

Im Blickfeld

Kampagne ohne Neuigkeiten

Sind die Klimaschutzziele der Bundesregierung zu ambitioniert? Rund 40 Prozent des Energieverbrauchs entfallen nach Einschätzung des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) auf Gebäude. Werden diese energetisch saniert, könnte ein Einsparungspotenzial von bis zu 80 Prozent realisiert werden, so wird prognostiziert. Tatsächlich ist im Mietwohnungsbereich schon viel in Wärmedämmung und neue Heiztechnik investiert worden. Doch der Großteil des deutschen Wohnungsbestands befindet sich im Eigentum privater Haushalte, von denen die überwiegende Mehrheit Selbstnutzer sind. Diese würden von einer energetischen Sanie-



rung ihres Hauses unmittelbar profitieren, denn sie könnten die Einsparungen direkt im Geldbeutel spüren.

Angesichts kräftig steigender Energiepreise, einer jahrelangen intensiven öffentlichen Auseinandersetzung mit den Fragen der CO₂-Reduktion und der Energiewende kann wohl davon ausgegangen werden, dass auch die selbst nutzenden Eigenheimbesitzer weitgehend hinsichtlich der Möglichkeiten, Kosten und Förderungen energetischer Sanierung informiert sind.

Deshalb ist die jüngste Informationskampagne des BMVBS „CO₂ Gebäudesanie-

rung. Gut für Sie – gut fürs Klima.“ wie Eulen nach Athen tragen. Wer bis jetzt noch keine Sanierung seines Hauses angegangen ist oder geplant hat, dürfte zumindest schon einmal gerechnet haben. Und wer den Investitionsaufwand als nicht tragbar verworfen hat, den dürften auch die neu propagierten, aber wohlbekannten Argumente der Kampagne nicht überzeugen.

Zwar fördert der Bund über die KfW Sanierungsmaßnahmen und auch für Gutachten, die den individuellen Sanierungsbedarf ermitteln, gibt es Zuschüsse, doch bleiben die Investitionen erheblich und für so manchen Eigenheimbesitzer immer noch zu teuer. Hinzu kommt, dass selbst mit Beratung im Durchschnitt „nur“ eine Energieeinsparung von rund 27 Prozent erreicht wird.

Das ist zweifellos eine ganze Menge, aber weit entfernt von dem 80-Prozent-Potenzial, mit dem für die energetische (Voll-)Sanierung gerne geworben wird. Diese ist für die meisten nämlich ohnehin nicht zu bezahlen und ob sie sich rechnen würde, darf bezweifelt werden. Eine neue Kampagne wäre sicherlich Erfolg versprechender, wenn sie von deutlich verbesserten Förderungen begleitet würde.

L.H.

Rezept gegen zerbrochene Fenster

Es fängt klein an: mit Müll auf der Straße oder mit einem Graffiti an der Hauswand. Doch mit der Zeit werden die Missstände schlimmer. Die anständigen Bürger ziehen sich immer weiter aus dem öffentlichen Raum zurück und resignieren vor dem zunehmenden Vandalismus. Am Ende der Spirale steht der Niedergang eines ganzen Stadtviertels. Bekannt ist dieser Teufelskreis als Broken-Windows-Theorie. Nicht nur für die Bewohner ist die Verwahrlosung eines Stadtteils ein Horrorszenario, sondern auch für Stadtplaner und Immobilieninvestoren. Sie alle wollen eine solche Entwicklung in jedem Fall vermeiden.

Die Immobilienbranche kann mit zwei Maßnahmen ihren Teil zum Erhalt eines Viertels beitragen. Zum einen muss sie den öffentlichen Raum hochwertig ge-

stalten und damit eine Art Respekt erzeugen. Zum anderen gilt es, Leerstände zu vermeiden, die sich negativ auf eine Gegend auswirken können.

Die 1982 entwickelte Theorie besagt, dass ein zerbrochenes Fenster bei ausbleibender Reparatur schnell weitere Zerstörungen nach sich zieht. Denn ein dauerhaft kaputtes Fenster ist ein Zeichen dafür, dass an diesem Ort niemand daran Anstoß nimmt. Dieses Phänomen tritt nicht nur in heruntergekommenen Gegenden auf, sondern auch in gehobenen. Am Ende einer Kette von Verschlechterungen steht der Einzug von Schwerkriminalität.

