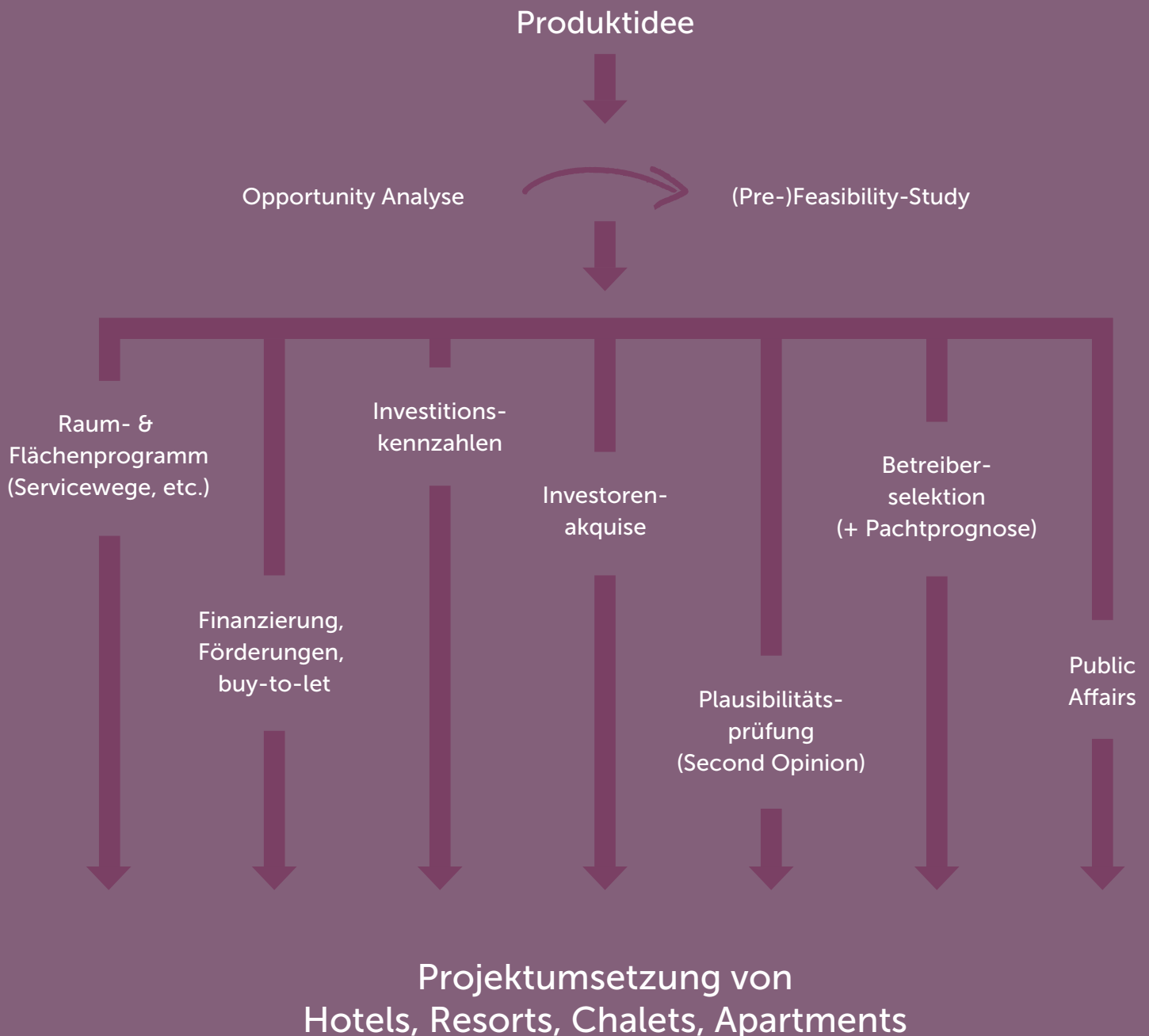


Der Weg zur rentablen Hotelimmobilie

Die Prodingler Beratungsgruppe bringt die Hotellerie und die Immobilienwirtschaft zusammen. Diese Verbindung betrifft zwei Branchen, die angesichts der zunehmenden Trennung von Hotelbetrieb und -besitz immer häufiger auch in den Ferienregionen miteinander zu tun bekommen.

