



Feasibilitystudy Hotelprojekt Andernach

Düsseldorf, 06. Juni 2017



Inhaltsverzeichnis

1.	Auftrag und Durchführung	3
2.	Entwicklungen des Tourismus- und Hotelmarktes in Deutschland	5
2.1	Tourismus in Deutschland	5
2.2	Markenhotellerie in Deutschland	8
3.	Makrostandort Andernach	9
3.1	Entwicklung Makrostandort (Zukunftsperspektive)	15
3.2	Einschätzung Makrostandort (SWOT Analyse)	16
4.	Mikrostandort Konrad-Adenauer-Allee / Kirchstraße	17
4.1	Verkehrsanbindung Mikrolage	18
5.	Hotelmarkt Andernach	19
5.1	Beherbergungsangebot	20
5.2	Beherbergungsnachfrage	23
5.3	Mitbewerberanalyse Andernach	28
5.4	Neue Hotelprojekte am Standort	30
5.5	Einschätzung der Marktentwicklung	30
6.	Konzeptempfehlung	33
7.	Wirtschaftlichkeit	35
7.1	Herleitung der Average Room Rate (ARR) für das Hotelprojekt	35
8.	Aufbau einer Planungsrechnung in Form einer Ergebnisvorausschau	37
8.1	Erläuterungen zur betriebswirtschaftlichen Betrachtung von Hotelbetrieben	38
8.1.1	Umsatzbegriff in der Hotellerie	38
8.1.2	Kostenstruktur in der Hotellerie	39
8.1.3	Ergebnisrechnung	40
8.2	Uniform System of Accounts for the Lodging Industry ...	42
8.3	Umsatz- und Kostenstruktur für das geplante Hotelprojekt	43
8.3.1	Betriebsumsatz	44
8.3.2	Wareneinsatz	45
8.3.3	Personalkosten	46
8.4	Sonstige Kosten	46
8.4.1	Direkte Zuordnung der Kosten	47
8.4.2	Gross Operating Profit in der Modellrechnung	48
9.	Empfehlung und Fazit	51
10.	Anhang	56
10.1	Übersicht Mikrolage Andernach	57



10.2	Mikrolage mit Sehenswürdigkeiten der Stadt	58
11.	Abbildungsverzeichnis	59
12.	Tabellenverzeichnis	59

Allgemeine Geschäftsbedingungen



I. Auftrag und Durchführung

Im April 2017 hat die Stadtplanung Andernach eine Feasibilitystudy für ein Hotelprojekt auf dem „Römer-Areal“ in Andernach bei der Hotel Affairs Consulting GmbH in Auftrag gegeben. Die Studie baut auf einer bereits im Jahr 2014 erstellten Studie zu dem Areal auf und soll nun auf die aktuellen veränderten Gegebenheiten hin überarbeitet und aktualisiert werden, um die Machbarkeit des modifizierten Hotelprojektes auf dem „Römer-Areal“ untersuchen zu lassen. Zu diesem Zweck wird die Hotel Affairs Consulting GmbH von der Stadtplanung Andernach mit der vorliegenden Studie beauftragt.

Die Arbeiten für die Aktualisierung der Feasibilitystudy wurden vom 18. April bis zum 06. Juni 2017 durchgeführt. Eine Site-Inspection fand am 30. März 2017 statt. Wie bei Marktuntersuchungen üblich, gelten die Feststellungen nur für eine begrenzte Zeit. Danach sind sie den neuen Gegebenheiten anzupassen. Eine Gewähr für das Eintreten der Annahmen und das Erreichen der prognostizierten Ergebnisse kann nicht übernommen werden.

Die grundlegenden Angaben zu Andernach stammen aus den nachfolgenden Quellen:

- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz www.statistik.rlp.de
- Stadt Andernach, www.andernach.de

Die Quellen der im Text genannten Zahlen und sonstigen Angaben werden zum Teil an den jeweiligen Stellen benannt.



Die rechtliche Grundlage für diesen Auftrag und für die Erstellung dieser Feasibilitystudy sind unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) im Anhang.

Die Studie umfasst inklusive AGB 61 Seiten.



2. Entwicklungen des Tourismus- und Hotelmarktes in Deutschland

2.1 Tourismus in Deutschland

Die Übernachtungszahlen im deutschen Hotelmarkt sind in den vergangenen sieben Jahren, seit den erheblichen Einbrüchen aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise im Jahr 2009, deutlich gestiegen. In 2016 wurden in Deutschland nach Meldungen des Statistischen Bundesamtes 447,2 Mio. Übernachtungen, und damit 2,9% mehr als im Vorjahr, verzeichnet. Die Gästeankünfte im Jahr 2016 lagen bei 171,6 Mio. und damit 2,5% über den Vorjahreswerten.

Steigende
Übernachtungszahlen

Die Standort- und Markenkonzentration auf dem deutschen Hotelmarkt nimmt weiter zu. Besonderes Wachstumspotenzial zeigen in den vergangenen Jahren die Segmente Tagungen, Kongresse, der Städtetourismus sowie kulturelle und sportliche Highlights. Hier wird rund ein Drittel des gesamten Übernachtungsvolumens der deutschen Hotellerie generiert.

Tagungen und Kongresse
gewinnen an Bedeutung

Die allgemeinen Trends in der deutschen Hotellerie im Überblick:

Trends in der Hotellerie

1. Polarisierung Standard- / Touristklasse 4- bis 5-Sterne
2. Verstärkter Trend zu individuellen Hotelprodukten
3. Primärstandorte sind überwiegend gesättigt – Nischenmärkte mit Chancen
4. Tagungen, Seminare, Konferenzen, Events
5. Wellness (Medical Wellness)
6. Städte- und Kulturreisen
7. Sonderlagen (Messe, Flughafen, zentrale Bürostandorte)



Auf dem deutschen Markt wird sich der „Trend“ hin zu Markenhotelbetrieben (mit erhöhten Zimmerkapazitäten), die meist einer Hotelgesellschaft oder Hotelkette angehören, weiter verstärken.

Durch die fortschreitende Globalisierung der Wirtschaft werden trotz zunehmender elektronischer Vernetzung bzw. Kommunikationsmöglichkeiten Zuwächse im internationalen Geschäftstourismus erwartet. Diese Entwicklung betrifft grundsätzlich alle angebotenen Hotelkategorien. Die starken und deutlichen Zuwächse im Bereich Tagungen und Kongresse haben vornehmlich im 4-Sterne-Segment stattgefunden und sind in der Regel durch internationale Betreibergesellschaften geprägt. Wir gehen davon aus, dass sich diese Tendenz fortsetzt und festigt.

Spürbare Auswirkungen auf das inländische Nachfragepotenzial wird auch der Wandel der Bevölkerungsstruktur haben. Das Statistische Bundesamt prognostiziert für Deutschland seit 2010 eine zurückgehende Einwohnerzahl. Die Präsentation der Zensusergebnisse 2011 bestätigte diese Prognose. 2011 lebten in Deutschland rund 1,5 Mio. weniger Menschen als angenommen (insgesamt 80,2 Mio. Einwohner). Dieser Trend wird derzeit durch Zuwanderung gestoppt. Ende 2015 gab es nach der Fortschreibung des Zensus 2011 in Deutschland 82,2 Mio. Einwohner. Nach ersten Schätzungen des Statistischen Bundesamtes liegt die Bevölkerungszahl Ende 2016 bei 82,8 Mio. Einwohnern.

Wandelnde
Bevölkerungsstruktur

Die allgemein angespannte weltpolitische Lage und die nach wie vor zunehmende Zahl älterer Menschen gibt positive Impulse für die deutsche Hotellerie, hier insbesondere die Ferienhotellerie und städtetouristisch attraktive Destinationen.

Für das Jahr 2016 stellt sich der Markt wie folgt dar:

Tabelle 1 – Beherbergung 2015 und 2016 Deutschland

Deutschland gesamt	Anzahl Betriebe	Anzahl Betten in Mio.	Übernachtungen	Ankünfte	Ø-Aufenthalt in Tagen
Jahr 2015	52.095	2,93	436.232.801	166.787.185	2,62
Jahr 2016	51.972	2,94	447.177.524	171.564.137	2,61

Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand April 2017

Das Bundesland Rheinland-Pfalz steht im Gesamtranking der Bundesländer auf Platz 9 und liegt damit im Mittelfeld, bezogen auf die Übernachtungen, im Jahr 2016.

Rheinland-Pfalz auf Platz 9
im Ländervergleich

Die Verteilung der Übernachtungen auf die einzelnen Bundesländer wird im Folgenden dargestellt:

Tabelle 2 – Übersicht Ankünfte / Übernachtungen

Ankünfte / Übernachtungen 2016				
Bundesland	Ankünfte (in Mio.)	Anzahl (in Mio.)	Rang	Veränd. (in %) zum Jahr 2015
Baden-Württemberg	20,98	52,04	2	+2,5
Bayern	35,40	90,81	1	+3,1
Berlin	12,73	31,07	6	+2,7
Brandenburg	4,78	12,88	12	+2,9
Bremen	1,28	2,40	16	+1,2
Hamburg	6,57	13,33	11	+5,5
Hessen	14,52	32,60	5	+1,3
Mecklenburg-Vorpommern	7,57	30,30	7	+2,8
Niedersachsen	14,10	42,77	4	+3,5
Nordrhein-Westfalen	22,15	49,60	3	+1,9
Rheinland-Pfalz	8,67	21,89	9	+0,6
Saarland	1,02	3,02	15	+1,4
Sachsen	7,49	18,75	10	+0,1
Sachsen-Anhalt	3,21	7,79	14	+2,4
Schleswig-Holstein	7,35	28,20	8	+4,1
Thüringen	3,75	9,73	13	-1,6
Deutschland	171,56	447,17	--	+2,5

Quelle: Statistisches Bundesamt 2017



2.2 Markenhotellerie in Deutschland

Die in der Markenhotellerie angesiedelten Häuser konzentrieren sich vorwiegend auf das 2- bis 5-Sterne-Segment. Aktuell gibt es über 180 Hotelgesellschaften und Hotelkooperationen. Die Top 50¹ Hotelgesellschaften in Deutschland haben insgesamt 1.405 Hotels mit 212.395 Zimmern auf dem deutschen Markt (2012 1.532 Hotels mit 211.852 Zimmern). Der umsatzbezogene Marktanteil der Markenhotellerie liegt in Deutschland bei rund 60%, auf die Anzahl der Zimmer bezogen liegt der Marktanteil bei rund 44% und in Bezug auf die Zahl der Betriebe bei rund 12,7%.² Mit diesem Marktanteil liegt Deutschland im europäischen Vergleich im Mittelfeld. Es ist davon auszugehen, dass die Markendichte auch zukünftig weiter zunehmen wird.

Markenhoteles im 2- bis 5-Sterne Segment

Die Präsenz der Markenhotellerie ist an den großen Hotelstandorten in den neuen Bundesländern, wie z. B. Dresden oder Leipzig, höher als in den alten Bundesländern. Auch in Berlin ist die Präsenz der Markenhotellerie hoch. Derzeit ist ein verstärkter Trend der Hotelgruppen festzustellen, auch B- und C-Standorte zu besetzen.

Präsenz der Markenhotellerie

Im Bereich der Marken-Budgethotellerie bauen die Betreiber-gesellschaften ihr Netzwerk durch die Vergabe von Franchiseverträgen schneller aus und erreichen somit eine zunehmende Verdrängung der privaten Hotels und Pensionen im 1- bis 4-Sterne-Segment.

Marken-Budgethotellerie

Auch im Bereich der Marken- und Kooperationshotellerie, insbesondere im gehobenen Segment, ist ein Wandel zu beobachten. War es in den 90er Jahren noch so, dass der Trend zu möglichst

Wandel der Marken- und Kooperationshotellerie

¹ Ranking der AHGZ der hotelier, 30.07.2016

² IHA Hotelmarkt Deutschland 2016



standardisierten Hotels ging, sollten heutzutage die Häuser wieder einen „eigenen Charakter“ mit individuellen Merkmalen erhalten. Früher war das Bestreben der Markenhotellerie, dass ein Haus dem anderen so weit wie möglich gleicht, der Gast somit genau weiß, wie es in einem anderen Haus der Marke aussehen wird. Heute wird eine aussagekräftige Marke kreiert. Dieser soll allerdings noch Raum zur Individualität – entsprechend der Makrolage – gelassen werden.

3. Makrostandort Andernach

Andernach gehört dem rheinland-pfälzischen Landkreis Mayen-Koblenz an. Der Landkreis ist der bevölkerungsreichste Landkreis von Rheinland-Pfalz mit 211.925 Einwohnern; die Stadt Andernach verfügt über 29.441 Einwohner³. Die Stadt gehört zu den ältesten Städten Deutschlands, im Jahr 1988 wurde das 2.000-jährige Bestehen gefeiert.

Landkreis Mayen-Koblenz

Im Landkreis Mayen-Koblenz lag im März 2017 die Arbeitslosenquote bei 3,8%. (Schnitt Deutschland März 2017 6%).⁴ Ende Juni 2016 gab es im Landkreis 66.241 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, in Andernach 14.192.

Die Mittelstadt verfügt über eine verkehrsgünstige Lage ca. 20 km nördlich von Koblenz zwischen den Ballungsräumen Rhein-Ruhr und Rhein-Main. Andernach liegt idyllisch und touristisch attraktiv im Mittelrheintal zwischen Vulkaneifel und Westerwald.

Seit der Römerzeit ist die Wirtschaftsstruktur der gesamten Region und der Stadt durch die Bau-Steine-Erden-Industrie geprägt. Andernach als Wirtschaftsstandort gehört zu den bedeutendsten am oberen Mittelrhein. Die Struktur ist vielfältig mit Unternehmen in den

Wirtschaft

³ Stand Ende 2015, Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Basis Zensus 2011

⁴ Bundesagentur für Arbeit



Bereichen mittelständische Industrie, Dienstleistung, Handel und Tourismus. Insgesamt gibt es in Andernach ca. 800 Unternehmen.⁵

Die gelisteten Unternehmen sind laut Andernach.net GmbH die nach der Mitarbeiteranzahl größten Firmen in Andernach:

Tabelle 3 - Größte Unternehmen in Andernach⁶

Unternehmen	Mitarbeiteranzahl
Finzelberg GmbH & Co. KG	ca. 300
Kraftverkehr Nagel GmbH	ca.11.000*
LTS Lohmann Therapie Systeme AG	1.266*
MASA GmbH	500*
Mittelrheinische Metallgießerei Heinrich Beyer GmbH	200*
Privatbrunnen Tönissteiner-Sprudel GmbH	107
proaktiv Haus GmbH	ca. 200**
ThyssenKrupp Rasselstein GmbH	2.431*
Raiffeisenwarenzentrale Agrarzentrum Andernach	k.a.
Rhein-Mosel-Fachklinik	1.400*
Select-AG Autoteile	2.200*
SHD Datentechnik GmbH	453
Stadtwerke Andernach GmbH inkl. Hafen Andernach	ca. 100
St. Nikolaus-Stiftshospital GmbH	ca. 600
Unfallkasse Rheinland-Pfalz	160
Wilhelm Brohlburg Kunststoff- und Kaschierwerke e.K.	100

Quelle: Andernach.net GmbH – Die Anzahl der Mitarbeiter bezieht sich bei den mit * markierten Unternehmen auf die Mitarbeiter an allen Standorten des Unternehmens. ** Information aus 2014 – Mitarbeiteranzahlen eigene Recherche

Besonders hervorzuheben sind die LTS Lohmann Therapie Systeme AG sowie die ThyssenKrupp Rasselstein GmbH. LTS produziert transdermale therapeutische Systeme und orale Wirkstoff-Filme.

