



# HOTEL- UND IMMOBILIEN- BRANCHE IM WANDEL

**Text** Jörg Hidding

Die Strukturen der Fitness- und Gesundheitsbranche sind in den vergangenen Jahren zweifelsfrei stetig weiterentwickelt und professionalisiert worden. Um diesen Prozess fortzuführen, lohnt es sich, auch andere Branchen unter die Lupe zu nehmen. Was kann man beispielsweise beim Blick auf die Immobilien- und Hotelbranche lernen? Jörg Hidding, der diese Branche ebenso wie den hiesigen Fitnessmarkt kennt, gibt Einblicke.

Beim Blick auf den Immobilienmarkt muss man zwischen Wohnungswirtschaft und der gewerblichen Immobilienwirtschaft unterscheiden. Zudem ist eine weitere Differenzierung in Bau, Finanzierung, Bewirtschaftung und Vermarktung notwendig. Im Bereich der Wohnungswirtschaft kommen zudem noch die Unterscheidung der Bereiche öffentlich geförderter Wohnungsbau und frei finanzierter Wohnungsbau hinzu.

Die Hotellerie ist vereinfacht gesagt der Teil der Dienstleistungsbranche, der sich mit der Beherbergung von Gästen oder Beherbergungen beschäftigt. Nach den meisten Definitionen bezieht sich die Hotellerie nicht nur auf 1- bis 5-Sterne-Hotels (Discount bis Luxus), sondern auch auf viele andere Formen der Übernachtung, einschließlich Hostels, Motels, Gasthöfe und Pensionen.

## **Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es?**

Vergleicht man die Fitness-, Immobilien- und Hotelbranche miteinander, gibt es durchaus Gemeinsamkeiten. Immer mehr Dienstleistungen und Produkte, zumindest im B2C-Bereich und vor allem im Discountbereich, werden über Online-Portale gekauft. Dass der jeweilige Standort erheblichen Anteil am jeweiligen wirtschaftlichen Erfolg hat, ist



*Ein Musterbeispiel für eine Mixed-use-Projektentwicklung: das Westfield Hamburg-Überseequartier in der Hamburger HafenCity von Projektentwickler und Investor Unibail-Rodamco-Westfield*

ebenfalls eine Gemeinsamkeit, die auf die drei Branchen zutrifft.

Beim Blick auf die Unterschiede ist festzustellen, dass die Immobilien- und Hotelbranche ältere und professionellere Strukturen aufweist als die Fitnessbranche. Zudem wird deutlich mehr Kapital von institutionellen Anlegern z. B. in Form von Fonds, Beteiligungsgesellschaften, Family Offices und Private Equity Companies investiert. Auch in der Außenwirkung und Wahrnehmung bei Investoren, Medien

Meinung nach ist die Fitnessbranche der größte „aktive Gesundheitsdienstleister“ in Deutschland. Dies sollte zukünftig gebündelt und noch stärker mit einer Stimme kommuniziert werden, um das Standing der Branche weiter zu verbessern.

In puncto Professionalität und Dienstleistungsqualität ist die Hotellerie mit Sicherheit noch ein gutes Vorbild für die Fitness- und Gesundheitsbranche. Bei den Themen Digitalisierung und Prozessoptimierung der Betriebsabläu-

## Es ist zu beobachten, dass die Fitnessbranche dazulernt und zunehmend professioneller wird

und Kunden genießen die Immobilien- und Hotelbranche eine deutlich höhere Wertschätzung als der Fitnesssektor. Es ist allerdings zu beobachten, dass die Fitnessbranche dazulernt und zunehmend professioneller wird. Meiner

fe hingegen sehe ich den Fitnessmarkt im Gegensatz zu zahlreichen Hotels in Deutschland schon sehr gut aufgestellt. Was die Medienpräsenz und das Ansehen angeht, kann die Fitnessbranche mit Sicherheit noch aufholen. Auch

bei den Verbandsstrukturen und der politischen Schlagkraft besteht Optimierungspotenzial. Ein weiteres offensichtliches Unterscheidungsmerkmal ist die Größe der Branchen, was u. a. die folgenden Zahlen belegen. Während die Hotelbranche mit ca. 40.000 Beherbergungsbetrieben einem Umsatz von knapp 34 Milliarden Euro Umsatz in 2019 machte (Quelle: DE-HOGA), erzielte die Fitnessbranche 2019 mit ihren 9.500 Anlagen einen Umsatz von 5,51 Milliarden Euro. Das ist lediglich knapp 1/6 des Umsatzes, den die Hotelbranche verbuchen konnte. Umsatzkrösus ist allerdings die Immobilienbranche, die 2020 mit Investments in Wohn- und Gewerbeimmobilien einen Umsatz von ca. 310 Milliarden Euro verzeichnen konnte.

