

RCM

RESEARCH | CONSULTING | MARKETING

Bad Füssing - Gelsenkirchen - Berlin

Prüfung der wirtschaftlichen Plausibilität und der Realisierungschancen

Hotelprojekt Haßfurt

Hofheimer Straße (EZO-Gelände)
97437 Haßfurt

Auftraggeber
Stadt Haßfurt
Hauptstraße 5
97437 Haßfurt

Ansprechpartner
Herr Bürgermeister Rudi Eck
Herr Wolfgang Hömer

Beauftragtes Unternehmen
**RCM Hotel-Consulting
GmbH & Co. KG**
Am Reiserfeld 11
94072 Bad Füssing
rcm-consulting.com
hotel@rcm-consulting.com

Ansprechpartner
Büro Bad Füssing
Herr Johann Landlinger
08531/981227
johann.landlinger@rcm-
consulting.com

Büro Gelsenkirchen
Herr Jan Ewertz
0209/1485123
jan.ewertz@rcm-consulting.com

Erstellungsdatum
27. Juni 2011

Inhaltsverzeichnis

1	Auftraggeber, Aufgabenstellung und Ausgangssituation.....	3
2	Der Wirtschaftsraum.....	4
2.1	Allgemeine Anmerkungen	4
2.2	Zum Standort Haßfurt.....	4
3	Der Hotelmarkt	10
3.1	Angebot- und Nachfrage, Wettbewerbssituation	10
3.1.1	Das bestehende Hotelangebot samt Preisstrukturen am Standort und im Umfeld gemäß Recherche	10
3.1.1.1	Zum Hotelangebot.....	10
3.1.1.2	Ausgewählte Mitbewerber im Online-Preis-Check.....	11
3.1.2	Die Angebots- und Nachfragestrukturen gemäß der Beherbergungsstatistik	13
3.1.2.1	Generelle Anmerkungen zur Beherbergungsstatistik	13
3.1.2.1.1	Die geöffneten Betriebe.....	14
3.1.2.1.2	Die angebotenen Betten.....	14
3.1.2.1.3	Die Ankünfte	15
3.1.2.1.4	Die Übernachtungen	15
3.1.2.1.5	Die durchschnittliche Bettenauslastung (Prozent)	16
3.1.2.1.6	Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Tage)	17
3.2	Die Ergebnisse der Umfrage in Haßfurt und der Region	18
3.3	Die Beurteilung der Marktchance für ein neues Hotel.....	26
4	Das Hotelprojekt Haßfurt	29
4.1	Besichtigte, ev. mögliche Hotelstandorte.....	29
4.1.1	Der bevorzugte Hotelstandort „Hofheimer Straße“ (EZO)	30
4.2	Die Erarbeitung der Hotelkonzeption	34
4.2.1	Grundsätzliche Ausführungen zu den Mechanismen bei Angebot und Nachfrage in der Hotellerie	34
4.2.2	Kriterien und Anforderungen an das Hotel	35
4.2.3	Die Zwänge bei der Festlegung der Hotelgröße	36
4.2.4	Die Definition der Haupt(gäste)zielgruppen und deren Anteile am Gesamtaufkommen.....	36
4.2.5	Hotelkategorie und Konzeption der einzelnen Bereiche	38
4.2.5.1	Generelle Anmerkungen	38
4.2.5.2	Die Hotelkategorie.....	39
4.2.5.3	Zimmerzahl und Zimmergröße	40
4.2.5.4	Der Eingangsbereich, Lobby und Rezeption.....	41
4.2.5.5	Die Gastronomie	41
4.2.5.6	Die Tagungs- und Veranstaltungsräume	41
4.2.5.7	Der Bereich Wellness.....	42
4.2.5.8	Sonstiges.....	42
4.2.5.9	Die Eckdaten des Hotelprojektes	42
5	Die Prüfung der wirtschaftlichen Plausibilität des Hotelprojektes.....	43
5.1	Die Projektsimulation.....	43
5.1.1	Schätzung der Investitionskosten	43
5.1.1.1	Prämissen und Kalkulationsgrundlagen	43
5.1.1.2	Die Investitionskosten	44
5.2	Die Schätzung der wirtschaftlichen Ergebnisse	52
5.2.1	Generelles zu den betriebswirtschaftlichen Berechnungen.....	52
5.2.2	Die Ermittlung der Nettologiserlöse (ARR).....	53
5.2.3	Die Betriebsvorausschau bis zum Betriebsergebnis 1	54
5.2.4	Vom Betriebsergebnis 1 bis zum Betriebsergebnis 2	57
5.3	Stärken-/Schwächenprofil Standort und Hotelprojekt.....	59
5.4	Ergebnis der Plausibilitätsprüfung und Vermarktungschancen des Hotelprojektes	60
6	Fazit	61
7	Haftung	62
8	Anhang.....	63
8.1	Erläuterungen zu den Begriffen in der Betriebsvorausschau	63
8.2	Muster Anschreiben und Fragebogen Umfrage Hotelprojekt	65

1 Auftraggeber, Aufgabenstellung und Ausgangssituation

Im Februar 2010 kam es zu einem telefonischen Kontakt zwischen Herrn Bürgermeister Rudi Eck, Stadt Haßfurt, und Herrn Landlinger von der RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG in Bad Füssing. Dabei ging um das Ziel der Stadt Haßfurt, ein neues Hotel ebendort anzusiedeln, da seitens der vor Ort tätigen Unternehmen ein entsprechender Bedarf gesehen wird. Die RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG unterbreitete daraufhin am 8.2.2010 ein Angebot zur Ermittlung der wirtschaftlichen Plausibilität eines neuen Hotels in Haßfurt. Mit dieser Arbeit, bei der es sich um eine Machbarkeitsstudie handelt, wird sowohl die Nachfrage nach Hotelleistungen am Standort recherchiert als auch -daraus resultierend- die nutzer- und nachfragegerechte Konzeption erarbeitet. Darauf aufbauend ist der Rahmen der Gesamtinvestition zu ermitteln. Über eine hotelbetriebswirtschaftliche Betrachtung wird danach die wirtschaftliche Tragfähigkeit des projektierten Hotels festgestellt. Am 14. Juni 2010 fand ein erster Gesprächstermin in Haßfurt zu dem Thema statt, an dem neben Herrn Bürgermeister Eck auch Herr Hömer sowie rcm-seits Herr Landlinger teilnahmen. Dabei wurde das von der RCM unterbreitete Angebot besprochen und modifiziert. In einem weiteren Gesprächstermin am 8. November 2010, an dem die drei vorgenannten Personen beteiligt waren, konnten Details des Vorgehens der RCM bei der Erstellung der Machbarkeitsstudie, darunter eine weit angelegte Umfrage bei den Unternehmen vor Ort und in der Region, erläutert werden. Mit Schreiben vom 22. Dezember 2010 wurde der RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG der Auftrag zur Erstellung der vorgenannten Studie erteilt. Am 27.1.2011 erfolgte als Auftakt zur Erstellung der Plausibilitätsprüfung ein Ortstermin, an dem Herr Bürgermeister Eck und Herr Hömer seitens der Stadt Haßfurt sowie die Herren Ewertz und Landlinger von der RCM teilnahmen. Dabei wurden einzelne Arbeitsschritte abgestimmt sowie eine Reihe, möglicherweise geeignete, Standorte für ein eventuell neues Hotel in Haßfurt besichtigt. Ebenso erhielt die RCM ergänzende Informationen und Lagepläne zu den in Augenschein genommenen Grundstücken. Als nächster Schritt wurde die Umfrage in die Wege geleitet sowie deren Auswertung vorgenommen. Die Ergebnisse und Erkenntnisse dieser Umfrage flossen in die hier vorliegende Arbeit ein, welche innerhalb der vereinbarten Fristen erstellt und vorgelegt werden konnte.

2 Der Wirtschaftsraum

2.1 Allgemeine Anmerkungen

Die beschreibende Darstellung der Lage eines Hotelstandortes dient dazu, die Besonderheiten, die Stärken und Schwächen sowohl insgesamt wie auch aus der Sicht eines Hotelbetreibers aufzuzeigen. Sie erhebt im Rahmen dieser Arbeit als schriftliche Ausführung keinen Anspruch auf Vollständigkeit, zeigt jedoch auf, daß sich die Verfasser intensiv mit dem Standort und über die Beschreibung desselben hinausgehend auseinandergesetzt haben. Die Erkenntnisse fließen in die Arbeitsergebnisse mit ein. Es kann unterstellt werden, daß den Adressaten der Arbeit der Standort und dessen Qualitäten als bekannt vorausgesetzt werden können. Des Weiteren ergeben sich aus den Ergebnissen der Umfrage und den Standortqualitäten die Konzeption und Konfiguration des Hotelprojektes.

2.2 Zum Standort Haßfurt

Die Stadt 97437 Haßfurt liegt im bayerischen Regierungsbezirk Unterfranken und ist hier die Kreisstadt des Landkreises Haßberge. Dieser zählt ca. 85.000 Einwohner, die Stadt Haßfurt ca. 13.000. Der Einzugsbereich der Stadt wurde mit ca. 40.000 Einwohnern angegeben. Der Landkreis und die Stadt befinden sich in der Region Mainfranken, die nächstliegenden größeren Städte sind Schweinfurt und Bamberg. In nördlicher Richtung grenzt das Stadtgebiet unmittelbar an den Naturpark Haßberge an.

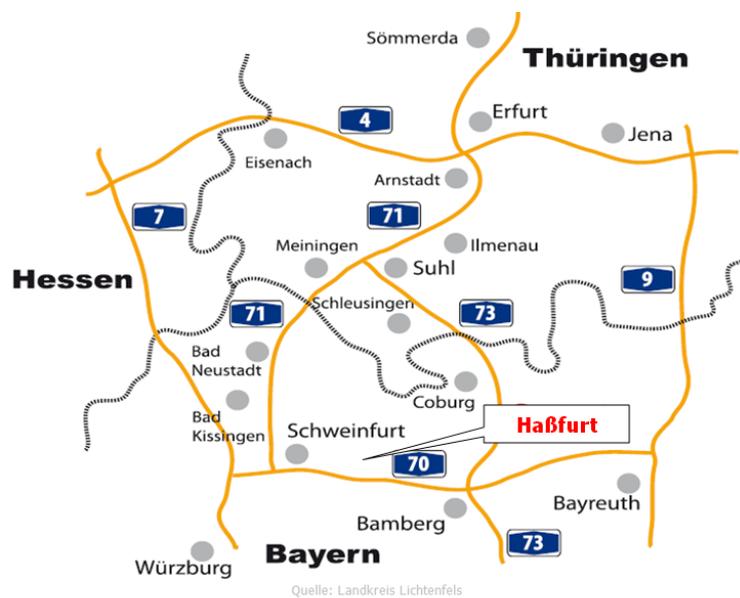


Quelle Google Maps

Der Standort ist infrastrukturell gut erschlossen. Eine wichtige Nord-Südverbindung für den Standort Haßfurt ist die Autobahn A73, welche vom thüringischen Suhl aus in südlicher Richtung über Coburg, Lichtenfels, Bamberg und Erlangen bis nach Nürnberg führt. Hier trifft diese auf die Autobahn A3, welche Frankfurt am Main im Westen über Würzburg und Nürnberg mit Regensburg und Passau im Südosten verbindet. Im Norden trifft die A73 auf die

A71, welche bei Erfurt auf die Autobahn A4 mündet. Südlich von Haßfurt verläuft als West-Ost-Verbindung die Autobahn A70, die bei Werneck von der A7 (Kassel/Würzburg/Ulm) abzweigt und in ihrem östlichen Verlauf über Bamberg, die A73 kreuzend, bis nach Bayreuth führt. Hier kreuzt diese Autobahn wiederum die A9, welche Nürnberg mit Leipzig und Berlin verbindet. Haßfurt ist von der A70 aus über die Bundesstraße B26 in nördlicher Richtung zu erreichen. Der Standort ist ebenfalls an das Schienennetz der Deutschen Bundesbahn angebunden, er liegt direkt an der Bahnlinie Würzburg-Bamberg.

Zwischen den benachbarten Städten Haßfurt und Schweinfurt wurde im Jahr 1993 ein Verkehrslandeplatz errichtet. Der Flugplatz bietet Landemöglichkeiten für Privat- und Geschäftsreisende mit kleineren Flugzeugen. Er ist mit dem PKW direkt über die A70 bzw. über die B26 zu erreichen. Die nächstgelegenen und teils international bedeutenden Flughäfen befinden sich in Frankfurt am Main, in Erfurt und in Nürnberg. Des Weiteren liegt die Stadt direkt am schiffbaren Fluß Main!



Die Lage von Haßfurt kann über diese Beschreibung der infrastrukturellen Anbindung hinaus durch die Angabe von Entfernungskilometern (Ca.-Werte / schnellste Verbindung) zu bekannten Standorten konkretisiert werden:

Erfurt	-	185 km
Frankfurt am Main	-	180 km
Nürnberg	-	100 km
Bayreuth	-	100 km
Würzburg	-	65 km
Coburg	-	55 km
Bamberg	-	35 km
Schweinfurt	-	25 km

Für die Beurteilung der Eignung eines Standortes für die Ansiedlung eines Hotelbetriebes sind die wirtschaftlichen Rahmendbedingungen ebenso von Bedeutung wie das touristische Potential. Die Stadt Haßfurt liegt unweit der beiden Städte Bamberg und Schweinfurt sowie weiterer unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten interessanter Standorte. Diese verfügen

jedoch über einen eigenen Markt, welche teilweise und besonders auf der Angebotsseite in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen ist. Entsprechend werden diese hier nicht berücksichtigt, vielmehr stehen der Standort Haßfurt und dessen direktes Einzugsgebiet im Fokus. Etwaige Überschneidungen aus den anderen Städten/Regionen werden über die Auswertung der Fragebögen mit abgebildet.

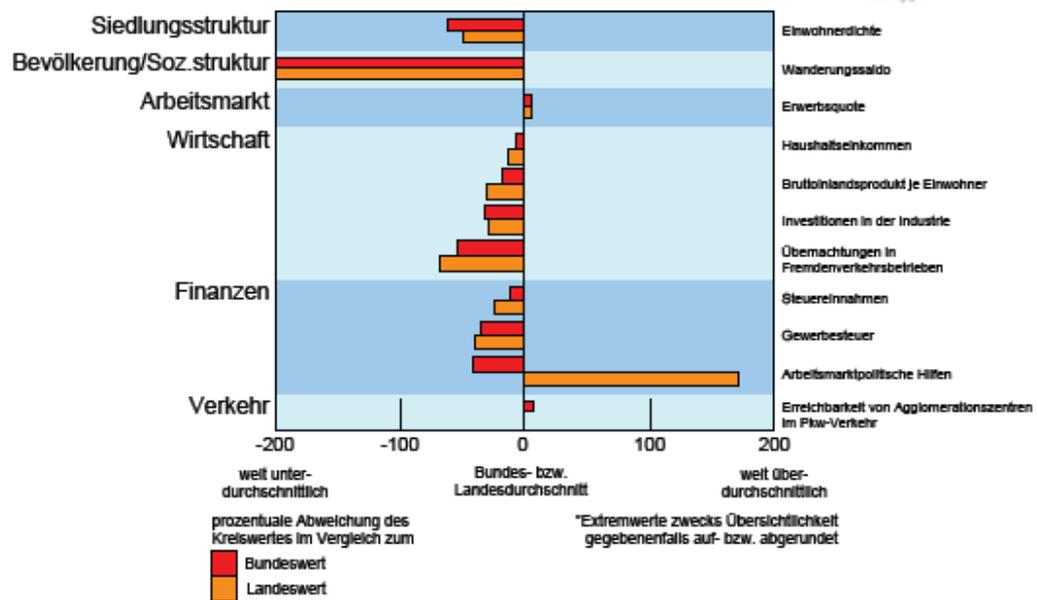
Die Wirtschaftsstruktur an einem Standort läßt sich u.a. an der klassischen Verteilung der sozialversichert Beschäftigten ablesen. Im Landkreis Haßberge sind ca. 1,3 % der Beschäftigten in der Land- und Forstwirtschaft, dem sogenannten primären Sektor und 55,7% im sekundären Sektor und somit im produzierenden Gewerbe beschäftigt. Der tertiäre Sektor, der Dienstleistungsbereich bietet den verbleibenden 43% der Beschäftigten einen Arbeitsplatz. Mit diesen Werten liegt der Landkreis im Durchschnitt, wenn auch dem Dienstleistungsbereich und somit dem tertiären Sektor eine größere Zukunft und i.d.R. auch höhere Einkommen zugesprochen werden. Dieser Sektor hat am Standort jedoch eine geringere Bedeutung als das produzierende Gewerbe. Ein Zusammenhang wird bei der Betrachtung des durchschnittlichen Industrieinkommens deutlich. Im Kreis Haßberge liegt es bei nur € 2.729 und damit bei 87% des Bundesdurchschnitts (€ 3.105) und sogar nur bei 79% des Landesmittels von Bayern (€ 3.430). Die Arbeitslosenquote betrug im November 2010 hingegen sehr niedrige 3,4%. Im Vergleich hierzu lag der Landesdurchschnitt Bayern bei 3,8% und der Bundesdurchschnitt bei 7%.

Weitere Daten über einen Standort und dessen Struktur werden vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung erfaßt und können über ausgewählte Indikatoren abgerufen und dargestellt werden. Die jeweiligen Indikatoren werden mit den Landes- und Bundeswerten verglichen. Im Folgenden wurden insgesamt 11, aus der Sicht von Hotelbetreibern und/oder – investoren bedeutsame, Faktoren ausgewählt. Es stehen nicht die konkreten Werte im Vordergrund, sondern mehr die Tendenzen bzw. die Kernaussagen. Zu den einzelnen Faktoren: Die **Einwohnerdichte** ist im Landkreis Haßberge im Vergleich zum Bundesdurchschnitt noch geringer als im Vergleich zum Landesdurchschnitt, im Ergebnis zu beiden Werten unterdurchschnittlich. Der Begriff **Wanderungssaldo** ist eine der Meßgrößen der Demografie und bezeichnet die Differenz zwischen Zu- und Abwanderung in einem festgelegten Zeitraum und einem bestimmten Gebiet von außen bzw. nach außen. Hier liegt der Landkreis stark unter den Werten des Bundes und des Landes. Die einfache Definition der **Erwerbsquote**, als Indikator des Arbeitsmarktes, gibt den Anteil der Erwerbspersonen (Erwerbstätige + Erwerbslose) an der Wohnbevölkerung wieder. Hier belegt der Landkreis einen leicht positiven und somit überdurchschnittlichen Wert. Dies wurde u.a. aus der niedrigen Arbeitslosenquote ersichtlich. In einem weiteren Abschnitt wird auf wirtschaftlichen Faktoren näher eingegangen. Das **Haushaltseinkommen**, die Summe aller Einkommen eines Haushaltes je Haushalt, liegt im Landkreis Haßberge leicht unter dem Bundes- und ein wenig deutlicher unter dem Landesdurchschnitt. Bei dem **Bruttoinlandsprodukt je Einwohner**, also dem Gesamtwert aller Güter (Waren und Dienstleistungen), welche in dem Landkreis innerhalb eines Jahres hergestellt und dem Endverbrauch dienen, verstärkt sich der unterdurchschnittliche Trend, besonders im Vergleich zum Bundesland Bayern. Im Kreisgebiet werden unterdurchschnittlich geringe **Investitionen in die Industrie** durchgeführt als im Landes- und Bundesvergleich. Ursächlich hierfür kann zum einen das Investitionsverhalten sein, zum anderen jedoch der geringere Anteil an Industrie am Standort. Deutlich niedriger sind des Weiteren die **Übernachtungen in den Fremdenverkehrsbetrieben**. Auch hier kann die Ursache mehrschichtig sein. Die geringe Anzahl kann daraus resultieren, daß ein geringes Angebot vorhanden ist oder aber, daß die Nachfrage entsprechend niedrig ist. Auf diese Zusammenhänge wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch näher eingegangen. Entsprechend der bisherigen Tendenz, daß die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit im Landkreis Haßberge eher unterdurchschnittlich ist, präsentieren sich auch die **Steuereinnahmen** bzw. das Steueraufkommen. Bedeutungsvoller ist im Rahmen dieser Betrachtung das **Gewerbesteueraufkommen** als Steuer, welche auf die objektive Ertragskraft eines

Gewerbebetriebes erhoben wird. Das Gewerbesteueraufkommen liegt auf der Landesebene auf einem hohen Niveau, im Landkreis liegt dieses nicht nur unter dem Niveau des Landes sondern auch des Bundes. Hingegen stark überdurchschnittlich sind die **Arbeitsmarktpolitischen Hilfen**, bei denen es sich um Unterstützungsleistungen handelt. Diese sind hier besonders ausgeprägt. Bezüglich der Lage und der Verkehrsanbindung ist die **Anbindung an Agglomerationszentren** mit dem PKW einer von vielen Indikatoren, auf den sich hier beschränkt wird. Hier befindet sich der Standort auf dem Landesniveau und leicht oberhalb des Bundesdurchschnitts, so daß die Anbindung als leicht besser angesehen werden kann. Im Gesamtkontext kann somit festgestellt werden, daß der Landkreis Haßberge eine in Bezug auf die ausgewählten Indikatoren, leicht bis stark unterdurchschnittliche Position einnimmt und somit hinter/unter den Werten sowohl des Landes als auch denen des Bundes liegt.

Ausgewählte Strukturindikatoren aus der Laufenden Raumbearbeitung des BBSR

Haßberge, Landkreis



Laufende Raumbearbeitung des BBSR

© BBSR Bonn 2011

In diesem Zusammenhang muß jedoch ebenfalls Erwähnung finden, daß in dem Kreis Haßberge einige namhafte und weltweit tätige Unternehmen angesiedelt sind. Diese verfügen über internationale Kundenbeziehungen und über teils rege Kontakte mit anderen Unternehmen, so daß eine erhöhte Nachfrage nach hoteltypischen Leistungen von diesen Unternehmen ausgeht bzw. durch diese unterstellt werden kann. Die für die Erstellung dieser Arbeit u. a. bei diesen Unternehmen durchgeführte Umfrage gibt zu diesem Aspekt weitere Klarheit. Die nachfolgende Übersicht des Landkreises stellt die Unternehmen dar:



Quelle: hassberge.de

Neben diesen „Global Playern“ verfügt der Landkreis noch über eine Anzahl an mittelständischen und kleinen Unternehmen, die die Großunternehmen stützen und zur gesamten wirtschaftlichen Struktur beitragen. Im Jahr 2008 waren dies insgesamt über 3.000 Betriebe. Im Stadtgebiet von Haßfurt sind einige der o.g. Unternehmen angesiedelt, selbstverständlich ebenfalls mittelständische und kleine Betriebe. Haßfurt profitiert von seinem Einzugsgebiet, was besonders bei der Betrachtung der neuen ausgewiesenen Gewerbegebiete auffällt. Hier haben sich eine Vielzahl namhafter Einzelhändler angesiedelt. Ein Indiz für eine hohe Kaufkraft, besonders jedoch für die Versorgungsfunktion aber auch der Akzeptanz des Mittelzentrums Haßfurt für und in der Region.

Neben diesen Voraussetzungen, ausgehend von der möglichen Nachfrage nach hoteltypischen Leistungen durch die in der Region ansässigen Wirtschaftsunternehmen, sind weitere Faktoren für einen Hotelbetrieb von hoher Bedeutung. Hier steht besonders das privattouristische Potential im Fokus. Auch hier haben die Region und besonders natürlich der Standort Haßfurt einiges an Abwechslung zu bieten. Haßfurt ist das Bindeglied zwischen den Naturparks Haßberge und Steigerwald. Der Naturpark Haßberge besteht seit dem Jahr 1974 und verfügt über eine Gesamtfläche von 860 km². Er ist sowohl für Naherholungssuchende als auch für Urlauber ein ideales Wandergebiet in einer abwechslungsreichen Mittelgebirgslandschaft. Insgesamt befinden sich hier über 61 Burg- und Wallanlagen sowie Schlösser, die besichtigt werden können. 24 Rundwanderwege führen durch das Gebiet, darüber hinaus ist der Naturpark Haßberge Teil von sog. Fern- und Hauptwanderwegen, wie z.B. dem Kelten-Erlebnisweg, dem Mainwanderweg, dem Rennweg oder auch dem Burgen- und Schlösserweg. Selbstverständlich wird das Potential dieser Landschaft und somit des Oberen Maintals auch für weitere Aktivitäten genutzt, wie z.B. dem Trendsport Nordic-Walking oder auch Rad- bzw. Mountainbiketouren. Diese werden im Jahresverlauf auch für überregional bedeutende Veranstaltungen genutzt. Zahlreiche Broschüren und Ausarbeitungen der zuständigen Tourismusinformation geben Auskunft über die vielfältigen Möglichkeiten des Naturparks, von denen selbstverständlich auch ein in Haßfurt angesiedelter Hotelbetrieb profitieren kann. Der Naturpark Steigerwald erstreckt sich insgesamt über eine Fläche von 1.280 km², davon sind ca. 675 km² Landschaftsschutzgebiet. Auf das Gebiet von Unterfranken entfallen ca. 430 km²,

welche nahezu vollständig Landschaftsschutzgebiet sind. Das Freizeitangebot ist ebenso umfangreich und vielfältig wie das beschriebene des Naturparks Haßberge. Hierüber hinaus ist die Stadt Haßfurt in die Kooperation des Frankentourismus eingebunden. Diese Kooperation vermarktet das touristische Angebot Frankens und somit auch der Region Unterfranken. Auch hier wird auf die vielfältigen Rad- und Wanderwege verwiesen wie auch auf die Naturparks und das kulturelle Angebot, zu dem auch die Museen und Ferienstraßen zählen. Es sei darauf hingewiesen, daß Haßfurt direkt an dem Fernrandwanderweg, dem Main-Radweg liegt, welcher entlang dem Flußlauf von Wiesbaden bis Bayreuth oder Kulmbach führt. Zu den weiteren Freizeitaktivitäten zählen neben den Möglichkeiten zum Golfen und Wasserwandern auch die Klettersteige und das Angebot zum Wintersport. Die Stadt Haßfurt bietet den Einwohnern und Gästen einen mittelalterlichen Kern wie auch eine moderne Architektur. Zu den sehenswerten Gebäuden im Stadtgebiet zählen das historische Rathaus, die zweitürmige Stadtpfarrkirche und die Ritterkapelle. Erwähnenswert sind hier ebenfalls die beiden Türme, die die Altstadt begrenzen. Als weiteres, historisches Gebäude füllt die Stadthalle verschiedenste Funktionen aus. Sie dient der Durchführung von Tagungen ebenso wie als Ort für kulturelle Veranstaltungen. Die Sehenswürdigkeiten und architektonischen Besonderheiten der Stadt werden für Gäste und Interessierte in einem Flyer sowie in einem virtuellen Rundgang gesondert dargestellt. Zu den Ausflugszielen in der näheren Umgebung von Haßfurt zählen neben den Naturparks die bekannten fränkischen Städte, wie das Weltkulturerbe „Stadt Bamberg“, das Herzogtum Coburg, die Barockstadt Würzburg und die Kultur- und Industriestadt Schweinfurt.