⁵ Telefonat mit Herrn Heller, GF Andernach.net GmbH 2014

⁶ Auswertung der Andernach.net GmbH Email von Frau Neitzert am 24.04. 2017



Das Unternehmen wurde in 2014 von Dietmar Hopp (SAP) übernommen. Die ThyssenKrupp Rasselstein GmbH ist der einzige deutsche Weißblechhersteller und innerhalb Europas einer der drei größten Weißblechlieferanten. Der Standort Neuwied wurde geschlossen. Parallel wurde in den Standort Andernach weiter investiert, um die Zukunft hier zu sichern und die Leistung weiter zu steigern.

Die Firma Finzelberg hat im Jahr 2016 ein neues Extraktionsgebäude für rd. 5 Mio. € in Andernach errichtet und expandiert damit weiter am Standort Andernach.

Die Rhein-Mosel-Fachklinik als Behandlungszentrum für Psychiatrie, Psychotherapie, Psychosomatik und Neurologie ist ein Akademisches Lehrkrankenhaus der Universitätsmedizin Mainz und verfügt in differenzierter Leistungsstruktur über mehr als 1.000 Betten. Das St. Nikolaus-Stiftshospital Andernach ist ein Akutkrankenhaus der Regelversorgung und Akademisches Lehrkrankenhaus der Universität Bonn.

Die Stadt ist bestrebt auch künftig Ansiedlungsmöglichkeiten für interessierte Unternehmen anzubieten. Somit beabsichtigt die Stadt auch kurz- und mittelfristig weitere Industrie- und Gewerbegebiete auszuweisen. Aktuell ist die Anzahl der Bauvorhaben im gewerblichen Sektor in der Gesamtsumme relativ stabil. Jedoch fielen die Wohnungsbauprojekte in den vergangenen Jahren mehr ins Gewicht.

2014 konnte Andernach ein Rekordjahr bei den Wohnungsneubauten vermelden. Dieser ebte im darauffolgenden Jahr 2015 wieder etwas ab. Im Jahr 2016 hingegen stieg die Anzahl der Baugenehmigungen wieder rasant an, was sich in der Zahl 209 Genehmigungen und Freistellungen ausdrückt. Laut der



Andernacher Stadtplanung ist besonders in den einzelnen Stadtteilen ein starker Anstieg von 63 Vorhaben (durchschnittlich 31 Vorhaben letzte 5 Jahre) zu vermerken. Dies ist u.a. mit den neuen Baugebieten in den Stadtteilen Kell und Miesenheim zu begründen. Besonders viele Wohnungen wurden im Jahr 2016 genehmigt. Im öffentlichen und gemeinnützigen Sektor sollen neben Wohnungsbauten, ein Hallenbad und ein Altenzentrum an der Theodor-Heuss-Straße entstehen. Daneben sind weitere Ausbaumöglichkeiten der bestehenden Rhein-Mosel-Fachklinik und des St. Nikolaus Stifthospitals vorgesehen.⁷

Der Binnenhafen Andernach ist einer der wichtigsten Umschlagplätze am Mittelrhein. Seit 2010 gibt es einen Container-Terminal in Andernach. Bereits seit dem 15. Jahrhundert (und früher) werden hier Güter, besonders Basalt und Tuff, sowie Produkte aus der Eifel verladen. Eine alte Krananlage, der „Alte Krahen“ aus dem 15. Jahrhundert zeugt heute noch davon. Seit 1879 besteht eine Anbindung des Hafens an das Netz der Bahn. Die Lagerplätze sind hochwasserfrei, was den Hafen auch für hochwertige Güter attraktiv macht. Im Andernacher Hafen werden aktuell jährlich rund 3.000.000 Tonnen und mehr als 100.000 TEU (Standardcontainer) umgeschlagen.⁸ Andernach steht mittlerweile auf Platz 3 nach Ludwigshafen und Mainz in Bezug auf den Güterumschlag in Rheinland-Pfalz.

Binnenhafen

Die Mittelrheinhalle Andernach bietet Möglichkeiten für Veranstaltungen bis zu 800 Personen. Die Halle kann für Veranstaltungen gemietet werden, über das Jahr finden öffentliche Kabarettveranstaltungen, Konzerte oder Theatervorführungen statt. In 2014 wurde die Mittelrheinhalle von der Stadt gekauft, mit dem Ziel

Veranstaltungs-/
Messehalle

⁷ Amt für Stadtplanung und Bauverwaltung Andernach

⁸ <http://www.stadtwerke-andernach.de/hafen/ihr-hafen-andernach/>



größere Kongresse nach Andernach zu holen. Zuvor befand sich die Mittelrheinhalle im Besitz der Stadtwerke Andernach. Im Jahr 2017 wurde bereits zum 15. Mal die Messe „Haus & Garten Mittelrhein“ (03.- 05.06.2017) in Andernach abgehalten. Weiterhin soll wieder die Messe „Bauen, Wohnen & Energietage“ in Andernach ausgerichtet werden (noch nicht genau terminiert). Darüber hinaus finden hier Frühlings- & Adventskonzerte des Stadtorchester Andernach sowie verschiedene Theater- und Konzertveranstaltungen des Kulturamtes Andernach sowie privater Anbieter statt. In der Karnevalssession wird die Halle für zahlreiche Karnevalssitzungen und -veranstaltungen genutzt. Insgesamt gibt es ca. 80 Veranstaltungen pro Jahr in der Mittelrheinhalle. Die Mittelrheinhalle ist direkt an das Parkhotel „Am Schänzchen“ angeschlossen.

In der Altstadt mit Fußgängerzone und der Stadthausgalerie gibt es zahlreiche Einkaufsmöglichkeiten sowie gastronomische Angebote. Andernach bietet verschiedene Museen im Stadtgebiet. Das im 16. Jahrhundert erbaute Haus von der Leyen beheimatet das Andernacher Stadtmuseum. Darüber hinaus gibt es das Johann-Winter-Museum, in dem Heilkunde von der Frühgeschichte bis zur Gegenwart ausgestellt wird.

Freizeit / Kultur

Ein weiteres kulturelles Highlight ist der seit über 600 Jahren stattfindende Michelsmarkt. Darüber hinaus finden in 2017 die 40. Auto- und Freizeitschau mit verkaufsoffenem Sonntag, die 15. Messe „Haus und Garten Mittelrhein“, die 27. Andernacher Musiktage auf der Burg Namedy, das Stadtfest „Andernach Schmeckt“ (ehemals Europafest), das Fest der 1.000 Lichter (50. Jubiläum), der Andernacher Karneval, das Mofarennen in Kell oder das Weihnachtsdorf mit Lebender Krippe statt. Weit über die Grenzen der Stadt bekannt ist der höchste Kaltwassergeysir der Welt⁹, der Geysir

⁹ Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde



Andernach mit einer Höhe von 50 bis 60 Metern. Seit 2009 gibt es das Erlebniszentrum Geysir Andernach mit einer Schiffstour zur Besichtigung des Geysirs auf dem Namedyer Werth. Der Geysir ist ein fortwährendes beliebtes Ausflugsziel bei Touristen, so wurden im Jahr 2016 127.311 Geysir-Besucher gemeldet.

Im Stadtgebiet gibt es weitere historische Sehenswürdigkeiten wie den 56 m hohen Runden Turm, den Mariendom, die Christuskirche, die Hospitalkirche, das Rheintor, den „Alten Krannen“, das historische Rathaus mit Judenbad (Mikwe), das Läuferkreuz sowie die sehr gut erhaltene Stadtmauer mit den weiteren sehenswerten Türmen und das Bollwerk. Es werden verschiedene Stadtführungen durch Andernach angeboten, jeden Samstag von Ende März bis Ende Oktober gibt es öffentliche Stadtführungen. Im Jahr 2016 gab es insgesamt 726 Führungen.

Verschiedene Reedereien bieten von Andernach aus Schiffstouren über den Rhein an. Insgesamt verfügt Andernach über sechs Anleger für die Personenschifffahrt.

Andernach ist auch ein beliebter Halte-, teils auch Startpunkt für Kabinenschiffe. So stiegen die Anlegemanöver im Jahr 2016 von 495 auf 516 Kabinenschiffe an.

Rund um Andernach, in der Vulkaneifel sowie dem Westerwald gibt es zahlreiche Wander- und Radwege, wie beispielsweise den Rheinburgenweg, den Eifel-Camino, die Traumpfade oder den Vulkanpark-Radweg um nur ein paar zu nennen. Ein beliebtes Ziel in der Umgebung ist auch das Kloster Maria Laach oder die Stadt Koblenz.

Andernach hat mit dem außergewöhnlichen Konzept „Essbare Stadt“ in den vergangenen Jahren bereits verschiedene Preise gewonnen. Im Stadtgebiet werden öffentliche Grünanlagen jedes Jahr mit anderen seltenen und regionalen Nutzpflanzen bepflanzt. Es ist hier



erlaubt und gewünscht die Pflanzen resp. Früchte als Bürger zu ernten.

3.1 Entwicklung Makrostandort (Zukunftsperspektive)

Andernach ist Teil des bevölkerungsreichsten Landkreises von Rheinland-Pfalz. Die Stadt gehört zu den ältesten Städten Deutschlands.¹⁰

Zukunftsperspektive
Andernach

Die Arbeitslosenquote im Landkreis Mayen-Koblenz lag im März bei unterdurchschnittlichen 3,8%. Die Mittelstadt Andernach verfügt über eine vielfältige mittelständige Wirtschaftsstruktur. Die größten Unternehmen sind beispielsweise ThyssenKrupp Rasselstein oder LTS Lohmann Therapie Systeme AG. Der Binnenhafen ist einer der wichtigsten am Mittelrhein. Die Anbindung des Hafens an das Bahnnetz bringt weitere positive Eigenschaften mit sich.

Darüber hinaus hat die Stadt eine hohe touristische Attraktivität aufgrund der zahlreichen Sehenswürdigkeiten für eine Mittelstadt und die Lage am Rhein zwischen Westerwald und Vulkaneifel.

Die Stadt verfügt insgesamt über eine gute Infrastruktur und ist verkehrlich gut angebunden.

¹⁰ http://www.andernach.de/de/leben_in_andernach/stadthistorie.html



3.2 Einschätzung Makrostandort (SWOT Analyse)

Tabelle 4 – SWOT¹¹ Analyse Makrostandort

Stärken		Schwächen	
Mittelständische Wirtschaftsstruktur		Mangelnde Bekanntheit als städtetouristische Destination	
Binnenhafen		Mangelnde Bekanntheit als Veranstaltungs- und Eventlocation	
Niedrige Arbeitslosenquote			
Touristische Attraktivität aufgrund der Sehenswürdigkeiten und landschaftlich reizvollen Lage			
Eventmöglichkeiten in Mittelrheinhalle			
Gute Verkehrsanbindung			
Chancen		Risiken	
Kabinenschiffanleger		Unternehmensabwanderung	
Zunehmender Deutschlandtourismus			

SWOT-Analyse
Makrostandort

Quelle: eigene Recherche

¹¹ SWOT: Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats = Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken
Feasibilitystudy
Hotelprojekt Andernach

4. Mikrostandort Konrad-Adenauer-Allee / Kirchstraße¹²

Abbildung 1 - Übersicht Mikrolage



Quelle: www.andernach.de – Wirtschaft – Römer Areal

Die Mikrolage des Hotelprojektes befindet sich in der westlichen Innenstadt von Andernach, direkt am Rhein. Das Grundstück verfügt über einen unverbaubaren Rheinblick.

Konrad-Adenauer-Allee
Andernach

Im südlichen Teil des Grundstückes, Richtung Hochstraße, die im weiteren Verlauf zur Fußgängerzone wird, befinden sich römische Ausgrabungen; mehrere Becken einer alten Thermenanlage sowie Stadtmauerreste und die alte Hafenbebauung. Diese wurden im Rahmen des Rückbaus einer Malzfabrik freigelegt. Es ist geplant, diese Funde in Form eines Archäologischen Gartens für Besucher sicht- und erlebbar zu machen.

Die Mittelrheinhalle mit dem angrenzenden Parkhotel „Am Schänzchen“ ist ca. 200 m entfernt. Alle touristischen Sehens-

¹² Übersichtsplan siehe Anhang

würdigkeiten sind bequem fußläufig erreichbar. Der Bahnhof Andernach ist ca. 1 km entfernt.

Der Rhein mit der attraktiv gestalteten Promenade ist nur durch die Konrad-Adenauer-Allee vom Projektgrundstück entfernt.

In direkter Nachbarschaft des Grundstückes sind in den vergangenen Jahren attraktive Gebäude mit Eigentumswohnungen entstanden.

4.1 Verkehrsanbindung Mikrolage

Abbildung 2 - Verkehrsanbindung Andernach



Quelle: www.andernach.de

Richtung Frankfurt / Koblenz. Ab der Anschlussstelle Koblenz-Nord führt die B 9 Richtung Bonn / Andernach. Die K 47 führt ab der Abfahrt Mayen / Andernach-Ost / Weißenthurm-Nord in das Stadtzentrum.

Die A 3 führt auf der rechten Rheinseite an Andernach vorbei. Ab dem Autobahndreieck Dernbach wechselt man auf die A 48 in

Die Verkehrsanbindung der Stadt Andernach ist gut. Aus nördlicher Richtung führt die A 61 an Andernach vorbei, Ausfahrt Kruft / Neuwied / Weißenthurm / Andernach. Von dort aus führt die K 47 und in Folge die L 117 bis zur Konrad-Adenauer-Allee. Aus südlicher Richtung führt ebenfalls die A 61 Richtung Andernach, am Kreuz Koblenz wechselt man am besten auf die A 48 in

Gute Erreichbarkeit



Richtung Koblenz. Über die B 9 (Richtung Koblenz Nord / Bonn / Andernach / Mülheim-Kärlich) und die K 47 (Abfahrt Mayen / Andernach-Ost / Weißenthurm-Nord) ist das Stadtzentrum erreichbar.

Vom Bahnhof Andernach aus bestehen Verbindungen an das Fernverkehrsnetz (ICE/IC/EC), als Beispiele sind die Verbindungen nach Berlin (ICE), Rostock, Magdeburg, Emden oder Stuttgart (IC), zu nennen. Darüber hinaus bestehen Verbindungen im Regionalverkehr mit dem Rhein-Express, der Mittelrheinbahn sowie der Pellenz Eifel-Bahn. Somit besteht eine gute Anbindung an das gesamte Netz der Deutschen Bahn.

Bahn

Der nächstgelegene Flughafen ist der Flughafen Köln/Bonn in einer Entfernung von ca. 67 km. Der Flughafen Frankfurt-Hahn ist ca. 99 km entfernt und der größte deutsche Flughafen - das internationale Drehkreuz - Frankfurt am Main ca. 121 km.

