

Die eigene Hotelimmobilie verkaufen oder verpachten?



Der Hotelsektor ist einer der stärksten Investmentmärkte für Gewerbeimmobilien in Deutschland. **Ist noch nicht klar, ob die Hotelimmobilie verkauft oder verpachtet werden soll, so müssen beide Szenarien gut durchgespielt werden.** So unterschiedlich die Situationen der Eigentümer sind, so unterschiedlich sind auch die Lösungswege und Möglichkeiten. Es gibt verschiedene Arten von Pachtverträgen, die in Frage kämen:

> **klassischer Pachtvertrag:** Dies ist die gängigste Variante eines Betreibervertrags. Der Pächter des Hotels oder der Pension erzielt die Erträge aus dem Hotelbetrieb und zahlt an den Eigentümer der Spezialgewerbeimmobilie einen vereinbarten Pachtzins. Die wirtschaftlichen Risiken trägt der Hotel-Pächter.

> **Managementvertrag:** Hier trägt das unternehmerische Risiko weiterhin der Eigentümer der Hotelimmobilie. Üblicherweise trägt der Eigentümer auch weiterhin die volle Verantwortung für das gesamte Personal. Der Hotelmanager hingegen bewirtschaftet aktiv das Gästehaus und erhält eine umsatz - und/oder gewinnabhängige Vergütung.

> **Hybridvertrag:** Diese Vertragsart ist eine Mischform zwischen dem Pacht- und dem Managementvertrag. Diese "hybriden Verträge" können unterschiedlich gestaltet werden und gewinnen immer mehr an Bedeutung.

Wer ein Hotel, ein Gästehaus oder eine Pension verkaufen möchte, sollte sich sorgfältig vorbereiten. Im Unterschied zum Verkauf von privat genutzten Immobilien spielen hier viel mehr Faktoren zur Wertermittlung und Vermarktung eine Rolle.

Aufgrund der Besonderheiten solcher Betreiberimmobilien empfiehlt es sich, einen versierten Hotelmakler einzuschalten.



Wichtige Punkte, die einen Makler für Hotels ausmachen:

Warum sollte man mit dem Hotelverkauf einen Hotelmakler beauftragen? Da Hotels zu den Betreiber- beziehungsweise Spezialimmobilien gehören, gestaltet sich der Verkauf im Vergleich zur Veräußerung einer Büro- oder Wohnimmobilie komplexer.

Es gibt erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Hotels: So kann der Verkauf einer kleinen Frühstückspension in ländlicher Lage auch von einem regionalen Immobilienmakler durchgeführt werden, bei großen Hotelobjekten jedoch gerät dieser an seine Grenzen. Ein spezialisierter Hotelmakler bzw. ein auf die Vermittlung von Hotels spezialisiertes Unternehmen hat weitaus umfangreichere Aufgaben als ein Immobilienmakler, der sich auf die Vermittlung kleinerer Objekte fokussiert und sich mit den Besonderheiten von Business- oder Tourismushotels nicht ausreichend auskennt. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Kontakte in der Branche, Kenntnisse über das aktuelle Marktgeschehen, nutzt unterschiedliche Bewertungsverfahren, überzeugt durch Fachkenntnis bei der Bewertung von Pachtverträgen, agiert beim Verkauf diskret und hat gute Kontakte zu potenziellen Interessenten etc.

Zustand, Größe, Kaufpreis, Auslastung und Wirtschaftlichkeit

Es ist wichtig, dass diese Eigenschaften **im richtigen Verhältnis zum Verkaufspreis/zur Pachthöhe** stehen. Denn nur dann kann auch innerhalb eines wirtschaftlich vertretbaren und berechenbaren Zeitraums ein Käufer/ Investor/Pächter dafür gefunden werden



Ein spezialisierter Hotelmakler hat **überregionale und auch internationale Kontakte zu privaten Investoren und Hotellerieketten**, auf die er bei der Vermittlung zurückgreifen kann. Er hat eine qualifizierte Kaufinteressentendatenbank, **denn Hotels werden nicht unbedingt über Inserate angeboten**. Die Käuferschicht ist kleiner, dafür umso interessierter.

