

# Erhebung von Hotel Benchmarks im Bezirk Schwaz - Ermittlung der Abweichungen finanzrelevanter Aspekte unter Bezugnahme auf die Benchmarks der ÖHT

Masterthese zur Erlangung des akademischen Grades  
“Master of Science”

eingereicht bei  
Dipl.-Ing. Harald Peham

Lukas Hütter BA (FH)

01118380

## Eidesstattliche Erklärung

Ich, **LUKAS HÜTTER BA (FH)**, versichere hiermit

1. dass ich die vorliegende Masterthese, "ERHEBUNG VON HOTEL BENCHMARKS IM BEZIRK SCHWAZ - ERMITTLUNG DER ABWEICHUNGEN FINANZRELEVANTER ASPEKTE UNTER BEZUGNAHME AUF DIE BENCHMARKS DER ÖHT", 73 Seiten, gebunden, selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe, und
2. dass ich das Thema dieser Arbeit oder Teile davon bisher weder im In- noch Ausland zur Begutachtung in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, 11.04.2024

---

Unterschrift

## Kurzfassung

Die Bewertung von Hotelimmobilien stellt eine besondere Herausforderung dar, da ein hoher Informations- und Datenaufwand notwendig ist. Dadurch braucht es branchen- und regionsspezifisches Wissen. In einem ersten Teil wird ein kurzer Überblick über den Tourismus in Tirol gegeben, mit dem besonderen Augenmerk auf den Tourismus im Bezirk Schwaz. Es folgt eine Beschreibung verschiedener Hoteltypen und die nationale Kategorisierung der Hotel-Sterne mit einem kurzen Vergleich zur internationalen Kategorisierung. In weiterer Folge wird das Thema Spezialimmobilie Hotel und deren Bewertung näher erläutert und es wird ein kurzer Überblick über die verschiedenen Verfahren gegeben. Besonderes Augenmerk wird auf das ertragsorientierte Verfahren gelegt und das Pachtwertverfahren und das Discounted-Cash-Flow-Verfahren dargestellt. Die Bewertung von Hotelimmobilien verlangt nicht nur methodisch korrektes Vorgehen, sondern auch regionsspezifisches Wissen, Erfahrung und Marktkenntnisse. Die Bewertung eines Hotels bezieht sich im Wesentlichen auf einen marktüblichen Betreiber. Für die Bewertung ist auch die Ermittlung und Auswertung eines stabilisierten Jahres notwendig. Die bewertungsrelevantesten Cashflows aus der Gewinn- und Verlustrechnung beziehungsweise der Bilanz werden erklärt und charakterisiert. Anschließend werden auch Pachtansätze und verschiedene Varianten zu deren Plausibilität dargestellt und kurz erläutert. In weiterer Folge werden die wichtigsten Benchmarks erklärt und deren Berechnung dargelegt. In der vorliegenden Arbeit werden die Bilanzen von 42 Betrieben der 4-Sternekatgorie im Bezirk Schwaz ausgewertet. Aus der Auswertung werden acht Kennzahlen zur genaueren Betrachtung und zur Abbildung regionsspezifischen Benchmarks verwendet. Im Hauptteil der Arbeit werden die verschiedenen Parameter näher erläutert und deren relevante Aspekte und vor allem deren Auswirkung auf den Cash-Flow und das Jahresergebnisses eines Hotelbetriebes dargestellt. Im Anschluss wurden die Durchschnittswerte des Bezirks mit den österreichweiten Werten der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank GmbH (ÖHT) verglichen. Ziel ist es, herauszufinden, ob regionsspezifische Benchmarks notwendig sind. Anhand zweier Case Studies werden die Kennzahlen nochmals genauer dargestellt und deren Entwicklung über einen Zeitraum von acht Jahren verglichen und abgeleitet. Im letzten Punkt werden die Ergebnisse des Vergleiches dargestellt und die Auswirkungen verschiedener Parameter veranschaulicht um deren Wichtigkeit und Notwendigkeit eines laufenden Controllings aufgezeigt.

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Forschungsfrage und Methode .....	2
2. Grundlagen .....	3
2.1 Spezialimmobilie Hotel.....	3
2.2 Hoteltypen .....	3
2.3 Hotelkategorisierung in Österreich .....	6
2.3.1 Ein Stern (1-Stern-Hotel):.....	7
2.3.2 Zwei Sterne (2-Sterne-Hotel):.....	7
2.3.3 Drei Sterne (3-Sterne-Hotel):.....	8
2.3.4 Vier Sterne (4-Sterne-Hotel):.....	8
2.3.5 Fünf Sterne (5-Sterne-Hotel): .....	8
2.3.6 Superior bei 1-5* Kategorien.....	8
2.4 Internationale Hotelkategorisierungen .....	9
2.5 Die Ferienhotellerie.....	10
3. Der Tourismus in Tirol.....	12
3.1 Relevante Informationsquellen.....	12
3.2 Basisinformationen zum Tiroler Tourismus.....	13
3.3 Tourismus im Bezirk Schwaz .....	16
3.4 Tourismusverbände .....	18
3.5 Trends im Tourismus .....	20
4. Bewertung Spezialimmobilien Hotel .....	23
4.1 Normierte nationale Verfahren der Verkehrswertermittlung .....	24
4.2 Das Vergleichswertverfahren .....	24
4.3 Das Sachwertverfahren .....	26
4.4 Das Ertragswertverfahren.....	28
4.5 Discounted Cash Flow (DCF) .....	30
4.6 Pachtwertverfahren.....	32
4.7 Wichtige Benchmarks in der Hotellerie .....	36
4.8 Benchmarks für den Vergleich von Betrieben .....	39
4.9 Schiefelage eines Hotels und Kennzahlen die darauf hinweisen.....	40
5. Benchmarks für die Ferienhotellerie im Bezirk Schwaz.....	44
5.1 Personalaufwand .....	44
5.2 Wareneinsatz .....	46
5.3 Schuldentilgungsdauer in Jahren (fiktiv) .....	47
5.4 Umsatzbezogene Verschuldung .....	49
5.5 Eigenmittelquote .....	50
5.6 Weitere Kennzahlen für den Bezirk Schwaz.....	51
5.7 Betrachtung von fünf Benchmarks anhand von zwei Beispielen.....	52
5.7.1 Personalaufwand und Wareneinsatz .....	52
5.7.2 Eigenmittelquote .....	53
5.7.3 fiktive Schuldentilgungsdauer.....	54
5.7.4 Umsatz-Schuldenverhältnis .....	54

5.8 Case Study 1 .....	55
5.9 Case Study 2 .....	57
6. Schlussfolgerung .....	59
Abbildungsverzeichnis .....	62
Quellenverzeichnis .....	64
Anhang .....	68

# 1. Einleitung

In der nachfolgenden Masterthese werden die Unterschiede zwischen den erhobenen Kennzahlen für den Bezirk Schwaz mit denen der ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH) verglichen. In Tirol spielt der Tourismus eine sehr große Rolle. Ein Drittel aller touristischen Nächtigungen in Österreich finden in Tirol statt (2022 ca. 43 Mio.). Damit ist der Tourismus ein zentraler Wirtschaftsfaktor, fast 25.000 Betriebe mit ca. 334.000 Betten leben direkt vom Tourismus.<sup>1</sup> Hotelimmobilien sind immer mit hohen Investitionen verbunden und daher auch relevant für Banken und andere Investoren. Eine Hotelimmobilie zu bewerten ist aufgrund ihrer Einmaligkeit, der besonderen Kriterien und der geringen Vergleichbarkeit eine komplexe Aufgabe. Aufgrund der Einzigartigkeit der Objekte ist es hilfreich zur Bewertung von Ferienhotels auf Benchmarks zurückzugreifen. Nicht nur aus Bankensicht ist die Werthaltigkeit der Hotelimmobilie ein wichtiger Punkt, sondern auch aus Sicht des Investors bzw. des Eigentümers. Eine wesentliche Datengrundlage für die gegenständliche Arbeit liefert die Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH (ÖHT).<sup>2</sup> Die ÖHT steht im Eigentum der Österreichischen Kontrollbank AG (ÖKB) und der Raiffeisen Bank International AG (RBI) sowie einiger Raiffeisen Landesbanken.

## 1.1 Problemstellung

Für die Verkehrswertermittlung eines Hotels ist es notwendig zu wissen, wie ein marktüblicher Hotelbetrieb aussieht. Vergleichspreise durch die Ermittlung von Verkaufspreisen zu erheben, ist aufgrund der geringen Anzahl an Transaktionen nur bedingt sinnvoll und haben nur eine eingeschränkte Aussagekraft; im Bezirk Schwaz wurden seit dem Jahr 2010 nur 16 Hoteltransaktionen mit einem Kaufpreis über zwei Millionen Euro durchgeführt (Erhebung ImmoUnited). Um dennoch den Wert eines Hotels ermitteln zu können ist es notwendig, auf Benchmarks zurückzugreifen und zu verstehen, was durch sie in Erfahrung gebracht werden kann.

<sup>1</sup> Zahlen und Fakten zum Tiroler Tourismus. Tirol Werbung. <https://www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/zahlen-und-fakten-zum-tiroler-tourismus>

<sup>2</sup> <https://www.oeht.at/>

## 1.2 Forschungsfrage und Methode

Als Gliederung des Untersuchungsraums wird die Strukturierung des Gebiets anhand der Tourismusregion gemäß der Tourismusverbände für den Bezirk Schwaz verwendet. In Tirol bestehen aktuell 34 Tourismusverbände, die Körperschaften des öffentlichen Rechts sind. Im Bezirk Schwaz gibt es sechs Tourismusverbände: Silberregion Karwendel, Achensee, Erste Ferienregion im Zillertal Fügen – Kaltenbach, Zell – Gerlos Zillertal Arena, Mayrhofen und Tux – Finkenberg.<sup>3</sup> Die empirische Arbeit orientiert sich an der oben beschriebenen Gliederung der Tourismusregionen und vergleicht die in der Masterthese ermittelten Benchmarks der einzelnen Regionen des Bezirks Schwaz mit den österreichweiten Kennzahlen der ÖHT. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, abweichende Muster zu identifizieren und zu klären, ob die allgemeinen Benchmarks ausreichen oder die Notwendigkeit gegeben ist, für die Region eigene Datengrundlagen für eine Hotelbewertung zu erstellen. In zeitlicher Hinsicht wird das Jahr 2019 aus folgenden Gründen gewählt: Die ÖHT stellt derzeit Daten für die Jahre 2019, 2020 und 2021 zur Verfügung. Die Jahre 2020 und 2021 können aufgrund der COVID-19-Pandemie nicht als Vergleich herangezogen werden. In den Jahren der Pandemie kam es zu mehreren Lockdowns und Hotelbetriebe mussten zeitweise geschlossen bleiben. Für die Erhebung wurden 43 4-Sterne-Hotels aus dem Bezirk Schwaz herangezogen. Die Hotels wurden aus Datenschutzgründen anonymisiert und Informationen, wie Zimmer- und Bettenanzahl, nicht angegeben, um eine Identifizierung zu verhindern. Aus dem Tourismusverband Silberregion Karwendel wurden keine Daten erhoben.

<sup>3</sup> <https://www.tirol.gv.at/>

## 2. Grundlagen

In diesem Kapitel werden die grundlegenden Informationen zur Hotelimmobilie, den Hoteltypen und den Sterne-Kategorien dargestellt.

### 2.1 Spezialimmobilie Hotel

Hotelimmobilien werden zu den Spezialimmobilien gezählt. Hotels sind Anlageklassen, die aufgrund ihrer speziellen Nutzung einer besonderen Betrachtung bedürfen (Spezialimmobilien). Dazu kommen spezifische Bewertungsverfahren zur Anwendung, um relevante Ertrags- und Risikofaktoren zu berücksichtigen. Durch den Begriff „Betrieb“ wird der starke Unternehmensbezug deutlich.<sup>4</sup> Dies zeigt auch die Wichtigkeit von klaren Betriebsstrukturen (Familienbetrieb, Pächter, Management,- Franchisevertrag, ...) und einer daraus resultierenden kompetenten Betreuung des Hotels. Dies wird bei bestimmten Bewertungsverfahren miteinbezogen.<sup>5</sup>

Der Standort und die Betreuung spielen in der Bewertung eine wesentliche Rolle. Ist der Hotelbetrieb langfristig im Stande, ausreichende Erträge zu erwirtschaften, um damit seinen Verbindlichkeiten nachzukommen. Um eine dem Markt entsprechende Bewertung zu erstellen, ist es somit unumgänglich, Hotelmärkte und Regionen mit ihren Besonderheiten zu verstehen.<sup>6</sup>

### 2.2 Hoteltypen

Eine einheitliche Definition unterschiedlicher Betriebsarten von Hotels gibt es bislang noch nicht. Es werden daher unterschiedliche Differenzierungskriterien herangezogen. Oft wird eine Differenzierung nach Betreibermodellen, spezifischen Marktstrategien oder Standortkriterien durchgeführt. Ebenso kann eine Unterscheidung in Städtegrößenklassen (in A-, B- und C- Standorte) vorgenommen werden. Des Weiteren können

<sup>4</sup> Vgl. Bienert / Wagner (2018), S. 343

<sup>5</sup> Vgl. Pauen / Meinen (2020), S. 13, 17

<sup>6</sup> ebenda S. 13, 17

Verkehrsanbindungen (z.B. Flughäfen) oder touristische Ausrichtungen der Destination (z.B. Ferienhotel) ein Unterscheidungskriterium darstellen.<sup>7</sup> In Österreich gibt es eine Vielzahl von Hotels, die unterschiedliche Bedürfnisse und Vorlieben der Gäste ansprechen. Hier sind einige der gängigen Arten von Hotels in Österreich:

- **Stadthotels:**  
Unter einem Stadthotel versteht man eine Art von Hotel, die sich eher zentral, in einer städtischen Umgebung befindet. Stadthotels sind darauf ausgerichtet, die Bedürfnisse von Reisenden abzudecken, was im Vorfeld die Lage betrifft. Es handelt sich meist um moderne Hochhäuser, oder auch um historische Gebäude, die saniert wurden. Stadthotels bieten somit für Touristen aber auch für Geschäftsreisende das passende Angebot.<sup>8</sup>
- **Wellnesshotels:**  
Es handelt sich hierbei um Hotels, die sich auf Wellness und Entspannung konzentrieren. Man will Besucherinnen und Besuchern eine Auszeit bieten, um vom stressigen Alltag Abstand zu nehmen. Wellnesshotels verfügen über Spa-Einrichtungen und fast immer über ein Fitnesscenter, ebenso werden oft gesundheitsfördernde Aktivitäten angeboten.
- **Alpinhotels:**  
Alpinhotels befinden sich in den Bergen. Sie sind vor allem bei Skiurlauberinnen und Skiurlaubern beliebt. Im Idealfall liegen die Hotels direkt an der Piste. Im Sommer sind Alpinhotels ein perfekter Aufenthaltsort für Wanderer, Radfahrer und Familien, die gerne Zeit in der Natur verbringen.
- **Luxushotels:**  
Früher wurden Luxushotels auch als Grand Hotels betitelt. Diese Art des Hotels, impliziert eine hochwertige Ausstattung sowie einen Rundum-Service. Im Normalfall verfügt ein Luxushotel über vier oder fünf Sterne.<sup>9</sup>
- **Designhotels:**

<sup>7</sup> Vgl. Pauen / Meinen (2020), S. 18

<sup>8</sup> <https://www.h-hotels.com/de/reise-glossar/stadthotel>

<sup>9</sup> <https://www.weg.de/inspiration/reisewissen/was-macht-ein-luxushotel-aus>

Bei Designhotels handelt es sich um moderne Hotels mit besonderer Zimmerausstattung. Das Design spielt hier eine wesentliche Rolle. Oft werden Kunstwerke präsentiert, ebenso verfügen sie oft über extravagante Dekoration. Designhotels können eine unterschiedliche Anzahl an Sternen aufweisen.<sup>10</sup>

- Kur- und Gesundheitshotels:

Diese Art von Hotel bietet oft eine breite Palette von Gesundheits- und Wellnessdienstleistungen an, wie zum Beispiel Spa-Behandlungen, therapeutische Anwendungen, medizinische Betreuung und verschiedene Freizeitaktivitäten. Kurhotels befinden sich oft in natürlichen Umgebungen, wie Bergen oder an Küsten, und bieten eine entspannende Atmosphäre für Gäste, die sich erholen und regenerieren möchten.

- Kinderhotels

Die Ausstattung sowie auch Umgebung und die Angebote sind auf Kinder abgestimmt. Dies betrifft beispielsweise die Zimmerausstattung, das Essen sowie Freizeitangebote. Oft gibt es auch Betreuungsangebote. Das Ziel von Kinderhotels ist es, den Urlaub für die Familie so angenehm wie möglich zu machen.<sup>11</sup>

- Businesshotels:

Businesshotels fokussieren sich auf Geschäftsreisende und haben meist eine zentrale Lage. Natürlich können aber auch Touristen ihren Urlaub dort verbringen. Businesshotels sind darauf ausgelegt gut erreichbar zu sein, kostenlose Internetverbindung anzubieten und schnell Check-in und Check-outs zu gewährleisten. Die Einrichtung ist eher schlicht, ebenso verfügen die meisten Businesshotels nur über Doppel- und Einzelzimmer.<sup>12</sup>

- Hotel Garni:

In einem Hotel Garni gibt es kein Restaurant, es dient hauptsächlich der Beherbergung. Es werden nur Frühstück und manchmal Getränke und kleine Speisen angeboten. Das Hotel Garni konzentriert sich somit nur auf den nötigsten Service.

10 <https://www.expedia.de/stories/reiselexikon-designhotel/>

11 <https://www.animod.de/c/ratgeber-kinderhotel>

12 <https://www.animod.de/c/ratgeber-business-hotel>

Diese Kategorien können sich überschneiden, und viele Hotels bieten eine Kombination von unterschiedlichen Merkmalen an, um eine breitere Palette von Gästen anzusprechen.

### 2.3 Hotelkategorisierung in Österreich

In Österreich gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Hotelarten, die sich in Bezug auf Größe, Ausstattung, Lage und Zielgruppe unterscheiden. Die Einteilung in verschiedene Kategorien erfolgt nach einem einheitlichen System, das von der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) festgelegt wird.

Auf Basis dieser Einteilung lassen sich folgende Arten von Hotels in Österreich unterscheiden:

- **Vollbetriebe:** Vollbetriebe bieten ein umfassendes Angebot an Zimmern, Gastronomie, Serviceleistungen und Freizeitgestaltung. Sie sind in den Kategorien ein bis fünf Sterne klassifiziert.
- **Betrieb mit eingeschränktem gastronomischem Angebot:** Betriebe mit eingeschränktem gastronomischem Angebot bieten nur Frühstück oder Halbpension an. Sie sind in den Kategorien ein bis vier Sterne klassifiziert.

Die Punktevergabe für die Klassifizierung ergibt sich aufgrund folgender Kriterien: allgemeine Hotelinformationen, Rezeption und Services, Zimmer, Gastronomie, Veranstaltungsbereich, Freizeit, Qualitäts- und Online-Aktivitäten etc. (insgesamt werden 247 Kriterien berücksichtigt). Die maximal erreichbare Punktezahl beläuft sich auf 971 Punkte.

Die Klassifizierung wird von einem unabhängigen Gutachterteam durchgeführt. Das Team besucht das Hotel und bewertet es anhand der festgelegten Kriterien.

Die Klassifizierung eines Hotels in Österreich ist für fünf Jahre gültig. Nach Ablauf dieser Frist muss das Hotel erneut klassifiziert werden. Die Klassifizierung ist in der Regel kostenpflichtig.

Das Klassifizierungsverfahren für Hotels in Österreich erfolgt in folgenden Schritten:

- Antragstellung: Der Hotelier stellt einen Antrag auf Klassifizierung bei der WKÖ.
- Klassifizierungsaudit: Ein unabhängiges Gutachterteam besucht das Hotel und bewertet es anhand der festgelegten Kriterien.
- Erteilung der Klassifizierung: Die WKÖ erteilt dem Hotel die Klassifizierung in Form eines Zertifikats.

Aktuell gibt es in Tirol 1.407 Hotels und 1.169 Hotels Garni mit aktiver Gewerbeberechtigung.

