

Universitätsstadt Tübingen

Fachbereich Planen Entwickeln Liegenschaften

Uwe Wulfrath / Tim von Winning, Telefon: 204-2621

Gesch. Z.: 7/wi

Vorlage 705/2011

Datum 09.09.2011

Berichtsvorlage

zur Behandlung im: **Ausschuss für Planung, Verkehr, Energie und Umwelt**

zur Kenntnis im: **OBR Stadtmitte**

**Betreff: Zukünftige Nutzung Friedrichstraße 12 - Foyer / Ergebnis
Machbarkeitsstudie Hotel**

Bezug: 226/2011

Anlagen: Ergebnis Machbarkeitsstudie Hotel / Zusammenfassung

Zusammenfassung:

Die von der WIT in Auftrag gegebene Machbarkeitsstudie für die Realisierung eines Hotels am Standort Foyer kommt zum Ergebnis, dass ein Hotel im Bereich 2-3 Sterne in einer Größenordnung von etwa 110 Zimmern gute Realisierungschancen besitzt. Die Verwaltung wird das Ergebnis des Gutachtens gemeinsam mit den zwei Varianten aus Vorlage 226/2011 in einer Informationsveranstaltung der Öffentlichkeit vorstellen.

Ziel:

Information des Gemeinderates über die Ergebnisse der Machbarkeitsstudie.

Bericht:

1. Anlass / Problemstellung

Mit der Vorlage 226/2011 hat die Verwaltung dem Gemeinderat verschiedene Nutzungsszenarien für den Standort Foyer vorgestellt. Im Ergebnis wurde festgestellt, dass zwei Szenarien für die weitere Entwicklung in Frage kommen:

- Nutzungsmischung aus Hotel und kleinteiliger Wohn- und Mischbebauung und
- Nutzungsmischung aus Technischem Rathaus und kleinteiliger Wohn- und Mischbebauung

Zur Beurteilung der Variante Hotel hat die WIT eine Machbarkeitsstudie in Auftrag gegeben, bei der die spezifische Wettbewerbssituation in Tübingen, die Marktpotenziale und der Standort sowie die möglichen wirtschaftlichen Realisierungschancen untersucht werden. Diese Studie liegt nun vor.

2. Sachstand

Der beauftragte Gutachter kommt zusammengefasst zu folgendem Ergebnis:

- Aufgrund der Lage im Wirtschaftsraum Stuttgart, der positiven Einschätzung zu den Entwicklungspotenzialen der Stadt Tübingen, der touristischen Attraktivität sowie des Umfelds aus Universität und Gewerbe sind gute Rahmenbedingungen für ein zusätzliches Hotel gegeben.
- Der Standort Foyer ist wegen der Sichtbarkeit und Zentralität gut geeignet. Allerdings ist aufgrund der Prägung der direkten Umgebung die Realisierung eines 4 bis 5 Sterne Hotels eher kritisch zu sehen.
- Die bestehende Hotellerie in Tübingen hat ihren Schwerpunkt im 3 und 4 Sterne Bereich. Hotels der Kategorie 2 Sterne sind in Tübingen nicht vorhanden.
- Aufgrund der eher geringen gewerblichen Ausprägung der Wirtschaftsstruktur erscheint ein dezidiert auf Geschäftsreisende ausgelegtes Hotel nicht wirtschaftlich. Anzustreben ist eher eine breite Mischung der Zielgruppen. Auch im Hinblick auf die Universität mit insgesamt niedrigeren Budgets ihrer Gäste wird daher empfohlen, die Kategorie im sogenannten „Economy“-Bereich (d.h. 2 bis 3 Sterne) anzusiedeln.
- Im Bereich 2 bis 3 Sterne könnte eine Marktnische besetzt werden, wenn Vorteile genutzt werden, die unter dem Dach einer Hotelkette bestehen: Generierung zusätzlicher Kundenpotenziale, wirtschaftlichen Betrieb und Abpufferung von wirtschaftlichen Risiken und Schwankungen .
- Es wird empfohlen, im Zusammenhang mit dem eigentlichen Hotelbetrieb in einem gewissen Umfang Tagungsmöglichkeiten mit anzubieten. Vorgeschlagen wird eine möglichst unterschiedlich teilbare Fläche in der Größenordnung von etwa 270 qm. Das entspricht dem Flächenbedarf von Tagungen mit bis zu 300 Personen in unterschiedlicher Aufteilung. Das Potenzial für ein klassisches Kongresshotel mit umfangreichen Kapazitäten wird in Tübingen nicht gesehen.
- Eine Größenordnung von etwa 110 Zimmern wird für wirtschaftlich sinnvoll eingeschätzt. Hiermit kann auch zusätzliche Nachfrage generiert werden. Durch eine Neuan siedlung wird aber innerhalb der Stadt Tübingen und der Region ein größerer Wettbe-

