

5-25

PB3C News (6. KW)

XXV. Jahrgang, Erscheinungstag: 03.02.2025

KOMMENTARE

Hotelimmobilien: Innovationsstau auflösen



Theodor Kubak
Arbireo Hospitality

Das Hotelgewerbe ist schneller aus dem Krisenmodus der Corona-Pandemie wieder herausgekommen, als viele erwartet hatten: An vielen Orten der Welt wurden bereits 2023 wieder Übernachtungszahlen und Zimmerraten wie vor der Pandemie verzeichnet. Im Jahr 2024 wurden vor allem an touristischen Zielen wieder Rekorde gebrochen, als wäre nichts gewesen – oder als hätten die Menschen etwas nachzuholen. Das macht Hotelimmobilien derzeit zu einer der attraktivsten Assetklassen.

Doch obwohl die Touristen wieder da sind, spürt die Hotelbranche noch immer Spätfolgen der Pandemie. Das gilt erst recht in Kombination zu den inzwischen deutlich gestiegenen Zinsen. Die hohe Inflation hat auch die Branche zu spüren bekommen, jedoch sind Hotels diesbezüglich die wohl resilienteste Immobiliennutzungsart, denn wer sonst kann seine laufenden Mieten schon täglich neu anpassen? Obwohl die Zeichen in der Zinslandschaft inzwischen auf Erholung stehen, so wurden die gestiegenen Finanzierungskosten für manche Häuser zu einer echten Herausforderung.

Warum ist das so? Bei vielen Hotels hat sich über die Jahre ein Investitions- und auch Innovationsstau gebildet. Oftmals wurden Investitionen in die Modernisierung der Flächen, in die Digitalisierung des Geschäftsmodells oder auch Nachhaltigkeitsaspekte in den Boomjahren vor der Pandemie auf die lange Bank geschoben. Während der Pandemie

hatten die Hoteliers dann verständlicherweise andere Sorgen – und mussten einen Großteil ihrer Liquiditätsreserven aufbrauchen, die jetzt nicht mehr für Investitionen zur Verfügung stehen. Gleichzeitig hatte sich auch die Aufnahme von Fremdkapital durch die Zinserhöhungen verknappert beziehungsweise maßgeblich verteuert.

Doch jetzt lässt sich der Investitionsstau nicht mehr ignorieren. Auch wenn Auslastungen und Zimmerraten in der Regel weiterhin hoch sind, wächst vor allem aus der Perspektive inhabergeführter Häuser der Konkurrenzdruck durch die sich immer stärker ausbreitenden internationalen Systemhotellerie-Ketten, die sich durch ihre Vertriebsstärke und ihre Qualitätsstandards auszeichnen.

Gleichzeitig werden die Gäste immer anspruchsvoller, und die Kosten vor allem für Personal steigen auch inflationsbereinigt überproportional. Der Arbeitskräftemangel hat viele Hoteliers veranlasst, ihre Mitarbeiter mit finanziellen Anreizen stärker zu binden. Deshalb sind Hoteliers bestrebt, diese wertvolle Ressource möglichst mit Fokus auf die „Guest Experience“ einzusetzen. Ohne digitale, produktivitätssteigernde Lösungsansätze sind diese Herausforderungen schon jetzt kaum mehr in den Griff zu bekommen. Auch in Bezug auf Energie- und Ressourcenverbrauch lassen sich durch digitale Ansätze oftmals erstaunliche Effizienzvorteile erzielen. Viele Häuser wollen oder müssen aufgrund der steigenden Erwartungshaltung ihrer Feriengäste, aber auch der steigenden Anzahl an Geschäftsreisenden gepaart mit den stetig wachsenden Anforderungen aus dem regulatorischen Umfeld in den kommenden Jahren in Nachhaltigkeitsthemen investieren.

