

Wie finde ich den passenden Profi?

HOTELIMMOBILIEN ERFORDERN SPEZIALISTEN

Bei einer so weitreichenden Entscheidung, wie dem Verkauf oder Kauf einer Hotelimmobilie, ist es für das Erreichen der eigenen Ziele wesentlich einen Experten im Boot zu haben. Welchen Mehrwert bietet Ihnen das Hinzuziehen eines Hotelimmobilienprofis? Und wie finden Sie den Passenden?

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 Kaufpreises. 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 Profi 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.

EXPERTENTIPP

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

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 Dienstleistungen 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.

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?
- > Sind die Bewertungen der qualitativen Online-Portale 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?

Verbände und Bewertungsportale - alternative Informationsquellen

Mitgliedschaften in deutschlandweiten Branchen-verbänden mit Immobilien- bzw. Hotelimmobilien-Schwerpunkt sprechen ebenfalls für die Seriosität und professionelle Arbeitsweise eines Beraters. Diese Verbände haben sich eine Erhöhung der Transparenz und der Professionalisierung der Branche auf die Fahnen geschrieben. So gehören beispielsweise der Zentrale Immobilien

Ausschuss e.V. (ZIA) oder der Arbeitskreis Hotelimmobilien (ak hotelimmobilien) zu den wichtigsten 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

Branchenverbände

ÜBERSICHT

zia-deutschland.de

ivd.net

ak-hotelimmobilien.de

rics.org

FACHVERBÄNDE WIE

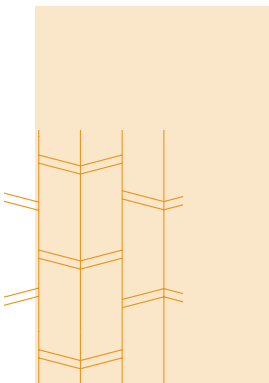
dehogabw.de

u.v.m

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 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.



EXPERTENTIPP

„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.

Welche Leistungen brauche ich von einem Experten – wie setze ich ihn zielführend für mich ein?

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 verkaufsrelevanten 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 hotelfach-spezifischen Kauf-/Pachtverträgen	○ □ ●	○ □ ●	
Ausführliche Markt- und Standortanalyse, Wettbewerbsanalyse	○ □ ●	○ □ ●	○
Fundierte Wertermittlung mittels zutreffendem Verfahren individueller Parameter	○ □	○ □	○
Wirtschaftlichkeitsvorausschau für Rendite-/Pachtobjekte	○ □	○ □	○
Szenarioanalyse bei Projekten und Neuverpachtungen von Bestandsimmobilien	○ □	○ □	

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

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.

SARAH-MARIA SCHMIDT | HEAD OF TRANSACTION SERVICES

Als Senior Consultant des Transaction Service-Teams gilt meine Konzentration der Beratung und Begleitung von Hotel- transaktionen, sowohl im Bereich der Projektentwicklung als auch von Bestandhotels. Die fünf Jahre Arbeit in der Immobilienbewertung und im Immobilieninvestment bei einem der größten Immobilieninvestoren in Deutschland sowie mein B.Sc. Real Estate und die Weiterbildung zur Dipl. Sachverständigen (DIA) sind eine gute Grundlage für diesen spannenden dynamischen Spezialmarkt „Hotelimmobilie“.

Sarah-Maria Schmidt

Head of Transaction Services
Dipl. Sachverständige - DIA
Telefon +49 7221 983 010
ss@tophotel-consultants.com



Fachinformationen

KOSTENFREI

Fachunterlagen mit echtem Mehrwert & konkretem Praxisbezug downloaden. Anwenderberichte, Leitfäden mit nützlichen Checklisten, spannende Interviews, Marktberichte. Im Kern sind es jeher ähnliche Themen, die unsere Interessenten und Kunden der Hotelimmobilien-Branche „umtreiben“. Wir bereiten Sie sukzessive auf – und stellen sie Ihnen zum Download bereit.

tophotel-consultants.com/fachinformationen

tophotel
consultants
Hotelimmobilien seit 1992

tophotel consultants GmbH
Flugstraße 15
76532 Baden-Baden, Germany
+49 (0) 7221 98 30 0
info@tophotel-consultants.com
tophotel-consultants.com