Die vorstehende Beschreibung der Wirtschaftsstruktur und der wirtschaftlichen Rahmendaten sowie der privattouristischen Attraktionen verdeutlichen, daß der Standort aus Sicht eines Hotelbetreibers nur unterdurchschnittlich attraktiv ist. Es fehlen aus beiden Segmenten wesentliche Magneten und/oder Impulse, welche eine erhöhte Nachfrage nach hoteltypischen Leistungen erkennen lassen.

Die für die Einschätzung eines Hotelprojektstandortes wesentlichen Untersuchungsschwerpunkte werden innerhalb dieser Arbeit mit ihren jeweiligen Parametern in Form eines Schemas bewertet. Hierzu werden den jeweiligen Aspekten Punkte zugeordnet, welche im Ergebnis eine Gegenüberstellung der möglichen mit den erreichten Punkten zuläßt. Transparent und objektiviert lassen sich die Untersuchungsergebnisse im Rahmen eines solchen Bewertungsmodells wie folgt darstellen:

Makrostandort	max. Pkte	erreichte Pkte
Lage / Region	10	6
Funktionalität	10	8
Einzugsgebiet	60	10
Infrastruktur	50	26
Wirtschaftsstruktur	30	12
durchschn. Industrieinkommen (unter / über Landesdurchschnitt - / Bundesdurchschnitt)	10	6
Arbeitslosenquote (unter / über Landesdurchschnitt - / Bundesdurchschnitt)	10	10
Kaufkraftkennziffer	10	8
Privattouristische Attraktivität	60	20
Summe möglicher Punkte / Summe erreichte Punkte	250	106

3 Der Hotelmarkt

3.1 Angebot- und Nachfrage, Wettbewerbssituation

3.1.1 Das bestehende Hotelangebot samt Preisstrukturen am Standort und im Umfeld gemäß Recherche

3.1.1.1 Zum Hotelangebot

Zur Ermittlung der bestehenden Angebotssituation wurden sowohl in Haßfurt selbst, in allen angrenzenden Gemeinden wie auch darüber hinaus Recherchen vorgenommen. Aus Haßfurt werden alle Beherbergungsbetriebe mit mehr als 20 Zimmern und einer Gastronomie (=Vollhotel) dargestellt. Um das Angebot in der Region zu strukturieren und in Bezug zu dem Hotelprojekt in dieser Analyse zu setzen, werden des Weiteren nur Vollhotels mit mindestens 35 Zimmern, einer Einordnung als 3* bis 4* - Hotel (nach Dehoga oder nach Eigeneinschätzung) und mit einem Angebot von Restaurant und Tagungsräumlichkeiten berücksichtigt. Trotz der Entfernung zu Schweinfurt und Bamberg führen wir auch Hotels aus diesen beiden Städten auf. Dies jedoch nicht, weil für ein neues Hotel in Haßfurt nennenswertes Potential aus diesen beiden Städten erkennbar ist. Vielmehr deswegen, weil diese Stadthotels durchaus aufgrund der urbaneren Lage und nicht zuletzt im Hinblick auf ihre Preise in der Lage sind, auch einem neuen Hotel in Haßfurt Gästepotential abzugreifen. Im Ergebnis handelt es sich um 11 Hotels, davon 4 in Haßfurt und 7 in der Region. Damit besteht eine ausreichend breite Basis für eine verwertbare Preisrecherche. Bei den nachstehend genannten und in der Tabelle aufgeführten Preisen handelt es sich (nur) um die so genannten „Listenpreise“. Zum Thema Zimmerpreise folgen nach der Tabelle der Hotels detaillierte Ausführungen. Dort werden anhand eines Online-Preischecks nicht die „Standard-Listenpreise“ sondern die am Markt, und hier bei Online-Buchungen, effektiv offerierten Preise recherchiert.

Keines der 4 größeren Hotels in **Haßfurt** hat sich einer offiziellen Dehoga-Klassifizierung (vom Dt. Hotel- und Gaststättenverband) unterzogen. Im Markauftritt und damit nach Eigeneinschätzung des Hotelbetreibers geriert sich das Meister Bär Hotel als 4*-Haus. Die 3 anderen Hotels (Goger, Mathes und Walfisch) ordnen sich keiner Kategorie zu. Mit 45 Zimmern verfügt das Hotel Goger über die größte Logiskapazität, gefolgt vom Meister Bär Hotel mit 36 Zimmern. Das Hotel Mathes kann 28 Zimmer und das Hotel Walfisch 22 anbieten. Mit einem Preis je Einzelzimmer (EZ) mit Frühstück (F) beginnend bei € 69 liegt das Meister Bär Hotel am höchsten. Im Hotel Goger kostet das EZ/F € 49, im Hotel Mathes € 45. Das Hotel Walfisch ist mit einem EZ-Preis ab € 36 mit Abstand am niedrigsten. Der Preis je Doppelzimmer (DZ) beginnt im Hotel Bär ab € 89 inklusive Frühstück. Im Hotel Goger beträgt er € 74, im Hotel Mathes € 69. Im Hotel Walfisch ist das DZ/F ab € 58 und damit am preiswertesten der 4 größten Beherbergungsbetriebe in Haßfurt zu buchen.

Im (erweiterten) **Umfeld** von Haßfurt befindet sich als nächst gelegenes (ca. 10 km) und den oben formulierten Kriterien entsprechender Betrieb das Landhotel Rügheim, welches über 56 Zimmer verfügt und sich auf dem Markt als 4*-Hotel (keine Dehoga sondern Eigeneinstufung) präsentiert. Das EZ/F wird bereits ab € 59, das DZ/F schon ab € 79 angeboten. Darüber hinaus agiert in Sulzheim (17 km) das eigen eingestufte 3*-Hotel Goldener Adler mit Preisen von € 60 je EZ/F und € 92 je DZ/F. Von den 3 aus Schweinfurt in den Vergleich aufgenommenen Hotels sind 2 nach den Kriterien der Dehoga klassifiziert. Dabei handelt es sich um das 3*-Hotel Primula (62 Zimmer) und um das 4*-Haus Hotel am Alten Postplatz Ross (46 Zimmer). Mit 133 Zimmern verfügt das Mercure (4*-Eigeneinstufung) über die größte Zimmerkapazität in Schweinfurt. Das EZ/F kostet im Hotel Primula € 59,50. Im „Ross“ ist es ab

€ 92 und im Mercure zu € 113 zu buchen. Die Preise je DZ/F beginnen bei € 70 im Hotel Primula und ab € 108 im Hotel „Ross“. Im Mercure kosten das DZ/F € 140. Aus Bamberg wurden 2 Hotels ausgewählt, um das Listenpreisgefüge größerer Mittelklasse-Hotels ebendort zu eruieren. Es handelt sich um das Welcome Kongresshotel mit 167 Zimmern (das zweitgrößte Hotel vor Ort) und um das Center Hotel Mainfranken mit 75 Zimmern. Erstgenanntes agiert als 3*S (Superior) Dehoga klassifiziertes Haus, letzteres als 3* gemäß Eigeneinstufung. Die Listenpreise bewegen sich je EZ/F bei € 65 im Center Hotel und ab € 115 (bis € 151) im Welcome Kongresshotel. Das DZ/F ist im Center Hotel für € 84 zu buchen, im Welcome Kongresshotel ab € 115 (bis € 151), womit in diesem Haus die Bandbreite der Listenpreise für EZ und DZ identisch sind. Anhand nachfolgender Tabelle werden die vorgenannten Hotels und deren Preise nochmals in übersichtlicher Form dargestellt:

Hotels und Gasthöfe in Haßfurt und relevante Häuser in der Region *)								
Name	Ort	Distanz zu Haßfurt	Kategorie/ Markt-auftritt	Kategorie nach DEHOGA	Zahl Zimmer	Preise (€) pro Nacht/ Zimmer inkl. FS im EZ	Preise (€) pro Nacht/ Zimmer inkl. FS im DZ	Tagung (T) Sauna (S)
Hotel-Restaurant "Goger"	Haßfurt-Augsfeld		k.A.	n.k.	45	49,-	74,-	T/S
Hotel-Restaurant "Meister Bär Hotel"	Haßfurt		4*	n.k.	36	ab 69,-	ab 89,-	T/S
Hotel-Restaurant "Mathes"	Haßfurt		k.A.	n.k.	28	45,-	69,-	T
Hotel-Restaurant "Walfisch"	Haßfurt		k.A.	n.k.	22	ab 36,-	58,- bis 65,-	
Häuser in der Region:								
Landhotel Rügheim	Hofheim	10,4 km	4*	n.k.	56	ab 59,-	ab 79,-	T/S
Goldener Adler	Sulzheim	17,3 km	3*	n.k.	38	60,-	92,-	T
Mercure Hotel Schweinfurt Maininsel	Schweinfurt	22,8 km	4*	n.k.	133	113,-	140,-	T/S
Hotel Primula	Schweinfurt	24,1 km	3*	3*	62	59,50	70,-	T
Am Alten Postplatz Ross	Schweinfurt	25,6 km	4*	4*	46	92,- bis 102,-	108,- bis 145,-	S
Center Hotel Mainfranken	Bamberg	36,2 km	3*	n.k.	75	65,-	84,-	T
Welcome Kongresshotel **)	Bamberg	36,7 km	3*S	3*S	167	115,- bis 151,-	115,- bis 151,-	T/S

k.A. = keine Angaben; n.k. = nicht klassifiziert; FS = Frühstück
 *) Auswahlkriterien wie beschrieben
 **) Hotel wurde zum Aufzeigen großer Preisspannen beim Online-Verkauf aufgeführt

3.1.1.2 Ausgewählte Mitbewerber im Online-Preis-Check

Die obigen Listenpreise ändern sich jedoch im laufenden Geschäftsbetrieb, je nach Preispolitik der Hotelbetreiber, sowohl nach oben als auch nach unten, so daß sie als nicht ausreichend repräsentativ gelten. Ein besseres Bild über die Preispolitik geben Anfragen zu konkreten Buchungsterminen. Diese Anfragen wurden über die Buchungsplattform hrs.de, eine der größten und bekanntesten in Deutschland, gestellt.

In die Recherche der „Online-Buchungspreise“ wurden 6 relevante Betriebe aus den weiter oben gelisteten Hotels mit einbezogen. Es wurden für 7 Termine, darunter 4 in der Woche und 3 an Wochenenden, die Preise je Einzel- und Doppelzimmer angefragt. Die Ergebnisse werden, fokussiert auf die direkten Mitbewerber eines neuen Vollhotels in Haßfurt, das Meister

Bär Hotel sowie auf das geografisch Haßfurt am nächsten liegende in Betracht kommende Landhotel Rügheim (10,4 km) kommentiert. Dazu folgen ergänzende Betrachtungen über das Hotel Goldener Adler (Sulzheim, 17,3 km), Primula Hotel in Schweinfurt sowie zweier Hotels in Bamberg (Welcome Kongresshotel und Center Hotel).

Das **Meister Bär Hotel** ist an allen Tagen buchbar, die Preise sind statisch. Das heißt, daß das Hotel auf die Steuerung der Auslastung über eine individuelle, regelmäßige, ggf. auch tägliche, Änderung der Online-Preise verzichtet. Das Einzelzimmer (EZ) kostet € 69,50, das Doppelzimmer (DZ) € 89,50. Diese Preise entsprechen, von € 0,50 Erhöhung abgesehen, den Listenpreisen, welche ebendort allerdings mit dem Zusatz „ab“ versehen sind. Damit wird signalisiert, daß es sich um Einstiegspreise handelt. Die konkreten Anfragen wiederum zeigen, daß zu keinem Termin höhere Preise verlangt werden. Das nächstgelegene Hotel, das **Landhotel Rügheim**, ist an 2 von den 7 Terminen nicht buchbar. In den freien Zeiten liegt der EZ-Preis ebenfalls bei statischen € 59 und der DZ-Preis bei € 79 und somit erheblich unter den Preisen des Meister Bär Hotels (-15% bei EZ und -12% bei DZ). Die angebotenen Preise bei den Online-Anfragen entsprechen zudem auch den Listenpreisen. Beide Häuser verzichten auf eine Differenzierung der Preise zwischen Aufhalten unter der Woche (Geschäftsreisende) und am Wochenende (Individualtouristen). Das wiederum läßt unter anderem den Schluß zu, daß die angebotenen Preise sowohl am Wochenende aber auch insbesondere unter der Woche, welche überwiegend von Geschäftsreisenden dominiert wird, eine Obergrenze darstellen. Darüber hinaus unterschreitet das Landhotel Rügheim an allen Terminen die Preise des Meister Bär Hotels. Beide Betriebe sind nicht offiziell klassifiziert, agieren jedoch in der 4*-Kategorie, das Preisniveau ist hierfür jedoch als ungewöhnlich niedrig anzusehen.

Der Goldene Adler in Sulzheim liegt beim EZ-Preis mit € 60 an 6 von 7 Terminen am unteren Ende. Die DZ-Preise bewegen sich mit durchgehend € 92 leicht über denen des Meister Bär Hotels. Im Primula Hotel in Schweinfurt liegen die EZ Preise sowohl nahe denen des Landhotels Rügheim (an 3 von 7 Terminen) als auch an 4 von 7 Terminen an jenen des Meister Bär Hotels. Die DZ kosten in diesem Hotel an 5 von 7 Terminen nur € 70, womit sie spürbar günstiger sind als die der vorgenannten Hotels. In Bamberg offeriert das Center Hotel, nur an 3 von 7 Terminen buchbar, seine Zimmer deutlich unter den Preisen des Meister Bär Hotels und leicht unter dem Landhotel Rügheim. Das Welcome Hotel, buchbar an 5 von 7 Terminen, liegt bei den Online-Anfragen mit seinen Preisen erwartungsgemäß, mit einer Ausnahme, spürbar über den Preisen der zuvor erwähnten Hotels, jedoch teilweise erheblich unter den Listenpreisen. So kosten die EZ zwischen € 89 und € 99 bei einem Listenpreis von € 115 bis € 151. Die DZ werden zu den gleichen Listenpreisen offeriert, in den Online Anfragen kommt es mit € 89 bis € 119 ebenfalls zu deutlichen Unterschreitungen derselben.

Online-Preischeck über hrs.de
in Euro inklusive Frühstück, je Zimmer

Hotelname	Einstufung Eigen/Dehoga	Zahl Zimm.	12.-13.5.	24.-25.5.	24.-26.6.	20.-21.7.	12.-14.8.	13.-14.9.	21.-23.10.
			Do-Fr EZ / DZ	Di-Mi EZ / DZ	Fr-So EZ / DZ	Mi-Do EZ/DZ	Fr-So EZ / DZ	Di-Mi EZ / DZ	Fr-So EZ / DZ
Meister Bär	4*/n.k.	36	69,50/89,50	69,50/89,50	69,50/89,50	69,50/89,50	69,50/89,50	69,50/89,50	69,50/89,50
Landhotel Rügheim	4*/n.k.	56	nicht buchbar	59/79	nicht buchbar	59/79	59/79	59/79	59/79
Goldener Adler	3*/n.k.	38	70/92	nicht buchbar	60/92	60/92	60/92	60/92	60/92
Primula	3*/3*	62	68,50/80	68,50/80	59,50/70	68,50/80	59,50/70	68,50/80	59,50/70
Center Hotel Mainfranken	3*/n.k.	75	nicht buchbar	nicht buchbar	56,05/74,10	56,05/74,10	nicht buchbar	nicht buchbar	56,05/74,10
Welcome Kongresshotel	3*S/3*S	167	89/109	89/109	69/89	nicht buchbar	nicht buchbar	99/119	94/114

n.k. = nicht klassifiziert

Standard-Zimmer (günstigstes Zimmer) inklusive Frühstück
Recherche-Datum: 10.05.2011

3.1.2 Die Angebots- und Nachfragestrukturen gemäß der Beherbergungsstatistik

3.1.2.1 Generelle Anmerkungen zur Beherbergungsstatistik

Zur Einschätzung der Angebots- und Nachfragesituation auf dem Beherbergungssektor wurden die amtlichen Zahlen des Statistischen Landeszentralamtes herangezogen. Die Interpretation der statistischen Daten fokussiert sich auf die hier relevante Betriebsart „Hotels“. Dies aus zweierlei Gründen. So weist die amtliche Statistik für die Gruppe der Hotellerie (darunter werden die Betriebsarten Hotels, Hotels garni, Gasthöfe und Pensionen subsumiert) aus Gründen zu geringer Betriebszahl bei allen Betriebsarten außer den „Hotels“ und der damit verbundenen Geheimhaltungspflicht keine Zahlen aus. Darüber hinaus ist für die hier vorliegende Arbeit ohnehin nur, und das an dieser Stelle schon als vorgezogenes Analyseergebnis, die Betriebsart „Hotels“ von Belang. Zur Verdeutlichung der Situation in der Region um Haßfurt werden ebenso statistische Daten der Gruppe Hotellerie auf der Ebene des Landkreises Haßberge aufgeführt.

Die Nachfrageanalyse stellt die Vergangenheitswerte des Gästeaufkommens der letzten Jahre dar. Zwischen den amtlichen Statistiken und dem aktuellen Zimmernachweis kann es in einigen Bereichen zu unterschiedlichen Angaben kommen, die Abweichungen sind jedoch für diese Arbeit nicht von Bedeutung. Die Betrachtung erfolgt über den Zeitraum der letzten 3 vollen Kalenderjahre 2008 bis 2010. Die Zahlen basieren auf den geöffneten Betrieben und den darin angebotenen Betten (nur Betriebe mit 9 und mehr Betten). Zur Aussagekraft der statistischen Daten weisen wir noch daraufhin, daß es sich bei den genannten Zahlen um die statistischen Durchschnittswerte handelt. Daher weichen die einzelnen Betriebe mehr oder weniger stark davon ab, **weil sowohl die guten als auch die schlechten Häuser** hierin erfaßt sind. Hinzu kommt, daß vielfach die in der Praxis erzielten Übernachtungen oft höher sind als die in der amtlichen Statistik aufgeführten. Das gilt gerade bei klein- und mittelständischen Unternehmen. Dadurch ist die effektive Betten-Belegung höher als die statistisch ermittelte. **Darüber hinaus sind jedoch auch die marktgerechte Konzeption und Kategorie wesentliche Faktoren für die erzielbare Auslastung.** Die Zimmerauslastung wird statistisch nicht erfaßt. Es ist zudem darauf hinzuweisen, daß die deutsche Statistik lediglich Vollhotels, Hotel garnis, Gasthöfe und Pensionen kennt, während das Hotelgewerbe selbst in den letzten Jahrzehnten

eine Entwicklung nahm, die diesen Kriterien nicht mehr gerecht wird. Außerdem werden nur Betriebe mit 9 oder mehr gewerblichen Betten erfaßt. Differenzierungen in Bezug auf das Niveau des Hauses, seines mageren oder sehr umfangreichen Angebotes, seiner Standortsituation, seines Hoteltyps –ob Ketten- oder Familienbetrieb-, seines Betriebskonzeptes usw. kennt die amtliche Statistik nicht. Trotz dieser Einschränkungen ist die Statistik immer noch ausreichend aussagefähig, um die generellen Trends und Entwicklungen des Beherbergungsgewerbes vor Ort feststellen zu können.

3.1.2.1.1 Die geöffneten Betriebe

Die Zahl der Hotels hat sich in der Stadt Haßfurt im Vergleichszeitraum um 1 Betrieb auf gesamt 4 Häuser erhöht.

Stadt Haßfurt			
Geöffnete Betriebe	2008	2009	2010
Hotels	3	3	4

Im Landkreis Haßberge ist die Zahl der Betriebe in der Hotellerie um 4 auf gesamt 47 Betriebe gestiegen. Jene der Hotels erhöhte sich um 1 Betrieb auf 9 im Jahr 2010.

Landkreis Haßberge			
Geöffnete Betriebe	2008	2009	2010
Hotellerie zusammen	43	43	47
dv. Hotels	8	7	9

3.1.2.1.2 Die angebotenen Betten

Mit 209 Betten hat sich die Zahl der in Haßfurt angebotenen Betten in den Hotels um 10 Betten oder 5,0% im Betrachtungszeitraum erhöht.

Stadt Haßfurt			
Angebote Betten	2008	2009	2010
Hotels	199	199	209

Die Bettenzahl in der Hotellerie ist im Landkreis Haßberge im Vergleichszeitraum um 1,6% auf 1.251 Betten im Jahr 2010 gesunken. In den Hotels reduzierte sich die Bettenzahl um 16,1% auf 360. Damit wurden im Jahr 2010 28,8% aller Betten in der Hotellerie in den Hotels angeboten und davon allein 58,1% in der Stadt Haßfurt.

Landkreis Haßberge			
Angebote Betten	2008	2009	2010
Hotellerie zusammen	1.271	1.159	1.251
dv. Hotels	429	335	360

3.1.2.1.3 Die Ankünfte

Die Ankünfte in den Hotels in der Stadt Haßfurt sind im Vergleichszeitraum um 0,2% auf 13.660 leicht gesunken.

Stadt Haßfurt			
Ankünfte	2008	2009	2010
Hotels	13.686	13.475	13.660

Im Landkreis Haßberge ist die Zahl der Ankünfte in der Hotellerie um 3,9% auf 54.689 im Jahr 2010 zurückgegangen. Davon mußten die Hotels einen Rückgang von 8,9% verzeichnen. Mit 26.452 Ankünften im Jahr 2010 fanden 48,4% aller Ankünfte in der Hotellerie in den Hotels statt, davon wiederum 51,6% in den Hotels der Stadt Haßfurt.

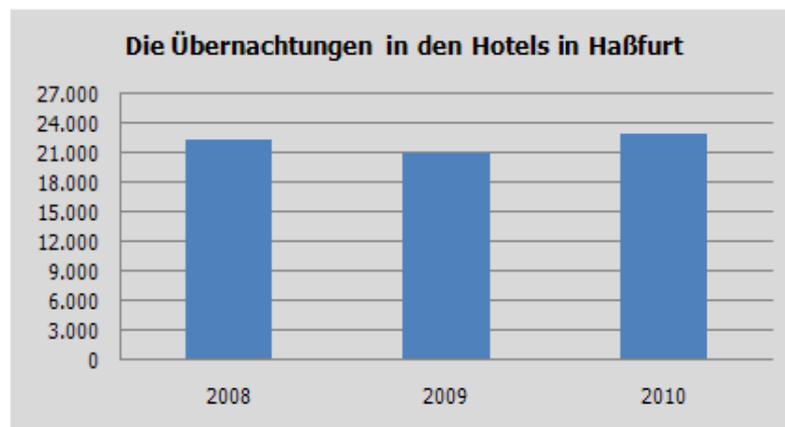
Landkreis Haßberge			
Ankünfte	2008	2009	2010
Hotellerie zusammen	56.915	53.249	54.689
dv. Hotels	29.035	26.253	26.452

3.1.2.1.4 Die Übernachtungen

In Haßfurt hat sich die Zahl der Übernachtungen in den Hotels, nach einem leichten Rückgang im Jahr 2009, von 2008 auf 2010 um 2,8% auf 23.071 Übernachtungen erhöht.

Stadt Haßfurt			
Übernachtungen	2008	2009	2010
Hotels	22.435	21.022	23.071

Anhand der nachstehenden Grafik wird die Entwicklung der Übernachtungen nochmals aufgezeigt:

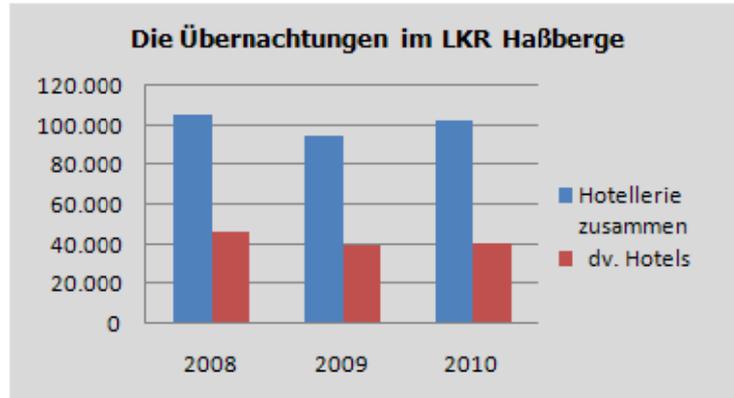


Im Landkreis Haßberge ist dagegen die Übernachtungszahl in der Hotellerie im Vergleichszeitraum um 3,1% auf 102.179 Übernachtungen gesunken. Die Hotels mußten einen Rückgang von 11,4% auf 41.127 Übernachtungen im Jahr 2010 verzeichnen. Es fanden

40,2% aller Übernachtungen der Gruppe „Hotellerie“ in der Betriebsart Hotels statt und davon alleine wiederum 56,1% in jener der Stadt Haßfurt.

Landkreis Haßberge			
Übernachtungen	2008	2009	2010
Hotellerie zusammen	105.405	94.831	102.179
dv. Hotels	46.440	39.602	41.127

Nachfolgend die Übernachtungen im Landkreis Haßberge im Vergleichszeitraum in graphischer Form:



3.1.2.1.5 Die durchschnittliche Bettenauslastung (Prozent)

Die durchschnittliche Bettenauslastung ist in der Stadt Haßfurt von 2008 auf 2010 in den Hotels um 1,0% (-0,3 Prozentpunkte) auf 30,5% im Jahr 2010 zurückgegangen.

