

Unterwegs und doch daheim

Boardinghäuser sind in Deutschland ein wachsendes Segment auf dem Markt der Hotelimmobilien

Von Roswitha Loibl

Jobnomaden finden sich in vielen Berufsgruppen. Ob sie nun als Unternehmensberater, Projekttechniker oder Schauspieler arbeiten, eines verbindet sie: Hotels sind zeitweise ihre Heimat. Doch die Kombination aus Bett, Bad und kleinem Schreibtisch kann auf Dauer zu Überdross führen. Deshalb profitieren diese mehr oder weniger freiwillig mobilen Menschen vom wachsenden Angebot an Boardinghäusern in Deutschland. Ihre Zahl ist in den vergangenen drei Jahren von 10 000 auf 13 000 Einheiten angestiegen. Diese Werte sind Schätzungen von Marktbeobachtern.

Auch die Reise-Abteilungen von Unternehmen buchen diese Wohnform gerne, denn sie eröffnet Sparmöglichkeiten. „Die Preise liegen 20 bis 50 Prozent unter denen eines vergleichbaren Hotelzimmers“, rechnet die Berliner Beraterin und Vermittlerin Anett Gregorius vor. Mit der Dauer des Aufenthaltes sinkt der Preis, der für einen Monat zwischen 1000 und 8000 Euro liegen kann je nach Größe und Ausstattung des Apartments. Die Gäste stammen vor allem aus der IT-Branche, Beratungsunternehmen, Film und Medien sowie Banken und Versicherungen.

Vorbild USA

Das Wohnen auf Zeit ist ein Großstadt-Phänomen. Die meisten Häuser gibt es in Berlin (rund 50), Düsseldorf, Köln (jeweils etwa 25), Hamburg und München (jeweils rund 20). Vorbild sind die USA. „Dort gibt es Menschen, die drei Jahre lang in Boardinghäusern leben“, berichtet Andreas Erben, Leiter des Bereichs Hotel beim Maklerunternehmen Dr. Lübke. In Deutschland dauert das Gros der Aufenthalte maximal einen Monat, hat Anett Gregorius festgestellt: „Zwei Drittel der Apartments werden für maximal einen Monat gebucht, ein Drittel sind Langzeitaufenthalte.“ Im Vergleich zu den USA liege Deutschland zehn Jahre zurück, meint Erben. Weil Deutschland in diesem Marktsegment noch nicht viel zu bieten hat, sehen internationale Hotelentwickler hier eine Lücke und beginnen sich zu engagieren.

Mit der Bezeichnung „Boardinghouse“ können diese Investoren allerdings wenig anfangen. Im Englischen hat sie einen negativen Touch und steht für einfache Wohnheime und Studenten-Unterkünfte. Dort heißen die bequemen Zeitquartiere „Serviced Apartments“. Internationale Anbieter schätzen den deutschen Hotelmarkt für die nächsten zehn Jahre generell als expansiv ein, sagt Andreas Erben. In Deutschland noch weitgehend unbekannt sind Ketten wie die Toga Hospitality Group aus Australien,



Der wachsende Markt für „Wohnen auf Zeit“ ruft Immobilienbetreiber auf den Plan. Im Bild ein Apartmenthotel von Pierre & Vacances in Paris. Foto: imago

die ihr erstes deutsches Apartment-Hotel der Marke Adina mit 125 Einheiten im Dezember in Berlin eröffnet. 2009 folgt ein Haus in Frankfurt. Die Ascott-Gruppe aus Singapur hat ein erstes Citadines Apart hotel in Berlin eröffnet und plant für den Münchner Arnulfpark ein weiteres Haus im Jahr 2009. Anderen internationalen Betreibern ist Deutschland noch nicht lukrativ genug, denn die Preise für ein Nachtquartier liegen hier wesentlich niedriger als in London oder Asien. Die französische Kette Accor ist in Deutschland mit der Marke Suite Hotels vertreten. Sie bietet geräumige Doppelzimmer mit Schiebetür zur Trennung von Wohn- und Schlafbereich, aber keine Küche. Das Unternehmen möchte sein Profil auf diesem Feld allerdings schärfen und hat sich mit der TUI-Tochter Pierre & Vacances zusammengetan, um europäischer Marktführer bei Apartment-Hotels zu werden. Die Expansion auf 50 Häusern in den kommenden fünf Jahren soll zunächst auf die französischsprachigen Länder, Italien und Österreich beschränkt bleiben.