Beratung ist immer so gut wie die Menschen, die dahinter stehen. Gerade in unsicheren Zeiten sind erfahrene Begleiter gefragt,

die in der Lage sind, das Optimum aus einem Hotelumbau oder -Neubau herauszuholen. Prodingler kann auf eine langjährige Beratungstätigkeit für Hotelinvestoren, Projektentwickler und Banken zurückblicken und kennt die Gesetzmäßigkeiten der Immobilienbranche bestens. Wir von Prodingler kümmern uns um die persönlichen Wünsche und Bedürfnisse unserer Partner und begleiten je nach Bedarf sämtliche relevante Schritte, ausgehend von der Produktidee bis hin zur konkreten Projektumsetzung.



1) Machbarkeitsstudien (Feasibility-Studies)

Eine Machbarkeitsstudie ist die **Grundlage für jeden weiteren Schritt** in der Hotelentwicklung und sollte idealer Weise in einer möglichst frühen Phase des geplanten Hotelprojekts angefertigt werden. Es gibt verschiedene Formen der Machbarkeitsstudien (Feasibility-Studies), welche sich in Inhalt, Rechercheumfang und Präzision unterscheiden und in verschiedenen **Stadien der Hotelentwicklung** zum Einsatz kommen.

Mit einer **Opportunity Analyse** erstellt Prodingen eine erste Einschätzung, ob der Makro- und Mikrostandort ein weiteres Hotel verträgt. Die Analyse bietet daher schon im Rahmen der Projekt-idee eine erste Indikation, ob die Idee weiterverfolgt werden soll.

Im Rahmen der Opportunity Analyse erfolgt eine Potentialanalyse des Hotelmarktes und es wird ein Überblick über den Hotelinvest-mentmarkt erstellt. Die Investitionskriterien mit den Chancen und Risiken werden für potentielle Investoren vertieft analysiert.

Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse können bereits erste (grobe) Ergebnisprognosen durchgeführt und darauf aufbauend wiederum eine Ertragswertprognose für ein Projekt angestellt werden. Bei positiver Bewertung ist die Opportunity Analyse die Grundlage für eine (Pre-)Feasibility Study.

Eine **Pre-Feasibility-Study** (verkürzte Machbarkeitsstudie) erfüllt den gleichen Zweck wie eine vollständige Feasibility Study in verkürzter Ausführung und mit geringerer Recherchetiefe. Sie dient damit der ersten Überprüfung, ob die Entwicklung des Hotelprojekts am geplanten Standort realisierbar und erfolgreich sein kann. Sie wird meist zu internen Zwecken des Auftraggebers genutzt und nicht an Dritte weitergegeben.

Eine vollständige **Feasibility-Study** kann im Zuge der Ermittlung von Investitionsvolumen und in der Prognose der wirtschaftlichen Ertragskraft (GOP – NOP – ROI) eine hohe Ergebnisgenauigkeit aufweisen.

Sie versteht sich als wesentlich umfangreichere Erweiterung der Vorarbeiten und ist die konkrete Entscheidungshilfe im Rahmen einer neuen Projektentwicklung. Über die ausführliche **Standort-analyse** (Makro- und Mikrostandort) sowie **Hotelmarkt-betrach-tung** (einschließlich **Wettbewerbs-** und **Potentialanalyse**) hinaus wird eine detaillierte **Wirtschaftlichkeitsbetrachtung** (Ergebnis-prognose) für das geplante Hotelprojekt erstellt.

