

# „Mixed Use wird Standard“

Reiner Nittka ist Chef des größten Hotelentwicklers in Deutschland, der GBI AG. Er berichtet vor Beginn der Expo Real in München über neue Bewegungen auf dem Markt.



Foto: Nittka

## Reiner Nittka

**GEBOREN:** 1963 in Friedrichshafen  
**AUSBILDUNG:** Studium FU Berlin (Politikwissenschaften, Publizistik, Amerikanistik)  
**STATIONEN:** Berliner Staatskanzlei, persönlicher Referent des Regierenden Bürgermeisters Walter Momper, Leitungspositionen Treuhandanstalt, Berliner Landesentwicklungsgesellschaft  
**HEUTIGE POSITIONEN:** Vorstandssprecher der GBI AG (seit 2016) und seit 2018 auch Vorstandssprecher der GBI Holding AG

**Herr Nittka, die Expo Real beginnt bald. Seit Jahren ist die Stimmung hervorragend, wie ist es in diesem Jahr?** Wir machen unseren Stand ein bisschen größer, aber es gibt wohl einige, die ihre sehr großen Stände etwas reduzieren. Meine Einschätzung lautet: Wir bewegen uns etwa auf Vorjahresniveau.

**Spüren Sie die konjunkturelle Eintrübung?** Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung ist eine Sache. Tourismus und Reisen, insbesondere Dienstreisen, werden bei einer Konjunkturdelle relativ früh eingebremst. Aber aus der letzten Krise heraus haben sich viele Hotelunternehmen neu aufgestellt. Motel One war einer der Gewinner, viele neue Produkte sind insbesondere im 3-Sterne-Economy-Bereich entstanden. Wenn es zu einer Abschwächung kommen sollte, sind die Hotels diesmal deutlich besser gerüstet als bei der letzten Finanzkrise. Auf der Investimentsseite spüren wir keinen Rückgang. Hotels sind mittlerweile so stark in den Fokus gerückt, dass es immer mehr Investoren gibt, die sich damit beschäftigen.

**Schon vor knapp zwei Jahren haben wir über die gefühlte Hotelschwemme gesprochen. Sie sagten damals, die Zahl der Hotelzimmer steige trotz der vielen Neubauten nur um 1 Prozent jährlich, weil viele alte Hotels dichtmachen.** Der Anstieg ist weiter moderat. Viel wichtiger ist, dass die lokalen Märkte extrem auseinanderfallen. So gibt es etwa in Düsseldorf eine sehr starke Angebotserhöhung, die Nachfrage bleibt etwas darunter. In Berlin hingegen ist die Entwicklung anders. Wir beobachten einen massiven Zuwachs im Tourismus sowie im Business und haben nach wie vor eine Unterdeckung bei den Hotels. Gleichzeitig gibt es eine deutliche Erhöhung des RevPar. Berlin koppelt sich von der nationalen Ebene ab, wird zu einer richti-

gen europäischen Hauptstadt. Je nach Region gehen viele Privathotels aus dem Markt, etwa in Köln oder Karlsruhe.

**Wie sieht Ihre Pipeline aus und wie verändert sich das Portfolio?** Wir haben zehn Hotels im Bau und zehn weitere Hotels mit Baubeginn in den nächsten ein bis zwei Jahren. Der Nutzungsmix wird immer offener. Wir haben Hotels bisher bereits mit einer Kita oder einem Studentenwohnheim kombiniert. Nun kommt das Hotel plus Wohnen und mit Büros. Es gibt immer weitergehende Anforderungen von Städten, die durchmischte Konzepte haben wollen. Hamburg wünscht etwa bei der Ausschreibung ein Hotelkonzept, das es bisher in der Hansestadt nicht gibt. Es soll mit Co-Working und Co-Living sowie studentischem Wohnen und mit Büros kombiniert werden.

**Was ist der Vorteil von Mixed Use und wie weit greifen Hotels und Gastronomie ineinander?** Damit wird die Attraktivität eines Quartiers gesteigert. Es wird lebendig mit unterschiedlichen Angeboten, die sich ergänzen und aufeinander aufbauen. Das ist durchdacht und wird Standard. Wir haben das schon an mehreren Standorten erfolgreich praktiziert. Auch die Mischung mit Gastronomie wird immer stärker gefordert. So gibt es bei unserem Projekt am Hauptbahnhof Düsseldorf den nachhaltigen Wunsch, eine große Gastronomie mit guter Qualität unabhängig vom Hotel unterbringen. Da kommen Anbieter wie Block House oder Dean & David infrage. In Berlin Karlshorst haben wir unsere Smartments business mit einem Nettomarkt und einem Café kombiniert. Das funktioniert hervorragend. Und für Investoren ist es wichtig, die Mieterstruktur zu diversifizieren.