Flughafen

Im Stadtgebiet von Andernach gibt es verschiedene Bus- und Anruf-Sammeltaxi-Linien. Der ÖPNV Andernach gehört zum Verkehrsverbund Rhein-Mosel und bietet somit auch eine Anbindung an die Regionalbuslinien und das Schienenangebot. Die nächste Haltestelle von der Mikrolage aus ist die Haltestelle Runder Turm in ca. 250 m Entfernung.

ÖPNV

5. Hotelmarkt Andernach

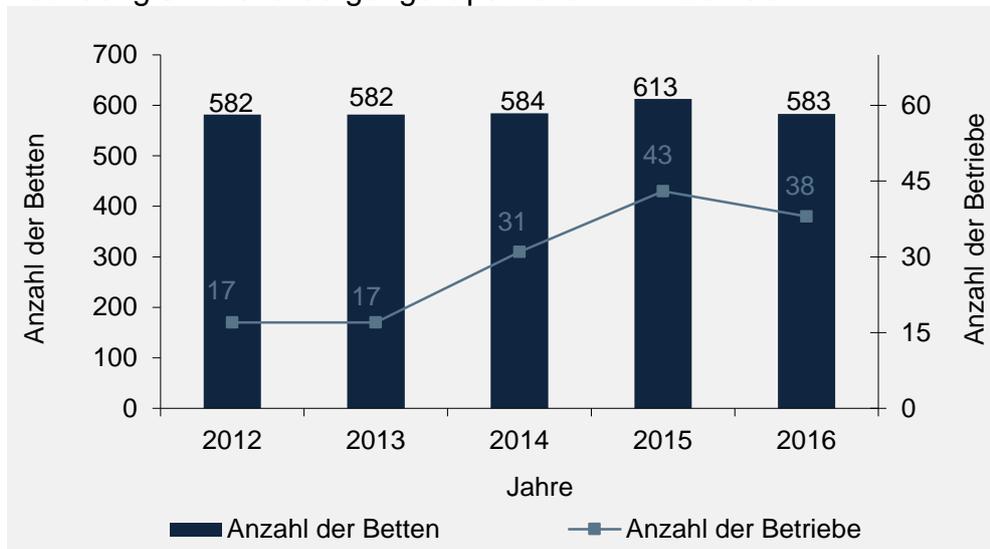
Im Folgenden wird der Hotelmarkt Andernach untersucht, um die Sinnhaftigkeit eines Hotelprojektes in Andernach zu beurteilen. Zunächst wird das Beherbergungsangebot dargestellt. Im Anschluss daran erfolgt die Darstellung der Beherbergungsnachfrage und in

einem letzten Schritt wird eine Einschätzung der Hotelmarktentwicklung abgegeben und ggf. künftige Hotelprojekte in Andernach aufgezeigt.

5.1 Beherbergungsangebot

Die Beherbergungskapazitäten, die im Rahmen der amtlichen Statistik für Andernach erfasst werden, haben in den vergangenen fünf Jahren (2012 bis 2016) in Bezug auf die Anzahl der Betriebe stark variiert. Die Anzahl der Betten hat sich in den letzten 5 Jahren nicht verändert. Die folgende Darstellung zeigt die Entwicklung der Beherbergungskapazitäten:

Abbildung 3 – Beherbergungskapazitäten in Andernach



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2017

Von den 38 Betrieben in 2016 sind 13 Betriebe der Hotellerie zuzuordnen, wovon 11 Betriebe Hotels und 2 Betriebe Hotels Garni sind. Darüber hinaus gibt es noch 2 Gasthöfe in der statistischen Erfassung. Die Anzahl der Betriebsarten ist ohne Campingplätze dargestellt. Die Anzahl der Hotels ist in den letzten fünf Jahren nahezu konstant geblieben. Von 2015 auf 2016 hat sich die Zahl um einen Betrieb auf insgesamt 11 Betriebe verringert. Die Anzahl der



Betten im Segment Hotel hat sich von 407 Betten in 2012 auf 340 in 2016 verringert. Daraus ergibt sich eine kalkulatorische Betriebsgröße von 31 Betten.

Zu berücksichtigen ist, dass sich die Erhebungsgrundlage der Statistik in den vergangenen fünf Jahren zwei Mal verändert hat. Seit Januar 2013 werden die Zahlen der Gäste- und Übernachtungszahlen über das sog. „Dauercamping“ nicht mehr erhoben. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden die Zeitreihen mit Monats- und Jahreszahlen in den Veröffentlichungen ab Januar 2013 angepasst. Dies führt zu Abweichungen gegenüber älteren Veröffentlichungen. Weiterhin wird seit Januar 2014 beim Merkmal „Betriebe“, ergänzend zu den Einheiten mit zehn und mehr Fremdenbetten, zum ersten Mal auch die Zahl der Privatquartiere und die gewerblichen Kleinbetriebe unterhalb dieser Grenze berücksichtigt.¹³

Tatsächlich haben im Markt Andernach seit 2014 zwei Betriebe geschlossen, das Hotel zum Stadion und die Pension Fuchs. Eröffnet haben dem gegenüber gleichfalls zwei Betriebe, das Hotel Stilvoll im November 2014 und das Hotel am Ochsentor im November 2016.

4 der 38 statistisch erfassten Beherbergungsbetriebe sind nach dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) klassifiziert. Alle vier klassifizierten Hotels sind dem 3-Sterne-Segment zuzuordnen, wobei davon drei Hotels noch die zusätzliche Klassifizierung eines Superiors-Hotels aufweisen.

Klassifizierte
Hotelbetriebe

In Andernach gibt es kein Hotel, das einer Hotelmarke oder Kooperation angehört. Das Hotel „Am Martinsberg“ ist der RHK

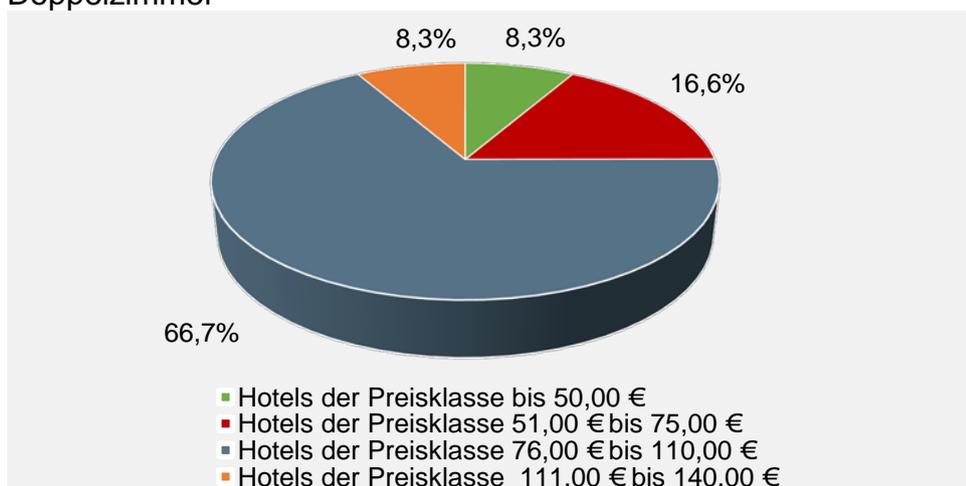
Markenhotels

¹³ Email von Frau Petra Hofmann Sachgebiet 241 Presse, Auskunftsdienst, Vertrieb – Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

(Rheinland Hotel Kollektion) mbH, welche ihren Sitz in Köln hat, zugehörig. Der RHK gehören insgesamt sieben kleinere Hotelbetriebe in NRW und einer in Rheinland-Pfalz an. Aus diesem Grund kann die Gesellschaft als kleine Hotelgesellschaft bezeichnet werden, wobei alle Hotels unter individuellen Namen betrieben werden und damit keine Markenzugehörigkeit erkenntlich wird.

Insgesamt liegt der bundesweite Schnitt von Markenhotels bei 44% in Bezug auf die Zimmer. Im Bereich der Stadt- und Businesshotellerie ist davon auszugehen, dass der Trend weiter zu mehr Ketten- und Kooperationshotels gehen wird. Aufgrund zunehmender nationaler und internationaler Reisetätigkeit durch die Globalisierung und auch die Schaffung neuer Märkte (EU-Erweiterung), wird vom Gast vermehrt eine (Hotel-)Marke nachgefragt, da er unabhängig von der Reisedestination einen bekannten Standard vorfinden möchte.

Abbildung 4 – Preisstruktur der Beherbergungsbetriebe im Doppelzimmer



Quelle: Gastgeber- und Gastronomieverzeichnis Andernach, Andernach.net GmbH Doppelzimmer (inkl. USt)

Bei der Darstellung der Preisstruktur wurde als Grundlage das Gastgeber- und Gastronomieverzeichnis Andernach der Andernach.net GmbH genommen. Die hier aufgezeigten und

Angebotsniveau

dargestellten Preise sind die Mindestpreise im Doppelzimmer inkl. Umsatzsteuer und Frühstück. Zur Struktur der Beherbergungsbetriebe in Andernach lässt sich festhalten, dass das Gros (66,7%) des Beherbergungsmarktes durch Betriebe im Preissegment zwischen 76,00 € und 110,00 € abgedeckt werden. Knapp 17% der Zimmer liegen in einem Preissegment zwischen 51,00 € und 75 €. Jeweils 8,3% der Zimmer liegen im niedrigsten Preissegment bis 50,00 € und im höchsten Preissegment über 110 €.

Tabelle 5 - Durchschnittliche Zimmerbelegung, Netto-Zimmerpreis, RevPAR Deutschland und € 55 bis € 80

	Zimmerbelegung (%)			Netto-Zimmerpreis (Euro)			RevPAR (Euro)		
	2016	2015	Ver. %	2016	2015	Ver. %	2016	2015	Ver. %
Deutschland	71	70,4	+0,9	93	90	+3,5	66	63	+4,4
Kleinere Städte	64,1	63,0	+1,9	76	73	+3,3	49	46	+5,2

Quelle: Hotelmarkt Deutschland 2017 Hotelverband Deutschland e.V., MKG Group

Für Andernach gibt es keine Erhebungen über die durchschnittliche Zimmerbelegung, den Netto-Zimmerpreis und den RevPAR. Aus diesem Grund orientieren wir uns an den Auswertungen aus dem Bericht Hotelmarkt Deutschland 2017 des Hotelverbandes Deutschland e.V. in Kooperation mit der MKG Group. Im Vergleich stehen die Ergebnisse aller durch MKG erfassten Hotels in Deutschland sowie die Daten der „kleineren“ Städte Deutschlands unter 250.000 Einwohner.

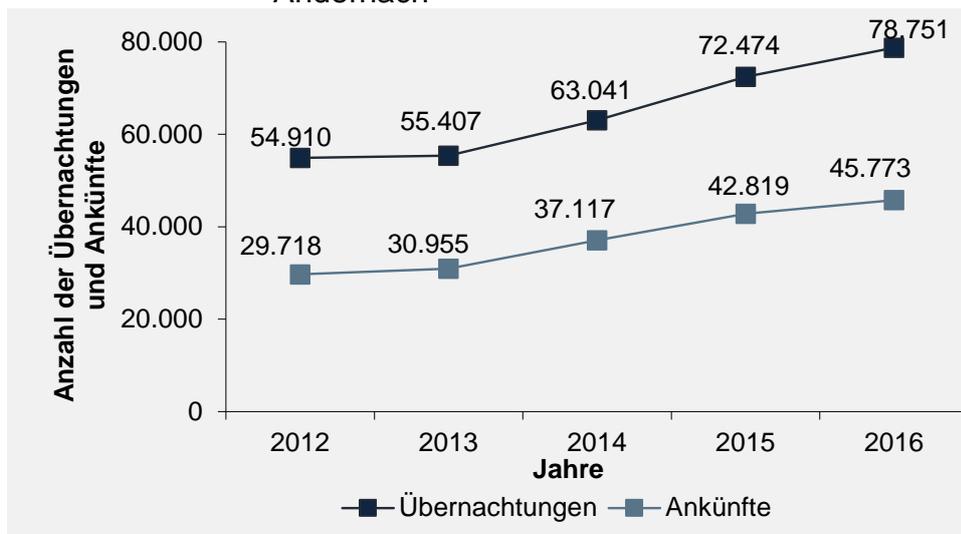
5.2 Beherbergungsnachfrage

Die Beherbergungsnachfrage in Andernach hat sich in den vergangenen fünf Jahren sehr positiv entwickelt.

Beherbergungsnachfrage

Die Entwicklung der Gästeübernachtungen (oder auch „Room-nights“) und Gästeankünfte in den Jahren von 2012 bis 2016 stellt sich folgendermaßen dar:

Abbildung 5 – Gästeübernachtungen und Gästeankünfte in Andernach



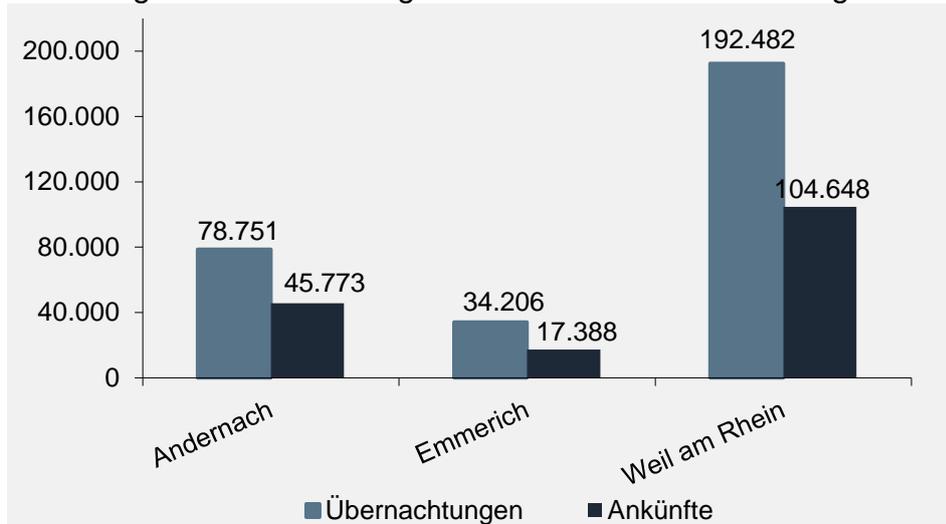
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2017

Die Ankünfte und Übernachtungen in Andernach haben bei der Betrachtung des Zeitraumes von fünf Jahren erheblich zugenommen. Insgesamt haben die Ankünfte um 54% und die Übernachtungen um 43,4% zugenommen. Die höchsten Zahlen bei den Ankünften und den Übernachtungen konnten zuletzt im Jahr 2016 mit 45.773 Ankünften und 78.751 Übernachtungen verzeichnet werden. Anzumerken ist, dass die Erhebungsgrundlage der Werte im Jahr 2014 verändert wurde. Seitdem werden auch Kleinbetriebe in der Statistik aufgenommen. Aus diesem Grund sind die Ankünfte und Übernachtungen von 2013 auf 2014 stark angestiegen. Die Entwicklung in den Folgejahren war gleichfalls positiv.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste lag in den vergangenen fünf Jahren bei 1,70 bis 1,85 Tagen.

