

SPEZIALIMMOBILIEN ERFORDERN SPEZIALISTEN - WIE FINDE ICH DEN PASSENDEN HOTELMAKLER?

BEI EINER SO WEITREICHENDEN ENTSCHEIDUNG, WIE DEM VERKAUF ODER KAUF EINER HOTEL-IMMOBILIE, IST ES FÜR DAS ERREICHEN DER EIGENEN ZIELE WESENTLICH EINEN EXPERTEN IM BOOT ZU HABEN. WARUM SOLLTE EIN HOTEL-IMMOBILIENMAKLER HINZUGEZOGEN WERDEN? UND WIE FINDE ICH DEN PASSENDEN?

Laut aktueller Studien ist der deutsche Hotelinvestmentmarkt erstmalig zum Größten in ganz Europa aufgestiegen. Er jagt seit Jahren von einem Hoch zum nächsten. Tendenz: Weiterhin steigend. So wurden im ersten Quartal dieses Jahres 1,15 Milliarden Euro in Hotelimmobilien investiert. Das bedeutet ein starkes Plus von 55 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Zeiten für den Verkauf eines Hotels sind nach wie vor ausgezeichnet. Investments stehen also stärker auf dem Prüfstand.

SONDERFALL AUF DEM IMMOBILIENMARKT - HOTELIMMOBILIEN

Bei Hotelimmobilien handelt es sich bekanntlich um gewerblich genutzte Betreiberimmobilien. Ihr Kauf und Verkauf lässt sich nicht mit der Transaktion eines Bürogebäudes oder einer privat genutzten Immobilie vergleichen. Der gesamte Vorgang ist deutlich komplexer: So sind beispielsweise die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, die Hinweise auf die Renditefähigkeit eines Hotels geben, ein entscheidender Faktor für die Ermittlung des Kauf-



„Der erste, gemeinsame Vor-Ort-Termin: Der Makler fährt mit seinem neutralen Auto vor. Ohne Firmenwerbung. Es könnte sich auch um einen Gast handeln.“

preises. Auch auf die Struktur des Hotelbetriebes kommt es an: Ein eigener Wellnessbereich oder das Restaurant im Hotel sind zwar gut für das Image, sie bringen aber auch erhöhte Kosten mit sich. Ebenso schlagen sich bauliche Aspekte wie das Raumkonzept auf den Kaufpreis nieder. Handelt es sich um ein weitläufiges Areal, wie beispielsweise ein Resorthotel oder eine schlossartige Anlage, muss das Servicepersonal lange Laufwege bewältigen. Dann gilt es mit einer größeren Anzahl an Mitarbeitern zu

kalkulieren. Die Ausgaben steigen, schmälern den Gewinn und somit die Rendite des Betriebes bzw. des Investments.

HOTEL IST NICHT GLEICH HOTEL - WELCHER „MAKLER“ IST DER RICHTIGE?

Das Selbstverständnis eines guten Hotelimmobilienmaklers fußt nicht nur auf dem Nachweisen eines

reinen Kontaktes, um so seine Provision zu verdienen. Es ist weitaus umfassender: Als Experte für Hotelimmobilien versteht er sich als professioneller Berater und Vermittler, der den gesamten Transaktionsprozess begleitet und moderiert: Von der ersten Kontaktaufnahme bis zum finalen Vertragsabschluss.

Natürlich ist es ein Unterschied, ob ein Business-Hotel mit mehr als 100 Zimmern in einer deutschen Großstadt zum Verkauf steht oder ein privat geführtes 20-Zimmer-Haus in ländlicher Lage. Die jeweilige Käuferzielgruppe variiert stark und mit ihr auch die Anforderungen an den richtigen Experten.

Im letzteren Fall ist ein regional ansässiges professionelles Maklerbüro mit entsprechender Branchenerfahrung der richtige Ansprechpartner. Es führt geeignete Kunden in seiner Kundenkartei. Das sind vielfach Privatpersonen mit Wunsch, sich mit einem eigenen Hotel selbständig zu machen. Diese Makler sind meist kleine Büros oder Einmannbetriebe. Ihr Tätigkeitsbereich begrenzt sich auf ihre Region.

Größere Hotelimmobilien hingegen zielen auf eine sehr differenzierte Käuferstruktur: Zahlungsbereite in- und ausländische Investoren.

