

Businessplan
Hotel Christoph
Fun Hotel BetriebsgmbH & Co KG I



Kapazitätserweiterung im Hotel Christoph

Ausgangssituation

Standort

Ellmau liegt am Fuße des Naturschutzgebietes Wilder Kaiser, in einem der größten zusammenhängenden Skigebiete Österreichs, Ski Welt Wilder Kaiser – Brixental (Tirol Werbung, 2017). Ellmau besticht nicht nur durch die wunderschöne Landschaft und typisch Tiroler Gastlichkeit, sondern auch für zahlreiche Freizeitaktivitäten. Allen voran der „Wilder Kaiser“ – direkt vor der Haustüre bietet er, ein Wander- und Bergtourenangebot vom Genusswanderer bis zum Kletterprofi.



Abbildung 1: Standort Ellmau

Die Urlaubsdestination Ellmau hat 2.800 Einwohner und liegt auf 820 Meter in Bezirk Kufstein. Die Ersten Gäste haben 1950 Ellmau entdeckt und seitdem ist der Ort ordentlich gewachsen. Mittlerweile stellt Ellmau 4.700 Gästebetten bereit sowie ein kaum vergleichbares Freizeitangebot:

- Auf Schatztour in Ellmi's Zauberwelt am Hartkaiser auf 1555 Meter
- Golf in Kaiser's schönsten Garten, eine 27 Loch Golfanlage mit Golfschule
- Das Erlebnis- & Freizeitcenter „Kaiserbad“ mit Kindererlebnisbad "Ellmi's Freunde" (Freibad, Hallenbad, Kinderland, Kletterwand, 4 verschiedene Wasserrutschen und Wellnessbereich
- Gut Ausgebautes Netz an herausfordernde Trails und Panoramatauren für Radfahrer
- Zahlreiche Filmaufnahmen wie "der Bergdoktor" das Tauschkonzert „Sing meinen Song“ und „One night song“
- Kostenlose geführte Wanderungen, Filmwanderungen und viele verschiedene Bergsportaktivitäten durch den TVB1.2. Das Hotel Christoph

Das Familien-Aktiv Hotel Christoph liegt auf einer kleinen Anhöhe am Ortsrand, ganz nahe zur Bergdoktorpraxis, und bietet einen einmaligen, freien Blick auf das Gebirgsmassiv Wilder Kaiser. Nur 800 Meter außerhalb des Zentrums und mit einem 3-minütigen Fußmarsch zur Talstation HARTKAISER ist das Hotel ideal gelegen.

Infrastruktur

Das Hotel weist folgende Infrastrukturen vor:

- Wellnessbereich mit finnische Sauna; Salzdampfbad, Bio-Sauna, Infrarotkabine, Erlebnisduschen, Eisbrunnen, Ruheraum
- Beautyanwendungsraum
- Massageraum
- Bio-Schwimmteich mit Regenerationszone und Liegewiese
- Kinderclub
- Spielplatz
- Hauseigene Golfcars
- Parkdeck auf zwei Ebenen für 84 Stellplätze
- Hallenbad mit einer 40 Meter Kinderwasserrutsche
- Kinderwellness mit Sauna, Dampfbad, Whirlpool und einer Chill-Area
- Fitnessraum
- 2 Terrassen
- Restaurant
- Hotelbar
- Tennisplatz
- Hotelgrundstück 4.500 m²

Ausstattung / Zimmertypen

Die drei verschiedenen Zimmerkategorien sind modern, mit harmonischen Farben eingerichtet um ein Wohlfühlreich zu schaffen:

Das Hotel weist im Moment 65 Einheiten (140 Betten + 60 Zusatzbetten) vor und die Zimmer sind folgendermaßen ausgestattet:

- 3 Familien-Appartements
- 3 2-Raum Familienzimmer
- 20 Familienzimmer
- 39 Doppelzimmer bzw. Dreibettzimmer

- ✓ Telefon
- ✓ Flat TV, Fön
- ✓ WLAN kostenlos
- ✓ Balkon
- ✓ WC/Bad getrennt
- ✓ Kosmetikspiegel
- ✓ Keine Teppichböden
- ✓ Wellnesstasche, Badeschuhe,
- ✓ Bademäntel für Erwachsene und Kinder, Badetücher

Geschichte / Meilensteine des Hotel Christophs

- | | |
|------|--|
| 1984 | Bau der Jugendherberge (20 Mehrbettzimmer) unter Hans Hautz sen. |
| 1989 | Übernahme durch den Sohn Hans Hautz jun. |
| 1990 | Umbau zum Hotel, Kategorisierung als 4 Sterne Hotel mit 76 Zimmer (160 Betten) |
| 1996 | Bau des Hallenbads (150m ²) |
| 1996 | Bau der Kinderrutsche und Bio-Schwimmteich |
| 1998 | Einkauf in die Gesellschaft und geschäftsführender Gesellschafter durch Peter Landlinger |
| 2002 | Inhaberwechsel, Kauf des Hotels durch Peter Landlinger |
| 2007 | Kauf eines Grundstücks – Erweiterung des Parkplatzes & Gartenanlage |
| 2009 | Renovierung der Zimmer |
| 2010 | Renovierung des Hallenbades |
| 2013 | Neubau der Wellnessoase (Bio-Sauna, Salz-Dampfbad, Panoramasauna, Ruheräume, Terrasse, Snackbar, Fitnessraum, Behandlungsräume mit 400 m ²) und der Wilder Kaiser Terrasse mit 70 Sitzplätze, Erneuerung der Hallenbadlüftung, Wasseraufbereitung, Technikräume inkl. Vorbereitungen für zukünftigen Umbau
Errichtung des Kinderwellnessbereich (85m ²) |

Betriebskonzept

Das Hotel Christoph hat sich zur Aufgabe gemacht ein besonderes Augenmerk auf Familien zu legen. Familienurlaub bedeutet in erster Linie immer Kinderurlaub. Glückliche Kinder sind die Grundvoraussetzungen für zufriedene Eltern. Es wird großen Wert auf Kulinarik gelegt und auf eine natürliche, lockere persönliche Gästebetreuung. Um sich von der Masse abzuheben, wird im Hotel eine erweiterte Halbpension mit folgende Serviceleistungen angeboten:

- Getränke zum Abendessen (außer Kaffee und Spirituosen)
- Frühstücksbuffet
- Themenbuffets am Abend
- Tägliche Nachmittagsjause
- Mittagessen für die Kinder
- Ganztägiges Animationsprogramm für die ganze Familie
- Parken im neuen Parkdeck
- Wellnessoase
- Benützung aller Freizeiteinrichtungen
- **Der absolute Familienhit** Kinder bis zum 13. Geburtstag erhalten im Zimmer der Eltern 100% Ermäßigung
- Die Kids werden von Montag – Freitag von 10:00 – 18:00 Uhr und von 19:00 – 21:00 Uhr kostenlos betreut, im Kidsclub erleben sie Spaß, Spiel und Spannung.

Gesellschaftsform

Das Unternehmen ist eine GmbH & Co KG.

