Gäste ist ein wesentlicher Vorteil dieser Kategorie.

Budgethotels boomen

Doch nicht nur der Übernachtungspreis ist ausschlaggebend: Das preiswerte Segment hat auch an ganz anderer Stelle die etablierten Häuser ein- beziehungsweise überholt. So sind im Budgetsegment neue erfolgreiche Angebotskonzepte entstanden. Es treten vermehrt Hotels auf den Markt, die preisgünstig sind, ohne dabei auf Qualität oder modernes Design zu verzichten. Oftmals sind es die kleinen Dinge, auf die im Budget-Segment flexibler reagiert wird. Geschäftsleute und insbesondere die Gruppe junger Reisenden benötigen beispielsweise kein Zimmertelefon mehr. Sie kommunizieren über ihre eigene mobile Technik.

Dafür notwendig ist aber ein kabelloser Internetanschluss. Auch die gut sortierte hochwertige Minibar, wie sie in allen gehobenen Hotels zur Verfügung steht, wird weniger genutzt. Dafür ist diesen Gästen eine Hotelbar mit Lounge-Charakter wichtig, in der sie in kommunikativer Atmosphäre andere Menschen kennenlernen können. Einige Hotelmarken erzielen damit bei aktuellen Branchenrankings Spitzenbewertungen. Heute sprechen Budgethotels eine breite Zielgruppe von preisbewussten Urlaubs- und Geschäftsreisenden an, die vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation weiter wächst.

Diese Entwicklung manifestiert sich auch in den Zahlen der Hotellerie: Als einziges Segment konnten Budgethotels Zuwächse verbuchen. Die Auslastung von Zimmern unter 50 Euro ist nach Angaben des IHA zwischen 2000 und 2009 von 49 Prozent auf 55 Prozent gestiegen. Dementsprechend liegt auch das Wachstum der Budgethotellerie deutlich über dem der klassischen Beherbergungsbetriebe. In Berlin etwa lag die Steigerung des Angebotes zwischen 2004 und 2009 bei rund 90 Prozent, in Hamburg bei 225 Prozent und in Frankfurt sogar bei 300 Prozent. Vor allem Ketten wie Motel One und B&B sowie die größeren Low-Budget-Konzerne wie Accor oder Holiday Inn Express wollen weiter expandieren. Die Marktführer wie Meininger und A&O

Die Autoren

Hans-Dieter Martin und Torsten Wesch sind Geschäftsführer der LB Immo Invest GmbH, Hamburg.

nutzen die Kostensparungen vieler Firmen und konzentrieren sich verstärkt auf den Geschäftsreisemarkt.

Um Kosten zu sparen, stehen in den meisten Unternehmen besonders die Reisekosten der Mitarbeiter im Fokus. Gemäß der Geschäftsreisanalyse 2010 des Verbandes Deutsches ReiseManagement (VDR) ging der Geschäftsreisemarkt im Jahr 2009 um 11 Prozent auf 145,1 Millionen Geschäftsreisen zurück. Auch 2010 wird für Geschäftsreisehotels eine Herausforderung. Je höher der Anteil internationaler Gäste, desto gravierender der Buchungsrückgang. Eine aktuelle Umfrage des VDR schürt jedoch Hoffnung. Mehr als die Hälfte der befragten Hoteliers sei zuversichtlich, dass es noch in diesem Jahr aufwärts gehe. Fast ein Viertel sehe die Erholung ab 2011.

Geschäftshotels leiden unter Sparzwang der Reisenden

Trotz Rückgang der Buchungszahlen bleibt Deutschland bei Geschäftsreisen der größte Hotelmarkt Europas, der größte Messestandort weltweit und nach den USA der zweitwichtigste Kongressmarkt. Allerdings wird die Zielgruppe der Geschäftsreisenden heterogener. Gleiches gilt für die Hotelbranche – wobei Ursache und Wirkung mittlerweile schwer zu trennen sind. So unterschiedlich die Aufenthaltsmotive der Hotelgäste sind, so differenziert ist auch das Übernachtungsangebot.