werb stattfinden. Dadurch kann aber am Standort insgesamt eine qualitative Verbesserung des Angebotes erreicht werden.

- Der Standort Technisches Rathaus wurde vom Gutachter aufgrund der etwas dezentraleren und vor allem versteckten Lage insgesamt als weniger geeignet eingeschätzt. Darüber hinaus wird vom Gutachter eine zu starke Fokussierung des Hotels auf die Universität und Tagungsbetrieb schwierig eingeschätzt, da ein Hotel in Tübingen viele Zielgruppen (Touristen, Geschäftsreisende usw.) ansprechen muss. Der Standort Europaplatz wird im Vergleich zum Standort Foyer als gleichwertig oder sogar leicht vorteilhaft eingeschätzt.
- Für mehr als ein zusätzliches Hotelprojekt (beispielsweise ergänzend am Standort Europaplatz oder Güterbahnhof) sieht der Gutachter in Tübingen kein Potenzial.

3. Vorgehen der Verwaltung

Das Ergebnis der Machbarkeitsstudie deckt sich mit der Einschätzung der Verwaltung. Grundsätzlich wird die Ansiedlung eines Hotels am Standort Foyer auch aus städtebaulichen Gesichtspunkten positiv gesehen. Die Verwaltung wird das Ergebnis in einer Informationsveranstaltung am 16.11.2011 der Öffentlichkeit vorstellen und anschließend im Gemeinderat eine grundsätzliche Entscheidung zur weiterverfolgten Nutzung vorlegen. Parallel dazu sollen die Rahmenbedingungen und Inhalte einer möglichen Ausschreibung zur Findung eines Investors und Betreibers vorbereitet werden, um im Falle einer positiven Entscheidung kurzfristig eine Ausschreibung durchführen zu können.

4. Lösungsvariante

Keine

5. Finanzielle Auswirkungen

Keine

6. Anlagen

Zusammenfassung und Fazit der Machbarkeitsstudie

Den Fraktionen werden zudem vollständige Fassungen des gesamten Gutachtens zur Verfügung gestellt.

7 Zusammenfassung / Fazit und Empfehlungen

Makrostandort:

Tübingen liegt mit rund 88.000 Einwohnern im Großraum Stuttgart, einem der wichtigsten Wirtschaftszentren Europas. Tübingen ist eine der wenigen traditionellen Studentenstädte der Republik und ein bedeutender Ort für Forschung im medizinischen und biochemischen Bereich.

Tübingen verfügt über eine gute infrastrukturelle Anbindung. Über die Bundesstraßen 27 und 28 lassen sich die Autobahnen A 8 und A 81 erreichen. Die Fahrtzeit zur Stuttgarter Messe und zum internationalen Flughafen Stuttgarts beträgt rd. 30 Minuten.

Die Messe Stuttgart ist in 30 Minuten zu erreichen und verfügt über einige internationale Messen, deren Anzahl an Messebesuchern für die Hotellerie von Bedeutung ist. Besondere Chancen ergeben sich für ein Hotel, welches speziell auf Messegäste zugeschnittene Angebote erstellt. Mit der möglichen Realisierung des Projektes Stuttgart 21 verschlechtert sich die Lage Tübingens, da die Landeshauptstadt von der Messe/dem Flughafen per Bahn dann deutlich schneller zu erreichen sein wird.