### Immobilien und Hotels im Wandel

Lebendige und hybride Immobilien sind stark im Kommen. D. h. Immobilien werden durch die veränderten Nachfrage- und Marktstrukturen, die Digitalisierung und das Phänomen Online-Shopping innovativer werden müssen, frei nach dem Motto „Innovate or die“. Das betrifft vor allem alte Immobilien in Innenstädten wie Shoppingcenter, Textilkaufhäuser, Möbelhäuser, Büroimmobilien sowie Banken. In den Immobilien von morgen wird mehr Leben sein und das 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Das bedeutet nichts anderes, als dass das Wohnen, Arbeiten, Essen-gehen, Sporttreiben, Lernen, Kinder-

betreuung und Co. verstärkt unter einem Dach zu finden sein werden.

Auch Hotels wandeln sich. Sie werden verstärkt hybride Konzepte unter einem Dach anbieten, die sowohl kurze als auch lange Aufenthalte ermöglichen und Möglichkeiten bieten, um dem Trend „New Work“ gerecht zu werden. Zudem werden Hotels zukünftig

im urbanen Change zum Aushängeschild für Innenstädte werden: Wir werden individuellere, einzigartigere Innenstädte erleben, sehr wahrscheinlich widersprüchlicher und konfliktreicher als bisher. Man kann also sagen, dass die Hotellerie mit einem neuen Rollenverständnis auf die komplexen Herausforderungen antworten wird. Das heißt, sie wird sich aktiv in die Stadtentwicklung einbringen, sozusagen als integrativer Baustein eines Stadtumbaus, der gerade erst begonnen hat. Die Stadthotellerie der Zukunft wird Teil ihrer „Community“. Eine ihrer unmittelbar erlebbaren und langfristig nachhaltigen Leistungen wird das „Placemaking“ sein. Dabei kann die sinnvolle Gestaltung eines Raumes sich sowohl an die Bewohner als auch an Besucher richten und

den „Place“ somit attraktiv für Investoren machen. Bei all dem Wandel wird auch an Bewährtem festgehalten. Die Hotellerie ist per se Dienstleister und Gastgeber oder anders ausgedrückt Kundenwunscherfüller und das wird auch in Zukunft so bleiben. Im Immobilienmarkt geht es um die Themen Vertrauen, Transparenz, Kompetenz, und Qualität, Nachhaltigkeit, Energie-

## Es ist wichtig, dass die Fitnessbranche an ihrer Außendarstellung arbeitet

effizienz sowohl bei der Immobilie selbst als auch in der Dienstleistung rund um Immobilien.

Inspiration holt sich sowohl die Hotel- als auch die Immobilienbranche bei Innovatoren wie beispielsweise Apple, Amazon, Tesla und Co. Neue Märkte und digitale Geschäftsmodelle, aber auch Freizeitparks wie z. B. der Europapark in Rust, der sich immer wieder neu erfindet, oder große Trends wie eSports und eGaming dienen als Vorbild.

### Die aktuelle Situation

Die Immobilienbranche ist nach wie vor extrem stabil, da das Interesse an Immobilien ungebrochen ist und die Pandemie sowie das bisher niedrige Zinsniveau Investments in Wohnimmobilien eher noch gefördert hat. Bei



*Vorreiter in Sachen innovativer Hotelkonzepte sind die 25hours Hotels. Ein Beispiel dafür ist die Lobby des 25hours Hotel Frankfurt The Trip*



*Kreativität kennt keine Grenzen wie die Gestaltung des Innenhofs des 25hours Hotel Frankfurt The Trip beweist*

gewerblichen Immobilien findet eine Verschiebung des Interesses in andere Assetklassen statt. Der Liebling Büroimmobilie wird teilweise abgelöst durch Invests in Logistikimmobilien. Aber auch Invests in sogenannte Gesundheitsimmobilien sind im Trend.

