

70 Jahre Österreichische Hotel- und Tourismusbank: Status quo, Stärkung und Strukturhaltung

Eine Tourismusbank löst vieles

Chritine Bachmann Warum in Österreich in drei bis fünf Jahren die Tourismusfinanzierung ohne die ÖHT nicht mehr stattfinden kann.

Wolfgang Kleemann hat nach der Matura eine Koch- und Kellnerlehre absolviert, war danach als Geschäftsführer für die Restaurants auf den Bodenseeschiffen zuständig, bevor er an der Wirtschaftsuniversität in Wien studierte – Fachrichtung Banken und Tourismus. Heute ist Kleemann neben diverser anderer Mandate als Geschäftsführer der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) tätig.

GastroJournal: Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) feiert ihr 70-Jahr-Jubiläum. Eine kurze Bilanz?

Wolfgang Kleemann: Die ÖHT wurde als Treuhänderin für die aus dem Marshall-Plan zur Verfügung gestellten «ERP-Mittel» zum Wiederaufbau der österreichischen Wirtschaft gegründet. Wir halten diese Treuhandschaft bis heute, haben das Portfolio der ÖHT aber deutlich erweitert. Mit den «TOP-Krediten» haben wir unser Volumen vervielfacht. Dabei werden durch Zinszuschüsse des Bundes Kreditmittel, welche

«Wir haben frühzeitig die Tourismuswirtschaft «BASEL-III-fit» gemacht»

die ÖHT auf dem Kapitalmarkt aufnimmt, weit unter Marktkonditionen an die Betriebe vergeben. Lange Zeit war es die ÖHT, die solche zinsgünstigen Kreditmittel zur Verfügung gestellt hat, die Hausbanken der Tourismusunternehmen mussten aber das Risiko über Haftungen tragen. Da abschätzbar war, dass die Finanzierung von KMUs der Tourismuswirtschaft durch Regularien erschwert werden wird, haben wir uns vehement bemüht, von der Republik einen Haftungsrahmen zu bekommen. Wir haben damit bereits frühzeitig die Tourismuswirtschaft «BASEL-III-fit» gemacht und die Kreditklemme vermieden, welche die Hotellerie in ihren Investitionsmöglichkeiten lähmt – beispielsweise auch in der Schweiz.

Im Jahresbericht steht, dass die ÖHT «inzwischen für die Tourismusbranche unverzichtbar geworden ist, weil sie seit der Gründung dazu beigetragen hat, dass eine kontinuierliche Neuerung möglich war». Wo stünde die österreichische Tourismusbranche heute ohne ÖHT, und könnte sie ohne deren Unterstützung überhaupt existieren? Ja, das steht in unserem Jahresbericht – und zu Recht! Österreichische Hotels, Restaurants et cetera

Die ÖHT im Kurzporträt

Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT) ist eine Spezialbank zur Finanzierung und Förderung von Investitionen im Tourismus. Neben der Finanzierung mit zinsgünstigen Kreditmitteln steht die ÖHT ihren Kunden zu Beratungsgesprächen vor allem im Bereich Investitionen und Finanzierung zur Verfügung.

www.oehrt.at



Betreffend Tourismusbank: «Ich persönlich halte die Schweizer Entscheidung für falsch», betont Kleemann.

investieren jährlich rund eine Milliarde Euro. Wir waren im letzten Jahr bei fast 70 Prozent dieser Investitionen in irgendeiner Form dabei. Vor allem aber sind wir bei den Investitionsinhalten Themenführer. Dass Beschneidungsanlagen nur reines Wasser verwenden, war nicht immer selbstverständlich. In Österreich schon, weil wir Anlagen mit Chemieeinsatz nie gefördert haben. Dass in einem Hotelzimmer Bad und WC räumlich voneinander getrennt sind, schätzt jeder Gast. Wir haben zu diesem Qualitätsplus beigetragen, weil wir seit den späten 80er-Jahren Investitionen nur unter dieser Auflage fördern. Unsere seit 2014 geltenden neuen Förderschwerpunkte tragen ausserdem zur Stärkung der Ressourceneffizienz bei oder dass beispielsweise in Mitarbeiterunterkünften verstärkt investiert wird. Fakt ist: In der Zukunft wird die ÖHT noch wichtiger. Die Regularien um BASEL III und alles, was da noch kommt, werden eine ÖHT unverzichtbar machen. Ich gehe soweit zu sagen, dass in drei bis fünf Jahren Tourismusfinanzierung ohne uns gar nicht mehr stattfinden kann.

