

HOTELINVESTMENTS

Wohin geht die Reise?

Text von Susanne Stauß

Der Blick zurück treibt Tränen in die Augen: 2019 knackte das Transaktionsvolumen des deutschen Hotelinvestmentmarkts nach Angaben der wichtigsten Maklerunternehmen der Branche zum zweiten Mal nach 2016 die 5-Milliarden-Euro-Marke. 2022 erreichte der Markt nur noch ein Transaktionsvolumen von 1,9 Milliarden Euro.

Auch zu Beginn dieses Jahres läuft eher wenig. „Finanzierungen sind sowohl über Forward Funding als auch über Banken nahezu unmöglich“, sagt Reiner Nittka, Vorstandssprecher der GBI Holding, die 2019 noch Deutschlands größter Hotelprojekt-



Dr. Peter Ebertz,
Geschäftsführer der ArtInvest
Real Estate Management
GmbH & Co. KG



Nadja Werum,
Senior Investment Manager
Real Estate Markets Hospitality
bei der Commerz Real AG

Auswirkungen der Coronapandemie, Fachkräftemangel, Energiekrise, Inflation – im operativen Bereich sieht sich die Hotellerie mit gewaltigen Herausforderungen konfrontiert. Entwicklern vergällen zudem steigende Zinsen und schwer kalkulierbare Baukosten die Lust auf Hotelprojekte. **Wie investmenttauglich ist die Assetklasse?**

entwickler war. Die Preisentwicklung bei Hotelverkäufen sei gesunken, aber aktuell stabil. In A-Städten würde in Deutschland der Kaufpreisfaktor 21–22 erzielt, in B-Städten einer zwischen 19 und 20 und in C-Städten ein Faktor zwischen 17 und 18. Die Angebote liegen aber noch deutlich darüber. „Selbst gestrandete Developments sind derzeit noch zu teuer und bleiben liegen oder werden Büros.“ Bewegung sieht Nittka im Bereich Refurbishments bestehender Hotels, bei der Umwandlung von Stranded Assets in ESG-konforme Produkte sowie bei intelligenten Verbindungen von bestehenden Immobilien mit Neubauten. „Da die Betreiber immer noch eine dynamische Expansionspipeline haben, finden aktuell verstärkt Umnutzungen und Rebrandings statt“, unterstreicht Nadja Werum, Senior Investment Manager Real Estate Markets Hospitality bei der Commerz Real AG.

Einen Funken Optimismus verbreitet die rasante Erholung des Reiseaufkommens. Die Performancezahlen der Ferienhotellerie werden in diesem Jahr voraussichtlich auf das Niveau von 2019 steigen oder es sogar übertreffen und auch die Stadthotellerie holt schneller auf als zu Beginn der Coronapandemie prognostiziert. Eine vollständige Erholung erwarten Experten hier jetzt ab 2024.

DIE TREIBER DER TRANSFORMATION

Weiter fest an den Hotelinvestmentmarkt glaubt ArtInvest Real Estate. „Die Marktnachfrage ist wieder intakt. Allerdings zwingen die Realitäten – Inflation, Mitarbeitermangel, Coronaschulden, Digitalisierung, ESG – in nahezu jeder →

AUSGEWÄHLTE DEALS

2022: Projektverkauf des zukünftigen 282-Zimmer-Hotels me and all in Leipzig als Teil des komplett neu geplanten Quartiers Krystallpalast im Ortsteil Zentrum-Ost. Käufer: Commerz Real für den offenen Immobilienfonds hausInvest, Verkäufer: Projektentwickler Quarterback. Voraussichtlicher Baubeginn: Frühjahr 2023. +++ Ankauf des 177-Zimmer-Fünf-Sterne-Resorts A-ROSA Sylt durch das Family-Office Wirtgen Invest von Deutsche Invest Immobilien. +++ Erwerb des 125-Zimmer-Hotels Caro & Selig am Tegernsee durch Union Investment von einer Tochtergesellschaft des Bauträgers Planquadrat, voraussichtliche Eröffnung bis März 2023.

2023: Erwerb des 203-Zimmer-Premier-Inn Braunschweig durch ArtInvest Real Estate für den Core-Budget-Hotelfonds von der DIO Deutsche Immobilien Opportunitäten AG. Es wurde 1982 als Teil des Welfenhof-Ensembles errichtet, 2015/2016 umfassend renoviert und 2021/2022 um 29 Zimmer erweitert.