Ein auf Hotels spezialisierter Makler kennt das aktuelle Marktgeschehen in der Hotelbranche. Er ist beispielsweise über Pläne von Hotelketten zur Eröffnung weiterer Häuser am jeweiligen Standort besser informiert, kennt die Verkaufspreise da er vergleichbare Objekte vermittelt hat und kann überregionale Vergleiche ziehen.

Zudem kennen Hotelmakler die gängigen Kaufpreisfaktoren für Hotels in den verschiedenen Lagen und können eine **Einschätzung zu den Renditeprognosen** der Objekte abgeben. Hotelmakler kennen sich mit den Besonderheiten der Immobilienbewertung aus, die sich beispielsweise daraus ergeben, dass bei Hotels häufig nicht nur das Ertragswertverfahren, sondern auch das so genannte **Discounted-Cashflow-Verfahren (DCF-Verfahren)** zur Anwendung kommt. Aufgrund ihrer Marktkenntnisse können sie auch die betriebswirtschaftlichen **Kennzahlen realistischer einschätzen** als branchenfremde Makler. Dies ist vor allem bei großen Hotels mit Gastronomieangebot von Belang, da deren Betrieb mit den verschiedensten Kosten verbunden ist, die nicht jeder Branchenfremde adäquat beurteilen kann. Das gilt auch für Hotels mit Wellnessbereich, da deren Unterhalt sehr kostenintensiv ist.

Hotelmakler kennen sich auch mit Kennziffern wie etwa der **RevPAR** aus (englisch: Revenue per available room). Diese wird **auch als Zimmer-Yield bezeichnet** und ergibt sich aus dem durchschnittlichen Zimmerpreis, dividiert durch die Belegungsrate. Diese Kennziffer zeigt also an, wie hoch der Erlös pro verfügbarem Zimmer ist. Sie dient unter anderem dazu, die Profitabilität von Hotels unabhängig von ihrer Größe vergleichbar zu machen und eine **optimale Strategie bezüglich der Belegungsquoten und Zimmerpreise** zu entwickeln.

Für die Seite der Kaufinteressenten kann das Einschalten eines Hotelmaklers nicht nur wegen der guten Kontakte zu Hotelbetreibern und –ketten hilfreich sein, sondern auch, wenn es um die Gestaltung und Beurteilung der Pachtverträge geht. Das gilt insbesondere für solche Interessenten, die noch keine große Erfahrung mit Hotelinvestments haben und auch für die Bewertung bestehender Pachtverträge wenn **Investoren ein Hotel inklusive laufendem Pachtvertrag** erwerben. Zudem kann ein Hotelmakler auch darüber aufklären, **ob ein reiner Pachtvertrag oder ein Managementvertrag**, wie er für Hotelketten typisch ist, für seinen Klienten **vorteilhafter** ist. Auch zu vertraglichen Besonderheiten wie etwa Garantien oder einer Umsatzbeteiligung kann er beraten.



Diskretion ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vermarktung !

Hotelmakler agieren diskret

Hotelmakler verhalten sich **absolut diskret**. Zwar kommt es im operativen Geschäft aufgrund der meist üblichen Trennung von Betrieb und Immobilie selten zu Störungen im laufenden Betrieb. Dennoch ist Diskretion wichtig - Die Diskretion ist gerade beim Verkauf eines Hotels im laufendem Betrieb sehr wichtig – und Hotelmakler wissen, wie sie den Verkaufsprozess gestalten müssen, um die erforderliche Diskretion zu gewährleisten. So fahren versierte Hotelmakler beispielsweise nicht mit einem Firmenwagen vor, der Rückschlüsse auf ihre Tätigkeit zulässt. Da Hotelmakler über ein Netzwerk an Kontakten zur Hotelbranche verfügen, können sie zudem **diskret über ihre Kundenkartei Käufer und Verkäufer zusammenbringen** und müssen im Idealfall gar nicht über Anzeigen aktiv werden.

Wann ist der beste Zeitpunkt für einen erfolgreichen Hotelverkauf ?

Häufig versuchen Unternehmerfamilien ihre rückläufigen Betriebe mit halbherzigen Investitionen noch zu sanieren – oft sind diese zu spät investierten letzten Endes Millionen verloren, da sie beim Verkauf eines rückläufigen Betriebes vom Käufer nicht honoriert werden.

