



Giancarlo Bethke

Öffentlich bestellt und vereidigter
Sachverständiger für Wirtschaftlich-
keitsberechnungen von Hotel- und
Gaststättenbetrieben (IHK)

SACHVERSTÄNDIGENGUTACHTEN

als Hotelmarkt- und Potentialanalyse

mit

Wirtschaftlichkeitsberechnung

für

einen Hotelstandort

in der

Stadt „Bergisch Gladbach“

Sachverständigenbüro

Giancarlo Bethke

Gesellschaft für Sachverständigentä-
tigkeit und Unternehmensberatung

Geschäftsführender Gesellschafter
Giancarlo Bethke, M.B.C.

Gläubiger-ID: DE49ZZZ00000923788

Standort Berlin
Werderstraße 1
12103 Berlin
Tel.: 030 - 857 317 20
Fax: 030 - 850 750 82

Standort Brandenburg
Oderstraße 80a
14523 Teltow
Tel.: 03328 - 94 72 50
Fax: 03328 - 47 70 73

Standort Hamburg
Grote Wisch 25
22927 Hamburg - Großhansdorf
Tel.: 04102 - 205 18 35
Fax: 040 - 65 99 28 37

Email: info@hotel-valuation.de
Web: www.hotel-valuation.de

Finanzamt Berlin-Wilmersdorf
Steuernummer 24/227/62012

Bankverbindung
Targobank Berlin
IBAN DE12 3002 0900 1007 7021 10
BIC / Swift CMCIDEDD

Mitgliedschaften
BVFS e.V. • BDU e.V. • BRSI e.V. •
Industrie- und Handelskammer zu
Berlin e.V. • Verband der vereidigten
Sachverständigen e.V. Berlin und
Brandenburg • Hotel- und Gaststät-
tenverband Berlin und Umgebung e.V.

Stand: 15. September 2017

Ausfertigung Nr. 1 von 4

Dieses Gutachten besteht aus insgesamt 63 Seiten. Hierin sind 4 Anlagen mit insgesamt 9 Seiten enthalten. Das Gutachten wurde vereinbarungsgemäß in 4 Ausfertigungen erstellt, davon eine für unsere Akten.



Inhaltsverzeichnis

1.	Allgemeine Angaben zur Auftragsdurchführung	3
1.1	Vorgang und Auftragserteilung	3
1.2	Verwendete Unterlagen und Vorgehensweise.....	4
2.	Touristischer Makrostandort „Bergisch Gladbach“	6
2.1	Verkehr und Erreichbarkeit	6
2.2	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	8
2.3	Fremdenverkehrsrelevante Faktoren	11
3.	Mikrostandort - Vorstellung der zu untersuchenden Standorte	14
3.1	Standort I – Innenstadtlage (Nähe S-Bahn- und Busbahnhof).....	14
3.2	Standort II – Innenstadtlage (Nähe S-Bahn- und Busbahnhof)	15
3.3	Standort III – Innenstadtlage (Nähe Stadtzentrum)	17
4.	Beherbergungsmarkt- und Wettbewerbsanalyse	18
4.1	Kapazitätsanzahl der Beherbergungsbetriebe.....	18
4.2	Angebotsstruktur der bestehenden Betriebstypen.....	21
4.3	EXKURS: Angebotssituation im Bewertungsstandort	22
4.4	Zukünftige Angebotsentwicklung in der Bewertungsregion	24
4.5	Bestehende Nachfragestruktur	26
4.6	Fazit – „Beherbergungsmarkt- und Wettbewerbsanalyse“	30
5.	Nachfragesegmente und Entwicklungsperspektiven	31
5.1	Fortbildungen, Tagungen und Kongresse	31
5.2	Geschäftsreisende	32
5.3	Privatreisende	33
5.4	Fazit – Potentielle Nachfragesegmente.....	34
6.	Prüfung von alternativen Hotelkonzepten	35
6.1	Variantenprüfung im Ausschussverfahren	35
6.2	Preissegment	35
6.3	Sterne-Kategorien.....	36
6.4	Marktsegmente	37
6.5	Betriebsarten	38
6.6	Zwischenergebnis: Mögliche Szenarien der Projektentwicklung	39
6.6.1	Szenario I – Mittelständisches Stadthotel im 3*-Sterne-Standard.....	39
6.6.2	Szenario II – Stadthotel im 3*-Sterne-Plus-Standard mit Seminarkapazitäten	40
6.6.3	Szenario III - Seminarhotel im 4*-Segment	40
6.7	Bewertung der Entwicklungsszenarien – Nutzwertanalyse	41
6.8	Fazit – Untersuchung des erfolgversprechendsten Hotelkonzeptes.....	41



7.	Rentabilitätsplanung.....	43
7.1	Erläuterungen zur Vorgehensweise.....	43
7.2	Prognose der möglichen Umsatzerlöse	45
7.2.1	Erläuterungen zu Begrifflichkeiten	45
7.2.2	Prognose der zukünftigen Logisumsätze	46
7.2.3	Prognose der zukünftigen Gastronomieumsätze	47
7.3	Prognose der betriebsbedingten Aufwendungen	47
7.4	Prognose der anlagebedingten Aufwendungen	48
7.4.1	Betreiberrechnung.....	49
7.4.2	Investorrechnung.....	50
8.	Zusammenfassende Bewertung	51
9.	Bestätigungsvermerk.....	53
10.	Anlagen	54
10.1	Mikrostandort – Potentielle Hotelstandorte „Bergisch Gladbach“	54
10.2	Beispielrechnung für ein 100 Zimmer-Hotel (im Normaljahr).....	55
10.3	Literaturverzeichnis	56
10.4	Allgemeine Bewertungsbedingungen.....	58



1. Allgemeine Angaben zur Auftragsdurchführung

1.1 Vorgang und Auftragserteilung

Auftraggeberin	Stadtentwicklungsbetrieb Bergisch Gladbach - AöR - Wirtschaftsförderung und Tourismus - Rathaus Bensberg 51429 Bergisch Gladbach
Auftragserteilung am	17. Juli 2017
Gutachtenverfasser	Herr Giancarlo Bethke (M.BC.) <ul style="list-style-type: none">- Öffentlich bestellt und vereidigter Sachverständiger für Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Hotel- und Gaststättenbetrieben (IHK)- Sachverständiger für Unternehmensbewertung und –beratung für Betriebe des Hotel- und Gaststättengewerbes (BVFS)- Sachverständiger für die Bewertung von Gastronomieeinrichtungen (BVFS)- Unternehmensberater (BDU)
Aufgabenstellung	<p>Ziel der Studie ist vorrangig die Beantwortung jener Fragen, die potentielle Investoren und Betreiber hinsichtlich eines Hotelprojektes stellen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Welche Struktur und Besonderheiten weist der Hotelmarkt auf?- Welche Auslastung erreichen die Hotels aktuell?- Ist das bestehende Beherbergungs- und Hotelangebot zeitgemäß und ausreichend?- Welche Kategorien werden aktuell von den Hoteliers angeboten und wie groß sind die Kapazitäten?- Welche Einflüsse haben Stadtplanung und Stadtentwicklung auf den Hotelmarkt?- Wie stellt sich die Tourismus-, Kongress- und Geschäftsreisenachfrage dar?- Woher kommen die Gäste und wie lange verweilen sie?- Welche Preis- und Qualitätssegmente werden von den Gästen bevorzugt?



- Welche Serviceeinrichtungen muss ein neues Hotel vorhalten?
- Welche Entwicklungsperspektiven haben die einzelnen Gästesegmente und welche Potentiale bieten sie für den Hotelmarkt?
- Lässt sich aus dieser Marktlage der Bedarf nach neuen Hotels ableiten?
 - o Falls ja, behindern fehlende Hoteleinrichtungen möglicherweise die Entwicklung des Tourismus?
- Welche Handlungsempfehlungen bzgl. der Planung von Hotelneubauten (Konzepte, Kategorien, Preissegmente) sind aus den Erkenntnissen über den Hotelmarkt abzuleiten?

1.2 Verwendete Unterlagen und Vorgehensweise

Dem Sachverständigen wurden folgende Arbeitsunterlagen zur Verfügung gestellt bzw. wurde im Wesentlichen von den folgenden Institutionen Auskunft erteilt:

- Stadt Bergisch Gladbach (Wirtschaftsförderung),
- Tourismus NRW e.V. (www.nrw-tourismus.de),
- IT.NRW (<https://www.it.nrw.de/index.html>),
- Tourismus Köln (<http://www.koeln.de/tourismus> und <https://www.koelntourismus.de/>),
- Fremdenverkehrsamt Bergisch Gladbach (<https://www.fremdenverkehrsamt-bergisch-gladbach.html>),
- DEHOGA NRW (<https://www.dehoga-nrw.de/>),
- IHK Köln (<https://www.ihk-koeln.de/>),
- Diverse Betriebe und Institutionen durch Befragung.

Weitere Grundlagen für die Ermittlung waren:

- Ergebnisse der Besichtigung und Bewertung des Makro- und des Mikrostandorts,
- Betriebsvergleiche des bundesdeutschen Hotel- und Gaststättengewerbes,
- Allgemeine und statistische Informationen zum touristischen Sachgebiet, dem Bundesland NRW, den relevanten Kreisen und der Stadt Bergisch Gladbach,



- Literatur- und Internetrecherchen,
- Erfahrungswerte aus ähnlich gelagerten Beratungsvorgängen bzw. Beratungsvorgängen im selben Markt.

Vorgehensweise

Zunächst wurde eine Analyse des touristischen Makrostandortes NRW, der Stadt Köln, Bergisch Gladbach und der umliegenden Kreise durchgeführt. Hierauf erfolgte eine eingehende Analyse des statistischen Datenmaterials, eine ausführliche Standortbewertung und vertiefende Gespräche und Telefoninterviews mit relevanten touristischen Einrichtungen (beispielfhaft dem Tourismus NRW e.V., DEHOGA NRW, Tourismus Köln sowie Hotelbetreiber in Köln und Umgebung). Die internen Unterlagen aus anderen Beratungsmandaten sind Grundlage der hier angestellten Untersuchung. Darüber hinaus sind die Marktverhältnisse und die konjunkturelle Entwicklung ähnlicher Beherbergungsbetriebe bekannt.

Als Stichtag wurde auftragsgemäß der 01. Juli 2017 angenommen. Dieses Gutachten wurde nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet. Die Zahlen und Angaben wurden auf der Grundlage der erteilten Informationen unter der Annahme bestimmter zukünftiger Verhältnisse ermittelt, jedoch unter Ablehnung jeglicher materieller Haftung. Wie bei, auf Marktdaten basierenden Untersuchungen üblich, gelten die Feststellungen nur für eine begrenzte Zeit. Danach sind sie naturgemäß an den neuen Gegebenheiten anzupassen.

Das Gutachten umfasst 63 Seiten und darf von der Auftraggeberin nur als Ganzes und nicht zu Werbezwecken an Dritte weitergegeben werden.



2. Touristischer Makrostandort „Bergisch Gladbach“

Die Stadt „Bergisch Gladbach“ liegt im Westen des Rheinisch-Bergischen Kreises, im Bundesland Nordrhein-Westfalen (folgend auch NRW) und grenzt an die Kölner Bucht. Dem Rheinisch-Bergischen Kreis gehören 8 Städte und Gemeinden mit insgesamt 282.729 Einwohnern bzw. einer Gesamtfläche von rd. 437,57 km² an. Innerhalb des Rheinisch-Bergischen Kreises ist die Kreisstadt Bergisch Gladbach von der Einwohnerzahl mit rd. 112.696 Einwohnern und flächenmäßig mit 83,12 km² die größte Stadt¹. Die Stadt entstand in Ihrer jetzigen Größe durch eine Gebietsreform im Jahre 1975, bei der mehrere kleinere, eigenständige Städte eingemeindet wurden. 1977 konnte so erstmals die > 100.000 Einwohner Grenze durchbrochen werden. Die Stadt Bergisch Gladbach vermarktet sich als Naherholungsziel für aktive, naturnahe Touristen. Zusätzlich wird mit Kultur, Architektur und kulinarischem geworben.

2.1 Verkehr und Erreichbarkeit

PKW

Im Norden führt die A1 durch den Rheinisch-Bergischen Kreis mit Anschlussstellen in Burscheid und Wermelskirchen. In Rös-rath liegt eine Halbanchlussstelle mit einer Auffahrt zur A3 Richtung Köln und einer Abfahrt aus Köln. Die A4 durchquert den Kreis in Ost-West-Richtung mit Anschlussstellen in Bergisch Gladbach und Overath.



¹ Vgl. <https://exporo.de/standortanalyse?page=1>; Zugriff am 16.08.2017.



Bahn

Vom Bahnhof Bergisch Gladbach in die Stadtmitte „Köln’s“ verkehrt die S-Bahn Linie 11 unter der Woche im 20-Minuten-Takt bzw. am Wochenende im 30-Minuten-Takt und weiter linksrheinisch über Neuss zum Flughafen Düsseldorf². Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2023 wird die S-Bahn in den Hauptverkehrszeiten im 10-Minuten-Takt fahren. Ein zweiter Haltepunkt besteht in Duckterath. Die Stadtbahnlinie 1 fährt vom U-Bahnhof Bensberg über den Neumarkt in Köln nach Köln-Weiden.



Flugzeug

Die Stadt Bergisch Gladbach ist per Pkw vom Flughafen Köln / Bonn in knapp 30 Minuten zu erreichen, wobei die Strecke zwischen 14,5 km (über Grengeler Mauspfad) und 21,2 km (über A59) variiert. Das entspricht einem Taxipreis von etwa 34,00 €. Mit der S-Bahn bzw. der Regionalbahn beträgt die Fahrzeit derzeit noch etwa 40 Minuten, wobei 1-mal in Köln umgestiegen werden muss³. Der Flughafen Düsseldorf liegt in etwa 50 km Entfernung. Im günstigsten Fall beträgt die Fahrzeit mit dem Pkw rd. 55 Minuten über die A3. Mit der S-Bahn und der Regionalbahn benötigt man im günstigsten Fall ca. 1 ¼ Std. vom Flughafen Düsseldorf nach Bergisch Gladbach.

² Vgl. <https://fahrplan-bus-bahn.de/nrw/bergisch-gladbach>; Zugriff am 14.08.2017.

³ Vgl. <https://www.trainline.de/bahn-fahrplan/bergisch-gladbach-nach-koln-bonn-flughafen>; Zugriff am 27.08.2017.



Busverkehr

Eine weitere direkte Verbindung nach Köln besteht mit dem Schnellbus vom Bensberger Busbahnhof zum Kölner Hauptbahnhof. Der Busbahnhof am S-Bahnhof in der Stadtmitte und der Bensberger Busbahnhof dienen als zentrale Knoten- und Umsteigepunkte sowohl von den Buslinien zur S-Bahn bzw. Stadtbahn als auch zwischen den Buslinien untereinander. Der Busverkehr in Bergisch Gladbach und Umgebung wird von zwei verschiedenen Unternehmen, dem Kraftverkehr Wupper-Sieg und der Regionalverkehr Köln, durchgeführt. Es gilt der Tarif des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg. Die Stadtverkehrsgesellschaft Bergisch Gladbach ist der zuständige Aufgabenträger für den ÖPNV in Bergisch Gladbach⁴.

2.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Einwohner / Bewohner

Zurzeit leben rd. 112.696⁵ Menschen in Bergisch Gladbach. Mit dieser Einwohnerzahl ist Bergisch Gladbach eine kleine Großstadt und gleichzeitig die größte Stadt des Rheinisch-Bergischen Kreises⁶.

Stadt insgesamt (darunter)	112.696	100,0 %
Frauen	58.218	51,7 %
Ausländer	12.275	10,9 %
davon im Alter		
unter 18 Jahre	18.553	16,5 %
18 bis unter 30 Jahre	13.564	12,0 %
30 bis unter 65 Jahre	53.420	47,4 %
65 Jahre und älter	27.159	24,1 %
davon		
römisch-katholisch	44.911	39,9 %
evangelisch	21.253	18,9 %
sonstige (einschl. Personen	46.532	41,3 %
davon		
Verheiratet*	51.988	46,1 %
ledig	43.297	38,4 %
Verwitwet*	8.151	7,2 %
Geschieden*	9.260	8,2 %

⁴ Vgl. <https://www.bergischgladbach.de/stadtverkehrsgesellschaft.aspx>; Zugriff am 08.08.2017.

⁵ Vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Bergisch_Gladbach; Zugriff am 03.09.2017

⁶ Einwohnerdatei vom 31.12.2016, *einschl. Lebenspartnerschaft.



Beschäftigungssituation

Im August 2017 lag die Arbeitslosenquote in der Stadt „Bergisch Gladbach“ bei 6,2%.⁷ Das bedeutet konkret, dass für den gesamten Rheinisch-Bergischen-Kreis ca. 8.970 Menschen arbeitslos gemeldet waren, für die Stadt Bergisch Gladbach alleine rd. 4.106. Damit liegt die Stadt Bergisch Gladbach im Vergleich leicht über der Bundesarbeitslosenquote von 5,7%. Betrachtet man jedoch die Arbeitslosenquote innerhalb NRW's, welche im August 2017 bei 7,5% lag, liegt die Stadt Bergisch Gladbach unterhalb.

Wirtschaftsstruktur

Die Wirtschaft in Bergisch Gladbach besteht überwiegend aus klein- und mittelständischen Betrieben, wovon sich im Gewerbegebiet TechnologiePark Bergisch Gladbach auf einer Fläche von 13,0 ha etwa 140 Unternehmen mit rd. 2.300 Mitarbeitern angesiedelt haben. Wirtschaftsschwerpunkte sind die Metall-, Papier- und Druckindustrie sowie Maschinen- und der Fahrzeugbau⁸. Es gibt auch einige große Unternehmen, wie die Firma Miltenyi Biotec mit rd. 1.000 Mitarbeitern am Standort, die für seine Instantprodukte wie Instant-Tee und Kaffee kapseln bekannte Firma Krüger mit rd. 1.250 Mitarbeitern am Standort.