Hotelgruppen und Beteiligungsgesellschaften, sogenannte Equity Partner — fordern konkrete Antworten bevor sie sich für das Investment entscheiden. In den letzten Jahren sind Hotelimmobilien auch vermehrt für Family Offices von Interesse. Diese Büros verwalten anstelle von Banken das Vermögen wohlhabender Familien und Stiftungen. Sie investieren in unterschiedliche Anlageklassen wie Aktien, Anleihen und gewerbliche Immobilien. Bei diesen Käuferkreisen steht die Rendite klar im Fokus. Entsprechend anspruchsvoll sind die Anforderungen an den Standort, an das Return on Investment und an den Betreiber. Vorrangiges Ziel ist ein langfristiges Engagement mit entsprechenden Renditeerwartungen.

Anspruchsvoll sind auch die Erwartungen an den Immobilienberater und -makler gemäß den Due-Diligence-Vorgaben eine professionelle Entscheidungsbasis für den Kauf zu schaffen. Das beinhaltet eine Kommunikation auf Augenhöhe und die gezielte Ansprache der passenden potenziellen

Käufer. Realisierbar ist das am besten mit einem Spezialisten mit seinem gut gepflegten nationalen und internationalen Netzwerk und dem hoch professionellen schlagkräftigen Team im Hintergrund.

PROFIS ERKENNEN - WICHTIGE KRITERIEN FÜR DIE MAKLERWAHL

Den richtigen Fachmakler für das eigene Hotelprojekt auszuwählen ist heikel. Es existiert kein unabhängiges verbindliches Prüfzeichen oder Qualitätssiegel für professionelle und seriöse Vermittler auf dem Hotelimmobilienmarkt wie man es aus manchen anderen Branchen kennt. Man denke nur an den „Blauen Engel“, der umweltfreundliche Produkte und Dienst-



CHECKLISTE

WIE ERKENNE ICH DEN PASSENDEN MAKLER

- Ist der Makler auf Hotelimmobilien spezialisiert?
- Hat er bereits Hotels in ähnlicher Lage, Größenordnung und Struktur vermittelt?
- Deckt der Makler sämtliche Phasen des Transaktionsprozesses ab?
- Kann der Makler passende Referenzen aufweisen? Auf der Website oder auf Nachfrage.
- Welchen Eindruck hinterlässt die Website? Arbeitet der Makler augenscheinlich professionell, seriös und diskret?
- Wie lange ist das Maklerbüro bereits am Markt tätig?
- Welche Qualifikationen besitzen seine Mitarbeiter? Und hat das Team genügend „Manpower“ für meine Anforderungen?
- Ist das Maklerbüro Mitglied in einem Hotelimmobilien- bzw. in einem Immobilienverband?
Welche Bewertung erhielt das Maklerbüro auf einer der qualitativen Online-Portalen? Sind die Bewertungen so gut, dass ich dem Unternehmen meine Aufgabenstellung „zutraue“?
- Wie verlief der erste telefonische Kontakt? Wie schnell wird auf meine Anfrage reagiert?
- Erhalte ich einen persönlichen Ansprechpartner?
- Schätzt der Makler den Wert meiner Immobilie nachvollziehbar ein? Werde ich über die Durchsetzbarkeit des Ver-/Kaufpreises verständlich aufgeklärt?
- Wie funktioniert der Vertrieb des Ver-/Kaufobjektes? Wird das Hotel verdeckt vermarktet?
- Arbeitet der Makler nur für eine Seite? Nur für den Verkäufer?
- Beinhaltet die Vermittlungscourtage die Beratungsleistungen? Gibt es Zusatzkosten?
- Ist der Maklerauftrag zeitlich limitiert?
- Werden die Besichtigungstermine professionell vor Ort begleitet und moderiert, um den laufenden Hotelbetrieb nicht zu stören?

leistungen auszeichnet. Aber es gibt einige Kriterien, die Aufschluss über die Professionalität und Arbeitsweise eines Maklerbüros geben. Wie geht man hier am besten vor?

Im ersten Schritt sollte man ganz klar für sich diejenigen Punkte definieren, die im Rahmen des Hotelverkaufs wichtig sind und wo professionelle Hilfestellung erforderlich ist. Eine gute Orientierung über die einzelnen Transaktionsphasen inklusive ihrer Leistungsanforderungen bieten Checklisten (siehe Seite 4). Auf Basis dieser Ergebnisse lässt sich definieren, wo Experten-Unterstützung gefragt ist und welches Leistungsportfolio der Berater bedienen könnte.