Stadt Haßfurt			
Durchschnittliche Bettenauslastung	2008	2009	2010
Hotels	30,8%	29,0%	30,5%

Die prozentuale Auslastung der Betten in den Hotels in Haßfurt wird anhand der Grafik deutlich:

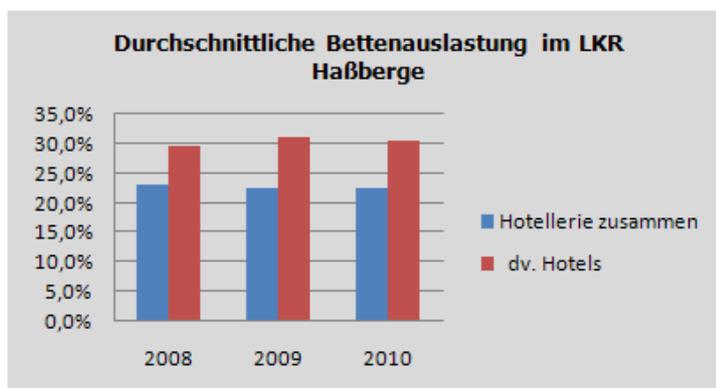


Im Landkreis Haßberge ist die durchschnittliche Bettenauslastung in der Hotellerie um 1,7% (-0,4 Prozentpunkte) auf eine sehr niedrige Bettenauslastung von nur 22,6% gesunken. In den Hotels dagegen ist die Auslastung um 3,0% (+0,9 Prozentpunkte) auf 30,5% im Jahr 2010 gestiegen und lag damit um 35,0% über der durchschnittlichen Bettenauslastung in der Hotellerie. Die durchschnittliche Bettenauslastung der Hotels in der Stadt Haßfurt erreicht mit 30,5% im Jahr 2010 die gleiche Auslastung der gesamten Hotels im Landkreis.

Landkreis Haßberge

Durchschnittliche Bettenauslastung	2008	2009	2010
Hotellerie zusammen	23,0%	22,4%	22,6%
dv. Hotels	29,6%	31,0%	30,5%

Die Entwicklung der durchschnittlichen Bettenauslastung in der Hotellerie im Landkreis Haßberge nochmals als Graphik:



3.1.2.1.6 Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Tage)

In den Hotels in Haßfurt hat sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer um 6,3% (+0,1 Tag) auf durchschnittlich 1,7 Tage im Jahr 2010 erhöht.

Stadt Haßfurt

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2008	2009	2010
Hotels	1,6	1,6	1,7

Im Landkreis Haßberge ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Hotellerie mit 1,9 Tagen konstant geblieben. Dies ebenso in den Hotels mit 1,6 Tagen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den Hotels in der Stadt Haßfurt lag mit 6,3% (+0,1 Tag) über dem Gesamt-Durchschnitt der Hotels im Landkreis.

Landkreis Haßberge

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2008	2009	2010
Hotellerie zusammen	1,9	1,8	1,9
dv. Hotels	1,6	1,5	1,6

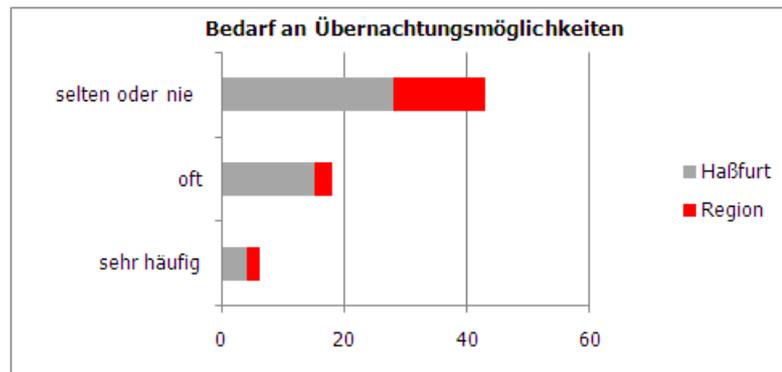
Die Hotelsituation in Haßfurt ist bei nahezu unveränderten Kapazitäten in den Vergleichsjahren 2008 bis 2010 von einem geringen Übernachtungsvolumen (2010: 23.071) bei zugleich niedriger Bettenauslastung (2010: 30,5%) und einem wenig zeitgemäßen Hotelangebot geprägt. Im Landkreis Haßberge sind vom Jahr 2008 bis zum Jahr 2010 16,1% aller Hotelbetten weggefallen. Die ebenfalls geringe Zahl von 41.127 Übernachtungen im gesamten Landkreis (Jahr 2010) in den Hotels führt zu einer (niedrigen) Bettenauslastung von nur 29,6% bis 31% in den letzten 3 Jahren. Daher ist der Hotelstandort Haßfurt unter statistischen Gesichtspunkten aus dem Blickwinkel von Hotelbetreibern als uninteressant einzustufen. Weitere Ausführungen dazu folgen noch anderer Stelle in dieser Arbeit.

3.2 Die Ergebnisse der Umfrage in Haßfurt und der Region

Ein wesentlicher Bestandteil der im Rahmen dieser Arbeit dargestellten Arbeitsergebnisse ist jenes einer Umfrage. Ziel dieser Umfrage war es, eine konkrete Datenbasis zu erhalten, um neben den makro- und mikroökonomischen Einflußfaktoren, den statistischen Angaben und den Erfahrungswerten der RCM weitere belastbare Angaben über den Bedarf nach hoteltypischen Leistungen von Marktteilnehmern und Nachfragern aus der Region zu erhalten. Die Umfrage wurde in enger Zusammenarbeit mit der Stadt Haßfurt durchgeführt. Hierzu wurden insgesamt 348 Unternehmen aus Haßfurt und der Region schriftlich kontaktiert und gebeten, einen von der RCM entwickelten Fragebogen auszufüllen. 71 Unternehmen wurden direkt von dem Bürgermeister der Stadt Haßfurt angeschrieben. Den Erfahrungen entsprechend hoch ist die Resonanz, 48 Unternehmen haben den ausgefüllten Fragebogen zurückgesandt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von guten 67,6%. Weitere 278 Unternehmen konnten zusätzlich von den Verfassern dieser Arbeit kontaktiert werden, 45 Adressaten wurden hierbei ebenfalls von der Stadt Haßfurt benannt, die weiteren 233 Unternehmen aufgrund von eigenen Recherchen ermittelt. Hierbei handelt es sich um Firmen aus der Region von Haßfurt. In einem Radius von 50 km haben diese zwischen 201 und 500 Mitarbeiter, in einem Radius von bis zu 100 km mehr als 500 Mitarbeiter. Aus diesen Zielgruppen haben sich 21 Unternehmen an der Umfrage beteiligt, was einer Quote von hohen 7,6% entspricht. Die Grundlage der Befragung waren 12 Fragen, deren Antworten und somit die Ergebnisse der Umfrage im Folgenden dargestellt werden. Gemäß dem Vorgehen wird hierbei unterschieden, zum einen in die Gruppe der Unternehmen, welche direkt von der Stadt Haßfurt kontaktiert und somit befragt wurden und zum anderen in die Gruppe der Unternehmen, welche von der RCM kontaktiert wurden. Somit handelt es sich um eine Zielgruppe von **Haßfurter Unternehmen** und um eine zweite von **Unternehmen in der Region**:

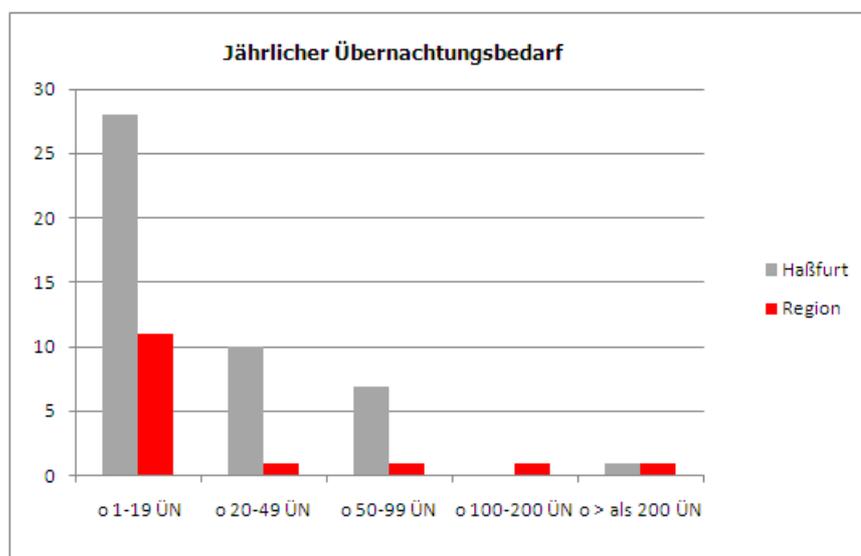
1. Besteht in Ihrem Unternehmen grundsätzlich Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten in Hotels in Haßfurt, sofern Sie ein passendes Hotelangebot vorfinden?

Diese Frage lies nur eine Antwortmöglichkeit zu, dies in drei Kategorien: sehr häufig, oft, selten oder nie. Der überwiegende Teil aller befragten Unternehmen hat „selten oder nie“ einen derartigen Bedarf. Diese Nachfrage übersteigt die Summe der Angabe „oft“ oder „sehr häufig“ einen derartigen Bedarf zu haben. Dies gilt sowohl für die Haßfurter Unternehmen als auch für diejenigen in der Region. Insgesamt gaben 6 Unternehmen an, einen sehr häufigen Bedarf zu haben, davon stammen 4 aus Haßfurt und 2 aus der Region.



2. Wie hoch ist der jährliche Übernachtungsbedarf Ihres Unternehmens in Haßfurt?

Auch diese Frage ließ nur eine Antwortmöglichkeit zu, dies bei einer Unterscheidung in 5 Größenklassen. Im Ergebnis ist das nachgefragte Volumen an Übernachtungen, ausgehend von den befragten Unternehmen, eher gering. Sowohl die Haßfurter Unternehmen als auch diejenigen in der Region Befragten haben überwiegend einen Bedarf von 1-19 Übernachtungen pro Jahr. Immerhin kommen 10 Unternehmen aus Haßfurt auf ein Volumen von 20-49 Übernachtungen und weitere 7 auf 50-99 Übernachtungen. Lediglich 1 Unternehmen aus der Region fragt in diesen Größenklassen Übernachtungen nach. Mehr als 200 Übernachtungen pro Jahr werden ebenfalls von jeweils einem Unternehmen (Stadt/Region) pro Jahr nachgefragt. Werden nun diese Angaben hochgerechnet und gleichzeitig unterstellt, daß jeweils die höchste Anzahl an Übernachtungen aus der jeweiligen Kategorie nachgefragt werden (bei >200, wurde der Wert 400 in Anrechnung gebracht) so ergibt sich ein Übernachtungsvolumen von insgesamt ca. 3.070 p.a.. Davon resultiert ca. 2/3 des Bedarfs von den Unternehmen aus Haßfurt und 1/3 (1023) von den Unternehmen aus der Region. Werden bei dieser Betrachtung nun die niedrigsten Werte angesetzt so ergibt sich eine Nachfrage, ausgehend von den Unternehmen aus Haßfurt von 778 Übernachtungen sowie von 381 Übernachtungen von Unternehmen aus der Region. Summiert ergibt sich ein Bedarf von nur 1.159 Übernachtungen.



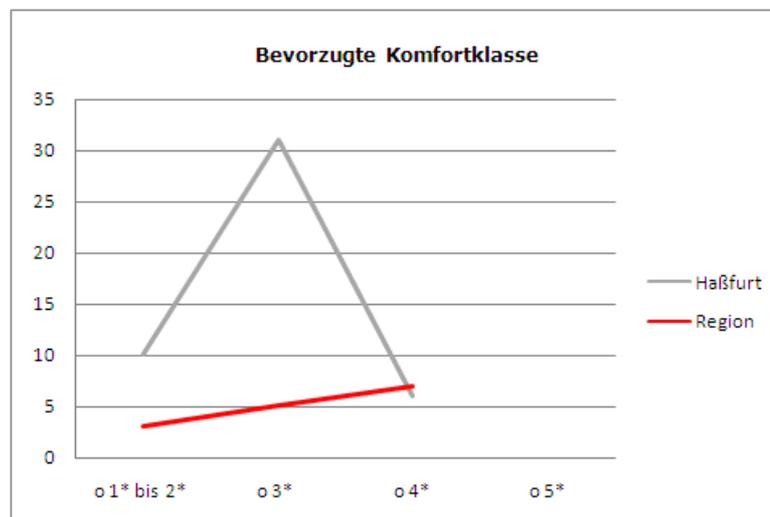
3. Welcher Hotel-Betriebstyp würde von Ihrem Unternehmen in Haßfurt überwiegend bevorzugt?

Die Frage nach dem bevorzugten Betriebstyp zielt darauf ab, erste Anhaltspunkte hinsichtlich der Ausprägung des neu zu errichtenden Hotels zu erhalten. Daher bestand die Möglichkeit zwischen einem Hotel garni (ohne Restaurant) oder einem Vollhotel (mit Gastronomie und Tagungsflächen) zu wählen. Des Weiteren bestand die Möglichkeit, eigene Angaben zu machen, welche jedoch nicht genutzt wurde. Im Ergebnis entfielen 70,5% der Angaben der Haßfurter Unternehmen auf den Betriebstyp „Vollhotel“ und somit 29,5% auf ein Hotel garni. Die Unternehmen aus der Region fragen noch deutlicher, nämlich zu 87,5% ein Vollhotel und somit nur zu 12,5% ein Hotel garni nach.

4. Welche Komfortklasse würde Ihr Unternehmen für Haßfurt überwiegend bevorzugen?

In der Hotellerie wird im Allgemeinen in 5 Komfortklassen und somit in die bekannten Sternekategorien unterschieden. Diese werden von der Dehoga, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband, nach einem Kriterien- und Punktekatalog vergeben. Im Rahmen der Umfrage konnte zu 4 Kategorien insgesamt eine Antwort gegeben werden. Die Kategorie 1* „einfache Ansprüche“ und 2* „mittlere Ansprüche“ haben in der Entwicklung eines neuen Hotels eine eher untergeordnete Bedeutung und wurden von Autorensseite daher zusammengefasst. Die nächstfolgende ist die 3*-Kategorie für „gehobene Ansprüche“ (Komfort-Kategorie). Weiter unterschieden wird in die 4*-Kategorie für „hohe Ansprüche“ (First-Class) und die 5*-Kategorie für „höchste Ansprüche“ (Luxus-Class). Aus Gründen der klaren Abgrenzung wurde auf Unterformen, wie dem Zusatz „Superior“ verzichtet.

Im Ergebnis kann festgestellt werden, daß die Unternehmen aus der Region überwiegend, wenn auch auf einem insgesamt niedrigen Niveau, ein Hotel der 3* bis 4*-Kategorie nachfragen, die Unternehmen aus Haßfurt deutlich ein 3*-Haus bevorzugen.



5. Welchen Preis ist Ihr Unternehmen bereit, für ein Einzelzimmer mit Frühstück in Haßfurt zu bezahlen?

Im Rahmen der Beantwortung dieser Frage wurde die Möglichkeit gegeben, gemäß einer Kategorie eine Preisspanne nach eigener Wahl anzugeben. Es waren mehrere Antworten zulässig.

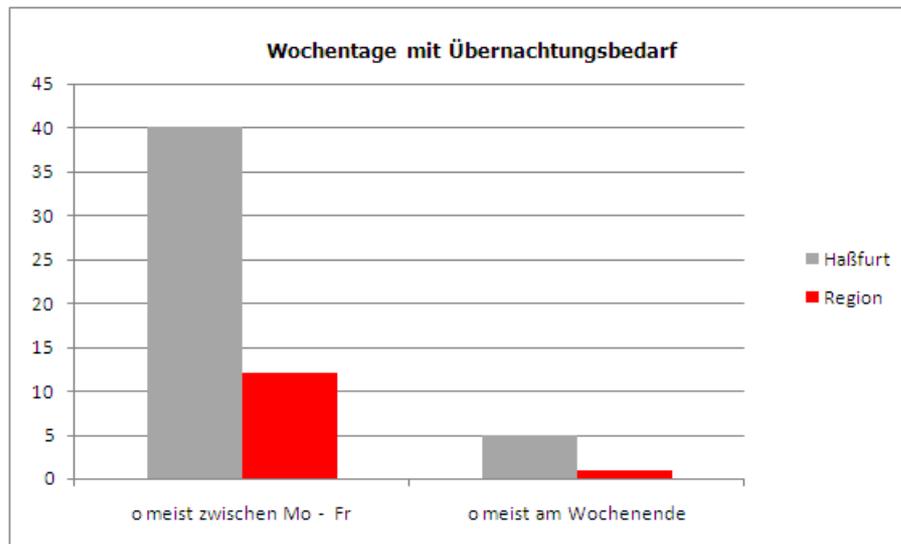
Die Unternehmen aus Haßfurt bevorzugten gemäß der Ergebnisse der Frage 4 ein Hotel in der 3*-Kategorie, dennoch wird der Klarheit halber im Folgenden eine Darstellung aller genannten Preisspannen je Kategorie vorgenommen.

Haßfurt		Region	
o € bis maximal € in der 1* bis 2* Kategorie		o € bis maximal € in der 1* bis 2* Kategorie	
	30 €		50 €
	45 €	45 €	60 €
40 €	60 €	50 €	70 €
50 €	70 €		
50 €	90 €		
o € bis maximal € in der 3* Kategorie		o € bis maximal € in der 3* Kategorie	
	50 €	50 €	70 €
50 €	60 €		80 €
60 €	65 €	70 €	100 €
40 €	80 €		
60 €	100 €		
70 €	120 €		
o € bis maximal € in der 4* Kategorie		o € bis maximal € in der 4* Kategorie	
	75 €	60 €	80 €
65 €	80 €	60 €	95 €
70 €	100 €		100 €
100 €	130 €		
	150 €		

Die Angabe der reinen Preisspanne ist in der Aussage ein Anhaltspunkt für weitere Kalkulationen, deren Aussagekraft in Verbindungen mit der Häufigkeit deutlich erhöht wird. In der 1*-2*-Kategorie wurden von beiden Gruppen die Spannen bis € 60 und bis € 70 je drei Mal genannt. Die umfangreichsten Angaben liegen für die Preisspannen in der 3*-Kategorie vor. Bis zu 10 Unternehmen aus Haßfurt sind bereit, für eine Übernachtung mit Frühstück bis zu € 60 zu zahlen, zusätzliche 3 Unternehmen bis zu € 65. Die in der Region ansässigen Betriebe haben in dieser Kategorie 3-mal eine Preisspanne von bis zu € 70 genannt. 12 Unternehmen aus Haßfurt und 2 aus der Region, somit summiert 14 Unternehmen sind bereit einen Preis von bis zu € 80 zu zahlen, insgesamt nur 3 Unternehmen bis zu € 100 und 2 Haßfurter Unternehmen bis zu € 120. In der 4*-Kategorie sind 2 Haßfurter Unternehmen bereit einen Preis von € 130 zu akzeptieren, die Unternehmen aus der Region, welche mehrheitlich ein 4*-Haus nachfragen, äußerten 2-mal die Bereitschaft bis zu € 80 zu zahlen, 4-mal bis zu € 95 und nochmals 2-mal bis zu € 100. Aufgrund dieser Häufigkeitsverteilungen wird deutlich, daß die höchste Akzeptanz im 3*-Segment bei einem Preis von bis zu € 80 für eine Übernachtung mit Frühstück und inklusive Mehrwertsteuer im Einzelzimmer liegt.

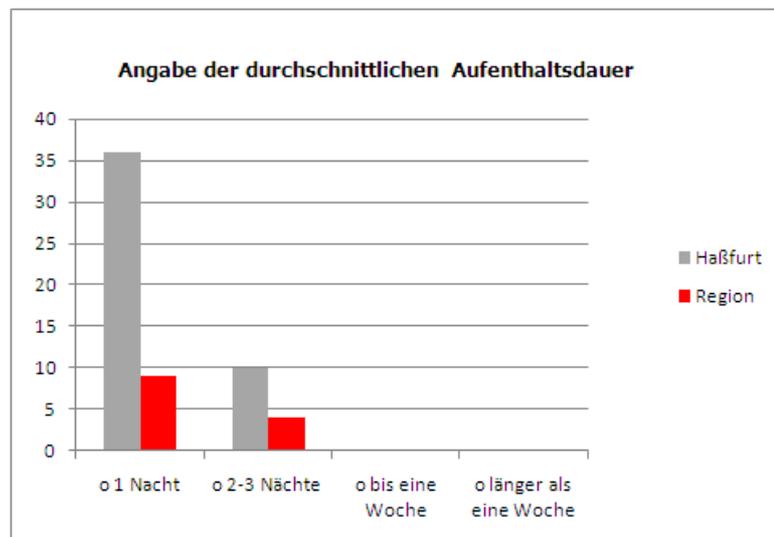
6. Auf welche Tage während der Woche fällt der Übernachtungsbedarf in Haßfurt überwiegend?

Die Beantwortung dieser Frage war nur durch die Auswahl einer Antwort möglich und zeigt deutlich sowie für die befragte Zielgruppe absolut üblich, daß der überwiegende Teil an Übernachtungsbedarf in der Woche und somit zwischen Montag und Freitag besteht. Lediglich 5 Unternehmen aus Haßfurt und 1 aus der Region sehen einen Übernachtungsbedarf am Wochenende.



7. Wie lange ist üblicherweise die durchschnittliche Aufenthaltsdauer?

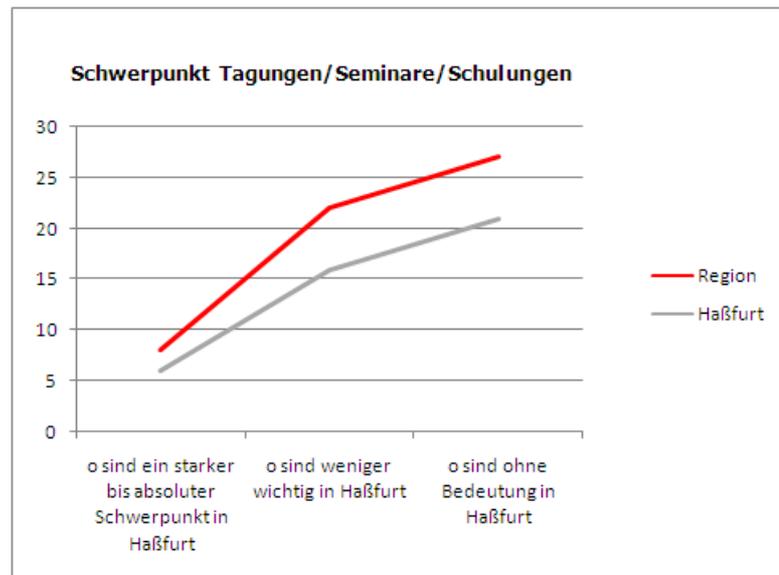
Die Beantwortung der Frage nach der Aufenthaltsdauer konnte in verschiedenen Größenklassen angegeben werden. Unterschieden wurde zwischen 1 Nacht, 2-3 Nächten, bis zu einer Woche und länger als eine Woche. Der Großteil aller befragten Unternehmen gab an, eine Aufenthaltsdauer von 1 Nacht nachzufragen. Diese Angabe erfolgt von 45 Unternehmen, davon von 36 aus Haßfurt. 14 Unternehmen fragen eine Aufenthaltsdauer von 2-3 Tagen nach, alle weiteren Zeiträume wurden nicht angegeben.



8. Welchen Schwerpunkt bildet die Abhaltung von Tagungen/Seminaren/Schulungen in einem Hotel in Haßfurt in Ihrem Unternehmen?

Dem Tagungssegment kommt in der Hotellerie nach wie vor eine große Bedeutung zu. Daher ist dieses Segment auch bei der Neukonzeption eines Betriebes und unter der Berücksichtigung der Plausibilität eines derartigen Vorhabens zu berücksichtigen. Gemäß

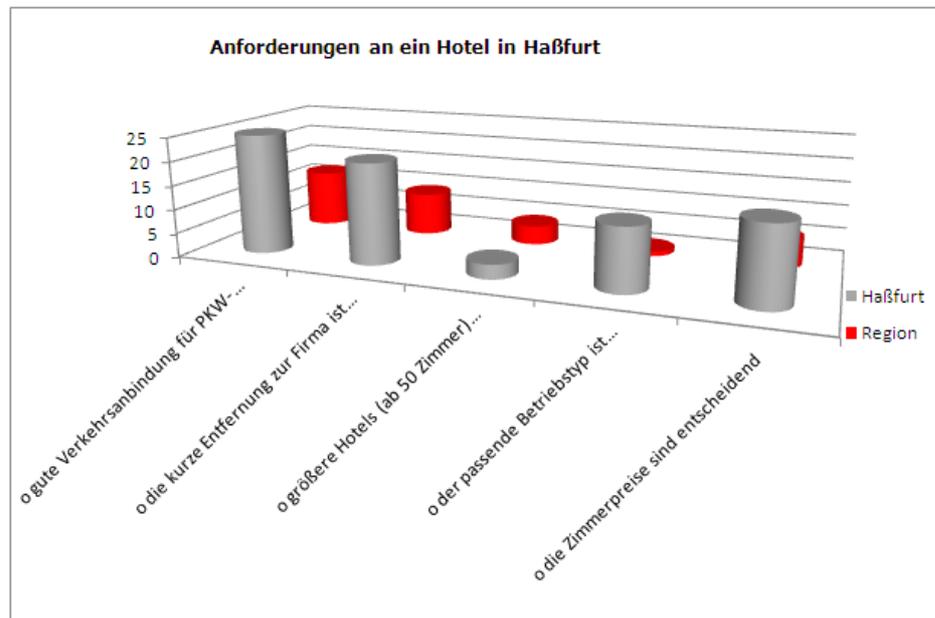
verschiedener Studien ist bekannt, daß für ein Tagungshotel nicht nur die Lage wichtig ist, sondern auch die Nachfrage aus der Region bzw. dem Umfeld des Hotels. Daher war es wesentlich zu erfahren, ob die befragten Unternehmen Bedarf an Tagungskapazitäten in einem neuen Hotel in Haßfurt haben. Die Beantwortung dieser Frage war in einer von drei Kategorien möglich, über alle Antworten jedoch nicht eindeutig. Tendenziell ist das Abhalten von Tagungen für Unternehmen aus Haßfurt zu ca. 50 % ohne Bedeutung. Dies ist bei ca. 43% der Unternehmen aus der Region auch der Fall. Einen starken und absoluten Schwerpunkt bildet das Segment Tagung und Schulung bei nur ca. 14% der Unternehmen sowohl aus Haßfurt als auch aus der Region.