Als weitere große Arbeitgeber wären noch das Marienkrankenhaus mit rd. 700 Mitarbeitern, das Evangelische Krankenhaus, das Vinzenz Pallotti Hospital und die Firma Papierfabrik Zanders mit 500 Mitarbeitern zu nennen.⁹ Es muss erwähnt werden, dass aufgrund der räumlichen Nähe zur Wirtschaftsregion Köln, unternehmerische Nachfrage von Köln nach Bergisch Gladbach getragen wird. So kommt z.B. die Hotellerie Köln's zu Messezeiten schnell an Ihre Kapazitätsgrenze und Messebesucher müssen ins nahegelegene Umland ausweichen. Die Strecke Bergisch Gladbach – Messengelände Köln dauert mit der S-Bahn 11 etwa 20 Minuten; es handelt sich um eine Direktverbindung.

⁷ Vgl. <http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Themen/Statistik-nach-Themen-Nav.html>; Zugriff 03.08.2017.

⁸ Vgl. <https://exporo.de/standortanalyse?page=1>; Zugriff am 14.08.2017.

⁹ Vgl. <http://www.ksta.de/region/rhein-berg-oberberg/-groesste-unternehmen-in-rhein-berg-sote-23319930-seite9>; Zugriff 03.08.2017.



Einkaufsmöglichkeiten

Bergisch Gladbach spielt aufgrund der Nähe zur Stadt „Köln“ naturgemäß für „Shopper“ eine untergeordnete Rolle, da man die Innenstadt Köln's bequem in 20 Minuten per S-Bahn erreichen kann. Zur Fahrplanänderung im Dezember 2023 soll die S-Bahn in den Hauptverkehrszeiten im 10-Minuten-Takt fahren. Dennoch verfügt auch Bergisch Gladbach über zwei Einkaufszentren (namentlich die RheinBerg Galerie mit etwa 50 Geschäften und einem großen Parkhaus sowie das ca. 8.500 m² große Löwen Center und der Rhein-Berg-Passage). Zusätzlich zu den Geschäften in den Passagen gibt es einen Elektronik Fachmarkt, eine Obi-Filiale sowie die üblichen Einzelhändler und Discounter.

Tourismus

Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftszweig für die Stadt Bergisch Gladbach und für den Rheinisch Bergischen Kreis insgesamt. Geworben wird mit „einer Landschaft, die zur Erholung“ einlädt. Insbesondere zu erwähnen sind hier die zwei Fernwanderwege der „Bergische Weg“, der „Bergische Panoramasteig“ sowie die „Bergischen Streifzüge“. Auch stellt sich der gesamte Kreis als Ziel für Genießer da, weil sich die Region insgesamt „8 Michelin Sterne“, aufgeteilt in 4 Restaurants, „erkoht“ hat und somit die typisch Bergische Küche zum Aushängeschild für die Region wurde. Auch gibt es mehrere, spektakulär in die Natur eingebettete Golfanlagen, eine rege Kulturszene, sowie etliche Schlösser, Burgen und Kirchen, die besichtigt werden können. Im Jahr 2016 gab es im Rheinisch Bergischen Kreis insgesamt 218.789 Gäste und 521.032 Übernachtungen¹⁰. Nur etwa 10% dieser Gäste sind Ausländer.

Im gleichen Jahr verzeichnete Bergisch Gladbach ein Übernachtungsgästaufkommen von 83.071 Personen und eine Anzahl von 166.925 Übernachtungen insgesamt. Damit ergibt sich im Vergleich zum Vorjahr in der Stadt Bergisch Gladbach ein Gästehausplus von 8,9%, verglichen mit einem Übernachtungsplus von immerhin noch 5,9%. Diese Übernachtungsgäste verteilen sich im gesamten Kreis auf 77 geöffnete Betriebe mit insgesamt 3.688 Betten und 70 Campingplatzstellplätzen bzw. in der Stadt Bergisch Gladbach auf 18 geöffnete Betriebe mit insgesamt 1.181 angebotenen Betten¹¹.

¹⁰ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 21.08.2017.

¹¹ Zahlenmaterial teilweise vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt.



Der positive Trend bei den Übernachtungszahlen zeichnet sich schon seit einigen Jahren ab, ist jedoch im Jahresvergleich 2015 und 2016 besonders deutlich ausgefallen. Es gibt keine verlässlichen Zahlen dazu, wie viele Beschäftigte in Bergisch Gladbach bzw. im Rheinisch Bergischen Kreis genau in der Tourismusindustrie arbeiten, folgt man jedoch den Zahlen für das Bundesland NRW insgesamt, bedeutet das, dass etwa 6,34% aller Arbeitsplätze auf die direkt und indirekt im Tourismus beschäftigten zurückfallen¹².

Fazit

Es liegen erkennbar wirtschaftliche Nachfragefaktoren für die touristische Branche der Stadt Bergisch Gladbach bzw. des Rheinisch Bergischen Kreis vor, jedoch ist die Nähe zu dem Messegelände in Köln der Faktor, der für zukünftige Planungen das größte Augenmerk verdient¹³.

2.3 Fremdenverkehrsrelevante Faktoren

Die Stadt Bergisch Gladbach präsentiert sich unter der Domain www.bergischgladbach.de vollumfänglich und verschafft so einen guten Überblick über die verschiedenen Bereiche, mit denen sich die Stadtverwaltung befasst. Gegenstand des Internetauftrittes ist u.a. die Förderung des Tourismus, des Geschäftsreiseverkehrs, Förderung von Veranstaltungen, Messen, Tagungen und Kongressen sowie die Information der Bewohner und Touristen Bergisch Gladbachs und sonstigen interessierten und Reisenden.

Wahrzeichen

Das als „Affenfelsen“ vom Architekten Gottfried Böhm erbaute Rathaus im Stadtteil Bensberg kann als eines der Wahrzeichen der Stadt Bergisch Gladbach bezeichnet werden. Auch das älteste Bauwerk der Stadt und des Rheinisch-Bergischen Kreises insgesamt ist die Taufkirche Refrath sowie das Bethanien Kinder- und Jugenddorf ehenswert. Sehr bekannt ist das Schloss Bensberg, welches schon von Johann Wolfgang von Goethe beschrieben wurde¹⁴.

¹² Vgl. <https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2014/04/Tourismus-NRW-Zahlen-Daten-Fakten-2017.pdf>

¹³ Vgl. AHGZ, Nr. 36, 09.09.2017, 117. Jahrgang, S. 12.

¹⁴ Vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Bergisch_Gladbach Zugriff am 07.09.2017



Museen	Neben den benannten Bauwerken verfügt die Stadt Bergisch Gladbach über insgesamt 5 Museen (das Papiermuseum Alte Dombach, das Bergische Museum für Bergbau, Handwerk und Gewerbe, das Schulmuseum Bergisch Gladbach–Sammlung Cüppers und das Kindergartenmuseum Nordrhein-Westfalen). Zusätzlich enthält die Villa Zanders eine integrierte städtische Galerie ¹⁵ .
Gastronomie	Zwei Restaurants in der Stadt Bergisch Gladbach bekamen in der Vergangenheit Auszeichnungen des Restaurantführers „Gault-Millau“. Beide wurden auch mit Michelin-Sternen ausgezeichnet.
Bildung	Nebst den üblichen Grundschulen, Hauptschulen, Realschulen zwei Gesamtschulen und fünf Gymnasien gibt es in der Stadt Bergisch Gladbach zwei weiterführende Berufskollegs. Eines der Berufskollegs deckt den kaufmännischen Bereich ab, das zweite Kolleg befasst sich mit Ernährung, Hauswirtschaft, Gestaltung, Sozial und Gesundheitswesen sowie Technik. Darüber hinaus gibt es in Bergisch Gladbach die FHDW (Fachhochschule der Wirtschaft), eine private Hochschule, die zu den besten in Deutschland zählt und in der berufsbegleitende Bachelor- und Masterstudiengänge angeboten werden. ¹⁶ Das bib International College bietet Bachelor Abschlüsse in den Bereichen Informatik, Game, Mediendesign oder Wirtschaft an. ¹⁷
Messen / Kongresse	Die nahegelegene Stadt „Köln“ ist eine Messestadt. Das gesamte Jahr und mitten im größten Wirtschaftsraum Europas angesiedelt, verfügt die Messe Köln über das fünftgrößte Messegelände der Welt. Für Messen, Kongresse, Tagungen und Events steht eine Hallenausstellungsfläche von 284.000 qm, verteilt auf 11 Hallen mit flexiblen Raumkonzepten und ein Freigelände von 100.000 qm zur Verfügung. Zentral in der City gelegen, kann das Gelände der Messe Köln in Köln-Deutz mit optimaler Verkehrsanbindung und eigenem Bahnhof aufwarten ¹⁸ .

¹⁵ Vgl. <http://tourismus.meinestadt.de/bergisch-gladbach/museum>; Zugriff am 07.08.2017

¹⁶ Vgl. <https://www.bergischgladbach.de/schulen-in-bergisch-gladbach.aspx>; Zugriff am 22.08.2017.

¹⁷ Vgl. <https://www.bergischgladbach.de/weitere-bildungseinrichtungen.aspx>; Zugriff am 07.09.2017.

¹⁸ Vgl. <http://www.koelnmesse.de/Koelnmesse/Hallen-und-Gelaende/index.php>; Zugriff am 24.08.2017.



Die „Koelnmesse“ ist eine der führenden internationalen Messegesellschaften und ein wichtiges Wirtschaftsförderungsinstrument für die Stadt und das Land NRW. Insgesamt rund 45.000 ausstellende Unternehmen und über 2,5 Millionen Besucher nehmen an den in unterschiedlichem Turnus stattfindenden Messen und Ausstellungen des Konzerns teil. 60 % der Aussteller und ein Drittel der Besucher kommen aus dem Ausland zur Messe Köln. Viele Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Köln gelten weltweit als der führenden Branchenplattform.

Zu den Weltleitmessen¹⁹ zählen zum Beispiel die Anuga, photokina, World of Imaging, die Internationale Süßwarenmesse ISM und die Internationale Möbelmesse IMM cologne. Seit 2013 findet auch die Weltleitmesse für Fitness, Gesundheit und Wellness FIBO auf dem Kölner Messegelände statt. Vergleichsweise neu im Programm der Messe Köln sind die dmexco (digital marketing) und gamescom (interaktive Spiele) sowie die Eigenveranstaltungen coffeena (Kaffeemesse), die ConLife zum Thema vernetztes Leben, die PerMediCon (Personalisierte Medizin) und die Küchenmesse LivingKitchen²⁰. Zusätzlich werden durchschnittlich jedes Jahr rund 6 kleinere Fachmessen an verschiedenen Orten in Bergisch Gladbach veranstaltet.

Fazit

Am Standort Bergisch Gladbach ist der Faktor Tourismus nicht zu vernachlässigen, jedoch ist das Potential welches sich aus der Kölner Messe mit seiner Vielzahl an Besuchern ergibt das Segment, welches am genauesten betrachtet werden muss und aktuell erkennbar die größten Chancen in sich birgt.

¹⁹ Vgl. <http://www.koelnmesse.de/Koelnmesse/Messen-und-Veranstaltungen/Messen-in-Koeln/index.php>; Zugriff am 11.08.2017.

²⁰ <http://www.expodatabase.de/messetermine-deutschland/nordrhein-westfalen/koeln/>; Zugriff am 07.09.2017 i.V.m. AHGZ, Nr. 36, 09.09.2017, 117. Jahrgang, S. 12.

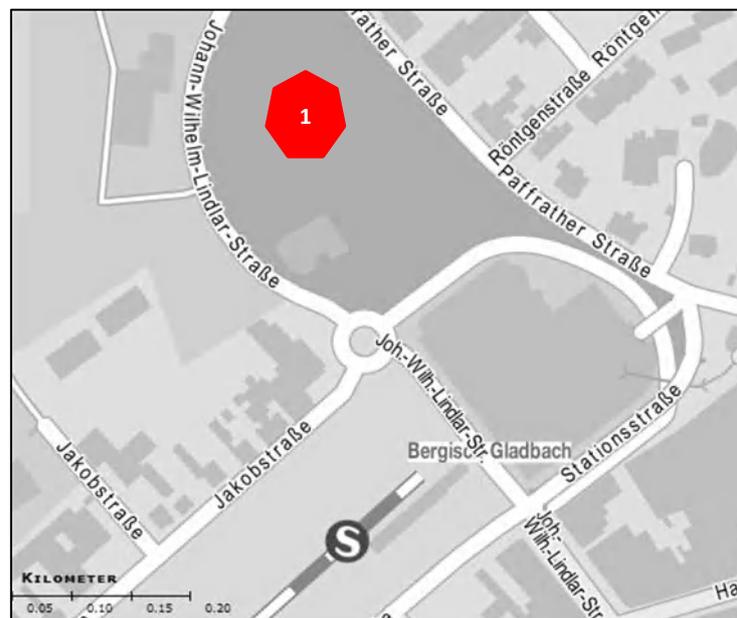


3. Mikrostandort - Vorstellung der zu untersuchenden Standorte

Für diese Untersuchung wurden dem Sachverständigen durch die Auftraggeberin 3 mögliche unterschiedliche Standorte für eine Hotelentwicklung genannt. Im Folgenden werden die Standorte kurz auf Lageplänen dargestellt, allgemein vorgestellt und basierend auf den folgenden Untersuchungsergebnissen als Hotelstandort eingeordnet. Aufgrund der innerstädtischen Nähe der Standorte zueinander sowie zum Stadtzentrum, Bahnhof mit Busbahnhof und verkehrlichen Anbindung über Autobahnen sind erste Wettbewerbsvorteile zunächst nicht zwingend zu identifizieren. Die Entfernung zwischen dem ersten vorgestellten Standort und dem zweiten beläuft sich auf maximal 200m. Die Entfernung zum dritten vorgeschlagenen Standort beläuft auf rd. 600 bzw. 700m voneinander.

3.1 Standort I – Innenstadtlage (Nähe S-Bahn- und Busbahnhof)

Auf dem ehemaligen Gelände der Kalköfen Cox, eingebunden von der Paffrather Straße und Johann-Wilhelm-Lindlar-Straße ist der erste potentielle Hotelstandort. Beide Straßen folgend erreicht man in kurzer Fahrzeit oder auch fußläufig den Konrad-Adenauer-Platz, das Stadtzentrum der Stadt „Bergisch Gladbach“.





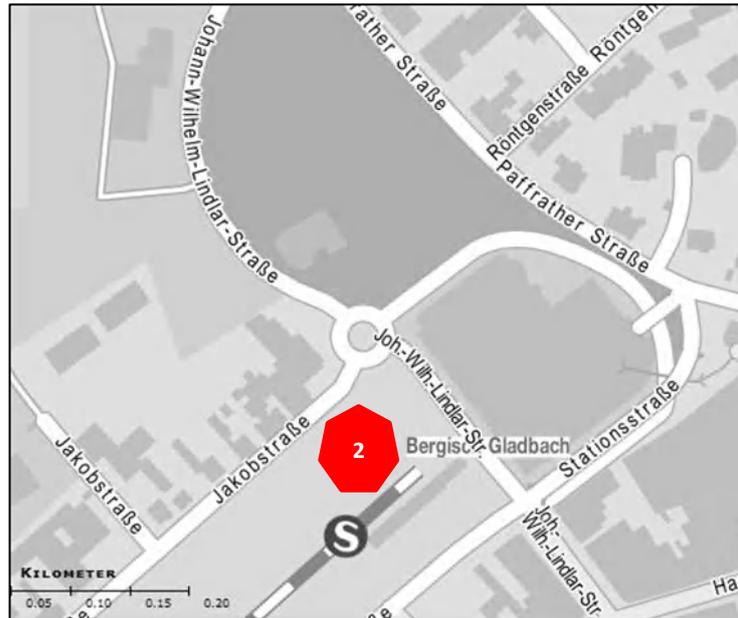
Die Anbindung an den Busbahnhof bzw. die S-Bahnstation „Bergisch Gladbach“ ist aufgrund der fußläufigen Nähe als sehr gut anzusehen. Die Anbindung an die wichtigsten Ausfallstraßen zu potentiellen Nachfragegeneratoren (z.B. ansässige Unternehmen mit Pkw oder als Messebesucher aus Köln mit der S-Bahn anreisend) ist gegeben.



Das direkte Umfeld ist aufgrund des umlaufenden Straßenverlaufs, insbesondere als gewerblich geprägt zu bezeichnen. Naturgemäß weisen bisher nicht entwickelte Standorte Defizite beim direkten Umfeld aus touristischer Sicht auf. Aktuell ist, wie erkennbar die gesamte Fläche als Grünanlage in Nutzung und müsste demnach einer Gesamtkonzeption des Areals unterliegen (derzeit ist ein neuer B-Plan in Aufstellung). Über die Paffrather Straße fährt der Nahverkehr der Linien 431,433, 434, 435, 437 und N41.

3.2 Standort II – Innenstadtlage (Nähe S-Bahn- und Busbahnhof)

Der zweite potentielle Hotelstandort befindet sich, wie erwähnt ebenfalls in direkter Nähe zum S-Bahnhof Bergisch Gladbach und dem Busbahnhof. Eingebunden von der Jakobstraße und Johann-Wilhelm-Lindlar-Straße nordwestlich des S-Bahnhofs ist der Standort als klassischer „Standort für ein Bahnhofshotel“ anzusehen. Die Anbindung an das bestehende Verkehrsnetz (innerhalb der Stadt Bergisch Gladbach als auch nach Köln) ist wie zuvor gegeben.



Wie erwähnt weisen bisher nicht oder nur teilweise entwickelte Standorte Defizite beim direkten Umfeld aus touristischer Sicht auf, wobei z.B. Parkmöglichkeiten und Geschäfte des täglichen Bedarfs in Bahnhofnähe vorhanden sind. Die Jakobstraße ist insbesondere durch angesiedelte Kleingewerbetreibende geprägt.

