

Modernisieren mit Gewinn

Spätestens nach der Feriensaison fragen sich viele Hotelbetreiber, wann es sich lohnt, in eine neue Hoteleinrichtung zu investieren. Bevor sich ein Hotelier nun für eine Modernisierung seiner Zimmer entscheidet, stehen etliche Hürden im Weg, die er alleine nur schwer meistern kann. Zum einen steht die Frage nach der Investitionssumme im Raum, zum anderen muss beschlossen werden, mit welchen Farben, Materialien oder welchem Design die Zimmer und Bäder erneuert werden. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass sich

Schritt 1: Handlungsbedarf erkennen
Es fängt bei schlechten Kundenbewertungen und Gästekritik an und hört bei deutlich sichtbaren Gebrauchsspuren und defekten Gerätschaften in den Zimmern sowie den Gemeinschaftsräumen auf. „Ein Hotelzimmer sollte alle sieben bis zehn Jahre erneuert werden, Hotelbäder sind nach einer Nutzung von 15 bis 20 Jahren renovierungsbedürftig“, erläutert Hansjörg Kofler die Halbwertszeit eines Hotelzimmers. Spätestens wenn Stammgäste einem Haus fern bleiben, sollten die Alarml Glocken läuten.

ten ehrlich kalkuliert? „Meist werden keine Rücklagen für notwendige Investitionen gebildet und eine Modernisierung rückt in weite Ferne“, merkt Hansjörg Kofler an. Furnirent hat für solche Situationen als Ergänzung zur klassischen Bankfinanzierung ein innovatives Miet- und Kaufkonzept in Form eines Warenkredits entwickelt. Es stellt bei Bedarf die eigene Bonität zur Verfügung und ermöglicht dadurch eine einfachere Finanzierung mit der Hausbank. Dies erfolgt durch Splitten des benötigten Kapitalkaufwandes. Darüber hinaus gewährt Furnirent Ratenzahlungen, die an die Liquidität des Hotels angepasst sind. So bleibt das Investitionsvolumen auch für kleinere Hotelbetriebe überschaubar.

Moderne Bäder und eine zeitgemäße Inneneinrichtung sind ein wichtiger Ertragsfaktor im Hotel. Investieren lohnt sich.



während der Modernisierung Gäste gestört fühlen.

Umsatzeinbußen und lange Ausfallzeiten sind nicht notwendig, wenn der richtige Dienstleister die Konzeption, Planung, Finanzierung und Umsetzung übernimmt. Wie durch eine Modernisierung im Gegenzug Auslastung und Umsatz eines Hotels erhöht werden können, verdeutlicht Hansjörg Kofler, Geschäftsführer des Unternehmens Furnirent, anhand einer Vier-Punkte-Liste. Das Unternehmen bietet ein Finanzierungskonzept für Hotelbetriebe und ist dabei auch Spezialist für Design und Innovation in der Hotellerie.

„Eine geringere Auslastung mit sinkenden Zimmerpreisen zu beantworten, ist auf jeden Fall nicht die richtige Lösung. Wichtig ist, seine Zielgruppe immer im Auge zu behalten und bei den ersten Signalen sofort zu reagieren“, ergänzt der Manager.

Schritt 2: Wie viel kann ich mir leisten?
Eine effiziente und ehrliche Kalkulation der Aufwände und Zimmerpreise ist der Grundstein eines jeden wirtschaftlichen Handelns in der Hotellerie. Wenn die Zimmerpreise niedrig sind, die Auslastung dafür aber hoch, kann es trotzdem sein, dass ein Hotel unwirtschaftlich ist. Sind wirklich alle Kos-

Schritt 3: Wann sollte man modernisieren?
Eine Modernisierung sollte im Idealfall immer dann erfolgen, wenn das Hotel nicht voll ausgelastet ist. Damit sich die Hoteliers während eines Umbaus ungestört ihren Gärtinnen widmen können, bietet Furnirent nicht nur die Finanzierung, sondern vor allem auch die Planung und Montage aus einer Hand an. Ab Auftragsklarheit garantiert das Unternehmen einen Fertigstellungsstermin spätestens nach acht Wochen. Benjamin Weiß, Geschäftsführer vom Tribotel in Rostock hat eine solche Modernisierungsmaßnahme gerade mit 24 seiner 101 Zimmern hinter sich: „Der ganze Umbau hat bei uns während des laufenden Geschäftsbetriebes stattgefunden und nur drei Wochen gedauert. Angesichts des aktuellen Baubooms, der es schwer macht, überhaupt kurzfristig Handwerker anzuholen, ist das sensationell.“

Schritt 4: Was bringen die Investitionen für die Auslastung und den Umsatz?
Das Ergebnis einer Modernisierungsmaßnahme hängt von einigen Eckdaten ab. Um dies zu verdeutlichen, stellt Furnirent einen kostenlosen Online-Rechner zur Verfügung. Mit wenigen Klicks kann der Hotelier sehen, wie sich ein Umbau auf die Auslastung und den Umsatz auswirken kann. Ein Rechen-Algorithmus ermittelt die Auswirkung, die ein investierter Euro auf die Profitabilität hat. Der monatliche Mehrerlös wird dabei durch den monatlichen Aufwand dividiert. Ist das Ergebnis größer als Eins, rentiert sich die Investition. Laut einer Kundenumfrage konnte die Auslastung nach einem Umbau um durchschnittlich 9 %, die der Zimmerpreise um 5 bis 8 % erhöht werden.