



VERBAND DEUTSCHER PFANDBRIEFBANKEN

Interessenvertretung
der Pfandbriefemittenten

Aareal Bank ... apoBank ... BayernLB ... Berlin Hyp ... Bremer Landesbank ... Commerzbank ... COREALCREDIT BANK ... DekaBank ... Deutsche Bank ... Deutsche Hypo ... Deutsche Kreditbank ... Deutsche Pfandbriefbank ... Deutsche Postbank ... Dexia Kommunalbank ... DG HYP ... Düsseldorf Hypothekenbank ... DVB Bank ... Hamburger Sparkasse ... Helaba Landesbank Hessen-Thüringen ... HSH Nordbank ... ING-DiBa ... Kreissparkasse Köln ... Landesbank Berlin ... LBBW ... Münchener Hyp ... NATIXIS Pfandbriefbank ... NORD/LB ... SaarLB ... Santander Consumer Bank ... SEB Sparkasse KölnBonn ... UniCreditBank ... VALOVIS BANK ... WarburgHyp ... WestImmo ... WL BANK ... Wüstenrot Bank



Parkhäuser: Nischeninvestment mit Licht und Schatten

Auf der Suche nach Alternativen zu so genannten Core-Immobilien geraten auch Nischenmärkte wie der für Parkhäuser ins Blickfeld. Die Qualität des Betreibers ist für Managementimmobilien wie diese immens wichtig. Das ist jedoch nicht der einzige Punkt, auf den Banken bei einer Finanzierung achten.

Parkhäuser gehören zum Erscheinungsbild moderner (Groß-)Städte wie die Fußgängerzonen, in deren Nähe sie häufig anzutreffen sind. Sie bieten eine unverzichtbare Dienstleistung dort, wo sie gebraucht wird, und sind dennoch bei kaum jemandem beliebt. Viele sind 24 Stunden am Tag geöffnet und doch verbringt praktisch niemand mehr Zeit in ihnen, als er muss.

Die Besonderheiten von Parkhäusern machen auch eine Finanzierung schwierig. Parkhäuser sind ein Nischenmarkt

mit fehlender Transparenz. Sie sind mit keiner anderen Immobilienart vergleichbar. Die für Pfandbriefbanken wichtige Drittverwendungsfähigkeit ist nur in dem Sinne gegeben, dass ein anderer Nutzer (Betreiber) vorstellbar ist, nicht jedoch eine andere Nutzung.

Lage, ...

Durchschnittlich wird jedes Auto 23 Stunden am Tag abgestellt. Ein Geschäft wird daraus für Parkhausbetreiber dort,

wo viele Menschen wohnen und viele von ihnen ein Auto haben. Deutsche Metropolen weisen seit Jahren eine leicht steigende Einwohnerzahl aus, Prognosen zufolge dürfte diese Entwicklung anhalten. Zwar sind in Groß- und Mittelstädten die Wege kurz und das Angebot des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) meist gut. Deshalb haben 1.000 „Städter“ durchschnittlich auch nur 419 Autos – der Bundesdurchschnitt liegt bei 525. Dennoch wächst der Autoverkehr auch in

den Metropolen weiter. Der Grund liegt nicht nur in der steigenden Einwohnerzahl. Insbesondere in wirtschaftlich prosperierenden Metropolregionen ist zu beobachten, dass Erwerbstätige im „Speckgürtel“ außerhalb der Stadt wohnen. Beispielsweise haben etwa zwei Drittel der in Frankfurt am Main Berufstätigen ihren Wohnsitz außerhalb der Stadt. Auch einige Mittelstädte weisen hohe so genannte Pendlersalden auf.

Groß- und Mittelstädte sind nicht nur Arbeitsplatz, sondern auch Einkaufsort. Einzelhandel und Dienstleistungen üben eine Sogwirkung auf die Einwohner ihres Umlandes aus, die häufig mit dem Auto angereist kommen. Je stärker die Attraktivität des Einzelhandelsangebots einer Stadt ist, umso größer ist der Parkraumbedarf.

... Lage, ...

Ein Parkhaus sollte für Autofahrer schon frühzeitig „sichtbar“ sein, etwa über die Einbindung in ein Parkleitsystem, Beschilderungen oder Straßenmarkierungen. Zu- und Abfahrtswege sollten nicht lang und kompliziert sein, gut sind separate Abbiegespuren oder Zu- und Abfahrten in einer von der Hauptstraße abgehenden Seitenstraße.

