

1 bzw. 2 KAGB. Danach dürfen Beteiligungen von weniger als 100 Prozent insgesamt 49 Prozent des Wertes des Immobilien-Sondervermögens nicht übersteigen. Diese Grenze ist qua gesetzlicher Norm im Fall von Beteiligungen mit satzungsänderbarer Stimmen- und Kapitalmehrheit aber unbedingt zusätzlich zu beachten. □

Achtes Rekordjahr der deutschen Hotellerie in Folge

2017 verbuchten 32.704 Hotels, Garnis, Gasthöfe und Pensionen 459,5 Millionen Übernachtungen und erzielten damit einen Umsatz von € 27.0 Milliarden. Weitere rund €



Winfried D. E. Völcker
www.voelcker-hospitality.de

...hat rund ein Dutzend internationale Business & Leisure Hotels, teils mit großen Veranstaltungs-Centren und mehr als 60 Restaurants & Bars auf drei Kontinenten eröffnet, geführt oder modernisiert. VÖLCKER HOSPITALITY konzipiert, betreibt und entwickelt Hotels - von der Idee bis zur Eröffnung.

Member Cornell Hotel Society, USA; AK-Arbeitskreis Hotelimmobilien; Deutscher Fachjournalisten Verband; Rotary Club Wiesbaden-Kochbrunnen; Kaufmannschaft zu Lübeck.

8.0 Milliarden blieben bei den anderen Dienstleistern rund ums Reisen. Trotzdem veröden viele Innenstädte. Mieten sinken. Wie kann das sein?

Der Deutschland-Tourismus boomt wie nie zuvor. Die Zahl der Beherbergungsbetriebe aber sinkt. 300 haben letztes Jahr dicht gemacht. Zeitgleich stieg die Zahl der verfügbaren Zimmer um 10.000. Meine Prognose: Die Zahl der Gästezimmer wird laufend weiter steigen, obwohl 3.000 Betriebe vom Markt verschwinden werden. Keine Nachfolge, Angebote, die niemand mehr mag, und ein Investitionsstau, den die Erben nicht stemmen können.

In den nächsten drei Jahren kommen 695 neue Hotels mit 99.843 projektierten Zimmern neu auf den Markt. Investitionsvolumen € 16.6 Milliarden Jahrespressegespräch des Hotelverbandes IHA vom 11.4.2018). „Fürchtet Euch nicht“, Deutschland braucht die Hotels und noch mehr. Die Welttourismusorganisation (UNWTO) erklärte das 21. Jahrhundert nicht ohne Grund zum Jahrhundert des Tourismus. Bald werden rund 5 Milliarden, zwei Drittel aller Menschen, zur Mittelschicht

zählen. Gebildet, wohlhabend, neugierig. Die wollen die Welt kennen lernen. Reisen ist zum Menschenrecht geworden. 2017 waren es schon 1.3 Milliarden Touristen. Beliebtestes Ziel: Europa. Hier u. a. Deutschland mit Bayern, Berlin, Nordsee, Hamburg und Ostsee als die attraktivsten, authentischsten Reiseziele. Authentizität und Qualität punkten.

Auf der einen Seite Hochkultur mit Elbphilharmonie, Schloss Nymphenburg, Sanssouci, Semper Oper und Holsentor. Auf der anderen Seite Innenstädte mit P&C, Penny, H&M, Vodafone, Rossmann, Tchibo, Currywurst, Burger und Döner. Für die Freunde des bunten Lebens Taj Mahal, Griechen, Mexikaner, Chinesen, Food Trucks, Pizzerien, Bratwurst. Bestenfalls noch ein nobles Sushi Lokal und ein „guter Italiener“, wie er längst zu Deutschland gehört. Hüte sich wer kann, vor Menschen, die nicht genießen können...

Das Bild unserer Städte wird konzeptlos mit Spielotheken, Nagelstudios, Hörgeräte- & Brillenläden aufgepludert. Touristische Attraktionen sind das nicht. Mit einem Erlebnis hat das rein gar nichts zu tun. Dafür lohnt es nicht in die Stadt zu fahren – wenn man denn rein kommt und einen Parkplatz findet...

Konkretisiert sich am Politikum der City-Verödung nicht ein gesellschaftliches Problem: Das Unbehagen am Verlust der Vielfalt in Gleichheit und an der politischen Bevormundung durch unzählige „Do´s und Dont´s“. Urbanität ist so bedeutend wie das Bienensterben, nicht weniger systemrelevant als die Banken. Es geht um Lebensqualität.

Zwischen Sylt & Garmisch, Aachen & Görlitz, gibt es auch viele Beispiele, wo städtisches Leben klappt, Innenstädte blühen und wachsen, weil Stadtplaner, Händler, Handwerker, Ärzte, Wirte, Apotheker, Gastronomen, Architekten, Sparkassen und andere Dienstleister in gemeinsamer Anstrengung und völlig undogmatisch ein sicheres Marktplatztreiben für sich, ihre Familien, ihre Kunden und Besucher geschaffen haben. Hier stimmen die Umsätze trotz Internet. Die Mieten auch. Verödung? Nein.

Das Problem hat viele Väter und Mütter... Es liegt nicht allein bei den Kommunen, auch nicht nur beim Einkauf im Internet oder gefühlter Unsicherheit auf unseren Straßen. Das Problem liegt leider auch bei den Geschäftsleuten vor Ort. Preise und Renditen werden „im eigenen Laden“ gemacht oder kaputt gemacht: Desinteresse mancher Beschäftigten, mangelnde Identifikation und Qualifikation, Mitemäßigkeit, Unfreundlichkeit – teils frech und feist - sind leider keine Seltenheit. Ist zudem die Erreichbarkeit schwierig, die Aufenthaltsqualität schlecht, mangelt es an Gastfreundlichkeit und Sauberkeit, fehlen attraktive, interessante und relevante Produkte und Angebote, so fehlt dem Anbieter natürlich der Mut zum Preis.

Ergo: Es wird rabattiert. Wer rabattiert, der kapituliert und trägt so auf höchst öde, unkreative Weise zur Verödung bei. □