Im Vergleich zu Emmerich und Weil am Rhein (beide ähnliche Einwohnerzahlen und direkte Rheinlage), stellt sich die Nachfragesituation im Jahr 2016 wie folgt dar:

Abbildung 6 – Übernachtungen und Ankünfte 2016 im Vergleich



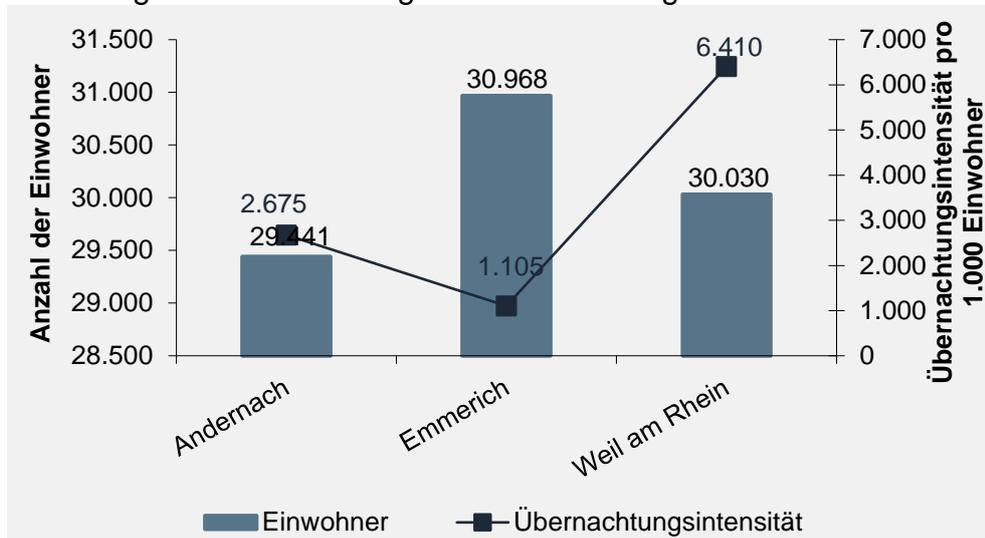
Quelle: Statistische Landesämter, 2017

Bei dem Vergleich der Ankünfte und Übernachtungen liegt Andernach deutlich hinter Weil am Rhein und vor Emmerich.

Die folgende Abbildung zeigt den Vergleich der Übernachtungsintensitäten aus dem Jahr 2016, wobei anzumerken ist, dass die errechnete Übernachtungsintensität auf den Bevölkerungszahlen vom 31.12.2015 basieren. Aktuellere Zahlen liegen nicht vor.

Übernachtungsintensität

Abbildung 7 – Übernachtungsintensität im Vergleich



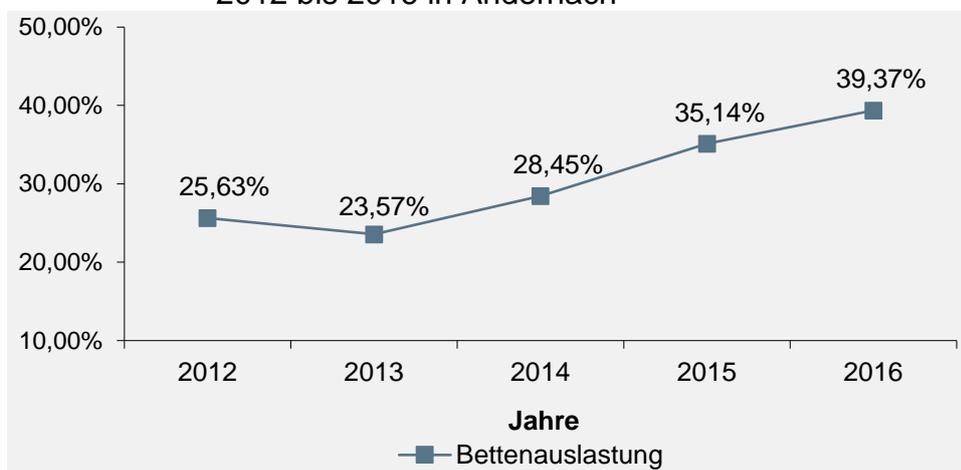
Quelle: Statistische Landesämter, 2017

Auch bei der Betrachtung der Übernachtungsintensität liegt Andernach im Mittelfeld. 2016 lag die Übernachtungsintensität im bundesweiten Vergleich bei 5.400,69.

Die durchschnittliche Bettenauslastung spiegelt die Relation zwischen Bettenangebot und Gesamtzahl der Übernachtungen wieder und ist ein wichtiger Indikator für die Wirtschaftlichkeit des Betriebes.

Bettenauslastung

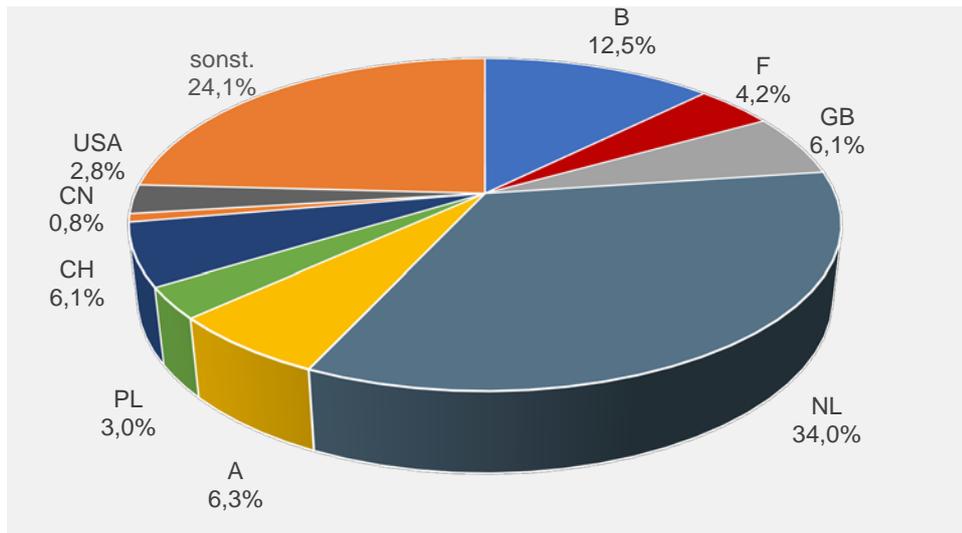
Abbildung 8 – Durchschnittliche Bettenauslastungen in den Jahren 2012 bis 2016 in Andernach



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2017

Mit einer aktuellen Bettenauslastung von 39,4% liegt das Niveau etwas unter dem Bundesdurchschnitt (41,7%). Insgesamt ist die steigende Bettenauslastung sehr positiv.

Abbildung 9 - Quellmärkte Ausland



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2017

Der Anteil ausländischer Gäste liegt in Bezug auf die Ankünfte und Übernachtungen in Andernach bei rund 17% im Jahr 2016 und damit leicht unter dem bundesdeutschen Schnitt von 18% bei den Übernachtungen und ca. 20% bei den Ankünften. Dennoch ist der Anteil mit 17% für eine Mittelstadt eher ungewöhnlich hoch. Die meisten ausländischen europäischen Gäste kommen mit großem Abstand aus den Niederlanden mit knapp 34%, gefolgt von Belgien mit 12,5%, Österreich 6,3%, Großbritannien und der Schweiz mit jeweils 6,1%, Frankreich 4,2% und Polen mit 3%. Die meisten Übersee Gäste kommen aus den USA mit 2,8% und China mit 0,8%.

Ausländische Gäste

5.3 Mitbewerberanalyse Andernach

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie werden die Mitbewerber in Andernach aufgelistet.

Mitbewerber
Andernach

Tabelle 6 – Mitbewerber in Andernach

Nr.	Mitbewerber im relevanten Markt	Sterne Anbieter	Betten / Zimmer	Ausstattungsmerkmale / Tagungsmöglichkeiten / Bemerkungen	EZ-Preise DZ-Preise Inkl. Frstk. (brutto) in € ¹⁴
1	Park-Hotel „Am Schänzchen“, Konrad-Adenauer-Allee 1	***s Individual	56 / 28	- Restaurant, Biergarten - Café/Bistro - 4 Tagungsräume für jeweils max. 30 Personen im Hotel mit Mittelrheinhalle (an Hotel angeschlossen) max. 550 Personen	ab 68 € 110 €
2	Hotel Am Helmwartsturm, Am Helmwartsturm 4-6	***s Individual	36 / 18	- Hotel Garni – bieten Snacks - Frühstücksraum und Gewölbekeller als Tagungsräume nutzbar	ab 73 € 105 €
3	Hotel-Restaurant Villa am Rhein, Konrad-Adenauer-Allee 3	***s Individual	43 / 25	- Restaurant - Hotelbar - Tagungsraum max. 20 Personen	ab 68 € 110 €
4	Residenz Hotel Am Martinsberg, Frankenstr. 6	n.k. Individual	46 / 26	- Hotel Garni - Hotelbar - Bett & Bike Hotel	ab 48,50 € 55 €
5	Hotel Andernacher Hof, Breitestr. 83	n.k. Individual	25 / 18	- Hotel Garni	ab 42 € 66 €
6	Hotel zum Anker, Konrad-Adenauer-Allee 28	n.k. Individual	38 / 20	- Hotel Garni - Betreiberwechsel Oktober 2015 - wird teils renoviert, lt. Internet ab Sommer 2017 mit Veranstaltungssaal	ab 58 € 91 €
7	Rhein-Hotel, Konrad-Adenauer-Allee 30	n.k. Individual	40 / 23	- Restaurant	ab k.a. k.a.
8	Hotel Meder, Konrad-Adenauer-Allee 36	n.k. Individual	19 / 10	- Hotel Garni	ab k.a. k.a.
9	Hotel Rheinkrone, Konrad-Adenauer-Allee 26	n.k. Individual	44 / 25	- Restaurant	ab 57,75 € 88,20 €
10	Hotel und Restaurant Stammbaum, Marktgasse 1	n.k. Individual	24 / 12	- Restaurant - wird seit 2013 unter neuem Namen geführt, vorher Rheinecker Hof	ab 45 € 75 €
11	Hotel Stilvoll, Markt 12	*** Individual	22 / 14	- Café/Bistro - November 2014 eröffnet	ab 70 € 105 €
12	Seehotel Maria Laach, Am Laacher See, Maria Laach	**** Individual	108 / 69	- Restaurant - Hotelbar - Café/Bistro - 16 Tagungsräume max. 180 Personen - Pool, Whirlpool, Sauna, Sanarium,	ab 85 € 135 €

¹⁴ Mindestpreise laut Gastgeberverzeichnis

				Dampfbad, Infrarotkabine, Massage - Angegliedert an Kloster Maria Laach	
13	Hotel Burgklause, Hauptstr. 78, Nickenich	*** Individual	61 / 29	- Restaurant - Bistro - 2 Tagungsräume - Kegelbahn - Bett & Bike Hotel	ab 52 € 82 €
14 **	Hotel Am Ochsantor, Schafbachstraße 20-24	n.k. Individual	48 / 24	- Hotel Garni - Restaurant angeschlossen - November 2016 eröffnet	ab 89 €

Quelle: Gastgeber- und Gastronomieverzeichnis Andernach, Andernach.net GmbH Zimmerpreise inklusive Frühstück (inkl. USt); * ohne Frühstück, ** Nicht in Gastgeberverzeichnis

Das größte Hotel in Andernach ist das Park-Hotel „Am Schänzchen“ mit direktem Anschluss an die Mittelrheinhalle. Darüber hinaus gibt es fünf weitere Hotels mit mehr als 20 Zimmereinheiten. Sechs der Mitbewerber liegen an der Konrad-Adenauer-Allee und damit in direkter Rheinlage (nach Überqueren der Allee). Das Gros der Häuser in Andernach ist in die Jahre gekommen. Seit 2014 haben mit dem Hotel Zum Stadion und dem Hotel Am Bollwerk zwei Hotels und eine Pension, die Pension Fuchs geschlossen. Erfreulicherweise haben mit dem Hotel Stilvoll (2014) und dem Hotel Am Ochsantor (2016) zwei Hotels neu eröffnet.

Neben den Hotels in Andernach wurden aufgrund der Größe das Seehotel Maria Laach und das Hotel Burgklause in Nickenich mit aufgenommen. Das Seehotel Maria Laach verfügt regional aufgrund der Lage am Kloster über einen gewissen Bekanntheitsgrad.

Neben den gelisteten Hotels gibt es kleine Gasthäuser und eine Vielzahl von Ferienwohnungen.



5.4 Neue Hotelprojekte am Standort

Neben dem geplanten Hotel an der Konrad-Adenauer-Allee gibt es keine größeren Hotelprojekte im Stadtzentrum von Andernach.

Hotelprojekte

Das Hotel Alte Kanzlei wird seit geraumer Zeit saniert. Die Eröffnung sollte eigentlich im Frühjahr 2017 stattfinden. Bis dato ist es nicht eröffnet worden. Entstehen sollen im Objekt 11 Suiten.

Das monte mare Andernach (Therme) errichtet aktuell einen Hotelbau mit 20 Zimmereinheiten. Die Eröffnung ist im Frühjahr 2018 geplant. Grundsätzlich gibt es Möglichkeiten das Hotel künftig auf bis zu 50 Einheiten zu vergrößern.¹⁵

5.5 Einschätzung der Marktentwicklung

Die Anzahl der Betriebe hat sich in den vergangenen fünf Jahren maßgeblich aufgrund der Veränderung der Statistischen Erhebungsbasis verändert. Aus diesem Grund ist die Anzahl der Beherbergungsbetriebe insgesamt statistisch stark angestiegen. Die Anzahl der Betten wiederum nahezu konstant geblieben. Tatsächlich haben in Andernach seit 2014 zwei Hotels und eine Pension geschlossen. Laut Statistik hat wiederum nur ein Hotel geschlossen, da es in 2014 wiederum eine Eröffnung gab. In 2016 gab es statistisch 11 Hotelbetriebe mit 340 Betten. Es gibt vier nach DEHOGA klassifizierte Betriebe, alle im 3-Sterne-Segment angesiedelt.

Angebot

Das Gros (67 %) der Doppelzimmer wird zu einem Zimmerpreis zwischen 76 und 110 € inklusive Frühstück angeboten (Brutto). Knapp 17 % der Doppelzimmer werden zu einem Preis zwischen 51 und 75 € inklusive Frühstück angeboten.

¹⁵ Emails Frau Neitzert, Andernach.net GmbH, Gespräch Stadtplanung 30.03.2017
Feasibilitystudy
Hotelprojekt Andernach



Insgesamt betrachtet agiert der Andernacher Hotelmarkt derzeit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau, zeigt aber Potenzial für neue zeitgemäße Produkte. Erfreulicherweise haben in 2014 und 2016 mit dem Hotel Stilvoll und dem Hotel Am Ochsentor bereits zwei neue Hotels mit 14 und 24 Zimmereinheiten eröffnet.

Bei der Betrachtung des Fünf-Jahres-Zeitraumes, haben die Ankünfte um 54% und die Übernachtungen um 43% zugenommen. Der starke Zuwachs ist größtenteils mit der Änderung in der Statistik zu begründen. Dennoch ist es insgesamt eine positive Entwicklung. In 2016 wurden insgesamt 45.773 Gästeankünfte und 78.751 Übernachtungen verzeichnet.