Die Untersuchung „Zukunftsatlas 2010“ sieht den Landkreis Tübingen auf Rang 57 von 412 Städten und Landkreisen in Deutschland in Bezug auf künftige Wachstumsperspektiven. Damit zählt Tübingen zu den Standorten mit hohen Zukunftschancen. Tübingen profitiert durch seine Lage im Großraum Stuttgart.

Das Bild der Stadt Tübingen wird dominiert durch die Universität, die mit ihren angeschlossenen Kliniken und Instituten der größte Arbeitgeber der Stadt ist. Mit rund 15.000 in Tübingen lebenden Studenten unter den 88.000 Einwohnern ist Tübingen die jüngste Stadt Deutschlands.

Darüber hinaus findet sich in Tübingen eher wenig Industrie. Für eine Umfrage konnten lediglich ca. 160 für den Beherbergungsmarkt relevante Adressen ermittelt werden – ein im Vergleich zu anderen Umfragen sehr geringer Wert. Neben den ansässigen Unternehmen aus dem Maschinenbau finden sich in Tübingen insbesondere Firmen und Einrichtungen, die in Zusammenhang mit der Universität stehen (Institute, Unfallklinik, Neugründungen aus dem Bereich Biotechnologie etc.). Anzumerken ist, dass es im Stadtgebiet auch verhältnismäßig wenige Expansionsflächen gibt.

Im Bereich Tagungen und Kongress verfügt Tübingen über ein überschaubares Angebot. Die meisten Tagungsmöglichkeiten stehen außerhalb der Hotellerie zur Verfügung, lediglich zwei Hotels verfügen über einen nennenswerten Tagungsbereich. Die Universität ist zugleich größter Anbieter und Nachfrager nach Tagungen und Kongressen.

Der Standort Tübingen ist geprägt durch mehrere weiche Standortfaktoren die den Freizeitwert und die touristische Wahrnehmung beeinflussen, eine

hohe Relevanz besitzen und Möglichkeiten bieten Programme für Touristen zu schnüren.

Gezeichnet von der fast 1.000jährigen Geschichte der Stadt sind vor allem die historische Altstadt mit dem Rathaus und dem Schloss Hohentübingen. Darüber hinaus befinden sich im Stadtgebiet und im nahen Umkreis weitere Sehenswürdigkeiten, die jedoch nur über eine mittlere bis geringe touristische Relevanz verfügen.

Tübingen bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen die das kulturelle Leben bereichern. Übernachtungsrelevant sind Stocherkahnfahrten, das jährliche Bücherfest, das Reit- und Springturnier sowie die Veranstaltungen Umbrisch-Provenzalischer Markt, Französische Filmtage, ChocoART als auch Ausstellungen in der Kunsthalle.

Es gibt mehrere Projekte, die Einfluss auf die Zukunft des Standortes haben werden, der langfristig die Grenze von 100.000 Einwohnern erreichen soll. So entsteht seit 1993 auf den Flächen einer ehemaligen französischen Garnison im Tübinger Süden ein urbaner lebendiger Stadtteil. Überlegungen bestehen zur Entwicklung des Projektes „Omnibusbahnhof“, welches die Neugestaltung des Bahnhofvorplatzes und eine optimiertere Verkehrsführung umfasst. Im Rahmen der Neugestaltung wird eine Mischnutzung aus Handel, Wohnen und Verwaltung oder Hotel angestrebt. Weiterhin ist eine Projektentwicklung auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs, südöstlich des Zentrums geplant. In Reutlingen entsteht eine Stadthalle, deren Fertigstellung für Ende 2012 vorgesehen ist und im Rahmen derer eine Hotelprojekt mit 200 Zimmer im 4-Sterne Bereich angedacht ist.

Mikrostandort:

Das 3.630 m² große Grundstück an Friedrichstraße 12 war bis in die 1990er eine militärische Liegenschaft der französischen Streitkräfte. Heute gehört es der Stadt und soll nach mehrfach gescheiterten Bemühungen neu entwickelt werden.

Die Zentralität des Areals in Hinblick auf Infrastruktur, Erreichbarkeit und Entfernung zu den Sehenswürdigkeiten bietet sich für eine Hotelnutzung an. Eine Hotelentwicklung würde sich zudem gut in das nahe Umfeld einfügen. Die zentrale Lage und Nähe zum touristischen Zentrum erlaubt das Angebot von Packages (Programmen) für den Städtetouristen.

