

Verkehrswert eines Hotels - Deutschland 2012

14.11.2011, 15:02 | Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: *Sachverständigenkanzlei Garthe & Kollegen*



Hotelimmobilien-Bewertung ist eine schwierige Materie, da gerade bei Eigentümergeführten Hotels sehr viele Emotionen aufgrund der jahrelangen Aufbau- und Entwicklungsarbeit in die eigene Hotelimmobilie das Bild stark subjektivieren und verzerren! Das stellt der ifS-zertifizierte Sachverständige für Immobilienbewertungen, Thomas Garthe, der gleichnamigen Immobilienbewertungsgesellschaft mbH, in seiner täglichen Arbeit mit Hoteleigentümern laufend fest.

Der Wert oder Verkaufspreis des eigenen Hotels wird von den Unternehmern häufig deutlich überschätzt, weil sie dazu neigen, von der Fülle der möglichen Wertansätze (Bilanzwert, Feuerversicherungswert, Schätzwert) jenen heranzuziehen, der ihr Vermögen möglichst optimistisch darstellt. Die Stunde der Wahrheit kommt jedoch spätestens dann, wenn ein tatsächlicher Verkauf durchgeführt, ein Beteiligungspartner gefunden, ausgebezahlt oder ein Objekt einer Bank als Besicherung angeboten werden soll.

Bei rund 127.000 Unternehmen, die derzeit alleine in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Norditalien im Bereich Hotellerie zur Verfügung stehen, ist der Markt für Unternehmenskäufe und -verkäufe sehr stark in Bewegung. Dabei zählt die Feststellung des Wertes eines Unternehmens als Ganzes zu den betriebswirtschaftlichen Herausforderungen.

In den letzten Jahren hat die Bedeutung der Unternehmensbewertung in der Gastronomie und Hotellerie zugenommen, so Garthe. Die Feststellung des Wertes einer Unternehmung ist bei dessen Veräußerung, beim Ein- oder Austritt von Gesellschaftern, anlässlich von Betriebsübergaben oder Verschmelzungen und natürlich auch bei neuen umfangreichen Kreditaufnahmen erforderlich, weil die angebotenen Hypotheken als hauptsächliche Sicherheit für die eingeräumten Kredite herangezogen werden.

In letzter Zeit wurde auch häufig von der Möglichkeit der Neubewertung anlässlich von Umgründungen Gebrauch gemacht, um Stille Reserven aufzudecken und durch neue Bilanzwerte ein negatives Eigenkapital auszugleichen. Auch in diesem Fall, so Garthe weiter, ist eine objektive Wertfeststellung Basis für einen neuen Ansatz.

Die Welt der Begriffe

Für das Führen einer sachlichen Diskussion ist Klarheit über die Begriffswelt zu schaffen:

Verkehrswert (Marktwert) einer Hotelimmobilie:

Das ist jener Betrag einer Immobilie, einer Hotelimmobilie oder eines Unternehmens, der am Markt bei einem tatsächlichen Verkauf im gewöhnlichen Geschäftsverkehr ohne Rücksicht auf ungewöhnliche oder persönliche Verhältnisse erzielt werden kann. Dieser Wertansatz ist für Käufer und Verkäufer sowie für Banken als Besicherungsbasis heranzuziehen.

Wiederbeschaffungswert einer Hotelimmobilie:

das ist der Wert, zu dem Gegenstände des Anlage- und Umlaufvermögens wieder beschafft werden können. Dieser Ansatz dient vorwiegend für Zwecke der Feuerversicherung und ist für die Feststellung des Wertes von Unternehmen wenig hilfreich.

Substanzwert einer Hotelimmobilie:

Die Vermögenssubstanz umfasst die wichtigen Produktionsfaktoren des Unternehmens und bestimmt die Kapazität, mit der Waren und Dienstleistungen produziert werden können. Der Wert eines Hotels wird auf Basis der Bruttogeschossfläche oder der Kubatur und der zur Verfügung stehenden Grundfläche bestimmt.