Nachfrage

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der letzten fünf Jahre lag zwischen 1,70 bis 1,85 Tagen. In Bezug auf Vergleichsdestinationen (Lage am Rhein, ähnliche Einwohnerzahlen) liegt Andernach im Mittelfeld in Bezug auf die Ankünfte, Übernachtungen und die Übernachtungsintensität. Die Bettenauslastung lag im Jahr 2016 bei rund 39%, im Jahr 2012 lag der Wert bei knapp 26%. Positiv hervorzuheben ist die relativ hohe Anzahl an ausländischen Ankünften und Übernachtungen. Diese lag in 2016 bei rund 17% und damit zwar leicht unter dem bundesdeutschen Schnitt, aber dennoch auf einem erfreulichen Niveau für eine Mittelstadt.

Die Stadt bietet eine hohe touristische Attraktivität aufgrund der Sehenswürdigkeiten, die bereits in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von Touristen angezogen haben. Im Jahr 2016 gab es 726 Stadtführungen. Im Bereich Tagesgäste geht Andernach.net GmbH davon aus, dass jedes Jahr ca. 500.000 Besucher in die Stadt kommen.¹⁶ Der Geysir ist weiterhin ein beliebtes Ausflugsziel und konnte im Jahr 2016 127.311 Besucher vermelden. Darüber hinaus

¹⁶ Mailkommunikation mit Frau Neitzert, Andernach.net GmbH



legen in Andernach Jahr für Jahr eine Vielzahl von Kabinenschiffen an. Im Jahr 2016 stiegen die Anlegemanöver von 495 (2015) auf 516 Kabinenschiffe an.

Andernach ist ein beliebter Halte- teils auch Startpunkt für Kabinenschiffe.

Die reine Betrachtung der Kennzahlen des Beherbergungsmarktes spricht nicht für die Ansiedlung eines neuen Hotels. Die benannten Argumente und Fakten wiederum zeigen Potenzial für die erfolgreiche Positionierung eines zeitgemäßen Hotelproduktes.

In Zukunft sind auf dem Beherbergungsmarkt in der Stadt Andernach keine größeren Hotelprojekte geplant. Wie erwähnt haben bereits zwei kleinere Hotels in den letzten zwei Jahren eröffnet. Darüber hinaus wird das Hotel Alte Kanzlei seit mehreren Jahren saniert. Eigentlich sollte die Eröffnung der 11 Zimmer bereits im Frühjahr 2017 erfolgen. Im Frühjahr 2018 eröffnet am monte mare ein Hotel mit 20 Zimmereinheiten. Hier besteht die Möglichkeit, die Kapazitäten auf 50 Zimmer zu erhöhen.

Sollte das hier projektierte Hotel gebaut werden, wird es Auswirkungen auf die gesamte Hotellandschaft in Andernach haben. Ggf. werden Häuser, die bereits in die Jahre gekommen sind und einen erheblichen Investitionsstau aufweisen, in den kommenden Jahren erhebliche Zukunftsprobleme am Markt haben. Das neue Hotel wird allerdings auch eine positive Strahlkraft auf alle anderen Betriebe haben und den Standort Andernach aufwerten.

Zukunft

Insgesamt ist der Andernacher Hotelmarkt auf dem aktuellen Niveau kritisch zu bewerten. Diese Bewertung basiert auf dem Umstand, dass das vorhandene Potenzial in Bezug auf die Tagesgäste, Kabinenschiffahrtsgäste etc. bisher kaum genutzt wird.



Die Andernach.net GmbH erhofft sich von einem neuen Hotel eine Steigerung des Gruppengeschäfts. Ungefähr 40% der Kunden, die den Geysir Andernach besuchen, sind Gruppenreisende die zum Teil vermutlich länger bleiben würden, wenn entsprechende Kapazitäten vorhanden wären.

Der überwiegende Teil der Gruppen hält sich mehr als drei Stunden in Andernach auf. Dies bedeutet, dass die Wahrscheinlichkeit hoch ist, dass die Gruppen auch ein gastronomisches Angebot (mit oder ohne Hotelanbindung) in Anspruch nehmen. Allerdings setzt dies voraus, dass (a) die gastronomischen Einrichtungen für diese Größe (50+) vorhanden sind und (b) sofern sie vorhanden sind, auch die Bereitschaft der Bedienung dieses Gästesegmentes vorliegt. Beide Voraussetzungen sind in Andernach aktuell nur schlecht erfüllt.¹⁷

6. Konzeptempfehlung

Basierend auf der Markt- und Standorteinschätzung leitet sich die nachfolgende Konzeptempfehlung ab.

Konzeptempfehlung

In Andernach gibt es keine Marken- oder Kooperationshotels, ausschließlich privat geführte Individualhotels mit einer statistisch durchschnittlichen Bettenanzahl von ca. 31 Betten. Das „größte“ Hotel vor Ort ist in direkter Nachbarschaft zu dem Hotelprojekt, das Park-Hotel „Am Schänzchen“ mit 56 Betten resp. 28 Zimmern. Das Hotel ist mittlerweile sehr in die Jahre gekommen. Im weiteren Verlauf der Konrad-Adenauer-Allee folgt das zweitgrößte Hotel am Platz, das Hotel Villa am Rhein mit 25 Zimmern. Außerhalb von Andernach, am Laacher See besteht das Seehotel Maria Laach mit 69 Zimmern und 108 Betten.

¹⁷ Anmerkungen von Herrn Heller Andernach.net GmbH per Mail 14.06.2017
Feasibilitystudy
Hotelprojekt Andernach



Abgrenzung bestehende
Hotels

Vor diesem Hintergrund empfehlen wir für das Hotelprojekt eine Ausrichtung, die sich klar von den anderen Betrieben in Andernach abgrenzt und idealerweise durch eine Markenzugehörigkeit oder die Zugehörigkeit einer bekannten Hotelkooperation eine Strahlkraft für die Stadt Andernach besitzt. Diese Abgrenzung sollte in Form von einer höheren Anzahl von Zimmern und durch die Zugehörigkeit einer Hotelmarke oder -kooperation erfolgen. Besondere Vorteile erhält das Haus durch die Nähe zur Mittelrheinhalle, die im Besitz der Stadt Andernach ist und in den nächsten Jahren sukzessive besonders im Bereich Technik und Dekoration renoviert wird.

Gerade auch vor dem Hintergrund der hohen touristischen Attraktivität wie beispielsweise die innerstädtischen Sehenswürdigkeiten, den höchsten Kaltwassergeysir der Welt oder auch die vielen Kabinenschiffe die jährlich anlegen, sollte das Hotel über eine Zimmeranzahl zwischen 40 und 60 Zimmern verfügen. Somit können neue Zielgruppen angesprochen werden und die vielfältigen Aktivitäten des Bereiches Tourismus & Stadtmarketing der Andernach.net GmbH weiter ausgebaut werden. Neue Zielgruppen resp. Umsatzbereiche für die Stadt können beispielsweise Busreisegruppen auch mit Übernachtung oder Verlängerungen der Kabinenschiffahrt bei An- oder Abreise zum Schiff in der Stadt sein. Bis dato sind die Kapazitäten der Bestandshotels zu gering (max. 28 Zimmer), um derartige Anfragen bewältigen zu können.

Das Hotel sollte unserer Einschätzung nach im so genannten Midscale-Segment liegen, in Anlehnung an das vorhandene Preisgefüge. Idealerweise wird eine Bedarfsgastronomie vorgesehen, um den Bedürfnissen der Gäste auch tagsüber gerecht werden zu können. Hier werden Snacks und Getränke für die Gäste angeboten; eine Vollküche ist für dieses Konzept nicht notwendig. Ergänzend zu diesem Angebot ist ein Tagungsbereich mit drei bis



vier Tagungsräumen empfehlenswert, die idealerweise zu einem größeren Raum mit variablen Trennwänden verbunden werden können mit maximal 150 qm. Mit Ausnahme des Park-Hotel „Am Schänzchen“ in Kombination mit der Mittelrheinhalle verfügt kein Hotel in Andernach über Tagungs- und Veranstaltungsräume. Bei einer Hotelgröße von 40 bis 60 Zimmern ist es empfehlenswert, eine kleine Anzahl von Tagungs- und Veranstaltungsräumen anzubieten, um dem Gästebedarf sowie den ansässigen Unternehmen gerecht werden zu können.

7. Wirtschaftlichkeit

Basierend auf den Ergebnissen der Makro- und Mikro-lageneinschätzung und den Hotelmarktdaten von Andernach wird in der Folge eine Prognoserechnung für das Hotelprojekt in Andernach aufgestellt.

Wirtschaftlichkeit

In diese Prognoserechnung fließen die uns derzeit bekannten Faktoren und Annahmen für das Projekt ein.

Wie bei solchen Prognosen üblich, gelten die Feststellungen nur für eine begrenzte Zeit. Danach sind sie den neuen Gegebenheiten anzupassen. Eine Gewähr für das Eintreten der Annahmen und die Prognosen kann nicht übernommen werden.

7.1 Herleitung der Average Room Rate (ARR) für das Hotelprojekt

Die Average Room Rate (durchschnittlich erzielter Zimmerpreis) wurde auf der Grundlage der Marktdaten, der Hotelkategorie im Midscale-Segment, der Mitbewerbersituation und verschiedener Vermarktungspreise für das künftige Hotel ermittelt. Für das neue Hotel haben wir uns an dem in Andernach vorherrschenden Preissegment von 76 bis 110 € (Brutto) inklusive Frühstück im



Doppelzimmer orientiert und daraus eine durchschnittliche Rack-Rate pro Roomnight von 88,78 € (Brutto 95,- €) abgeleitet.

Die Rack-Rate ist der prospektierte Zimmerpreis des Hotels für eine Nacht. Diese Rate lässt sich aber in der Vermarktung nur bei einem geringen Teil der Gäste durchsetzen. Die Mehrzahl der verkauften Roomnights wird hingegen mit Rabatten oder aber mit Preisauflagen (während Messen) verkauft.

Rack-Rate nur bei einem Teil der Gäste durchzusetzen

Für die Herleitung des Zimmerdurchschnittspreises, bzw. der Average Room Rate (ARR) wurden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

Herleitung des Zimmerdurchschnittspreises

Die Anzahl der Roomnights (RN) im ersten Betreiberjahr beträgt 9.351 bei einer durchschnittlichen Auslastung von 61%¹⁸. Die Verteilung der Preissegmente gliedert sich wie folgt:

Tabelle 7 – Preissegmente

Anteil des Preissegments (%)	Ratenbezeichnung	Rate (€)
10	Rack-Rate (Individualgeschäft)	88,78
35	Wochenend-Rate	75,46
25	Corporate-Rate	69,25
30	Gruppenrate / touristisch	62,15

Die Annahmen basieren auf unseren Erfahrungswerten hinsichtlich von Preisnachlässen und Preisauflagen in den verschiedenen Kundensegmenten. Für das Hotel in Andernach wird die Nachfragestruktur im Schwerpunkt des Wochenendgeschäftes und bei den Gruppenreisen gesehen. Die Summe dieser Kundengruppen entspricht in unserer Annahme zusammengerechnet 65% der Gesamtnachfrage. Das Geschäft im Corporate-Bereich (Firmenkunden) sehen wir bei 25% und die Rack-Rate mit 10% der Gesamtnachfrage der Übernachtungen.

Schwerpunkte im Wochenend- / Gruppen- / Corporategeschäft

¹⁸ Siehe Modellrechnung



Die arithmetisch gemittelte Zimmerrate (Average Room Rate) für das neue Hotel liegt nach unserer Berechnung pro Roomnight bei

Average Room Rate bei
71,25 € im ersten
Betreiberjahr

71,25 €

im ersten Betreiberjahr 2019, in dem das Hotel in Betrieb gehen könnte. Diese Durchschnittsrates lehnt sich an das allgemeine Preisgefüge der Mitbewerber, jedoch im oberen Bereich, auf dem Markt an. Die Preissteigerungsrate haben wir über die ersten fünf Betriebsjahre mit 2% kalkuliert. Bis zu einer möglichen Eröffnung des Hotels im Jahr 2019 halten wir die errechnete Rate für erzielbar.

8. Aufbau einer Planungsrechnung in Form einer Ergebnisvorausschau

Für die betriebswirtschaftliche Betrachtung des neuen Hotelproduktes soll im weiteren Verlauf dieser Studie der Gliederungsaufbau im Rechnungswesen und in der Kostenanalyse an den Prinzipien des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes orientiert werden.

Die nachfolgenden Ausführungen sind als kleiner Exkurs zu verstehen und verschaffen dem Leser einen Überblick zu der betriebswirtschaftlichen Struktur von Beherbergungsunternehmen. Im Nachgang zu diesen Ausführungen soll das Uniform System of Accounts for the Lodging Industry vorgestellt werden. Auf diesen Grundlagen wird in den beiden letzteren Ausführungspunkten eine modellhafte Kosten- und Leistungsstruktur für das geplante Hotel dargestellt.



8.1 Erläuterungen zur betriebswirtschaftlichen Betrachtung von Hotelbetrieben

Die Kosten- und Leistungsanalyse für Hotelbetriebe und Gaststätten unterscheidet in der Fülle der zu erfassenden Betriebsgattungen im Wesentlichen zwei Arten, und zwar Betriebe mit und ohne Beherbergungsmöglichkeiten. Für die weitere Betrachtung spielt nur diejenige Gruppe eine Rolle, die eine Kombination aus den Betriebsarten darstellt. Grob gesagt gliedern sich Hotelbetriebe im Wesentlichen in die Kostenträgerbereiche Beherbergung und Restauration.

Basiskennzahlen

8.1.1 Umsatzbegriff in der Hotellerie

Der Begriff des „Umsatzes“ ermöglicht in der Bezifferung eine Aussage über die Summe sämtlicher Einzelumsätze aus den Leistungsteilbereichen eines Hotelbetriebes. Eine großzügige Einschätzung des Gesamtumsatzes reicht für die Wiedergabe einer wirklich nachvollziehbaren Bezugsgröße, die zugleich einen Betriebsvergleich zulassen würde, nicht aus. Eine wichtige Unterscheidung ist in diesem Zusammenhang deshalb die Differenzierung zwischen Unternehmens- und Betriebsumsatz. Der Unternehmensumsatz ist kongruent mit dem Gesamtumsatz, den der Betrachter bzw. Prüfer aus der Umsatzsteuererklärung entnehmen kann. Für den Einblick in die Struktur des Unternehmens lässt er kaum Rückschlüsse zu und kann als ungeeignet eingestuft werden. So sind in den Gesamtumsätzen i. d. R. auch Umsatzgrößen enthalten, die insbesondere betriebsfremde Umsätze (z. B. Pre-Opening-Zuschüsse) sein können. Wenn diese Umsatzbeträge auch noch einen erheblichen Teil des Gesamtumsatzes ausmachen, so wird bei undifferenzierter Betrachtung des Umsatzes hieraus möglicherweise ein falscher Rückschluss auf die Vorteilhaftigkeit



einer ggf. maroden Betriebsstruktur im Originären, d. h. im Betriebsumsatz, vorgenommen.