«Die ÖHT steht NICHT für Strukturhaltung»

In der Schweiz spricht man sich explizit gegen eine Tourismusbank aus. Es gibt zwar die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH), aber deren Auftrag spricht sich explizit gegen Strukturhaltung aus. Warum zieht hier Österreich in eine andere Richtung? Vorweg ganz klar: Die ÖHT steht NICHT für Strukturhaltung, sondern für Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit. Wir konservieren keine überalteten Angebote, sondern machen sie international marktfähig. Wir fördern kein «more-of-the-same», sondern helfen Betrieben, ihr Angebot zu diversifizieren und qualitativ und quantitativ zu optimieren. Die Diskussionen in der Schweiz habe ich verfolgt, und es gab ja auch mehrere Gespräche mit uns. Ich persönlich halte die Schweizer

Entscheidung für falsch und glaube, dass durch eine Schweizer Tourismusbank viele Probleme der Tourismusbetriebe gelöst oder verringert werden könnten. In der Schweiz ansässige KMU-Hotels haben kaum Chancen, Finanzierungen von Kommerzbanken zu bekommen. Die Konsequenzen sind klar: Entweder veraltet das Angebot oder Investitionen werden aus dem Verkauf von Liegenschaftsteilen quersubventioniert.

94,3 Prozent aller Fördermittel der ÖHT kommen Kleinbetrieben zugute und unterstützen somit die klassische Familien- und Ferienhotellerie: Inwiefern liegt das daran, dass dieses Segment die Unterstützung am dringendsten benötigt? Stimmt. Die Förderpolitik zielt auf klassische Familienunternehmen ab, die zugleich Eigentümer als auch Betreiber eines Betriebes sind und die kaum andere Finanzierungsinstrumente als Kredite ansprechen können. In der Konzernhotellerie ist zumeist das Eigentum am Betriebsobjekt fondsfinanziert, und der touristische Betrieb wird von einer Kette über Pacht oder Management geführt. Diese Strukturen brauchen uns nicht!

Sie schütten ERP-Kleinkredit (10000 bis 500000 Euro) zu Fixzinskonditionen von 0,5 Prozent an Jungunternehmer aus, die ihre Fähigkeiten in der Regel noch nicht mit erfolgreichen wirtschaftlichen Ergebnissen belegen können, und übernehmen auch die Haftung für diese. Wie viele dieser Kredite werden am Ende zurückbezahlt, beziehungsweise wie viele Geschäfte platzen am Ende?

Wir prüfen jedes Engagement sorgfältigst und haben die mit Abstand grösste und bestgewartete Datenbasis über die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Daraus sehen wir sehr genau, was tatsächlich erreichbar ist. Dann lernen wir die Unternehmer in Gesprächen kennen und versuchen, Ideen, Fähigkeiten und Visionen zu verstehen. Wir sind bei allen Kreditengagements über 200000 Euro vor Ort und machen uns aus dem Unternehmensumfeld ein Bild, auf dem wir unsere Kreditentscheidung aufbauen.

Die Digitalisierung ist ein grosses Thema. Was tut die ÖHT, um die Digitalisierung zu fördern in der Hotellerie, in der Gastronomie und im Tourismus?

«Wir sind bei den Investitionsinhalten Themenführer»

Da haben Sie einen wunden Punkt getroffen, den ich nur ganz ehrlich beantworten kann: Wir tun für dieses Thema, das ich für die grösste Herausforderung der Branche «seit Erfindung des Hallenbades» halte, viel zu wenig. Wir haben in den letzten Tagen eine Förderaktion abgeschlossen, die über einen Call besonders innovative Digitalisierungsprojekte ganz intensiv gefördert hat – Barzuschüsse zwischen 50 und 70 Prozent der Projektkosten konnten wir da vergeben, aber die gesamten Mittel waren auf 1 Million Euro beschränkt. Das ist ein erster Leuchtturm, aber viel zu wenig, um wirklich branchenweit Signale setzen zu können. Aber wir arbeiten dran.

