

competition

Magazin für Architekten, Ingenieure und Bauherren

Dossier
Lohnt sich
Baukultur?



Stapelweise Kitas

Kleine Bautypologie, viele Aufträge

Marktcheck Entwurfssoftware

Teil 3 der Serie „Digitalisierung“

Gesetztes Zeichen

Das Gutenberg-Museum in Mainz
wird erweitert

E-Vergabe

Was Planer beachten müssen

Neue Fachkräfte

Wie aus geflüchteten Architekten
und Ingenieuren Mitarbeiter werden

Feature

Stadtrendite und Baukultur

Seit Mitte der 2000er Jahre diskutieren Ökonomen, ob sich Leistungen eines Immobilienunternehmens für Quartiersentwicklung, Nachhaltigkeit oder Stadtentwicklung finanziell messen lassen. Der Begriff Stadtrendite bietet dabei einen Ansatz, wie man positive Effekte von „weichen“ Faktoren, indirekten Wirkungen und potenziellen Erträgen berechnen kann. Das Beispiel der Sahle Wohnen GmbH wiederum zeigt, wie ein Immobilienunternehmen durch soziales Engagement Folgekosten vermeiden und geldwerte Vorteile erwirtschaften kann.

Text: Kristina Simons

Der Begriff Stadtrendite kam erstmals auf, als die Privatisierung vieler kommunaler Wohnungsunternehmen in vollem Gang war – allein zwischen 1997 und 2007 wurden hierzulande rund 700.000 öffentliche Wohnungen privatisiert. Gegner dieser Entwicklung fürchteten, dass die neuen privaten Eigentümer sich nur an ihrem eigenen Gewinn orientieren und weniger in den Wohnungsbestand, in das soziale Wohnumfeld und in ökologische Nachhaltigkeit investieren als die kommunalen. Die Stadtrendite wurde der rein betriebswirtschaftlichen gegenübergestellt und sollte klarstellen, dass Wohnungsunternehmen, die kommunale Aufgaben übernehmen, eine Rendite für die Stadt erwirtschaften.

Mehrwert für die Stadt

„Bei der Stadtrendite handelt es sich um einen Mehrwert für die Stadt, der sich aus Leistungen von Wohnungsunternehmen zusammensetzt, die in den Bereichen Soziale Sicherheit und Versorgung, Wohnumfeld und Stadtentwicklung, Stärkung der lokalen Wirtschaft und Administration und Organisation erwirtschaftet werden. Diese Leistungen müssen über die normal übliche Bewirtschaftung der Wohnungsbestände eines Unternehmens hinausgehen und mit den Zielen der Stadt in Einklang sein.“ So definiert Stephanie Heitel vom Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Darmstadt den Begriff Stadtrendite in einer Studie aus dem Jahr 2010. „Es gibt allerdings nicht das Stadtrendite-Modell“, sagt Heitel. „Unterschiedliche Ansichten bestehen darin, die Stadtrendite finanziell zu fassen.“ Es sei schwierig und zudem immer subjektiv, „weiche“ Faktoren, indirekte Wirkungen und in der Zukunft liegende Erträge zu monetarisieren.

Erstmals hatte das Institut für Management der Berliner Humboldt Universität (HU) 2006 in Kooperation mit dem kommunalen Wohnungsunternehmen Degewo Kriterien zur Messung der Stadtrendite erarbeitet. Bei einem Jahresüberschuss der Degewo in 2005 von 4,1 Millionen Euro ermittelte die HU eine Stadtrendite von 46,8 Millionen Euro. In 2009 lag sie sogar bei 53,70 Millionen Euro.

Mehrwert für die Unternehmen

Für Prof. Dr. Guido Spars, Immobilienökonom an der Bergischen Universität Wuppertal und Autor einer Studie über Stadrendite, ist das Modell auch auf private Wohnungsunternehmen übertragbar (siehe Interview S. 38). Für Spars erwirtschaftet ein Wohnungsunternehmen da Vorteilsüberschüsse, also eine Rendite für die Stadt, wo es beim Wohnungsmarkt hapert: etwa indem es Wohnungen für Problemhaushalte zur Verfügung stellt oder im Quartier eine soziale Infrastruktur aufbaut, dadurch positive Effekte schafft und negative vermeidet. „Bedingung ist allerdings, dass die Maßnahmen über das rein betriebswirtschaftliche Kalkül hinausgehen“, so Spars.

Um Unternehmen der Immobilienbranche Anreize für gemeinwohlorientiertes Handeln zu geben, nutzen Städte und Gemeinden inzwischen auch das Vergaberecht. „Zum Beispiel veräußern Kommunen wie Berlin relevante Baugrundstücke nicht mehr unbedingt zum Höchstpreis, sondern über Direktvergaben oder ein konzeptorientiertes Entwicklungsverfahren, bei denen zusätzliches Engagement eine Rolle spielt“, berichtet Stephanie Heitel. So betont der Berliner Liegenschaftsfonds, dass beim Konzeptverfahren neben dem Kaufpreis das entscheidende Kriterium die Qualität des Nutzungskonzepts ist, „die kreative Idee, die im Idealfall das Potenzial hat, die Attraktivität des Standorts zu stärken, ja vielleicht sogar positiv auf den ganzen Bezirk abzustrahlen.“ Immobilienunternehmen, die sich darauf einließen, könnten sich bei der Kommune als bevorzugte Partner profilieren und ihre Chancen bei der nächsten Vergabe verbessern, ergänzt Heitel.