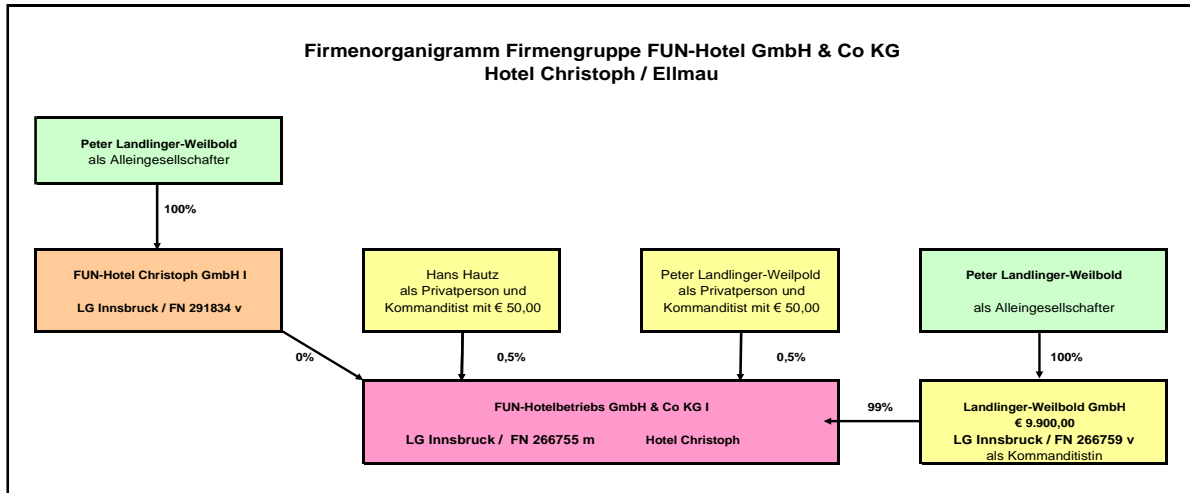


Abbildung 2: MT Wirtschaftstreuhand GmbH

Das Team

Das Unternehmen hat einen großen Vorteil, es gibt viele Stammmitarbeiter die schon Jahrelang im Hotel tätig sind.

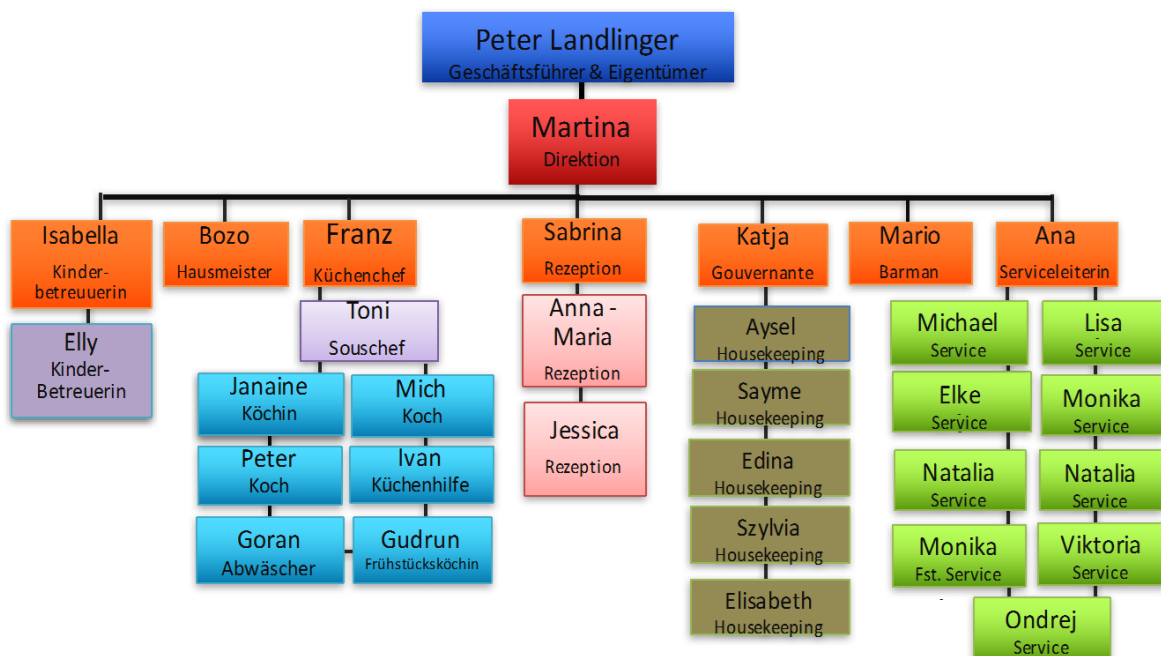


Abbildung 3: Mitarbeiter Organigramm, Hotel Christoph

Nächtigungsentwicklung im Hotel Christoph

Anhand der Skala ist ersichtlich, dass im Jahr 2012 auf 2013 einen Nächtungsverlust gab. Dies lässt auf den Zubau der Wellnessanlage und den damit verbundenen Verlust von 8 Einheiten zurückführen. Der Umsatz konnte jedoch aufgrund der besseren Preisdurchsetzung gesteigert werden.

Im Jahr 2015 wurden im Hotel Christoph 37.979 Nchtigungen gezählt, im Jahr 2016 konnten die Nchtigungen auf 39.896 erhöht werden, das entspricht einem Plus von 5,04%. Laut einer Umfrage mit Fragebögen im Hotel Christoph spielen Aspekte, wie Lage und Natur, Aktivitäten, Atmosphäre, Ruhe sowie Preis / Leistung eine große Rolle bei der Wahl des Reiseziels

