

Im Blickfeld

Immobilien – der wahre Inflationstreiber?

Einer der Gründe für die gegenwärtige Flucht in Wohnimmobilien ist bekanntlich der Wunsch, sich vor der erwarteten Inflation zu schützen. Doch ist es keinesfalls sicher, dass diese Immobilien vor Inflation schützen. Es gibt nur Studien, die diese Annahme teilweise belegen, nämlich nur unter bestimmten Voraussetzungen wie einem aktiven Management und dem Vorhandensein eines Immobilienportfolios in bestimmten Lagen. Nichtsdestotrotz wird immer wieder gerne die Steigerungsrate der Mieten mit jener der Inflationsrate verglichen, und mancher Eigentümer freut sich, wenn die Miete dabei gewinnt.

Dabei wird allerdings mitunter übersehen, dass die Miete mit 20,3 Prozent in den Warenkorb des Statistischen Bundesamts einfließt, aus dem sich die Inflation errechnet. Die Miete ist damit der wichtigste Einzelfaktor in diesem Korb, sie hat also maßgeblichen Einfluss auf die Inflation. Zum Vergleich: Bekleidungsartikel (ohne Schuhe) haben als Einzelposition den zweitgrößten Anteil, und er liegt gerade einmal bei 3,7 Prozent. Die Angaben beziehen sich jeweils auf besagte Einzelwerte in den Unterkategorien.

Aber selbst wenn wir die übergeordneten Punkte vergleichen, liegt die Miete mit ihrer Kategorie „Wohnen, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe“ mit insgesamt 30,8 Prozent immer noch deutlich vor der zweitplatzierten Kategorie „Verkehr“ mit 13,2 Prozent. Wer sich also freut, dass die Mieten stärker steigen als die Inflation, der wird möglicherweise kurz darauf feststellen, dass auch die Inflationsrate ansteigt. Es ist zwar kein typisches Henne-Ei-Problem, weil die Entwicklung zeitversetzt erfolgt und natürlich auch noch andere Faktoren wie eben Bekleidungsartikel mit einfließen, aber die Katze beißt sich doch irgendwie ein bisschen in den eigenen Schwanz.

Ein möglicher Ausweg: stärker auf den Anstieg der Gesamtrendite achten. Sie bestimmt sich nicht nur aus der Mietrendite, sondern zusätzlich aus der Wertänderungrendite, also dem Wertzuwachs. Zwar hängt der Wertzu-

wachs üblicherweise auch mit dem Mietzuwachs zusammen, zumindest in einem gesunden Immobilienmarkt ohne Preisübertreibung beziehungsweise Blasenbildung. Insofern schlägt der Wertzuwachs implizit auch wieder auf die Miete und damit auf die Inflation durch. Wer aber nicht nur darauf wartet, dass die Werte „automatisch“ steigen, also als Folge einer bereits gestiegenen Miete, sondern aktiv beispielsweise durch energetische Sanierung oder den altersgerechten Umbau den Wert steigert, ist im Rennen gegen die Inflation vielleicht einen Schritt voraus.

Und natürlich müssen die Wertsteigerungen auch realisiert werden. Also Wohnungen und Zinshäuser müssen verkauft werden, damit die Wertänderung nicht nur theoretischer Natur ist. Idealerweise verbleiben dem Verkäufer dann noch weitere Immobilien, mit denen er ähnlich verfährt, zwischendurch kauft er die eine oder andere hinzu, wenn sich Gelegenheiten ergeben. Das gezielte Heben von Werten und der Kauf und Verkauf von Immobilien – eben das ist unter dem genannten aktiven Management eines Portfolios zu verstehen. Wenn Inflationsschutz, dann also vielleicht am besten so.

*Rackham F. Schröder, Geschäftsführer,
Engel & Völkers
Gewerbe Berlin GmbH & Co. KG, Berlin*

LBS Bayern: selbstständig mit Licht und Schatten

Was haben McDonalds, BMW und die LBS gemeinsam? Sie gehören bei Jugendlichen zu den beliebtesten Marken, wie eine Befragung für den „Young Brand Award“ unter 14 000 Teilnehmern zwischen 13 und 29 Jahren ergab. Dass ausgerechnet die LBS unter jungen Menschen als „beste Bausparkasse“ gilt, hat wohl auch etwas mit dem offensiven Vertrieb ihrer Jugendtarife zu tun, die mit nennenswerten Boni schmackhaft gemacht werden.

Bei der LBS Bayern können das beispielsweise bis zu 300 Euro sein. Wie gern die 72 bayerischen Sparkassen dieses Angebot zur frühen Kundenbindung nutzen, zeigen die Neugeschäftszahlen der Landesbausparkasse im Freistaat, die diese traditionell bereits zum Jahresende bekannt gibt.

