

Anlage 1

Schriftliche Stellungnahme der DEHOGA zum Quick Check Kommunale Hotelstandorte
im Nachgang zur Vorstellung durch Herrn Azrak am 12. März 2014

Vorbemerkung zur Firma Volz & Partner:

Unsere Berater sind, jeder einzelne, exzellente Kenner der Branche. Wir arbeiten auch als unabhängige Sachverständige und Gutachter. Wir eruieren Schlüssel-Faktoren für den Erfolg Ihres Projektes. Umgekehrt helfen wir Ihnen, sich vor Fehlinvestitionen zu schützen. Wir engagieren uns für Sie, etwa indem wir Verhandlungen zu Ihrem Vorteil führen oder Ihnen geeignete Betreiber empfehlen. Als Ihre persönliche Hotel-Unternehmens-Beratung bedienen wir Sie umfassend und individuell. Von der ersten Idee bis zur Umsetzung sind wir Ihr Teampartner auf allen Ebenen.

Quelle: Website von Volz & Partner

Gemäß der Eigenwerbung von Volz & Partner ist die Firma neben Gutachterin insbesondere auch Wegbereiterin für Hotelprojekte, wie man an den angebotenen Objekten ablesen kann; so z. B. recht passend zum Quick Check:

Neubau Projekt 120 Zimmer Vollhotel Norddeutschland

Im Mandatenauftrag bieten wir ein Neubau Projekt 120 Zimmer Vollhotel (DEHOGA 4-Sterne) zur Pacht an. Der Projektstandort befindet sich in einer zentrumsnahen Lage einer wirtschaftsstarken Stadt in Norddeutschland. Die Planungen sehen 120 Zimmer sowie rund 400 m² Tagungs- und Konferenzflächen vor. Im Umfeld sind zahlreiche weltweit operierende Unternehmen angesiedelt. Aufgrund des regionalen Umfeldes kann sich das neue Haus als führendes Hotel in der Großregion etablieren. Weitere Informationen stellen wir Ihnen auf Anfrage gerne zur Verfügung.

Quelle: Website von Volz & Partner

Anmerkungen und kritische Betrachtungen zu Passagen aus dem Gutachten:

„Des Weiteren wurden Gespräche mit regionalen Hoteldirektoren und anderen wichtigen Beteiligten und Entscheidungsträgern der Hotellerie geführt.[...; Quick-Check Seite 4]“

Nach Klärung mit den anwesenden Kollegen und auf Rücksprache mit Herr Azrak fanden keinerlei Gespräche im Bereich der DEHOGA Norden statt. Diese möglicherweise als „vertrauensbildende“ Maßnahme gemachte Aussage führt daher in Leere.

„Es fehlen jedoch attraktive Schlechtwettereinrichtungen.Zudem muss sich Norden in den vergangenen Jahren immer deutlicher gegenüber den Badeorten an der Ostsee oder in Schleswig-Holstein behaupten, die durch den permanenten Wasserstand und eine besser ausgebauten Infrastruktur die Gäste einfacher an sich binden konnten. [...; Quick-Check Seite 5]“

Schriftliche Stellungnahme der DEHOGA zum Quick Check Kommunale Hotelstandorte

im Nachgang zur Vorstellung durch Herrn Azrak am 12. März 2014

Das Fehlen der Schlechtwettereinrichtungen in Norden-Norddeich ist bekannt und wird auch von der DEHOGA kritisiert. Sie wird durch eine weitere Hotelansiedlung aber nicht (bzw. nur für deren Hotelgäste) durch eine Wellnessabteilung und eines Tagungsbereiches (?) eines neuen Hotels und dann auch nur marginal kompensiert. Für die Gäste in der Destination „Norden-Norddeich“ als Gesamtheit tritt keinerlei Verbesserung ein, ist insofern für die Argumentation irrelevant.

Der Hinweis auf die Konkurrenzsituation insbesondere mit der Ostsee wurde erst kürzlich im Rahmen einer gemeinsamen Sitzung der IHK-Ausschüsse für Tourismus, Hotel- und Gaststättengewerbe für Emden-Papenburg und Oldenburg durchaus kontrovers eingeschätzt. Fraglich ist, ob die Gäste unseres Quellmarktes eine weitere Anreise (plus > 150 km) überhaupt in Erwägung ziehen oder ob nicht vielmehr das Fehlen von Ketten- und Großhotels und das Vorhandensein der bestehenden Mischung aus Pensionen Ferienwohnungen und („kleineren“) Hotels ein Entscheidungskriterium für Ostfriesland und seine Küste ist. Dies ist nach unserem Wissen bisher nie geprüft worden.