9. Welchen Aussagen in Bezug auf ein Hotel in Haßfurt würden Sie aus der Sicht Ihres Unternehmens zustimmen?

Die Beantwortung dieser Frage konnte mehrfach und zu verschiedenen Aspekten erfolgen. Im Vordergrund stehen hierbei weniger Faktoren der Hotelkonzeption als vielmehr Aspekte, welche ein Buchungsverhalten beeinflussen.

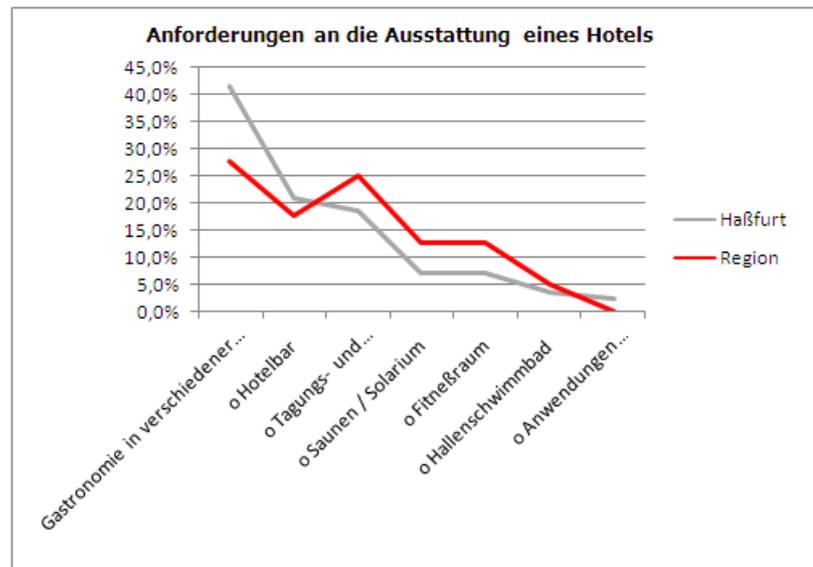
Höchste Priorität genießt sowohl für Unternehmen in Haßfurt als auch für diejenigen in der Region die gute Verkehrsanbindung eines Hotelbetriebes, gefolgt von einer kurzen Entfernung zu dem Unternehmen, welches am Standort besucht wird. Weitere Einigkeit herrscht bei beiden befragten Gruppen, daß der Zimmerpreis das weitere entscheidende Moment ist ein Haus zu buchen. Für die Unternehmen in Haßfurt ist hierüber hinaus der Betriebstyp entscheidend, was von den Unternehmen aus der Region eher vernachlässigt wird. Für diese Gruppe ist die Größe eines Betriebes (größer 50 Zimmer) relevanter als für diejenigen Unternehmen aus Haßfurt direkt.



10. An die Ausstattung eines Hotels in Haßfurt werden Ihrerseits folgende Anforderungen gestellt:

Auch diese Frage konnte mehrfach beantwortet werden. Die Antworten spiegeln ein deutliches Bild wider.

Für 41,4% der befragten Unternehmen aus Haßfurt sowie für 27,5% der Unternehmen aus der Region ist für ein Hotel in Haßfurt eine Gastronomie in verschiedenster Ausprägung wesentlich. Somit kommt diesem Ausstattungsmerkmal jeweils die höchste Bedeutung zu. Für die Unternehmen aus Haßfurt ist sodann eine adäquate Hotelbar wichtig (20,7%), welche nur 17,5% der befragten Unternehmen aus der Region als wichtig erachten. Diese sehen als zweitwichtigstes Ausstattungsmerkmal die Tagungs- und Veranstaltungsräume (25%) an. Diese Flächen werden von 18,4% der Unternehmen aus Haßfurt für wichtig erachtet. Jeweils gleichbedeutend sind die Ausstattungsdetails wie Saunen oder ein Fitneßraum. Allerdings kommt diesen bei nur 6,9% der Haßfurter Unternehmen Bedeutung zu und immerhin bei 12,9% der Unternehmen aus der Region. Von dieser Gruppe fragen 5% ein Schwimmbad nach, was nur von 3,4% der ortansässigen Unternehmen ebenfalls getan wird.



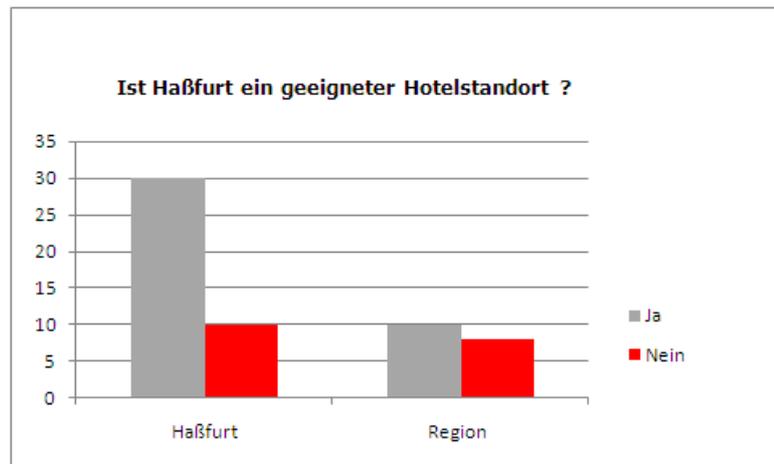
11. Was halten Sie außerdem noch für besonders wichtig und erwähnenswert

Die Beantwortung dieser Frage gibt den Befragten die Möglichkeit, individuelle und die aus der Sicht ihres Unternehmens wichtigen Anforderungen oder Aspekte an ein Hotel in Haßfurt zu formulieren. Die Antworten folgen somit keiner Priorität und werden nachfolgend als Überblick wieder gegeben:

Anforderungen werden an die technische Ausstattung des Hotels, hier besonders an die Tagungstechnik, gestellt. Es sollten moderne, flexible Tagungsflächen mit Beamer etc. vorhanden sein. Ebenso ist ein kostenloser W-LAN Zugang notwendig. Hierüber hinaus werden hohe Anforderungen an die Gastronomie sowie die Sauberkeit gestellt. Die Zimmer sollten businessgerecht oder auch behindertengerecht gestaltet werden. Wichtig sind hierüber hinaus PKW-Stellplätze (auch in einer Tiefgarage) sowie die Nähe zum Bahnhof.

12. Halten Sie Haßfurt aus der Sicht Ihres Unternehmens für einen geeigneten Hotelstandort?

75% aller befragten Unternehmen aus Haßfurt und 55% der Unternehmen aus der Region halten die Stadt aus der Sicht ihres Unternehmens für einen geeigneten Hotelstandort. Dies zeigt die grundsätzlich positive Stimmung für ein Hotel am Standort aus der Sicht der befragten Unternehmen.



Die Umfrage kann als erfolgreich, sowohl in Bezug auf die Quantität der Rückläufer als auch auf die Qualität der Aussagen, bezeichnet werden. Als Ergebnis kann eine erstaunlich geringe Nachfrage nach hoteltypischen Leistungen, welche auf einem eher durchschnittlichen Niveau angesiedelt sein sollen, abgeleitet werden. Die Anforderungen und Wünsche, die ein Hotel in Haßfurt erfüllen sollen, werden von einem 3*-Vollhotel erfüllt, welches weniger als 50 Zimmer sowie über einige Tagungs- und Wellnessflächen verfügt. Ein Schwerpunkt sollte auf der Gastronomie liegen. Diese Merkmale, verbunden mit dem aus Hotelbetreibersicht weniger interessanten Standort Haßfurt, lassen erkennen, daß keine namhaften Hotelketten an dem Betrieb eines derartigen Hauses interessiert sein werden. Somit muß das Hotel von einem Hoteleinzeltreiber oder einer kleinen Hotelgesellschaft betrieben werden. Dies ist für die Realisierung nachteilig, da die beiden Letztgenannten sowohl Betreiber als auch Eigentümer des Hotels sind. Diese Kombination erschwert jedoch die Finanzierbarkeit des Vorhabens. Ebenso muß von dieser Gruppe der aus Sicht der RCM problematische Standort als wirtschaftlich lukrativ erkannt werden.

3.3 Die Beurteilung der Marktchance für ein neues Hotel

Als Ergebnis zur Recherche über den Hotelstandort Stadt Haßfurt ist Folgendes festzuhalten:

- In Haßfurt selbst gibt es derzeit nur ein Hotel, welches vom Standard, von der Zimmerkapazität und vom Raumangebot für Veranstaltungen sowie Freizeiteinrichtungen her als mittleren Ansprüchen gerecht werdendes Hotel bezeichnet werden kann. Dabei handelt es sich um das Meister Bär Hotel. Das 36 Zimmer Hotel ist nicht offiziell klassifiziert. Es tritt jedoch gemäß eigener Einstufung als 4*-Hotel mit dafür wiederum vergleichsweise sehr günstigen = aus Hotelbetreibersicht niedrigen Zimmerpreisen auf. Daraus lassen sich Rückschlüsse auf die tendenziell geringe Nachfrage vor Ort und die reale Qualität ziehen. Ebenso verhält es sich bei dem wenige Kilometer entfernten Landhotel Rügheim
- Das Hotelangebot in Haßfurt wird über das Meister Bär Hotel hinaus von preisweiteren Häusern dominiert
- Insgesamt betrachtet ist das Niveau der Übernachtungspreise als vergleichsweise, und überraschend zum Ergebnis der Firmenumfrage, niedrig zu bezeichnen.
- Die Nachfrage, somit die Übernachtungen, bewegen sich in Haßfurt auf einem stabilen, jedoch niedrigen Volumen von nur ca. 23.000 Übernachtungen p.a. bei einem geringfügigem Bettenzuwachs im letzten Jahr. Die Auslastung der angebotenen

- Hotelbetten ist mit 30,5% in Haßfurt als vergleichsweise gering zu bezeichnen, ebenso jene im Landkreis mit der identischen prozentualen Auslastung.
- Selbst die nächstgelegenen größeren Städte weisen eine niedrige Bettenauslastung (alle Betriebe, Jahr 2010) von nur 33,3% in Schweinfurt (173.657 Übernachtungen) sowie 38,4% in Bamberg (446.882 Übernachtungen) auf. Der Vergleichswert von Haßfurt (alle Betten in *allen* Betriebsarten) beträgt niedrige 26,6%.
 - **Der Standort Haßfurt ist somit gemäß den Statistiken und den RCM Recherchen zu Angebot und Nachfrage aus der überregionalen Betrachtung eines Hotelbetreibers heraus als nur unterdurchschnittlich attraktiv zu bewerten**
 - Die Auswertung **der Firmenumfrage** ergab eine Nachfrage von 3.070 Übernachtungen. Es wird dazu betont, daß hierbei die **Maximalwerte** zugrundegelegt wurden und zudem auf die Differenzierung nach den Vorstellungen der Firmen zu den Zimmerpreisen verzichtet wurde. Die Übernachtungszahl, gemessen an den unteren Werten, läge bei nur 1.159! Selbst bei einer optimistischen Betrachtung **und der Annahme, daß bei einem neuen Hotel in Haßfurt alle hochgerechneten ca. 3.070 Übernachtungen in Haßfurt direkt und nicht auch in Hotels in der Umgebung stattfinden, zeugt das Ergebnis der Umfrage aus der Sicht von Hotelbetreibern von einer geringen Nachfrage.** Dies wird anhand nachfolgender vereinfachter Berechnung erklärt:
 - Ein Großteil der Übernachtungen von Geschäftsreisenden (inklusive Tagungen, Seminare, Konferenzen etc.) finden gemäß den Usancen im Spätwinter/Frühjahr und im Herbst statt. Bei 3 Monaten im Spätwinter/Frühjahr (z.B. Mitte Februar bis Mitte Mai) und 3 Monaten im Herbst (September bis Oktober) ergibt dies 6 Monate bzw. 24 Wochen. Die Anreisen finden unter der Woche und üblicherweise zwischen Montag und Donnerstag statt, womit je Woche 4 potentielle Übernachtungstage zur Verfügung stehen. Bei 24 Wochen und 4 Tagen je Woche sind dies rechnerisch 96 stark nachgefragte Tage pro Jahr. Ausgehend von der Annahme, daß von der Maximalzahl von 3.072 Übernachtungen 70% (=2.151) in den oben dargelegten Hauptreisezeiten nachgefragt werden, ergibt dies für die 96 Belegungstage aufgerundet 23 Zimmer je Tag, wobei eine Unterbringung in Einzelzimmern berücksichtigt wurde. Die ermittelten potentiell 23 Zimmer verteilen sich aber auf alle nachgefragten Preisklassen, wobei jedoch jene für ein Mittelklasse-Hotel überwiegt.
 - Der Aspekt, daß naturgemäß auch eine erhebliche Zahl von Übernachtungen nicht nur direkt über die befragten Firmen sondern aus anderen Motivationen für Geschäftsreisen heraus generiert werden können, steigert die bisherige Nachfrage, trotz eines neuen Hotels und für ein ebensolches nicht in betriebswirtschaftlich entscheidenden Größenordnung. Denn die These „Angebot schafft Nachfrage“ gilt für Haßfurt nur begrenzt. Es fehlen wichtige positive Faktoren die eine nennenswerte überregionale Gästeakquisition ermöglichen. Vielmehr überwiegen aus Sicht der Hotelbetreiber die negativen Argumente und Vorbehalte wie die unter Nachfrager-Gesichtspunkten vergleichsweise große Entfernung zu zum Beispiel bedeutenden Wirtschaftsgröbräumen wie München oder Frankfurt. Ebenso das Fehlen besonders anziehungskräftiger (privat-) touristischer Attraktionen wie auch die Einbettung von Stadt und Region in eine bereits etablierte, übernachtungsstarke Tourismusregion, die neuen Hotels aufgrund ihres Wettbewerbsvorteiles eine gute und somit weniger langwierige Etablierung ermöglichen würden.
 - Die vergleichsweise schnelle Erreichbarkeit mit dem Zug (ca. 2 Stunden von Frankfurt und 2,5 bis 3 Stunden von München, jedoch immer mit Umstieg) können vorgenannte Standortnachteile nicht entsprechend ausgleichen. Dies zumal bei gleicher Fahrtdauer von Frankfurt oder München aus Sicht von Nachfragern (sowohl Geschäfts- als auch Privatreisende) anziehungskräftigere Regionen erreicht werden können. Das neue Hotel kann daher auf dem überregionalen Tagungsmarkt, einem Markt, dem nach wie vor gute Zukunftschancen eingeräumt werden, nicht besonders profitieren.
 - Somit sind Hotelbetreiber in Haßfurt hauptsächlich darauf angewiesen, ihre Belegung und Umsätze aus der Region (Aufkommen von Geschäftsreisen durch die regionale Wirtschaft)

zu generieren. Dazu kommen Privatreisende in geringerem Umfang (Vereinsreisen, Radreisen, Kulturinteressierte, Naturliebhaber u.a.m.), die, im Wettbewerb mit einer Vielzahl von touristisch weitaus stärker aufgestellten Regionen, nur über intensives und vergleichsweise teures Marketing bzw. günstige(re) Preise für Haßfurt zu gewinnen sind.

- Exkurs: Betriebswirtschaftlich ist es im Hinblick auf die Usancen und Abhängigkeiten des Betreiber- und Kapitalmarktes **nicht** darstellbar, in Haßfurt ein Hotel in einer derart herausragenden Qualität und Größe zu realisieren, um damit ein überregionales Übernachtungsaufkommen in dem für einen Geschäftserfolg erforderlichen Ausmaß zu erreichen.

Als Fazit zur Recherche wird festgestellt, daß die bestehende und künftige Nachfrage für ein neues Hotel in Haßfurt als zu gering einzustufen ist, um betriebswirtschaftlich erfolgreich zu sein. Ein neues Hotel wird daher eine lange Anlaufzeit benötigen um auf eine, wenn überhaupt, überdurchschnittliche Auslastung zu angemessenen Durchschnittspreisen zu kommen. Daher bedarf es für das in dieser Analyse weiter unten beschriebene Hotelprojekt insbesondere

- intensiver geeigneter Werbe- und Akquisitionsmaßnahmen
- einer überaus professionellen und engagierten Betriebsführung
- einer besonderen Anpassungsfähigkeit und Flexibilität auf die Kundenwünsche bezogen und
- sehr serviceorientierter Mitarbeitermotivation

Wir räumen einem neuen, sich vom bestehenden Angebot abhebenden und nachfragegerechten Hotel **mit einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis** insgesamt eine **nur geringe bis mäßige Marktchance** (von vier Stufen: gering.., mäßig.., gut.. oder sehr gut..) ein, die allerdings in den ersten 3-4 Jahren einer professionellen und wirkungsvollen Aufbauarbeit, die mit erheblichen Anlaufverlusten verbunden sein wird, bedarf. Die gegebene Marktchance bezieht sich auf den (Hotel-)Markt, also auf die erzielbare Auslastung in Relation zu den erreichten Preisen, den möglichen Gesamtumsätzen und den sich daraus ableitenden Betriebsergebnissen. Diese müssen auch ausreichen, dem Hotelbetreiber einen angemessenen, das unternehmerische Risiko abdeckenden Profit unter Berücksichtigung der Investition zu ermöglichen.

Die Beurteilung der Marktchance, die mit gering bis mäßig ausfällt, ist nur **einer** von mehreren Betrachtungspunkten. Daher folgen nachfolgend Ausführungen zur Projektkonzeption sowie zur Prüfung der wirtschaftlichen Plausibilität des Vorhabens wie auch zu den Chancen der Vermarktung (Finden eines Käufers/Betreibers).

4 Das Hotelprojekt Haßfurt

4.1 Besichtigte, ev. mögliche Hotelstandorte

Die Machbarkeitsstudie beschäftigt sich grundlegend mit der Frage, ob ein Hotel in Haßfurt profitabel zu betreiben ist. Die verschiedenen Voraussetzungen, Prämissen und Abhängigkeiten von Faktoren hierfür werden im Rahmen der gesamten Arbeit ermittelt und führen zu einem Gesamtergebnis. Nur durch diese Vorgehensweise können in einem weiteren Schritt diejenigen Marktteilnehmer gefunden werden, welche in der Lage und bereit sind, ein derartiges Projekt umzusetzen. Der Erfolg eines Hotelbetriebes ist u.a. auch von dem Mikrostandort des Objektes abhängig. Es besteht die Möglichkeit diesen als ideal gegeben zu unterstellen oder aber realitätsnäher verschiedene Standorte in die Betrachtung mit einzubinden. Die Stadt Haßfurt hat daher dem Beratungsunternehmen RCM verschiedene, denkbare Standorte und somit Grundstücke für die Realisierung eines Hotel vorgestellt, welche auch besichtigt wurden:

1. Altstadt, zwischen Keßlergasse und Brückenstraße
2. Gewerbegebiet an der B26 / Maintalradweg, Adam-Opel-Straße
3. Baugebiet „Am Sterzelbach“, Mischgebiet (Wohnen, leichtes Gewerbe) in dem ein SO-Gebiet Hotel denkbar ist
4. Standort eines ehemaligen Möbelhauses an der B26, Grundstücksfläche ca. 16.000 m²
5. Areal des ehemaligen EZO-Centers Hofheimer Straße, Grundstücksfläche ca. 6.679 m²
6. Areal „An der Promenade“ (ehemals Müller)

Die Besichtigung der Standorte sowie die Prüfung der infrastrukturellen Erschließung, das direkte Umfeld, die Bebauungsmöglichkeiten etc. zeigen deutliche Qualitätsunterschiede für die Eignung der Flächen als Hotelstandort auf. Auf diese Unterschiede wird hier im Einzelnen nicht eingegangen. Der Standort wird u.a. auch von den Ergebnissen der Umfrage bestimmt. Die Qualität eines Standorts ist abhängig von dem zu errichtenden Betriebstyp, der wiederum von der Nachfrage bestimmt wird. Dies ist einer der wesentlichen Gründe für die Umfrage. Die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage sind vielschichtig, hinsichtlich dem nachgefragten Betriebstyp konnten die folgenden Ergebnisse erarbeitet werden:

Es kann aus den Angaben im Rahmen der schriftlichen Umfrage eindeutig abgeleitet werden, daß die höchste Nachfrage an ein 3*-Hotel gebunden werden kann, welches über verschiedene gastronomische Einrichtungen sowie einen flexiblen Tagungsbereich verfügt. Das Haus muß nicht als Tagungshotel ausgerichtet sein, grundlegende moderne diesbezügliche Kapazitäten müssen jedoch vorhanden sein. Hieraus resultiert auch das Vorhandensein eines Wellness-/Fitneßbereiches, welcher Basisanforderungen erfüllt. Diese Abhängigkeit wurde nicht im Rahmen der Umfrage erwähnt. Eindeutig ist jedoch bei der Berücksichtigung der Tendenzen am Markt, daß ein städtisches Hotel, welches den Tagungsmarkt mit bedient und hierüber hinaus auf den geschäftsreisenden Gast hin ausgerichtet ist, auch ein gewisses Angebot an Wellness- und Fitneßeinrichtungen vorhalten muß. Das Hotel sollte über weniger als 50 Zimmer verfügen, infrastrukturell gut erschlossen sein und dennoch nahe dem Stadtzentrum liegen. Ein derartiger Betriebstyp verlangt in hohem Maß die Erfüllung spezifischer Standortqualitäten, welche wiederum von den genannten Standorten 4 und 5 und somit an der B26 (ehemaliges Möbelhaus) und an der Hofheimer Straße am ehesten erfüllt werden. Von Seiten der Verfasser wird der Standort 5 **„Hofheimer Straße“** als geeignet angesehen.

Für die Objektivierung dieser Aussagen wurden die Arbeitsergebnisse in den entsprechenden Teil des Bewertungsschemas eingearbeitet.

Mikrostandort	max. Pkte	erreichte Pkte.
Ort / Einwohner	80	28
Lage	10	9
Infrastruktur	60	38
Umgebung	10 + 10	16
Summe möglicher Punkte / Summe erreichte Punkte		170 / 91

4.1.1 Der bevorzugte Hotelstandort „Hofheimer Straße“ (EZO)

Das Grundstück befindet sich nordöstlich des Stadtzentrums von Haßfurt, unmittelbar im Kreuzungsbereich der Nordtangente (B26) mit der Hofheimer Straße (Richtung Norden) und der in südlicher Richtung und in das Stadtzentrum führenden Hauptstraße. Die Nordtangente verläuft als B26 und teilweise parallel zur Autobahn A70 von der westlich liegenden Stadt Schweinfurt über Haßfurt bis nach Ebelsbach im Osten. Hier mündet diese direkt auf die A70. Von der südöstlich liegenden Anschlußstelle „Knetzgau“ reicht die Staatsstraße 2427 in nördlicher Richtung auf die B26, die ST 2276 in nordwestlicher Richtung direkt nach Haßfurt. Von der weiter westlich liegenden Anschlußstelle Haßfurt aus, reicht die ST 2426 in nördlicher Richtung auf die B26, welche dann wiederum in östlicher Richtung zum Hotelstandort führt. Die „Hofheimer Straße“ verläuft von der B26 und in der nördlichen Verlängerung der Hauptstraße aus dem Stadtzentrum als ST 2275 bis nach Hofheim in Unterfranken. Neben der guten Anbindung des Standortes durch an den Individualverkehr ist dieser auch per Bahn schnell erreichbar. Sowohl der Bahnhof von Haßfurt als auch die Innenstadt sind fußläufig bzw. in sehr kurzer Wegstrecke zu erreichen.



Quelle Google Maps

Das Grundstück befindet sich in einer exponierten Lage, an der östlichen Zufahrt zum Stadtgebiet. Derzeit ist es mit einem ehemaligen Einkaufszentrum bebaut, welches abgerissen werden kann und muß. Das Erscheinungsbild des Standortes wird von der großzügigeren Bebauung entlang der Hofheimer Straße geprägt, die gewerblich und wohnwirtschaftlich genutzt wird. Ein ähnliches Erscheinungsbild, jedoch mit einem höheren Anteil gewerblicher Nutzungsformen, bestimmt den Verlauf der B26 in östlicher Richtung vom Kreuzungsbereich aus. Es handelt sich um zwei- bis dreigeschossige Gebäude. Dem Grundstück in südlicher Richtung gegenüberliegend befindet sich der Bahndamm, optisch als eine Art Grünfläche erkennbar, sowie weiter südlich die Kirche von Haßfurt. Westlich des Grundstücks liegt eine größere Grünfläche. Nachfolgende Darstellungen zeigen die Umgebung und den Standort:

Blick in die Hofheimer Straße



Blick in östlicher Richtung entlang der B26



Blick auf die südlich gegenüberliegende Kirche und den historischen Stadtkern



Blick auf den Standort



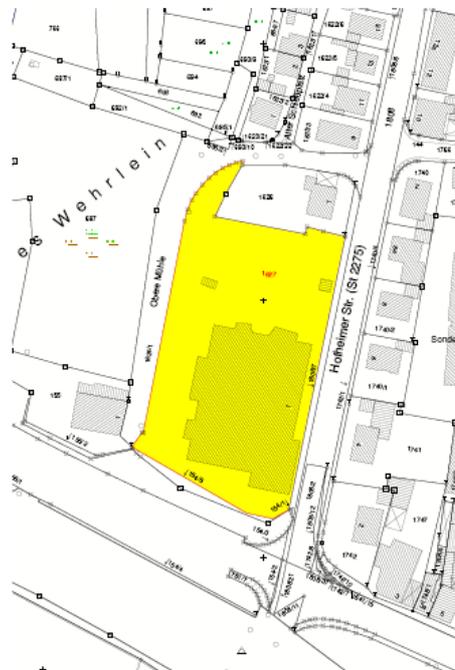
Quelle Google Maps

Die Zufahrt zum Grundstück kann nach jetzigem Kenntnisstand nur von Norden und somit von der Hofheimer Straße aus erfolgen. Die Grundstücksgröße beträgt ca. 6.679 m². Aufgrund

möglicher anderer Bebauungen und/oder zusätzlichen Nutzungen könnten bis zu ca. 3.300 m² Grundstücksfläche in die Plausibilitätsprüfung einbezogen werden. Baurechtlich ist die Fläche als Mischgebiet ausgewiesen. Gemäß §6 BauNVO handelt es sich hierbei „um ein Baugebiet, welches dem Wohnen und der Unterbringung von Gewerbebetrieben, die das Wohnen nicht wesentlich stören“, dient. In einem Mischgebiet stehen die beiden Nutzungsarten „Wohnen“ und „Unterbringung von Gewerbebetrieben“, gleichberechtigt nebeneinander. Genehmigungsfähig sind somit Wohngebäude, Geschäfts- und Bürogebäude, Einzelhandelsbetriebe, Schank- und Speisewirtschaften sowie Betriebe des Beherbergungsgewerbes (Hotels), sonstige Gewerbebetriebe, Anlagen für Verwaltungen sowie für kirchliche, kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke, Gartenbaubetriebe, Tankstellen, Vergnügungsstätten in den Teilen des Gebiets, die überwiegend durch gewerbliche Nutzungen geprägt ist. Somit ist die Realisierung eines Hotels möglich. Bezüglich der baulichen Ausnutzungsmöglichkeiten des Grundstücks liegen keine Angaben vor, diese richten sich gemäß § 34c BauNVO an der Umgebungsbebauung. Aufgrund dieser Tatsache sowie der derzeitig vorhandenen Bebauung kann abgeleitet werden, daß ein den flächenmäßigen Anforderungen entsprechendes Hotel hier realisiert werden kann. Das Grundstück ist lastenfrei und kann im Rahmen der in dieser Arbeit unterstellten zeitlichen Aspekte entsprechend für ca. € 100 / m²-Grundstücksfläche erworben werden.

