



Bildquelle: Fotolia

Apartment-Markt

Longstay bleibt im Trend – München ist Branchenprimus

10.08.2015 | Top hotel



Georg Consultinghat erneut Serviced Apartments bzw. Boardinghäuser in Deutschland befragt und die Marktpotenziale in 13 großen deutschen Städten eingeschätzt. Das Ergebnis: Der Trend zum „Wohnen auf Zeit mit Service“ gewinnt als Folge der Mobilisierung und Internationalisierung der Wirtschaft weiterhin an Bedeutung, vor allem durch sogenannte „Jobnomaden“.

Bei den beruflich bedingten Gästen dominieren mit 87 Prozent (Befragung 2013 knapp 75 %) Beschäftigte aus größeren Unternehmen. An zweiter Stelle folgen mit 65 Prozent Unternehmen mit verschiedenen Betriebsstandorten, was eine temporäre Aufenthaltsdauer von Mitarbeitern aus anderen Betriebsstandorten und/oder dem Hauptsitz des Unternehmens erfordert. Rund 61 Prozent der beruflich motivierten Gäste von Serviced Apartments sind Messe- und Kongressbesucher. Ein ebenso hoher Anteil fällt auf Mitarbeiter von Beratungsunternehmen, die aufgrund von temporären Beratungsprojekten eine Zeit lang in einer Stadt verweilen müssen. Über die Hälfte der beruflich motivierten Gäste sind Freiberufler und Selbständige.

Nach der Finanz- und Wirtschaftskrise: Long Stay ist zurück!

Bei der Aufenthaltsdauer zeigt sich im Vergleich zur vorherigen Befragung eine Trendwende. Gab es in den Vorjahren eine eindeutige Präferenz zu eher kurzen Aufenthalten unter einer Woche (53,8 % im Jahr 2013), sank der Wert im Jahr 2014 auf 42,1 Prozent. Im vergangenen Jahr feierte der Long Stay-Aufenthalt, der nach der Finanz- und Wirtschaftskrise deutlich an Bedeutung verloren hatte, ein tendenzielles Comeback. Der Anteil der Gäste, die über einen Monat verbleiben lag 2014 bei 47,4 Prozent. Im Jahr 2013 gab nur jeder zehnte befragte Anbieter an, dass die Aufenthaltsdauer der Gäste im Schwerpunkt bei über einem Monat liegt.

München mit den meisten Übernachtungen in Serviced Apartment

Die regionalen Serviced Apartmentmärkte unterscheiden sich deutlich voneinander. Ursächlich hierfür sind z. B. die jeweilige regionale Wirtschaftsstruktur und damit der Besatz an Unternehmen und spezifischen Branchen als Impulsgeber. Für Serviced Apartments. Auch die internationale Verflechtung der ansässigen Unternehmen ist ein wichtiger Marktaspekt für Serviced Apartments.

In den Metropolen und Wirtschaftszentren stellen vor allem die internationalen „Jobnomaden“ und Berufspendler die Hauptnachfrager nach Serviced Apartments dar. Großunternehmen als Impulsgeber sind sowohl für die Metropolen als auch für die Sekundärstandorte außerordentlich wichtig – für die Sekundärstandorte tendenziell sogar noch bedeutender (z. B. SAP für Mannheim). Jobnomaden finden sich vor allem unter den Beschäftigten in den wissensintensiven Wirtschaftszweigen. Daher dürfte das Potenzial für Serviced Apartments in Städten mit einem hohen Beschäftigtenanteil in diesen Wirtschaftszweigen tendenziell höher sein, als in Städten mit einem entsprechend niedrigen Anteil.