„Insbesondere aufgrund der fehlenden Schlechtwettereinrichtungen und fehlender Tagungs- und Seminareinrichtungen in den Hotels kann eine Vielzahl von Übernachtungen in den Wintermonaten nicht für Norden gewonnen werden, so dass in der dunklen Jahreszeit zu erheblichen Brüchen in der Belegung kommt. In den Sommermonaten hingegen sind die Hotels und Gasthöfe exzellent ausgelastet. [...; Quick-Check Seite 10]“

Hier auch wieder unser Hinweis, dass die Problematik „fehlende Schlechtwettereinrichtungen“ nicht durch neue Hotelansiedlungen verbessert wird.

Auch das Argument der „fehlenden Tagungs- und Seminareinrichtungen in den Hotels“ deutet auf eine unzureichende Recherche hin bzw. dient lediglich als „Türöffnerargument“ für ein Hotel-Projekt, das den bestehenden Hotels vermeintlich nicht schadet und der Destination nutzt.

Ferner ist kaum anzunehmen, dass Tagungsgäste sich auf die Wintermonate beschränken lassen wollen. Ganz im Gegenteil, die Tagungsgäste würden mit den Saisongästen konkurrieren. Wo wäre da also die Belegung der Wintermonate?

Sowohl im Hotel Fährhaus, als auch im Hotel Reichshof und durchaus im Hotel Stadt Norden sowie insbesondere im Haus des Gastes stehen mittlere bis große Tagungsmöglichkeiten zur Verfügung, die trotz redlicher Bemühungen kaum Auslastung finden. Dass große Tagungen gestemmt werden können, dürfte die Landesverbandstagung der DEHOGA Niedersachsen im Herbst 2013 eindrucksvoll gezeigt haben.

Letztlich ist Norden-Norddeich ein tolles Urlaubsrevier am Rande der Republik und damit verkehrstechnisch für Tagungen nicht wirklich zentral und günstig gelegen.

Hierzu aus „Tourismusstrategie Norden-Norddeich 2030“ von der Tourismus- und Regionalberatung B T E vom August 2013 im Auftrag Wirtschaftsbetriebe der Stadt Norden GmbH – Kurverwaltung:

„Die Gewinnung neuer Gästegruppe ist essentiell. Norden-Norddeich kann nicht vom Bestand leben, nicht alle Gäste kommen wieder. In schwieriger Marktsituation (vgl. Kap. 2 und 3) wird diese Aufgabe immer anspruchsvoller. Voraussetzung ist ein überzeugendes Angebot (vgl. Kap. 4.3) sowie starke Kommunikation und Vertrieb (vgl. Kap. 4.4). Für kundenorientierte Angebote bedarf es einer klaren Vorstellung der zu erreichenden Zielgruppen.“ Als zukünftig bedeutende Zielgruppen werden genannt: Familien, Best Ager, Aktive, Gesundheitsbewusste und Nachhaltige (CSR). Tagungs- und Geschäftsreisende wurde als neue Zielgruppe hier nicht ausgemacht.

Im Gutachten von Volz & Partner heißt es weiter: *„Vor dem Hintergrund der Funktion Norden-Norddeichs als Nordseeheilbad und touristische Marke besteht die Gefahr, dass das Image und die Zukunftsfähigkeit der Stadt darunter leidet, wenn nicht vor Ort selbst ein Hotel mit Leuchtturmfunktion vorhanden ist, das mit persönlichem Charakter geführt wird und ein qualitativ ausgewogenes und vor allem konstantes Produkt anbieten kann. [...; Quick-Check Seite 10] „*

Auch hier scheint es, kommt mehr der Hotelprojektierer als der Gutachter zu Wort, um einem potentiellen Betreiber den Boden zu bereiten. So sieht an anderer Stelle *„[...]Dies erfordert eine Betreiberschaft, die es versteht, auch die Zusammenarbeit mit der Stadt und den Verbänden zu koordinieren. [...; Quick-Check Seite 13]“*

Ob ein Projekt ein „Leuchtturm“ wird bzw. bleibt, liegt nicht zuletzt daran, wie die Destination dieses Projekt mittelfristig unterstützt.