Rückt ein Makler in die nähere Auswahl so gibt ein Blick auf seine Homepage weitere Auskunft. Handelt es sich um einen Fachmakler, der explizit auf Hotelimmobilien spezialisiert ist und über entsprechende Expertise verfügt? Besonders wichtig sind aussagekräftige Referenzen. Hat der Experte bereits Hotels in ähnlicher Lage, Größenordnung und Struktur erfolgreich vermittelt? Zusätzlich positiv zu Buche schlägt, wenn die Mitarbeiter des Maklerbüros selbst auf operative Erfahrung im Hotelsektor zurückgreifen können. Veröffentlichungen in den Medien sind ebenfalls ein gutes Indiz für die Professionalität.

VERBÄNDE UND BEWERTUNGSPORTALE - ALTERNATIVE INFORMATIONSQUELLEN

Mitgliedschaften in deutschlandweiten Branchenverbänden mit Immobilien- bzw. Hotelimmobilien-Schwerpunkt sprechen ebenfalls für die Seriosität und professionelle Arbeitsweise eines Beraters. Diese Verbände haben sich eine Erhöhung der

ÜBERSICHT

BRANCHENVERBÄNDE

- www.zia-deutschland.de
- www.ivd.net
- www.ak-hotelimmobilien.de
- www.rics.org
- Fachverbände, wie www.dehogabw.de
- ...

Transparenz und der Professionalisierung der Branche auf die Fahnen geschrieben. So gehört bei-

spielsweise der Zentrale Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA) zu den bedeutendsten Interessenverbänden der Branche. Als Unternehmer- und Dachverband verleiht er der gesamten Immobilienwirtschaft eine Stimme auf nationaler und europäischer Ebene. Die gesamte Bandbreite der Makler — inklusive regionaler Dienstleister — deckt der Immobilienverband Deutschland (IVD) als Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen ab. Wichtige Informationen zur Maklerauswahl liefern auch Fachverbände wie etwa der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga). Auf Nachfrage geben sie manchmal auch Hinweise auf empfehlenswerte Makler- und Berater heraus (Übersicht von Verbänden s. Kasten links unten).

Einen weiteren Einblick, ob und wie ein Makler professionell arbeitet, gewähren unabhängige Online-Bewertungsportale wie beispielsweise eKomi: Dort bewerten Kunden unter anderem den Dienstleister und seine erbrachten Leistungen. Mit diesen Ergebnissen lässt sich schon ein erster Eindruck über den Berater gewinnen. Im Anschluss daran sollte das persönliche Gespräch mit dem Experten stehen.

PERSÖNLICHE BERATUNG - NACHVOLLZIEHBAR UND VERSTÄNDLICH

Die Dreh- und Angelpunkte einer erfolgreichen Transaktion sind die persönliche Beratung und ihre nachvollziehbare Dokumentation. Sie sollten in allen Phasen des komplexen Verkaufs- bzw. Kaufprozesses verständlich sein, damit Auftragsumfang und Arbeitsweise des Maklers für den Kunden transparent sind. Zunächst klärt der Experte über konkrete Vermarktungschancen auf. An diesem Punkt wird schnell klar: Hat der Berater Erfahrung in der Hotelbranche? Versteht er meine Intention? Fühle ich mich gut informiert? Und ebenfalls wichtig: Habe ich einen persönlichen Ansprechpartner, der mich während des gesamten Prozesses begleitet? Oder werde ich immer nur weitergereicht?

Gezieltes Aufzeigen der Chancen und Risiken der betroffenen Hotelimmobilie ist Pflicht. Aufgrund seiner profunden Marktkenntnis ist der Hotelimmobilienmakler in der Lage, den Kaufgegenstand realistisch einzuschätzen. Auf dieser Basis wird ein individuelles nachvollziehbares Vermarktungskonzept erstellt. Dann folgen die Akquisition, die Identifizierung