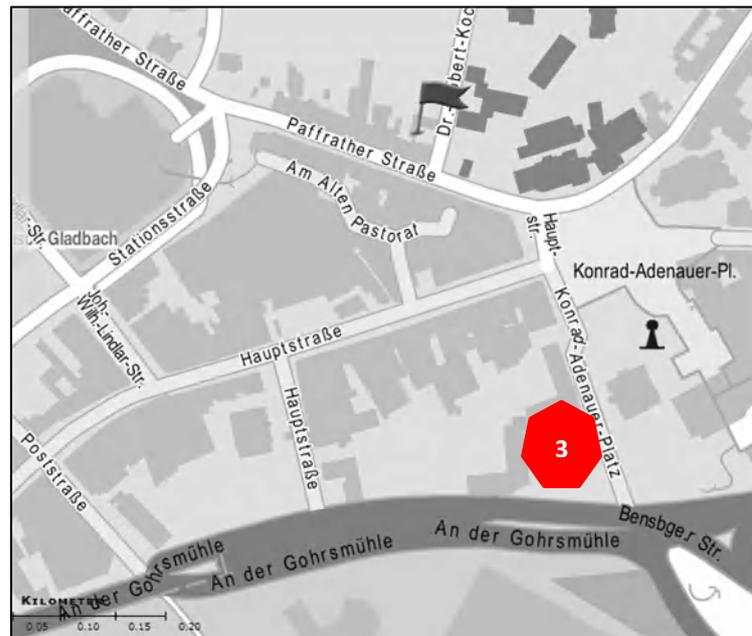


Am gegenüberliegenden Grundstück der Johann-Wilhelm-Lindlar-Straße befindet sich ein großer Marktkauf SB-Laden. Das Grundstück wird aktuell als Lagerfläche verwendet und ist bisher nicht erkennbar erschlossen bzw. entwickelt.



3.3 Standort III – Innenstadtlage (Nähe Stadtzentrum)

Der Dritte potentielle Hotelstandort befindet sich in der Verlängerung der Jakobstraße, die zur „An der Gohrsmühle“ wird und grenzt an der Straße „Konrad-Adenauer-Platz“.



Der Standort befindet sich näher am Stadtzentrum „Bergisch Gladbach“ mit direkter Anbindung an Bensberg über die Benschberger Straße. Aktuell beherbergt das bebaute Grundstück mit Parkmöglichkeiten das Stadthaus Bergisch Gladbach.





4. Beherbergungsmarkt- und Wettbewerbsanalyse

Ausgangspunkt bei der Projektentwicklung für einen Beherbergungsbetrieb ist die detaillierte Analyse der Markt- und Wettbewerbsbedingungen am Bewertungsstandort. Durch die Identifizierung und Würdigung der bestehenden Angebotssituation mit den festgestellten Bedürfnis- und Nachfragepotentialen, kann die nachhaltig erfolgreichste Betriebskonzeption abgeleitet werden.

Die durch die angefragten Institutionen erhaltenen Informationen zur Situation des Beherbergungsmarktes, **werden aufgrund des erwähnten direkten touristischen Zusammenhangs für den Bewertungsstandort, für die gesamte Region „Wirtschaftsraum Köln“ und den angrenzenden touristisch erfassten Teilregionen dargestellt.** Da aus Sicht des Sachverständigen der „Rhein-Erft-Kreis“ ebenfalls eine starke Wettbewerbsposition gegenüber den Bewertungsstandort im Zusammenhang mit Nachfrageüberhängen der Stadt „Köln“ aufweist, wurde dieser vervollständigend ausgewiesen.

4.1 Kapazitätsanzahl der Beherbergungsbetriebe

Beherbergungsbetriebe

Die Gesamtanzahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe in Nordrhein-Westfalen ist in den letzten 5 Jahren in absoluten Zahlen zurückgegangen, wobei die für diese Untersuchung auszugsweise analysierten Regionen teilweise unterschiedliche Entwicklungen aufweisen²¹.

Betriebe (geöffnet) ²²	2012	2013	2014	2015	2016	%
NRW davon in	5.174	5.206	5.204	5.060	5.010	100,00%
Bonn	91	102	98	94	94	1,88%
Köln	273	262	302	289	285	5,69%
Leverkusen	20	20	19	19	21	0,42%
Rhein-Erft-Kreis	135	124	125	119	118	2,36%
Oberbergischer Kreis	112	100	107	103	103	2,06%
Rhein.-Berg. Kreis	85	80	84	81	77	1,54%
Bergisch Gladbach	23	21	20	19	18	0,36%

²¹ Vgl. <https://www.touristiker-nrw.de/marktforschung/zahlen-daten-fakten/> i.V.m. <https://www.it.nrw.de/statistik/>; Zugriff am 27.08.2017.

²² Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 21.08.2017.



Diese Entwicklung ist insbesondere auf die anhaltende Marktberreinigung durch Einstellung älterer und nicht mehr marktfähiger Betriebsarten zurückzuführen.

Bettenangebot

Das angebotene Bettenangebot konzentriert sich zum einen auf die Ballungsräume „Düsseldorf“ und „Köln“ mit rd. 54% des Gesamtangebotes und zum anderen auf touristischen Regionen, während die kleineren Kreisstädte eine eher untergeordnete Rolle spielen. Der höchste Angebotszuwachs beim Bettenangebot ist in den letzten Jahren daher auch in diesen Destinationen zu verzeichnen gewesen. Bevorzugte Reisegebiete sind die Städte „Köln“ und „Düsseldorf“, der Rhein-Erft-Kreis, der Teutoburger Wald und das Sauerland.²³

Bettenanzahl ²⁴	2012	2013	2014	2015	2016
NRW davon in	299.695	303.597	310.016	304.188	306.823
Bonn	8.324	8.840	8.654	8.312	9.185
Köln	28.693	28.607	32.666	32.154	32.099
Leverkusen	1.432	1.541	1.526	1.559	1.503
Rhein-Erft-Kreis	7.770	7.427	7.701	7.656	7.415
Oberberg. Kreis	5.855	5.746	5.933	5.427	5.545
Rhein.-Berg. Kreis	3.834	3.531	3.575	3.602	3.688
Bergisch Gladbach	1.283	1.166	1.103	1.204	1.181

Aus dieser Entwicklung ist erkennbar, dass die Marktberreinigung dazu führte, dass insbesondere die städtischen Reiseregionen durch bestehende Betriebe mit quantitativ höher ausgebauten Zimmer- und Bettenkapazitäten am Markt teilnehmen. In den touristisch geprägten Regionen scheint es eine nahezu konstante Anzahl an Marktteilnehmern zu geben, die ihre Bettenkapazitäten in der Vergangenheit nicht gravierend anpassten.

Bettenauslastung

Die durchschnittliche Bettenauslastung konnte sich in allen analysierten Regionen über den Betrachtungszeitraum kontinuierlich steigern. Hintergrund hierfür ist, neben der starken Zunahme mehrbettorientierter Beherbergungsbetriebe auch die rückläufige Anzahl von Beherbergungsbetrieben und entsprechende angebotene Bettenkapazitäten²⁵. Allerdings kann

²³ Vgl. Hotelmarkt Report NRW 2017, S. 7.

²⁴ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 21.08.2017.

²⁵ Vgl. <https://www.touristiker-nrw.de/marktforschung/zahlen-daten-fakten/>; Zugriff am 18.08.2017.



der Wert der Bettenauslastung durch eine hohe Einzelbelegung von Zimmern, insbesondere in Hotelbetrieben häufig nicht als Maßstab herangezogen werden. Die Zimmerauslastung ist häufig wesentlich aussagefähiger, da z.B. sekundärstatistische Daten überwiegend auf diese Art ermittelt werden²⁶.

Bettenauslastung ²⁷	2012	2013	2014	2015	2016
NRW davon in	34,70%	40,50%	41,30%	42,20%	43,30%
Bonn	37,40%	44,60%	46,50%	47,80%	47,40%
Köln	47,20%	48,40%	48,70%	50,30%	49,40%
Leverkusen	39,50%	43,30%	42,00%	45,20%	44,80%
Rhein-Erft-Kreis	31,80%	40,00%	41,30%	45,60%	48,60%
Oberberg. Kreis	26,50%	39,10%	39,40%	39,20%	40,90%
Rhein.-Berg. Kreis	29,10%	35,30%	36,80%	40,90%	39,90%
Bergisch Gladbach	32,70%	35,70%	36,90%	41,60%	39,90%

Diese Angaben zeigen, dass die städtegeprägten Reiseregionen gegenüber den touristisch geprägten einen Nachfragevorteil aufweisen und die umliegenden touristischen Reiseregionen von dieser Nachfrage abhängig sind.

Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste unterlag in den vergangenen Jahren nur leichten Schwankungen, wobei die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei städtischen Reisegebieten im Gegensatz zu touristischen Reisegebieten naturgemäß kürzer ausfällt.²⁸

Aufenthaltsdauer ²⁹	2012	2013	2014	2015	2016
NRW davon in	2,3	2,3	2,3	2,2	2,2
Bonn	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Köln	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Leverkusen	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8
Rhein-Erft-Kreis	2,6	2,5	2,6	2,8	2,8
Oberberg. Kreis	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1
Rhein.-Berg. Kreis	2,4	2,5	2,4	2,4	2,4
Bergisch Gladbach	2,0	2,0	2,1	2,1	2,0

²⁶ Im Vergleich zu anderen Bundesländern mit ähnlichen touristischen Reisegebieten ist NRW eher im mittleren bis hinteren Bereich angesiedelt.

²⁷ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>, Zugriff am 01.09.2017.

²⁸ Vgl. <https://www.touristiker-nrw.de/beherbergungsstatistik-2016/>; Zugriff am 15.08.2017.

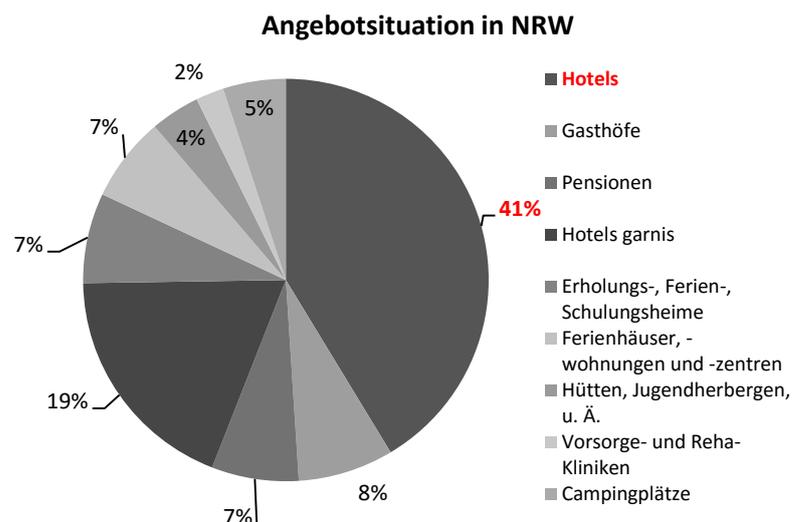
²⁹ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 01.09.2017.



Durch die Nähe zur Stadt „Köln“ unterscheidet sich die Aufenthaltsdauer der Stadt „Bergisch Gladbach“ zum „Rheinisch-Bergischen-Kreis“. Dies könnte Indiz dafür sein, dass sich der bestehende Beherbergungsmarkt bereits auf die Nachfragesituation unter der Woche, mit schwerpunktmäßig geschäftlichen Nachfragern teilweise eingestellt und positioniert hat.

4.2 Angebotsstruktur der bestehenden Betriebstypen

Der Beherbergungsmarkt in NRW (rd. 2.072 Betriebe; Stand 31.12.2016)³⁰ wird von der Betriebsart „Hotel“ mit rd. 41% aller Betriebe, gefolgt von „Hotel Garnis“ mit rd. 19%³¹ dominiert.



Hierbei ist festzuhalten, dass die Verteilung der Übernachtungen nahezu der quotalen Verteilung der angebotenen Betriebstypen folgt, **wobei im Jahr 2016 ein überdurchschnittliches Wachstum bei den Ferienhäusern und Ferienwohnungen von rd. 5,9% ermittelt wurde**³². Dieser Betriebstyp hat eine große Bedeutung in den touristisch geprägten Reiseregionen sowie dem Bewertungsstandort.

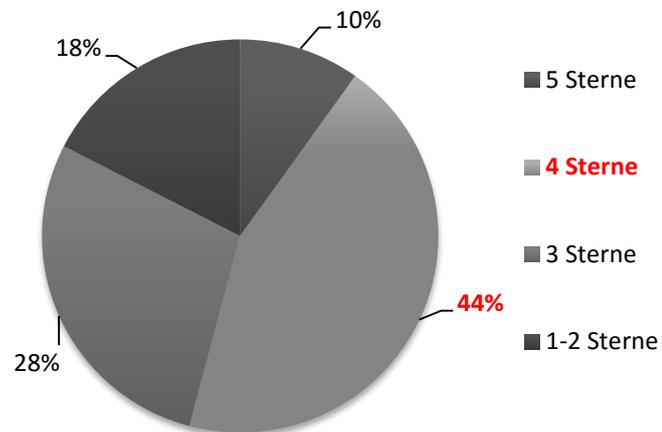
³⁰ Vgl. <https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2017/02/Beherbergungsstatistik-NRW-Jahr-2016.pdf>; Zugriff am 12.08.2017.

³¹ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 26.08.2017.

³² Vgl. <https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2017/02/Beherbergungsstatistik-NRW-Jahr-2016.pdf>; Zugriff am 12.08.2017.



Zimmeranzahl in % nach Ausstattungsstandard



Diese Feststellungen sind bereits Indiz dafür, dass die beiden gewerblichen Betriebstypen „Hotel“ mit den touristischen Vollservice-Bereichen und „Hotel Garni“ mit der eingeschränkten touristischen Dienstleistung, neben den Ferienwohnungen und –häusern die nachgefragtesten Geschäftsmodelle sind.

Markenhotellerie

Trotz Expansion der Kettenhotels entfallen noch immer knapp 38% des Bettenangebots in dem auszugsweise untersuchten Reiseregionen auf private Hotels, vor allem in 3*-Sterne Häusern³³. Die Markenhotellerie besetzt insbesondere das 4*-Sterne-Segment mit einem Anteil von rd. 37% am Gesamtangebot vor dem 3*-Sterne-Segment mit 26%.³⁴. Hierzu ist festzuhalten, dass die nachhaltige Betriebsführung eines Beherbergungsbetriebes in der Betrachtungsregion nicht zwingend an einer branchenspezifischen Kooperation gebunden sein muss.

4.3 EXKURS: Angebotssituation im Bewertungsstandort

Ausgehend vom bestehenden Gastgeberverzeichnis des Bewertungsstandortes ist festzuhalten, dass die angebotenen Beherbergungsmöglichkeiten nahezu alle Beherbergungstypen aufweisen und überwiegend dem Betriebstyp der „Ferienhäuser und Ferienwohnungen“ zuzuordnen sind. Entsprechend der

³³ Vgl. Vgl. Hotelmarkt Report NRW 2017, S. 32f.

³⁴ Vgl. Hotelmarkt Report NRW 2017, S. 33 und Hotelbau, Heft 1, Jahrgang 11, 01+02/2017, S. 33.



Aufgabenstellung sind diese jedoch nicht in diese Untersuchung mit aufzunehmen, da sie hinsichtlich der angebotenen Standards und Kapazitäten den Betriebstyp eines „Hotels“ bzw. „Hotel Garni“ nicht entsprechen.

Aus diesem Grund wurden nur die Betriebe ausgewählt, die in einem Radius von 15km über die sog. OTA Portale (Online Travel Agencies) buchbar waren. Weiterhin wurde unterstellt, dass die in den Portalen hinterlegten Angaben zu den Ausstattungen und Dienstleistungen entsprechend der angegebenen Sternekategorie vorgehalten werden.



Die identifizierten Beherbergungsbetriebe weisen starke Unterschiede sowohl im Betriebstyp, der Größe und angebotenen Dienstleistungen auf. Dies ist beispielsweise darin erkennbar, dass Beherbergungsdienstleistungen als Ergänzung zur angebotenen Gastronomie vorgehalten werden und / oder nur in geringer Quantität vorliegen. Bereits dies zeigt, dass nur wenige bestehende Beherbergungsbetriebe die Merkmale eines Vollhotels erfüllen und somit als Vergleichsobjekt dienen können.

Hinzu kommt, dass sich mit dem Grandhotel Schloss Bensberg ein Luxushotel in direkter Umgebung befindet, dass nicht allein den nachfragebedingten Bedarf abdeckt und somit ebenfalls nicht Berücksichtigung finden kann. Ähnlich liegt es beim Kardinal-Schulte-Haus, das in einer parkähnlichen Anlage liegt, durch das Erzbistum Köln betrieben wird und starke Nachfrage generiert.



