

PB3C News (12. KW)

XXIII. Jahrgang, Erscheinungstag: 28.3.2022

KOMMENTAR

Content is King — but Emotion is Queen



Sonja Rösch

PB3C

„Werden Sie auf LinkedIn nicht zu persönlich, es handelt sich um eine Business-Plattform, auf der vor allem fachliche Exzellenz gefragt ist.“ Diesen Ratschlag habe ich noch vor einem Jahr in so gut wie jeder Social-Media-Schulung gegeben. Doch genau wie alle anderen Social-Media-Plattformen entwickeln sich auch die Business-Netzwerke weiter. Inzwischen zeigt sich, dass persönlicher formulierte LinkedIn-Posts, die einen Einblick in die Motivation und die eigenen Ziele geben oder auch die früheren Fehler eines Menschen thematisieren, gerade auf Entscheider-Ebene oft besser performen als rein fachliche Kommentare. Dem altbekannten Satz „Content is King“ muss man inzwischen also hinzufügen: „but Emotion is Queen“. In einigen Fällen lässt sich das Wort Emotion allerdings auch durch „Mindset“ ersetzen.

Angesichts dieser Entwicklung erhalten die persönlichen Social-Media-Profile nochmals einen größeren Stellenwert, wovon indirekt auch der Unternehmens-Kanal und somit das gesamte Image der Firma profitieren kann. Ein nahbarer CEO, CIO oder CFO verkörpert gleichzeitig ein modernes Unternehmensklima, in dem gerade Young Potentials nicht nur fachlich, sondern auch persönlich wachsen können.

Mangelnde Authentizität wird abgestraft

Mehr noch als bei faktenbezogenen Postings müssen Tonalität, Botschaften und – ganz wichtig – die zugehörigen Bilder, Animationen und Videos zusammenpassen. Mangelnde Authentizität wird sofort abgestraft, genauso wie ein zu großspuriges oder gezwungenes Auftreten: Ein MDAX-Vorstand tritt im Berufsalltag wohl kaum so auf wie ein junger Gründer. Dementsprechend unsinnig wäre es, wenn er auf LinkedIn auf einmal so klingen möchte. Zudem spielen der Werdegang, die Ausbildung und die Ziele für die kommenden Jahre eine wichtige Rolle. Und natürlich wollen sich auch keineswegs alle C-Level-Entscheider überhaupt darauf einlassen, auf LinkedIn persönlich zu werden. In diesem Fall ist der Ansatz für sie nicht der richtige, was völlig in Ordnung ist. Umgekehrt sollten sich extrovertierte Persönlichkeiten in manchen Fällen bremsen, bevor sie allzu private Beziehungs-, Kinder- oder Urlaubsfotos unreflektiert auf LinkedIn posten.

Emotionalität ist Kommunikationssache

Wie bei jedem fachlichen Post gilt im Übrigen auch bei emotionalem Content, dass er in eine übergeordnete cross-mediale Kommunikationsstrategie eingebettet und Teil von Kampagnen sein sollte. Die Mischung macht es dann: Zwischen den emotionaleren Postings sollten in der Regel zwei oder drei fachbezogene Managerkommentare folgen. Und auch die Frequenz sollte nicht übertaktet werden: Die Dosis macht das Gift. Dementsprechend wichtiger wird auch die Rolle der Kommunikationsexperten, die auf ein stimmiges Verhältnis achten und nicht nur die Performance der einzelnen Posts analysieren, sondern auch die Relevanz der Kanäle und ihrer Inhalte immer wieder kritisch hinterfragen sollten. Denn LinkedIn und alle anderen Plattformen entwickeln sich stetig weiter – auch diejenigen, die noch gar nicht alle Unternehmen auf dem Radar haben. Beispielsweise zeigt sich derzeit bei Instagram die genaue Gegenbewegung: hin zu mehr fach- und unternehmensbezogenen Inhalten. Auch die Finanz- und Immobilienbranche haben inzwischen erkannt, dass sie potenzielle Mitarbeiter und Geschäftspartner dort direkt erreichen können. Dementsprechend setzen Konzerne, Fondsanbieter und andere Akteure inzwischen auf kurze authentische, aber faktenbezogene Instagram-Videos, die besonders nutzwertig für Employer Branding und Markenbildung sind.

