

„Leere Hotels gelten als heiße Kartoffel“

Der Wiener Immobilienunternehmer Daniel Jelitzka will gemeinsam mit Investoren 300 Millionen Euro in kriselnde Hotels in ganz Europa stecken. Wann er mit einer Erholung des Tourismus rechnet und warum die interessanten Hotels erst jetzt auf den Markt kommen.



[Foto: Archiv]

GEWINN: JP hat im Frühjahr einen Investorenklub gegründet, der in den nächsten zwölf bis 24 Monaten Hotelimmobilien um bis zu 300 Millionen Euro kaufen möchte. Warum gerade jetzt, wo die meisten Hotels noch unter den Corona-Folgen ächzen?

JELITZKA: Wir kaufen jetzt ein, weil die Preise attraktiv sind. Diese Opportunität wird es nicht ewig geben. Leerstehende Hotels werden jetzt von vielen als heiße Kartoffel angesehen, aber wir wissen, was man daraus machen kann. Dafür haben wir schnell gleichgesinnte Investoren gefunden. In den nächsten zwei Jahren werden wir gemeinsam leerstehende Hotels in der gesamten Euro-Zone erwerben und mit der 3-R-Strategie neu positionieren. Das steht für Redesign, Rebranding und Refurbishment. Wir richten die Häuser bis zum Kaffeelöffel fertig ein, suchen neue Hotelbetreiber und schließen einen Pachtvertrag ab. Erst

danach wollen wir die Hotels wieder einem Verkauf zuführen. Die Investoren werden auch weiterhin Appetit auf gute Hotels haben, weil es langfristig ein relativ sicheres Investment ist.

GEWINN: Rechnen Sie denn mit einer schnellen Erholung des Tourismus?

JELITZKA: Man muss unterscheiden, von welcher Art Betrieb wir reden. Das Ferienhotel oder -resort, wo man viel draußen ist, hat sich bereits stark erholt. Da gehen wir davon aus, dass wir im Frühjahr 2022 wieder dort sein werden, wo wir vor Corona waren. Wir als JP-Gruppe besitzen schon jetzt ein Hotel auf Mallorca. Vor Corona hatten wir über 80 Prozent Auslastung. Dann kam der Lockdown und wir mussten zusperren. Einen Monat nach dem Lockdown waren wir schon wieder bei 70 Prozent Auslastung.

Schwieriger ist der Städtetourismus. Er wird frühestens Anfang 2023 wieder dort sein, wo er vor Corona war. Das Einzige, was noch länger Schwierigkeiten bereiten wird, ist der Konferenz- und Meeting-Bereich. Viele Konferenzhotels werden ihr Konzept überdenken müssen. Und ganz schwierig ist momentan der Betrieb von Hostels. Wer will schon in einem Zimmer mit zehn anderen schlafen, wo keiner weiß, ob der andere krank ist oder nicht?

GEWINN: Sie hatten schon vor der Gründung des Investorenklubs einen direkten Einblick in die Branche: JP besitzt bereits elf Hotelimmobilien, vor allem in Wien. Wie angespannt ist die Lage im Tourismus in der Hauptstadt aktuell?

JELITZKA: Wir haben in Wien an den Wochenenden schon wieder 60 Prozent Auslastung. Das wäre nicht dramatisch, aber es werden ja nicht nur Freitag, Samstag und Sonntag gezählt. Über die ganze Woche kommen wir momentan mit viel Einsatz auf 30 Prozent und bewegen uns Richtung Kostendeckung. Ein Hotel sollte bei 55 bis 60 Prozent Auslastung kostendeckend sein, richtig Spaß macht es bei 75 bis 80 Prozent. Am meisten leiden die Hotels, die auf Kunden aus Übersee und aus Asien gesetzt haben.

GEWINN: Die großen Hotelpleiten sind bisher dank staatlicher Hilfen ausgeblieben und die Notverkäufe auf dem Hotelmarkt deutlich seltener, als man noch vor einem Jahr prognostiziert hätte.

