

In **Brixen** richtete sich die Kaufnachfrage neben dem Stadtzentrum vor allem auf die ruhigen Randlagen mit Immobilien auf großen Grundstücken, weitläufigen Außenbereichen und Panoramablick. Für Ein- und Zweifamilienhäuser zahlten Käufer bis zu 1,1 Mio. Euro, besonders begehrte Neubauwohnungen erzielten Kaufpreise von bis zu 6.000 Euro pro Quadratmeter.

Auch in der Stadt **Bruneck** konzentriert sich die Nachfrage neben dem Zentrum verstärkt auf die ländlichen Randgebiete. Vor allem junge Paare und Familien sind hier auf der Suche nach Immobilien mit viel Platz. Für Häuser in ausgezeichneter Lage wurden im vergangenen Jahr Spitzenpreise von 2,8 Mio. Euro erzielt. Apartments wechselten für bis zu 12.000 Euro pro Quadratmeter den Besitzer.

Besonders groß war die Immobiliennachfrage im vergangenen Jahr in **Meran**, der zweitgrößten Stadt Südtirols. Käufer interessieren sich hier vor allem für Immobilien im Stadtzentrum sowie in den Gegenden Obermais, Untermals, Dorf Tirol, Schenna sowie Algund. Villen in sehr guter Lage erreichten Spitzenpreise von 2,5 Mio. Euro, Apartments in ausgezeichneter Lage kosten bis zu 8.000 Euro pro Quadratmeter.

Die geographisch außerhalb Südtirols gelegene Gemeinde **Cortina d'Ampezzo** gehört zu den beliebtesten Sommer- und Wintersport-Regionen Italiens. Hier zählen die Gegenden Cianderies, Via Cantore, Via Pralongo, Via Spiga, Pecol und Via Faloria zu den am stärksten nachgefragten Adressen. Die Spitzenpreise für Häuser in Toplage erreichten hier im vergangenen Jahr rund 3,8 Mio. Euro. Exklusive Apartments erzielten Quadratmeterpreise von bis zu 20.000 Euro.

In fast allen Städten Südtirols machen ausländische Kunden den Großteil der Immobilienkäufer aus. So stammen durchschnittlich 40% der Käufer aus Deutschland, 20% aus anderen Regionen Italiens sowie jeweils 5% aus der Schweiz, Spanien, den Niederlanden und Großbritannien. Besonders hoch ist der Anteil ausländischer Käufer in Meran (75%), gefolgt von Bozen (65%) und Bruneck (60%). Lediglich in Brixen dominieren italienische Käufer (70%). Objekte in Cortina d'Ampezzo werden fast ausschließlich von inländischen Käufern nachgefragt (98%).

Im Fokus stehen dabei neben den zentralen Lagen vermehrt Randgebiete, die viel Ruhe und Privatsphäre bieten. Infolgedessen haben vor allem die Randlagen der Städte in 2021 einen deutlichen Nachfragezuwachs erfahren", konstatiert **Elfi Untergassmair**.

Für das verbleibende Jahr geht **Engel & Völkers** von weiteren Preissteigerungen in Südtirol aus. „Die knappe Angebotssituation sowie die beständige nationale und

vor allem internationale Nachfrage nach Immobilien in der italienischen Alpenregion werden auch weiterhin einen leichten Preiszuwachs bewirken, jedoch nicht auf Vorjahresniveau. Im Fokus werden dabei vermehrt die Randregionen stehen", resümiert Elfi Untergassmair. □

## SERIE:

### DER\*5\*MINUTEN\*HOSPITALITY\*EXPERTE\* Was kostet ein 100 Zimmer 4\* Vollhotel und was ist es wert?

Winfried D. E. Völcker



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

**Wer Geld in Hotels investiert hat eine klare Risiko-Rendite-Vorstellung. Man möchte mit Hotels ja nicht sein Geld verlieren, das man in Hotels verdient hat, oder? Wird ein Hotelprojekt nach den Regeln des „GEN-etischen Mix“ entwickelt und vom Betreiber 360° vernetzt, mit den 5 Marketing-Mix-Forces, professionell und empathisch**

