

# AIZ

Das Immobilienmagazin

## Mit großem Besteck: Kommunikation, die ankommt.





# DIE SCHÖNSTEN IMMOBILIEN. DIE BESTEN MAKLER.



Besuchen Sie jetzt [www.bellevue.de](http://www.bellevue.de),  
das besondere Immobilienportal.

Wollen Sie mit Ihrem Angebot einen exklusiven Kundenkreis erreichen?  
Alle Infos und Konditionen finden Sie unter [www.bellevue.de](http://www.bellevue.de). Sprechen Sie uns gern auch direkt an.  
E-Mail: [service@bellevue.de](mailto:service@bellevue.de) • Telefon: +49 40 593 625 030

Liebe Leserinnen und Leser,

am Immobilienmarkt zeigt sich wieder etwas Bewegung. Die Kreditvergabe belebt sich, und bei den Baugenehmigungen gibt es erste leichte Impulse. Ob daraus tatsächlich mehr Wohnungsbau wird, ist damit allerdings noch nicht entschieden. Genehmigt ist noch nicht gebaut. Noch bleibt der Wohnungsbau weit hinter dem Bedarf zurück. Zugleich entsteht durch die internationale Lage neue Unsicherheit: steigende Energiepreise und Bauzinsen belasten Eigentümer, Vermieter und Investoren gleichermaßen.

In dieser Situation richtet IVD-Präsident Dirk Wohltorf in seinem Politischen Wort den Blick auf einen Punkt, der viele in der Branche umtreibt: Während Wohnraum fehlt, wächst durch die Politik der Bundesregierung der regulatorische Druck auf diejenigen, die den Wohnraum bereitstellen. Der IVD-Präsident wirbt für einen besseren Umgang mit Vermietern und für mehr Vertrauen in private Eigentümer, die den Mietwohnungsmarkt tragen.

Auch unser Dialog mit der Bauwissenschaftlerin Prof. Dr. Lamia Messari-Becker lohnt die genaue Lektüre. Er führt hin zu der Frage, wie sich mit dem Immobilienbestand vernünftig umgehen lässt. Nicht jede gesetzliche Sanierungsvorgabe ist automatisch sinnvoll, nicht jede Maßnahme im Gebäude führt zum mehr Effizienz. Es geht ihr um Lösungen, die zum Gebäude und zu den Menschen passen.

Wie vielfältig Kommunikation in der Immobilienbranche heute geworden ist, zeigt unser Titelthema. Es reicht von konkreten Empfehlungen für den professionellen Auftritt über Erfahrungen rund um den Deutschen Immobilienpreis bis zur neu belebten guten alten Idee der Messe als Ort der Begegnung und zur Rolle sozialer Medien. Gute Arbeit zu leisten genügt eben nicht. Sie muss auch wahrgenommen werden.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen.

Ihr Stephen Paul  
Leiter Kommunikation IVD  
und Chefredakteur

*Wir freuen uns auf Ihre Meinung:  
redaktion@aiz.digital*





Foto: © IVD



Foto: © Astrid Eckert



**9** Neue Eingriffe ins Mietrecht lösen kein Problem. IVD-Präsident Dirk Wohltorf fordert im Politischen Wort, Vermieter nicht unter Generalverdacht zu stellen und die Mietrechtskommission arbeiten zu lassen.

**10** Der Gebäudebestand ist zu vielfältig für einfache Rezepte. Prof. Dr. Lamia Messari-Becker plädiert im Dialog mit diesem Magazin für wirtschaftlich tragfähige Sanierungspfade und mehr Technologieoffenheit.

**15** Zwei Tage voller Impulse, Austausch und Branchenwissen: Der Deutsche Immobiliengang 2026 in Erfurt bringt alles an einem Ort zusammen: Im Steigerwaldstadion, das dem Branchentreffen einen sportlichen Rahmen gibt.

**Politik**

**9** *Das Politische Wort*  
von Dirk Wohltorf  
**Vermieter unter Generalverdacht**

**10** *Im Dialog mit Prof. Dr.-Ing. Lamia Messari-Becker, KIT*  
**„Nicht jede Effizienzmaßnahme ist effizient“**

**Deutscher Immobiliengang 2026**

**15** **Drei Bühnen, eine Ausstellung, volles Programm**

**Titel | Energie und Umbau**

**19** *Ökonomie der Kommunikation*  
**Mit welchen Instrumenten heute Kommunikation gelingt**

**21** *Zeitgemäße Kommunikation für Immobilienunternehmen*  
**Zwei Experten, zwei Perspektiven, ein Ziel**

**23** *Deutscher Immobilienpreis*  
**Ein Leuchtturm für Branchenexzellenz**

**24** *Nominierte für den Deutschen Immobilienpreis 2026*  
**Bühne für die Besten**

**26** *Vorsicht Abmahnung!*  
**Wenn Werbung zu weit geht – Fallstricke für Immobilienmakler**

**28** *Messen als Räume der Kommunikation*  
**Nähe wirkt**

**31** *KI-Agenten im Maklerunternehmen*  
**Automatisierte Assistenzsysteme verändern den Immobilienvertrieb**

**33** *Warum Social Media für Immobilienunternehmer neu gedacht werden muss*  
**Von Reichweite zu Relevanz**

**35** *Wenn die Vermarktung an der Mieterkommunikation scheitert*  
**Verkaufserfolg beginnt im Gespräch**

**Märkte**

**38** *Frühjahrgutachten 2026 der Immobilienweisen*  
**Märkte leiden unter strukturellen Bremsen**

**Unternehmen**

**40** *Die Immobilienakquise wird digitaler*  
**Der erste Kontakt entsteht oft online**



Foto: © Wordliner/Bild erstellt mit OpenAI's Sora



Foto: © ZIA

**19** Wie Immobilienunternehmen wahrgenommen werden, entscheidet sich längst nicht mehr nur in der Werbung. Es geht um Präsenz, um unternehmerisches Profil und Vertrauen. Überall dort, wo Wirkung entsteht: im persönlichen Kontakt genauso wie in der digitalen Öffentlichkeit. Das Titelthema zeigt, mit welchen Strategien eine erfolgreiche Kommunikation heute gelingen kann und zeigt beispielhaft einige Instrumente dafür auf. Von Auszeichnungen bis hin zum Messeauftritt.

**38** Die Immobilienmärkte erholen sich zaghaft, bleiben aber unter Druck. Das Frühjahrgutachten der Immobilienweisen benennt die Hemmnisse und verdeutlicht, an welchen Stellschrauben jetzt gedreht werden müsste.

## Best Practice

- 46 *Künstliche Intelligenz in der Immobilienwirtschaft (Folge 9)*  
Wenn KI aufs System zugreift

## Verwaltung

- 47 *Jahresabrechnung nach dem WeMOG (Folge 2/2)*  
Zwischen Zahlenwerk und Zahlungsbeschluss
- 50 *Aktuelle Rechtsprechung für Immobilienverwalter (Folge 16)*  
Wann wird Bewerberauswahl zur Diskriminierung?
- 52 *Nachgefragt bei der Verwalter-Hotline*

## Recht und Steuern

- 54 *Was tun, wenn ...*  
... der Makler die Abwicklung von notariellen Grundstücks-Kaufverträgen für seine Kunden gut vorbereiten und deren zügige Umsetzung fördern will?

## Rubriken

- 3 Editorial
- 6 AIZ im Bild

## 8 Zahlen und Fakten

- 42 *Auf eine Tasse mit ...*  
... Prof. Dr. Stephan Kippes
- 44 *Pop-up*  
Ende der Listenlogik: KI verbindet Bedarf und Angebot direkt
- 56 *IVD-Campus*  
Seminare der IVD-Bildungsinstitute und -Akademien
- 58 Impressum



*Die Politik sollte aufhören, Vermieter als Problem zu behandeln, und sie wieder als wichtigen Teil der Lösung sehen.*

Dirk Wohltorf, IVD-Präsident. Lesen Sie mehr auf Seite 9.

Titelbild: © Wordliner/Bild erstellt mit OpenAI's Sora

# Wenn Massivbau in Serie geht

Die Immobilienwirtschaft wirbt schon länger dafür, im Wohnungsbau stärker auf Vorfertigung, serielle Verfahren und modulare Bauweisen zu setzen, um schneller und wirtschaftlicher bauen zu können. Serielle Vorfertigung galt dabei lange als Domäne eher leichter, nicht selten auch als schlicht wahrgenommener Bauweisen. Gerade im Wohnungsbau haftet modularen Konzepten bis heute schnell der Ruf des allzu Standardisierten an. Inzwischen übertragen erste Hersteller das Prinzip auch auf massive, ziegelbasierte Bauweisen. Das hier gezeigte System von Leipfinger-Bader steht für diesen Ansatz. Nach Unternehmensangaben wird es mit hohem Vorfertigungsgrad in Serie produziert und als Hybridkonstruktion aus Ziegelwänden, Holzdecke und je nach Ausführung Holzboden oder Betonbodenaufbau umgesetzt. Teile des Ausbaus sind bereits im Werk integriert, auf der Baustelle werden die Module nur noch montiert. Perspektivisch bringt das Unternehmen die Ziegelmodule auch für Nachverdichtung und Aufstockungen ins Spiel.

[www.leipfinger-bader.de](http://www.leipfinger-bader.de)

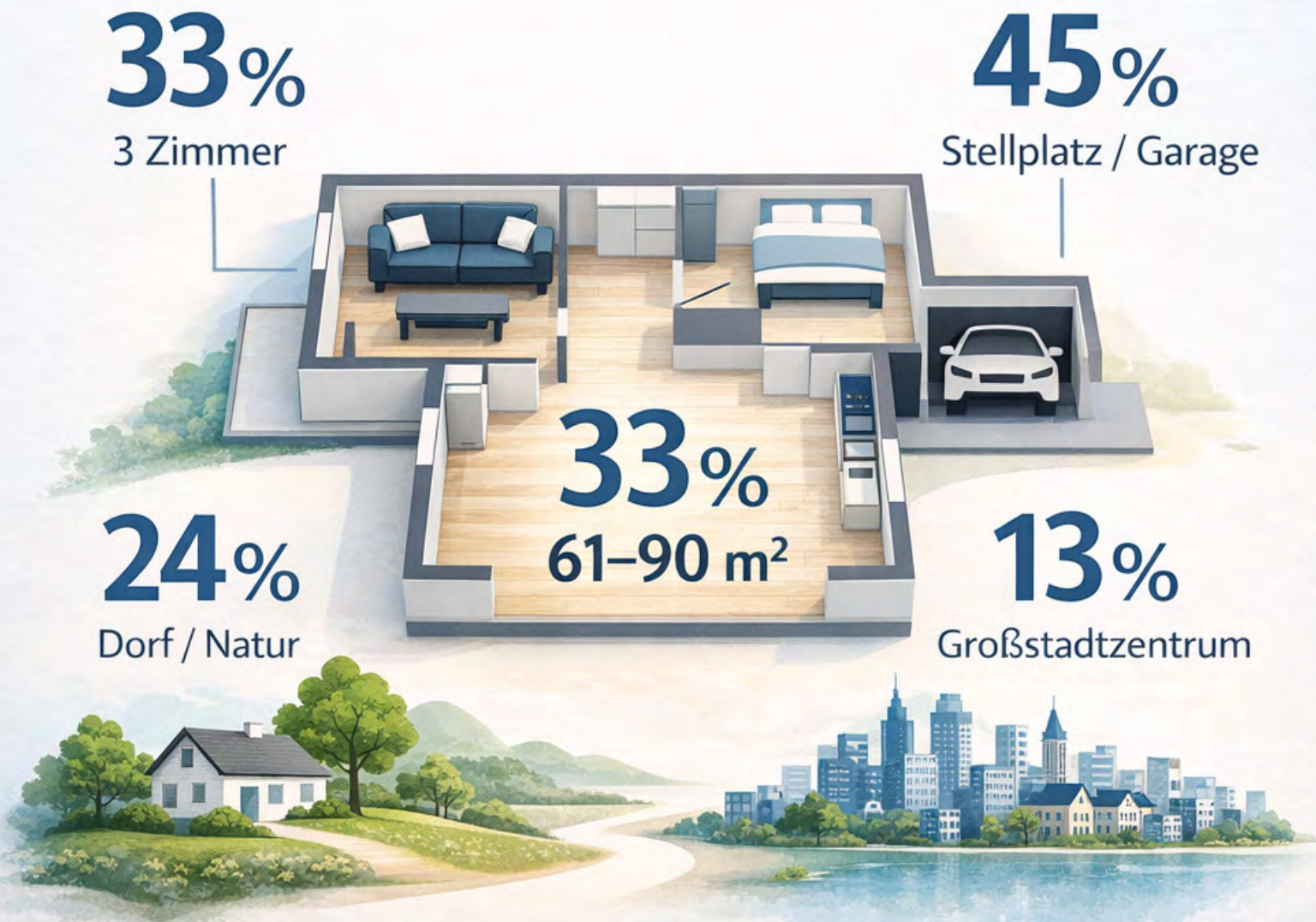
Foto: © Leipfinger-Bader





# So sieht die Wunschwohnung aus

Die Frage, wie das ideale Zuhause aus Sicht vieler Menschen aussehen soll, ist für Makler und Verwalter ein wichtiger Indikator für Nachfrage, Vermarktung und Bestandsentwicklung. Eine aktuelle YouGov-Umfrage im Auftrag von Kleinanzeigen zeigt, dass bei der idealen Wohnung vor allem funktionale und alltagstaugliche Qualitäten zählen. Besonders gefragt sind Drei-Zimmer-Wohnungen mittlerer Größe, praktische Merkmale wie Stellplatz oder Garage sowie eher naturnahe Lagen statt urbaner Zentrallagen. Für die repräsentative Erhebung wurden bundesweit über 2.000 Personen befragt.



Quelle: YouGov-Umfrage im Auftrag von Kleinanzeigen, repräsentative Online-Befragung von 2.044 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Januar 2026.

# Vermieter unter Generalverdacht

**Mehr Wohnraum entsteht nicht in einem Klima, in dem Vermieter von der Politik unter Generalverdacht gestellt werden. Notwendig ist vielmehr ein besseres gesellschaftliches Klima fürs Vermieten. Bevor sie das Mietrecht weiter verschärft, sollte die Bundesregierung die Arbeit der Mietrechtskommission abwarten und nicht nur die Forderungen der Mieter- und Sozialverbände umsetzen.**

Von Dirk Wohltorf, IVD-Präsident

Wer Wohnraum vermietet, stellt nicht nur vier Wände zur Verfügung. Vermieter ermöglichen, dass Menschen ein Zuhause finden und auf berufliche wie private Veränderungen flexibel reagieren können. Das ist eine oft übersehene Leistung. Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Ende 2024 gab es in Deutschland rund 43,8 Millionen Wohnungen mit insgesamt 4,1 Milliarden Quadratmetern Wohnfläche. 58 Prozent der Haushalte wohnen zur Miete, das sind 22,8 Millionen Miethaushalte. Rund zwei Drittel aller Mietwohnungen werden von privaten Eigentümern bereitgestellt. Sie tragen nicht nur das private Risiko, sondern den Mietwohnungsmarkt wesentlich.

## Erst die Kommission arbeiten lassen

Umso irritierender ist die Richtung der politischen Debatte. Die Mietpreisbremse ist, praktisch als erste Amtshandlung der Bundesjustizministerin, bis zum 31. Dezember 2029 verlängert. Für möbliertes Wohnen und Kurzzeitvermietung liegt dem Bundestag ein Gesetzentwurf vor. Weitere Änderungen, etwa bei Indexmieten, hat das Bundesjustizministerium mit dem Entwurf „Mietrecht II“ vorgelegt. Noch bevor die Mietrechtskommission ihre Ergebnisse vorlegt, werden neue Verschärfungen vorbereitet — das ist das falsche Signal. Die Kommission arbeitet bis Ende 2026, der IVD ist dort vertreten. Wer ihre Einsetzung ernst nimmt, sollte bis dahin auf weitere Vorfestlegungen verzichten und ihre Empfehlungen abwarten. Denn eine sachgerechte Mietrechtspolitik muss Mieter schützen, ohne Vermieter zu bestrafen.

## Die Schiefelage ist längst da

Schon das geltende Mietrecht ist aus der Balance geraten. Ein Vermieter kann eine leerstehende Wohnung in vielen Städten nicht mehr zu Marktmiete vermieten, sondern nur noch zu einer politisch festgelegten Mietspiegelmiet. Er kann nur kündigen, wenn er ein berechtigtes Interesse nachweist. Zugleich verlängern sich seine Kündigungsfristen mit der Mietdauer, während der Mieter regulär kündigen kann. Selbst bei Zahlungsverzug kann eine fristlose Kündigung unter den gesetzlichen Voraussetzungen wieder unwirksam werden, wenn Rückstände nachgezahlt werden. Und Ersatzansprüche des Vermieters wegen Veränderungen oder Verschlechterungen der Mietsache verjähren bereits nach sechs Monaten. All das zeigt: Das Mietrecht schützt seit Jahren nur noch eine Seite.

## Vertrauen statt Verdacht

2024 wurden nur 251.900 Wohnungen fertiggestellt — weit unter Bedarf. In dieser Lage zählt, ob wohnungspolitische Maßnahmen Investitionen erleichtern oder hemmen. Wer Vermieter unter Rechtfertigungsdruck setzt und das Eigentumsrecht und die Vertragsfreiheit massiv einschränkt, zerstört das Klima fürs Vermieten und verhindert neuen Wohnraum.

Hinzu kommt: Ein funktionierender Mietmarkt ist ein Standortfaktor. Berufspendler, Projektkräfte, Studenten und Menschen in Übergangsphasen sind auf flexible Wohnangebote angewiesen. Gerade möbliertes Wohnen erfüllt hier oft eine sinnvolle Funktion. Wer solche Angebote pauschal diskreditiert, macht Wohnungsmärkte nicht gerechter, sondern unbeweglicher. Die Politik sollte aufhören, Vermieter als Problem zu behandeln, und sie wieder als wichtigen Teil der Lösung sehen. ■





**Prof. Dr.-Ing. Lamia Messari-Becker**  
Professorin für Energieeffiziente Gebäudetechnik  
am Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

# „Nicht jede Effizienzmaßnahme ist effizient“

Sie zählt zu den profiliertesten Stimmen rund um nachhaltiges Bauen, Wohnen und den Gebäudebestand: Lamia Messari-Becker wuchs in Marokko auf und kam Anfang der 1990er Jahre nach Deutschland. Nach Jahren in Ingenieurbüros lehrte und forschte sie an der Universität Siegen, war 2024 kurzzeitig Staatssekretärin in Hessen und ist heute Professorin für Energieeffiziente Gebäudetechnik am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Im Dialog mit dem AIZ-Immobilienmagazin widerspricht sie der Vorstellung, dass pauschale Vorgaben den Bedingungen im Gebäudebestand gerecht werden können. Sie beschreibt eine Sanierungspraxis, in der technischer Anspruch, wirtschaftliche Vernunft und politische Erwartungen oft weit auseinanderliegen. Zugleich wirbt sie für mehr Spielraum bei der Wahl sinnvoller Sanierungswege und einen klügeren Blick auf den Bestand.

Interview von Stephen Paul

**AIZ-Immobilienmagazin: Sie beschäftigen sich seit vielen Jahren mit dem Gebäudebestand – praktisch, wissenschaftlich wie politisch. Was ist aus Ihrer Sicht die größte Fehleinschätzung in der aktuellen Debatte um energetische Sanierung?**

**Prof. Dr.-Ing. Lamia Messari-Becker:** Ich nenne drei Fehleinschätzungen. Erstens, dass es „die“ Lösung gibt, die für alle Gebäude, alle Nutzungen, ob Wohngebäude oder Schule, Eigentümer oder Nutzer überall und gleich gut funktioniert. Das Gegenteil ist richtig. Jedes Gebäude hat andere technische Voraussetzungen, Infrastrukturen, andere Zwänge, jede Region hat andere regionale Besonderheiten oder Ressourcen. Zweitens, dass jede energetische Sanierung automatisch wirtschaftlich ist. Richtig ist: Es kommt auf die Ausgangssituation, die Betrachtungsdauer, das Eigenkapital, die Sanierungstiefe und manches an. Drittens, dass jede Sanierung umweltwirksam ist. Also nach dem Motto: Mehr Sanierung bringt per se weniger Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Fakt ist: Auch Maßnahmen haben ihren energetischen und CO<sub>2</sub>-Kippunkt. Ein Beispiel: Ab einer bestimmten Dämmdicke ist die aufgewendete Produktionsenergie höher als die Einsparung durch noch mehr Dämmung. Dann ist auch der CO<sub>2</sub>-Kippunkt nicht weit entfernt. Es gilt also differenziert zu bewerten und zu agieren. Die Frage ist also nicht, ob wir sanieren, sondern wie wir sanieren.

**Der Gebäudebestand gilt als Schlüssel für den Klimaschutz, ist aber extrem heterogen. Wird diese Vielfalt von Gebäuden berücksichtigt?**

Nicht ausreichend. Es ist wichtig, die Ziele vorzugeben, aber den Weg dahin, die Technik dafür offen zu lassen und auch die Förderprogramme in diesem Sinne zu diversifizieren. Ein Weg könnte ein Sanierungsfahrplan sein, der Sanierungsschritte klug aufeinander abstimmt. Ein Beispiel: Es macht oft wenig Sinn, zuerst die Heizung auszutauschen und erst danach den Heizbedarf durch Dämmung zu senken. Dann ist nämlich die Heizungsanlage zu groß dimensioniert und arbeitet schon allein deshalb ineffizient.

Im Übrigen reagiert unsere Förderpolitik kaum auf Eigentümerstrukturen oder demographische Entwicklungen. Genauso kann anderswo der direkte Heizungs austausch sinnvoll sein.

**Inwiefern?**

Etwas mehr als die Hälfte der Haushalte in Deutschland lebt zur Miete, knapp die Hälfte wohnt im Eigentum. Die Eigentümer, die ja zur Sanierung verpflichtet werden können, sind zu mehr als ein Drittel im Rentenalter. Da sind Kreditaufnahmen keine Selbstverständlichkeit. Hier bräuchte es passgenauere Angebote. Ebenfalls gibt es kaum Anreize, für ältere Menschen im Alter ihre Wohnfläche zu verkleinern, was ohnehin im heutigen Wohnmarkt erschwert wird. Denn im hohen Alter die Wohnfläche zu verkleinern, heißt vielerorts für die Betroffenen, für weniger Wohnfläche mehr Miete zu zahlen.

**Viele Sanierungsanforderungen orientieren sich an ambitionierten Effizienzzielen. Wo erleben Sie in der Praxis die größte Diskrepanz zwischen politischem Anspruch und baulicher Machbarkeit?**

Definitiv in Sachen Wirtschaftlichkeit, Baukapazitäten und Fachkräftemangel. Was die Effizienzziele angeht, muss man hinterfragen: Tritt das, was wir auf Papier ermitteln auch wirklich in der Nutzungsrealität ein? Meine Erfahrung sagt, dass das Nutzerverhalten sehr großen Einfluss auf den Energiebedarf eines Gebäudes hat. Ein weiteres Ärgernis ist, dass die Energienetze für den Umstieg auf erneuerbare Energien im Gebäudebereich kaum vorbereitet sind, egal ob es um Wärmepumpen und Stromnetze in Ballungszentren oder um kommunale Wärmepläne geht. Hier sehe ich grundlegende strukturelle Probleme.