Legende: Ich bin Verkäufer / Verpächter: ○ Käufer: □ Pächter: ●

	So viel Erfahrung bringe ich mit:		
	●	●●●	●●●●●
Prozesssteuerung und -begleitung mit notwendiger „Mann-Stärke“ und fundierter Fach-Erfahrung	○ □ ●	○ □ ●	○ □ ●
Schnittstellenpflege zwischen allen Vertragsparteien bis zur Vertragsunterschrift	○ □ ●	○ □ ●	○ □ ●
Hotelbewertung, Bewertung des Betriebs	○ □ ●	○ □ ●	○
Fundierte Kaufpreisermittlung	○	○	○
Branchenübliche, qualitative Aufnahme und Aufbereitung der verkaufs-relevanten Unterlagen, ggfls. im Branchen-Jargon für bspw. Hotelgruppen	○ ●	○ ●	○
Arbeitsentlastung bei der diskreten Investmentsuche bzw. Vermarktung und Qualifizierung	○ □	○ □	○ □
Gezielte Auswahl und Betreuung seriöser Interessenten über den gesamten Vermarktungsprozess	○	○	○
Treffsicherer, diskreter Vermarktungs- und Verkaufsprozess	○	○	○
Diskrete Ansprache potentieller Käufer / Pächter / Investoren / Hotelgruppen / Betreiber ...	○	○	○
Betreibersuche	○ □	○ □	○ □
Beratung und Prozessbegleitung zu hotelfachspezifischen Kauf-/Pachtverträgen	○ □ ●	○ □ ●	
Ausführlichen Markt- und Standortanalyse, Wettbewerbsanalyse	○ □ ●	○ □ ●	○
Fundierte Wertermittlung mittels zutreffendem Verfahren individueller Parameter	○ □	○ □	○
Wirtschaftlichkeitsvorausschau für Rendite-/Pachtobjekte	○ □	○ □	○
Szenarioanalyse bei Projekten und Neuverpachtung von Bestandsimmobilien	○ □	○ □	

Hinweis: Bei allen Angaben handelt es sich um eine allgemeine Empfehlung. Keine Garantie auf Vollständigkeit.

und Akquise seriöser Kaufinteressenten wie geeignete Investmentgesellschaften und die Begleitung bis hin zum finalen Vertragsabschluss.

Man unterscheidet zwei gängige Arten von Makleraufträgen: Den „Allgemeinen Vermittlungsauftrag“ und das „Exklusivmandat“. Der „Allgemeine Vermittlungsauftrag“ ist bereits gültig, wenn er mündlich geschlossen wird. Der beauftragte Makler nimmt die Immobilie in seinen Vertrieb auf, ist aber nicht verpflichtet, das Hotel aktiv zu vermarkten. Trotzdem hat der Experte bei erfolgreicher Vermittlung Anspruch auf seine Maklercourtage. Diese Vertragsart ermöglicht es, die Immobilie parallel von mehreren Maklerbüros zum Verkauf anbieten zu lassen. Gerade bei Hotels spielt aber das Einhalten von Diskretion während des gesamten Transaktionsprozesses eine wichtige Rolle. Sind mehrere Immobilienexperten beauftragt, besteht die Gefahr, den Veräußerungsprozess nicht mehr diskret steuern zu können.

„Diskret erfolgt die Terminfindung direkt über das Handy des Hoteleigentümers.“

Wählt der Kunde hingegen das „Exklusivmandat“, arbeitet das Expertenteam in der Regel nur für eine Seite — meist für den Verkäufer. Der Vertrag sollte zeitlich limitiert sein. Damit ist der Makler verpflichtet aktiv tätig zu werden und muss seine Ergebnisse nachweisen. Die Diskretion kann sicher eingehalten werden. Ist die Immobilie erfolgreich vermittelt, fällt ebenfalls die Provision an.

Eine feste Regel, wer die Maklercourtage übernimmt, gibt es bei keiner der beiden Vertragsarten: Oft übernimmt der Verkäufer vollständig die Kosten, vor allem wenn er das Beratungs-Knowhow in Anspruch nimmt. Sinnvoll ist es, Zusatzleistungen, wie beispielsweise Wertgutachten, im Vorfeld im Detail zu besprechen und schriftlich zu fixieren. Bei erfolgreicher Vermittlung können sie auf die fällige Courtage angerechnet werden.

Auch beim letzten Schritt — dem Kauf- oder Pachtvertrag — steht der Hotelimmobilienexperte seinem Auftraggeber fachlich zur Seite. Der Expertenkreis wird zu diesem Zeitpunkt um den Steuerberater und den Anwalt des Kunden erweitert. Der Makler vermittelt nicht nur zwischen all den Vertragsparteien

und pflegt die Schnittstelle, sondern gibt auch über aktuelle Vertragsvarianten Auskunft. Das hilft böse Überraschungen zu verhindern.