Größe des empfohlenen Hoteltyps und insbesondere die mit der Generierung eines adäquaten Tagungsgeschäftes für 100 – 120 Zimmer (!) verbundenen Marketingbudgets deuten auf eine Kette oder Konzern hin und schließen nach allgemein herrschender Meinung eine „Führung mit persönlichem Charakter“ aus.

Liest man das gesamte Gutachten kritisch durch, wird deutlich, dass hier nach dem Baukastenprinzip Phrasen verwendet wurden, um innerhalb der interessierten Kommune eine gute Wetterlage herzustellen, auf deren Grundlage vielleicht ein Hotel projiziert werden könnte. So z.B. auch:

„Entscheidend für den Erfolg der vorgeschlagenen Hotelprodukte ist dabei die Rolle eines zukünftigen Betreibers. Insbesondere ein Wellness- und Gesundheitshotel im gehobenen Segment muss für die Region Norden eine Leuchtturmfunktion in der touristischen Infrastruktur übernehmen können, so dass das Haus im Idealfall durch eine nationale Hotelgruppe mit starker Marktpräsenz in Deutschland geführt werden sollte. [...;Quick-Check Seite 15]“

„Um Investoren und Betreiber vom Standort Norden-Norddeich überzeugen zu können und somit die Umsetzung des Hotelprojektes voranzutreiben, erscheint es umso wichtiger, dass es

zu einer tragfähigen privatöffentlichen Zusammenarbeit kommt und entsprechende, auch finanzielle Anreize für den Betreiber bzw. Investor geschaffen werden. [...;Quick-Check Seite 16] „

Augenscheinlich ist der vorliegende Quick-Check eben genau das. Ein schnell geschriebenes, mangelhaft recherchiertes und mit argumentativen Fehlern behaftetes Dokument, das lediglich dazu dient, einer möglichen Hotel-Projektierung den Boden zu bereiten.

Wenngleich die gesamte Gästeentwicklung 2013 in Norden-Norddeich zwar sehr positiv war, wird bei genauerer Analyse festgestellt werden, dass die Hotelauslastung rückläufig ist. Der Zuwachs wird insbesondere durch die Zunahme der Übernachtungen in Ferienwohnungen in den vergangenen Jahren generiert. Betrachtet man dazu den (prozentual höheren) Zuwachs der Ferienwohnungsbetten im gleichen Zeitraum, wie man zu dem Schluss kommen, dass die Auslastungsraten der einzelnen Anbieter im Durchschnitt auch rückläufig sein müssen.

Hierzu ein Zitat aus „Tourismusstrategie Norden-Norddeich 2030“ der Tourismus- und Regionalberatung B T E vom August 2013:

„Die bisher sehr positive Entwicklung der Nachfrage wird sich nicht ad infinitum aufrechterhalten lassen und in eine Stagnationsphase übergehen. Die Betriebe bzw. Investoren in Norden-Norddeich müssen Sorge tragen, dass keine Überkapazitäten entstehen. Das Wachstum von morgen wird weniger in „mehr Gästen“ bestehen, sondern in „mehr Leistung“ und „hoher Wertschöpfung“.“

Insofern empfiehlt die DEHOGA in Altkreis Norden, ein ganzheitliches Konzept der Destination Norden-Norddeich mit den vorhandenen Hotels zu entwerfen. [siehe hierzu auch „Tourismusstrategie Norden-Norddeich 2030“ der Tourismus- und Regionalberatung B T E, Kapitel 4]

Sicherlich gibt es auch Potential für neue Hotelprojekte in Norden-Norddeich. Man sollte sich dann aber stärker mit dem Bereich Fahrradtourismus, preiswerteren Hotelkonzepten, Hostels oder Ähnlichem beschäftigen und die bestehenden Strukturen stärken, anstatt den Fokus auf den schon gut aufgestellten Marktbereich der 4-Sterne-Häuser zu legen.

Hierzu nochmals „Tourismusstrategie Norden-Norddeich 2030“ der Tourismus- und Regionalberatung B T E vom Februar 2013:

„Die Sozio-Demografie der Gäste lässt den Schluss zu, dass die aktuell von Norden-Norddeich erreichten Kernmärkte den „Traditionellen“ und der „Bürgerlichen Mitte“ zuzurechnen sind. Damit verbunden sind begrenzte Urlaubsbudgets und eine eher zurückhaltende Zahlungsbereitschaft.“