**Wie bewerten Sie vor diesem Hintergrund die Kosten-Nutzen-Relation vieler heute geforderter Effizienzmaßnahmen, insbesondere bei älteren Bestandsgebäuden?**



## Das Baurecht ist 50 Jahre alt und nicht mehr in der Lage, gesellschaftlichen Wandel zu begleiten.

Das ist der wundeste Punkt in der gesamten Debatte. Die gebäudebezogenen CO<sub>2</sub>-Emissionen werden vom Bestand dominiert, nicht vom Neubau. Insofern ist die Sanierung des Bestands für Energieeffizienz und Klimaschutz zentral. Aber es stellt sich die Frage nach den besten Wegen. Wir haben in der Bundesstiftung für Baukultur Sanierungsmaßnahmen hinsichtlich Kosten und CO<sub>2</sub>-Einsparung, und zwar inklusive der sogenannten grauen Energie und des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks, exemplarisch an einem Einfamilienhaus bewerten lassen. Das Ergebnis? Ein solider Mittelweg, eine einfache Sanierung, ist der kosten- und CO<sub>2</sub>-effizienteste Weg. Umfassendes Sanieren, annähernd auf Neubau-Niveau, kann sogar im Lebenszyklus mehr CO<sub>2</sub>-Emissionen verursachen. Sprich, nicht jede noch so gepriesene Effizienzmaßnahme ist am Ende auch effizient.

### Was wäre an sich besser für den Bestand?

Ich plädiere dafür, mehr Quartiersansätze zu etablieren. Was steckt dahinter? Im Quartiersmaßstab lassen sich Sanierungsprojekte kosten- und umwelteffizienter und sozialverträglicher realisieren. Quartiersansätze sind Einzelgebäudebetrachtungen überlegen. Ein anderer Aspekt ist die Energieversorgung von Neubau und Bestand zusammenzudenken. Nur ein Beispiel: Wenn ein Quartier mit Altbauten mit Fernwärme versorgt wird, betragen die Rücklauftemperaturen in den Leitungen mehr als 50 Grad Celsius. Das sind paradiesische Temperaturen für Wärmepumpen, die dann nahegelegene Neubauten versorgen könnten. Um die großen Potentiale im Bestand zu erschließen, müssen wir tatsächlich groß denken. Insbesondere der Gesetzgeber muss der Versuchung widerstehen, Technik regulieren zu wollen. Ziele klar definieren, aber der Weg dahin maximal offenlassen. Alles andere geht nach hinten los.

### Eigentümer und Verwalter stehen oft vor der Frage, wie weit energetisch sinnvoll saniert werden sollte. Gibt es aus Ihrer Sicht einen Punkt, an dem zusätzliche Effizienz kaum noch realen Mehrwert bringt?

Die letzten Komma-Stellen sind die teuersten. Entscheidend ist fast nie automatisch die tiefste Maßnahme, sondern die kluge Kombination mehrerer Schritte in der richtigen Reihen-

folge. Zudem haben Maßnahmen ihren energetischen und CO<sub>2</sub>-Kippunkt. Ab einer bestimmten Dämmdicke ist die aufgewendete Produktionsenergie höher als die Einsparung durch noch mehr Dämmung. Dann ist auch der CO<sub>2</sub>-Kippunkt nicht weit entfernt. Oder wenn ich beim Heizungs austausch grundlegend an den Rohbau muss, ist der Mehrwert oft zu hinterfragen. Nutze ich aber die Gelegenheit, ohnehin einen anderen Grundriss zu realisieren, sieht die Situation anders aus. Ziel-führender sind deshalb flexible Förderprogramme, die verschiedene Ziele klug kombinieren oder zumindest zulassen. Denken Sie etwa an Wohnraumschaffung im Zuge energetischen Umbaus: Wenn dabei aus einer großen Wohnung zwei kleine Wohnungen entstehen, werden über diesen oft unterschätzten Flächenhebel CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Quadratmeter de facto halbiert.

### Welche Maßnahmen entfalten im Bestand tatsächlich die größte energetische Wirkung – und welche werden aus Ihrer Sicht überschätzt oder zu pauschal gefordert?

Jedes Gebäude ist ein Prototyp, noch individueller sind seine Nutzer. Daher ist die Frage kaum pauschal zu beantworten. Aber es gibt kleine Maßnahmen, die ich, ohne nachzudenken, durchführen würde, etwa einen hydraulischen Abgleich oder die Dämmung der Heizungsrohre im Keller. Die Fassadendämmung und neue Fenster würde ich wie erwähnt grundsätzlich prüfen und wenn sinnvoll vor dem Heizungs austausch durchführen. Die Modernisierung der Heizung muss gut durchdacht sein. Hier sind wir dann bei der pauschalen Forderung der Politik, etwa der 65-Prozent-Regel. Diese lässt sich zwar im Neubau problemlos per Wärmepumpe erreichen, im Bestand aber – je nach Ausgangslage und energetischer Qualität oder technischer Voraussetzungen – eben nicht effizient erreichen. Eine weitere Option, die für den Bestand fast immer sinnvoll ist, ist eine versorgungsseitige Lösung im Quartier, ob über Fernwärme, Blockheizkraftwerke, Groß-Wärmepumpen oder solarthermische Speicher.

### Vor 20 Jahren gab es bereits einen guten Wohnstandard. Haben wir uns bei Bau- und Sanierungsanforderungen inzwischen zu weit von dem entfernt, was gutes Wohnen tatsächlich ausmacht?

Unser Bauen ist zu kompliziert. Das Baurecht ist 50 Jahre alt und nicht mehr in der Lage, gesellschaftlichen Wandel zu begleiten, geschweige zu erleichtern. Man hat immer mehr Verordnungen und Gesetze erlassen und selten etwas abgeschafft. Unsere Standards, ob in Schall- oder Brandschutz, auch unsere Komfortvorstellungen, unser Hang zur Einzelfallgerechtigkeit oder zu mehr Wohnfläche – All das verteuert das Bauen und erschwert Reformen.

### Wo liegt für Sie die Grenze zwischen notwendiger Qualität und einer Überforderung durch bauliche Mindeststandards?

Da wo es unbezahlbar und absurd wird. Konkret: Da wo Decken und Wände die dicksten sind, um etwa in einer belebten Innenstadt Flüsterniveau im Wohnzimmer als Schallschutz zu haben. Diese Grenze ist eigentlich längst klar, aber es fehlt der Mut, das Baurecht radikal zu entschlacken. Die Baukosten pro Quadrat-

meter Wohnfläche haben sich in den letzten 25 Jahren um das 2,5-Fache erhöht, wobei technische Gewerke wie Heizung, Lüftung und Elektrik sogar um das 4,5-fache angestiegen sind. Die stärkste Kostensteigerung liegt im technischen Ausbau. Wenig überraschend ist eine Verschiebung der Kostenanteile vom Rohbau hin zum Ausbau festzustellen. Das liegt daran, dass die technische „Übersetzung“ der gesetzlichen Vorgaben überwiegend im technischen Ausbau stattfindet. Diese Kostenverschiebung senkt die mittlere Nutzungsdauer eines Gebäudes, weil die teuersten Teile häufiger ausgetauscht werden müssen. Sekundäre Strukturen haben kürzere Wartungs- und Austauschzyklen. Vereinfacht ausgedrückt: Eine Betondecke wird in 50 Jahren Betrachtungszeit selten geändert und praktisch nie ausgetauscht, Dämmung, Heiz- oder Lüftungsanlage dagegen schon. Die Überregulierung kostet längst Ressourcen, und zwar in jeder Hinsicht.

### Die energetischen Anforderungen an Gebäude ändern sich seit Jahren in kurzen Abständen. Wie lässt sich unter diesen Bedingungen langfristige Verlässlichkeit für Eigentümer und Marktakteure schaffen?

Sie erinnern die Energieeinsparverordnung, die 2019 durch das Gebäudeenergiegesetz abgelöst wurde. Diese wurde alle drei Jahre novelliert und dabei wurden Anforderungen an den Bestand stufenweise verschärft. Man konnte meines Erachtens damit aber noch gut planen, ebenso mit dem 2019 erlassenen Gebäudeenergiegesetz. Die Unplanbarkeit begann

mit seiner Novellierung unter der Ampelkoalition. Und diese hatte extrem kurze Fristen vorgesehen, auf die weder die Eigentümer, noch die Energienetze, noch die Handwerker vorbereitet waren. Nun hat die Bundesregierung Eckpunkte zur Reform des GEG vorgelegt. Ich erwarte, dass solche Fehler nicht nochmal passieren und dass der Gesetzentwurf ausgewogen wird ohne die Klimaschutzziele aus den Augen zu verlieren.

### Wie bewerten Sie die neuen Eckpunkte?

Dass die 65-Prozent-Regel nicht pauschal gelten soll und nun auch Quoten beigemischter Energieträger vorgesehen werden, ist in der Sache zielführend. Zusammen mit Fernwärme, Geothermie, Solarthermie, Biomasse, Wasserstoff und erneuerbarem Strom besteht nun die Möglichkeit, die jeweils insgesamt sinnvolle Option zu wählen und ein breites Technologieangebot zu nutzen: von Wärmepumpen, über Brennwerttechnologie, Blockheizkraftwerke, bis hin zu beigemischten Energieträgern, Grüngas- und Wärmenetzen. Davon würden Bürger, Planer, Handwerker und Klein- und Mittelstand profitieren. Aber: Für die Bundesregierung bleibt viel zu tun: Die kommunale Wärmeplanung muss zünden. Quartiersansätze, Sanierungspfade sowie CO<sub>2</sub>-Bilanz im Gebäudelebenszyklus sollten mit Blick auf die nationale Umsetzung der europäischen Gebäudeeffizienzrichtlinie EPBD schrittweise etabliert werden. Wenn es einen guten Kompromiss gibt, kann das helfen, Vertrauen in die Klimapolitik für den Gebäudesektor zurückzugewinnen. ■



 **kleinanzeigen**  
Immobilien

Große Wirkung

**Alle Augen  
auf Ihre  
Immobilien.**

Finden Sie die richtigen Kunden für Ihre Angebote – mit den transparenten und flexiblen Paketen für Immobilienprofis.



# PriceQ

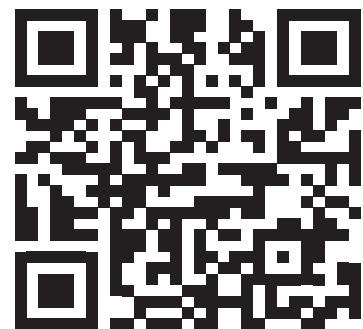
## Preisermittlung für Immobilienmakler

Preise, die Eigentümer verstehen



### Alle Vorteile unter einem Dach

- › **Flexibler Prozess, klare Führung:** Makler behalten jederzeit die Kontrolle über Inhalt und Ablauf
- › **Lead-Management integriert:** Bewertungskontakte als strukturierte Verkaufschancen managen
- › **Profi-Algorithmus:** Entwickelt vom Sachverständigen Andreas Habath – fundiert & nachvollziehbar
- › **Marktfähigkeit statt Schätzerei:** Simulation, ob der Preis wettbewerbsfähig ist – inkl. Finanzierbarkeit
- › **Angebotspreis verproben:** Ähnliche Objekte & was kann sich ein typischer Käufer in der Region leisten?



**30 Tage. 0 Kosten.  
Jetzt anfragen.**



by



Software • Content • Marketing

# **diT**

DEUTSCHER  
IMMOBILIENTAG  
2026



Jetzt anmelden

**18. UND 19. JUNI**  
**STEIGERWALDSTADION**  
**ERFURT**



[deutscher-immobilientag.de](https://deutscher-immobilientag.de)

**ivd** DIE IMMOBILIEN  
UNTERNEHMER.

# Warm-up in der Zentralheize Erfurt

Mittwoch | 17. Juni, ab 18:30



## Donnerstag | 18. Juni

10:00 - 12:00

Mitgliederversammlung im Kaisersaal Erfurt

12:20 - 12:50

Die spannendsten Fälle aus der IVD-Verwalter-Hotline zum Thema Miet- & WEG-Recht (Kabine)

13:00 - 13:20

Grand Opening  
Präsidium & Politik

13:20 - 13:50

Mach diesen Tag zu deinem Tag

Stadion	Loge	Kabine
<p>14:00 - 15:30 <b>Verkaufs- und Vertriebstraining</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Wie du mit den richtigen Offline- und Online-Strategien mehr Alleinaufträge für dein Unternehmen gewinnst</li><li>Mehr Umsatz? Dann hör auf, alle gleich zu behandeln</li><li>Besser.Gemeinsam.Machen.: Startschuss für das Smart Deal System</li></ul>	<p>14:00 - 15:30 <b>Verwaltertraining</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Verwalter-Entgelt-Studie 2026: Marktdaten, Spannen, Trends</li><li>Speed-Update Mietrecht: 5 Fälle, die Geld kosten – und wie Sie das vermeiden</li><li>Speed-Update WEG-Recht: Do's &amp; Don'ts bei Beschluss und Umsetzung</li></ul>	<p>14:00 - 15:30 <b>Sachverständigenttraining</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Erbbaurechte endlich verstehen und mit einfachen Mitteln bewerten und verkaufen</li><li>Wie beeinflusst soziale Verantwortung den Wert der Immobilie?</li><li>Restnutzungsdauerverkürzung und steuerliche Kaufpreisaufteilung</li></ul>

15:30 - 16:15 Halbzeitpause powered by schufa

15:40 - 16:05

Die spannendsten Fälle aus der IVD-Steuer-Hotline (Kabine)

<p>16:15 - 17:00 Preise professionell verhandeln: So kommunizieren Sie Leistung, Risiko und Haftung</p>	<p>16:15 - 17:00 Maklersprechstunde: Makler der Zukunft – Spezialist oder Generalist?</p>	<p>16:15 - 17:00 Verwaltersprechstunde: Zeitfresser in der Immobilienverwaltung – wie Sie Zeit zurückgewinnen</p>
---	---	---

17:10 - 18:00

Zieht euch warm an. Denn es wird heiß, Sven Plöger powered by



Ab 19:00  
**ImmoNight im Kaisersaal**



# HEIM VORTEIL

Freitag | 19. Juni

Stadion	Loge	Kabine
<p>10:00 - 11:30 <b>Mindset &amp; Marktlage</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>⚽ Mentale Champions League: Trainingsmethoden aus dem Spitzensport</li><li>⚽ Live-Podcast 1a LAGE: Preise, Zinsen, Trends – wie ist die Lage am Immobilienmarkt?</li></ul>	<p>10:00 - 11:30 <b>Business-Knigge-Training</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>⚽ Souverän im Gespräch: Small Talk, Etikette &amp; Networking ohne Fettnäpfchen</li><li>⚽ Starker erster Eindruck: Dresscode, Auftreten &amp; Tischkultur im Business</li></ul>	<p>10:00 - 11:30 <b>Maklertraining I</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>⚽ Speed-Update Maklerrecht: Die typischen Provisionskiller</li><li>⚽ Betreutes Onboarding zum SDS, dem neuen digitalen, rechtssicheren Tool für Gemeinschaftsgeschäfte</li></ul>

11:30 - 13:00 Halbzeitpause powered by  Scout24

Die spannendsten Fälle aus der ...

11:30 - 12:00 IVD-Steuer-Hotline (Kabine)

12:00 - 12:30 IVD-Verwalter-Hotline zum Thema Miet- & WEG-Recht (Kabine)

12:30 - 13:00 IVD-Verwalter-Hotline zum Thema Heizung und Energie (Kabine)

<p>13:00 - 14:30 <b>KI-Training mit Jacasa</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>⚽ Mannschaftsaufbau – KI-Assistenten für alle Büropositionen</li><li>⚽ Am Ball bleiben – Kontakte bespielen, Aufträge gewinnen</li><li>⚽ Raumgewinn – In neuen KI-Suchwelten zur starken Marke</li></ul>	<p>13:00 - 14:30 <b>Maklertraining II</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>⚽ Speed-Update Wettbewerbsrecht: Was Sie sagen dürfen – und was Sie besser lassen</li><li>⚽ Zwangsversteigerungen als Lead-Maschine</li><li>⚽ Kundenservice 2.0: Mit digitalen Helfern schneller und freundlicher reagieren</li></ul>
---	---

14:30 - 15:15 Halbzeitpause



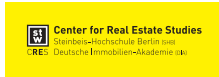
15:15 - 16:00  
**Taktik, Tore, Transaktionen:  
Ein Talk mit Lothar Matthäus**

powered by  Scout24



Jetzt Tickets sichern





DEUTSCHER  
IMMOBILIENTAG  
2026

18. UND 19. JUNI  
STEIGERWALDSTADION  
ERFURT

#dit26

# MANNSCHAFTSLEISTUNG

HEIM  
VORTEIL



SOMMER  
MÄRCHEN  
26





Ökonomie der Kommunikation

# Mit welchen Instrumenten heute Kommunikation gelingt

**Kommunikation funktioniert wie das Atmen und prägt unseren Alltag im Büro wie zu Hause. Doch was verändert sich gerade in der Kommunikation? Im Schwerpunkt dieses Heftes berühren wir viele Facetten des Austausches zwischen uns als Menschen und als Geschäftspartner und neuerdings sogar den Maschinen.**

Von Jan Kricheldorf



Kommunikation ist ein Begriff, an den in dem Moment, in dem sie stattfindet, niemand bewusst denkt. Man redet, hört zu, schreibt, liest, erklärt und fragt nach, um Bedeutungen zu klären. Kommunikation ist wie ein Kitt, der die Menschen zusammenhält, der die Beziehungen tagtäglich prägt, ohne dass wir bewusst darüber nachdenken müssen, im Privaten ge-

nauso wie im Berufsleben. Ohne diesen Kitt gibt es keine Zusammenarbeit, kein Vertrauen, keine Verständigung und am Ende auch keine Lösung.

Im Kern ist Kommunikation also immer der Moment, in dem etwas von einem Menschen zum anderen gelangt. Manchmal entsteht daraus ein Gespräch,

manchmal ein Auftrag, manchmal ein Missverständnis, manchmal auch nur ein Gedanke, der absorbiert wird, sich festsetzt und erst viel später hilfreich wird. Kommunikation findet nie zum Selbstzweck statt. Selbst wenn wir mit uns selber sprechen, will sie etwas. Sie will Orientierung geben, Wissen vermitteln, Vertrauen schaffen, Probleme lösen, Ent-

scheidungen vorbereiten oder Geschäfte ermöglichen.

### **Kommunikation ist zur Herausforderung geworden**

Gerade befindet sich die Kommunikation in einer Übergangsphase, die bisherige Routinen infrage stellt, zu einer inflationären Vielfalt führt und die Aufmerksamkeitsspanne nachweislich reduziert. Gleichzeitig vervielfacht sich die Anzahl verfügbarer Medien und Kanäle, was die Komplexität weiter erhöht. Diese Veränderungen stellen alle Beteiligten vor neue Herausforderungen.

Lange Zeit war Kommunikation knapper als heute. Nicht unbedingt besser, aber entzerrter. Es gab weniger Kanäle, weniger Reize, weniger Gleichzeitigkeit. Man hat sich häufiger persönlich getroffen, Dinge vor Ort besprochen und Entscheidungen nicht im Minutentakt nachjustiert.

Gerade in der Immobilienwirtschaft ist davon bis heute viel übriggeblieben. Es ist an vielen Stellen ein Face-to-Face-Geschäft. Vertrauen entsteht nicht nur über Zahlen, Exposés und Vertragsentwürfe. Vertrauen entsteht durch Auftreten, durch Haltung, durch Verlässlichkeit und durch das Gefühl, dass jemand da ist, zuhört und Verantwortung übernimmt.

Heute erleben wir das Gegenteil von Entzerrung. Kommunikation ist permanent verfügbar. Sie beginnt morgens mit dem Blick aufs Handy und endet bei vielen erst spät am Abend. Nachrichten, Mails, Portale, Feeds, Messenger, Anrufe, Kalenderhinweise, Plattformen, kurze Videos, Werbung, Newsletter, Kommentare, Push-Nachrichten: Alles will gesehen, gelesen, beantwortet oder wenigstens registriert werden. Das Problem unserer Zeit ist deshalb nicht, dass zu wenig kommuniziert wird. Das Problem ist, dass zu viel gleichzeitig auf uns einströmt.

### **Zwischen Ökonomie und Knappheit**

Damit verändert sich auch die Ökonomie der Kommunikation. Knappheit ist kein Zeichen von Desinteresse, sondern oft nur Selbstschutz. In früheren Zeiten galt oft: Weniger ist nicht gleich weniger wichtig. Ein sparsamer Umgang mit Worten kann daher bedeutungsvoller sein als bloße Lautstärke.

Genau das ist für Unternehmer eine der großen Herausforderungen: ständig agil zu kommunizieren und trotzdem nie wirklich fertig zu werden. Dafür braucht es klare Prioritäten und Strategien. Die Kunst besteht darin, gezielt Präsenz zu zeigen, statt Überforderung zu erzeugen.

Oft liegt der Fehler nicht darin, dass zu wenig sofort geschieht. Stattdessen kommt es darauf an, präzise Botschaften zu senden. Nicht jede Sichtbarkeit ist bereits Wirkung. Qualität ersetzt allerdings Quantität. Der richtige Weg besteht deshalb darin, Kommunikation zielgerichteter anzugehen: Bei Wettbewerbern gelten andere Regeln als im Verhältnis zu Kunden. Kommunikation erfordert dabei Fokus und Konsistenz.

Nach innen, also in der Kommunikation mit Mitarbeitern, geht es vor allem um Orientierung. Wer ist wofür zuständig? Was ist gerade wirklich wichtig? Was hat Priorität? Gerade in kleineren Unternehmen geht viel Energie verloren, wenn intern auf zu vielen Wegen gleichzeitig kommuniziert wird. Dann kommt dieselbe Information per Mail, Messenger, Zuruf und Telefon an – oder eben gar nicht. Gute interne Kommunikation entlastet. Sie schafft Ruhe, statt Unruhe zu erzeugen.

Nach außen, in der Kommunikation mit Auftraggebern, geht es vor allem um Vertrauen. In der Immobilienwirtschaft ist Kommunikation oft nicht nur Begleitung der Leistung, sondern ein Teil der Leistung selbst. Eigentümer, Käufer, Investoren oder Mieter wollen nicht nur Fakten. Sie wollen das Gefühl, dass jemand den Überblick hat, erreichbar ist und die Dinge im Griff behält. Wer hier gut kommuniziert, schafft Sicherheit. Wer unklar, sprunghaft oder zu spät kommuniziert, beschädigt Vertrauen – manchmal schneller, als es ein sachlicher Fehler je könnte.

Mit Dienstleistern wiederum zählt vor allem Präzision. Hier geht es weniger um Inszenierung und mehr darum, Fehler zu vermeiden. Wer Handwerker fragt, bekommt lieber klare Anweisungen als eine Marketing-Show. Konkrete Aufgabenstellungen und Termintreue sind deshalb verlässlich, konkret und unmissverständlich. Klares Feedback und Rückmeldung sind in diesem Kontext entscheidend.

