

Die Gäste wollen mehr als ein kleines Zimmerchen

Experten, die sich mit dem deutschen Markt für Boardinghäuser beschäftigen, können eine frohe Botschaft vermelden: Dem Markt geht es gut. Das bedeutet allerdings nicht, dass mit der Einrichtung eines Boardinghauses jede Immobilie sofort zum Selbstläufer wird.

„Boardinghäuser haben ihren Geheimtipp-Status verloren“, weiß Anett Gregorius, Geschäftsführerin der Berliner Boardinghouse Consulting. Business-Kunden stellen die Hauptzielgruppe. „Geschäftsreisende fragen inzwischen gezielt solche Angebote nach.“ Mit dem Einsetzen des wirtschaftlichen Aufschwungs hat sich nach Berechnungen der Berliner auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer wieder erhöht.

Eine Zuflucht für die „Edelnomaden“

Die internationalen „Jobnomaden“, also zeitlich befristet Beschäftigte für Vertriebsaktionen, Projekte oder Schulungen sowie Berufswechsler und mobile Selbstständige sind die klassische Klientel. „Anders als im angelsächsischen Raum dominiert in deutschen Häusern eher der kurzfristige Aufenthalt zwischen einer Woche und vier Wochen“, weiß Achim Georg, Inhaber des gleichnamigen Consultingbüros mit Sitz in Hamburg. „Länger als einen Monat bleiben erfahrungsgemäß nur ein Drittel der Gäste.“

Georg hat in einer Marktstudie über 200 Boardinghäuser in Deutschland untersucht. Es zeigte sich eine hohe Konzentration des Angebots in Berlin (ca. 50 Häuser), dem Raum Köln/Düsseldorf (ca. 25), Hamburg und München mit je etwa 20 Betrieben und Frankfurt mit 15. Der Markt ist recht diversifiziert: Nur 40% der Häuser entfallen auf das mittlere Segment mit 20 bis 50 Apartments, die anderen sind entweder größer oder kleiner.

Die Preisspanne bewegt sich bundesweit in einem Korridor zwischen 50 und 100



Die Mandala Suites an der Berliner Friedrichstraße richten sich an solvente Gäste mit gehobenen Ansprüchen.
Bild: The Mandala

Euro pro Nacht (siehe Tabelle unten). Bei einer Aufenthaltsdauer ab vier Wochen sinkt der Listenpreis auf einen Durchschnittswert von 43 Euro/Nacht.

Beim Raumangebot dominierte in 65% der Fälle das Einzimmer-Apartment. „Der Trend geht aber eindeutig zu zwei Zimmern“, sagt Georg. Das sei auch dringend nötig, um die Bedürfnisse der immer zahlreicher werdenden internationalen Boardinghaus-Kunden zu befriedigen, ergänzt Anett Gregorius. Während für deutsche Gäste gerade bei längerer Aufenthaltsdauer der günstige Preis die Entscheidung bestimme, legten ausländische Gäste mehr Wert auf Service und ein großzügiges Raumangebot. „Einzimmer-Apartments sind da keine akzeptable Alternative.“

Keine Allzwecklösung für unvermietbare Restanten

Die Auslastungsquote von Boardinghäusern liegt nach Georgs Berechnungen meist deutlich oberhalb der von Hotels und erreicht in aller Regel Werte über 70%. Je nach Standort entfallen mittlerweile zwischen 5% und 12% des gesamten Übernachtungsaufkommens auf dieses Segment. Das sind Belegungswerte, die viele Investoren aufhorchen lassen. Doch als Wunderwaffe für leer stehende Immobilien in Randlagen sollte man die Apartments nicht missbrauchen, plädiert Gregorius.

Gerade in der Immobilienwirtschaft betrachte manch ein Eigentümer die Einrichtung von so genannten Serviced Apartments als Zauberformel für Flächen, die ansonsten keine sinnvolle Nutzung fänden, seufzt die Beraterin. Viel zu oft muss sie sich mit chancenlosen Exposés herumschlagen, bei denen Eigentümer von abgelegenen, unattraktiven Häusern einen Boardinghaus-Betreiber als Problemlöser suchen. „Die Ansprüche der Nutzer, die sich ja über eine längere Zeit am Ort aufhalten wollen, sind größer geworden. Das erfordert auch ein Umdenken bei den Investoren. Die Lagequalität wird immer wichtiger.“ (mol)

Boardinghäuser in den Top-5:

Beste Auslastungsquote in Frankfurt

Stadt	ØZahl der Apartments pro Haus	Schwerpunkt Apartmentgröße	ØPreis/Übernachtung bei 4 Wochen Aufenthalt	Anteil Gäste mit Aufenthaltsdauer > 4 Wochen	Auslastung
Berlin	38	30-60m ²	42 €	12%	68%
Hamburg	46	30-60m ²	50 €	50%	78%
München	97	<30m ²	38 €	50%	80%
Frankfurt	52	<30m ²	45 €	39%	90%
Düsseldorf/Köln	40	30-60m ²	38 €	30%	78%