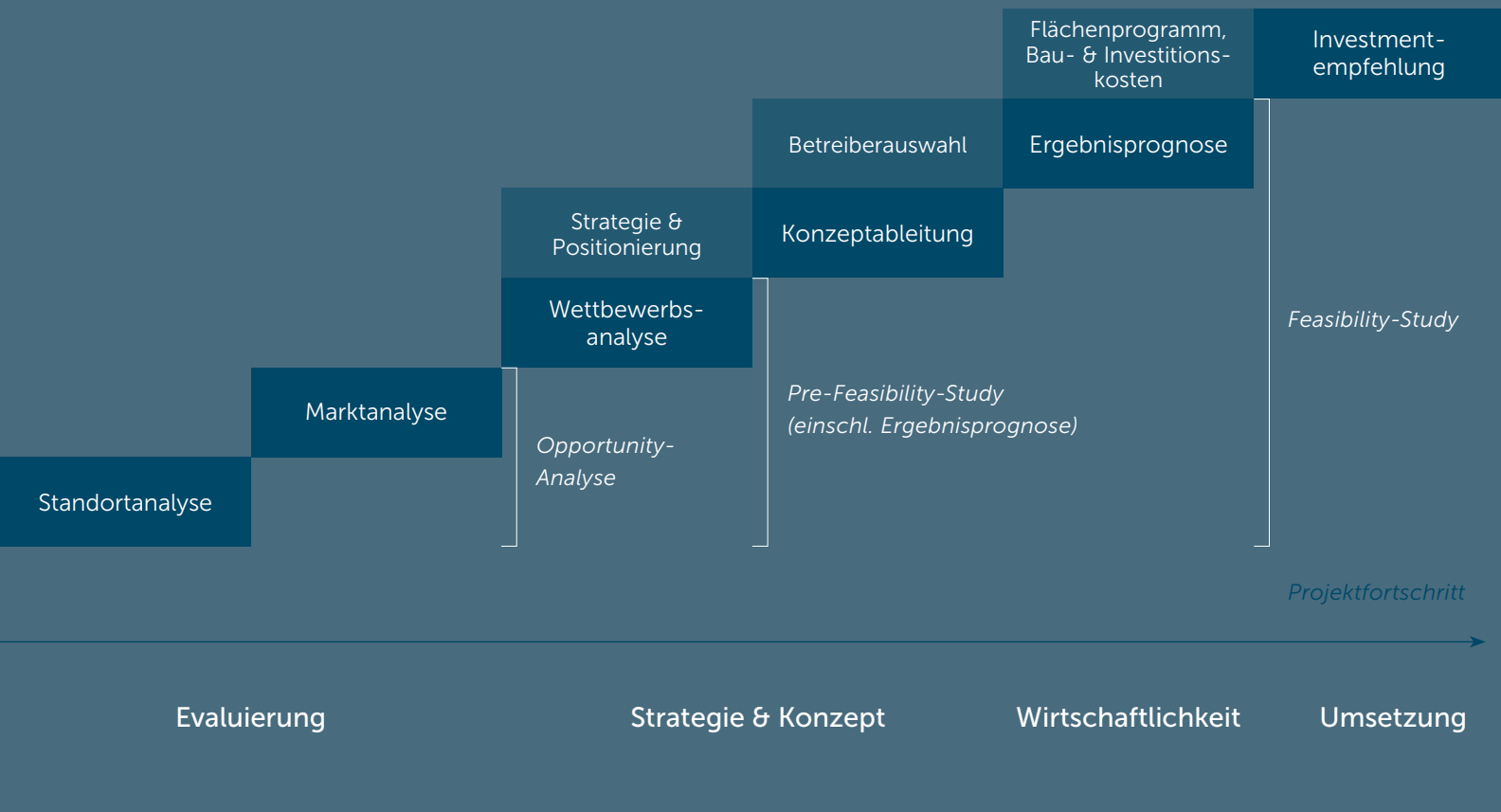
Die Machbarkeitsstudie dient im Wesentlichen dazu, Entwick-lungsrisiken aufzudecken und Impulse für die optimale Gestaltung des Hotelprojekts zu geben. Aus den gewonnenen Erkenntnissen wird folglich ein konkretes Hotelkonzept ausgearbeitet.