Gerade deshalb ist in der Immobilienbranche nicht nur wichtig, wer sichtbar ist, sondern auch, wer am besten zum tatsächlichen Bedarf passt. Es geht darum, die Aufmerksamkeit der richtigen Zielgruppe zu gewinnen und zu halten. Langfristiger Erfolg erfordert nachhaltiges Vorgehen und nicht nur lauten Effekt. Das ist die positive Seite des neuen Kommunikationszeitalters.

Die Kehrseite bleibt aber: Menschen sind müde von permanenter Ansprache. Der endlose Strom aus Informationen, Bildern, Meinungen und Aufforderungen führt dazu, dass immer mehr ausgeblendet wird. Was nicht sofort relevant erscheint, wird weggewischt.

### **Ordnung im Ungeordneten**

Wer heute unternehmerisch kommuniziert, sollte mehrere Wege beherrschen. Es geht nicht darum, auf jedem Kanal alles zu sagen. Es geht darum, jeden Kanal bewusst anders zu nutzen. Und zu hinterfragen, ob dieser Kanal wirklich nutzbringend ist. Die Kunst liegt darin, Kommunikation zu qualifizieren und zu ordnen. Wer ist mein Gegenüber? Was ist das Ziel? Welche Form ist dafür die richtige? Und wie viel Kommunikation ist an dieser Stelle tatsächlich hilfreich?

Gerade in einer Branche wie der Immobilienwirtschaft bleibt dabei eines unverändert: Vertrauen entsteht nicht durch Technik allein. Technik kann Reichweite schaffen, Prozesse beschleunigen und Zugänge erleichtern. Aber Vertrauen entsteht immer noch zwischen Menschen. Deshalb sollte Kommunikation auch in Zukunft nicht nur effizient, sondern menschlich bleiben. Vor allem wenn zunehmend Maschinen zu Akteuren werden. Sie muss verständlich sein, glaubwürdig, verbindlich und nah an der Wirklichkeit der Menschen, mit denen wir es zu tun haben.

Am Ende geht es also nicht darum, noch mehr zu kommunizieren. Davon gibt es längst genug. Es geht darum, besser zu ordnen, klarer zu priorisieren und an der richtigen Stelle wirklich wirksam zu werden. Wer das schafft, gewinnt nicht nur Aufmerksamkeit. Er gewinnt Vertrauen. Und genau das bleibt – bei aller digitalen Beschleunigung – die wichtigste Währung im Geschäft. ■

# Zwei Experten, zwei Perspektiven, ein Ziel

Kommunikation entscheidet in der Immobilienwirtschaft heute früher über Vertrauen als noch vor wenigen Jahren. Doch worauf kommt es für Immobilienunternehmen dabei konkret an? Das AIZ-Immobilienmagazin sprach darüber mit zwei Experten, die seit Jahren mit Unternehmen der Branche arbeiten: Stefan Stüdemann und Wolfgang Patz. Ihre Antworten zeigen, wo Immobilienunternehmen von der Positionierung über die Sichtbarkeit bis zur Teamkultur kommunikativ ansetzen müssen.

Interviews von Stephen Paul

## AIZ-Immobilienmagazin: Warum müssen Immobilienunternehmen ihre Kommunikation heute neu ordnen?

**Wolfgang Patz:** Weil Vertrauen heute schon vor dem ersten Gespräch entsteht. Wer einen Makler, Verwalter oder Projektentwickler auswählt, recherchiert zunächst online, schaut sich Profile an, liest Beiträge und bildet sich früh ein Bild. Wer dort nicht sichtbar ist, existiert für einen wachsenden Teil der Zielgruppe praktisch nicht.

## Was beobachten Sie in der Praxis besonders häufig?

Viele Unternehmen leisten gute Arbeit, verfügen über Fachwissen und ein belastbares Netzwerk, aber nach außen ist davon zu wenig zu sehen. Sichtbarkeit wird oft aufgeschoben, weil unklar ist, wo man anfangen soll, weil sie als zu aufwendig gilt oder weil man meint, das Thema sei nur etwas für große Unternehmen.

## Womit sollte ein mittelständisches Immobilienunternehmen konkret anfangen?

Mit einer Bestandsaufnahme. Wie wird das Unternehmen heute gefunden? Welche Themen bewegen die Zielgruppe? Was machen Mitbewerber? Erst auf dieser Grundlage sollte ein Konzept entstehen, das zu den Zielen, den vorhandenen Ressourcen und dem Team passt.

## Was ist aus Ihrer Sicht der wichtigste kommunikative Hebel?

Der Mensch hinter dem Unternehmen. In der Immobilienwirtschaft entscheiden sich Kunden am Ende für Ansprechpartner, denen sie vertrauen. Dieses Vertrauen entsteht durch Einblicke in den Arbeitsalltag, durch geteiltes Fachwissen und durch Persönlichkeit, die sichtbar wird.

## Welche Rolle spielen die Mitarbeiter?

Eine große, nachhaltige Sichtbarkeit funktioniert nicht, wenn sie vollständig ausgelagert wird. Mitarbeiter sollten verstehen, warum Kommunikation wichtig ist und wie sie selbst dazu



## Wolfgang Patz

Gründer und Geschäftsführer von NextGen Podcast, einem Unternehmen, das mittelständische Firmen beim Aufbau von Sichtbarkeit mit Gesprächs- und Contentformaten unterstützt.

[www.nextgen-podcast.de](http://www.nextgen-podcast.de)

beitragen können. Nur so entsteht ein System, das im Alltag wirklich trägt.

## Ihr wichtigster Rat an Immobilienunternehmen?

Nicht auf den perfekten Zeitpunkt warten. Besser ist ein glaubwürdiger, gut strukturierter Einstieg mit authentischen Inhalten als ein Hochglanzauftritt ohne echte Präsenz. Sichtbarkeit entsteht Schritt für Schritt, aber sie muss bewusst aufgebaut werden.

## Stefan Stüdemann

Gründer und Geschäftsführer von fiveandfriends, einer Agentur für Immobilien-, Finanz- und Fondskommunikation.  
[www.fiveandfriends.com](http://www.fiveandfriends.com)



### AIZ-Immobilienmagazin: Warum müssen Immobilienunternehmen ihre Kommunikation heute neu ordnen?

**Stefan Stüdemann:** Weil sich der Markt und mit ihm die Erwartungen an professionelle Kommunikation grundlegend verändert haben. Früher reichten oft einzelne Maßnahmen wie ein Inserat, ein Sponsoring oder eine Broschüre. Heute informieren sich Kunden digital, vergleichen Anbieter schnell und erwarten eine klare Haltung. Wer kommunikativ kein erkennbares Profil zeigt, bleibt austauschbar.

### Was beobachten Sie in der Praxis besonders häufig?

Viele Unternehmen beginnen beim Kanal statt bei der Botschaft. Dann heißt es: Wir brauchen Social Media. Die eigentliche Frage müsste aber lauten: Was wollen wir sagen, wem wollen wir es sagen und was macht uns als Unternehmen unverwechselbar?

### Womit sollte ein mittelständisches Immobilienunternehmen konkret anfangen?

Mit dem Fundament. Zuerst sollte die Positionierung geschärft werden. Dann braucht es drei bis fünf Kernbotschaften, die sich wie ein roter Faden durch alle Maßnahmen ziehen. Erst danach sollte entschieden werden, welche Kanäle wirklich sinnvoll sind und dauerhaft bespielt werden können.

### Was ist aus Ihrer Sicht der wichtigste kommunikative Hebel?

Kontinuität. Ein einzelnes Imagevideo oder eine kurzfristige Kampagne reicht nicht aus. Wirkung entsteht, wenn ein Unternehmen regelmäßig sichtbar bleibt, Themen einordnet und dadurch als verlässlicher Ansprechpartner wahrgenommen wird. Authentizität ist dabei wichtiger als Perfektion.

### Welche Rolle spielen die Mitarbeiter?

Kommunikation muss im Unternehmen mitgetragen werden. Das zeigt sich nicht nur in der Außendarstellung, sondern auch an den alltäglichen Kontaktpunkten: bei Erreichbarkeit, Reaktionszeiten, E-Mail-Antworten und transparenter Kommunikation über Preise, Prozesse und Erwartungen. Wer intern keine Verlässlichkeit organisiert, wird sie extern nur schwer glaubhaft vermitteln können.

### Ihr wichtigster Rat an Immobilienunternehmen?

Kommunikation nicht als Nebenaufgabe behandeln. Wer als verlässliche Marke wahrgenommen werden will, muss klar zeigen, wer er ist, wofür er steht und warum Kunden mit ihm arbeiten sollten – und das nicht punktuell, sondern dauerhaft. ■

# Ein Leuchtturm für Branchenexzellenz

**Preise und Wettbewerbe in der Immobilienwirtschaft machen Qualität sichtbar, würdigen unternehmerische Leistung und geben Kunden, Partnern und Mitarbeitern Orientierung im Markt. Der Deutsche Immobilienpreis hat sich mittlerweile als bedeutender Award der Branche etabliert.**

Von Dr. Robert Wagner

Die öffentliche Wahrnehmung der Immobilienwirtschaft ist derzeit stark von Krisenschlagzeilen geprägt: Preisexplosion, Wohnraummangel, Baukrise, Regulierung. Doch hinter diesen Schlagworten stehen Menschen, die mit Herzblut und hoher Professionalität an einem der wichtigsten Güter in Deutschland arbeiten: dem Wohnen. Mit über 3,5 Millionen Beschäftigten ist die Immobilienbranche eine tragende Säule der deutschen Volkswirtschaft. Sie gestaltet Städte, schafft Wohlstand und stärkt den sozialen Zusammenhalt. Den Akteuren der Branche eine verdiente Bühne zu geben, war für immowelt der Anlass, 2020 den Deutschen Immobilienpreis ins Leben zu rufen. Nach den ersten pandemiebedingt digitalen Verleihungen wurde der Award 2023 endlich live im Rahmen einer Gala vergeben.

## Was begeistert

Die Preisverleihung am 25. März 2026 im Palladium in Köln markierte die fünfte Auflage des Awards. Seine Entwicklung erfüllt uns mit Stolz. Was jedes Jahr besonders beeindruckt, ist die Vielfalt der Projekte, Persönlichkeiten und Ideen hinter den ausgezeichneten Leistungen. Dass auch immowelt die Sieger bis zur Gala nicht kennt, macht den Preis zusätzlich besonders: Erst im Moment der Verleihung erfahren wir gemeinsam mit dem Publikum, wer ausgezeichnet wird. Über Nominierte und Preisträger entscheidet allein eine 11-köpfige Fachjury aus unabhängigen Experten, unter anderem aus Verbänden wie dem IVD und den Fachmedien. So zählt nicht das größte Marketingbudget, sondern die beste Leistung. Ob kleines Maklerbüro

oder große Wohnungsbaugesellschaft: Ausschlaggebend sind Konzept, Innovation und Qualität, nicht die Unternehmensgröße.

## Qualitätssiegel für den Markt

Der Deutsche Immobilienpreis ist weit mehr als eine feierliche Abendveranstaltung. Er fungiert als unabhängiges Qualitätssiegel. In Zeiten der digitalen Transformation und sich ändernder Rahmenbedingungen benötigen sowohl Konsumenten als auch Geschäftspartner Orientierung. Der Preis macht Professionalität sichtbar und rückt jene Akteure ins Rampenlicht, die oft im Verborgenen Außergewöhnliches leisten. Sei es durch wegweisende Nachhaltigkeitskonzepte in der Kategorie „Green Project“ oder herausragende Innovation in der Kategorie „Branchenpionier“. Der Award ist ein Versprechen an die Qualität und ein Ansporn, die Messlatte jedes Jahr ein Stück höher zu legen.

## Pflichttermin für die Branche

In seiner noch jungen Geschichte hat sich der Award zu einem der wichtigsten Ereignisse der Branche entwickelt. Mit über 600 Bewerbungen im aktuellen Jahrgang ist die Resonanz größer als erwartet. Die Preisverleihung bringt Makler, Projektentwickler, Verwalter und Finanzierer auf Augenhöhe zusammen. Sie ist nicht nur ein Ort des Feierns, sondern auch der Vernetzung und der Diskussion über die Trends von morgen. Der Deutsche Immobilienpreis zeigt, wie lebendig und anpassungsfähig die Branche ist – auch in anspruchsvollen Zeiten.

## Der handfeste Nutzen einer Nominierung

Eine Nominierung ist ein Prädikat für Exzellenz und stärkt nachhaltig das Vertrauen von Kunden. immowelt unterstützt die Nominierten mit hoher Reichweite, exklusiven Marketing-Assets, gezielten Branding-Kampagnen und dem offiziellen Nominierten-Siegel. So wird der Erfolg auch für Endkunden unmittelbar sichtbar. In der täglichen Akquise ist eine Nominierung ein klarer Wettbewerbsvorteil. Sie signalisiert Eigentümern: Hier arbeitet ein Profi, der zu den Besten des Landes gehört. Zugleich wirkt sie nach innen: Sie stärkt den Teamgeist, motiviert und bestätigt die harte Arbeit der vergangenen Jahre. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels ist der Award zudem ein starkes Instrument im Employer Branding und macht Unternehmen für Top-Talente sichtbar. Wer nominiert ist, sendet ein Signal, das weit über den Gala-Abend hinaus in den Geschäftsalltag wirkt. ■



**Dr. Robert Wagner**

ist Geschäftsführer und COO von immowelt.  
[www.immowelt.de](http://www.immowelt.de)  
[www.deutscher-immobilienpreis.de](http://www.deutscher-immobilienpreis.de)



Mitglieder der Jury des diesjährigen Deutschen Immobilienpreises (von links): Miriam Beul, Lars Wiederhold, Inga Beyler, Larissa Lapschies, Robert Kaiser, Carolin Hegenbarth und Christine Lemaitre.

Nominierte für den Deutschen Immobilienpreis 2026

## Bühne für die Besten

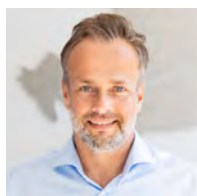
Mit dem Deutschen Immobilienpreis wurden erneut Persönlichkeiten und Unternehmen gewürdigt, die in der Immobilienwirtschaft mit Qualität, Haltung und unternehmerischer Leistung überzeugen. Schon hinter jeder Nominierung stand ein Votum aus der Branche selbst. Das AIZ-Immobilienmagazin sprach mit Nominierten aus den Kategorien Makler des Jahres, Verwalter des Jahres und Local Hero darüber, was diese Anerkennung auslöst, wie sie nach außen wirkt und warum viele sie nicht nur als Auszeichnung, sondern auch als Auftrag verstehen.

Von Stephen Paul

Eine Nominierung freut. Und sie verändert etwas. Wer zu den Glücklichen gehört, spürt Rückenwind im Team, bekommt neue Aufmerksamkeit im Markt und merkt schnell, dass mit der Freude auch die Erwartungen wachsen.

### Bestätigung für den eigenen Weg

Bei den Nominierten in der Kategorie „Makler des Jahres“ ist die Nominierung



**Wolfram Gast**  
Von Poll Immobilien

vor allem die Bestätigung eines Weges. Wolfram Gast, Chief Digital Officer bei Von Poll Immobilien, erzählt, für ihn sei

sie vor allem ein Zeichen dafür, dass die Transformationsarbeit der vergangenen Jahre gesehen werde. Benjamin Dau, Geschäftsführer der Mayer & Dau Immo-



**Benjamin Dau**  
Mayer & Dau Immobilien

bilien GmbH und Gewinner in der Kategorie Makler des Jahres, sieht darin die Bestätigung eines Familienunternehmens, das bewusst auf Verlässlichkeit, Qualität und persönliche Beratung setzt. Olaf Hinrichsen, Geschäftsführer der Hinrichsen Immobilien GmbH, sagt, die Nominierung habe sich „beinahe schon wie die Auszeichnung selbst“ angefühlt. Schon die Aufnahme in diesen Kreis setzt also etwas

in Bewegung — im Team und in der Sicht auf die eigene Arbeit.

### Freude, Stolz, Verantwortung

So ähnlich klingt es auch bei den Nominierten in der Kategorie „Verwalter des Jahres“. Alexander Bremer, Leitung Haus- und Grundstücksverwaltung bei Gundlach Bau und Immobilien und Gewinner in dieser Kategorie, beschreibt die Nomi-



**Olaf Hinrichsen**  
Hinrichsen Immobilien

nierung als Anerkennung für sein ganzes Team. Das Gemeinschaftsgefühl sei dadurch noch einmal gewachsen. Claudia

Kubal, CFO, und Sven Kubal, CEO, der Q.I.M. Quartier Immobilienmanagement GmbH, erzählen, dass zur Freude fast sofort ein zweiter Gedanke gekommen sei. Im Team sei besonders die Bemerkung



**Alexander Bremer**  
Gundlach Bau und Immobilien

hängen geblieben, ein Preis bedeute auch Verantwortung: nämlich dem, wofür man ausgezeichnet werde, künftig gerecht zu bleiben. Viel treffender lässt sich die Wirkung einer solchen Anerkennung kaum fassen. Sie hebt hervor, aber sie verpflichtet eben auch.

Auffällig ist, wie zurückhaltend manche mit dem Thema Sichtbarkeit umgehen. Alexander Bremer erzählt, man habe die Nominierung bewusst „nicht zum dominierenden Thema gemacht“. Sie solle die tägliche Arbeit begleiten, sie aber nicht überlagern. Das wirkt nicht wie Bescheidenheit aus Pflicht, sondern wie professionelle Disziplin. Gerade in der Verwaltung, wo Entscheidungen selten konfliktfrei sind, ist eine solche Haltung glaubwürdiger als jede laute Selbstinszenierung. Auch Claudia und Sven Kubal sprechen weniger über



**Claudia und Sven Kubal**  
Q.I.M. Quartier Immobilienmanagement

schnelle Image-Effekte als über die Bestätigung eines Weges, den ihr Unternehmen mit Konsequenz gegangen ist. Dazu gehört auch das Homeoffice-Modell des Unternehmens, das Claudia und Sven Kubal zufolge lange auf Skepsis stieß, bevor mobile Arbeitsformen in der Branche deutlich selbstverständlicher wurden.

### Wie die Nominierung öffentlich wirkt

Auch nach außen ist die Wirkung einer Nominierung schnell spürbar. Eric Hinzmann, Geschäftsführer und Co-Founder der prosperly GmbH, berichtet von unmittelbaren Rückmeldungen aus dem Partnernetzwerk. Das entspricht dem Arbeitsmodell eines Unternehmens, das stark auf Zusammenarbeit setzt. Für Eric Hinzmann ist die Nominierung deshalb nicht nur eine Auszeichnung für das eigene Haus, sondern auch eine Anerkennung der Partner, mit denen prosperly arbeitet. Eric Hinzmann erzählt zudem, er sei sogar auf der MIPIM und über LinkedIn auf die Nominierung angesprochen worden. Auch daran zeigt sich, wie aufmerksam der Deutsche Immobilienpreis inzwischen in der Branche verfolgt wird.

Bei den Nominierten in der Kategorie „Local Hero“ ist die Nähe zum regionalen



**Eric Hinzmann**  
prosperly

Umfeld besonders deutlich. Peggy Stüber, Inhaberin von Peggy Stüber Immobilien und Gewinnerin in dieser Kategorie, berichtet von vielen Rückmeldungen aus ihrem Umfeld. Kunden, Geschäftspartner und Kollegen hätten sich gemeldet und dabei nicht nur die fachliche Arbeit gewürdigt, sondern ausdrücklich auch ihr ehrenamtliches und regionales Engagement. Jürgen Hentschel, Inhaber von Hentschel & Co. Immobilien, erzählt ebenfalls von Reaktionen, die näher kaum sein könnten: Glückwünsche auf der Straße, Zuspruch von Berufskollegen, dazu das Interesse der örtlichen Presse. Gerade in dieser Kategorie zeigt sich, dass Sichtbarkeit nicht nur aus Marktpräsenz entsteht, sondern auch aus persönlicher Glaubwürdigkeit und regionaler Verankerung.

### Vertrauen entsteht nicht von selbst

Den möglichen Nutzen sprechen manche ganz offen an. Benjamin Dau sagt, er hoffe

darauf, dass Eigentümer sich im Zweifel eher an ein Unternehmen wenden, das bereits von einer Jury hervorgehoben wurde. Jürgen Hentschel hofft ebenfalls auf einen Vertrauensvorsprung bei



**Peggy Stüber**  
Peggy Stüber Immobilien

neuen Verkaufsaufträgen. Olaf Hinrichsen erzählt wiederum, dass zusätzliche Sichtbarkeit nicht nur im Vertrieb helfen könne, sondern auch dabei, als Arbeitgeber attraktiver zu wirken. Andere bleiben vorsichtiger. Peggy Stüber schildert eher überrascht, wie stark die Nominierung überhaupt wahrgenommen wird. Und bei Claudia und Sven Kubal steht weniger die unmittelbare Außenwirkung im Mittelpunkt als das Gefühl, dass der eigene Weg auch unter schwierigen Bedingungen getragen hat.

Auch beim Thema Kommunikation gibt es einen gemeinsamen Maßstab. Allen ist wichtig, dass sie Vertrauen schafft, verständlich bleibt und den Kunden auf Augenhöhe begegnet. Sie ist kein Beiwerk, sondern Teil professioneller Arbeit. Mal steht stärker die Klarheit im Vordergrund, mal der direkte Draht, mal die



**Jürgen Hentschel**  
Hentschel & Co. Immobilien

Forderung, sich selbst treu zu bleiben. Im Kern geht es aber immer um dasselbe: um Glaubwürdigkeit.

Genau darin liegt ihr Wert: Eine Nominierung wirkt nicht von selbst, sondern nur dann, wenn sie zu dem passt, was ein Unternehmen im Umgang mit Kunden und im Team zeigt. ■

# Vorsicht Abmahnung!

## Die häufigsten Fallen im Wettbewerbsrecht

Eine Kolumne von Rechtsanwalt Leif Peterson von der IVD-Wettbewerbsshotline

### Wenn Werbung zu weit geht — Fallstricke für Immobilienmakler

Der Wettbewerb unter Immobilienmaklern ist intensiv. Wer Aufträge gewinnen will, muss sichtbar sein und überzeugend auftreten. Werbung gehört daher selbstverständlich zum Geschäftsalltag. Gleichzeitig setzt das Wettbewerbsrecht der Außendarstellung klare Grenzen. Insbesondere dann, wenn Aussagen über Nachfrage, Verkaufschancen oder vorhandene Interessenten getroffen werden, kann aus einem vermeintlich harmlosen Marketinginstrument schnell ein rechtliches Risiko werden. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verlangt, dass geschäftliche Aussagen zutreffend sind und keine falschen Erwartungen bei angesprochenen Eigentümern oder Kaufinteressenten wecken.

#### Suchkundenwerbung nur mit realem Hintergrund

Ein klassisches Beispiel hierfür ist die Werbung mit angeblichen Suchkunden. Viele Eigentümer kennen Postkarten oder Flyer mit Formulierungen wie „Für unsere vorgemerkten Kunden suchen wir dringend Immobilien in Ihrer Straße“ oder „Wir haben einen Käufer für Ihr Haus“. Solche Aussagen wirken auf den ersten Blick überzeugend, weil sie den Eindruck vermitteln, der Makler habe bereits konkrete Interessenten, denen nur noch das passende Objekt fehlt.