Der Betriebsumsatz ist – von einigen Ausnahmen abgesehen – ein auf den originären Betrieb bereinigter Umsatz und damit auch zugleich die wichtigste Bezugsgröße in der Hotellerie. Er beinhaltet alle betriebsbezogenen Umsätze ohne Mehrwertsteuer.

Folgende Umsatzarten lassen sich in der Hotellerie unterscheiden:

- Warenumsatz (Speisen, Getränke- und Handelswarenumsatz)
- Beherbergungsumsatz
- Sonstige betriebliche Umsätze

8.1.2 Kostenstruktur in der Hotellerie

Damit in der betriebswirtschaftlichen Betrachtung mit gleichen Bezugsgrößen gearbeitet werden kann, muss auch bei der Kostenstruktur eines Hotelbetriebes zwischen betriebsbedingten und anlagebedingten Kosten differenziert werden.

Umsatzbereiche

Betriebsbedingte Kosten:

- Warenkosten (Warenverbrauch und Materialeinsatz)
- Personalkosten (inkl. Personalnebenkosten)
- Energiekosten
- Steuern, Versicherungen, Beiträge, Gebühren und Abgaben
- Betriebskosten
- Verwaltungskosten

Anlagebedingte Kosten:

- Mieten, Pachten, Leasing
- Instandsetzung

- Reparaturen
- Abschreibungen
- Zinsen

8.1.3 Ergebnisrechnung

In Ergänzung zu dem Unternehmensergebnis werden gemäß den o. g. Ausführungen zur Aufgliederung der Kostenarten zwei Teilergebnisse ermittelt, die zu den Betriebsergebnissen 1 und 2 führen. Im Betriebsergebnis 1 sind Eigentums- und Pachtbetriebe vergleichbar, weil hier die anlagebedingten Kosten noch nicht abgezogen worden sind. Ohne Rücksicht auf die Besitzverhältnisse bietet diese Zahl einen geeigneten Vergleich gleichgearteter Betriebe.

Betriebsergebnis

Betriebsumsatz

./. betriebsbedingte Kosten

= Betriebsergebnis 1 = GOP

./. anlagebedingte Kosten

= Betriebsergebnis 2 = NOP

Der GOP stellt die wichtigste betriebswirtschaftliche Kennzahl in der Hotellerie dar. Diese Kennzahl kann in geringfügigen Abweichungen auch mit dem Betriebsergebnis 1 verglichen werden. Während das Betriebsergebnis 1 nach SKR 70 im Anschluss an die Ermittlung des Rohgewinns die Kosten der Energie, des Betriebes, der Verwaltung sowie Steuern und Versicherungen durchrechnet, differenziert sich der GOP zwischen den beiden Bereichsergebnissen 1 und 2.



Das Betriebsergebnis 1 nach SKR 70 beinhaltet noch die Position der Instandhaltung und die Reparaturen, was im GOP bereits bereinigt wurde.

Dem gegenüber sind im GOP noch Steuern und Versicherungen enthalten und werden erst zur Berechnung des Betriebsergebnisses 2 bzw. NOP (Net Operating Profit) herausgerechnet.

8.2 Uniform System of Accounts for the Lodging Industry

Dieses Instrumentarium ist in gewisser Weise vergleichbar mit dem Kontenrahmen für das Gastgewerbe und die Hotellerie SKR 70. Das Uniform System of Accounts for the Lodging Industry zielt darauf ab, den GOP in den nachstehenden Berechnungsformen zu ermitteln¹⁹.

USALI

Abbildung 10 – Aufbau Uniform System of Accounts

UNIFORM SYSTEM OF ACCOUNTS
Bereichsumsatz
./. Warenkosten
= Rohgewinn
+ sonstige Umsätze
= Rohgewinn 2
./. Personalkosten
./. Betriebskosten
= BEREICHSERGEBNIS 1
+ sonstige Umsätze
= BEREICHSERGEBNIS 2
./. Verwaltungskosten
./. Werbung
./. Energiekosten
./. Instandhaltung + Reparatur
= GOP oder BETRIEBSERGEBNIS 1

¹⁹ Vgl. BBG – Consulting – Hospitality Foodservice Consultants – Betriebsvergleich Hotellerie u. Gastronomie, Düsseldorf



8.3 Umsatz- und Kostenstruktur für das geplante Hotelprojekt

Im nachstehenden Gliederungspunkt haben wir auf der im Vorfeld dargelegten Berechnungsstruktur eine mögliche Ergebnisvorausschau für das Hotelprojekt entwickelt. Dabei wird von einer max. Zimmeranzahl von 42 Einheiten ausgegangen, den aktuellen Planungen des Hotels entsprechend. Darüber hinaus sind im Hotel 3 Tagungsräume vorgesehen, die mit variablen Trennwänden geteilt werden können. Die Gesamtfläche des Tagungsbereichs beträgt 120 bis 140 qm. Die Rezeption des Hotels ist im Erdgeschoss vorgesehen und ein italienisches Café im 05. Obergeschoss (Staffelgeschoss) des Hotels.

42 Zimmereinheiten

Die Ergebnisvorausschau sieht anfänglich eine ARR von € 71,25 bei einer Zimmerauslastung im ersten Betriebsjahr von 61% vor. Hierbei ist von Beginn der Betriebseröffnung wichtig, dass sich das neue Hotel von den vorhandenen Betrieben in Andernach abhebt.

ARR € 71,25

Die Steigerung der ARR in unserer Ergebnisvorausschau erreicht im 5. Betriebsjahr (2023) ein Preisniveau von € 77,12. Es wird eine jährliche Preissteigerung von 2% unterstellt. Auch wenn im Anfangsjahr ggf. Voreröffnungsraten und möglichen Sonderaktionen zur Startphase angeboten werden, sehen wir mögliche Preissteigerungen eher als gering an. Wir gehen davon aus, dass sich diese ARR mit dem neuen Hotel in Andernach bei gleichbleibenden Marktentwicklungen realisieren lässt. Eine mögliche überproportionale Steigerung aufgrund unvorhersehbarer Entwicklungen ist hierbei bewusst nicht berücksichtigt. Wir haben uns an dem bestehenden Hotelmarkt Andernach orientiert.

Die Personalkosten haben über die fünf Jahre einen Durchschnittswert von 40,06%. Hierbei handelt es sich um einen Wert, der sich im

Personalkosten



überdurchschnittlich hohen Bereich der Bandbreite vergleichbarer Betriebe bewegt. Wir sehen in dem Hotelobjekt kontinuierlich 12 Mitarbeiter über die fünf Jahre hinweg. Die Personalkosten sehen die komplette Leistungsabwicklung im Haus vor. Aufgrund der aktuellen Planungen, die Rezeption des Hotels im Erdgeschoss einzurichten und ein italienisches Café im 05. OG (Staffelgeschoss) vorzusehen, sind die Personalkosten erhöht. Idealerweise wären Rezeption und Gastronomiebereich auf einer Etage und bestenfalls direkt miteinander verbunden. Es gibt Möglichkeiten eine Theke für beide Bereiche zusammen zu gestalten, mit einem Rezeptions- und einem Barbereich. So kann das Rezeptionspersonal ggf. den Gastronomiebereich mit Überblicken und zeitweise hier die Gästebetreuung übernehmen.

Es wird eine Umsatzsteigerung im Logis-Bereich angestrebt, wobei der Logisanteil am Umsatz in der Betrachtung bis zum Jahr 2023 konstant bleibt. Die Umsatzsteigerung ist in erster Linie auf die steigende Auslastung und die moderat höhere ARR zurück zu führen.

Umsatzsteigerung Logis

Der prozentuale Umsatzanteil im F&B-Bereich bleibt gleichfalls über die fünf Jahre konstant. Dennoch steigt auch der F&B-Umsatz in Summe leicht.

Umsatzsteigerung F&B

8.3.1 Betriebsumsatz

Die Betriebsumsätze p.a. beinhalten die Bereiche Logis, Speisen, Getränke und Nebenleistungen.

Betriebsumsatz

Die Zimmerbelegungsquote steigt von 61% im Jahr 2019 bis auf 66% in der Spitze, im Jahr 2023 an. Die Prognose der Zimmerauslastung ist eher konservativ.



Insgesamt haben die Ankünfte um 54% und die Übernachtungen in den letzten fünf Jahren um 43,4% zugenommen. Die höchsten Zahlen bei den Ankünften und den Übernachtungen konnten zuletzt im Jahr 2016 mit 45.773 Ankünften und 78.751 Übernachtungen verzeichnet werden. Anzumerken ist, dass die Erhebungsgrundlage der Werte im Jahr 2014 verändert wurde. Seitdem werden auch Kleinbetriebe in der Statistik aufgenommen. Aus diesem Grund sind die Ankünfte und Übernachtungen von 2013 auf 2014 stark angestiegen. Die Entwicklung in den Folgejahren war gleichfalls positiv, aber insgesamt aufgrund des teilweise auch in die Jahre gekommenen Angebotes nicht überproportional hoch. Aus diesem Grund trauen wir dem Standort nur eine leichte Steigerung der Auslastung zu und haben eine konservative Prognose erstellt.

Die Erreichung der Belegungsansätze hängt wesentlich von dem Betreiberkonzept, ggf. (empfehlenswert) der Marke oder Hotelkooperation und den damit verbundenen Buchungskanälen ab.

Den F&B-Anteil sehen wir bei 28% vom Umsatz. Die Nebenabteilungen sehen wir konstant über die fünf Jahre bei 2%.

8.3.2 Wareneinsatz

Wie in der Hotellerie üblich, setzt sich der Wareneinsatz aus den Bereichen Speisen, Getränke und Nebenleistungen zusammen. Für die Modellbetrachtung wurden für das gewählte Produktsegment entsprechende Erfahrungswerte angenommen.

Wareneinsatz

Tabelle 8 – Wareneinsätze

Wareneinsätze – in % v. Bereichsumsatz					
Betreiberjahr	2019	2020	2021	2022	2023
Speisen	30,00	30,00	29,00	29,00	29,00
Getränke	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Nebenleistungen	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00



8.3.3 Personalkosten

Das betrachtete Hotel hat mit einem Personalkostenanteil von 40,06% (im Ø während der ersten fünf Betreiberjahre) am Gesamtumsatz ein überdurchschnittlich hohes Kostenverhältnis für ein Midscale-Hotel. Diese Einschätzung basiert auf Erfahrungswerten und Vergleichszahlen. Die überdurchschnittlichen Kosten sehen wir aufgrund der nicht mehr zeitgemäßen Einteilung der öffentlichen Bereiche. Der Rezeptionsbereich wird im Erdgeschoss geplant und die Gastronomiefläche im 05. Obergeschoss, sodass für beide Bereiche Mitarbeiter präsent sein müssen. Bei Einrichtung beider Bereiche auf einem Geschoss, idealerweise ineinander übergehend, kann der Gastronomiebereich teilweise von den Rezeptionsmitarbeitern mit bedient werden. Eine solche Zusammenlegung hätte einen höchst positiven Effekt auf die Personalkosten.

Personalkosten

In den Personalkosten sind neben Löhnen, Gehältern und gesetzlichen Lohnnebenkosten auch zusätzliche Kosten wie Fahrtkostenersatz, Zeitungsinserate, etc. enthalten. In der vorliegenden Planungsrechnung werden die anfallenden Personalkosten inklusive Personalnebenkosten pro Person gemittelt und mit rund 33,0 T € p. a. (€ 2.750,00 monatlich) kalkuliert. Das Brutto Gehalt beträgt in unserer Annahme 60 bis 65% des Betrages und die Personalnebenkosten hotellerietypisch 35 bis 40%.

8.4 Sonstige Kosten

Zu dem Vergleich der „Sonstigen Kosten“ gehören sämtliche betriebsbedingten Kosten, die nicht den Personal- bzw. Wareneinsatzkosten zuzuordnen sind. Dies sind insbesondere Kosten der Verwaltung, Steuern, Gebühren, Versicherungen (sofern

Sonstige Kosten

sie betriebsbedingt sind), Kosten des Marketings, Energiekosten, Betriebskosten, die Kleidung des Personals, die Kosten der Wäschereinigung, Betriebs- und Reinigungsmittel, Firmen-Kraftfahrzeuge, Musik und Unterhaltung sowie die Abschreibungen und Wertminderungen des Umlaufvermögens, die sich aufgrund von Verschleiß, Bruch und Ersatz von Gegenständen des Hotelbetriebs ergeben.

8.4.1 Direkte Zuordnung der Kosten

Für die Ermittlung des GOP ist in dieser Darstellung eine direkte Zuordnung von Kosten nicht notwendig, so dass nicht, wie sonst üblich, die Einzelkosten direkt und die Gemeinkosten gemäß einem Verteilungsschlüssel aus der betrieblichen Abrechnung verursachungsgemäß zugewiesen werden müssen. Erst mit der Erstellung einer weiterführenden Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung müsste eine entsprechende Zuordnung erfolgen. Für die Berechnung wurden die nachstehenden Annahmen getroffen:

Zuordnung Kosten

Tabelle 9 – Sonstige Kosten

Sonstige Kosten – in % vom Gesamtumsatz					
Betreiberjahr	2019	2020	2021	2022	2023
Verwaltung	6,50	6,50	6,00	5,50	5,50
Instandhaltung	0,50	1,00	1,50	2,00	2,50
Marketing	5,00	4,50	4,00	4,00	4,00
Energie	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50
Betriebskosten	7,00	6,80	6,80	6,50	6,50

Die Annahme ist, dass nach einer anfänglichen Startphase in der Verwaltung eine prozentual rückläufige Tendenz der Kosten vom Umsatz zu erwarten ist. Dies gilt analog für die Bereiche Marketing und Betriebskosten. Im Bereich Marketing wurden Kosten für eine Neupositionierung mit 5% im Eröffnungsjahr angesetzt, die sich in den Folgejahren auf max. 4% einpendeln. Diese Kosten sind im oberen Durchschnitt der Vergleichsobjekte zu sehen. Da die



Vermarktung des Hotels in Andernach nicht so einfach sein wird, setzen wir eher hohe Werte an. Die Instandhaltungen werden sich gegenläufig verhalten, weil diese zu Beginn der Geschäftstätigkeit kaum anfallen und in den folgenden Betriebsjahren einen stetigen Anstieg zu verzeichnen haben werden. Die Energiekosten sehen wir konstant über die fünf Jahre bei 5,5% und bedingen den Einbau moderner und zeitgemäßer Haustechnik. Die Betriebskosten sind mit 7% leicht fallend auf mind. 6,5%, moderat.

8.4.2 Gross Operating Profit in der Modellrechnung

Der GOP wurde auf der Basis des USALI ermittelt und weist bereits ab dem ersten Jahr eine positive Entwicklung des Betriebsergebnisses 1 (GOP) auf. Der GOP ist für ein Midscale-Hotel mit 26,18% im ersten Betriebsjahr und 2,99% in der Spitze im unteren Durchschnitt angesiedelt.

