

„Der Markt ist in Bewegung“

INTERVIEW Cash. sprach mit Sven Herbst, Vorstand der Valerum Invest AG, über die Perspektiven des deutschen Selfstorage-Marktes, die Mieterstruktur in den Lagerzentren und die Vertriebswege des Unternehmens.

Herr Herbst, Valerum war bisher auf das Segment Denkmalimmobilien spezialisiert. Was hat Sie dazu bewogen, in den Selfstorage-Markt einzusteigen?

Herbst: Der richtige Zeitpunkt. Die Selfstorage-Branche hat sich in Deutschland mittlerweile etabliert und mit kontinuierlichem Wachstum bewiesen, dass sie auf eigenen Beinen stehen kann. Allerdings ist dieses Geschäftsmodell hierzulande, anders als im angelsächsischen Raum, eben erst den Kinderschuhen entwachsen. Somit liegt eine mögliche Marktsättigung, sollte sie je erreicht werden, noch in weiter Ferne und Wachstums- sowie Renditepotenzial sind entsprechend groß. Hinzu kommt, dass Renditelager eine echte Neuheit und Alternative auf dem Immobilienmarkt darstellt. Anleger profitieren von den Vorteilen einer Direktinvestition in Immobilien inklusive Grundbuchabsicherung und können gleichzeitig die Investitionssumme flexibel gestalten. So können Kleinanleger schon für einen niedrigen fünfstelligen Betrag eine Einheit erwerben, Großinvestoren haben hingegen die Möglichkeit, ganze Lagerzentren zu kaufen. Darüber hinaus kombiniert diese Anlageform dank der Möglichkeit zur Mietstreuung die Sicherheit von Wohnimmobilien mit der Ertragskraft von Gewerbeimmobilien. Diese Kombination ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal.

Deutschland gilt im Vergleich zu den USA als Entwicklungsland in Sachen Selfstorage. Was macht Sie zuversichtlich, dass sich dies ändern wird?

Herbst: Das Wachstum der Selfstorage-Branche in den zurückliegenden zehn Jahren spricht für sich: Laut dem Verband deutscher Selfstorage Unternehmen e.V. hat sich ihr Volumen in den letzten zwölf Jahren mehr als verzehnfacht. Der Status Quo ist, dass Anbieter auf dem deutschen Selfstorage-Markt sich einer sehr hohen Auslastung erfreuen und neue Anlagen in kürzester Zeit vermietet werden. Dementsprechend ist der Markt in Bewegung, doch das Angebot von Kleinlagerflächen in der Größe von 20 bis 40 Quadratmetern ist knapp und kann die Nachfrage derzeit bei



Sven Herbst: „Städte ab 100.000 Einwohnern sind als Standorte für uns interessant.“

weitem nicht decken. Diese Merkmale machen die Selfstorage-Branche zweifelsohne zu einer echten Boom-Branche. Die Gründe hierfür hat wahrscheinlich schon jeder von uns in der Realität kennengelernt, beispielsweise Studenten, die ein Auslandssemester absolvieren und für diese Zeit einen Platz für die eigenen Möbel benötigen. Oder denken Sie an den gesellschaftlichen Wohlstand und die vielen Menschen, die zum

Beispiel einen sicheren Ort für den geliebten Oldtimer suchen. Unser aller Lebenswürfe werden flexibler, unser Hab und Gut immer umfangreicher, hinzu kommt die fortschreitende Urbanisierung, die den Platz in Ballungsräumen verknappt – Selfstorage ist die Antwort auf diese gesellschaftliche Entwicklung, die gerade erst angefangen hat. Ein weiterer Wachstumstreiber ist der E-Commerce. Tausende kleiner Online-

händler sind allein hierzulande entstanden, diese benötigen flexibel buchbaren und kostengünstigen Lagerraum. Es gibt wirklich viele Faktoren, die zum Erfolg von Selfstorage beitragen.

Über welche Kanäle wollen Sie potenzielle Mieter ansprechen?

Herbst: Unsere Recherchen haben ergeben, dass trotz moderner Kommunikationskanäle die Sichtbarkeit eines Lagerzentrums im Straßenbild bei der Generierung von Aufmerksamkeit eine übergeordnete Rolle spielt. Folglich legen wir bei der Auswahl unserer Standorte einen Schwerpunkt auf gute Erreichbarkeit und die Nähe zu stark befahrenen Straßen. Durch das äußere Erscheinungsbild unserer Anlagen – die Farbe unseres Labels ist das Verkehrsrot – erzeugen wir zusätzliche optische Anreize. Doch selbstverständlich stehen auch das Internet und die sozialen Medien im Fokus unserer Vermarktungsstrategie, denn die größte Zielgruppe für Selfstorage-Einheiten sind Personen im Alter von 18 bis 44 Jahren, die rund 49 Prozent der Nutzer ausmachen. Abgerundet wird diese Strategie durch Werbemaßnahmen in lokalen bzw. Fachmedien. Um ein Beispiel zu nennen: Wir wissen, dass unser Angebot äußerst attraktiv für Besitzer von Oldtimern und Motorrädern ist, da unsere Einheiten nicht nur sicher und sauber, sondern zum Teil auch befahrbar sind. Da liegt es doch nahe, dass wir diese Zielgruppe in entsprechenden Fachmedien ansprechen.