Genau darin liegt jedoch das wettbewerbsrechtliche Problem. Nach § 5 Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer

eine geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, Verbraucher über wesentliche Umstände zu täuschen. Dazu gehört auch die Täuschung über die tatsächliche Nachfrage nach einer Immobilie. Wird mit einem angeblichen Suchkunden geworben, muss dieser tatsächlich existieren und ein entsprechendes Suchprofil haben. Werden solche Aussagen hingegen lediglich als allgemeines Werbemittel massenhaft eingesetzt, ohne dass tatsächlich ein konkreter Interessent vorhanden ist, kann dies als irreführende Werbung bewertet werden. Der angesprochene Eigentümer versteht eine solche Aussage regelmäßig so, dass der Makler über reale Kaufinteressenten verfügt, möglicherweise sogar über solche, die spe-



## *Auch scheinbar harmlose Werbeaussagen wie „kostenlose Immobilienbewertung“ können rechtlich problematisch werden.*

ziell nach Immobilien in der angesprochenen Lage suchen. Wer solche Formulierungen nur als Marketinginstrument verwendet, riskiert daher eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung durch Mitbewerber oder Wettbewerbsverbände.

### **Öffentliche Vermarktung ohne Auftrag**

Ein weiteres Risiko entsteht, wenn Immobilien öffentlich angeboten werden, ohne dass der Makler tatsächlich zur Vermarktung befugt ist. In der Praxis kommt es immer wieder vor, dass Makler von einem geplanten Verkauf erfahren und vor-schnell mit der Bewerbung beginnen oder davon ausgehen, dass ein Maklerauftrag ohnehin bald zustande kommen wird. Teilweise werden auch Immobilien parallel von mehreren Maklern angeboten, obwohl bereits ein qualifizierter Alleinauftrag besteht.

Wer eine Immobilie öffentlich bewirbt, vermittelt dem Markt jedoch den Eindruck, Zugriff auf das Objekt zu haben und den Kontakt zum Verkäufer vermitteln zu können. Ist dies tatsächlich nicht der Fall, kann darin eine Irreführung im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG liegen. Darüber hinaus kann ein solches Verhalten auch als gezielte Behinderung eines Mitbewerbers gewertet werden, insbesondere, wenn dieser bereits mit einem Alleinauftrag ausgestattet ist. Dies ist jedenfalls ein Graubereich. Für IVD-Mitglieder ist ein solches Vorgehen ohnehin gemäß II Nr. 1b der IVD-Standesregeln verboten.

### **Werbeversprechen mit Risiko**

Auch scheinbar harmlose Werbeaussagen können rechtlich problematisch werden, wenn sie falsche Erwartungen wecken. Versprechen wie „kostenlose Immobilienbewertung“, „Schnellverkauf Ihrer Immobilie“ oder sogar „garantierter Verkauf“ können unzulässig sein, wenn sie über den tatsächlichen Inhalt der Leistung oder die realistischen Erfolgsaussichten täuschen.

Eine kostenlose Immobilienbewertung ist beispielsweise nur dann unproblematisch, wenn tatsächlich eine ernsthafte Bewertung erfolgt, die nicht an einen Auftrag zur Immobilienvermittlung gekoppelt ist. Der Verkauf einer Immobilie hängt stets von vielen Faktoren ab, etwa von der Preisgestaltung, der Nachfrage oder der Marktsituation. Wer einen Verkaufserfolg garantiert oder eine besonders schnelle Vermittlung verspricht, kann daher schnell den Eindruck erwecken, über Möglichkeiten oder Einfluss zu verfügen, die tatsächlich nicht bestehen. Auch hier greift § 5 UWG, der irreführende geschäftliche Handlungen untersagt. Das Versprechen, die Immobilie „zum Bestpreis“ oder „Höchstpreis“ vermitteln zu können, ist ebenfalls wettbewerbswidrig, weil eine solche Behauptung nicht nachweisbar ist.

### **Wahrhaftigkeit und Transparenz**

Das Wettbewerbsrecht verlangt dabei keine Zurückhaltung bei der Werbung, wohl aber Wahrhaftigkeit und Transparenz. Makler dürfen selbst-

verständlich für ihre Leistungen werben. Sie müssen dabei jedoch darauf achten, dass ihre Aussagen zutreffend sind und keine falschen Erwartungen erzeugen. Wer nur mit tatsächlich vorhandenen Suchkunden wirbt, Immobilien nur dann anbietet, wenn eine Vermarktungsbefugnis besteht, und Werbeaussagen realistisch formuliert, bewegt sich auf rechtlich sicherem Boden.

Gerade in einem Markt, der stark vom Vertrauen der Eigentümer geprägt ist, zahlt sich eine transparente und ehrliche Außendarstellung ohnehin langfristig aus. Denn Vertrauen ist im Immobiliengeschäft nicht nur ein rechtlicher Maßstab, sondern auch die wichtigste Grundlage für nachhaltigen Geschäftserfolg. ■



**Leif Peterson**

ist Fachanwalt für Miet- und Wohnungseigentumsrecht. Er führt die Wettbewerbsshotline des IVD und ist bei allen wettbewerbsrechtlichen Fragen für Mitglieder zu erreichen unter:

**Tel. 040 82 22 61 83 7**

**wettbewerbsrecht@ivd.net**

## Messen als Räume der Kommunikation

# Nähe wirkt

**In der Theorie hätten die digitale Transformation und soziale Netzwerke die klassische Messe längst entwerfen müssen. In der Praxis zeigt sich jedoch: Gerade weil digitale Kommunikation oft flüchtig bleibt, gewinnen Formate an Wert, die Begegnung, Vertrauen, Resonanz und ungeplanten Austausch verdichten.**

Von Hartwig von Saß

Wie oft war in der Vergangenheit zu hören: „Messen sind tot.“ Doch das Gegenteil ist der Fall: Je flüchtiger die digitalen Kanäle werden, desto stärker steigt der strategische Wert dieses seit Langem bekannten Marketing-Instruments. Die Messe ist kein Relikt, sondern ein hoch-effizienter Katalysator für Marktintelligenz und Vertrauenskapital.

Wer die Messehallen dieser Welt betritt, sieht — oberflächlich betrachtet — oft nur Stände, Exponate und Catering. Doch unter der Oberfläche entstehen komplexe Kommunikationsmomente, die weit über den bloßen Austausch von Visitenkarten hinausgehen. Die Messe ist ein besonderer Ort der kommunikativen Verdichtung. Während das digitale Marketing darauf angewiesen ist, Aufmerksam-

keit in kurzen Impulsen mühsam zu erarbeiten, bietet die Messe eines der kostbarsten Güter der Gegenwart: exklusive Synchronizität.

### Der mehrdimensionale Raum der Kommunikation

Um die Messe als strategisches Instrument zu begreifen, hilft es, sie in ihren funktionalen Dimensionen zu betrachten. Sie fungiert als ein Raum, in dem unterschiedliche Kommunikationsvektoren in einer Dichte aufeinandertreffen, die digital kaum simulierbar ist.

**Die Dimension der Serendipität oder des strategischen Zufalls:** Im digitalen Raum wird gezielt über Algorithmen und Filtermasken gesucht. Auf der Messe findet

sich oft, was zuvor nicht gesucht wurde. Es ist das Gespräch in der Wartzone oder der flüchtige Blick auf den Nachbarstand, der eine strategische Allianz von morgen anstoßen kann. Diese ungeplanten Kommunikationsmomente sind ein wichtiger Impulsgeber für branchenübergreifende Innovationen.

### Die Dimension der multisensorischen Beweisführung:

In einer Ära von Deepfakes und generischem Marketing-Sprech ist die physische Präsenz eine zentrale Instanz der Glaubwürdigkeit. Wenn die Haptik eines Produkts, das Angebot einer Dienstleistung und die Mimik des Gegenübers mit dem Versprechen der Marke korrespondieren, entsteht ein Vertrauensraum, für den eine rein digitale Kampagne Monate benötigen würde.

### Die Dimension der sozialen Validierung:

Messen sind Verdichtungsräume der Branche. Wer ist präsent? Wer fehlt? Wer interagiert mit wem? Diese informelle Hierarchiebildung und die Beobachtung von Besucherströmen sind wichtige Seismographen für die tatsächliche Marktmacht und das aktuelle Branchenklima.

### Die Grenzen bloßer Messbarkeit

Ein häufig angeführter Kritikpunkt im Controlling ist die scheinbar mangelnde Messbarkeit von Messe-Kommunikation im Vergleich zum digitalen Marketing. Während im Digitalen jeder Klick in Echtzeit-Dashboards sichtbar wird, entzieht sich die Netzwerkqualität im Messe-Ökosystem oft der harten Metrik. Genau hier liegt jedoch ein strategischer Trugschluss: Digitale Messbarkeit korreliert nicht zwangsläufig mit geschäftlicher Relevanz.



*Während Algorithmen nur Oberflächenkontakte zählen, validiert die Messe die Ernsthaftigkeit des Gegenübers durch dessen Investition von Zeit und physischer Anwesenheit.*



Viel Gelegenheit zum persönlichen Austausch auf der Real Estate Arena in Hannover.

Das digitale Marketing krankt häufig an „Vanity Metrics“, also hohen Klickzahlen ohne echte Tiefe. Die Messe hingegen gewinnt durch die Qualität der Resonanz. Während Algorithmen nur Oberflächenkontakte zählen, validiert die Messe die Ernsthaftigkeit des Gegenübers durch dessen Investition von Zeit und physischer Anwesenheit. Ein digitaler Lead ist oft nur ein flüchtiger Datenpunkt; ein Messe-Kontakt ist eine fundierte Geschäftsbeziehung im Anfangsstadium. In der Endabrechnung ist der „Cost-per-Relation“, also der Aufwand je belast-

barem Kontakt, auf einer Messe oft deutlich effizienter, da die Streuverluste durch die fachliche Selektion des Formats minimiert werden.

#### Die Real Estate Arena als Beispiel

Ein aktuelles Beispiel für diese Entwicklung ist die Real Estate Arena in Hannover. Sie positioniert sich bewusst als „Messe neuen Typs“ und bricht mit der traditionellen, oft monolithischen Schwere klassischer Immobilien-Events. Hier vollzieht sich die Abkehr vom

reinen Repräsentationsstand hin zu einem agilen Arbeitsraum.

Der Fokus verschiebt sich weg von der bloßen Projektpräsentation hin zu einem interdisziplinären Dialog, der die Grenzen zwischen Immobilienwirtschaft, Stadtentwicklung und Digitalisierung auflöst. Hannover wird hier zum Labor für ein neues Verständnis von Branchen-Events: kompakter, direkter und konsequent auf Vernetzung statt auf bloße Inszenierung ausgerichtet. In einem Marktumfeld, das durch ESG-Kriterien und Zinswende

Foto: © Deutsche Messe AG

**immoXXL**

[www.immoXXL.de](http://www.immoXXL.de)

## ONLINE SICHTBAR. VOR ORT PRÄSENT.

### Akquisestärke Maklerwebseiten

- ✓ Professionelle Online-Präsenz mit kundenorientierten Inhalten
- ✓ Google Widgets: Bewertungen direkt eingebunden
- ✓ Kompetenz zeigen mit Wertermittlungsmodul
- ✓ In 7 Tagen: Startklar ohne lange Wartezeit





Messen sind Verdichtungsräume der Branche.

unter massivem Veränderungsdruck steht, fungiert dieses Format als notwendiger Resonanzkörper für aktive Co-Kreation.

### Drei strategische Folgerungen

Um das Potenzial moderner Netzwerk-Plattformen voll auszuschöpfen, muss sich die kommunikative Strategie von alten Mustern lösen.

Zum einen verschiebt sich der Fokus vom Stand-Design zum Dialog-Design. Erfolgreiche Auftritte setzen auf Interaktionsinseln und Räume, die Besucher aktiv in einen diskursiven Prozess einbinden. Auch das eigene Ökosystem spielt dabei eine wichtige Rolle. Kooperationen mit Partnern aus angrenzenden Disziplinen signalisieren Vernetzungskompetenz — eine kritische Währung in volatilen Märkten.

Hinzu kommt die strategische Vorbereitung. Ein Messeauftritt gewinnt, wenn Ziele präzise definiert werden — etwa die Gewinnung neuer Partner, die Ansprache potenzieller Mitarbeiter, die Anbahnung von Innovationskooperationen oder das Einholen von Marktresonanz. Dazu gehören die frühzeitige Einladung von

Kunden und Interessenten, die systematische Terminplanung im Vorfeld und eine konsequente Nachverfolgung der Resonanz. Im Idealfall ist der kommu-

nikative Erfolg bereits vor Messebeginn strategisch vorbereitet.

Schließlich soll die Messe als Content-Loop verstanden werden. Was physisch passiert, muss digital verlängert werden. Die Messe ist nicht das Ende einer Kampagne, sondern deren Höhepunkt oder Ausgangspunkt innerhalb einer ganzjährigen Kommunikationsstrecke.

### Das Ende der Distanz

Die Quintessenz moderner Messe-Kommunikation ist die Überwindung von Distanz — räumlich, zeitlich und zwischenmenschlich. In einer Welt, die durch algorithmische Filterblasen immer fragmentierter und isolierter wird, bietet die Messe einen neutralen und hocheffizienten Rahmen für den unmittelbaren Austausch.

Sie ist nicht das Ende der digitalen Kommunikation, sondern deren notwendiges Fundament. Wer die Messe als rein operativen Event versteht, vergibt ihr größtes Potenzial: ihre Rolle als strategischer Beschleuniger für Marktmacht und Beziehungsqualität. In der Arena der Messe entscheidet sich am Ende nicht, wer das lauteste Marketing hat, sondern wer die höchste Resonanzfähigkeit besitzt. ■

#### Hartwig von Saß

ist bei der Deutschen Messe für das Neugeschäft in Deutschland verantwortlich und der Real Estate Arena als Brand Ambassador eng verbunden. Als früherer Kommunikationschef und Journalist verfügt er über langjährige Erfahrung in der strategischen Kommunikation.  
[www.real-estate-arena.com](http://www.real-estate-arena.com)



# Automatisierte Assistenzsysteme verändern den Immobilienvertrieb

**Kommunikation zählt zu den zeitintensivsten und zugleich wichtigsten Aufgaben im Immobilienvertrieb. KI-Agenten versprechen hier nicht nur mehr Effizienz, sondern auch mehr Struktur und Konsistenz in der täglichen Arbeit. Ihr Wert liegt jedoch nicht im vollständigen Ersetzen menschlicher Leistung, sondern in der intelligenten Zusammenarbeit zwischen System und Makler.**

Von Alexander Timper

Kommunikation ist im Immobilienvertrieb weit mehr als nur die Begleitung eines Verkaufsprozesses. Sie ist ein zentraler Teil der Wertschöpfung. Ob im Erstkontakt mit Eigentümern, bei der Aufbereitung von Objektinformationen oder in der laufenden Betreuung von Interessenten: Makler erklären, strukturieren, ordnen ein und schaffen Vertrauen. Gerade deshalb lohnt sich ein genauer Blick auf eine technologische Entwicklung, die aktuell an Bedeutung gewinnt: sogenannte KI-Agenten.

Während digitale Werkzeuge in den vergangenen Jahren vor allem einzelne Arbeitsschritte unterstützt haben, entstehen heute Systeme, die ganze Teilprozesse begleiten können. KI-Agenten sind spezialisierte Anwendungen, die klar definierte Aufgaben innerhalb eines Arbeitsablaufs übernehmen. Sie greifen auf Daten, Vorlagen und externe Informationsquellen zu, verarbeiten diese strukturiert und erzeugen daraus konkrete Ergebnisse.

Für Maklerunternehmen ist das vor allem dort relevant, wo Kommunikation stark informationsgetrieben ist und zugleich viel Zeit bindet. Typische Beispiele sind die Erstellung von Objektbeschreibungen, die Aufbereitung von Lage-Informationen oder die Vorbereitung von Eigentümergesprächen. In vielen Büros sind diese Aufgaben bis heute mit zahlreichen manuellen Zwischenschritten verbunden. Informationen werden aus dem CRM, aus Kartenanwendungen, aus Dokumenten oder aus Exposés zusammengetragen und anschließend in eine verständliche Form gebracht. Genau an diesen Schnittstellen entstehen häufig Reibungsverluste.

## Von Einzelfunktionen zu Prozessen

Die erste Welle künstlicher Intelligenz im Büroalltag hat vor allem einzelne Inhalte automatisiert. Ein Text wurde formuliert, eine E-Mail sprachlich überarbeitet oder ein Protokoll zusammengefasst. Diese Funktionen sind hilfreich, bleiben jedoch oft punktuell. Für die Immobilienpraxis wird inzwischen eine andere Ebene interessant. Nicht der einzelne Textbaustein steht im Mittelpunkt, sondern die Einbindung von KI in wiederkehrende Arbeitsprozesse.

Denn im Makleralltag geht es selten nur um einen einzelnen Text. Meist handelt es sich um eine Abfolge mehrerer Schritte. Ein Objekt wird aufgenommen, Daten werden ergänzt, Standort und Umfeld analysiert, Vermarktungsunterlagen erstellt und Inhalte für unterschiedliche Kommunikationskanäle vorbereitet. Wenn KI-Agenten in solche Abläufe integriert sind, können sie Informationen nicht nur schneller formulieren, sondern vor allem systematischer strukturieren. Der eigentliche Mehrwert liegt daher weniger in der Textgenerierung selbst als in der geordneten Aufbereitung von Informationen.

Gerade im Bereich der Kommunikation zeigt sich dieser Effekt besonders deutlich. Viele Reibungsverluste im Immobilienvertrieb entstehen nicht durch fehlendes Fachwissen, sondern durch wiederkehrende Aufgaben. Daten sind zwar vorhanden, liegen jedoch in unterschiedlichen Systemen oder Formaten vor. Texte werden neu formuliert, obwohl ähnliche Inhalte bereits existieren. Unterlagen müssen mehrfach geprüft und angepasst werden. KI-Agenten können hier helfen, verstreute Informationen zusammenzuführen und daraus konsistente Aussagen zu entwickeln. Das betrifft interne Zusammenfassungen ebenso wie Vermarktungstexte oder Argumentationsgrundlagen für Gespräche mit Eigentümern.

## Qualität durch klare Arbeitsteilung

Mit dem Einsatz solcher Systeme ist nicht nur ein Geschwindigkeitsgewinn verbunden. Ebenso wichtig ist der Qualitätsaspekt. Gerade in wachsenden Maklerunternehmen darf die kommunikative Qualität nicht allein vom Stil oder von der Tagesform einzelner Mitarbeitender abhängen. Wenn Inhalte nach klar definierten Regeln vorbereitet werden, steigt die Konsistenz. Eigentümer erleben ein professionelleres Auftreten. Interessenten erhalten schneller verwertbare Informationen. Teams arbeiten mit einheitlicheren Grundlagen.

Ebenso wichtig ist jedoch ein realistischer Blick auf die Rolle solcher Systeme. KI-Agenten sollten nicht als Werkzeuge verstanden werden, die den gesamten Prozess eigenständig übernehmen. In der Praxis entsteht deshalb nur selten ein

## KI-Agenten im Maklerunternehmen: Mehr als nur Textgenerierung

KI-Agenten entwickeln sich zu spezialisierten Systemen für ganze Teilprozesse. Die KI strukturiert Daten und bereitet vor, der Mensch entscheidet und baut Vertrauen auf. Eine effiziente Arbeitsteilung.

### Der neue Arbeitsprozess



#### Von der Einzelleistung zum Teilprozess

KI-Agenten begleiten nun ganze Abläufe wie die komplette Aufbereitung von Objekt- und Lageinformationen.



#### Systematische Datenzusammenführung

Verstreute Informationen aus CRM, Karten und Dokumenten werden automatisch zu konsistenten Aussagen vereint.

### Die 3 wichtigsten Erfolgsvorteile



vollständig automatisierter Ablauf. Häufiger entwickelt sich eine Zusammenarbeit zwischen Menschen und System. Ein KI-Agent bereitet Informationen vor, strukturiert Daten oder erstellt erste Entwürfe. Der Makler prüft diese Ergebnisse, ergänzt seine Einschätzung und entscheidet, welche Inhalte tatsächlich verwendet werden. Genau in dieser Arbeitsteilung liegt die eigentliche Stärke dieser Technologie. Systeme beschleunigen und strukturieren Prozesse, während die fachliche Verantwortung beim Menschen bleibt.

### Nutzen in der Vermarktungspraxis

Besonders sichtbar wird der Nutzen dort, wo große Mengen an Informationen in kurzer Zeit verarbeitet werden müssen. Das gilt etwa für die Vorbereitung einer Vermarktung. Objektmerkmale, Standortdaten, Umfeld-Informationen und Bildmaterial müssen zu einer schlüssigen Darstellung zusammengeführt werden. Es gilt aber auch für die interne Kommunikation zwischen Vertrieb, Marketing und Backoffice. Wenn Informationen frühzeitig strukturiert werden, sinkt der Abstimmungsaufwand deutlich.

### Entscheidend ist die Einbindung in den Alltag

Ob KI-Agenten im Maklerunternehmen erfolgreich eingesetzt werden können, hängt allerdings weniger von der Leistungsfähigkeit eines einzelnen Systems ab als von der Einbindung in den tatsächlichen Arbeitsalltag. Wenn Daten manuell übertragen werden müssen oder Ergebnisse nicht sauber in bestehende Systeme zurückfließen, bleibt der Nutzen begrenzt. Entscheidend sind daher saubere Datenstrukturen, klare Zuständigkeiten und nachvollziehbare Prozesse.

Die Immobilienwirtschaft steht beim Einsatz von KI-Agenten noch am Anfang. Gleichzeitig zeigt sich bereits heute, dass

solche Systeme besonders dort wirksam sind, wo Kommunikation, Daten und Arbeitsprozesse eng miteinander verbunden sind. Für Maklerunternehmen stellt sich deshalb zunehmend die Frage, wie diese Technologien sinnvoll eingesetzt werden können. Nicht als Ersatz für maklerische Kompetenz, sondern als Werkzeug, das professionelle Kommunikation strukturierter und effizienter macht. Wer diesen Ansatz klug nutzt, gewinnt vor allem eines: mehr Zeit für Beratung, Vertrauen und erfolgreiche Abschlüsse.



Alexander Timper

ist Gründer und Geschäftsführer des PropTech-Unternehmens AreaButler. Er beschäftigt sich mit der praktischen Anwendung von Daten, Automatisierung und künstlicher Intelligenz im Immobilienvertrieb.

[www.areabutler.de](http://www.areabutler.de)

# Von Reichweite zu Relevanz

---

**Wenn alle sichtbar sind, wird Sichtbarkeit wertlos. In der Immobilienbranche entscheidet längst nicht mehr die Frequenz, sondern die Frage, wem man glaubt. Genau deshalb reicht Präsenz nicht mehr aus. Gefragt sind Profile, die Substanz liefern und Vertrauen aufbauen.**

Von Sonja Rösch

Die Nutzung sozialer Medien wie LinkedIn oder Instagram ist in der Immobilienbranche eine Selbstverständlichkeit geworden. „Einfach mitmachen“ funktioniert aber heute nicht mehr. Denn je dichter der Newsfeed wird, desto lauter wird die Frage, ob Sichtbarkeit allein noch irgendetwas bewirkt. Der Perspektivwechsel von Reichweite zu Relevanz ist damit kein kommunikatives Feintuning, sondern eine strategische Notwendigkeit.