Das Höhenniveau der Friedrichstraße bzw. die Brückensituation erfordert die Realisierung eines mehrgeschossigen Baukörpers an der Friedrichstraße. Die Zuwegung zum Projektgrundstück muss im Rahmen des Bebauungsplanes besondere Beachtung finden.

Der Betrieb des Kinos und vor allem der Lounge/Disco in den gegenüberliegenden Gebäuden bringt vermutlich stoßweise Lärmbelästigung mit sich, was

sich gerade in den späten Abendstunden (Nachtbuslinien) negativ bemerkbar machen könnte.

Mit den nahegelegenen Parkhäusern könnten Vereinbarungen für die Unterbringung von Gästefahrzeugen getroffen werden.

Die Lage an der B28 ist eine gute Voraussetzung für eine Vermarktung betreffend Übernachtungen für Besucher und vor allem Aussteller der Messe Stuttgart.

Mit Blick auf Lage und Umfeld sowie unter der Berücksichtigung des Hotelmarktes und der weichen Standortfaktoren ist eine Hotelentwicklung für ein Hotel des 2-3 Sterne Segments zu empfehlen.

Tourismus:

Der Standort Tübingen wird im Wesentlichen vom Bürger- und Verkehrsverein vermarktet, der die touristischen Interessen in Verbänden, Politik und Öffentlichkeit vertritt. Die Effektivität des Standortmarketings ist ausbaufähig.

Die Zahl der Ankünfte (2010: 103.791) und Übernachtungen (2010: 208.835) ist in den vergangenen Jahren relativ konstant geblieben, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer stieg von 1,9 auf 2,0 Tage an.

Die Übernachtungsintensität beträgt in Tübingen 237 Übernachtungen je Einwohner und ist damit im regionalen Vergleich eher niedrig. Der Anteil inländischer Übernachtungen betrug 2010 rd. 76%.

Ein hoher Bedarf an Übernachtungen besteht in den Monaten Juni, Juli sowie September und Oktober. Eine etwas geringere Nachfrage besteht im Mai und August. In den Wintermonaten Dezember, Januar und Februar ist die Nachfrage deutlich schwächer. Eine Steigerung hat laut Verkehrsverein in der Schulersaison (Ostern, April, Oktober, November) stattgefunden.

Die Universität und ihre Einrichtungen haben einen umfangreichen Übernachtungsbedarf. Angesichts der meist begrenzten Budgets ist diese Nachfrage zumeist jedoch dem niedrigpreisigen Segment zuzuordnen.

Insgesamt ist die Nachfrage eher statisch und konstant. Eine Hotelansiedlung könnte die Nachfrage positiv beeinflussen können (induzierte Nachfrage).

Hotelmarkt:

Das Angebot an Beherbergungsstätten in Tübingen besteht aus mehreren, meist kleinen Privathotels sowie sonstigen Übernachtungsangeboten. Die Hotellerie im Zentrum ist im wesentlichen auf Freizeitreisende und Geschäftsreisende ausgerichtet. Bedingt durch die geringen Kapazitäten

müssen bei größeren Veranstaltungen die Teilnehmer in mehreren Hotels und teilweise auch in den umliegenden Orten untergebracht werden. Diese Auslastungsspitzen sind jedoch nur temporärer Natur.

Mit geringen Schwankungen hat das Marktvolumen in den vergangenen Jahren nahezu stagniert. Die Anzahl der Beherbergungsbetriebe stieg in den letzten Jahren auf 32, die Zahl der angebotenen Betten wuchs im gleichen Zeitraum allerdings nur um 0,9% p.a. auf 1.593 Betten und damit geringer als die Nachfrage (2,0%).

Am Standort haben sich lediglich 13 der 20 Betriebe nach den Richtlinien des Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) klassifizieren lassen. Die 3-4 Sterne Hotels bieten mit insgesamt 394 Zimmern das umfangreichste Volumen am Standort an. Lediglich ein Betrieb führt einen 5-Sterne-Standard. Das 2-Sterne-Segment ist unbesetzt. Hier bestehen Wettbewerbsvorteile und beste Chancen für eine entsprechende Hotelansiedlung.