Hotel bzw. Pension verkaufen – leerstehend oder im laufenden Betrieb?

Je nachdem, ob ein Hotel oder eine Pension leerstehend oder im laufenden Betrieb verkauft werden, muss die Vermarktungsstrategie mit Bedacht gewählt werden. **Soll ein Hotel beispielsweise im laufenden Betrieb verkauft werden, muss der Verkaufsprozess so diskret wie möglich ablaufen.** Der Grund: Macht erst einmal ein Verkaufsgerücht die Runde, kann dies beispielsweise dazu führen, dass Interessenten das Hotel mehr oder weniger auffällig begutachten und von den Gästen als störend empfunden werden. Auch besteht dann die Gefahr, dass möglicherweise wichtige Mitarbeiter kündigen und der Ruf des Hotels leidet. Dies wiederum würde sich negativ auf den Verkaufspreis auswirken.

Ein Hotelverkauf im laufenden Betrieb ist ratsamer, da sich die Immobilie dann hochpreisiger verkaufen lässt. Grund ist das unternehmerische Risiko, welches sich beim potenziellen Kapitalanleger des Hotels in Grenzen hält: Der Investor benötigt kein zusätzliches Kapital für die Eröffnung und Bekanntmachung des Gastgewerbes; zudem ist das Personal bereits "eingespielt" und dem zukünftigen Hotelbetreiber sind die Unternehmenszahlen bekannt.

Welche Faktoren spielen bei der Bewertung meines Hotels eine Rolle?

Die Bewertung eines Hotels ist nicht mit der Wertermittlung einer rein wohnwirtschaftlichen Immobilie vergleichbar. **Bei einem Hotel handelt es sich um eine Betreiberimmobilie.** Dementsprechend ist nicht nur das Gebäude inkl. Grundstück zu bewerten. Auch der Betrieb des Hotels spielt eine wesentliche Rolle. **Eine Wertermittlung sollte sehr frühzeitig vor einem gedachten Hotelverkauf erfolgen, damit evtl. wertmindernde Faktoren behoben werden können.** Am Standort des Hotels kann der Hoteleigentümer nicht viel ändern. Am Hotelbetrieb selber oder an der konzeptionellen Ausrichtung können jedoch ggfs. Verbesserungen durchgeführt werden. Reagiert man als Eigentümer des Hotels rechtzeitig, kann die zu erwartende Rendite steigen, was eine Wertsteigerung des Hotels zur Folge hat.

Die Entscheidung ist getroffen - ich möchte mein Gastgewerbe verkaufen. Wie gehe ich vor?

Tipp 1:

Zunächst sollte eine professionelle Bewertung Ihres Unternehmens und Ihrer Hotelimmobilie erfolgen.

Bei der Einschätzung des möglichen Verkaufspreises für ein Hotel spielt nicht nur die Immobilie selbst eine Rolle - die Bewertung hängt auch vom Betrieb ab, beispielsweise von der Auslastung und der Betriebsführung. So weist ein "Hotel garni", das lediglich Frühstück anbietet eine andere Kostenstruktur auf als eines, das auch eine Restaurantküche unterhält. **Es müssen also auch die Kosten und Erträge berücksichtigt werden.** Diese wiederum hängen auch von Faktoren wie der Lage und dem Marktumfeld ab. Eröffnet beispielsweise in nächster Zeit in der Nähe ein weiteres Hotel? Eine wichtige Rolle spielen auch der Zustand der Immobilie und die Kategorie des Hotels. Da es sich bei Hotels um so genannte Betreiberimmobilien handelt, spielt auch der Betreibervertrag eine zentrale Rolle für die Bewertung. Er bildet die Grundlage für die zu erzielende Rendite. So läuft ein Pachtvertrag üblicherweise 20 Jahre und kann in der Regel zweimal vom Pächter um fünf Jahre verlängert werden. Da der Pachtvertrag aufgrund des Grundsatzes „Kauf bricht Miete nicht“ auch bei einem Verkauf weiterläuft, spielt er auch für den Käufer eine Rolle und beeinflusst den Verkaufspreis entsprechend. Die Immobilie selber wird nach dem Ertragswertverfahren berechnet.