Bei der 5 Sterne Kategorie gibt es in Tirol 29 Fünf-Sterne Hotels und weitere acht Hotels mit der 5-Sterne Superior Kategorie. Ca. 46% der Hotels in Tirol tragen die 4-Sterne (505) und die 4-Sterne Superior Kategorie (143).<sup>13</sup>

In Österreich werden Hotels üblicherweise nach einem Sterne-System klassifiziert, das anhand folgender Kriterien durchgeführt wird:

#### 2.3.1 Ein Stern (1-Stern-Hotel):

- Einfache Ausstattung
- für eine Nächtigung notwendige Einrichtung
- sauber und tadelloser Zustand
- keine Serviceleistungen

#### 2.3.2 Zwei Sterne (2-Sterne-Hotel):

- Zweckmäßig, komfortablere Ausstattung
- Eingeschränkte Serviceleistungen
- Ausstattung wird an Funktionalität und Sauberkeit gemessen

<sup>13</sup> <https://www.wko.at/bgld/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/hotels-nach-kategorien-per-31-12-2022>)

### 2.3.3 Drei Sterne (3-Sterne-Hotel):

- Gehobene und einheitliche Ausstattung
- Guter Erhaltungszustand der gesamten Hardware
- Gehobenes Dienstleistungsangebot

### 2.3.4 Vier Sterne (4-Sterne-Hotel):

- Erstklassige, qualitativ hochwertige und zeitgemäße Ausstattung
- Großzügige Zimmergrößen mit gutem Schallschutz
- Sehr guter Erhaltungszustand der gesamten Hardware
- hohes Dienstleistungsniveau

### 2.3.5 Fünf Sterne (5-Sterne-Hotel):

- Exklusive, luxuriöse Ausstattung aus hochwertigen Materialien
- makelloser Erhaltungszustand der Hardware
- internationales Luxushotellerie Niveau bei Architektur, Ausstattung, Ambiente
- perfekte Dienstleistungsqualität durch erstklassiges Personal

### 2.3.6 Superior bei 1-5\* Kategorien

Um den Superior-Zusatz zu erhalten, durchlaufen Hotels eine zusätzliche Prüfung durch die Wirtschaftskammer Österreich. Diese Prüfung fokussiert sich auf die Servicequalität des Betriebs und erfolgt anhand der Verfahrensbestimmungen zur Hotelklassifizierung.

Das Superior-Siegel ist ein exklusives Gütezeichen, das nur an die besten Hotels der jeweiligen Kategorie vergeben wird. Es signalisiert Gästen eine außergewöhnliche Qualität.<sup>14</sup>

Bereich	Nr.	Kriterium	Punkte	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆
<b>VIII. Mindestpunkte<sup>60</sup></b>								
Hotels				95	180	270	410	610
Hotel Garni				75	160	250	390	-
Zusatz "Superior" <sup>61</sup>				180	270	410	610	710

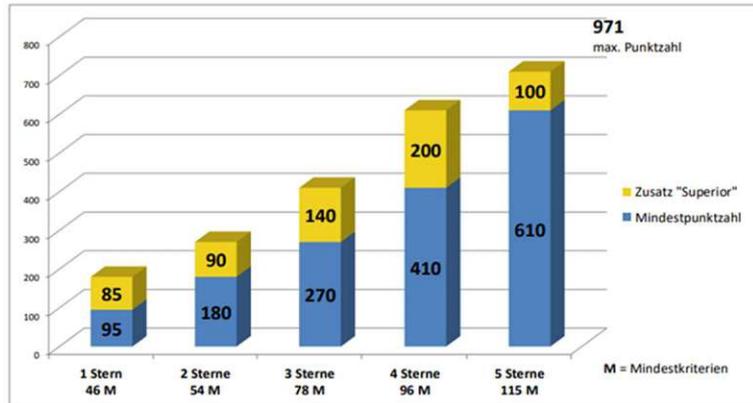


Abb. 1: <https://www.wko.at/oe/hotelsterne/kriterienkatalog-hotelklassifizierung-2020-2025.pdf>

## 2.4 Internationale Hotelkategorisierungen

Um einen mehr internationalen Gästeanspruch abzudecken, ist die Sterne-Klassifizierungen bei einigen Hotelgruppen wie zum Beispiel die IHG (InterContinental Hotel Group) nicht in Verwendung. Die Kategorisierung folgt den international, vor allem im anglosächsischen Raum gebräuchlichen Unterscheidungen:<sup>15</sup>

- Budget/Economy
- Midscale
- Upper Midscale
- Upscale
- Upper Upscale
- Luxury

<sup>14</sup> <https://www.wko.at/hotelsterne/sternekategorien>

<sup>15</sup> Vgl. Pauen / Piller (2020), S.20

Um eine Vergleichbarkeit darzustellen, werden die internationalen Kategorisierungen den nationalen Sterne-Kategorien gegenübergestellt. So entspricht das Budget/Economy einem 1-2 Sterne Hotel, das Midscale einem 3 Sterne Superior Hotel, das Upscale einem 4 Sterne Superior Hotel und das Luxury einem 5 Sterne Hotel.<sup>16</sup>

## 2.5 Die Ferienhotellerie

Die Ferienhotellerie wird immer mehr zu einer Anlagemöglichkeit am Immobilienmarkt, für die sich zunehmend Investoren interessieren. Entstanden sind diese Hotelanlagen meist aus familiengeführten Klein- und Mittelbetrieben, meist auch mit einem landwirtschaftlichen Grundbesitz als Hintergrund. Durch die geringeren Transaktionen als in der Stadthotellerie, galt der Markt für Ferienhotellerie eher als intransparent, so dass diese Betriebe für Investoren eher unauffällig am Markt agierten.<sup>17</sup> Durch neue Erkenntnisse in der Marktforschung, die Digitalisierung und professionell erarbeitete Konzepte, rückte das Thema „Ferienhotel“ immer mehr in den Mittelpunkt als Anlageziel für potenzielle Investoren.<sup>18</sup> Seit ein mehrwöchiger Urlaub für jeden erwerbstätigen Menschen und eine bestimmte Ferienzeit für jeden in Ausbildung stehenden Menschen gesetzlich geregelt ist, freut sich die Ferienhotellerie über stetig steigende Nächtigungszahlen und hat sich sogar in Zeiten einer Pandemie als krisensicher erwiesen. Sofort nach dem Lockdown stiegen die Gästezahlen in einem solchen Ausmaß an, dass das größte Problem für die Hotelbetreiber der eklatante Mitarbeitermangel war. Manche Betriebe mussten aus diesem Grund sogar ihre Angebote reduzieren!<sup>19</sup>

Um dem Urlaubsgast in der Sommer- und in der Wintersaison einen entsprechenden Erholungswert zu gewährleisten, sind die Errichtungs- und Aufwandskosten in der Ferienhotellerie höher als in der Stadthotellerie.<sup>20</sup>

<sup>16</sup> Vgl. Pauen / Piller (2020), S.20.21

<sup>17</sup> <https://immo-timeline.at/a/ferienhotellerie-aufkommende-assetklasse-im-fokus-der-investoren>

<sup>18</sup> <https://www.kohl-partner.at/de/das-digitale-ferienhotel-ein-ueberblick.html>

<sup>19</sup> <https://www.derstandard.at/story/2000137116921/hotelbetreiber-krempeln-wegen-mitarbeitermangel-selbst-aermel-auf>

<sup>20</sup> [https://www.oehv.at/fileadmin/user\\_upload/MediaLibrary/Downloads/Investitions-1x1-Ferienhotellerie-2023.pdf](https://www.oehv.at/fileadmin/user_upload/MediaLibrary/Downloads/Investitions-1x1-Ferienhotellerie-2023.pdf)

Die Themen Natur, Nachhaltigkeit, saubere Luft, Lebensmittel aus der Region und weg vom Massenkonsum spielen in der Ferienvermarktung eine immer größere Rolle. Die Erkenntnis der individuellen Gästebetreuung und die persönliche Gästeansprache in Naturdestinationen gewinnt immer mehr an Bedeutung.

### 3. Der Tourismus in Tirol

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Bewertung von Hotelimmobilien. In dem Zusammenhang ist es notwendig, die Rahmenbedingungen für den Tourismus und die konkrete Situation in Tirol und im Bezirk Schwaz etwas genauer in den Blick zu nehmen.

#### 3.1 Relevante Informationsquellen

Um das Thema Tourismuswirtschaft in Tirol faktenbasiert bearbeiten zu können, sind folgende Informationsquellen besonders hilfreich:

- Amt der Tiroler Landesregierung, Abteilung Tourismus  
<https://www.tirol.gv.at/tourismus/>
- Daten zum Tiroler Tourismus auf der Homepage der Tirol Werbung (ein Unternehmen der Lebensraum Tirol Holding)  
<https://www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/zahlen-und-fakten-zum-tiroler-tourismus>
- Tirol Tourism Research (ein Projekt der Tirol Werbung und des MCI - Tourismus- und Freizeitwirtschaft)  
<https://www.ttr.tirol>
- Lebensraum Tirol Holding GmbH. Durch die Bündelung von Aktivitäten verschiedener Einrichtungen leistet die Lebensraum Tirol Gruppe einen Beitrag zur Stärkung des Lebensraumes Tirol und zur Verbreitung der „Marke Tirol“ im In- und Ausland. Sie besteht aus folgenden Unternehmen: Tirol Werbung GmbH, Standortagentur Tirol GmbH und Agrarmarketing Tirol GmbH.  
<https://www.lebensraum.tirol/>
- Wirtschaftskammer Tirol, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft  
<https://www.wko.at/tirol/tourismus-freizeitwirtschaft/start>
- Wirtschaftskammer Österreich, Netzwerke für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft  
<https://www.wko.at/oe/tourismus-freizeitwirtschaft/kontakte-und-netzwerke>

Hier finden sich Informationen u.a. zu den Themen: Tourismusverbände in Österreich, Fachmedien, Tourismus-Links, Tourismuspolitik, Umwelt, Sterne-Hotels in Österreich, Statistik, Forschung und Lehre, Jobs im Tourismus

- Zillertalinfo:  
<https://www.zillertal.info/>
- Österreich Werbung, Wien  
[www.austria.info](http://www.austria.info)
- Statistik Austria, Wien  
[www.statistik.at](http://www.statistik.at)
- UNWTO - World Tourism Organization, Madrid  
[www.unwto.org](http://www.unwto.org)
- KMU Forschung Austria, Wien  
[www.kmuforschung.ac.at](http://www.kmuforschung.ac.at)
- IHS - Institut für Höhere Studien, Wien  
[www.ihs.ac.at](http://www.ihs.ac.at)
- WIFO - Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung, Wien  
[www.wifo.ac.at](http://www.wifo.ac.at)

### 3.2 Basisinformationen zum Tiroler Tourismus

Tirol ist ein touristisches Kernland Österreichs und zählt zu den führenden Tourismusregionen in Europa. Der Tourismus ist ein wichtiger Arbeitgeber und Wertschöpfungsmotor und beschäftigt ca. 50.000 Beschäftigte. Im Tourismusjahr 2022/23 (1.11.2022 bis 31.10.2023) wurden in Tirol rund 328.000 Gästebetten im Winter und 325.000 Gästebetten im Sommer gezählt. In den letzten 10 Jahren ist das Bettenangebot leicht zurück gegangen (-3,7% im Winter und -2,3% im Sommer), dabei ist die Anzahl der Privatquartiere stark rückläufig. Dafür gibt es bei den Ferienwohnungen eine deutliche Zunahme. Bei der Hotellerie lässt sich eine steigende Bettenzahl bei den 4/5-Sterne Betrieben feststellen, hingegen sinkt die Zahl bei den 1, 2 und 3-Sterne Betrieben. Ca. 50% der Betten entfallen auf die Hotellerie, rund 40% auf Ferienwohnungen und ca. 6% auf Privatquartiere. Im Tourismusjahr 2022/23 wurden insgesamt 48,5 Millionen

Nächtigungen verzeichnet, mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 4 Tagen. Die touristische Wertschöpfung betrug ca. 5,9 Milliarden Euro.<sup>21</sup> Tirol leistet hiermit einen wesentlichen Beitrag zur heimischen Volkswirtschaft.

Die erwirtschaftete direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus in Österreich lag 2022 nach dem Tourismussatellitenkonto (TSA) bei rund 27,9 Mrd. €, das sind 6,2 % des BIP. Die Gesamtausgaben der Urlaubsgäste, Geschäftsreisenden und Tagesbesucher in Österreich betragen ca. 35,9 Mrd. € (WIFO).

Der Tourismus in Tirol ist vielfältig und umfasst verschiedene Tourismusarten, darunter:

- Wintersport: Tirol ist ein beliebtes Wintersportziel und verfügt über umfangreiche Skigebiete, Langlaufloipen und andere Wintersportmöglichkeiten.
- Sommertourismus: Tirol bietet auch im Sommer zahlreiche Freizeitmöglichkeiten, wie Wandern, Radfahren, Bergsteigen und Badeurlaub.
- Kulturtourismus: Tirol ist eine Region mit einer reichen Geschichte und Kultur und verfügt über zahlreiche Museen, Schlösser und andere Kulturdenkmäler. Mit dem Landestheater in Innsbruck sowie international renommierten Festspielen und vielen zivilgesellschaftlichen Akteuren im Kulturbereich.

Die 10 wichtigsten Entscheidungsgründe der Gäste für einen Österreichurlaub im Sommer (Mehrfachnennungen möglich)

Berge	47%
Angebot an Wanderwegen	37%
Landschaft/Natur	33%
See/Fluss	27%
Gute Luft/Klima	23%
Sehenswürdigkeiten/Ausflugziele	18%
Regionale Speisen/Getränke	18%
Natur-/Nationalparks	15%
Ortsbild/Architektur/ Bauwerke	15%
Gastfreundschaft	14%

Abb. 2: Tourismus Monitor Austria, Österreich Werbung, Gesamtergebnis Winter 2021/2022 und Sommer 2022.

<sup>21</sup> <https://www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/zahlen-und-fakten-zum-tiroler-tourismus>

Die 10 wichtigsten Entscheidungsgründe der Gäste für einen Österreichurlaub im Winter (Mehrfachnennungen möglich)

Wintersportangebot	42%
Attraktivität des Skigebietes	38%
Schneesicherheit auf den Pisten	31%
Berge	28%
Angebot an Wanderwegen	17%
Schnee-/Winterlandschaft	17%
Gute Luft/Klima	16%
Landschaft/Natur	16%
Regionale Speisen/Getränke	16%
Preis (günstiges Urlaubsangebot)	12%

Abb. 3: Tourismus Monitor Austria, Österreich Werbung, Gesamtergebnis Winter 2021/2022 und Sommer 2022.

#### Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen nach Unterkunftsarten in Österreich 2022

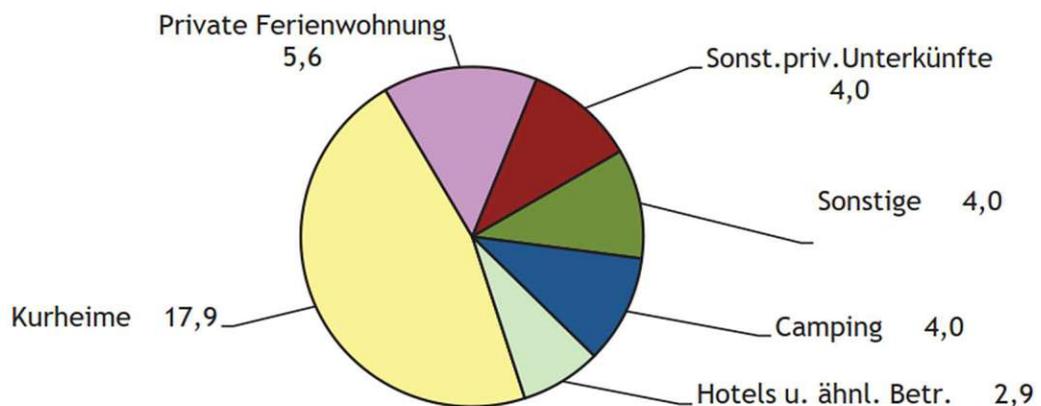


Abb. 4: Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, (Hrsg.): Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. 59. Ausgabe, Juni 2023, S. 65.

## Auslastung in Hotels und ähnlichen Betrieben nach Bundesländern im Jahr 2022 in Prozent.

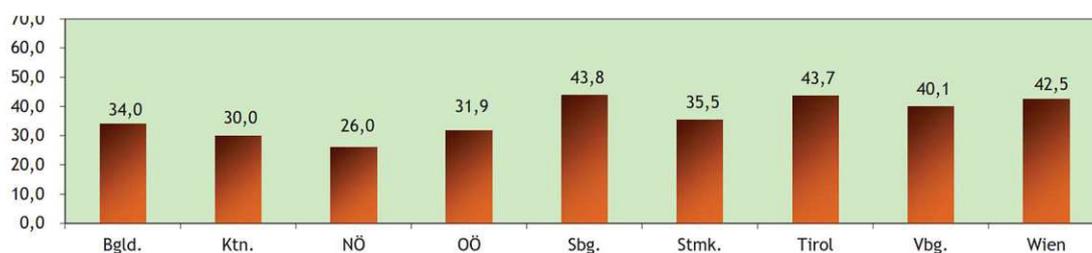


Abb. 5: Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, (Hrsg.): *Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten*. 59. Ausgabe, Juni 2023, S. 68.

Die Gäste in Tirol können aus einer Fülle von Angeboten auswählen. Verschiedene Zielgruppen lassen sich identifizieren, u.a.:

- Familien: Tirol ist ein beliebtes Familienreiseziel und bietet zahlreiche familienfreundliche Angebote, wie Kinderskikurse, Kinderbetreuung und Familienhotels.
- Gruppen: Gruppen von Freunden oder Kollegen verbringen häufig Urlaub in Tirol und finden dort zahlreiche Gruppenangebote, wie Wandertouren, Radtouren und Incentive-Reisen.
- Individualreisende: Individualreisende finden in Tirol zahlreiche Möglichkeiten für einen individuellen Urlaub und können aus einer Vielzahl von Wanderwegen, Radwegen und anderen Freizeitmöglichkeiten wählen.

### 3.3 Tourismus im Bezirk Schwaz

Der Bezirk Schwaz zählt rund 84.500 EinwohnerInnen auf einer Fläche von ca. 1.843 km<sup>2</sup> mit 39 Gemeinden, die in drei Planungsverbänden organisiert sind. Die Nord-Süderstreckung zwischen Bayern und der italienischen Staatsgrenze beträgt ca. 65 km. Im Norden und Süden gibt es bedeutende Naturschutz- und Ruhegebiete. Die Siedlungsgebiete liegen im Inntal und in den zentralen Orten im Achantal und im Zillertal.