Nr.	Hotelname	Kategorie	Zimmer	EZ	DZ	Angebotener Service			
						Rest.	Bar	Tagung	SPA
1	Rheinische Landesturnschule	**+	36	63 €	90 €	X	-	X	-
2	Gronauer Tannenhof	***	30	93 €	121 €	X	-	X	-
3	Hansen	***	23	76 €	99 €	X	X	-	-
4	Privathotel Bremer	****	22	98 €	139 €	X	-	X	-
5	Refrather Hof	***	20	65 €	89 €	X	X	-	-
6	Romantikhotel Mangold	****	23	100 - 160 €	160 - 220 €	X	X	-	-
7	Grandhotel Schloss Bensberg	*****	120	175 - 375 €	205 - 405 €	X	X	X	X
8	Goethehaus	***	16	89 €	119 €	X	-	-	-
9	Malerwinkel	****	35	88 - 179 €	149 - 229 €	X	-	X	-
10	UHU Gästehaus	***	25	75 - 195 €	105 - 225 €	X	-	-	-
11	UHU Garni	****	35	75 - 195 €	105 - 225 €	X	-	X	-
12	MY Messe Business Hotel	***	3	77 - 94 €	81 - 99 €	-	-	-	-
13	Kölner Hof Refrath	***	30	60 - 90 €	80 - 100 €	X	-	-	-
14	Gatti	**	9	55 - 65 €	90 €	X	X	-	-
15	Kardinal-Schulte-Haus	***	150	79 - 133 €	101 - 164 €	X	X	X	-
16	NOVUM Silence Garden	****	70	42 - 163 €	54 - 195 €	X	-	-	-
17	Malteser Komturei	****	13	79 €	99 €	X	X	-	-

Ausgehend von den Veröffentlichungen des statistischen Landesamts, ist nur eine geringere Anzahl an gewerblichen Anbietern für den Betriebstyp „Hotel“ und „Hotel Garni“ identifiziert worden. Es zeigt sich, dass die vorgehaltene Nachfrage aktuell zwar durch einzelne Anbieter befriedigt werden kann, jedoch ergänzende Nachfrage in größeren Volumina mit weiteren Dienstleistungswünschen nicht abgedeckt werden kann.

4.4 Zukünftige Angebotsentwicklung in der Bewertungsregion

Die Analyse der geplanten Beherbergungsprojekte ist aufgrund datenschutzrechtlicher Belange schwierig. Da ein Teil von Projekten zwar angekündigt, jedoch nicht realisiert wird, beschränkt sich die Darstellung auf Projekte, die „voraussichtlich“ umgesetzt werden. Für den vorliegenden Fall konnten zunächst in der Reiseregion „Köln“ folgende Projekte identifiziert werden³⁵.

³⁵ Vgl. https://www.duesseldorf-realestate.de/fileadmin/dre/media2/presse/pm_1-2017_hotelbau_interview-design-konzepte_sind_gefragt.pdf i.V.m. Hotelmarkt Report NRW 2017, S. 33 und Hotelbau, Heft 1, Jahrgang 11, 01+02/2017, S. 21 ff; Zugriff am 06.08.2017.



Projekt ³⁶	Standort	Zimmer	Eröffnung
Holiday Inn Express	Perlengraben	323	2017
25hours Hotel	Gerlin Quartier	200	2018
Motel One	Cäcilienstraße	420	2018
Althoff Collection Dom	Dom	118	2019
H'otello	Richartzstraße	70	2018/2019
Althoff Urban Loft	Gaffel-Areal	200	2020
Adina Hotel und Motel One	Messe-City	170/308	2020
Sheraton Hotel / Aloft Hotel	Telekom-Areal Deutz	Ca. 460	k.A.
V8 Hotel Köln	Motorworld	116	2018
Rotes Haus	k.A.	15	2017
Hotel	Uniklinik Lindenthal	160	k.A.
Hostel Cologne 1	k.A.	k.A.	k.A.
McDreams Hotel	k.A.	k.A.	k.A.

Bei den Beherbergungsprojekten in der Stadt „Köln“ liegen die Ausstattungskategorien insbesondere im 3*- bis 4*-Sterne-Standard. Zudem ist festzustellen, dass insbesondere die Marken- bzw. Kettenhotellerie mit großen Zimmerkapazitäten vertreten sein werden, was Auswirkungen auf die privatgeführte Hotellerie haben wird. Direkt im Bewertungsstandort bzw. direkter Umgebung sind folgende bewertungsrelevante Vorhaben geplant bzw. seit längerem bekannt:

Projekt	Standort	Zimmer	Eröffnung
Wiedereröffnung	Schlosshotel Lerbach	k.A.	k.A.
Erweiterungsbau	Mediterana	k.A.	k.A.
Tagungszentrum	Isotec	k.A.	k.A.
Tagungszentrum	Boskamp	k.A.	k.A.

Details wie z.B. Vorhabensgröße oder Realisierungszeitraum konnte bei den Recherchen nicht in Erfahrung gebracht werden. Im Hinblick auf das aktuell bestehende Beherbergungsangebot wird davon ausgegangen, dass sog. Nischenanbieter eigene Märkte finden werden. Die entstandenen und zukünftig entstehenden Beherbergungsobjekte werden voraussichtlich versuchen, bestehende Marktanteile anderer Wettbewerber zu besetzen³⁷.

³⁶ Vgl. AHGZ, Nr. 36, 09.09.2017, 117. Jahrgang, S. 12.

³⁷ Die Vergangenheit hat gezeigt, dass die schnellstmögliche Positionierung eines Beherbergungsprojektes (= Schaffung einer Auslastung), auf Kosten der Durchschnittsrate erfolgt, was zur Folge hat, dass Hotels mit höherem Standard ihre Dienstleistungen zu einem verhältnismäßig niedrigen Preis anbieten.



4.5 Bestehende Nachfragestruktur

Die Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen ist in den letzten Jahren sowohl in NRW als auch in den ausgewählten touristischen Regionen gestiegen³⁸. Im Vergleich der Bundesländer liegt NRW damit bei den Ankünften auf Platz zwei hinter Bayern, bei den Übernachtungen auf Platz drei, hinter Bayern und Baden-Württemberg. Damit zeigt die Region, dass sie eines der beliebtesten touristischen Reiseziele Deutschlands ist. Dabei profitiert insbesondere die Stadt „Köln“ von der Infrastruktur, der urbanen Lebenseinstellung, der zentralen Anbindung (z.B. zur Messe- und Kongressgegend) und der touristischen Anziehungskraft.

Gästekünfte

Nachfrageseitig erreichte der touristische Motor „Köln“ die Vorjahreszahlen bei den Gäste- und Übernachtungszahlen nicht. Getrübt wurden die bis dato positiven Entwicklungen im letzten Quartal 2016 durch die touristischen Anschläge in Paris und den Sylvester-Ereignissen, die das Thema der Sicherheit in der Tourismus- und Kongressbranche mit einer stärkeren Bedeutung versahen³⁹. Der Brexit Großbritanniens, dem wichtigsten Quellmarkt für Köln, und das damit verbunden Schwächelnde Britische Pfund wirkten sich ebenfalls negativ auf das Tourismus-, Kongress- und Tagungsgeschäft aus.

Gästekünfte ⁴⁰	2012	2013	2014	2015	2016
NRW davon in	19.970.291	20.372.139	21.234.311	21.713.040	22.148.062
Bonn	708.546	733.092	775.125	786.757	818.221
Köln	2.914.057	2.963.759	3.330.546	3.447.209	3.346.329
Leverkusen	126.220	123.721	126.920	136.027	133.103
Rhein-Erft-Kreis	408.680	438.635	439.101	439.475	479.850
Oberberg. Kreis	271.144	274.694	270.114	279.494	268.829
Rhein.-Berg. Kreis	209.474	185.345	195.366	209.116	218.789
Bergisch Gladbach	82.432	72.029	72.608	76.297	83.071

Trotz der geschilderten unterschiedlichen Beziehungen bzw. Abhängigkeiten der untersuchten touristischen Reiseregionen, ist eine einheitliche Entwicklung nicht zu erkennen.

³⁸ Vgl. https://www.ihk-koeln.de/Tourismus_in_NRW_2016.AxCMS; Zugriff am 03.09.2017.

³⁹ Vgl. Köln Tourismus: Aktionsplan 2017, S. 7f.

⁴⁰ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 26.08.2017.



Gästeübernachtungen

Entsprechend den Gästeankünften und der relativ konstant verlaufenden Aufenthaltsdauern in den untersuchten Regionen in den letzten Jahren, zeigen die Gästeübernachtungen einen ähnlichen Verlauf.

Übernachtungen ⁴¹	2012	2013	2014	2015	2016
NRW davon in	45.419.216	46.141.384	47.924.391	48.687.999	49.596.890
Bonn	1.318.667	1.399.980	1.488.250	1.495.546	1.539.367
Köln	5.082.627	5.077.192	5.736.976	5.984.881	5.774.890
Leverkusen	226.983	228.152	234.598	251.822	242.403
Rhein-Erft-Kreis	1.073.705	1.118.448	1.158.611	1.232.691	1.332.731
Oberberg. Kreis	846.291	859.938	839.031	862.483	840.216
Rhein.-Berg. Kreis	507.639	459.344	477.007	510.616	521.032
Bergisch Gladbach	163.436	146.994	150.510	158.058	166.925

Ausländeranteil

Der Ausländeranteil in NRW weist bei den Übernachtungen einen Wert i.H.v. rd. 20% aus. Mit einem Ausländeranteil bei den Übernachtungen von rd. 35% im Jahr 2016 liegt die Region um die Stadt „Köln“ im Vergleich zu anderen Großstädten an zweiter Stelle, hinter Düsseldorf⁴². Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte sind wie erwähnt Großbritannien, USA, die Niederlande, Schweiz, Belgien, Italien und Frankreich, was auch an der Anzahl der Direktflüge ab Flughafen Köln / Bonn geschuldet ist⁴³.

Saisonalität

Das Nachfragevolumen in NRW weist in der monatlichen Betrachtung einen, für eine Destination mit touristischen und städtebezogenen Reisegebieten üblichen Verlauf aus, wobei in den Monaten November und Dezember letzten Jahres die zuvor genannten Auswirkungen den Rückgang bei den Übernachtungszahlen etwas verstärkten⁴⁴.

⁴¹ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 26.08.2017.

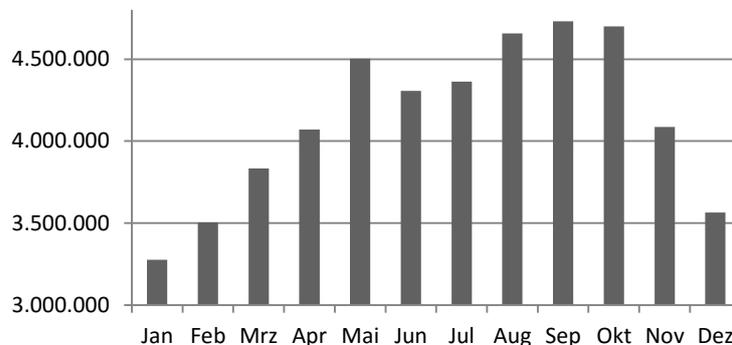
⁴² Vgl. Hotelmarkt Report NRW 2017, S. 33.

⁴³ Vgl. Köln Tourismus: Aktionsplan 2017, S. 118ff i.V.m. AHGZ, Nr. 36, 09.09.2017, 117. Jahrgang, S. 12.

⁴⁴ Vgl. <https://www.koelntourismus.de/reiseveranstalter/statistik/2016.html>; Zugriff am 03.09.2017.

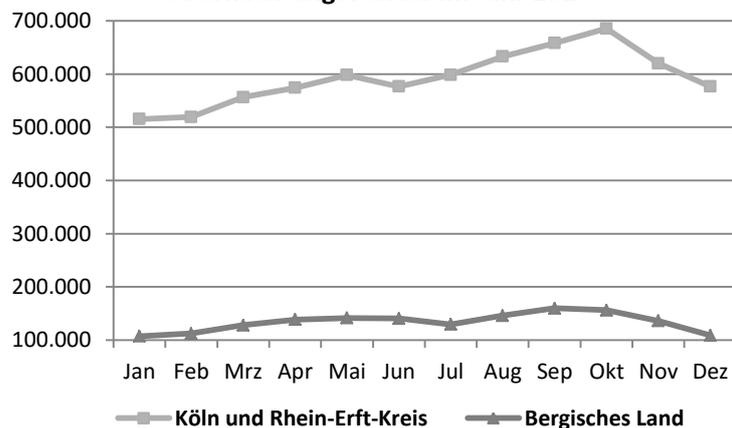


Übernachtungsverlauf NRW im Jahr 2016



Während die meisten Tourismusregionen üblicherweise im Frühjahr und Herbst von Spitzen und in den Sommermonaten von Nachfragerückgängen geprägt sind, weist die Region „Köln und Rhein-Erft-Kreis“ (werden zusammen statistisch erfasst) nur in den Monaten Januar und Februar eine verringerte Nachfrage auf⁴⁵. Besonders die Monate September bis November sind bei der Übernachtungsnachfrage positiv hervorzuheben, was die vermutete Abhängigkeit der Regionen zueinander bestätigt.

Übernachtungsverlauf im Jahr 2016



Der Übernachtungsverlauf im Kreis „Bergisches Land“ weist dagegen einen, über das Jahr hinweg relativ konstanten Verlauf auf verhältnismäßig niedrigem Niveau mit im Mittel rd. 135.000 Übernachtungen, auf.

⁴⁵ Vgl. <https://www.it.nrw.de/statistik/m/index.html>; Zugriff am 26.08.2017.



Übernachtungsverlauf

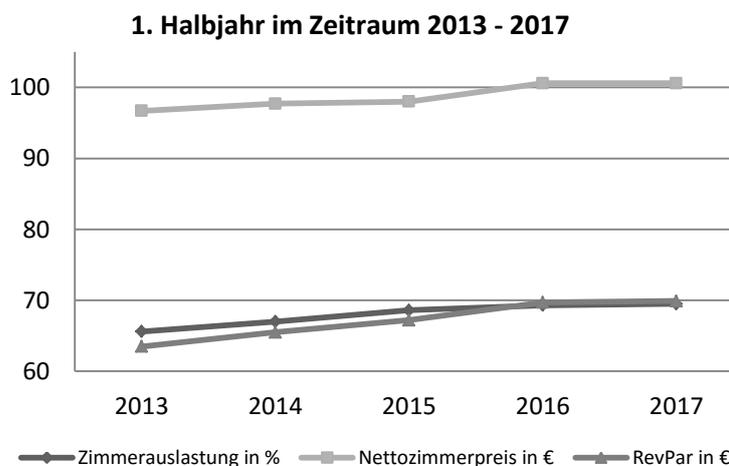
Zurückzuführen ist diese Tatsache auf den hohen Anteil des Geschäftsreisesegments in den Regionen „Köln und Rhein-Erft-Kreis“, das aufgrund der hohen Abhängigkeit zur Messe und Kongressen nicht ganzjährig so vertreten ist, wie in anderen vergleichbaren Städten (wie z.B. Berlin, Hamburg, Frankfurt oder München). Der dargestellte Verlauf für den Kreis „Bergisches Land“ zeigt, dass ein etablierter lokaler Markt mit relativ konstantem Verlauf besteht und Überhänge aus „Köln“ und Umgebung die Nachfrage bestimmen.

Marktsegmente

Die Nachfrage basiert aufgrund der vermarktungsmäßigen Ausrichtung der Stadt „Köln“ als „Städte-, Kultur- Messe- und Kongressdestination“ überwiegend auf den Segmenten „Touristen“, „Tagungen“, „Kongresse“ und „Geschäftsreisende“. Typisch ist hierbei der hohe Anteil an touristisch motivierten Inlandsnachfragern, der stets mit einer verhältnismäßig niedrigeren durchschnittlichen Zimmerrate an den Wochenenden einhergeht. Als wesentliches Entscheidungsmoment dient hier insbesondere die Lage sowie Erreichbarkeit, bei entsprechender Ausstattung⁴⁶.

Preisentwicklung

Die Entwicklung des durchschnittlichen Zimmerpreises und der durchschnittlichen Auslastung in der Stadt „Köln“ folgt der Marktsituation. Die in der Vergangenheit bereits hohen Netto-Zimmerpreise sind aktuell sogar noch höher erzielbar⁴⁷.



⁴⁶ Vgl. Köln Tourismus: Aktionsplan 2017, S. 32f.

⁴⁷ Vgl. AHGZ, Nr. 28, 15.07.2017, 117. Jahrgang, S. 10 i.V.m. AHGZ, Nr. 36, 09.09.2017, 117. Jahrgang, S. 12.



Bestehende und neueintretende Hotelgesellschaften müssen sich aktuell nicht zwingend über eine niedrige Preispolitik positionieren, da der Auslastungsverlauf in den letzten Jahren linear mit den Beherbergungskapazitäten verläuft.

4.6 Fazit – „Beherbergungsmarkt- und Wettbewerbsanalyse“

Die Entwicklungen der letzten Jahre haben bereits gezeigt, dass diese Wirtschaftsregion „Köln“ ein seit Jahren stetig hohes Interesse bei den Reisenden, unabhängig von freizeithlichen oder geschäftlichen Hintergrund und den hinzukommenden ansässigen mittelständischen bis großen Unternehmen / Konzernen jeglicher Branche, zu Tage fördert.

Hinzukommend ist insbesondere die Stadt „Köln“ in den vergangenen Jahren als MICE- und Messestandort stark gewachsen, sodass diese sich vor Städten wie Berlin, Hamburg, München oder Frankfurt nicht mehr verstecken muss⁴⁸.

Gleichwohl spielt hierfür ebenfalls der bekannte Köln-Bonner Flughafen „CGN“ eine entscheidende Rolle, da dieser mittlerweile, bekannt aus jüngsten Veröffentlichungen, für Fluggesellschaften wie z.B. Ryanair zum Dreh- und Angelpunkt für zukunftsorientierte Entwicklung geworden ist und eine höhere Erreichbarkeit für nationale, als auch internationale Gäste bieten.

Dennoch darf final bei all den Entwicklungen und Trends, sowohl auf dem Kölner, als auch auf dem deutschen Hotelmarkt, nicht außer Acht gelassen werden, dass eine entscheidende Rolle den OTA Portalen zukommt. Dieser stark wachsende Online-Bereich wird, mit gleichwohl einhergehenden immer schnelleren Veränderungen und technischen Revolutionen im 21. Jahrhundert, den persönlichen Kontakt und den Buchungsweg zu den Hotels in jedweder Form verändern⁴⁹.

⁴⁸ Vgl. AHGZ, Nr. 36, 09.09.2017, 117. Jahrgang, S. 12.

⁴⁹ Vgl. Der Deutsche Reisemarkt: Zahlen & Fakten 2016, Aktualisierte Ausgabe 08/2017, S. 10ff.



