



GEWERBLICHES WOHNEN: NEUER HYPE ODER NACHHALTIGES INVESTMENT?

Online-Presskonferenz
31. Januar 2020

AGENDA



Karsten Jungk
Geschäftsführer, Partner
Wüest Partner Deutschland

01 Marktüberblick



H. DuMont-Schütte
Geschäftsführer
STAYERY

02 Betreiber-
perspektive



Niels Berl
Director
The Collective Deutschland

03 Co-Living



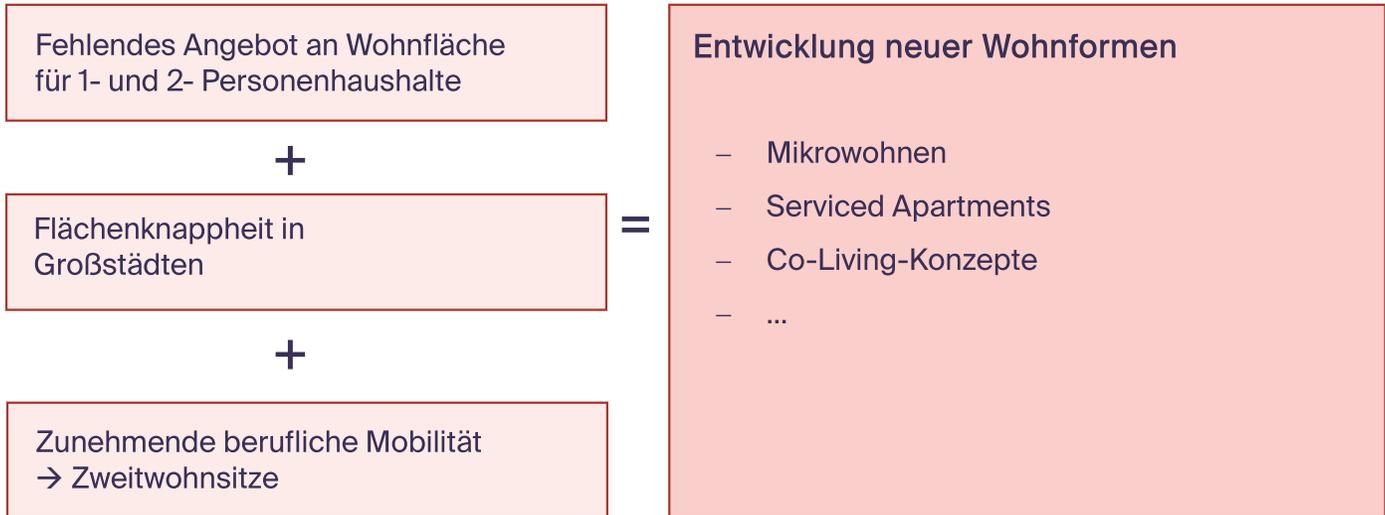
Alexander Lackner
Geschäftsführer
CR Investment Management