Drei unterschiedliche Landschaftsräume, die jeweils einen eigenen Planungsverband bilden, kennzeichnen den Bezirk:

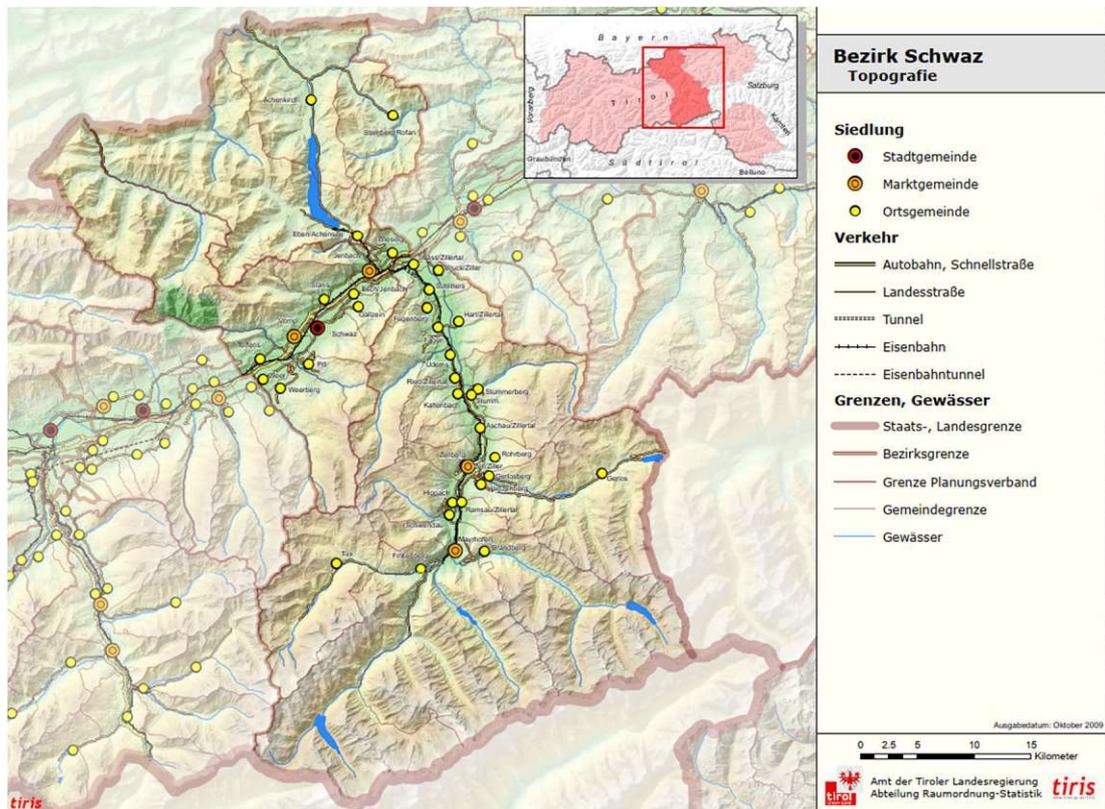


Abb. 6: Topografie Bezirk Schwaz - Tirolraumordnungsinformationssystem

- Das Achental mit dem ca. 9 km langen Achensee und den umliegenden Gebirgen von Karwendel und Rofan. Das Tal liegt auf einer Höhe von ca. 1000 m. Planungsverband Achental (PV 23).
- Ein kurzer Abschnitt links und rechts des Inns (unteres Inntal) mit der Bezirkshauptstadt Schwaz und den Marktgemeinden Jenbach und Vomp. Planungsverband Schwaz - Jenbach u. U. (PV 24).
- Das ca. 47 km lange Zillertal mit seinen Seitentälern (vor allem dem Gerlos- und Tuxertal), umgeben von Gebirgsgruppen mit einigen Dreitausendern. Touristisch wesentlich sind mehrere Großraumskigebiete und ein Ganzjahresskigebiet am Hintertuxer Gletscher. Das Zillertal ist auch für die Elektrizitätswirtschaft bedeutend, u.a. betreibt dort die Verbund AG acht Wasserkraftwerke an fünf Speicherseen. Planungsverband Zillertal (PV 25).<sup>22</sup>

<sup>22</sup>.tirol.gv.at/regionsprofile

Tabelle 29: Nächtigungen nach Unterkunftsarten - Sommer 2022

Kategorie	Nächtigungen		in %	
	Schwaz	Tirol	Schwaz	Tirol
Gewerblich	3.178.717	15.767.617	69,4	70,2
davon ***** / ****	1.859.341	8.184.575	40,6	36,5
***	655.753	3.490.851	14,3	15,6
** / *	268.809	1.672.325	5,9	7,4
Fewo gewerblich	394.814	2.419.866	8,6	10,8
Privat	116.589	652.531	2,5	2,9
Fewo privat	767.977	3.532.573	16,8	15,7
Campingplätze	437.770	1.728.227	9,6	7,7
Sonst. Unterkünfte	82.189	767.316	1,8	3,4
Gesamt	4.583.242	22.448.264	100,0	100,0

Quelle: AdTLR, Raumordnung und Statistik, Tourismusstatistik

Abbildung 7: [www.tirol.gv.at/regionsprofile](http://www.tirol.gv.at/regionsprofile)

Abbildung 7: Nächtigungsentwicklung im Vergleich Winter zu Sommer

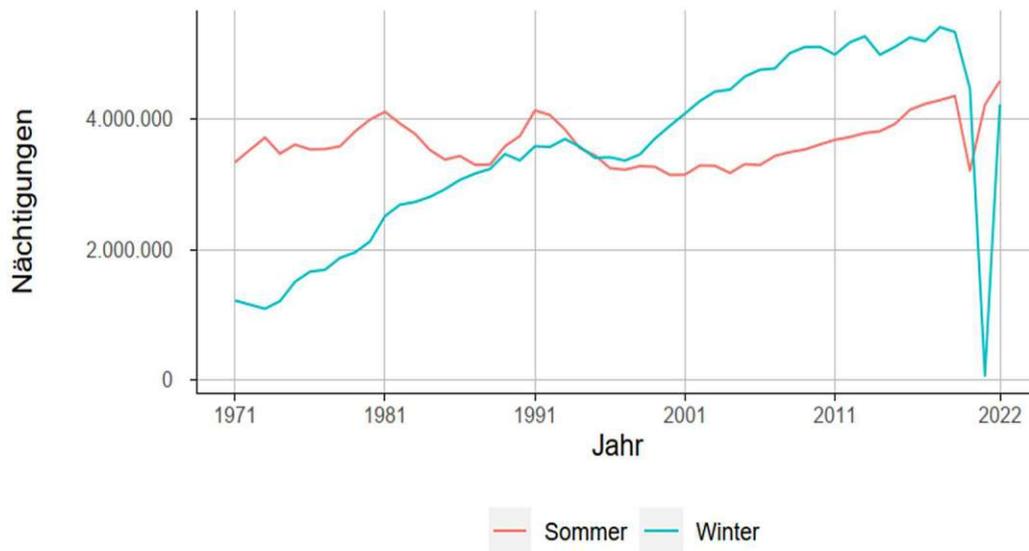


Abb. 8: [www.tirol.gv.at/regionsprofile](http://www.tirol.gv.at/regionsprofile)

### 3.4 Tourismusverbände

In Tirol gibt es flächendeckend für das gesamte Landesgebiet 34 regionale Tourismusverbände, die in ihrer Gesamtheit den Verband der Tiroler Tourismusverbände (VTT)

bilden, der über ein Jahresbudget von ca. 201 Mio. Euro (TT, 28.2.2020, Die Reichsten, die Größten, die Vollsten: 201 Millionen Euro für Tourismusverbände) verfügt.

Entstanden sind diese 34 regionalen Einheiten im Rahmen einer heftig diskutierten Strukturreform aus einer Fusion von ehemals 254 eigenständigen Verbänden.

Rechtlich gesehen sind die Tourismusverbände Körperschaften des öffentlichen Rechts und werden mit Verordnung der Landesregierung errichtet. Die Aufgaben der Tourismusverbände sind im § 3 Tiroler Tourismusgesetz 2006 festgelegt. Dort heißt es in Abs. 1:

*„Den Tourismusverbänden obliegen die Wahrung, Förderung und Vertretung der örtlichen und regionalen Belange des Tourismus unter Bedachtnahme auf seine ökonomischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ökologischen Auswirkungen. Die Tourismusverbände haben eine verantwortungsvolle, nachhaltige und ressourcenschonende Entwicklung des Tourismus sicherzustellen und sich dabei an den Erfordernissen der Regionalität, eines sachgerechten Ausgleichs von Markt- bzw. Wettbewerbsinteressen und den Bedürfnissen der einheimischen Bevölkerung sowie der Raumverträglichkeit der touristischen Angebote, wie sie in tourismusstrategischen Grundlagenarbeiten und Strategiepapieren von landesweiter Tragweite zum Ausdruck kommen, zu orientieren.“*

Im Bezirk Schwaz gibt es sechs Tourismusverbände (Achtal: 1, Schwaz: 1, Zillertal: 4):

- Achensee
- Silberregion Karwendel
- Erste Ferienregion im Zillertal Fügen – Kaltenbach
- Zell - Gerlos, Zillertal Arena
- Mayrhofen
- Tux – Finkenberg

### 3.5 Trends im Tourismus

Die Welt ist im Umbruch. Kriege, Klimakrise, Digitalisierung, Disruption, künstliche Intelligenz, Konjunkturschwächen, um nur einige Stichworte zu nennen, prägen unseren Alltag. Für den Tourismus ist es wichtig, Trends frühzeitig zu erkennen und daraus die richtigen Konsequenzen zu ziehen und das touristische Angebot dementsprechend zu gestalten. Einige der zentralen Trends / Herausforderungen für den Tourismus sind:

- **Globalisierung:** Die Globalisierung der Wirtschaft und die damit verbundenen Innovationen bieten vielfältige Chancen aber auch Risiken, was das soziale Miteinander in der Gesellschaft und die Erhaltung einer intakten Umwelt betrifft. Immer mehr Menschen leben in urbanen Räumen<sup>23</sup> und sehnen sich nach authentischen Naturerlebnissen, nach Bewegung und Fitness und nach geistig anregenden Angeboten.<sup>24</sup>
- **Digitalisierung:** Tirol setzt auf digitale Technologien, um die touristische Infrastruktur zu verbessern und die Informationsmöglichkeiten für die Gäste benutzerfreundlicher zu gestalten. Die Digitalisierung bietet auch neue Möglichkeiten für die Lenkung der Besucherströme und der Erlebniserweiterung, erhöht aber auch die Preistransparenz und intensiviert, in Zeiten steigender Energie- und Lebenshaltungskosten, den Wettbewerb.<sup>25</sup>
- **Individualisierung:** Die Gäste wünschen sich zunehmend individuellere Urlaubsangebote. Tirol bietet zahlreiche Möglichkeiten für einen individuellen Urlaub, z. B. durch personalisierte Angebote und die Möglichkeit, eigene Aktivitäten zu buchen.
- **Demographischer Wandel:** Die Tourismuslandschaft ist bereits jetzt durch eine Vielfalt von Freizeitformen und Freizeitstilen gekennzeichnet. Der deutsche Soziologe Gerhard Schulze<sup>26</sup> hat bereits in den 1990er Jahren den Begriff der „Erlebnisgesellschaft“ geprägt. Im Zuge des demographischen Wandels kommt es zu

<sup>23</sup> 68% of the world population projected to live in urban areas by 2050, says UN | UN DESA | United Nations Department of Economic and Social Affairs

<sup>24</sup> Österreichs Städte in Zahlen - 2015 (staedtebund.gv.at)

<sup>25</sup> ebenda

<sup>26</sup> Schulze, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main.

einer weiteren Ausdifferenzierung der klassischen Urlaubsmilieus, der Lebensstile und somit auch der Verhaltensweisen. Das birgt für den Tourismus deutliche Chancen aber auch damit verbundene Risiken.<sup>27</sup>

- Klimawandel: Der Klimawandel führt u.a. zu einer Verschiebung der Vegetationszonen und zu einer Veränderung der Artenzusammensetzung. Das wirkt sich auf das alpine Landschaftsbild aus, das in Österreich von über 900 Gletschern in einer Höhenlage zwischen 2 100 m und 3 800 m geprägt wird. In Tirol wird aktuell ein gesicherter Schneedeckenaufbau großteils erst ab 1.300 m Seehöhe erreicht. Prognosen aus den Klimamodellen gehen davon aus, dass bei 1 °C Erwärmung bis 2030 die natürliche Schneefallgrenze um ca. 150 m in die Höhe wandert. Das hat eine Reihe von Konsequenzen u.a. steigen die Beschneungskosten deutlich.<sup>28</sup>
  
- Nachhaltigkeit:
  - Ökologische Nachhaltigkeit: Tirol setzt sich für nachhaltigen Tourismus ein und bietet zahlreiche nachhaltige Angebote, wie umweltfreundliche Unterkünfte und nachhaltige Freizeitmöglichkeiten. Ein zentrales Thema für Tirol ist auch eine nachhaltige, klimafreundliche und damit umweltschonende Mobilität. Das erfordert große Anstrengungen im Ausbau des öffentlichen Verkehrs und Verbesserungen in den Bereichen An- und Abreise sowie Mobilität vor Ort für die Gäste.
  
  - Soziale Nachhaltigkeit: mitarbeiterorientierte Personalpolitik, Verbesserungen der Arbeitssituation für die Beschäftigten im Tourismus, Familienfreundlichkeit und Maßnahmen im Bereich von Corporate Social Responsibility (CSR).

<sup>27</sup> <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-338760>

<sup>28</sup> <https://www.bmaw.gv.at/dam/jcr:b6eae74b-6c4d-45e7-aea2-efcf7a4b910b/Studie%20Klimawandel%20u.%20Tourismus%20in%20%C3%96.%202030%20Kurzfassung.pdf>

- **Ökonomische Nachhaltigkeit:** Ressourcenschonender Umgang mit Natur und Umwelt, Kreislaufwirtschaft, neues Verständnis von Kooperationen, neue Geschäftsmodelle und neue Märkte sind Stichworte für diesen Trend.

Der Tourismus in Tirol ist weiterhin auf Wachstumskurs und beschäftigt sich intensiv mit den oben formulierten Trends und mit den daraus sich ergebenden Chancen.

## 4. Bewertung Spezialimmobilien Hotel

Hotels fallen unter den Begriff der Spezialimmobilie, das sind Immobilien, die nicht den klassischen Wohn- und Gewerbeimmobilien zugeordnet werden können. Die Regelung der anzuwendenden Verfahren wird in Österreich durch das LBG, dem Liegenschaftsbewertungsgesetz, geregelt. Es kommen folgende Verfahren zur Anwendung:

- Vergleichswertverfahren
- Sachwertverfahren
- Ertragswertverfahren - Pachtwertverfahren
- Discounted Cashflow-Verfahren (DCF)

Im internationalen Ansatz gelten die Bewertungsstandards des IVS-International Valuation Standards, des EVS-European Valuation Standards und dem RICS Red Book, welches die Bewertungsstandards der Royal Institution of Chartered Surveyors darstellt.



Abb. 9: Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien imh Konferenz 2021 – Christie & CO.

Für die Bewertung eines Hotelbetriebes kommt in der Regel ein ertragsorientiertes Verfahren zur Anwendung. In seltenen Fällen kann auch das Sachwertverfahren herangezogen werden, ist aber nicht zu präferieren. Das Vergleichswertverfahren ist ein sehr gutes Verfahren findet aber durch die geringen Vergleichsobjekte nur selten Anwendung bei Gebäuden jeglicher Art. Dennoch ist es Teil von fast allen Bewertungen, denn es wird zur Ermittlung des Grundstückwertes verwendet, welcher für die Sachwertverfahren sowie auch für das Ertragswertverfahren benötigt wird. Im DCF-Verfahren findet der Grundwert keine Verwendung.

In dieser Arbeit wird das Augenmerk auf das Pachtwertverfahren und das DCF-Verfahren gelegt und diese genauer erklärt. Dabei wird auch erläutert, warum Benchmarks für diese Verfahren wichtig sind.

#### 4.1 Normierte nationale Verfahren der Verkehrswertermittlung

Gemäß Liegenschaftsbewertungsgesetz (LBG) sind dem Stand der Wissenschaft entsprechende Wertermittlungsverfahren zur Ermittlung des Verkehrswertes auszuwählen. Der Verkehrswert ist ein stichtagsbezogener Wert, der sich aufgrund der allgemeinen Wertverhältnisse und der Nachfrage auf dem Immobilienmarkt ergibt. Er wird auf Basis aller wertbeeinflussenden rechtlichen sowie marktabhängigen oder objektbezogenen Merkmale bestimmt und orientiert sich an den objektiven Berechnungen von allgemein beeideten und gerichtlich zertifizierten Sachverständigen. Besonderes Augenmerk liegt auf dem Vergleichswertverfahren gemäß § 4 LBG, dem Ertragswertverfahren gemäß § 5 LBG und abschließend dem Sachwertverfahren gemäß § 6 LBG.

#### 4.2 Das Vergleichswertverfahren

Wie der Name schon sagt, handelt es sich beim Vergleichswertverfahren um eine Berechnungsmethode, die sich der Möglichkeit der Vergleichbarkeit bedient. Es kommt hauptsächlich bei der Ermittlung des Bodenwertes zum Einsatz. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass es ausreichender Transaktionen bedarf, damit es zur Ermittlung eines repräsentativen Vergleichswertes kommen kann. Bei bebauten Grundstücken ist dies

meist nicht der Fall, weshalb es tatsächlich nur in Ausnahmefällen zum Einsatz kommt.<sup>29</sup>

Beim Vergleichswertverfahren wird der Verkehrswert durch den Vergleich des Kaufpreises von vergleichbaren Liegenschaften ermittelt, weshalb die öffentlich zugänglichen Verkaufsdaten unerlässlich sind.<sup>30</sup> Voraussetzung für eine Vergleichbarkeit ist in jedem Fall die „hinreichende Übereinstimmung“ der zur Verfügung stehenden Werte und die Konsistenz der Vergleichsobjekte.

Beim Vergleichsprozess unterscheidet man zwischen dem mittelbaren und dem unmittelbaren Preisvergleich.<sup>31</sup>

#### Unmittelbarer Vergleich

Der unmittelbare Preisvergleich (auch „direktes Vergleichswertverfahren“) unterliegt der Voraussetzung, dass sowohl der Transaktionszeitpunkt als auch die wertbeeinflussenden Merkmale der übereinstimmenden Objekte mit dem Bewertungsobjekt kongruieren. Mögliche Abweichungen können durch Indexreihen oder Umrechnungskoeffizienten kompensiert werden.

#### Mittelbarer Vergleich

Abweichungen können sich durch Lagedifferenzen, Art und Maß der baulichen Nutzung, Bodenbeschaffenheit, Größe, Grundstücksgestalt, Erschließungszustand und – wenn vorhanden – Alter der baulichen Anlage sowie aufgrund des Bauzustands und der Erträge (z.B. Miete, Pacht) ergeben.<sup>32</sup>

Kommt es zu solchen Abweichungen, wird das mittelbare (auch „indirektes Vergleichswertverfahren“) angewendet. Eine nachvollziehbare Kompensation erfolgt dann durch eine Regressionsanalyse, eine Varianz- oder Ko-Varianzanalyse sowie durch Umrechnungskoeffizienten.<sup>33</sup>

<sup>29</sup> Vgl. Schulte, K., e.a., 2014, S. 355

<sup>30</sup> Vgl. Haak, B., 2006, S. 7

<sup>31</sup> ebenda S. 7

<sup>32</sup> Vgl. Schulte, K., e.a 2014, S. 357

<sup>33</sup> Vgl. Haak, B., 2006, S. 7

Bei extremen Abweichungen ergibt sich ein Sonderfall, den der deduktive und der diskursive Preisvergleich darstellen. Hierbei kommt es zu funktionalen Verknüpfungen der in wirtschaftlicher Beziehung stehenden Objekte bei hinreichenden, wesentlichen Qualitätsunterschieden. Die sukzessive Verknüpfung von Preisen für Faktorleistungen im Bereich der Herstellung, Finanzierung oder Bewirtschaftung eines Gebäudes wird als diskursiver Preisvergleich bezeichnet.<sup>34</sup> Zusätzlich und zentral dient das Vergleichswertverfahren sowohl dem Sachwertverfahren als auch dem Ertragswertverfahren bezüglich der Ermittlung des Bodenwertes.

Zwecks besserer Vergleichbarkeit werden die Vergleichswerte in € pro Quadratmeter ausgedrückt.

Doch auch bei bebauten Grundstücken mit ausreichenden Vergleichsobjekten findet das Prinzip seine Anwendung. Verschiedene Szenarien, wie etwa die Suche nach einer gewerblichen Bürofläche, bei welcher der Markt untersucht und Objekte zusammengestellt und verglichen werden, sind hierbei denkbar. Eine zentrale Rolle spielen in diesem Zusammenhang natürlich die Lage, der Preis und die Ausstattung der Immobilie.

Die Transparenz des österreichischen Immobilienmarktes, insbesondere im Vergleich zum deutschen Immobilienmarkt, kommt dem Verfahren dabei zugute.

### 4.3 Das Sachwertverfahren

Der substanzorientierte Ansatz basiert auf dem Ersatz der Baukosten, dem Wert der baulichen Anlagen und dem Grundstückswert<sup>35</sup>. Diese Methode wird angewandt, wenn es sich um Objekte handelt, die hauptsächlich in Eigennutzung (z.B. Einfamilienhäuser) stehen und keinen Ertrag abwerfen müssen<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Vgl. Haak, B., 2006, S. 8

<sup>35</sup> Vgl. Schulte, K., e.a 2014, S. 373

<sup>36</sup> Vgl. Haak, B., 2006, S. 8

Der Ersatz der Baukosten beinhaltet die durchschnittlichen Kosten pro lokale Größe für die Reproduktion eines Gebäudes, anderer Einrichtungen und eventuell vorhandenem Zubehör.

Danach hat der Gutachter die Möglichkeit, weitere Einflüsse struktureller oder vertraglicher Natur zu berücksichtigen. Durch den Wert der baulichen Anlage und des Bodenwertes wird der physikalische Sachwert der Immobilie geschätzt. Vorerst werden beim Sachwertverfahren die Neubaukosten für das Objekt berechnet. Der Barwert der nicht behebbaren Baumängel und Bauschäden wird direkt von den Herstellungskosten (=Neubaukosten) vor der Alterswertminderung abgezogen. Hierfür werden außerdem die Kosten des rückgestauten Reparaturbedarfs – insofern Instandhaltungs- bzw. Sanierungsmaßnahmen nur teilweise bzw. überhaupt nicht durchgeführt wurden – sowie die Kosten für die behebbaren (Bau-)Mängel wertmindernd in Ansatz gebracht. Die Summe aus dem wertgeminderten (Neu-)Bauwert und dem gebundenen Bodenwert ergibt dann den Sachwert der Liegenschaft.