5. Nachfragesegmente und Entwicklungsperspektiven

Für die Ableitung der Ausstattungsmerkmale eines geplanten Beherbergungsbetriebes ist es erforderlich die erfolgversprechendsten Marktsegmente mit deren Bedürfnissen und Preisbereitschaft für den Bewertungsstandort zu erkennen. Durch die Identifizierung und Eliminierung nicht relevanter Marktsegmente ist die nachhaltig erfolgversprechendste Positionierung erkennbar.

Ausgangspunkt ist die zuvor festgestellte Tatsache, dass die Übernachtungen in der „Wirtschaftsregion Köln“ aktuell im Wesentlichen in der Woche durch geschäftlich und an den Wochenenden durch touristisch induzierte Nachfrage generiert werden. Um die Anforderungen der wichtigsten sich hieraus ergebenden Nachfragegruppen zu verstehen und das nachhaltige Potential bewerten zu können, haben Analysen die folgenden Erkenntnisse hervorgebracht.

5.1 Fortbildungen, Tagungen und Kongresse

Insbesondere der Standort „Köln“ hat sich als Kongress- und Tagungsstandort etabliert, so dass die umliegenden touristischen Reiseregionen hiervon ebenfalls profitieren. Die im Jahr 2015 durchgeführten rd. 47.900 Veranstaltungen mit 3,76 Mio. Teilnehmern wurden insbesondere in den rd. 54 Tagungshotels und den ca. 93 Eventlocations realisiert⁵⁰. Die veranstaltenden Branchen sind insbesondere:

- Banken und Versicherungen,
- Medizin und Pharma und
- Kommunikationsunternehmen und EDV-Branche.

Die Kriterien, die den Standort „Köln“ aus Veranstaltungssicht so attraktiv machen sind die zentrale Lage und Erreichbarkeit (per Pkw, Bahn oder Flugzeug) in Deutschland, die innerstädtische Infrastruktur und das Beherbergungsangebot. Die Erweiterung des Beherbergungsangebotes im „Rheinisch-Bergischen

⁵⁰ Vgl. Köln Tourismus: Aktionsplan 2017, S. 127f i.V.m. <https://location.koelntourismus.de/kongressstatistik>; Zugriff am 02.09.2017.



Kreis“ bzw. der Stadt „Bergisch Gladbach“ sollte für dieses Marktsegment daher folgende Kriterien vorhalten:

- Gute Erreichbarkeit zu Messe- und Kongressstätten,
- zeitgemäßes Hotelprodukt im (mind.) 3*-Sterne-Standard,
- Zwischen 80 und 120 Hotelzimmern
- mind. im Betriebstyp „Hotel Garni“,

Hierbei ist zu beachten, dass die Tagungs- bzw. Kongressteilnehmer wenn möglich, möglichst in wenigen unterschiedlichen und qualitativ vergleichbaren Beherbergungsbetrieben (bevorzugt im guten 3*-Sterne-Standard oder höher) untergebracht werden können. Die innerstädtische Lage in Köln ist aufgrund der bestehenden Bahnverbindung zwischen dem Bahnhof Bergisch Gladbach und der Stadt „Köln“, sowie der Möglichkeit der Taxi-, Shuttle- und Bustransfermöglichkeiten somit nicht zwingend erforderlich. Aufgrund des hohen Internationalisierungsgrad in diesem Marktsegment ist die hochpreisige Nachfrage im Bewertungsstandort ebenfalls erzielbar.

5.2 Geschäftsreisende

Die Entwicklung des Beherbergungsmarktes in der Wirtschaftsregion „Köln“ ist stark durch die erwähnten Veränderungen der Marktberreinigung (die bei einer Verringerung der absoluten Beherbergungsbetriebe dennoch höhere Bettenkapazitäten vorhält), geprägt. Dies und der hohe Anteil an Geschäftsreisende führt dazu, dass bei einer vergleichsweise durchschnittlichen Auslastungsrate (im Vergleich zu anderen Großstädten) die durchschnittlichen Zimmerpreise mit > 100 € verhältnismäßig hoch sind. Neben der Nähe zum jeweiligen Standort wird auch eine zentrale Lage in der Innenstadt bei diesem Marktsegment geschätzt. Die Anbindung an den ÖPNV sowie eine gute Erreichbarkeit mit dem Pkw wird grundsätzlich gewünscht, wobei der Mindeststandard in diesem Marktsegment mindestens 3*-Sterne-Plus betragen sollte.

Aufgrund der hohen Dichte an Tagungshotels in der Stadt „Köln“ mit entsprechenden Kapazitäten ist aktuell das Vorhalten weiterer Kapazitäten am Bewertungsstandort zunächst nicht erkennbar. Da jedoch punktuell Schulungen und Mee-



tings nachgefragt werden könnten, bestehen folgende Anforderungen an ein Beherbergungsobjekt:

- Zeitgemäße Ausstattung & Design,
- Geringe Anzahl an Veranstaltungsräume,
- Mindeststandard bei der Ausstattung bei 3*-Sterne,
- Zwischen 70 und 90 Hotelzimmern,
- mind. im Betriebstyp „Hotel Garni“,
- Gute Verkehrsanbindung.

5.3 Privatreisende

Die Nachfrage durch Privatreisende wird in Städtedestinationen vor allem durch die Attraktivität der Stadt generiert. Einzelne Hotels stellen i.d.R. nicht den Reisegrund an sich dar, sondern beeinflussen die Entscheidung nur in unterordnete Masse. Wir gehen davon aus, dass sich die touristische Nachfrage in den nächsten Jahren nur weiterentwickeln kann, wenn sich zusätzliche ganzjährige Aufenthaltsmotive für die Region „Rheinisch-Bergischen Kreis“ und des „Bergischen Land“ geschaffen werden. Nachfrageüberhänge aus der Nähe zur Stadt „Köln“ sind aufgrund des hohen Wettbewerbs vor Ort für dieses Marktsegment insbesondere in Spitzenzeiten erkennbar.

Das wachsende Marktsegment der Rad- und Wanderreisen, dass insbesondere im „Bergischen Land“ und in der Stadt „Bergisch Gladbach“ zunehmend wichtiger für Beherbergungsbetriebe wird, könnte durch entsprechend zertifizierte Betriebe offensiver angesprochen werden. Insbesondere in den klassischen Ferienzeiten (außerhalb der klassischen Tagungs- und Kongressmonate) sorgen diese Marktsegmente für eine zusätzliche Übernachtungsnachfrage. Für Privatreisende gelten in der Regel folgende Entscheidungskriterien:

- Gutes Preis-Leistungsverhältnis,
- Gute Erreichbarkeit mit dem Pkw, Nähe zum Bahnhof,
- Innerstädtische Lage und Anbindung.

Die Privatreisenden werden daher bevorzugt eine Kombination aus der touristischen Nähe zur Stadt „Köln“ und den ländlichen



Freizeit- und Naherholungsangeboten der umliegenden Kreise suchen.

5.4 Fazit – Potentielle Nachfragesegmente

Die Ausstattung der bestehenden Hotelkapazitäten in der Stadt Bergisch Gladbach erfüllen aktuell nicht vollständig und ganzjährig die identifizierten Bedürfnisse der touristischen Nachfrager, was sich insbesondere aus der Segmentstruktur der „Geschäftsreisenden“, der Messe- und Kongressbesuchern“ sowie „Privatreisenden“ ergibt. Hierbei profitiert der Bewertungsstandort klar von der Nähe zur Stadt „Köln“ sowie deren saisonalen Verlauf, der in Wochen- und Wochenendnachfrage unterteilbar ist.



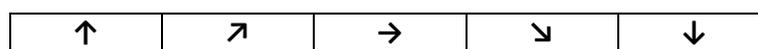
6. Prüfung von alternativen Hotelkonzepten

6.1 Variantenprüfung im Ausschlussverfahren

Über die Einteilung des Hotelmarktes nach Preisklassen, Sterne-Positionierung, Marktsegmenten und Betriebsarten wird im Folgenden der Ausschluss oder die Machbarkeit von Hotelprojektentwicklungsszenarien geprüft.

Basis der Einschätzung ist die vorangegangene Analyse der „Wirtschaftsregion Köln“ als regions- und städtetouristische Destination und des Standortes „Bergisch Gladbach“. Im Fokus stand dabei die Untersuchung des Bestandes an Beherbergungsbetrieben sowie der festgestellten Neuplanungen und Bauprojekte.

Die Varianten sind jeweils beschreibend bewertet, das Fazit in Form von Richtungspfeilen gibt das Resultat der Betrachtung wieder. Dabei bedeutet „Pfeil senkrecht nach unten“ den kompletten Ausschluss der Variante, „Pfeil senkrecht nach oben“ die idealtypische Eignung. Pfeile dazwischen geben entsprechende Eignungen an.



6.2 Preissegment

Preissegment	Bewertung	Fazit
Luxus	1 der 3 Standorte in der Innenstadt von Bergisch Gladbach erfüllt grundsätzlich die Lageanforderung für eine Hotelprojektentwicklung im Luxussegment aufgrund der guten Sichtbarkeit (Grundstück 1) bedingt. Die beiden Standorte in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof bzw. zur Innenstadt erfüllen die Objekterfordernisse der Luxushotellerie nicht. Im Bewertungsfall ist dieses Segment zudem bereits durch langjährig am Markt befindliche Teilnehmer belegt, wobei eine Wiedereröffnung ansteht.	↓
Hochpreisig	Zwar sind Entwicklungen von 4-Sternen Häusern in Wohn- und Gewerbemischgebieten generell in anderen Städten zu beobachten, meist in der Kopplung mit größeren Tagungs- und Seminarangeboten. Hier muss der Bewertungsstandort aufgrund der bestehenden Konkurrenzangebote, insbesondere in der Stadt „Köln“ und der wenig städtischen Einbindung Eignungsabschläge hinnehmen. Ein hochpreisiges Tagungshotel würde in einen Verdrängungswettbewerb gegenüber dem entsprechenden Bestand gehen; die Positionierung als Qualitätsführer im Segment müsste in diesem Fall angestrebt werden.	→



Preissegment	Bewertung	Fazit
Mittleres Preisniveau	Die Nachfrage im mittleren Segment wird standortnah durch das mittelständische Hotelgewerbe in der Stadt „Köln“ abgedeckt. In jüngster Zeit mehrten sich die Stimmen, die eine Renaissance wertiger Hotels im mittleren Preisniveau kommen sehen. Hier könnte der Standort punkten, auch wenn eine solche Entwicklung trotzdem, zumindest partiell in einen Verdrängungswettbewerb neben der Abschöpfung von Nachfrageerweiterungen gehen würde. Positionierungschancen bestehen in der Qualitätsführerschaft bei standardisierten Leistungsversprechen gegenüber dem mittelständischen, inhabergeführten Bestand. Gleichzeitig kann bei entsprechender Größe ein attraktives Preisgefüge durch Skaleneffekte erreicht werden.	↗
Budget	Der Umgebungsbestand ist zwar solide gegeben, trotzdem wird bei entsprechender Positionierung hier kaum eine tragfähige Marktchance gesehen. Die Positionierung gegenüber der bestehenden und sich entwickelnden Konkurrenz kann, bei entsprechender Standardisierung, z.B. über die Preisführerschaft (gegenüber dem Low-Budget Kettenhotellerie in der Stadt „Köln“) nicht geführt werden. Über die Standardisierung des Leistungsversprechens gegenüber dem mittelständischen, inhabergeführten Hotelbestand ist dies ebenfalls nicht erkennbar gegeben. Eine vollkommene Deckung der Nachfrage über die dynamische Marktentwicklung scheint unwahrscheinlich, da die Standorte zu weit außerhalb liegen.	↘

6.3 Sterne-Kategorien

Kategorie	Betriebe	Markteinschätzung	Fazit
*****	Grandhotel Schloss Bensberg	Die Standorte sind weder aus Mikro- (direkte Bahnhofsnähe) noch Makrosicht (Abseits der identifizierten Nachfrager) für ein 5* Sterne-Betrieb geeignet.	↓
****	Privathotel Bremer, Romantikhotel Mangold, Malerwinkel, UHU Garni, NOVUM Silence Garden, Malteser Komturei	Bei Positionierung als Stadthotel mit geringen Tagungskapazitäten zeitweise im Verdrängungswettbewerb. Vorteile gegenüber bestehenden Anbietern sowohl in der Größe, Vermarktung als auch Ausstattung rechtfertigen dann den Preis.	↗
***	UHU Gästehaus, Gronauer Tannenhof	Denkbare Mittelstrategie, da sowohl touristische als auch geschäftliche Nachfragesegmente dieses Segment in Anspruch nehmen.	↗
**		Keine direkten Nachfragesegmente außerhalb der Nachfragespitzen identifiziert.	↓



6.4 Marktsegmente

Marktsegment	Bewertung	Fazit
Stadthotel	Unterschiedliche Positionierungen denkbar; aktuell wahrscheinlichste Variante	↗
Flughafenhotel	Zu weit entfernt; große Wettbewerbsdichte mit günstigerer Lage vorhanden	↓
Tagungshotel	Abschöpfung hoher Nachfrage im Umfeld der „Wirtschaftsregion Köln“, aber hoher Konkurrenzfaktor	→
Hostel	Standort zu weit von der Innenstadt „Köln's“ entfernt	↓
Klinikhotel	kein konkreter Bedarf identifiziert	↓
Serviced Apartments	Zu weite Entfernung; kein konkreter Bedarf identifiziert	→
Wellnesshotel	Zu weite Entfernung; kein konkreter Bedarf identifiziert	↓
Ferienhotel	Zu weite Entfernung; kein konkreter Bedarf identifiziert	↓
Familienhotel	Zu weite Entfernung; kein konkreter Bedarf identifiziert	↓
Gourmethotel	Zu weite Entfernung; kein konkreter Bedarf identifiziert	↓
Boutique Hotel	Standorte nicht passend	↓
Clubhotel	Umfeld nicht passend	↓
Sporthotel	Umfeld nicht passend; kein konkreter Bedarf identifiziert	↓
Spezialhotel (Ski, Wandern, Strand etc.)	Keine Entwicklungsmöglichkeiten	↓



6.5 Betriebsarten⁵¹

Betriebsart	Beschreibung	Eignung	Fazit
All-Suite-Hotel	Ein All-Suite-Hotel ist ein Hotel, in dem die Unterbringung nur in Suiten erfolgt.	Kein Markttreiber erkennbar	↓
Aparthotel; Apartmenthotel	Ein Aparthotel oder Apartment-Hotel ist ein Hotel, in dem die Unterbringung in Studios oder Apartments erfolgt.	Vielleicht ein Teil der Zimmer	↘
Boardinghouse (Serviced Apartment)	Das Boardinghouse (Serviced Apartment) ist ein Beherbergungsbetrieb, der sich meist an Langzeitnutzer in städtischer Umgebung wendet. Die Zimmer sind von ihrer Ausstattung her an privaten Wohnungen ausgerichtet. Der Service reicht von sehr geringem Angebot bis hin zu einem hotelmäßigen Roomservice.	Keine Bürozentren in der direkten Umgebung	↓
Ferienwohnung / Ferienhaus	Eine Ferienwohnung ist eine abgeschlossene Unterkunft innerhalb eines Hauses mit eigenem Sanitärbereich und Selbstverpflegungseinrichtung, in der zum vorübergehenden Aufenthalt Gäste aufgenommen werden.	Segment bereits belegt	↓
Gästehaus	Ein Gästehaus ist ein Beherbergungsbetrieb, der Unterkunft normalerweise für mehr als eine Nacht und in der Regel keine Speisen anbietet.		↓
Gasthof	Der Gasthof ist üblicherweise ein ländlicher Gastronomiebetrieb, der Speisen und Getränke anbietet und auch einige Unterkünfte bereithält.	Keine adäquate Positionierung erkennbar	↓
Hotel	Ein Hotel ist ein Beherbergungsbetrieb, in dem eine Rezeption, Dienstleistungen, tägliche Zimmerreinigung, zusätzliche Einrichtungen und mindestens ein Restaurant für Hausgäste und Passanten angeboten werden. Ein Hotel sollte über mehr als 20 Gästezimmer verfügen.		↑
Hotel garni	Ein Hotel garni ist ein Hotelbetrieb, der Beherbergung, Frühstück, Getränke und max. kleine Speisen anbietet.		↑
Jugendherberge	Eine Jugendherberge ist ein Beherbergungsbetrieb, in dem in erster Linie junge Leute zu meist kurzfristigem Aufenthalt aufgenommen und in dem Speisen und Getränke nur an Hausgäste abgegeben werden. Jugendherbergen bieten Programme und Aktivitäten für zwangslösende pädagogische oder der Erholung dienende Zwecke an.	Zu weit touristischer Attraktionen	↓
Kurheim	Das Kurheim ist ein in einem Heilbad oder Kurort gelegener Beherbergungsbetrieb. Es ist ausgerichtet an den indikationstypischen Bedürfnissen des Kurgastes.	Kein Kurort	↓
Kurhotel	Das Kurhotel ist ein in einem Heilbad oder Kurort gelegenes Hotel. Es ist ausgerichtet an den indikationstypischen Bedürfnissen eines Kurgastes und verfügt über ein eigenes Angebot an Gesundheitsbehandlungen.	Kein Kurort	↓
Motel	Das Motel ist ein Hotel mit einem auf Kraftfahrer ausgerichteten Standort und nahe gelegener Parkmöglichkeit.	Fehlende Parkplatzkapazitäten an den Standorten	↘

⁵¹ Vgl. <https://www.dehoga-bundesverband.de/zahlen-fakten/betriebsarten/>; Zugriff am 17.08.2017