Der Standort verfügt über kein Haus, das mehr als 80 Zimmer anbietet. Die meisten Betriebe sind deutlich kleiner und vorwiegend auf die Gastronomie ausgerichtet. Die durchschnittlich angebotenen Betten pro Betrieb fallen mit 50 gering aus. Nur zwei Betriebe verfügen über ein umfangreicheres Angebot an Tagungsmöglichkeiten.

Es ist anzumerken, dass die höherwertigen, zentral gelegenen Hotels nicht den modernen Standards und Erwartungen entsprechen und teilweise großen Renovierungsbedarf aufweisen. Ein klassisches Businesshotel in zentraler Lage ist nicht vorhanden.

Die derzeit besten Hotels der Stadt liegen außerhalb des Zentrums. Die Lage der Betriebe hat deutliche Auswirkungen auf den Gästemix. Abseits gelegene Hotels sind am Wochenende eher schwach ausgelastet. Angesichts der hohen Nachfrage an den Wochenenden im Sommer verkaufen einige der Hotels ihre Zimmer mit höheren Wochenendraten.

Durch ein größeres Hotel würde die durchschnittliche Belegung am Standort kurz- bis mittelfristig zurückgehen. Es ist unklar, wieviel zusätzliche Nachfrage mit einem neuen Hotel nach Tübingen geholt werden kann.

Die Saisonalität der Nachfrage zwingt ein größeres Hotel zu Aktivitäten in der Nebensaison. Tübingen ist ein typischer Standort für Kurzurlauber und Tagesbesucher. Ein neues Hotel muß für dieses Gästesegment spezielle Programme (Packages) anbieten, um Übernachtungen generieren zu können. Weiterhin verhindern die begrenzten Hotelkapazitäten pro Betrieb derzeit ein nennenswertes Gruppengeschäft. Ein größerer Betrieb könnte dieses Segment bedienen.

Die eher geringe Anzahl an Geschäftsreisenden bedeutet einen insgesamt niedrigeren Zimmerdurchschnittspreis. Universität und Kliniken bedeuten spezielle Nachfragesegmente mit nicht unerheblichem Übernachtungspotential für den Standort. Ein neues Hotel sollte auf diese Gästesegmente ausge-

richtet sein – die derzeitigen Betriebe sind dies nicht. Die Budgets für Wissenschaftler und Besucher der Universität sind begrenzt, ein Economyhotel mit günstigen Zimmerpreisen hätte hier Wettbewerbsvorteile.

In Tübingen ist bis auf einen der unbedeutenden Kooperation VCH angeschlossenen Betrieb keine Hotelkette aktiv. Ein Kettenhotel hätte gegenüber den Wettbewerbern deutlich Vorteile.

Das Preisniveau am Standort ist vergleichsweise hoch, da die Hoteliers nur bedingt zu Preiszugeständnissen bereit sind. Ein Economyhotel kann sich hier gut positionieren.

Konzept:

Mit Blick auf die Positionierung des Hotelprojektes kann folgendes festgehalten werden:

- 5-Sterne: Ein weiteres 5-Sterne-Hotel am Standort Tübingen ist weder sinnvoll, noch marktgerecht. Der Mikrostandort ist für ein 5-Sterne-Hotel nicht geeignet.
- 4-Sterne: Die größten Hotels in Tübingen gehören in diese Kategorie und dominieren mit ihren Volumina den Markt. Auch wenn die Hotels im Zentrum Mängel aufweisen, ist es wenig sinnvoll, sich in unmittelbarer Nähe auf demselben Niveau zu positionieren. Zudem entspricht der Mikrostandort nicht einem 4-Sterne-Niveau.
- 3-Sterne: Das Angebot im 3-Sterne-Segment ist übersichtlich und sehr kleinteilig. Größere Gruppen (Freizeit oder geschäftlich motiviert) können nicht in einem Betrieb untergebracht werden. Der Mikrostandort ist für ein 3-Sterne-Hotel geeignet.
- 2-Sterne: Es gibt derzeit keinen Betrieb in dieser Kategorie, obwohl ein Großteil der Nachfrage nach günstiger Unterkunft verlangt. Ein modernes 2-Sterne-Konzept beträte eine Marktnische und dies an einem Mikrostandort, der für ein solches Produkt bestens geeignet ist.
- 1-Sterne: Auch ein 1-Sterne-Hotel ist am Markt derzeit nicht vertreten, der Mikrostandort geeignet, ein solches Produkt aber vermutlich politisch nicht gewollt.