Bei der Ermittlung der Herstellungskosten kann der von der Bundesinnung des Bauwesens errechnete Baukostenindex herangezogen werden.

Auch Marktanpassungen müssen berücksichtigt werden, um den Verkehrswert zu erhalten. Die zusätzlich erforderliche Marktanpassung stellt einen Schwachpunkt des Verfahrens dar.<sup>37</sup>

Um das technische sowie das wirtschaftliche Alter der Immobilie widerzuspiegeln, muss zusätzlich eine Abschreibung vorgenommen werden, für die eine breite Palette von Methoden angeboten wird (z.B. Alterswertminderung nach Ross, linear oder progressiv).<sup>38</sup>

Kritisch wird hierbei in der Fachliteratur angemerkt, dass das Sachwertverfahren primär die Sichtweise des Anbieters reflektiert. Die Sichtweise des Käufers bzw. späteren Nutzers bleibt mit Ausnahme der Marktanpassung unbeachtet. Zusammenfassend sind

<sup>37</sup> Vgl. Haak, B., 2006, S. 43

<sup>38</sup> Vgl. Bienert, 2009, S.

die mangelnde Marktorientierung und die nicht hinreichende Berücksichtigung der Käuferperspektive als zentrale Mängel zu benennen.<sup>39</sup>

#### 4.4 Das Ertragswertverfahren

Bei bebauten Grundstücken, deren Bestimmung insbesondere auf die Verzinsung des eingesetzten Kapitals des Investors abzielt, kommen ertragsorientierte Verfahren zur Anwendung. Es wird als Aufsummierung der marktüblich erzielbaren Reinerträge eines ordnungsgemäß bewirtschafteten Grundstücks inklusive des Barwertes des Bodenwertes verstanden.<sup>40</sup> Das Ertragswertverfahren kommt demzufolge hauptsächlich bei vermieteten oder verpachteten Objekten zur Anwendung, da bei diesen hauptsächlich die Rendite im Vordergrund steht. Laut Bienert und Schulte sind hierbei die Liegenschaftszinssätze klarerweise auf dem Fundament geeigneter Daten und den entsprechend nachhaltig erzielbaren Reinerträgen für gleichartig bebaute, ungenutzte Grundstücke unter Berücksichtigung der Restnutzungsdauer der Gebäude und den Grundsätzen des Ertragswertverfahrens zu ermitteln.<sup>41</sup>

Die Grundlage der Verkehrswertermittlung im Ertragswertverfahren sind die nach objektiven Maßstäben marktüblich erzielbaren Roherträge. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um die Netto-Kaltmieten, in Ausnahmen können auch die Brutto-Kaltmieten verwendet werden, die im lokalen Markt realistisch erzielt werden können. Allerdings gestaltet sich die Anwendung dieses Ansatzes bei Beherbergungsbetrieben eher problematisch. Die Vergleichbarkeit von Hotelpachten, insbesondere pro Zimmer, ist aufgrund der vielfältigen Geschäftsmodelle der Hotelunternehmen in der Regel nicht gegeben. In Situationen, in denen sich die Betriebsstrukturen ähneln, wie beispielsweise bei Hotelketten, haben sich marktübliche Pachten etabliert, die auch im Rahmen des Ertragswertverfahrens verwendet werden könnten. Diese Fälle sind jedoch die Ausnahme, da auch andere Erfolgsfaktoren wie Standort, Auslastung, Durchschnittspreis pro Zimmer/Bett sowie Anteile des Logis-, Gastronomie- und sonstigen Umsatzes vergleichbar sein müssen. Die Ermittlung einer hotelmarktüblichen Pacht

<sup>39</sup> Vgl. Perfler, M., 2014, S 44

<sup>40</sup> Vgl. Schulte, K., e.a 2014, 362

<sup>41</sup> Vgl. Bienert, S., 2009

pro Zimmer gestaltet sich in der Praxis oft schwierig und führt zu großen Streubreiten. Auch die Anzahl an Vergleichsdaten ist meist zu gering. Daher ist auch die Berechnung des Marktwertes mittels Ertragswertverfahrens auf Basis der marktüblichen Roherträge nur eingeschränkt möglich. Im Weiteren spielen die Liegenschaftszinssätze eine entscheidende Rolle. Dabei werden die Objekte nach ihrer Kategorie, dem Hotel Typ und ihrem Betreibermodell unterschieden. Die Berechnung basiert auf geeigneten Kaufpreisen und den damit verbundenen Reinerträgen für ähnlich bebaute und genutzte Grundstücke. Zusätzlich wird die Restnutzungsdauer der Gebäude gemäß den Grundsätzen des Ertragswertverfahrens berücksichtigt.<sup>42</sup>

Besonders bei Hotelimmobilien handelt es sich um risikoreichere Kapitalanlagen. Bisher wurden Liegenschaftszinssätze für Hotels im Bereich von 4 % bei hochwertigen Lagen und bis 9 % bei mäßigen Lagen geschätzt, siehe Abb.10 gewerblich genutzte Liegenschaften.

<b>Zusammenfassende EMPFEHLUNG:</b>				
LIEGENSCHAFTSART	LAGE			
	hochwertig	sehr gut	gut	mäßig
Wohnliegenschaft	0,5 – 2,5 %	1,5 – 3,5 %	2,5 – 4,5 %	3,0 – 5,5 %
Büroliegenschaft	2,0 – 4,5 %	3,5 – 5,5 %	4,0 – 6,0 %	4,5 – 7,0 %
Geschäftsliegenschaft	3,0 – 5,0 %	3,5 – 6,0 %	4,5 – 6,5 %	5,0 – 7,0 %
Einkaufszentrum, Supermarkt	3,5 – 6,5 %	4,0 – 7,0 %	4,5 – 7,5 %	5,0 – 8,0 %
Gewerblich genutzte Liegenschaft	4,0 – 7,0 %	4,5 – 7,0 %	5,0 – 8,0 %	6,0 – 9,0 %
Industriliegenschaft	4,0 – 7,5 %	4,5 – 8,0 %	5,5 – 9,0 %	6,0 – 10,0 %
Landwirtschaftliche Liegenschaften		1,0 % bis 3,5 %		
Forstwirtschaftliche Liegenschaften		0,5 % bis 2,5 %		

Abb. 10: Zusammenfassende Empfehlung Sachverständigen Verband, Heft 1 2023

Ansonsten ist es schwierig, Empfehlungen für Kapitalisierungszinssätze für touristische Liegenschaften zu finden. Die Empfehlungen der Kapitalisierungszinssätze in der österreichischen Literatur: „touristisch genutzte Liegenschaften 7,0% bis 12%“<sup>43</sup> spiegeln aufgrund der Veröffentlichung im Jahr 2017 nicht die vergangene Niedrigzinsphase wieder. So müssen bei Bewertungen einer Hotelliegenschaft durch Einbezie-

<sup>42</sup> Vgl. Pauen/Meinen 2020 S. 51 ff

<sup>43</sup> Vgl. Kranewitter 2017, S. 98

hung der aktuellen Marktsituation, der Erfahrungswerte des Sachverständigen, der Region und der Lage sowie sonstige Risiken bei der Ableitung des Kapitalisierungszinssatzes berücksichtigt werden.

#### 4.5 Discounted Cash Flow (DCF)

Das Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren spielt eine zentrale Rolle bei der Bewertung von Hotels im Rahmen von Markttransaktionen, insbesondere im internationalen Kontext. Es ist die am häufigsten verwendete Methode zur Unternehmensbewertung, vor allem im angelsächsischen Raum. Investoren nutzen das DCF-Verfahren, um den Wert eines Hotelbetrieb zu ermitteln, indem sie operative Kennzahlen berücksichtigen. Dazu gehören Kapitalkosten, steuerliche Aspekte und verschiedene Exit-Szenarien. Das DCF-Verfahren basiert auf den erwarteten zukünftigen Einzahlungen abzüglich der Auszahlungen im Zusammenhang mit einer Investition in einen Hotelbetrieb. Diese Cashflows werden auf einen bestimmten Bewertungszeitpunkt diskontiert. Die Planung der Cashflows erfolgt für einen festgelegten Zeitraum, der normalerweise 10 Jahre beträgt. Die Cashflows repräsentieren die Einzahlungsüberschüsse vor Zinsen und Ertragsteuern. Bei der Hotelbewertung werden auch Instandhaltungskosten sowie erwartete Auszahlungen für FF&E (Furniture, Fixtures & Equipment) berücksichtigt. Dies gewährleistet den Erhalt eines wettbewerbsfähigen Hotelstandards. Der Diskontierungszinssatz wird aus den Renditen risikoloser Anleihen abgeleitet. Zusätzlich fließt ein Verzinsungsanspruch auf das eingesetzte Eigenkapital sowie ein Risikoaufschlag in die Berechnung ein. Die Weighted Cost of Capital (WACC) berücksichtigt die gewichteten Fremd- und Eigenkapitalkostenanteile eines Investments oder Kaufpreises. Sie wird ebenfalls zur Diskontierung der Cashflows in den Planungsperioden verwendet. Das DCF-Verfahren ermöglicht eine detaillierte Analyse der finanziellen Zukunftsaussichten eines Hotelbetriebes und berücksichtigt dabei verschiedene finanzielle Aspekte und Risiken. Es ist ein leistungsstarkes Instrument für Investoren und Bewertungsexperten, um den Wert von Hotels fundiert zu ermitteln.<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Vgl. Pauen/Meinen 2020 S. 63

Die Abb.11 zeigt den Ablauf einer DCF-Bewertung für Hotelimmobilien. Dabei wird der Lebenszyklus in Planungs- und Herstellungsphase sowie Nutzungsphase unterteilt. Die Diskontierungsansätze variieren, da Projektentwickler zusätzliche Risiken berücksichtigen müssen. Veräußerungserlöse basieren auf Exit-Szenarien und Renditeerwartungen. Diese Werte werden mit dem Diskontierungszinssatz auf den Bewertungsstichtag abgezinst. So ergibt sich der Unternehmenswert des Hotelbetriebs.<sup>45</sup>

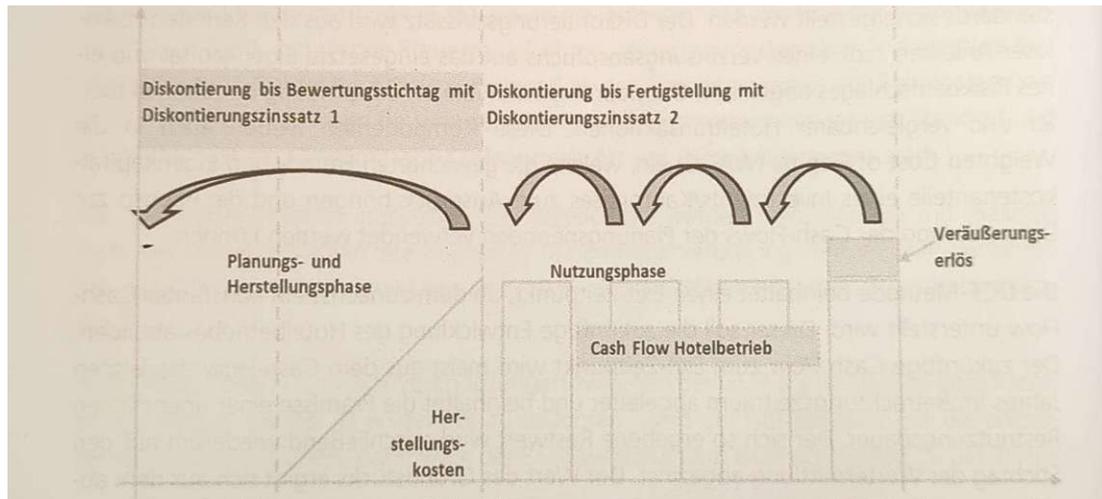


Abb. 11: Pauen/Meinen 2020 Hotelbewertung - S. 64

<sup>45</sup> Vgl. Pauen/Meinen 2020 S. 64

## 4.6 Pachtwertverfahren

Beim Pachtwertverfahren auch Investorenverfahren genannt, wird das Hotel fiktiv an einen Betreiber verpachtet. Dazu muss der Jahresrohertrag hergeleitet werden, aus dem anschließend eine nachhaltig zu erzielende und betriebswirtschaftlich tragfähige Pacht abgeleitet werden soll. Die Umsätze der letzten Jahre werden dafür herangezogen und auf ihre Nachhaltigkeit überprüft. Dies erfolgt durch Heranziehen der tatsächlichen Umsätze sowie umsatzspezifischer Kennzahlen. Das daraus ermittelte stabilisierte Jahr sollte von einem durchschnittlich qualifizierten Betreiber erwirtschaftet werden können.<sup>46,47</sup>

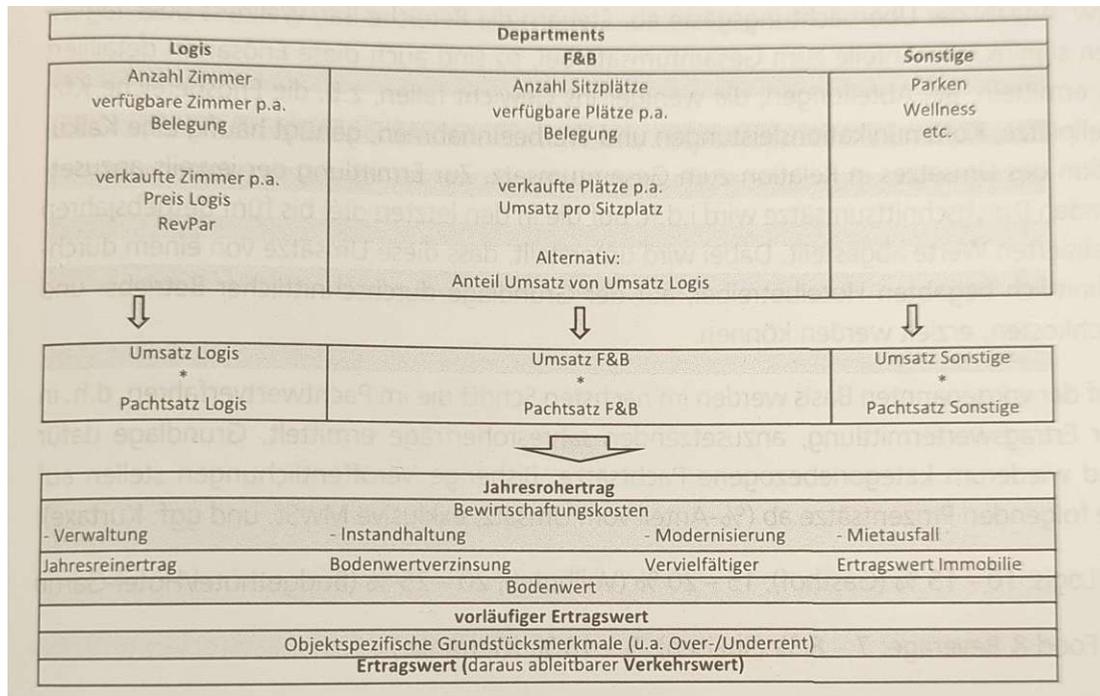


Abb. 12: Pauen / Meinen; Hotelbewertung - S. 57 Ablauf des Pachtwertverfahrens

Die Unterstellung eines durchschnittlich befähigten Betreibers ist nur durch den Vergleich mit Benchmarks möglich bzw. ein Abgleichen der effektiven Zahlen mit den durchschnittlichen Zahlen. Wenn eine grobe Abweichung festgestellt wird, ist diese beim stabilisierten Jahr anzugleichen bzw. ist eine dementsprechende Anpassung vorzunehmen. Bei den Pachtansätzen muss zwischen dem Pachtansatz für die Logis und

<sup>46</sup> Vgl. Bienert / Wagner (2018), S. 433

<sup>47</sup> Vgl. Pauen / Piller 2020 S. 57

der Ansatz für die restlichen Umsätze, wie Getränke, Gastronomie und sonstigen Umsätzen unterschieden werden. Ebenso müssen Umsätze die als Durchläufer zählen bereinigt werden und dürfen nicht angesetzt werden. Ein gutes Beispiel dafür sind Schipässe, Regionskarten, etc., welche die Gäste im Hotel erwerben können oder keine Auswirkung auf das Betriebsergebnis haben, wie zum Beispiel die Ortstaxe. Die Pachtansätze können von 15-20% für einfache Betriebe bis über 30% für Luxushotels betragen. Für die Höhe der Pachtansätze können folgende Ansätze angenommen werden:

<b>Marktübliche Pachtsätze bei Hotelgrundstücken in %</b>		
	<b>Von - bis</b>	<b>Durchschnitt</b>
<b>Beherbergung (nur Logisumsatz)</b>		
- Einfache Betriebe	15-20%	17,50%
- Gute Betriebe	20-25%	22,50%
- Sehr gute Betriebe	25-30%	27,50%
- Luxushotels	selten über 30%	
<b>Hotel und Gastronomiebereich (nur F&amp;B-Umsatz)</b>		
- Gastronomie	5-12%	8,50%
- Getränke	8-12%	10%

Abb. 13: Bienert, Bewertung von Spezialimmobilien, S. 434 – eigene Darstellung

Die angesetzten Pachtansätze sollten aber nicht einfach übernommen werden, sondern sollten auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit überprüft werden. Für die Überprüfung gibt es mehrere Ansätze. Der Zugang der Firma Kohl & Partner ist Benchmark für den Pachtansatz in der Ferienhotellerie, der sich auf das Verhältnis der Aufteilung GOP auf Pächter und Verpächter bezieht. Dabei wird der operative Ertrag betrachtet und es werden  $\frac{3}{4}$  des GOP's dem Verpächter und  $\frac{1}{4}$  des GOP's dem Pächter zugeteilt. Der Verpächter muss die bestehenden Annuitäten und Re-Investitionen mit dem Betrag abdecken können und dem Pächter soll ein überlebensfähiger Betrag unter Berücksichtigung des Risikos verbleiben.<sup>48</sup>

<sup>48</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>



Abb. 14: K&P Praktiker Formel

„Bei der Ermittlung von Pachtansätzen ist es zu empfehlen, den Ansatz aus Verpächter- und Pächtersicht zu evaluieren. Nur bei langfristig fairen Vereinbarungen ist eine erfolgsversprechende Zusammenarbeit für beide Parteien möglich.“<sup>49</sup>

Einen weiteren nachhaltigen Ansatz stellt der Mietabdeckungsfaktor dar. Dabei wird der EBITAR (earnings before interest, taxes, depreciation, amortisation and restructuring) im Verhältnis zur Pacht gestellt. Wie in Abb.15. ersichtlich, ist bei einem Mietabdeckungsfaktor von zwei, die Aufteilung des EBITAR 50% Betreiber und 50% Vermieter und bei einem Faktor von 1,5 fallen 1/3 dem Betreiber und 2/3 dem Vermieter zu. Ein Faktor von kleiner 1,5 entspricht einer „over rented“ und ein Mietabdeckungsfaktor von >2,0 würde in die Richtung „under rented“ gehen.