04 Serviced
Apartments als
Investmentprodukt

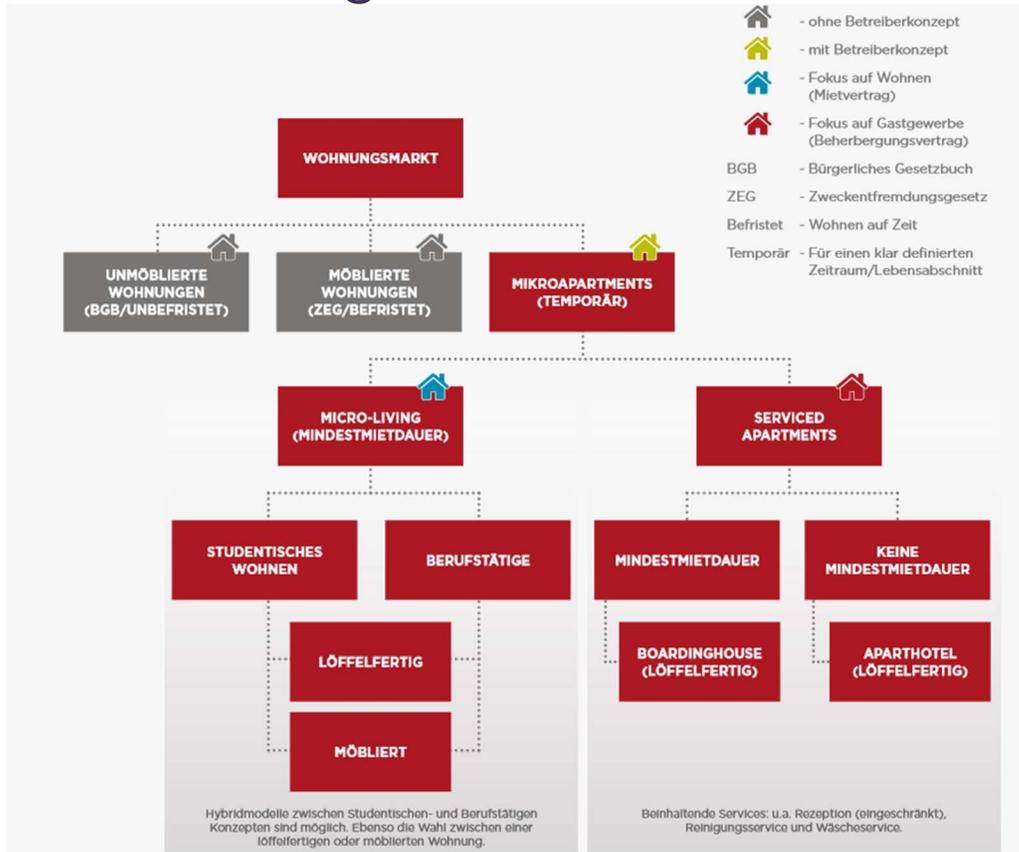
Gewerbliches Wohnen in Deutschland

Karsten Jungk, Geschäftsführer und
Partner, Wüest Partner Deutschland

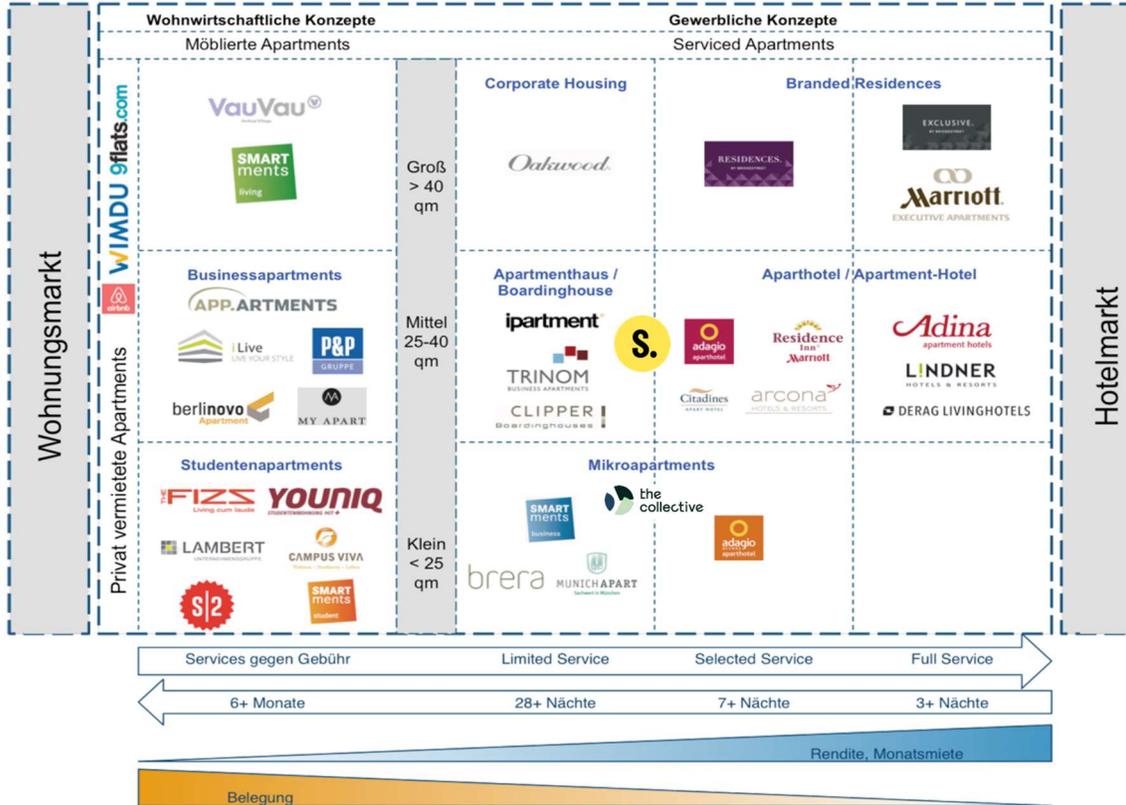
Warum „Neue Wohnformen“?



Struktur Wohnungsmarkt



Gewerbliches Wohnen



Studentenwohnen

- In 61 deutschen Studentenstädten rund 262.000 Wohnplätze für Studierende vorhanden, knapp 184.000 davon werden durch öffentliche Träger, ca. 78.000 durch privatwirtschaftliche Träger bereitgehalten
- privatwirtschaftliche Akteure stellen mittelfristig rund 32.000 zusätzliche Einheiten zur Verfügung
(Quelle bulwiengesa & Union Investment)

Gegenüber Serviced Apartments verfügen privatwirtschaftliche Studentenwohnungen in der Regel über...

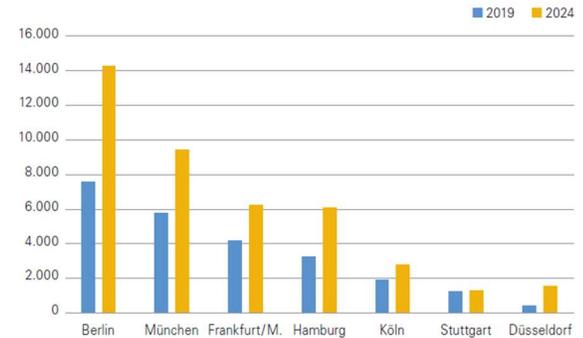
...mehr Gemeinschaftsflächen (Küchen, Gemeinschaftsräume, Fitness Studio...)

...eine einfachere Ausstattung

...fokussieren sich auf die Zielgruppe Studenten

...bieten auch Services, jedoch nicht so umfangreich und qualitativ hochwertig

Bestand an privatwirtschaftlich betriebenen Wohnplätzen in den deutschen A-Städten



Quelle: bulwiengesa

Serviced Apartments

- **Nische zwischen Hotels und Wohnungsmarkt**
- **Bestand:**
 - 35.500 Serviced Apartments in 2018
 - Anteil Serviced Apartments am Hotelmarkt: 3% in 2018
- **Prognose:**
 - wachsendes Marktsegment: Bis 2021 ca. 4.300 neue Einheiten von Serviced Apartments (Deka)
- Standorte: insbesondere Metropolen Frankfurt (Main), Berlin, Hamburg, Düsseldorf, München
- Zukünftige Entwicklung in Deutschland: 2. Platz hinter UK (7.500 geplant) und vor Irland (2.800 geplant)
- Anteil am Hotelmarkt steigt bis 2030 auf 10%

HOTELMARKT	SERVICED APARTMENTS	WOHNUNGSMARKT
Shortstay		Longstay
Vollmöbliert	Vollmöbliert + Apartmentcharakter (1-3 Zimmer)	Unmöbliert/ (teil)-möbliert
24-Stunden-Rezeption	Teilweise Rezeption, aber eingeschränkter Servicezugang	Keine Rezeption
Komplettes Serviceangebot	Geringes Angebot bis hotelähnlichem Service	i.d.R. keine direkten Serviceleistungen
Evtl. Kitchenette, ergänzt durch Rooms-service	i.d.R. Küchenzeile, unterstützendes Serviceangebot	i. d. R. Küchenzeile