Davon ausgehend sollte das Hotel als 2-3-Sterne-Hotel von einem Hotelbetreiber möglichst unter einer national (besser international) bekannten Hotelmarke geführt werden, um zusätzliche Nachfrage nach Tübingen holen zu können. Ein solches Economyhotel sollte folgende Einzelziele verfolgen:

- Einnahmen der Marktnische 2-3 Sterne Hotel
- Modernes Design mit attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis
- Zimmervolumen, welches Aufnahme von größeren Gruppen ermöglicht

- Erster Hotelbetrieb einer Hotelkette in Tübingen
- Klare Ausrichtung des Produktes auf die Bedürfnisse der Nachfrage

Der Standort Tübingen lässt es nicht zu, sich auf eine oder wenige Zielgruppen zu beschränken. Als vermarktungsfähige Alleinstellungsmerkmale (USP's) werden folgende wesentlichen Wettbewerbsvorteile gesehen:

- Preis-/Leistungsverhältnis
- Atmosphäre und Design
- Volumen

Für das Projekt wird ein Raumprogramm mit den folgenden Eckpunkten vorgeschlagen:

- 110 Zimmer, verteilt auf etwa 80% Standardzimmer (Zimmergröße 16 - 20 m²), 10 Zimmer speziell für Geschäftsreisende und 2 Suiten
- Ganztags-Restaurant im Caféhaus-Stil oder als Tapas-Bar mit einer Größe von etwa 160 m² Fläche und einer Kapazität von ca. 80 Sitzplätzen. An die Rezeption angedockte Hotelbar mit 15 Plätzen am Tresen und weiteren Plätzen in der Lobby.
- Veranstaltungsbereich mit drei größeren und drei kleineren Räumen auf insg. 270 m²
- evtl. kleiner Freizeitbereich mit Sauna, Kaminecke Dachterrasse, EDV-Zimmer
- Flächenvolumen insg. rd. 5.200 m² BGF
- Investitionskosten in schlüsselfertiger Bauweise je nach Ausgestaltung zwischen 75 T€ und 100 T€ je Zimmer, entsprechend einer Summe von 8,25 - 11 Mio. € (ohne Grundstück)

Für ein solches Economyhotel gibt es mehrere passende Betreiber. Zu den bekannten Marken zählen hier insbesondere Holiday Inn Express, Motel One, Ibis, B&B oder auch Courtyard by Marriott, wobei nicht alle dieser Betreiber selbst in Tübingen aktiv werden würden, eher über kleinere Hotelketten via Franchisevertrag.

Wirtschaftlichkeit:

Es wird davon ausgegangen, daß das Projekt entsprechend der zuvor getätigten Aussagen umgesetzt wird. Die Prognoserechnung unterstellt eine Eröffnung des Betriebes im Jahr 2013, die Preisbasis 2011, eine Inflation von 2 % pro Jahr und eine Anlaufphase von 2 Jahren.

Angesichts der Positionierung als 2-3-Sterne-Hotel mit einem modernen Angebot sowie einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis gehen wir davon aus, dass sich das neue Hotel gut am Markt wird durchsetzen können. Den-

noch wird der Betrieb in den ersten beiden Jahren noch nicht die letztendliche Zielbelegung erreichen können. Erst nach einer Anlaufzeit von zwei Jahren sollte das Hotel eine durchschnittliche Belegung von 60% erreichen können.

Der Anteil des Hotels an den gesamten Übernachtungen am Standort wird voraussichtlich ca. 9-10 % betragen. Dies unterstreicht den Einfluss, den ein Hotel mit diesem Zimmervolumen auf den Hotelmarkt haben wird. Nur ein Teil der prognostizierten Übernachtungen wird durch Nachfrage generiert werden können, den das Hotel neu nach Tübingen bringt (induzierte Nachfrage), es wird auch zu einem Verdrängungswettbewerb kommen.

