



JONES LANG
LASALLE HOTELS®

Projektstudie für das
Hotelprojekt am Bahnhof Kronberg
Bahnhofstraße
Für den Magistrat der Stadt Kronberg
Im Februar 2008

Erstellt durch:

Jones Lang LaSalle Hotels
HighLight Munich Business Towers
Mies-van-der-Rohe-Straße 6
80807 München

Tel: +49 89 29 00 88 - 82

Fax: +49 89 29 00 88 - 88

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Auftrag und Vorgehensweise	2
1.1 Auftrag	2
1.2 Vorgehensweise	2
1.3 Vertraulichkeit und Haftungsausschluss	2
2 Standortanalyse	3
2.1 Makrostandort Kronberg im Taunus	3
2.2 Mikrostandort Bahnhof Kronberg	8
2.3 Fazit	10
3 Hotelmarkt Kronberg im Taunus	12
3.1 Hotelnachfrage	12
3.2 Hotelangebot	13
3.3 Hotelneuzugänge	15
3.4 Mitbewerberanalyse	16
3.5 Fazit und Ausblick	18
4 Konzeptionsempfehlung	20
4.1 Hotelkonzeption	20
4.2 Gästezimmer	21
4.3 Gastronomieeinrichtungen	22
4.4 Fitness- und Wellnessbereich	23
4.5 Öffentliche Bereiche und Administration	23
4.6 Parken	24
4.7 Back-of-House Bereiche	24
4.8 Fazit	24
5 Leistungseinschätzung Jones Lang LaSalle Hotels	25
5.1 Annahmen	25
5.2 Einschätzung der Leistungsergebnisse	26
5.3 Einschätzung des potentiellen Betreiber- und Investoreninteresses	30
5.4 Fazit	31
Anhang 1 – Leistungseinschätzungen Jones Lang LaSalle Hotels	i
Anhang 2 – Allgemeine Geschäftsbedingungen	ii

1 Auftrag und Vorgehensweise

1.1 Auftrag

Die Stadt Kronberg erwägt derzeit als Eigentümerin des Areals rund um den Bahnhof Kronberg eine Sanierung und teilweise Umnutzung des Gebietes. Dabei ist neben einer Wohnbebauung die Errichtung eines Hotels vorgesehen. Aus diesem Grund wurde Jones Lang LaSalle Hotels am 8. Januar 2008 mit der Erstellung einer Projektstudie für das Hotelvorhaben beauftragt. Diese Studie soll im Wesentlichen auf den Standort, den lokalen Hotelmarkt, eine mögliche Konzeption, die potentiellen Leistungsergebnisse des geplanten Hotels sowie eine Einschätzung der Betreiberresonanz und die Indikation einer erzielbaren Pacht eingehen. Darüber hinaus soll die Studie die Möglichkeit einer Einbeziehung des auf dem Gelände befindlichen städtischen Lokschuppens in das Hotelprojekt beleuchten.

1.2 Vorgehensweise

Die Recherchen und Analysen für die Projektstudie wurden im Januar und Februar 2008 durchgeführt und umfassten neben der Standortbesichtigung, dem Besuch ausgewählter Mitbewerberhotels und der Analyse der uns überlassenen Pläne und Unterlagen auch das Studium primärer und sekundärer Daten zu den Hotelmärkten Kronberg im Taunus und Frankfurt am Main. Weiterhin wurden von uns Gespräche mit dem Ersten Stadtrat der Stadt Kronberg, Herrn Wolf Dietrich Groote, Frau Petra Heberer aus dem Liegenschaftsamt der Stadt und Frau Gesine Warnecke aus dem Stadtplanungsamt in Kronberg hinsichtlich der derzeit geplanten Nutzung am Standort geführt. Darüber hinaus wurden von uns Interviews mit Vertretern mehrerer umliegender Unternehmen (Herrn Oliver Vellage von Accenture, Frau Angelika Maarouf von Procter & Gamble und Herrn Christian Klein von Celanese) geführt, um den Bedarf und die Anforderungen potentieller Nachfrager für ein Hotelprojekt in Kronberg einschätzen zu können. Die Erkenntnisse unserer Recherchen und Analysen sind in diesem Bericht zusammengefasst. Hervor zu heben ist, dass keinerlei Gespräche mit potentiellen Entwicklern oder Betreibern geführt wurden. Bereits in der Vergangenheit erstellte Projektskizzen oder -entwürfe lagen uns nicht vor.

1.3 Vertraulichkeit und Haftungsausschluss

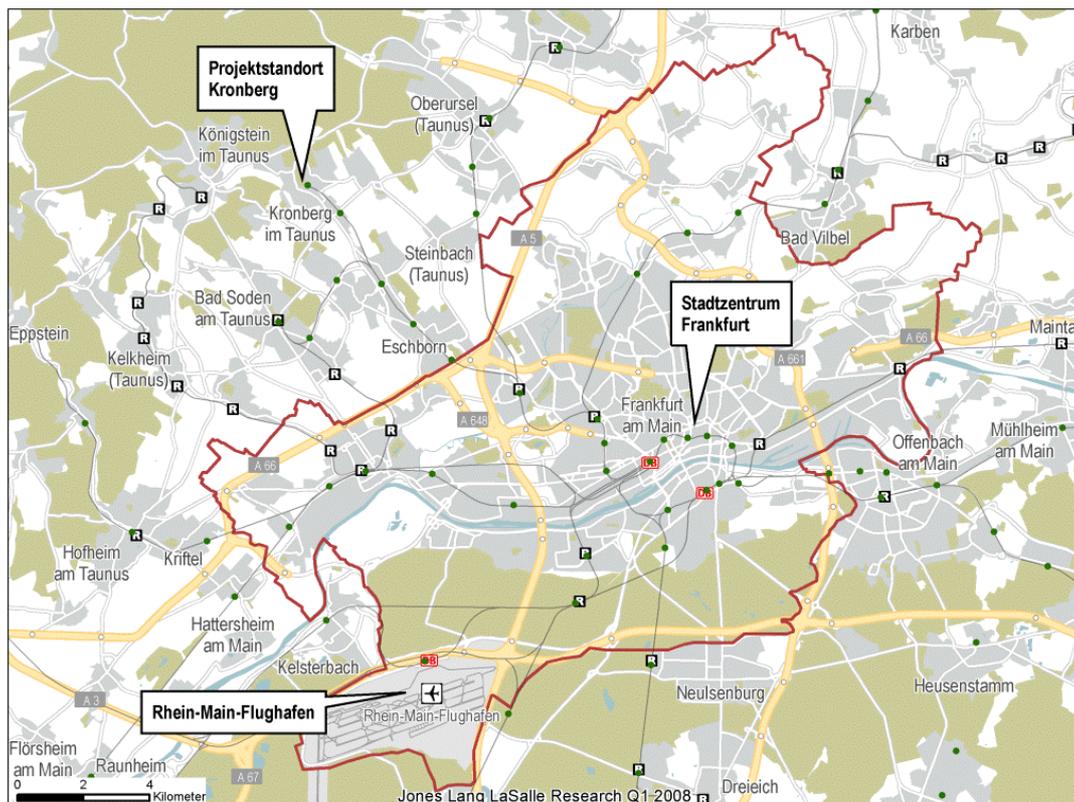
Wir weisen darauf hin, dass dieser Bericht – in Einklang mit unseren beigefügten allgemeinen Geschäftsbedingungen – nur für den Auftraggeber bestimmt und vertraulich zu behandeln ist. Dieser Bericht wurde für den angegebenen Zweck erstellt und darf nicht für andere Zwecke, eine Absicherung einer Finanzierung mit eingeschlossen, verwendet werden.

Wir übernehmen keine Verantwortung gegenüber Dritten. Ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Jones Lang LaSalle Hotels dürfen weder der Bericht noch Teile daraus veröffentlicht oder als Quelle gegenüber Dritten verwendet werden. Eine derartige Genehmigung kann nur dann erteilt werden, wenn ausreichend auf die Annahmen und Einschränkungen dieses Berichtes hingewiesen wurde.

2 Standortanalyse

2.1 Makrostandort Kronberg im Taunus

Die Stadt Kronberg im Taunus ist etwa 15 km nord-westlich von Frankfurt im Hochtaunuskreis gelegen. Die Stadt besteht aus den drei Stadtteilen Kronberg, Oberhöchststadt und Schönberg und grenzt im Norden und Osten an Oberursel, im Südosten an Steinbach, im Westen an Königstein sowie im Süden an Eschborn und Schwalbach.



Quelle: Jones Lang LaSalle Research

Mit rund 20.000 Einwohnern (Stand Juni 2007) ist Kronberg einer der bevorzugten Wohn- und Erholungsorte im Taunus. Der staatlich anerkannte Luftkurort stellt zudem ein beliebtes Naherholungsgebiet im Großraum Frankfurt mit vielfältigen Kultur-, Freizeit- und Sporteinrichtungen dar.

Wirtschaftsstandort

Die Stadt Kronberg ist im Hochtaunuskreis gelegen und somit Teil des Rhein-Main-Gebietes, einer der wirtschaftsstärksten und dynamischsten Regionen Deutschlands. Unternehmen aus vielen Branchen haben hier ihren Sitz und beschäftigen in der Region etwa 1,8 Millionen Arbeitnehmer. Das Zentrum dieser im Süden des Bundeslandes Hessen liegenden Wirtschaftsregion bildet die Stadt Frankfurt am Main.

Der Hochtaunuskreis mit seiner Kreisstadt Bad Homburg liegt fast vollständig im Mittelgebirge des Taunus. Gemäß jüngsten Prognosen besitzt der Kreis mit einem durchschnittlich zur freien Verfügung stehenden Pro-Kopf-Einkommen von über EUR 27.000 im Jahr 2008 nach dem Landkreis Starnberg die höchste Kaufkraft in Deutschland.

Kronberg profitiert von seiner Lage im Einzugsgebiet von Frankfurt sowie der im Vergleich zu Frankfurt vergleichsweise geringen Gewerbesteuersätze (300% in Kronberg versus 460% in Frankfurt) und ist daher Standort zahlreicher international tätiger Unternehmen, mit einem Schwerpunkt auf den Branchen Dienstleistung und High-Tech. Die Mehrzahl dieser Unternehmen ist im Gewerbegebiet am südöstlichen Rand der Stadt Kronberg angesiedelt. Zu den bedeutenden Unternehmen vor Ort zählen das mit seiner deutschen Konzernzentrale in Kronberg ansässige Beratungsunternehmen Accenture, das rund 900 Mitarbeiter beschäftigt. Ihren Sitz in Kronberg hat auch die Braun GmbH, international führender Hersteller von Elektrogeräten. Seit 2005 gehört das Unternehmen zu dem US-Konzern Procter & Gamble, dessen deutsche Hauptverwaltung sich im ca. 4,9 km entfernten Schwalbach im Taunus befindet. In Kronberg beschäftigt das Unternehmen rund 1.200 Mitarbeiter. Ebenso in Kronberg ansässig ist die Zentrale für alle europäischen Konzernaktivitäten des Chemieunternehmens Celanese AG, die in Kronberg rund 100 Mitarbeiter beschäftigt. Gemäß unserer Recherche ist der Standort Kronberg für diese Unternehmen bestätigt, Erweiterungen oder Neuansiedlungen sind jedoch kurz- bis mittelfristig nicht geplant. Neben den überregional bekannten Unternehmen wird die Wirtschaftslandschaft Kronbergs ansonsten primär durch mittelständische Einzelhandels- und Handwerksbetriebe geprägt.

Tourismusstandort

Neben ihrer wirtschaftlichen Stärke profitiert die Stadt auch von einer Reihe touristischer Attraktivitätsfaktoren. Touristische Anziehungspunkte sind neben der von Fachwerkgebäuden geprägten Altstadt auch die Burg Kronberg und der Opel-Zoo. Die unter Denkmalschutz stehende Burg Kronberg datiert aus dem 13. Jahrhundert und ist ein beliebtes Wochenendziel in der Region. Das jährliche Besucheraufkommen beläuft sich auf rund 18.000 Personen, wobei die Hauptbesuchsmonate im Sommer und zum Weihnachtsmarkt im Dezember sind. Die Burg beheimatet auch das Stadtmuseum.

Der über die Stadtgrenzen hinaus bekannte Opel-Zoo ist zwischen Kronberg und Königstein gelegen. Das von Georg von Opel gegründete Freigehege für Tierforschung beherbergt auf seinen rund 27 ha Landschaftsfläche mehr als 1.000 Tiere aus 200 Arten. Der Landschaftszoo ist ganzjährig täglich geöffnet und verzeichnete im Jahr 2007 rund 700.000 Besucher. Kronberg ist zudem über mehrere Wanderwege an den ca. 120.000 ha umfassenden Naturpark Hochtaunus angeschlossen, der insbesondere von Tagestouristen als Ausflugs- und Wanderziel frequentiert wird.

Die Region um den Hochtaunus wird darüber hinaus von Kurgästen aufgrund der zahlreichen Kur- und Heilanwendungen wie z. B. im Kurbad Bad Homburg besucht. Kulturhistorische Anziehungspunkte stellen das Römerkastell Saalburg bei Bad Homburg und das Freilichtmuseum Hessenpark bei Neu-Anspach dar.

Ein weiterer Anziehungspunkt ist die 1993 gegründete Kronberg Academy, die sich der Förderung hochbegabter junger Musiker verpflichtet hat. Der Schwerpunkt der Förderung liegt dabei auf dem Instrument des Cello. Dabei ist es in den letzten Jahren gelungen, Kronberg zu dem weltweit wohl bedeutendsten Zentrum für Cellisten aller Generationen zu machen, so dass Kronberg zu einer internationalen Begegnungsstätte für Musiker geworden ist. Seit dem Gründungsjahr findet alle zwei Jahre ein internationales Cello Festival in Kronberg statt, das im Jahr 2007 von etwa 9.000 Gästen besucht wurde.

Dies vorausgeschickt ist anzumerken, dass das Tourismusaufkommen in Kronberg und der Region primär durch Tagestouristen aus dem Großraum Frankfurt gekennzeichnet ist und die durch dieses Segment generierte Übernachtungsnachfrage daher relativ begrenzt ist.