Digitalisierung als Schlüssel zur Effizienz

Für Hoteliers gibt es grundsätzlich unter anderem zwei wesentliche Erfolgsfaktoren, die landläufig als „Guest Acquisition“ und „Guest Experience“ definiert werden – und beide bedürften heutzutage auch digitaler Lösungen und Plattformen. Bei der Gästeakquise ist die entscheidende Frage heutzutage, wie abhängig der Vertrieb und das Pricing von externen Buchungsplattformen, vor allem Online Travel Agents (OTAs), sind. Diese Akquisitionskosten stellen nach dem Personal inzwischen den zweitgrößten Kostenblock in der Branche dar. Diese Abhängigkeit zu verringern kann aber nur funktionieren, indem das eigene technologieunterstützte Vertriebssystem gestärkt und im besten Fall eine emotionale Bindung zu den (potenziellen) Gästen hergestellt wird.

Ist der Gast einmal im Haus, ist diese „Guest Experience“ ein elementarer Hebel zur Kundenbindung. Auch dabei kann die Digitalisierung helfen. Smarte Systeme tragen wesentlich zur „Guest Journey“, die bei der Buchung beginnt und im Idealfall lange über den Check-out hinausgeht, bei. Künstliche-Intelligenz-Plattformen können das Verhalten des Gastes analysieren und individuelle Angebote zum Beispiel zur Freizeitgestaltung am Zielort machen. Jeder Prozessschritt im Check-in, Check-out oder auch während des

Aufenthalts, der digitalisiert werden kann, ohne damit den Gast zu überfordern, entlastet zudem das Personal von oftmals eintönigen Tätigkeiten.

Doch nicht alle Häuser können diese Investitionen nach den schweren Corona-Jahren aus eigener Tasche finanzieren. Sie leiden sozusagen an ihrer eigenen Form von Long-Covid. In eigenen inhabergeführten Fällen überlappt sich diese Situation zeitlich sogar mit einem Generationswechsel der Betreiber. Es wird also frisches Kapital benötigt.

Chancen für Investoren

Für Investoren können sich aus solchen Situationen interessante Optionen ergeben. Oftmals handelt es sich ja um profitabel arbeitende Betriebe an ausgezeichneten Standorten und mit hoher Zimmerauslastung. Nur muss halt investiert werden, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, um wieder größere Teile der gesamten Wertschöpfungskette in den eigenen Betrieb zurückzuholen und um den sich verändernden Ansprüchen der Gäste gerecht zu werden.

Gerade die jüngeren Betreiber überraschen immer wieder mit kreativen, innovativen, auch mutigen Konzepten, die von den Gästen honoriert werden. Für Investoren, die ein bisschen Value-Add nicht scheuen, sind das potenziell attraktive Einstiegsgelegenheiten. Umso mehr, da klassische institutionelle Investoren am Immobilienmarkt generell und bei Value-Add im Besonderen noch immer sehr zurückhaltend agieren. Es könnte sein, dass sich das bald wieder ändert – und sich ein günstiges Einstiegszeitfenster wieder schließt.

Dieser Beitrag erschien am 27.01.2025 online auf [immobilienmanager.de](https://www.immobiliengenerator.de).

Haben Sie Anmerkungen oder Fragen? Dann schreiben Sie an die Leiter unserer Redaktion [Jan Döhler](mailto:jan.dohler@immobilienmanager.de) und [Kai Gutacker](mailto:kai.gutacker@immobilienmanager.de).

Die ökologische und soziale Transformation braucht Messbarkeit und Verantwortung



Isabella Chacón Troidl

BNP Paribas REIM

Soziale Nachhaltigkeit ist relevanter denn je, doch das „S“ in ESG erhält oft weniger Aufmerksamkeit als das „E“. Dabei stehen wir vor einer großen Herausforderung: Bis 2034 gibt es einen Investitionsbedarf der öffentlichen Hand von knapp 600 Mrd. Euro. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Trader Developer – warum Flexibilität und Qualität entscheidend sind



Benjamin Johansson

GIEAG

In der Projektentwicklung stehen oft zwei Ansätze im Fokus: Trader Developer versus Develop-to-Hold. Develop-to-Hold-Strategien gelten häufig als stabil und wenig dealgetrieben, während Trader Developer oftmals kritisch betrachtet werden. Doch ist diese Unterscheidung wirklich gerechtfertigt? Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Fachmarktzentren, die „langweiligen“ Sicherheitsanker



Jürgen Kreuz

IPH Transact

Während der Corona-Pandemie standen lebensmittelgeankerte Immobilien wie Supermärkte und Nahversorgungszentren im Mittelpunkt von Web-Talks und Whitepapers. Heute ist es etwas stiller um diese Assetklasse geworden – dabei gibt es interessante Entwicklungen zu beobachten. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

WÖHR + BAUER steht für Zuverlässigkeit. Gerade jetzt!