Hinsicht, neue Wege zu gehen, um nachhaltig erfolgreich zu agieren. Dies wird innovative Hotelprozesse, flexiblere Vertragsstrukturen und eine Konsolidierung hin zu größeren Hotelplayern am Markt zur Folge haben“, erläutert Managing Director/Head of Hotels Dr. Peter Ebertz. Nadja Werum ist überzeugt, dass ein fundiertes Nachhaltigkeitskonzept sowohl für den Hotelbetrieb als auch für die Immobilie essenziell ist. „Energieausweise sind selbstverständlich und Zertifizierungen gewinnen mehr und mehr an Bedeutung.“ Ebertz sieht dies ebenso: „Ohne ESG-Zertifizierungen wird es für Hotels kaum noch möglich sein, größere Kunden oder Investoren zu gewinnen“, sagt er. Zudem seien digitalisierte Prozesse zwingend erforderlich, um den Mitarbeitermangel zu kompensieren und das Gästelerlebnis zu verbessern. Zu den Erfolgskonzepten der Zukunft sagt Werum: „Extended-Stay-Apartmenthotels haben in den letzten Jahren einen großen Anteil am Markt erobert und sind auch für Investoren aufgrund der starken Gästenachfrage, der Kostenstrukturen und der Drittverwendungsfähigkeit attraktiv, ebenso wie personalschlanke Konzepte, vor allem im Budgetsegment.“

WENIGER IST MEHR

Für Ebertz verliert kein Hotelsegment und kein Produkt an Legitimation, wenn es gut gemacht ist. Die Investmentaktivität werde lediglich durch die Differenz zwischen Verkäufer- und Käufererwartungen gebremst. „Wir haben im letzten Jahr vier Hotelprojekte fertiggestellt, alle sind operativ gut angelaufen. Hotelinvestitionen machen nach wie vor Sinn. Es tut uns aber allen gut, dass in den nächsten Jahren weniger Hotels auf den Markt kommen werden. An eine große Zahl attraktiver Investmentopportunitäten wie 2009/2010/2011 glaube ich persönlich nicht“, sagt er. Die aktuelle Ruhe auf dem Markt könne sich sehr positiv auf Projekte auswirken, die 2026 realisiert würden.

Ein weiteres Resultat der Pandemie ist ein erwachtes Interesse institutioneller Investoren an der bisher von ihnen eher belächelten Ferienhotellerie. Ein prominentes Beispiel ist der Kauf des Caro & Selig Hotels am Tegernsee von einer Tochtergesellschaft des Bauträgers Planquadrat durch Union Investment. Das 125-Zimmer-Objekt soll in diesem Frühjahr eröffnen, Pächter ist die Four Peaks Hospitality GmbH, eine relativ junge White-Label-Betriebsgesellschaft aus Salzburg, die von Soravia (Wien) und Planquadrat (Salzburg) gegründet wurde, um Privathoteliers neu zu positionieren. Four Peaks geht für einige seiner Franchisevereinbarungen mit Softbrands von Marriott ein. Das Caro & Selig wird zur Autograph Collection zählen.

Es bleibt also spannend auf dem Hotelmarkt, der wie kaum eine andere Assetklasse eine besonders langfristige Ausrichtung mit Miet- oder Pachtverträgen von zehn bis mehr als 20 Jahren bietet. Hotelinvestments sind daher besonders gut dafür geeignet, Immobilienportfolios über einen konstanten Cashflow langfristig zu stabilisieren. 📌

Die Autorin



Foto: Susanne Stauß

Susanne Stauß zählt zu den bekanntesten deutschen Hotel-Fachjournalisten. Über einen Ferienjob in der Schweiz wurde sie vom Hotelvirus infiziert und schloss daraufhin ein duales Studium der Hotelbetriebswirtschaft ab. Seit über 30 Jahren begleitet sie redaktionell die Entwicklung der deutschen Hotellerie vom Mama-Papa-Betrieb zum begehrten Investmentobjekt mit all ihren Immobilienfacetten, vom Hostel bis zum Luxushotel. Heute arbeitet Susanne Stauß unter anderem als feste freie Mitarbeiterin für das Onlinemagazin *hospitalityinside.com* und für das Fachmagazin *Tophotel*.

Für die Hotellerie war die Pandemie ein außergewöhnlicher Stresstest. Das ging an der Assetklasse nicht spurlos vorbei. Mit dem Wegfall der Beschränkungen ab dem zweiten Quartal 2022 schnellten die Übernachtungszahlen in die Höhe. **Claudia Sunderkamp, Immobilienökonomin** und Mitglied des Managementboards der HOTOUR Hotel Consulting GmbH, Frankfurt am Main, rückt den rekordverdächtigen Erholungskurs etwas ins rechte Licht.