Hohe Auslastungsquoten

Als Marktführer in Deutschland im Bereich Wohnen auf Zeit sieht sich Derag Hotel and Living mit 14 Standorten in Deutschland. „Der Markt ist stark mittelständisch strukturiert“, sagt Anett Gregorius. Viele Betreiber führen nur ein Haus, so dass Anbieter mit fünf oder sechs Häusern wie die Clipper Hotels & Boardinghouses und die Lindner Boardinghouses schon als Kette gelten. Hotelbetreiber schätzen an Serviced Apartments, dass sie bei Auslastungsquoten von 70 bis 90 Prozent eine stabile Einnahmequelle bieten, auch wenn die Rendite nicht übermäßig hoch ist. „Sie liegt unter der von typischen Hotels, andererseits sind die Kosten auch niedriger“, sagt Andreas Erben und meint damit Verwaltung, Material, Provisionen und Werbung. Schließlich muss nicht durchschnittlich alle 1,5 Tage ein neuer Nutzer gefunden werden wie bei Hotels.

„Sehr oft sind Boardinghäuser in Deutschland aus der Not geboren“, relativiert Ursula Kriegl von Jones Lang LaSalle Hotels, den Optimismus ihrer Kollegen. Wenn etwa die Baubehörde vorschreibt, dass ein Gebäude nicht komplett gewerblich genutzt werden darf, sondern auch einen Anteil Wohnen haben muss, so hilft die Hotel-Mischform aus diesem Dilemma. In Städten wie Berlin akzeptieren die Verwaltungen das Wohnen auf Zeit, in anderen, wie München, werden die Genehmigungen restriktiver gehandhabt. Gerade dort, wo Hotels auch Apartments bieten, dürfen die Gäste in flauen Phasen nächtweise buchen.

Alternative

Wer auf Zeit wohnt, weicht häufig auf „Serviced Apartments“ aus

Der Immobilientyp Boardinghaus/Serviced Apartment ist kein Hotel, aber auch kein reines Wohngebäude, denn die Gäste bleiben nur begrenzte Zeit. Die Zahl dieser Häuser wächst in Deutschland langsam, aber stetig an, stellt Anett Gregorius, Inhaberin des Beratungsunternehmens Boardinghouse Consulting fest.

SZ: Worauf führen Sie das Wachstum dieses Marktsegments zurück?

Gregorius: Eine Rolle spielt, dass Serviced Apartments früher erst ab einem Monat Mindestaufenthalt buchbar waren. Heute sind 95 Prozent der Objekte ab einer Nacht buchbar. Früher machten sie nicht viel Werbung für sich, aber durch die Öffnung für Kurzaufenthalte konkurrieren sie stärker mit Hotels und sind auch bei Hotelvermittlern gelistet. Daher ist dieser Betriebstyp als Alternative zum Hotel bei den Nutzern bekannter und beliebter geworden.

SZ: Welche Zielmarke des Wachstums halten Sie für vernünftig?

Gregorius: Die Faustregel lautet, dass fünf bis sechs Prozent der Hotelkapazität einer Stadt ein gesunder Wert sind. Berlin liegt schon deutlich darüber mit 8,5 Prozent, aber es gibt auch hier noch Positionierungsmöglichkeiten.



Anett Gregorius

Foto: privat

SZ: In welchen Städten und Regionen sehen Sie Nachholbedarf?

Gregorius: Die Nachfrage konzentriert sich auf große Städte wie Hamburg, Berlin, München, Frankfurt, Düsseldorf, Köln und Stuttgart. Darüber hinaus sind Standorte in Städten und

Regionen meist dann attraktiv, wenn Großunternehmen mit entsprechendem Bedarf ansässig sind. Wir sehen großes Potential in Stuttgart und Köln. Die Häuser dort haben eine Auslastung bis zu 90 Prozent, so dass wir die Nachfrage kaum bedienen können. Eine Investition in die Entwicklung von Serviced Apartments in klassischen Feriendestinationen ist aus meiner Sicht dagegen nicht sinnvoll.

