

Fachbeitrag zum Thema Investitionen

# Chinas Interesse an der Hotellerie

**Chinesen investieren gern in der Schweiz. Bei erworbenen Objekten setzen sie auf Kontinuität. Wichtig ist der richtige Umgang mit den Kaufinteressenten aus China.**



Chinesische Investitionen in der Schweiz haben sich 2016 vervierfacht. Gekauft werden auch Hotels, wie das «Le Mirador» in VD. zvg

Zum ersten Mal in der Geschichte des World Economic Forums war ein chinesischer Präsident anwesend. Dies, nachdem 2015 der chinesische Premierminister zugegen war. Der damit verbundene Schweizer Staatsbesuch von Xi Jinping wurde möglich durch den jahrzehntelangen Aufbau von bilateralen Beziehungen. Bemerkenswert ist, dass Xi Jinping auf dieser Reise nur die Schweiz besucht hat, und danach wieder nach China zurückkehrte. Während der Handel zwischen vielen europäischen Ländern mit China in den letzten Jahren stagniert hat, wächst die Zahl der in der Schweiz ansässigen chinesischen Unternehmen. Aktuell sind es über 100 chinesische Unternehmen mit Sitz in der Schweiz. «Die Handelsbeziehungen zwischen China und der Schweiz sind so exzellent wie nie zuvor», bestätigt Felix Sutter, Präsident der Chinesisch-Schweizerischen Handelskammer. Zukünftig wird man hierzulande in den meisten Wirtschaftsbereichen chinesischen Investoren und Unternehmern begegnen, so wie es die Schweiz mit amerikanischen und japanischen Investoren erlebt hat.

Für asiatische Investoren spielen vor allem Zugang zu neuen Kunden und deren Know-how (wie Prozesskenntnisse, Marktwissen, Bedarfsgruppen-Management, Wartung und Finanzierung) und die Diversifikation eine tragende Rolle bei Investitionen. In den letzten Jahren vereinfachten die chinesischen Behörden chinesischen institutionellen Investoren, im Ausland zu investieren. Dies hat zu einer Zunahme der Auslandsinvestitionen geführt, weil sich Firmen diversifizieren



**Marco Rentsch**

**Senior Manager bei PwC Schweiz**

Marco Rentsch leitet bei PwC die Hotel-Immobilien-Beratungsdienstleistungen. Er war selbst 10 Jahre operativ in Hotellerie und Gastronomie tätig. Als Berater begleitet er nationale und internationale Transaktionen und berät Investoren.

müssen und sich in China ein Immobilienanlagestau bildet. Dies kann die internationale und schweizerische Hotellerie massgeblich beeinflussen, da chinesische Firmen Kontrolle über strategisch wichtige Firmen erlangen (siehe Tabelle). Einer der Hauptgründe ist aber die starke Zunahme der asiatischen Touristen in Europa, die Investoren dazu bewegen Hotelimmobilien zu kaufen.

Investitionen müssen tragbar sein. Oftmals werden die neuen gekauften Objekte so angepasst, dass sie für die asiatischen Gäste noch attraktiver sind. Dies kann typisch schweizerische Konzepte verdrängen oder verwässern. In der Regel sind asiatische Investoren aber sehr vorsichtig. Von Entwicklungsprojekten wird tendenziell abgesehen.

Im Wesentlichen investieren zurzeit reiche Privatpersonen und vom Staat kontrollierte Firmen mit dem Auftrag der Diversifizierung. Tendenziell werden Managementverträge bevorzugt, da sie risikoaffiner sind. Dies heisst, dass sich die Struktur der Schweizer Hotellerie immer mehr vom Besitzer-Betreiber-Model wegbewegt.

Es ist wichtig, dass Verkäufer eine professionelle Beratung und Übersetzung engagieren. Basierend auf ihren Grundsätzen zu Ehre, Respekt und Vertrauen sind asiatische Investoren oftmals nicht an hohe administrative Hürden gewohnt. Um dies und die teils langen Entscheidungsfindungsprozesse zu umgehen, sollten die Verkäufer so schnell wie möglich mit dem Entscheidungsträger ein Abkommen erzielen, oft ein sogenanntes «Gentlemen's Agreement». Asiatischen Investoren sind zudem Vermittlungs- respektive Käuferprovisionen nicht geläufig.

**Harter Franken schreckt chinesische Käufer nicht ab**

Das Wachstum hat in China eine breite Mittelschicht und eine bedeutende Anzahl von Reichen und Superreichen geschaffen. Die chinesische Wirtschaft diversifiziert immer stärker, und Firmen integrieren ihre Wertschöpfungskette vertikal und horizontal. Solange dieser Trend – gekoppelt mit einem wirtschaftsfreundlichen Umfeld – anhält, werden Investitionen im Grossraum Europa

anhalten. Hotelverkäufe an lokale und europäische Investoren sind wegen dem teuren Franken und den tiefen Renditen sehr schwierig geworden. Die fern- und mittelöstliche Nachfrage bietet damit die Chance, das Objekt zu einem guten Preis veräussern zu können.

Einer Hotelakquisition folgt meist eine Erneuerung der Liegenschaft. In den meisten asiatischen Übernahmen kommt es aber nicht zu substanziellem Personalwechsel. Im Gegenteil, es werden dadurch sogar oftmals Arbeitsplätze erhalten.

Klar positionierte, auf die asiatischen Gäste ausgerichtete Konzepte können effizienter betrieben werden und erlauben der Konkurrenz, sich gezielt auf andere Bedarfsgruppen zu fokussieren. Dies kann in der Summe zu einer grösseren Wirtschaftsleistung einer Destination führen.