Was funktioniert nicht?

Neben der Frage, welche Kanäle und Formate funktionieren, ist die Gegenfrage genauso wichtig: Welche funktionieren nicht? Twitter mag im englischsprachigen Raum als Unternehmenskanal etabliert sein, in der DACH-Region handelt es sich allerdings um ein Netzwerk, das vor allem von Journalisten und Interessenvertretungen genutzt wird. Facebook wird immer mehr zum Marktplatz und hat eher eine Zukunft als C2C-Plattform, aber immer weniger für B2C. Organisches Wachstum ist für Firmen auf Facebook kaum

noch möglich, und das Kapital, das für Sponsorings eingesetzt werden müsste, ist in aller Regel auf LinkedIn besser aufgehoben. Und was ist mit dem Audioformat Clubhouse? Kurzfristiger Hype oder etwas von Dauer? Eher Ersteres, doch wer mitgemacht hat, hat zumindest seine Offenheit und Flexibilität demonstriert, mal was Neues auszuprobieren.

Kommunikation wie ein Portfolio begreifen

Ähnlich wie bei einem klassischen Immobilien-Investmentportfolio können auch die verschiedenen Kommunikationskanäle als einzelne Assets betrachtet werden. Letztlich ist der richtige Schwerpunkt entscheidend für den dauerhaften Erfolg. Das heißt: Nicht zu stark den vorübergehenden Trends hinterherlaufen, sondern eine klare Strategie für die Hauptkanäle entwickeln und diese bei Bedarf immer wieder anpassen — beispielsweise, um emotionalen Content oder andere neue Formate zu ergänzen.

Genauso gehört es jedoch dazu, sich konsequent von den Non-Performern zu trennen. Exit ist gut. Und noch eine Parallele existiert zwischen dem Investment- und dem Kommunikationsportfolio: Die Ziele können jeweils sehr unterschiedlich sein. Beim Investieren kann der Fokus auf Werterhalt, auf Wertsteigerung oder auf dem Cashflow liegen. Bei der Social-Media-Kommunikation sind die Ziele beispielsweise eine größtmögliche Reichweite oder mehr Interaktionen auf dem Kanal. Oder aber neue Bewerberinnen und Bewerber zu erreichen. Denn der War for Talents wird längst auch auf LinkedIn, Instagram und Co. ausgefochten.

Dieser Artikel erschien in der AIZ 3/2022.

Haben Sie Anmerkungen oder Fragen? Dann schreiben Sie an die Leiter unserer Redaktion [Jan Döhler](#) und [Kai Gutacker](#).

MARKTNEWS

Eigentumswohnungen verteuern sich weiter

Wie **DIE WELT** am 24.3. schreibt, sind die Preise für Eigentumswohnungen auch 2021 weiter gestiegen. Gegenüber 2020 habe der Preisanstieg in Deutschland dem ‚Postbank Wohnatlas 2022‘ zufolge inflationsbereinigt bei 14,2 % gelegen, und damit höher als 2020, als er bei + 9,6 % betragen habe. Am teuersten seien Eigentumswohnungen mit durchschnittlich 9.732 Euro/qm nach wie vor in München, gefolgt von Frankfurt mit 6.586 Euro/qm und Hamburg mit 6.489 Euro/qm. Der stärkste Preisanstieg in den Top-7-