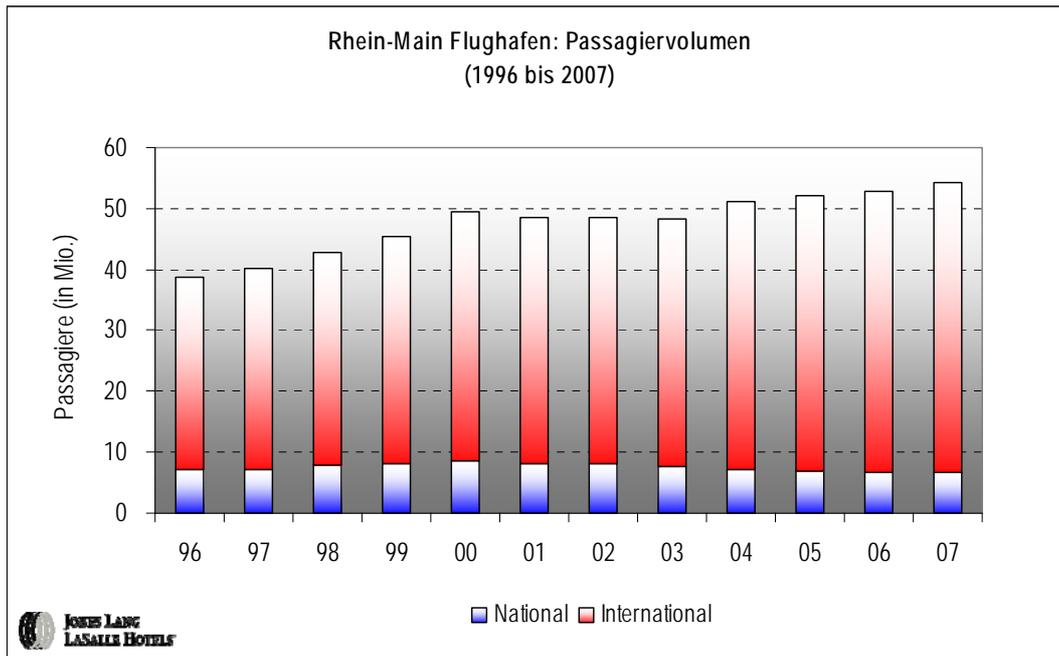
Verkehrsanbindung

Die Stadt Kronberg profitiert von ihrer Nähe zu Frankfurt und somit von ihrer Anbindung an einen der dichtesten Verkehrsknotenpunkte Deutschlands und Europas.

Kronberg selbst verfügt nicht über einen direkten Autobahnanschluss, ist jedoch über die Landesstrasse L 3005 über die Aus- und Abfahrt Eschborn an die Bundesautobahn A 5 (Hattenbacher Dreieck – Frankfurt – Basel) sowie die A 66 (Wiesbaden – Frankfurt – Fulda) angeschlossen. Darüber hinaus besteht über die Bundesstraße B 455 via Königstein Anschluss an die Autobahn A 3 (Niederländische Grenze – Frankfurt – Passau) sowie via Oberursel an die Autobahn A 661 (Oberursel – Egelsbach). Frankfurt Zentrum (Hauptwache) ist über die A 66 von Kronberg aus in rund 25 Fahrminuten erreichbar, die Fahrtzeit zum Rhein-Main-Flughafen beträgt über die A 5 rund 20 Minuten. Eschborn, eine der größten Bürostädte im Großraum Frankfurts und Sitz zahlreicher internationaler Unternehmen wie bspw. die Deutsche Bank, Eurohypo AG, Deutsche Telekom und Ernst & Young, liegt rund zehn Fahrminuten von Kronberg entfernt.

Die Stadt Kronberg profitiert zudem von ihrer Anbindung an das ÖPNV-Netz des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV). Der Bahnhof Kronberg ist Start- bzw. Endpunkt der S-Bahnlinie S4, die zwischen Kronberg und Langen verkehrt. Von hier aus bestehen tagsüber im 30-Minuten-Takt direkte Verbindungen zur Messe Frankfurt (Fahrtzeit rund 18 Minuten). Der Frankfurt Hauptbahnhof ist in rund 22 Minuten zu erreichen, von hier aus bestehen Anbindungen an den nationalen und internationalen Schienenverkehr.

Über den Hauptbahnhof Frankfurt besteht zudem eine Anbindung an den Rhein-Main-Flughafen, die Fahrtzeit beträgt hier rund 50 Minuten. Der Rhein-Main-Flughafen ist mit einem Passagieraufkommen von 54,2 Millionen in 2007 der größte Flughafen in Deutschland und rangiert in Europa an dritter Stelle, nach London Heathrow und Paris Charles de Gaulle. Das Passagieraufkommen ist, wie die umseitig stehende Graphik verdeutlicht, in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Dies ist nicht zuletzt auch darauf zurückzuführen, dass der Rhein-Main-Flughafen der Lufthansa als Heimatflughafen dient und sich in den letzten Jahren als internationales Drehkreuz etablieren konnte. Rund 87,0% aller Passagiere am Rhein-Main-Flughafen sind internationaler Herkunft.



Quelle: Flughafen Frankfurt

Nach einem Rückgang des Passagiervolumens zwischen 2001 und 2003 als Folge globaler Ereignisse, wie den Anschlägen von New York, SARS und dem Krieg in Irak, verzeichnet der Rhein-Main-Flughafen seit 2004 ein anhaltendes Wachstum in den Passagierzahlen. Zwischen 2003 und 2007 konnte das Passagiervolumen um rund 2,9% pro Jahr gesteigert werden. Mit etwas mehr als 54 Millionen Passagieren in 2007 hat der Flughafen jedoch nahezu seine Kapazitätsgrenze erreicht, welche derzeit bei 56 Millionen Passagieren liegt. Geplant ist deshalb die Erweiterung des Flughafens um eine neue Landebahn sowie ein drittes Terminal mit einer Kapazität von rund 25 Millionen zusätzlichen Passagieren. Die Fertigstellung ist derzeit für 2015 avisiert und wird die internationale Bedeutung des Flughafens weiter stärken. Hervorzuheben ist jedoch, dass von diversen umliegenden Städten sowie von Umwelt- und Naturschutzverbänden Klage gegen den Ausbau eingereicht wurde, wodurch sich die Realisierung verzögern könnte.

Der Rhein-Main-Flughafen profitiert von seiner ausgezeichneten Erreichbarkeit. Über die A5 ist die Frankfurter Innenstadt in rund 15 Fahrminuten zu erreichen, darüber hinaus bestehen Anbindungen an das Netz der Deutschen Bahn sowie den lokalen Schienenverkehr (ÖPNV). Frankfurt Hauptbahnhof ist mit der S-Bahn in rund 11 Fahrminuten zu erreichen. Neben den bestehenden Verbindungen ist derzeit angedacht, im Rahmen der Entwicklung der Regionaltangente West eine direkte Anbindung des Flughafens an die Städte Bad Homburg und Oberursel im Hochtaunuskreis zu schaffen. Über die an der S4-Bahnlinie gelegene Station Eschborn Süd (neun Minuten Fahrtzeit vom Kronberger Bahnhof) würde auch Kronberg, wenn auch nur indirekt, von dieser neuen Strecke profitieren. Die Fahrtzeit von Kronberg zum Frankfurter Flughafen würde sich dadurch deutlich reduzieren, wobei eine genauere Angabe zur Zeitersparnis derzeit noch nicht getroffen werden kann. Der Baustart der neuen Strecke war ursprünglich für 2006 vorgesehen, ist jedoch bislang über das Stadium der Vorplanungserstellung nicht hinaus gekommen.

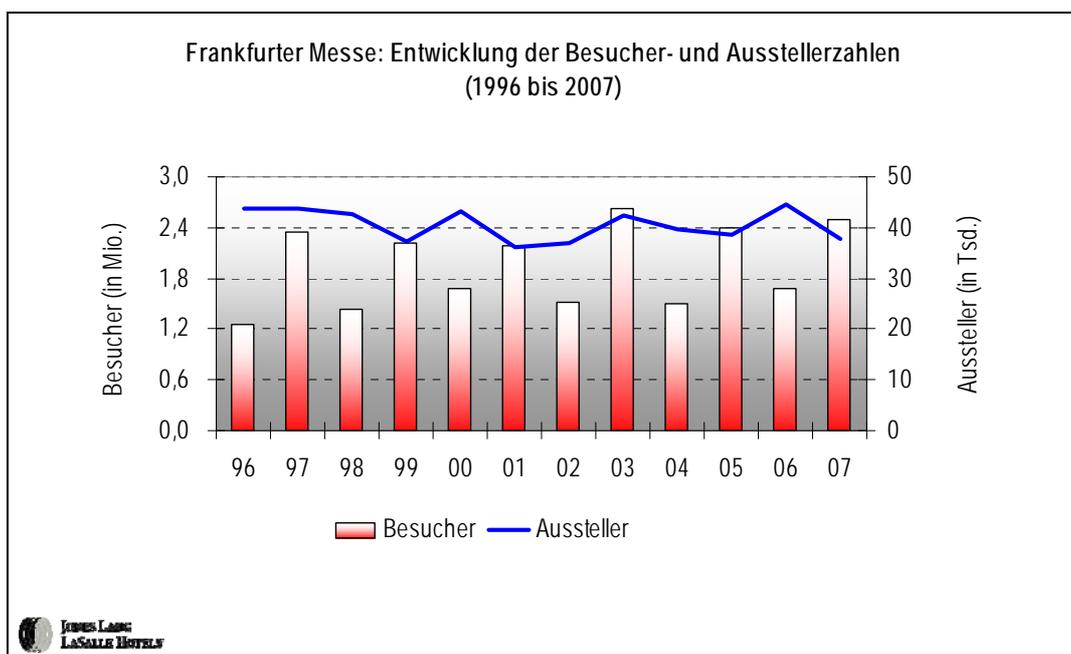
Veranstaltungen, Messen und Kongresse

Die Stadt Kronberg verfügt über mehrere lokal voneinander getrennte Veranstaltungsflächen (bspw. Stadthalle, Zehntscheune, Taunushalle, Haus Altkönig), von denen die Stadthalle mit einer Kapazität von bis zu 320 Personen den größten Raum stellt. Weitere Veranstaltungsflächen befinden sich auf dem Gelände des Unternehmens Accenture. Das dort befindliche Veranstaltungszentrum, der Campus Kronberg, bietet in 29 Veranstaltungsräumen mit einer Größe von 11 bis 137 m² drei bis 112 Personen Platz für Tagungen und Meetings. Darüber hinaus verfügt das Veranstaltungszentrum über ein Auditorium, das mit einer Fläche von rund 393 m² eine Maximalkapazität von 290 Personen aufweist.

Zu den regelmäßigen Veranstaltungen der Stadt zählt insbesondere das im 2-Jahres-Rhythmus stattfindende Cello Festival, das alle zwei Jahre stattfindende Internationale Straßentheaterfestival, der alle zwei Jahre zu Pfingsten stattfindende Mittelalterliche Markt und der jährliche Weihnachtsmarkt. Darüber hinaus findet in unregelmäßigen Abständen an einem Wochenende im September das von der Sportlerin und Bürgerin Kronbergs Ann Kathrin Linsenhoff ins Leben gerufene „Schafhof Festival“ der „Linsenhoff-UNICEF-Stiftung“ statt. In 2007 wurde die Veranstaltung von mehr als 40.000 Besuchern frequentiert.

Neben den eigenen Veranstaltungen profitiert Kronberg auch von den in Frankfurt stattfindenden Veranstaltungen und Konferenzen. So zählt Frankfurt zu den bedeutendsten Messe- und Veranstaltungsschauplätzen in Deutschland und Europa, Austragungsorte sind neben der Messe Frankfurt insbesondere auch das auf dem Messegelände gelegene Kongresszentrum Congress Frankfurt.

Mit einer Ausstellungsfläche von 321.000 m² in zehn Hallen und weiteren 83.000 m² Freigelände rangiert die Messe Frankfurt an dritter Stelle unter den führenden internationalen Messeschauplätzen. In 2007 verzeichnete die Messe Frankfurt rund 2,5 Millionen Besucher und 38.000 Aussteller, was einem Anstieg der Besucherzahlen im Vergleich zum Vorjahr von 49,1% entspricht, während die Zahl der Aussteller um 15,0% zurückging.



Quelle: Messe Frankfurt GmbH

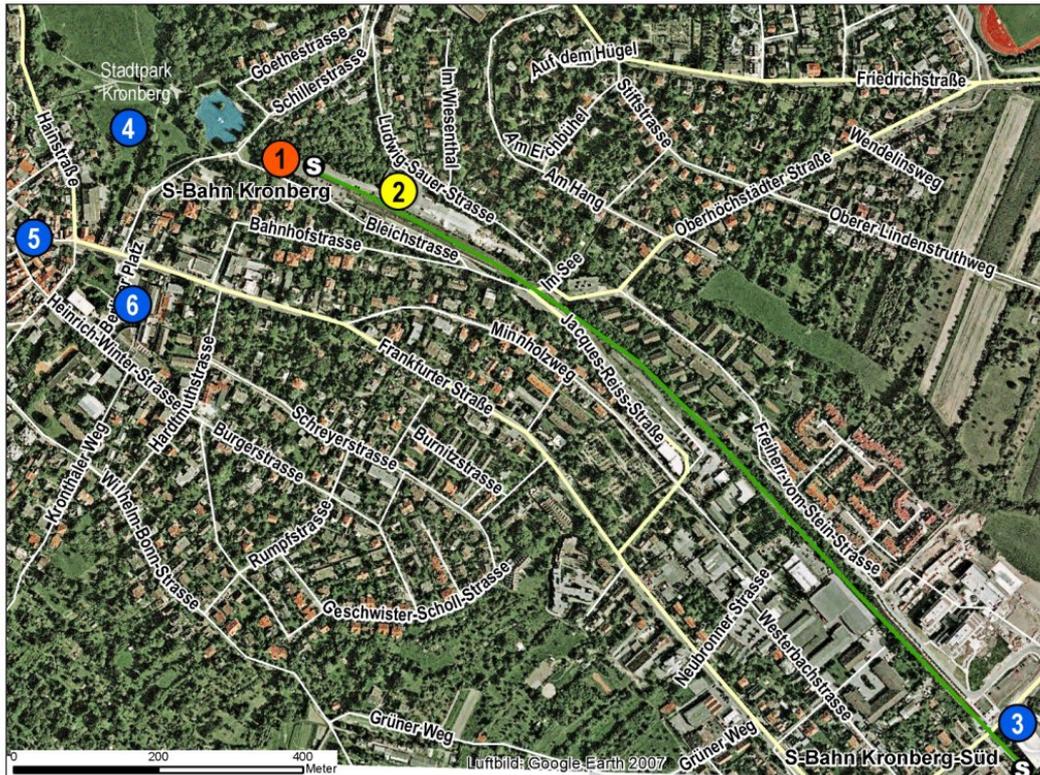
Der Messezyklus in Frankfurt stützt sich in erster Linie auf Großmessen wie die zweijährig stattfindende IAA (Internationale Automobilausstellung), die jährlich stattfindende Buchmesse sowie auf die zweijährig stattfindende Intergeo. Insbesondere aufgrund des zweijährigen Zyklus der Internationalen Automobilausstellung, die 2007 alleine 948.000 Besucher anlockte, fluktuiert die Nachfrage in Frankfurt merklich zwischen den Jahren.

Das Kongresszentrum Congress Frankfurt ist über eine überdachte Laufebene mit allen neun Ausstellungshallen der Messe Frankfurt verbunden. Das Kongresszentrum umfasst fünf Konferenzräumen, von denen der Größte, der Saal Harmonie, 1.830 m² umfasst und eine Kapazität von 750 bis 2.200 Plätzen bietet. Die restlichen vier Konferenzräume, mit einer Kapazität von 550 bis 1.190 Personen, belaufen sich zusammen auf rund 1.120 m². In 2007 verzeichnete das Kongresszentrum 100 Veranstaltungen mit rund 80.000 Besuchern und damit im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang um 6,0% respektive 18,4%, was sich auf das starke Frankfurter Messejahr 2007 zurückführen lässt.

2.2 Mikrostandort Bahnhof Kronberg

Das rund 6.000 m² große Grundstück des angedachten Hotels befindet sich südöstlich des Stadtzentrums, auf dem Gelände des Bahnhofs Kronberg.