Neuere Forschungen zeigen, dass nicht erst kaputte Fenster, sondern bereits Unordnung ansteckend sein kann. An der niederländischen Universität Groningen wurde folgendes Experiment durchgeführt: In zwei Fällen wurden Werbezetteln an Fahrräder gesteckt – am gleichen Ort, einem Fahrradparkplatz vor einer Fassade in einer Einkaufsstraße.

In einem Fall war die Fassade sauber, in dem anderen übersäten die Forscher die Wand mit Graffiti. Das erstaunliche Ergebnis: Vor der sauberen Wand warf nur ein Drittel der Fahrradfahrer den Werbezettel auf den Boden. Vor der besprühten Wand hingegen ließen ihn 69 Prozent achtlos fallen. Bereits bloße Unansehnlichkeiten können die Menschen also dazu verleiten, soziale Normen zu überschreiten.

Die Erkenntnisse der Broken-Windows-Theorie zeigen, wie wichtig es ist, schöne öffentliche Räume zu entwickeln und zu erhalten. So wie nicht behobene Zerstörungen zu Verwahrlosung führen, erzeugen gepflegte Gegenden Respekt. Sie halten – und sei es auch nur unbewusst – die Menschen zu einem achtsamen Verhalten an. Architekten und Stadtplaner geben sich zwar Mühe, attraktive öffentliche Räume zu schaffen.

Doch nicht immer gelingt ihnen das. Manchmal schießen sie mit ihrem Wunsch nach Ordnung über das Ziel hinaus und entwerfen Stadtteile oder Quartiere ohne Seele. Gepflegt darf nicht steril bedeuten. Wichtig ist, dass sich die Menschen in einer Gegend wohlfühlen – und dazu tragen bereits einzelne schöne, hochwertige Immobilien bei.

Deutschland braucht mehr derartige Gebäude. Es zahlt sich für ein ganzes Viertel aus, wenn dort erstklassige Objekte vorhanden sind.

Ein weiteres probates Mittel gegen eine Verwahrlosung eines Stadtteils ist die Vermeidung von Leerstand. Um das zu gewährleisten, sollten die Eigentümer von Immobilien flexibel sein. Meist halten sie zu lange an einer bestimmten Nutzung fest, vor allem bei vermeintlich hochrentierlichen Objekten wie zum Beispiel Einzelhandel. Anstatt die Umnutzung eines Gebäudes in Erwägung zu ziehen, nehmen sie oft einen vermeintlich kurzzeitigen Leerstand in Kauf. Der kann jedoch leicht zu einem dauerhaftem Leerstand werden: Warenhäuser beispielsweise stehen einer Untersuchung der Hafen-City Universität Hamburg zufolge in einem Drittel der Fälle mehr als fünf Jahre leer.

Aus Sicht des öffentlichen Raums wäre eine rasche Umnutzung oder ein Abriss und Neubau mit neuem Nutzungskonzept wünschenswert. Denn leer stehende Flächen sind nicht nur schädlich für das Image und den Wert der Immobilie selbst, sondern auch für das Umfeld. Immer wieder ist zu beobachten, dass Gutachter benachbarte Grundstücke abwerten, obwohl diese noch genutzt werden. Damit gilt die Broken-Window-Theorie in gewisser Weise auch in finanzieller Hinsicht.

Felix von Saucken, Engel & Völkers Commercial, Frankfurt am Main

FM – der unterschätzte Wettbewerbsfaktor

Wer gesteht dem Hausmeister schon eine entscheidende Rolle für den Geschäftserfolg eines Unternehmens zu? Offensichtlich mehr als gedacht, aber wohl immer noch zu wenige. Erstmals hat sich die The Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) des Themas angenommen und rund 400 Großunternehmen aus 40 Ländern auf allen Kontinenten befragt.

Demnach schätzen die meisten der Befragten Facility Management längst als strategischen Aktivposten, der ihnen Wettbewerbsvorteile verschaffen kann. Denn modernes Gebäudemanagement

ist wesentlich mehr als die traditionellen Berufsbilder vom Hausmeister, der Putzfrau oder dem Wachmann. Längst hat ein Großteil der Unternehmen erkannt, dass ihre Kernfragen wie beispielsweise die Finanzstrategie, die Gewinnung und Bindung von Nachwuchs sowie der Technologiebedarf wesentlich vom Facility Management beeinflusst werden.

