

Wasser, wird den ganzen Stadtteil durchziehen und die Quartiere verbinden.

Großes Thema ist Nachhaltigkeit. Die Wärmeversorgung soll zu 100% grün sein und durch Abwärmenutzung aus Abwasser überwiegend vor Ort erzeugt werden. Das zirkuläre Bauen, das Häuser als Rohstofflager sieht, wird hier umgesetzt. Alle verwendeten Bauteile werden dokumentiert, so dass sie im Fall des Abrisses recycelt werden können. ■

SERIE:
DER*5*MINUTEN*HOSPITALITY*EXPERTE*
TALK OF THE TOWN
„Schwarzer Herbst oder der Weiße aus Umbrien?“

Winfried D. E. Völcker, Hospitality-Experte
www.voelcker-hospitality.de

Verschonen Sie mich bitte mit 360° vernetztem Denken. Klar hängt alles irgendwie zusammen und voneinander ab. Auch der umgekippte Sack Reis in China. Hotelinvestoren von Developern & Architekten. (Die natürlichen Feinde des Hoteliers). Alle zusammen vom Hotelbetreiber. Der vom Wohlgefallen seiner Kunden. Aber lassen wir die Kirche mal im Dorf, denn es gibt solche und solche. Einem Unternehmer aus Genf, einst Stammgast im Schwarzen Bock zu Wiesbaden, bot ich mein Hotel zum Kauf an: Er: „Lieber Herr Völcker, ich habe so viel Geld in Hotels verdient, das möchte ich mit Hotels nicht wieder verlieren.“



Winfried D. E. Völcker,
Hotelier & Gastronom

Dabei ist das Hotelgeschäft faszinierend und so einfach, wie es alt ist. Vier Zutaten braucht's. Ein attraktives, interessantes, einzigartiges, aber nicht artiges Rezept, Verzeihung: Konzept. Eine frequentierte, nachfragestarke Lage, einen Standort mit dem Genius Loci. Einen motivierten Dirigenten, den Betreiber, der es vermag, das Konzept-Ensemble leidenschaftlich und klangvoll zu dirigieren. (Das ist sein unbezahlbares Vermögen!). Und es braucht Kapital. Viel Kapital. Zu diesen vier Langfristfaktoren kommen fünf mittel- und kurzfristige Marketing Forces, der Marketing-Mix MM 5.0. Mehr nicht. Sagt einer etwas anderes, bestellen Sie ihm einen schönen Gruß von mir, er hat keine Ahnung. Nur so entsteht Wertschöpfung.

Den Wert einer Hotelimmobilie steigert (oder auch nicht) der Betreiber über die Netto-Netto Zimmerdurchschnittsrate x 1000 x Anzahl der Zimmer.. (65% Belegung

vorausgesetzt) Oder der Wert wird vom EBITDAR/ GOP abgeleitet: GOP nach USALI, multipliziert mit Faktor 12 bis 15 - oder wünsch Dir was...

Was wäre z. B. ein fairer Pachtfaktor, als finanzieller Handlungsrahmen, für alle Akteure? Als Hotelmann mit 40 Jahren Eigentümer- und Betreibererfahrung sage ich: 1.5. (Turnkey. Dach & Fach beim Verpächter). Ergo, von einer Million GOP/ EBITDAR erhält der Verpächter 2/3 zur Amortisation seines Einsatzes (ROI). Der Betreiber 1/3 für sein Vermögen, Honig aus Steinen zu ziehen. Einen höheren Mietabdeckungsfaktor (RCR, Rent Coverage Ratio) empfehle ich nicht, es sei denn, der Verpächter bevorzugt häufige Betreiberwechsel. Höhere Faktoren erzielen Trüffelobjekte. Die sind aber rar. Trüffelschweine auch. Aus die Maus.

Zeitgleich mit der Expo Real startet in Umbrien die Trüffelsaison. Trüffel sind nicht gleich Trüffel. Der frische schwarze Herbsttrüffel zum Beispiel, über Uncinatum, kostet 1.390,00 Euro das Kilo. Der Tuber magnatum pico, unter uns Kennern „Der Weiße aus Umbrien“, genannt, kommt a bissel teurer: 9.750,00 Euro das Kilo. Das ist wie **Adlon** vs. **Motel One**. 7 x teurer. 7 x attraktiver? 7 x rentabler? 7 x schmackhafter?

Hotelimmobilien, wie „Der Weiße aus Umbrien“, sind halt Trophäen, Schmuckstücke, was mich an eine liebenswerte, reiche Bankierswitwe aus Wien erinnert. Sie entschied nach meiner Beratung: „Ich kaufe!“ Begründung: „Lieber ein Hotel am Hals als gar keinen Schmuck“.

Hotel ist Theater. Hotel ist Erlebniswelt. Ein volles Haus der Beweis dafür, dass alles richtig gemacht wurde. Gibst Du Deinen Kunden nämlich was die wirklich wollen, ist der Erfolg nicht zu verhindern. Gäste kaufen keinen Preis, sondern Befriedigung für sich selbst: „Das bin ich mir wert. Das habe ich mir verdient.“ „High Touch“ spült 40% mehr Umsatz in die Kasse, pro Stuhl. pro Zimmer. 100 pro. Kommen Emotionen ins Spiel, setzt der Verstand meist aus. Das Leben ist auch zu kurz, um in Kasperlbuden zu wohnen...