Quelle: Catella 2018

„Home away from home“

Serviced Apartments

Nachfrage:

- **Zielgruppe:** überwiegend Businesspeople, die möblierte Wohnung benötigen „Young Professionals“, Expatriate, Pendler, Touristen oder neu Zugezogene; hauptsächlich Einzelpersonen
- **Dienstleistungen:** Reinigungsservice, Rezeption, Verpflegungsangebote etc.
- Variiert von „Limited“ bis „Full Service“
- Eher geringerer Anteil an Gemeinschaftsflächen verglichen mit Studentenapartments und Co-Living

Ansprüche/ Bedarf der Zielgruppen:

- Urbane Lage: zentral, Anbindung an ÖPNV, Nähe zu Messen/ Veranstaltungszentren; Berufliche Mobilität nimmt zu = flexible Laufzeiten notwendig
- Nachfrage nach Serviceangeboten
- Erhöhter Anspruch an Wohnkomfort
- Varianten der Mieten: „All-In“ (inklusive Umsatzsteuer) vs. Services gegen zusätzliche Gebühren

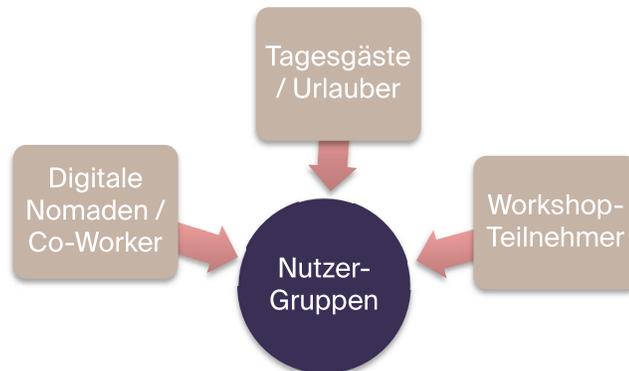
Co-Living

Key Facts:

- Mischform aus Arbeits- und Wohngemeinschaft zur Miete für kurz- und längerfristige Aufenthalte
- Co-Working Vorstufe → Co-Living ist extended Version
- Möblierung wird gestellt mit unterschiedlichen Services (z.B. Reinigung)
- Ursprung in Kalifornien → 2006 erstes Wohnprojekt
- Preisspanne zwischen 550 und 2.000 EUR, abhängig von Ort, Zimmergröße und Leistungspaket



Quelle: <https://www.handelszeitung.ch/unternehmen/edel-wgs-deutscher-anbieter-bringt-co-living-nach-zurich>



Top Anbieter:

- Medici Living Group
- Homefully
- Projects
- Rent24
- LifeX
- Caasa
- Blockpit
- WeWork

Investmentmarkt

Transaktionsvolumen Deutschland Studentisches Wohnen und Mikroapartments Q3 2019 (CBRE)

- Rückgang Investmentvolumen um minus 54 Prozent auf 712 Mio. EUR bis Ende September 2019 aufgrund von Produktmangel
- Prognose Transaktionsvolumen 2019: ca. 1 Mrd. EUR.

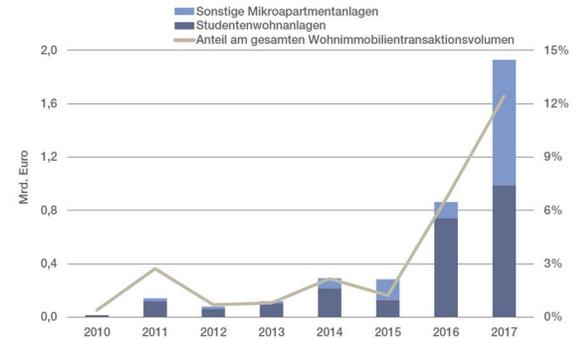
Transaktionsvolumen Deutschland Mikroapartments 2018: 1,5 Mrd EUR (Cushman&Wakefield)

- Serviced Apartments: 235 Mio. EUR Transaktionsvolumen in 2018 (Catella)
- Studentenapartments: 305 Mio. EUR Transaktionsvolumen in 2018 (bulwiengesa)

Transaktionsvolumen temporäres Wohnen in 2017: ca. 1,93 Mrd. EUR

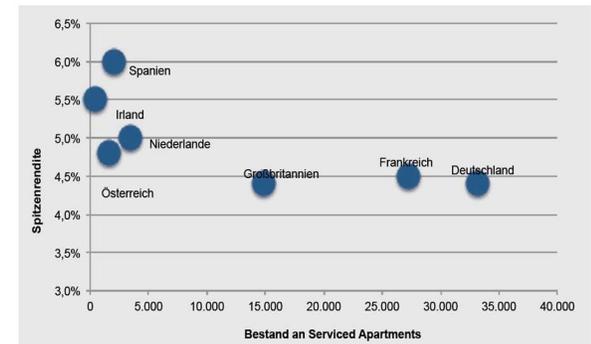
- 940 Mio. EUR (Mikroapartments) + 990 Mio. EUR (Studentenwohnanlagen) (Savills)
- Demographische Entwicklungen (Verkleinerung der Haushaltsgröße, wirtschaftliche Stabilität der Metropolen) bilden vielversprechende Zukunftsaussichten für Investoren