Städten sei mit 15,3 % in Düsseldorf gemessen worden, dann folgten Hamburg mit einem Zuwachs von 13,4 % und Frankfurt mit + 5,8 %. Noch stärker allerdings hätten sich Eigentumswohnungen im Umland der Top-7-Städte verteuert. Am stärksten sei der Preisanstieg im Umland Berlins gewesen. Während Eigentumswohnungen 2021 gegenüber 2020 bundesweit um durchschnittlich 8,1 % teurer geworden seien, seien es im Landkreis Oder-Spree + 45,2 % und in Potsdam + 27,3 % gewesen. Die Hauptgründe für die starken Preisanstiege seien laut der Postbank die nach wie vor niedrigen Zinsen und die anhaltend hohe Nachfrage bei zugleich stagnierendem Angebot. Axel Gedaschko vom GdW wiederum sehe die Hauptursachen hierfür in den immer höheren Grundstückspreisen, den ungewöhnlichen Anstiegen bei den Baukosten und dem massiven Material- und Handwerkermangel. Hinzu komme, dass die Planungs- und Genehmigungsverfahren nach wie vor viel zu lange dauerten, und solange die Digitalisierung in diesem Bereich nicht voranschreite, werde sich daran auch nichts ändern. Auch für 2022, so sei man bei von Poll Immobilien überzeugt, sei damit zu rechnen, dass sich die Preisanstiege bei Eigentumswohnungen weiter fortsetzten. Insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Inflation sei von einer weiterhin großen Nachfrage am Immobilienmarkt auszugehen, da sich Investitionen in Immobilien bislang immer als inflationssicher erwiesen hätten.

Förderung des sozialen Wohnungsbaus soll sukzessive erhöht werden

Rund 4,9 Mrd. Euro stehen der Bundesbauministerin Klara Geywitz in diesem Jahr zur Verfügung, wenn der nun vorliegende Haushaltsentwurf der neuen Regierung unverändert beschlossen wird, schreibt die **IMMOBIEN ZEITUNG** am 24.3. Der Schwerpunkt liege dabei auf der Förderung des sozialen Wohnungsbaus, in den in diesem Jahr 2 Mrd. Euro fließen sollen, wobei 1 Mrd. Euro speziell dem klimagerechten und sozial verantwortlichen Neubau zugedacht seien. Für Wohngeldzahlungen seien rund 895 Mio. Euro vorgesehen, und für das in der Bevölkerung sehr beliebte Baukindergeld rund 995 Mio. Euro. Bis 2026 solle die Förderung des sozialen Wohnungsbaus sukzessive weiter erhöht werden. Für 2023 seien 2,5 Mrd. Euro eingeplant, für 2024 dann 3 Mrd. Euro, für 2025 und 2026 voraussichtlich jeweils 3,5 Mrd. Euro.

Warum Investitionen in ältere Wohnimmobilien attraktiv sind

Eine Studie des Proptechs Pricehubble zur Wertentwicklung von Wohnimmobilien verschiedenen Alters zeigt, dass Investitionen in ältere Bestandsobjekte attraktiver sind, als allgemein angenommen wird, berichtet das **HANDELSBLATT** am 25.3. Dies gelte insbesondere für Immobilien in Düsseldorf, Köln und Frankfurt. Für die Analyse sei in jeder der untersuchten Großstädte eine typische Wohnung identifiziert und bewertet worden, wobei das Baujahr der Wohnung variiert worden sei, während alle anderen Einflussfaktoren unverändert geblieben seien. Im zweiten Schritt sei dann die zu erwartende Entwicklung der Mieten einbezogen worden. Dabei lasse sich beobachten, dass die Mietrenditen für Gebäude in Düsseldorf ab einem Alter von 40 Jahren anstiegen und ab einem Alter von 60 bis 70 Jahren etwa 5,4 % erreichten. In Köln seien bei Immobilien ab einem Alter von 40 Jahren knapp 4,7 % und in Frankfurt knapp 4,5 % Rendite zu erwarten.

Der Handel braucht immer mehr Logistikflächen

Der Handel entwickelt sich immer mehr zu einem der größten Flächenabnehmer von Lager- und Logistikimmobilien in Deutschland, schreibt die **IMMOBILIEN ZEITUNG** am 24.3. Realogis zufolge hätten Handelsunternehmen 2021 an den acht wichtigsten deutschen Logistikstandorten Hamburg, Berlin, Ruhrgebiet, Düsseldorf, Köln, Frankfurt, Stuttgart und München Verträge über insgesamt 1,35 Mio. qm Fläche zur Miete oder Selbstnutzung unterzeichnet, womit auf sie ein Anteil von 35 % am gesamten Flächenumsatz an den Top-8-Standorten der deutschen Logistikimmobilienmärkte entfallen sei. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum hätten die Handelsunternehmen damit ihren Lager- und Logistikflächenumsatz um 7 % erhöht.