Verschiedene Finanzierungspartner bzw. Banken fordern eine Machbarkeitsstudie im Rahmen der Finanzierungsanfrage.

Investitionsempfehlung: Um Banken in einer Zusammenfassung der **Feasibility-Study** die Ergebnisse und Empfehlungen auf einen Blick darstellen zu können, wird ein Fazit als **„Executive Summary“** erstellt und dem Leser gleich zu Beginn der Prodingen-Studie angeboten. Anhand der Endergebnisse der Feasibility Study wird die Entscheidung zur Umsetzung getroffen. Resultiert daraus eine „Go“-Entscheidung, können die nächsten Schritte, näm-lich die Suche von geeigneten Investoren, Betreibern und / oder Finanzierungspartnern (Banken) sowie die ersten Maßnahmen zur Umsetzung des Hotel-Projektes in Angriff genommen werden. Die Feasibility Study bildet somit den möglichen Projekterfolg ab und dient als Entscheidungsgrundlage für Banken, sowie dem Hotelier als Entwickler und Betreiber. Dies ist wiederum sind für eine erfolgreiche Umsetzung eines touristischen oder anderen Projektes unbedingt nötig.

Studienart	Genauigkeit	Inhalt	Ziel
Opportunity-Analyse	30%	» Markt- & Standortanalyse	grobe Orientierung, Bedarfsanalyse
Pre-Feasibility Study	50%	» vertiefte Markt- & Standortanalyse » grobe Konzeption » Ergebnisprognose	Vorstudie, erste Prognose der Rentabilität, Grundlage für die interne Projekt-Auswahl
Feasibility-Study	85–100%	» vertiefte Markt- & Standortanalyse » Wettbewerbsanalyse » umfangreiche Konzeption » Ergebnisprognose	detaillierte Prüfung der Durchführ-barkeit und der Rentabilität, Grund-lage für Finanzierungsgespräche mit externen Investoren, Banken und Institutionen

Stufenkonzept der Machbarkeitsanalyse



2) Raumprogramm, Flächeneffizienz und Baukosten

Mit den planenden Architekten und Innenarchitekten werden Service- und Dienstleistungswege definiert. Abgeleitet aus der Konzeption ist ein **detailliertes Raumprogramm als** weitere **Vorgabe an die Architekten** zu erarbeiten. Prodinge erstellt eine Auflistung aller benötigten Haupt- und Nebennutzflächen, sowie Verkehrsflächen, wie z.B.: Zimmer, Backoffice, Gästempfang, Wirtschaftsbereich, Parkplätze, etc.

Durch die optimale Anordnung aller Räume, Flächen und Wege werden Voraussetzungen für gute Betriebsergebnisse geschaffen. Aufgrund der unzähligen Bautätigkeiten leiten wir von den Flächen unsere Erfahrungswerte über die aktuellen Baukosten ab.

3) Strategie- & Positionierungsprozess

Um einem Hotelprojekt nachhaltig Marktchancen einräumen zu können, ist bei der Konzeption auf ein **„scharfkantiges“ Profil des neuen Produktes** zu achten, um seine Wiedererkennbarkeit und Alleinstellung im Markt erreichen zu können.

Optional kann eine (verkürzte) Machbarkeitsstudie um einen umfangreichen Prozess zu Strategie und Positionierung erweitert werden. Das Prodinge-Modell „4 Steps to Profile“ mit einer detaillierten Analyse des lokalen und überregionalen Wettbewerbs (Referenzbetriebe) im Hinblick auf Produkt, Pricing und Serviceleistungen der Konzeptschwerpunkten (z.B. Familienfreundlichkeit, Wellnessangebot, etc.) kommt hier zum Einsatz. Auch werden aus Trendanalysen zukünftige Anforderungen an Infrastruktur und Angebot abgeleitet.