Ganz entscheidend ist die Mikrolage. Besonders beliebt sind innerstädtische Parkhäuser mit Anschluss an die jeweilige 1a-Einkaufslage, und zwar nicht nur bei den Autofahrern. Dauerparker, etwa Anwohner oder Berufstätige, bilden zwar die Basis-Einnahmequelle von Parkhäusern, sind aber recht preissensibel. Für einen möglicherweise kostenlosen Parkplatz nehmen sie längere Fußwege in Kauf. Wird ein Parkhaus überwiegend von Einkäufern genutzt, die zumeist Kurzzeit-Parker sind, bedeutet das viel mehr Ertrag für den Parkhaus-Betreiber. Bis zu 90 Prozent seiner Einnahmen kommen von „Shoppern“. Die Kunden sind in solch zentralen Lagen allerdings sehr wählerisch. Als optimal gilt eine Entfernung von 250 Metern zwischen Fußgängerzone und Parkhaus. Liegt sie bei mehr als 800 Metern, leidet die Akzeptanz erheblich. Dafür sind die Kunden gewillt, teils deutlich höhere Preise für zentrales Parken zu zahlen. Ideal für ein Parkhaus ist eine zentrale Innenstadtlage mit unterschiedlichsten Angeboten (so genannten Frequenzbringern) in unmittelbarer

Nähe – Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Freizeit. An solchen Orten besteht rund um die Uhr Parkplatzbedarf. In der großen Bedeutung der Mikro-Lage kann aber zugleich ein Risiko liegen: wenn neben einem Parkhaus ein neues, moderneres in (noch) besserer Lage entsteht, ist das mit erheblichen Einbußen für das ältere Haus verbunden. In Innenstädten ist diese Gefahr eher gering, anders sieht es an Flughäfen oder Krankenhäusern aus.

... Wettbewerb, ...

In den Zentren von Groß- und Mittelstädten gibt es heute nahezu keine kostenlosen Parkmöglichkeiten mehr. In städtisch bewirtschafteten Parkzonen steigen Parkgebühren und die Höchstparkdauer wird meist beschränkt. Teils ist das Parken am Straßenrand heute genauso teuer oder teurer als das Parkhaus. 2013 ist auch das Verwarngeld für Falschparken erstmals nach 20 Jahren angehoben worden. All das stärkt die Position von Parkhäusern. Für die Wettbewerbssituation des einzelnen Parkhauses ist wichtig, wie viele andere Stellplätze es zu welchen Tarifen im Umfeld gibt und ob diese von einem großen oder mehreren kleinen Konkurrenten bewirtschaftet werden.

Die Güte des örtlichen ÖPNVs ist eine weitere wesentliche Determinante. In vielen Metropolen erbringt er über 20 Prozent aller Verkehrsleistungen. Eine gut frequentierte Haltestelle in unmittelbarer Nähe zum Parkhaus ist deshalb bedarfsmindernd. Das ist eine Chance für Parkhäuser in Mittelstädten, die zwar auf ihr Umland anziehend wirken, deren ÖPNV aber meist nicht so gut ist wie in Großstädten.

... Objektqualität und Professionalität des Betreibers

Parkhäuser sind Zweckimmobilien, meist einfach zu bauen und mit vergleichsweise geringen Errichtungskosten

pro Quadratmeter. Die Beleihungswertermittlungsverordnung geht von einer Gesamtnutzungsdauer von nur 15 bis 40 Jahren aus. Das erschwert eine Finanzierung erheblich und erfordert eine höhere Tilgung als sonst üblich. Die große Bandbreite macht zugleich deutlich, wie wichtig die umfassende Instandhaltung solcher Gebäude ist. Beispielsweise kann ihre Bausubstanz erheblich unter den mit den Autos eingebrachten Streusalzen im Winter leiden. Zugleich stammen die meisten Parkhäuser aus den 1960er und 1970er Jahren. Ohne Modernisierung entsprechen sie nicht mehr heutigen Anforderungen und werden als eng, dunkel und unübersichtlich empfunden. In den letzten Jahren sind Autos breiter geworden. Ohne Außenspiegel ist der aktuelle VW Golf mit knapp 1,80 Meter etwa 20 Zentimeter breiter als der erste Golf 1974. Breitere Stellplätze und solche für Familien und Senioren könnten einen deutlichen Wettbewerbsvorteil generieren.

Es wird klar: die Professionalität des Betreibers ist bei einem Parkhaus so entscheidend wie bei kaum einer anderen Objektart. Weil sie meist verpachtet werden, muss eine finanzierende Bank das Risiko eines Pachtausfalls einschätzen. Geprüft wird vor allem, ob die vertraglich festgelegte Pacht marktkonform und welche Pacht pro Stellplatz nachhaltig erzielbar ist. Darauf basiert dann meist die Finanzierung. In den letzten Jahren haben sich zwar große, überregional agierende Betreiber wie Q-Park oder APCOA ausgebreitet. Dennoch ist die Zahl der professionellen Pächter meist sehr eingeschränkt, was die Finanzierung erschwert.

Fazit

Bei Beachtung der geschilderten, zahlreichen Besonderheiten können Parkhäuser ein lukratives Investment mit Wachstumspotenzial sein. Investoren sollten sich allerdings der zahlreichen Risiken bewusst und gewillt sein, einen erheblichen Eigenkapital-Anteil in die Finanzierung einzubringen.



**VERBAND DEUTSCHER
PFANDBRIEFBANKEN**