Für Investoren ist nicht mehr nur ausreichend zwischen Segmenten, sondern auch zwischen unterschiedlichen Geschäftsmodellen zu unterscheiden. So gibt es einerseits standortabhängige Hotels, deren Erfolg mit der Entwicklung der lokalen Unternehmen einhergeht. Andererseits existieren konzeptabhängige Hotels, deren Erfolg aus dem Hotelangebot selbst kommt und bei denen der Standort eine untergeordnete Rolle spielt. Überall dort sind künftig auch Geschäftsreisende zu finden.

Investmentmarkt belebt sich

Viele Investoren reagieren auf diesen Trend und erwerben wieder Hotels, die eine ausreichende Markenbekanntheit bieten. Weitere wichtige Kriterien sind die Erreichbarkeit beziehungsweise der Standort des Hotels und das Angebot an Basisleistungen. Was Innovationen betrifft, sind Ideen gefragt, die bei den Gästen Begeisterung auslösen und

den Hotelbetrieb durch ein Alleinstellungsmerkmal von der Konkurrenz abheben.

Der Rückgang der Buchungszahlen hatte auch Einfluss auf den Hotelinvestmentmarkt. Im Jahr 2009 lag das Investmentvolumen lediglich bei 245 Millionen Euro. Das ist ein Rückgang von 75 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Portfoliotransaktionen gab es im vergangenen Jahr überhaupt nicht. Der drastische Rückgang ist vor allem auch auf die erschwerten Finanzierungsbedingungen zurückzuführen. Maklern zufolge sind bei kleineren und mittleren Häusern mehr Transaktionen zu beobachten. Trotz des schwachen Jahres hat sich die Stimmungslage verbessert.

Dem IHA zufolge wurden im zweiten Halbjahr 2009 deutlich mehr Transaktionen getätigt als im ersten Halbjahr. Klar zu erkennen sei ein Trend zu sicherheitsorientierten Investments. Im vergangenen Jahr wurden fast ausnahmslos Hotels mit langfristigen Pachtverträgen verkauft. Institutionelle eigenkapitalstarke Anleger aus Deutschland dominierten dabei den Transaktionsmarkt.

Die weitere Entwicklung des deutschen Hotelinvestmentmarktes hängt maßgeblich von den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ab. In einer aktuellen Umfrage von Jones Lang Lasalle unter weltweit mehr als 2.500 Investoren zeigte sich insbesondere der deutsche Hotelmarkt attraktiv. So erwarten Investoren vor allem in München und Hamburg eine positive Entwicklung im Hotelinvestmentmarkt. Die befragten Experten gehen davon aus, dass der Investmentmarkt für Hotelimmobilien 2010 leicht anziehen wird, da poten-

zielle Investoren Hotels zu möglichst günstigen Konditionen erwerben wollen.

Aktuelle Chancen für Investoren

Vor allem aufgrund der gesunkenen Kaufpreise ist das Hotelsegment derzeit für Investoren interessant. Der aggressive Bieterwettbewerb in den Jahren vor 2008, der zu teilweise hohen Preisauflagen führte, ist beendet. Aktuell treten verstärkt eigenkapitalstarke Investoren – insbesondere Offene und Geschlossene Immobilienfonds, Versicherungen oder vermögende Privatinvestoren – als Kaufinteressenten auf, die eine langfristige Investmentstrategie verfolgen. Trotz der noch immer spürbaren Auswirkungen der Krise bleiben Hotelimmobilien – und hier insbesondere Hotelimmobilien im Low-Budget-Segment beziehungsweise im 2-3-Sternebereich – eine interessante Anlageform.

Bei einem guten Standort in einem guten Marktumfeld versprechen Hotels höhere Renditen als andere Immobilienmarktsegmente. Zudem ist der Verwaltungsaufwand für den Investor in der Regel gering. Dafür verantwortlich sind sowohl die langen Vertragslaufzeiten von 15 bis 25 Jahren als auch der Aspekt, dass es sich in der Regel nur um einen einzigen Mieter handelt und schließlich die oft weitgehende Übernahme der Instandhaltung durch den Betreiber. Gleichwohl sind Investitionsentscheidungen in die Spezialimmobilie Hotelkomplex und fordern eine fundierte Branchenkenntnis. Ist dieses Know-how bei dem Investor vorhanden, bieten Hotelimmobilien auch in schwierigen Zeiten hervorragende Investitionsmöglichkeiten mit langfristig guten Perspektiven. ■