Die umseitig stehende Aufnahme zeigt den Projektstandort im Verhältnis zu den wichtigsten Nachfragegeneratoren vor Ort.



Quelle: Google Earth 2007

1	Projektstandort und Bahnhof Kronberg	3	Accenture, Braun Celanese und S-Bahn Station Kronberg Süd	5	Altstadt
2	Lokschuppen	4	Viktoriapark	6	Stadtzentrum

Das Hotelvorhaben ist auf einem Areal mehrerer Flurstücke geplant, die sich im Eigentum der Stadt Kronberg befinden und im Folgenden als Gesamtfläche betrachtet werden. Diese Fläche erstreckt sich zwischen Bahnhofstraße, Bleichstraße, Schillerstraße und Ludwig-Sauer-Straße. Derzeit befindet sich ein offenes, zweigeschossiges Parkdeck mit weiteren „Park & Ride“ Parkplätzen sowie öffentlichen Grünflächen auf dem Areal. Die gesamten Parkflächen am Bahnhof Kronberg umfassen etwa 350 Stellplätze, wovon nach Angaben der Stadt Kronberg derzeit etwa 250 nutzbar sind. Die Beschaffenheit des Areals ist durch einen Höhenunterschied von mehreren Metern gekennzeichnet, der sich zwischen Parkebene und angrenzender Grünfläche sowie Parkebene und den nördlich angrenzenden Flurstücken erstreckt.

Direkt südöstlich angrenzend an das Projektgrundstück befinden sich der Bahnhof Kronberg und die S-Bahn Gleise, der städtische Lokschuppen – ein altes, derzeit ungenutztes Backsteingebäude –, Parkflächen, sowie weitere städtische unbebaute Grundstücke. Im Süden des Areals verläuft die Bahnhofstraße, die durch Wohnbebauung geprägt ist. Nördlich des Projektgrundstücks liegen die Schillergärten, ein ebenfalls für Wohnbebauung vorgesehenes Gebiet mit mehreren Stadtvillen. Am westlichen Rand des Areals befindet sich direkt an Bleichstraße und Schillerstraße angrenzend der Viktoriapark, ein weitläufiger öffentlicher Park, der über zwei Weiher sowie Tennisplätze und eine Minigolfanlage verfügt.

Die am südöstlichen Rand von Kronberg angesiedelten Unternehmen liegen etwa 1,5 km vom geplanten Projektstandort am Bahnhof Kronberg und damit ca. 3 Fahrminuten entfernt. Darüber hinaus verbindet die S-Bahn diese Unternehmen über die von den Unternehmen jeweils fußläufig erreichbare S-Bahn Station Kronberg Süd in nur etwa 2 Minuten Fahrtzeit. Das Stadtzentrum von Kronberg, das über eine Vielzahl von Einzelhandels- und Gastronomieflächen verfügt, ist fußläufig in etwa 5 Minuten erreichbar.

Im Zuge der für das gesamte Areal angedachten Nutzungsänderungen sind neben der Hotelbebauung die südöstlich des Projektgrundstücks gelegenen unbebauten Flächen für eine Wohnbebauung vorgesehen. Weiterhin sollen die sich derzeit auf dem Areal befindlichen „Park & Ride“ Flächen von der Station Bahnhof Kronberg zur S-Bahn Station Kronberg Süd verlagert werden. Etwa 25 Stellplätze werden angabegemäß am Bahnhof Kronberg verbleiben. Darüber hinaus wird nach Angaben der Stadt Kronberg die Erschließung einer über das Areal verlaufenden Verbindungsstraße zwischen Bahnhofstraße und Ludwig-Sauer-Straße eruiert, deren genauer Verlauf von der zukünftigen Nutzung des Lokschuppens abhängig gemacht werden soll.

Das gesamte Areal ist von der Bahnhofstraße erschlossen und darüber hinaus auch über die Bleichstraße bzw. die Schillerstraße zugänglich. Die Bahnhofstraße und die daran anschließende Bleichstraße sowie die Jaques-Reiss-Straße verbinden den Projektstandort mit der Landesstraße Frankfurter Straße (L 3005), so dass der Standort gut mit dem PKW erreicht werden kann. Die Landesstraße verbindet Kronberg in ca. 25 Fahrminuten über die Autobahnen A 66 mit dem Stadtzentrum von Frankfurt (Hauptwache). Aufgrund des direkt angrenzenden Bahnhofs Kronberg ist der Projektstandort darüber hinaus sehr gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden. Vom Bahnhof Kronberg bestehen täglich im 30-Minuten Takt mit der S-Bahn direkte Verbindungen zur Hauptwache in Frankfurt, die Fahrtzeit beträgt rund 25 Minuten. Der Rhein-Main-Flughafen ist mit der S-Bahn in etwa 50 Minuten Fahrtzeit zu erreichen.

Aufgrund seiner zentralen Lage am Bahnhof ist davon auszugehen, dass das geplante Hotel über eine gute Sichtbarkeit verfügen wird.

Grundsätzlich scheint der Projektstandort für eine Hotelbebauung aufgrund seiner Anbindung an die Hauptnachfragegeneratoren, der Nähe zum Stadtzentrum Kronberg sowie seiner Erreichbarkeit und seiner Sichtbarkeit gut geeignet. Allerdings ist hervorzuheben, dass die Qualität letztendlich stark von der gesamten zukünftigen Entwicklung des Areals abhängt.

2.3 Fazit

Die Stadt Kronberg profitiert von ihrer Lage im Rhein-Main-Gebiet und wird aufgrund der räumlichen Nähe stark von der Entwicklung des Wirtschaftsraums Frankfurt am Main geprägt. Frankfurt zählt zu einem der führenden Wirtschafts- und Messestandorte Deutschlands und Europas und profitiert von seiner ausgezeichneten nationalen und internationalen Erreichbarkeit. Die Erweiterung des Rhein-Main-Flughafens sowie die aufstrebende Entwicklung der lokalen, nationalen und internationalen Wirtschaft sollten diese Entwicklung positiv begünstigen und insbesondere das Nachfragepotential der Geschäftsreisenden sowie der Messe- und Kongressbesucher verstärken. Dies vorausgeschickt ist jedoch nicht zu erwarten, dass sich Frankfurt mittel- bis langfristig als eine Freizeitreisedestination wird etablieren können und so werden die Hotels in der Region auch weiterhin mit nachfrageschwachen Zeiten an den Wochenenden zu kämpfen haben.

Der Ausblick für den Wirtschaftsstandort Kronberg ist als verhalten positiv zu werten. Zwar ist grundsätzlich davon auszugehen, dass Kronberg weiterhin einen interessanten Wirtschaftsstandort vor den Toren Frankfurts repräsentieren wird, jedoch sind unseren Recherchen zufolge kurz- bis mittelfristig keine weiteren Unternehmensansiedlungen angedacht. Zurückzuführen ist dies unserer Meinung nach auch auf die Konkurrenz zu weiteren Standorten, wie bspw. Eschborn, die über eine bessere Anbindung an Frankfurt verfügen. Die Attraktivität Eschborns als Unternehmensstandort wird sich insbesondere durch die Fertigstellung der Regionaltangente West und die damit verbesserte Anbindung an den Flughafen erhöhen.

Wir erwarten, dass das geplante Hotelprojekt primär das Klientel der Geschäftsreisenden ansprechen und damit insbesondere von den bereits ansässigen Unternehmen und deren bleibender Präsenz am Standort Kronberg abhängen wird. Hinzu kommt jedoch, dass aufgrund der guten und vergleichsweise schnellen Erreichbarkeit der Frankfurter Innenstadt als auch der dortigen Hotelkapazitäten ein Teil der Nachfrage in Kronberg und Umgebung von Hotels in zentraleren Lagen absorbiert wird. Umgekehrt profitiert Kronberg jedoch auch von einem gewissen Overflow aus Frankfurt, welcher sich insbesondere während stark frequentierter Messen niederschlägt. Während regulärer Perioden werden Geschäftsreisende mit dem Ziel Frankfurt jedoch bemüht sein, ein Hotel im Stadtzentrum zu wählen, so dass das Nachfragepotential aus Frankfurt in diesen Zeiten eher als gering einzuschätzen ist.

In Summe erachten wir den Standort als grundsätzlich geeignet für ein Hotel, wenn auch eine große Abhängigkeit von den in Kronberg ansässigen Unternehmen als primäre Nachfragegeneratoren besteht und die Standortqualität von der tatsächlichen Entwicklung des gesamten Areals rund um den Bahnhof abhängt. Positiv hervorzuheben ist, dass der Standort von seiner direkten Anbindung an den Bahnhof Kronberg und seiner guten Erreichbarkeit – insbesondere auch durch die Unternehmen in der Region – sowie seiner Nähe zum Kronberger Stadtzentrum profitiert. Das direkte Umfeld hingegen ist aufgrund der vorherrschenden Wohnbebauung für Gäste, die tendenziell eine touristisch attraktivere und belebtere Nachbarschaft schätzen, jedoch nur als begrenzt attraktiv zu werten. Kritisch betrachten wir auch die geplante Verlagerung der „Park & Ride“ Flächen zur S-Bahn Station Kronberg Süd, was der Belebtheit der direkten Umgebung des Standortes nicht zuträglich ist, wenngleich auch ein großflächiger Parkplatz auf dem Areal die Attraktivität des Standortes für Hotelgäste schmälern würden.

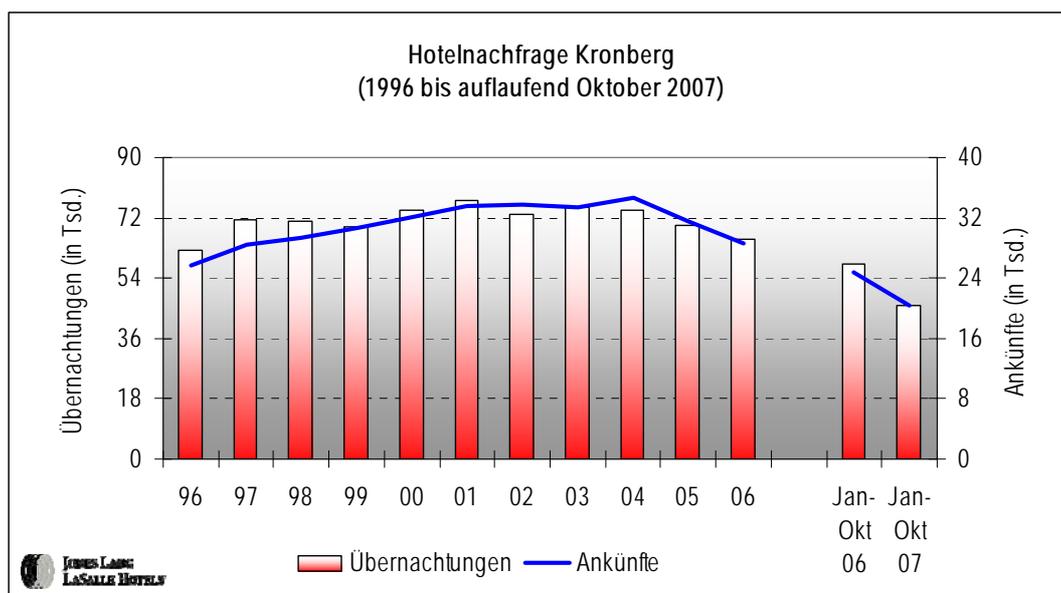
3 Hotelmarkt Kronberg im Taunus

3.1 Hotelnachfrage

Kronberg im Taunus

Offiziellen Statistiken zufolge verzeichnete Kronberg in 2006 rund 29.000 Gästeankünfte und 66.000 Übernachtungen in Hotels und Hotels Garni. Nach einem Rekordjahr 2004 mit rund 34.680 Ankünften und 74.250 Übernachtungen sank die Nachfrage in 2005 um 8,9% respektive 5,8% und konnte sich auch im Folgejahr 2006 nicht wieder erholen. Zurückzuführen ist dieser Abwärtstrend in erster Linie auf die Schließung eines 148-Zimmer Ausbildungszentrums der Deutschen Bank im Jahr 2005 sowie der zunehmenden Anzahl neuer Hotels in Frankfurt und Umgebung und dem damit einhergehenden reduzierten Overflow nach Kronberg.

Die nachstehende Graphik verdeutlicht die Nachfrageentwicklung in Kronbergs Hotels und Hotels Garni zwischen 1996 und auflaufend Oktober 2007.



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt - Hessische Gemeindestatistik

Auch in 2007 konnte keine Trendumkehr verzeichnet werden. So sank auflaufend Oktober 2007 die Zahl der Ankünfte um 17,8% und die der Übernachtungen um 20,8% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Diese Entwicklung lässt sich trotz des starken Frankfurter Messejahres auf das weiter wachsende Hotelangebot in Frankfurt und die dadurch für Kronberg geringere überschüssige Nachfrage aus Frankfurt zurückführen.

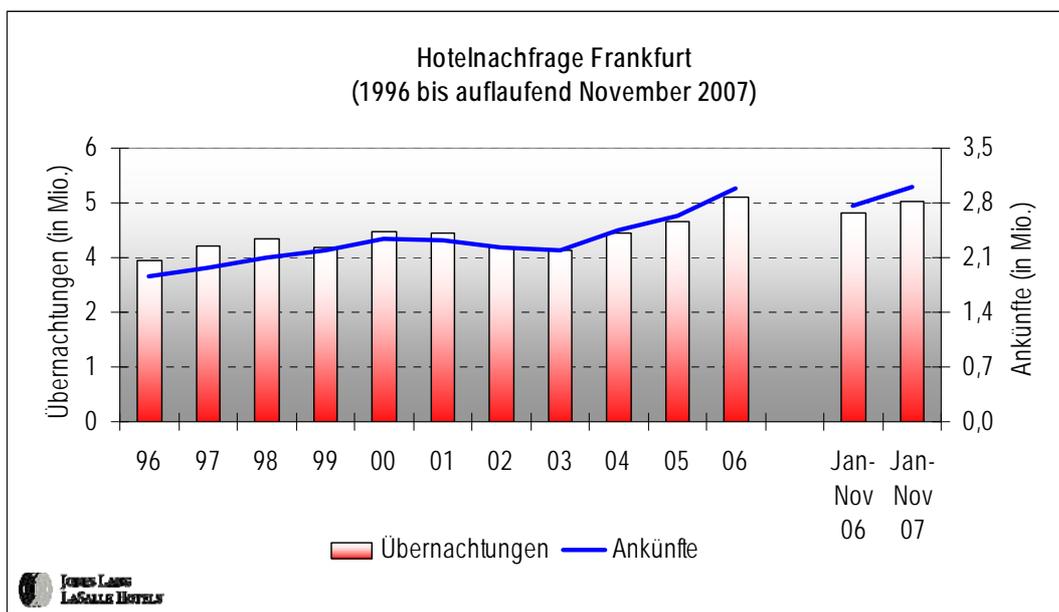
Öffentliche Statistiken hinsichtlich der Herkunft der Gäste liegen nicht vor.