DISKRETION BEIM HOTELVERKAUF - MEHR ALS NUR EIN SCHLAGWORT

Bei einem sachverständigen und professionell arbeitenden Makler steht die Diskretion an oberster Stelle: Schließlich wird ein Hotel in den meisten Fällen im laufenden Betrieb verkauft: Die Gäste verbringen dort ihren wertvollen Urlaub oder sind gerade auf einer Geschäftsreise. Für die Mitarbeiter des Hotels ist es ihr täglicher Arbeitsplatz. Entwickeln sich erst einmal Verkaufsgerüchte, so kann dies schnell negative Konsequenzen mit sich ziehen: Angefangen vom „Flüchten“ des Personals, dem Einbruch der Buchungszahlen, über einen sogenannten ungewollten Besichtigungstourismus mit Neugierigen, Gaffern oder der Konkurrenz, bis hin zu massiven Imageschäden. All dies kann sich schnell auf die Verkaufschancen und Perspektiven des Hauses niederschlagen. Als Experte kennt er die geeigneten Vertriebskanäle und vermarktet seine Hotelangebote äußerst diskret. Erst wenn sich Interessenten

als solvent erweisen, ihre Daten offenlegen und eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnet haben, werden sukzessive die näheren Informationen rund um die Verkaufsofferte offen gelegt. Finanzschwache oder nicht ernst gemeinte Anfragen lassen sich so herausfiltern und scheiden aus. Hochsensible Informationen wie betriebswirtschaftliche Kennzahlen erhalten nur geprüfte Interessenten, die der Eigentümer zuvor selbst kennengelernt und sein Einverständnis erteilt hat.

Die Besichtigungs- und Verhandlungstermine vereinbart der Experte umsichtig, begleitet und moderiert sie vor Ort. Zudem achtet der Berater darauf, dass ein hohes Maß an Diskretion auch während der Besichtigung gewahrt wird, damit der laufende Hotelbetrieb uneingeschränkt weiterlaufen kann. Diese zielgerichteten Beratungs- und Vermarktungsleistungen entlasten den Verkäufer enorm.

Ein professionelles Verkaufsmanagement besteht also aus zahlreichen Bausteinen. Ein guter Immobilienberater fügt sie zu einem stimmigen Konzept zusammen. Und dies zahlt sich in vielfacher Hinsicht aus, sowohl auf Investoren- wie auch auf Verkäuferseite.

Thomas Röckelein gründete im Jahr 1992 die tophotel consultants. Im Unternehmen verknüpft er seine Expertise aus der operativen Hotellerie mit seinen umfangreichen Kenntnissen der Hotelimmobilienbranche.

Der 59-jährige Diplom-Hotelbetriebswirt war zuvor bei einer auf Hotellerie spezialisierten Unternehmensberatung tätig. Seine Branchenkenntnisse im Immobiliensektor erweiterte er durch zahlreiche Weiterbildungen unter anderem an der Deutschen Immobilien-Akademie. Umfangreiche operative Erfahrungen sammelte Thomas Röckelein im Hotel- und Gastronomiebereich insbesondere in leitenden Positionen.

Der ausgebildete Immobilienmakler sowie Hotelbetriebswirt ist Mitglied im Immobilienverband Deutschland (IVD), im Kompetenznetzwerk Berater im Gastgewerbe (B.i.G.), im Arbeitskreis Hotelimmobilien (ak hotelimmobilien) und im Zentralen Immobilien Ausschuss (ZIA). Bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) ist er als Rating Advisor akkreditiert.



Thomas Röckelein
Geschäftsführender Gesellschafter
der tophotel consultants GmbH

Kostenfreier Download-Center: Fachunterlagen mit echtem Mehrwert & konkretem Praxis- bezug

Anwenderberichte, Leitfäden mit nützlichen Checklisten, spannende Interviews, Marktberichte. Im Kern sind es jeher ähnliche Themen, die unsere Interessenten und Kunden der Hotelimmobilienbranche „umtreiben“. Wir bereiten Sie sukzessive auf – und stellen sie Ihnen KOSTENFREI zum Download bereit.

tophotel-consultants.com/downloads

tophotel
consultants

Hotelimmobilien seit 1992

tophotel consultants GmbH

Flugstraße 15

76532 Baden-Baden

www.tophotel-consultants.com