

Immobilien als Asset

Parkhausinvestments – Modeerscheinung oder nachhaltig etablierte Assetklasse?

Parkhausimmobilien werden zunehmend von institutionellen und privaten Investoren nachgefragt. Sie sind auf dem Weg zu einer etablierten Assetklasse. Der Autor gibt hierbei einen Überblick über die Funktionsweise des Marktes, die Risiken sowie die Werttreiber. Wie jede Branche sind aber auch die Parkhausbetreiber einem immer schnelleren Wandel des Nutzerverhaltens ausgesetzt. So ist das Thema Parken allerdings in Zeiten der Digitalisierung auch im Wandel, beispielsweise wird der Trend zum Carsharing in Großstädten zunehmen. Hieraus ergeben sich Veränderungen beim Parkverhalten und dem Bedarf an Parkhäusern, die der Autor aufzeigt.

Red.

Parkhäuser als Investitionsobjekte scheinen mittlerweile schon fest im Investmentuniversum der Immobilienbranche etabliert. Was vor einigen Jahren als exotisches Investment daherkam, hat sich in der Zwischenzeit als etablierte Nische erwiesen. Mittlerweile gibt es Parkhausfonds für institutionelle und private Investoren, die europaweite Investitionen ermöglichen. Vor allem die institutionellen Fonds am Markt verwalteten Portfolios im Wert von mehreren 100 Millionen Euro. Denn es gibt eine Reihe von guten Argumenten für die Investition in Parkhäuser.

Doch auch das Thema Parken ist einem Wandel unterworfen: Die Digitalisierung macht davor nicht Halt und der damit verbundene Trend zum Carsharing wird insbesondere in den großen Städten zunehmen. Beides wird das Parkverhalten und den Bedarf an Parkhäusern beeinflussen.

Das wichtigste Pro-Argument für ein Parkhausinvestment ist die Vermietung an einen professionellen Betreiber mit in der Regel sehr guter Bonität. Es gibt eine Reihe erfahrener Parkhausbetreiber wie

Q-Park, Contipark oder Apcoa Parking, die Parkhäuser in großem Umfang betreiben. Apcoa Parking verwaltet beispielsweise rund 1,4 Millionen Stellplätze in verschiedenen Ländern. Viele der internationalen Betreiber, aber auch lokale Spezialisten, sind schon seit Jahrzehnten am Markt und haben große Erfahrung im Management von Parkhäusern. Solche private Betreiber sind aber nicht die einzigen Player am Markt. Daneben spielen auch die Kommunen als Parkhausbetreiber eine gewisse Rolle.

Pachtverträge mit sehr langen Laufzeiten

Wie bei jeder Immobilie ist auch bei Parkhäusern der Pachtvertrag entscheidend: Aus Sicht des Investors ist vor allem erfreulich, dass sich Parkhausbetreiber vertraglich oft sehr lange binden. Vertragsdauern, die im Büro- oder Handelsbereich undenkbar sind, werden bei Parkhäusern vereinbart – bis hin zu 45 Jahren.

Der Grund: Oft werden die Parkobjekte von den Betreibern selbst verkauft, um Eigenkapital freizusetzen. Da sie sich ihr eigentliches Geschäftsmodell, den Betrieb von Parkhäusern, langfristig sichern wollen, schließen sie die langlaufenden Pachtverträge ab. In der Regel liegt das wirtschaftliche Risiko des Parkhausbetriebs beim Betreiber.

Die Miete ist monatlich fest und nicht an den Umsatz gebunden. Neben Pachtverträgen gibt es auch Managementverträge, bei denen das wirtschaftliche Risiko beim Eigentümer liegt. Für die meisten Investoren kommt dieses Modell aller-

dings nicht in Frage, da es keine große Planungssicherheit bietet.

Bei den üblichen Pachtverträgen ist in der Regel eine jährliche Indexierung vorgesehen, die sich beispielsweise an der Inflationsrate oder an anderen parkhauspezifischen Kennzahlen wie der Entwicklung der Einnahmen des Parkhauses orientiert. Es gibt auch Kombinationen beider Komponenten. Die Instandhaltungskosten sind in den Verträgen oft so verteilt, dass der Betreiber sie im Inneren der Immobilie trägt, beispielsweise für Anstriche oder die Fahrbahnbeschichtung, während die Instandhaltung von Dach und Fach, also für die Erhaltung der Gebäudesubstanz, der Außenmauern und der tragenden Wände vom Eigentümer getragen werden.