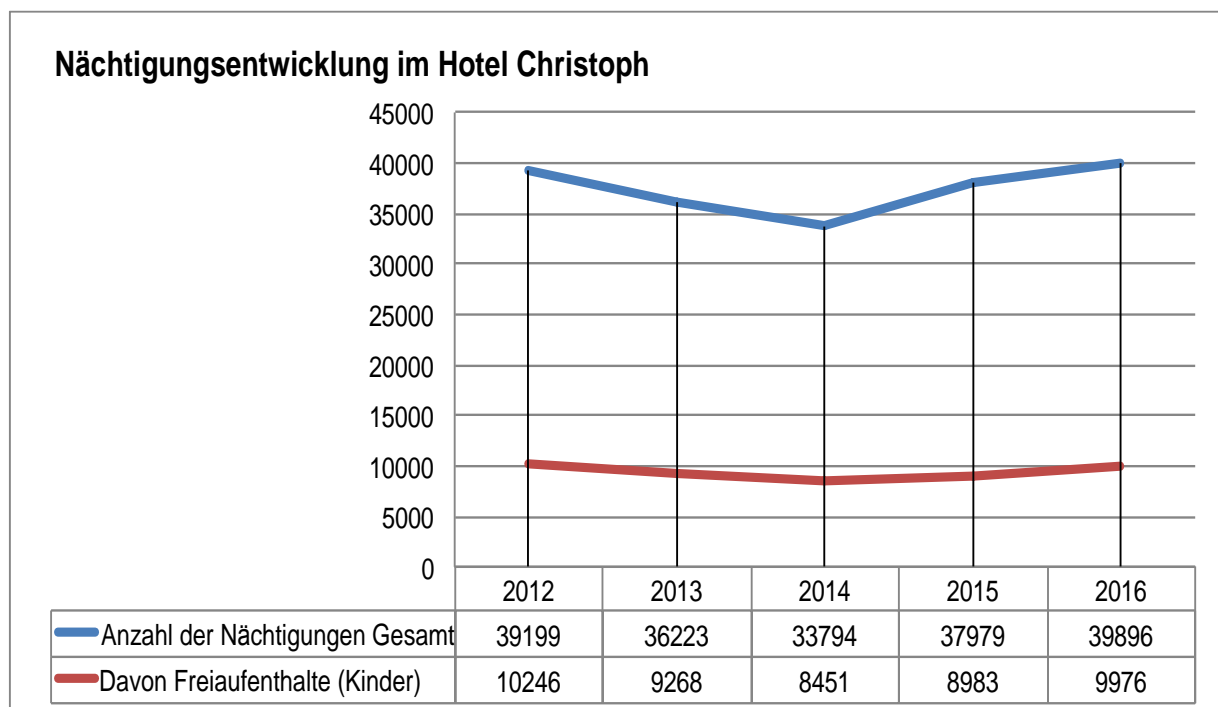


Abbildung 4: Nchtigigungsentwicklung, Hotel Christoph

Marktanalyse / Situationsanalyse

Im folgenden Kapitel werden verschiedene Bereiche wie z.B. Zielgruppen, Externe und SWOT-Analyse analysiert

Gäste / Aufenthalt / Herkunft & Vertrieb

Das Hotel Christoph hat ein gemischtes Publikum. Die Gästestruktur im Sommer besteht aus Erholungssuchenden wie Familien, Golfer, Wanderer, Wellnessgäste und Gruppenreisenden. Im Winter steht der Wintersport im Vordergrund. Das Durchschnittsalter liegt bei ca. 44 Jahren und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei ca. 6,2 Tagen. Ein riesen Vorteil ist, das die Zimmer zu 80% direkt verkauft werden, 16% der Buchungen werden über Gruppenverkäufe und ca. 4% über diverse Portale wie booking.com, expedia und hrs vorgenommen.

Zielgruppen

- Familien
- Golf
- Wellness
- Tennis
- Wintersportler
- Gruppenreisen

Nationalitäten

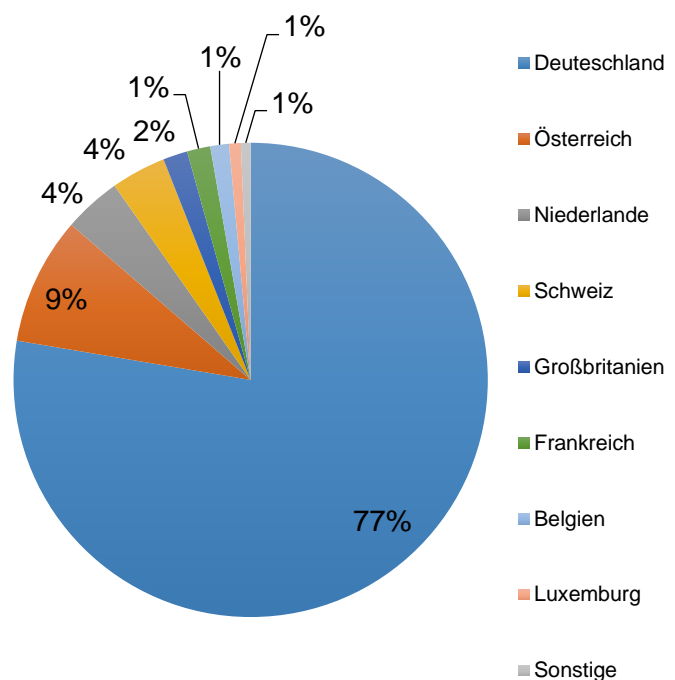


Abbildung 5: Nationalitäten Hotel Christoph

Externe Analyse

Die Familienregion Wilder Kaiser ist eine der schönsten Bergregionen Österreichs und hat die besten Angebote für Wintersportler, Wanderbegeisterte, Naturfreunde und Wellnessfans. Beim Urlaub zwischen Ellmau, Scheffau, Going und Söll werden zu jeder Jahreszeit Bergträume wahr und sportliche Abenteuer Wirklichkeit. Der Bekanntheitsgrad ist unter anderem durch die Fernsehserie „Der Bergdoktor“ enorm gestiegen. Anhand der Diagramme ist gut ersichtlich, wie sich die Nächtigungen in Ellmau und der Region Wilder Kaiser vor allem ab 2014 entwickelten.

