



Dichtes Gedränge am Wiener Hotelmarkt: Allein **Motel One** wird mit Fertigstellung der nächsten drei Hotelprojekte zusätzlich 1720 Zimmer anbieten

4000 Hotelzimmer in drei Jahren

Ist der Wiener Hotelmarkt ein Haifischbecken? Antworten auf diese Frage gab es bei einer Diskussionsrunde von Privathoteliers, die vom Hotelboom am ehesten betroffen sind.

WIEN. Die Schlagzeilen sind bekannt: „Günstige Hotels besetzen Wien Nächtigungsrekord“, „Wiens Hotelmarkt boomt“ und „Hotellerie kämpft gegen sinkende Erträge“. In Zahlen ausgedrückt heißt das: Seit 2003 gab es in Wien bei den Hotelbetrieben einen Zuwachs von 17 Prozent, was 36 Prozent mehr Zimmer zur Folge hat. „Es wird immer nur von den Fünf-Sterne-Hotels und den Budgethotels geredet. Der Großteil der Hotels ist aber alles, was dazwischen ist. 80 Prozent der Hotels sind Drei- und Vier-Sterne-Häuser“, sagt Lukas Hochedlinger, Geschäftsführer bei Christie +

Co in Österreich. Das Unternehmen hat sich auf Transaktionen, Bewertungen und Beratung im Hotelsegment spezialisiert.

Ein Ende des Hotelbooms in Wien ist freilich nicht in Sicht. Acht Hotelprojekte – unter anderem am neuen Hauptbahnhof – sind in Bau; fünf weitere in Planung. Hochedlinger: „Das heißt, dass in den nächsten drei Jahren noch mal 4000 Zimmer dazukommen.“ Was das für die vielen Privathoteliers heißt, war Thema des „Tourism Talk“ in dieser Woche. Das Thema: „Wiener Hotelmarkt als Haifischbecken – wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“

Kein Wow-Effekt

Dass es viele Privathoteliers gibt, die den wachsenden Konkurrenzdruck spüren, zeigte die prominent besetzte Podiumsdiskussion. Katharina Kluss betreibt das Drei-Sterne-Hotel „Donauwalzer“ am Gürtel. Sie sagt:

„Wir haben uns für Renovierung entschieden – es war notwendig. Früher sind die Gäste reingekommen und waren enttäuscht. Es gab keinen Wow-Effekt.“ Investiert hat auch Roman Mayrhofer, Geschäftsführer und Eigentümer des Art-Hotels „Der Wilhelmshof“. Er sagt: „Die aktuelle Marktsituation zwingt uns alle dazu, eine Strategie zu entwickeln. Vor zehn Jahren ging es noch ohne.“

Positionierung fehlt

Doch genau diese Überlegungen stellen viele nicht an, beobachtet Philipp Patzel von „Hollmann Beletage“. „Vielen fehlt die Profilierung, die Positionierung. Die können keine Geschichte erzählen.“ Er kritisiert auch den fehlenden Mut zur Preisdurchsetzung. „Aber den kann man nur durchsetzen, wenn man eine Positionierung hat. Es liegt an jedem einzelnen Hotel.“

Eine Hotelkette, die gern für die schwierige (Preis-)Lage am Wiener Hotelmarkt als

Sündenbock herhalten muss, ist Motel One. Ein Hotel betreibt das Münchner Unternehmen bereits in Wien, drei kommen noch dazu. In Summe kommen zusätzlich 1720 Zimmer in den nächsten zweieinhalb Jahren auf den Markt. Dennoch sagt Hoteldirektor

ZAHL

65

Prozent

■ Laut einer Analyse von Christie + Co - befragt wurden Privathoteliers mit mehr als 39 Zimmern – schätzen 65 Prozent ihre Wettbewerbsfähigkeit trotz der wachsenden Konkurrenz am Markt als „gut“ ein. 47 Prozent planen in den nächsten Jahren keine Veränderungen; 53 Prozent hingegen schon. „Diese Ergebnisse haben uns überrascht“, sagt Lukas Hochedlinger, Geschäftsführer bei Christie + Co in Österreich.

Gerhard Zeilinger: „Vor uns muss niemand Angst haben. Wer eine klare Positionierung hat, wird kein Problem haben. Wir schätzen den Wiener Hotelmarkt sehr positiv ein, sonst würden wir nicht investieren.“

Dennoch hält es Hoteldirektorin Katharina Kluss für wichtig, dass die Hausaufgaben gemacht werden. „Viele Hoteliers in der Privathotelserie beherrschen ihren Job nicht. Sie haben keine Ahnung von ihren Zahlen und wo sie stehen.“ Auch Philipp Patzel sieht einige Marktteilnehmer, bei denen ein Ausstieg aus dem Hotelgeschäft eher Sinn machen würde. „Aber der Ausstieg ist deutlich teurer, als die Hütte vor sich hindümpeln zu lassen.“ Er fordert die Politik auf, Maßnahmen für Ausstiegs-szenarien zu ergreifen: „Das wäre besser, als die Palliativpatienten am Leben zu erhalten.“

KATHARIN GULNERITS

kathrin.gulnerits@wirtschaftsblatt.at