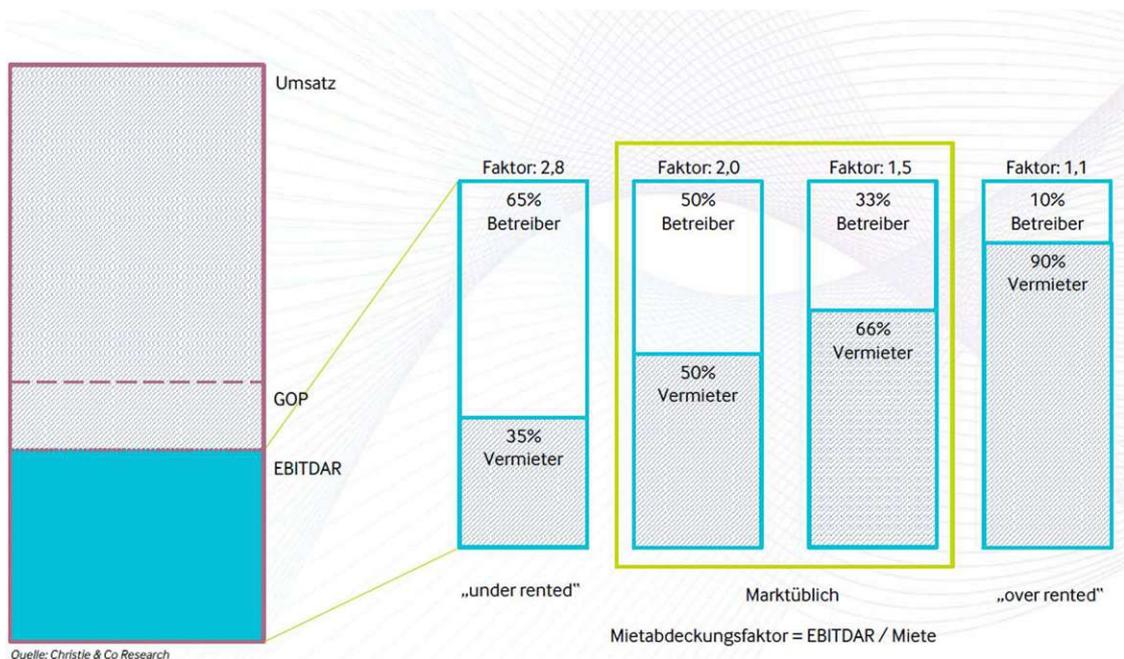


Abb. 15: Mietbedeckungsfaktor

<sup>49</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

In Abb.16 wird kurz die Ermittlung des Bewertungsrelevanten Cashflow dargestellt

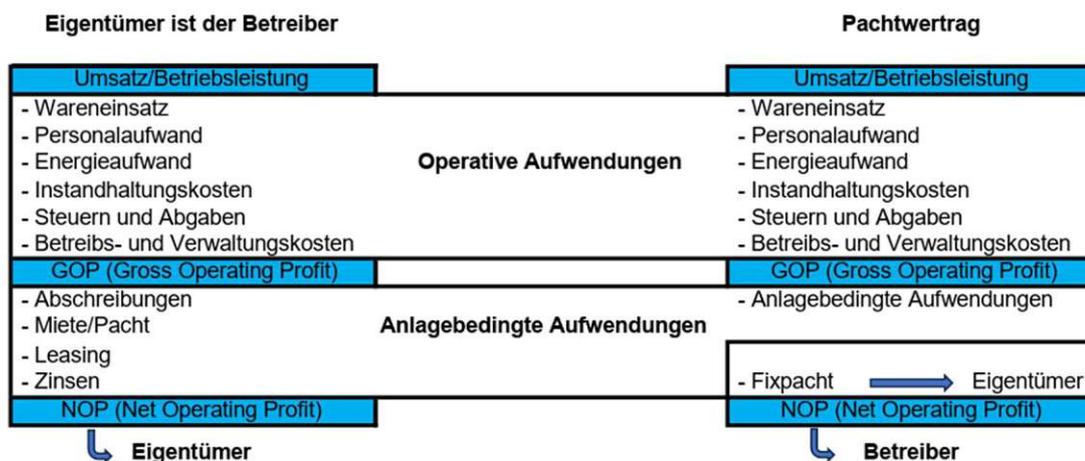


Abb. 16: imh - Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien eigene Darstellung 24. Juni 2021: Net Operating Profit Vergleich Eigentümer und Betreiber

Trotz verschiedener Ertragsansätze sollte der Verkehrswert des Hotels denselben Wert ergeben. Der Grund liegt im Risiko, denn der Betreiber/Pächter trägt ein höheres Risiko und dies muss in der Wahl des Zinssatzes berücksichtigt werden. Die Ableitung des Zinssatzes erfolgt in der Regel unter Berücksichtigung von Vergleichswerten, sofern ausreichend Daten vorhanden sind. Dabei werden verschiedene Kriterien wie der Standort, die Immobilie selbst, und der Vertrag berücksichtigt. Gegebenenfalls werden Anpassungen vorgenommen. Eine alternative Herleitung kann auch unter Berücksichtigung von Opportunitätskosten und Risiken erfolgen. Hierbei wird die Verzinsung einer alternativen, risikolosen Investition betrachtet. Zusätzlich wird ein Risikoaufschlag für die Assetklasse und die Immobilie berücksichtigt. Ein Problem bei der Ableitung von Werten ist das stark schwankende Zinsniveau in den vergangenen Jahren. Dies kann die Berechnungen beeinflussen und erfordert eine sorgfältige Analyse.<sup>50</sup>

Zusammengefasst: Die Ableitung von Zinssätzen basiert auf Vergleichswerten und kann alternativ unter Berücksichtigung von Opportunitätskosten, Risiken, Vertragsart und einem Risikoaufschlag erfolgen.

<sup>50</sup> Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien imh Konferenz 24. Juni 2021 Vortrag: Christie & CO. S. 75

## 4.7 Wichtige Benchmarks in der Hotellerie

Branchenrichtwerte sind hilfreiche Werkzeuge für eine professionelle, zahlenbasierte Planung und Führung. Die Struktur der Hotellerie ist heterogen, vielfältig und von verschiedenen Faktoren geprägt. Einige der wesentlichen Aspekte sind:

Die Preise variieren stark je nach Region und sind von Lage, Nachfrage und Mitbewerbersituation abhängig. Preisgefälle entstehen durch regionale Unterschiede, die sich auf die Kostenstruktur und die Gästennachfrage auswirken. Die Positionierung und Profilierung der Betriebe beeinflussen die Preissegmente. Gäste entscheiden aufgrund dieser Faktoren, welches Hotel ihren Bedürfnissen entspricht und welchen Preis sie bereit sind zu zahlen. Hotels haben oft unterschiedliche Profit-Center, wie z. B. Gastronomie, Wellness & Spa oder hoteleigene Ski-Schulen. Ein Erlös- und Kostensplitting zwischen diesen Bereichen ist in der Praxis oft schwer umzusetzen.

In der Hotellerie im Bezirk Schwaz gibt es wenig managementfähige Betriebsgrößen. Eine typische Unternehmensform im Tourismus ist das Familienunternehmen. Laut einer Studie der KMU Forschung Austria von 2018 sind im Tourismus ca. 70% familiengeführte Unternehmen.<sup>51</sup> Die Art der Unternehmensführung bildet sich auch in den wirtschaftlichen Kenndaten ab.

Hotels können das ganze Jahr über geöffnet sein, dies ist meistens in der Stadthotellerie der Fall. In der Ferienhotellerie dominiert die saisonale Öffnung (zweisaisonale Öffnung oder nur in einer Saison).

Allgemeine wirtschaftliche Richtwerte sind nur begrenzt aussagekräftig. Jeder Betrieb hat eine individuelle Ausprägung und reagiert auf bestimmte Anforderungen aus dem Umfeld. Damit das Datenmaterial aussagekräftig ist, muss genau auf die Erhebung, die oft unausgesprochenen Voraussetzungen und das Umfeld geachtet werden.

<sup>51</sup><https://www.wko.at/oe/news/wko-analyse-familienunternehmen-oesterreich#:~:text=Mai%202018%3A%20Publikation%20der%20Stabsabteilung%20Wirtschaftspolitik&text=Die%20%20C3%B6sterreichische%20Wirtschaft%20ist%20stark,in%20der%20H%C3%B6he%20von%20rd.>

Es ist entscheidend, dass einheitlich aufbereitetes Zahlenmaterial zum Vergleich herangezogen wird, damit Gleiches mit Gleichem verglichen wird und irreführende Interpretationen vermieden werden.<sup>52</sup> Um einen ersten Überblick über die verschiedenen Benchmarks zu erhalten, werden kurz die wichtigsten Kennzahlen erklärt und dargestellt, wie man sie berechnet.

#### Occupancy Rate - OCR:

Die Occupancy Rate (Belegungsrate) ergibt sich aus der Anzahl der verkauften Zimmer im Verhältnis zur Anzahl der verfügbaren Zimmer. Dabei kann zwischen Bettenauslastung und Zimmerauslastung unterschieden werden.

- Bettenauslastung:  $\text{Verkaufte Betten} / \text{verfügbare Betten} \times 100$
- Zimmerauslastung:  $\text{Verkaufte Zimmer} / \text{verfügbare Zimmer} \times 100$

Zimmer die aktuell renoviert werden oder anderwärtig genutzt werden (Mitarbeiterzimmer) werden aus der Berechnung herausgenommen.

#### Average Room Rate - ARR:

Die Average Room Rate spiegelt den durchschnittlichen Beherbergungsumsatz pro Zimmer in € wider und ergibt sich aus den Logisumsätzen und der Anzahl der verkauften Zimmer.

- Durchschnittlicher Zimmerverkaufspreis =  $\text{Logisumsatz} / \text{Anzahl verkaufte Zimmer}$

#### Revenue per Available Room - RevPar:

Eine der wichtigsten Kennzahlen in der Hotellerie ist die Revenue per available Room und gibt den Erlös pro verfügbarem Zimmer an. Der Logisumsatz wird dabei durch die Anzahl der möglichen Zimmer dividiert. Dabei sind die Offenhaltungstage des Hotels zu beachten.

<sup>52</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

- Erlös pro verfügbarem Zimmer =  $\text{Logisumsatz} / \text{Anzahl verfügbare Zimmer}$

TRevPar – Total Revenue per available Room

Diese Kennzahl gibt ähnlich wie die RevPar die Erlöse pro verfügbarem Zimmer an, aber nicht bezogen auf die reinen Logisumsätze sondern bezogen auf die Gesamtumsätze des Hotels.

- Erlös pro verfügbarem Zimmer =  $\text{Gesamtumsatz} / \text{Anzahl verfügbare Zimmer}$

GOP – Gross Operating Profit:

Der Gross Operating Profit, auch als Brutto-Betriebsergebnis im Hotel bezeichnet, ist eine finanzielle Kennzahl, die die Rentabilität der Kernaktivitäten eines Unternehmens vor Berücksichtigung von Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisation (E-BITDA) widerspiegelt. Der GOP zeigt die Rentabilität der Hauptgeschäftstätigkeiten eines Unternehmens, ohne andere finanzielle Faktoren zu berücksichtigen. Er verschafft Einblick in die Effizienz, mit der ein Unternehmen Umsatz aus seinen Kernaktivitäten generiert. Für den Vergleich wird der GOP in Prozent zum Gesamtumsatz gesetzt.

- $\text{GOP in \%} = \text{Betriebsergebnis} / \text{Gesamtumsatz} \times 100$

NOP – Net Operating Profit:

Um auf den Net Operating Profit zu kommen, müssen noch die anlagebedingten Aufwendungen, wie Abschreibung, Miete/Pacht vom GOP in Abzug gebracht werden. Der NOP wird auch als Betriebsergebnis 2 bezeichnet. Unter Berücksichtigung der langfristigen Finanzierungskosten und Erhaltungskosten stellt er die Ertragsstärke des Betriebes dar.

- $\text{NOP in \%} = \text{Betriebsergebnis 2} / \text{Gesamtumsatz} \times 100$

Fixkosten und Variable Kosten:

Bei diesen Kosten sprechen wir von Energiekosten, Betriebssteuern, Betriebskosten, Verwaltungskosten, Mieten/Pachten, Leasinggebühren und Instandhaltungskosten. Trotz der Relevanz dieser Kosten, vor allem der Energiekosten, Betriebskosten und Instandhaltungskosten, wird auf diese Punkte nicht näher eingegangen.<sup>5354</sup>

Die Kennzahlen für den Personalaufwand und den Wareneinsatz, sowie die Benchmarks für die fiktive Fremdkapitalrückzahlung, der Eigenmittelquote und die umsatzbezogene Verschuldung werden im Kap. 5.1 beschrieben.

#### 4.8 Benchmarks für den Vergleich von Betrieben

Um einen unmittelbaren Vergleich zwischen zwei Hotelbetrieben schließen zu können, ist es notwendig auf die fundamentale Aufgabe eines Hotels einzugehen, und zwar auf die zur Verfügungstellung von Zimmer und Betten. Dies war in dieser Arbeit aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht möglich. Des Weiteren standen zur Auswertung nur die Bilanzen der einzelnen Hotelbetriebe zur Verfügung. Informationen zur Zimmer- und Bettenanzahl, der Offenhaltungstage und der Auslastung wurden nicht zur Verfügung gestellt und konnten somit zur Auswertung nicht herangezogen werden.

Je nach Hotel Typ ist es sinnvoll den Betrieb, entweder auf die Betten oder Zimmer herunterzubrechen. Denn möchte man die Umsätze von einem Hotel mit hauptsächlich Chalets oder größeren Apartments mit einem eher klassischen Hotelbetrieb vergleichen, ist es sinnvoller die Betten miteinander zu vergleichen als die Zimmer. Optimale Kennzahlen für den direkten, aber auch indirekten Vergleich sind der Revenue per available Room (RevPar), Occupancy Rate (OCR) und die Average Room Rate. Diese Kennzahlen können auch auf das Bett herunter gebrochen werden. Über diese Benchmarks kann man auch, ohne das Hotel und dessen Sternekategorie zu kennen, Rückschlüsse darauf ziehen. So beträgt die RevPar für ein 4\*/5\* Hotel im Median €107 und

<sup>53</sup> Vgl. Pauen/Meinen 2020 S.23 ff.

<sup>54</sup> Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien imh Konferenz 24. Juni 2021 Vor-trag:Christie & CO.S.26

für ein 3\* Hotel €52.<sup>55</sup> Betrachtet man die Mitarbeiterkosten in Prozent zum Gesamterlös ergibt sich für 3\*Hotels ein Mittelwert von 36,3% und bei 4\*Hotels ein Mittelwert von 35,9%.<sup>56</sup>

Die Firma Kohl & Partner differenziert die Hotelbetriebe bei ihren Benchmark Publikationen noch genauer. Die Unterteilung erfolgt nach folgenden unterschiedlichen Betriebstypen: Ferienhotels 3\*/3\*S , Ferienhotels 4\* einsaisonal, Ferienhotels 4\*mit bis zu 80 Betten und mehr als 80 Betten, Wellnesshotels mit 4\*, 4\*S und 5\* , Kinder- und Familienhotels, Gasthof mit à la Carte 3\* oder 4\* mit unter 50 Betten, Hotel Garni, Apartments, Chalets und Gesundheits-&Kurhotels.<sup>57</sup> Die Benchmarks werden dabei nicht nur im Verhältnis zum Gesamtumsatz angegeben, sondern werden auf Zimmer und Nächtigungen herunter gebrochen.

Benchmarks wie Personalaufwand, Wareneinsatz, Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren, Umsatz-Schuldverhältnis sowie die Eigenmittelquote geben dennoch gute Auskünfte über die Wirtschaftlichkeit eines Hotelbetriebes.

#### 4.9 Schiefelage eines Hotels und Kennzahlen die darauf hinweisen

Ein Hotel kann aus mehreren Gründen in eine Schiefelage geraten, die Gründe sind vielfältig und können erhebliche Auswirkungen haben.



<sup>55</sup> ebenda S. 19

<sup>56</sup> Kohl & Partner GmbH (2023) S 181

<sup>57</sup> ebenda S 146

## Baukostenüberschreitungen

Laut einer Statistik der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) kommt es bei mehr als 40% der von der ÖHT geförderten Projekten zu Kostenüberschreitungen. Die durchschnittliche Überschreitung liegt bei 10%. Bei jedem zehnten Projekt beträgt die Überschreitung sogar mehr als 25%. Die Ursachen für die Kostenüberschreitungen sind vielfältig:

- Planungsfehler
- Unklare Ausschreibungen oder schlechte Auswahl bei den Professionisten
- Neue Bedürfnisse des Auftraggebers, Änderungswünsche oder neu gewonnene Erkenntnisse während der Bauzeit ändern den Umfang der Leistungen, die Planung oder den Zeitplan (Nachtragsmanagement) und führen damit zu Kostensteigerungen
- Konflikte zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer
- Inflation, steigende Arbeits- und Materialkosten

Projektkosten spielen eine enorme Rolle in der Hotellerie, da Hotels sehr kostenintensiv in der Errichtung sind. Die Projektkosten werden meist auf die Zimmer heruntergebrochen, um einen Vergleich zu erhalten. So betragen die Errichtungskosten inklusive Honorare und Nebenkosten, für ein Standard 4-Sterne Hotel im Jahr 2018, zwischen €150.000 und €190.000 pro Zimmer.<sup>58</sup> Im Jahr 2022 belaufen sich diese durchschnittlichen Projektkosten auf €300.000 bis €350.000 pro Zimmer.<sup>59</sup> Dies entspricht einer Steigerung bei gemittelten Werten von ca. 90%. Diese Steigerung ist nicht nur auf die Baukostenentwicklung zurückzuführen, denn der Baukostenindex stieg von 2018 auf 2022 „nur“ um ca. 24%.<sup>60</sup> Vergleicht man die Anforderung an die Größen

<sup>58</sup> Kohl & Partner GmbH (2019) S. 53

<sup>59</sup> Kohl & Partner GmbH (2023) S. 202

<sup>60</sup> <https://www.statistik.at/statistiken/industrie-bau-handel-und-dienstleistungen/konjunktur/baukostenindex>

der Zimmer, so lag man 2018 bei einem Standard 4-Sterne Hotel bei 75-95m<sup>2</sup> Bruttogeschossfläche<sup>61</sup> und 2022 lag man bei 90-105m<sup>2</sup> Bruttogeschossfläche.<sup>62</sup> Dies entspricht einer Steigerung von 15% bei gemittelten Werten.

Weitere Faktoren, die zu wirtschaftlichen Problemen eines Hotels führen können sind u.a.:

- Ineffiziente Prozesse, mangelnde Führungskompetenz und unzureichende Qualifikation der Beteiligten.
- Unprofessionelles Kostencontrolling
- hohe Privatentnahmen, die zu Liquiditätsengpässen führen können.
- In familiengeführten Betrieben kann es auch zu familiären Problemen und Konflikten kommen, die sich auch auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens auswirken.
- Schlechte Positionierung am Markt und wirkungsloses Marketing
- Höhere Gewalt wie Naturkatastrophen, Pandemien, Klimawandel und politische Unsicherheiten wie der Krieg zwischen Russland und der Ukraine sowie andere geopolitische Ereignisse haben immer auch Auswirkungen auf die Wirtschaft.
- Die Lohnkostensteigerungen und gleichzeitiger Mitarbeitermangel sind auch Faktoren, die sich stark auf den Betrieb auswirken können.
- Das Anheben des Leitzinses durch die Europäische Zentralbank hat auch zusätzliche Belastungen für die Betriebe zur Folge.<sup>63</sup>
- Das Bundesgesetz über die Reorganisation von Unternehmen (Unternehmensreorganisationsgesetz – URG) sieht die Notwendigkeit für Maßnahmen „zur Verbesserung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines im Bestand gefährdeten Unternehmens“ vor allem dann gegeben, wenn es zu „einer vorausschauend feststellbaren wesentlichen und nachhaltigen Verschlechterung der Eigenmittelquote“ (§1 URG) kommt. Weiters wird im Gesetz (§22 und §24 URG) die fiktive Schul-

<sup>61</sup> Kohl & Partner GmbH (2019) S. 51

<sup>62</sup> Kohl & Partner GmbH (2023) S. 200

<sup>63</sup>ÖHT-Präsentation 5. Tourismussymposium für Banken (Kohl & Partner)

dentilungsdauer genannt. Dort heißt es, dass im Falle eines Insolvenzverfahrens die „Mitglieder des vertretungsbefugten Organs“ haften, wenn sie einen Bericht des Abschlussprüfers erhalten haben, „wonach die Eigenmittelquote (§ 23) weniger als 8% und die fiktive Schuldentilungsdauer (§ 24) mehr als 15 Jahre beträgt“. Eine Überschuldung des Unternehmers ist in diesem Sinn keine Warnkennzahl.<sup>64</sup>

- Interessant sind in dem Zusammenhang auch die Ausführungen des Bundesgesetzes über Eigenkapital ersetzende Gesellschafterleistungen (Eigenkapitalersatz-Gesetz – EKEG). Dort wird in § 2 der Begriff der Krise einer Kapitalgesellschaft erläutert.

<sup>64</sup> Heesen/Meusburger (2018) S. 280 ff.

## 5. Benchmarks für die Ferienhotellerie im Bezirk Schwaz

Im nachfolgenden Kapitel wird auf die ermittelten allgemeinen Benchmarks im Vergleich zu den Kennzahlen der OeHT eingegangen. Weiters wird dargestellt, welche Auswirkungen die einzelnen Faktoren auf den operativen Ertrag haben und welche dieser Faktoren daher für Kapitalgeber besonders interessant sind.