GOP

Tabelle 10 – Gesamtumsatz und GOP

Betreiberjahr	Gesamtumsatz in €	Betriebsergebnis 1 (GOP) in €	GOP in %
2019	951.829	249.150	26,18
2020	986.781	266.894	27,05
2021	1.022.751	290.018	28,36
2022	1.076.324	321.779	29,90
2023	1.114.740	334.285	29,99



Tabelle 11 – Wirtschaftlichkeitsbetrachtung
MODELLRECHNUNG Hotelprojekt Andernach
 Angaben in EURO (€)

ANNAHMEN

Betreiberjahr	2019	2020	2021	2022	2023
Anzahl der Zimmer	42	42	42	42	42
Anzahl der Betten	84	84	84	84	84
Vollzeitbeschäftigte	12	12	12	12	12
Öffnungstage	365	365	365	365	365
Betriebsumsatz pro Tag in T€	2,61	2,70	2,80	2,95	3,05
Betriebsumsatz im Jahr in T€	952	987	1.023	1.076	1.115
Personalkosten je Mitarb. p.M.	2.750	2.805	2.861	2.918	2.977
Gäste pro Jahr	14.027	14.257	14.487	14.947	15.177
Roomnights	9.351	9.505	9.658	9.965	10.118
Zimmerbelegung	61%	62%	63%	65%	66%
Doppelbelegungsfaktor	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50

Logisanteil	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
Speisenanteil	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%
Getränkeanteil	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%
Nebenabteilungen (inkl. Parken)	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

AVERAGE-ROOM-RATE

LOGIS (p. Zimmer a. Tag)	71,25	72,68	74,13	75,61	77,12
---------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

BETRIEBSBEDINGTE KOSTEN

WARENEINSATZ-SPEZIFIKATIONEN					
Speisen	30,00%	30,00%	29,00%	29,00%	29,00%
Getränke	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%
Nebenabteilungen	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%

PERSONAL					
Personalkosten Gesamt p.a.	396.000	403.920	411.998	420.238	428.643
Personalkosten i. %	41,60%	40,93%	40,28%	39,04%	38,45%
					40,06%

SONSTIGE KOSTEN					
Verwaltung/ Steuern/ Gebühren/ Versich.	6,50%	6,50%	6,00%	5,50%	5,50%
Instandhaltung	0,50%	1,00%	1,50%	2,00%	2,50%
Marketing	5,00%	4,50%	4,00%	4,00%	4,00%
Energie	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%
Betriebskosten	7,00%	6,80%	6,80%	6,50%	6,50%



BERECHNUNG DES GOP

UMSÄTZE

LOGIS	666.280	690.747	715.926	753.427	780.318
SPEISEN	152.293	157.885	163.640	172.212	178.358
GETRÄNKE	114.219	118.414	122.730	129.159	133.769
NEBENABTEILUNGEN	19.037	19.736	20.455	21.526	22.295

UMSATZ-TOTAL	951.829	986.781	1.022.751	1.076.324	1.114.740
---------------------	----------------	----------------	------------------	------------------	------------------

KOSTEN

WARENEINSATZ					
Speisen	45.688	47.365	47.456	49.941	51.724
Getränke	23.986	24.867	25.773	27.123	28.091
Nebenabteilungen	3.807	3.947	4.091	4.305	4.459
WARENEINSATZ-GESAMT	73.481	76.180	77.320	81.370	84.274

PERSONAL	396.000	403.920	411.998	420.238	428.643
----------	---------	---------	---------	---------	---------

SONSTIGES					
Verwaltung/ Steuern/ Gebühren/ Versich.	61.869	64.141	61.365	59.198	61.311
Instandhaltung	4.759	9.868	15.341	21.526	27.869
Marketing	47.591	44.405	40.910	43.053	44.590
Energie	52.351	54.273	56.251	59.198	61.311
Betriebskosten	66.628	67.101	69.547	69.961	72.458
SONSTIGES-GESAMT	233.198	239.788	243.415	252.936	267.538

KOSTEN-TOTAL	702.679	719.887	732.733	754.544	780.455
---------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

GOP (Betriebsergebnis 1)	249.150	266.894	290.018	321.779	334.285
GOP in %	26,18%	27,05%	28,36%	29,90%	29,99%

9. Empfehlung und Fazit

Zusammenfassend lassen sich folgende Sachverhalte festhalten:

- Die Mittelstadt Andernach mit ca. 29.400 Einwohnern gehört zu den ältesten Städten Deutschlands. Sie liegt im Mittelrheintal zwischen Vulkaneifel und Westerwald, zwischen den Ballungsräumen Rhein-Main und Rhein-Ruhr. Die Arbeitslosenquote im Landkreis liegt unter dem bundesdeutschen Schnitt. Die Wirtschaftsstruktur Andernachs ist von mittelständischen Unternehmen geprägt. Das mit Abstand größte Unternehmen ist der einzige deutsche Weißblechhersteller Thyssen Krupp Rasselstein, der zu den drei größten Weißblechproduzenten Europas gehört. Der Binnenhafen Andernachs ist einer der wichtigsten Umschlagsplätze am Mittelrhein. Touristisch verfügt die Stadt aufgrund der langen Geschichte über zahlreiche Sehenswürdigkeiten. Seit 2009 ist der weltgrößte Kaltwassergeysir in Andernach, auf dem Namedyer Werth, wieder zu besichtigen. Ein eigens errichtetes Museum präsentiert die Geschichte. Makrolage
- Die Mikrolage ist direkt an der Konrad-Adenauer-Allee, Ecke Kirchstraße, mit direktem Rheinblick. Die Konrad-Adenauer-Allee trennt das Grundstück vom Rhein und der Rheinpromenade. In unmittelbarer Nähe befindet sich die Mittelrheinhalle, Andernachs Veranstaltungshalle (mit Anschluss an das Park-Hotel „Am Schänzchen“). Alle touristischen Sehenswürdigkeiten sowie das Stadtzentrum sind bequem fußläufig erreichbar. Der Hauptbahnhof ist ca. 1 km entfernt. Mikrolage



Auf dem südlichen Teil des Grundstückes befinden sich römische Ausgrabungen, die in Form eines Archäologischen Gartens für Besucher zugänglich gemacht werden.

- Die Verkehrsanbindung der Mikrolage ist gut. Andernach liegt linksrheinisch, die A 61 führt an der Stadt vorbei. Rechtsrheinisch besteht eine Anbindung an die A 3. Beide Autobahnen sind im Süden von Andernach durch die A 48 miteinander verbunden. Eine Direktanbindung an die Autobahn besteht von Andernach aus nicht, die Anreise erfolgt über Bundes- und Landstraßen. Innerhalb des Stadtgebietes ist die Mikrolage sehr gut über die Konrad-Adenauer-Allee, die L 117 und die B 9 erreichbar. Innerhalb des Stadtgebietes sind die touristischen Sehenswürdigkeiten fußläufig erreichbar, darüber hinaus bestehen Bus- und Sammeltaxiverbindungen. Der Hauptbahnhof ist von der Mikrolage ca. 1 km entfernt. Der nächste Flughafen ist der Flughafen Köln/Bonn in ca. 67 km Entfernung, der Flughafen Frankfurt-Hahn ist ca. 99 km entfernt, der Flughafen Frankfurt am Main ca. 121 km. Verkehrsanbindung
- Das Beherbergungsangebot hat sich in den vergangenen fünf Jahren statistisch verändert. Durch eine Veränderung der Erhebungsgrundlage hat die Anzahl der Betriebe stark zugenommen. Tatsächlich haben jedoch zwei Hotelbetriebe und eine Pension geschlossen. Dem entgegen sind seit 2014 zwei neue Hotels entstanden. Die Gesamtzahl der Hotelbetten hat dennoch leicht abgenommen. Insgesamt gibt es vier nach DEHOGA klassifizierte Hotels im 3-Sterne-Segment. Das durchschnittliche Preissegment in Andernach liegt maßgeblich zwischen 76 und 110 € (inklusive Frühstück). Hotelmarkt



U.a. durch die o.g. Veränderung in der statistischen Erhebung haben die Ankünfte und Übernachtungen in Andernach in den letzten fünf Jahren erheblich zugenommen. Die Ankünfte sind um 54% auf 45.773 und die Übernachtungen um 43% auf 78.751 angestiegen. Positiv hervorzuheben ist die für eine Mittelstadt hohe Anzahl ausländischer Gäste mit rund 17%. Mit Abstand das Gros der ausländischen Gäste kommt aus den Niederlanden.

Die Beherbergungszahlen alleine rechtfertigen keine Hotelansiedlung in Andernach. Die Stadt verfügt jedoch über eine hohe touristische Attraktivität mit einigen Sehenswürdigkeiten und dem höchsten Kaltwassergeysir der Welt. Jährlich kommen ca. 500.000 Tagesbesucher in die Stadt und es legen ca. 500 Kabinenschiffe an. Den Geysir haben in 2016 ca. 127.300 Gäste besucht. 726 Gruppen haben in 2016 eine Stadtführung gemacht. Bis dato gibt es innerhalb von Andernach noch keine Möglichkeit eine größere Reise- oder Busgruppe in einem Hotel aufzunehmen, da kein Betrieb über ausreichende Zimmer verfügt. Darüber hinaus könnte die Verweildauer der Gäste der Kabinenschiffe in Andernach verlängert werden. Auch hier gibt es bis dato aufgrund der „Größe“ der Bestandshotels keine Möglichkeit. Die Gäste, die in Andernach auf den Schiffen einchecken, reisen am Tag des Starts der Schiffsreise auch an.

- Wir empfehlen für das Hotelprojekt in Andernach eine Betriebsgröße zwischen 40 und 60 Zimmern. Das projektierte Hotel sollte sich klar von den bestehenden Hotels abgrenzen und mindestens einer national bekannten Hotelmarke oder Hotelkooperation angehören, um neue Gästegruppen akquirieren zu können. Wir sehen das Hotel im Midscale-

Positive wirtschaftliche
Entwicklung



Segment mit einer Bedarfsgastronomie und einer überschaubaren Anzahl von Tagungsmöglichkeiten, um auch den ansässigen Unternehmen ein attraktives und zeitgemäßes Angebot zu bieten.

- In unserer Wirtschaftlichkeitsprognose haben wir ein Hotel mit 42 Zimmern zu Grunde gelegt, mit einem durchschnittlichen Nettozimmerpreis von 71,25 €. Die Zimmerbelegung sehen wir im ersten Betriebsjahr bei 61%, steigend auf 66% im fünften Betriebsjahr. Bei durchschnittlichen Kostenstrukturen (überdurchschnittlich hohen Personalkosten) und einem Logisanteil von 70% (des Gesamtumsatzes) erzielt das Hotelprojekt im ersten Betriebsjahr einen GOP von 26,18% in Summe 249.150 €, steigend auf einen GOP von 29,99% in Summe 334.285 € im fünften Betriebsjahr.

Wirtschaftlich-
keitsprognose

Das Hotelprojekt in Andernach wird auf dem gesamten Hotelmarkt für Veränderungen sorgen. Ggf. in die Jahre gekommene Hotels, denen eine Nachfolge fehlt oder die über einen erheblichen Investitionsstau verfügen, werden am Markt erhebliche Schwierigkeiten bekommen. Dennoch ist das Hotel eine sinnvolle Ergänzung auf dem Markt und kann neue Gästekreise erschließen. Um dies zu gewährleisten, sollte das Hotel einer national bekannten Hotelmarke oder Kooperation angehören. Auch die Größe von min. 40 Zimmern ist ein wichtiger Faktor, um größere Gruppen für Andernach zu gewinnen. Die Lage des Projektes mit unverbaubarem Rheinblick in unmittelbarer Nähe zur Mittelrheinhalle sowie in fußläufiger Distanz zu allen touristischen Attraktionen sprechen für die Mikrolage. Auch für Geschäftsreisende ist die Lage sehr gut.

Unter Berücksichtigung und konsequenter Einhaltung der genannten Faktoren können wir die Umsetzung des Hotelprojektes in



Andernach befürworten. Nachdem sich das Hotel im Markt etabliert hat, kann es wirtschaftlich erfolgreich positioniert werden. Aufgrund des relativ niedrigen Bekanntheitsgrades der Stadt Andernach insgesamt wird das Hotel anfangs größere Sales- und Marketingmaßnahmen initiieren müssen um einen gewissen Bekanntheitsgrad zu erlangen und entsprechend Gäste anziehen zu können.

Hotel Affairs Consulting GmbH

06. Juni 2017

Axel Deitermann
- Geschäftsführender Gesellschafter -

Stefanie Zimmermanns
- Prokuristin -

© 2017 by Hotel Affairs Consulting GmbH, Düsseldorf - Die Studie einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung bedarf der Zustimmung durch den Verfasser. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung bzw. Verarbeitung in elektronischen Systemen.



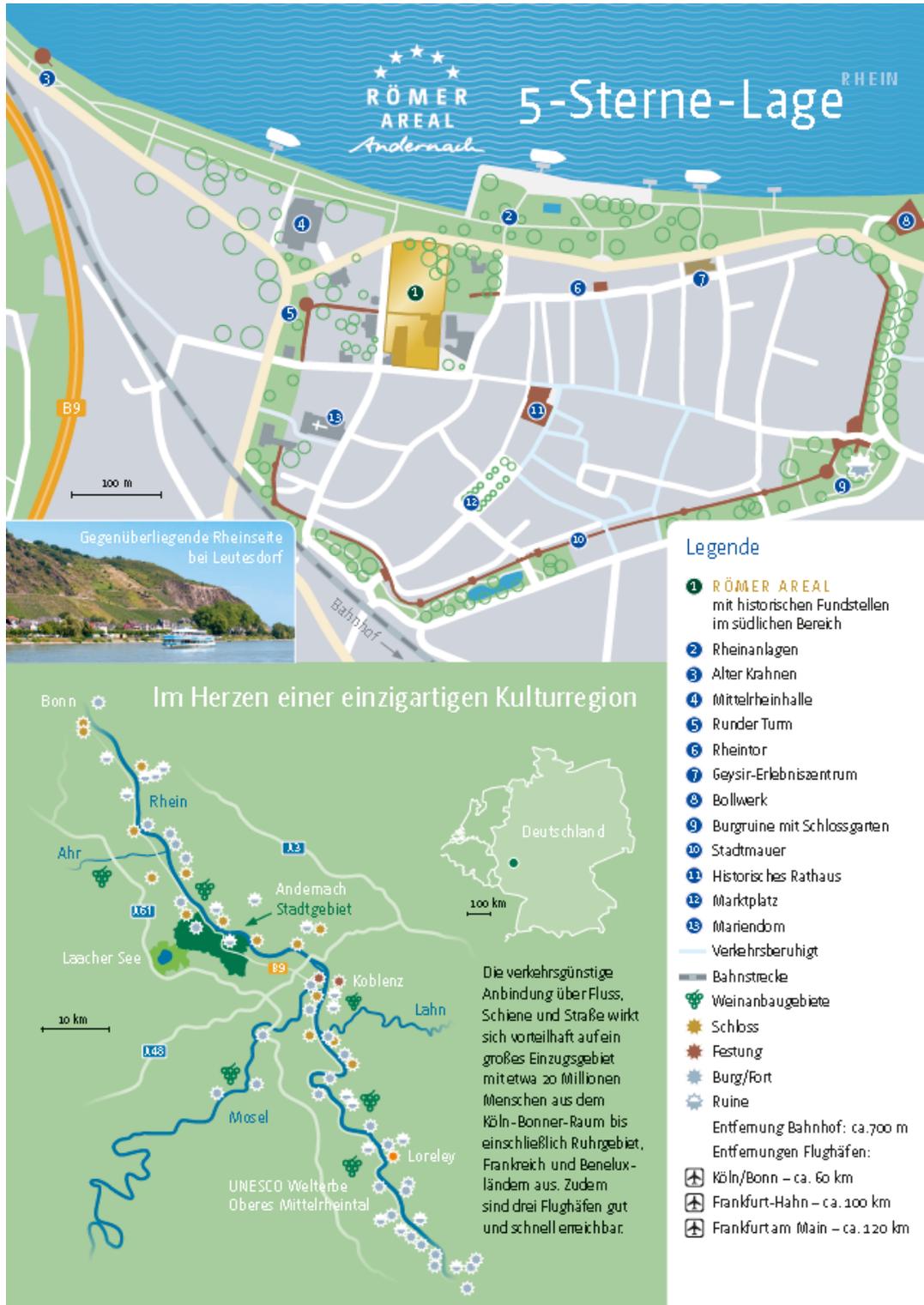
10. Anhang

10.1 Übersicht Mikrolage Andernach



Quelle: Google Maps

10.2 Mikrolage mit Sehenswürdigkeiten der Stadt



Quelle: Broschüre Andernach Römer Areal, www.andernach.de, Andernach.net GmbH



I I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Übersicht Mikrolage.....	17
Abbildung 2 - Verkehrsanbindung Andernach	18
Abbildung 3 – Beherbergungskapazitäten in Andernach.....	20
Abbildung 4 – Preisstruktur der Beherbergungsbetriebe im Doppelzimmer	22
Abbildung 5 – Gästeübernachtungen und Gästeankünfte in Andernach	24
Abbildung 6 – Übernachtungen und Ankünfte 2016 im Vergleich..	25
Abbildung 7 – Übernachtungsintensität im Vergleich	26
Abbildung 8 – Durchschnittliche Bettenauslastungen in den Jahren 2012 bis 2016 in Andernach.....	26
Abbildung 9 - Quellmärkte Ausland	27
Abbildung 10 – Aufbau Uniform System of Accounts	42