Nicht die Anzahl der Posts entscheidet über Wirkung, sondern das, was beim Gegenüber hängen bleibt. Fachliche Autorität und unternehmerische Glaubwürdigkeit entstehen nicht durch Präsenz an sich, sondern durch Haltung und Persönlichkeiten, die sichtbar Verantwortung übernehmen. Dafür braucht es Klarheit über Ziele, Themen und Rollen. Und den Mut, Social Media nicht als Content-Taktung zu behandeln, sondern als Beziehungsarbeit, die über Zeit Wirkung entfaltet.

## Reichweite ist nicht gleich Wirkung

Wer Social Media strategisch nutzt, muss grundlegender fragen: Wen erreichen wir und warum? Ein Beitrag, der von wenigen, aber relevanten Marktakteuren gelesen und eingeordnet wird, kann mehr bewirken als tausende flüchtige Kontakte ohne Bezug zum eigenen Geschäft. Sichtbarkeit ist dabei kein Ziel. Sie ist, wenn überhaupt, ein Nebenprodukt von Relevanz. Entscheidend ist, ob aus Kontakt wiederkehrender Kontakt wird. Und ob aus Sichtbarkeit Vertrauen entsteht.

Auch technisch hat sich die Logik verschoben: Plattformen wie LinkedIn prio-

risieren Signale, die auf echte Auseinandersetzung hindeuten. Verweildauer, ausformulierte Inhalte und Interaktion beeinflussen zunehmend, was Reichweite bekommt und was untergeht.

## Logos schaffen keine Nähe, Menschen schon

Auf Business-Plattformen entsteht Nähe dort, wo Verantwortung eindeutig zugeordnet werden kann. Unternehmenskanäle bündeln Inhalte. Persönliche Profile von Entscheidern und Führungskräften bauen dagegen zunehmend Relevanz auf – und zwar nicht als „Privatshow“, sondern als fachlicher Absender.

Diese Verschiebung ist auch algorithmisch erklärbar: LinkedIn bewertet Inhalte nicht isoliert, sondern im Kontext des Absenders. Persönliche Profile verfügen meist über ein dichteres Beziehungsnetz, historisch gewachsene Interaktionen und klar erkennbare Themenfelder. Dadurch kann das System ihre Wirkung oft präziser einordnen als bei Unternehmensseiten, die häufiger senden als in Beziehung treten.

Das ist Chance und Verantwortung zugleich. Denn wer als Person sichtbar wird, spricht immer auch für das Unternehmen. Persönliche Kommunikation ist kein Gegenspieler der Unternehmensmarke, sondern ihr Verstärker, wenn beides bewusst verzahnt ist. Entscheidend ist ein gemeinsames Verständnis davon, wofür Unternehmen und Person jeweils stehen.

Persönlich heißt dabei nicht privat. Es geht nicht um Selbstdarstellung, sondern um Perspektive. Wer als Gesicht

sichtbar wird, sollte klar zeigen, wofür er fachlich wie unternehmerisch steht. Langfristige Wirkung entsteht nicht durch einzelne Posts, sondern durch ein klares Themenprofil, Kontinuität und Wiedererkennbarkeit.

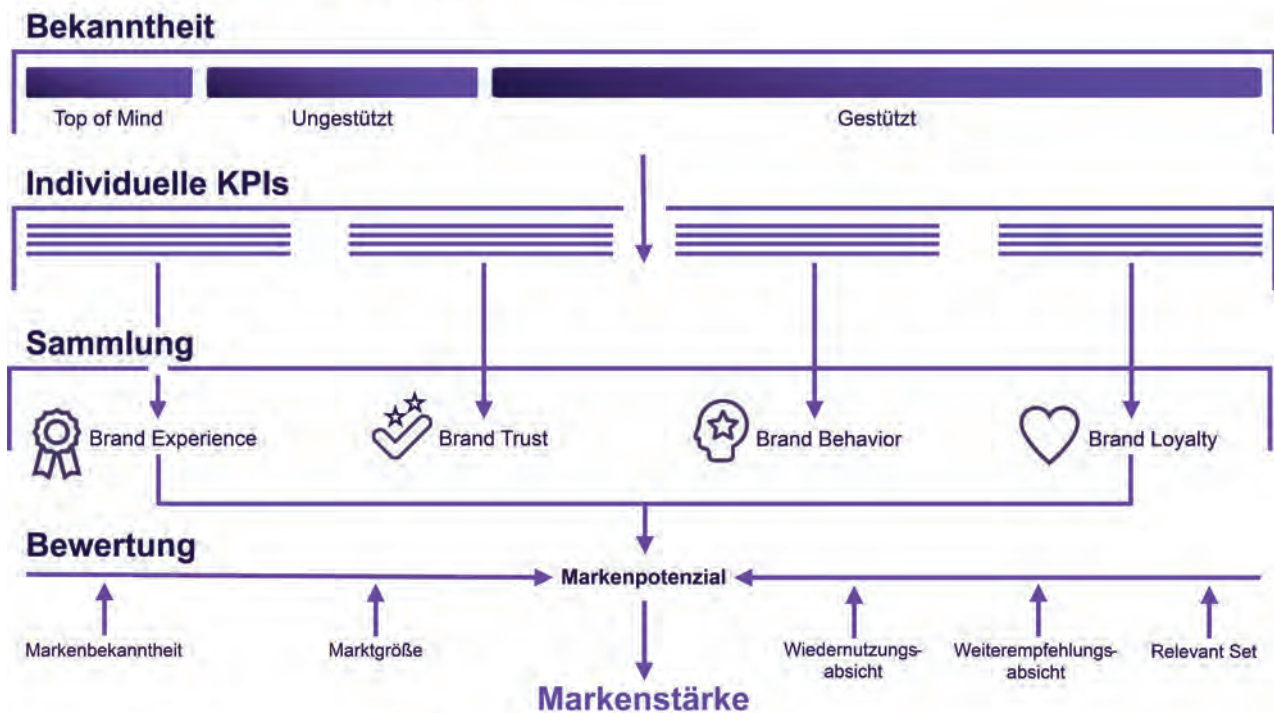
Dafür braucht es internen Rückhalt. Wer nach außen spricht, braucht Klarheit: Was kann gesagt werden? Welche Themen sind gesetzt? Wo endet der Spielraum? Ohne diesen Unterbau bleibt persönliche Sichtbarkeit riskant oder beliebig.

## KI-Auffindbarkeit verändert, was als Quelle zählt

Mit dem zunehmenden Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) verschiebt sich die Logik der Sichtbarkeit erneut. Inhalte werden nicht mehr nur danach bewertet, ob sie Aufmerksamkeit erzeugen, sondern auch danach, ob sie als verlässliche Quelle taugen. KI-Systeme greifen auf vorhandenes Wissen zurück, ordnen es ein und formulieren Antworten auf Basis dessen, was sie als fachlich belastbar erkennen. Entscheidend ist dabei weniger die einzelne Veröffentlichung als das Gesamtbild, das eine Person oder ein Unternehmen über Zeit abgibt.

Für Immobilienunternehmen entsteht damit eine zusätzliche Ebene der Relevanz: Wer in KI-gestützten Antworten als Referenz auftauchen will, muss thematisch klar verortbar sein. Dazu gehören konsistent besetzte Themen, eine erkennbare Perspektive und Einordnung statt bloßer Wiederholung. Besonders relevant sind dabei persönliche Profile, weil sich Expertise leichter zuordnen

# Das Markenmodell



Von Sichtbarkeit zur Wirkung: Bekanntheit wird erst über Vertrauen, Verhalten und Loyalität zur Markenstärke. Wer Themen konsistent besetzt und einordnet, stärkt damit zugleich seine Auffindbarkeit als Quelle.

lässt, wenn Inhalte mit Person, Rolle und nachvollziehbarer Erfahrung verbunden sind.

Wer regelmäßig einordnet und Position bezieht, erhöht die Wahrscheinlichkeit, als Quelle wahrgenommen zu werden. Wer thematisch unscharf bleibt, verliert – auch in KI-Systemen – an Gewicht. Social Media wirkt damit über den Feed hinaus und entscheidet mit darüber, wer künftig als Referenz herangezogen wird.

## Feed-Logik und Auffindbarkeit

Je dichter der Feed wird, desto stärker selektiert das System, was sichtbar bleibt. LinkedIn spielt zunehmend Inhalte aus, die auf tatsächliche Auseinandersetzung hindeuten, statt nur schnell konsumiert zu werden. Parallel wird die Plattform stärker zur Such- und Rechercheoberfläche. Sichtbar bleiben vor allem Profile, die ihre Kernthemen klar benennen und fortlaufend einordnen. Wer das nicht tut, ist zwar aktiv, wird aber deutlich seltener gefunden.

## Erfolg neu messen

Likes lassen sich zählen, Vertrauen nicht. Entscheidend sind deshalb andere Fra-

gen: Wer interagiert tatsächlich? Welche Rollen und Unternehmen tauchen auf? Entstehen Gespräche? Werden Kontakte vertieft? Entwickeln sich daraus Beziehungen?

Damit wird klar: Wer Social Media nur nach Reichweite und Reaktionen bewertet, misst oft am Kern vorbei. Für Immobilienunternehmer zählt nicht der schnelle Applaus, sondern ob das Profil für relevante Gesprächspartner anschlussfähig ist – und ob aus Sichtbarkeit über Zeit belastbare Kontakte werden.

Wenn nach Wochen der Aktivität kein relevanter Austausch entsteht, liegt das selten am Algorithmus. Häufiger fehlt es an Klarheit, an thematischer Schärfe oder an echter Dialogbereitschaft.

Genau hier setzt Social Selling an – der vertriebsnahe Beziehungsaufbau über berufliche Netzwerke. Er verbindet Sichtbarkeit, fachliche Einordnung und Dialog so, dass aus Kontakten belastbare Beziehungen werden.

LinkedIn bietet dafür einen groben, frei abrufbaren Orientierungswert: den Social Selling Index (SSI). Er zeigt, wie konsequent ein Profil die Plattform fürs

Netzwerken und den Beziehungsaufbau nutzt. Wichtig bleibt: Der SSI ist kein Erfolgsbeweis, sondern nur ein Frühindikator dafür, ob ein Profil anschlussfähig ist und die Basis für Relevanz stimmt. ■



Sonja Rösch

ist Geschäftsführerin und Partnerin bei PB3C und berät zu Social Media und Positionierung.  
[www.pb3c.com](http://www.pb3c.com)

Wenn die Vermarktung an der Mieterkommunikation scheitert

# Verkaufserfolg beginnt im Gespräch

**Beim Verkauf vermieteter Eigentumswohnungen entscheidet nicht nur die Qualität des Angebots, sondern oft die Qualität der Kommunikation. Bestehende Mietverhältnisse, Erwartungen und Unsicherheiten machen den Vermarktungsprozess zu einer sensiblen Aufgabe, in der ein professioneller und respektvoller Umgang mit Bestandsmietern zum entscheidenden Erfolgsfaktor werden kann.**

Von Metin Karadeniz

Der Verkauf vermieteter Eigentumswohnungen gehört für viele Immobilienmakler zum Alltag. In der Praxis zeigt sich jedoch immer wieder, dass nicht der Preis allein über den Erfolg entscheidet, sondern die Qualität der Kommunikation mit den Bestandsmietern.

Mietverhältnisse, rechtliche Rahmenbedingungen und individuelle Lebenssituationen machen diese Verkäufe anspruchsvoll. Was auf den ersten Blick strukturiert erscheint, entwickelt sich in der Realität häufig zu einem sensiblen Prozess, der Zeit, Erfahrung und ein gutes Gespür für Menschen erfordert.

In vielen Fällen kann unzureichende Kommunikation den gesamten Verkaufsprozess ausbremsen oder sogar zum Stillstand bringen. Unsicherheiten bei Mietern, sich verbreitende Gerüchte oder verzögerte Entscheidungen wirken sich direkt auf die Vermarktung aus. Für Makler entsteht dadurch zusätzlicher Druck in einer Phase, in der eigentlich Klarheit und Verlässlichkeit gefragt sind.

## Perspektive der Mieter

Für Mieter ist ein Eigentümerwechsel selten nur eine formale Veränderung. Er berührt das persönliche Sicherheitsgefühl und wirft Fragen auf, die weit über das Mietverhältnis hinausgehen. Sorgen um die eigene Zukunft, schlaflose Nächte oder die Angst vor Veränderungen sind in dieser Situation keine Ausnahme. Besonders langjährige Mieter, Familien oder ältere Menschen empfinden diese Phase als belastend.

Gleichzeitig fehlt häufig die Orientierung. Rechtliche Begriffe sind schwer einzuordnen, Informationen liegen nicht vollständig vor und innerhalb der Hausgemeinschaft entstehen unterschiedliche Einschätzungen. Über digitale Kanäle verbreiten sich diese schnell weiter und verstärken die Unsicherheit zusätzlich.

## Makler im Spannungsfeld

Makler befinden sich genau in diesem Spannungsfeld. Sie steuern den Verkaufsprozess, vertreten die Interessen des Eigentümers und sind zugleich erste Ansprechpartner für die Mieter. Damit übernehmen sie eine zentrale Rolle, die über den klassischen Vertrieb hinausgeht. Neben Marktkenntnis

und Verhandlungssicherheit sind zunehmend Geduld, Struktur und ein sicheres Auftreten in sensiblen Gesprächen erforderlich.

In der Praxis zeigt sich, dass genau hier eine der größten Herausforderungen liegt. Während der Fokus auf dem Verkauf liegt, benötigen Gespräche mit Mietern Zeit, Aufmerksamkeit und eine klare Vorgehensweise.

## Strukturierte Mieterkommunikation als Erfolgsfaktor

Erfolgreiche Vermarktungsprozesse zeigen, dass Mieter frühzeitig eingebunden werden sollten. Transparente Informationen, feste Ansprechpartner und persönliche Gespräche schaffen



Vertrauen und reduzieren Widerstände. Dabei ist nicht nur entscheidend, was kommuniziert wird, sondern wie. Gespräche auf Augenhöhe und nachvollziehbare Abläufe tragen wesentlich dazu bei, Unsicherheiten abzubauen.

Ein zentraler Aspekt ist das Verständnis für die individuelle Situation der Mieter. In vielen Fällen stehen nicht finanzielle Fragen



*Ob Ängste vor Eigenbedarfskündigung  
oder Mieterhöhung – der Verkauf  
einer vermieteten Eigentumswohnung  
benötigt eine sensible Kommunikation  
mit den Bestandsmietern.*

im Vordergrund, sondern Themen wie Sicherheit, Orientierung und die Bewältigung praktischer Herausforderungen im Alltag. Wer diese Zusammenhänge erkennt, kann Lösungen entwickeln, die von den Mietern angenommen werden und den Prozess deutlich erleichtern.

#### **Ergänzende Unterstützung in komplexen Situationen**

Gerade bei sensiblen oder festgefahrenen Situationen kann es sinnvoll sein, die Mieterkommunikation gezielt zu ergänzen. Eine strukturierte Begleitung solcher Gespräche sorgt für Klarheit, entlastet den Makler im Tagesgeschäft und unterstützt dabei, Lösungen zu entwickeln, die sowohl rechtlich als auch menschlich tragfähig sind. Wichtig ist dabei eine klare Rollenverteilung. Der Makler bleibt zentraler Ansprechpartner für den Eigentümer und steuert den Vertrieb. Die ergänzende Unterstützung wirkt im Hintergrund und hilft dabei, Gespräche zu strukturieren und Vereinbarungen umzusetzen.

#### **Wenn Theorie auf Praxis trifft**

Ein exemplarischer Fall verdeutlicht, wie entscheidend genaues Zuhören sein kann. Beim Verkauf einer vermieteten Eigentumswohnung blieb zunächst unklar, wie sich die Wohnsituation der damaligen Mieterin weiterentwickeln würde. Erst im offenen Gespräch wurde deutlich, dass nicht der Verkauf selbst ihr eigentliches Problem war. Die Wohnung war für die 80-jährige Bewohnerin zu groß geworden, ihr Umfeld hatte sich verändert, und der Wunsch, näher bei ihren Enkelkindern zu wohnen, rückte in den Vordergrund. Zugleich zeigte sich, dass sie einen Umzug zwar grundsätzlich wollte, die damit verbundenen organisatorischen Anforderungen aber kaum allein bewältigen konnte.

Auf dieser Grundlage konnte eine Lösung entwickelt werden, die über finanzielle Aspekte hinausging. Durch konkrete Unter-

stützung bei Umzug, Entrümpelung und Vorbereitung entstand Schritt für Schritt Klarheit und Entlastung. Damit wurde auch die Ausgangslage für den weiteren Verkaufsprozess verlässlicher: Die persönliche Perspektive der Mieterin war geklärt, für den Kaufinteressent entstand mehr Klarheit und für Makler sowie Eigentümer wurde besser einschätzbar, wie sich die Vermarktung der Wohnung fortsetzen ließ.

#### **Wirtschaftlicher Nutzen für Makler und Eigentümer**

Eine funktionierende Mieterkommunikation wirkt sich unmittelbar auf den Verkaufsprozess aus. Abläufe werden klarer, Entscheidungen schneller getroffen und Vermarktungszeiten verkürzt. Für Makler bedeutet dies eine spürbare Entlastung und mehr Fokus auf den Vertrieb. Eigentümer profitieren von planbaren Prozessen und stabilen Ergebnissen. ■



**Metin Karadeniz**

ist Inhaber von Sympathiq. Er verfügt über langjährige Vertriebserfahrung und ist auf Mieterkommunikation in Verkaufsprozessen spezialisiert.  
[www.sympathiq.de](http://www.sympathiq.de)

# Einfach unschlagbar: Unser Netzwerk für Sie!



Als Mitglied sind Sie Teil von etwas Großem – und Sie profitieren von starken Kooperationspartnern, die Ihnen exklusive Vorteile, Rabatte und Services bieten.



Hier finden Sie die Angebote aller Kooperationspartner

## FPRE

### IHR PARTNER FÜR DIE AUTOMATISIERTE IMMOBILIENANALYSE UND -BEWERTUNG

Zeigen Sie Standortkompetenz mit marktführenden Makro- und Mikrolagedaten und verwenden Sie KI-gestützte Lagetexte auf Basis der qualitätsgeprüften Datenbank von FPRE. Ermitteln Sie im Handumdrehen marktgerechte Kauf- und Mietpreise und überzeugen Sie Ihre Kunden mit individualisierbaren Gutachtendokumenten. Nutzen Sie die Schnellbewertung zur Leadgenerierung auf Ihrer Website und passen Sie den Output nach Ihren Wünschen an Ihr Design an. Beweisen Sie Marktkenntnis mit durchschnittlichen Kaufpreisen und Mieten auf PLZ-Ebene und profitieren Sie von hedonischen Daten, wenn Transaktionen wieder einmal Mangelware sind.



## FPRE

Ihr Ansprechpartner:  
**Magnus Danneck**  
CEO Deutschland



T +49 69 2475 689 250  
E [magnus.danneck@fahrlanderpartner.de](mailto:magnus.danneck@fahrlanderpartner.de)  
W [fahrlanderpartner.de](http://fahrlanderpartner.de)

## MCGRUNDRISS

### MEHR WIRKUNG FÜR IHR EXPOSÉ!

McGrundriss unterstützt Immobilienprofis in meist unter 24 Stunden mit verkaufsoptimierten Immobiliengrafiken. Neben klaren 2D- und realistischen 3D-Grundrissen bietet das Unternehmen auch Visualisierungen und virtuelles Homestaging, um Immobilien für Interessenten anschaulich und emotional erlebbar zu machen. So entstehen Exposés, die Raumaufteilung und Potenzial einer Immobilie schnell verständlich vermitteln. McGrundriss zählt im deutschsprachigen Raum zu den preislich attraktiven Anbietern für Immobiliengrafiken – und ist seit über einem Jahrzehnt stolzer Partner des IVD.



Ihr Ansprechpartner:  
**Markus Brücklmeier**



T 089 - 3 79 79 880  
E [info@mcgrundriss.de](mailto:info@mcgrundriss.de)  
W [mcgrundriss.de](http://mcgrundriss.de)

## NOVENTIC

### GEBÄUBEBETRIEB WIRTSCHAFTLICH UND ZUKUNFTSFÄHIG GESTALTEN

In der Verwalterpraxis entscheidet oft nicht die nächste Großmaßnahme, sondern die Frage, ob Heizung und Prozesse dauerhaft stabil laufen. Zentralheizungsmonitoring ermöglicht eine kontinuierliche Transparenz über Anlagenzustand und Verbrauch, macht Abweichungen früh erkennbar und reduziert ungeplante Einsätze. Smarte Thermostate im Mehrparteienhaus, kombiniert mit digitalem hydraulischem Abgleich, verbessern die Wärmeverteilung – mit spürbaren Effekten auf Energie- und Betriebskosten. sowie weniger Beschwerden. Für Eigentümer heißt das: mehr Transparenz, für Verwalter: weniger Aufwand und weniger Beschwerden.



## noventic

Ihr Ansprechpartner:  
**Thomas Ahlborn**  
Head of Marketing,  
Communications, CSR



T 040 / 237 75-103  
W [noventic.com](http://noventic.com)

Frühjahrgutachten 2026 der Immobilienweisen

# Märkte leiden unter strukturellen Bremsen

**Die Immobilienmärkte zeigen erste Erholungstendenzen. Das kürzlich vorgestellte Frühjahrgutachten der Immobilienweisen macht zugleich deutlich, warum sie weiter unter Druck stehen und ihr Potential nicht entfalten können.**

Von Stephen Paul

Das Frühjahrgutachten der Immobilienweisen ist kein Bericht für die Schublade. Es bündelt vielfältige Beobachtungen aus den Marktsegmenten, ordnet sie ein und zieht daraus Schlussfolgerungen für Politik und Immobilienpraxis. Das Gutachten beschreibt die Bedingungen, unter denen Vermittlung, Bewirtschaftung und Entwicklung derzeit stattfinden.

## Konjunktur bleibt schwach

Die gesamtwirtschaftliche Einordnung im Gutachten fällt nüchtern aus. Nach zwei schwachen Jahren legte das reale Bruttoinlandsprodukt 2025 nur um 0,2 Prozent zu. Deutschland blieb damit deutlich hinter der Weltwirtschaft zurück.

Hohe Energiekosten, Fachkräfte-Engpässe und strukturelle Defizite belasten den Standort. Die Bruttowertschöpfung der Bauwirtschaft liegt laut Immobilienweisen rund 25 Prozent unter dem Niveau von 2022.

Für die gesamtwirtschaftliche Bewertung im Gutachten ist der renommierte Ökonom Lars P. Feld zuständig. Er ordnet die Entwicklung grundlegend ein: Deutschland profitiert kaum vom globalen Wachstum, weil strukturelle Defizite stärker wirken als konjunkturelle Impulse. Ohne tiefgreifende Struktur-reformen drohen auch 2026 nur moderate Erholungstendenzen, so der Professor für Wirtschaftspolitik an der Universität Freiburg und ehemaliger Vorsitzender des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung.

## Wohnungsbau bleibt im Rückstand

Im Markt der Wohn-Immobilien zeigt sich die Schieflage im Gutachten besonders deutlich. Für 2025 rechnen die Immobilienweisen mit knapp 235.000 fertiggestellten Wohnungen. Für 2026 werden 215.000 Einheiten erwartet. Die Immobilienweisen beziffern den jährlichen Wohnungsbedarf bis 2040 auf 257.400 Wohneinheiten.

