

newsletter_2014

Private Zimmervermietung und digitale Vermarktung

Auswirkungen der Sharing-Economy auf den Hotel- und Immobilienmarkt

Die Hotellerie hat sich in den vergangenen Jahren teilweise vehement gegen die Vermietung von Privatwohnungen gestellt – und war mit ihrer Lobbyarbeit hinsichtlich der Einführung des Zweckentfremdungsverbots in Berlin oder München durchaus erfolgreich. Dennoch sind die Vermietungsportale weiterhin auf Expansionskurs. Airbnb hat mittlerweile einen höheren Ertrag und Marktwert als Hyatt oder Wyndham. Wenn Hotelkonzerne also ankündigen, ihre Kapazitäten um tausende Zimmer im kommenden Jahr zu erhöhen, kann der Onlinevermittler über entsprechende Kapazitäten innerhalb weniger Wochen neu verfügen.

Die in wenigen Jahren entstandene Konkurrenz stellt die Hotelbetreiber vor große Herausforderungen. So wurde von Eigentümer- und Betreiberseite der Hotellerie ein Vermögen investiert, um in Deutschland ein attraktives Übernachtungsangebot zu schaffen. Eine Vielzahl an Arbeitsplätzen hängt direkt mit diesen Investitionen zusammen. Der Megatrend der „Sharing-Economy“ und seine Vertriebs-

struktur, die es Einzelpersonen erlaubt, ihre privaten Räumlichkeiten zu günstigeren Konditionen zu vermieten, konterkariert den wirtschaftlichen Erfolg vieler Investments. In der Hotelbranche sieht man drohende Preisrückgänge und einen Margenschwund, der die getätigten Investitionen in Gefahr bringt – und möglicherweise auch Immobilienwerte reduziert.

Unter dem Stichwort „Disruptive Technologien“ wird diese Entwicklung in unterschiedlichen Branchen diskutiert und hat mit Geschäftsmodellen wie „drivenow“, „uber“ oder „airbnb“ bedeutenden Branchen erhebliche Reduktionen Ihrer Absatzzahlen beschert. Durch den C to C-Ansatz werden althergebrachte Geschäftsmodelle ersetzt und manche Angebote und auch ganze Berufsbilder sind nicht mehr gefragt. Die vertriebliche Erschließung von ehemals privatem Wohnraum steigert das Angebot, weswegen etablierte Anbieter einem höheren Wettbewerb ausgesetzt sind. Die höhere Wettbewerbsintensität zeigt sich in erster Linie bei der besseren Verfügbarkeit, der steigenden Qualität der Angebote sowie dem höheren Preisdruck. Für den Verbraucher eine positive Entwicklung, die sich weiter ihren Weg suchen wird. Für die eta-

blierten Marken und Hotels ist das weniger gut, da viele Strukturen nicht mehr zeitgemäß sind, manche Geschäftsmodelle nicht mehr funktionieren und vieles sich deutlich ändern muss. Gerade im Bereich Konzeption und Prozessorganisation sind oftmals Verbesserungsoptionen und Effizienzsteigerungen zu identifizieren. Hotelbetreiber, die hier zu wenig Zeit und Mühe investiert haben, kommt das schnell teuer zu stehen.

In der Vergangenheit hatte die Hotellerie quasi ein **Monopol auf kurzfristige Vermietungen**. Durch die neuen Anbieter brechen diese Monopole auf und zwingen Investoren und Hotelanbieter, sich neu auszurichten. Allerdings entstehen auch neue Monopole: Derzeit sind es lediglich sehr wenige Anbieter, die sich den internationalen Markt aufteilen. Hier liegt auch eine **große volkswirtschaftliche Gefahr**, da von kleinteiligen Strukturen, die historisch gewachsen sind, hohe Margen für den Vertrieb abgeschöpft werden und ein erheblicher Wettbewerbszuwachs auf Kosten kleinerer Unternehmen resultiert.

Eigentum wird durch die Sharing-Angebote für eine erweiterte Nutzung der Gesellschaft erschlossen – dieses Argument ist für das produzierende Gewerbe, die Immobilienwirtschaft und auch die teilweise damit verbundene Dienstleistungsindustrie maßgeblich. Dennoch: Die Unternehmen, die es erschließen, sind Monopolisten oder in einigen Fällen Oligopolisten. Der Wegfall der klassischen Geschäftsmodelle kann einen erheblichen volkswirtschaft-

lichen Schaden nach sich ziehen, da die neuen Monopolisten erhebliche Margen abschöpfen und etablierte Märkte teilweise zu radikal umkrempeln. Insofern ist eine politische Steuerung nötig und wird von der Hotellerie zu Recht gefordert.