FONDS- UND FINANZ-NEWS

Nachfrage nach Anschlussfinanzierungen und Forward-Darlehen steigt

Die Nachfrage nach Anschlussfinanzierungen und Forward-Darlehen hat sich dem Immobilienfinanzvermittler Interhyp zufolge in den ersten Wochen dieses Jahres signifikant erhöht, berichtet das **HANDELSBLATT** am 23.3. Im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt sei der Anteil der Anschlussfinanzierungen über alle Finanzierungen hinweg seit

Jahresbeginn 2022 um sechs Prozentpunkte auf 31 % gestiegen. Zugleich habe sich der Anteil von Finanzierungen mit Forward-Darlehen auf 49 % erhöht. Der Grund für die große Nachfrage seien die in jüngster Zeit deutlich gestiegenen Bauzinsen. Nachdem diese noch Anfang 2020 bei zehnjähriger Zinsbindung deutlich unter 1 % gelegen hätten, müssten Bauherren derzeit für fünf- und zehnjährige Darlehen zwischen 1,5 % und 1,6 % Zinsen einkalkulieren, wobei als Hauptgrund für den Anstieg der Bauzinsen die in den letzten Monaten deutlich gestiegene Inflation anzusehen sei.

Vonovia will weiter wachsen

Nach einem außergewöhnlich erfolgreichen Geschäftsjahr 2021 will Vonovia zusammen mit der jüngst übernommenen Deutsche Wohnen bei Umsatz, EBITDA und Group FFO in diesem Jahr einen Zuwachs von mehr als 20 % erreichen, berichtet die **IMMOBILIEN ZEITUNG** am 24.3. 2021 sei der Umsatz um 18,5 % auf 5,3 Mrd. Euro gestiegen, wobei die Deutsche Wohnen im Q4 2021 rund 307,7 Mio. Euro beigetragen habe. Die Mieten hätten sich um 2,4 % auf durchschnittlich 7,33 Euro/qm erhöht, und der Verkehrswert sei, vor allem durch die Übernahme von Deutsche Wohnen, aber auch dank Neubau und Modernisierung, um 66,1 % auf 97,8 Mrd. Euro gestiegen. Die FFO hätten sich um 24 % auf rund 1,7 Mrd. Euro erhöht, und sollten in diesem Jahr zwischen 2 Mrd. Euro und 2,1 Mrd. Euro erreichen.

Happy Birthday, hausInvest!

Am 7. April feiert der offene Immobilienfonds hausInvest von Commerz Real, der mittlerweile ein Volumen von über 17 Mrd. Euro erreicht hat und rund 1 Mio. Anleger betreut, seinen 50. Geburtstag, schreibt die **IMMOBILIEN ZEITUNG** am 24.3. Für dieses Jahr plane Fondsmanager Mario Schüttauf von Commerz Real, Immobilien und Projekte im Wert von rund 1,5 Mrd. Euro einzukaufen und damit rund 50 % mehr als im vergangenen Jahr zu investieren. 2021 hätten den Ankäufen im Volumen von rund 920 Mio. Euro Verkäufe im Wert von rund 765 Mio. Euro gegenübergestanden, 2022 nun sollten die Verkäufe mit geschätzt 500 Mio. Euro deutlich unter Vorjahresniveau bleiben. Für die Einkäufe werde der hausInvest aller Voraussicht nach auf steigende Mittelzuflüsse zugreifen können. Nachdem diese 2021 mit insgesamt 404 Mio. Euro wie auch bei den Mitbewerbern vergleichsweise gering ausgefallen seien, erwarte Schüttauf vor dem Hintergrund der derzeit starken Volatilität am Aktienmarkt für 2022 zwischen 500 Mio. und 1 Mrd. Euro neue Anlegergelder. „Ich denke, die offenen Fonds haben sich als krisenfestes Produkt bewiesen“, sage Schüttauf: „ein Produkt, das auch Antworten auf die Probleme der Pandemie gefunden hat.“