Nach Einschätzung der Immobilienweisen wächst die Lücke zwischen Bedarf und Fertigstellungen weiter. Zwar stiegen die Baugenehmigungen 2025 auf rund 238.000 und damit um 10,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der massive Einbruch der Vorjahre wirkt jedoch nach. Die Fertigstellungen dürften erst ab 2027 wieder steigen und das auch nur, wenn sich die Rahmenbedingungen verbessern. Ralph Henger vom Institut der Deutschen Wirtschaft verantwortet im Gutachten das Kapitel zu den Wohn-Immobilien. Seine zentrale Botschaft lautet: „Kommunen sind die entscheidenden Akteure beim Wohnungsbau.“ Denn sie entscheiden über Bauland, Planung und Genehmigungen – und damit über Tempo und Umfang des Neubaus.

## Mieten steigen, Preise stabilisieren sich

Das Gutachten beschreibt die aktuelle Marktdynamik vorsichtig, aber erkennbar verändert. Die Korrektur bei den Wohn-Immobilien-Preisen läuft aus, zugleich bleibt der Wohnungsmarkt angespannt. Aus Sicht der Immobilienweisen zeigen die Märkte damit erste

Erholungstendenzen, ohne zu alter Dynamik zurückzukehren. Die Nachfrage bleibt hoch, das Angebot knapp. Gerade deshalb richtet das Gutachten den Blick nicht auf kurzfristige Stimmungen, sondern auf die strukturellen Bedingungen des Bauens und Investierens.

## Baukosten und Regulierung bremsen

In der Ursachenanalyse ist das Gutachten deutlich. Hohe Baukosten, gestiegene Finanzierungskosten und eine hohe Regulierungsdichte bremsen den Wohnungsbau. Hinzu kommen langwierige Planungs- und Genehmigungsverfahren. Nach Einschätzung der Immobilienweisen halten diese Faktoren die Bautätigkeit niedrig. Sie sehen hier zentralen Handlungsbedarf und fordern einfachere und verlässlichere Verfahren, praxistaugliche Baustandards, einen rechtssicheren Gebäudetyp E sowie bessere steuerliche Rahmenbedingungen für Investitionen.

Besonders deutlich fällt die Kritik an der bisherigen Politik aus. Das Gutachten bewertet die bisherigen Maßnahmen als unzureichend. Der sogenannte Bau-Turbo setze zwar an den richtigen Stell-schrauben an, sei aber nicht die strukturelle Neuerung, die für eine nachhaltige Wirkung nötig wäre. Dass er Abweichungen vom Bauplanungsrecht ermöglicht, begrüßt Lars P. Feld. „Aber der erhoffte Gamechanger ist er nicht.“

## Grunderwerbsteuer als Hemmnis

Ein weiterer Hebel ist aus Sicht der Immobilienweisen die Grunderwerbsteuer.

“  
*Wenn zu wenig  
neu gebaut wird,  
müssen bestehende  
Wohn-Immobilien  
mehr leisten.*”

Das Gutachten fordert ausdrücklich niedrigere Erwerbsnebenkosten, insbesondere bei der Grunderwerbsteuer. Die hohen Sätze wirken nach Einschätzung der Autoren als Markteintrittsbarriere. Zusammen mit einfacheren Verfahren, einem rechtssicheren Gebäudetyp E und steuerlichen Anreizen soll so wieder mehr Spielraum für Neubau- und Sanierungsinvestitionen entstehen.

#### **Bestand rückt in den Mittelpunkt**

Das Gutachten geht davon aus, dass der Neubau die Lücke zwischen Wohnungsbedarf und Fertigstellungen kurzfristig nicht schließen kann. Der Bestand gewinnt damit weiter an Bedeutung. Wenn zu wenig neu gebaut wird, müssen bestehende Wohn-Immobilien mehr leisten. Modernisierung, Nachverdichtung und Umnutzung werden aus Sicht der Immobilienweisen wichtiger. Zugleich betonen die Autoren, dass Investitionen wirtschaftlich tragfähig bleiben müssen. Technische Anforderungen dürfen nicht losgelöst von ihren Kosten betrachtet werden.

#### **Büro-Markt differenziert sich**

Bei den Büro-Immobilien beschreibt das Gutachten eine klare Differenzierung. Der

Büroflächenumsatz sank 2025 um acht Prozent auf 4,1 Millionen Quadratmeter. Gleichzeitig stieg der Leerstand auf 12,5 Millionen Quadratmeter beziehungsweise 6,3 Prozent. Die Spitzenmieten in den A-Städten erhöhten sich dennoch auf durchschnittlich 43,90 Euro je Quadratmeter. Zugleich gingen die Fertigstellungen um 24 Prozent auf 1,95 Millionen Quadratmeter zurück.

Sven Carstensen vom Marktforschungsinstitut Bulwiengesa beleuchtet im Gutachten die Marktentwicklung bei den Büro-Immobilien: „Sinkender Flächenumsatz bei steigenden Mieten zeigt: Gefragt sind Qualität, Lage und Flexibilität – der Markt trennt klar zwischen zukunftsfähigen und obsoleten Objekten.“ Nicht der gesamte Büro-Markt ist schwach, so der Marktanalyst, sondern vor allem der Teil des Bestands, der funktional oder energetisch nicht mehr den Anforderungen entspricht.

#### **Handel passt sich an**

Im Einzelhandel bleibt der stationäre Vertrieb laut Gutachten dominierend. Sein Marktanteil liegt weiterhin bei rund 85 Prozent. Gleichzeitig verändern sich Flächenbedarfe und Nutzungskonzepte. Vor allem im Nonfood-Bereich erwarten

die Immobilienweisen bis 2035 einen deutlichen Rückgang der Verkaufsflächen.

Das Kapitel zu den Einzelhandels-Immobilien stammt im Gutachten von Joachim Stumpf von der BBE Handelsberatung. „Umsatzwachstum und Flächenabbau laufen parallel – der Anpassungsdruck bleibt hoch“, sagt der Handelsexperte. „Handelsimmobilien brauchen einen klaren Mehrwert, reine Verkaufsflächen reichen nicht mehr aus.“ Das Gutachten sieht Innenstädte deshalb klar im Umbau. Handel bleibt ein wichtiger Bestandteil, wird aber stärker mit anderen Nutzungen kombiniert.

#### **Markt für Investments zieht vorsichtig an**

Auch der Investmentmarkt zeigt laut Gutachten erste Stabilisierungstendenzen. Nach den Rückgängen der Vorjahre nimmt die Aktivität wieder zu, bleibt aber selektiv. Gesucht werden vor allem Objekte mit stabilen Einnahmen, klarer Nutzungsperspektive und überschaubarem Risiko. Gute Lagen und hochwertige Immobilien stehen im Fokus. Nach Einschätzung der Immobilienweisen differenziert sich der Markt damit deutlich stärker als in der Niedrigzinsphase. ■

**Das Frühjahrgutachten 2026  
der Immobilienweisen zum  
Nachlesen:**



Die Immobilienakquise wird digitaler

## Der erste Kontakt entsteht oft online

**Eigentümer beginnen ihre Verkaufsüberlegungen heute häufig digital. Lange bevor sie einen Makler persönlich ansprechen. Das verändert nicht den Kern des Berufs, wohl aber den Weg zum Auftrag: Sichtbarkeit, Reaktionsgeschwindigkeit und strukturierte Prozesse werden wichtiger.**

Von Nadine Vigansky

Der Tag beginnt unspektakulär. Kurz nach acht Uhr öffnet Oliver Lehmann die Tür seines Maklerbüros, stellt die Tasche ab, fährt den Rechner hoch und wirft einen Blick auf den Kalender. Drei Eigentümergespräche stehen an, dazu ein Rückruf wegen einer Erbgemeinschaft, ein Termin zur Preisstrategie für eine Eigentumswohnung und später noch Abstimmungen zu Unterlagen und Vermarktung. Früher, sagt er, habe sich dieselbe Uhrzeit oft anders angefühlt. Dann habe vieles stärker auf Hoffnung beruht: auf einen Rückruf, auf eine Empfehlung, auf eine Anzeige, auf ein Gespräch, das vielleicht zu einem Auftrag werden könnte.

Heute ist noch immer nicht jeder Tag planbar. Aber deutlich mehr als früher. Der Unterschied beginnt lange vor dem ersten Termin – nämlich in dem Moment, in dem ein Eigentümer abends am Küchentisch sitzt, die Adresse seiner Immobilie in ein Bewertungsformular eingibt und sich zum ersten Mal ernsthaft fragt, was das eigene Objekt im aktuellen Markt wert ist.

### **Empfehlungen bleiben wichtig, aber sie genügen nicht immer**

Genau darin liegt die eigentliche Veränderung der Immobilienakquise. Nicht der Maklerberuf wird abgeschafft, nicht die persönliche Beratung und auch nicht die Bedeutung lokaler Netzwerke. Was sich verändert, ist der Zugang zum Eigentümer. Der erste Kontakt entsteht heute oft früher, leiser und digitaler als noch vor zehn oder fünfzehn Jahren. Wer das für eine Randerscheinung hält, unterschätzt die Tragweite. Denn im Maklergeschäft entscheidet die Akquise darüber, ob neue Verkaufsmandate mit einer gewissen Verlässlichkeit entstehen oder ob der Auftragseingang weitgehend vom Zufall abhängt.

Über Jahrzehnte war das Maklergeschäft vor allem ein Beziehungsgeschäft. Empfehlungen, persönliche Kontakte, Banken, Verwalter, Notare und lokale Bekanntheit sorgten für neue Gespräche und neue Aufträge. Dieses Modell funktioniert bis heute. Empfehlungen bringen einen entscheidenden Vorteil mit: Vertrauen ist bereits vorhanden, bevor das erste Gespräch beginnt. Genau deshalb bleiben sie für viele Makler der wertvollste Akquise-Kanal.

Doch Empfehlungen haben Grenzen. Sie lassen sich nicht beliebig steigern und nur begrenzt steuern. Gleichzeitig hat

sich das Verhalten der Eigentümer verändert. Viele Verkäufer beginnen ihre Überlegungen heute digital. Sie lesen Ratgeber, vergleichen Portale, prüfen Angebotspreise ähnlicher Objekte und nutzen Online-Bewertungen, um einen ersten Rahmen zu bekommen. Der Makler tritt deshalb häufig erst in Erscheinung, nachdem Eigentümer bereits eine Phase digitaler Recherche durchlaufen haben.

Das verändert die Aufgabe des Maklers. Früher musste er oft zunächst Markttransparenz herstellen. Heute muss er digitale Vorinformationen einordnen, relativieren und in eine belastbare Vermarktungsstrategie übersetzen. Eigentümer kommen mit Preisvorstellungen, mit Online-Werten oder mit einzelnen Vergleichsangeboten ins Gespräch. Der Makler wird dadurch weniger zum exklusiven Wissensinhaber und stärker zum professionellen Einordner.

### **Aus digitalen Kontakten werden nur mit Struktur echte Aufträge**

Gerade in einem komplexeren Markt ist diese Fähigkeit wichtiger geworden. Die Zinswende ab 2022 hat das sehr deutlich gezeigt. Höhere Finanzierungskosten, vorsichtiger Käufer, längere Vermarktungszeiten und anspruchsvollere Preisverhandlungen haben viele Routinen aus dem Niedrigzinsumfeld infrage gestellt. In einem Markt, der nicht mehr automatisch trägt, wird Struktur wichtiger als Gewohnheit. Fehler, die im Boom noch vom Markt kaschiert wurden, wirken nun deutlich härter.

Damit rückt ein Punkt in den Vordergrund, der in der Diskussion über Digitalisierung oft unterschätzt wird: Digitale Sichtbarkeit allein erzeugt noch keine gute Akquise. Ein Eigentümerkontakt, etwa über eine Bewertungsanfrage, ist zunächst nur ein Anlass zur Kontaktaufnahme. Zwischen einer solchen Anfrage und einem Verkaufsmandat liegen Beratung, Reaktionsgeschwindigkeit, Nachfassen, Dokumentation und vor allem Vertrauensaufbau.

Viele Maklerbüros verfügen inzwischen über CRM-Systeme, digitale Exposé-Tools oder automatisierte Abläufe. Doch Technik allein reicht nicht aus. Erst wenn klar definiert ist, wer wann reagiert, wie Kontakte priorisiert werden und welche nächsten Schritte verbindlich auszulösen sind, wird aus digitaler Sichtbarkeit echte Akquisequalität.



*Digitale Eigentümerkontakte schaffen  
zusätzliche Gesprächsanlässe und  
stabilisieren den Zufluss neuer Kontakte.*

Gerade hier zeigt sich der Unterschied zwischen Empfehlungsgeschäft und digitalem Eigentümerkontakt. Ein empfohlener Eigentümer bringt oft bereits Vertrauen mit und toleriert organisatorische Schwächen eher. Ein digitaler Kontakt ist kühler, neutraler und häufig vergleichender. Er bewertet Professionalität schneller daran, wie rasch, klar und verbindlich ein Büro reagiert. Wer in diesem Umfeld erfolgreich sein will, braucht nicht nur gute Kontaktquellen, sondern saubere Prozesse.

**Vertrauen bleibt der Kern des Geschäfts**

Digitale Akquise sollte deshalb nicht ideologisch betrachtet werden. Es geht nicht darum, Empfehlungen gegen Leads auszuspielen. Empfehlungen bleiben wertvoll. Digitale Eigentümerkontakte können sie aber sinnvoll ergänzen, weil sie zusätzliche Gesprächsanlässe schaffen und den Zufluss neuer Kontakte stabilisieren. Ob daraus wirtschaftlich relevantes Geschäft wird, entscheidet sich nicht im Werbeversprechen eines Anbieters, sondern im Maklerbüro selbst – durch Reaktionsqualität, Gesprächsführung, Nachverfolgung und Auswertung.

Gleichzeitig bleibt Immobilienverkauf ein Vertrauensgeschäft. Eigentümer beauftragen keine Plattform und keinen Algorithmus, sondern einen Menschen, dem sie einen erheblichen Vermögenswert anvertrauen. Gerade deshalb verliert der Makler durch die Digitalisierung nicht an Bedeutung. Im Gegenteil: Je stärker Eigentümer digital vorinformiert sind, desto wichtiger wird im persönlichen Gespräch die Fähigkeit, Unsicherheit zu reduzieren, Erwartungen realistisch einzuordnen und Orientierung zu geben. Digitalisierung ersetzt den Makler nicht. Sie erhöht die Anforderungen an seine Professionalität.

Die Zukunft der Immobilienakquise wird deshalb weder rein analog noch rein digital sein. Erfolgreich werden jene Unternehmen sein, die beides verbinden: das warme Vertrauen der

persönlichen Empfehlung und die nüchterne Verlässlichkeit professioneller Prozesse. Netzwerk und CRM, lokale Expertise und digitale Sichtbarkeit, persönliche Beratung und systematische Nachverfolgung sind keine Gegensätze. Sie sind die Bausteine eines Maklergeschäfts, das unter veränderten Marktbedingungen belastbar funktionieren muss.

Der Morgen im Maklerbüro wird dadurch nicht sorgenfrei. Auch künftig werden Gespräche platzen, Preise diskutiert, Unterlagen nachgereicht und Mandate verloren gehen. Aber die Ausgangslage verändert sich. Wo früher stärker die Hoffnung auf den nächsten zufälligen Auftrag dominierte, kann heute ein systematischerer Zufluss entstehen. Nicht perfekt, nicht ohne Reibung, aber verlässlicher. Genau darin liegt die eigentliche Relevanz der Digitalisierung der Immobilienakquise. ■



**Nadine Vigansky**

ist Director Inside Sales bei der WattFox GmbH. Das Unternehmen ist auf digitale Vergleichs- und Vermittlungsangebote spezialisiert und unterstützt die Gewinnung qualifizierter Eigentümerkontakte.  
[www.wattfox.de](http://www.wattfox.de)



# AUF EINE TASSE MIT ... PROF. DR. STEPHAN KIPPES



**Leiter des IVD-Instituts, Professor i. R. für  
Immobilienmarketing und Maklerwesen an der HfWU  
Nürtingen-Geislingen**

## **Eine Tasse Kaffee oder Tee?**

Cappuccino von der Wacker Rösterei aus Frankfurt.

## **Ihre erste eigene Immobilie?**

Eine Dreizimmerwohnung in Speyer, damals während meiner ersten beruflichen Station in der Marketing-Zentralabteilung der BASF.

## **Ihr bislang größtes berufliches Projekt?**

Der Aufbau eines der ersten Studiengänge der Immobilienwirtschaft mit inzwischen rund 2.000 Bachelor- und Master-Absolventen. Das war natürlich Team-Arbeit.

## **Welche Eigenschaft hat Ihnen geholfen?**

Humor, in Vorlesungen, Vorträgen oder überhaupt im beruflichen und privaten Leben.

## **Welches Gebäude passt zu Ihrer Persönlichkeit?**

Das Sydney Opera House — ein anfangs verkanntes Gebäude auf dem Gelände eines ehemaligen Tram-bahn-Depots. Es fasziniert mich immer wieder neu und erinnert mich an meine Australien-Reisen und mein Forschungs-Semester in Sydney.

## **Was beschäftigt Sie aktuell besonders?**

Die Probleme auf den Wohnungsmärkten in den Ballungsräumen.

## **Welches gesellschaftliche Thema treibt Sie an?**

Die geopolitische Lage. Ich verstehe nicht, warum es den Mächtigen nicht gelingt, in Frieden zu leben und Grenzen zu respektieren, und warum demokratische Strukturen erodieren.

## **Was bedeutet „Wohnen“ für Sie persönlich und beruflich?**

Der Rückzugsraum für die ganze Familie.

## **Ein Tag Gesetzgeber — was würden Sie ändern?**

Im Wissenschaftsbereich entbürokratisieren und die DSGVO alltagstauglich machen. Inzwischen fragt man sich ja fast, wem man noch rechtskonform eine Weihnachtskarte schicken darf.

## **Haben Sie ein tägliches Ritual?**

Wenn ich zu Hause bin, radle ich frühmorgens zu den Bäckern. Meine Familie hat sehr unterschiedliche Semmel-Vorlieben.

## **Ein Objekt mit Geschichte in Ihrem Büro?**

Das alte Messing-Türschild des Ring Deutscher Makler aus der Theatinerstraße 35. Es erinnert mich an meinen Start im Ver-

band 1994 und an Erwin Sailer und Johannes Schneider, die mich zum Verband geholt haben und denen ich viel verdanke.

## **Wie halten Sie Beruf und Privatleben in Balance?**

Durch Reisen, idealerweise mit spannenden Immobilien und Projekten auf dem Programm. Schön ist, dass inzwischen die ganze Familie diese Leidenschaft teilt.

## **Worauf sind Sie besonders stolz?**

Auf unser IVD-Institut. Das Team organisiert pro Jahr knapp 190 Bildungsveranstaltungen, erstellt rund 50 Marktberichte und veröffentlicht etwa 135 Pressemeldungen.

## **Welchen Rat hätten Sie für Ihr jüngeres Ich?**

Sich beruflich so aufstellen, dass man jederzeit wechseln kann. Das rate ich auch meinen Studenten. Wer über seinen Job lamentiert, sollte auch in der Lage sein, die Weichen neu zu stellen.

## **Wenn wir Sie besuchen kämen, was würden Sie kochen?**

Dann würden wir am besten ganz entspannt im Garten grillen.

## **Was weiß kaum jemand über Sie?**

Ich bin ein gefürchteter Ganzjahres-Griller — sogar an Weihnachten.

## **Wenn Ihr Arbeitsalltag einen Soundtrack hätte, welche Musik würde laufen?**

„Do You Hear the People Sing?“ aus Les Misérables. Für mich ein leidenschaftlicher Aufruf zu Demokratie, Menschenrechten und Freiheit.

# Ende der Listenlogik: KI verbindet Bedarf und Angebot direkt

**Die Immobiliensuche war lange eine Welt aus Filtern, Seiten und Ergebnislisten. Nutzer klickten sich durch Portale, verfeinerten ihre Kriterien und mühten sich durch lange Angebotslisten. Doch leise kündigt sich ein Paradigmenwechsel an.**

Von Jan Kricheldorf

Immer mehr Menschen beginnen ihre Suche heute als Dialog: mit einer Frage in natürlicher Sprache statt mit einem starren Formular. Statt Schlüsselwörter einzugeben, beschreiben sie Bedürfnisse („ruhige Lage, gute Anbindung, großzügiger Garten“) – und erwarten, dass das System diese Wünsche versteht. Studien zeigen, dass bereits ein erheblicher Teil der Nutzer mit KI-basierten Assistenten in ihre Recherche startet. Dieser Wandel ist mehr als Kosmetik: Er untergräbt das klassische Modus Operandi, in dem Portale Angebote listeten und Nutzer selbst sortieren mussten.

Klassische Algorithmen finden meist nur offensichtliche Treffer – etwa wenn im Exposé eines Hauses „ruhige Lage“ steht, erscheint es bei entsprechender Filterwahl. KI-basierte Matching-Systeme hingegen erkennen auch versteckte Zusammenhänge: Ein Haus mit „verkehrsarmer“ Straße könnte für jemanden, der „ruhige Lage“ sucht, ebenso interessant sein. Kurz: Die KI ergänzt die Auswahl um passgenauere Angebote und sortiert aufwendig selbst. Immobiliensuch-Tools beschleunigen so die Vermittlung enorm, indem sie Käufer und Angebot semantisch und verhaltensbasiert zusammenführen. Kunden bekommen relevante Vorschläge präsentiert, bevor sie alle Seiten durchklicken mussten.

## Vom Crawling zur Direktanbindung

Dieser Wandel ist auch technisch begründet. Klassische Suchmaschinen und Listenportale basieren auf dem Prinzip des Crawling: Ein Bot durchforstet Webseiten, indiziert Inhalte und erlaubt so später die Suche. Doch Crawling ist teuer und langsam. Es kostet Zeit, Rechenleistung und viel Energie, Inhalte aufwendig einzusammeln. Schon jetzt sprechen Suchanbieter offen über „Crawl-Budgets“ und Limitierungen. In der neuen KI-Welt wird das Problem noch deutlicher: Generative KI muss nicht nur Links ausliefern, sondern ganze Antworten zusammensetzen. Das ist deutlich rechenintensiver und langsamer, wenn man weiter zahllose Seiten durchsucht.

Deshalb schlägt die Technik eine Abkürzung ein. Plattformen und Datenanbieter verlagern sich weg vom passiven Bereitstellen per Website hin zu push-basierten, direkten Schnittstellen. Standards wie Schema.org oder Dienste wie IndexNow

ermöglichen es, Content-Änderungen sofort an Suchsysteme zu melden, statt darauf zu warten, dass sie per Crawl entdeckt werden. So wissen Suchdienste blitzschnell, wenn ein Objekt neu eingestellt wird oder sich Preise ändern, und müssen nicht mehr jede Seite wieder und wieder absuchen. IndexNow etwa erlaubt es Website-Betreibern, Suchmaschinen in Minutenschnelle über neue oder geänderte Inhalte zu informieren. Das reduziert unnötige Serverzugriffe und schafft fast eine Echtzeit-Anbindung – praktisch ein Direktkanal zu den Daten.

