



CHF 6 700 000

14 Zimmer

«Hôtel Restaurant sur les hauteurs de Crans»
Crans-Montana

Screenshot Immoscout 24

500 Hotels suchen Käufer

Die Corona-Krise mischt die Karten neu auf dem Hotelmarkt.

Aktuell ist ein schlechter Zeitpunkt, um ein Hotel zu verkaufen. Doch die Lage wird nicht besser. In der Schweiz stehen rund 500 kleine und mittlere Betriebe zum Verkauf. Branchenkenner gehen davon aus, dass die Anzahl in den nächsten Monaten dramatisch steigen wird.

Die Covid-Hilfen haben im vergangenen Jahr viele Hotels

vor dem Konkurs bewahrt, deshalb sind im 2020 deutlich weniger Hotels vom Markt verschwunden als in gewöhnlichen Jahren. Doch die Gelder von Bund und Kantonen werden nicht ewig fließen, auf Steuern und Sozialkosten werden wieder Verzugszinsen anfallen, und wegen fehlender Gäste und mangelnder Liquidität vergeht man-

chem Hotelier schlicht auch die Lust, seinen Betrieb weiterzuführen.

Seit Anfang Jahr verzeichnen die auf Hotelimmobilien spezialisierten Profis einen Anstieg von 10 Prozent bei den Verkaufsanfragen. Der langjährige Hotelmakler Jürg Zumkehr von Hotelforsale spricht gar von 25 Prozent mehr Verkaufsmandaten. Es ist

davon auszugehen, dass die Hotelpreise massiv sinken werden, insbesondere bei Betrieben, die bereits geschlossen sind.

Anders ist die Situation bei gut geführten Häusern mit hohen Ertragswerten an attraktiven Standorten. Diese finden immer Interessenten und halten ihren Wert. god
Seite 3



Das Gespräch

Gastronunternehmer René Schudel sieht neue Gästestrukturen als Chance.

Seite 11

Impfpass

Touristiker und Veranstalter sind sich uneinig über mögliche Vorteile für Geimpfte.

Seite 14

Glacier 3000

Son CEO Bernhard Tschannen évoque l'effondrement des marchés lointains.

Page 17



Via Stockalper

Am Simplon wird der alte Saumpfad zwischen der Schweiz und Italien touristisch aufgewertet.

Seite 13

De nombreuses possibilités de gains d'énergie

Transition écologique. Le Conseil des Etats vient d'adopter une motion afin de mettre à la disposition de l'hôtellerie des moyens financiers supplémentaires. Dans ce cadre, la rénovation énergétique des établissements est l'un des axes principaux qui permettrait aux hôtels de réduire leurs coûts énergétiques, tout en poursuivant les objectifs de décarbonation fixés par la Confédération. Selon les experts, certaines mesures simples permettraient déjà de diminuer les coûts d'ex-

ploitation de 20%. Il existe de nombreuses mesures d'encouragement, lancées par la Confédération et les cantons, pour sortir des énergies fossiles et aider les entreprises dans leurs démarches. Mais d'une manière générale, il n'est pas toujours aisé pour les petits hôtels indépendants de cibler le programme de subventions le plus adapté à leur situation. L'Agence de l'Energie pour l'Economie joue ici un rôle phare dans le conseil et l'orientation. axw
page 10

Booking und Expedia in der Defensive

Knebelverträge. Die Vernehmlassung zum Verbot von Preisbindungsklauseln ist zu Ende. Der Bundesrat solle nun dem Parlament seine Botschaft zügig vorlegen, fordert die Beherbergungsbranche. Der Blick in die eingegangenen Dossiers zeigt eine Verschiebung der Konfliktlinien. Ging es ursprünglich lediglich um Preisparität, sollen jetzt nach dem Willen der Beherberger sämtliche Arten von Paritätsklauseln fallen. pt
Seite 12