Die Substanzwertmethode eignet sich nur beschränkt zur Wertfeststellung von Hotelimmobilien. Der Substanzwert ist allenfalls als Hilfswert von Bedeutung, um eine Situation in Betracht zu ziehen, wo die Liquidation des Unternehmens eine denkbare Alternative darstellt. Der Zerschlagungswert bei mangelnder Rentabilität stellt daher die Untergrenze einer möglichen Wertermittlung dar.

Ertragswert (Zukunftserfolgswert) von Hotelimmobilien:

Die geschätzten kapitalisierten jährlichen zukünftigen Erfolge eines Unternehmens machen den Wert eines Unternehmens, also auch eines Hotels, bzw. einer Hotelimmobilie aus. Ausschlaggebend dafür ist auch bei Hotels das Vorhandensein von Ressourcen mit denen nachhaltig positive Rückflüsse erzielt werden können. Basis der Unternehmensbewertung von Hotelimmobilien sind daher die erwarteten Ergebnisse der nächsten Jahre und die daraus ableitbaren verfügbaren Einnahmenüberschüsse oder Cashflows.

Bewertungsverfahren bei Hotelimmobilien

Für die Unternehmensbewertung von Hotels und Hotelimmobilien gibt es verschiedene Verfahren, deren Ergebnis jedoch in allen Fällen nur als Anhaltspunkt für Käufer und Verkäufer dienen kann. Üblicherweise wird das Unternehmen in seiner Gesamtheit bewertet, wobei Investitionsrückstände, Schulden und geldwerte Vor- oder Nachteile, die aus Verträgen rühren können, durch Zu- oder Abschläge zu berücksichtigen sind.

Praktikerlösung bei der Bewertung von Hotelimmobilien mit Multiplikatoren

Zur groben Schätzung eines möglichen Unternehmenswertes bei Hotels und Gastronomiebetrieben werden von den Praktikern häufig einfache Verfahren verwendet, die meist auf dem erzielbaren Umsatz (netto MWSt) oder einem möglichen adaptierten Gross Operating Profit (operativer Überschuss der ordentlichen betrieblichen Einnahmen abzüglich der operativen Ausgaben) beruhen.

Aufgrund der Orientierung am erzielbaren Umsatz oder den Betriebsüberschüssen fließen erkennbar Ertragswertüberlegungen mit ein.

Ausschlaggebend für den Wert eines Unternehmens / einer Hotelimmobilie ist die Fähigkeit damit künftige Einnahmen (Umsätze und Cashflows) zu erzielen. Entscheidend ist somit nicht die Fülle der vorhandenen Vermögenswerte (Substanz) oder deren Wiederbeschaffungswert, sondern ausschließlich die Fähigkeit, aus dem Unternehmen künftig Erträge zu schöpfen.

Hotelimmobilien Bewertung mit Hilfe von Multiplikatoren

Hotelkategorie Verhältnis zum Umsatz Verhältnis zum GOP

3-Sterne-Hotelbetrieb 1,6 - 2fach 7 - 10fach
3,5-Sterne-Hotelbetrieb 1,65 - 2fach 7,5 - 10fach
4-Sterne-Hotelbetrieb 1,7 - 2fach 8 - 10fach
4,5-Sterne-Hotelbetrieb 1,75 - 2fach 8,5 - 10fach

Vergleichswertverfahren bei Hotelimmobilien

Aus Informationen über durchgeführte Verkäufe von ähnlichen Hotelbetrieben an ähnlichen Standorten lassen sich Näherungswerte bezogen auf die Kapazität einholen, die grundsätzlich auch dazu geeignet sind, eine Werteinschätzung vorzunehmen. Aufgrund der Verschiedenheit von Standort, Ausstattungsniveau, Funktionalität und Erhaltungszustand handelt es sich dabei natürlich immer nur um sehr grobe Näherungswerte. Die wertbildenden Faktoren (Saison-, Stadthotellerie, erzielbare Auslastung, Preise) werden dabei nicht näher untersucht.

Hotelimmobilien werden in der Praxis oft deutlich unter dem Neubaupreis gehandelt, weil sie so gut wie immer eine sehr individuelle Sonderanfertigung darstellen und in vielen Fällen zum Zeitpunkt des Verkaufes mehr oder weniger deutliche Investitionsrückstände aufweisen.