4) Plausibilitätsprüfungen (Second-Opinion)

Für die erfolgreiche Durchführung eines Hotelprojektes ist oftmals das Einholen einer unabhängigen Einschätzung eines Experten gefragt. Bereits getätigte Untersuchungen können von Prodingen neu berechnet, kritisch bewertet und eine Entscheidungsfindung somit abgesichert werden. Um sich in einem immer schwieriger werdenden Umfeld mit einem Projekt durchsetzen zu können, ist eine **gründliche Entscheidungsvorbereitung** von größter Bedeutung!

Häufig wird eine **Plausibilitätsprüfung im Rahmen der Finanzierungsanfrage** erstellt. Der Hotelbetreiber steht bereits fest und die Ergebnisprognose des Betreibers soll vor dem Hintergrund der Nachvollziehbarkeit und Nachhaltigkeit von unabhängiger Seite plausibilisiert werden. Entscheidend ist hier die Einschätzung, ob die verhandelte Pacht oder die Bedienung des Fremdkapitals nachhaltig zu erwirtschaften ist.

5) Finanzierungen und Kredit- Ausschreibungen / Förderungen

Über die zumeist angeforderte Plausibilitätsprüfung hinaus begleiten wir auf Wunsch auch **Bankengespräche**.

6) Investorenakquise

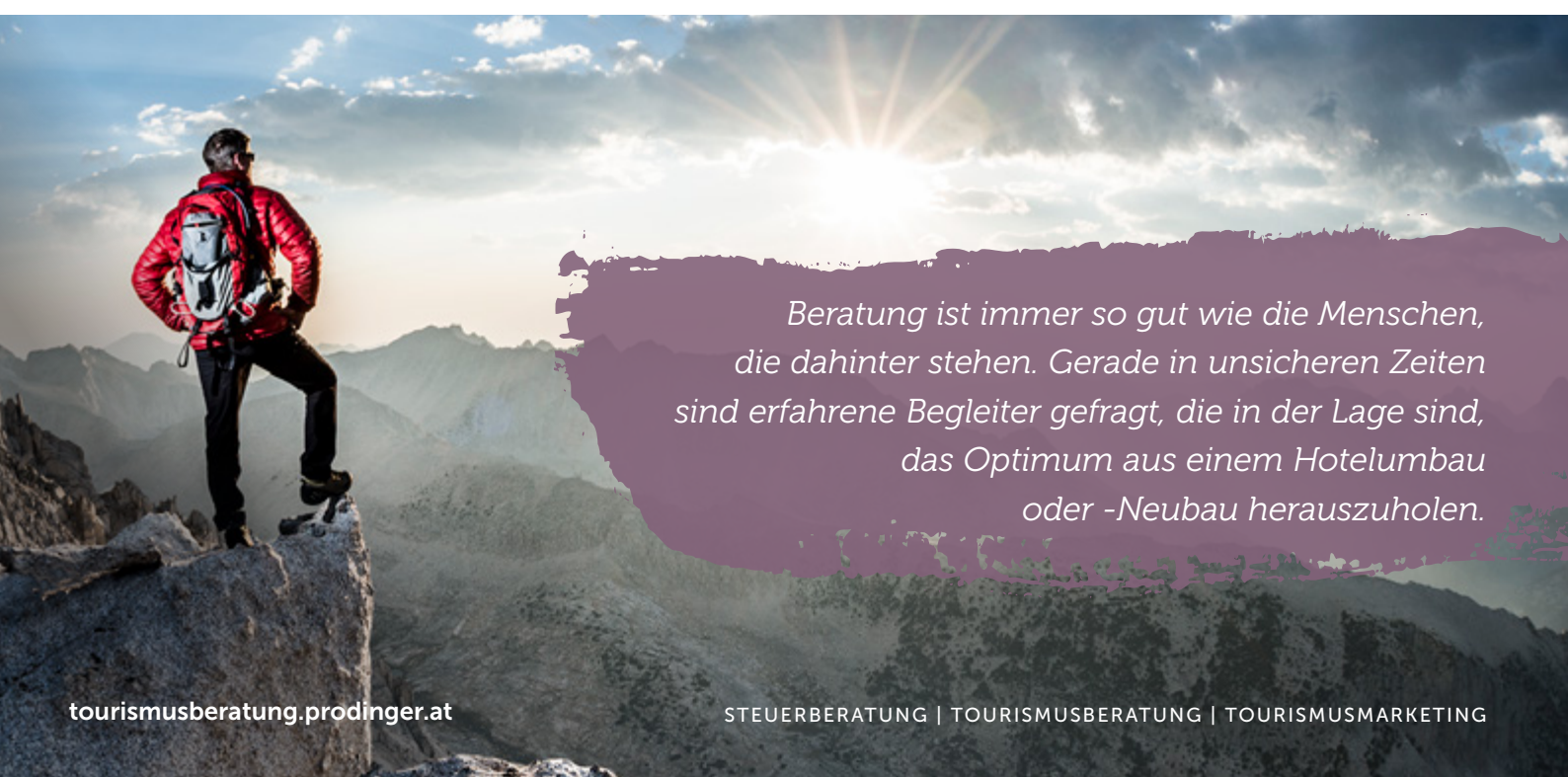
Nach erfolgreicher **Entwicklung der Hotelimmobilie** – auf Wunsch auch vorher – akquirieren wir aus unseren weitreichenden Branchenkontakten einen passenden und zuverlässigen End- bzw. Co-Investor zu einem marktüblichen Verkaufsfaktor. Siehe auch www.prodinger-immobilien.at.