Wenn digitale Wolken die Arbeit erleichtern

Digitalisierung. Im «Cresta Palace Celerina» laufen seit Beginn der Wintersaison 2020 alle Prozesse digital und cloudbasiert. Nirgendwo knarzt oder harzt es. Die digitale Landschaft jedoch sah im Sommer noch ganz anders aus. Das Direktionspaar Annika Sosnizka-Tauss und Markus Tauss fand bei der Übernahme des 4-Sterne-Superior-Hauses im Juni 2020 eine völlig veraltete Struktur vor. Die wenigen digitalen Systeme korrespondierten nicht miteinander. Es gab

viele Leerläufe, und vieles musste das Team manuell nachtragen. Dem kurzfristigen Buchungsverhalten der Gäste, das durch Corona massiv zugenommen hatte, war damit nicht mehr beizukommen. Da gab es nur eines: digitalisieren. Und zwar umfassend und innerhalb kürzester Zeit.

Doch eine Digitalisierung kann man auch schrittweise in Angriff nehmen. Einzige Bedingung dabei: Das Ziel muss klar sein, der Weg ergibt sich. bbe
Seite 6

Inhalt

Meinung	2
Hotellerie	3-7
Gastronomie	8
Gastronomie cahier français	9
Hôtellerie cahier français	10
Das Gespräch	11-12
Tourismus	12-14
Tourisme cahier français	15-17
Service	18-19
Impressum	18
People & Events	20

ANZEIGE

ZUSÄTZLICHE SUBVENTIONEN
JETZT PROFITIEREN

inkl
WEITERBILDUNG-
INKLUSIVE.CH



Grosser Ausverkauf in sechs Monaten



Hotelverkauf

In der Schweiz stehen rund 500 kleine und mittlere Ferienhotels zum Verkauf. Die Zahl wird in den nächsten Monaten steigen, und die Preise werden purzeln.

NATALIA GODGLÜCK

«Ich werde überschwemmt von Anfragen, ob ich dieses oder jenes Hotel kaufen möchte», sagt Kurt Baumgartner. Der Hotelier des Jahres 2018 möchte sich eigentlich auf sein Kerngeschäft in Scuol GR konzentrieren, wo er ein Badehotel, ein Boutiquehotel sowie ein 4-Sterne-Superior-Hotel betreibt. Aber das moderne Businesshotel Münchwilen TG mit seinen 53 Zimmern sei eine tolle Gelegenheit zur Diversifizierung gewesen. «Das Garni-Hotel mit seinen Geschäftskunden macht uns unabhängiger von der Ferienhotellerie», erklärt Baumgartner. Als er das 4-Sterne-Haus am 1. März 2020 erwarb, konnte er nicht wissen, dass der Erwerb wahrscheinlich nur zwei Monate später massiv günstiger gewesen wäre. Zum Kaufpreis will sich der Engadiner Hotelier nicht äussern. «Manchmal hat man Glück im Leben. Und manchmal eben Pech.»

Zu den Glücklichen gehört der 87-jährige Stefan Götz, ehemaliger Besitzer des Hotel Seehof in Davos GR. Viele Jahre suchte er einen Nachfolger für sein Luxushotel, und just vor der Corona-Krise verkaufte er sein Haus für 54 Millionen Franken. Gemäss eigener Schätzung würde er heute nicht mal mehr die Hälfte erhalten, wie viele andere, keinen Käufer mehr finden.

Branchenkennner gehen davon aus, dass in der Schweiz rund 500 kleine und mittlere Hotels zum Verkauf stehen. Wer denkt, diese Anzahl sei im Corona-Jahr sprunghaft gestiegen, liegt falsch. Im Gegenteil: «Gemäss unserer mehrjährigen Statistik kamen seit letztem August weniger Objekte auf den Markt», sagt André Gribi von Hotel und Gastro Consulting. Auch die Zahlen des Bundesamts für Statistik sprechen eine klare Sprache. Verschwinden jährlich im Schnitt 70 bis 80 Betriebe vom

Markt, waren es im Krisenjahr gerade mal 37. Diverse Hilfspakete von Bund und Kantonen sichern das Überleben zahlreicher Betriebe. Zumindest vorläufig. Experten sind überzeugt, dass sich die Lage der Ende 2020 4607 registrierten Betriebe dramatisch ändern wird, sobald die Covid-Hilfen enden und auf Steuern und Sozialkosten wieder Verzugszinsen anfallen. «Corona wird den Strukturwandel beschleunigen, gefährdet aktuell aber auch gesunde Strukturen. Konkurse werden zunehmen, und auch weitere Gründe werden zu Hotelschliessungen führen», sagt Andreas Züllig, Präsident von HotellerieSuisse.

