



Reiner Nittka, CEO der GBI Holding, warnt trotz des Hypes um das Serviced-Apartment-Segment davor, Zimmer in bestehenden Hotels für den Longstay einfach umzuwandeln.

#Monotalk

Interview zum Thema Projektentwicklungen

Die GBI Holding hat in den vergangenen Jahren mehr Hotels in Deutschland entwickelt und gebaut als jedes andere Unternehmen. Reiner Nittka, Vorstandssprecher und CEO der GBI Holding, ist damit nicht nur einer der profiliertesten Immobilien-Experten, sondern auch ein profunder Kenner der Spezialimmobilie Hotel mit all ihren Vorteilen und Tücken.

Die Pandemie hat den Hotelimmobilienmarkt wie kaum einen anderen durcheinandergeschüttelt. Im Tophotel-Interview erläutert der 58-Jährige, wie sein Unternehmen aktuell zu Hotelentwicklungen steht, nach welchen Standorten trotz allem Ausschau gehalten wird und welche Anforderungen Hotelbetreiber durch die Pandemie an die Immobilie stellen.

Tophotel: Herr Nittka, es ist in der Branche ruhiger um die GBI Holding geworden. Entwickeln Sie überhaupt noch Hotels?

Reiner Nittka: Das werde ich kurioserweise immer wieder gefragt. Ja, wir entwickeln noch Hotels. Auch wenn wir unseren Schwerpunkt aktuell in Richtung Wohnungsbau verschoben haben. Im Dezember 2021 haben wir fünf Hotels an ihre Eigentümer übergeben: Das Trio aus Adina, Hampton by Hilton und Premier Inn in Düsseldorf an die DWS Group, das Intercity Hotel in Wiesbaden an Commerz Real und das Premier Inn in Nürnberg an die Bayrische Versorgungskammer BKV. Seit Herbst 2020 ist zudem für die BKV die Kombination aus Adagio und Intercity Hotel in Heidelberg im Bau. In Lübeck bauen wir das Intercity Hotel für Commerz Real. 2022 werden wir mit dem Bau eines Premier Inn in Duisburg beginnen. Entstehen werden auch zwei Hotels in Hamburg, ein sehr großes, ursprünglich mit NH geplantes Intercity Hotel in der Spaldingstraße mit einem Gesamtvolumen von 70 Millionen Euro und ein Viersterneplus-Lifestyle-Boutiquehotel in einem Mixed-Use-Quartier in der Hafencity.

Die Verträge für diese Projekte wurden vor der Pandemie unterzeichnet. Wie steht es um neue Entwicklungen?

Dass wir bisher keine weiteren Projekte verkünden konnten liegt nicht an unserem Unwillen, sondern vor allem am Mangel an Grundstücken zu vernünftigen Preisen. Ich habe im vergangenen Sommer persönlich alle größeren, noch expansionswilligen Hotelgesellschaften aufgesucht und wurde von deren Entwicklern gefragt, ob ich alle Grundstücke für Projekte horte, weil nichts auf dem Markt ist. Erschwerend kommt hinzu, dass einige Hotelinvestoren sehr vorsichtig geworden sind. Die Pandemie hat sie stark betroffen. Dabei entstand ein neuer Begriff, den ich bisher so nicht kannte: die sogenannte Collection Rate. Darunter verstehen die Eigentümer, wieviel Prozent der Miete noch ausstehend ist. Ein großes Immobilienunternehmen verkündete zum Jahresende 2021, dass dort noch 25 Prozent der Mieten im Hotelbereich ausstehen. Da fragt man sich natürlich zu Recht, ob und wie diese Gelder jemals wieder eingetrieben werden können.

Auf welche Art von Betreiber konzentrieren Sie sich bei neuen Projekten?

Wir setzen aktuell sehr stark auf Marken wie Premier Inn, Motel One, Staycity oder Deutsche Hospitality, die bevorzugt auch Owner Operator sind oder eine besonders starke Bonität vorweisen. Bei Staycity überzeugt uns auch das Konzept sehr, eine Mischung aus Boutiquehotel und

”

Dass wir bisher keine weiteren Projekte verkünden konnten, liegt am Mangel an Grundstücken zu vernünftigen Preisen.“

Reiner Nittka, Vorstandssprecher und CEO der GBI Holding

Serviced Apartment. Nach der Finanzkrise 2008 hatten wir die gleiche Strategie eingeschlagen und auf die Owner-Operator-Marken Citadines und Adina gesetzt.

Das heißt, Sie rechnen mit weiteren Übernahmen oder sogar Insolvenzen im Betreiberbereich?

Ich denke schon, dass es zu weiteren Mergers and Acquisitions kommen wird. Dass dies länger dauert, als viele zunächst annehmen, liegt zum einen am guten Sommergeschäft, zum anderen an staatlichen Unterstützungen.

Welche Modelle zwischen Eigentümer und Mieter beziehungsweise Pächter haben Sie in dieser Durststrecke kennengelernt?

Wir haben mit dem Fonds, für den wir als Investment- und Asset-Manager tätig sind, mit den Betreibern zusätzliche mietfreie Zeiten vereinbart und dafür die Laufzeiten der Verträge verlängert oder Indexanpassungen vorgenommen. Das ist ein sehr faires Modell, sodass wir mittlerweile wieder bei 100 Prozent der Mieteinnahmen liegen. Von anderen Eigentümern weiß ich, dass sie Mieten wiederholt gestundet haben. Irgendwann wird sich die Frage stellen, ob man diese wieder vollständig eintreiben kann.