Die Fragen stellte **Alexandra May**



Foto: Jule Schütze

„Preiserhöhungen werden akzeptiert – ein Novum“

Grenzsicherungen, Reisebeschränkungen, Lockdowns hatten massive Umsatzeinbußen zur Folge. Einige prominente Häuser haben mit ihren Schließungen zwar für Aufmerksamkeit gesorgt, werden aber wohl wieder mit einem neuen Betreiber eröffnen. Lässt sich beziffern, wie viele Hotels aus der Nutzung gefallen sind?

Aus den Daten, die uns vorliegen, lässt es sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht genau ablesen, ob die Zahl der pandemiebedingten Schließungen tatsächlich signifikant hoch ist. Die Hotellerie hat den Supergau im Großen und Ganzen bemerkenswert gut überstanden. Fast alle Verpächter und Pächter sind zusammengeblieben. Dabei zeigte sich, dass eine vertrauensvolle Kommunikation mit allen Stakeholdern ein zentraler Erfolgsfaktor war, ebenso wie Transparenz.

... im Sinne von „die Hosen runterlassen“?

Salopp formuliert, ist es so. Pächtern, die über ihre Gewinn- und Verlust-Rechnung volle Transparenz geschaffen haben, ist es gelungen, Vertrauen zu schaffen – bei ihren Verpächtern und den finanzierenden Banken. Zum Teil wurde dieses Reporting sogar in den Nachträgen zu den Pachtverträgen festgeschrieben, wenn nicht schon vorher vereinbart.

Ist die Hotellerie doch resilienter als anfänglich vermutet?

Die Branche hat bewiesen, dass sie im Gegensatz zu anderen Assetklassen wie „Einzelhandel“ oder „Büros“ kein strukturelles Problem hat. Denn kaum waren die Reisebeschränkungen aufgehoben, kam die Nachfrage zurück – trotz deutlicher Preissteigerungen. Die Reiselust ist ungebrochen, der Nachholbedarf ist immer noch enorm. Die positive Entwicklung der Übernachtungszahlen ab dem zweiten Quartal 2022 an den Primärstandorten ist ein Beleg dafür. Dass Hotels die Erhöhungen durchsetzen konnten und Gäste das klaglos akzeptieren, ist zudem ein Novum. Das gab es so, in dieser Ausprägung bislang nach keiner Krise.

Also ist alles wieder im Lot?

Nein, so einfach ist es nicht. Zutreffend ist, dass die schlimmsten Annahmen nicht Realität geworden sind. Es gab Betreiberwechsel, Konzernübernahmen und -fusionen. Wer konnte, nutzte die Zeit für ein Refurbishment oder eine Neu-positionierung. Ebenfalls erfreulich ist, dass die Buchungszahlen zulegen und es gelingt, höhere Preise durchzusetzen. Aber die Rahmenbedingungen haben sich noch einmal deutlich verschärft: Gestiegene Lohnkosten bei gleichzeitiger Personalknappheit sowie enorme Preissteigerungen bei den Energieversorgern und inflationsbedingt höhere Pachten verlangen Hoteliers weiterhin sehr viel ab.

Mit welchen Entwicklungen ist zu rechnen?

Die Hotellerie befindet sich in einem Transformationsprozess, der noch einige Zeit anhalten wird. Das ist ein gutes Zeitfenster für Gelegenheiten, andere, heute wettbewerbsfähige Geschäftsmodelle auszuprobieren – insbesondere im Bestand. Stichworte sind hier Dual-Branding, Up- oder Downgrading, Downsizing. Das kann sich durchaus lohnen. Ein Hotel ist schließlich nicht nur ein Gewerbebetrieb, sondern auch eine Immobilie, wodurch sich vielfältige Nutzungspotenziale eröffnen. Neue Hotelprojekte werden auf absehbare Zeit nur noch vereinzelt auf den Markt kommen. Zum einen sind Banken bei Finanzierungen restriktiver geworden, von den gestiegenen Zinsen ganz zu schweigen. Zum anderen sind die Baukosten zu hoch.

Noch eine letzte Frage: Was tut sich auf der Investmentseite?

Transaktionen finden derzeit wenig statt. Ich gehe auch davon aus, dass sich die Situation in den ersten beiden Quartalen 2023 nicht grundlegend ändern wird. Die Preisvorstellungen müssen sich mit Blick auf die Zinsentwicklung erst noch anpassen.

Herzlichen Dank für dieses Gespräch. 📌