Betriebsart	Beschreibung	Eignung	Fazit
Pension	Eine Pension ist ein Beherbergungsbetrieb, in dem Unterkunft normalerweise für mehr als eine Nacht und Speisen überwiegend Hausgästen angeboten werden.	Sehr touristisches Segment; Standorte unpassend	↓
Privatunterkunft / Privatzimmer	Ein Privatzimmer ist eine Unterkunft / ein privates Haus, in dem Unterkunft und meistens Frühstück bereitgestellt wird.	Segment bereits besetzt	↓

6.6 Zwischenergebnis: Mögliche Szenarien der Projektentwicklung

Der Hotelstandort „Bergisch Gladbach“ profitiert von dem mittelbarem Zugang zur Wirtschaftsregion um die Stadt „Köln“ und der allgemein überaus positiven Entwicklung der Beherbergungsnachfrage dort. Herausfordernd für die Entwicklung ist der bereits jetzt bekannte Planungsstand innerhalb der Stadt „Köln“, der nahezu alle Segmente besetzt. Aufgrund der Lage des Bewertungsstandortes „Bergisch Gladbach“, muss eine Projektentwicklung eine eigene spezifische Nachfrage definieren. Vor dem Hintergrund sind insgesamt 3 Szenarien für eine Hotelpositionierung möglich:

6.6.1 Szenario I – Mittelständisches Stadthotel im 3*-Sterne-Standard

Vision / Inspiration	<ul style="list-style-type: none"> - 3*-Sterne-Hotel Garni - Qualitätsführerschaft im Segment durch Leistungsversprechen und günstigerem Preisniveau, - Teilnahme an den Wachstumsraten des Wirtschaftsstandortes „Köln“,
Motivation / Markt	<ul style="list-style-type: none"> - Preiskampf im Verdrängungswettbewerb des Umfeldes
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> - Geschäftsreisende, Messe- und Kongressbesucher und touristische Gäste
Positionierung / Wettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> - 3*-Sterne-Standard - Abschöpfung der positiven Marktentwicklung
Hoteleinheit / Nebenbetriebe	<ul style="list-style-type: none"> - 70 - 90 Zimmer - Restaurant für Frühstück
Konkurrenz	<ul style="list-style-type: none"> - Bestehende Klein- und mittelständische Hotellerie
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> - Preisniveau geringer als in der Stadt „Köln“ - Weitere Hotelentwicklungen geplant
Potentielle Betreiber	<ul style="list-style-type: none"> - Betreibergesellschaft (mit Franchisesystem) - Privathotelier - Hotelgruppe mit bestehenden Häusern in direkter Umgebung



6.6.2 Szenario II – Stadthotel im 3*-Sterne-Plus-Standard mit Seminarkapazitäten

Vision / Inspiration	<ul style="list-style-type: none"> - 3*-Sterne-Plus Hotel - Qualitätsführerschaft im Segment durch Leistungsversprechen und günstigerem Preisniveau, - Teilnahme an den Wachstumsraten des Wirtschaftsstandortes „Köln“,
Motivation / Markt	<ul style="list-style-type: none"> - Preiskampf im Verdrängungswettbewerb des Umfeldes
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> - Geschäftsreisende, Messe- und Kongressbesucher und touristische Gäste; Seminarge-schäft unterhalb der 4*-Sterne-Kategorie
Positionierung / Wettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> - 3*-Sterne-Plus- Standard - Abschöpfung der positiven Marktentwicklung
Hoteleinheit / Nebenbetriebe	<ul style="list-style-type: none"> - 80 - 120 Zimmer - Restaurant, Hallenbar; Gym (kein SPA) - Parkmöglichkeiten
Konkurrenz	<ul style="list-style-type: none"> - Bestehende Klein- und mittelständische Hotellerie
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> - Preisniveau in der Stadt „Köln“ oder direkten Umgebung geringer - Weitere Hotelentwicklungen geplant
Potentielle Betreiber	<ul style="list-style-type: none"> - Betreibergesellschaft mit Franchisesystem - Privathoteliers - Hotelgruppe mit bestehenden Häusern in direkter Umgebung

6.6.3 Szenario III - Seminarhotel im 4*-Segment

Vision / Inspiration	<ul style="list-style-type: none"> - 4*-Sterne Qualitätsanforderungen der Wettbewerber (auch aus der Stadt „Köln“), - Teilnahme an den Wachstumsraten des Seminargeschäftes / Tagungsgeschäftes, - Gleichzeitig qualifizierte Unterkunft für Geschäftsreisende
Motivation / Markt	<ul style="list-style-type: none"> - Preiskampf im Verdrängungswettbewerb des Umfeldes ODER - Qualitätsführerschaft erreichen
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> - Geschäftsreisende und Messe- und Kongressbesucher
Positionierung / Wettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> - 4*-Sterne-Standard mit allen tagungsrelevanten Qualitätsansprüchen - Abschöpfung der positiven Marktentwicklung
Hoteleinheit / Nebenbetriebe	<ul style="list-style-type: none"> - Mind. 120 Zimmer - Restaurant, Hallenbar, SPA mit Gym - Parkmöglichkeiten
Konkurrenz	<ul style="list-style-type: none"> - Bestehende Klein- und mittelständische Hotellerie in der Stadt „Köln“ - Bestehende Marken- und Kettenhotellerie
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> - Preisniveau geringer als in der Stadt „Köln“ - Weitere Hotelentwicklungen geplant
Potentielle Betreiberketten	<ul style="list-style-type: none"> - Betreibergesellschaft mit Franchisesystem - Hotelgruppe mit bestehenden Häusern in direkter Umgebung



6.7 Bewertung der Entwicklungsszenarien – Nutzwertanalyse⁵²

Kategorie \ Szenario	Gewicht	Mittel-ständisches Stadthotel im 3*-Sterne-Standard	Stadthotel im 3*-Sterne-Plus-Standard mit Seminar-kapazitäten	Seminar-hotel 4* Sterne
Alleinstellung / Nische	15	8	8	7
Marktattraktivität / Zielgruppe	30	5	6	6
Konzeptbezug zum Umfeld	10	4	4	5
Konkurrenzsituation	20	6	6	4
Eignung Makrostandort	15	6	6	5
Eignung Mikrostandort	10	5	5	5
Summe	100	570	600	540
Platzierung		II.	I.	III.

6.8 Fazit – Untersuchung des erfolgversprechendsten Hotelkonzeptes

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass aus der derzeitigen und prognostizierten Nachfrage des Beherbergungsmarktes der Wirtschaftsregion „Köln“ ein Nachfragedruck als Basis für einen neuen Beherbergungsbetrieb ableiten lässt.

Aus Marktsicht wäre in erster Linie ein Beherbergungsbetrieb im mittleren Marktsegment im Betriebstyp „Hotel“ bzw. „Hotel Garni“ zu rechtfertigen. Für ein derartiges Beherbergungsprodukt ist zudem mit ausreichendem Interesse an Hotelbetreibern und Investoren zu rechnen. Mit temporär geringeren durchschnittlichen Zimmerraten und einem ansprechenden, neuen Produkt würden den bestehenden Betrieben zunächst Marktanteile abgenommen werden und eine angebotsseitige Verschärfung des Preiswettbewerbs einhergehen. Bestehende Hotels würden gezwungen werden, sich neu zu positionieren und zu investieren, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Angebotsinduziertes Übernachtungsvolumen würde ein gutes Hotelkonzept vor allem dann generieren, wenn es einer bekannten, nationalen oder internationalen Marke bzw. Hotelgruppe angehört und zudem in Bahnhofsnähe errichtet würde.

⁵² Legende: Bewertung der Eigenschaften auf einer Skala von 1-10 (dabei steht die 1 für eine negative Ausprägung, die 10 für eine positive Ausprägung).



Mit einer geringen Anzahl von Tagungsräumen könnten ergänzend messebedingte Übernachtungen realisiert werden und preissensiblere Nachfrage anderer Marktsegmente gebündelt werden.

Aus dem derzeitigen Marktgeschehen ist der Bedarf nach einem solchen Beherbergungsbetrieb ableitbar, wobei die Positionierung einen vergleichsweise längeren Zeitraum in Anspruch nehmen würde. Für die Standorte ist jedoch festzuhalten, dass es für das Marktsegment sowohl einen Hotelbetreiber als auch Investor geben sollte.

Dem Ergebnis der Nutzwertanalyse der möglichen Betriebstypen, wird aufgrund der Grundstücksbeschreibungen dem Standort 1 die vermeintlich erfolgsversprechendsten Aussichten zugesprochen und schließt den dritten Standort gem. Punkt 3.3 bereits aus. Im Wesentlichen sprechen die Anforderungen der identifizierten Marktsegmente zur verkehrlichen Anbindung mit dennoch bestehender Nähe zur Innenstadt sowie der bebaubaren Kapazitäten hierfür.



7. Rentabilitätsplanung

7.1 Erläuterungen zur Vorgehensweise

Der in der Rentabilitätsvorausschau prognostizierte Ergebnisverlauf ist als sog. Banking Case erstellt und als vorsichtig-realistischer Ansatz zu verstehen.⁵³ **Ausgangslage ist die Annahme eines 100 Zimmer 3*-Sterne-Plus-Hotels mit einer geringen Anzahl an Seminarräumen.** Vor diesem Hintergrund ist die Vorschau unter folgenden Prämissen erstellt worden:

Vorgehensweise	Die weiterführende Berechnung der Betriebsergebnisse wurde anhand des Spezialkontenrahmens USALI (Uniform system of account of the lodging industry) für das Gastgewerbe erstellt. ⁵⁴ Teilweise wurden leichte Modifikationen vorgenommen, wenn sie dem besseren Verständnis dienen.
Saisonalität	Die Saisonalität gibt Aussage über die unterjährigen Schwankungen der Nachfrage in einer Stadt oder Region. Eine hohe Saisonalität drückt aus, dass die Differenzen zwischen dem nachfragestärksten und dem nachfrageschwächsten Monat ausgeprägt sind, es gibt also eine oder mehrere Hauptsaisons.
Standorte	Die folgende Kategorisierung von Städten in Primär-, Sekundär- und Tertiärstandorte gilt nur für Deutschland und dient ausschließlich der Klassifizierung von Hotelstandorten, und zwar aus Sicht von Hotelgesellschaften und hotel erfahrenen Projektentwicklern, Investoren und Banken.
Primärstandort	Großstädte (mind. 100.000 Einwohner) mit mehr als 3 Mio. Übernachtungen.
Sekundärstandorte	Großstädte (mind. 100.000 Einwohner) die im Durchschnitt über mehrere Jahre hinweg zwischen 750.000 und 3 Mio. Übernachtungen generieren.
Tertiärstandorte	Städte mit rd. 50.000 Einwohner, die im Durchschnitt über mehrere Jahre hinweg zwischen 100.000 und 750.000 Übernachtungen zählen.

⁵³ Im Gegensatz hierzu steht der optimistische Ansatz z.B. eines Kreditnehmers bzw. Betreibers (Borrower Case).

⁵⁴ Die Nutzung dieses Kontenrahmens gewährt die Vergleichbarkeit der Daten mit branchenüblichen Kennzahlen.



Verdrängungswettbewerb	<p>Der Verdrängungswettbewerb ist ein Trend auf dem deutschen Hotelmarkt, bei dem kleinere Betriebe aus wirtschaftlichen Gründen zumeist größeren weichen müssen. Häufig sind in diesem Zusammenhang Privathotels betroffen. Kleinere Betriebe geraten durch einen erschwerten Zugang zum Kapitalmarkt, Investitionsstaus und ein häufig unprofessionelles Management zunehmend in Bedrängnis.</p>
Nutzungsdauer	<p>Auftragsgemäß wird für den Prognosezeitraum eine Betreuung des geplanten Hotelbetriebs durch einen Hotelbetreiber mit spezifischem Know-How unterstellt. Durch die kostenneutral unmögliche Umnutzungsmöglichkeit und der geplanten Neuerichtung wird in dieser Bewertung die <u>unbefristete</u> Nutzung des Bewertungsobjekts als Beherbergungsobjekt „Hotel“ unterstellt.</p>
Inflationsrate	<p>Die im Folgenden genannten Werte für die Umsatzerlöse und Aufwendungen basieren auf der Preisbasis von 2017 und sind somit mit aktuellen Marktpreisen unmittelbar vergleichbar.</p>
Währung	<p>Bei den folgenden ausgewiesenen Beträgen handelt es sich um Nettobeträge in Euro.</p>
Öffnungszeiten	<p>Es wird von einer ganzjährigen Öffnung des Betriebes ausgegangen. Aufgrund des bestehenden Ausstattungsstandards sind neben den „normalen“ zum Betrieb gehörenden Investitionsmaßnahmen <u>keine</u> den operativen Betrieb einschränkende Maßnahmen berücksichtigt. Alle Prognosen wurden nach bestem Wissen und Gewissen und auf Basis der erteilten Auskünfte vorgenommen. Eine Garantie für das Eintreten der budgetierten Werte kann nicht übernommen werden. Es wurde unterstellt, dass</p> <ul style="list-style-type: none">- nötige begleitende Vermarktungsmaßnahmen frühzeitig und offensiv umgesetzt werden,- gravierende Marktstörungen, wie Terroranschläge oder dergleichen ausbleiben,- alle Einsparpotentiale konsequent genutzt werden. <p>Änderungen der MwSt.-Sätze oder branchenbezogener Besteuerungen oder gesetzliche Regelungen wurden nicht unter-</p>



stellt. Leichte Berechnungsabweichungen können aufgrund von Rundungsdifferenzen auftreten.

7.2 Prognose der möglichen Umsatzerlöse

7.2.1 Erläuterungen zu Begrifflichkeiten

Logis	Synonym für den Begriff „Beherbergung“.
Doppelbelegungsfaktor	Der Doppelbelegungsfaktor zeigt das Verhältnis der einzelbelegten zu den doppelbelegten Gästezimmern an. Bei einem Doppelbelegungsfaktor von z.B. 1,3 sind 30% der vermieteten Zimmer von mehr als einer Person belegt worden, bzw. logieren in 100 Zimmern 130 Personen.
Zimmerbelegung	Diese Zahl gibt die durchschnittliche jährliche Zimmerbelegung in % (Occupancy – OCC) wieder, d.h. die tatsächliche Anzahl der belegten Gästezimmer im Verhältnis zu der optimal möglichen Anzahl von belegten Gästezimmern. Des Weiteren wird von den statistischen Landesämtern die Bettenauslastung erfasst, die im Gegensatz zur OCC den Anteil der belegten Betten an der Gesamtanzahl der verfügbaren Betten aufzeigt.
Durchschnittszimmerpreis	Der Netto-Logis-Erlös eines Jahres ist die Summe aller Einnahmen aus Beherbergung / Logis, reduziert um Frühstück und die Mehrwertsteuer und unter Berücksichtigung aller zielgruppenspezifischen Nachlässe. Ein Vergleich mit dem veröffentlichten Zimmerpreis ist somit nicht möglich. Dividiert man den Netto-Logis-Erlös durch die Anzahl der Zimmerübernachtungen ergibt sich der durchschnittliche Zimmererlös (Average Roomrate – ARR) in Euro.
RevPAR	Revenue per available room (Logiserlös pro verfügbarem Zimmer): Nettogesamterlös Beherbergung ohne USt. Und Frühstück dividiert durch die Anzahl der insgesamt verfügbaren Zimmer (oder Durchschnittszimmerpreis x Zimmerbelegung).



7.2.2 Prognose der zukünftigen Logisumsätze

Zielgruppenmix

Unberücksichtigt der Saisonzeiten wird von folgendem Zielgruppenmix im Logisbereich ausgegangen. Mit diesem Businessmix wird unterstellt, dass für das sog. „Normaljahr“ nach Eröffnung und Positionierung eine durchschnittliche Auslastung der Zimmer von rd. 69,86% und einer durchschnittlichen Zimmerrate von rd. 86,84€ erreicht werden kann.

Tägl. verfügbare Zimmeranzahl	100
Öffnungstage	365
Jährl. verfügbare Zimmeranzahl	36.500

	TOTAL	Privat- buchungen	Geschäfts- reisende	Messe / Kongresse
Anzahl belegter Zimmer	23.000	7.500	8.500	7.000
Anteil am Gesamtaufkommen	100%	35%	35%	30%
Doppelbelegungsfaktor	1,27	1,50	1,20	1,10
Anzahl der belegten Betten	29.150	11.250	10.200	7.700
Anzahl belegter Einzelzimmer	16.850	3.750	6.800	6.300
Anzahl belegter Doppelzimmer	6.150	3.750	1.700	700
Zimmerpreis - EZ	90,50 €	60,00 €	80,00 €	120,00 €
Zimmerpreis - DZ	95,41 €	85,00 €	100,00 €	140,00 €
Logiserlös BRUTTO	2.111.750 €	543.750 €	714.000 €	854.000 €
./ 7,0% MwSt.	138.152 €	35.572 €	46.710 €	55.869 €
Logiserlös NETTO	1.973.598 €	508.178 €	667.290 €	798.131 €
Zimmerauslastung in %	63,01%			
Ø Zimmererlös in €	85,81 €	67,76 €	78,50 €	114,02 €
RevPar / Room Yield in €	54,07 €			

Hierbei ist festzuhalten, dass es sich bei den vorgenannten Werten um Resultate einer „Mischkalkulation“ handelt. Bereits hier ist ersichtlich, dass der Beherbergungsumsatz nahezu in gleichen Teilen der Marktsegmente angenommen wird.



7.2.3 Prognose der zukünftigen Gastronomieumsätze

Zu den ausgewiesenen Logisumsätzen kommen Umsatzerlöse aus den Gastronomieabteilungen (Restaurant, Bar, Frühstück etc.) hinzu. Der Umsatz je Gast wurde sachverständig geschätzt.

Sonstige op. Abteilungen Die sonstigen Umsätze erfassen üblicherweise Park- und Telefonerlöse, Kioskverkäufe, Parken, Gästewäsche, Fahrradverleih-Umsätze etc. Hier wurde p.a. ein pauschaler Wert eingestellt.