**geführt, ist der Erfolg nicht zu verhindern.**

Es geht es um die „GEN-iale“ Emulsion aus den Wurzeln des Standortes mit einem individuellen Betreiberkonzept. Keine „Null-8-Fuffzehn“-Konzern-Dublette. Es geht darum, den Gästen das zu geben, was sie wirklich wollen. Sie sehnen sich danach ihre Bedarfe, Wünsche, Bedürfnisse, Geschmäcker, Gelüste und auch die kleinen Sehnsüchte herzlich emotional befriedigt zu bekommen, dass es zu einer Sucht wird, dort immer wieder einzukehren und einfach dazuzugehören...

Das Rezept heißt „GEN-etischer-Mix“. Die Verschmelzung von Standort, Konzept und Betreiber. Architekten können planen und bauen, Hoteltheaterwelt mit Bühnenbildnerischer Gestaltung können die meisten nicht. Bauherrenziele? Fehlanzeige. Designer können noch so viel „schnüffeln“, „Me-too“ lebt nicht lange. Eine Marketing-Research-Studie dauert drei Monate. Muss man können und kostet: „Braucht doch keiner, kennen wir doch alles...“

Ein Sprung zu **Tom Peters** „In Search of Excellence: **Walt Disney** versammelt neue Mitarbeiter zur Begrüßung durch den CEO. Der fragt auf großer Bühne: „Was macht **General Motors**?“ Antwort der Neuen: „GM makes Cars!“ 2. Frage: „Was macht **McDonalds**?“ Die Antwort: „McDonalds makes Hamburger!“ Rhetorische Pause. Dann fragt der CEO: „Und was macht Disney?“ Betretenes Schweigen. Dann der CEO mit sonorer Stimme:

„Disney makes people happy“. Kann man eine Vision für alle Hotelbaubeteiligten und das Ensemble besser in Worte fassen?

Hotelleute und Gastronomen, Vertreter des zweitältesten Gewerbes, sind Händler in Sachen des Glücks. Haben sie Spaß an der Gastgeberrolle, bieten sie jeden Tag rundum befriedigende Erlebnisbühnen der Gastlichkeit, dann strömen die Menschen ihnen zu. Umsätze und Gewinne kommen wie von selbst, und auf der „Customer Journey“, im Internet, zeigt sich der Unterschied bei der Kaufentscheidung und Direktbuchung für so ein Hotel. Seelenlose „strategische Fits“, dagegen, die Wiederholung funktionierender Einfachheit als höchste Form der Exzellenz, sieht für mich anders aus.

Zurück: Was kostet ein Hotel und was ist es wert? Die Bank sagt: „So viel wie einer dafür zahlt.“ Der Bauherr: „So viel wie die Gestehungskosten über alles“ handelt es sich um ein „Null-8-Fuffzehn-Hotel“. Ein **Motel One** kostet höchstens 70.000 Euro pro Zimmer über alles. Weil das Motel One Konzept seiner Clientelle verlässlich bietet, was die will und das Hotel sicher im ersten Jahr schon 85% Belegung erzielt, liegt der Wert eines Motel One mit der Eröffnung bereits über 100.000 Euro.

Wirtschaftlich gesehen gibt die 1000-er-Regel Aufschluss: Die im Durchschnitt über drei Jahre erzielte ARR (Average Room Rate, netto/netto), z. B. 87,00, Euro multipliziert mit Faktor 1000 ergibt den Zimmerwert über alles. Der Wert eines 100 Zimmer Vollhotels läge demnach bei 8,7 Mio. Euro Investitionsstau und konzessionsbedingte Auflagen sind abzuziehen. Zuschläge ggf. für ein großes Grundstück, exquisite Lage oder andere USP's.