ABB. 1 Investmentmarkt für Immobilien des Temporären Wohnens

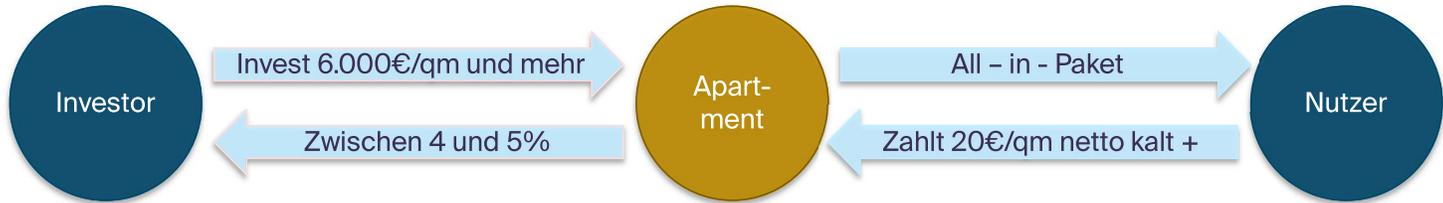


Quelle: Savills

Investment-Hotspots in Europa – Serviced Apartments



Wirtschaftlichkeitsanalyse



- Hohe Kaufpreise für Investoren besonders in Toplagen
- höhere Rendite als im klassischen Wohnen
- Bauprozesse vereinfachen und Baukosten sparen durch Building Information Modeling und Modulares Bauen
- Durchsetzung hoher Miete – langfristig (?) lukrative Investition - Bevölkerungsentwicklung

Investitions-
freudigkeit
Geldgeber



Hohe
Nachfrage
der Nutzer



Vergrößerung des
Marktgeschehens
Micro Living

Marktpotenzial neuer Wohnformen

- Für **Studentenapartments** liegt das Marktpotenzial bei ca. 67.500 möblierte Apartments deutschlandweit (bulwiengesa + Union 2019)
- Nationale Anbieter dominieren den Markt
- Potenzialstandorte: Berlin, Hamburg, Frankfurt a. M., Düsseldorf, München, Köln, Stuttgart, Hannover, Leipzig, Nürnberg (C&W)
- Wirtschaftlich starke Metropolen mit sich wandelndem Arbeitsmarkt (Co-Working, Projektstrukturen, beruflich bedingte Mobilität)
- Die hohe Zahlungsbereitschaft bei temporär auswärts wohnenden Berufstätigen und/oder den sie beschäftigenden Unternehmen in Verbindung mit Dienstleistungen und/oder Communityaspekten (Co-Living) bildet einen Mehrwert gegenüber dem klassischen Wohnmarkt

Prognose & Ausblick

Micro Living

- Nachfragegröße von Micro Living bleibt unbekannt, weil eher temporäre Nutzung
- Nachfrage eher von junger Altersstruktur geprägt
- 70% der Haushalte über 40 Jahre, unklar ob diese Altersgruppe Micro Living nachfragt
- Vieles spricht allerdings noch für Wachstum
- Sehr abhängig von der Bevölkerungsentwicklung in den jüngeren Alterskohorten



4.300 geplante
Einheiten bis 2021
Serviced Apartments



Serviced Apartments
10% Anteil
Hotelmarkt 2030



Über 6.000
geplante Einheiten
Mikroapartments

Karsten Jungk MRICS
Partner, Geschäftsführer
T +49 30 2576 087 0
karsten.jungk@wuestpartner.com

Wüest Partner Deutschland
W&P Immobilienberatung GmbH
Litfaß-Platz 2
10178 Berlin
Germany
wuestpartner.com



STAYERY.

**SERVICED APARTMENTS AUS
BETREIBERPERSPEKTIVE**

SERVICED APARTMENTS: DAS KONZEPT

- Serviced Apartments wie STAYERY sind ein **gewerbliches** Konzept
- Bieten den Komfort einer **Wohnung** und den Service eines (Limited) **Hotels**
- Apartments sind **möbliert** und haben eine vollausgestattete **Kitchenette**
- Je nach Betreiber befinden sich im Haus **Gemeinschaftsflächen** für die Bewohner
- Aufenthalte sowohl im **Shortstay** (1 bis 6 Nächte) als auch im **Longstay** (bis zu 6 Monate)



STAYERY: DAS MODERNE SERVICED APARTMENT



- _____ 2016 von Robert Grüşow (32) und Hannibal DuMont Schütte (29) gegründet
- _____ Geprägt durch **klare Zielgruppe**, modernes Design, viel Technology und eine lebendige Community
- _____ Die Serviced Apartment Marke für jung gebliebene Geschäftsreisende, die „**Young Professionals**“
- _____ Berlin: > 85% Auslastung bei einem ø Aufenthalt von ca. 28 Tagen
- _____ **211 Einheiten in Betrieb** und über **400 Einheiten** in der gesicherten **Projektpipeline**

GESCHÄFTSREISENDE ALS PRIMÄRE ZIELGRUPPE



BERUFSWECHSLER

Übergangswohnung
(für 2-3 Monate)



PENDLER

Zweitwohnung
(dauerhaft)