Mit diesen vertraglichen Regelungen bieten Parkhäuser das, was viele Investoren suchen: Stabile und sehr langfristige Cashflows. Das größte verbleibende Risiko ist eine Insolvenz des Pächters. Dies ist zwar aus Eigentümersicht der „Worst Case“, andererseits sind die Nutzer des Parkhauses, die letztlich die Einnahmen generieren, auch dann trotzdem noch vorhanden. Anbieter von Parkhausfonds müssen auf diesen Fall vorbereitet und zumindest temporär in der Lage sein, den Betrieb selbst zu übernehmen, bis sie einen neuen Betreiber gefunden haben.

Bei einem funktionierenden Parkhaus dürfte dies unproblematisch sein. Ob ein Parkhaus funktioniert oder nicht, liegt vor allem an seiner Lage. Als gute Mikrolage gilt die Nachbarschaft zur zentralen Einkaufsstraße, zu zentralen Plätzen in den Innenstädten oder am Rand von Fußgängerzonen. Entscheidend sind – neben der Straßenführung zum Parkhaus – oft nur Meter: Untersuchungen zeigen, dass die optimale Entfernung von Parkhaus und Fußgängerzone weniger als 250 Meter betragen sollte. Bereits eine Distanz von mehr als 800 Metern schränkt die Akzeptanz des Parkstandortes deutlich ein. Ein großer Vorteil von innerstädtischen Parkhäusern, die die genannten Kriterien erfüllen, ist, dass sie oft eine Art Bestandschutz genießen. Die zentral gelegenen Flächen sind knapp

Der Autor

Martin Eberhardt

FRICS, Geschäftsführer von Bouwfonds IM Deutschland GmbH, Berlin



und neue Parkhäuser wurden in den vergangenen Jahren kaum gebaut.

Makro-Indikatoren sprechen für steigende Nachfrage

Abgesehen von der Mikrolage gibt es verschiedene Makro-Indikatoren, die künftig für eine ansteigende Nachfrage nach Parkplätzen in Parkhäusern sprechen: Die generell zunehmenden Pkw-Zahlen – Prognosen gehen von einem Anstieg in Deutschland bis 2020 aus –, der Trend zur Re-Urbanisierung und der politische Wille vieler Kommunen, den Verkehr in den Innenstädten einzuschränken. Letzteres umfasst auch die Einschränkung des kostenfreien Parkens am Straßenrand und die Befreiung zur Schaffung von Parkraum in Wohn- und Gewerbebauten.

Unterm Strich führen alle diese Tendenzen zu steigenden Parkpreisen. Zwischen 2004 und 2010 stiegen die Preise für das Kurzparken (eine Stunde) in deutschen Städten mit 250 000 Einwohner um rund 4,45 Prozent jedes Jahr an – das ist deutlich oberhalb der Inflationsrate. Einschränkend muss erwähnt werden, dass die Gebühren für längeres Parken zwar auch gestiegen sind, aber langsamer.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor beim Betrieb eines Parkhauses ist das Ertragsmanagement. Die privaten Betreiber sind hier Vorreiter und haben beispielsweise in den Niederlanden schon sehr differenziert ausgestaltete Modelle etabliert. Diese Entwicklung ist in Deutschland noch nicht so weit fortgeschritten. In den Niederlanden gibt es Parkhäuser, bei denen im 20-Minuten-Takt abgerechnet wird, während hierzulande das kleinste Intervall die Stunde ist.

Auch die genaue Abstimmung der Tarife an die Tageszeiten und Wochentage gehört zu einem aktiven Ertragsmanagement. In der Praxis heißt das: Die Tarife sind generell abends niedriger als tagsüber und sie sind in innerstädtischen Parkhäusern samstags, wenn viele Personen einkaufen, höher als sonntags. Eine andere Möglichkeit ist die Preisgestaltung in Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Ticketkaufs. Analog zum Flugticket, wäre ein lange im Voraus gebuchtes Parkticket deutlich billiger.

Des Weiteren hat beispielsweise der Betreiber Q-Park die von ihm betriebenen Parkhäuser in einigen Städten drei Zonen

zugeordnet: Stadtkern (1), Stadtzentrum (2) und Innenstadtrand (3). Die Lage ist im Stadtkern am besten, entsprechend sind dort die Tarife am höchsten und die Kunden erhalten keine Rabatte. Nach außen hin nehmen die Preise ab.