Wohin geht die Reise der ÖHT? Die ÖHT wird immer mehr One-stop-Shop, und wir vernetzen unsere eigenen Förderaktivitäten mit denen der Länder und vor allem auch mit jenen der EU. Ein weiterer Teil der Reise habe ich bereits umrissen: Ohne ÖHT werden Finanzierungen nicht mehr stattfinden können, daher muss unser Haftungsrahmen entsprechend gross sein. Wir stehen in Österreich vor Neuwahlen, dennoch hat die scheidende Regierung eines noch getan: Sie hat in der letzten parlamentarischen Sitzung zusätzliche 125 Millionen Euro Haftungsrahmen beschlossen und uns damit in die Lage versetzt, den Tourismus weiter zu finanzieren. Das zeigt klar und deutlich, dass der enorme Stellenwert der Tourismus- und Freizeitwirtschaft über alle Parteigrenzen hinaus erkannt wird.

Komplettes Interview online: www.gastrojournal.ch/oehrt

Flaggschiff: das Hard Rock Hotel



Das bisherige Spenglers Hotel in Davos wird ab Dezember 2017 zum ersten Schweizer Hard Rock Hotel. Die internationale Marke Hard Rock kooperiert hierfür mit der Eigentümerin des Spenglers Hotel, der International Hospitality Services AG, hinter der unter anderem Andreas Mühlbauer sowie Margrit Kobler-Kälin stehen. «Davos ist bekannt für sein reines Klima, sein Kulturangebot und seine vibrierende Unterhaltungsszene. Wir sind der Ansicht, dass Davos perfekt zur Marke passt», sagt Dale Hipsh, Senior Vice President der Hotelparte der Hard Rock International. Das künftige Hotel wird über 111 umgestaltete Zimmer verfügen, drei Konferenzräume, ein Restaurant, eine Lobby sowie eine Bar auf der Dachterrasse. Mit der Marke Hard Rock zieht auch Musikalisches in den Hotelbetrieb ein. So wird für die künftigen Gäste unter anderem das Musikprogramm «Sound of Your Stay» zur Verfügung gestellt. Das heisst, sie können mittels bereitgestellten Plattenspielern sowie Platten ihren Aufenthalt musikalisch bereichern. Weltweit ist die Marke Hard Rock International mit 176 Cafés, 22 Hotels und 10 Casinos vertreten.

Expansion: die L-Techs SA

Die L-Techs SA mit Sitz in Estavayer-le-Lac hinter der namentlich Liliane Cornelia Yadav-Kaufmann steht, hat das Boutique Chalet-Hotel Beau-Site in Adelboden vom bisherigen Eigentümer Markus Luder gekauft. Damit besitzt die Familien-SA nun neben einigen Gastrobetrieben ein Hotel in Adelboden sowie zwei in Grindelwald: Résidence und Eigerblick. Die neuen Besitzer werden das Beausite weiterhin vor allem auf den amerikanischen und asiatischen Markt ausrichten.

Sichtbarkeit: das Kurhaus Bergün



«Wir erleben eine gute Saison, liegen aktuell deutlich über dem Vorjahr und haben spürbar mehr belgische Gäste», kann Gastgeber Christof Steiner vom Kurhaus Bergün, der zudem Präsident der Swiss Historic Hotels ist, eine erste Bilanz ziehen. Der Grund für diese positive Entwicklung: das belgische Fernsehformat «Hotel Romantiek», das im Kurhaus Bergün gedreht wurde und rund 600000 Zuschauer vor den Bildschirm lockte. Die Anfrage für den Dreh im Hotel kam gemäss Steiner sehr kurzfristig, «wir haben uns dennoch auf das Abenteuer eingelassen, und es hat sich wirklich eine tolle Partnerschaft ergeben». Damit nicht genug: Da die Belgier ihr Fernsehformat auch noch an weitere Länder verkaufen konnten, wurde auch das deutsche sowie holländische Pendant der Sendung im Kurhaus abgedreht. «Das ist für uns natürlich eine geniale internationale Werbung für unser Haus», betont Steiner.