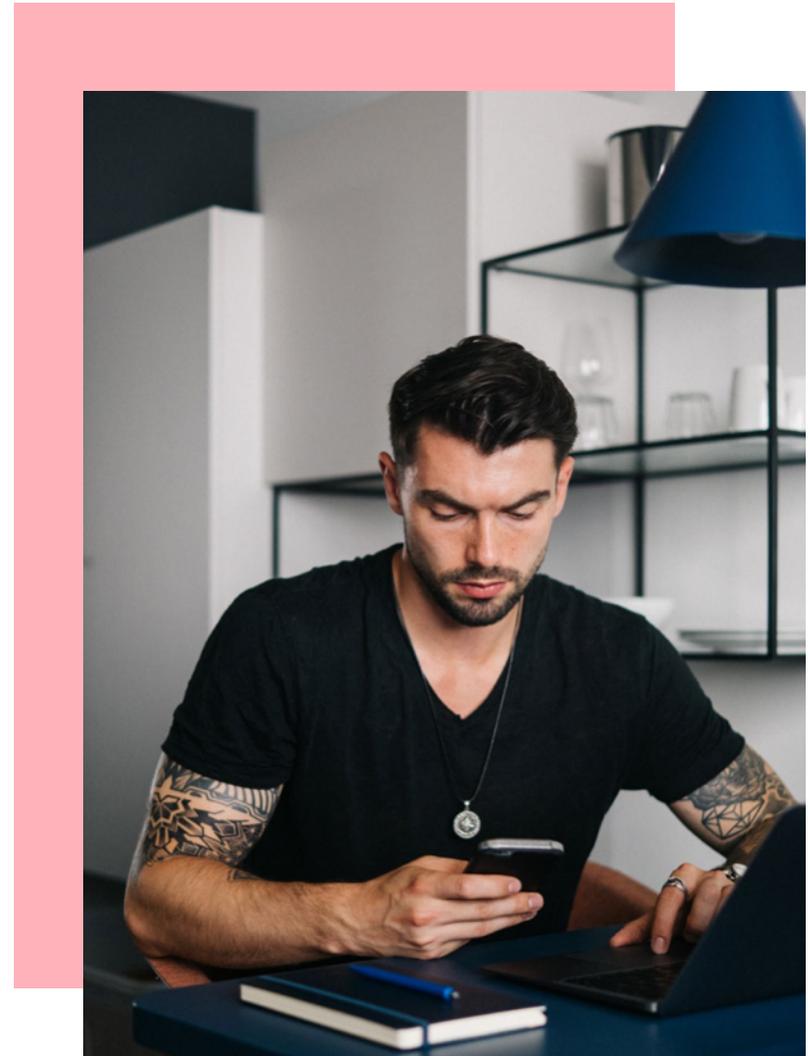
PROJEKTMITARBEITER

Unterkunft auf Zeit
(für 2-3 Monate)

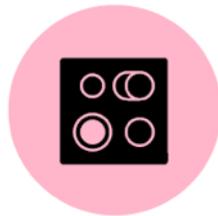


AUSZUBILDENDE

Unterkunft für Training
(für 1-2 Monate)



DIE AUSTATTUNG FÜR DEN SUPER AUFENTHALT AUF 22 QM



KITCHENETTE



**KOMFORTABLES
BETT**



REGENDUSCHE



**WEICHE
BETTWÄSCHE**



**HIGHSPEED
WLAN**



SMART TV



**STREAMING
FUNKTION**



USB CHARGER

GROSSE & KLEINE STANDORTE SIND FÜR DAS PRODUKT SPANNEND

BERLIN



_____ Nachfragegenerator: Start-Up Szene mit viel internationaler Belegschaft

_____ Angebotskriterien: Knapper Wohnraum, sehr „hippe“ Stadt

_____ STAYERY: Urbaner Standort („Szenekiez“) mit Nahversorgung und gutem ÖPNV-Anschluss

BIELEFELD



_____ Nachfragegenerator: Deutscher Mittelstand (Goldbeck, Schüco, Oetker)

_____ Angebotskriterien: Unterentwickelter Hotelmarkt, wachsender Uni-Standort

_____ STAYERY: Urbaner Standort mit exzellentem ÖPNV-Anschluss und fußläufig zur Altstadt

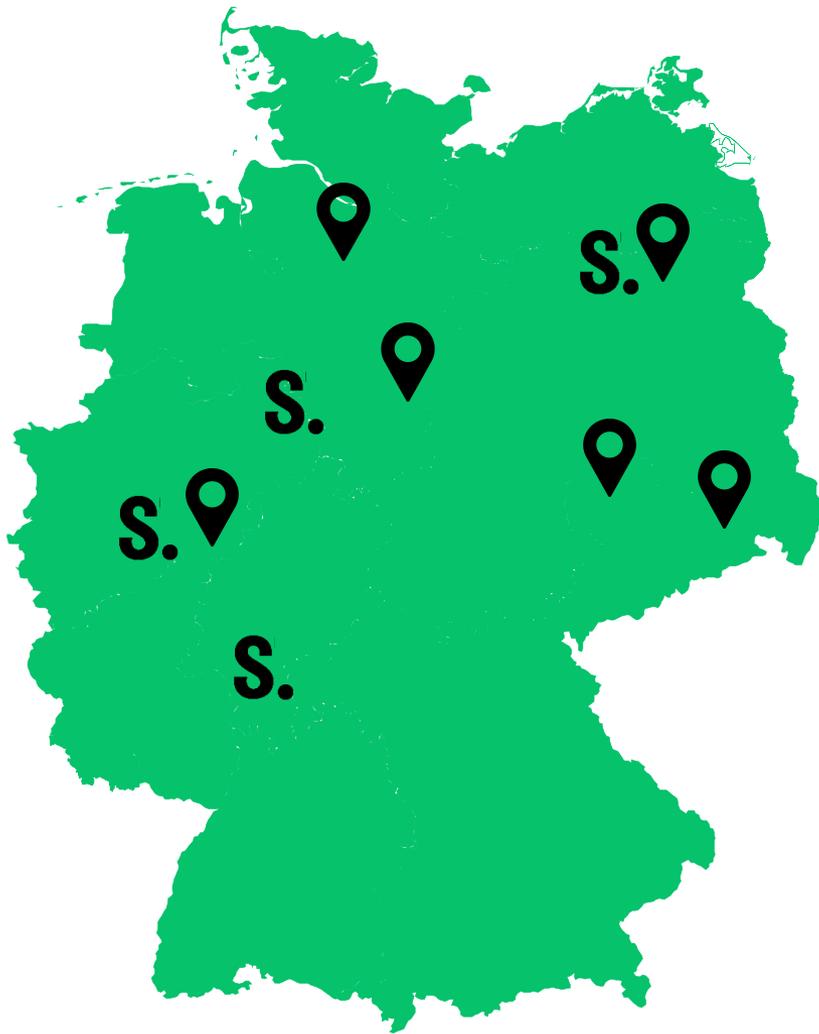
WAS MACHT STAYERY ANDERS UND BESONDERS



- _____ Marke bedient eine **klare Zielgruppe** und richtet das Produkt nach ihr aus
- _____ **Einzigtiges Branding** und **Design**, u.A. vom bekannten Architekten der 25hours Hotels Studio Aisslinger
- _____ **Konsequente Digitalisierung** der Customer Journey und der internen Prozesse
- _____ **Community Gedanke** wird durch Mitarbeiter und Gemeinschaftsflächen gelebt
- _____ Bauseitig dank durchdachtem Konzept sehr **skalierbar** und auf kleine und große Häuser (50 – 200 Apartments) anwendbar

UND WO IST JETZT DER UNTERSCHIED ZU EINEM HOTEL?