7) Betreiberselektion

Eine **gut strukturierte Betreibersuche** ist entscheidend für den Erfolg eines Hotelbetriebes. Wir verfügen über hervorragende Kontakte zu allen, im alpinen Raum agierenden, endinvestorentauglichen Betriebsgesellschaften und können die Eigentümer neuer und bestehender Hotels mit diesen zusammenbringen. Die Prodingen Tourismusberatung kann in dem Prozess durch folgende Leistungen unterstützen:

- » **Exklusive Ansprache von potentiellen Betreibern**
(in Abstimmung mit dem Auftraggeber)
- » Bewertung der Angebote der potentiellen Betreiber
- » Standardisierte **Auswahlaufbereitung**
- » Erstellung von notwendigen Dokumenten (Exposés, Term-Sheets, etc.)
- » Vertragsabstimmung

Prodingen hat eine Vielzahl von Pacht- und Managementvertragsverhandlungen geführt und kennt die entsprechenden Besonderheiten eines derartig speziellen Betreibervertrages.

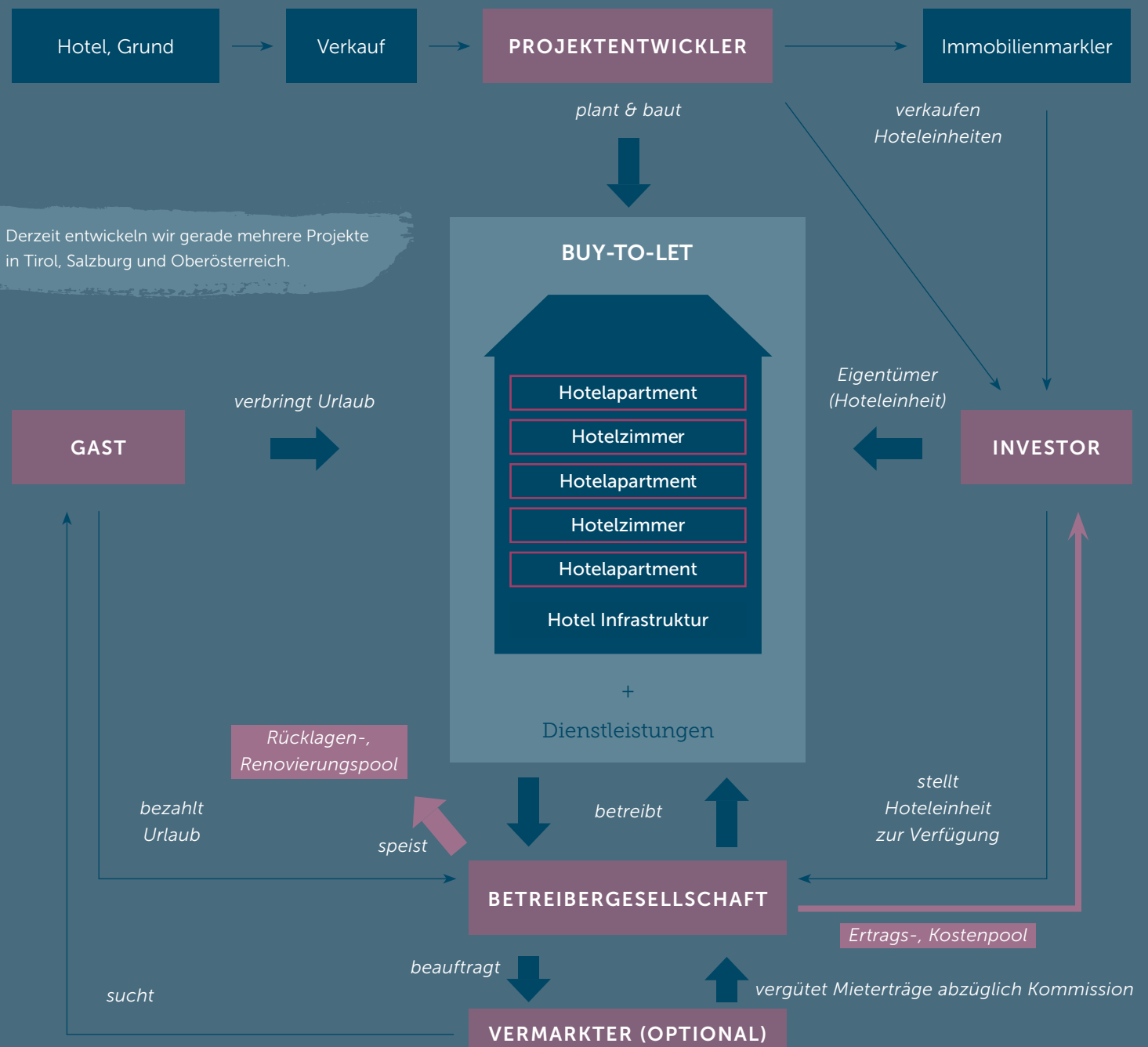


*Beratung ist immer so gut wie die Menschen,
die dahinter stehen. Gerade in unsicheren Zeiten
sind erfahrene Begleiter gefragt, die in der Lage sind,
das Optimum aus einem Hotelumbau
oder -Neubau herauszuholen.*

8) Investorenmodelle, buy-to-let Konzeptionen und alternative Beherbergungsformen