### 5.1 Personalaufwand

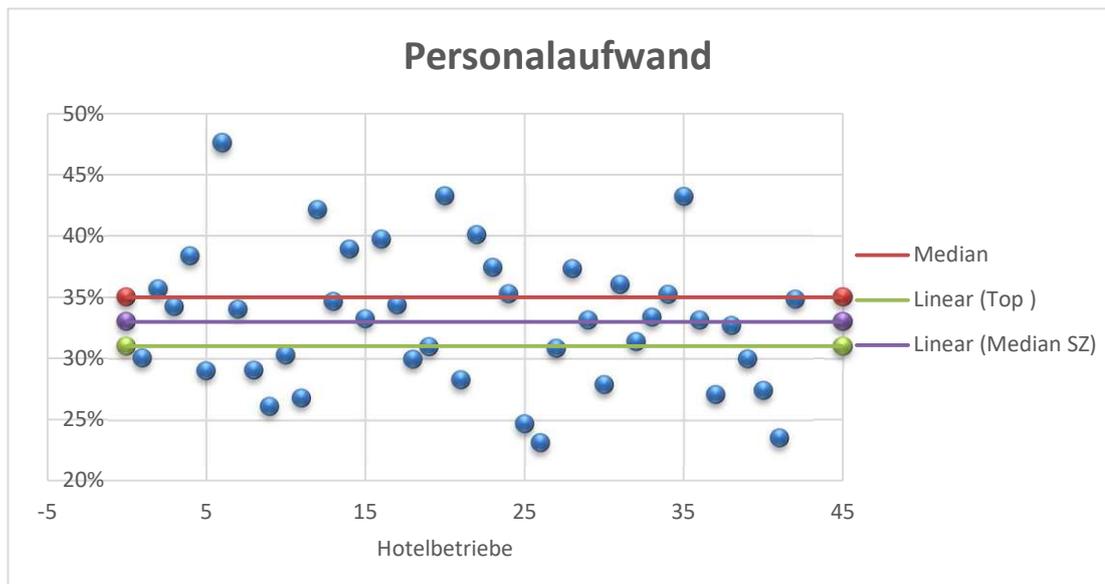


Abb. 18: Personalaufwand Bezirk Schwaz – eigene Darstellung

Der Personalaufwand stellt eine wichtige Komponente bei den Benchmarks dar. Es handelt sich dabei um den größten Kostenfaktor in der Hotellerie, der sich auch massiv auf den operativen Ertrag (GOP) auswirkt.<sup>65</sup> Im Median macht der Personalaufwand laut ÖHT für die gesamte Branche 35% und bei den Top Betrieben 31% des Umsatzes aus. Die Grafik Abb.18. zeigt jeweils den Personalaufwand der ausgewerteten Betriebe. Im Median ergibt sich für die ausgewerteten Betriebe ein Wert von 33%, welcher genau dem ÖHT-Wert entspricht. Der Minimalwert liegt jedoch bei 23% und der Maximalwert bei 48%. Was können Ursachen für erhöhte Personalkosten sein? Dies

<sup>65</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

kann unter anderem an mangelnder Führungsqualität oder Unerfahrenheit der Betreiber liegen. Bei schlechter Einteilung oder nicht effizient strukturierten Abläufen kann es zu Leer-/ Stehzeiten, vielen Überstunden, Mehrgleisigkeiten durch fehlende Anpassung des Mitarbeitereinsatzes an die Auslastung kommen. Oft ist auch das Wissen, das für die systematische Steuerung der Produktivität notwendig ist, nicht vorhanden. Es gibt keine entsprechenden Daten und auch das Potential der Digitalisierung wird nicht oder nur schlecht genutzt.<sup>66</sup> Wie arbeiten - im Umkehrschluss - Betriebe, die bei ähnlicher Betriebsstruktur mit deutlich niedrigerem Personalaufwand auskommen? Hier handelt es sich oft um Familienbetriebe, die eine andere Unternehmenskultur haben und der persönliche Einsatz der Familienmitglieder weit über das Normale hinausgeht. Aber auch eine kompetente Führung, gute Infrastruktur und Abläufe und eine professionelle Planung unter Nutzung moderner Technologien steigert die Motivation und Produktivität der MitarbeiterInnen und macht sich im Ergebnis deutlich bemerkbar. Weitere Möglichkeiten zur Optimierung stellen flexible Arbeitszeitmodelle, regelmäßiger Lohnvergleich, eine Optimierung der Saisonzeiten etc. dar.<sup>67</sup>

<sup>66</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

<sup>67</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

## 5.2 Wareneinsatz

Der Wareneinsatz spielt, in Relation zum Personalaufwand, eine geringere Rolle, ist aber dennoch ein erheblicher Faktor. Vergleicht man nun die allgemeinen Kennzahlen der OeHT mit den ausgewerteten Kennzahlen aus dem Bezirk, stellt man fest, dass man beim Median im Bezirk Schwaz bei 16% und somit um 2% höher liegt und im Vergleich zu den Top 4- und 5-Sternbetrieben sogar 4% darüber liegt. Gründe für erhöhte Wareneinsatzkosten können u.a. ein teurer Einkauf (evtl. durch starke Berücksichtigung von regionalen und hochwertigen Produkten), eine wenig professionelle Einkaufspolitik oder Mängel in der Lagerhaltung und der Angebotszusammenstellung sein.<sup>68</sup>

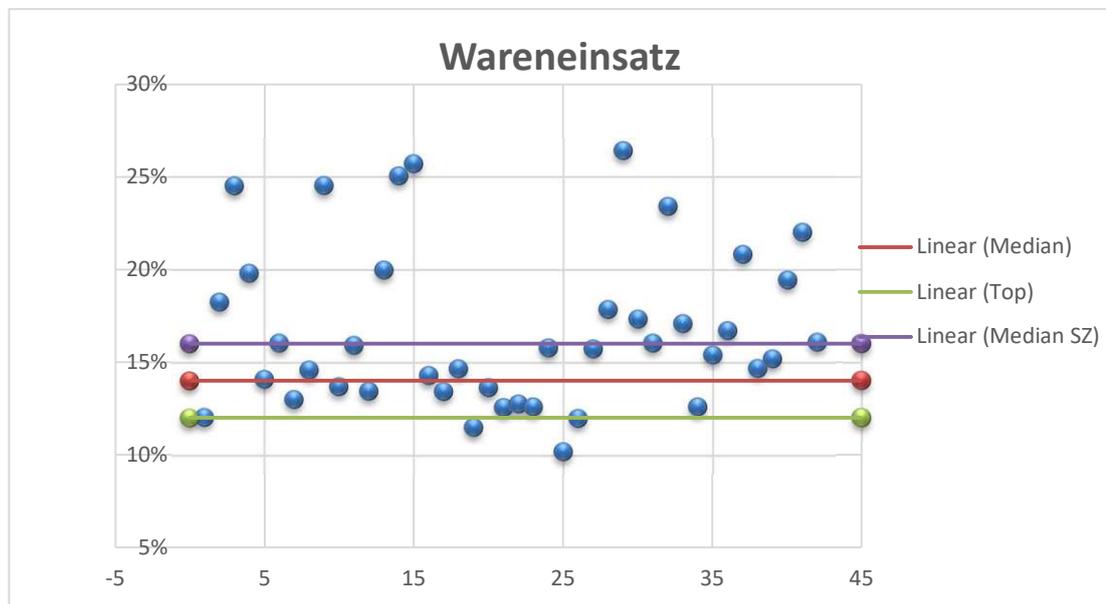


Abb. 19: Wareneinsatz Bezirk Schwaz – eigene Darstellung

*„Das größte Potenzial liegt nicht nur im Einkauf sondern vielmehr in der Zusammenstellung des Angebotes.“<sup>69</sup>*

<sup>68</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

<sup>69</sup> <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf>

### 5.3 Schuldentilgungsdauer in Jahren (fiktiv)

Die (fiktive) Schuldentilgungsdauer gibt an, nach wie vielen Jahren ein Unternehmen in der Lage wäre, seine Schulden aus eigener Kraft zu begleichen. Sie basiert auf der Annahme, dass der gesamte Cashflow der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zur Rückzahlung des Fremdkapitals verwendet wird. Man kann die Entschuldungsdauer auch als die Zeitspanne interpretieren, die erforderlich wäre, um das ausstehende Fremdkapital vollständig aus dem erzielten Cashflow zu tilgen.

Der Cashflow repräsentiert den Überschuss der baren Betriebseinnahmen über die baren Betriebsausgaben und stellt somit den Liquiditäts- bzw. Bargeldüberschuss dar, den ein Unternehmen aus seiner Betriebstätigkeit generiert.<sup>70</sup>

Unternehmen werden anhand ihrer Entschuldungsdauer in verschiedene Kategorien eingeteilt:

- **Sicher:** Betriebe mit einer Entschuldungsdauer von bis zu 10 Jahren werden als sichere Betriebe angesehen
- **Anfällig:** Unternehmen mit einer Entschuldungsdauer zwischen 10 und 15 Jahren.
- **Gefährdet:** Betriebe mit einer Entschuldungsdauer von mehr als 15 Jahren.

<sup>70</sup> <https://www.oehrt.at/beraten-lassen/know-how-und-kennzahlen/>

Es ist wichtig zu beachten, dass dies eine fiktive Berechnung ist und die tatsächliche finanzielle Situation eines Unternehmens von vielen weiteren Faktoren abhängt.

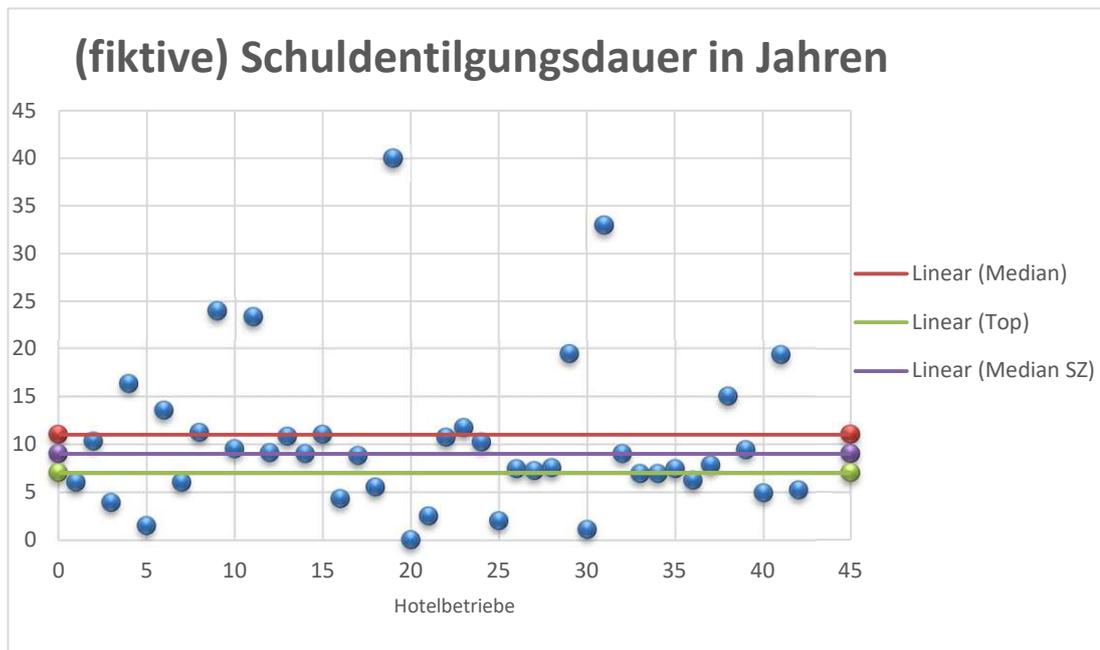


Abb. 20: Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren Bezirk Schwaz.– eigene Darstellung

Betrachtet man das Diagramm in Abb. 20 liegt der Median für den Bezirk Schwaz zwischen dem Median und den Topbereichen der ÖHT. Für die folgenden Prozentangaben wurden die Ansätze mit 0 - 9 Jahren sicher, 10 - 14 Jahren anfällig und ab 15 Jahren als gefährdet angesetzt. 19% der Unternehmen sind mit einer Entschuldungsdauer von über 15 Jahren gefährdet. Bei den Betrieben mit 40 und 33 Jahren Entschuldungsdauer handelt es sich um zwei Unternehmen, die im Jahr 2019 große Investitionen in Zubauten getätigt haben. Diese Investitionen haben sich aber noch nicht auf die Umsätze ausgewirkt und daher ergibt sich eine exorbitant hohe Entschuldungsdauer. Bereinigt man die Auswertung um diese beiden Extremfälle, ergibt sich, dass 14% der Unternehmen im gefährdeten Bereich liegen. 21% liegen im anfälligen Bereich und der größte Teil liegt mit 60% im sicheren Bereich.

## 5.4 Umsatzbezogene Verschuldung

Die beiden Ausreißer mit der Verschuldung von 4,5 und 3,4 sind, wie bereits im Punkt 4.9.1 beschrieben, jene Betriebe mit den großen Zubauten. Die beiden Betriebe hatten durch die Zubauten eine Umsatzsteigerung von jeweils 100 und 50 Prozent, was die Spitzen in diesem Fall wieder glätten würde. Der Median Wert der ÖHT liegt bei 1,8 und der Top Wert bei 1,2. Bezogen auf diese Kennzahlen liegen die Werte im Bezirk Schwaz im Median bei 1,3 und damit in einem sehr guten Bereich.

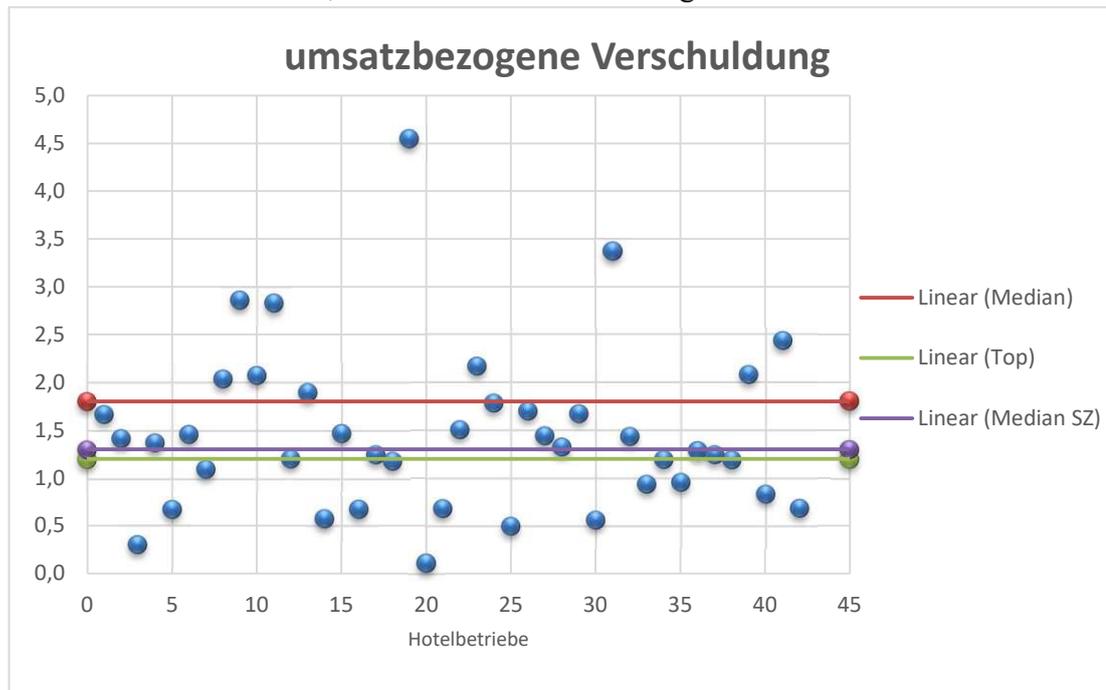


Abb. 21: umsatzbezogene Verschuldung Bezirk – eigene Darstellung

Die umsatzbezogene Verschuldung gibt Aufschluss darüber, in welchem Maße die aktuelle Verschuldung als gesund oder riskant einzustufen ist. Obwohl Unternehmen möglicherweise gute operative Kennzahlen (GOP) vorweisen können, ist es von entscheidender Bedeutung, stets über die aktuelle Verschuldung informiert zu bleiben, insbesondere wenn hohe Schulden vorhanden sind. Relevant ist das Verhältnis zwischen Jahresumsatz und langfristigem Fremdkapital (incl. Verbindlichkeiten bei Förderstellen).

Wenn bei einem Gesamtumsatz von beispielsweise 3 Mio. € die Schulden in einem Bereich von 6 Mio. € liegen, spricht man von einem Umsatz-Schuldverhältnis von 1:2. Das bedeutet, dass zwei volle Jahresumsätze erforderlich sind, um die gesamte Ver-

schuldung zu begleichen. Im Bankenbereich ist ein Verhältnis 1:3 gerade noch vertretbar. Dieser Wert wird vor allem bei anstehenden Investitionen berücksichtigt. Obligo Kennzahlen der Firma Kohl & Partner zeigen, dass die umsatzbezogene Verschuldung im Mittel bei 1 zu 1,7 liegt und im oberen Quantil (75iger Quantil) bei 1 zu 2,3 liegt. Kohl & Partner sieht ein Umsatz-Schuldverhältnis von 1 zu kleiner gleich 2 als empfehlenswert.<sup>71</sup>

## 5.5 Eigenmittelquote

Die Eigenkapitalquote gibt den Anteil des Eigenkapitals an der Gesamtfinanzierung eines Unternehmens an. Sie ist ein wichtiger Beurteilungsfaktor für die Kreditwürdigkeit des Unternehmens. Ein höheres Eigenkapital macht das Unternehmen kreditwürdiger und finanziell unabhängiger, was sich direkt auf das Rating bei Banken auswirkt.<sup>72</sup>

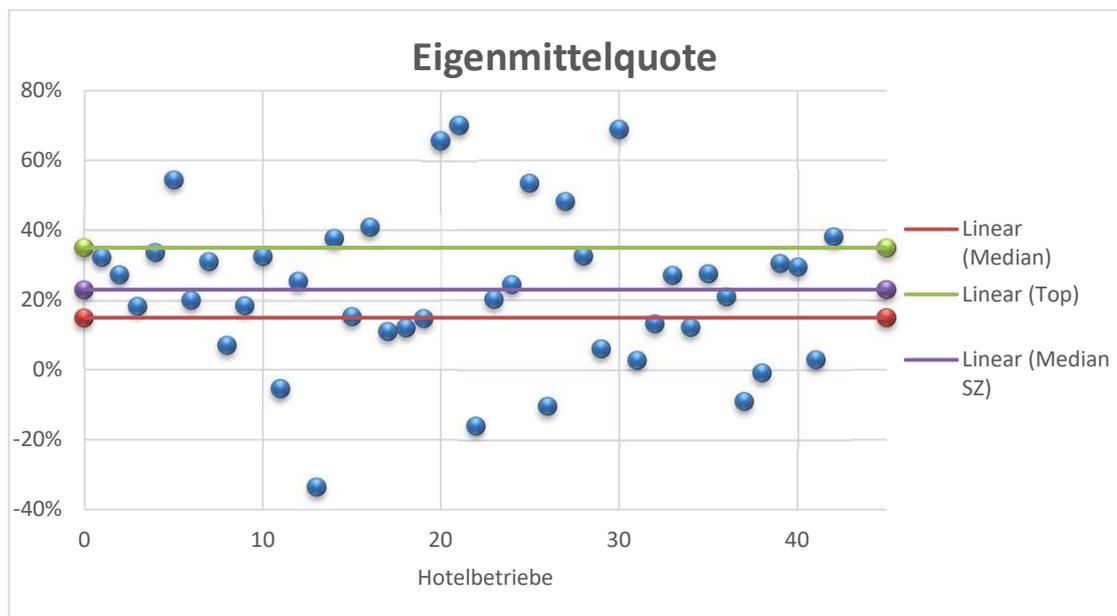


Abb. 22: Eigenmittelquote Bezirk Schwaz – eigene Darstellung

Der Medianwert der ÖHT liegt bei 15% und bei Top Betrieben liegt der Wert bei 35%. Der Medianwert im Bezirk Schwaz liegt bei 23%. Die untere Grenze nach URG §23

<sup>71</sup> Kohl & Partner GmbH (2023) S 187

<sup>72</sup> <https://www.oeh.t.at/beraten-lassen/know-how-und-kennzahlen/#/m/AT-7>

ist bei 8% Eigenmittelquote. Diese Grenze wird von 10 Betrieben, sprich 24% unterschritten, teilweise sogar massiv. Diese Ergebnisse müssten hinterfragt und genau analysiert werden. Im Gegenzug zu den negativen Betrieben liegen 21% der Betriebe über dem Top Niveau der ÖHT und dies zum Teil auch wieder sehr deutlich. Somit liegen 76% der ausgewerteten Betriebe über den kritischen 8% und auch im Medianvergleich liegen die Betriebe im Bezirk Schwaz um 8% höher als die der ÖHT.