Frankfurt am Main

Statistischen Daten zufolge konnte Frankfurt im Jahr 2006 rund 3,3 Millionen Gästeankünfte sowie 5,3 Millionen Gästeübernachtungen verzeichnen. Bis auf einen leichten Rückgang zwischen den Jahren 2000 und 2003 verzeichneten die Frankfurter Hotels seit 1996 eine stetig steigende Nachfrage.

So stieg die Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen zwischen 1996 und 2006 durchschnittlich um 4,9% respektive 3,4% im Jahr. Diese Entwicklung lässt sich auch für das Jahr 2007 erkennen, in dem die Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen zwischen Januar und November im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Anstieg von 8,9% bzw. 5,3% verzeichnete. Dies ist nicht zuletzt auch auf ein außergewöhnlich starkes Messejahr 2007 zurückzuführen.

Die nachstehende Graphik verdeutlicht die Nachfrageentwicklung in Frankfurter Hotels und Hotels Garni zwischen 1996 und auflaufend November 2007.



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt - Hessische Gemeindestatistik

Die Hotelnachfrage in Frankfurt ist wie in keiner anderen Stadt Deutschlands durch internationale Gäste geprägt. Internationale Reisende machen rund 50% der Gesamtübernachtungsnachfrage in Frankfurt aus. Internationale Hauptquellmärkte sind die USA (17,2% aller internationalen Übernachtungen) sowie Großbritannien (11,5%) und Japan (6,4%).

3.2 Hotelangebot

Kronberg im Taunus

Das Hotelangebot in Kronberg umfasste im Februar 2008 sieben Hotels und Hotels Garni mit etwa 165 Zimmern. Eine statistische Erhebung über die Entwicklung der Anzahl der Beherbergungsbetriebe in Kronberg liegt nach Auskunft des Kreisstatistikamtes des Hochtaunuskreises und der Stadt Kronberg nicht vor. Da jedoch alle im Markt vertretenen Häuser bereits älteren Ursprungs sind gehen wir davon aus, dass sich das Angebot im Markt eher rückläufig entwickelt hat, was insbesondere auch aus dem Wegfall der Deutsche Bank Ausbildungsstätte im Jahr 2005 resultiert.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über das aktuelle Hotelangebot in Kronberg.

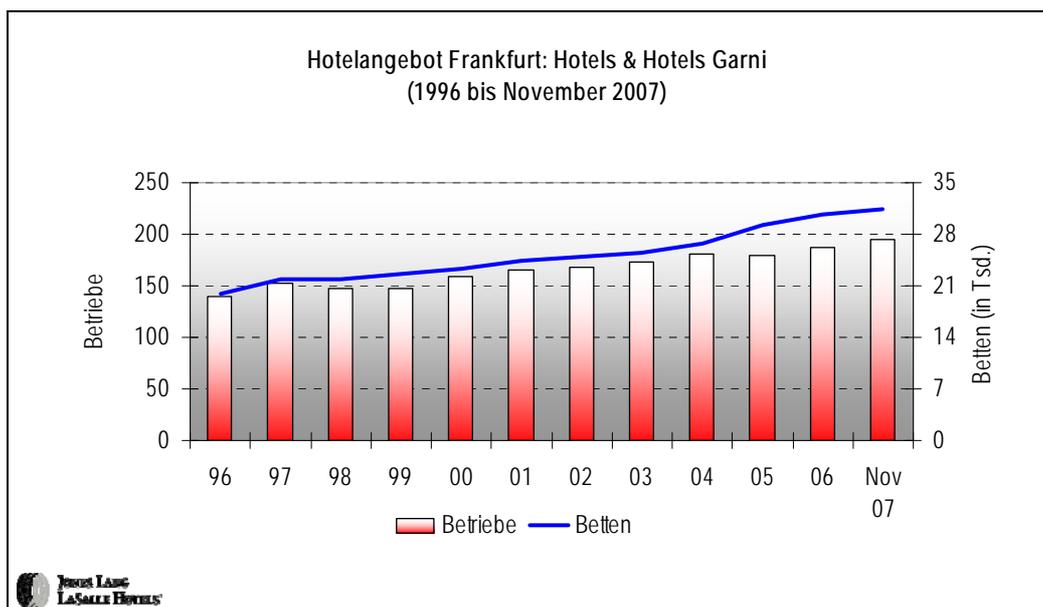
Hotel	Zimmer	Tagungsmöglichkeiten	Entfernung zum geplanten Hotel
Schlosshotel Kronberg****	58	160 Personen	1,0 km
Concorde-Hotel „Viktoria“****	42	15 Personen	850m
Hotel-Residenz „Posthaus“	22	80 Personen	300m
Hotel-Restaurant „Asia“	13	-	150m
Hotel „Schützenhof“, garni	12	-	350m
Hotel-Restaurant „Kronberger Hof“	10	45 Personen	150m
Hotel-Restaurant „Haus Altkönig“	8	-	1,8 km
Total	165	-	-

Quelle: Jones Lang LaSalle Hotels

Frankfurt am Main

Frankfurt verzeichnete im November 2007 195 Hotels und Hotels Garni mit 31.341 Betten, wobei das Angebot in der Stadt in den letzten zehn Jahren einem deutlichen Aufwärtstrend unterlag. So stieg zwischen 1996 und November 2007 die Anzahl der Betriebe und Betten um durchschnittlich 2,9% respektive 4,4% pro Jahr.

Die nachstehende Graphik verdeutlicht das Angebotswachstum in Frankfurt zwischen 1996 und November 2007.



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt - Hessische Gemeindestatistik

Zu den jüngsten Neuzugängen im Markt zählen das Motel One mit 189 Zimmern auf der Hanauer Landstraße im Osten Frankfurts (Eröffnung Mai 2007), das ebenfalls im Osten der Stadt, am Main liegende Hotel Gerbermühle mit 19 Zimmern (Eröffnung Juni 2007) sowie das Fleming's Hotel Hamburger Allee mit 45 Zimmern (Eröffnung Oktober 2007).

3.3 Hotelneuzugänge

Unserem Wissen nach befinden sich derzeit in Kronberg mit Ausnahme des diesem Bericht zugrunde liegenden Projektes keine weiteren Hotelprojekte im Bau oder in konkreterer Planung.

Dies vorausgeschickt wird jedoch das Bettenangebot der Stadt Frankfurt zukünftig deutlich steigen. Wie die nachstehende Tabelle verdeutlicht, sind mit Stand Februar 2008 26 Hotels mit nahezu 6.000 Zimmern geplant, von denen sich bereits neun Hotels mit rund 1.400 Zimmer im Bau befinden.

Hotel Projekt	Zimmer	Kategorie	Eröffnung	Standort
Im Bau				
Fleming's Hotel Deluxe – bestehendes Gebäude	113	5-Sterne	April 2008	Eschenheimer Tor
Roomers – bestehendes Gebäude	117	5-Sterne	Sommer 2008	Gutleutstraße
Goldmans 25hours II	76	3- / 4-Sterne	Mai 2008	Niddastraße
Liv-In Boarding House	47	4-Sterne	April 2008	Sailerstraße
Liv-In Boarding House 2	60	4-Sterne	Mai 2008	Bleichstraße
Liv-In Boarding Tower	110	4-Sterne	Juni 2008	Sandhöfer Allee
FrankfurtHochVier	284	4-Sterne	Frühjar 2009	Zeil
Hotelprojekt Hilton Airrail Center Frankfurt	247	4-Sterne	2010	Flughafen Frankfurt
Hotelprojekt Hilton Garden Inn Airrail Center Frankfurt	314	3-Sterne	2010	Flughafen Frankfurt
Gesamt im Bau	1.368			
Geplant				
B&B Hotel Am Martinszehnten	100	2-Sterne	Ende 2008	Gewerbegebiet Am Martinszehnten
Courtyard by Marriott am Oberforsthaus	110	4-Sterne	2009	Mörfelder Landstraße
NH Hotel Am Turm	209	4-Sterne	1. Quartal 2009	Bleichstraße
Acom Hotel Frankfurt Messe	109	2-Sterne	1. Quartal 2009	Messe Frankfurt
Adina Apartment Hotel – bestehendes Gebäude	132	4-Sterne	2009	Wilhelm-Leuschner-Straße
Hotelprojekt Little SoHo	150	4-Sterne	2009	Deutschherrnviertel
Projekt Quartier Alpha / Gateway Gardens I	280	5-Sterne	2009	Flughafen Frankfurt

Project Quartier Alpha / Gateway Gardens II	200	3-Sterne	2009	Flughafen Frankfurt
Project Quartier Alpha / Gateway Gardens III	500	2-Sterne	2009	Flughafen Frankfurt
Art'otel Braubachstrasse	130	4-Sterne	Mitte 2009	Braubachstraße
Potala Palasthotel Galopprennbahn	300	5-Sterne	2009	Niederrad
Courtyard & Renaissance	490	3- / 5-Sterne	2009	Berliner Straße
Hotelprojekt Wilhelm-Fay-Straße	150	3-Sterne	2009	Frankfurt-Sossenheim
Mandarin Oriental Hotel Alte Oper	150	5-Sterne	2014	Opernplatz / Bockenheimer Anlage
InterCityHotel Frankfurt Airport (Erweiterung)	840	4-Sterne	2011 / 2015	Flughafen Frankfurt
Grand Hyatt Frankfurt / Europaviertel	405	5-Sterne	2011 / 2012	Europaallee / Friedrich-Ebert-Anlage
Hotelprojekt Eschersheimer Landstrasse	260	4-Sterne	2010	Eschersheimer Landstraße
Gesamt in Planung	4.515			
Gesamt	5.883			

Quelle: Jones Lang LaSalle Hotels

Sollten alle Projekte wie geplant verwirklicht werden, wird sich das Bettenangebot in 2008 um rund 3,0%, in 2009 um 16,4% und in 2010 und 2011 jeweils um weitere 3,5% erhöhen.

Zwar erachten wir keines der geplanten Hotels als direkten Mitbewerber zu dem avisierten Hotelprojekt in Kronberg, gehen jedoch davon aus, dass ein zunehmendes Angebot in zentralen Lagen zu einem verminderten Overflow in dezentralere Standorte im Großraum Frankfurt führen wird.

3.4 Mitbewerberanalyse

In unserer Mitbewerberanalyse konzentrieren wir uns zunächst auf Häuser die sich im direkten Umfeld des Standorts Kronberg befinden und aufgrund ihrer Lage, Positionierung und Markenzugehörigkeit mögliche Alternativen für Gäste darstellen. In unsere Analysen haben wir unter anderem auch die Erkenntnisse aus den mit den lokalen Unternehmensvertretern geführten Gesprächen einbezogen, insbesondere auch im Hinblick auf die derzeitigen Buchungspräferenzen. Der Kreis der primären Mitbewerber umfasst unseres Erachtens nach derzeit vier Hotels mit insgesamt 818 Zimmern.

Es ist jedoch zu erwarten, dass das avisierte Hotel in nachfragestarken Zeiten auch mit Häusern im weiteren Umfeld von Kronberg sowie in Frankfurt selbst konkurrieren wird. Grundsätzlich lässt sich beobachten, dass die Wahl des Hotels neben dem Preis auch durch die Attraktivität der Lage des Hauses zu den relevanten Nachfragegeneratoren für den jeweiligen Aufenthalt des Gastes bestimmt wird.

Nachfolgend werden die ausgewählten primären Mitbewerber für das Hotel in Kronberg übersichtlich dargestellt und näher beschrieben.

Betrieb	Anzahl Zimmer	Kategorie	Hoteleinrichtungen
Mövenpick Hotel Frankfurt/Oberursel	219	4-Sterne	Das 1998 eröffnete Hotel ist an der nord-westlichen Stadtgrenze zu Frankfurt in Oberursel, rund 7,5 km vom angedachten Hotelstandort entfernt gelegen. Das Hotel verfügt über insgesamt 219 Zimmer, wovon 42 speziell für Langzeitaufenthalte mit Mini-Küchen ausgestattet sind. Die Zimmer sind in der Standardkategorie rund 25 m ² groß und verfügen über Klimaanlage, TV, Radio, Telefon, Internetanschluss, öffentliches W-LAN, Minibar, Hosenbügler, Kaffee-/Teekoher und Safe. Die Gesamtfläche der elf Tagungsräume beläuft sich auf ca. 907 m ² , wovon der größte Raum mit ca. 300 m ² Platz für bis zu 320 Personen bietet. Das Hotel verfügt über ein Restaurant mit Terrasse sowie eine Bar. Der Fitness- und Wellnessbereich beinhaltet eine Sauna, ein Dampfbad sowie einen Fitnessbereich. Wir sehen das Mövenpick Hotel Frankfurt/Oberursel insbesondere aufgrund seiner Lage, der Positionierung im Geschäftsreisesegment sowie seiner Markenzugehörigkeit als direkten Mitbewerber zum geplanten Hotel in Kronberg. Den uns überlassenen Informationen zufolge rangiert das Hotel derzeit unter den präferierten Häusern der in Kronberg ansässigen Unternehmen.
Maritim Hotel Bad Homburg	148	4-Sterne	Das ca. 14 km vom geplanten Standort entfernt liegende Maritim Hotel Bad Homburg verfügt über 148 Zimmer. Alle Zimmer des 1982 eröffneten Hauses sind ausgestattet mit Telefon, Modemanschluss, TV, Radio, Minibar, Zimmersafe und teilweise mit Balkon und umfassen ca. 23 bis 26 m ² . Die Zimmer sind nicht klimatisiert und in traditionellem Design. Die vier hoteleigenen Veranstaltungsräume umfassen ca. 145 m ² , wovon der größte Saal mit ca. 70 m ² Platz für bis zu 70 Personen bietet. Das Hotel verfügt darüber hinaus über einen direkten Anschluss an das KongressCenter im Kurhaus Bad Homburg, das auf einer Gesamtkonferenzfläche von ca. 1.025 m ² im größten Saal mit 707 m ² Platz für bis zu 750 Personen bietet. Darüber hinaus verfügt das Hotel über zwei Restaurants mit Terrassen, ein Bistro sowie eine Bar. Der Fitness- und Wellnessbereich des Hauses umfasst Hallenschwimmbad, Sauna, Solarium und Fitnessraum. Wir erachten das Hotel insbesondere aufgrund seiner Größe und seiner Markenzugehörigkeit als direkten Mitbewerber für das geplante Hotel in Kronberg.
Steigenberger Hotel Bad Homburg	169	5-Sterne	Das ebenfalls in Bad Homburg und ca. 14,5 km zum geplanten Projektstandort entfernt liegende Hotel verfügt über 152 Zimmer und 17 Suiten. Die Zimmer des 1880 erstmals als Hotel eröffneten Hauses sind im Art Deco Stil eingerichtet und verfügen über Telefon, TV, Laptop-Anschluss, Safe, Minibar, Schreibtisch sowie Klimaanlage. Die Größe der Zimmer beläuft sich auf ca. 27 bis 60 m ² . Das Zimmerprodukt wirkt veraltet und bedarf einer Renovierung. Die sechs Veranstaltungsräume umfassen rund 440 m ² , wovon der größte Raum Platz für maximal 300 Personen bietet. Das Hotel verfügt darüber hinaus über zwei Restaurants, eine Bar sowie eine Sommerterrasse. Der Fitness- und Wellnessbereich umfasst Sauna, Dampfbad, Solarium und einen Fitnessbereich. Wir erachten dieses zweite Hotel in Bad Homburg ebenfalls insbesondere aufgrund seiner Größe und seiner Markenzugehörigkeit als direkten Mitbewerber für das geplante Hotel in Kronberg.