Gemäß den bisherigen Erkenntnissen und den Erfahrungswerten der RCM sollte das Hotel auf dem nördlichen Grundstücksteil realisiert werden. So ist es möglich den Einfluß der Emissionen der Bundesstraße und der Bahnlinie zu begrenzen. Gleichzeitig läge das Hotel in unmittelbarer Nähe der Grundstückszufahrt. Es sollte an der Hofheimer Straße realisiert werden, nicht zuletzt um eine repräsentatives Gebäude mit einer Ausstrahlung und Sichtbarkeit von den Straßen zu gewährleisten. Das Hotel sollte somit baulich nicht hinter der zusätzlichen Bebauung des Grundstücks zurücktreten.

Blick auf den Lageplan:



Das Areal an der Hofheimer Straße wird von den Verfassern dieser Arbeit als der im Vergleich zu den anderen besichtigten am besten geeignetste Hotelstandort angesehen. Die Gründe hierfür wurden bereits im Verlauf der vorstehenden Ausführungen dargelegt.

Zusammengefaßt ergibt sich die Standortqualität aus der guten infrastrukturellen Anbindung, der Nähe zur Innenstadt, des Umfeldes, der einfachen Bebaubarkeit und der Darstellungsmöglichkeit des zukünftigen Hotels.

Aus nachstehendem Kartenausschnitt wird die Lage des bevorzugten Hotelprojektstandortes wie auch jene der bestehenden Hotels dazu deutlich:



4.2 Die Erarbeitung der Hotelkonzeption

4.2.1 Grundsätzliche Ausführungen zu den Mechanismen bei Angebot und Nachfrage in der Hotellerie

Ein neues Hotel muß eine Reihe von Anforderungen erfüllen. Dabei geht es neben den baurechtlichen Belangen insbesondere um die Anforderungen sowohl des Marktes als auch des Betreibers. Hier entsteht ein in der Hotelrealisierung oftmals nicht aufzulösendes Spannungsfeld, denn der Markt (also die Nachfrager, worunter neben den eigentlichen Hotelgästen insbesondere die so genannten „Multiplikatoren“ wie z.B. Firmen und Organisationen aus der Region, Tagungs- und Reiseveranstalter etc. zu verstehen sind) wünscht ein möglichst „gutes Hotel“ zum möglichst günstigsten Preis. Ein „gutes Hotel“ zeichnet sich aus Sicht der Nachfrager neben einer attraktiven Lage durch eine für die betreffende Hotelkategorie großzügige Konzeption und Ausstattung aus, die wiederum modernen, zeitgemäßen Ansprüchen gerecht werden muß und somit technisch als auch optisch dem „state of the art“ entsprechen soll. Dazu kommt die Erwartung einer kontinuierlich guten Dienstleistung. Diese Erwartungen führen für den Hotelinvestor zu hohen Investitionssummen und für den Betreiber zu hohen Bewirtschaftungskosten (hohe Personalkosten durch Vorhalten der Dienstleistungen, laufende Instandhaltungsmaßnahmen usw.), die, und das ist das Hauptproblem, **in nur wenigen Fällen** über ausreichend hohe Zimmer-Durchschnittspreise (nicht die Listenpreise) bei einer starken Jahresauslastung finanziert werden können. Die Nachfrager am Markt, im konkreten Fall zu einem erheblichen Teil die Firmenkunden nutzen ihre Marktmacht naturgemäß in vollem Maße aus, so daß die Hotelbetreiber sich oftmals nur über günstige, Mitbewerber unterbietende Preise eine Auslastung sichern können, die jedoch wirtschaftlich nicht angemessen auskömmlich ist. Diesem Zugzwang unterliegen insbesondere Hotelbetreiber an Standorten, die über keine besondere Zugkraft (z.B. sehr bedeutende Nachfrager im direkten Umfeld, hohes bestehendes Übernachtungsvolumen oder eine außergewöhnlich hohe Attraktivität von Makro- und

Mikrolage) verfügen. Haßfurt zählt zu dieser Art von Standorten. Insofern hat der Betreiber eines neuen Hotels in einer kaufmännisch interessanten Größenordnung an einem Standort wie Haßfurt, der hotelmäßig und damit nachfrageseitig im überregionalen Vergleich nicht gut entwickelt ist, nicht wegzudiskutierende Nachteile. Die Hotelnachfrage aus der Stadt selbst reicht nicht aus und für die überregionale Vermarktung sind keine wirklichen Alleinstellungsmerkmale vorhanden oder zu schaffen.

4.2.2 Kriterien und Anforderungen an das Hotel

Die oben aufgeführten Marktmechanismen kennend, muß sich das neue Hotel in Haßfurt möglichst positiv von Mitbewerbern abheben. Hier ist der Vorteil, daß es sich um einen Neubau handelt, bei dem sowohl eine moderne Architektur als auch Ausstattung realisiert werden kann. Bei der Realisierung von Hotels ist zu berücksichtigen, daß Hotels in Bezug auf den Immobilienbesitz und die Bewirtschaftung in zwei wesentlichen Formen auf dem Markt agieren.

1. Hotels, die ein Investor besitzt und von einem Betreiber (in der Regel in Form eines Pächters) bewirtschaftet werden

Diese Variante kommt in der Regel nur bei größeren Hotels so wie es hier nicht der Fall ist, zum Tragen. Der Grund hierfür liegt darin, daß der Hotelinvestor sein Investment **nur** bei Vorliegen eines guten Pachtvertrages mit einem bonitätsstarken Hotelbetreiber tätigt. Als bonitätsstark gelten langjährig solide auf dem Markt agierende Hotelgruppen, die Bereitschaft zeigen, ein Hotel für mindestens 20 Jahre fest anzupachten und über entsprechende Kauttionen dem Verpächter (=Investor) das Pachtverhältnis absichern. Pachtverträge mit so genannten Einzelhoteliers werden vom Kapitalmarkt, somit von Investoren, aufgrund des Ausfallrisikos, welches in der Branche als beträchtlich gilt, abgelehnt. Hotelgruppen wiederum brauchen im Normalfall zum einen für eine profitable Betriebsführung mindestens 80 bis 100 Zimmer, zum anderen zudem einen entwickelten und stark nachgefragten Hotelstandort, an dem sich ohne Anlaufverluste mit dem Hotel Geld verdienen läßt.

2. Hotels, bei denen der Immobilienbesitzer auch der Hotelier ist = Identität zwischen Besitzer und Betreiber (=Einzelhotelier)

Dies ist die gängigste Form in der klein- und mittelständischen Hotellerie. Hier entstehen oft nicht zu überbrückende Hürden bei der Realisierung von Hotels, da in diesem Fall der so genannte „Einzelhotelier“ eine in zu hohen Teilen auf Fremdkapital aufgebaute Finanzierung benötigt. Diese wiederum ist seit Jahren schwierig zu bekommen, da die Banken schlechte Erfahrungen mit Hotelfinanzierungen gemacht haben. Entsprechend zurückhaltend sind sie bei der Ausreichung von Krediten für Hotelfinanzierungen bzw. steigt die Höhe der Eigenkapitalforderungen der Banken an den Hotelier. Das wiederum ist von den Einzelhoteliers für Hotels, die in einer wirtschaftlich interessanten Größenordnung liegen, nur selten darstellbar. Daher sind neu zu bauende Hotels aufgrund der Investitionshöhe und dem Bewirtschaftungsrisiko in vielen Fällen für die Einzelhoteliers kaum oder nicht mehr realisierbar. Zum Marktauftritt: Die Hoteliers betreiben ihre Häuser entweder unter dem willkürlich gewählten Hotelnamen, häufig jedoch auch durch Anschluß an eine Marketinggruppierung mit einem Namen der entsprechenden Hotelmarke wie z. B. Best Western, Ringhotels, Mercure-Hotels, Romantikhotels, Holiday Inn (HI Express) Hotels etc..

3. Sonderformen

Auf die darüber hinaus praktizierten Formen (wie Hotels, die ein Investor besitzt und mit angestelltem Management bewirtschaftet oder Hotels, die im Rahmen eines Managementvertrages bewirtschaftet werden) wird mangels Relevanz zu dieser Arbeit nicht näher eingegangen.

4.2.3 Die Zwänge bei der Festlegung der Hotelgröße

Bei der Konzeption des Hotels in Haßfurt muß auf die Handlungsweisen der Marktbeteiligten (siehe vorstehendes Kapitel) Rücksicht genommen werden. Daher darf die Konzeption nicht „am Markt vorbei“ entwickelt werden. Wie vorhin dargestellt, kommt für Haßfurt allenfalls ein Einzelhotelier als Besitzer/Betreiber in Personalunion in Betracht. Für diese Betreiber gibt es gängige Ober- und Untergrenzen im Hinblick auf die Hotelgröße. In Relation zu den Ergebnissen der Standortrecherche stellt ein Hotel mit 40 bis 50 Zimmern die Obergrenze (nicht zuletzt im Hinblick auf die Höhe des erforderlichen Investitionsvolumens) dar. Unter Miteinbeziehung der nur mäßigen Nachfrage wird daher für Haßfurt und somit in der weiter folgenden Betrachtung von einem Hotel mit 40 Zimmern ausgegangen. Eine spürbare Verkleinerung des Hotels kommt nicht in Frage, da sich dadurch die Wirtschaftlichkeit desselben, die, und das ist ein Vorgriff auf spätere Ergebnisse dieser Analyse, ohnehin sehr problematisch ist, noch weiter verschlechtern würde.

4.2.4 Die Definition der Haupt(gäste)zielgruppen und deren Anteile am Gesamtaufkommen

Die genaue Ausprägung des neuen Hotels hat sich bei Eignung des Standortes nach den Hauptzielgruppen und den Möglichkeiten des Betreibers zu orientieren. Der hier untersuchte Hotelstandort eignet sich für die nachfolgend beschriebenen Hauptzielgruppen. Dabei entfallen auf die geschäftlich motiviert Reisenden mit 67,5% gut 2/3 und auf die Privatreisenden knapp 1/3 oder 32,5% der Zimmerbelegung:



Geschäftlich motiviert Reisende:

a) Geschäftsreisende über Firmen-Rahmenabkommen

Diese Gästegruppe wird über Firmen aus der näheren Umgebung erreicht und an ein Haus über entsprechende Sonderpreise gebunden. Gemäß der Umfrage wird der größte Teil der erreichbaren Zimmerbelegung (Anteil 35% aller belegten Zimmer) kommen.

b) Individuell, geschäftlich-beruflich motiviert Reisende

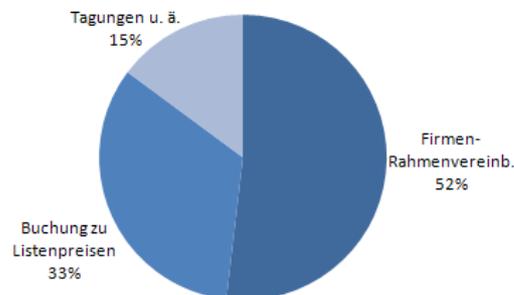
Hierunter fallen alle jene Gäste, die geschäftlich unterwegs sind und nicht zu der vor- und nachgenannten Zielgruppe (a und c) gehören. Diese bilden ca. die Hälfte des Aufkommens an Gästen zu Listenpreisen, welche wiederum 25% des gesamten Buchungsaufkommens darstellen.

c) Teilnehmer an Tagungs- und Konferenzveranstaltungen

Die Zielgruppe der Seminar- und Tagungsgäste ist für das künftige Hotel aufgrund der Umfrageergebnisse und auch der Lage nicht von entscheidender Bedeutung, dennoch für die Auslastung wichtig. Das Aufkommen an dieser Gruppe wird bei Einräumung von entsprechenden Preiskonditionen mit 10% aller belegten Zimmer eingeschätzt.

Das nachfolgende Diagramm zeigt die Verteilung des Aufkommens innerhalb der Zielgruppe der Geschäftsreisenden:

Aufkommen innerhalb der Zielgruppe Geschäftsreisende

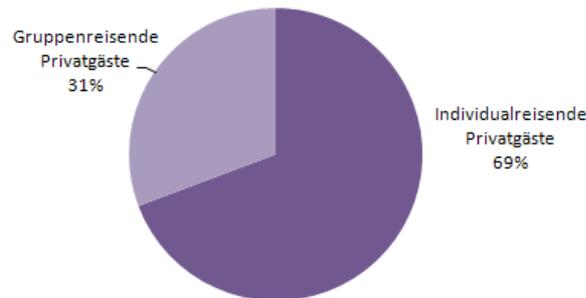
**Privatreisende:****d) Individuell (Einzel-) Reisende Privatgäste**

Darunter werden Reisende mit unterschiedlichster Motivation wie z.B. Wochenendreisen, Fahrrad-, Kultur- und Städtetourismus, Sportveranstaltungen, familiäre Gründe u.v.m. zusammengefaßt. Dabei handelt es sich in der Regel um Einzelreisende oder um kleine, privat organisierte Gruppenfahrten. Das Aufkommen dieser Zielgruppe wird mit 25% der Gesamtnachfrage (Zimmer) zu Listenpreisen eingeschätzt.

e) Gruppenreisende Privatgäste

Diese Zielgruppe wird über die Aufnahme der Hotelangebote in die Programme von Reiseveranstaltern oder durch die Direktansprache von Gruppen unterschiedlichster Größe akquiriert. Die Motivation liegt meist in einer (Kurz-) Urlaubsreise, oftmals im kulturellen Bereich. Es ist mit einer Nachfrage im Wesentlichen in den späten Frühjahrs-, Sommer und Herbstmonaten und dabei wiederum an den Wochenenden zu rechnen. Hier muß der Hotelbetreiber zumindest bei den Reiseveranstaltern erhebliche Rabatte auf die Listenpreise kalkulieren. Die Gruppen bringen dem Hotelier zwar eine gute Frequenz und die Deckungsbeiträge daraus sind auch wichtig, aufgrund des enormen Preisdruckes, den die Reiseveranstalter ausüben, aber nur in den belegungsschwächeren Zeiten und im größeren Umfang interessant. Der Anteil dieser Gästegruppe wird mit 10% des gesamten Aufkommens an belegten Zimmern kalkuliert.

Aufkommen Privatreisende



4.2.5 Hotelkategorie und Konzeption der einzelnen Bereiche

4.2.5.1 Generelle Anmerkungen

Das neue Hotel ist für eine auskömmliche Auslastung auf die Gewinnung von überregional angesiedelten Gästen/Buchern/Multiplikatoren angewiesen. Dazu ist eine umfangreiche Hotel-Hardware nötig, welche neben den Gästezimmern ein der Hotelkategorie und der Preisklasse des Hotels entsprechendes Gastronomie-, Tagungs- und Freizeit (Wellness)-Angebot offeriert. Dies in Verbindung mit einem entsprechenden Service- und Dienstleistungsstandard (=Software). Das wiederum ist nur für Hotels zumindest in oder ab der 3*-Kategorie wirtschaftlich. So genannte Economy- oder Budget-Hotels agieren überwiegend in der unteren Preisklasse. Sie zeichnen sich durch eine Konzeption aus, die sich nur auf das Logisangebot mit Frühstück konzentriert. Die Realisierung eines 1* oder 2*-Hotels ist in Haßfurt nicht sinnvoll, da als Ergebnis der Firmenumfrage ein Vollhotel nachgefragt wird und ebendieses auch für die erforderliche überregionale Akquisition zur Erreichung einer möglichst hohen Belegung nötig ist.

Bei der Realisierung des Hotels kommt zum Tragen, daß jeder professionelle Hotelbetreiber seine **eigene Philosophie** umsetzen will, die sich natürlich von einer generellen Konzeption mehr oder minder stark unterscheidet. An dieser Stelle können wir daher nur eine **grundsätzliche, baulich sinnvoll mögliche, an der Hauptnachfrage orientierte Konzeption** beschreiben, um darüber die Kategorie des Hotels, die Betriebsart, die notwendigen räumlichen Angebote und die sich daraus ableitenden Flächen beschreiben. Dies dient als Grundlage für die Plausibilitätsprüfung. Eine baurechtliche Prüfung und architektonische Umsetzung dieses Konzeptes ist an anderer Stelle vorzunehmen. Es ist neben dem Logisangebot unerlässlich, im Hotel eine **Gastronomie** zu schaffen. Nur in Verbindung mit einer dem Hotelstandard und den Ansprüchen der Gäste aus den Hauptzielgruppen gerecht werdenden Gastronomie, die der Hotelier selber betreibt, ist es möglich, den Standort Haßfurt zu vermarkten. **Tagungsräumlichkeiten** im kleineren Umfang sind ein weiterer Bestandteil im Angebot des Hotels, denn die Zielgruppe der Tagungs- und Seminarteilnehmer ist für die Erreichung einer möglichst optimalen Auslastung unverzichtbar. Ein wenn auch vergleichsweise klein dimensionierter **Freizeit- und Wellnessbereich**, der ebenfalls von wichtigen Zielgruppen nachgefragt wird, ist unerlässlich.

4.2.5.2 Die Hotelkategorie

Die Meinungen in der Branche gehen beim Thema Hotelklassifizierung nach den bekannten Sternen auseinander. Prinzipiell ist sie empfehlenswert. Dafür spricht z.B. daß die Hotelklassifizierung den Beherbergungsbetrieben durch eine deutliche(re) Produktpositionierung verbesserte Absatzchancen ermöglicht. In- und ausländische Gäste verlangen nach einer verlässlichen Hotelübersicht, insbesondere über die klein- und mittelständischen Hotels. Darüber hinaus erfordern leistungsfähige, computergestützte Informations- und Reservierungssysteme die Verwendung aussagekräftiger, einheitlicher Kurzbotschaften in Form von Sternen zur Charakterisierung des Dienstleistungsangebots der Hotels. Die Dt. Hotelklassifizierung kennt Mindestkriterien, die mit zunehmender Anzahl der Sterne schärfere Anforderungen stellen. Hinzu kommen entsprechende Mindestpunktzahlen aus den Bereichen Gebäude/Raumangebot, Einrichtung/Ausstattung, Service, Freizeit-Angebotsgestaltung und hauseigener Tagungsbereich. Insgesamt sind die jeweils erforderlichen Punkte jedoch vergleichsweise leicht zu erreichen. Aus der Sicht des DEHOGA (Dt. Hotel- und Gaststättenverband, zuständig für die Hotelklassifizierung) werden ausschließlich objektive Kriterien wie Zimmerausstattung und das Dienstleistungsangebot bewertet, subjektive Eindrücke werden nicht oder nicht in ihrer Bedeutung angemessen berücksichtigt. Das mag im Hinblick auf eine Aufzählung der Hardware des Hotels wie auch auf die Liste der angebotenen Dienstleistungen bezogen richtig sein. Problematisch ist jedoch, daß die allgemeine Optik wie auch die die Stilsicherheit der Ausstattung sowie die Qualität des Service selbst in der Vergabepraxis **keine** entscheidende Rolle spielen. Daher ist die Einstufung gemäß der DEHOGA wiederum zu relativieren, denn letztlich entscheidet beim Gast der „**Wohlfühlfaktor**“, und der hängt eben **nicht nur** von den Klassifizierungskriterien ab, sondern von einem **in sich stimmigen Angebot von Hard- und Software bei einer angenehmen Atmosphäre**. Nur damit kann ein Hotel die Gästeerwartung voll erfüllen.

Unter Berücksichtigung der Mitbewerber und potentieller Zielgruppen für den Standort Haßfurt wird ein Vollhotel in der Mittelklasse, also zumindest in der **3***, in Abhängigkeit der Betreiberphilosophie ev. in der **3*-Superior (S)** Kategorie als sinnvoll erachtet. Den Zusatz Superior kann ein Hotel für sich beanspruchen, wenn es in der jeweiligen Kategorie eine überdurchschnittliche Punktezahl erreicht. Mit dem hier spezifizierten Konzept erfüllt das Hotel von der Immobilie, also von der „Hardware“ her, die Anforderungen an ein 3* / 3*-S-Hotel. Für den (sehr unwahrscheinlichen) Fall, daß ein Hotelbetreiber sein Konzept in der 4*-Kategorie sähe, wäre das weiter unten dargelegte Raumprogramm unter den Klassifizierungsrichtlinien ebenfalls dafür geeignet. Anhand der nachstehenden Auflistungen wird die Anforderung an ein 3*-Hotel deutlich. Es muß alle Punkte der darunter liegenden Kategorien und jene der betreffenden erfüllen:

UNTERKUNFT FÜR EINFACHE ANSPRÜCHE ★

- Alle Zimmer mit Dusche/WC oder Bad/WC
- Tägliche Zimmerreinigung
- Alle Zimmer mit Farb-TV samt Fernbedienung
- Tisch und Stuhl
- Seife oder Waschlotion
- Empfangsdienst
- Telefax am Empfang
- Dem Hotelgast zugängliches Telefon
- Erweitertes Frühstücksangebot
- Getränkeangebot im Betrieb
- Depotmöglichkeit

Quelle: www.hotelsterne.de (Dehoga)



UNTERKUNFT FÜR MITTLERE ANSPRÜCHE ★★

- Frühstücksbuffet
- Leselicht am Bett
- Schaumbad oder Duschgel
- Badetücher
- Wäschefächer
- Angebot von Hygieneartikeln (Zahnbürste, Zahncreme, Einmalrasierer etc.)
- Kartenzahlung möglich

Quelle: www.hotelsterne.de (Dehoga)



UNTERKUNFT FÜR GEHOBENE ANSPRÜCHE ★★★

- 14 Stunden besetzte separate Rezeption, 24 Stunden erreichbar, zweisprachige Mitarbeiter (deutsch/englisch)
- Sitzgruppe am Empfang, Gepäckservice
- Getränkeangebot auf dem Zimmer
- Telefon auf dem Zimmer
- Internetzugang auf dem Zimmer oder im öffentlichen Bereich
- Heizmöglichkeit im Bad, Haartrockner, Papiergesichtstücher
- Ankleidespiegel, Kofferablage
- Nähzeug, Schuhputzutensilien, Waschen und Bügeln der Gästewäsche
- Zusatzkissen und -decke auf Wunsch
- Systematischer Umgang mit Gästebeschwerden

Quelle: www.hotelsterne.de (Dehoga)

4.2.5.3 Zimmerzahl und Zimmergröße

Wie weiter oben bereits erwähnt, wird am Standort Haßfurt ein Vollhotel mit 40 Zimmern als geeignet angesehen. Dies ist standortbezogen die Obergrenze, erlaubt jedoch dem Hotelbetreiber in seiner Eigenschaft als Einzelhotelier eine effiziente Bewirtschaftung des Hauses (oftmals im Familienverbund) und passende Angebote für die Hauptzielgruppen. Die Problematik der Hotelklassifizierung wird auch daran deutlich, daß mittlerweile die bisher, und ohnehin sehr niedrig angesetzten, Mindest-Zimmergrößen gefallen sind. Die Größe der Zimmer (inklusive des Gästebades/-WC), ein wesentlicher Punkt aus Gästesicht, fließt nunmehr nur noch indirekt über die Punktezahl in die Klassifizierung mit ein. Für das 3*-Hotel ist eine Zimmergröße von durchschnittlich **22 m² je Gästezimmer** nutzer- und damit nachfragegerecht. Es sollten überwiegend Doppelzimmer geschaffen werden, Einzelzimmer nur bei baulichen Notwendigkeiten. Dies ist im konkreten Fall mit 35 Doppel- und 5 Einzelzimmern berücksichtigt. Es ist jedoch darauf zu achten, daß die Einzelzimmer zumindest mit einem komfortablen Frenchbett (Breite 1,60 Meter, mindestens jedoch 1,40 Meter)

ausgestattet werden und so auch mit zwei Personen belegt werden könn(t)en. Der Grund hierfür liegt darin, daß der Hotelbetreiber zur Erreichung der im Jahresverlauf erforderlichen Belegung **maximalen Flexibilität** in der Ansprache und der Unterbringung seiner Zielgruppen haben muß. Die Bandbreite reicht vom geschäftlich motivierten Einzelreisenden und Tagungsgast bis zu Privatreisenden inklusive dem Gruppengeschäft. Die durchschnittliche Größe von 22 m² ist kalkulatorisch in der Folge dieser Ausführungen berücksichtigt. In der konkreten Planung können und sollten einige Zimmer etwas größer werden (z. B. 26 m²). Sinnvoll ist die Integration einer Kleinküche bei einigen wenigen Zimmern (bei z.B. 2-3 Einheiten, je nach baulichen Gegebenheiten), die zudem mit einer Verbindungstür ausgestattet werden, damit für Gäste, die länger bleiben oder für Familien durch entsprechend multifunktionale Möblierung eine Art Appartement angeboten werden kann. Diese Einheiten können, ebenso wie die größeren Doppelzimmer auch als großzügige „Trainerzimmer“ (bei Tagungen) Verwendung finden.