Core ist nicht immer die beste Wahl

Viele Investoren und auch Immobilienentwickler versuchen momentan, Risiken strikt aus dem Weg zu gehen, schreibt Ingo Weiss von Driven Investment auf [IMMOBILIEN AKTUELL](#) am 21.3. In Reaktion auf die Pandemie, dann infolge von Inflationsängsten und der Furcht vor einer Zinswende seien deshalb Core-Investments so gefragt wie nie. Gegen Core-Investments sei an sich auch nichts einzuwenden, doch eine ausschließliche Fokussierung auf solche Objekte könne dazu führen, dass die größten Potenziale am Immobilienmarkt nicht erkannt würden. Auch blieben womöglich diejenigen Entwicklungsprojekte links liegen, die aus städtebaulicher Sicht den größten Mehrwert für Anwohner und Kommunen bieten würden. Weiss zeigt in seinem Beitrag auf, welche Herausforderungen es derzeit für Investoren und Projektentwickler gibt, wie man Risiken minimieren und mit Kommunen und Verwaltungen zielführend kooperieren kann, um guten Gewissens Chancen jenseits von Core ergreifen zu können.

Warum Immobilieninvestments auch und gerade in Zeiten der Inflation attraktiv sind

Vor dem Hintergrund der gestiegenen Inflation, die sich aller Voraussicht nach infolge des Ukraine-Krieges weiter erhöhen wird, bleibt institutionellen wie privaten Kapitalanlegern bis auf Weiteres nichts anderes übrig, als auf Real Assets, und dabei vor allem auf Immobilien, zu setzen, schreiben Axel Vespermann von Universal-Investment und Prof. Dr. Friedrich Heinemann vom ZEW-Forschungsbereich ‚Unternehmensbesteuerung und Öffentliche Finanzwirtschaft‘ in der [BÖRSEN-ZEITUNG](#) online am 21.3. Zwar hätten die Preisanstiege der vergangenen Jahre bereits zu einer deutlichen Renditekompression geführt, doch seien hiermit noch immer relativ stabile und zumeist auskömmliche Erträge zu erzielen. Zudem bestehe bei Immobilieninvestments zumindest eine gute Chance, die Inflation langfristig zum Teil auszugleichen, wenn entsprechend höhere Mieten durchgesetzt werden könnten. Gleichzeitig sei die Wahrscheinlichkeit, dass eine kurzfristige radikale Wende in der Geld- und Fiskalpolitik in der Eurozone zu einem deutlichen Anstieg der Kapitalmarktzinsen, einer Anpassung der Portfolioallokationen und somit zu spürbaren Bewertungsverlusten an den Immobilienmärkten führe, derzeit sehr gering.

Überbuchen ist das Gebot der Stunde

Fast jedes Unternehmen, das heute neue Büroräume sucht, kann bis zu 40 % seiner Arbeitsfläche einsparen, schreibt Matthias Goßmann von HB Reavis auf [HANDELSBLATT INSIDE REAL ESTATE](#) am 25.3. Und das gelte auch für viele Firmen, die bereits verdichtete Grundrisse aufwiesen. Die Voraussetzung dafür sei, dass sie ein System übernähmen, das Airlines seit Jahrzehnten für die Sitzplätze ihrer Flugzeuge nutzten, nämlich das der Überbuchung. Anstatt einzuplanen, dass jedem Mitarbeiter zu jeder Zeit ein fester Platz im Büro zur Verfügung stehe, sei es sinnvoller, Abwesenheiten von vornherein einzuplanen. Schließlich sei klar, dass immer ein gewisser Anteil der Mitarbeiter auf Terminen, Dienstreisen, im Urlaub, im Homeoffice oder krank sei. Wer also heute nicht gezielt überbuche, gehe fahrlässig mit der wertvollen Ressource Raum und natürlich auch der Mietbelastung um, und verbrauche zudem für die Beheizung dieser ungenutzten Flächen unnötig viel Energie.

LINKEDIN

Quartiersentwicklungen: Soziale versus ökonomische Rendite?