Ein anderer Ansatzpunkt für die optimale Auslastung eines Parkhauses ist das Zusammenspiel von Kurzparkern und Dauerparkern. Oft ist in Parkhäusern ein bestimmter Anteil der Plätze an Dauerparker vermietet. Während Kurzparker nach Intervallen abgerechnet werden, entrichten Dauerparker eine monatliche Pauschale. Sie bekommen dafür keinen fest zugewiesenen Stellplatz, sondern das Nutzungsrecht eines Stellplatzes irgendwo im Parkhaus. Allerdings belegen auch die Dauerparker ihren Stellplatz nicht ununterbrochen. Diese „Abwesenheitsquote“ – in der Regel zwischen zehn und 40 Prozent – kann für zusätzliche Kurzparker genutzt werden.

In Zukunft wird die Optimierung des Ertragsmanagements weiter fortschreiten. Neben der immer differenzierter ausgestalteten Tarifstruktur werden auch Park-Apps einen Beitrag dazu leisten. Es gibt derzeit zahlreiche unterschiedliche Smartphone-basierte Park-Apps. Diese zeigen an, wo im Umfeld wie viele Parkplätze frei sind. Zudem sollte die App idealerweise über Einfahrtshöhen, Preise, Zahlungsarten sowie Öffnungszeiten informieren. Teilweise ist auch das Bezahlen via App möglich.

Für Parkhausbetreiber ist es ein Muss, auf diesen Apps präsent zu sein. Schließlich kann die App einen Beitrag dazu leisten, das Parkhaus in Perioden mit niedriger Auslastung zu füllen. Ein schöner Nebeneffekt der Park-Apps: Sie helfen den Parkplatzsuchverkehr zu reduzieren, der Studien zufolge in einigen Stadtteilen 40 Prozent des Gesamtverkehrs ausmacht.

Carsharing 2020 mit 15 Millionen Nutzern

Ein weiterer Smartphone-basierter Trend, der Auswirkungen auf die Nachfrage nach Parkraum hat, ist das Carsharing. In den deutschen Metropolen sind vor allem die Marken Car2go und Drive Now verbreitet, die bei ihren Nutzerzahlen in den vergangenen Jahren ein beeindruckendes Wachstum erzielt haben. Die Prognosen sind optimistisch: Ende 2011 gab es in Europa 700 000 Carsharing-

Nutzer, 2020 sollen es laut Beratungsunternehmen Frost & Sullivan rund 15 Millionen Nutzer sein.

Der Schluss liegt nahe, dass die Verbreitung des Carsharings dazu führt, die Zahl der Pkws und damit die Nachfrage nach Parkplätzen zu reduzieren. Eine Analyse von Bouwfonds IM kommt allerdings zu dem Schluss, dass Carsharing die Nachfrage nur geringfügig reduziert. Denn auch die Fahrzeuge von Carsharing-Anbietern benötigen Parkplätze. Zwar beziffert ein Hersteller die tägliche Fahrzeit mit mindestens 150 Minuten. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die Fahrzeuge trotzdem mindestens 21 bis 22 Stunden am Tag irgendwo abgestellt werden müssen.

Eine Studie des Beratungsunternehmens Civity brachte noch einen anderen Aspekt ans Licht: So ist beispielsweise in Berlin jede zweite Fahrt kürzer als fünf Kilometer. Laut Civity riefte das Carsharing überhaupt erst „motorisierte Bequemlichkeitsbedürfnisse im Nahbereich hervor“. Gemeint sind damit Fahrten, die auch mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV möglich wären. Für das Parken bedeuten die vielen kurzen Fahrten: das selbe Auto muss in der Regel mehrmals am Tag neu geparkt werden.

Überhaupt wird das Parkhaus immer mehr zur Servicestation für Autofahrer. Dies betrifft auch die Nutzung als Tankstelle im Rahmen der Elektromobilität oder anderer Antriebstechniken wie Wasserstoff. Schon heute werden in vielen Parkhäusern Autos gereinigt. Auch um die Autofahrer kümmern sich die Betreiber auf der Ebene „fundamentaler Bedürfnisse“ zunehmend. So weisen viele Parkhäuser sehr saubere Toiletten auf, vermieten Regenschirme oder bieten mit Lounges attraktive Wartezonen an.

Trotz der zahlreichen Veränderungen, die die Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle für das Parkverhalten mit sich bringen, sind Parkhäuser aus Sicht institutioneller und privater Investoren auch künftig attraktive Investments. Wie jede Branche sind aber auch die Parkhausbetreiber einem immer schnelleren Wandel des Nutzerverhaltens ausgesetzt. Es liegt vor allem an den Betreibern, rechtzeitig und zielgerichtet auf die aktuellen Entwicklungen und Trends zu reagieren. Spezialisierte Investment Manager beobachten ihre Parkhausimmobilien, die Betreiber und aufkommende Nachfrageveränderungen genau, um gegebenenfalls steuernd einzugreifen.