Gleichzeitig entwickeln sich die KI-Anwendungen selbst zu direkteren Vermittlern. Moderne KI-Assistenten können auf firmeneigene Datenbanken, Kataloge oder Lagerbestände zugreifen, statt blind im Web zu suchen. Dank künstlicher Sprachverarbeitung und Bilderkennung lesen sie direkt aus Datenquellen Antworten heraus. Ein Beispiel aus dem Handel: Chatbot-Systeme beantworten Fragen zu Lagerbeständen und Produkten, indem sie direkt an Backend-Datenbanken angebunden sind. Sie müssen keinen Weblink öffnen, sondern rufen Produktdetails und Bestandszahlen live ab. Übertragen auf Immobilien bedeutet das: Eine KI-Anwendung könnte ohne Umweg das eigene Immobilien-CRM oder den Datenbestand eines Maklers abfragen und exakt passende Objekte nennen. Die direkte Anbindung an Datenbanken erlaubt dabei ein viel präziseres Ergebnis als der Umweg über Listen und klassische Suche.

## Was bedeutet das für Marktplätze?

Diese Entwicklung schränkt die alten Portalkönige ein. Wenn Nutzer ihre Nachfrage direkt KI-Systemen mitteilen, braucht es keinen langen Umweg mehr über eine Ergebnisliste. Das bedeutet weniger Website-Besuche auf Vermittler-Portalen und damit geringere Sichtbarkeit dort. Schon heute sieht man, dass KI-gestützte Antworten den Traffic auf klassischen Seiten spür-



bar reduzieren: Nutzer bekommen direkte Lösungen geliefert, statt auf mehrere Webseiten geschickt zu werden. Die Folge: Die Macht verschiebt sich. Marktplätze als reine Sammler von Angeboten verlieren an Bedeutung, wenn die zugrundeliegenden Daten intelligenter genutzt werden.

Für Anbieter heißt das: Es reicht nicht mehr, einfach auf dem Portal gelistet zu sein und auf Klicks zu warten. Vielmehr geht es darum, seine Daten nahtlos in die KI-Landschaft einzuspeisen. Wer seinen Bestand geschickt strukturiert und Schnittstellen anbietet, landet direkt in den Antworten, die KI-Assistenten ausliefern. Menschen erwarten bald, dass ihre digitale Anfrage sofort das perfekte Ergebnis bringt — ein Wunsch, dem Plattformen nur gerecht werden, wenn sie selbst integrativer Teil des KI-Ökosystems sind.

### Die sanfte Revolution

Das Ende der Listenwelt läuft unbemerkt und leise. Technisch gesehen vollzieht sich ein Wechsel von Umwegen zu direkten Leitungen: weg vom starren Crawling, hin zu Push-Signalen und API-Verbindungen. Für Nutzer fühlt es sich an wie ein komfortabler Dialog mit der Maschine, für Anbieter wie einen strategischen Wettkampf um Datenanschlüsse. Konsequenterweise verbindet KI künftig Bedürfnis und Angebot ohne Zwischenstopp, was das traditionelle Marktplatz-Modell in Frage stellt. Anbieter, die sich darauf einstellen, können sich stärker direkt mit Interessenten verbinden; wer weiter nur auf Positionen in Ergebnislisten setzt, wird dagegen allmählich ins Abseits rücken.

Die stille Revolution ist im Gange: Nutzer formulieren Wünsche, KI-Anwendungen liefern präzise Lösungen. Der Schlüssel ist nicht mehr Sichtbarkeit in einer Liste, sondern Nutzbarkeit der Daten auf direktem Weg. Wer das rechtzeitig versteht und umsetzt, behält die Regie im neuen Vermittlungsmodell, bevor es zur neuen Norm geworden ist. ■



**Jan Kricheldorf**

ist Digitalberater und CEO  
der Wordliner GmbH.  
[www.wordliner.com](http://www.wordliner.com)

Die Wordliner GmbH bietet unter anderem die Preisermittlungssoftware *housetopot* *PriceQ* an. Jetzt den QR-Code scannen und mehr erfahren:



# Wenn KI aufs System zugreift

**Mit OpenClaw wird deutlich, wohin sich Künstliche Intelligenz (KI) entwickelt: weg vom reinen Chatfenster, hin zu Systemen, die direkt mit Programmen, Dateien und Anwendungen arbeiten können. Das schafft neue Möglichkeiten für Automatisierung, wirft aber zugleich erhebliche Fragen zu Sicherheit und Datenschutz auf.**

Von Karsten Heseemann

KI-Agenten sind seit längerem ein Thema. OpenClaw rückt die Entwicklung nun stärker in den Fokus, weil das Projekt zeigt, wie nah KI bereits an konkreten digitalen Arbeitsabläufen arbeitet. Technisch ist OpenClaw kein eigenes Sprachmodell, sondern ein System, das ein Sprachmodell mit dem Computer oder Server verbindet. Der entscheidende Unterschied zu vielen bisherigen KI-Anwendungen liegt darin, dass die KI nicht nur Texte erzeugt, sondern mit Browsern, Dateien und Programmen arbeiten kann. Damit rückt ein Einsatz näher, bei dem KI nicht mehr nur antwortet, sondern Aufgaben in digitalen Arbeitsumgebungen ausführt.

## Mehr als ein Workflow-Tool

Gerade das unterscheidet OpenClaw auch von klassischen Workflow-Tools, die in vielen Immobilienunternehmen längst genutzt werden. Dort sind Abläufe exakt definiert: Geht eine Anfrage ein, wird automatisch eine E-Mail versendet, ein Terminlink verschickt oder ein CRM-Eintrag erstellt. OpenClaw folgt dagegen nicht nur starren Wenn-Dann-Regeln. Das System arbeitet zielorientierter und entscheidet selbst, welche Schritte nötig sind, um ein vorgegebenes Ziel zu erreichen. Das macht solche Systeme flexibler, aber auch schwerer berechenbar.

## Konkrete Anwendung im Maklerbüro

Für Makler wird das Thema dort interessant, wo sich solche Fähigkeiten auf den Büroalltag übertragen lassen. Denkbar ist etwa, dass eingehende Interessentenanfragen automatisch analysiert, mit dem

CRM abgeglichen und passende Objekte vorgeschlagen werden. Auch Terminabsprachen oder Kalendereinträge könnten vorbereitet werden. Ebenso wäre vorstellbar, nach einer Besichtigung Rückmeldungen strukturiert einzuholen und qualifizierte Interessenten schneller zu erkennen.

In einem weitergedachten Szenario könnte ein solches System zusätzlich Suchprofil, Budget oder hinterlegte Finanzierungsinformationen einbeziehen, individuelle Exposé-Unterlagen zusammenstellen und freie Termine vorschlagen. Der Makler behielte dabei die Entscheidungshoheit, würde aber bei wiederkehrenden Routinen entlastet. OpenClaw wäre damit weniger ein vollautomatischer Prozessagent als eher ein digitaler Assistent, der Anwendungen verbindet, Informationen vorbereitet und Arbeitsschritte auf Anweisung unterstützt.

## Freiheit braucht Kontrolle

Gerade darin liegt aber auch das Risiko. Ein System, das auf Programme, Dateien und Anwendungen zugreifen kann, darf nicht unkontrolliert in produktiven Umgebungen eingesetzt werden. Manipulierte Inhalte in E-Mails, Webseiten oder Dokumenten können KI-Agenten zu unerwünschten Aktionen verleiten. Je mehr Schnittstellen und Rechte ein solches System erhält, desto größer wird die potenzielle Angriffsfläche.

Hinzu kommt der Datenschutz. In der Immobilienwirtschaft geht es schnell um personenbezogene Daten, Kaufpreise, Finanzierungsunterlagen oder Bonitätsinformationen. Solche Daten sollten

keinesfalls unreflektiert in offene KI-Umgebungen gelangen. Für Unternehmen ist deshalb entscheidend, welche Daten verarbeitet werden dürfen, wo die Verarbeitung stattfindet und welche Freigaben dafür gelten.

Auch wenn OpenClaw nicht morgen in jedem Maklerbüro eingesetzt wird, ist das Thema schon heute relevant. Immobilienunternehmen sollten früh festlegen, welche Daten tabu sind, welche Anwendungen eine KI nicht bedienen darf und wer Freigaben erteilt. Sinnvoll ist es, neue Systeme zunächst nur in Testumgebungen und mit unkritischen Beispieldaten zu prüfen. Denn je mehr Rechte ein KI-Agent erhält, desto größer wird das Risiko. ■



Karsten Heseemann

unterstützt seit 25 Jahren den Mittelstand bei der Bewältigung des digitalen Strukturwandels. Mit seinem Team betreibt er einen führenden Online-Shop für Immobilienmakler. Mit AI WORX berät und unterstützt er bei der Integration von KI im Unternehmen.

[www.ai-worx.de](http://www.ai-worx.de)  
[www.hbtimmo.de](http://www.hbtimmo.de)

Jahresabrechnung nach dem WeMOG (Folge 2/2)

# Zwischen Zahlenwerk und Zahlungsbeschluss

Wer als Verwalter eine Jahresabrechnung erstellt, bewegt sich in einem Rechtsrahmen, der in den vergangenen Jahren mehrfach nachgeschärft wurde. Gerade zum 75-jährigen Bestehen des Wohnungseigentumsgesetzes lohnt deshalb ein Blick auf jene Vorgaben, die nach Reformen und höchstrichterlichen Entscheidungen heute für Abrechnungsspitze, Einzelabrechnung und Vermögensbericht maßgeblich sind.

Von Oliver Hennig

In 75 Jahren Wohnungseigentumsgesetz (WEG) hat sich auch rund um Wirtschaftsplan und Jahresabrechnung vieles verändert. Während im ersten Teil des Beitrags (AIZ 3/2026, Seiten 50 und 51) die Grundlagen des Wirtschaftsplans, der Erhaltungsrücklage und des Grundbetrags im Mittelpunkt standen, geht es nun um die Jahresabrechnung und die Frage, welche Anforderungen nach Reformen und Rechtsprechung heute für Abrechnungsspitze, Einzelabrechnung und Vermögensbericht gelten.

## Die Jahresabrechnung

Mit der Jahresabrechnung soll festgestellt werden, ob die kalkulierten Vorschüsse gereicht haben. Sie erfolgt objektbezogen, nicht personenbezogen und besteht mindestens aus der Gesamtjahres-

abrechnung, der Einzeljahresabrechnung für jedes Sondereigentum, der Darstellung der Erhaltungsrücklage sowie der Darstellung der Bankkonten.

Das WEG stellt klar, dass der Verwalter zum Zweck der Beschlussfassung über die Abrechnungsspitze „eine Abrechnung über den Wirtschaftsplan (Jahresabrechnung) aufzustellen hat, die darüber hinaus die Einnahmen und Ausgaben enthält“ (§ 28 WEG). Aus dieser Festlegung resultiert, dass die Jahresabrechnung dem Abflussprinzip folgt. Die Gesamtjahresabrechnung stellt die tatsächlichen Geldflüsse dar.

Über das Ergebnis, die Abrechnungsspitze, beschließen die Eigentümer. So heißt es in § 28 WEG: „Nach Ablauf des Kalenderjahres beschließen die Wohnungseigen-

tümer über die Einforderung von Nachschüssen oder die Anpassung der beschlossenen Vorschüsse.“ Die Jahresabrechnung kann eine Nachzahlung ergeben, das heißt, die angefallenen Kosten übersteigen die im Wirtschaftsplan kalkulierten Kosten. Inhalt des Beschlusses gemäß § 28 Abs. 2 WEG ist dann die „Einforderung von Nachschüssen“. Ergibt die Jahresabrechnung hingegen ein Guthaben, lautet der Beschlussinhalt gemäß § 28 Abs. 2 WEG „Anpassung der beschlossenen Vorschüsse“.

Auch hier hat der BGH etwas Erleichterung gebracht. So ist ein nach dem 30. November 2020 gefasster Beschluss, durch den die Gesamtabrechnung und die daraus resultierenden Einzelabrechnungen des Hausgeldes genehmigt werden, nächstliegend dahingehend auszulegen, dass die Wohnungseigentümer damit lediglich die Höhe der in den Einzelabrechnungen ausgewiesenen Nachschüsse oder die Anpassung der beschlossenen Vorschüsse festlegen wollen (BGH, Urteil vom 19. Juli 2024, V ZR 102/23).

## Von der Gesamt- zur Einzeljahresabrechnung

Die Einzeljahresabrechnungen leiten sich aus der Gesamtjahresabrechnung ab, indem sie die verteilungsrelevanten Zahlungen auf den einzelnen Eigentümer verteilen. Verteilungsrelevant sind unter anderem Zahlungen für Betriebskosten, Verwaltungskosten und Erhaltungsmaßnahmen.

Situation	Inhalt des Beschlusses gemäß § 28 Abs. 2 WEG
Die Jahresabrechnung ergibt eine <b>Nachzahlung</b> , d.h. die angefallenen Kosten übersteigen die im Wirtschaftsplan kalkulierten Kosten.	→ „Einforderung von Nachschüssen.“

Situation	Inhalt des Beschlusses gemäß § 28 Abs. 2 WEG
Die Jahresabrechnung ergibt ein <b>Guthaben</b> .	→ „Anpassung der beschlossenen Vorschüsse“

Nicht verteilungsrelevant sind hingegen beispielsweise die gezahlten Hausgelder, der Ausgleich von Rückständen aus früheren Abrechnungsperioden sowie Zuführungen zur Erhaltungsrücklage.

Eine Anfechtung aufgrund eines Fehlers in der Jahresabrechnung begründet nur dann eine gerichtliche Ungültigkeitserklärung, wenn sich dieser Fehler auf die Abrechnungsspitze auswirkt (BGH, Urteil vom 20. September 2024, V ZR 195/23).

**Verteilungsschlüssel**

Die Einnahmen und Ausgaben werden nach dem gesetzlichen Verteilungsschlüssel der Miteigentumsanteile (Ausnahme Heizkostenverordnung) auf die Eigentümer verteilt.

Abweichende Verteilungsschlüssel können grundsätzlich vereinbart oder beschlossen werden. Dies gilt auch für Sonderhonorare. Sollen diese auf den verursachenden Eigentümer umgelegt werden, ist ein Beschluss erforderlich. Eine entsprechende Regelung im Verwaltervertrag ist unwirksam, da es sich um eine Vereinbarung zu Lasten Dritter handeln würde (BGH, Beschluss vom 17. November 2011, V ZB 134/11). Gerichtskosten müssen von allen Wohnungseigentümern getragen werden, einschließlich des beklagten Eigentümers (BGH, Urteil vom 19. Juli 2024, V ZR 139/23).

**Sonderfall Heizkosten**

Für die Heizungs- und Warmwasserkosten gilt auch im WEG zwingend die Heizkostenverordnung. Das bedeutet eine anteilmäßige Abrechnung nach Verbrauch

**Wollen Sie mehr wissen?**

Oliver Hennig ist als Referent für Immobilienverwaltung beim IVD Bundesverband gerne Ihr Ansprechpartner. Gemeinsam mit Annett Engel-Lindner und Henner Schmidt betreut er die Verwalter-Hotline des IVD.

Der Diplom-Kaufmann (FH) mit Schwerpunkt Immobilienwirtschaft ist seit 30 Jahren als Honorarprofessor und Trainer für die Immobilienwirtschaft tätig – mit Fokus auf Miet- und WEG-Recht sowie Immobilienverwaltung.

Seit über 20 Jahren lehrt er Mietrecht im Studiengang Immobilienwirtschaft an der HTW Berlin und ist Autor von Lehrmaterialien.

Sie erreichen Oliver Hennig unter:  
Tel.: **030 2757260**  
E-Mail: **oliver.hennig@ivd.net**



sowie die Anwendung des Abgrenzungsprinzips in der Einzeljahresabrechnung. Für die Heizkosten gilt daher: In der Gesamtjahresabrechnung sind die geleisteten Zahlungen auf die Brennstoffkosten einzustellen (Abflussprinzip). In den Einzeljahresabrechnungen sind die verbrauchten Brennstoffe zu verteilen (Abgrenzungsprinzip).

Ein Beschluss, der im Einzelfall einer konkreten Abrechnung von den Vorgaben der Heizkostenverordnung abweicht, ist anfechtbar, aber nicht nichtig (BGH, Urteil vom 22. Juni 2018, Az. V ZR 193/17).

**Fälligkeit und Zuständigkeit**

Die Jahresabrechnung ist rund drei bis sechs Monate nach Ablauf der Wirtschaftsperiode (meist Kalenderjahr) fällig. Wird sie nicht erstellt, richtet sich seit dem WeMOG der Anspruch des einzelnen Wohnungseigentümers auf Erstellung der Jahresabrechnung nicht mehr gegen den Verwalter, sondern gegen die Ge-

meinschaft der Wohnungseigentümer (BGH, Urteil vom 19. April 2024, V ZR 167/23). Möchte der Eigentümer seinen Anspruch gerichtlich durchsetzen, so ist die Klage gegen die GdWE zu richten.

Die Abrechnungspflicht entsteht nach dem Ende der Abrechnungsperiode, beispielsweise für das Kalenderjahr 2025 am 1. Januar 2026. Bei einem Verwalterwechsel ist der jeweilige Verwalter als Vertreter der GdWE zuständig, der am 1. Januar als Verwalter bestellt ist (BGH, Urteil vom 26. September 2025, V ZR 206/24). Zusätzlich kann der alte Verwalter aus dem Verwaltervertrag heraus weiterhin verpflichtet sein, die Abrechnung zu erstellen.

**Rechnerische Schlüssigkeit**

Ob eine Jahresabrechnung rechnerisch schlüssig ist, lässt sich vergleichsweise einfach kontrollieren. Stimmen der Saldo der Einnahmen und Ausgaben und der Saldo der Bankkonten, also Anfangsbestand und Endbestand, miteinander überein, spricht dies für eine rechnerisch stimmige Abrechnung.

**Die Abrechnungsspitze**

Die Abrechnungsspitze stellt den Saldo zwischen den im Wirtschaftsplan kalkulierten Soll-Vorauszahlungen (Hausgeld) und den tatsächlich in der Wirtschaftsperiode entstandenen und auf das jeweilige Sondereigentum entfallenden Kosten dar.

Die Eigentümer beschließen über die Abrechnungsspitze und schaffen damit im Falle einer Nachzahlung einen Zah-

**Ein Beispiel zur Abrechnung der Heizkosten:**

Gesamtjahresabrechnung	Girokonto	verteilungsrelevante Beträge (fließen in die Einzelabrechnung ein)
Heizölbestand/Veränderung		
Einkauf Heizöl	2.200,00	
Einkauf Heizöl	1.150,00	
Einkauf Heizöl	4.000,00	
Heizölverbrauch		4.850,00

Eingekauft wurde Heizöl im Wert von 7.350 Euro. Dieser Betrag wurde bezahlt, floss vom Hausgeldkonto der Gemeinschaft ab und wird in der Gesamtjahresabrechnung ausgewiesen. Aufgrund der verbrauchsabhängigen Abrechnung gemäß der Heizkostenverordnung ergab sich nach der FIFO-Methodik (First in – First out) ein Verbrauch in Höhe von 4.850 Euro. Dieser Betrag fließt in die Einzeljahresabrechnung ein.

## Einzeljahresabrechnung (vereinfachte Darstellung)

	Verteilungsrelevante Beträge	Verteilungsschlüssel	Gesamt	Ihr Anteil	Ihr Betrag
<b>Kosten</b>					
Umlagefähige Kosten	30.000 €	MEA	1.000	150	<b>4.500 €</b>
Nicht umlagefähige Kosten	5.000 €	MEA	1.000	150	<b>750 €</b>
<b>Erträge</b>					
	-800 €	MEA	1.000	150	<b>-120 €</b>
<b>Beitrag zu Erhaltungsrücklage</b>					
Verpflichtung gemäß Wirtschaftsplan	10.000 €	MEA	1.000	150	<b>1.500 €</b>
<b>Abrechnungssumme</b>					<b>6.630 €</b>
Hausgeld (Soll gemäß Einzelwirtschaftsplan)					<b>-7.200 €</b>
<b>Abrechnungsspitze</b>			<b>Guthaben</b>		<b>-570 €</b>
Nachrichtlich: Ihre Hausgeldrückstände im Abrechnungszeitraum					<b>0 €</b>
Abrechnungssaldo					<b>-570 €</b>

lungsanspruch der Gemeinschaft gegenüber dem jeweiligen Eigentümer beziehungsweise bei einem Guthaben einen Rückzahlungsanspruch des Eigentümers gegenüber der Gemeinschaft.

Bei einem Eigentümerwechsel sind Nachzahlungen aufgrund der Abrechnungsspitze von demjenigen zu leisten, der grundbuchlicher Eigentümer zum Zeitpunkt der Beschlussfassung ist. Eventuelle Regelungen im Kaufvertrag sind für die GdWE nicht relevant.

Rückständige Hausgeldvorschüsse sind nicht Teil der Abrechnungsspitze. Sie sind separat geltend zu machen. Ein Erwerber haftet für Hausgeldrückstände des Veräußerers nur, wenn diese Erwerberhaftung vereinbart und – seit 1. Januar 2026 – im Bestandsverzeichnis des Grundbuchs eingetragen ist.

### Vermögensbericht

Seit dem WeMOG hat der Verwalter einen Vermögensbericht zu erstellen und diesen

jedem Wohnungseigentümer zur Verfügung zu stellen.

Beim Vermögensbericht handelt es sich um eine Übersicht, nicht um eine Bilanz. Eine Summengleichheit zwischen Aktiv und Passiv ist nicht das Ziel. Der Vermögensbericht stellt auch keine Inventarliste gemäß Handelsgesetzbuch (HGB) dar.

Der Vermögensbericht beinhaltet den Stand der Rücklagen und eine Aufstellung des wesentlichen Gemeinschaftsvermögens. Im Detail enthält er den Ist-Stand der gemeinschaftlichen Konten, den Ist-Stand der Erhaltungsrücklage nach § 19 Abs. 2 Nr. 4 WEG, den Ist-Stand der weiteren Rücklagen sowie den Ist-Stand des tatsächlich vorhandenen wesentlichen Gemeinschaftsvermögens. Zum wesentlichen Gemeinschaftsvermögen gehören Forderungen der Gemeinschaft gegen einzelne Wohnungseigentümer oder Dritte, Verbindlichkeiten sowie sonstige wesentliche Vermögensgegenstände, beispielsweise Brennstoffvorräte mit Mengenangabe.

Aufzulisten sind unter anderem die wesentlichen Vermögenswerte. Keine Aussage enthält das WEG, wann ein Vermögenswert wesentlich ist. Hier ist die Größe der GdWE zu beachten. Vereinzelt wird vorgeschlagen, sich an dem Wert geringwertiger Wirtschaftsgüter aus dem Steuerrecht zu orientieren, hier läge man dann bei 800 bis 1.000 Euro. Eine Angabe des Wertes ist im Vermögensbericht nicht erforderlich. Der Wert des Heizölbestandes kann, wenn gewünscht, der Heizkostenabrechnung entnommen werden.