## 5.6 Weitere Kennzahlen für den Bezirk Schwaz

Der dritte große Punkt auf der Aufwendungsseite sind die Sachkosten.

Zusätzlich zu den bereits beschriebenen Kennzahlen wurden für den Bezirk Schwaz noch die Medianwerte der Instandhaltungskosten inkl. GWG (Geringwertige Wirtschaftsgüter), die Energiekosten und der Aufwand für Marketing ausgewertet.

**Instandhaltungskosten:** Bei den Instandhaltungskosten inkl. GWG liegt der Medianwert für den Bezirk mit drei Prozentpunkten über dem ÖHT-Median und doppelt so hoch wie der Wert der Top Betriebe nach ÖHT.

**Energiekosten:** Der Energieaufwand bei den Hotelbetrieben im Bezirk liegt auf dem Niveau der Top Betriebe der ÖHT und einen Prozentpunkt unter dem Medianwert der ÖHT.

**Marketing:** Beim Marketing liegen die beiden Medianwerte für den Bezirk Schwaz und der ÖHT bei drei Prozent und somit einen Prozentpunkt über den ÖHT Top-Betrieben.

## 5.7 Betrachtung von fünf Benchmarks anhand von zwei Beispielen

Wir betrachten über die Zeitspanne 2012 bis 2019 bei zwei Betrieben die Entwicklung folgender wirtschaftlicher Kenngrößen:

- Personalaufwand
- Wareneinsatz
- (fiktive) Schuldentilgungsdauer in Jahren
- Eigenmittelquote
- Umsatz-Schuldenverhältnis

### 5.7.1 Personalaufwand und Wareneinsatz

Auf den X-Achsen sind jeweils die Betrachtungsjahre dargestellt, dabei entspricht „1“ dem Jahr 2012 und „8“ dem Jahr 2019.

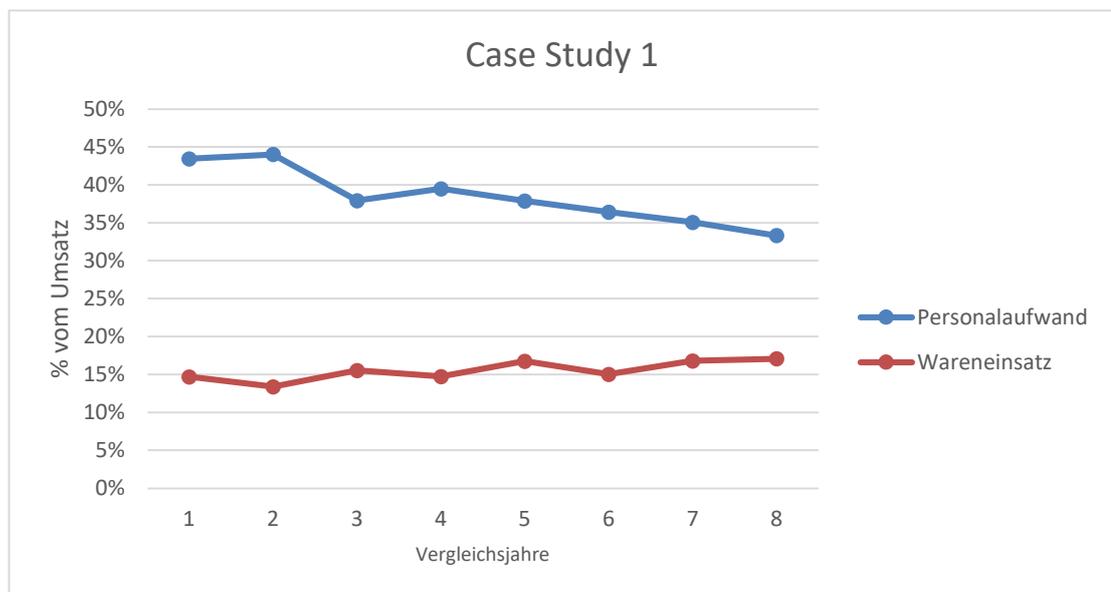


Abb. 23: Personalkosten + Wareneinsatz Case Study 1 – eigene Darstellung

In Abbildung 23 und 24 sind die Entwicklungen der Personalaufwände und der Wareneinsätze für die beiden Case Studies abgebildet (Abbildung 23 Case Study 1 und Abbildung 24 Case Study 2). Auf der X-Achse werden wieder die Jahre und auf der Y-Achse der Personalaufwand und der Wareneinsatz in Prozent vom Gesamtumsatz angegeben.

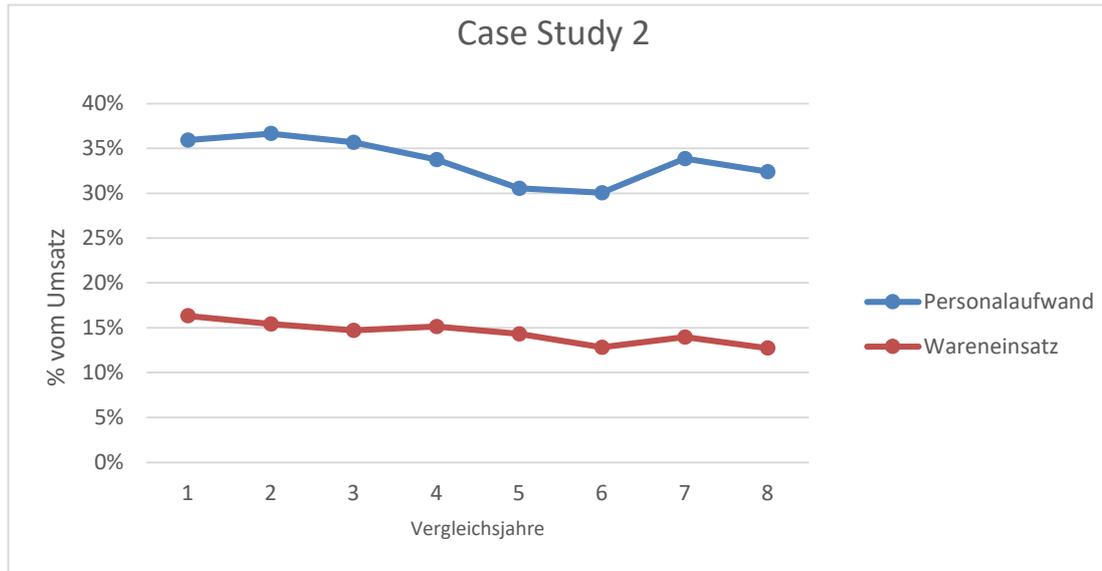


Abb. 24: Personalkosten + Wareneinsatz Case Study 2 – eigene Darstellung

### 5.7.2 Eigenmittelquote

In der Abbildung 25 ist der Verlauf der Eigenmittelquote für die Case Study 1 (rot) und Case Study 2 (blau) über den Zeitraum von acht Jahren dargestellt. Die Eigenmittelquote wurde nach § 23 URG berechnet und in Prozent auf der Y-Achse dargestellt.

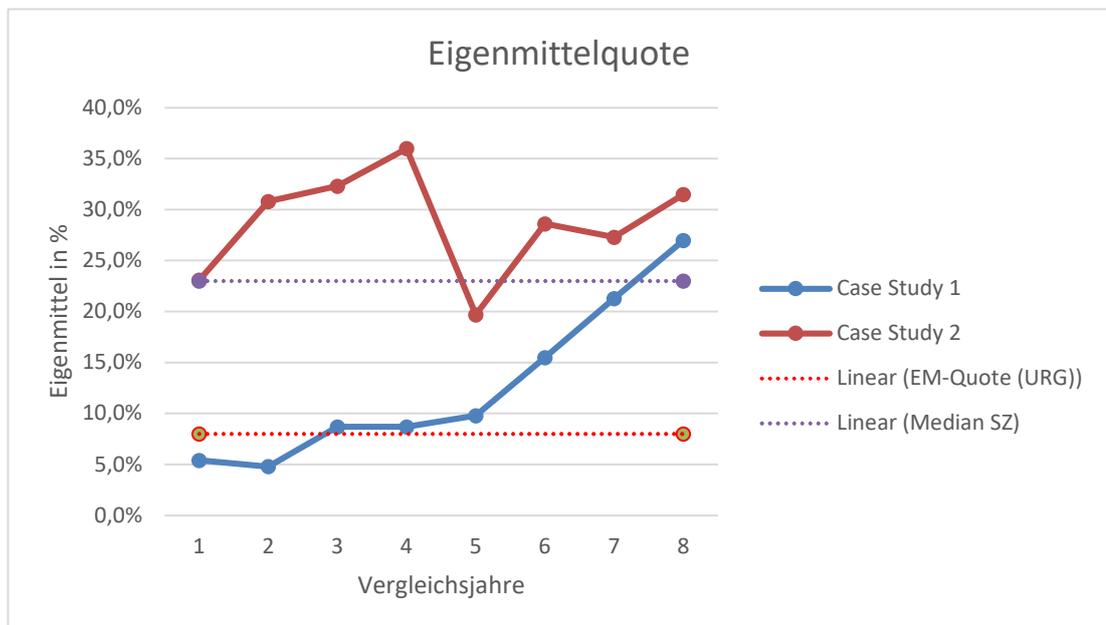


Abb. 25: Eigenmittelquote – eigene Darstellung

### 5.7.3 fiktive Schuldentilgungsdauer

Bei der Abbildung 26 wird die fiktive Schuldentilgungsdauer in Jahren abgebildet. Die Y-Achse gibt die Jahre für die Dauer der fiktiven Fremdkapitalrückführung an. Die Rückführung sollte nach dem Unternehmensreorganisationsgesetz 15 Jahre nicht überschreiten.

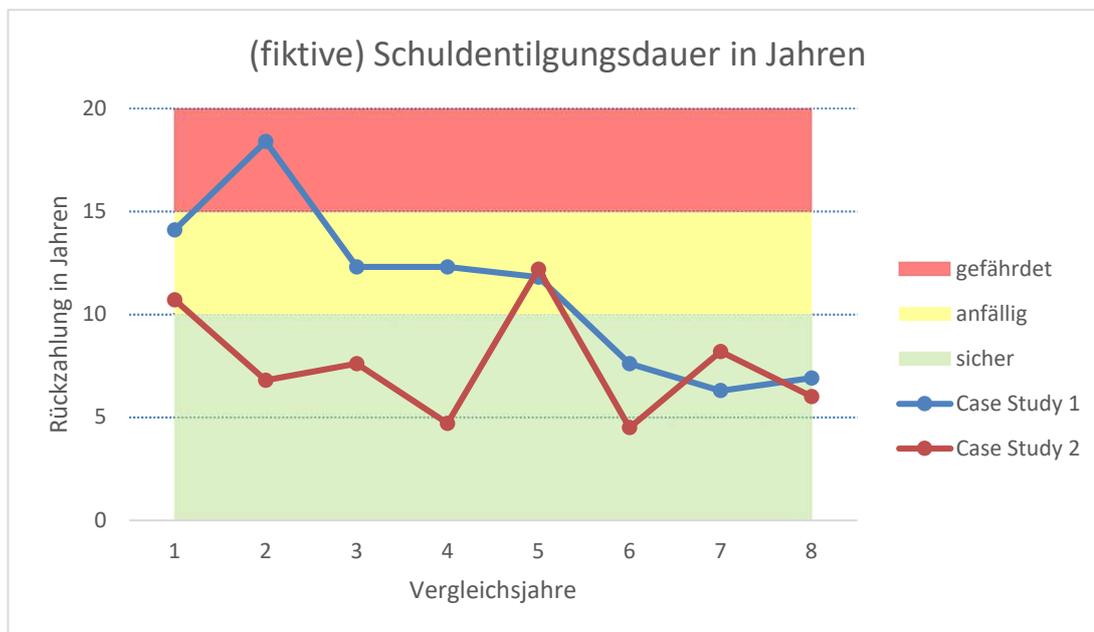


Abb. 26: (fiktive) Schuldentilgungsdauer in Jahren Case Study 1+2 – eigene Darstellung

### 5.7.4 Umsatz-Schuldenverhältnis

Die Abbildung 27 stellt das Umsatz-Schuldenverhältnis für die Case Study 1 (blau) und für die Case Study 2 (rot) über acht Jahre dar. Auf der Y-Achse ist das Verhältnis angegeben. Bei zwei wäre die Schuld doppelt so hoch wie der Umsatz, also im Verhältnis 1 zu 2.

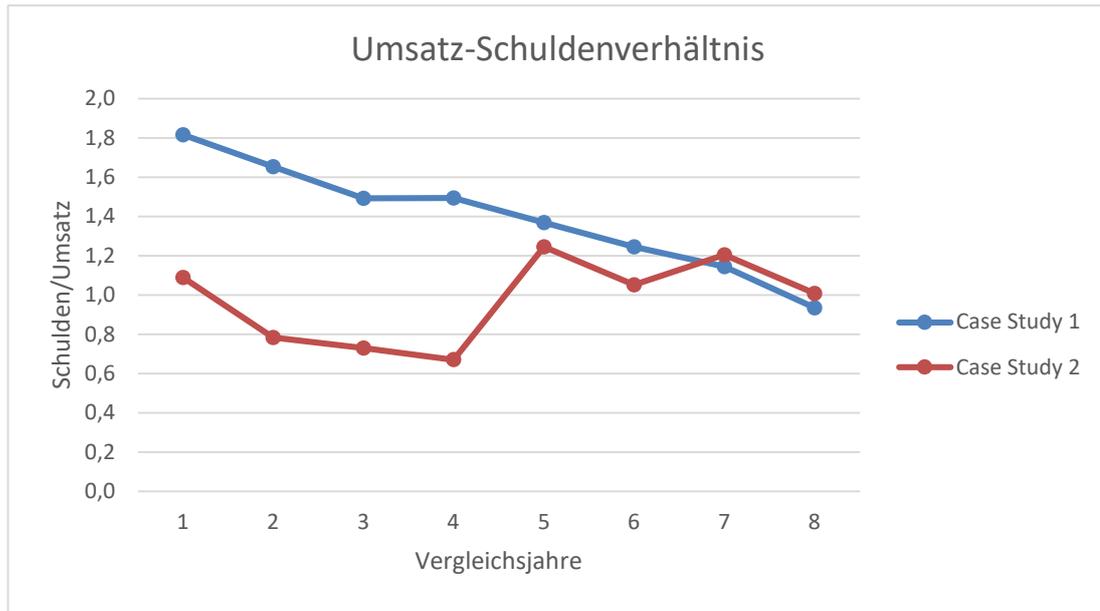


Abb. 27: Umsatz-Schuldenverhältnis Case Study 1+2 – eigene Darstellung

## 5.8 Case Study 1

In der Case Study 1 betrachten wir ein Standard 4 Sterne Hotel und wir analysieren die Entwicklung der fünf Benchmarks über den Zeitraum von acht Jahren.

### **Fiktive Schuldentilgungsdauer**

Bei der Case Study 1 war die fiktive Schuldentilgungsdauer im ersten Jahr im hohen anfälligen Bereich und ist im zweiten Betrachtungsjahr in den gefährlichen Bereich gemäß URG gestiegen.

In den Folgejahren konnte die fiktive Schuldentilgungsdauer ständig gesenkt werden und hat dann sogar den Medianwert der ÖHT von 11 Jahren unterschritten.

### **Personalkosten**

Gründe für den Rückgang könnten u.a. in der Optimierung der Personalkosten liegen. Diese wurden von ca. 44% auf 33% verbessert (Abbildung 23). Somit lag man zu Beginn mit ca. 44% um ca. zehn Prozentpunkte über dem Durchschnittswert für die Personalkosten nach ÖHT, zwölf Prozentpunkte über dem Median für den Bezirk Schwaz und konnte durch entsprechende Maßnahmen diesen Kostenfaktor deutlich verbessern. Die Personalkosten sind einer der größten Aufwendungsposten in der Hotellerie.

## **Wareneinsatz**

Der Wareneinsatz blieb über die Jahre fast unverändert, 15% bis 17% (Abbildung 23). Im Vergleich zu den Medianwerten ÖHT und Bezirk Schwaz liegt der Wert leicht darüber. Da sich die Kosten für den Warenaufwand seit Jahren nur wenig ändern, kann angenommen werden, dass Waren in diesem Ausmaß benötigt werden.

## **Eigenmittelquote**

Die Eigenmittelquote lag in den ersten beiden Betrachtungsjahren bei ca. fünf Prozent und stieg dann ab dem dritten Jahr an, liegt mittlerweile bei 27% (Abbildung 25) und somit über dem Medianwert für den Bezirk und deutlich über dem Medianwert der ÖHT von 15%.

## **Umsatz Schuldenverhältnis**

Es konnten nicht nur die Eigenmittelquote erhöht werden, sondern auch das Umsatz-Schuldenverhältnis von 1 zu 1,8 auf 1 zu 0,9 verbessert werden (Abbildung 26). Der Betrieb war im Betrachtungszeitraum nicht zu hoch verschuldet und lag unter dem empfohlenen Verhältnis von 1 zu 2. Die Steigerung der fiktiven Schuldentilgungsdauer im zweiten Betrachtungsjahr weist auf eine Erhöhung des Fremdkapitales oder eine Investition aus dem laufenden Cashflow hin. Es kann davon ausgegangen werden, dass in diesem Zeitraum Investitionen getätigt wurden, die sich positiv auf den Hotelbetrieb ausgewirkt haben.

## **Fazit**

Der Betrieb zeigt eine positive Entwicklung und hat sich von einem gefährdeten in einen sicheren Betrieb gewandelt. Vor allem die Kennzahlen der Eigenmittelquote und der (fiktiven) Schuldentilgungsdauer konnten über den Zeitraum verbessert werden und so den gefährdeten Bereich verlassen. Die restlichen Kennzahlen pendelten sich im Branchenschnitt ein.

## 5.9 Case Study 2

Die Case Study 2 analysiert die Entwicklung der fünf Benchmarks für ein sehr etabliertes 4-Sterne Superior Hotel. Der Betrachtungszeitraum erstreckt sich wieder über acht Jahre.

### **Fiktive Schuldentilgungsdauer**

Betrachtet man in Abbildung 26 die Case Study 2 (rot), so kann man feststellen, dass die fiktive Schuldentilgungsdauer im ersten Betrachtungsjahr bei 10,7 Jahren liegt und somit knapp über der sicheren Dauer. Sie entwickelte sich in den nächsten drei Jahren stetig nach unten auf 4,7 Jahre, bevor sie sich im fünften Jahr fast verdreifacht und sich im achten Jahr auf sechs Jahre einpendelt. In der Abbildung 27 ist im Graphen ein ähnlicher Verlauf nur mit einem nicht so großen Ausschlag im fünften Jahr erkennbar.

### **Personalkosten**

Die Personalkosten, ersichtlich in der Abbildung 24, lagen mit einem Prozentpunkt über dem 35% Medianwert der ÖHT. In der Umbauphase lagen die Personalkosten bei 30% und pendelten sich anschließend bei 32% ein. Dies liegt mit einem Prozentpunkt über dem Topwert der ÖHT von 31%.

### **Wareneinsatz**

Der Wareneinsatz lag bei 16% und entwickelte sich über den Zeitraum leicht nach unten. Eingependelt hat sich der Wareneinsatz bei 13% und liegt zwischen dem ÖHT-Medianwert und dem Topwert der ÖHT. Die Entwicklung zeigt keine großen Schwankungen und zeigt, dass der Betreiber diesen Kostenfaktor im Griff hat und ihn nach und nach optimieren konnte.

### **Eigenmittelquote**

Die Eigenkapitalquote (Abbildung 25) steigerte sich von 23% stetig auf 36%, die sogar einen Prozentpunkt über dem Topwert der ÖHT mit 35% liegt. Im fünften Jahr, in dem die Investitionen erfolgten, ging die Eigenmittelquote nach unten. Die Eigenmittelquote lag aber im fünften Jahr trotz der Veränderung um 16 Prozentpunkte nach unten dennoch nicht unter dem Medianwert der ÖHT, der bei 15% liegt. Anschließend ging die Quote wieder tendenziell nach oben und lag am Ende wieder bei 32%.