Back to the Roots. Back to Profits: Der GOP/ EBITDAR nach dem US Uniform System of Accounts ist ein global verlässlicher Indikator für die Leistungsfähigkeit und Gewinnpotentiale einer Hotelunternehmung. Der reicht derzeit vielerorts nicht mehr aus, um den vertraglichen Verpflichtungen nachzukommen. Die Nachfrage fehlt. Kunden haben wieder Stacheldraht in der Hose. Umsatz produzierende, freundliche Mitarbeiter fehlen. Betriebsbedingt hohe Fixkosten erschweren den Aufstieg durch den Breakeven Punkt. Von jedem Euro Umsatz unterhalb bleibt halt nix über. Hätte man einen Plan für den Aufstieg durch den Breakeven, (gibt es immer) wären es schnell 50 Cents und mehr nach unten durch: Alles hängt irgendwie zusammen. ► Aber auch der Sack Reis in China? ►

Impressum

Rheda-Wiedenbrück,
T: 0 52 42 - 90 12 50
F: 0 52 42 - 90 12 51
info@rohmert.de
www.rohmert-medien.de

Chefredaktion:

Constanze Wrede

Dr. Karina Junghanns
(stellv. Chefredaktion)

Immobilienredaktion:

Prof. Dr. Thomas Beyerle, Thomas Döbel, Dr. Gudrun Escher, Marion Götz, Karin Krentz, Uli Richter, Sabine Richter, Hans Christoph Ries, Caroline Rohmert, Petra Rohmert, Werner Rohmert, Prof. Dr. Günter Vornholz, Constanze Wrede

Hrsg.: Werner Rohmert

Recht / Anlegerschutzrecht:

Klumpke Rechtsanwälte, Köln;
Dr. Philipp Härle - HMRP
Rechtsanwälte, Berlin;
Prof. Dr. Karl-Georg Loritz,
Geisenfeld

Redaktl. Beirat: Dr. Kurt E. Becker (BSK), Christopher Garbe (Garbe Unternehmensgruppe/Garbe Industrial Real Estate GmbH), Dr. Karl Hamberger (Ernst & Young), Prof. Dr. Jens Kleine, Prof. Dr. Wolfgang Pelzl (Uni Leipzig), Andreas Schulten (Bulwien AG), Dr. Marcus Gerasch (arvato)

Wissenschaftliche Partner:

- Prof. Dr. Hanspeter Gondring FRICS (Studiendekan, Duale Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart)
- Prof. Dr. Dieter Rebitzer (Studiendekan/FRICS; Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen - Geislingen)

Verlag:

Research Medien AG
Nickelstr. 21
33378 Rheda-Wiedenbrück
T.: 05242 - 901-250
F.: 05242 - 901-251

Vorstand: Werner Rohmert

Aufsichtsrat: Prof. Dr. Karl-Georg Loritz, Geisenfeld

Unsere Bankverbindung erhalten Sie auf Anfrage.

Namens-Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt der Redaktion wieder.

Alles geht, wenn Du willst, was Du mußt, haben **Dieter Müller** und seine Ehefrau **Ursula Schelle-Müller** gezeigt. Müller verkaufte vor 30 Jahren seine öden Astron Hotels an die Spanier. Müller zog sich zurück und plante „Motel One“. Brüten, nicht gackern! Mal ehrlich, welcher Hotelier hat in den letzten 25 Jahren smart und leise 120 attraktive, begehrte Hotels erschaffen? (Ich wollte es, bin aber noch total weit davon entfernt) Wer hat in 25 Jahren einen (Motel One-) Unternehmenswert von über 4.3 Mrd. Euro erwirtschaftet? Wer, außer Müller, kann so gut zum halben Preis bauen und die Hütten dann auch noch zu höchst auskömmlichen Preisen füllen? Ihr Architekt vielleicht?

Die Hospitality Branche ist die globale Wachstumsbranche des 21. Jahrhunderts. Sie ist spannend und profitgeladen für alle, die begreifen, Erfolg in Hotellerie und Gastronomie „is about people & concepts. Überall fehlen Leute. Aber es gibt genug Gute. Zahlst Du Peanuts, kriegst Du Monkeys. Willst Du Schwanensee inszenieren kannst Du keine Enten casten. Völ(c)ker hört die Signale. Ich wünsche gute Geschäfte und viel Vergnügen mit der schönsten Assetklasse der Welt. Ein Expo-Besuch ohne neues Geschäft, das wäre ja wie Weißwurst ohne Brez`n, und ohne süßen Senf. ■

Wir möchten uns an dieser Stelle noch einmal bei unseren Partnern und den Firmen, die diese Ausgabe möglich gemacht haben, bedanken:

Aurelis Real Estate, Bauwert Aktiengesellschaft, Branicks Group AG, BVT Unternehmensgruppe, cds Wohnbau Berlin GmbH, DF Deutsche Finance Holding AG, EBZ Business School; Empira AG, Finexity Services GmbH, Garbe Unternehmensgruppe, Jamestown US-Immobilien GmbH, Ökorenta GmbH, Union Investment, Real I.S. AG, Sonar Real Estate GmbH, US Treuhand Verwaltungsgesellschaft mbH, Vanderlicht GmbH & Co.KG, vdp Research GmbH sowie HypZert, Verifort Capital Group GmbH.



**Viel Erfolg, Spaß und
viele neue
Erkenntnisse
auf der Expo Real
2024**

**wünscht Ihnen
Ihr Team von**

rohmertmedien

www.rohmert-medien.de

tagesaktuell. kostenlos. informativ.