	HOTEL	SERVICED APARTMENT
AUFENTHALTSDAUER	Fokus auf Shortstay-Aufenthalte	Fokus auf Mid- und Longstay-Aufenthalte
SERVICELLEISTUNG	Full-Service (24h Rezeption, tägliche Reinigung)	Eingeschränktes Serviceangebot (16h Rezeption, 1x wöchentlich Reinigung)
VERPFLEGUNG	i.d.R. inkl. Frühstücksangebot und/oder Restaurant	Küche zur Selbstverpflegung, i.d.R. reduziertes F&B Angebot (Selbstbedienung)
CHARAKTER	„sleep“ – Übernachten im Vordergrund und nicht das Wohngefühl	„stay“ – komfortables Wohnen inklusive sozialer Interaktion
LOKALER BEZUG	i.d.R. geringer lokaler Bezug	Integration durch lokale Kooperationen
HAUSGRÖSSE	eher ab 100 Zimmer	ab 30 bis 150 Apartments



WACHSTUM WIRD DURCH PARTNER MITFINANZIERT

- STAYEREY fungiert als **Betreiber** und entwickelt die Objekte gemeinsam mit Partnern
- **Joint Venture** mit CBRE GI & CR mit **250 bis 300 Mio. €** Investitionsvolumen für die Neuentwicklung von Apartmenthäusern (1.500 bis 2.000 Apartments)

CBRE
GLOBAL
INVESTORS

STAYEREY.



**YOU'RE
VERY, VERY
WELCOME.**

OPEN 24/7

Hannibal DuMont Schütte

+49 30 403 6570 44

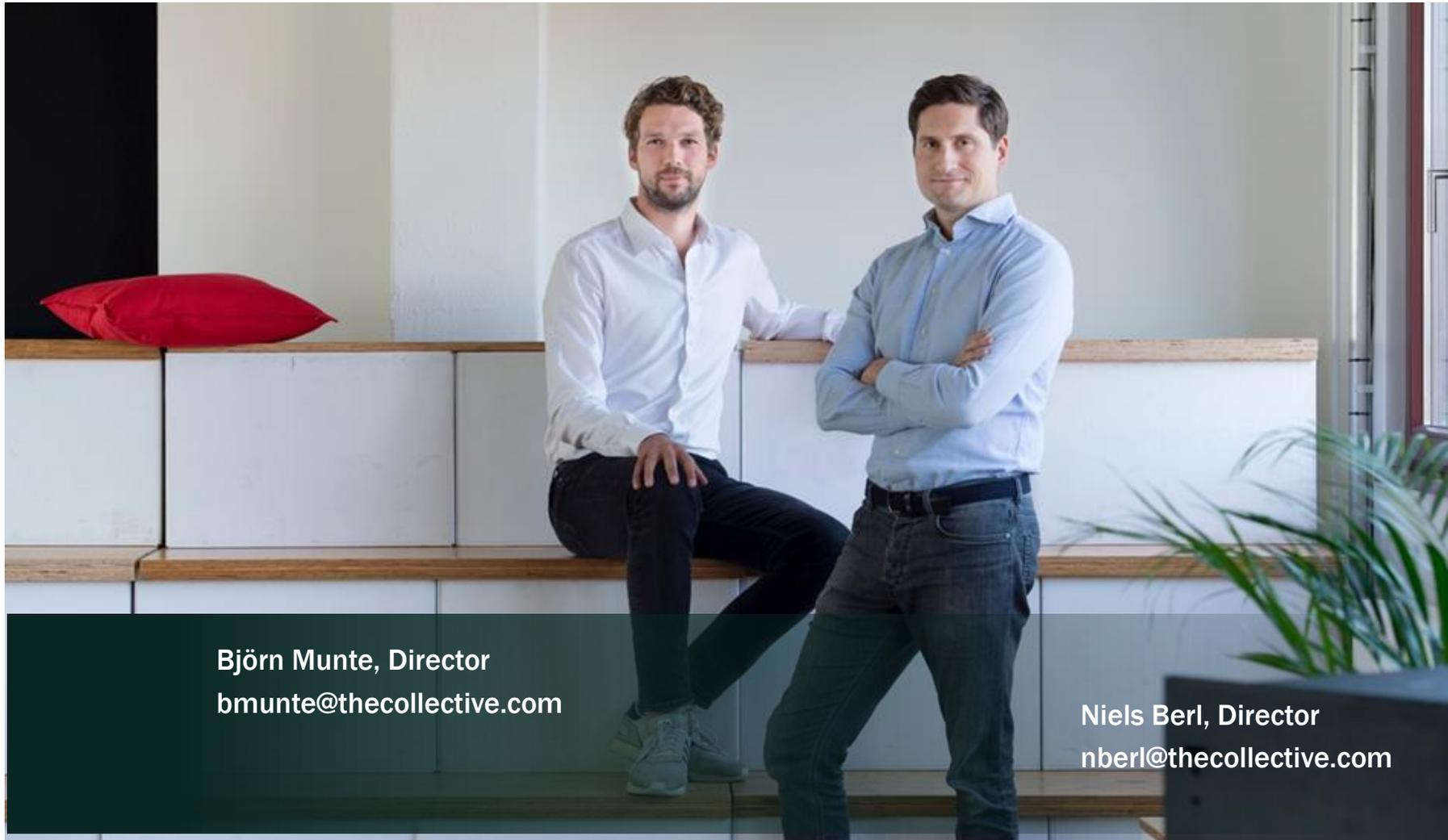
hannibal.dumont@stayery.de



CO-LIVING – Eine Antwort auf viele Fragen

Online-Pressekonferenz:
Gewerbliches Wohnen – Hype oder nachhaltiges Investment?