Ob 87 Euro oder doch 98 Euro (plus USt.) bei der Reservierung verlangt werden, verprellt noch keinen Gast. Dem Owner/Operator bringt es bei 65% Belegung 260.975,00 Euro zusätzlichen Netto-Gewinn. Andersrum: 261.000 Euro multipliziert mit Faktor 15 ergibt eine Wertsteigerung des Hotels von 3.915.000,00 Euro. Erfolg hat man nicht, man schafft ihn sich...

Ein anderer Weg, z. B. für „Owner/Operator“ via GOP nach USALI. Ein Hotel mit 8.7 Mio. Euro Gesamtumsatz erwirtschaftet einen GOP (B II) von 30%, entsprechend 1.5 Mio. Euro Ist das Haus in Top-Zustand, funktioniert Faktor 20. Vor zehn Jahren lag der Faktor beim 12,5-fachen. In der letzten Boom-Periode handelte man Hotels bis zum 28.5-fachen. Letzteres ergäbe einen Wert von 42.75 Mio. Euro Die Gestehungskosten für ein 100 Zimmer 4 Sterne+ Vollhotel dürften aber 20.0 Mio. Euro nicht übersteigen. Banker rechnen vorsichtig mit dem 15-fachen...

Das A & O sind für mich, ohne Wenn und Aber: Konzept & Betreiber. Den optimalen Exit-Value erarbeitet nicht der Architekt, sondern der Betreiber durch sein Vermögen den Laden zum Brummen zu bringen auf das die Umsätze nur so sprudeln. Doch auch der beste Hotelmanager oder Betreiber kann aus einer Ente keinen Schwan machen. Mit meinen einfachen Worten heißt das: „Beginne nie, ohne das Endziel vor Augen und sei wachsam, denn der Architekt ist der natürliche Feind des Hoteliers“...

Bei Verpachtungen sieht das ganz anders aus. Kriegs- und Pandemie-Regelungen lasse ich mal außen vor. Ein Investor rechnet im Dreisatz: Kosten, Pächterlöse, Gewinn. Mit Double-Net Vertrag sollte er nicht mehr als 2/3 des prognostizierten GOP's erhalten. Bietet der Pächter mehr als 70% seines Bruttogewinns, beginnt schnell die Abwärtsspirale. Es wird am Personal (Service!), der Instandhaltung (Qualität), an Ersatzbeschaffungen und Rückstellungen gespart. Einige Hotelgruppen wachsen mit höchsten Pachtangeboten - nachverhandeln kann man ja immer noch...

Ein nachhaltiger GOP steht im dritten Jahr fest. Geht's auch früher? Klar doch, wenn der Betreiber von Stunde Eins an im Container am Projekt und Pre-Opening arbeitet, ein dezidiertes Market Research absolviert, das Raumprogramm mit Produkt- und Angebots-Mix, People-Mix, Preis- und Konditionen-Mix und mit überzeugendem Kommunikationskonzept und IT Vertriebskonzept, der Konkurrenz überlegen, plant und umsetzt. Dann kennt er seine Erlöspotentiale, alle Kosten, die dazugehören und was er

**rohmer**medien

[www.rohmert-medien.de](http://www.rohmert-medien.de)

tagesaktuell. kostenlos. informativ.

sich leisten kann. Spatenstich ist Pre-Opening-Stichtag. Das Grand-Opening mit passenden Schwänen, gut trainiert, bestens bezahlt und mit 15% versteuertem Bedienungsgeld zusätzlich entlohnt, garantiert drei Jahre später den geplanten Erfolg. Erfolg hat man nicht, man muss ihm entgegen gehen. □

## WAS ZUM TRÄUMEN

### Zweitimmobilie auf den Bahamas, den Caymans oder den Turks- und Caicosinseln

Passend zum Beginn der Urlaubs- und Hurricanesaison veröffentlichte Engel & Völkers aktuell eine Untersuchung zum karibischen Immobilienmarkt, der sich vor allem durch Objekte für die Einkommensstärkeren auszeichnet. Internationale Kunden sorgen hier auch in Tiefdruckzeiten für ein Nachfragehoch. (CW)