I 2. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 – Beherbergung 2015 und 2016 Deutschland	7
Tabelle 2 – Übersicht Ankünfte / Übernachtungen	7
Tabelle 3 - Größte Unternehmen in Andernach.....	10
Tabelle 4 – SWOT Analyse Makrostandort.....	16
Tabelle 5 - Durchschnittliche Zimmerbelegung, Netto-Zimmerpreis, RevPAR Deutschland und € 55 bis € 80	23
Tabelle 6 – Mitbewerber in Andernach	28
Tabelle 7 – Preissegmente	36
Tabelle 8 – Wareneinsätze	45
Tabelle 9 – Sonstige Kosten.....	47
Tabelle 10 – Gesamtumsatz und GOP	48
Tabelle 11 – Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	49



Allgemeine Geschäftsbedingungen

Geltungsbereich

Alle Beratungs-, Dienst- und Werkleistungen der Hotel Affairs Consulting GmbH (i.F. HAC genannt) erfolgen ausschließlich aufgrund dieser Beratungsbedingungen. Die Beratungsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, selbst wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden. Gegenbestätigungen des Auftraggebers unter Hinweis auf seine allgemeinen Geschäftsbedingungen wird widersprochen.

1. Vertragsgegenstand / Leistungsumfang

(1) Gegenstand des Auftrags ist die vereinbarte, im Vertrag bezeichnete Beratungstätigkeit, nicht – soweit nicht ausdrücklich vereinbart – ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag erstreckt sich nicht auf Fragen der rechtlichen Gestaltung oder Zulässigkeit. Das gleiche gilt, soweit es nicht Auftragsgegenstand ist, für die Frage, ob Subventionen, Zulagen oder sonstige Vergünstigungen in Anspruch genommen werden können.

(2) Auf Verlangen des Auftraggebers hat die HAC Auskunft über den erreichten Stand der Auftragsausführung zu erteilen bzw. nach Ausführung des Auftrags Rechenschaft abzulegen durch einen schriftlichen Bericht, der den wesentlichen Inhalt von Ablauf und Ergebnis der Beratung wiedergibt. Soll die HAC einen umfassenden schriftlichen Bericht, insbesondere zur Vorlage an Dritte erstellen, ist dies gesondert zu vereinbaren.

(3) Die HAC führt alle Arbeiten stets auf die individuelle Situation und die Bedürfnisse des Auftraggebers bezogen durch.

(4) Von anderen Unternehmen oder vom Auftraggeber der HAC zur Verfügung gestellte Daten und Unterlagen werden nur auf Plausibilität geprüft. Hat HAC Bedenken gegen die gewünschte Art der Leistungsausführung, gegen die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Daten oder gegen die Leistungen anderer Unternehmer, so teilt HAC dem Auftraggeber dies unverzüglich mit; Auftraggeber und andere Unternehmen bleiben jedoch für ihre Anordnungen, Daten, Unterlagen und Leistungen verantwortlich.

(5) Sofern nicht anders vereinbart, kann sich die HAC nach eigenem Ermessen zur Auftragsdurchführung sachverständiger Unterauftragnehmer bedienen.

2. Geheimhaltung / Schutzrechte

(1) Die HAC verpflichtet sich, alle im Rahmen des Vertragsverhältnisses erlangten Kenntnisse von Betriebsinterna und von als vertraulich bezeichneten Informationen zeitlich unbeschränkt vertraulich zu behandeln.

(2) Die HAC wird alle Personen, die sie zur Leistungserbringung einsetzt, zur Wahrung der Vertraulichkeit verpflichten. Die HAC wird das Datengeheimnis gemäß § 5 BDSG wahren und bei der Durchführung des Auftrags nur Personen einsetzen, die auf das Datengeheimnis verpflichtet worden sind.

(3) Die HAC ist befugt, die im Rahmen des Auftrags durch den Auftraggeber bekanntgegebene personenbezogenen Daten EDV-gestützt zu verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

(5) Die Verpflichtung zur vertraulichen Behandlung gilt nicht für Ideen, Konzepte, Methoden, Techniken und sonstiges für die Projektabwicklung bedeutsames Know-how sowie für Informationen, die der HAC bereits bekannt

sind oder ohne Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis bekannt werden.

3. Mitwirkung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber verpflichtet sich, die HAC zu unterstützen und in seiner Betriebssphäre alle zur ordnungsgemäßen Auftragsdurchführung notwendigen Voraussetzungen zu schaffen. Insbesondere hat er alle für die Auftragsdurchführung notwendigen oder bedeutsamen Unterlagen und Informationen rechtzeitig zur Verfügung zu stellen und alle für die Auftragsdurchführung bedeutsamen Vorgänge und Umstände mitzuteilen, auch wenn diese erst während der Tätigkeit der HAC bekannt werden. Der Auftraggeber schafft unentgeltlich alle Voraussetzungen im Bereich seiner Betriebssphäre, die zur ordnungsgemäßen Durchführung des Auftrags erforderlich sind.

Zu diesen Voraussetzungen zählen u.a., dass der Auftraggeber

- abschließbare Arbeitsräume für die Mitarbeiter der HAC einschließlich aller erforderlichen Arbeitsmittel (PC, Flipchart, Metaplan-Stellwände, Zubehör, Telefon mit Amtsleitung etc.) nach Bedarf ausreichend zur Verfügung stellt,
- eine Kontaktperson benennt, die den Mitarbeitern der HAC während der vereinbarten Arbeitszeit zur Verfügung steht; die Kontaktperson ist ermächtigt, Erklärungen abzugeben, die im Rahmen der Fortführung des Auftrags als Zwischenentscheidung notwendig sind.
- den Mitarbeitern der HAC jederzeit Zugang zu den für ihre Tätigkeit notwendigen Informationen beschafft und sie rechtzeitig mit allen erforderlichen Unterlagen versorgt,
- im Falle von Programmierarbeiten Rechnerzeit (incl. Operation), Textdaten und Datenerfassungskapazitäten rechtzeitig und in ausreichendem Umfang zur Verfügung stellt.

(2) Kommt der Auftraggeber diesen Obliegenheiten nicht nach, so kann die HAC ihm nach Ankündigung die entstehenden Kosten gesondert in Rechnung stellen.

4. Honorierung / Zahlungsbedingungen / Aufrechnung

(1) Das Entgelt für die Dienste der HAC wird nach den für die Tätigkeiten aufgewendeten Zeiten gem. den vereinbarten Stundenhonorarsätzen zzgl. Reisekosten und Spesen zzgl. MwSt. berechnet oder als Festpreis schriftlich im Vertrag bzw. Angebot vereinbart.

(2) Eine Aufrechnung gegen Forderungen der HAC auf Vergütung und Auslagenersatz ist nur mit unbestrittenen und rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

5. Feststellen der Auftragsbeendigung

(1) Die Gefahr einer von HAC fertiggestellten geistigen und/ oder körperlichen Werkleistung geht auf den Auftraggeber über, sobald der Auftraggeber die Leistung als vertragsgemäß entgegennimmt. Der Auftraggeber kann die Entgegennahme nur bei wesentlichen Mängeln bis zu deren Beseitigung verweigern; nimmt der Auftraggeber in Kenntnis solcher Mängel die Leistung ohne Vorbehalt entgegen, so wird HAC insoweit von der Gewährleistungspflicht frei.

(2) Die Leistungen der HAC sind erbracht, wenn die erforderlichen Analysen, die sich daraus ergebenden Schlussfolgerungen und die Empfehlungen erarbeitet und gegenüber dem Auftraggeber erläutert sind. Unerheblich ist, ob oder wann die Schlussfolgerungen oder Empfehlungen umgesetzt werden.



6. Gewährleistung und Haftung

a. Gewährleistung

(1) Ist die Leistung eines Werkvertrages mit einem von der HAC zu vertretenden Mangel behaftet, wird die HAC etwaige von ihr zu vertretende Mängel beseitigen, sofern ihr das mit vertretbarem Aufwand möglich ist.

(2) Der Auftraggeber hat etwaige Mängel unverzüglich schriftlich zu benennen, spätestens jedoch innerhalb drei Monaten nach Entgegennahme. Konnte eine Nachbesserung bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind sowohl gegenüber HAC als auch gegen deren Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen ausgeschlossen, soweit nicht vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln vorliegt. Schadensersatzansprüche aus positiver Vertragsverletzung verjähren in zwei Jahren nach Abnahme.

b. Haftungsbeschränkung

Schadensersatzansprüche des Auftraggebers sowie eines in den Schutzbereich des Vertrags einbezogenen Dritten aus § 635 BGB, aus positiver Vertragsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind sowohl gegenüber HAC als auch gegen deren Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen ausgeschlossen, soweit nicht vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln vorliegt. Schadensersatzansprüche aus positiver Vertragsverletzung verjähren in zwei Jahren nach Abnahme.

7. Treuepflicht

(1) Änderungsverlangen des Auftraggebers wird die HAC Rechnung tragen, sofern dies im Rahmen der Kapazitäten und im Rahmen der Aufwands- und Zeitplanung möglich ist. Sofern sich eine der Änderungen auf die Vertragsbedingungen auswirkt, vereinbaren Auftraggeber und HAC eine Anpassung des Vertrages, insbesondere auch über die Änderung der Honorierung und die Terminierung.

(2) Auftraggeber und HAC verpflichten sich zu gegenseitiger Loyalität. Dazu gehören insbesondere:

- Der Verzicht auf die Einstellung oder sonstige Beschäftigung (Auftrag auf eigene Rechnung) von Mitarbeitern der HAC, die im Rahmen der Auftragsdurchführung tätig waren oder im Zusammenhang damit bekannt geworden sind. Dieses Beschäftigungsverbot gilt für zwölf volle Monate über den Abschluss des Auftrags hinaus. Bei Nichteinhaltung beträgt der Schadensersatz mindestens ein Jahresgehalt des Mitarbeiters.
- Die Nichtweitergabe von Berichten, Plänen, Gutachten, Geschäftsinterna etc. an Dritte.
- Frühzeitige gegenseitige Information über Umstände, die die rechtzeitige oder ordnungsgemäße Vertragserfüllung zu behindern drohen.

8. Urheberrecht

(1) Die Ergebnisse der Untersuchung stehen dem Auftraggeber ausschließlich und uneingeschränkt für den verwaltungsinternen Gebrauch zur Verfügung. Der Auftraggeber darf die Arbeitsergebnisse und Projektergebnisse ohne die Mitwirkung der HAC für interne Zwecke weiterverarbeiten und verändern, soweit keine sinnentstellenden Ergebnisse daraus resultieren.

(2) Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die im Rahmen des Auftrags von der HAC gefertigten Berichte, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen

und Berechnungen nur für seine eigenen Zwecke verwendet werden. Soweit an den Arbeitsergebnissen der HAC Urheberrechte entstanden sind, verbleiben diese bei der HAC.

(3) Die Weitergabe und Veröffentlichung – auch auszugsweise – bedarf der vorherigen Zustimmung durch die HAC

(4) Der Auftraggeber genehmigt der HAC auftragsneutral (ohne Benennung des exakten Auftragsinhaltes) den Auftrag als Referenz in ihren Veröffentlichungen und auf ihrer Homepage zu veröffentlichen. Dies beinhaltet ebenfalls die Veröffentlichung mind. eines Objektfotos.

9. Höhere Gewalt

Die vertragliche Ausführungsfrist wird zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit verlängert, wenn HAC durch einen vom Auftraggeber zu vertretenden Umstand, durch Streik oder Aussperrung im Betrieb von HAC oder des Auftraggebers oder in einem unmittelbar für HAC oder den Auftraggeber arbeitenden Unternehmen, durch höhere Gewalt oder andere für HAC unabwendbare Umstände behindert wird. Sobald HAC über das Entfallen des Hindernisses Kenntnis erlangt, nimmt HAC die Arbeiten unverzüglich wieder auf.

10. Bindefrist des Angebotes / Vertragsdauer / Kündigung des Vertrages

(1) Die HAC hält sich an ihr Angebot drei Monate gebunden, soweit nichts anderes vereinbart ist.

(2) Der Auftraggeber kann einen Werkvertrag nach § 649 BGB jederzeit kündigen. Die im Rahmen eines Pauschalpreisvertrags bis zur Kündigung aufgewandte Zeit ist von HAC nach dem Stundensatz abzurechnen, der der Honorarermittlung für den Pauschalpreisvertrag zugrunde gelegt wurde, ggf. nach dem dort vereinbarten Stundensatz. Kündigt der Auftraggeber bereits vor Beginn der Leistungsausführung, erhält HAC in jedem Fall einen Pauschalbetrag in Höhe von 15 % der Auftragssumme.

(3) Die Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

11. Sonstiges

(1) Für alle Ansprüche aus dem Vertrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(2) Alle Vereinbarungen, die zwischen dem Auftraggeber und HAC hinsichtlich dieses Vertrages getroffen werden, sind in diesem Vertrag schriftlich niedergelegt; Ergänzungen und Nebenabreden wollen Auftraggeber und HAC zum Zwecke der Dokumentation ebenfalls schriftlich niederlegen.

(3) Soweit der Auftraggeber Kaufmann i.S. des HGB, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, ist Düsseldorf ausschließlicher Gerichtsstand für alle sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten.

(4) Sollte eine Bestimmung in diesen Beratungsbedingungen oder eine sonstige Parteivereinbarung unwirksam sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen nicht berührt.