JELITZKA: Es ist zu früh. Wie läuft es in der Krise ab? Der Hotelier hat in der Pandemie eine nicht kostendeckende Auslastung. Er sperrt trotzdem auf, damit er seine Stammkunden bedient, und hofft, dass Corona morgen vorbei ist. Allerdings dauert die Pandemie länger, als er erwartet hat. Irgendwann kommt der Punkt, wo er sich die Pacht nicht mehr leisten

kann. Dann geht er zum Eigentümer der Immobilie und will aus dem Vertrag raus. Der Eigentümer kriegt kalte Füße, weil er ohne Pächter den Kredit nicht mehr bedienen kann. Einen neuen Pächter bekommt er in dieser Phase nicht. Daher versucht er das Hotel zu einem hohen Preis zu verkaufen, um alle Probleme zu lösen. Der Verkauf gelingt aber nicht zu diesem Preis. Nach einer gewissen Zeit schaltet sich die Bank ein und übernimmt die Verwertung.

GEWINN: Wann ist dieser Punkt erreicht?

JELITZKA: In Südeuropa sind wir gerade an dem Punkt angelangt, wo immer mehr Hotels zu den Banken wandern. Im restlichen Europa, wo es starke Hilfsmaßnahmen gegeben hat, laufen die Hilfen langsam aus. Bei Hotels, die nicht gut aufgestellt sind, fängt der Leidensdruck erst an. In der Folge werden Häuser auf den Markt kommen, auch in Österreich. Da wollen wir uns frühzeitig positionieren. Dass Hotels zu Schnäppchenpreisen verkauft werden, wo jeder sofort zuschlägt, halte ich aber für eine Utopie.

GEWINN: Wurden schon Hotels im Rahmen des Clubs gekauft?

JELITZKA: Nein, wir haben etwa 630 Hotels geprüft und sind bei acht Liegenschaften in exklusiven Verhandlungen. Wir gehen davon aus, dass wir im Herbst die ersten Hotels erwerben werden. Drei bis vier Hotels bis Jahresende sind im Rahmen des Hospitality Clubs realistisch.

GEWINN: Wo könnte es die ersten Zukäufe geben?

JELITZKA: In Italien und Spanien. Wir prüfen z. B. ein tolles Stadthotel im Zentrum von Rom, ein Ferienhotel am Gardasee und ein Stadthotel in Barcelona. Wir verhandeln aber auch exklusiv den Ankauf eines Hotels in einem super Ski-Resort in Österreich. Am Ende des Tages wollen wir eine Durchmischung aus Stadt- und Leisure-Hotels.

GEWINN: Wie viele Hotels will der Investment-Club insgesamt kaufen?

JELITZKA: Das hängt stark vom Kaufpreis, der Größe des Hauses und vom Land ab, wo das Hotel steht. Die Eigenkapitalerfordernisse sind in jedem Land unterschiedlich hoch. In Spanien wird man 50 Prozent Eigenkapital brauchen, in Italien etwa 30 bis 40, in Deutschland und Österreich 20 bis 30, sofern Hotels überhaupt von Banken finanziert werden.

GEWINN: Warum setzen Sie auf Hotels in Europa und nicht auf fernere Destinationen?

JELITZKA: Weil Europa die beliebteste Reisedestination weltweit ist. Wir hatten auf der ganzen Welt ungefähr 1,4 Milliarden Nächtigungen pro Jahr

– vor Corona. Davon allein die Hälfte in Europa. Der Kontinent hat alles, was Touristen suchen – Kultur, gutes Essen, Vielschichtigkeit. Deshalb wird Europa auch die Nummer-eins-Destination bleiben. Und es gibt noch Potenzial: Die Leute werden immer älter, bleiben länger gesund und reisen viel mehr. Dazu kommt, dass erst ein kleiner Prozentsatz der Asiaten reist.