Demnach wurden im Jahr 2012 rund 50 000 Verträge mit dem Juniorbonus abgeschlossen. Das sind immerhin 16 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Damit entfällt fast jeder fünfte Neuabschluss auf Jugendliche unter 16 Jahren.

Diese trugen so ganz wesentlich dazu bei, dass die LBS Bayern im zurückliegenden Jahr erneut einen Absatzrekord feiern konnte. Rund 269 000 Neuverträge bedeuten ein Plus von 7,8 Prozent. Allerdings repräsentieren diese Abschlüsse nur eine um 1,6 Prozent höhere Bausparsumme von 8,42 Milliarden Euro. Insgesamt übertrifft die Bausparkasse mit diesem Volumen ihre eigenen Erwartungen und baute ihren Marktanteil weiter aus. Dieser lag nach den ersten drei Quartalen 2012 bezüglich der Stückzahl bei immerhin 44 Prozent und nach Bausparsumme bei knapp 40 Prozent.

So gefragt Bausparen derzeit als Kapitalanlage bei Jugendlichen und als Instrument zur Sicherung eines niedrigen Zinses für eine eventuell in Zukunft benötigte Baufinanzierung ist, so wenig wettbewerbsfähig sind derzeit die Darlehen der 2012 zuteilungsfähig gewordenen Bausparverträge. Weil die klassischen Hypothekenzinsen auch in den vergangenen zwölf Monaten stetig gesunken sind und sich auf historisch niedrigem Niveau bewegen, werden weniger Bauspardarlehen in Anspruch genommen. Deren Auszahlungsvolumen lag kurz vor Jahresultimo mit nur 595 Millionen Euro rund 13 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Weil die Landsbausparkassen den Kernnutzen ihres Produktes jedoch in der Baufinanzierung und nicht in der Kapitalanlage sehen, passten auch die Bayern ihre Tarife im vergangenen Frühjahr an. Bis auf 1,75 Prozent Darlehenszins ist die LBS in München inzwischen heruntergegangen.

Obwohl die entsprechenden Tarife erst in ein paar Jahren zur Zuteilung kommen werden, helfen sie doch schon heute im Wettbewerb um die Kunden, die jetzt und ohne langes Vorsparen ein Eigenheim erwerben wollen. Mit Fortune, wie sich zeigt: Nachdem die Auszahlungen von Vor- und Zwischenfinanzierungen im Vorjahr kräftig gestiegen waren, wurde 2012 das Niveau mit etwa 645 Millionen Euro gehalten.

Der Erfolg hat jedoch einen hohen Preis. Während die Kunden ihre Altverträge mit – nach heutigen Maßstäben ansehnlichen Guthabenzinsen wohlweislich „stehen“ lassen, bekommt die Bausparkasse für ihre Neuanlagen – kollektive und außerkollektive Darlehen sowie Pfandbriefe und Staatsanleihen – derzeit nur Minizinsen.

Gleichzeitig treibt der stark gestiegene Absatz an Jugend-Bausparverträge zunächst die Provisionsaufwendungen nach oben. Dies erklärt aber nur zum Teil, dass das Betriebsergebnis vor Risikovorsorge von 70 auf etwa 40 Millionen Euro zurückging. Ein weiterer Grund sind zusätzliche außerordentliche Pensionsrückstellungen, nachdem das Bundesarbeitsgericht Versorgungsansprüche langjähriger Mitarbeiter der Bayern-LB bestätigt hatte.

Damit hat sich die Bayerische Landesbausparkasse per 31. Dezember 2012 zwar einerseits mit dem höchsten Neugeschäft ihrer Unternehmensgeschichte, aber andererseits eben auch mit einer deutlichen Ergebnisbelastung aus der Bayern-LB gelöst. Als jetzt selbstständige Anstalt des öffentlichen Rechts, die zu 100 Prozent den bayerischen Sparkassen gehört, darf sie sich jedoch beträchtliche Hoffnungen machen, von den Sparkassen künftig noch stärker als Verbundpartner wahrgenommen zu werden. Schließlich ist die LBS doch eine bei Nachwuchssparern durchaus angesehene Marke. L.H.

Weg mit den Maklern

Auf den deutschen Gewerbeimmobilienmärkten sehen viele Maklerunternehmen ihre Branche gegenwärtig im Wandel. Die Margen stehen unter Druck, dafür werden die Einnahmen planbarer. Denn die Zusammenarbeit ist zunehmend auf einen längeren Zeitraum angelegt. Während der Makler früher eher punktuell tätig war und sich über Pitches immer wieder bewerben musste, geht der Trend heute in Richtung permanente Beratung.