Vergleichswertansätze pro Zimmer zur Ermittlung des Wertes einer Hotelimmobilie

Hotelkategorie Bereiche Neubauwert

3-Sterne-Hotelbetrieb EUR 30.000 bis 60.000 EUR 80.000
3,5-Sterne-Hotelbetrieb EUR 35.000 bis 70.000 EUR 120.000
4-Sterne-Hotelbetrieb EUR 40.000 bis 80.000 EUR 160.000
4,5-Sterne-Hotelbetrieb EUR 45.000 bis 90.000 EUR 200.000

Die Discounted-Cashflow-Methode zur Wertermittlung von Hotelimmobilien

Laut dem erfahrenen Immobilienbewerter Thomas Garthe hat die Unternehmensbewertung im Lauf der Zeit gerade bei Hotels und Hotelimmobilien eine wesentliche Entwicklung weg von der substanzwertorientierten hin zu einer mehr erfolgs- oder ertragswertorientierten Betrachtung vollzogen. Kein Verfahren drückt dies laut Garthe deutlicher aus als die international gängige DCF-Methode, die den Wert eines Unternehmens direkt aus seinen künftig erwarteten Zahlungsüberschüssen herleitet.

Geht man davon aus, dass ein Unternehmer ausschließlich finanzielle Ziele hat, wird der Wert eines Unternehmens aus seinen nachhaltig erzielbaren Zukunftserfolgen (Cashflows) gebildet. Zu diesem Zweck werden die künftig erwarteten Cashflows herangezogen. Sie werden auf den Gegenwartswert (Barwert) abgezinst. Die Summe dieser abgezinsten Gegenwartswerte stellt den gesuchten Unternehmenswert dar. Was hier sehr finanztheoretisch klingt, wird an einem praktischen Beispiel sehr leicht verständlich.

Zusammenfassung zur Hotelimmobilien Bewertung

Die Bewertung von Unternehmen ist eine komplexe betriebswirtschaftliche Aufgabe, die in der Praxis neben der reinen Wertfeststellung u.a. auch steuerliche und Finanzierungsaspekte mit einschließt. Die vorgestellten Wertansätze haben die Berechnung des Unternehmenswertes als Ganzes d.h. ohne Berücksichtigung von Schulden oder sonstigen Lasten vorgestellt.

In jedem Fall wird von einem durchschnittlich guten Erhaltungszustand des Objektes sowie von einer Weiternutzung im Rahmen des bestehenden Betriebskonzeptes ausgegangen.

Gerade die Orientierung der Wertfeststellung an Einnahmen- und Ertragskennzahlen macht laut Thomas Garthe ganz deutlich, dass die Werttreiber in einem Unternehmen nicht die Substanz sondern die damit erzielbaren Einnahmen sind.

Nicht die Anhäufung von Bauvolumen sondern der wirtschaftliche Erfolg ist der Garant für einen zufrieden stellenden Verkaufserfolg der Immobilie Hotel. In diesem Zusammenhang sind die enormen Investitionen in oftmals überbewertete Wellnessanlagen oder unmäßig teure Einrichtungsqualität leider häufig wirklich als "stranded investments" zu sehen.

In jedem Fall ist jedoch jeder Hotelverkäufer und jeder Hotelkäufer gut beraten, wenn er sich bei Hotelimmobilien an einen professionellen Hotelimmobilien-Gutachter, oder einen erfahrenen Fachmakler für Hotelimmobilien wendet.

Portrait

Die SV Kanzlei Garthe arbeitet seit 1989 bundesweit im Bereich Immobilienbewertungen. Sie erstellt fach- und sachgerechte Privat- und Gerichtsgutachten zum Pauschalpreis. Die Nachvollziehbarkeit der Gutachten liegt der SV Kanzlei Garthe genauso wie der schnelle Service am Herzen. So erhält der Auftraggeber meist binnen 7 Werktagen (nach Objektbesichtigung) das Gutachten in zweifacher Ausfertigung inkl. Anlagen. Seit 2007 werden auch Verkehrswertgutachten in Österreich von dem Fachbuchautor Thomas Garthe persönlich erstellt

News-ID: 586841 • Views: 2072 (Stand: 04.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/586841/Verkehrswert-eines-Hotels-Deutschland-2012.html>