Bei einem buy-to-let Modell werden die Beherbergungseinheiten eines Betriebes (meist Apartments) an einzelne Investoren verkauft. Diese wiederum vermieten die von ihnen erworbenen Einheiten nicht selbst auf direktem Wege, sondern stimmen

vertraglich zu, diese **Tätigkeit in die Hände eines erfahrenen Hotelbetreibers zu legen**. Dieser vermietet die Einheit für die meiste Zeit des Jahres an Touristen. Nur wenige Wochen im Jahr kann der Investor das Apartment auch wirklich selbst nutzen. Neben der Eigennutzung spielt für Investoren bzw. Eigentümer **die Rendite** eine erhebliche Rolle bei der Kaufentscheidung. Dabei ist der Investor am operativen Betriebsergebnis (Erlöse aus der touristischen Vermietung abzüglich aufgeteilter Kosten) seiner Einheit beteiligt. Der Hotelbetreiber als Verwalter der Einheit erhält eine zuvor festgelegte Gebühr für seinen Aufwand.



9) Hotelprojektkoordination

Als Hotelberater mit operativer und immobilienfachlicher Erfahrung verstehen wir den gesamten Lebenszyklus der Immobilie. So können wir das passende Konzept für ein mögliches Hotel erstellen und die Belange der verschiedenen Parteien (Entwickler, Betreiber, Endinvestor) von Anfang an in die Überlegungen integrieren.