7.3 Prognose der betriebsbedingten Aufwendungen

Die Prognose der zukünftigen Aufwendungen und Kosten basiert weitestgehend auf den Erfahrungswerten des Sachverständigen von ähnlich gelagerten Projekten in NRW und wurde lediglich in Einzelpositionen mit Kennziffern der Branchenvergleiche angepasst.

Sachaufwand / Wareneinsatz Diese Position beinhaltet Sachaufwendungen und Wareneinkauf der Abteilungen Beherbergung und Gastronomie. Unter dieser Position werden im Beherbergungsbereich insbesondere die Reinigungsmittel, Uniformen, Kosten für Prospekte, Kosten der Miet- oder Leihwäsche sowie die Kosten der Fremdreinigung etc. erfasst. Im Gastronomiebereich fallen hierunter neben der Miet- oder Leihwäsche, Uniformen oder Speise- und Getränkekarten etc. Die Wareneinsätze bzw. der Sachaufwand im Beherbergungsbereich wurden in die Planrechnung quotal eingestellt.

Personalkosten In dieser Position werden alle Mitarbeiter an der Rezeption, Technik, Marketing und Administration erfasst. Neben den festangestellten Mitarbeitern sind in dieser Position die Fremdkräfte sowie Aushilfen abgedeckt. Die Personalkosten ergeben sich aus der Beschäftigung der Personen anhand der zunächst abzudeckenden Personalarbeitsstunden. Hieraus lässt sich die Mitarbeiteranzahl und Personalkosten inkl. Arbeitgeberanteil ermitteln.



Verwaltungskosten	In dieser Position sind neben einer Sammelgröße von kaufmännischen Positionen, Aufwendungen für Personal der Hotelleitung, GWG und Fremdleistungen etc. zusammengefasst.
Werbe- / Reisekosten	Hierunter werden die vermarktungsrelevanten Aufwendungen für „Werbung, Katalogeinträgen, Flyer, Messebesuchen, Eintragungen in Reservierungssystemen etc.“ zusammengefasst.
Raum- / Energiekosten	Unter dieser Position werden sämtliche Energieaufwendungen erfasst. Dies sind in erster Linie die für den Strom, Gas, Heizung und (Ab-)Wasser notwendigen Ausgaben.
Instandhaltung	Technikaufwendungen beinhalten turnusgemäße Renovierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen, die zu einer Aufrechterhaltung des Qualitätsstandards erforderlich sind. Die Werte steigen üblicherweise mit der Fläche pro Zimmer und dem Ausstattungsstandard. Wartungsverträge sind mit enthalten. Diese Position umfasst nicht Reparaturen an Dach und Fach, Sonderbaumaßnahmen oder Ersatzbeschaffung für Mobiliar.
Bruttobetriebsergebnis I	Das Ergebnis nach Gemeinkosten (auch Ergebnis nach Gemeinkosten oder GOP Gross operating profit genannt) zeigt das finanzielle Ergebnis der unternehmerischen Tätigkeit und die vorhandenen Beträge zur Deckung der anlagebezogenen Aufwendungen. Im vorliegenden Fall liegt das Ergebnis über den Betrachtungszeitraum bei rd. 950.000 € p.a.

7.4 Prognose der anlagebedingten Aufwendungen

Auftragsgemäß wird die weiterführende Ergebnisplanung für 2 Szenarien (aus Sicht des Betreibers und Sicht eines Investors) erstellt. Ausgangspunkt bei allen Berechnungen ist das Ergebnis nach Gemeinkosten (vgl. Punkt 7.3), wobei die Verteilung der folgenden Kosten- und Aufwandsarten der branchenüblichen Verteilung folgen.



7.4.1 Betreiberrechnung

Pacht	Ausgehend von dem zuvor ermittelten Bruttobetriebsergebnis I wurden pauschal 75% des Wertes als betreiberseitig nachhaltig zahlbare Pacht angenommen.
Betriebliche Steuern	Im vorliegenden Fall wurden für betriebliche Steuern aus kaufmännischer Sorgfalt ein Pauschalbetrag in Höhe von 7.500,00 € p.a. erfasst.
Elementarversicherungen	Werden branchenüblich durch den Verpächter übernommen.
Grundsteuern	Diesbezügliche Kosten sind fremdüblich durch den Investor zu tragen sind, wobei eine Übertragung auf den Betreiber nicht unüblich ist. Im vorliegenden Fall werden diese Aufwendungen dem Investor zugeschrieben
Abschreibungen	Aufwendungen für Abschreibungen wurden im vorliegenden Fall sachverständig geschätzt.
FF&E	Da es bei nahezu allen Betreiberkonstellationen Regelungen gibt das Objekt jederzeit in einem bestimmten Zustand vorzuhalten, sind Aufwendungen bzw. Rückstellungen für das FF&E (Fixed, furniture & equipment; Ersatzbeschaffung des Inventars) entsprechend pächterseitig anzusetzen. Für die Rücklage FF&E wurden fremdüblich 2,0% vom Gesamtumsatz p.a. eingestellt.
Dach & Fach	Diesbezügliche Kosten sind fremdüblich durch den Investor zu tragen sind, wobei eine Übertragung auf den Betreiber nicht unüblich ist. Im vorliegenden Fall werden diese Aufwendungen dem Investor zugeschrieben.
Ergebnis nach Rücklagen	Das Ergebnis nach Rücklagen weist über den gesamten Betrachtungsraum für den Betreiber ein positives Ergebnis von rd. 15% aus.



7.4.2 Investorrechnung

Pacht	Die Pachteinnahmen resultieren aus den Zahlungen des Betreibers.
Elementarversicherungen	In den mietvertraglichen Regelungen ist häufig verankert, dass diesbezügliche Kosten durch die Verpächterin zu tragen sind. Der angenommene Betrag von 1,0% der Mieteinnahme p.a. resultiert aus Erfahrungswerten des Sachverständigen.
Grundsteuern	Der Pauschal festgelegte Wert entspricht den Erfahrungswerten aus ähnlichen Beratungsmandaten.
Kosten der Gesellschaft	Für diese Position wurden pauschal Kosten in Höhe von 2.500,00 € berücksichtigt.
Abschreibungen	Abschreibungen würden quotall vom anteiligen Baupreis (Gesamtkosten des Vorhabens wurden auf rd. 12 Mio. geschätzt) an.
Zins- und Tilgungsaufwand	Auf der Grundlage des Finanzierungsbedarf / Investitionsvolumen erfolgte eine pauschale Festlegung des Kapitaldienstes i.H.v. 2,5% jeweils für Zins und Tilgung.
Rücklage Dach & Fach	Aus kaufmännischer Vorsicht sowie unter Berücksichtigung des dann bestehenden Gebäudealters erfolgte eine Erfassung der Rücklage Dach & Fach mit pauschal 25.000,00 € p.a..
Ergebnis nach Rücklagen	Das Ergebnis nach Rücklagen weist eine Überdeckung in der Liquidität aus.



8. Zusammenfassende Bewertung

Der lokale Hotelmarkt in Bergisch Gladbach ist insbesondere von der kleinen und mittelständischen Hotellerie, die im Wesentlichen nicht der Marken- bzw. Kettenhotellerie angehört, geprägt. Aufgrund der geringen angebotenen Betten- bzw. Zimmeranzahl am Bewertungsstandort sind Angebotsüberhänge der naheliegenden Stadt Köln aktuell nur bedingt abzuschöpfen. Obwohl in naher Zukunft weitere Hotelkapazitäten entstehen, ist aktuell davon auszugehen, dass diese das Marktgeschehen am Bewertungsstandort nur bedingt beeinflussen werden, da die Nachfragesituation nach Beherbergungsdienstleistungen (insbesondere in der Stadt Köln), dies voraussichtlich kompensieren wird. Die statistischen Werte zur bestehenden Situation im Beherbergungsmarkt weisen diese Entwicklung ebenfalls aus.

Es ist zur Kenntnis zu nehmen, dass durch gut geführte Hotelbetriebe, die insbesondere der Marken- und / oder Kettenhotellerie angeschlossen sind sowie regionale Hotelgruppen mit starken Vertriebspotential und -strukturen, die veröffentlichten statistischen Werte bereits aktuell übertreffen.

Da die zuvor erwähnten bestehenden Beherbergungsbetriebe eine geringere Zimmerkapazität vorhalten, sind sie stark von der lokalen Nachfragesituation abhängig und nicht wie z.B. neue Beherbergungsbetriebe mit größerer Angebotsanzahl bei den Zimmern ortsungebundene Marktsegmente wie Messe- und Kongressgäste oder Geschäftsreisende akquirieren. Mit der Neuschaffung von wettbewerbsfähigen Beherbergungskapazitäten wird es daher naturgemäß zu einer Verdrängung kommen.

Auf dieser Basis und den touristischen Besonderheiten der „Wirtschaftsregion Köln“ mit dem damit verbundenen Gästepotential, wird einem Beherbergungsvorhaben in Bergisch Gladbach grundsätzlich eine nachhaltige Marktfähigkeit eingeräumt. Neben der betreiberseitig zugeschnittenen Hotelkonzeption mit betriebsoptimaler Aufbau- und Ablauforganisation, ist der Ausstattungsstandard mit marktfähiger Betriebsgröße von Bedeutung.



Aufgrund des bereits bestehenden hohen touristischen Ausländeranteils (insbesondere in der Stadt Köln) sowie der verstärkten Ansiedlung ausländischer Unternehmen am Bewertungsstandort, spricht vieles dafür das geplante Beherbergungsvorhaben an die Marken- bzw. Kettenhotellerie anzuschließen.

Ausgehend von den Analyseergebnissen wird einem Beherbergungsbetrieb im 3*-Sterne-Plus-Standard und einer Zimmeranzahl bis zu 120 Zimmereinheiten am Standort 1 die nachhaltig erfolgsversprechendste Betriebsführung zugesprochen.

Die sich aus der beiliegenden Wirtschaftlichkeitsberechnung für ein 100 Zimmerhotel beispielhaft ergebene Pachtsumme je verfügbaren Zimmer beläuft sich auf gerundet rd. 600,00 € / Monat. Die Bandbreite wird unter Bezugnahme auf die unterschiedlichen Kriterien bei der baulichen Realisierung mit $\pm 5\%$ bemessen.



9. Bestätigungsvermerk

Das vorstehende Sachverständigengutachten hat der Sachverständige nach Prüfung der vorhandenen Verhältnisse und auf der Grundlage der Sachverständigenordnung erstellt. Für den Fall des Bekanntwerdens neuer, diese Aussage beeinflussender Tatsachen und / oder Informationen behält sich der Sachverständige eine nochmalige Überprüfung vor.

Der Sachverständige bescheinigt durch seine Unterschrift zugleich, dass ihm keine Ablehnungsgründe entgegenstehen, aus denen jemand als Beweiszuge oder Sachverständiger nicht zulässig ist oder seinen Aussagen keine volle Glaubwürdigkeit beigemessen werden kann.

Dieses Sachverständigengutachten wurde vom Sachverständigen in eigener Verantwortung nach bestem Wissen und Gewissen erstattet. Der Sachverständige ist weder verwandt noch verschwägert mit dem Auftraggeber, noch verfolgt er wirtschaftliche Interessen Dritter oder im Auftrag Dritter.

Berlin, 15. September 2017

Giancarlo Bethke, M.B.C.

Öffentlich bestellt und vereidigter Sachverständiger für Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Hotel- und Gaststättenbetrieben (IHK)



Sachverständigenbüro Giancarlo Bethke

Werderstraße 1 | 12103 Berlin

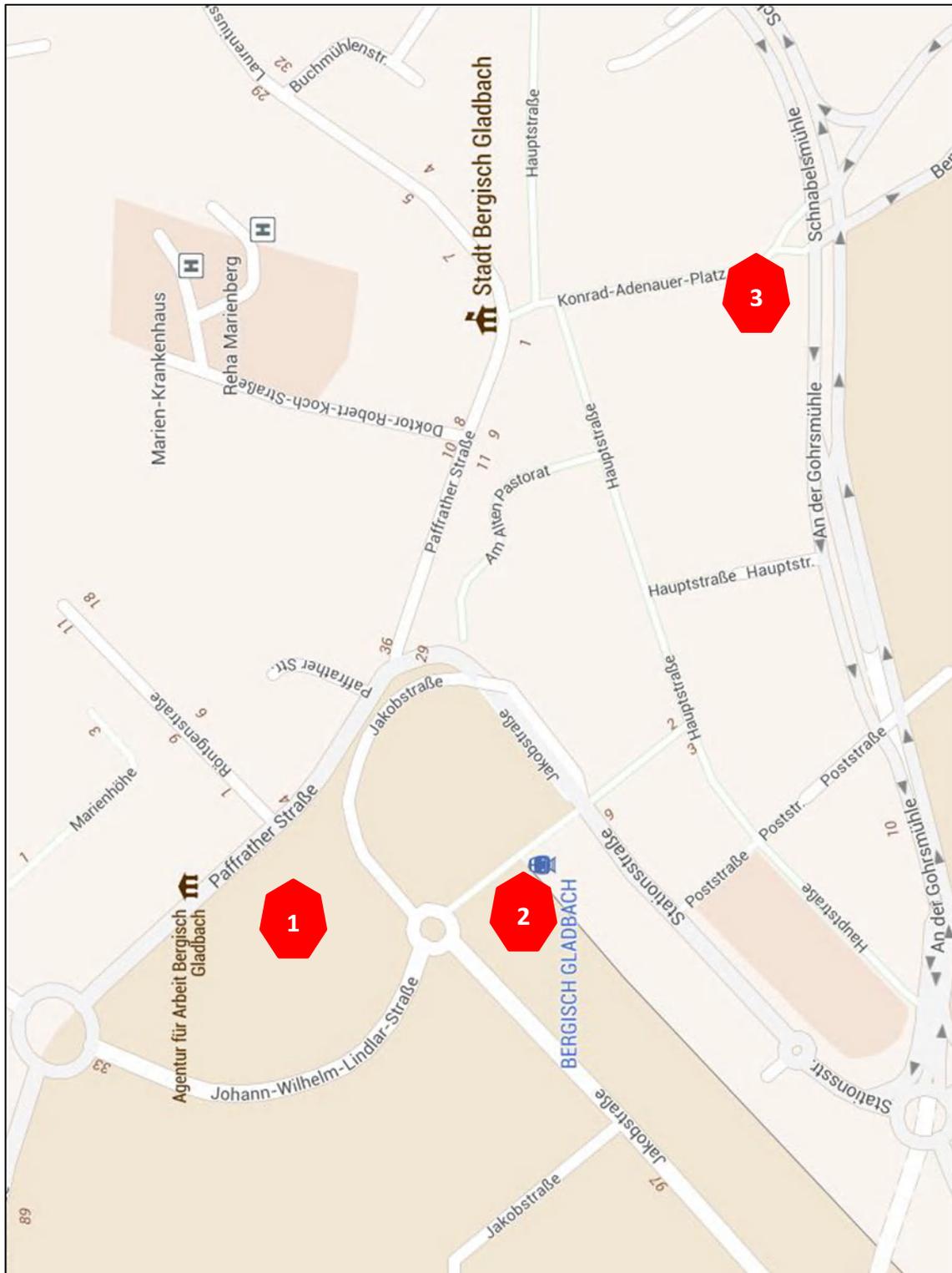
Fon: 030 - 857 317 20 | Fax: 030 - 850 750 82

Mail: info@hotel-valuation.de | Web: www.hotel-valuation.de



10. Anlagen

10.1 Mikrostandort – Potentielle Hotelstandorte „Bergisch Gladbach“





10.2 Beispielrechnung für ein 100 Zimmer-Hotel (im Normaljahr)



10.3 Literaturverzeichnis

Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung; Prozess, Methoden und Probleme, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007.

Baetge J./ Kirch H.-J.: Besonderheiten der Bewertung von Unternehmensanteilen sowie von kleinen und mittleren Unternehmen, IDW Verlag, Wiesbaden 2006.

Behringer, S.: Unternehmensbewertung der Mittel- und Kleinbetriebe, Betriebswirtschaftliche Verfahrensweisen, 3. neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2004.

Brühl, R.: Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München 2004.

Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands: Beherbergungsgewerbe in Deutschland, Leitfaden für Immobilienbewerter, 2. Auflage, Berlin 2007.

Cometis AG: Unternehmensbewertung; Methoden, Rechenbeispiele, Vor- und Nachteile, 2. Auflage, Wiesbaden 2005.

DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband:

- Einheitliche Betriebsabrechnung; Die Erfolgssteuerung für Hotels, 1. Auflage, Bonn 2000.
- Das Budget in der Hotellerie, Gastgewerbliche Schriftenreihe 65, 5. überarbeitete Auflage, Bonn 2005.
- Betriebsvergleich Hotellerie und Gastronomie, Gastgewerbliche Schriftenreihe 99, Bonn 2006.
- Miet- und Pachtverträge im Gastgewerbe, Gastgewerbliche Schriftenreihe 57, 7. überarbeitete Auflage, Bonn 12/2005.
- Wirtschaftlichkeitsberechnungen im Gastgewerbe, Gastgewerbliche Schriftenreihe, 4. überarbeitete Auflage, Bonn 2007.

Drukarczyk, J./ Ernst, D.: Branchenorientierte Unternehmensbewertung, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2007.

Drukarczyk, J./ Schüler, A.: Unternehmensbewertung, 5. überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2007.

Exler, M. W.: MidCap M&A; Management für den Verkauf und Bewertung von mittelständischen Unternehmen, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG, Herne/Berlin 2006.

Frehse, J./ Weiermair (Hrsg.), K.: Hotel Real Estate Management, Grundlagen, Spezialbereiche, Fallbeispiele, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co, Berlin 2007.

Geib, G./ Gelhausen, H. F./ Gelhausen, W. D.: WP Handbuch 2006 (Wirtschaftsprüferhandbuch); Wirtschaftsprüfung, Rechnungslegung, Beratung, 13., vollständig und überarbeitete Auflage, IdW-Verlag GmbH, 2006.