Verkaufspreise von 180 000 bis 26 Millionen Franken

Zum Beispiel, wenn Hotelbesitzer ihre Nachfolge nicht regeln oder den Betrieb nicht verkaufen können. Allein die Plattform Immoscout 24 bietet aktuell 134 Hotels zum Verkauf. Am unteren Preisenende gibt es ein Dorfhaus mit 12 Zimmern in Acquarossa TI für 180 000 Franken, am oberen steht ein Luxushotel mit 10 Zimmern in Grimentz VS für knapp 26 Millionen.

Angeboten werden Golf-, Wellness-, Seminar- und Romantikhôtels, Villen, Berggasthäuser sowie historische Häuser mit Baulandreserven. Stadthotels findet man kaum auf öffentlichen Plattformen, da der Markt mit institutionellen Anlegern, Renditeinvestoren und grossen Immobilienfirmen ein ganz anderer ist. In der Branche wird von Spekulanten gemunkelt, die kürzlich mehrere Stadthotels zu sagenhaften Spott- oder Dumpingpreisen erworben haben, weil die Betreiber weder Lust noch flüssige Mittel hatten, sie weiterzuführen. Zitiert lässt sich niemand dazu.

War der Hotelmarkt 2020 noch



Businesshotel Münchwilen von Kurt Baumgartner. Bilder zvg

«Das Businesshotel Münchwilen macht uns unabhängiger von der Ferienhotellerie.»

Kurt Baumgartner
Hotelier



Kurt Baumgartner zvg

ruhig, stellen Verkäufer seit Jahresanfang einen leichten Anstieg von maximal zehn Prozent fest. Mit steigendem Leidensdruck wird sich die Situation jedoch spätestens in sechs Monaten markant ändern. Man redet von grossem Ausverkauf, dass die Preise massiv sinken und die Karten neu gemischt werden.

Der seit 35 Jahren auf Verkäufe spezialisierte Jürg Zumkehr von Hotelforsale beziffert die Zunahme von Mandaten bereits jetzt mit 25 Prozent. Sein aktuelles Portfolio besteht aus 32 Hotels. Die Hälfte davon hat er auf seiner Plattform Hotelforsale.ch publiziert, für die anderen sucht er hinter den Kulissen neue Käufer. «Wir haben verschiedene interessante Objekte zu einem guten Preis im Verkauf. Schnäppchen gibt es jedoch nur bei Konkursobjekten oder bei solchen, die so-

fort verkauft werden müssen.» Nicht selten wird in der Branche beim Namen Zumkehr die Nase gerümpft. Dieser verkaufte die Heimat nach Indien, Russland, China und in andere Länder. «Bei vielen Schweizern fehlt das nötige Eigenkapital, weil die Banken auf die Geldbremse stehen und 35 bis 45 Prozent Eigenkapital vom Kaufpreis verlangen», spielt Zumkehr den Ball zurück.

Immerhin geben seine Konkurrenten neidvoll zu, dass der Berner Oberländer ein erfolgreicher Geschäftsmann ist. «Ich habe Betriebe schon innert Wochenfrist verkauft», gewöhnlich brauche aber auch er zwischen 6 und 24 Monate Zeit.

Auch Hotelmakler André Gribi verkaufte kürzlich aussergewöhnlich schnell einen Betrieb. «Von der Kontaktaufnahme bis zur Unterzeichnung des Vorvertrags

Expertentipps

Positionierung, Profis und Preis

Hotel in Schieflage

Betrieb klarer positionieren, Kosten senken (Zusammenschluss mit anderen Betrieben, Dienstleistungen wie Verkauf, Marketing, Administration, Einkauf outsourcen/zentralisieren) und Fachleute beiziehen.

Ertragswert steigern

Durch gezielte Investitionen in die Infrastruktur und die Ausstattung oder organisatorische Massnahmen den Ertragswert steigern. Auch eine treue Stammkundschaft und gute Reputation wirken positiv auf den Verkaufspreis.