Anzahl der Nächtigungen in Ellmau

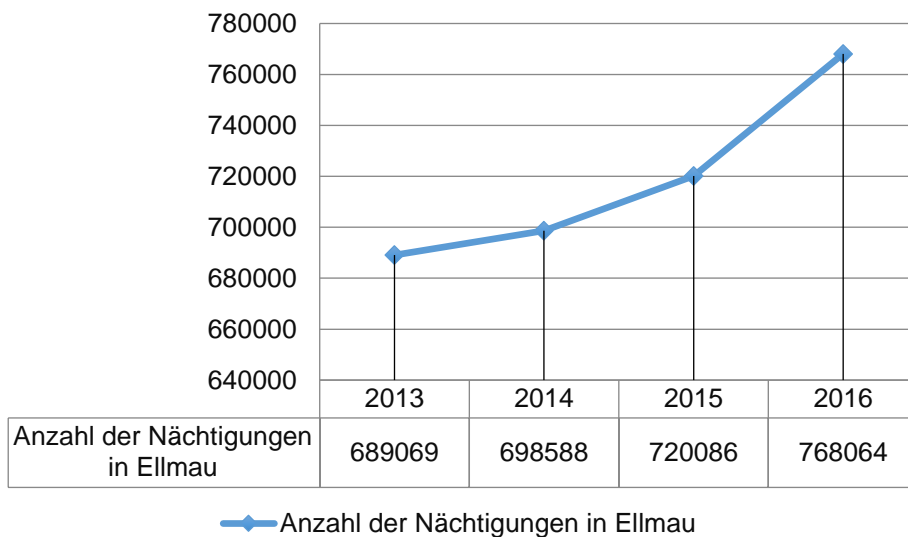


Abbildung 6: Nächtigungsentwicklung Ellmau; TVB WK

Nächtigungsentwicklung Wilder Kaiser

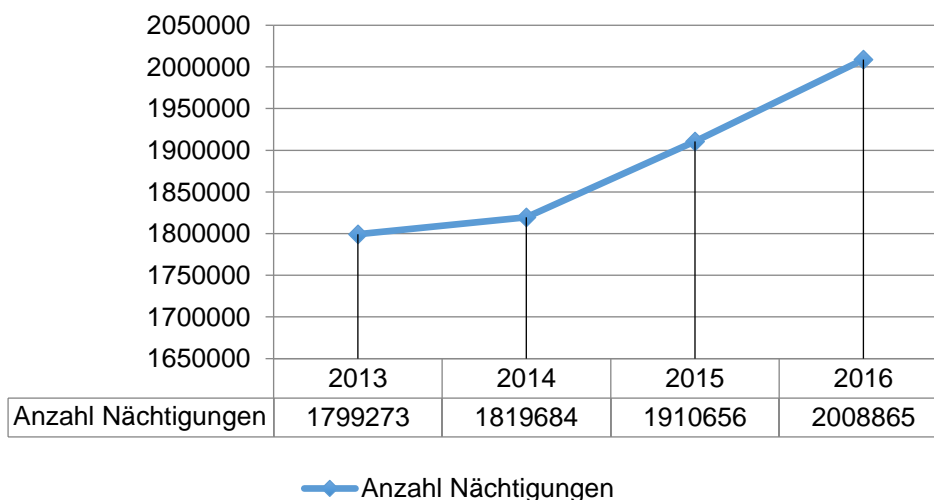


Abbildung 7: Nächtigungsentwicklung der Region; TVB WK

SWOT-Analyse

Diese Analyse soll alle relevanten Faktoren, die Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken darstellen:

Stärken (Strenghts)	Schwächen (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Familienbetrieb ✓ Persönliche Betreuung ✓ Attraktiver Standort, nächstes Hotel an der Bergbahn ✓ Ruhige Lage mit großzügig gepflegter Außenanlage ✓ Wunderbares Panorama ✓ Stammpersonal ✓ Familienangebot (Kinder bis 12 Jahre im Zimmer der Eltern frei) ✓ Neu errichtete Zimmerkategorien ✓ Neue Infrastruktur Restaurant, Buffet, Hotelbar, usw... ✓ Kinder bzw. Familienprogramm ✓ Große Familieneinheiten ✓ Preis/Leistung ✓ Gemütliches Ambiente ✓ Starke Infrastruktur in der Region ✓ 27 Loch Golfplatz Wilder Kaiser ✓ Direktverkauf überwiegt ✓ Ideale Verkehrsanbindung (München, Salzburg, im Umkreis von 100 km) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Finden von Fachkräften ✓ Standortfläche ist limitiert ✓ Keine Schneegarantie ✓ Geringe Preisdurchsetzung in der Region ✓ Verkehrssituation - Stau am Anreise & Abreisetag ✓ Zielgruppenspezifische Angebote ✓ Verkürzte Sommersaison ✓ Fremdfinanziert

Tabelle 1: SWOT-Analyse, Hotel Christoph

Chancen (Opportunities)	Risiken (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trend - Erlebnis in der Natur ✓ Zielgruppenspezifische Angebote ✓ Auslastungsoptimierung, Aufgrund der neuen Zimmerstrukturen ✓ Drei bis vier Urlaube im Jahr bei den deutschen Gästen ✓ Betriebskinderbetreuung für die Kinder der Mitarbeiter ✓ Nähe zur Talstation Hartkaiser mit neuer Gondelbahn ✓ Erneuerungen im Skigebiet Wilder Kaiser Brixental ✓ Errichtung vieler Erlebniswelten am Berg für den ✓ Sommertourismus ✓ Politische Situation 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kurze Aufenthaltsdauer ✓ Kurzfristige Buchungslage ✓ Fachkräfte zu halten ✓ Wertschätzung des Tourismus ✓ Verkehrssituation ✓ Anreise SA-SA, wird vielleicht irgendwann nicht mehr angenommen ✓ Neue Kredite ✓ Stammgästelust durch Preiserhöhung

Tabelle 2: SWOT-Analyse, Hotel Christoph

Wettbewerbsanalyse

In Ellmau gibt es für das Hotel Christoph größtmäßig und kategorisch zwei vergleichbare Mitbewerber.

Hotel Kaiserblick/ Kirchbichl 5/ Ellmau / www.kaiserblick.at / 4 Sterne		
<u>Angebot/ Zielgruppen</u>	<u>Vorteile</u>	<u>Preise</u>
Golfer Wellness Kulinarische Feinschmecker Weinverkostungen Familien	Vinothek Unterschiedliche Zimmerkategorien Tiefgarage Größere Einheiten Höhere Bettenanzahl Größter Bettenbetreiber Tirols, König AG	€ 110,00 – 280,00 pro Person & Tag 190 Betten

Tabelle 3: Wettbewerb, Hotel Kaiserblick

Hotel Hochfilzer/ Dorf 33/ Ellmau / www.hotel-hochfilzer.com / 4 Sterne		
<u>Angebot/ Zielgruppen</u>	<u>Vorteile</u>	<u>Preise</u>
Wandern Golfer Wintersportler Familien Hochzeiten	Unterschiedliche Zimmerkategorien Größere Bettenanzahl Lage im Zentrum Geschichtlicher Hintergrund, eines der ersten Hotels in Ellmau	Sommer: € 93,00 – 101,00 pro Pers. & Tag Winter: € 117,00 – 152,00 pro Pers. & Tag 180 Betten

Tabelle 4: Wettbewerb, Hotel Hochfilzer

Nutzkriterien

In dieser Grafik wird die direkte Konkurrenz des Hotel Christophs anhand der angeführten Faktoren wie zB. Preis/Leistung, Familienangebot, usw. dargestellt. Die Faktoren werden auf einer Skala von 0 - 12 beurteilt, wobei 0 das schlechteste und 12 der beste Wert ist. Besonders hervorzuheben sind das Familienangebot und die attraktive Lage mit dem Panorama. Mit dem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis kann sich das Hotel Christoph in der Zukunft von seinen Mitbewerbern abheben.

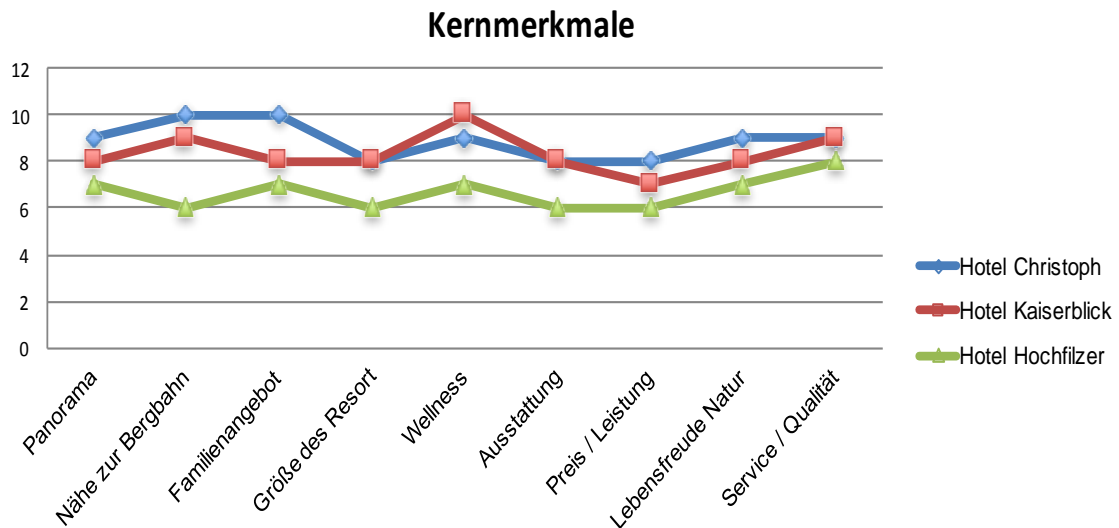


Abbildung 8: Kernmerkmale; Hotel Christoph

Trends im Tourismus

Der Schlüssel zum Erfolg in der Hotellerie ist das ständige Wachstum, „Stillstand bedeutet Rückschritt“. ⁽²⁾ Im Vordergrund steht bei dem „Gast von Morgen“ das Wachstum an Komfort und Qualität. Die schönste Zeit im Jahr ist der wohlverdiente Urlaub. Deswegen ist es so wichtig die Trends im Tourismus zu beobachten und sich auf die Bedürfnisse der Gäste einzustellen:

- ❖ Nachhaltiger, Ressourcenschonender Tourismus
- ❖ Erlebnis, Bewegung & Wohlbefinden, etwas Gutes für Geist und Seele tun
- ❖ Elektrofahrräder auch E-Bikes genannt, die Nachfrage ist enorm gestiegen
- ❖ Die Bereitschaft mehr Geld für Qualität & Komfort zu zahlen
- ❖ Kürzere Aufenthaltsdauer, dafür öfters im Jahr
- ❖ Die Kinder bestimmen über die Urlaubsdestination, glückliche Kinder bedeuten zufriedene Eltern
- ❖ Wachsende Wertschätzung für Tradition und Brauchtum
- ❖ Erweiterung der Sommer-Freizeit-Aktivitäten

Ziele und Strategie

Leitbild

Vision

„Wo ich wohne ist zu Hause“ so lautet der Slogan im Hotel Christoph. Der Gast soll sich wie zu Hause fühlen - Das Hotel und das Team bietet ihren Gästen ein authentisches Ferienerlebnis auf hohem Niveau. Im Mittelpunkt ihres Tuns und für das Wohlbefinden das Beste gegeben. Den Urlaubern wird ein vielseitiges und abwechslungsreiches Aktivitäten Programm geboten.

Das Hotel Christoph ist ein mittelständiges, familiengeführtes 4 Sterne Haus mit Wohlgefühlcharakter. Eine herzliche, familiäre und engagierte Gastlichkeit ist oberstes Gebot! Durch die einzigartige Lage und den persönlichen Einsatz der Familie und der Mitarbeiter ist es ein beliebtes Urlaubsdomizil in der Region Wilder Kaiser und wird es auch zukünftig bleiben.

Ziele

Mit den Leistungen wird das Vertrauen der Gäste gewonnen und behalten, aus Gästen sollen Stammgäste werden. Ein Gewinn soll erzielt werden, um Arbeitsplätze und die Entwicklung des Unternehmens zu sichern. Als weiteres Ziel wird die Erhöhung der Öffnungstage von 280 auf 330 Tage im Jahr angestrebt.

In den nächsten 10 Jahren wird ein Übergabeprozess beginnen. Das Unternehmen soll wirtschaftlich bzw. finanziell auf einer soliden Basis stehen, um der nächsten Generation das Weiterführen zu vereinfachen.

Werte

Im Hotel Christoph wird mit Respekt mit Gästen, Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter umgegangen. Die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft gegenüber den Gästen und Kollegen ist oberstes Gebot. Jede Kritik gilt als Chance und wird mit Toleranz und Verständnis zur Kenntnis genommen und dementsprechend gehandelt. Heimische

Betriebe und Lieferanten sind wichtig und werden gegebenenfalls bevorzugt. Gegenseitige Wertschätzung der täglichen Leistung im Unternehmen.

Marketingziele

Die Ziele stellen den angestrebten Zustand dar, der zukünftig erreicht werden soll. Weiterhin soll das Hotel Christoph mit seiner leidenschaftlichen Dienstleistung erhalten bleiben und zusätzlich das Vertrauen der Gäste gewinnen. Alle Aktivitäten des Hotels sind darauf ausgerichtet, die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste zu übertreffen. Um dieses Ziel zu verwirklichen, sollen folgende Punkte anvisiert werden:

- ✓ Steigerung der Logiernächte
- ✓ Positionierung als Familienhotel auf dem Markt verbessern
- ✓ Steigerung des Bekanntheitsgrades
- ✓ Ausbau der Infrastruktur im Hotel
- ✓ Erhöhung der Betriebstätigkeit
- ✓ Neues Konzept für die Kinderanimation

Leistungen / Leistungsziele

Die Zeit soll für den Gast im Hotel Christoph zu einem besonderen Urlaubserlebnis werden. Die vielfältige Angebotsgestaltung bietet den Gästen einen qualitativen Aufenthalt. Wie in den Zielgruppen beschrieben, gibt es im Hotel nicht nur Familien, sondern auch Wellnessgäste, Golfgäste und Busgruppen. Wie lässt sich das ohne Probleme vereinbaren? Ein Lösungsansatz beschreibt die folgende Aufstellung:

- ✓ Im Restaurant werden Gäste, die ohne Kinder reisen, in einem separaten Raum platziert
- ✓ Die Kinder werden von professionellen Betreuer/innen beaufsichtigt
- ✓ Der neue Naturdedektivclub ist in drei Etagen nach Altersgruppen getrennt
- ✓ Eine neue Forscherstation verschafft ausreichend Platz für das Vergnügen bei gutem sowie schlechtem Wetter

- ✓ Mit dem vielfältigen Animationsprogramm wird Kreativität und spielerisches Forschen gefördert

Bedürfnisziele

Ob Genießer, Familien oder erlebnisorientierte, aktive Gäste, jeder soll sich gleichermaßen wohlfühlen und mit der leidenschaftlichen Gastfreundschaft verwöhnt werden. Nach einem Aufenthalt im Hotel Christoph soll der Gast aufgetankt, mit viel Energie und schönen Erinnerungen zurück in seinen Alltag kehren.

Ziele der Marketingstrategie

Eine Erweiterung wird in diesem Jahr durchgeführt, die für den Gast im Haus mehr Platz und Komfort bietet. Dadurch kann sich das Hotel besser positionieren und an Attraktivität gewinnen. Die Kapazitäts-Erweiterung umfasst eine Erhöhung auf 85 Einheiten (180 Betten & 124 Kinderbetten). Viele Familien wünschen sich ein getrenntes Zimmer. Dieser Wunsch wird nun mit dem Anbau dieser Familieneinheiten erfüllt und insgesamt wird die Zimmerstruktur den Gästebedürfnissen angepasst.

Maßnahmen zur Neukundengewinnung

Das Hotel Christoph verfügt über einen besonderen Standort. Um unser Produkt mit den vorhandenen Leistungen attraktiver zu gestalten, sollten über zahlreiche Maßnahmen zur Neukundengewinnung nachgedacht werden.