Auch preislich sollte sich ein Hotel im 2-3 Sterne Segment leicht am Markt positionieren können. Wir gehen davon aus, dass der Betrieb mit einer Durchschnittsrate von 64 € starten kann. Das Preisniveau liegt damit unter den Wettbewerbern im direkten Umfeld. Für die Folgejahre gehen wir von einer Steigerung der Preise von jährlich 2 % aus.

Die Planung sehen ein vollwertiges Restaurant, eine Bar und einen Automatenverkauf vor. Der Umsatz aus gastronomischen Leistungen wird damit konzeptbedingt voraussichtlich etwa 36 % des Gesamtumsatzes ausmachen. Sonstige Einnahmen ergeben sich aus der Parkplatzvermietung, aus Gästetelefonaten, Shopartikeln und Pay-TV. Insgesamt ergibt sich ein Umsatz von rd. 2,4 Mio. € im ersten Betriebsjahr.

Das unterstellte Personalkonzept basiert auf einem Personalschlüssel von 0,20 bis 0,25 Mitarbeitern pro Zimmer (etwa 22 – 25 Vollzeitmitarbeitern). Der Anteil am Umsatz nach der Anlaufphase ca. 34%.

Die Aufwendungen des Wareneinsatzes hängen direkt von den Umsätzen ab. Bezogen auf den Gesamtumsatz wurden die Kosten für den Wareneinsatz auf 11 % eingeschätzt. Der voraussichtliche Energiekostenaufwand beträgt etwa 6 % des Umsatzes.

Die Prognoserechnung stellt eine betriebswirtschaftliche Situation dar, welche einen Cash-Flow in Höhe von rd. 600 T€ steigend auf 800 T€ p.a. zulässt. Angesichts des aktuellen Projektstands wird darauf hingewiesen, dass es sich um eine Annäherungsrechnung handelt, die im Zuge der weiteren Entwicklung mit Blick auf mögliche Betreiber und Konzepte fortlaufend verfeinert werden muss. Sie entspricht auf Basis unserer Markt- und Branchenkenntnisse sowie unseren Datenbanken einer belastbaren Prognose für die weitere Entwicklung.

Betriebsjahr		Zimmer- belegung	Netto-Zim- merpreis	Rooms Revpar	Umsatz gesamt	GOP		Cash Flow	
Jahr	Nr.	%	€	€	Tsd.€	Tsd.€	%	Tsd.€	%
2013	1	54%	64	34	2.392	639	27%	591	25%
2014	2	58%	65	38	2.594	771	30%	693	27%
2015	3	60%	66	40	2.753	858	31%	748	27%
2016	4	61%	68	41	2.848	909	32%	795	28%
2017	5	61%	69	42	2.900	926	32%	810	28%
Summe		x	x	x	13.487	4.103	x	3.637	x
Durchschnitt		59%	66	39	2.697	821	30%	727	27%

Fazit und Empfehlungen:

Letztendlich konnte in dieser Studie herausgearbeitet werden, dass ein Hotel im 2-3-Sterne Standard mit 110 Zimmern am Standort Tübingen gut platziert werden kann, sofern es unter einer national bekannten Marke betrieben wird und das Konzept klar auf die Nachfragesituation abgestellt wird.

Auch wenn das Hotel eine bislang nicht gefüllte Angebotsnische besetzt und einen Anteil neuer Nachfrage nach Tübingen bringen wird, ist ein Verdrängungswettbewerb wahrscheinlich. Positiv gesehen kann dies für den Standort eine qualitative Verbesserung des Angebotes bedeuten.

Die vorliegende Studie versteht sich als Mittel zum Zweck, d.h. es sollte mit Hilfe dieser nun im nächsten Schritt die Suche nach Investoren und Betreibern beginnen mit dem Ziel der letztendlichen Umsetzung. Für eine Begleitung und Steuerung dieses Vorgehens stehen wir gerne zur Verfügung.

Mönchengladbach, August 2011

Harald Mücke
Schollen & Mücke
Hotel Asset Management
GmbH