Dorint Hotel Am Main Taunus Zentrum Frankfurt	282	4-Sterne	Das erstmals 1972 eröffnete und seit Juni 2007 in Dorint Hotel Am Main Taunus Zentrum Frankfurt umbenannte Hotel verfügt über 282 Zimmer inklusive vier Suiten. Alle Zimmer sind mit Klimaanlage, Schreibtisch, Telefon, High-Speed Internet Anschluss und TV ausgestattet. Die Größe der Zimmer beläuft sich auf 23 bis 25 m ² in der Standardkategorie. Ende letzten Jahres wurde mit der Renovierung von einem großen Teil der Zimmer begonnen. Neben einem Restaurant und einer Bar verfügt das Hotel auf einer Gesamtfläche von rund 1.270 m ² über 18 Konferenzräume, wovon der größte Raum eine Kapazität für bis zu 350 Personen aufweist. Darüber hinaus bietet das Hotel einen Fitness- und Wellnessbereich an, der über Sauna, Dampfbad, Solarium und Fitnessraum verfügt. Das Hotel befindet sich ca. 8 km vom Projektstandort in Kronberg entfernt. Wir betrachten das Hotel insbesondere aufgrund der Attraktivität der neu renovierten Zimmer sowie seiner Markenzugehörigkeit als Mitbewerber zu dem geplanten Hotel in Kronberg. Darüber hinaus gehört dieses Haus zu den bevorzugten Adressen eines der in Kronberg ansässigen Unternehmen.
---	-----	----------	---

Für den gewählten Mitbewerberkreis stehen keine aktuell veröffentlichten Performancedaten zur Verfügung. Basierend auf unserer Marktkenntnis dürften die 3-Sterne Superiorhäuser sowie vereinzelte 4-Sterne Hotels in 2007 insbesondere aufgrund des starken Frankfurter Messejahres Auslastungsraten in den niedrigen bis mittleren 60% erzielt haben. Die Zimmerraten im selben Zeitraum dürften sich in der mittleren EUR 70 bis mittleren EUR 80 Spanne bewegt haben. Wir gehen davon aus, dass diese Werte insbesondere aufgrund seines zeitgemäßen Produktes auch für das geplante Hotel in Kronberg erreichbar sein dürften.

3.5 Fazit und Ausblick

Unser mittel- bis langfristiger Ausblick für Kronberg und die Region ist grundsätzlich positiv. Wie bereits beschrieben ist Kronberg ein primär geschäftstouristisch geprägter Hotelmarkt, welcher zudem stark von der wirtschaftlichen Entwicklung im Großraum Frankfurt geprägt ist. Der anhaltende wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland und weltweit wird sich auch zukünftig positiv auf die Nachfrageentwicklung im Geschäftsreise-, Messe- und Konferenzsegment auswirken. Zudem ist zu erwarten, dass Frankfurt mit der Erweiterung des Flughafens seine Position als internationaler Hub ausbauen und von neuen Märkten, wie bspw. China und Zentral- und Osteuropa, profitieren kann. Dies sollte in der Region auch langfristig zu einer positiven Entwicklung des Freizeittourismus beitragen.

Anzumerken ist in diesem Zusammenhang jedoch, dass, während sich das Hotelangebot in Kronberg auch zukünftig als stabil erweisen wird, Frankfurt ein rasantes Angebotswachstum und somit eine deutliche Erhöhung der Wettbewerbssituation bevorsteht. Mit einer Abflachung der Angebotskurve und damit einer Entspannung der Marktlage in Frankfurt ist erst nach 2009 zu rechnen, was die Wettbewerbssituation der Hotellers im gesamten Großraum Frankfurt kurz- bis mittelfristig verschärfen wird.

Wir gehen davon aus, dass mit dieser Angebotsentwicklung eine Reduzierung des Übernachtungsoverflows in Frankfurts Satellitenstädte, wie bspw. Kronberg, einhergehen wird. Hotels an diesen Standorten werden daher vermehrt auf lokal generierte Übernachtungsnachfrage angewiesen sein und somit, wie auch im Falle Kronbergs, von einigen wenigen großen Nachfragern abhängig sein. In der Konsequenz bedeutet dies, dass der Wegfall einer Nachfragegruppe zu erheblichen Übernachtungseinbußen führen kann, die auch nur bedingt ersetzbar sind. Für das angedachte Hotel in Kronberg kommt somit einem starken Markennamen mit großer Marktdurchdringung über die Grenzen der Stadt hinaus besondere Bedeutung zu.

4 Konzeptionsempfehlung

4.1 Hotelkonzeption

Unseren Angaben zufolge liegen der Stadt Kronberg bereits Architektenpläne vor, die unterschiedliche Vorschläge hinsichtlich einer Bebauung am Projektstandort vorsehen. Um jedoch eine weitere und von diesen Vorschlägen unabhängige Meinung zu erhalten, wurde Jones Lang LaSalle Hotels gebeten, eine von diesen ersten Plänen losgelöste Konzeptionsempfehlung vorzunehmen. Hierin soll unter anderem auch auf eine mögliche Einbeziehung des Lokschuppens als Veranstaltungsort eingegangen werden. Hervorzuheben ist, dass wir keinerlei Aussagen hinsichtlich der bei einer Bebauung erforderlichen Verlegung des auf dem Gelände befindlichen Bachlaufs sowie der in Abschnitt 2.2 bereits angemerkten eventuellen Erschließung einer Verbindungsstraße zwischen Bahnhofstraße und Ludwig-Sauer-Straße treffen können. Etwaige quantitative oder qualitative Auswirkungen dieser Maßnahmen auf die mögliche Bebauung wurden daher nicht berücksichtigt.

Wie bereits in Abschnitt 2.3 dieses Berichts ausgeführt, eignet sich der Projektstandort grundsätzlich für eine Hotelbebauung. Dabei ist von entscheidender Bedeutung, dass das geplante Hotel sowohl hinsichtlich seiner Qualität als auch seiner Preisstruktur mit seinem zu erwartenden Gästemix korrespondiert. Kronberg ist, wie bereits dargestellt, ein primär geschäftstouristisch geprägter Standort und das Hotelprodukt sollte daher insbesondere den Ansprüchen und Erwartungen dieser Reise erfahrenen und qualitätsbewussten Klientel Rechnung tragen. Gleichzeitig sind jedoch auch der teilweise beschränkten Reisebudgets der Unternehmen vor Ort Rechnung zu tragen. Wir erachten daher die Entwicklung eines internationalen Mittelklassehotels der 3-Sterne bis 3-Sterne Superior Kategorie entsprechend der DEHOGA Klassifizierung für sinnvoll. Eine niedrigere Kategorie (1- bis 2-Sterne) erscheint im Hinblick auf möglichst flexible Vermarktungsmöglichkeiten sowie auf die empfehlenswerte Bereitstellung eines Gastronomie- und Konferenzbereichs nicht sinnvoll. Ebenso wenig eignet sich der Standort unseres Erachtens für ein First Class Hotel, welches eine qualitativ höherwertige Nachbarschaft bedingen und auch dann, aufgrund des Marktumfeldes, nicht das notwendige Preisniveau erzielen würde.

Nach Angaben der Stadt ist auf dem Grundstück eine Bebauung mit einer Bruttogeschossfläche von insgesamt etwa 9.000 m² über maximal fünf Stockwerken zuzüglich Pentgeschoss denkbar. Unsere umseitig stehende Tabelle gibt einen Überblick über das nach unserer Ansicht anzustrebende Raumprogramm. Dabei gehen wir von einer Zimmeranzahl von 150 aus, wenngleich wir eine Zimmeranzahl in der Spanne von 120 bis 160 grundsätzlich für sinnvoll erachten. Hervorzuheben ist, dass es sich bei dem vorgeschlagenen Raumprogramm lediglich um eine indikative Einschätzung handelt, die im Einzelfall auf die speziellen Anforderungen eines ausgewählten Betreibers anzupassen ist. Aufgrund unserer Marktkenntnis und unserer Erfahrung erachten wir grundsätzlich eine Bruttogeschossfläche von etwa 55 bis 60 m² pro Zimmer für ein Hotel der gehobenen Mittelklasse für sinnvoll.

Einrichtung	Fläche pro Gästezimmer (m ²)	Gesamtfläche
Gästezimmer	26,0	3.900
Öffentliche Bereiche	5,0	750
Restaurant / Lobby Bar	2,0	300
Konferenzbereich	2,0	300
Spa- und Fitnessbereich	1,4	210
Administration	1,0	150
Back-of-House Bereiche	3,0	450
Technische Bereiche	2,0	300
Netto Fläche (exklusive Parken)	22,2	6.360
Umwandlungsfaktor zu Bruttofläche	1,35	
Bruttogeschossfläche gesamt	8.586	
Bruttogeschossfläche pro Zimmer	57,24	

Quelle: Jones Lang LaSalle Hotels

4.2 Gästezimmer

Unseres Erachtens sollte das geplante Hotel über 120 bis 160 Zimmer verfügen. Größere internationale Hotelketten fordern grundsätzlich eine Kapazität von mindestens 120 bis 150 Zimmern, um so Größenvorteile besser nutzen und eine ausgewogene Mischung verschiedener Gästesegmente erreichen zu können. Eine Größenordnung von über 160 Zimmern erscheint uns jedoch aufgrund der Standortcharakteristika problematisch.

Wie bereits in Kapitel 4.1 dargestellt, erachten wir eine durchschnittliche Zimmergröße von rund 26 m² pro Gästezimmer angemessen für das geplante Hotel. Diese Größe liegt leicht über der Zimmergröße der Mitbewerber im 3-Sterne und 3-Sterne Superior Segment und entspricht den Zimmergrößen der Hotels im primären Mitbewerberkreis des Hotels.

Hinsichtlich des Zimmermixes erachten wir die Schaffung von zwei unterschiedlichen Zimmerkategorien als prinzipiell sinnvoll. Neben einer Standardkategorie sollten Business-, Komfort- oder Superiorzimmer vorgesehen werden, um so auch der Nachfrage der qualitätsbewussten und weniger preissensiblen Klientel zu entsprechen. Standardzimmer sollten einem Anteil von 70 bis 80% aller Zimmer entsprechen, die höhere Kategorie sollte dementsprechend 20 bis 30% aller Zimmer ausmachen. Auf die Errichtung von Suiten würden wir in Anbetracht des avisierten Gästemixes verzichten. Gäste, die tendenziell Suiten buchen, würden aller Voraussicht nach ohnehin ein Hotel der höherwertigeren Kategorie wählen, wie bspw. das Schlosshotel Kronberg. Grundsätzlich empfehlen wir, das Hotel mit lediglich Doppelzimmern auszustatten, wobei ein Anteil der Zimmer mit King Size Betten von rund 40% aller Zimmer als marktkonform zu werten ist. Die übrigen Zimmer sollten idealer Weise mit getrennten, flexiblen Doppelbetten ausgestattet sein. In Abstimmung mit den lokalen Bauvorschriften ist die Erstellung mindestens eines behindertengerechten Zimmers sinnvoll.

Die Größe der Badezimmer sollte sich auf mindestens 4 bis 5 m² belaufen. Im Hinblick auf die Ansprüche der internationalen Gästeklientel und Betreiber sollten rund 50% der Badezimmer über eine Badewanne verfügen.

Die Verfügbarkeit von individuell regulierbaren Klimaanlage in allen Gästezimmern erachten wir heutzutage in einem internationalen Mittelklassehotel als Standard. Weiterhin sollten die Gästezimmer mit Rauchmeldern, Minibar, Safe, Telefon mit ISDN-Anschluss und Mailbox, Kabel-TV mit Internetzugang und Pay-TV ausgestattet sein.

Die Verfügbarkeit von W-LAN in allen Bereichen des Hotels erachten wir als zeitgemäß.

4.3 Gastronomieeinrichtungen

Restaurant

Wie bereits in Abschnitt 2.2 dieser Studie ausgeführt, bietet die Stadt Kronberg ein vielfältiges Gastronomieangebot. Wir sind jedoch der Auffassung, dass das Konzept und die Positionierung des geplanten Hotels sowie die Entfernung zum Stadtzentrum die Errichtung eines Hotelrestaurants erfordern. Das Restaurant sollte grundsätzlich Frühstück sowie zumindest an Wochentagen auch Abendessen anbieten. Ein Mittagsangebot erachten wir grundsätzlich als nicht erforderlich, da wir die Nachfrage hierfür nur sehr begrenzt sehen. Das Restaurant sollte multifunktional gestaltet sein, so dass eine Flexibilität für die Platzierung unterschiedlich hoher Gästezahlen leicht möglich ist und auch als Restaurant für Konferenzgruppen genutzt werden kann. Die durchschnittliche Sitzfläche würden wir zwischen 1,5 und 2,0 m² sehen. Um einen effizienten Betrieb gewährleisten zu können, sollte das Restaurant über einen direkten Anschluss an die Küche und den Servicebereich verfügen.

Das Restaurant sollte gut sichtbar im Erdgeschoss des Hotels angeordnet und von dort zugänglich sein. Ideal wäre ein separater Eingang der es externen Gästen erleichtert, ins Restaurant zu gelangen. Dies vorausgeschickt erachten wir jedoch das Potential an externen Gästen aufgrund der Lage des avisierten Hotels als eher marginal und stark von der zukünftigen Entwicklung des Standortes abhängig. Die Vermietung an einen externen Betreiber sollte überlegt werden, wobei dies letztendlich stark von den Präferenzen des jeweiligen Hotelbetreibers abhängen wird.

Lobby Bar

Wir empfehlen die Einrichtung einer Lobby Bar im Erdgeschoss, welche als integraler Punkt in der Lobby einen zentralen Treffpunkt für Hotelgäste darstellen würde. Die Lobby Bar sollte rund 20 bis 30 Personen fassen bei einer Fläche von rund 2,2 bis 2,5 m² pro Platz. Aufgrund der Verlagerung der „Park & Ride“ Flächen zur S-Bahn Station Kronberg Süd erachten wir das Potential für externe Nachfrage als relativ gering.

Konferenzbereich

Obwohl einige der Unternehmen vor Ort über eigene Veranstaltungsflächen verfügen, ist aus unserer Sicht mit einer gewissen Nachfrage in diesem Bereich zu rechnen, weshalb wir die Errichtung einer Konferenzfläche von etwa 250 bis 300 m² (rund 1,7 bis 2,0 m² Konferenzfläche pro Zimmer bei insgesamt 150 Zimmern) verteilt auf fünf bis sechs Konferenzräume im Hinblick auf das angedachte Hotelkonzept für angemessen erachten.

Die Räume sollten so angelegt und eingerichtet sein, dass mindestens drei der Räume durch flexible Trennwände zu einem großen Raum zusammengelegt werden können. Vor dem Konferenzbereich ist die Anordnung eines angemessen großen und einladend gestalteten Foyerbereichs für Kaffeepausen ratsam. Alle Räume sollten klimatisiert sein und über ausreichend Tageslicht verfügen. Bei der Anordnung sanitärer Anlagen im Konferenzbereich ist auf gute Sichtbarkeit und einfache Erreichbarkeit zu achten. Der gesamte Bereich sollte entweder über eine eigene kleine Vorbereitungsküche oder einen direkten Anschluss an die Hauptküche sowie den Servicebereich und die Anlieferung verfügen, um einen operativ effizienten Betrieb zu ermöglichen. Zudem sollte ausreichend Stauraum für die Ausstattung der Räume geschaffen werden.