- ✓ Pauschalangebote (wie zB. Kennenlertage)
- ✓ Buchung mit virtuellen Zimmereinblick – zb. Der Gast erhält ein Angebot und kann von zu Hause sein Zimmer ansehen, wo bereits sein Name an der Tür steht
- ✓ Positive Gästebewertungen auf Urlaubsplattformen zB HolidayCheck
- ✓ Individuelle Gästebetreuung zB. Upgrades
- ✓ Gewinnspiele

- ✓ Präsenz auf online Medien pflegen (Blog & Soziale Netzwerke)
- ✓ Informationen über Spezialangebote zB Newsletter
- ✓ Goole Adwords Kampagnen
- ✓ Mundpropaganda
- ✓ Messeauftritte
- ✓ Zusammenarbeit mit Tourismusverband Wilder Kaiser sowie anderen Hotels

Bindung an Stammkunden

Laut vielen Stammgästen fahren sie in ihr zweites zu Hause. Sie wissen was sie erwartet und schätzen das Preis- Leistungsverhältnis sehr. Der Stammkundenanteil im Hotel Christoph liegt bei 70%. Durch den Umbau wird es eine Preissteigerung von 12% geben. Um die Stammgäste nicht zu verlieren, sollten folgende Maßnahmen angewandt werden:

- ✓ Individuelle Gästebetreuung zB: Auf Wünsche und Bedürfnisse der Stammgäste eingehen, wie das Wunschzimmer oder den Lieblingstisch
- ✓ Die Gäste sind neugierig, wie es nach dem Umbau wird - Entdeckungsbonus gewähren
- ✓ Buchung mit virtuellen Zimmereinblick – zb. Der Gast erhält ein Angebot und kann von zu Hause sein Zimmer ansehen, wo bereits sein Name an der Tür steht
- ✓ Geburtstagswünsche senden
- ✓ kostenlose Upgrades sofern die Verfügbarkeiten gegeben ist
- ✓ Persönliche Newsletter für Stammkunden
- ✓ Gästeehrungen, nach 5 Jahren Aufenthalt
- ✓ Stammkunden sind Botschafter – Mundpropaganda
- ✓ Gewinnspiele
- ✓ Präsenz auf online Medien pflegen (Blogg & Soziale Netzwerke)

Bauliche Maßnahmen

Der Umbau wird auf drei Etappen vorgenommen, der erste Abschnitt ist bereits bewältigt, der zweite Abschnitt wird im Herbst bis zum 15. Dezember realisiert, der dritte und letzte Bauabschnitt wird im April 2018 fertig gestellt.

Erster Abschnitt

- Errichtung eines Parkdecks auf zwei Ebenen mit 85 Stellplätzen
- Renovierung der 34 Nasszellen in den bereits vorhandenen Zimmern
- Neues Stockwerk mit 16 Residenzen mit je 60m²

Zweiter Abschnitt

- Zubau von 24 Bestandszimmer - mit Kinderzimmer und Balkon „Bergerlebnis“ mit je 45m²
- Innenausbau 4. Stock
- Anbau von 6 Panorama Wohnerlebnis Unterkünften mit 50m² – 88m²
- Renovierung und Zubau des Restaurants
- Neubau der Hotelbar
- Neubau der Hotelküche mit Kühlanlagen und zusätzlichen Lagermöglichkeiten
- Neubau der Hotelhalle mit Rezeption
- Neubau von zwei Personenliften
- Neubau des „Professor Bärstein Spielerlebnis“ auf drei Etagen

Dritter Abschnitt

- Neubau der „Prof. Bärstein Forscherstation“
- Neubau des Bio-Pools mit Liegebuchten
- Neubau Gartenanlage und Terrasse
- Innenausbau der Panorama Wohnerlebnis Unterkünfte

Marketing Mix

Auf Basis der erarbeiteten Marketingziele wird in den folgenden Kapiteln die operative Umsetzung gestaltet.

Produkt Angebots- und Leistungspolitik

Neben den bereits vorhandenen Angeboten im Hotel Christoph sollte über eine Verbesserung in den Bereichen Beherbergung & Gastronomie nachgedacht werden: Im Hotel Christoph werden Themenbuffets (Bauernbuffet, Galabuffet, Italienisches Buffet) angeboten und mit einer großen Auswahl an frischen, regionalen Produkten verfeinert. Durch den Umbau bekommt die **Hotelküche** ein dreifaches Volumen, es entstehen neue Kühlräume und größere Lagerräume. Der Küchenchef hat die Möglichkeit den Einkauf zu optimieren und dadurch den Wareneinsatz besser kalkulieren.

- ❖ Das neue **Restaurant**, mit einem wunderbaren Blick zum Wilden Kaiser, hat 320 Sitzplätze. Es wird auf 5 Räumlichkeiten aufgeteilt und bietet somit die idealen Gegebenheiten um den Wohlfühlcharakter individuell zu steigern. Wie in den Serviceleistungen beschrieben, sind die Getränke (außer Kaffee & Spirituosen) beim Abendessen inkludiert und werden serviert – so garantiert das Hotel einen runden Service. Am Gala-Abend wird eine Flasche Wein serviert, welche jeden Monat (Winzer des Monats) wechselt und für eine absolute Aufwertung sorgt. Veranstaltungen mit Winzer, wie zB Weinverkostung, können zukünftig ebenfalls im Hotel eingeplant werden.
- ❖ Der **Naturforscherclub** auf 300m² wird komplett neu eingerichtet und hell und freundlich gestaltet. Er wird mit einem Motto „Forscherclub“ versehen und bekommt ein Maskottchen das schon seit Anfang an im Hotel ist. Der Bär bekommt ein neues Styling und wird umbenannt “Dr. Bärstein“. Ziel soll es sein, den Kindern spielerisch etwas über die Natur beizubringen. Das Kinderprogramm soll auf das Motto abgestimmt werden und von professionellen Betreuer/innen beaufsichtigt. Des Weiteren wird der Forscherclub mit einer Indoor-Spielanlage (Rombox aus Naturmaterialien)

ausgestattet. Die auch bei schlechten Wetter genutzt werden kann. Im 3-Stöckigen Forscherclub wird es auch einen Teeny Bereich geben, den auch diese Altersgruppe soll nicht zu kurz kommen. Ein neuer Outdoor Spielplatz (die Forscherstation) verschafft ausreichend Platz für das Vergnügen der Kinder bei gutem und schlechtem Wetter.

- ❖ Neben den vorhandenen **Zimmerkategorien** werden auch zusätzliche Kategorien entstehen, um Familien mit drei, vier oder mehr Kinder und Patchwork-Familien problemlos unterzubringen.
 - 24 Bergerlebnis 45m²
 - 11 Residenzen 60m²
 - 6 Panorama Wohnerlebnisse 54m²– 88 m²

Die Aufteilung in den Residenzen und in Panorama Wohnerlebnissen mit speziellen Kinderermäßigungen sind mit einem Vorraum, Kinderzimmer, Elternschlafzimmer und einem Wohnzimmer vorgesehen. Somit wird die Problematik der Durchgangszimmer gelöst. Die großzügigen Terrassen oder Balkone mit Blick zum Wilden Kaiser oder zur Südseite runden das Wohnerlebnis ab.