Wie sieht die Mieterstruktur in Ihren beiden ersten Selfstorage-Zentren in Hildesheim und Siegen aus? Haben Sie eher private oder gewerbliche Nutzer?

Herbst: Die Mieterstruktur weist derzeit in etwa 35 Prozent gewerbliche und 65 Prozent private Mieter auf. Der Anteil der gewerblichen Mieter liegt somit leicht über dem Branchendurchschnitt, einer der Gründe hierfür sind sicherlich unsere befahrbaren Drive-Up Lager, welche insbesondere für Gewerbetreibende sehr attraktiv sind.

Wie hoch ist die Mieterfluktuation?

Herbst: Eine repräsentative Aussage zur Fluktuation können wir aufgrund der bislang geringen Vermietungszeit derzeit noch nicht machen. Stand heute haben wir lediglich einen Mieter aufgrund von Zahlungsschwierigkeiten verloren, was allerdings für den Investor keine finanziellen Einbußen zur Folge hatte. Das Vermieterpfandrecht und die Kautions von drei Monatsmieten haben diesen Ausfall abgefangen.

Ab welcher Einwohnerzahl ist ein Standort für Sie attraktiv?



Visualisierung des Lagerzentrums in Köln, das sich noch in der Planungsphase befindet.

Herbst: Grundsätzlich gehen wir davon aus, dass Städte ab 100.000 Einwohnern als Standorte für unsere Lagerzentren interessant sind. Doch gehen wir bei der Auswahl nicht stur nach Schema F vor, so können zum Beispiel kleinere Städte inmitten von dichtbesiedelten Ballungsräumen ebenfalls geeignet sein. Neben dem Einzugsgebiet achten wir darüber hinaus auf die Verkehrsanbindung wie zum Beispiel die Nähe zur Autobahn und zu Schnellstraßen. In naher Zukunft stehen für uns zunächst einmal große Ballungsräume wie Köln, Leipzig, Berlin, München und weitere im Fokus.

Was kosten einzelne Lagerräume und mit welcher Mietrendite können Investoren rechnen?

Herbst: Die Kaufpreise variieren je nach Standort und Größe zwischen 19.000 und 35.000 Euro. Grundsätzlich streben wir eine Bruttorendite von 6,5 Prozent jährlich an, was einer Nettorendite von 5,5 Prozent entspricht. Durch die fünfprozentige AfA (Absetzung für Abnutzung) erhält der Investor diese nahezu steuerfrei.

Fakten zu Valerum Invest

Valerum Invest wurde im Jahr 2009 gegründet. Kerngeschäft des Unternehmens ist die Entwicklung und Marktplatzierung von Wohnimmobilien. Unter dem Namen Renditelager bietet Valerum jetzt auch Direktinvestments in Kleinlagerflächen, sogenannte Selfstorage-Lager, an. Anleger sollen direkt an den Mieteinnahmen des erworbenen Objektes partizipieren, der Einstiegspreis beträgt 19.000 Euro für eine Lagereinheit.

Die Vermietung und Verwaltung der Lagereinheiten erfolgt unter dem Markendach der Redcube Selfstorage GmbH, einem Unternehmen der Valerum Unternehmensgruppe. In der Planungsphase befinden sich derzeit Lagerzentren in Köln und Leipzig.

Welche Vertriebswege nutzen Sie bei der Vermarktung?

Herbst: Wir verfügen bereits über ein hervorragendes Netzwerk von Kapitalanlageberatern (IFAs) sowie Vermögensverwaltern und Family Offices. Die Sondierungsgespräche mit unseren bestehenden Partnern haben uns zusätzlich motiviert, das Projekt Renditelager als Direktinvestment zu entwickeln. Im Rahmen von Messen und Events, aber auch in vielen Einzelgesprächen bekamen wir zudem die Bestätigung, dass insbesondere bei klassischen Immobilienmaklern großes Interesse besteht. Direktinvestitionen in Selfstorage-Einheiten werden hier als echte Alternative wahrgenommen, welche die eigene Produktpalette sinnvoll ergänzt. Die hohe Variabilität, zum Beispiel bei der Anzahl der Lagereinheiten, bei der Wahl des Standorts, aber auch bei der Finanzierung des Investments, bietet viele Möglichkeiten bei der Kundenansprache. Hier fühlt sich der Immobilienmakler mit einer Erlaubnis gemäß Paragraph 34c Gewerbeordnung zu Hause.

Wie viele neue Lagerzentren pro Jahr sind geplant?

Herbst: Wir streben ein zügiges Wachstum an, sprich den Bau von deutschlandweit zehn Lagerzentren pro Jahr. Wichtiger als die Geschwindigkeit ist uns jedoch die Nachhaltigkeit unseres Unternehmenswachstums. Wir wollen uns dauerhaft am Markt positionieren, sowohl auf dem Anlage- wie auf dem Mietmarkt. Diesem Ziel ordnen wir alles unter, weshalb wir Investitionsentscheidungen wohlüberlegt und aus voller Überzeugung treffen werden, nicht aber aufgrund von Termindruck oder anderen Faktoren, die unser dauerhaftes Wachstum gefährden könnten. ■

Das Gespräch führte **Kim Brodtmann**, Cash.