In der Rubrik «Fachbeitrag» schreiben verschiedene Expertinnen und Experten in loser Folge über Themen, die das Gastgewerbe betreffen. Sie greifen darin einen bestimmten Bereich oder einen aktuellen Diskussionspunkt ihres jeweiligen Spezialgebietes auf.

**China Käufe im internationalen Tourismus**

| Käufer                                   | Kaufobjekt                 | Jahr | Summe        |
|--|----------------------------|------|--------------|
| <b>Schweiz</b>                           |                            |      |              |
| Hon Kwok Lun                             | Le Mirador                 | 2016 | k.A.         |
| Ah King Theo                             | The Alpina, Tschierschen   | 2015 | k.A.         |
| First Swill Hotel Collection AG (Y. Gao) | Hotel Palace Luzern        | 2015 | CHF 50 Mio.  |
| China Haidian Holdings                   | Corum                      | 2013 | CHF 86 Mio.  |
| First Swill Hotel Collection AG (Y. Gao) | Hotel Frutt Lodge          | 2012 | CHF 51 Mio.  |
| First Swill Hotel Collection AG (Y. Gao) | Europäischer Hof Engelberg | 2011 | CHF 100 Mio. |
| <b>Ausland</b>                           |                            |      |              |
| HNA Group                                | Hilton Worldwide (25%)     | 2016 | USD 6,5 Mrd. |
| HNA Group                                | Carlson Hotels Inc.        | 2016 | k.A.         |
| HNA Group                                | Swissport (80%)            | 2016 | k.A.         |
| Anbang Insurance Group                   | Starwood                   | 2016 | Nur Offerte  |
| Jin Jian International Holdings          | Groupe Du Louvre           | 2015 | USD 1,5 Mrd. |
| Fosun                                    | Club Med                   | 2015 | EUR 939 Mio. |
| Anbang Insurance Group                   | Waldorf Astoria New York   | 2014 | USD 2 Mrd.   |

Die Tabelle erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Quelle: PwC

**In Kürze** Nationale und internationale News aus der Branche



swisshoteldata

**wein**  
**Hotel Freienhof Thun präsentiert Weine via Tablet**

Mit einer digitalen Weinkarte will das **Hotel Freienhof Thun** seine Weine erlebbar und sichtbar machen. Weinflaschendesign und der Name des Weins beeinflussten den Weinscheid des Gastes markant, begründet Thomas Schmid, Leiter Food & Beverage, den Entscheid des Hotels, das Weinangebot am Tisch neu via Tablet zu kommunizieren. Über 80 Weiss- und Rotweine wie auch eine Auswahl von Schaumweinen will man nun wie eine Reise durch einen Weinkeller auf dem neuen «Freienhof»-Wein-Tablet präsentieren.



Larry P. Chew

**zuschlag**  
**Binz 38 AG betreibt Lokal auf der Klosterinsel Rheinau**

Die Binz 38 AG aus Zürich hat sich in einem öffentlichen Auswahlverfahren des Kantons Zürich für den Betrieb des geplanten Gastronomiebetriebes auf der **Klosterinsel Rheinau** durchgesetzt. Das Konzept für das Restaurant auf der Klosterinsel besteht aus einer einfachen Gastronomie mit rund 80 Innen- und 150 Aussenplätzen. Der Mietvertrag ist auf eine Dauer von fünf Jahren abgeschlossen und enthält eine Option für weitere fünf Jahre. Die Binz 38 AG betreibt im Raum Zürich zwei Kantinen mit Eventlokal.



Adrian Huber Lichttechnik

**kaffee**  
**André Eiermann ist bester Schweizer Barista 2017**

**André Eiermann** aus Zollikofen holte sich an der Schweizer Barista Championship im Zürcher «Kaufleuten» den Titel Swiss Barista Champion 2017. André Eiermann nahm zum ersten Mal Teil. Gijtipong Tsangubutr aus Baden (AG) bewies die ruhigste Hand im Latte Art und holte sich bei seiner vierten Teilnahme den ersten Schweizermeistertitel. Für Eiermann und Tsangubutr ist der Titelgewinn auch das Ticket für die Teilnahme an der Weltmeisterschaft in Budapest (Latte Art) respektive Seoul (Barista).



zvg

**fastfood**  
**Im Letzipark bittet McDonald's Gäste zu Tisch**

Das **McDonald's Letzipark** hat nach einem Umbau wieder eröffnet. Das Fastfoodlokal im Zürcher Einkaufszentrum will gerade zu Stosszeiten einen noch besseren Service bieten: Acht Self Ordering Kiosks wurden im Restaurant installiert. An den Bestellautomaten können die Gäste ihr Menü selbst zusammenstellen und Vorlieben individualisieren. Nach der Bestellung erhalten die Gäste einen elektronischen Pager, den sie mit an den Tisch nehmen. Das Team bringt ihnen dann das Menü direkt an ihren Platz.



zvg

**marketing**  
**local.ch lanciert Gastro-App für Luzern**

Mit Localgusto lanciert local.ch in Zusammenarbeit mit Axon Vibe eine neue **Gastronomie-App** für die Stadt Luzern. Localgusto listet auf dieser über 300 Restaurants und Cafés in der Stadt Luzern inklusive Detailinformationen wie Öffnungszeiten, Kontaktangaben, Anreiseweg und aktuelle Bilder. Die Einsicht in die Bewertungen anderer Gäste und die Möglichkeit der Online-Tischreservation sind ein weiterer Service. gsg

**App unter:** [lcl.to/localgusto](http://lcl.to/localgusto)