Die Anordnung des Konferenzbereiches sollte so erfolgen, dass eine schnelle und einfache Erreichbarkeit über die Lobby gewährleistet ist. Zudem ist auf eine Trennung des Veranstaltungsbereiches vom Gästezimmerbereich zu achten, um Hotelgäste nicht unnötig durch den laufenden Konferenzbetrieb zu belästigen.

Die Größe der derzeit ungenutzten Veranstaltungsfläche des Lokschuppens umfasst etwa 270 m². Das aus Ziegelmauerwerk errichtete Gebäude ist derzeit von Anbauten umschlossen, deren Abbruch im Rahmen eines Konzeptes zur Erhaltung des alten Baus vorgesehen ist. Aufgrund der räumlichen Trennung des Gebäudes zum geplanten Projektstandort erachten wir eine Einbeziehung dieses Objektes als Konferenz- oder Veranstaltungsfläche in den Hotelbetrieb allerdings als suboptimal. Die räumliche Distanz von ca. 200 m und deren Überwindung wird für einen Hotelbetreiber aus Effizienzgesichtspunkten problematisch sein, weshalb wir eine Realisierung als eher unwahrscheinlich erachten. Die Etablierung als unabhängige attraktive Veranstaltungsfläche in der unmittelbaren Nähe des geplanten Hotels würden wir hingegen positiv bewerten, da sich hieraus unter Umständen auch zusätzliche Nachfrage für das Hotel generieren ließe. Möglich wäre eventuell in diesem Zusammenhang auch eine Einbindung des Hotels für das Catering der Veranstaltungsfläche.

4.4 Fitness- und Wellnessbereich

Neue 3-Sterne und 3-Sterne Superior Produkte internationalen Standards verfügen üblicherweise über einen Fitness- und Wellnessbereich. Um diesem Standard und dem Angebot der Mitbewerber zu entsprechen, empfehlen wir die Einrichtung eines solchen Bereiches auch für das geplante Hotel in Kronberg. Das Angebot sollte auf einer attraktiv gestalteten Fläche von etwa 180 bis 250 m² eine Sauna, einen Fitnessraum sowie einen Ruheraum umfassen und im Idealfall über Tageslicht verfügen. Die Anbindung an den Bereich sollte so gestaltet sein, dass Gäste diesen von ihrem Zimmer aus direkt über den Aufzug auch im Bademantel erreichen können.

4.5 Öffentliche Bereiche und Administration

Wir erachten die ideale Anordnung des Haupteingangs des Hotels sowie die Hotelvorfahrt aufgrund der guten Sichtbarkeit in Höhe der Bleichstraße bzw. Schillerstraße. Zusätzlich ist jedoch auch der Zugang von der Bahnhofseite aus zu gewährleisten. Die Zufahrt zur hoteleigenen Parkgarage sollte über die Bahnhofstraße bzw. von der Bahnhofseite aus erfolgen.

Aus Sicherheitsgründen und um dem eintretenden Gast die Orientierung zu erleichtern, sollte die Rezeption vom Haupteingang aus sowie die Gästenaufzüge von der Rezeption aus gut einsehbar sein. Öffentliche sanitäre Anlagen sollten sowohl von der Lobby als auch den Gastronomie- bzw. Konferenzbereichen aus bequem erreichbar sein.

Die Büroräumlichkeiten der Administration sollten nicht im Gästebereich, jedoch nahe der Lobby gelegen sein, um den Mitarbeitern eine effiziente Nähe zum Gast zu ermöglichen.

4.6 Parken

Aufgrund der Beschaffenheit des Geländes, das wie in Abschnitt 2.2 beschrieben einen deutlichen Höhenunterschied aufweist, erachten wir die Errichtung einer Parkgarage für sinnvoll. Den uns überlassenen Informationen zufolge müssen bei der hier angedachten Konzeption rund 105 Stellplätze zur Verfügung gestellt werden, was wir für ein Hotel der angedachten Größe und Ausstattung als großzügig erachten. Der Zugang zum Hotel sollte über einen Aufzug gewährleistet sein. Da die Bewirtschaftung der derzeit am Standort bereits vorhandenen „Park & Ride“ Flächen nach Aussage der Stadt bereits zu einer Verringerung der Stellplatznachfrage geführt hat, gehen wir nicht davon aus, dass die durch das Hotel ebenfalls entgeltlich angebotenen Stellplätze durch externe Gäste nachgefragt werden.

4.7 Back-of-House Bereiche

Das Hotel sollte über ausreichend viele Gäste- sowie Serviceaufzüge verfügen.

Wir empfehlen die Anbringung von Rauchmeldern und Sprinklern sowohl in allen Gästezimmern als auch öffentlichen Bereichen, da diese Sicherheitseinrichtungen insbesondere auch von internationalen Hotelbetreibern eingefordert werden.

Um eine höchstmögliche operative Effizienz des Hotelbetriebes zu gewährleisten sollten alle Gastronomieeinrichtungen in der Nähe der Hauptküche und der Lagerräume angeordnet sein. Der Anlieferungsbereich sollte in adäquater Weise getrennt von den Gästebereichen in der Nähe der Serviceaufzüge und der Lagerräume situiert sein. Auf den Etagen sind kleinere Serviceeinheiten vorzusehen, welche als Lagerräume für das Housekeeping dienen können und somit eine effiziente Bewirtschaftung gewährleisten.

Die Pläne für das Hotel sollten zudem ausreichende und über Tageslicht verfügende Flächen für Personalumkleideräume und eine Personalkantine vorsehen. Insbesondere die Anordnung der Personalkantine sollte – wiederum aus Effizienzgesichtspunkten – in der Nähe der Hauptküche erfolgen.

4.8 Fazit

Unter Berücksichtigung der Charakteristika des Standortes empfehlen wir die Entwicklung eines 3-Sterne bzw. 3-Sterne Superior (DEHOGA) Produktes, das in adäquater Weise den Anforderungen und Bedürfnissen der qualitätssensiblen Gästeklientel der Geschäftsreisenden gerecht wird. Obwohl das Hotel auf die Anforderungen eines spezifischen Betreibers zugeschnitten sein sollte, würden wir eine relativ flexible Gestaltung des Produktes anraten, um auch auf Seiten des Eigentümers eine langfristige Flexibilität zu sichern. Ebenso wichtig erscheint eine hohe Funktionalität des Hotelproduktes, um so die operative Effizienz des Hotelbetriebes zu gewährleisten.

5 Leistungseinschätzung Jones Lang LaSalle Hotels

5.1 Annahmen

Im Folgenden wird die von Jones Lang LaSalle Hotels erstellte Leistungseinschätzung für das geplante Hotel in Kronberg vorgestellt und erläutert. Diese Einschätzung beruht auf den in den vorstehenden Kapiteln präsentierten Analysen des Makro- und Mikrostandortes, des lokalen Hotelmarktes sowie unserer Konzeptionsempfehlung. Zusätzlich fanden auch branchenübliche Vergleichsdaten Berücksichtigung. Hervorzuheben ist, dass es sich bei unserer Einschätzung um eine Indikation der möglichen Wirtschaftskraft des Hotels handelt. So hängt bspw. der Cash Flow des Hotels auch maßgeblich vom Betreiber, der endgültigen Planung und Positionierung des Hotels, der Marktentwicklung bis zur Eröffnung sowie der Gestaltung des gesamten Areals rund um den Bahnhof ab. Weiterhin liegen unseren Einschätzungen die unten angeführten Annahmen zugrunde.

- Das Hotel wird in der vorgesehenen Konzeption als 3-Sterne Superior Hotel auf einer Bruttogeschossfläche von insgesamt etwa 9.000 m² mit 150 Zimmern, einem Restaurant, einer Bar, etwa 300 m² Konferenzfläche, einem kleinen Fitness- und Wellnessbereich sowie etwa 105 Tiefgaragenstellplätzen realisiert.
- Wir gehen von einer Eröffnung des Hotels in 2010 aus. Die Jahre 1 (2010) bis 5 (2014) beziehen sich jeweils auf einen Zeitraum von zwölf Kalendermonaten.
- Die ersten drei bis vier Jahre stellen die Eröffnungsphase für das Hotel dar und wir gehen davon aus, dass das Haus in 2013 oder 2014 ein stabiles Leistungsniveau erreicht.
- Die langfristige Inflationsrate ist mit 1,5% pro Jahr prognostiziert (Quelle: Economist Intelligence Unit).
- Wir halten, wie in Kapitel 4.3 dargestellt, die Einbeziehung des Lokschuppens in den Hotelbetrieb als wenig realistisch und spiegeln diesen daher auch nicht in unseren Leistungseinschätzungen wider. Ebenso wenig berücksichtigen wir durch die Etablierung des Lokschuppens als unabhängige Veranstaltungsfläche möglicherweise generierbare zusätzliche Übernachtungsnachfrage.
- Die Auswirkungen einer eventuell notwendigen Verlegung des auf dem Gelände befindlichen Bachlaufs sowie die mögliche Erschließung einer Verbindungsstraße auf dem Gelände finden in unserer Einschätzung ebenfalls keine Berücksichtigung.
- Wir gehen davon aus, dass alle auf dem Gelände angedachten Baumaßnahmen bis zur Eröffnung des Hotels realisiert sind und so keinen negativen Einfluss auf den Betrieb des Hotels nehmen werden.
- Unsere Einschätzungen der erzielbaren Leistungsergebnisse des geplanten Hotels gehen davon aus, dass die Unternehmensstandorte in Kronberg langfristig bestätigt sind.
- Das zusätzliche Angebot in Kronberg wird sich wie in den Kapiteln 3.2 und 3.3 beschrieben entwickeln, und es werden kurz- bis mittelfristig in Kronberg keine weiteren maßgeblichen Angebotszuwächse realisiert werden. Die bevorstehenden Angebotszuwächse in Frankfurt werden die Wettbewerbssituation jedoch verschärfen.

- Das Hotel wird von einem international bekannten und professionellen Betreiber mit Zugang zu einem globalen Reservierungssystem und einem starken Markennamen betrieben werden. Das Hotel wird effizient betrieben werden und sich schnell im Markt etablieren.

5.2 Einschätzung der Leistungsergebnisse

In der nachstehenden Tabelle sind unsere eingeschätzten Leistungsergebnisse nach dem Uniform System of Accounts for the Lodging Industry bis zum Netto-Betriebsergebnis dargestellt. Eine ausführliche Tabelle findet sich im Anhang 1 dieses Berichtes.

Hotelprojekt Kronberg: Jones Lang LaSalle Hotels Leistungseinschätzung

	2010 (Jahr 1)	2011 (Jahr 2)	2012 (Jahr 3)	2013 (Jahr 4)	2014 (Jahr 5)
Anzahl Zimmer	150	150	150	150	150
Zimmerbelegung %	49,00%	54,00%	57,00%	61,00%	61,00%
Durchschnittliche Netto-Zimmerrate EUR	81,17	85,23	87,79	91,30	93,58
Room Yield	39,77	46,02	50,04	55,69	57,08
<i>Wachstum Room Yield</i>		15,7%	8,7%	11,3%	2,5%
GESAMTUMSATZ	3.097	3.619	3.985	4.390	4.498
Logisumsatz	2.178	2.520	2.740	3.049	3.125
Abteilungsergebnis Logis	1.503	1.789	2.000	2.256	2.313
Gastronomieumsatz	854	1.023	1.163	1.249	1.278
Abteilungsergebnis Gastronomie	214	287	361	400	409
Nebenabteilungen	65	76	82	91	94
Abteilungsergebnis Nebenabteilungen	39	45	49	55	56
ABTEILUNGSERGEBNISSE (GOI)*	1.755	2.121	2.410	2.711	2.778
<i>GOI %</i>	56,7%	58,6%	60,5%	61,8%	61,8%
Nicht direkt zuzuordnende Kosten	719	789	845	913	935
BETRIEBSERGEBNIS NACH NICHT DIREKT ZUZUORDNENDEN KOSTEN (GOP)	1.037	1.332	1.565	1.798	1.843
<i>GOP %</i>	33,5%	36,8%	39,3%	41,0%	41,0%
NETTOBETRIEBSERGEBNIS (NOP)**	218	309	367	395	406
<i>NOP %</i>	7,1%	8,5%	9,2%	9,0%	9,0%

* Gross Operating Income

** Nach Versicherung, FF&E Reserve und Pacht:

-Nebenabteilungen beinhalten Telefon

Quelle: Jones Lang LaSalle Hotels

Kommentar Einschätzung Leistungsergebnisse

• Logisbereich

Die lokalen Standort- und Marktgegebenheiten sowie das in Kapitel 4 beschriebene Konzept vorausgesetzt, nehmen wir an, dass sich das geplante Hotel trotz des relativ breiten Mitbewerberkreises schnell am Markt etablieren können. Unsere eingeschätzten Leistungsergebnisse zeigen eine Auslastung von 61,0% in einem stabilisierten Jahr 4. Für das erste Betriebsjahr sind wir von einer durchschnittlichen Auslastung von 49,0% ausgegangen, die sich bis Jahr 3 auf 57,0% steigert. Damit reflektieren wir die Anlaufphase des Hauses, d. h. die Zeit, die das Hotel braucht, um sich im Markt zu etablieren und sich einen Kunden- bzw. Gästestamm aufzubauen. Hervorzuheben ist, dass besonders in starken Frankfurter Messejahren mit außerordentlichen Steigerungsraten im Bereich der Auslastung gerechnet werden kann. Unsere Einschätzungen spiegeln diese Entwicklung in den Jahren 2011 und 2013 mit einer Steigerung der Auslastungsraten von 4%- und respektive 5%-Punkten wieder.

Kronberg wird, wie der gesamte Großraum Frankfurt, hauptsächlich durch das Klientel der Geschäftsreisenden frequentiert, was zu vergleichsweise niedrigen Auslastungsraten während der Wochenenden und der Ferienzeiten führt. Aufgrund der hieraus resultierenden Saisonalität ist zu erwarten, dass sich das Auslastungsniveau bei einer adäquaten Höhe der Zimmerrate nicht weit oberhalb der 60%-Marke bewegen können.

Obwohl unsere Leistungseinschätzungen das stabilisierte Leistungspotential des Hotels widerspiegeln, kann dieses Niveau aufgrund bestimmter wirtschaftlicher Entwicklungen oder Ereignisse in einzelnen Jahren durchaus über- oder unterschritten werden.

Gästemix

Der Gästemix des angedachten Hotels wird sich unseren Erwartungen nach hauptsächlich aus dem lokalen Geschäftsreisesegment, Konferenzgästen sowie, in geringerem Ausmaß, Messegästen zusammensetzen. Die nachfolgende Tabelle verdeutlicht unsere den Leistungseinschätzungen zugrunde liegende Gästesegmentierung in einem stabilisierten Betriebsjahr inklusive der angenommenen durchschnittlichen Netto-Zimmerraten für jedes Segment. Die Zimmerraten sind in heutigen Werten (2008) angegeben.