Welche Konsequenzen ziehen Mieter daraus?

Die meisten haben zunächst versucht, sich von uninteressanten Standorten zu trennen. Doch das ist nicht so einfach, vor allem wenn es sich um Standorte mit einem hohen Investitionsstau und wenigen Zimmern handelt.



Hotels zu bauen ist sehr schwierig geworden. Es funktionieren fast nur noch Übernahmen, Umbauten und Renovierungen.“

Reiner Nittka, Vorstandssprecher und CEO der GBI Holding

Sind die Preise für Hotelimmobilien durch die Pandemie gesunken?

Die Kauffaktoren sind etwas niedriger. Aber ich messe das auch nicht an dem völlig überhitzten Markt von Herbst 2019, als das 30-fache der Pachtsumme für eine Immobilie bezahlt wurde, sondern eher an 2018. Und gemessen daran ist der Faktor um zwei bis drei Punkte niedriger. In Stuttgart soll das Paket aus Adina und Premier Inn von Strabag zum Beispiel für das 26,5-fache verkauft worden sein. In dem Bieterverfahren kurz vor der Corona-Pandemie wurde das 30-fache aufgerufen.

Die Preise können auch nicht weiter sinken, weil die Grundstückspreise enorm gestiegen und die Baukosten explodiert sind. Wir haben die Preise für unsere Projekte um acht Prozent erhöhen müssen. Hinzu kommt, dass sich die Bauzeiten mangels Handwerkern verlängern, und es herrscht Materialknappheit, die Logistik ist durch die Pandemie unterbrochen.

Wird es zu mehr Umwandlungen von Hotels und Projekten in andere Immobilientypen kommen?

Dies geschieht bereits. Es gab eine Zeit, in der Büros in Hotels umgewandelt wurden, heute ist es eher wieder umgekehrt. Die Büroentwickler kaufen uns alles weg. Ein Vorstand einer großen Versicherung hat mir vor Kurzem erzählt, dass er 500 Quadratmeter Bürofläche hinzu gemietet hat, damit die Abstände zwischen den Mitarbeitern ausgeweitet werden können. Hotels zu bauen ist sehr schwierig geworden. Es funktionieren fast nur noch Übernahmen, Umbauten und Renovierungen. Und: Die Standorte haben sich verschoben, von A und B auf C

und D. Dort suchen inzwischen auch verstärkt Marken wie Premier Inn, Deutsche Hospitality oder Motel One.

Stellen Hotelbetreiber heute andere Anforderungen an die Immobilien als vor der Pandemie?

Wichtiger denn je ist die Digitalisierung. In unseren Smartments haben wir dieses Thema enorm vorangetrieben und kooperieren jetzt mit Hotelbird. Davor gab es keinen All-inclusive-Anbieter. Die Komplettlösung von Hotelbird kombiniert App, Buchungssystem und Check-in-Automat. Wir erreichen jetzt eine Direktbuchungsquote von 75 bis 80 Prozent. Das beinhaltet unsere eigene Website, die gemeinsame App mit Hotelbird, oder eben online von unterwegs und einen kleinen Anteil über den Frontdesk. Wir sparen durch die Digitalisierung richtig viel Geld, unsere Rezeption ist nur noch montags bis freitags von neun bis 19 Uhr besetzt.

Ein weiterer Trend ist die Steigerung der Flächeneffizienz. Wir suchen immer gemeinsam mit den Betreibern nach weiteren Möglichkeiten, die Kosten zu senken. Das reicht von der Zimmergröße über Zimmerachsen bis zum Verlegen von Teppichböden ohne Druckmuster, weil dabei weniger Verschnitt entsteht. Außerdem möchten wir mit unseren Hotels hohe Energieeffizienzstandards erreichen. Unser Intercity-Hotel-Projekt in Bielefeld wird den Standard BEG 40 erfüllen. Es wird das erste Hotel sein, das diesen hohen Standard erfüllt. Wir konnten damit das Kaufinteresse daran steigern. Jeder Investor will heute gern ein Energieeffizienzhotel in seinem Portfolio haben.

Wie beurteilen Sie den Hype um den Serviced-Apartment-Markt?

Dieses Segment wird in den kommenden Jahren noch spannender werden. Es kommen neue Player dazu. Fakt ist, dass die Performance von Serviced Apartments während Corona deutlich besser war. Wir haben Daten erhoben, wie sich unsere Smartment Business im Vergleich zu Hotels entwickelten. Bisher sind wir mit dieser Marke mit einem blauen Auge davongekommen. Wir erreichen heute wieder Belegungen von rund 80 Prozent. Die meisten Gäste bleiben 30 Tage. Es gab wenig Stornierungen, weil diejenigen, die gebucht hatten, auch in Homeofficezeiten dort blieben. Das ist auch unseren verhältnismäßig niedrigen Preise zu verdanken. Gäste, die aus unterschiedlichen Gründen nicht zuhause arbeiten können, tun dies dort. Wir konnten in der Pandemie drei Smartment-Häuser verkaufen. Ich warne Hoteliers allerdings davor zu glauben, dass man Zimmer in bestehenden Häusern einfach in Serviced Apartments umwandeln kann: Das sind Totgeburten. Der Serviced-Apartment-Markt folgt seinen eigenen Gesetzen.

Interview: Susanne Stauß