31.01.2020
10:00 Uhr



Björn Munte, Director
bmunte@thecollective.com

Niels Berl, Director
nberl@thecollective.com

GLOBALER PIONIER IM CO-LIVING SEGMENT



Headquarters
in Berlin, London &
New York



**150 Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter**



**8.100 Einheiten
angekauft**



**1.600 Einheiten
im Betrieb**

ZUKÜNFTIGE STANDORTE IN DEUTSCHLAND

BESONDERHEITEN:

- Alle Standorte zurzeit noch in Entwicklung und Betrieb durch The Collective
- Individuelle, lokal ausgerichtete Gebäude- und Nutzungskonzepte
- Einzigartige Standorte
- Schwerpunkt liegt auf “Community” und Nachbarschaftsintegration



BEISPIELE





Paper Factory, New York

Canary Wharf, London

Old Oak, London

Einheiten: 237 - 705

Zimmergrößen: 12 - 26m²

Aufenthaltsdauer: 1 - 365 Tage¹

Auslastung: 97 Prozent

¹ Es ist möglich, Verträge zu verlängern.



Jüngster Bewohner: 18 Jahre

Ältester Bewohner: 61 Jahre

Gemeinschaftsflächen: Küchen,
lounges, Spa, Pool, Gym, ...

Events: Kochen, Workshops,
Livemusik, Talks, ...

DEFINITION

Gewerbliches, temporäres Wohnkonzept mit Fokus auf Gemeinschaft. Co-Living bietet Events, Sharing, Community und Nachbarschaft.

ZIELGRUPPEN

- Young Professionals
- Studierende
- ExPats
- Geschäftsreisende
- Pendler



EXKURS: LOKALITÄT

- Projekt fügt sich in den städtischen Kontext ein und ermöglicht den Austausch mit seiner Umgebung
- Mischnutzungen machen das Gebäude öffentlich zugänglich und beziehen so die Nachbarschaft mit ein
- Gastronomie, Co-Working und weitere zusätzliche Nutzungen sind auf die direkte Umgebung abgestimmt



„Bei meinem Projektaufenthalt in London möchte ich allein, aber in Gemeinschaft wohnen. Ich möchte nicht in einer Blase leben, sondern in einer Community mit echter Nachbarschaft!“



NACHFRAGE

Gesellschaftliche Trends bedingen wachsende Nachfrage:

- Steigende Mobilität
- Wunsch nach Flexibilität
- Suche nach sozialem Anschluss



POTENZIAL

- Co-Living spricht vielfältige Zielgruppen an
- Gemeinschaftsorientierte Quartiersentwicklung wird immer bedeutsamer
- Hohe Integrationsfähigkeit von zusätzlichen Nutzungen



RAHMENBEDINGUNGEN

- Betrieb durch moderates Servicelevel weniger anspruchsvoll als andere Nutzungskonzepte
- Fällt nicht unter wohnungspolitische Regulierungen

VORAUSSETZUNGEN

- Zielgruppenrelevante Profilierung
- Gute Lage und Anbindung
- Einbindung in den städtischen Kontext
- Passender Nutzungsmix
- Digitale Zugangs- und Buchungstechnologien
- Kompetente Betreiber



**the
collective**

**Vielen Dank für Ihr
Interesse!**

CR INVESTMENT MANAGEMENT

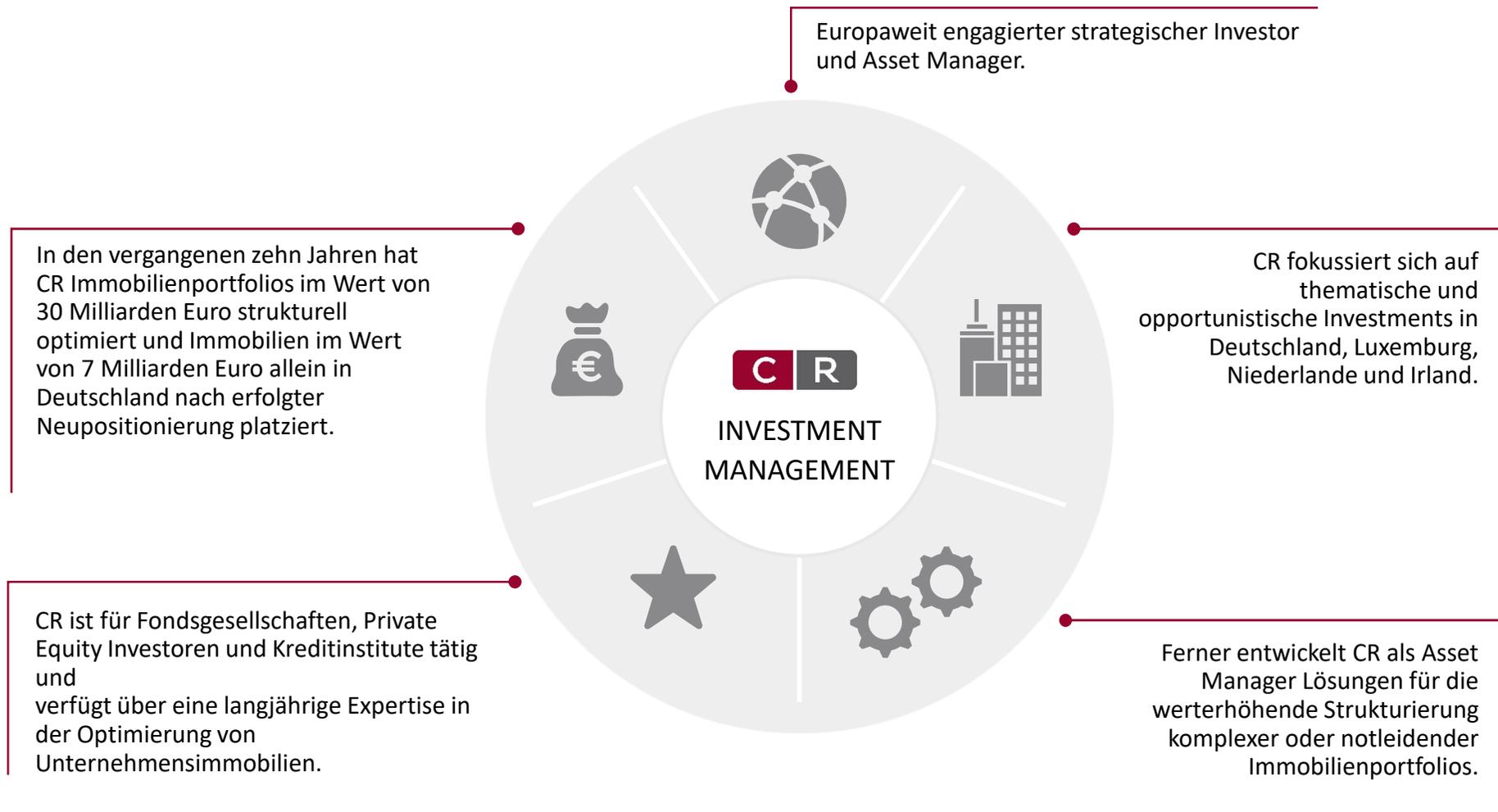
Serviced Apartments als Investmentprodukt