SZ: Welche Kategorien sind denn besonders beliebt?

Gregorius: Das größte Potential liegt bei Objekten mit einer Monatsmiete bis 1500 Euro. Das sind die üblichen Budgets der Firmen für ihre Mitarbeiter. Ich würde mir noch mehr Projekte wünschen, die zentral liegen, große Einheiten bieten und ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis. Eine Nachfrage nach Luxusobjekten, die es vorwiegend in Berlin, Hamburg und München gibt, besteht auch weiterhin, allerdings sehen wir aktuell keinen weiteren Entwicklungsbedarf in diesem Segment.

SZ: Welche Kategorien sind denn besonders beliebt?

Gregorius: Das größte Potential liegt bei Objekten mit einer Monatsmiete bis 1500 Euro. Das sind die üblichen Budgets der Firmen für ihre Mitarbeiter. Ich würde mir noch mehr Projekte wünschen, die zentral liegen, große Einheiten bieten und ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis. Eine Nachfrage nach Luxusobjekten, die es vorwiegend in Berlin, Hamburg und München gibt, besteht auch weiterhin, allerdings sehen wir aktuell keinen weiteren Entwicklungsbedarf in diesem Segment.

SZ: Für wie aussichtsreich halten Sie die Umnutzung von Büro- oder Wohnhäusern in Boardinghäuser?

Gregorius: Die wenigsten sind erfolgreich. Bürohäuser sind für die Nutzung als Boardinghäuser weniger geeignet als Wohnhäuser, weil unter anderem die Versorgungsstränge für Küche und Sanitärräume nachgerüstet werden müssen.

Interview: Roswitha Loibl

Fließender Übergang

Welche Serviceanforderungen gelten? Der TÜV-Rheinland hat für diese Spezialimmobilie einen Kriterienkatalog erarbeitet

Boardinghäuser, auch Serviced Apartments genannt, sind eine Mischform aus möblierter Wohnung und Hotel. Die Grenze ist fließend, eine klare Definition existiert nicht, und ebenso vielfältig sind die Bezeichnungen: Aparthotel, Residence, Business Appartements, All Suite Hotel, Wohnen auf Zeit oder Extended Stay Hotel. Grundsätzlich sollte eine befristete Bleibe einen getrennten Wohn- und Schlafbereich haben sowie eine kleine Küche mit Kochplatten und Külschrank für Selbstversorger. Der eigene

Briefkasten und die Türklingel gehören ebenfalls dazu. Service wie Frühstück, Wäschewechsel oder Reinigung können gebucht werden, sind aber kein Muss wie im Hotel. Anett Gregorius nimmt in ihre Vermittlungs-Datei vorzugsweise Objekte auf, die mindestens 30 Quadratmeter groß sind.

Der Hamburger Immobilienberater Achim Georg hat in einer Marktuntersuchung festgestellt, dass der Schwerpunkt des Angebots bei 30 bis 60 Quadratmetern Wohnfläche liegt. Die Stan-

dards sind nicht definiert, außer wenn die Apartments Teil eines klassifizierten Hotels sind. Deshalb hat der TÜV Rheinland zusammen mit Boardinghouse Consulting ein „Boarding House Service Quality System“ entwickelt. Es legt Serviceanforderungen fest und ordnet die Häuser ein in Kategorien von AA (Economy für einfache Ansprüche) bis AAAAA (Excellent für höchste Ansprüche).

Die Klassifizierung hängt davon ab, wie viel Prozent der Vorgaben ein Haus erfüllt. „Ziel des Systems ist es, Mindest-

standards zu definieren und mehr Transparenz für Reisende zu schaffen“, sagt Olaf Seiche, Tourismusexperte beim TÜV. Sieben Apartmenthäuser mit mehr als 500 Einheiten sind bisher zertifiziert worden. Das Siegel gilt drei Jahre lang, wobei einmal jährlich eine Kontrollprüfung stattfindet. Achim Georg meint dagegen: „Ich halte eine Vereinheitlichung der Standards nicht unbedingt für erforderlich, da sich der Boardinghausbereich zunehmend mit Hotelkonzepten mischt.“

loi