Henschel, K.: Hotelmanagement, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München 2001.

Henselmann, K./ Kniest, W.: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Herne/Berlin 2002.

Hommel, M./ Braun, I.: Unternehmensbewertung; Case by case, Verlag Recht und Wirtschaft GmbH, Frankfurt am Main 2005.



IDW Institut der Wirtschaftsprüfer: IDW Standard - Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen (IDW S 1), Düsseldorf 2008

Kleiber, W.: WertR 02; Sammlung amtlicher Texte zur Ermittlung des Verkehrswertes von Grundstücken mit Normalherstellungskosten – NHK 2000, 8. Auflage, Köln 2003.

Kranebitter (Hrsg.), G.: Unternehmensbewertung für Praktiker, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, Linde Verlag Wien GmbH, Wien 2007.

Kuhner, C./ Maltry, H.: Unternehmensbewertung, Springer-Verlag Berlin, Heidelberg 2006.

Küting, K./ Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse, Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, 8. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2006

Mannek, W.: Profi-Handbuch Wertermittlung von Immobilien, 3. völlig neu bearbeitete Auflage, Walhalla Fachverlag, Regensburg / Berlin 2005

Mandl, G./ Rabel, K.:

- Unternehmensbewertung, Frankfurt und Wien 1998
- Methoden der Unternehmensbewertung, in Peemöller, V. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, Herne, Berlin 2005

Matschke, M.J.: Einige grundsätzliche Bemerkungen zur Ermittlung mehrdimensionaler Entscheidungswerte der Unternehmung, in: BFuP, 45. Jg. 1993,

Moxter, A.:

- Grundsätze ordnungsmäßiger Unternehmensbewertung, *IdW-Verlag 2. Auflage, Wiesbaden 1983*
- Die sieben Todsünden des Unternehmensbewerter. In: Goetzke, W., Sieben, G. (Hrsg.), *Moderne Unternehmensbewertung und Grundsätze ihrer ordnungsgemäßen Durchführung, Köln 1977*

Mücher, C.: Unternehmensbewertung, Orell füssli Verlag AG, Zürich 2007

Schaetzing, E.E.: Management in der Hotellerie und Gastronomie, 7. überarbeitete Auflage, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main 2006

Schilt, J. H.: A Rational Approach to Capitalization Rates for Discounting the Future Income Stream of Closely Held Companies, *The Financial Planner*, January 1982

Schröder, M., Forstnig, J., Widmann, M.: Bewertung von Hotels und Hotelimmobilien, 1. Auflage, München 2005

Simon, J., Reinhold, W.: Wertermittlung von Grundstücken, Aufgaben und Lösungen zur Verkehrswertermittlung, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage, Hermann Luchterhand Verlag GmbH, Neuwied und Kriftel 2001

Thommen, J. P., Achleitner, A. K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus management-orientierter Sicht, Neueste Auflage, Wiesbaden 1999



10.4 Allgemeine Bewertungsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Erstattung von Gutachten durch öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige genehmigt durch Beschluss des Bundeskartellamtes vom 10.2.1981 (AZ.:B2-716900-BO-113/79)

§1 (Geltung)

- (1) Die Rechtsbeziehungen des öffentlich bestellten Sachverständigen zu seinem Auftraggeber bestimmen sich nach den folgenden Vertragsbedingungen.
- (2) Davon abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsinhalt, wenn sie der Sachverständige ausdrücklich und schriftlich anerkennt.

§2 (Auftrag)

- (1) Die Annahme des Auftrags sowie mündliche, telefonische oder durch Angestellte getroffene Vereinbarungen, Zusicherungen oder Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der schriftlichen Bestätigung des Sachverständigen.
- (2) Gegenstand des Auftrags ist jede Art gutachterlicher Tätigkeit, wie Feststellung von Tatsachen, Darstellungen von Erfahrungssätzen, Ursachenermittlung, Bewertung und Überprüfung. Diese Tätigkeit kann auch im Rahmen schiedsgutachterlicher oder schiedsgerichtlicher Tätigkeit ausgeübt werden.
- (3) Gutachtenthema und Verwendungszweck sind bei Auftragserteilung schriftlich festzulegen.

§3 (Durchführung des Auftrags)

- (1) Der Auftrag ist entsprechend den für einen öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen gültigen Grundsätzen unparteiisch und nach bestem Wissen und Gewissen auszuführen.
- (2) Einen bestimmten Erfolg, insbesondere ein vom Auftraggeber gewünschtes Ergebnis, kann der Sachverständige nur im Rahmen objektiver und unparteiischer Anwendung seiner Sachkunde gewährleisten.
- (3) Der Sachverständige erstattet seine gutachterliche Tätigkeit persönlich. Soweit es notwendig oder zweckmäßig ist und die Eigenverantwortung des Sachverständigen erhalten bleibt, kann sich der Sachverständige bei der Vorbereitung des Gutachtens der Hilfe sachverständiger Mitarbeiter bedienen.
- (4) Ist zur sachgemäßen Erledigung des Auftrags die Zuziehung von Sachverständigen anderer Disziplinen erforderlich, so erfolgt deren Beauftragung durch den Auftraggeber.
- (5) Im Übrigen ist der Sachverständige berechtigt, zur Bearbeitung des Auftrags auf Kosten des Auftraggebers die notwendigen und üblichen Untersuchungen und Versuche nach seinem pflichtgemäßen Ermessen durchzuführen oder durchführen zu lassen, Erkundigungen einzuziehen, Nachforschungen anzustellen, Reisen und Besichtigungen vorzunehmen sowie Fotos und Zeichnungen anzufertigen zu lassen, ohne dass es hierfür einer besonderen Zustimmung des Auftraggebers bedarf. Soweit hierfür unvorhergesehene oder im Verhältnis zum Zweck des Gutachtens zeit- oder kostenaufwendige Untersuchungen erforderlich werden, ist dazu die vorherige Zustimmung des Auftraggebers einzuholen.
- (6) Der Sachverständige wird vom Auftraggeber ermächtigt, bei Beteiligten, Behörden und dritten Personen die für die Erstattung des Gutachtens notwendigen Auskünfte einzuholen und Erhebungen durchzuführen. Falls erforderlich, ist ihm vom Auftraggeber hierfür eine besondere Vollmacht auszustellen.
- (7) Das Gutachten ist innerhalb der vereinbarten Frist zu erstatten.
- (8) Schriftliche Ausarbeitungen werden dem Auftraggeber in zweifacher Ausfertigung zur Verfügung gestellt. Weitere Exemplare werden gesondert in Rechnung gestellt.
- (9) Nach Erledigung des Auftrags und Zahlung der vereinbarten Vergütung hat der Sachverständige die ihm vom Auftraggeber zur Durchführung des Gutachtens überlassenen Unterlagen unaufgefordert wieder zurückzugeben.

§4 (Pflichten des Auftraggebers)

- (1) Der Auftraggeber darf dem Sachverständigen keine Weisungen erteilen, die dessen tatsächliche Feststellungen oder das Ergebnis seines Gutachtens verfälschen könnten.
- (2) Der Auftraggeber hat dafür Sorge zu tragen, dass dem Sachverständigen alle für die Ausführung des Auftrags notwendigen Auskünfte und Unterlagen (z.B. Rechnungen, Zeichnungen, Berechnungen, Schriftverkehr) unentgeltlich und rechtzeitig zugehen. Der Sachverständige ist von allen Vorgängen und Umständen, die erkennbar für die Erstattung des Gutachtens von Bedeutung sein können, rechtzeitig und ohne besondere Aufforderung in Kenntnis zu setzen.

§5 (Schweigepflicht des Sachverständigen)

- (1) Der Sachverständige unterliegt gem. § 203 Abs.2 Nr.5 StGB einer mit Strafe bewehrten Schweigepflicht. Dementsprechend ist es ihm auch vertraglich untersagt, das Gutachten selbst oder Tatsachen, oder Unterlagen, die ihm im Rahmen seiner gutachterlichen Tätigkeit anvertraut worden oder sonst bekannt geworden sind, unbefugt zu offenbaren, weiterzugeben oder



auszunutzen. Die Pflicht zur Verschwiegenheit umfasst alle nicht offenkundigen Tatsachen und gilt über die Dauer des Auftragsverhältnisses hinaus.

- (2) Diese Schweigepflicht gilt auch für alle im Betrieb des Sachverständigen mitarbeitenden Personen. Der Sachverständige hat dafür zu sorgen, dass die Schweigepflicht von den genannten Personen eingehalten wird.

§6 (Urheberrechtsschutz)

- (1) Der Sachverständige behält an den von ihm erbrachten Leistungen, soweit sie urheberrechtsfähig sind, das Urheberrecht.
- (2) Insoweit darf der Auftraggeber das im Rahmen des Auftrags gefertigte Gutachten mit allen Aufstellungen, Berechnungen und sonstigen Einzelheiten nur für den Zweck verwenden, für den es vereinbarungsgemäß bestimmt ist.
- (3) Eine darüber hinausgehende Weitergabe des Gutachtens an Dritte, eine andere Art der Verwendung oder eine Textänderung oder –kürzung ist dem Auftraggeber nur mit Einwilligung des Sachverständigen gestattet.
- (4) Eine Veröffentlichung des Gutachtens bedarf in jedem Falle der Einwilligung des Sachverständigen. Vervielfältigungen sind nur im Rahmen des Verwendungszwecks des Gutachtens gestattet.

§7 (Honorar)

- (1) Der Sachverständige hat Anspruch auf Zahlung einer Vergütung. Die Höhe der Vergütung richtet sich nach der ausdrücklichen Vereinbarung. Die Vergütung enthält die allgemeinen Bürokosten des Sachverständigen.
- (2) Daneben können Nebenkosten und Auslagen in tatsächlich anfallender (gegen entsprechenden Nachweis) oder vereinbarter Höhe (ohne Nachweis) verlangt werden.
- (3) Bei Verträgen mit Letztverbrauchern ist die Mehrwertsteuer im Honorar enthalten. Ist der Auftraggeber eine juristische Person des öffentlichen Rechts, ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder ein Kaufmann, bei dem der Vertrag zum Betrieb seines Handelsgewerbes gehört, wird die Mehrwertsteuer in der bei Vertragsabschluss gesetzlich bestimmten Höhe der Vergütung und den Auslagen zugeschlagen.

§8 (Zahlung, Zahlungsverzug)

- (1) Das vereinbarte Honorar wird mit Zugang des Gutachtens beim Auftraggeber fällig. Die postalische Übersendung des Gutachtens unter gleichzeitiger Einziehung der fälligen Vergütung durch Nachnahme ist zulässig.
- (2) Zahlungsanweisungen, Schecks und Wechsel werden nur nach besonderer Vereinbarung unter Berechnung aller Einziehungs- und Diskontspesen und nur zahlungshalber angenommen.
- (3) Kommt der Auftraggeber mit der Zahlung des Honorars in Verzug, so kann der Sachverständige nach Setzung einer angemessenen Nachfrist vom Vertrag zurücktreten oder Schadenersatz wegen Nichterfüllung verlangen. Vorbehaltlich der Geltendmachung weiteren Schadens sind bei Zahlungsverzug Verzugszinsen in Höhe von 2% über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank zu entrichten, jeweils zuzüglich Umsatzsteuer. Sie sind höher oder niedriger anzusetzen, wenn der Sachverständige eine Belastung mit einem höheren Zinssatz oder der Auftraggeber eine geringere Belastung nachweist.
- (4) Nichteinhaltung von Zahlungsbedingungen oder Umstände, welche die Kreditwürdigkeit des Auftraggebers in Frage stellen, haben eine sofortige Fälligkeit aller Forderungen des Sachverständigen zur Folge. In diesen Fällen ist der Sachverständige berechtigt, nach angemessener Nachfrist vom Vertrag zurückzutreten oder Schadenersatz wegen Nichterfüllung zu verlangen. Das gleiche gilt bei Nichteinlösen von Wechseln oder Schecks, Zahlungseinstellung, Konkurs oder Nachsuchen eines Vergleiches des Auftraggebers.
- (5) Gegen Ansprüche des Sachverständigen kann der Auftraggeber nur aufrechnen, wenn die Gegenforderung des Auftraggebers unbestritten ist oder ein rechtskräftiger Titel vorliegt. Ein Zurückbehaltungsrecht kann der Auftraggeber nur geltend machen, soweit es aus Ansprüchen aus dem abgeschlossenen Vertrag beruht.

§9 (Fristüberschreitung)

- (1) Die Frist zur Ablieferung des Gutachtens (vgl. §3 Abs.7) beginnt mit Vertragsabschluss. Benötigt der Sachverständige für die Erstattung des Gutachtens Unterlagen des Auftraggebers (vgl. §4 Abs.2) oder ist die Zahlung eines Vorschusses vereinbart, so beginnt der Lauf der Frist erst nach Eingang der Unterlagen bzw. des Vorschusses.
- (2) Bei der Überschreitung des Ablieferungstermins kann der Auftraggeber nur im Falle des Leistungsverzuges des Sachverständigen oder der vom Sachverständigen zu vertretenden Unmöglichkeit vom Vertrag zurücktreten oder Schadenersatz verlangen.
- (3) Der Sachverständige kommt nur in Verzug, wenn er die Lieferverzögerung des Gutachtens zu vertreten hat. Bei nicht zu vertretenden Lieferhindernissen wie beispielsweise Fälle höherer Gewalt, Krankheit, Streik und Aussperrung, die auf einem unverschuldeten Ereignis beruhen und zu schwerwiegenden Betriebsstörungen führen, tritt Lieferverzug nicht ein. Die Ablieferungsfrist verlängert sich entsprechend, und der Auftraggeber kann hieraus keine Schadenersatzansprüche herleiten. Wird durch solche Lieferhindernisse dem Sachverständigen die Erstattung des Gutachtens völlig unmöglich, so wird er von seinen Vertragspflichten frei. Auch in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Schadenersatzanspruch nicht zu.
- (4) Der Auftraggeber kann neben Lieferung Verzugschadenersatz nur verlangen, wenn dem Sachverständigen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen wird.



§10 (Kündigung)

- (1) Auftraggeber und Sachverständiger können den Vertrag jederzeit aus wichtigem Grund kündigen. Die Kündigung ist schriftlich zu erklären.
- (2) Wichtige Gründe, die den Auftraggeber zur Kündigung berechtigen, sind u.a. Rücknahme der öffentlichen Bestellung durch die zuständige Bestellungsbehörde oder ein Verstoß gegen die Pflichten zur objektiven, unabhängigen und unparteiischen Gutachtenerstattung.
- (3) Wichtige Gründe, die den Sachverständigen zur Kündigung berechtigen, sind u.a. Verweigerung der notwendigen Mitwirkung des Auftraggebers; die das Ergebnis des Gutachtens verfälschen kann (vgl. §4 Abs.1) wenn der Auftraggeber in Schuldnerverzug gerät; wenn der Auftraggeber in Vermögensverfall gerät; wenn der Sachverständige nach Auftragsannahme feststellt, dass ihm die zur Erledigung des Auftrags notwendige Sachkunde fehlt.
- (4) Im Übrigen ist eine Kündigung des Vertrags ausgeschlossen.
- (5) Wird der Vertrag aus einem wichtigen Grund gekündigt, den der Sachverständige zu vertreten hat, so steht ihm eine Vergütung für die bis zum Zeitpunkt der Kündigung erbrachten Teilleistungen nur insoweit zu, als diese für den Auftraggeber objektiv verwertbar sind.
- (6) In allen anderen Fällen der Sachverständige den Anspruch auf das vertraglich vereinbarte Honorar, jedoch unter Abzug ersparter Aufwendungen. Sofern der Auftraggeber im Einzelfall keinen höheren Anteil an ersparten Aufwendungen nachweist, wird dieser mit 40% des Honorars für die vom Sachverständigen noch nicht erbrachten Leistungen vereinbart.

§11 (Gewährleistung)

- (1) Als Gewährleistung der Auftraggeber zunächst nur kostenlose Nachbesserung des mangelhaften Gutachtens verlangen.
- (2) Wird nicht innerhalb angemessener Zeit nachgebessert, oder schlägt die Nachbesserung fehl, kann der Auftraggeber Rückgängigmachung des Vertrags (Wandlung) oder Herabsetzung des Honorars (Minderung) verlangen.
- (3) Mängel müssen unverzüglich nach Feststellung dem Sachverständigen schriftlich angezeigt werden, andernfalls erlischt der Gewährleistungsanspruch.
- (4) Bei Fehlen zugesicherter Eigenschaften bleibt ein Anspruch auf Schadenersatz unberührt.

§12 (Haftung)

- (1) Der Sachverständige haftet für Schäden – gleich aus welchem Rechtsgrund – nur dann, wenn er oder seine Mitarbeiter die Schäden durch ein mangelhaftes Gutachten vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht haben. Alle darüber hinausgehenden Schadenersatzansprüche werden ausgeschlossen. Dieses gilt auch für Schäden, die bei Nachbesserung entstehen.
- (2) Die Rechte des Auftraggebers aus Gewährleistung gemäß §11 werden dadurch nicht berührt. Die Ansprüche wegen Lieferverzugs sind in §9 abschließend geregelt.
- (3) Schadenersatzansprüche, die nicht der kurzen Verjährungsfrist des §638 BGB unterliegen, verjähren nach 2 Jahren. Die Verjährungsfrist beginnt mit dem Eingang des Gutachtens beim Auftraggeber.

§13 (Erfüllungsort und Gerichtsstand)

- (1) Erfüllungsort ist die berufliche Niederlassung des Sachverständigen.
- (2) Ist der Auftraggeber Vollkaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, so ist der Hauptsitz des Sachverständigen ausschließlich Gerichtsstand.
- (3) Der gleiche Gerichtsstand wie in Ziffer (2) gilt, wenn der Auftraggeber keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat, nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Inland verlegt oder sein Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.
- (4) Gerichtsstand ist Berlin.