

Datum: 26.03.2010

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

AUSGABE GRAUBÜNDEN

Graubünden

Die Südostschweiz
7007 Chur
081/ 255 50 50
www.suedostschweiz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 35'754
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

(Chef-)mikrologie im
Kriegsdrill polarisiert



Themen-Nr.: 274.36

Abo-Nr.: 274036

Seite: 1

Fläche: 4'081 mm²

Hapimag: Trotz Krise Gewinn gesteigert

Zürich. – Im Kontrast zur übrigen Reisebranche hat die Wirtschaftskrise den Ferienanbieter Hapimag nicht in die Tiefe gerissen. Im Gegenteil: Der Zuger Anbieter von Ferienwohnrechten hat im vergangenen Jahr ein Rekordergebnis erzielt, wie es gestern in Zürich vor Medienvertretern hiess.

Die Krisenresistenz des Unternehmens erklärt sich mit dem Geschäftsmodell: Wer bei Hapimag Ferien macht, ist auch Mitbesitzer des Unternehmens. Und als solcher hat er seine Ferien praktisch zu 100 Prozent vorfinanziert. (sda/hb)



Hapimag profitiert von seinem einzigartigen Geschäftsmodell

Von Hans Bärtsch

Andere Reisekonzerne beklagen krisenbedingt rote Zahlen, dem Ferienanbieter Hapimag geht es blendend. Grund ist das spezielle Geschäftsmodell des Zuger Unternehmens.

Zürich. – Seit Hapimag im Jahr 2004 Schlagzeilen machte, weil eine kleine Aktionsgruppe gegen die damalige Führung putschte, ist es still geworden um den Anbieter von Ferienwohnrechten. Unter Geschäftsführer Kurt Scholl kehrte Hapimag in ruhige Fahrwasser zurück und ist heute besser unterwegs denn je. Vor allem im Vergleich zu klassischen Reisekonzernen.

Warum das? «Es liegt am Geschäftsmodell», begründete Scholl gestern an der Bilanzmedienkonferenz in Zürich. «Das Hapimag-Modell ist krisenresistent.» Der Motor des Modells sind die Mitglieder, die mit dem Kauf einer oder mehrerer Hapimag-Aktien jährlich Punkte erhalten, mit denen Zimmer oder Wohnungen in Hapimag-Resorts gemietet werden können. Dazu kommt ein Jahresbeitrag. Der grösste Teil der Ferien ist damit vorfinanziert, vor Ort fallen dann nur noch wenige Kosten, beispielsweise für die Reinigung, an. Zurzeit stehen 56 Resorts und Residenzen in 16 Ländern zur Wahl, schwergewichtig in Europa. In der Schweiz werden vier Resorts betrieben, davon zwei in Graubünden (Adeer und Flims). Die

Auslastung liegt bei fast 80 Prozent – auch dies eine Zahl, die andere Ferien-/Reiseanbieter neidisch machen dürfte.

Per Ende 2009 zählte Hapimag 140 000 Mitglieder. Fast zwei Drittel davon stammen aus Deutschland, der Anteil Schweizer Mitglieder liegt bei knapp neun Prozent. Die «Hapimag-Familie» generierte im letzten Jahr rund drei Millionen Übernachtungen. Der Betriebsertrag (Umsatz) erreichte mit 171,6 Millionen Euro (+3,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr) einen neuen Rekordwert. Der Reingewinn vervierfachte sich auf zwei Millionen Euro. Zu dem über die Jahre betrachtet stets relativ bescheidenen Gewinn sagte CEO Scholl: «Das Ziel ist ein ausgeglichenes Ergebnis – mehr nicht.» Denn wäre der Gewinn zu hoch, würden die Mitglieder eine Senkung des Jahresbeitrages (zurzeit rund 230 Euro) reklamieren.

Wachstum mit Augenmass

So wenig, wie Hapimag einen möglichst hohen Gewinn anstrebt, so behutsam möchte das Unternehmen wachsen. Wichtiger sei es, das Immobilienportfolio attraktiv zu halten, betonte Scholl. Also bestehende Standorte à jour zu halten, und solche, die nicht mehr so gut laufen, abzustossen und durch andere zu ersetzen. So wurde beispielsweise 2008 Sörenberg (Luzern) aufgegeben. Mit Berlin sei dafür letztes Jahr eine Stadtresidenz an hervorragender Lage dazugekommen, und mit Hörnum auf Sylt ein

«richtungsweisendes» Inselangebot. Auf die «Ferienecke der Schweiz» haben die Hapimag-Verantwortlichen im Übrigen ein besonderes Auge: Gut möglich, dass in Graubünden in absehbarer Zeit ein weiteres Resort hinzukommt. Laut Scholl ist es oft eine Preisfrage, ob Hapimag eine neue Anlage realisieren kann. Auch diesbezüglich lehnt man sich beim Ferienrechte-Anbieter nicht zu weit aus dem Fenster; investiert wird nur mit selbst erarbeiteten Mitteln.

Skeptische Europäer

Den Erfolg von Hapimag erklärte Scholl auch damit, dass so genannte Timeshare-Konzepte (Nutzen statt Besitzen) in der Tourismusindustrie – weltweit gesehen – das grösste Wachstum aufweisen. Ausser in Europa, wo nach mehreren gescheiterten Konzepten in den Neunzigerjahren (etwa in Spanien) noch immer grosse Skepsis vorherrsche.

In seinem Ausblick erwähnte Scholl die Herausforderung, als Ferienanbieter den veränderten Lebens- und Arbeitsmodellen gerecht zu werden, also Angebote für immer mehr Singles und immer weniger Familien bereitzuhalten – wie allgemein dem Trend zu immer mehr Individualität zu begegnen. Hapimag sieht sich dafür gut gerüstet: mit Angeboten im Norden und Süden Europas, in Städten wie auf dem Land, die auf unterschiedlichste Bedürfnisse und Möglichkeiten zugeschnitten sind.

Datum: 26.03.2010

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

AUSGABE GRAUBÜNDEN

Graubünden

Die Südostschweiz
7007 Chur
081/ 255 50 50
www.suedostschweiz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 35'754
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 274.36
Abo-Nr.: 274036
Seite: 19
Fläche: 41'936 mm²

Marktführer in Europa

Hapimag ist die Nummer 1 im europäischen Markt für Wohnrechte. Weshalb aber wird das Geschäftsmodell des Ferienanbieters, wo es doch gerade in Krisenzeiten so erfolgreich ist, nicht öfters kopiert? Laut Hapimag-Geschäftsführer Kurt Scholl ist das Modell für klassische Investoren zu wenig attraktiv, weil es nicht um maximale und schnelle Gewinne geht, sondern um den langfristigen Gedanken «Gemeinsam investieren, individuell nutzen». Scholl bezeichnet Hapimag denn auch als Non-Profit-Unternehmen.

Nachahmer hat das Hapimag-Modell gleichwohl gefunden. Der Hideaways Club macht derzeit Werbung für Besitzanteile, allerdings im Top-Luxussegment und an teuren Orten wie St. Moritz. Während bei Hapimag eine Aktie momentan etwa 5000 Euro kostet, müssen beim Hideaway Club zwischen 142 000 und 273 000 Euro für Besitzanteile und eine Mitgliedschaft ausgelegt werden. Der Hideaways Club nennt sich auch nicht einfach Wohnrechte-Anbieter, sondern «internationaler Anlagefonds» – wobei er im Kern dasselbe anbietet wie Hapimag. (hb)