4.2.5.4 Der Eingangsbereich, Lobby und Rezeption

Die Bereiche Eingang, Lobby und Rezeption/Verwaltung werden für die Größe des Hotels mit 40 Zimmern im Erdgeschoß auf ca. 160 m² Hauptnutzfläche (HNF) untergebracht. Sinnvoll ist es, die erforderliche Hotelbar in einem Übergang zur Gastronomie anzuordnen.

4.2.5.5 Die Gastronomie

Die für das Hotelgeschäft benötigte Gastronomie kann durch den zu schaffenden, individuellen Charakter bei geschickter Betriebsführung auch eine Anziehungskraft für die Bewohner der Stadt und Besucher aus der Region ausüben. Die dafür erforderliche unkomplizierte Gastronomie-Philosophie(n), oft mit regionalem Bezug, müssen vom engagierten Betreiber, der das operative Geschäft ausübt, geprägt werden. Insofern kann hier auf konkrete Gastronomiekonzepte nicht näher darauf eingegangen werden. Von der Zuordnung her ist der gastronomische Bereich an zentraler Stelle des Hotels im Erdgeschoß unterzubringen. Ein separater Zugang von außen sowie eine Terrasse oder ein Biergarten o.ä. zur Außenbewirtschaftung ist erforderlich. Die Küchen-, Wirtschafts-, Lager- und Sozialräume sind überwiegend im Erdgeschoß zu integrieren. Die Gastronomie ist mit einer HNF von ca. **275 m²** ausreichend dimensioniert. Davon entfallen auf die reine Gastfläche, also nach Abzug aller davon nicht betroffenen Flächen (Küche, Lagerräume, Personal-/Sozialräume, Funktions- und Technikräume, Verkehrsflächen et.) ca. 130 m², womit je nach Konzept zwischen 70 bis 100 komfortable Sitzplätze im Restaurant geschaffen werden können. Dazu kommen die in die Hotelhalle integrierte kleine Hotelbar, die Terrasse sowie wie die Bankett-Nutzung der Tagungsräume gemäß nächstem Kapitel.

4.2.5.6 Die Tagungs- und Veranstaltungsräume

Die Tagungs- und Veranstaltungsräume werden ebenfalls im Erdgeschoß untergebracht. Die Firmenumfrage ergab zwar keine besondere Nachfrage, für den Hotelbetrieb ist jedoch, davon unabhängig, das Vorhalten eines Mindestangebotes an Tagungs-/ Veranstaltungsräumen erforderlich. Diese werden mit einer der Hotelgröße gerecht werdenden HNF von **100 m²** kalkuliert. Durch den Einbau flexibler, hochwertiger Trennwände ist so die Schaffung eines großen oder zwei gleichzeitig zu nutzende, kleinere Räume möglich. Diese besitzen im Hinblick auf die erforderliche hohe Flexibilität für die Akquisition von Seminaren, Konferenzen und

anderen Gruppen multifunktionalen Charakter und erlauben Veranstaltungen von bis zu 70 Teilnehmern, abhängig von den jeweiligen Tischordnungen. Eine professionelle Vermarktung ist nur mit modernstem technischen Standard möglich. Zudem sind diese Veranstaltungsräume so zu planen und auszuführen, daß darin auch Bankette und Feiern jedweder Art sowie fallweise die Verpflegung von Gruppen mit angemessener, gastronomischer Versorgung stattfinden kann.

4.2.5.7 Der Bereich Wellness

Insbesondere für die überregionale Vermarktung (Privatreisende, Tagungen) des Hotels wie auch für die Geschäftsreisenden wurde ein Bereich „Wellness“ vorgesehen. Dabei handelt es sich jedoch nicht um eine „Badelandschaft“ sondern lediglich um ein **Mindestangebot** auf einer HNF von **100 m²**, die als zusätzliches Vermarktungs- und Komfortmerkmal für das Hotel zu realisieren sind. Darin lassen sich zur Nutzung durch Hotelgäste (also ohne nennenswerte Umkleide- und Sanitärflächen für externe Besucher) beispielsweise ein bis zwei Saunen und Weiteres (ev. Whirlpool und Solarium oder eine kleine Fläche als Fitneßraum) realisieren.

4.2.5.8 Sonstiges

Auf die Schaffung einer so genannten Betreiberwohnung wird im Vorfeld konzeptionell nicht eingegangen, da dies der individuellen Anforderung und somit Planung eines konkreten Betreibers darstellt.

4.2.5.9 Die Eckdaten des Hotelprojektes

Es handelt sich insgesamt betrachtet um eine optimierte Konzeption, das heißt, es wurden lediglich die Grundanforderungen an ein funktionierendes Hotel berücksichtigt. Nachstehend werden nochmals die Eckdaten eines nachfrage- und nutzergerechten Hotels in Haßfurt aufgeführt und das Projekt damit charakterisiert:

Hotelprojekt Haßfurt	
Betriebsart:	Vollhotel
Betriebstyp:	Stadthotel
Ausrichtung:	Hotel für Geschäftsreisende, Tagungs- u. Privatgäste
Marktauftritt:	Modernes Hotel in einer Kleinstadt
Kategorie:	3* nach Dehoga
Zimmerzahl:	40
Bettenzahl:	75
Größe Zimmer:	22m ² im Schnitt
Gastronomie:	Restaurant mit Terrasse, Hotelbar
Tagungen/Bankett:	2 miteinander kombinierbare Räume für Veranstaltungen aller Art
Fitness/Wellness:	Sauna und ergänzende Einrichtungen

5 Die Prüfung der wirtschaftlichen Plausibilität des Hotelprojektes

5.1 Die Projektsimulation

5.1.1 Schätzung der Investitionskosten

5.1.1.1 Prämissen und Kalkulationsgrundlagen

Hier führen wir aus, wie sich die Wirtschaftlichkeit des Projektes aus der Sicht des Initiators und Betreibers darstellt. Jeder Betreiber entwickelt seine „eigene“ Geschäftsphilosophie (vorgesehene Konzeption und Betriebsart, Zielgruppen, angestrebte Kategorie bzw. gewünschtes Preisniveau etc.) und legt auch beim operativen Betrieb individuelles Management zugrunde. Daher können wir an dieser Stelle nur auf der Basis eines „Grundmodells“, passend auf die prinzipiell erforderlichen Strukturen und Möglichkeiten, eingehen. Auf den nachstehenden Seiten werden die Ergebnisse der auf der Basis der in dieser Analyse definierten Konzeption gezeigt. Diese Projektsimulation basiert auf folgenden Prämissen:

- Die hier vorliegende Studie basiert auftragsgemäß auf der Erarbeitung der wirtschaftlichen Konzeption (Betriebsart, Raumprogramm, Hotelkategorie usw.), die wiederum die Grundlage für die Prüfung der wirtschaftlichen Plausibilität samt den Vermarktungschancen bildet. Daraus zu entwickelnde planerische Entwürfe von Grundrissen und Baukörpern bzw. deren Anordnungen sind von anderer Stelle vorzunehmen.
- Es erfolgte keine Prüfung bzw. Berücksichtigung baurechtlicher Belange
- Die Schaffung der benötigten Bruttogrundfläche (BGF) von 2.260 m² erfordert bei einer unterstellten Geschoßflächenzahl (GFZ) von 1,13 und einer Grundflächenzahl (GRZ) von 0,33 eine Teilfläche des EZO-Geländes im Ausmaß von 2.000 m². Dies entspricht 30% des Gesamtgrundstückes von 6.679 m² womit der weitaus überwiegende Teil desselben mit anderen Nutzungen versehen werden kann. Bei der GRZ von 0,33 entfallen auf den Gebäudegrundriß 660 m². Die verbleibenden 1.340 m² Grundstück erlauben die Schaffung der Stellplätze im Freien und eine angemessene Außengestaltung.
- Von der BGF von 2.260 m² werden 1.572 m² für die Hauptnutzflächen (HNF) für Logis, Gastronomie, Veranstaltungsbereich und Wellness benötigt. Zusammen mit den Nebennutz- und Funktionsflächen von 290 m² beträgt die gesamte Nutz- und Funktionsfläche 1.862 m², von denen sich kalkulatorisch 150 m² im Untergeschoß befinden.
- Ein Hotel erfordert, in Abhängigkeit seiner Ausprägung, eine bestimmte Zahl von Stellplätzen zur Abwicklung seines Geschäftsbetriebes. Dies unabhängig von den bau- bzw. gewerberechtlichen Anforderungen. Für das Hotelprojekt in Haßfurt sehen wir eine Stellplatzzahl von 80% in Relation zur Zimmerzahl, somit 34 Parkplätze, als betriebslogistisch notwendig an.
- Die Stellplatzforderung gemäß den Richtlinien der Stadt Haßfurt erfordern je 6 Betten einen Stellplatz. Bei den 75 Betten des Hotelprojektes sind dies 13. Dazu kommt der Stellplatznachweis für die Gastronomie des Hotels. Hier richten sich die Werte nach der Größe der Gastfläche, womit die Fläche, auf denen sich die Tische/Sitzplätze befinden, gemeint ist. Bei einer reinen Gastfläche von 130 m² und der Erfordernis von je 1 Stellplatz je 10 m² ebendieser sind 13 Stellplätze hierfür nötig. Die kleine Hotelbar wird in der Hotelhalle im Übergang zur Gastronomie untergebracht und

daher nicht mitgezählt. Die maximal 70 Plätze in den Veranstaltungsräumen (auf insgesamt 100 m²) erfordern aufgrund der fehlenden überörtlichen Bedeutung (die Räume werden ja überwiegend von Hotelgästen benutzt) je 10 Sitzplätze 1 Stellplatz, somit 7.

- In Summe werden gemäß Stellplatzverordnung somit 33 Plätze gefordert, womit in diesem Fall eine annähernde Übereinstimmung mit der betriebsnotwendigen Zahl von 34 besteht
- Das Hotelprojekt wird unter Mitwirkung eines Generalunternehmers erstellt, wobei der Optimierung der Baunebenkosten besonderes Augenmerk zu schenken ist
- Das Hotel wird in einer der Mittelklasse (entspricht der 3*-Kategorie, lt. Dehoga „für gehobene Ansprüche“) angemessenen Architektur gestaltet
- Die Grundstückskosten werden mit € 100 je m² kalkuliert
- Für allfällige anteilige Abrißkosten wurden kalkulatorisch T€ 25 angesetzt
- Es wird unterstellt, daß der betreffende Grundstücksteil nicht kontaminiert ist, demnach keine diesbezüglichen Kosten zur Beseitigung derselben anfallen
- Die Grundstückserwerbsnebenkosten liegen bei ca. 5,5% des Kaufpreises an Steuern und Gebühren (Grunderwerbssteuer, Gericht, Notar)
- Für die Gesamtausstattung wird ein Betrag von T€ 480 kalkuliert. Dies entspricht -nur als Kennzahl- umgelegt je Zimmer T€ 12.
- Die Pre-Opening-Kosten, also die Kosten, die für die Vermarktungsmaßnahmen vor der Eröffnung erforderlich werden, sind mit dem Minimum von T€ 50 berücksichtigt
- Die Bauzeit wird kalkulatorisch mit 12 Monaten eingestuft
- Der Zinssatz für die Zwischenfinanzierung beläuft sich auf 5%
- Weitere Informationen zur nachstehenden Auswertung der Projektsimulation werden unter „Allgemeine Hinweise“ am Ende derselben gegeben

5.1.1.2 Die Investitionskosten

Nachstehend werden die ermittelten Investitionskosten gezeigt. Als Ergebnis ist festzuhalten, daß die Realisierung des Hotels eine **Gesamtinvestition von T€ 3.519,7 (ohne Mehrwertsteuer)** auf Basis der Modalität „Zahlung bei Abnahme des Bauvorhabens“ auslöst. Bei der Konzeption wurden hinsichtlich des Flächenverbrauches der einzelnen Bereiche ebenso wie auch bei den Bau- und Baunebenkosten (umgelegt je m² Bruttogrundfläche netto € 1.180) nur Werte im unteren Bereich der Bandbreite der Erfordernisse und Kosten angesetzt. Die Gesamtkosten umgelegt je Gästezimmer betragen netto T€ 88. Nunmehr folgt die Auswertung der Projektsimulation:

Auswertung Projektsimulation

Standort: Haßfurt
 Hotelkategorie: 3*
 Auftraggeber: Stadt Haßfurt

1. Grundstück

Grundstücksgröße:	2.000 m ²
Grundstücksausnutzung:	0,33
GFZ:	1,13
Bruttogeschosßfläche:	2.260 m ²
Grundstückspreis:	200.000 EUR

2. Raumprogramm

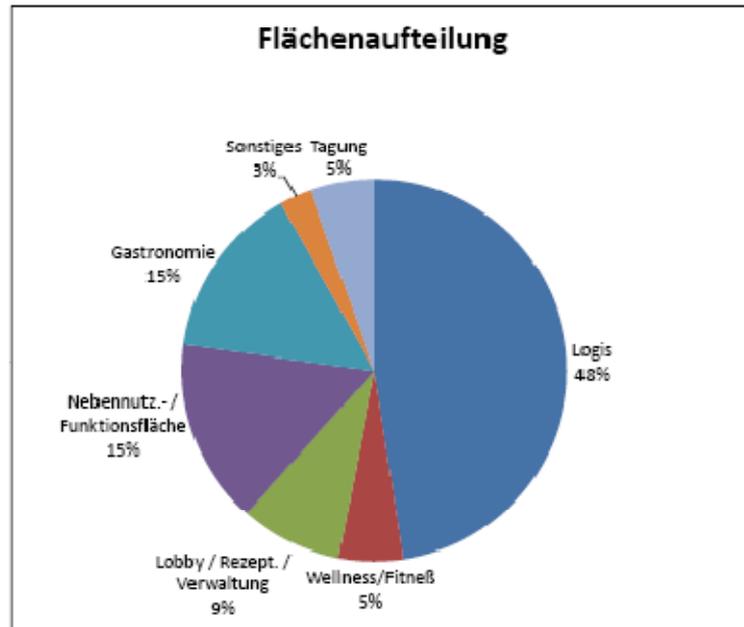
2.1 Flächen- / KFZ-Stellplätze

Zimmeranzahl:	40
zu je:	22,0 m ²
Gesamt-Logisfläche:	887 m²
Summe Lobby/Rezeption/Verwaltung:	160 m²
Summe Gastronomie incl. Küche, Lager etc:	275 m²
Summe Konferenz:	100 m ²
Summe Wellness:	100 m ²
Sonstige Flächen:	50 m ²
Summe Sonstige Flächen:	250 m²
Hauptnutzfläche gesamt	1.572 m²
Nebennutz- und Funktionsflächen gesamt	290 m²
Nutz- und Funktionsfläche gesamt	1.862 m²
Bruttogrundfläche gesamt	2.260 m²

Hotelprojekt: Haßfurt

2.3 KFZ-Stellplätze

Im Freien:	34
In der Tiefgarage unterhalb des Bauwerks:	0
In der Tiefgarage außerhalb des Bauwerks:	0



2.4 Betreiberspezifische Nebenleistungen

Einrichtung:	480.000,00 EUR
Einrichtung umgelegt je Zimmer:	12.000,00 EUR
Pre-Opening:	50.000,00 EUR

3. Zwischenfinanzierung

Finanzierungszinssatz:	5,00 %
Bauzeit:	12 Mon.

Hotelprojekt: Haßfurt

4. Abgabepreis auf Basis Generalunternehmer

4.1 Ohne Zwischenfinanzierung

Ohne Einrichtung:	2.952.087 EUR
Grundstückskosten:	200.000 EUR
Grundstückserwerbsnebenkosten:	36.000 EUR
Baukosten:	2.385.246 EUR
Baunebenkosten:	280.841 EUR
Pre-Opening Kosten	50.000 EUR

Mit Einrichtung:	3.432.087 EUR
Grundstückskosten:	200.000 EUR
Grundstückserwerbsnebenkosten:	36.000 EUR
Baukosten:	2.385.246 EUR
Baunebenkosten:	280.841 EUR
Pre-Opening Kosten	50.000 EUR

Kennzahlen:

Baukosten inklusive Baunebenkosten ohne MwSt	2.666.087 EUR
das sind umgelegt je m ² Bruttogrundfläche	1.180 EUR
das sind umgelegt je m ² Nutzfläche	1.432 EUR
das sind umgelegt je m ² Hauptnutzfläche	1.696 EUR
Gesamtkosten mit Einrichtung ohne MwSt	3.432.087 EUR
das sind umgelegt je Zimmer	85.802 EUR
das sind umgelegt je m ² Bruttogrundfläche	1.519 EUR
das sind umgelegt je m ² Nutzfläche	1.843 EUR
das sind umgelegt je m ² Hauptnutzfläche	2.183 EUR

4.2 Zahlung nach Baufortschritt

Ohne Einrichtung:	2.973.600 EUR
Grundstückskosten:	200.000 EUR
Grundstückserwerbsnebenkosten:	36.000 EUR
Baukosten:	2.385.246 EUR
Baunebenkosten:	280.841 EUR
Zwischenfinanzierung:	21.513 EUR
Pre-Opening Kosten	50.000 EUR
Mit Einrichtung:	3.453.600 EUR
Grundstückskosten:	200.000 EUR
Grundstückserwerbsnebenkosten:	36.000 EUR
Baukosten:	2.385.246 EUR
Baunebenkosten:	280.841 EUR
Zwischenfinanzierung:	21.513 EUR
Einrichtungskosten:	480.000 EUR
Pre-Opening Kosten	50.000 EUR
Kennzahlen:	
Baukosten inklusive Baunebenkosten ohne MwSt	2.666.087 EUR
das sind umgelegt je m ² Bruttogrundfläche	1.180 EUR
das sind umgelegt je m ² Nutzfläche	1.432 EUR
das sind umgelegt je m ² Hauptnutzfläche	1.696 EUR
Gesamtkosten mit Einrichtung ohne MwSt	3.453.600 EUR
das sind umgelegt je Zimmer	86.340 EUR
das sind umgelegt je m ² Bruttogrundfläche	1.528 EUR
das sind umgelegt je m ² Nutzfläche	1.854 EUR
das sind umgelegt je m ² Hauptnutzfläche	2.196 EUR

Hotelprojekt: Haßfurt

4.3 Zahlung bei Abnahme

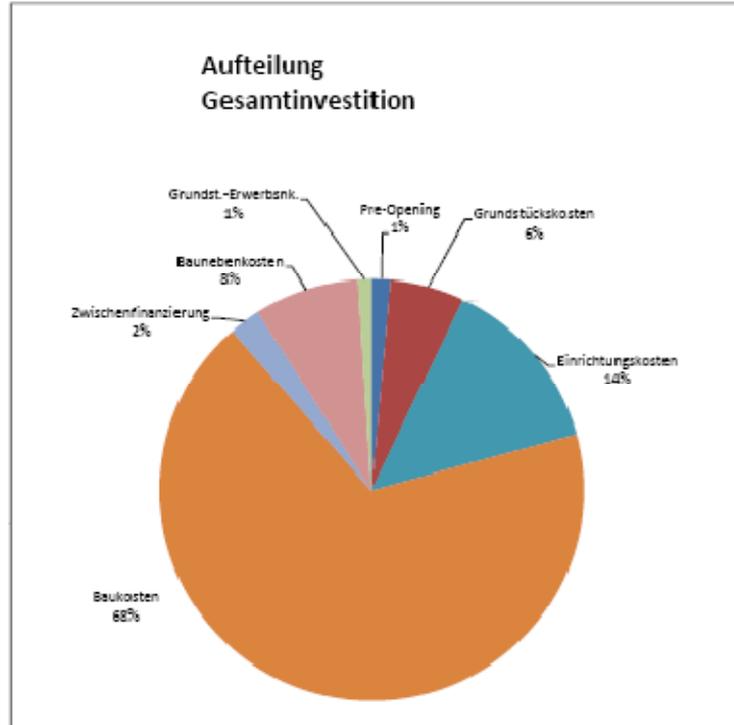
Ohne Einrichtung:	3.036.093 EUR
Grundstückskosten:	200.000 EUR
Grundstückserwerbsnebenkosten:	36.000 EUR
Baukosten:	2.385.246 EUR
Baunebenkosten:	280.841 EUR
Zwischenfinanzierung:	84.006 EUR
Pre-Opening Kosten	50.000 EUR

Mit Einrichtung:	3.519.719 EUR
Grundstückskosten:	200.000 EUR
Grundstückserwerbsnebenkosten:	36.000 EUR
Baukosten:	2.385.246 EUR
Baunebenkosten:	280.841 EUR
Zwischenfinanzierung:	84.006 EUR
Einrichtungskosten:	480.000 EUR
Pre-Opening Kosten	50.000 EUR
Zwischenfinanzierung Mobiliar und Pre-Opening:	3.625 EUR

Kennzahlen:

Baukosten inklusive Baunebenkosten ohne Mwst	2.666.087 EUR
das sind umgelegt je m ² Bruttogrundfläche	1.180 EUR
das sind umgelegt je m ² Nutzfläche	1.432 EUR
das sind umgelegt je m ² Hauptnutzfläche	1.696 EUR
Gesamtkosten mit Einrichtung ohne Mwst	3.519.719 EUR
das sind umgelegt je Zimmer	87.993 Eur
das sind umgelegt je m ² Bruttogrundfläche	1.557 Eur
das sind umgelegt je m ² Nutzfläche	1.890 Eur
das sind umgelegt je m ² Hauptnutzfläche	2.238 Eur

Hotelprojekt: Haßfurt



Hotelprojekt: Haßfurt

5. Allgemeine Hinweise

Sämtliche vorgenannten Geldbeträge sind exklusive Mehrwertsteuer.

Die hier vorgelegte Kalkulation stellt einen **Kostenrahmen** (s. DIN 276) für das Projekt dar, der als eine Grundlage für grundsätzliche Wirtschaftlichkeits- und Finanzierungsüberlegungen dient.

Die Bruttogeschoßfläche basiert auf dem RCM Raumprogramm.

Die tatsächliche Ausnutzbarkeit des Grundstückes, insbesondere infolge des Grundstückszuschnittes, der Nachbarbebauung etc. sind nicht berücksichtigt.

Das Raumprogramm beruht auf einer optimalen Ausnutzung der Bruttogeschoßfläche, wobei die Hauptnutzfläche 74 % der Bruttogeschoßfläche beträgt.

Die Baukosten beruhen auf einer Kostendatei, die auf Erfahrungswerten basiert.

Bei der Gründung ist von Normalgründung ausgegangen worden, d.h. insbesondere ohne Sondergründungsmaßnahmen, Wasserhaltungsmaßnahmen, Bodentausch, Verbau, Unterfangungen sind nicht berücksichtigt. Beim Grundstück sind Altlastenprobleme (Verunreinigungen des Erdreiches und / oder des Grundwassers) nicht berücksichtigt.

Die Baunebenkosten sind anhand der HOAI ermittelt und teilweise in die Preise der Generalunternehmer eingearbeitet.

Behördengebühren sind anhand von Erfahrungswerten berücksichtigt.

Die Zwischenfinanzierungszinsen sind anhand einer theoretischen Bauzeit ermittelt.