Im Rahmen unseres Betreuungsumfanges können wir ebenfalls auf Expertise in der **Planung von Dienstleistungswegen**, der **Raumkonzeption und Flächenplanung**, sowie auf die Ermittlung bzw. **Prognose von Bau- und Investitionskosten** zurückgreifen.

Dafür haben wir die 5 Schritte zum erfolgreichen Bauvorhaben definiert.

Bestens vernetzt begegnen wir unseren Kunden mit viel Gespür auf der persönlichen Ebene. Wir gehen allen Ideen auf den Grund, um beste Voraussetzungen für künftige Entscheidungen rund um die „Hotelimmobilie“ zu schaffen.

Von uns gemachte Aussagen sind gleichsam Pinselstriche, die Ihnen ein klares Bild aller kleineren und großen Zusammenhänge zeigen. Genau das sehen wir als unsere Aufgabe. Nicht von ungefähr lautet unser Motto: „Prodinger. Das geht“. Eine klare Ansage! Und ein Versprechen für besondere Kreativität in der Hotelentwicklung.

Chalets, Glamping, alternative Beherbergung

Zu unserem Portfolio zählt neben der Planung und Berechnung von Chalet- und Apartmentprojekten auch die Entwicklung von alternativen Beherbergungsformen wie Tiny-Houses, Micro-Apartments, sowie innovativen, nachhaltigen Glamping-Konzepten, die sich in den letzten Jahren einer immer größeren Beliebtheit erfreuten und großes Potential am international stark umkämpften Tourismusmarkt aufweisen.

10) Public Affairs / Aufbereitung für öffentliche Stellen

Neben der Projektentwicklung und der juristischen Aufbereitung steht bei einigen Projekten als wichtiger Aspekt das Thema **Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs** im Fokus der Betrachtung. Besonders bei kritisch betrachteten touristischen Projekten muss im Rahmen der Projektentwicklung ein fokussierter Informationsfluss sichergestellt werden. Hier ist der Erfolg maßgeblich davon abhängig, wie eine funktionierende positive Kommunikation umgesetzt wird.

Es gibt folgende Stakeholder, die eine wesentlich Rolle bei der Gestaltung einer Kommunikationsstrategie spielen, z.B. Gemeinderat, Bürgermeister, Ausschüsse, Landesregierung etc. Die Ansprache dieser Gruppen gehört auf die unterschiedlichste Art koordiniert. Verschiedene Kommunikationskanäle müssen dabei zum Einsatz kommen.

Die Prodinger Beratungsgruppe kann bei einer Interessensvertretung aufgrund eines umfangreichen und zuverlässigen Netzwerks unterstützend tätig sein und zur Untermauerung eine **Wertschöpfungsprognose** basierend auf standortspezifischen Faktoren ableiten. Die Punkte der direkten und indirekten Wertschöpfung eines Hotelprojektes umfassen beispielsweise:

- » **Ökonomische Effekte:** Steuereinnahmen, Finanzausgleich, Kommunalabgabe, Grundsteuer, Arbeits- und Ausbildungsplätze, Kaufkraftbindung etc.
- » **Indirekte und induzierte Effekte und Wertschöpfung:** Effekte durch Entwicklung und Bau (Vorleistung), 80% der Investition wird im Umkreis von 90 km getätigt, Vorleistungen bei Produzenten (Nahrungsmittel), Regionale Lebensmittel von regionalen Partnerbetrieben, Marketingausgaben p.a., Gästerausgaben (Shopping, Kultur, Transport), Freizeit: Skischule und Aktivitätenspool, (Effekte aus Skischule, Bergbahnen, Verleih, Transport, Eventagentur), Kooperation mit Gastronomie in der Region, Gewerbe und Handwerk vor Ort etc.



Ihr Ansprechpartner

Thomas Reisen Zahn

t.reisen Zahn@prodinger.at

01 / 890 730 9

*Besuchen Sie uns auf
tourismusberatung.prodinger.at*