Andererseits ist der Ansatz, vorhandene Güter zu teilen, per se zu begrüßen, da er ressourcenschonend, umweltfreundlich und ökonomisch sinnvoll ist. Ob es sich dabei um Haushaltswaren, PKWs oder Wohnraum handelt, macht hierbei keinen wesentlichen Unterschied. Natürlich ist darauf zu achten, dass die bestehende Wirtschaftsstruktur und gerade diejenigen Unternehmen, die viele Arbeitsplätze sichern, unterstützt werden. Politisch sind hierfür kluge Rahmenbedingungen erforderlich, innerhalb derer auch neue Geschäftsmodelle willkommen sind – gerade wenn für die Gesellschaft positive Effekte entstehen.

Leider ist das in der Öffentlichkeit diskutierte Pro und Contra zu wenig auf die Kernthemen konzentriert. Die Aufmerksamkeit sollte auf der Frage liegen, wie die digitalen Monopolisten ihre Steuern optimieren und wie den Standorten, in denen die Wertschöpfung stattfindet, auch eine angemessene Steuer zufließt. Rund um das Thema Ertragsbesteuerung ist das ein viel zu wenig beachteter Hebel, mit dem Airbnb, aber auch Uber, Amazon und Google einer gerechten Besteuerung unterzogen werden sollten.

Den Zeitungsartikel zu diesem Thema finden Sie **hier**.

Mindestlohn

Der Mindestlohn liegt vielen Hotelbetreibern schwer im Magen. Preissteigerungen sind für das nächste Jahr unumgänglich und viele Betriebe – gerade kleinere Landhotels – können Angebote nicht weiter aufrecht erhalten, da die Vorhaltungskosten so hoch werden, dass sich viele Geschäftsmodelle nicht mehr rechnen. Informieren Sie sich in dem Artikel „**Die 8,50 Euro fordern heraus**“ über die betriebswirtschaftlichen Konse-

quenzen der Einführung des Mindestlohns für ein Familienhotel in Ostdeutschland. Besonders dort wirken sich die neuen Regeln für das Hotel- und Gaststättengewerbe aus und führen in vielen Betrieben zu deutlichen Änderungen der Angebote. Hier ist geboten, sich frühzeitig auf die Änderungen einzustellen und entsprechende Maßnahmen zu treffen – einige Möglichkeiten werden in dem Artikel aufgezeigt.

Budgetstudie 2015

Studie zur Entwicklung der Hotellerie

Budgetmarkt und die Digitalisierung der Arbeitswelt

Die Budgetmarktstudie 2015 ist in Arbeit und wird erstmals im Frühling 2015 vorgestellt. Die wesentlichen Veränderungen im Hotelmarkt sind dabei das Kernthema, wobei nicht nur die Konzepte und Ange-

botsstrukturen inklusive der privaten Zimmervermietung im Fokus stehen – auch die Veränderung der Arbeitswelt in der Hotellerie wird in dieser Trendstudie thematisiert.

Weitere Presseberichte:

Ästhetik ist nicht teuer

Aufstieg der Billighotels

Hoteltransaktion - Nachfolge

Auch wenn Wohnimmobilien in deutschen Großstädten so stark gefragt waren, dass die Zahl der Angebote deutlich zurückgegangen ist, zeigt sich, dass sich die niedrigen Zinsen weiterhin erheblich auf die Nachfrage nach Immobilien auswirken. Die Preise für Wohnimmobilien sind gerade in deutschen Großstädten deutlich gestiegen, und es ist schwer geworden, überhaupt noch zentral gelegene, attraktive Immobilien zu finden. Auch im Hotelmarkt ist die Nachfrage nach Kaufgelegenheiten gestiegen. Hier liegt das Interesse allerdings vorrangig bei professionellen Anlegern. Bei Investitionen unter 5 Millionen Euro sind allerdings auch zahlreiche

Privatpersonen, Einzelbetreiber und/oder Existenzgründer an einer entsprechenden Investition interessiert. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage und unserer langjährigen Tätigkeit im Hotelbereich haben wir uns entschlossen, ausgewählte Projekte, die zum Verkauf stehen, online zu stellen. Informationen zu den Angeboten finden Sie **hier**.

Auch die Thematik Pächtersuche hat auf Grundlage der Geschäftsentwicklung an Fahrt gewonnen und ist neben Betriebs- und Marktanalyse, Coaching und Strategieentwicklung ein wichtiges Geschäftsfeld der Dicon.

Kooperationspartner

Wir freuen uns, die **VON BONIN Personalberatung** als Kooperationspartner gewonnen zu haben. Seit über 35 Jahren sind die Consultants Experten in der Suche und Aus-

wahl von Führungskräften und Spezialisten. Damit profitieren unsere Klienten nun auch von der Erweiterung unserer Kompetenz im professionellen Personal-Management.