Segment	Anteil Übernachtungen	Netto-Zimmerrate
(Lokale) Firmen	40%	EUR 70
Konferenz	25%	EUR 80
Messe	15%	EUR 150
Walk In	8%	EUR 135
Leisure	7%	EUR 65
Andere	5%	EUR 45
Gesamt	100%	EUR 88

Quelle: Jones Lang LaSalle Hotels

Basierend auf unserer Marktrecherche, dem geplanten Gästemix und den Zimmerraten in jedem Segment, gehen wir von einer Zimmerrate im stabilisierten vierten Betriebsjahr 2013 (netto, nach Mehrwertsteuer und Frühstück) von EUR 91,3 aus. Diese Leistungseinschätzung basiert primär auf den Ergebnissen unserer Marktrecherche und insbesondere auf den erzielten Leistungsergebnissen der Mitbewerber. Prinzipiell gehen wir aufgrund des starken Wettbewerbs davon aus, dass sich das Niveau der Zimmerrate an das der Mitbewerber angleichen wird. Im Vergleich zu näher an Frankfurt gelegenen Standorten oder zu Hotels in Frankfurt direkt wird das Hotel jedoch einen Preisabschlag hinnehmen müssen.

Die Logisabteilung erwirtschaftet unseren Einschätzungen zufolge über zwei Drittel (69,5% in 2013) des Gesamtumsatzes. Die Kosten der Logisabteilung werden nach unserer Auffassung im ersten Jahr 31,0% des Logisumsatzes betragen und später aufgrund der Kostenstruktur mit fixen und variablen Kosten mit steigendem Umsatz auf 26,0% fallen, so dass sich voraussichtlich das Abteilungsergebnis langfristig bei 74,0% des Umsatzes einpendeln wird. Dies ist für ein Hotel der Mittelklasse branchenüblich, bedingt allerdings – wie in anderen Bereichen auch – eine effiziente Betriebsführung.

- **Gastronomie- und Konferenzbereich**

Unseren Einschätzungen haben wir die vorgesehenen Gastronomiebereiche sowie Minibarumsätze zugrunde gelegt. Zusätzlich wurden die Umsätze in den geplanten Tagungsräumen berücksichtigt.

Aufgrund des hohen Anteils Geschäftsreisender unterstellen wir einen Doppelbelegungsfaktor der Gästezimmer von 1,2. Des Weiteren nehmen wir an, dass 85,0% der Gäste im Hotel frühstücken werden und gehen zudem davon aus, dass in einem stabilisierten Jahr durchschnittlich bis zu 30 Gäste im Restaurant zu Abend essen und etwa 34 Gäste unter der Woche an einer Konferenz teilnehmen werden. Wir rechnen dabei in einem stabilisierten Jahr (2013) mit durchschnittlichen Bruttopreisen für Frühstück von EUR 18,0, für Abendessen von EUR 22,3 und einer Konferenzpauschale von EUR 47,8. Der durchschnittliche Minibarverzehr pro Gast beläuft sich in diesem Zeitraum auf etwa EUR 2,1.

Insgesamt erwarten wir, dass sich der Umsatz im Gastronomiebereich von rund EUR 854.300 in 2010 auf EUR 1,28 Mio. in 2014 wird steigern lassen, was einem Anteil von 27,6% respektive 28,4% am Gesamtumsatz entspricht. Für ein Hotel der 3-Sterne Superior Kategorie ist dies branchenüblich, bedingt jedoch ein durchdachtes und gut vermarktetes Gastronomiekonzept. Wir rechnen in Summe mit einem zurechenbaren Kostenanteil in Höhe von etwa 75,0% im ersten Jahr, der sich infolge des steigenden Gastronomieumsatzes und dem Verhältnis von fixen und variablen Kosten schätzungsweise anteilig auf rund 68,0% reduzieren wird.

- **Andere Abteilungen**

Die Erlöse aus anderen Abteilungen beinhalten u.a. Einnahmen für Pay-TV, Provisionserlöse, sonstige Nebenerlöse (z. B. durch den Verkauf von Zeitschriften und Zigaretten erzielbar) und Einnahmen durch Parken. Die von uns angenommene Auslastung der Parkplätze beträgt in einem stabilisierten Jahr rund 25,0%. Wie in Abschnitt 4.6 bereits erwähnt, gehen wir davon aus, dass die Stellplätze zukünftig nicht mehr durch die Nutzer der am Standort derzeit vorhandenen „Park & Ride“ Flächen frequentiert werden.

Wir gehen davon aus, dass die Nutzung des Fitness- und Wellnessbereichs im Zimmerpreis inkludiert ist.

Unseren Einschätzungen zufolge wird der Telefonumsatz aufgrund des zunehmenden Gebrauchs von Mobiltelefonen lediglich marginal sein.

Anteilig liegt der Umsatz aus anderen Abteilungen bei rund 2,1% des Gesamtumsatzes bzw. rund EUR 2,7 pro belegtem Zimmer. Da dieser Bereich typischer Weise nicht sehr vieler Arbeitskräfte bedarf, haben wir die Kosten bei rund 40,0% des gesamten Abteilungsumsatzes angesetzt.

- **Nicht umlegbare Kosten**

Wir basieren die Kosten für Verwaltung, Marketinggebühren, Werbung, Energie sowie Reparatur und Instandhaltung auf den in der Hotellerie üblichen Kostenstrukturen. Auch diese Kosten unterteilen sich in fixe und variable Anteile und schwanken somit als Prozentsatz vom Gesamtumsatz mit der Auslastung. Insgesamt schätzen wir die nicht umlegbaren Kosten in Höhe von rund 21,3% bis 23,3% des Gesamtumsatzes ein, die sich wie folgt zusammensetzen:

Mit der Stabilisierung des Betriebes sinken unserer Ansicht nach die Ausgaben für Verwaltung & Allgemeines von 9,7% des Gesamtumsatzes in Jahr 1 unserer Projektionen auf ein branchenübliches Niveau von 7,8% ab Jahr 3.

Wir gehen von Systemkosten in Höhe von rund 1,5% des Gesamtumsatzes zur Deckung von Kosten für einen zentralen Vertrieb und Marketing aus.

Die Kosten für Marketing & Verkauf haben wir im ersten Betriebsjahr mit rund 4,5% vom Gesamtumsatz prognostiziert. Es ist davon auszugehen, dass diese Kosten mit zunehmender Stabilisierung und Marktdurchdringung sinken. Unsere Projektionen reflektieren ein stabilisiertes Niveau von 4,0% vom Gesamtumsatz.

Wir rechnen mit Energiekosten in Höhe von 4,5% des Gesamtumsatzes im ersten Jahr, die sich infolge der steigenden Umsätze und dem Verhältnis von fixen und variablen Kosten schätzungsweise anteilig auf rund 4,0% reduzieren lassen.

Mit zunehmendem Alter der Immobilie und dem Auslaufen von Gewährleistungsansprüchen und Garantien ist davon auszugehen, dass die Reparatur- & Instandhaltungskosten ansteigen. Wir gehen von einem stabilisierten Niveau von 3,5% des Gesamtumsatzes aus.

- **Gross Operating Profit (Betriebsergebnis nach nicht direkt zurechenbaren Kosten)**

Der Gross Operating Profit (GOP) für das geplante Hotel in Kronberg wird sich nach unserer Einschätzung bei rund 40,5% des Gesamtumsatzes stabilisieren. Ein solches Betriebsergebnis ist für ein Mittelklassehotel, eine effiziente Betriebsführung vorausgesetzt, realistisch.

- **Fixe Kosten**

Wir gehen davon aus, dass das Hotel unter einem Pachtvertrag betrieben wird und gemäß diesem Vertrag der Pächter die Gebäudeversicherung verantwortlich zeichnet, welche wir in Höhe von 0,7% des Gesamtumsatzes im ersten Jahr angesetzt und infolge der steigenden Umsätze anteilig auf rund 0,5% reduziert haben. Ebenso im Betrag der fixen Kosten enthalten ist die Grundsteuer, die wir ebenfalls in Höhe von 0,7% des Gesamtumsatzes im ersten Jahr auf ein stabilisiertes Niveau von anteilig 0,5% reduziert haben. Unsere Projektionen berücksichtigen darüber hinaus die Kosten für eine Reserve für den Austausch von FF&E von 1,0% des Gesamtumsatzes im ersten Betriebsjahr, welche ab dem dritten Betriebsjahr auf ein stabiles Niveau von 4,0% ansteigt. Zusätzlich haben wir Managementgebühren in Höhe von 2,0% des Gesamtumsatzes berücksichtigt, die zur Deckung der für den Betreiber entstehenden Verwaltungsgemeinkosten beitragen sollen.

Unberücksichtigt in unseren Annahmen blieben nichtbetriebliche Aufwendungen, wie bspw. Leasingkosten für Firmenwagen oder technische Geräte.

- **Pacht**

Die Höhe und Struktur der Pachtzahlungen bestimmt sich neben der Einschätzung der erzielbaren Leistungsergebnisse auch stark durch die Struktur und die einzelnen Bedingungen (z. B. Pre-Opening-Zuschuss, Ausstattung, Garantie und Garantiegeber, Verpflichtungen in Bezug auf Reparatur, Instandhaltung und Ersatz sowie Übernahme der Kosten für Grundsteuer und Versicherung) des Pachtvertrags. Tendenziell sind Hotelbetreiber zu höheren Zahlungen bereit, soweit der Eigentümer zumindest zu einem gewissen Teil das operative Risiko mit trägt. Im Gegensatz zu einem fixen Pachtbetrag besteht bei einer variablen, bspw. am Umsatz gemessenen Pachtzahlung für den Eigentümer die Chance, an der möglichen positiven Entwicklung des Hauses und des Marktes beteiligt zu sein. Wie unsere Erfahrung zeigt, enthalten die meisten Pachtverträge aktuell sowohl fixe als auch variable Elemente, so dass sich die wirtschaftlichen Chancen und Risiken gleichmäßiger auf Eigentümer und Betreiber verteilen.

Basierend auf unserem empfohlenen Hotelkonzept und unseren Leistungseinschätzungen gehen wir davon aus, dass sich die Pachtzahlungen in einem stabilisierten Jahr auf 23% bis 25% des Gesamtumsatzes belaufen werden, was für ein Hotel der Mittelklasse als marktüblich (20% bis 25% des Gesamtumsatzes eines Mittelklassehotels) zu bezeichnen ist, allerdings eine effiziente Betriebsführung voraussetzt. Dies entspricht einer Pachtzahlung von EUR 560 bis EUR 610 pro Zimmer und Monat. Zudem sind wir in den ersten Jahren von einer Staffelpacht ausgegangen um die Anlaufphase des Hotels und die damit verbundenen niedrigeren Umsätze zu reflektieren.

- **Net Operating Profit (Nettobetriebsergebnis)**

Basierend auf diesen Annahmen und Einschätzungen beträgt der Net Operating Profit (NOP) nach Pacht für den Betreiber im ersten Betriebsjahr EUR 218.000 (7,1% vom Gesamtumsatz) und steigt bis auf EUR 406.000 (9,0% vom Gesamtumsatz) im fünften Jahr an.

Da wir davon ausgehen, dass sich der Verdienst des Betreibers aus dem Netto-Betriebsergebnis nach Pacht zuzüglich der in den fixen Kosten enthaltenen Managementgebühr ergibt, beläuft sich der Gesamtertrag des Betreibers auf rund EUR 280.000 (9,1% vom Gesamtumsatz) im ersten Betriebsjahr. In den Folgejahren steigt dieser Ertrag bis auf EUR 496.000 im Jahr 5 an. Dies entspricht einem Anteil am Gesamtumsatz von 11,0%, was wir als ein grundsätzlich adäquates Verdienstpotalential erachten.

5.3 Einschätzung des potentiellen Betreiber- und Investoreninteresses

Wir erwarten, dass insbesondere Hotelbetreiber Interesse an dem avisierten Hotel zeigen, die bereits ein Haus im Großraum Frankfurt betreiben und somit ihr Portfolio durch ein Objekt der Mittelklasse erweitern könnten. Grundsätzlich ist anzumerken, dass mit dem angedachten Hotel und der zugrunde liegenden Standortcharakteristika ein relativ hohes operatives Risiko verbunden ist, welches der Betreiber zu tragen aller Voraussicht nach nicht alleine bereit wäre. Es ist daher zu erwarten, dass die interessierten Betreiber entweder einen Pachtvertrag mit einer Mischung aus fixen und variablen Elementen oder einen Managementvertrag anbieten würden. Zudem ist zu bemerken, dass potentielle Betreiber Standorte die näher an Frankfurt liegen unter Umständen bevorzugen werden, um so eine größere Gruppe von Gästesegumenten ansprechen zu können.

Im Hinblick auf das Interesse potentieller Investoren gehen wir davon aus, dass diese aufgrund des neuen und zeitgemäßen Produkts und der grundsätzlich positiven wirtschaftlichen Entwicklung im Großraum Frankfurt eine gute Möglichkeit sehen, das Produkt im Markt zu etablieren. Wir erwarten daher insbesondere das Interesse von Investoren, die das Risiko einer Anlaufphase sowie nicht vorhandener historischer Leistungsergebnisse nicht scheuen, so wie etwa Private Equity Gesellschaften oder opportunistische Investorengruppen, die über Expertise im Bereich der Hotelinvestition verfügen.

5.4 Fazit

Wir gehen davon aus, dass sich das geplante Hotel in Kronberg unter Berücksichtigung der angedachten und effizient gestalteten Konzeption nach einer Anlaufphase insbesondere aufgrund des neuen und zeitgemäßen Produkts und der guten Anbindung an die Hauptnachfragegeneratoren und der Nähe zum wirtschaftlich starken Großraum Frankfurt gut am Markt wird etablieren können. Ein durchdachtes und auf die entsprechenden Bedürfnisse zugeschnittenes Produkt vorausgesetzt schätzen wir, dass sich das Haus schnell als ein „preferred partner“ für die vor Ort ansässigen Unternehmen wird aufstellen können. Dies vorausgeschickt hängt jedoch viel von der zukünftigen wirtschaftlichen und touristischen Entwicklung des gesamten Großraums Frankfurt im Generellen und der Entwicklung Kronbergs und des Standorts am Bahnhof Kronberg im Speziellen ab, da das Hotel auch zukünftig insbesondere von lokalen Nachfragegeneratoren abhängig sein wird.

Unsere Leistungseinschätzungen beruhen auf der Annahme, dass kein größeres 3-Sterne oder 3-Sterne Superior Hotel am Standort Kronberg eröffnen und somit zu einer unmittelbaren Wettbewerbsverschärfung beitragen wird. Neue Mitbewerber im Markt würden das zukünftige Ertragspotential des Hotels deutlich mindern und unsere Leistungseinschätzungen müssten entsprechend angepasst werden. Unserer Ansicht nach werden die größten Herausforderungen für das Hotel seine Abhängigkeit von wenigen lokalen Nachfragergruppen sowie die geringe Auslastung an den Wochenenden sein. Viel wird daher von der Bonität, Stärke und Professionalität des Betreibers abhängen.