Allerdings hat Facility Management bei fast jedem vierten Großunternehmen keine strategische Priorität. Lediglich etwa die Hälfte der Befragten koordiniert unternehmerische Entscheidungen mit dem IT-Bereich. Und nur bei etwa 40 Prozent der Befragten stimmen sich Gebäude- und Personalmanagement miteinander ab. So kommt es, dass der durchschnittliche Gebäudemanager mehr als die Hälfte seiner Arbeitszeit alltäglichen Themen widmet und weniger als 21 Prozent auf Strategie und Planung verwendet. Soll das Potenzial des Facility Managements in vollem Umfang genutzt werden, empfiehlt RICS, diese Prioritäten in Richtung strategischer Aufgaben zu verschieben.

Obwohl der Nutzen des Facility Managers von den Unternehmen zunehmend erkannt wird, sehen sich die Dienstleister dennoch einem höheren Margendruck ausgesetzt. So beklagte die Dortmunder RGM, als sie dieser Tage über das ablaufende Geschäftsjahr berichtete, dass Marktanteile oftmals nur durch Preiszugeständnisse gehalten werden können.

Dafür verantwortlich sei vor allem die sich eintrübende Konjunktur. Vor allem in der Industrie werde bereits darauf reagiert, indem die Produktionskapazitäten – und damit auch Aufträge an Dienstleister und Zulieferer – an eine sich verringernde Nachfrage angepasst würden.

Für die Facility Manager heißt das, sie müssen den Spagat schaffen, einerseits ihre Prozesse und Strukturen so aufzusetzen, dass sie bestmöglich und individuell zum jeweiligen Auftraggeber passen und gleichzeitig äußerst schlank und effizient sind. Dabei noch profitabel zu wirtschaften, ist eine nahezu unlösbare Aufgabe. Folglich wird sich der Markt in den kommenden Jahren im gewohnt hohen Tempo weiter konsolidieren. L.H.

Stadtentwicklung: Pralinen statt Torten

In Deutschland ist immer häufiger das Konzept „unten Shoppingcenter, oben Wohnen“ zu sehen. Dabei entstehen Wohnungen nicht angrenzend, sondern auf dem Center. Doch was hierzulande als junger Trend gefeiert wird, ist beispielsweise in Großbritannien bereits wieder überholt. Vor etwa zehn Jahren erlebte die Idee auf der Insel einen regelrechten Boom. Viele größere Center in den Städten wurden mit Wohnungen „on top“ versehen. Mit der Zeit zeigte sich jedoch: Die Segmente Einzelhandel und Wohnen haben eigene Zyklen. In Deutschland erleben beide Segmente momentan zeitgleich einen Boom, in Großbritannien jedoch haben sich die Zyklen entkoppelt. Investoren suchen dort entweder Handelsimmobilien oder Wohnungen, nicht beides zusammen. Zudem sind beide Nutzungen an sich nicht verträglich. Handelsflächen leben von einer hohen Besucherfrequenz, Wohnen braucht Ruhe.

Auch die besonderen Standortanforderungen bergen Probleme. Ein idealer Standort für ein Shoppingcenter muss nicht zwangsläufig auch eine hohe Lagegunst für Wohnimmobilien mitbringen. Die Folge: Das liebevoll als „Wedding Cake“ bezeichnete Konzept des Schichtens von Einzelhandel und Wohnen geriet in die Krise. Seit rund fünf Jahren heißt es: „We don't do that kind of mixed use any more.“ Statt „Wedding Cakes“ favorisieren die Briten heute einzelne „Pralinen“. Nicht übereinander, sondern Nebeneinander werden die Nutzungen angeordnet. Wie in einer Konfektpackung eben.

Die britischen Erfahrungen lehren: Das Schicht-Konzept wird sich nicht auf breiter Front durchsetzen. Im Einzelfall kann die Idee hierzulande jedoch funktionieren. Schließlich sind die Rahmenbedingungen in beiden Ländern unterschiedlich. So hat zum Beispiel der Markt von Eigentumswohnungen im Vereinigten Königreich eine andere Bedeutung als in Deutschland. Trotzdem sollte das Torten-Modell nicht vorschnell als Patentrezept der Stadtentwicklung gefeiert werden.

Katharina von Schacky, Head of Asset Management Retail Services, DTZ Deutschland Holding GmbH, Frankfurt am Main