Diskret bleiben

Bei Verkaufsinteresse öffentliche Inserate und Streuung der Information vermeiden, da sich dies negativ auf den Verkaufsprozess auswirkt.

Gut vorbereiten

Verkaufsabwicklung definieren (Verkauf von Immobilie, Betriebsgesellschaft, Grundstück), klare Preisvorstellung haben und Persönliches klären (Steuern, AHV etc.).

Verkaufsprofi beiziehen

Die Immobilie und das Grundstück von einem auf Hotelimmobilienverkauf spezialisierten Experten begutachten und bewerten lassen. Bei einem Hotelverkauf auch z. B. eine Umnutzung in Betracht ziehen.

vergingen drei Monate. Ein Glücksfall!», sagt er freudig. Das Hotel Tenne in Saas-Fee habe bezüglich Destination und Lage perfekt auf ein bestehendes Suchprofil gepasst. Nachdem Gribis erfolgreicher Verkauf Mitte Februar auf htr.ch gemeldet worden war, erhielt der Hotelmakler sofort zehn neue Anfragen für Hotelverkäufe. Aktuell hat André Gribi elf Betriebe im Portfolio und verrät, wie er die Verkaufsprozesse künftig vereinfachen und beschleunigen will. «Im April bringen wir die neu programmierte Version unseres Verkaufsportals Hotel2invest auf den Markt. Es ist eine Art Tinder für Hotel- und Gastroimmobilien, auf der sich Käufer und Verkäufer hoffentlich schnell finden.»

Nachgefragt

Wann ist der richtige Zeitpunkt, ein Hotel zu verkaufen?

Da es oft ein mehrjähriger Prozess ist, sollte man nicht erst mit 70 damit beginnen. Auch finanzieller Druck beeinträchtigt den Verkaufsprozess negativ. Wichtig ist, dass der Betrieb noch offen und aktiv ist. Bereits geschlossene Häuser oder Betriebe im Konkurs drücken stark auf den Verkaufspreis.

Welche Möglichkeiten hat ein Hotelier, der sein Haus verkaufen will?

Oftmals sind die Möglichkeiten aus Diskretionsgründen beschränkt. Sobald Gäste und Mitarbeitende vom Verkauf erfahren, kann das negative Folgen für den Betrieb haben. Mitarbeitende springen ab, und potenzielle Kunden buchen keine Anlässe oder Bankette mehr. Ein

professioneller Immobilien- oder Hotelimmobilienmakler bringt nebst Erfahrung ein grosses Netzwerk an valablen Interessenten im In- und Ausland mit. Möglich ist auch ein Chiffre-Inserat.

Es stehen rund 500 kleinere und mittlere Hotels zum Verkauf. Was sind die Gründe?

Auf dem Markt suchen immer rund zehn Prozent der Hotelbesitzerinnen und -besitzer neue Eigner. Manche finden keine Nachfolger, sind überaltert, wollen die digitale Entwicklung nicht mehr mitmachen oder können notwendige Investitionen nicht mehr tätigen. Andere Gastgeber bereinigen ihr Portfolio oder wollen schlicht etwas anderes tun – nicht zuletzt wegen Corona. Konkurse sind bislang Einzelfälle, aber die

fehlende Liquidität wird vielerorts ein Problem werden.

Müssen Besitzer aktuell zu Schnäppchenpreisen verkaufen?

Finanziell unter Druck zu handeln, ist nie gut. Momentan sind die Verkaufspreise noch recht stabil, können aber in den nächsten Monaten wegen eines Überangebots arg ins Schwanken geraten. Festzuhalten ist: Gut geführte Hotels mit hohen Ertragswerten an attraktiven Standorten haben immer ihren Wert und sind gefragt.

Gibt es Interessenten?

Die gibt es immer, insbesondere dann, wenn die Preise tiefer sind. Leider haben wir in der Vergangenheit weniger Schweizer gefunden. Aber der Markt wird sich neu mischen. god



«Momentan sind die Preise noch recht stabil.»

André Gribi

ist Hotelimmobilienmakler und Managing Partner von Hotel und Gastro Consulting.