## **Umsatz-Schuldenverhältnis**

Das Umsatz-Schuldenverhältnis befand sich in einem guten Bereich und konnte jährlich verbessert werden. Trotz Umbau veränderte sich das Verhältnis nur gering und konnte in den folgenden Jahren wieder gesenkt werden.

## **Fazit**

Aus den Kennzahlen kann man ableiten, dass es sich um einen sehr gut aufgestellten Betrieb handelt, mit einer hohen Eigenmittelquote und einer eher niedrigen Verschuldung zum Umsatz. Der Rückgang bei den Eigenmitteln und die Erhöhung der Rückzahlungsdauer weisen auf eine Investition hin, die sowohl mit Eigenkapital als auch mit Fremdkapital finanziert wurde. Ein bis zwei Jahre nach der Investition pendelten sich die Werte wieder ein und die Eigenmittelquote stieg wieder um über zehn Prozentpunkte. Auf Basis Entwicklung und beim Vergleich zu den ÖHT-Kennzahlen kann das Hotel bei den Top Betrieben eigenordnet werden.

## 6. Schlussfolgerung

Die Hotellerie ist eine Branche mit hoher Kapitalintensität, hohem Fremdkapitalanteil, einer langen Entschuldungsdauer, hohen Qualitätsstandards und laufendem Innovations- und Investitionsbedarf. Weiters stellt die Belastung durch hohe Fixkosten einen kritischen Erfolgsfaktor dar, so wie auch einen sensiblen Punkt für die wirtschaftliche Stabilität des Betriebes. Eine laufende Beobachtung und genaue Analyse der wirtschaftlichen Kennzahlen kann auf eine Schiefelage hinweisen und ermöglicht es frühzeitig notwendige Maßnahmen zu setzen.

Die Aufwendungen für Personal, Waren und Sachkosten haben einen großen Einfluss auf das operative Ergebnis eines Hotels. Über die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung kann man die für die Bank relevanten Kennzahlen ermitteln und in Erfahrung bringen, wie ein Hotelbetrieb finanziell aufgestellt ist.

In der vorliegenden Arbeit wurden die Bilanzen von 42 Hotelbetrieben der 4 Sterne-kategorie im Bezirk Schwaz ausgewertet. Dabei wurden für die gegenständliche Arbeit acht relevante Kennzahlen ausgewählt und diese mit den Top- und Median-Benchmarks der ÖHT verglichen. Die Abbildung 28 zeigt eine übersichtliche Zusammenstellung der Ergebnisse.

Kennzahlenvergleich Bezirk Schwaz zu ÖHT 4*/5* Hotels			
	Median ÖHT	Median SZ	+/- in % gegenüber Median ÖHT
Wareneinsatz	14%	16%	14%
Personalaufwand	35%	33%	-6%
umsatzbezogene Verschuldung (Schulden/Umsatz)	1,9	1,3	-32%
Eigenmittelquote	15%	23%	53%
Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren	10,00	8,90	-11%
Instandhaltung inkl. GWG	5%	8%	60%
Energie	4%	3%	-25%
Marketing	3%	3%	0%

	Top ÖHT	Median SZ	+/- in % gegenüber Median ÖHT
Wareneinsatz	12%	16%	33%
Personalaufwand	31%	33%	6%
umsatzbezogene Verschuldung (Schulden/Umsatz)	1,3	1,3	0%
Eigenmittelquote	35%	23%	-34%
Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren	5,00	8,90	78%
Instandhaltung inkl. GWG	4%	8%	100%
Energie	3%	3%	0%
Marketing	2%	3%	50%

Abb. 28: Kennzahlenvergleich- eigene Darstellung

Dabei fällt auf, dass sich die Benchmarks der Hotellerie im Bezirk Schwaz meist über dem Median-Wert der ÖHT befinden. In Hinblick auf die Kategorien Personalaufwand, umsatzbezogene Verschuldung, Eigenmittelquote, Fremdkapital, Rückzahlungsdauer und Energie liegt der Durchschnitt der Hotellerie im Bezirk Schwaz leicht unter dem Median der österreichischen Betriebe und zeigt, dass die Betriebe der Region gut aufgestellt sind. Beim Personalaufwand kann es daran liegen, dass der Großteil der Hotelbetriebe im Bezirk Schwaz Familienbetriebe sind und die ganze Familie den Betrieb unterstützt. Für die Kategorie Fremdkapital kann es daran liegen, dass viele Betriebe die Erweiterungsbauten der letzten Jahre abgeschlossen haben. Der große Wellnessboom Ende der 90er Jahre liegt nun über 20 Jahre zurück und so kann man erwarten, dass langsam die neuen Innovationen und notwendigen Erneuerungen starten werden. Dieser Neubau- und Sanierungstrend wurde durch die Coronakrise und der Förderpolitik zusätzlich unterstützt.

Dagegen liegen in den Bereichen Wareneinsatz und Instandhaltung die ausgewerteten Betriebe über dem ÖHT-Median. Die erhöhten Instandhaltungskosten spiegeln bereits den oben angeführten Punkt des Umbauzyklus wider. Nach großen Um- und Zubauten besteht in den kommenden Jahren ein nicht so hoher Instandhaltungsaufwand, der allerdings mit den Jahren zunehmen wird, wenn Sanierungen und Erneuerungen notwendig werden. Der höhere Wareneinsatz kann auf das verstärkte Qualitätsbewusstsein der Betriebe und dem Anspruch des Gastes auf Regionalität und Bio-Produkte zurückgeführt werden. So profitiert nicht nur der Hotelbetrieb, sondern auch die regionale Landwirtschaft und die gesamte Region.

Betrachtet man den Vergleich zwischen den Top-Werten der ÖHT und den Durchschnittswerten der Betriebe des Bezirks, können diese im Durchschnitt nicht mithalten. Diese Abweichung liegt daran, dass nur 4-Sterne und 4-Sterne Superior Betriebe im Bezirk Schwaz ausgewertet und zum Vergleich herangezogen wurden. Trotzdem können diese Betriebe in den Kategorien umsatzbezogene Verschuldung und Energie mit den Top-Werten der ÖHT mithalten.

Mit Stand per 30.11.2023 gibt es in Österreich 82 Fünf-Sterne und Fünf-Sterne Superior Hotels und 1.788 Vier-Sterne und Vier-Sterne Superior Hotels. Somit gibt es insgesamt 1.870 Hotels mit diesen Kategorien und davon befinden sich 685 Hotels in

Tirol, das entspricht 37%. Tirol hat daher einen großen Einfluss auf die österreichweiten Benchmarks. Für die Hotelbewertung im Bezirk Schwaz heißt dies, dass die ÖHT-Werte sehr wohl eine gute Orientierungshilfe liefern. Es ist dennoch von Vorteil, regionsspezifisches Wissen und auf das Gebiet bezogene Marktkenntnisse für die Bewertung heranziehen zu können.

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: <a href="https://www.wko.at/oe/hotelsterne/kriterienkatalog-hotelklassifizierung-2020-2025.pdf">https://www.wko.at/oe/hotelsterne/kriterienkatalog-hotelklassifizierung-2020-2025.pdf</a> .....	9	
Abb. 2: Tourismus Monitor Austria, Österreich Werbung, Gesamtergebnis Winter 2021/2022 und Sommer 2022. ....	14	
Abb. 3: Tourismus Monitor Austria, Österreich Werbung, Gesamtergebnis Winter 2021/2022 und Sommer 2022. ....	15	
Abb. 4: Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, (Hrsg.): Tou-rismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirt-schaftsdaten. 59. Ausgabe, Juni 2023, S. 65.....	15	
Abb. 5: Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, (Hrsg.): Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. 59. Ausgabe, Juni 2023, S. 68.....	16	
Abb. 6: Topografie Bezirk Schwaz - Tirolraumordnungsinformationssystem.....	17	
Abbildung 7: <a href="http://www.tirol.gv.at/regionsprofile">www.tirol.gv.at/regionsprofile</a> .....	18	
Abb. 8: <a href="http://www.tirol.gv.at/regionsprofile">www.tirol.gv.at/regionsprofile</a> .....	18	
Abb. 9: Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien imh Konferenz 2021 – Christie & CO. ....	23	
Abb. 10: Zusammenfassende Empfehlung Sachverständigen Verband, Heft 1 2023	29	
Abb. 11: Pauen/Meinen 2020 Hotelbewertung - S. 64 .....	31	
Abb. 12: Pauen / Meinen; Hotelbewertung - S. 57 Ablauf des Pachtwertverfahrens	32	
Abb. 13: Bienert, Bewertung von Spezialimmobilien, S. 434 – eigene Darstellung.	33	
Abb. 14: K&P Praktiker Formel .....	34	
Abb. 15: Mietbedeckungsfaktor.....	34	
Abb. 16: imh - Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien eigene Darstellung	24. Juni 2021: Net Operating Profit Vergleich Eigentümer und Betreiber.....	35
Abb. 17: ÖHT-Präsentation 5. Tourismussymposium für Banken (Kohl & Partner)	40	
Abb. 18: Personalaufwand Bezirk Schwaz – eigene Darstellung.....	44	
Abb. 19: Wareneinsatz Bezirk Schwaz – eigene Darstellung.....	46	
Abb. 20: Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren Bezirk Schwaz.– eigene Darstellung	.....	48

Abb. 21: umsatzbezogene Verschuldung Bezirk – eigene Darstellung .....	49
Abb. 22: Eigenmittelquote Bezirk Schwaz – eigene Darstellung .....	50
Abb. 23: Personalkosten + Wareneinsatz Case Study 1 – eigene Darstellung .....	52
Abb. 24: Personalkosten + Wareneinsatz Case Study 2 – eigene Darstellung .....	53
Abb. 25: Eigenmittelquote – eigene Darstellung .....	53
Abb. 26: (fiktive) Schuldentilgungsdauer in Jahren Case Study 1+2 – eigene Darstellung .....	54
Abb. 27: Umsatz-Schuldenverhältnis Case Study 1+2 – eigene Darstellung .....	55
Abb. 28: Kennzahlenvergleich- eigene Darstellung .....	59

# Quellenverzeichnis

## Literatur:

Bienert, S. und Funk, M. (Hrsg.) (2009) Immobilienbewertung Österreich. 2. Aufl. Wien, Österreich: ÖVI Immobilienakademie.

Bienert, S. und Wagner, K. (Hrsg.) (2019) Bewertung von Spezialimmobilien: Risiken, Benchmarks und Methoden. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.

Haack, Björn (2008): Sensitivitätsanalyse zur Verkehrswertermittlung von Grundstücken. München: GRIN Verlag GmbH

Heesen, B. und Meusburger, C. W. (2018) Basiswissen Bilanzanalyse in der Hotellerie: Schneller Einstieg in Kennzahlen und Bewertung. 1. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Kohl & Partner GmbH (2019) Tourismus Know-how für Banken. eigen Verlag

Kohl & Partner GmbH (2023) Tourismus Know-how für Banken. eigen Verlag

Kranewitter, H. (2017) Liegenschaftsbewertung. 7. Aufl. Wien, Österreich: MANZ Verlag Wien.

Pauen, W. & Meinen, H. (2020). Hotelbewertungen Band 4. Köln: Reguvis Fachmedien GmbH

Schröder, M., Forstnig, J. und Widmann, M. (2005) Bewertung von Hotels und Hotelimmobilien. 1. Aufl. Norderstedt: Books on Demand.

Schulte, K., Bone-Winkel, S. & Schäfers, W. (2015). Immobilienökonomie i: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

## Internet-Quellen:

Burgsteiner, M. & Kohl & Partner. (o. D.-a). Benchmarking in der Ferien-Hotellerie. <https://www.wko.at/wien/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/benchmarking-in-der-ferien-hotellerie-mai-2014--fachverb-2.pdf> (abgefragt: 09.03.2024)

United Nations Department of Economic and Social Affairs. (o. D.). <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html> (abgefragt: 09.03.2024)

Business Hotel | Animod. @Animod/Shop. <https://www.animod.de/c/ratgeber-business-hotel> (abgefragt: 12.03.2024)

Ferienhotellerie: Aufkommende Assetklasse im Fokus der Investoren | ImmoFokus Timeline. (2022, 12. Oktober). <https://immo-timeline.at/a/ferienhotellerie-aufkommende-assetklasse-im-fokus-der-investoren> (abgefragt: 12.03.2024)

Fleischhacker, V., Formayer, H., Gerersdorfer, T., Universität für Bodenkultur Wien, Institut für Meteorologie und Zentrum für Globalen Wandel und Nachhaltigkeit – BOKU-Met, Umweltbundesamt GmbH, alpS gmbh, Österreich Werbung & Österreich Werbung. (2012). Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030. <https://www.bmaw.gv.at/dam/jcr:b6eae74b-6c4d-45e7-aea2-efcf7a4b910b/Studie%20Klimawandel%20u.%20Tourismus%20in%20%C3%96.%202030%20Kurzfassung.pdf> (abgefragt: 04.03.2024)

Reuber, P., & Wolkersdorfer, G. (2006). Demographischer Wandel und Tourismus. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-338760> (abgefragt: 04.03.2024)

Hotelbetreiber krempeln wegen Mitarbeitermangels selbst Ärmel auf. (o. D.). DER STANDARD. <https://www.derstandard.at/story/2000137116921/hotelbetreiber-krempeln-wegen-mitarbeitermangel-selbst-aermel-auf> (abgefragt: 04.03.2024)

Hotels nach Kategorien 2022. (o. D.). wko.at. <https://www.wko.at/bgld/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/hotels-nach-kategorien-per-31-12-2022> (abgefragt: 05.03.2024)

Hotelstars Union. (2020). Österreichische Klassifizierungskriterien 2020-2025. In HOTREC, Österreichische Klassifizierungskriterien 2020-2025 (S. 3–7). <https://www.wko.at/oe/hotelsterne/kriterienkatalog-hotelklassifizierung-2020-2025.pdf> (abgefragt: 05.03.2024)

Kinderhotel | Animod. @Animod/Shop. <https://www.animod.de/c/ratgeber-kinderhotel> (abgefragt: 10.03.2024)

Kohl & Partner GmbH. (o. D.). Das digitale Ferienhotel – ein Überblick. <https://www.kohl-partner.at/de/das-digitale-ferienhotel-ein-ueberblick.html> (abgefragt: 16.03.2024)

Amt der Tiroler Landesregierung, (o. D.). Regionsprofile. Land Tirol. <https://www.tirol.gv.at/regionsprofile> (abgefragt: 05.03.2024)

Luxushotels - Was wird einem geboten? Reisemagazin | weg.de. (o. D.). Weg. <https://www.weg.de/inspiration/reisewissen/was-macht-ein-luxushotel-aus> (abgefragt: 10.03.2024)

Österreichs Städte in Zahlen - 2015. <https://www.staedtebund.gv.at/ePaper-oestiz/oestiz-2015/>

Prodinger Beratungsgruppe. (o. D.). Investitions 1x1 in der Ferienhotellerie. [https://www.oehv.at/fileadmin/user\\_upload/MediaLibrary/Downloads/Investitions-1x1-Ferienhotellerie-2023.pdf](https://www.oehv.at/fileadmin/user_upload/MediaLibrary/Downloads/Investitions-1x1-Ferienhotellerie-2023.pdf) (abgefragt: 10.03.2024)

Stadthotel | Was ist das? | Glossar | H-Hotels.com. (o. D.). H-Hotels.com - Offizielle Webseite HYPERION & H-Hotels. <https://www.h-hotels.com/de/reise-glossar/stadthotel> (abgefragt: 05.03.2024)

Statistik Austria. (o. D.). Baukostenindex. STATISTIK AUSTRIA. <https://www.statistik.at/statistiken/industrie-bau-handel-und-dienstleistungen/konjunktur/baukostenindex> (abgefragt: 28.03.2024)

Städtebund, Ö. (o. D.). Städte in Zahlen (ÖSTIZ) - Österreichischer Städtebund. Österreichischer Städtebund. <https://www.staedtebund.gv.at/services/publikationen/staedte-in-zahlen-oestiz/> (abgefragt: 10.03.2024)

Sternekategorien. (o. D.). wko.at. <https://www.wko.at/hotelsterne/sternekategorien> (abgefragt: 09.03.2024)

WKO-Analyse: Familienunternehmen in Österreich. (o. D.). wko.at. <https://www.wko.at/oe/news/wko-analyse-familienunternehmen-oesterreich#:~:text=Mai%202018%3A%20Publikation%20der%20Stabsabtei->

lung%20Wirtschaftspolitik&text=Die%20%C3%B6sterreichische%20Wirtschaft%20ist%20stark,in%20der%20H%C3%B6he%20von%20rd. (abgefragt: 09.03.2024)

Zahlen und Fakten zum Tiroler Tourismus. Tirol Werbung. <https://www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/zahlen-und-fakten-zum-tiroler-tourismus> (abgefragt: 05.03.2024)

### **Seminar- und Konferenzunterlagen:**

Hochedlinger Lukas (2021): Bewertung und Benchmarks von Hotelimmobilien. Unveröffentlichte Powerpointpräsentation (Christie & Co Austria GmbH, imh Konferenz, 2. Seminartag, 24. Juni 2021)

Sonja Rauch-Beran; Christian Strobl (2023) Tourismus-Unternehmensstabilisierung. Unveröffentlichte Powerpointpräsentation (OeHT Tourismus Bank, 5. Tourismus-Symposium für Banken Kohl & Partner, 21. Juni 2023)

# Anhang

Kennzahlen (in % der Betriebsnahmen)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Warenausatz	12%	18%	25%	20%	14%	16%	13%	15%	25%	14%	16%	13%	20%	25%	26%	14%	13%	15%	12%	14%	13%
Personalaufwand	30%	36%	34%	38%	29%	48%	34%	29%	30%	27%	42%	35%	35%	39%	33%	40%	34%	30%	31%	43%	28%
Instandhaltung inkl. GWG	13%	8%	5%	5%	3%	6%	11%	12%	26%	8%	15%	20%	5%	4%	4%	5%	11%	6%	2%	8%	5%
Energie	4%	4%	3%	4%	2%	3%	4%	3%	4%	1%	5%	3%	2%	3%	2%	3%	4%	3%	3%	3%	3%
Marketing	1%	5%	5%	5%	6%	4%	7%	8%	4%	7%	2%	3%	1%	3%	2%	1%	2%	7%	5%	2%	2%
Kennzahlen																					
umsatzbezogene Verschuldung	1,7	1,4	0,3	1,4	0,7	1,5	1,1	2,0	2,9	2,1	2,8	1,2	1,9	0,6	1,5	0,7	1,2	1,2	4,3	0,1	0,7
Eigenmittelquote	32%	27%	18%	34%	54%	20%	31%	7%	19%	32%	-5%	25%	-34%	38%	15%	41%	11%	12%	15%	66%	70%
Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren	6	10,3	3,9	16,3	1,5	13,5	6	11,2	24	9,5	23,4	9,1	10,8	9	11	4,3	8,8	5,5	40	0	2,5
Benchmark Bezirk Schwarz	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
Kennzahlen (in % der Betriebsnahmen)																					
Warenausatz	13%	13%	16%	10%	12%	16%	18%	20%	17%	16%	23%	17%	13%	15%	17%	21%	15%	15%	19%	22%	16%
Personalaufwand	40%	37%	35%	25%	23%	31%	37%	33%	28%	36%	31%	33%	35%	43%	33%	27%	33%	30%	27%	24%	35%
Instandhaltung inkl. GWG	7%	8%	5%	2%	15%	5%	5%	10%	3%	8%	5%	12%	11%	7%	7%	10%	20%	13%	7%	14%	11%
Energie	3%	4%	3%	3%	4%	5%	4%	2%	5%	4%	3%	5%	3%	4%	2%	3%	3%	3%	3%	5%	4%
Marketing	5%	1%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	6%	6%	2%	0%	3%	3%	4%	3%	6%	4%	8%	1%	4%
Kennzahlen																					
umsatzbezogene Verschuldung	1,5	2,2	1,8	0,5	1,7	1,4	1,3	1,7	0,6	3,4	1,4	0,9	1,2	1,0	1,3	1,2	1,2	2,1	0,8	2,4	0,7
Eigenmittelquote	-16%	20%	24%	53%	-10%	48%	32%	6%	69%	3%	13%	27%	12%	27%	21%	-9%	-1%	30%	29%	3%	38%
Fremdkapital-Rückzahlung in Jahren	10,7	11,7	10,2	2	7,4	7,2	7,5	19,4	1,1	33	9	6,9	6,9	7,4	6,2	7,8	15	9,4	4,9	19,3	5,2