ALEXANDER
LACKNER

GESCHÄFTSFÜHRER DER
CR INVESTMENT MANAGEMENT

CR INVESTMENT MANAGEMENT: KURZVORSTELLUNG



MANAGED LIVING PRODUKTE

01

Veränderte
Lebensgewohnheiten der
heutigen Generation durch:

- Demografischen Wandel
- Individualisierte Wohnwünsche
- Flexibilisierung der Arbeitswelt
- Zunehmende Orientierung an Marke in allen Lebensbereichen

02

Auf diese Veränderung
muss die Immobilien-branche
mit Produkt-innovationen
reagieren:

- Serviced-Apartments
- Co-Living
- Betreutes Wohnen für Senioren
- Kitas
- Co-Working



= MANAGED LIVING PRODUKTE ALS ANTWORT AUF GESELLSCHAFTLICHE MEGATRENDS

SERVICED APARTMENTS ALS INVESTMENTPRODUKT

CHANCEN UND RISIKEN

RISIKEN



Konjunkturabhängigkeit



Betreiberrisiko



Drittverwendungsfähigkeit

CHANCEN



Konzept spricht neue Lebensmodelle an



Profitiert von Megatrends der kommenden Dekade



Höhere Renditen im Vergleich zum klassischem Wohnsegment



Fällt nicht zwangsläufig unter wohnungspolitische Regulierung

SERVICED APARTMENTS ALS INVESTMENTPRODUKT

STANDORTKRITERIEN FÜR INVESTMENTS

1

TOURISMUSSTÄDTE (Z.B. FREIBURG)



2

WIRTSCHAFTSSTARKE STÄDTE (Z.B. BIELEFELD)



3

WISSENSCHAFTSSTARKE STÄDTE (Z.B. HEIDELBERG)





WISSENSSTÄDTE



Anzahl Studenten



Anzahl internationaler Studenten



Expats

Anteil der Beschäftigten in
wissensintensiven
Wirtschaftszweigen

Akademikerquote



WIRTSCHAFTSSTÄDTE



GDP pro Kopf



Anzahl der Unternehmen



Purchasing Power Index



Arbeitslosenquote



Ø Haushaltsnettoeinkommen

Sozialversicherungspflichtig
Beschäftigte / Erwerbstätige



TOURISMUSSTÄDTE



Zahl der Übernachtungen



Occupancy Rate



Ø Aufenthaltsdauer



Anzahl der Hotelbetten

CITY RESEARCH: PROFIL BIELEFELD

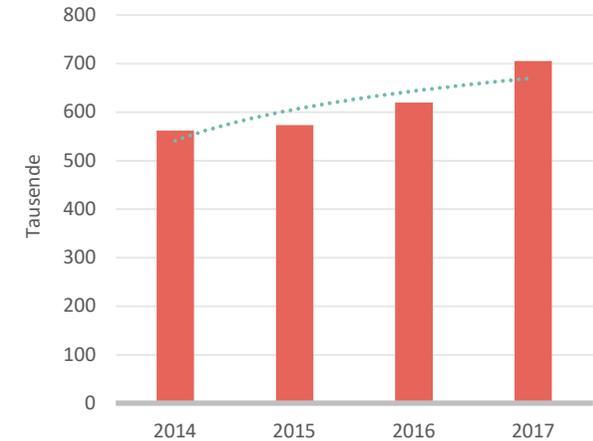


GRÖSSTE UNTERNEHMEN

BRANCHE	UNTERNEHMEN	MITARBEITER
Komponenten-Lieferant	Schüco	3,400
Mischkonzern	Böllhoff Gruppe	2,700
Baugewerbe	Goldbeck	2,400
Lebensmittel	Dr. Oetker	1,600
Maschinenbau	Dürkkopp Adler AG	1,300

BIELEFELD

Bielefeld ist das kulturelle und wirtschaftliche Zentrum der Region Ostwestfalen und fungiert als Industrie-, Bekleidungs-, Dienstleistungs- und Ingenieurzentrum sowie als bekannter Forschungsstandort. Von größerer Bedeutung ist die Lebensmittelindustrie mit Dr. Oetker. Auch die Universität Bielefeld hat einen positiven Einfluss auf das Wirtschaftswachstum.



MAKRO-MARKT

BIELEFELD	
Einwohner	333,000
Durchschnittsalter	42.38
Studenten	38,175
Internationale Studenten	2,725
Sozialversicherungspflichtig-Beschäftigte	202,300
Arbeitslosenquote	7.1%
Pendler	44%
BIP pro Kopf	63,600
Kaufkraftindex	94.7
Zentralitätskennziffer	117.3

HOTEL MARKT

BIELEFELD	
Übernachtungen	705,245
Anzahl der Besucher	364,435
Ø Aufenthaltsdauer	1,94
Anzahl der Betten	4,550
Anzahl der Anbieter	185
Durchschnittlicher Tagessatz	n./a.
REV PAR	n./a.
Auslastungsrate	n./a.
Messen	n./a.
	n./a.