In der Hotelbranche hat die Stadthotellerie natürlich schwere Einbußen zu verzeichnen, da das Messe- und Tagungsgeschäft sowie der internationale Tourismus in den vergangenen zwei Jahren nahezu nicht stattgefunden haben. Normalerweise haben Stadthotels, um wirtschaftlich erfolgreich zu agieren, eine Auslastung von mindestens 60 %. Aktuell liegt in vielen Städten die Auslastung nach wie vor bei unter 30 %.

**Herausforderungen in der Hotel- und Immobilienbranche**

Nicht nur die Fitnessbranche hat mit Problemen wie z. B. schlechter Bezahlung und hoher Mitarbeiter- und Mitgliederfluktuation zu kämpfen. Auch in der Hotel- und Immobilienbranche

müssen einige Herausforderungen bewältigt werden. Das Thema Arbeitskräftemangel ist dabei die zentrale Herausforderung für die Hotelbranche. Als Folge der Pandemie sind bis zu 30 % der Mitarbeiter abgewandert. Auch hier sind, ähnlich wie in der Fitnessbranche, schlechte Bezahlung und unfreundliche Arbeitszeiten ausschlaggebend für den Personalmangel.

In der Immobilienbranche sind aktuell massive Probleme bei Neubauten und Sanierungen im Bereich der Baumaterialienbeschaffung zu sehen, da die Lieferketten extrem gestört sind und von einer immensen Preisexlosion z. B. bei Holz und Stahl betroffen sind. Momentan sind etliche Bauprojekte unterbrochen oder verschoben worden, da keine verlässlichen Baukostenkalkulationen und Fertigstellungstermine errechnet werden können.

**Fazit**

Meiner Ansicht nach befinden wir uns 2022 und vielleicht auch 2023 grundsätzlich in einem Transferjahr, in dem

alles unsicher ist. Endet die Corona-Pandemie oder nicht und welche Auswirkungen hat der Krieg in der Ukraine auf Deutschland? Gut möglich, dass steigende Energiepreise, zusammenbrechende Lieferketten und Arbeitskräftemangel zu bestimmten Themen werden bzw. bleiben. 2023 oder 2024 werden wir ein „neues Normal“ haben – wie dieses aussieht, ist allerdings noch fraglich. Egal in welchem Markt, es gilt, sich strategisch auf neue Zeiten vorzubereiten, alte bisher funktionierende Geschäftsmodelle zu überdenken und sich in anderen Branchen und Märkten zu bewegen, um zu innovieren.

Beim Blick auf die Hotel- und Immobilienbranche sind prinzipiell einige Parallelen zur Fitnessbranche zu erkennen, wie z. B. der Trend von hybriden Konzepten. Und auch einige Probleme, wie z. B. die Bezahlung und der Fachkräftemangel, sind die gleichen. Der Fitnessmarkt kann von der Hotel- und Immobilienbranche auch einiges lernen, gerade was die Punkte Nachhaltigkeit, Außendarstellung in den Medien und Begehrlichkeit für Investoren angeht. Um sich in diesen Bereichen weiterzuentwickeln, ist es wichtig, dass die Fitnessbranche an ihrer Außendarstellung arbeitet. Als größter aktiver Gesundheitsdienstleister liegen gute Argumente auf dem Tisch. Wichtig wird sein, mit „einer Stimme“ zu sprechen, um die notwendige Schlagkraft zu besitzen. ■



**Jörg Hidding** ist Bankkaufmann und Diplom-Betriebswirt. Er kennt den Fitnessmarkt seit 30 Jahren und besitzt mit dem AMIGA WOMEN FITNESS Club in Frankfurt selbst ein Fitnessstudio. Er ist zudem Unternehmensberater und Gesellschafter/Geschäftsführer der ONE HOSPITALITY GmbH. Als strategischer Berater, Expansionsbegleiter sowie M&A-Berater ist er in der Fitness-, Hotel- und Immobilienbranche tätig.