Andreas Polter MRICS

The Base

Soziale Rendite – das ist ein Begriff, der schon seit 15 Jahren oder länger in der Stadt- und Immobilienentwicklung gebraucht wird. Auf den Märkten gespürt hat man die soziale Rendite in den vergangenen Dekaden aber kaum. Denn die Unwägbarkeiten in der Projektentwicklung sind bekanntlich groß und reichen vom Planungs- und Genehmigungsrisiko über das Baukostenrisiko bis hin zum Leerstandsrisiko. Es ist nachvollziehbar, dass die Risiken eingepreist werden. Es ist auch nachvollziehbar, dass der Cashflow aus einem Projekt maximiert wird. Doch gerade heutzutage sollte es möglich

sein, die soziale Rendite mit der harten ökonomischen Rendite in Einklang zu bringen. Lesen Sie weiter auf [LinkedIn](#).

Wohnraumentwicklung in Zeiten der Stagflation ist keine Neubaustory



Stefan Spilker

SORAVIA

Die gestiegenen Baugenehmigungszahlen und die derzeitige Risikoflucht in Sachwerte und die inflationären Tendenzen, die wahrscheinlich dazu führen wird, dass viele Investoren ihre Immobilienquote erhöhen, bieten beste Voraussetzungen für Neubau – es könnte also alles so einfach sein, sagt Stefan Spilker von SORAVIA. Aber ... Lesen Sie den kompletten Management-Kommentar auf [LinkedIn](#).

Trotz kritischer Marktphase: Wir können Nachfrage!



Dagmar Faltis

allmyhomes

Erkenntnisse der MIPIM 2022: Die Immobilienbranche bewegt sich in eine kritische Marktphase, weil – neben vielen anderen Painpoints – auch die Nachfrage nach Eigentumswohnungen sinkt, sagt Dagmar Faltis von allmyhomes. Lesen Sie den kompletten Management-Kommentar auf [LinkedIn](#).

Leidenschaft für jedes einzelne Projekt



Stefan F. Höglmaier

Euroboden

Leidenschaft für jedes einzelne Projekt und wirkliches Interesse für den jeweiligen Standort sind unser Antrieb bei Euroboden: Architekturkultur und Nachhaltigkeit sind dabei eng miteinander verbunden, wie Sie in unserem ersten ESG-Bericht nachlesen können, sagt Stefan F. Höglmaier von Euroboden. Lesen Sie den kompletten Management-Kommentar auf [LinkedIn](#).

Das Gefühl von Einsamkeit nimmt zu



Florian Färber

The Base

Mit unserem Co-Living-Konzept von The Base wollen wir das Thema ‚Combat Urban Loneliness‘ angehen, sagt Florian Färber von The Base. Lesen Sie den kompletten Management-Kommentar auf [LinkedIn](#).

PB3C News:

Verantwortlich: Holger Friedrichs. Die Richtigkeit der Darstellung von Fakten in Presseartikeln wird nicht geprüft. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des jeweiligen Autors und nicht die Meinung der Herausgeber wieder.

Copyright der PB3C News der Woche: PB3C GmbH, Rankestraße 17, 10789 Berlin. Kopien oder Weitergabe als E-Mail ohne vertragliche Vereinbarung mit der PB3C GmbH verstoßen gegen das Urheberrecht.

Über die PB3C GmbH: Die PB3C GmbH ist seit dem Jahr 2000 das führende Beratungsunternehmen in Deutschland für die Positionierung und Kommunikation von Immobilien- und Fondsunternehmen. Sie berät nationale und internationale Kunden in den Bereichen strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kapitalmarktkommunikation und Positionierung. Zu den weiteren Tätigkeitsfeldern zählen die Erstellung von Leistungsbilanzen und Geschäftsberichten, Studien und Researchdokumenten sowie die Konzeption und Texterstellung von Kundenzeitungen, Newslettern, Internetauftritten und Broschüren, des Weiteren die politische Beratung und Unterstützung im Investor-Relations-Bereich. Ausführliche Informationen über das Leistungsspektrum und Referenzen von Kunden der PB3C GmbH finden Sie unter www.pb3c.com oder können Sie unter info@pb3c.com anfordern.