Die Interessen der Mandanten werden heute dauerhaft vertreten, nicht nur zeitweise. Mit diesem Wandel geht auch ein inhaltlicher Wandel einher. Das reine Vermitteln von Flächen und das Endver-

handeln von Miet- oder Kaufverträgen sind passé. Heute geht es um Komplett-dienstleistungen. Das ist mehr als ein Schlagwort.

Es geht um sämtliche Belange rund um die Immobilie. Natürlich beinhaltet das auch weiterhin die Transaktions- und Vermietungsberatung, aber auch das komplette Asset, Property und selbst das Facility Management der Flächen während der Halte- oder Nutzungsphase einer Immobilie. Ob neue Grundrisse für Bürolandlandschaften oder höhere Reinigungsintervalle der Flächen – Eigentümer und Nutzer erwarten von ihrem Dienstleister, dass er Ansprechpartner für nicht weniger als alles ist. Dabei macht es keinen Unterschied, ob der Eigentümer ein institutioneller Immobilieninvestor oder ein Unternehmen wie Facebook ist, für das die Immobilie nur ein Randgeschäft darstellt. Im Gegenteil: Viele Makler haben sich bewusst Nischen gesucht und die letztgenannten „Corporates“ für sich entdeckt.

Aus dem Wandel der Branche folgt, dass es den großen Gewerbeimmobilienmakler an sich eigentlich nicht mehr gibt. Er ist heute Berater oder Immobiliendienstleister. Kritiker werden monieren: Eine Worthülse, die eine neue Realität vorgaukelt, hinter der aber wenig Neues steckt. Im gewerblichen Bereich haben wir aber tatsächlich längst neue Realitäten, die neue Begriffe rechtfertigen. Nun ist es sicherlich illusorisch zu denken, man könnte den Makler-Begriff über Nacht abschütteln. Aber die Unternehmen arbeiten daran. Wünschenswert wäre, wenn auch der Markt dazu überginge. Das hat nichts mit dem schlechten Image zu tun, das dem Begriff anhaftet, sondern er passt schlicht und ergreifend einfach nicht mehr. Zu groß sind die Unterschiede zwischen dem Makler von gestern und dem Berater von heute.

*Rainer Hamacher, Geschäftsführer,
DTZ Deutschland Holding GmbH,
Frankfurt am Main*

Corealcredit: Sparer im Visier

Noch vor wenigen Jahren ungeliebt avancierte der Privatanleger im Verlauf der Finanzkrise zu Bankers Darling. In-

zwischen haben nicht nur große Kreditinstitute ihre Liebe zum „kleinen“ Mann wiederentdeckt, sondern zunehmend buhlen auch traditionell kapitalmarkt-orientierte Finanzinstitute um die Spargroschen der Deutschen.

Jüngstes Beispiel ist die Corealcredit Bank. Bisher schon hat sie institutionellen Investoren und Unternehmen neben Krediten auch Geldanlageprodukte offeriert. Seit Mitte 2012 führt sie unter der Marke Corealdirect auch Tages- und Festgelder für Privatkunden im Bauchladen.

Um in dem schwer umkämpften Markt zu bestehen, braucht es nicht nur ein attraktives Angebot, sondern nach Möglichkeit auch eine Story, die die Vertriebe ebenso wie die Medien den potenziellen Kunden erzählen können. So ist es kein Zufall, dass zum Jahresbeginn 2013 ein Debützins von 2,013 Prozent angeboten wird. Damit hat die Bank einerseits einen Hingucker, andererseits rangiert sie damit im aktuellen Konditionenvergleich der Festgeldanlagen im vorderen Bereich. Zwar gilt das Angebot nur bis Ende Januar, doch ist die Bank zuversichtlich, damit von Sparern und Finanzvertrieben noch stärker wahrgenommen zu werden.

Bis Ende dieses Jahres erwartet das Institut, mit seinen Privatkundenprodukten einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag eingesammelt zu haben. Gemessen am Refinanzierungsbedarf der Bank ist das freilich nur ein kleiner, wenngleich nicht zu verachtender Teil. Laut Halbjahresbericht 2012 bildeten Hypothekenpfandbriefe mit einem Platzierungsvolumen von 591 Millionen Euro die wichtigste Refinanzierungsquelle.

Über Termingelder von Nichtbanken (institutionellen Investoren sowie Unternehmen) und Schulscheindarlehen wurden 323 Millionen Euro aufgenommen, und das Commercial-Paper-Programm generierte 219 Millionen Euro. Einlagen von Privatkunden sind in diesem Mix zweifellos eine sinnvolle Ergänzung. Allerdings darf wohl bezweifelt werden, dass sich die Corealcredit zu einer Retailbank entwickelt. Vielmehr ist es vor dem Hintergrund der regulatorischen Rahmenbedingungen derzeit opportun, ins Privatkundengeschäft einzusteigen. L.H.