WÖHR + BAUER

Seit 33 Jahren beweisen wir, was uns ausmacht: Präzision, Empathie, Dynamik und Transparenz. Mit ganzheitlichen Nutzungskonzepten und nachhaltigen Immobilienprojekten haben wir uns als innovativer Mittelständler einen Namen gemacht. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Die Weichen für 2030 stellen auf dem FONDS professionell KONGRESS



Paribus Gruppe

Laut einem aktuellen Artikel der Frankfurter Allgemeine Zeitung ist der Anteil der erneuerbaren Energien an der Stromerzeugung in Deutschland nach Berechnungen des Fraunhofer-Instituts im vergangenen Jahr weiter auf 62,7 Prozent gestiegen. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

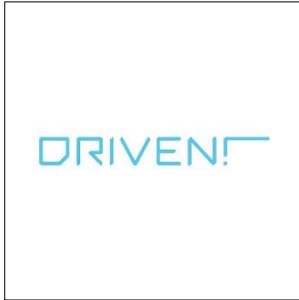
Bündelung der Vertriebsaktivitäten und Verstärkung der Geschäftsführung



HanseMerkur Grundvermögen

Wir freuen uns, die Gründung der HanseMerkur Capital bekannt zu geben. Als gemeinsame Vertriebsgesellschaft der HanseMerkur Grundvermögen (HMG) und der HanseMerkur Trust (HMT) ermöglicht sie institutionellen Kunden einen noch besseren Zugang zu unseren Investmentlösungen. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Projekt CHARLOTTE – GÜ-Vertrag mit GOLDBECK unterzeichnet



DRIVEN

Heute haben wir einen wichtigen Meilenstein im Projekt CHARLOTTE erreicht: Der Generalübernehmervertrag zwischen DRIVEN und Goldbeck wurde heute offiziell in unserem Berliner Büro unterzeichnet – ein Grund zum Feiern! Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Deal Time: Erfolgreicher Deal in Dresdens Premium-Lage



Lübke Kelber

Fortsetzung unserer Transaktionsreihe: Nach dem erfolgreichen Auftakt in der Dresdener Südvorstadt freuen wir uns, Ihnen heute den nächsten Deal vorzustellen – ein echtes Highlight! Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

PB3C News:

Verantwortlich: Holger Friedrichs. Die Richtigkeit der Darstellung von Fakten in Presseartikeln wird nicht geprüft. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des jeweiligen Autors und nicht die Meinung der Herausgeber wieder.

Copyright der PB3C News der Woche: PB3C GmbH, Tauentzienstraße 16, 10789 Berlin. Kopien oder Weitergabe als E-Mail ohne vertragliche Vereinbarung mit der PB3C GmbH verstoßen gegen das Urheberrecht.

Über die PB3C GmbH: Die PB3C GmbH ist seit dem Jahr 2000 das führende Beratungsunternehmen in Deutschland für die Positionierung und Kommunikation von Immobilien- und Fondsunternehmen. Sie berät nationale und internationale Kunden in den Bereichen strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kapitalmarktkommunikation und Positionierung. Zu den weiteren Tätigkeitsfeldern zählen die Erstellung von Leistungsbilanzen und Geschäftsberichten, Studien und Researchdokumenten sowie die Konzeption und Texterstellung von Kundenzeitungen, Newslettern, Internetauftritten und Broschüren, des Weiteren die politische Beratung und Unterstützung im Investor-Relations-Bereich. Ausführliche Informationen über das Leistungsspektrum und Referenzen von Kunden der PB3C GmbH finden Sie unter www.pb3c.com oder können Sie unter info@pb3c.com anfordern.