Tipp 2:

Erstellen Sie einen Zeitplan: Kümmern Sie sich zeitig aktiv um den Verkaufsprozess Ihres Hotelgewerbes. Bedenken Sie dabei, dass der Verkauf einer Hotelimmobilie etwa 1-2 Jahre dauern kann. Bereiten Sie alle nötigen Unterlagen vor: Sind die Objekt- und Grundstücksunterlagen aktuell und vollständig? Liegen aktuelle Zahlen vor?

Tipp 3:

Definieren Sie eine Zielgruppe. Diese hängt natürlich auch von der Art Ihres Hotelgewerbes ab. So kann ein kleines individuell geführtes Haus, ein "Bed and Breakfast" oder eine Pension auch für einen Privatinvestor interessant sein. Ein größeres Hotel kommt möglicherweise auch für eine Hotelkette in Betracht. Gerade wenn auch Hotelketten eine mögliche Zielgruppe darstellen, bietet sich eine überregionale Vermarktung an.

Tipp 4:

Zeigen Sie Ihre Hotel-Immobilie niemals offen im Internet, sondern immer diskret ohne Adresse ! Wir erstellen für Sie ein gutes und aussagekräftiges Exposé und fertigen professionelle Innen - und Außenansichten an. Wir als Experten wissen, welche Angabe ein Exposé beinhalten muss und wie die optimale Bildgestaltung auszusehen hat. **Das Objekt wird zudem bestenfalls nicht online inseriert,** sondern es wird gezielt an einen in unserer Kaufinteressentendatenbank verzeichneten Käufer veräußert. **Exposés werden nur verschickt, nachdem der Kunde eine schriftliche Vertraulichkeitserklärung abgegeben hat.**

Interaktive, virtuelle Besichtigung mit einem von uns erstellen 360°-Rundgang, die mit dem Grundriss des Hauses verknüpft sind, ermöglichen den Interessenten, sich im Vorfeld ein umfangreiches Bild des Betriebes zu machen, ohne ihn betreten zu müssen.

Tipp 5:

Der Hotelverkauf ist erfolgreich über die Bühne gegangen. Herzlichen Glückwunsch! Nun gibt es verschiedene Verkaufsoptionen wie ein "Asset Deal" (z. B. Verkauf als Einzelunternehmer) oder ein "Share Deal" (z. B. Verkauf von GmbH-Anteilen). Auch die Möglichkeiten der Kaufpreiszahlung sind vielfältig. **Besprechen Sie die für Sie geeignete Variante am besten mit uns.**

Ausschlaggebend für den Wert eines Unternehmens/Hotels/Gastgewerbebetriebes ist die Fähigkeit damit künftige Einnahmen (Umsätze und Cashflows) zu erzielen.



Entscheidend ist somit nicht die Fülle der vorhandenen Vermögenswerte (Substanz) oder deren Wiederbeschaffungswert, sondern ausschließlich die Fähigkeit, aus dem Unternehmen künftig Erträge zu schöpfen !!!

Wie verhält es sich mit den Steuern nach dem Hotelverkauf ?

Planen Sie den Verkauf Ihres Hotels oder Ihrer Pension, dann sollten Sie sich **sehr frühzeitig mit den steuerlichen Richtlinien auseinandersetzen** oder Ihren Steuerberater konsultieren. Denn es erfolgt eine unterschiedliche Besteuerung des Hotelverkaufs je nach Rechtsform. Sind Sie als Hoteleigentümer z. B. als eine GmbH eingetragen, dann unterliegt Ihre Hotelimmobilie der unbeschränkten Körperschaftssteuerpflicht. Sind Sie jedoch als Einzelunternehmer eingetragen, dann wird ein Veräußerungsgewinn mit Ihrem persönlichen Steuersatz verrechnet. Da wir jedoch keine steuerrechtliche Beratung durchführen dürfen, **sprechen Sie bitte mit Ihrem Steuerberater.**

Hotel- und Gastronomiemakler arbeiten mit Exklusivmandat zu den landesüblichen Konditionen bei **Gewerbeimmobilien**:

> bei Verpachtung/Vermietung entspricht die Erfolgsprovision 3 Nettomonatspachten jeweils vom Auftraggeber und vom Pächter

> bei Verkauf entspricht die Erfolgsprovision 3 % des notariellen Kaufpreises

jeweils zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