Rendite durch soziales Engagement

Ein gutes Beispiel für soziales und stadtkulturelles Engagement mit Gewinn auch für das Unternehmen ist das mittelständische Familienunternehmen Sahle Wohnen. Im Jahr 2000 gründete das münsterländische Wohnungsunternehmen die gemeinnützige Parea gGmbH. „Die Idee zur Gründung von Parea entstand im Zusammenhang mit einer umfassenden Umstrukturierung und Revitalisierung einer Wohnanlage aus den 1970er Jahren mit rund 370 Wohneinheiten in Erkrath-Hochdahl“, erinnert



Auch das ist Baukultur: Zwischen 1998 und 2000 modernisierte das familiengeführte Unternehmen Sahle Wohnen eine Wohnanlage aus den 1970er Jahren mit rund 370 Wohneinheiten in Erkrath-Hochdahl bei Düsseldorf. Ein gezieltes soziales Engagement des Unternehmens führte in der Folge zu einer Stabilisierung des Viertels und zum Rückgang von Vandalismus und Mieterwechseln.

sich Unternehmenssprecherin Sybille Jeschonek. Die Anlage wurde zwischen 1998 und 2000 aufwendig energetisch modernisiert. Der Modernisierungsbedarf an dem Standort war das eine. „Eine soziale Schieflage, die sich dort vor Übernahme durch Sahle Wohnen über die Jahre entwickelt hatte, das andere“, so Jeschonek. Vandalismus, Kellerbrände, Streit und Auseinandersetzungen unter Mietern brachten die Wohnanlage stadtweit in Verruf – und kosteten das Wohnungsunternehmen viel Geld für die Beseitigung der Schäden. Sahle Wohnen startete daraufhin zunächst eine einjährige Zusammenarbeit mit einem freien Jugendhilfeträger und richtete eine Wohnung im Erdgeschoss als Jugend- und Mietertreffpunkt ein. „Im Laufe dieses ersten Jahres reifte die Idee, mit Parea eine eigenständige soziale Dienstleistungsgesellschaft zu gründen, die die Arbeit in Erkrath übernehmen und zukünftig für die Förderung des nachbarschaftlichen Zusammenlebens und die Mieterbetreuung in weiteren Wohnanlagen von Sahle Wohnen und anderen Wohnungsunternehmen tätig sein sollte.“ Parea leistet Hilfe und Anschlag zur Selbsthilfe, organisiert Hausaufgabenbetreuung, internationale Kochkurse und Frauentreffs, kümmert sich unter dem Namen „Aktives Seniorenwohnen“ außerdem um die soziale Betreuung der Bewohner. Seit ihrer Gründung vor 16 Jahren fördert Sahle Wohnen die Parea und ihre Tätigkeiten in der Mieterbetreuung jährlich „mit einem namhaften Betrag“, so Jeschonek, sowie mit Räumlichkeiten für Mietertreffpunkte und Veranstaltungen. Die Kundenbetreuer des Wohnungsunternehmens begleiten und unterstützen die Parea-Aktivitäten.

Weniger Mieterwechsel, weniger Schäden, besseres Image, stabiles Quartier

„Mittel- und langfristig bringt das Engagement von Sahle Wohnen bei Parea indirekte finanzielle Vorteile mit sich“, sagt Jeschonek. Die Mieter fühlten sich wohler in ihrem Wohnumfeld und blieben ihm treu. Es komme deutlich weniger zu Mieterwechseln, die für einen Vermieter immer mit Arbeit, Aufwand und Kosten verbunden seien. „Zufriedene Mieter identifizieren sich zudem mit ihrem Wohnstandort und achten mit darauf, dass die Außenanlagen und Häuser sauber und ordentlich

sind und bleiben.“ Beschädigungen und Vandalismus hätten deutlich abgenommen oder sogar ganz aufgehört. „Und auch der Imagefaktor, der sich aus dem Einsatz der Parea ergibt, ist nicht zu unterschätzen.“ Durch die präventive soziale Arbeit der Parea in den Wohnanlagen erkennt das Wohnungsunternehmen heute Problemlagen frühzeitig und kann zeitnah darauf reagieren. „Eine Negativentwicklung wie in der Erkrather Wohnanlage ist heute bei uns gar nicht mehr möglich und in den letzten Jahren an keinem unserer Standorte mehr vorgekommen“, berichtet Jeschonek.

Corporate citizenship rechnet sich

Beispiele wie das der Sahle Wohnen für soziales Engagement, das sich auch für die Unternehmen rechnet, führen dazu, dass sich die private Immobilienwirtschaft langsam der Bedeutung von *corporate citizenship*, von gesellschaftlicher Verantwortung mit einem Mehrwert für Gesellschaft und Unternehmen, bewusster wird. Und das aus gutem Grund, meint André Adami von der Immobilienberatung bulwiengesa: „Am Ende dienen Investitionen im städtebaulichen, sozialen, ökologischen, kulturellen und sportlichen Bereich dazu, die erzielbare Miet- und/oder Kaufpreise zu erhöhen, bei der Vermarktung von Immobilien einen Vorteil gegenüber Wettbewerbern zu haben, häufige Mieterwechsel und Leerstände zu vermeiden und damit zugleich Instandhaltungs- und Instandsetzungsaufwendung zu reduzieren und schließlich auch das eigene Image zu verbessern und so den langfristigen Werterhalt zu sichern“, so der Berliner Immobilienmarktanalyst. ■