- ❖ **Wellness:** Wie in der Infrastruktur angeführt gibt es im Hotel Christoph für Erholungssuchende eine Wellnessoase, die von 15:00 bis 20:00 Uhr geöffnet ist. Hierbei soll überlegt werden die Öffnungszeiten zu verlängern. Kinder unter 15 Jahren haben hier keinen Zutritt, dafür gibt es im Familienbereich ausreichend Möglichkeiten. Die 40 Meter Kinder–Wasserrutsche, mit einem separaten Becken und eigener Wasseraufbereitungstechnik, Hallenbad sowie der Kinderwellness (Sauna, Dampfbad, Whirlpool und Chill-area) lassen garantiert keine Langeweile aufkommen.

Vertrieb

Hierbei stellt sich die Frage, wie die angebotenen Leistungen zum Gast gelangen.

Direkter Vertrieb

Per Mail oder Telefon ist nach wie vor der beliebteste Weg im Hotel Christoph. Der persönliche Kontakt zum Gast fördert die Beziehung. Natürlich ist es auch möglich online zu buchen.

Indirekter Vertrieb

Es empfiehlt sich auf einigen Plattformen vertreten zu sein, um leichter gefunden zu werden. Die Buchbarkeit über booking.com, hrs, expedia und Tourismusverband soll weiterhin ausführbar sein.

Kommunikation

Im Folgenden werden die vorhandenen Maßnahmen und Empfehlungen aufgezeigt:

- ❖ Das Leitbild dient zur Orientierungshilfe für Gäste, Mitarbeiter und Unternehmungsführung und soll weiterhin gelebt werden.
- ❖ „Infotainment“ in allen Zimmern statt Infomappen, so wird der Gast mit umfassenden Informationen und ansprechenden Bildern versorgt.
- ❖ Die Webseite soll übersichtlich und regelmäßig aktualisiert werden. Potenzielle und bisherige Gäste sollen zum Besuch der Seite bewegt und zu einer online Buchung animiert werden.
- ❖ Google Adwords Kampagnen Soziale Netzwerke – der Fokus liegt darauf den Nutzern relevante Informationen und Eindrücke mitzuteilen. Die Kampagnen (facebook, Google Adwords, usw.) lassen sich sehr gut verbreiten und messen, daher wird empfohlen öfters eine Kampagne zu schalten.

- ❖ Das Hotelprospekt hat nach wie vor eine hohe Bedeutung und hat die Aufgabe, die immateriellen Hotelleistungen zu visualisieren und hervorzuheben.
- ❖ Bewertungsplattformen tragen entscheidend zur Wahl des Urlaubsdomizils bei, deshalb ist es wichtig auf Bewertungen zeitnah und angemessen zu reagieren. Mit positiven Weiterempfehlungen kann auf der Homepage geworben werden.

Preispolitik

Um positive Jahresergebnisse zu erzielen ist eine langfristige Preiskalkulation notwendig. Das Hotel Christoph hat ein hervorragendes Preis- Leistungsverhältnis. Durch den Um- & Zubau ist es sinnvoll eine 12% Preissteigerung vorzunehmen und durchzusetzen.

Personalpolitik

Das Hotel umfasst derzeit insgesamt 29 Vollzeit & 3 Teilzeit Mitarbeiter. Natürlich ist es das Ziel des Unternehmens die Personalkosten so niedrig wie möglich zu halten. Nichts desto trotz sind Mitarbeiter das wichtigste Kapital des Unternehmens. Um Qualität zu erhalten bzw. zu verbessern ist es notwendig, weitere qualifizierte Mitarbeiter einzustellen.

Die Mitarbeiter bekommen ein Mitarbeiterhandbuch ausgehändigt und können dadurch besser in das bestehende Team integriert werden. Nicht nur Gäste, sondern auch die Mitarbeiter sollen ein familiäres Klima erleben. Im Hotel Christoph wird es zukünftig eine kostenlose Betriebskinderbetreuung geben. Somit wird es den Mitarbeitern leichter gemacht, Familie und Beruf besser unter einem Hut zu bekommen. Es werden zusätzlich 10 Mitarbeiter eingestellt:

Küche:	1 Köche und 2 Küchenhilfskräfte
Service:	3 Servicemitarbeiter ohne Inkasso
Housekeeping:	2 Reinigungskräfte
Haustechniker:	1 Hausmeister
Animation:	1 Kinderanimateurin

Finanzielle Aspekte

Hotelpreise

An der Preisliste ist sehr gut erkennbar, dass der Betrieb ein ausgezeichnetes Preis-Leistungsverhältnis hat. Eine Preiserhöhung in der Höhe von 12 % wird in den Standardzimmern anvisiert.

Sommerpreise 2017

12.05.2017 - 08.07.2017	Euro 84,00	pro Person/Tag
07.07.2018 – 01.09.2017	Euro 94,00	pro Person/Tag
02.09.2017 - 16.09.2017	Euro 86,00	pro Person/Tag

Tabelle 5: Preise Sommer 2017; Hotel Christoph

Winterpreise 2017/2018

22.12.2017 – 29.12.2017 03.02.2018 – 03.03.2018	€ 130,00 - € 160,00	pro Person/Tag
29.12.2017 – 06.01.2018	€ 140,00 – € 170,00	pro Person/Tag
06.01.2018 – 13.01.2018	€ 125,00 – € 155,00	pro Person/Tag
13.01.2018 – 03.02.2018 04.03.2017 – 25.03.2017	€ 115,00 – € 145,00	pro Person/Tag

Tabelle 6: Preise Winter 2017 / 2018; Hotel Christoph

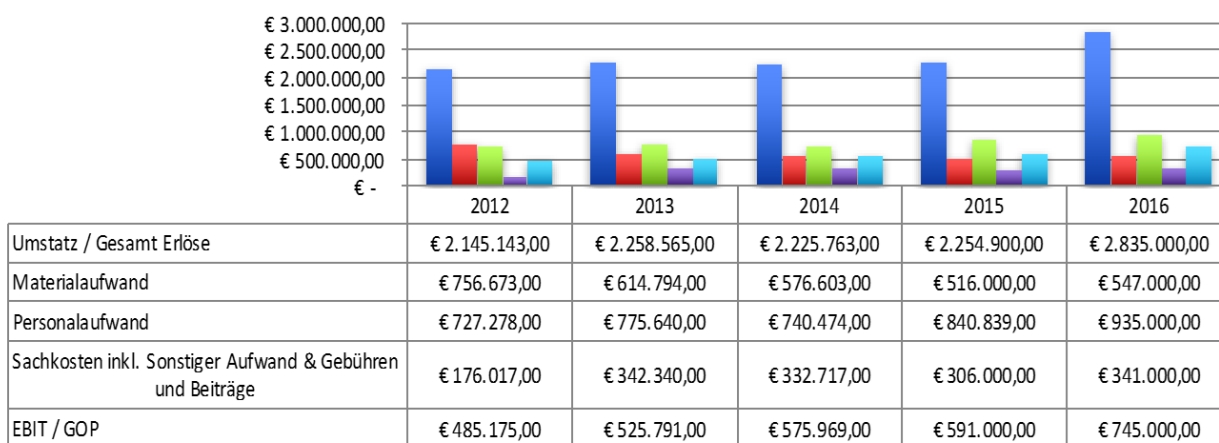
Sommerpreise 2018

05.05.2018 - 07.07.2018	€ 94,00 - € 130,00	pro Person/Tag
07.07.2018 – 01.09.2018	€ 106,00 - € 150,00	pro Person/Tag
01.09.2018 - 03.11.2018	€ 97,00 - € 135,00	pro Person/Tag