**Dauret der Boom bei Serviced Apartments an?** Der steigt sogar noch. Es ist

ein großes Thema, das erst so richtig in den Markt reinkommen muss. Unsere bisherigen sechs Häuser laufen sehr gut. Die Aufenthaltsdauer liegt im Durchschnitt bei 30 Tagen. Zwei weitere Häuser sind im Bau, drei in der Planung. In diesem Bereich kommt intelligente, digitale Zugangstechnologie – beim keyless entry öffnet man alle Türen mit dem Smartphone – stark zum Zuge, da wir unsere Personalkosten schlank halten und es keine klassische Rezeption gibt.

**Sind A-Standorte heutzutage noch machbar?** Während die Preise für die Einheimischen eine große Belastung sind, erscheinen sie aus internationaler Sicht marktgerecht. Früher war zum Beispiel Berlin ein Schnäppchen, heutzutage ist es vergleichbar mit anderen internationalen Großstädten. Insofern bleiben auch A-Standorte reizvoll.

**Wie wird sich die Klimadiskussion auf die Hotellerie auswirken?** Das wird letztlich der Ferienhotellerie in Deutschland Auftrieb geben. Diese ist noch underdeveloped. In der Breite fehlt es noch an mehr – auch internationalen – Marken mit Strahlkraft. Aber ich bin optimistisch. Derzeit ist zu beobachten, dass sich intelligente und kreative Köpfe mit viel Erfahrung dem Thema widmen. Mit Arcona, Arborea, Upstalsboom, Heimathafen Hotels, Bikini Island & Mountain Hotels von 25hours sowie Travel Charme gibt es schon einige interessante Player.

**Ist die GBI dabei?** Wir haben vor der Finanzkrise zweimal mit Tui zusammengearbeitet auf Sylt und in Fleesensee. Es war damals schwer, eine Finanzierung zu bekommen, wir haben lange nach einem Investor gesucht. Wahrscheinlich waren wir zehn Jahre zu früh dran, wir beobachten den Markt jetzt erst einmal. Meine These ist, dass die Ferienhotellerie in den nächsten

Jahren ein Thema für die klassischen Fonds sein wird. Es ist viel Geld im Markt. Auch internationale Ketten wie Hyatt oder Mövenpick, die im Ausland Ferienresorts haben, werden Deutschlands Ferienregionen entdecken.

**Sie betreten Neuland mit einem Hotelfonds der Bayerischen Versorgungskammer (BVK). Welche Rolle spielt die GBI dabei?** Wir sind Berater und Manager für das Mandat, die BVK stellt die Mittel zur Verfügung und Universal Investment die Plattform. Zudem sind wir für die Due Diligence und somit für sämtliche Ankaufs- und Verkaufsprozesse des Fonds zuständig. Dieses Know-how ist in der GBI als größtem deutschen Hotelentwickler vorhanden. Das Ankaufsprofil des Fonds sieht vor, dass nicht nur in A- oder B-Standorte investiert wird, sondern auch in Städte mit mindestens 100.000 Einwohnern. Wir suchen in der DACH-Region, Ferienhotels sind bis dato nicht vorgesehen. Der Fonds umfasst zunächst bis zu 500 Mio. Euro, das entspricht 15 bis 17 Hotels. Bei Bedarf kann der Fonds aufgestockt werden. Wir wollen einen ordentlichen Mix hinbekommen aus Bestand, Entwicklungsprojekten und Häusern, die bald in Betrieb gehen. Seit Januar haben wir mehr als 250 Hotelinvestments geprüft, davon kommen etwa 5 Prozent in die engere Wahl. Drei Objekte wurden angekauft.

**Sind mit einem solchen Hotelfonds heute noch fünf Prozent Rendite erzielbar?** Dazu geben wir keine Stellungnahme ab.



## Das Unternehmen

Die GBI AG und ihre Schwester-gesellschaft GBI Wohnungsbau GmbH entwickeln Hotel-, Apartment- und Wohnprojekte. Die Hotelprojektentwicklungen umfassen rund 14.000 Zimmer. Muttergesellschaft ist die GBI Holding AG, eine 100-prozentige Tochter der Moses Mendelssohn Stiftung.



Chefredakteur  
**Rolf Westermann**  
 E-Mail: r.westermann@ahgz.de