Der Abgabepreis setzt sich zusammen aus:

Grundstückskosten, Grundstückserwerbsnebenkosten, Baukosten, Baunebenkosten, Zwischenfinanzierung, (je nach Zahlungsmodalitäten), Einrichtungskosten, Pre-Opening Kosten

Hotelprojekt: Haßfurt

5.2 Die Schätzung der wirtschaftlichen Ergebnisse

5.2.1 Generelles zu den betriebswirtschaftlichen Berechnungen

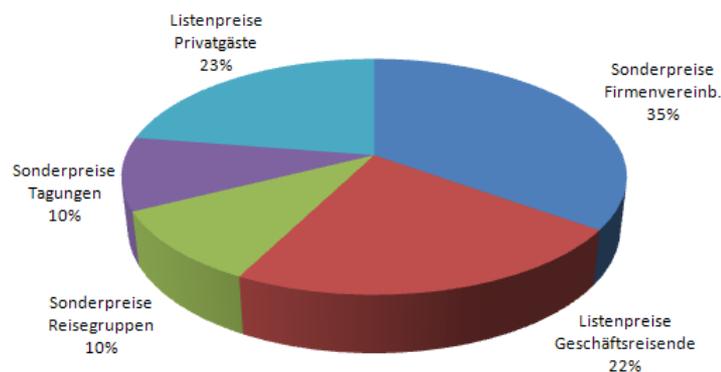
Nun wird anhand betriebswirtschaftlicher Berechnungen ermittelt, inwieweit die Investitionskosten in Form der daraus abgeleiteten Annuitäten über den operativen Hotelbetrieb „verdient“ werden können und zudem dem Betreiber einen angemessenen kalkulatorischen Unternehmergewinn ermöglichen. Unsere Berechnungen basieren daher auf der Sichtweise potentieller Betreiber, welche in personeller Identität das Hotel errichten, im Bestand behalten (Eigentümer) und selber bewirtschaften. Die Betriebsvorausschau zeigt, welche Betriebsergebnisse (Einnahmen/Ausgaben) unter Zugrundelegung der standortgerechten Konzeption zu erwarten sind. Dabei sind wir bei den Kosten von objektivierten Werten aus einschlägigen Betriebsvergleichen sowie eigenen Erfahrungen unter Berücksichtigung standort- und projektspezifischer Belange ausgegangen. Der Aufbau der nachstehenden Betriebsvorausschau orientiert sich an den Strukturen der Betriebsvergleiche, die wiederum dem Sonderkontenrahmen für das Hotel- und Gastgewerbe (SKR 70) entsprechen. Die Betriebsvorausschau wird rechnerisch auf einen nicht nur durchschnittlich, sondern auf einen überdurchschnittlich qualifizierten und motivierten Betreiber abgestellt. Auch die Werte der Auslastung, der Durchschnittserlöse und der Umsätze sind als ambitioniert anzusehen, die Kosten wiederum als im Branchendurchschnitt liegend. Dies vor dem Hintergrund, bei der Ermittlung der Wirtschaftlichkeit des Projektes **nicht von einem „Worst Case“** sondern von einem **tendenziell „Best Case“** - Szenario auszugehen! Folgendes ist außerdem Grundlage unserer Berechnungen und Einschätzungen:

- Die Umsätze und Kosten verstehen sich ohne ev. Fremdenverkehrsabgabe, Orts-/ Kurtaxe, Bettensteuer oder ähnlichem
- Umsatzsteuer und Vorsteuer bleiben unberücksichtigt
- Der Eigentümer bewirtschaftet das Hotel in Eigenregie. Die Personalkosten berücksichtigen jedoch kein Gehalt des Betreibers.
- Der „kalkulatorische Unternehmergewinn“ versteht sich vor Steuern
- Des Weiteren wird unterstellt, daß der seit 1.1.2010 vergünstigte Mehrwertsteuer-Satz von 7% auf die Logisumsätze weiter angewandt werden kann
- Da ein Übernahmzeitpunkt nicht feststeht, basiert die Betriebsvorausschau auf Betriebs- und nicht auf Kalenderjahre
- Es handelt sich bei der nachstehenden Prognose um die Betrachtung der operativen Ebene und daher um eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung, bei der die Instandhaltungsrücklage ebenso wie eine eingestellte Reserve auch als Kostenpositionen berücksichtigt wurde. Eine ev. steuerliche Betrachtung ist daher von anderer Seite vorzunehmen.
- Die angesetzten Kosten beziehen sich auf jene, die aus dem operativen Hotelbetrieb resultieren. Eventuelle Umlagen oder Kosten für allfällige Mitgliedschaften in Marketinggruppierungen oder Franchisegebühren sind aus den relevanten Kostenpositionen (Betriebs- und Verwaltungskosten) zu „entnehmen“.
- Unsere Berechnungen unterstellen außerdem, daß das Objekt voll ausgestattet wird. Daher entfallen in den betriebswirtschaftlichen Berechnungen Kosten für Mieten/ Leasing (wie z.B. EDV, ev. Minibar, Gerätschaften Wellness/Fitneß, Telefon, Wäsche u.a.m.).
- Die Abschreibungen und ev. Fremdkapitalzinsen bleiben unberücksichtigt, da diese über die Annuität in die Berechnungen einfließen

5.2.2 Die Ermittlung der Nettologiserlöse (ARR)

Anhand nachfolgender Tabelle beginnen wir die Betriebsprognose mit der Berechnung der Logisumsätze. Dazu wird der Durchschnittserlös je belegtem Zimmer netto, also ohne Mehrwertsteuer und ohne jegliche Verpflegungs- oder Zusatzleistungen ermittelt. Diese Kennzahl wird auch als „Average Room Rate“ (**ARR**) bezeichnet. Zur Ermittlung der ARR werden für die einzelnen Zielgruppen neben den Listenpreisen, die sich wiederum als Durchschnittswert mit Veränderungen nach oben und nach unten in Abhängigkeit zur Nachfrage und Preispolitik des Betreibers verstehen, teilweise erhebliche, Abschläge kalkuliert. Zu Listenpreisen verkauft das Hotel 45% seiner Zimmer. Für die Gäste über die Firmen-Rahmenvereinbarungen, die Tagungs- und Gruppengäste, zusammen 55% des Aufkommens (belegte Zimmer), sind spürbare Nachlässe zu gewähren.

Belegungsaufkommen nach Listen- und Sonderpreisen



Der sich aus vorgenanntem ergebende Durchschnittserlös je belegtem Zimmer erhöht sich in den Folgejahren durch Festigung der Marktposition und Weitergabe allgemeiner Preissteigerungen um 2% pro Jahr. Unter Berücksichtigung der angeführten Zielgruppen und der im jeweiligen Segment kalkulierten Zimmerpreise sowie der Relation zwischen Einzel- und Doppelbelegung errechnet sich der durchschnittliche **Nettologis-Erlös je belegtem Zimmer mit € 57,43** für das Jahr 1. Dieser ARR liegen vermarktungsfähige Listenpreise, die so genannten „Rack-Rates“, inklusive Frühstück (€ 6,50 brutto je Person/Tag), von **€ 70 je Einzelzimmer** und **€ 90 je Doppelzimmer** zugrunde. Damit liegen die Preise z. B. im Bereich jenes des Meister Bär Hotels (EZ ab 69, DZ ab 89) und weit über den anderen Hotels in Haßfurt. Das Landhotel Rügheim bietet seine Zimmer zu erheblich darunter liegenden Preisen an (EZ ab € 59, DZ ab € 79). Die Ergebnisse des Mitbewerber-Preischecks zeigen, daß die „ab-Preise“ des Meister Bär Hotels und des Landhotels Rügheim (zu den abgefragten Zeiten) nicht überschritten wurden. Für die Zielgruppen „Tagungen/Seminare/Veranstaltungen“ und „Gäste über Firmenraten/Rahmenabkommen“ werden Abschläge in Höhe von 10% bzw. 15% auf die Rack-Rates kalkuliert. Um zu wettbewerbsfähigen Gruppenpreise zu kommen, sind Abschläge von mindestens 30% auf die Listenpreise erforderlich. Darauf basierend sind vom Hotelier attraktive Rahmenprogramme zu entwickeln und zu vermarkten. Der **Doppelbelegungsfaktor** beträgt mit dem definierten Gäste-/Zielgruppenmix 1,32. Die Details werden aus nachstehender Tabelle, zu deren Inhalt noch ergänzende Ausführungen folgen, ersichtlich:

Musterrechnung für das Hotelprojekt Haßfurt

Ermittlung der durchschnittlichen Netto-Logiserlöse in €

Gesamtzimmerzahl:	40	Gesamtbettenzahl	75		
davon Einzelzimmer	5		5		
davon Doppelzimmer	35		70		
Öffnungstage:	365				
Anteil der Zielgruppen bzw. der gewünschte Zimmertyp an der Gesamtzahl der belegten Zimmer	jeweiliger Anteil	Anzahl der belegten Zimmer	Anzahl der belegten Betten	Verkaufspreise je Zimmer (ohne Frühstück)	Logiserlöse gesamt (ohne Frühstück)
Einzelzimmer lt. Preisliste	25%	1.278	1.278	63,50	81.153
Doppelzimmer lt. Preisliste	20%	1.022	2.044	77,00	78.694
Einzelzimmer Tagungen/Seminare	9%	460	460	57,15	26.289
Doppelzimmer Tagungen/Seminare	1%	51	102	61,60	3.142
Einzelzimmer Firmenraten	33%	1.686	1.686	53,98	91.002
Doppelzimmer Firmenraten	2%	102	204	65,45	6.676
Einzelzimmer Reisegruppen	1%	51	51	44,45	2.267
Doppelzimmer Reisegruppen	9%	460	920	53,90	24.794
total	100%	5.110	6.745		314.016
insgesamt belegte Zimmer		5.110			
insgesamt belegte Betten			6.745		
Dies ist ein Doppelbelegungsfaktor von		1,32			
Die Zimmerauslastung beträgt:		35,00%			
Die Bettenauslastung beträgt:		24,64%			
Netto-Logis-Erlös je belegtem Zimmer:		57,43			
Logisumsatz brutto					314.016
abzüglich Mehrwertsteuer 7 %					20.543
Logisumsatz netto					293.473

Frühstück und sonstige Verpflegungsleistungen sind nicht enthalten.

5.2.3 Die Betriebsvorausschau bis zum Betriebsergebnis 1

Nachfolgend wird auf jene Umsatz- und Kostenpositionen (die Definitionen hierfür befinden sich im Anhang) eingegangen, die zum Betriebsergebnis 1 führen:

Zimmerauslastung:

Die Basis bilden 40 Zimmer mit 75 Betten (35 Doppel- und 5 Einzelzimmer). Für das erste Jahr der Berechnung schätzen wir eine Zimmerauslastung von 35% bei geeigneten, frühzeitigen Marketingmaßnahmen als erreichbar ein. Diese steigt im 2. Jahr kräftig um 10 Prozentpunkte auf 45%, danach durch die Festigung der Marktposition nochmals um hohe 5 Prozentpunkte auf 50% Jahr 3. Dabei bleibt es dann auch in den weiteren Jahren, noch höhere Auslastungen können aus Gründen der kaufmännischen Vorsicht und bei den unterstellten, jährlichen Preissteigerungen nicht angesetzt werden.

Bettenauslastung:

Vorbemerkung: Da heute fast alle modernen Hotels zum weitaus überwiegenden Teil Doppelzimmer ausweisen, diese jedoch im Segment Geschäftsreisen vornehmlich einzeln belegt werden, wird in der Hotellerie primär die Zimmerauslastung betrachtet. So bedeutet statistisch die Belegung eines Doppelzimmers mit einer Person eine Bettenauslastung von 50% und eine Zimmerauslastung von 100%. Es kommt daher zu teilweise beträchtlichen Abweichungen zwischen prozentualer Betten- und Zimmerauslastung.

Die Zimmerauslastung von 35% im Jahr 1 bis steigend auf 50% im und ab dem Jahr 3 entspricht einer Bettenauslastung von 24,6% im Jahr 1. In den Folgejahren steigt sie auf bis zu 35,2%. Damit liegt sie um 4,5 Prozentpunkte oder 15% über der durchschnittlichen Bettenauslastung der Hotels in Haßfurt im Jahr 2010, dies bei nur 5 Einzelzimmern (= 13%) von 40 Zimmern. Ein, wie in älteren Hotels häufig vorzufindender weit aus größerer Anteil von Einzelzimmern in Relation zu den Doppelzimmern würde aufgrund einer dann reduzierten Bettenzahl zu einer statistisch spürbar höheren prozentualen Bettenauslastung führen.

Logisumsatz:

Auf der Basis der ermittelten ARR von € 57,43 ermittelt sich der Logisumsatz im Jahr 1 mit T€ 293,5. Im darauffolgenden Jahr beträgt er T€ 384,9 und steigt auf bis zu T€ 453,8 im Jahr 5 an. Eine sehr wichtige Kennzahl im Logisbereich stellt der **REVPAR** (Revenue per available Room) dar. Der REVPAR bezeichnet den Logisnettoerlös dividiert durch die Anzahl der verfügbaren (nicht der belegten) Zimmer. Damit wird neben dem Durchschnittserlös ARR mit der Kennzahl REVPAR auch die Auslastung erfaßt. Der REVPAR beträgt im Jahr 1 € 20,10 und steigt in den 4 darauffolgenden Jahren stark um über 50% auf € 31,1 an.

Gastronomieumsatz:

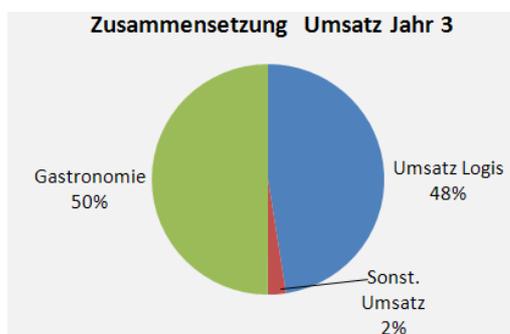
Die Gastronomieumsätze belaufen sich auf T€ 341,9 im 1. Jahr, danach steigen sie auf bis zu T€ 477,1 im letzten Jahr dieser Prognose. Sie setzen sich aus dem Frühstück aller Hotelgäste sowie allen anderen Speisen- und Getränkeumsätzen sowohl der Hotelgäste als auch externer Gäste zusammen. Dabei wird unterstellt, daß der Betreiber seine Gastronomieleistungen auch offensiv den externen Gästen verkauft. 53% des Gastronomieumsatzes entfallen auf Speisen, 45% auf Getränke und 2% auf Sonstiges (Handelswaren etc.).

Nebenerlöse:

Die Nebenerlöse errechnen sich vornehmlich aus den Bereichen Tagungsraum-Mieten sowie den Sonstigen Erlöse (Telefon, Fax, Souvenirs...) und betragen 2,5% des Gesamtumsatzes.

Gesamtumsatz:

Das Hotel erreicht so Gesamtumsätze von T€ 651,5 bis T€ 955. Dies entspricht umgelegt je verfügbaren Zimmer und Jahr (=Branchenkennzahl TREVPAR) T€ 16,3 bis T€ 23,9. Die entsprechende Branchenkennzahl beträgt T€ 18 womit der optimistische Ansatz der Prognose deutlich wird.



Warenkosten/-einsatz:

Der Wareneinsatz beträgt 29% für die Speisen- und 26% für die Getränkeumsätze sowie 36% an Sonstigen Warenkosten. In Summe sind dies zwischen T€ 95 im Jahr und T€ 132,6 in den Berechnungsjahren. Dies entspricht 27,8% des Gastronomieumsatzes.

Personalkosten:

Die Personalkosten betragen im ersten Betriebsjahr 36% des Gesamtumsatzes oder T€ 234,5. Sie steigen in den Folgejahren in absoluten Zahlen auf bis zu T€ 263,9 an. Prozentual gesehen sinken sie und liegen im Schnitt der 5 Jahre je Jahr bei 29,7%.

Energiekosten:

Darauf entfallen zwischen jährlich T€ 52,1 bis T€ 63,4 oder zwischen anfangs 8% bis sinkend auf 6,6% des Gesamtumsatzes. Im Schnitt der 5 Jahre sind es 6,7% je Jahr.

Steuern/Gebühren/Versicherungen:

Diese Position erfordert Kosten zwischen T€ 19,6 bis T€ 22 oder durchschnittlich T€ 20,8 je Jahr in den 5 Jahren (= 2,4% im Durchschnitt je Jahr).

Betriebs- und Verwaltungskosten:

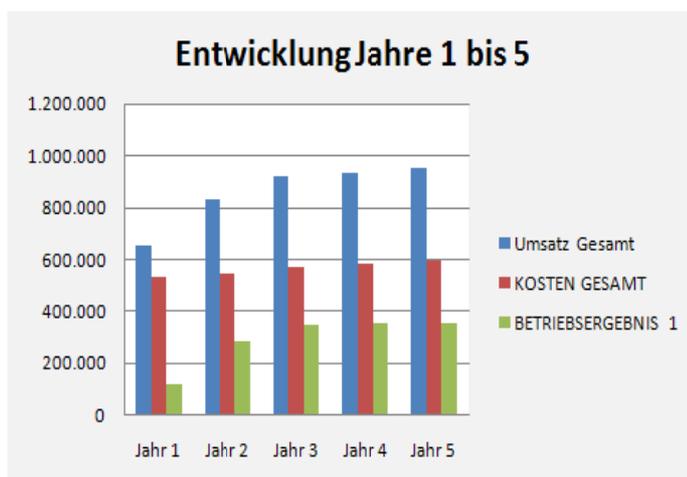
Dies ist nach den Personal- und Warenkosten die drittgrößte Kostenposition. Sie erfordert im und wegen dem Jahr 1 als Startjahr T€ 130,3. Im Jahr 2 belaufen sich die relevanten Kosten auf T€ 108,2, danach steigen sie moderat auf bis zu T€ 114,6 an. Umgelegt je Jahr bedeutet dies im Schnitt der 5 Jahre 13,4% pro Jahr.

Gesamtkosten:

Der Betrieb des Hotels verursacht operative Gesamtkosten in Höhe von T€ 531,5 bis T€ 596,5 oder 81,6% bis sinkend auf 62,5% des Umsatzes.

Betriebsergebnis 1 (BE 1, operatives Ergebnis):

Damit wird ein **BE 1** von T€ 120 bis stark auf T€ 358,5 je Jahr steigend erwirtschaftet. Dieses BE 1 beträgt 18,4% bis 37,5% des Nettoumsatzes. Bereits im und ab dem Jahr 3 liegt es über dem Branchenvergleichswert von 35,8%. Auch daraus wird ersichtlich, daß mit optimierten Kosten und damit mit einer optimistischen Grundhaltung kalkuliert wurde.



Die nachstehende Tabelle zeigt weitere Details zu den vorgenannten Ausführungen:

Musterrechnung für das Hotelprojekt Haßfurt

Betriebs-Vorausschau (Nettobeträge)

Betriebsjahr	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5
Zimmerzahl	40	40	40	40	40
Bettenzahl	75	75	75	75	75
Öffnungstage	365	365	365	365	365
Auslastung Zimmer auf 365 Tage bezogen	35,0%	45,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Auslastung Betten auf 365 Tage bezogen	24,6%	31,7%	35,2%	35,2%	35,2%
Doppelbelegungsfaktor	1,32	1,32	1,32	1,32	1,32
Anzahl belegte Zimmer	5.110	6.570	7.300	7.300	7.300
Anzahl belegte Betten	6.745	8.672	9.636	9.636	9.636
Netto-Logis-Umsatz je belegt. Zimmer (ARR) in €	57,43 €	58,58 €	59,75 €	60,95 €	62,17 €
- " - je verfügbarem Zimmer (REVPAR) in €	20,10 €	26,36 €	29,88 €	30,47 €	31,08 €
Gäste-Frühstücke	100%	100%	100%	100%	100%
Anzahl Frühstücke	6.745	8.672	9.636	9.636	9.636
Erlös je Frühstück	5,46 €	5,46 €	5,89 €	5,89 €	6,30 €
Umsätze					
Umsatz Logis	293.473 €	384.869 €	436.185 €	444.909 €	453.807 €
Umsatz Gastronomie inkl. Handelswaren	341.896 €	425.954 €	458.610 €	467.783 €	477.138 €
davon Speisenumsatz	181.889 €	226.607 €	243.981 €	248.860 €	253.838 €
davon Getränkeumsatz	153.170 €	190.827 €	205.457 €	209.567 €	213.758 €
davon Umsatz Handelswaren	6.838 €	8.519 €	9.172 €	9.356 €	9.543 €
Sonstiger Umsatz (Mieten, Fon, Fax, Souv., etc.)	16.141 €	21.168 €	23.118 €	23.580 €	24.052 €
Umsatz Gesamt	651.510 €	831.991 €	917.913 €	936.271 €	954.997 €
Umsatz je verfügbarem Zimmer/Jahr (TREVPAR)	16.288 €	20.800 €	22.948 €	23.407 €	23.875 €
Kosten					
WARENKOSTEN (WES)					
Warenkosten vom Speisenumsatz	29,0%	29,0%	29,0%	29,0%	29,0%
Warenkosten vom Speisenumsatz	52.748 €	65.716 €	70.754 €	72.169 €	73.613 €
Warenkosten vom Getränkeumsatz	26,0%	26,0%	26,0%	26,0%	26,0%
Warenkosten vom Getränkeumsatz	39.824 €	49.615 €	53.419 €	54.487 €	55.577 €
Warenkosten gesamt von Gastronomieumsatz	27,8%	27,8%	27,8%	27,8%	27,8%
Warenkosten Sonstige Waren (inkl. Handelsw.)	2.462 €	3.067 €	3.302 €	3.368 €	3.435 €
Wareneinsatz gesamt	95.033 €	118.398 €	127.475 €	130.025 €	132.625 €
PERSONALKOSTEN					
vom Umsatz gesamt	36,0%	29,6%	27,6%	27,6%	27,6%
Personalkosten gesamt inkl. Geringfügig Beschäft.	234.544 €	246.271 €	253.659 €	258.732 €	263.907 €
SONSTIGE KOSTEN					
Energiekosten	8,0%	6,6%	6,3%	6,4%	6,6%
Energiekosten	52.121 €	54.727 €	57.463 €	60.336 €	63.353 €
Steuern, Gebühren, Versicherungen	3,0%	2,4%	2,3%	2,3%	2,3%
Steuern, Gebühren, Versicherungen	19.545 €	20.132 €	20.736 €	21.358 €	21.998 €
Sonstige Betriebs- und Verwaltungskosten	20,0%	13,0%	12,0%	12,0%	12,0%
Sonstige Betriebs- und Verwaltungskosten	130.302 €	108.159 €	110.150 €	112.353 €	114.600 €
Gesamt	31,0%	22,0%	20,5%	20,7%	20,9%
Sonstige Kosten gesamt	201.968 €	183.017 €	188.348 €	194.047 €	199.951 €
KOSTEN GESAMT	531.545	547.686	569.483	582.804	596.483
UMSATZ TOTAL	651.510 €	831.991 €	917.913 €	936.271 €	954.997 €
KOSTEN TOTAL	531.545 €	547.686 €	569.483 €	582.804 €	596.483 €
Kosten total	81,6%	65,8%	62,0%	62,2%	62,5%
BETRIEBSERGEBNIS 1	119.965 €	284.304 €	348.430 €	353.468 €	358.513 €
von Netto-Umsatz	18,4%	34,2%	38,0%	37,8%	37,5%

5.2.4 Vom Betriebsergebnis 1 bis zum Betriebsergebnis 2

Nachfolgend werden jene Positionen aufgeführt, die vom (operativen) BE 1 zum BE 2 führen:

Reparaturen, Instandhaltungen und Ersatzbeschaffungen:

Aufgrund der Tatsache, daß es sich um einen Neubau handelt, wurden in den ersten 5 Jahren nur 1,5% bzw. 2% des Umsatzes für Reparaturen, Instandhaltungen und Ersatzbeschaffungen veranschlagt.

Instandhaltungsrücklage/Anlagebedingte Kosten:

Hierfür werden als absolutes Minimum 1% des Jahresumsatzes berücksichtigt.

Reserveposition:

Als Reserveposition werden 1% des Nettoumsatzes eingeplant.

Kalkulatorischer Unternehmerlohn:

Dieser ist naturgemäß mit die wesentlichste Position bei der Beurteilung der Attraktivität eines Hotelprojektes aus Betreibersicht. Hier werden T€ 80 je Jahr als **untere Grenze, um das Projekt überhaupt als interessant** darstellen zu können, angesetzt.

Zwischen-Betriebsergebnis:

Die obigen Positionen führen zu einem Zwischen-Betriebsergebnis, welches T€ 17,2 bis T€ 240,3 oder T€ 179,4 im Schnitt der 5 Jahre umgelegt je Jahr beträgt.

Betriebsjahr	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5
BETRIEBSERGEBNIS 1	119.965 €	284.304 €	348.430 €	353.468 €	358.513 €
vom Netto-Umsatz	18,4%	34,2%	38,0%	37,8%	37,5%
Instandhaltung (inklusive GwG)	1,5%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Instandhaltung (inklusive GwG)	9.773 €	16.640 €	18.358 €	18.725 €	19.100 €
Instandhaltungsrücklage/Anlagebed. Kosten	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Instandhaltungsrücklage/Anlagebed. Kosten	6.515 €	8.320 €	9.179 €	9.363 €	9.550 €
Sonstige Kosten/Reserve	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Sonstige Kosten/Reserve	6.515 €	8.320 €	9.179 €	9.363 €	9.550 €
Kalkulat. Unternehmerlohn in % vom Umsatz	12,3%	9,6%	8,7%	8,5%	8,4%
Kalkulat. Unternehmerlohn (vor Steuern)	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
Zwischen-Betriebsergebnis	17.162	171.025	231.714	236.017	240.313
(vor Annuität und Steuern)	2,6%	20,6%	25,2%	25,2%	25,2%

Annuität:

Die Gesamtinvestition beträgt T€ 3.519,8. Zur Ermittlung der Annuität wird die Einbringung eines Eigenkapitals von 20% = T€ 703,9 sowie ein kalkulatorischer Zinssatz von (auf lange Sicht) 5% sowie eine anfängliche Tilgung von 3%, somit insgesamt 8%, unterstellt. Damit beträgt die Annuität T€ 225,3.

Betriebsergebnis 2 (BE2):

Das BE 2 ist in den ersten beiden Jahren stark negativ (T€ -128,1 und T€ -54,2), in den 3 Folgejahren werden nur zwischen T€ 6,4 bis T€ 15,1 jährlich erreicht. Im Durchschnitt der 5 Jahre sind es T€ -46 je Jahr.