Die Karibik zählt zu den weltweit exklusivsten Zweitwohnmärkten und kombiniert die Vorzüge des gehobenen Lebensstils mit einem reichhaltigen Kultur- und Freizeitangebot. Seit vielen Jahren gilt die Inselregion nicht nur als paradiesische Kulisse für Hollywood-Blockbuster, sondern auch als Eldorado und Rückzugsort für High-Net-Worth-Individuals (HNWIs), berühmte Persönlichkeiten sowie europäische Aristokraten. Aufgrund der direkten Fluganbindung und geringen Distanz dominieren Kunden aus den USA und Kanada die Käuferschaft.

Direkt vor der Küste Floridas gelegen, gehören die **Bahamas** zu den beliebtesten Destinationen. Das investorenfreundliche Klima macht den Markt insbesondere für ausländische Käufer interessant. Mit ihrer bewegten Geschichte als Piratenhochburg und Kulisse für zahlreiche Hollywood-Klassiker üben die Bahamas eine Faszination aus. **Die pittoreske Inselregion nimmt aber auch eine Vorreiterrolle im Bereich des digitalen Bankings ein und zählt weltweit zu den wenigen Orten, wo die rechtlichen Rahmenbedingungen den Anforderungen der Kryptobranche entgegenkommen.** So hat beispielsweise FTX, die zweitgrößte Kryptobörse der Welt, ihren Hauptsitz auf die



Beachfront Apartments am Cable Beach, Quelle: Engel & Völkers Bahamas

Bahamas verlegt. Dies steigert die Attraktivität der Inselregion, die auch für immer mehr Eigennutzer und Kapitalanleger als Erstwohnsitzstandort infrage kommt, so **Colin Lightbourn**, Lizenzpartner von **Engel & Völkers** auf den Bahamas.

Die höchsten Preise werden derzeit in der Hauptstadt **Nassau** auf der Insel New Providence erzielt. Anwesen in erster Meereslinie in privaten Wohnanlagen mit eigenen Yachthäfen, Golfplätzen und Clubhouse-

Annehmlichkeiten sind besonders beliebt. Zu den Premium-Adressen gehören Lyford Cay, Ocean Club Estates und Albany, wo Villen in kürzester Zeit vermarktet werden und Kaufpreise zwischen 20 bis 30 Mio. US-Dollar rangieren (circa 18,77 bis 28,15 Mio. Euro). Auf Paradise Island, das unmittelbar vor Nassau liegt und über zwei Brücken mit der Hauptstadt verbunden ist, werden Villen auf dem Privatgelände des legendären Ocean Club für Preise zwischen 2 bis 3 Mio. US-Dollar verkauft.



Exklusive Strandvilla mit Dock, Cayman Island

Südlich von Kuba im Westen der Karibik liegen die **Cayman Islands**, die internationales Renommee genießen und aus den drei Inseln Cayman Brac, Grand Cayman und Little Cayman bestehen. Kunden schätzen die Diskretion, die attraktive Steuersituation und hohe Sicherheit der Inselgruppe. Derzeit stammen die Kunden mehrheitlich aus den USA (70%) sowie Kanada (30%) und verfügen in der Regel über ein Nettovermögen von mehr als 20 Mio. US-Dollar. „Auf Grand Cayman kommen entdeckungsfreudige Naturliebhaber und Wassersportbegeisterte gleichwohl auf ihre Kosten wie kosmopolitische Feinschmecker und Freunde des zurückhaltenden Luxus. Entsprechend vielseitig präsentiert sich das Objektangebot, das von traditionellen Landanwesen über elegante Neubauvillen bis hin zu hochmodernen Design-Apartments reicht, so **Heidi Kiss**, Lizenzpartnerin von Engel & Völkers auf den Cayman Islands. In der Premium-Lage von Crystal Harbour, einem Wohngebiet nahe von Grand Caymans beliebtem Seven Mile Beach, wechselten 2021 Villen mit großzügiger Außenanlage und erstklassigem Interieur die Besitzer für