Wir würden ein gutes Betreiberinteresse erwarten, sowohl von nationalen als auch internationalen Gesellschaften. Das Investoreninteresse wird stark von dem abzuschließenden Betreibervertrag abhängig sein, wir würden jedoch auch hier ein gutes Interesse voraussehen.

Anhang 1 – Leistungseinschätzungen

Jones Lang LaSalle Hotels

Hotelname Hotelprojekt Kronberg
Adresse Kronberg

Hotelprojekt Kronberg - Jones Lang LaSalle Hotels Leistungseinschätzung

Jahr Währung	2010 (Jahr 1)		2011 (Jahr 2)		2012 (Jahr 3)		2013 (Jahr 4)		2014 (Jahr 5)	
	Tsd. EUR	%								
Anzahl Zimmer			150		150		150		150	
Zimmerbelegung		49,00%		54,00%		57,00%		61,00%		61,00%
Durchschnittliche Netto-Zimmerrate / Room Yield	81,17	39,77	85,23	46,02	87,79	50,04	91,30	55,69	93,58	57,08
Wachstum durchschnittliche Netto-Zimmerrate / Room Yield			5,0%	15,7%	3,0%	8,7%	4,0%	11,3%	2,5%	2,5%
GESAMTUMSATZ	3.097		3.619		3.985		4.390		4.498	
LOGIS										
Umsatz	2.178	70,3%	2.520	69,6%	2.740	68,7%	3.049	69,5%	3.125	69,5%
Aufwand	675	31,0%	731	29,0%	740	27,0%	793	26,0%	813	26,0%
Abteilungsergebnis	1.503	69,0%	1.789	71,0%	2.000	73,0%	2.256	74,0%	2.313	74,0%
GASTRONOMIE										
Speisen & Getränke Umsatz	854	39,2%	1.023	40,6%	1.163	42,5%	1.249	41,0%	1.278	40,9%
Speisen & Getränke Aufwand	641	75,0%	737	72,0%	803	69,0%	850	68,0%	869	68,0%
Abteilungsergebnis	214	25,0%	287	28,0%	361	31,0%	400	32,0%	409	32,0%
NEBENABTEILUNGEN										
Umsatz	65	3,0%	76	3,0%	82	3,0%	91	3,0%	94	3,0%
Aufwand	26	40,0%	30	40,0%	33	40,0%	37	40,0%	38	40,0%
Abteilungsergebnis	39	60,0%	45	60,0%	49	60,0%	55	60,0%	56	60,0%
ABTEILUNGSERGEBNISSE (GO)	1.755	56,7%	2.121	58,6%	2.410	60,5%	2.711	61,8%	2.778	61,8%
NICHT DIREKT ZUZUORDNENDE KOSTEN										
Verwaltung & Allgemeines	300	9,7%	308	8,5%	323	8,1%	342	7,8%	351	7,8%
Systemkosten	46	1,5%	54	1,5%	60	1,5%	66	1,5%	67	1,5%
Marketing & Verkauf	139	4,5%	156	4,3%	163	4,1%	176	4,0%	180	4,0%
Energie	139	4,5%	152	4,2%	159	4,0%	176	4,0%	180	4,0%
Reparatur & Instandhaltung	93	3,0%	119	3,3%	139	3,5%	154	3,5%	157	3,5%
GESAMT NICHT DIREKT ZUZUORDNENDE KOSTEN	719	23,2%	789	21,8%	845	21,2%	913	20,8%	935	20,8%
BETRIEBERGEBNIS NACH NICHT DIREKT ZUZUORDNENDE KOSTEN (GOP)	1.037	33,5%	1.332	36,8%	1.565	39,3%	1.798	41,0%	1.843	41,0%
FIXKOSTEN										
Versicherung	22	0,7%	23	0,6%	21	0,5%	21	0,5%	21	0,5%
FF&E-Reserve	31	1,0%	72	2,0%	120	3,0%	176	4,0%	180	4,0%
Pacht	681	22,0%	832	23,0%	956	24,0%	1.098	25,0%	1.124	25,0%
GESAMT FIXKOSTEN	818	26,4%	1.023	28,3%	1.198	30,1%	1.403	32,0%	1.436	31,9%
NETTOBETRIEBERGEBNIS (NOP)	218	7,1%	309	8,5%	367	9,2%	395	9,0%	406	9,0%

Alle Zahlen sind Ist-Werte und in lokaler Währung (EUR), es sei denn anderweitig ausgewiesen.
Die Berechnungen basieren auf dem Uniform System of Accounts for the Lodging Industry.

Die Projektionen repräsentieren eine indikative Einschätzung einer möglichen zukünftigen Entwicklung. Eine Garantie für das Eintreten der projizierten Werte kann nicht übernommen werden.
Erstellt von Jones Lang LaSalle Hotels.

Anhang 2 – Allgemeine Geschäftsbedingungen

Geltung

- a) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für Beratungs-, Gutachter- und/oder Marktforschungsverträge zwischen der Jones Lang LaSalle Holding GmbH & Co. KG (im folgenden „AN“) und der Auftraggeberin (im folgenden „AG“). Allgemeine Geschäftsbedingungen der AG gelten nur, wenn und soweit dies ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde.
- b) Die Arbeitsergebnisse der AN sind grundsätzlich nicht für Dritte bestimmt. Soweit Dritte dennoch Rechte aus der Beratungs-, Gutachter- und/oder Marktanalysetätigkeit der AN geltend machen können, gelten ihnen gegenüber ebenfalls die in Ziffer 6 enthaltenen Haftungsbeschränkungen.

Auftragsbegrenzung und -erfüllung

- a) Die AN schuldet die jeweils vereinbarte Tätigkeit, keinen wirtschaftlichen Erfolg. Hat die AN ihre Arbeitsergebnisse schriftlich wiederzugeben, ist nur die schriftliche Darstellung maßgeblich. Mündliche Erklärungen und Auskünfte von Mitarbeitern der AN außerhalb des erteilten Auftrages sind stets unverbindlich. Leistungen der AN gelten als erbracht, wenn die vereinbarten Analysen, die daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen und gegebenenfalls Empfehlungen erarbeitet und der AG erläutert wurden bzw. im Falle eines vereinbarten Gutachtens oder einer vereinbarten sonstigen schriftlichen Darstellung diese der AG übergeben wurden. Die Tätigkeit der AN schließt keine Rechts- oder Steuerberatung ein.
- b) Der Auftrag wird nach bestem Wissen und Gewissen mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns und im Falle von Wertgutachten nach den der AG auszugsweise zusätzlich überlassenen Richtlinien der Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) ausgeführt.
- c) Die AN kann sich zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen sachverständiger Dritter bedienen.
- d) Die AN überprüft ihr von der AG genannte Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, nur auf offensichtliche Unstimmigkeiten. Im Übrigen legt die AN derartige Angaben als richtig und vollständig zu Grunde.
- e) Die AG kann nicht verlangen, dass der Auftrag von einem bestimmten Mitarbeiter der AN bearbeitet wird.
- f) Ändern sich nach Ausführung des Beratungs-, Gutachter- und/oder Marktforschungsauftrages die den Schlussfolgerungen und Empfehlungen zu Grunde liegenden Voraussetzungen, ist die AN nicht verpflichtet, die AG auf derartige Änderungen oder ihre Auswirkungen hinzuweisen.
- g) Änderungen und Ergänzungen des Auftrages bedürfen der Schriftform. Erbringt die AN zusätzlich von der AG gewünschte Leistungen und können sich die Vertragspartner nicht auf eine Vergütung für diese zusätzlichen Leistungen einigen, erhöht sich die Vergütung entsprechend dem zusätzlichen Zeit- und Kostenaufwand der AN. Mündliche Nebenabreden wurden nicht getroffen.

Ablieferungsfrist

Eine vereinbarte Ablieferungsfrist verlängert sich angemessen im Falle höherer Gewalt und um den Zeitraum eines von der AN nicht zu vertretenden vorübergehenden Leistungshindernisses. Über ein Leistungshindernis und die erwartete Dauer der Verzögerung wird die AN die AG unverzüglich unterrichten.

Auftraggeberinformationen und -unterlagen

- a) Die AG ist verpflichtet, soweit erforderlich, bei der Ausführung des Auftrages mitzuwirken, insbesondere die erforderlichen Informationen und Unterlagen rechtzeitig zur Verfügung zu stellen. Dies gilt auch für Unterlagen und Kenntnisse, die erst während der Tätigkeit der AN bekannt werden bzw. entstehen. Unterlässt die AG eine ihr obliegende Mitwirkung, so ist die AN unbeschadet ihrer Ansprüche auf Ersatz von Mehraufwendungen und Schadensersatz zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt.
- b) Auf Wunsch der AN wird die AG die Richtigkeit und Vollständigkeit der von ihr vorgelegten Unterlagen sowie ihrer Auskünfte und mündlichen Erklärungen schriftlich bestätigen.

Gewährleistung

- a) Bei etwaigen Mängeln hat die AG Anspruch auf Beseitigung, soweit der AN die Beseitigung mit einem angemessenen Aufwand möglich ist. Ist der Mangel nicht nachbesserungsfähig oder schlägt die Nachbesserung fehl, bleibt der AG das Recht vorbehalten, Rückgängigmachung des Vertrages oder Herabsetzung der Vergütung zu verlangen. Ist der Auftrag von einem Kaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt worden, so kann die AG die Rückgängigmachung des Vertrages nur verlangen, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens der Nachbesserung für sie ohne Interesse ist. Für darüber hinaus bestehende Schadensersatzansprüche gelten die Regelung in Ziffer 6 unten.
- b) Offensichtliche Mängel sind von der AG innerhalb von zwei Wochen ab Leistungserbringung schriftlich anzuzeigen. Ist die AG Kaufmann, sind offensichtliche Mängel unverzüglich, nicht offensichtliche Mängel darüber hinaus unverzüglich schriftlich anzuzeigen, sobald sie sich zeigen. Im übrigen sind Mängel spätestens sechs Monate nach Leistungserbringung anzuzeigen. Zeigt die AG den Mangel nicht rechtzeitig an, ist der Anspruch auf Mängelbeseitigung ausgeschlossen.
- c) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z.B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, können von der AN jederzeit auch gegenüber Dritten berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, getroffene Empfehlungen und Schlussfolgerungen in Frage zu stellen, berechtigen die AN, diese auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. Die AN wird jedoch der AG zuvor Gelegenheit zur Stellungnahme geben.

Haftung

- a) Die Haftung der AN ist unabhängig vom Rechtsgrund bei einem leicht fahrlässig verursachten Schadensfall auf EUR 1 Mio. beschränkt. Als einzelner Schadensfall ist die Summe der Schadensersatzansprüche aller Anspruchsberechtigten zu verstehen, die sich aus einer zeitlich oder gegenständlich abgrenzbaren, einheitlichen Leistung ergeben. Für einen Schaden, der im Rahmen mehrerer gleichartiger, einheitlicher Leistungen auf Grund mehrerer auf dem gleichen fachlichen Fehler beruhender Verstöße entstanden ist, haftet die AN ebenfalls nur bis zur Höhe von EUR 1 Mio. Falls nach Auffassung der AG das voraussehbare Vertragsrisiko EUR 1 Mio. nicht unerheblich übersteigt, ist die AN auf Verlangen der AG bereit, der AG den Abschluss einer Höherversicherung anzubieten, soweit Versicherungsdeckung von einem in der Europäischen Gemeinschaft zugelassenen Versicherer zu erlangen ist und die AG die zusätzliche Versicherungsprämie übernimmt.
- b) Ist der Auftrag von einem Kaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt, gelten die Haftungsbeschränkungen und sonstigen Bestimmungen von lit. a) auch für grob fahrlässig verursachte Schäden und auch für von einem nicht leitenden Angestellten vorsätzlich verursachte Schäden.
- c) Für vertragsuntypische Schäden haftet die AN bei einer fahrlässigen Verursachung nicht, es sei denn, sie wurde von der AG auf die Gefahr eines ungewöhnlichen Schadenseintritts hingewiesen.
- d) Schadensansprüche, die nicht den Verjährungsfristen des § 638 BGB unterliegen, verjähren nach drei Jahren, sofern nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegen. Die Verjährungsfrist beginnt mit der Leistungserbringung.

Verwertungsbeschränkung und Urheberrechtsschutz

- a) Die AG steht dafür ein, dass die im Rahmen des Auftrags von der AN gefertigten Gutachten, Berichte, Pläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen nur für die vertraglich vereinbarten Zwecke verwandt und nicht ohne die ausdrückliche Zustimmung der AN im Einzelfall publiziert werden. Die Weitergabe der Arbeitsergebnisse und Beratungsleistungen an Dritte, auch an mit der AG verbundene Unternehmen, bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der AN. Auch für eine etwaige Haftung der AN gegenüber den Dritten gelten die Regelungen in vorstehender Ziffer 6.
- b) Soweit Arbeitsergebnisse urheberrechtlich geschützt sind, bleibt die AN Urheberin. Die AG erhält in diesen Fällen das nur durch vorstehenden Absatz a) eingeschränkte, unwiderrufliche, ausschließliche und nicht übertragbare Nutzungsrecht an den Arbeitsergebnissen.

Rückgabe von Unterlagen

Nach Erfüllung ihrer Ansprüche aus dem Beratungs-, Gutachter- und/oder Marktforschungsvertrag wird die AN alle Unterlagen herausgeben, die die AG oder ein Dritter ihr anlässlich der Auftragserfüllung übergeben hat. Dies gilt nicht für den Schriftwechsel zwischen den Parteien und für Kopien der im Rahmen des Auftrages gefertigten Gutachten, Bericht, Pläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen. Die AN kann auch von den herauszugebenden Unterlagen Kopien zum Verbleib bei ihren Akten anfertigen.

Vertraulichkeit

Die AN wird Stillschweigen über alle als solche erkennbaren Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie als vertraulich bezeichneten Informationen der AG bewahren, die ihr im Zusammenhang mit dem Auftrag bekannt werden, soweit keine zwingenden gesetzlichen Bestimmungen verpflichten, Auskunft, insbesondere gegenüber Behörden, zu geben. Sie wird derartige Tatsachen enthaltende Berichte, Gutachten und sonstige Ergebnisse ihrer Tätigkeit Dritten nur mit Einwilligung der AG aushändigen.

Zahlungsbedingungen/Aufrechnung

- a) Die Vergütung wird mit Rechnungsstellung fällig und ist sofort ohne Abzüge zahlbar.
- b) Mehrere Auftraggeber haften gesamtschuldnerisch.
- c) Eine Aufrechnung gegen Forderungen der AN auf Vergütung und Auslagenersatz ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

Schlussbestimmungen

- a) Rechte aus dem Vertragsverhältnis mit der AN können nur nach deren vorheriger Zustimmung abgetreten werden.
- b) Für die Beratungs-, Gutachter- und/oder Marktforschungsverträge, ihre Ausführung und alle sich daraus ergebenden Ansprüche gilt deutsches Recht.
- c) Gerichtsstand ist Frankfurt am Main, sofern die AG Vollkaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.
- d) Die Wirksamkeit dieser Auftragsbedingungen wird durch Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen nicht berührt.
- e) Alle o.g. Beträge verstehen sich in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer zum Zeitpunkt der Leistungserbringung, sofern nicht ausdrücklich ausgeschlossen.