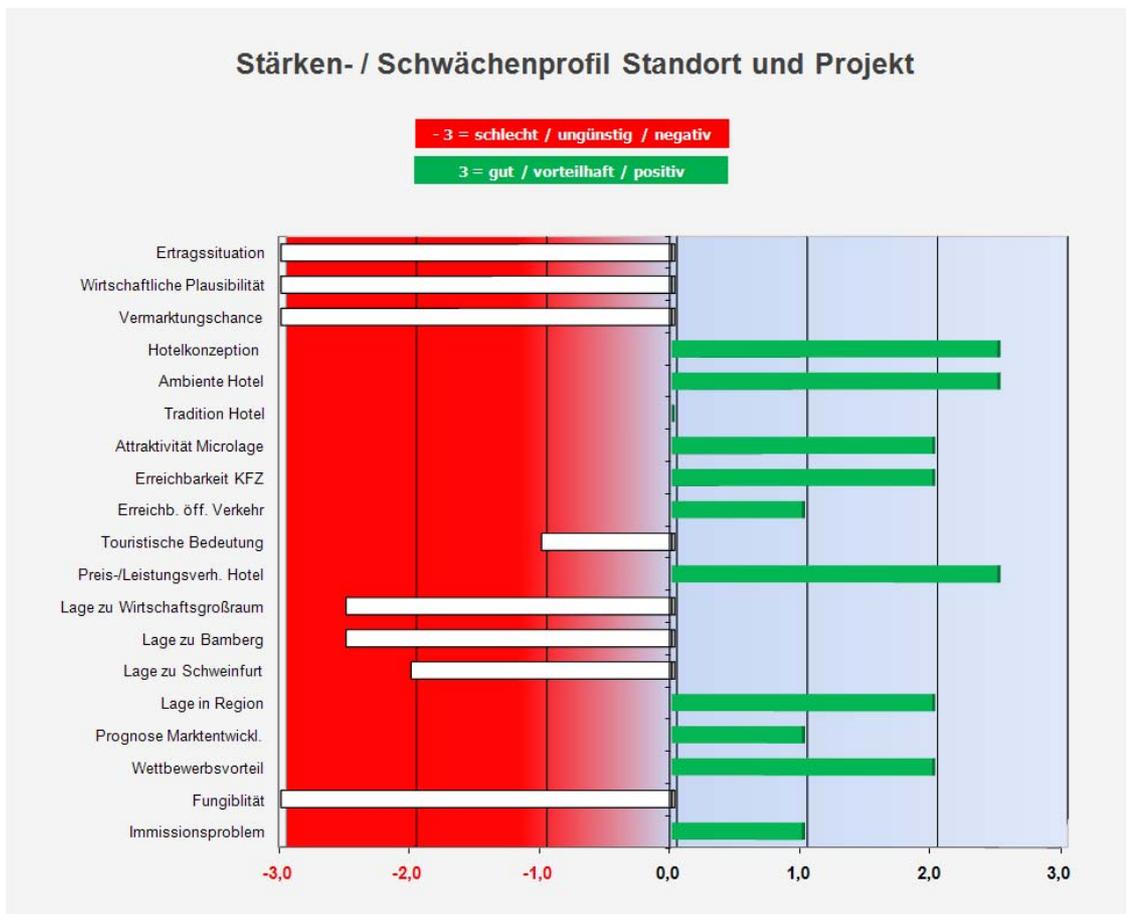
Gewinn/Betreiberprofit vor Steuern:

Der Gewinn, somit der Betreiberprofit inklusive dem Unternehmerlohn vor Steuern von T€ 80 als Untergrenze für ein derartiges Engagement beträgt im Jahr 1 T€ -128,1, im Jahr darauf T€ 25,8. In den Jahren 3 bis 5 steigt er auf T€ 86,5 bis T€ 95,1. Erst im 4. Jahr können die bis zum Jahr davor aufgelaufenen negativen Ergebnisse ausgeglichen werden. In den ersten 5 Jahren beträgt der Gewinn/Betreiberprofit umgelegt demnach **nur T€ 34 oder nur 1% der Investitionssumme je Jahr.**

Betriebsjahr	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5
Zwischen-Betriebsergebnis	17.162 €	171.025 €	231.714 €	236.017 €	240.313 €
(vor Annuität und Steuern)	2,6%	20,6%	25,2%	25,2%	25,2%
Belastung aus Annuität	225.262 €	225.262 €	225.262 €	225.262 €	225.262 €
Annuität vom Gesamtumsatz	34,6%	27,1%	24,5%	24,1%	23,6%
BETRIEBSERGEBNIS 2	-208.100 €	-54.237 €	6.452 €	10.755 €	15.051 €
vom Netto-Umsatz, vor Steuern	-31,9%	-6,5%	0,7%	1,1%	1,6%
Gewinn / Betreiberprofit vor Steuern	-128.100 €	25.763 €	86.452 €	90.755 €	95.051 €
(=Kalk. Unternehmerlohn + BE 2)	-19,7%	3,1%	9,4%	9,7%	10,0%
Gewinn/Betreiberprofit vor Steuern kumuliert		-102.337 €	-15.885 €	74.869 €	169.921 €
entspricht Schnitt pro Jahr in Zeitraum von 5 Jahren					33.984 €
entspricht Durchschnitt % p.a. der Gesamtinvestition					1,0%

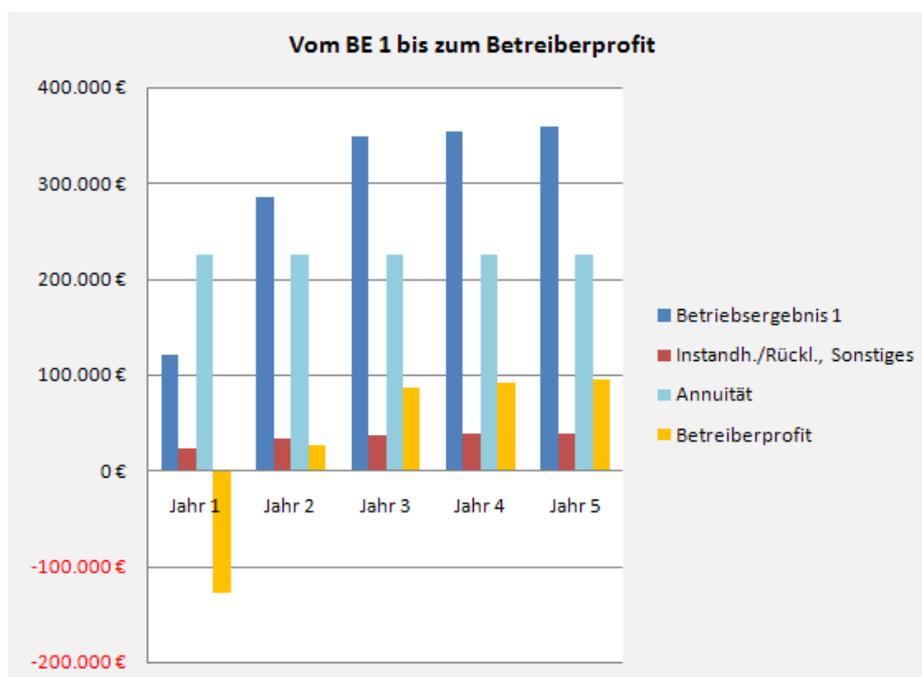
5.3 Stärken-/Schwächenprofil Standort und Hotelprojekt

Das nachstehende Diagramm zeigt die Stärken und Schwächen des Projektes in graphischer Form:



5.4 Ergebnis der Plausibilitätsprüfung und Vermarktungschancen des Hotelprojektes

Bei der Erstellung der Betriebsvorausschau wurden **optimistische Prämissen angesetzt, bei der Ermittlung der Investitionskosten wurden nur Werte im unteren Bereich (Flächen/Raumprogramm, Bau- und Ausstattungskosten) zugrundegelegt um die Realisierungschancen des Hotelprojektes Haßfurt mit einer positiven Grundhaltung zu prüfen**. Es zeigt sich dennoch eine betriebswirtschaftlich absolut uninteressante Situation. Denn in den ersten 5 Jahren entsteht bei Ansatz eines nur im unteren Erwartungsbereich eines Hotelbetreibers liegenden kalkulatorischen Unternehmerlohnes von T€ 80 nur insgesamt ein Gewinn/Betreiberprofit von T€ 34 umgelegt je Jahr oder nur 1% der Investitionssumme. Dies jedoch bei einem Ergebnis von T€ -128 im Jahr 1 und geringen T€ 25,8 im Jahr 2. Dies führt dazu, daß der Betreiber erst im Jahr 4 die kumulierten (Negativ-) Ergebnisse der Jahre 1 bis 3 ausgleichen kann. Die Entwicklung ab dem BE 1 in den ersten 5 Jahren wird nachfolgend nochmals in graphischer Form dargestellt.



Die unzureichende Profitabilität des Hotelprojektes in Haßfurt wird durch die in dieser Arbeit vorgenommenen Berechnungen deutlich. Damit ist zu konstatieren, daß ein neues Hotel in Haßfurt in einer u.a. durch die Umfrage untermauerte nachfrage- und nutzergerechten Konzeption keine wirtschaftliche Plausibilität erreichen kann. Daher ist die Chance der Beschaffung eines Käufers/Betreibers, somit die **Vermarktungschance, als nicht gegeben** zu bewerten. Eine Verbesserung der Rentabilität, somit der Machbarkeit und damit einer Vermarktungschance könnte ev. über den Erhalt von Förderungen seitens der öffentlichen Hand erreicht werden.

6 Fazit

Die vorstehende Machbarkeitsstudie prüft die Realisierung einer Hotelansiedlung in Haßfurt. Sie setzt sich mit der Region Haßfurt und der Stadt als Hotelstandort ebenso auseinander wie mit der detaillierten Erarbeitung der von einer wichtigen Zielgruppe abzuleitenden Nachfrage nach hoteltypischen Leistungen. Es handelt sich hierbei um die am Standort wie auch in der Region ansässigen Unternehmen, die bezüglich der von ihnen ausgehenden Nachfrage in Form einer detaillierten Umfrage, teilweise von der Stadt Haßfurt versandt, befragt wurde. Die Umfrageergebnisse, dies bei einer hohen Rücklaufquote, ergeben ein gutes Bild sowohl über die Nachfrage nach hoteltypischen Leistungen als auch über die gewünschte Konfiguration eines Hotels am Standort Haßfurt. Die Betrachtung des Standortes, die Berücksichtigung der Umfrageergebnisse sowie weiter über diese Erkenntnisse hinausgehende Recherchen, u.a. über den Hotelmarkt vor Ort, zeigen die mögliche Qualität des Hotelstandortes. Auf dieser Basis konnte aus einer Auswahl der am besten geeigneten Mikrostandort ermittelt werden. Diese nicht nur positiven, nachfrageorientierten Zwischenergebnisse führten zu konkreten Anforderungen an ein neues Hotel, welches in der daraus abgeleiteten Konfiguration ca. 40 Zimmer sowie weitere Flächen für Gastronomie, Tagung und Wellness im 3*-Segment umfaßt. Aus diesen Anforderungen lassen sich die Investitionskosten für ein neues Hotel ermitteln, ebenso wie die hiermit zu erwirtschaftenden Betriebsergebnisse. Unabhängig von etwaigen Renditeerwartungen des Projektinitiators muß als Ergebnis erkannt werden, daß die Qualität und Quantität der Nachfrage am Standort Haßfurt nicht ausreicht um ein neu zu erstellendes Hotel derart zu betreiben, daß die notwendigen optimistisch niedrig angesetzten Investitionskosten nur annähernd marktkonform erwirtschaftet werden können. Es muß somit festgestellt werden, daß der Standort Haßfurt aus Sicht eines Hotelbetreibers und –eigentümers unattraktiv ist und somit eine Hotelansiedlung unter den typischen Marktmechanismen nicht möglich sein wird.

7 Haftung

Die vorliegende Arbeit wurde von der

RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG
Am Reiserfeld 11
D-94072 Bad Füssing

erstellt und dient ausschließlich dazu, dem Auftraggeber und Projektbeteiligten die erbetenen Informationen zu liefern und zu eigenen Wirtschaftlichkeitsüberlegungen anzuregen.

Die Arbeit beruht zum Teil auf uns zur Verfügung gestellten Unterlagen, öffentlich zugänglichem Informationsmaterial, dessen Richtigkeit wir nicht prüfen konnten und zum Teil auf unseren eigenen Einschätzungen, Prognosen, Wertungen und darauf aufbauenden Berechnungen, die nicht Grundlage für eigene Entscheidung Dritter sein sollen oder können. Den Ausführungen liegen stichtagsbezogene Marktverhältnisse zugrunde, die sich verändern können. Bei vorgeschlagenen Projektrealisierungen ist auf eine exakte, professionelle Umsetzung zu achten.

Die Arbeit erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Es können gegen die RCM keine Rechte/Ansprüche aus den getroffenen Feststellungen abgeleitet werden. Demgemäß übernehmen wir mit der Vorlage der Arbeit keinerlei vertragliche Haftung. Eine etwa gleichwohl bestehende Haftung wird beschränkt, soweit dies gesetzlich zulässig ist.



Johann Landlinger

Jan Ewertz

27. Juni 2011

8 Anhang

8.1 Erläuterungen zu den Begriffen in der Betriebsvorausschau

Nachstehend befindet sich eine Übersicht, in der wesentliche Positionen aus Ist-Analysen bzw. Prognoserechnungen der RCM näher erläutert werden:

Umsätze

Die Umsätze gliedern sich üblicherweise wie folgt:

Beherbergungsumsatz

Die Umsätze aus Beherbergungsleistungen werden einschließlich Bedienungsgeld und vor Abzug eventueller Provisionen, jedoch ohne Frühstück, Telefon und ähnliches sowie ohne Mehrwertsteuer errechnet

Gastronomieumsatz

Die Gastronomieumsätze verstehen sich ohne Mehrwertsteuer und resultieren aus Speisen (einschließlich Frühstück), Getränken (einschließlich eventueller getränkesspezifischer Steuern), aus Handelswaren wie auch aus dem Bedienungsgeld

Sonstige betriebliche Erträge

Diese umfassen Einnahmen aus Telefonbenutzung und Erträge aus Vermietung von Tagungsräumen, betrieblichen Kapazitäten und Garagen. Nicht enthalten sind durchlaufende Posten wie Kurtaxe und Mehrwertsteuer.

Kosten

Die Kosten setzen sich im Normalfall wie folgt zusammen:

Warenkosten

Die Warenkosten beziffern den tatsächlichen Verbrauch an Lebensmitteln und Handelswaren zu Einstandspreisen, d. h. ohne Mehrwertsteuer, jedoch einschließlich Fracht, Rollgeld, Verpackung, Zoll, Verbrauchssteuern, wie Sektsteuer etc.

Personalkosten

Darin sind alle Kosten für das Personal, einschließlich der gesetzlichen und freiwilligen sozialen Aufwendungen, einschließlich Sachleistungen aller Art wie Kost und Wohnung (bewertet nach amtlichen Richtsätzen), Fahrgeld etc. sowie sonstige personalbezogene Aufwendungen für Dienstkleidung, Inserate für Personalwerbung etc. enthalten

Energie

Die Energiekosten werden von den Warenkosten getrennt ausgewiesen. Hierunter fallen sämtliche Kosten für Strom, Gas, Wasser, Heizung und Klimatisierung.

Steuern, Versicherungen, Beiträge

In dieser Position sind alle Steuern, die nicht ertragsabhängig sind (z. B. Grundsteuer) enthalten. Zu den Beiträgen gehören Abgaben, die für bestimmte Leistungen des Staates bezahlt werden wie Eichgebühren oder Erschließungsbeiträge. Die Versicherungen umfassen alle Versicherungsprämien mit Ausnahme der Kfz-Versicherung.

Betriebs- und Verwaltungskosten

Hierzu gehören alle sonstigen laufenden Betriebskosten inklusive der betriebsbedingten Kosten für die Kraftfahrzeughaltung (Treibstoff, Reparaturen, Fahrzeugversicherungen, Kraftfahrzeugsteuer). Ev. Aufwendungen für KFZ-Leasing / -Miete sind in der entsprechend definierten Position enthalten. Dazu werden in den Betriebs- und Verwaltungskosten die Kosten für Wäschereinigung, Reinigungsmaterial, Entsorgung, eventuelle Zimmerfremdreinigung, Zeitungen und Zeitschriften, Büromaterial, Porto, Telefon, Werbung und Marketing, Provisionen, Rechts- und Beratungsaufwendungen erfaßt.

Sonstige Positionen

Hotelberatung

Kosten, die für laufende oder projektbezogene Beratungsleistungen entstehen

Instandhaltung

Dazu gehören nichtaktivierte fremde Leistungen für Betriebs- und Geschäftsräume, Maschinen, Einrichtungsgegenstände, Geräte und dergleichen (außer Kraftfahrzeuge) sowie Reparatur-Aufwand und Aufwendungen der Wartungsverträge

Kalkulatorischer Unternehmerlohn

Da der Hotel-Unternehmer/Betreiber als Selbständiger üblicherweise kein Gehalt beziehen kann wird hierfür wie auch für das unternehmerische Risiko ersatzweise der vorgenannte Begriff verwendet

Leasing / Mietkauf

Hier erscheinen die Mietkauf- und Leasingaufwendungen für Fahrzeuge aller Art, Maschinen, Bürotechnik, EDV-Anlagen, Geräte, Fernseher und dergleichen

Miete/Pachten

Hier werden alle Beträge für das Anmieten von Betriebsräumlichkeiten verbucht

Management / Franchisegebühren

Erfassung aller Kosten durch Management- oder Franchiseverträge oder durch Umsatzbeteiligungen

Abschreibungen / GWG

Hierin sind sowohl die steuerlichen Abschreibungen auf langlebige Wirtschaftsgüter wie Gebäude, Maschinen, Inneneinrichtung und Fahrzeuge als auch die Vollabschreibungen der geringwertigen Wirtschaftsgüter enthalten.

Zinsen

Neben den Darlehenszinsen werden hier die Diskontsätze und die Provisionen für Bankkredite eingeordnet.

Sonstiger Aufwand

Umfaßt sämtliche Kosten, die nicht direkt dem betrieblichen Vorgang zuzuordnen sind und unregelmäßig vorkommen (z. B. Wertberichtigungen, Verluste aus Anlagenabgängen)

Sonstige Erträge

Umfaßt alle Erträge, die nicht direkt den betrieblichen Vorgängen zuzuordnen sind (z. B. Versicherungsentschädigungen, Erträge aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens, Zinsen und ähnliche Erträge, Auflösung von Rückstellungen)

8.2 Muster Anschreiben und Fragebogen Umfrage Hotelprojekt



Der Bürgermeister der Stadt Haßfurt

Der Bürgermeister der Stadt Haßfurt - Hauptstraße 5 - 97437 Haßfurt

Haßfurt, **14.03.2011**

«Firma»
 «Firmenname»
 «Anrede» «Vorname» «Nachname»
 «Straße»
 «PLZ_und_Ort»

Telefon: 09521/688110
 Fax: 09521/688283
 E-Mail: rudi.eck@hassfurt.de
 Internet: www.hassfurt.de

Der Hotelstandort Haßfurt

Sehr geehrte«Anrede_2»,

als Bürgermeister der Stadt Haßfurt bin ich sowohl im Interesse der Bürger als auch der ansässigen Unternehmen bestrebt, dem Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten und aus der Gastronomie neue, zusätzliche Impulse zu geben. Unser Ziel ist es, dem Wunsch vieler nachzukommen und am Standort Haßfurt ein weiteres Hotel anzusiedeln.

Eine wesentliche Voraussetzung für die Ansiedlung eines Hotelbetriebes ist unter anderem den Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten und die Anforderungen an ein Hotel exakt zu kennen.

Für die Unterstützung unseres Vorhabens haben wir ein seit 14 Jahren auf die Belange der Hotellerie spezialisiertes Beratungsunternehmen, die RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG, welche über das hierfür notwendige Branchen Know-how verfügt, eingebunden.

Die RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG erstellt im Auftrag der Stadt Haßfurt eine Machbarkeitsstudie, bei der die Anforderungen vom Markt an ein Hotel in Haßfurt eine wichtige Basis für die weiteren Arbeiten darstellen. Der beiliegende Erhebungsbogen dient somit dem Zweck, mehr über Ihre Anforderungen und Ansprüche zu erfahren. Nutzen Sie bitte die Möglichkeit, an dieser Aufgabe mitzuwirken, um so einen Teil der Zukunft der Stadt ggfs. neu mit zu gestalten. Senden Sie bitte den ausgefüllten Bogen direkt an die RCM zurück. Die RCM sichert Ihnen schon jetzt absolute Vertraulichkeit Ihrer Angaben und deren ausschließliche Verwendung für den hier dargestellten Zweck zu.

Vielen Dank für Ihre Bemühungen und Ihre Mithilfe als Unternehmen in Haßfurt.

Mit freundlichen Grüßen

Eck
 Erster Bürgermeister



RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG, Am Reiserfeld 11, D-94072 Bad Füssing

«Firma»
«Firmenname»
«Anrede» «Vorname» «Nachname»
«Straße»
«PLZ_und_Ort»

**RCM Hotel-Consulting
GmbH & Co. KG**

Am Reiserfeld 11
D-94072 Bad Füssing
T 0 85 31 - 98 12 27
F 0 85 31 - 98 12 28

Schulzenstraße 31e
D-45800 Gelsenkirchen
T 02 09 - 1 48 51 23
F 02 09 - 1 48 51 25

16.03.2011

Unter den Eichen 105a
D-12203 Berlin
T 030 - 78 77 76 27
F 030 - 78 77 76 28

hotel@rcm-consulting.com
rcm-consulting.com

Weitere Gesellschaft:
Büroarchitektur-RCM
Hotelberatung GmbH

Der Hotelstandort Haßfurt

«Ansprache» «Anrede_2» «Nachname»,

im Auftrag der Stadt Haßfurt bitten wir Sie heute um Ihre persönliche Unterstützung. Diese benötigen wir um zu erfahren, welche Anforderungen Sie und Ihr Unternehmen an einen potentiellen neuen Hotelbetrieb in Haßfurt stellen.

Die Machbarkeit eines solchen Vorhabens gilt es vor der Ansprache möglicher Hotelbetreiber oder –investoren zu prüfen. Eine Aufgabe die der RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG anvertraut wurde. Wir sind ein seit mehr als 14 Jahren auf die Belange der Hotellerie spezialisiertes Beratungsunternehmen, welches über das für die objektive Lösung dieser Aufgabenstellung notwendige Branchen-Know-how verfügt. Daher wissen wir auch, wie wichtig die Akzeptanz eines Hotelbetriebes in der Region für dessen wirtschaftlichen Erfolg ist. Nur wenn dieser gegeben ist, kann eine Realisierung erfolgen.

Neben den guten Qualitäten des Betreibers muß das Hotel auch den Anforderungen und Ansprüchen seiner Gäste- und somit Zielgruppen genügen. Diese zu ergründen dient unser heutiges Anliegen. Denn nichts ist sinnvoller als potentielle Gäste oder Kunden, welche wiederum ihren Gästen eine komfortable Unterkunft bieten wollen, nach Ihren Vorstellungen kurz zu befragen. Daher bitten wir Sie uns den beiliegenden Fragebogen ausgefüllt zurückzusenden.

Wir sichern Ihnen schon jetzt absolute Vertraulichkeit Ihrer Angaben und deren ausschließliche Verwendung für den hier dargestellten Zweck zu. Nutzen Sie die Gelegenheit sich aktiv in den Prozeß einer möglichen neuen Hotel-Entwicklung mit einzubringen, selbstverständlich ohne jedwede Verpflichtung. Ihre Meinung und Ansprüche sind für dieses Projekt gefragt! Wir danken Ihnen für Ihre Bemühungen und verbleiben

mit freundlichen Grüßen



J. Landlinger

Johann Landlinger

J. Ewertz

Jan Ewertz

RCM Hotel-Consulting
GmbH & Co. KG,
AG Passau - HRB 11581
Komplementär:
RCM Consulting GmbH,
AG Passau - HRB 5487

Bankverbindung:
Sparkasse Passau,
Konto-Nr. 570071712,
BLZ 740 000 00
IBAN:
DE52 4399 0000 5700 7171 2,
BIC: SYLAD33HAN

Am Reiserfeld 11
D-94072 Bad Füssing
Geschäftsführer:
Johann Landlinger,
Jan Ewertz
Ust-IdNr. DE213883039

Falls per Rückfax an RCM: Bitte beachten Sie auch die **Rückseite** - Fax-Nr. 08531/981228

RCM Hotel-Consulting GmbH & Co. KG
Am Reiserfeld 11
D-94072 Bad Füssing
08531/981227



Fragebogen zum Thema Hotelprojekt in Haßfurt

Firma: _____ Adresse: _____

Kontaktperson: _____ Telefon: _____ E-Mail: _____

1. Besteht in Ihrem Unternehmen grundsätzlich Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten in Hotels in Haßfurt, sofern Sie ein passendes Hotelangebot vorfinden?

Nur 1 Antwort möglich:

- sehr häufig
- oft
- selten oder nie

2. Wie hoch ist der jährliche Übernachtungsbedarf Ihres Unternehmens in Haßfurt?

Nur 1 Antwort möglich:

- 1-19 Übernachtungen
- 20-49 Übernachtungen
- 50-99 Übernachtungen
- 100-200 Übernachtungen
- mehr als 200 Übernachtungen

3. Welcher Hotel-Betriebstyp würde von Ihrem Unternehmen in Haßfurt überwiegend bevorzugt?

Nur 1 Antwort möglich:

- Hotel Garni (ohne Restaurant)
- Hotel mit Gastronomie und Tagungsräumen
- _____

4. Welche Komfortklasse würde Ihr Unternehmen für Haßfurt überwiegend bevorzugen?

Nur 1 Antwort möglich:

- 1* bis 2* Kategorie
(Tourist- bzw. Standard-Kategorie, einfache* bis mittlere** Ansprüche)
- 3* Kategorie (Komfort-Kategorie, gehobene Ansprüche)
- 4* Kategorie (First-Class, hohe Ansprüche)
- 5* Kategorie (Luxus-Class, höchste Ansprüche)

5. Welchen Preis ist Ihr Unternehmen bereit, für ein Einzelzimmer mit Frühstück in Haßfurt zu bezahlen?

Mehrere Antworten möglich:

- € bis maximal € in der 1* bis 2* Kategorie
- € bis maximal € in der 3* Kategorie
- € bis maximal € in der 4* Kategorie
- € bis maximal € in der 5* Kategorie

Bitte weiter auf der Rückseite

www.rcm-consulting.com

6. Auf welche Tage während der Woche fällt der Übernachtungsbedarf in Haßfurt überwiegend?
Nur 1 Antwort möglich:
- meist zwischen Montag und Freitag
 - meist am Wochenende
7. Wie lange ist üblicherweise die durchschnittliche Aufenthaltsdauer?
Nur 1 Antwort möglich:
- 1 Nacht
 - 2-3 Nächte
 - bis eine Woche
 - länger als eine Woche
8. Welchen Schwerpunkt bildet die Abhaltung von Tagungen/Seminaren/Schulungen in einem Hotel in Haßfurt in Ihrem Unternehmen?
Nur 1 Antwort möglich:
- sind ein starker bis absoluter Schwerpunkt in Haßfurt
 - sind weniger wichtig in Haßfurt
 - sind ohne Bedeutung in Haßfurt
9. Welchen Aussagen in Bezug auf ein Hotel in Haßfurt würden Sie aus der Sicht Ihres Unternehmens zustimmen?
Mehrere Antworten möglich:
- gute Verkehrsanbindung für PKW-Anreise
 - die kurze Entfernung zur Firma ist für die Wahl entscheidend
 - größere Hotels (ab 50 Zimmer) würden bevorzugt werden
 - der passende Betriebstyp ist entscheidend
 - die Zimmerpreise sind entscheidend
 - _____
10. An die Ausstattung eines Hotels in Haßfurt werden Ihrerseits folgende Anforderungen gestellt:
Mehrere Antworten möglich:
- Gastronomie in verschiedener Ausprägung
 - Hotelbar
 - Tagungs- und Veranstaltungsräume in variablen Größen
 - Saunen / Solarium
 - Fitneßraum
 - Hallenschwimmbad
 - Anwendungen wie z. B. Beauty, Massagen, sonstige Physiotherapie
 - _____
 - _____
11. Was halten Sie außerdem noch für besonders wichtig und erwähnenswert

12. Halten Sie Haßfurt aus der Sicht Ihres Unternehmens für einen geeigneten Hotelstandort?
- Ja
 - Nein

Datum: _____ Besten Dank für die Mithilfe!