Tabelle 7: Preise Sommer 2018; Hotel Christoph

Betriebskennzahlen und Entwicklung der Betriebsleistung

Die Einnahmequelle kommt ausschließlich von den Logiernächten. Das Hotel Christoph hat ein Zwei-Saisons Betrieb mit ca. 260 Öffnungstage pro Jahr. Im Winter ist das Hotel zu 92% und im Sommer zu 84% ausgelastet. Anhand der Tabelle ist gut ersichtlich welche touristischen Entwicklungen in den letzten Jahren geschrieben werden konnten. Die positiven Ergebnisse fundiert zum Großteil der zuwachsenden Sommernachtungen.



■ Umsatz / Gesamt Erlöse ■ Materialaufwand ■ Personalaufwand ■ Sachkosten inkl. Sonstiger Aufwand & Gebühren und Beiträge ■ EBIT / GOP

Tabelle 8: Kennzahlen; Hotel Christoph

Prognoserechnung

In der Prognoserechnung werden aus betriebswirtschaftlichen Gründen 90 Einheiten angegeben. Im Haus wird es jedoch nur mit 84 Einheiten angesehen, dies ergibt sich dadurch, dass die Residenzen und Panorama Wohnerlebnis Unterkünfte auch getrennt (mit zwei verschiedenen Eingängen, Bad/WC und Schlafzimmer) vermietet werden können. Die Öffnungstage im Jahr werden auf 300 Tage erhöht und die 200 Tage Vollbelegungsdauer ist realistisch kalkuliert.

	2018		2019		2020		2021		2022	
	€	%	€	%	€	%		%	€	%
Öffnungstage pro Jahr	300	100%	300	100%	300	100%	300	100%	300	100%
Anzahl der Einheiten	90		90		90		90		90	
Vollbelegungstage	200	67%	200	67%	200	67%	200	67%	200	67%
Gesamtumsatz pro Einheit / Tag	215		221		228		235		242	
I. Prognostizierter Jahresumsatz										
Pensionserlöse (all Inklusiv)	3.870.000		3.986.100		4.105.683		4.228.853		4.355.719	
Ortstaxe (ertragsseitig und aufwandseitig keine Ansatz)										
Zusatzerlöse 5 % der Umsatzerlöse	193.500		199.305		205.284		211.443		217.786	
Prognostizierter Jahresumsatz gesamt	4.063.500		4.185.405		4.310.967		4.440.296		4.573.505	

Tabelle 9: Prognoserechnung Hotel Christoph; MT Wirtschaftstreuhand

Ertragsvorschau

In der Ertragsvorschau ist angeführt wie hoch die Zinsen & Tilgung für das Unternehmen sein wird. Vor allem die Liquidität ist ein entscheidender Punkt.

	2018		2019		2020		2021		2022	
	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Prognostizierter Jahresumsatz gesamt	4.063.500	100%	4.185.405	100%	4.310.967	100%	4.440.296	100%	4.573.505	100%
Gesamter Betriebsaufwand	2.966.355	73%	3.055.346	73%	3.147.006	73%	3.241.416	73%	3.338.659	73%
Betriebsergebnis 1 (vor AFA)	1.097.145	27%	1.130.059	27%	1.163.961	27%	1.198.880	27%	1.234.846	27%
- Zinsen für gesamtes Fremdkapital	-242.561		-233.352		-232.241		-237.432		-250.411	
- Tilgung	-357.097		-364.943		-716.299		-947.625		-899.555	
- Annuität für € 12,5 Mio. zu ø 3 % auf 15 Jahre (2 Jahre tilg.-frei)	0		0		0		0		0	
Liquiditätsergebnis in €	497.487		531.764		215.421		13.824		84.880	
freie Liquidität kumuliert			504.327		1.050.338		1.283.163		1.314.820	
Zwischensumme	497.487		1.036.091		1.265.758		1.296.986		1.399.700	
Zinsen	6.840		14.246		17.404		17.834		19.246	
Summe	504.327		1.050.338		1.283.163		1.314.820		1.418.946	

Tabelle 10: Ertragsvorschau Hotel Christoph; MT Wirtschaftstreuhand

Aufwandsvorschau

In der Aufwandsvorschau werden alle Aufwände des Hotels prognostiziert. Die Wareneinsätze, Personalaufwand sowie die Sachkosten zB Energie und Marketingkosten werden detailliert in EURO und Prozente angeführt.

	2018		2019		2020		2021		2022	
	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
II. Aufwandsprognose										
Wareneinsätze gesamt										
Pensionen	731.430	18%	753.373	18%	775.974	18%	799.253	18%	823.231	18%
F&B Umsätze Hausgäste										
Personalaufwand gesamt										
Löhne und Gehälter										
Soziale Aufwendungen	1.137.780	28%	1.171.913	28%	1.207.071	28%	1.243.283	28%	1.280.581	28%
Leistungen Dritter										
Sonstige Personalaufwendungen										
Anzahl der Vollbeschäftigten	39		39		39		39		39	
Gesamtumsatz pro Mitarbeiter	104.192		107.318		110.538		113.854		117.269	
Sachkosten gesamt	1.097.145	27%	1.130.059	27%	1.163.961	27%	1.198.880	27%	1.234.846	27%
davon: Energie gesamt	7		7		7		7		7	
davon: Instandhaltung gesamt	3		3		3		3		3	
davon: Verwaltung gesamt	2		2		2		2		2	
davon: Marketing gesamt inkl. Reisekosten, Kfz	8		8		8		8		8	
davon: Reinigungskosten gesamt	3		2		2		2		2	
davon: Ortstaxe										
davon: Sonstige Kosten gesamt	4		4		4		4		4	
Gesamter Betriebsaufwand	2.966.355	73%	3.055.346	73%	3.147.006	73%	3.241.416	73%	3.338.659	73%

Tabelle 11: Aufwandsvorschau Hotel Christoph; MT Wirtschaftstreuhand

WOFÜR WIRD DAS KAPITAL DER CROWDINVESTING-KAMPAGNE VERWENDET?

Die Mittel der Crowdfund werden für die Errichtung der Forscherstation im Aussenbereich, der Indoor Spielanlage und der Entwicklung einer Bonuskarte „ Prof. Bärstein Naturforscherclub“ verwendet.

Das Finanzierungsziel liegt bei rund 500.000,00 Euro

Falls dieses Ziel nicht oder nur teilweise erreicht werden sollte, werden die notwendigen Mittel aus einem Mix aus Eigenkapital, sowie kurzfristigem und langfristigem Fremdkapital sichergestellt.

Fun HotelbetriebsgmbH & Co KG I
Hotel Christoph

Faistenbichl 6
6352 Ellmau

Firmenbuch
FN 266755m