Der Vermögensbericht ist den Eigentümern zur Verfügung zu stellen. Dies kann per Post, E-Mail oder Portal erfolgen. Wird er nur auf der Eigentümerversammlung zur Einsicht ausgelegt, soll darin keine Zurverfügungstellung liegen. Wird der Verwalter per Beschluss entlastet, obwohl kein Vermögensbericht vorgelegt wurde, entspricht dieser Entlastungsbeschluss nicht ordnungsgemäßer Verwaltung. Der Beschluss über die Abrechnungsspitze soll jedoch aus diesem Grund nicht anfechtbar sein. ■

Aktuelle Rechtsprechung für Immobilienverwalter (Folge 16)

# Wann wird Bewerberauswahl zur Diskriminierung?

*In dieser Serie stellen die Rechtsanwälte Dr. Marco Tyarks und Dr. Niki Ruge im Wechsel neue Entscheidungen der Rechtsprechung zum Immobilienrecht vor, die vor allem für Immobilienverwalter interessant sind.*

**Kürzlich hat der Bundesgerichtshof zur Haftung eines Maklers wegen der Benachteiligung einer Mietinteressentin entschieden — ein Urteil, das einige Wellen geschlagen hat. Auch für Immobilienverwalter ist der Fall relevant, weil er einen sensiblen Punkt jedes Vermietungsprozesses betrifft: die Auswahl von Bewerbern.**

Von RA Dr. Niki Ruge

Eigentlich sollte sich herumgesprochen haben, dass bestimmte Verhaltensweisen heute nicht mehr nur unzeitgemäß, sondern schlicht verboten sind. Dazu gehört die Diskriminierung von Wohnungsbewerbern. Diskriminierung in diesem Sinne meint die Benachteiligung bei der Versorgung mit Wohnraum, beispielsweise aus Gründen der ethnischen Herkunft. Daneben kommen auch noch weitere Gründe in Betracht, die zu einer unzulässigen Benachteiligung führen. Offensichtlich ist das aber immer noch nicht überall angekommen, wie ein aktueller Fall zeigt.

## Der Fall

Der Beklagte — ein Immobilienmakler — war mit der Vermittlung mehrerer Wohnungen in einem Gebäudekomplex betraut. Die Klägerin, die einen pakistanischen Vor- und Nachnamen trägt, war auf Wohnungssuche. Sie bewarb sich bei dem beklagten Makler um eine Wohnung, erhielt jedoch eine Absage. Mehrere weitere Anfragen mit ausländisch klingenden Namen blieben ebenfalls ohne Erfolg. Mit einem deutschen Namen hingegen wurde ihr umgehend ein Besichtigungstermin in Aussicht gestellt. Da die Klägerin nun eine Diskriminierung vermutete, veranlasste sie weitere Personen, sich in ähnlicher Weise bei dem Makler zu bewerben. Die Ergebnisse fielen wohl eindeutig aus: deutscher Name in Ordnung, ausländisch klingender Name nicht in Ordnung, also keine Besichtigung. Die Klägerin wollte sich das nicht gefallen lassen und schaltete einen Rechtsanwalt ein, der für sie eine angemessene Entschädigung und Kostenerstattung sowie Zinsen forderte. Vor dem Amtsgericht unterlag die Klägerin zunächst. In der Berufungsinstanz hatte sie dann aber Erfolg und bekam hauptsächlich einen Schadensersatz in Höhe von 3.000 Euro zugesprochen. Diese Entscheidung hält einer rechtlichen Überprüfung durch den Bundesgerichtshof stand und wird von ihm bestätigt (BGH, Urteil vom 29. Januar 2026 – I ZR 129/25).

## Der rechtliche Rahmen

Anzuwenden ist das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Es gilt seit rund 20 Jahren und beruht auf unionsrecht-

lichen Vorgaben, vor allem der Richtlinie 2000/43/EG zur Anwendung des Gleichbehandlungsgrundsatzes ohne Unterschied der Rasse oder der ethnischen Herkunft. Ziel des AGG ist es, Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität zu verhindern oder zu beseitigen. Benachteiligungen aus einem der genannten Gründe sind insbesondere in Bezug auf den Zugang zu und die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen, die der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen, einschließlich von Wohnraum, unzulässig. Das Benachteiligungsverbot ist bei der Begründung, Durchführung und Beendigung zivilrechtlicher Schuldverhältnisse zu beachten; dazu gehören auch Mietverhältnisse über Wohnraum.

Kommt es zu einem Verstoß, hat der Benachteiligende — im Streitfall der Makler — den dadurch entstandenen Schaden zu ersetzen. Wegen eines Schadens, der kein Vermögensschaden ist, kann der Benachteiligte — hier die Wohnungsbewerberin — eine angemessene Entschädigung in Geld verlangen. Dafür reicht es aus, dass er beziehungsweise sie Indizien beweist, die eine Benachteiligung wegen eines der in § 1 AGG genannten Gründe vermuten lassen. Denn dann trägt der Benachteiligende die Beweislast dafür, dass kein Verstoß vorgelegen hat.

## Der Makler haftet selbst

Aus den Ausführungen des BGH in der Begründung seiner Entscheidung verdienen zwei Aspekte eine Hervorhebung: Erstens haftet auch der Makler, wenn es in seinem Verantwortungsbereich zu diskriminierendem Verhalten zulasten von Mietinteressenten kommt. Die gesetzlichen Vorgaben des AGG richten sich nicht nur an die Vermieter. Häufig schalten sie ja Makler zielgerichtet ein, um sich nicht mit dem Vermietungsprozess zu belasten. Dann ist der Makler das „Nadelöhr“, das die Mietinteressenten passieren müssen. Überträgt der Vermieter ihm die Entscheidung über die Vergabe von Besichtigungsterminen oder die Auswahl von Mietinteressenten, so hat der Makler zur Wahrung eines effektiven Schutzes vor Be-

“  
*Diskriminierendes  
Verhalten kann  
für Makler  
teuer werden.*

nachteiligung selbst die Pflichten des AGG zu beachten und unterliegt im Verletzungsfall den in § 21 AGG vorgesehenen Rechtsfolgen.

### Testing ist zulässig

Zweitens reicht es aus, dass die Klägerin eine Reihe von Indizien für eine Benachteiligung benennen konnte. Es unterliegt keinen rechtlichen Bedenken, wenn sie diese Beweislage nicht nur unter Verwendung ihres wirklichen Namens, sondern auch unter falschem Namen sowie durch Hilfspersonen herbeigeführt hat. Es entspricht der Vorstellung des Gesetzgebers, dass Indizien unter Zuhilfenahme sogenannter Testing-Verfahren erbracht werden können. Die Zulassung eines solchen Vorgehens zur Vermeidung von Beweisschwierigkeiten entspricht auch dem unionsrechtlich untermauerten Ziel des Gesetzes, Benachteiligungen wegen eines unzulässigen Merkmals effektiv zu verhindern. Für ein rechtsmissbräuchliches Verhalten der Klägerin bestanden demgegenüber keine Anhaltspunkte.

### Folgen für die Praxis

Diskriminierendes Verhalten kann für Makler also teuer werden. Im Streitfall ergab es sich daraus, dass die Klägerin wegen ihrer ethnischen Herkunft bei der Bewerbung um eine Wohnung benachteiligt wurde, nach Meinung des BGH jedenfalls fahrlässig, möglicherweise aber sogar vorsätzlich.

Die ethnische Herkunft einer Person ist aber nicht das einzige Merkmal, das im Rahmen eines Vermietungsprozesses eine Rolle spielen kann. Vielmehr gelten alle Merkmale, die das AGG insoweit benennt, also auch Geschlecht, Religion und Behinderung sowie das Alter und die sexuelle Identität einer Person. Eine Benachteiligung aus solchen Gründen führt ebenfalls zu einem diskriminierenden Verhalten.

Über den entschiedenen Fall hinaus muss deshalb ein grundsätzliches Problembewusstsein gebildet werden, um unzulässige Benachteiligungen und damit verbundene unerwünschte Rechtsfolgen zu vermeiden. Vor allem für die Merkmale Alter, Geschlecht und Religion sei dies noch einmal ausdrücklich betont.

Bei der Vermietung von Wohnraum ist eine unterschiedliche Behandlung im Hinblick auf die Schaffung und Erhaltung sozial stabiler Bewohnerstrukturen und ausgewogener Siedlungsstrukturen sowie ausgeglichener wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Verhältnisse aber zulässig (§ 19 Abs. 3 AGG). Hier besteht also ein gewisser Spielraum.

Wer davon Gebrauch machen möchte, dürfte allerdings gezwungen sein, einen erheblichen Dokumentationsaufwand zu betreiben. Denn anders wird sich später wohl kaum nachvollziehbar darlegen lassen, warum ein bestimmter Bewerber nicht zu einer sozial stabilen Bewohnerstruktur gepasst hat. Das bedeutet freilich auch, dass man derartige Strukturen in seinen Immobilien erst einmal überhaupt kennen muss. ■



Dr. Niki Ruge

ist Fachanwalt für Miet- und Wohnungseigentumsrecht in der Kanzlei  
„Raum für Ihr Recht“ in Buchholz.  
[www.raum-für-ihr-recht.de](http://www.raum-für-ihr-recht.de)

### In der Serie bereits erschienen:

- |                |   |
|----------------|---|
| AIZ 3/24       | Der digitale Türspion: Zulässig oder nicht?                                     |
| AIZ 2/24       | Kein Anspruch auf Umschreibung des Grundbuchs nach Zwangseintragung             |
| AIZ 4/24       | Erhaltungsmaßnahmen und bauliche Veränderungen durchführen                      |
| AIZ 6-7/24     | Verwaltern droht Regress bei Anfechtung von Jahresabschluss und Wirtschaftsplan |
| AIZ 8/24       | Der Schottergarten  |
| AIZ 9/24       | Beschlussklagen und Kostenverteilung  |
| AIZ 10/24      | Die verbundene Gebäudeversicherung und Schäden am Sondereigentum                |
| AIZ 11/24      | Die Index-Mieterhöhung  |
| AIZ 12/24-1/25 | Balkonkraftwerke im Wohnungseigentum  |
| AIZ 2/25       | Der Absenkungsbeschluss   |
| AIZ 3/25       | Änderung der Kostenverteilung durch Mehrheitsbeschluss der Wohnungseigentümer   |
| AIZ 4/25       | Einsicht in Verwaltungsverunterlagen  |
| AIZ 10/25      | Vorsicht – kurze mietrechtliche Verjährung!                                     |
| AIZ 12/25-1/26 | Verwalterwechsel: Wer erstellt die Jahresabrechnung?                            |
| AIZ 2/26       | Umbau gestattet, Nutzung eingeschränkt?   |

# NACHGEFRAGT bei der VERWALTER-HOTLINE

Von den Mitgliedern, für die Mitglieder — hier gibt es in jeder Ausgabe des AIZ-Immobilienmagazins Antworten auf häufige und für alle Verwalter relevante Fragen aus der IVD-Verwalter-Hotline.

Von Rain Annett Engel-Lindner



## Allgemeine Begriffe und Abkürzungen

BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BetrKV	Betriebskostenverordnung
ETV	Eigentümerversammlung
GE	Gemeinschaftseigentum
GdWE	Gemeinschaft der Wohnungseigentümer
GO	Gemeinschaftsordnung
MEA	Miteigentumsanteil
SE	Sondereigentum
TE	Teilungserklärung
TOP	Tagesordnungspunkt
WEG	Wohnungseigentumsgesetz

## Wohneigentumsrecht

### Verteilungsschlüssel für Sonderumlage

**Entspricht es ordnungsmäßiger Verwaltung, die Sonderumlage für die Sanierung aller vier Abwasserfallstränge in einer Anlage mit 34 Einheiten — bei in jeder Einheit gleichem Leistungsumfang, unabhängig von der Wohnungsgröße — nicht nach Miteigentumsanteilen, sondern gleichmäßig nach Einheiten (34 gleiche Anteile) zu verteilen?**

Ja, ein entsprechender Beschluss kann ordnungsmäßiger Verwaltung entsprechen, wenn in allen 34 Einheiten unabhängig von der Wohnungsgröße derselbe Leistungsumfang anfällt und keine wesentlichen Unterschiede in Betroffenheit oder Vorteil bestehen. Dann ist eine Verteilung der Sonderumlage „pro Einheit“ (34 gleiche Anteile) sachgerecht — vorausgesetzt, der Beschluss regelt Maßnahme, Gesamtkosten, Fälligkeit beziehungsweise Raten und den Verteilerschlüssel „je Einheit“ klar und eindeutig.

### Verwalterzustimmung per Beschluss aufheben

**Kann die in der TE vorgesehene Verwalterzustimmung bei Verkäufen durch bloße Beschlussfassung aufgehoben werden?**

Ja. Die Gemeinschaft kann eine Veräußerungsbeschränkung grundsätzlich per Beschluss nach § 12 Abs. 4 WEG aufheben. Dafür reicht die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen (§ 25 Abs. 1 WEG), sofern keine abweichende Regelung gilt. Zu beachten ist: Ist die Zustimmungsklausel im Grundbuch eingetragen, sollte auch ihre Löschung veranlasst werden. Andernfalls bleibt sie bei späteren Verkäufen formal bestehen und kann zu praktischen Problemen führen.

### Haftung des Beirats

**Kann die GdWE einen Haftungsausschluss des Beirates auch für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschließen?**

Nein. Ein einfacher Mehrheitsbeschluss, der die Haftung des Verwaltungsbeirats auch für grobe Fahrlässigkeit ausschließt, ist in der Regel nicht wirksam, zumindest anfechtbar, vielfach sogar nichtig.

Denn bei unentgeltlich tätigen Beiräten ist die Haftung nach § 29 Abs. 3 WEG ohnehin schon auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Diese verbleibende Haftung kann die Gemeinschaft in der Regel nicht durch Mehrheitsbeschluss ausschließen. Rechtssicherer ist der Abschluss einer passenden Haftpflicht-Versicherung.

### Kostenverteilung durch Beschluss

**Die Eigentümer möchten die Kostenverteilung für die Fahrstuhlnutzung ändern und eine Partei (Erdgeschoss) neu in die Kostenpflicht einbeziehen. Dieser Eigentümer ist jedoch laut Teilungserklärung ausdrücklich von den Kosten für den Fahrstuhl ausgenommen. Reicht hier ein Beschluss aus oder muss eine Vereinbarung getroffen werden?**

Grundsätzlich kann die Kostenverteilung durch Mehrheitsbeschluss geändert werden. Das gilt jedoch nicht, wenn einem Eigentümer durch die Gemeinschaftsordnung ausdrücklich eine Kostenbefreiung eingeräumt ist. In einem solchen Fall fehlt der Gemeinschaft die Beschlusskompetenz, diesen Eigentümer erstmals mit den betreffenden Kosten zu belasten. Die bestehende Kostenregelung kann dann nicht durch Beschluss geändert werden. Erforderlich ist vielmehr eine Vereinbarung aller Eigentümer. Hier müssen alle Eigentümer zustimmen, damit eine Entscheidung getroffen werden kann.

## Umlageschlüssel bei der Erhaltungsrücklage

**Wie ist die Instandhaltungsrücklage einer Wohnungseigentümergeinschaft korrekt auszuweisen, wenn bisherige Zuführungen pauschal je Eigentümer erfolgt sind, die Teilungserklärung hierzu keine Regelung trifft und künftig die Beiträge nach Miteigentumsanteilen berechnet werden sollen? Kann der bisherige Saldo auf Basis der pauschalen Zahlungen weitergeführt werden, während künftige Zuführungen nach Miteigentumsanteilen erfolgen, ohne dass dadurch rechtliche Ansprüche einzelner Eigentümer berührt werden?**

Die Instandhaltungsrücklage gehört allen Eigentümern gemeinsam und dient der Finanzierung der Instandhaltung und Modernisierung des gemeinschaftlichen Eigentums. Bisherige pauschale Zuführungen können als buchhalterischer Altbestand ausgewiesen werden. Für künftige Zuführungen kann die GdWE Beiträge nach Miteigentumsanteilen berechnen, da dies der gesetzlichen Regel entspricht, sofern die Teilungserklärung nichts Abweichendes bestimmt. Eine Umstellung sollte aus Gründen der Transparenz durch einen Beschluss der Eigentümerversammlung abgesichert werden.

## Darlehensschuld bei Verkauf

**Wer ist zur Rückzahlung eines Darlehens verpflichtet, wenn eine Wohnung während der laufenden Tilgung veräußert wird? Gehen die noch offenen Raten mit dem Eigentumsübergang auf den Erwerber über oder verbleibt die Zahlungspflicht beim bisherigen Eigentümer?**

Hier ist zwischen den Finanzierungsformen zu unterscheiden: Nimmt die Wohnungseigentümergeinschaft selbst das Darlehen auf, erfolgt die Rückzahlung über das Hausgeld oder Sonderumlagen. Nach der sogenannten Fälligkeitstheorie ist jeweils derjenige Eigentümer zahlungspflichtig, der im Zeitpunkt der Fälligkeit im Grundbuch eingetragen ist. Mit Eigentumsumschreibung trifft die Zahlungspflicht somit den Erwerber. Hat der Veräußerer hingegen ein persönliches Darlehen aufgenommen, bleibt er gegenüber der Bank verpflichtet. Eine abweichende Regelung im Kaufvertrag ist möglich, wirkt jedoch nur im Innenverhältnis zwischen Veräußerer und Erwerber.

## Mietrecht

### Kautionsrückzahlung bei Mietermehrheit

**Kann in einer Mietergemeinschaft von drei Mietern ein einzelner Mieter nach Mietende eine anteilige Kautionsrückzahlung vom Vermieter verlangen?**

Nein. Sind mehrere Mieter Vertragspartei, hat grundsätzlich nicht jeder einzeln einen Anspruch auf „sein Drittel“ direkt vom Vermieter. Der Rückzahlungsanspruch steht in der Regel allen Mietern gemeinsam zu. Der Vermieter darf daher verlangen, dass die Rückzahlung gemeinsam angefordert oder eine Person von allen bevollmächtigt wird. Entsprechend ist der Vermieter grundsätzlich berechtigt, die gesamte Kautionsrückzahlung an alle gemeinsam auszuzahlen. Die Auszahlung erfolgt ent-

sprechend an alle zusammen auf das Mieterkonto oder an die bevollmächtigte Person.

### Umlage bei elektrischer Notheizung

**Dürfen die durch den Ausfall der zentralen Gasheizung in einer Wohnungseigentümergeinschaft entstandenen Mehrkosten einer elektrisch betriebenen Notheizung vollständig auf die Mieter umgelegt werden, oder sind die Differenzkosten zwischen den normalerweise anfallenden Gaskosten und den tatsächlichen Stromkosten von den Eigentümern zu tragen?**

Die Kosten für den Betrieb einer elektrischen Notheizung können grundsätzlich als Heizkosten auf die Mieter umgelegt werden, müssen jedoch das Wirtschaftlichkeitsgebot beachten. Übersteigen die Kosten deutlich die üblichen Heizkosten einer funktionierenden Heizungsanlage, ist eine vollständige Umlage rechtlich problematisch. Ein Ausfall der Heizung stellt einen Mangel der Mietsache dar, dessen Beseitigung in der Verantwortung des Vermieters liegt. In der Praxis werden meist nur die normalen Heizkosten auf die Mieter umgelegt, während die zusätzlichen Stromkosten vom Vermieter getragen werden. ■



**Rechtsanwältin Annett Engel-Lindner  
beantwortet Verwalter-Fragen:**

Die Verwalter-Hotline der  
Bundesgeschäftsstelle des IVD  
Telefon: (030) 275726-20 oder 0151/57 21 36 57  
E-Mail: [verwalterhotline@ivd.net](mailto:verwalterhotline@ivd.net)

# Was tun, wenn ...

## ... der Makler die Abwicklung von notariellen Grundstückskaufverträgen für seine Kunden gut vorbereiten und deren zügige Umsetzung fördern will?

von RAin Karen Wolbers

Zur werbewirksamen und serviceorientierten Leistung des Maklers gehört es auch, durch Recherchen eine zügige Abwicklung des Grundstückskaufvertrags zu fördern. Auch im eigenen Interesse sichert der Makler dadurch seinen Provisionsanspruch.

Dieser setzt voraus, dass der Hauptvertrag, also der Kaufvertrag zwischen den Parteien, zustande kommt. Ist – wie üblich – ein sogenannter lastenfreier Erwerb geschuldet, kann es etwa durch noch fehlende Löschungsbewilligungen, bestehende Vorkaufsrechte oder fehlende Vollmachten zu Verzögerungen kommen. Denn die Fälligkeit des Kaufpreises ist dann beispielsweise an die Löschung eingetragener Belastungen im Grundbuch gekoppelt.

Mit diesem Artikel werden daher einige ausgewählte Bereiche vorgestellt, in denen der Makler durch Eigeninitiative die Abwicklung fördern kann.

### Wirtschaftliche und rechtliche Objekt-Analyse

Der Makler prüft üblicherweise die rechtlich relevanten Objektmerkmale, um sich einen Überblick über den Wert des Kaufgegenstandes zu verschaffen. Dazu gehören etwa die Einsicht in das Grundbuch, die Analyse bestehender Miet- und Pachtverhältnisse sowie die Prüfung von Baurechtsreserven, also Ausbau-, Erweiterungs- oder Neubaumöglichkeiten. Diese können sich auf

den Kaufpreis und die Finanzierungsmöglichkeiten des Objekts auswirken. Die Einsicht in das Grundbuch gibt beispielsweise Aufschluss über Eigentumsverhältnisse, Verfügungsbeschränkungen und Belastungen des Grundstücks mit Vorkaufsrechten, Grundschulden oder Nießbrauchrechten. Solche Eintragungen können bei der Abwicklung des Kaufvertrags hinderlich sein.

### Berechtigtes Interesse zur Grundbucheinsicht

Ein Anspruch auf Grundbucheinsicht besteht nur dann, wenn der Makler ein berechtigtes Interesse nachweisen kann oder Vollmachten derjenigen Personen vorweist, für die ein solches Interesse besteht. In der Regel werden dafür in den Maklerverträgen bereits Vollmachten für die Einsicht in behördliche Akten erteilt.

### Einsicht in das Grundbuch

Für den Makler lohnt sich dabei ein genauer Blick in die einzelnen Abteilungen des Grundbuchs, weil sich daraus mögliche Abwicklungshindernisse frühzeitig erkennen lassen.

### Abteilung 1: Eigentumsverhältnisse

Aus der ersten Abteilung des Grundbuchblatts können sich unterschiedliche Eigentumsverhältnisse ergeben. Hier sollte geprüft werden, ob bei gesetzlicher oder gewillkürter Erbfolge möglicherweise unrichtige Eintragungen zur

Eigentümerstellung vorliegen. Denn ein Eigentümerwechsel tritt im Erbfall unabhängig von der Eintragung im Grundbuch ein.

Bei Eheleuten, die in gesetzlicher Gütergemeinschaft leben, ist ein Verkauf durch einen der Ehegatten nur möglich, wenn das Objekt nicht den wesentlichen Teil des Gesamtvermögens darstellt. Anderenfalls müsste der andere Ehegatte – auch wenn er nicht Miteigentümer des Grundstücks ist – zustimmen.

Bei mehreren Eigentümern müssen alle Eigentümer zustimmen; bei Bruchteilseigentum kann auch der Bruchteilsanteil allein verkauft werden.

### Vollmachten

Ist ein Minderjähriger beteiligt, muss neben der Vertretung durch den gesetzlichen Vertreter in der Regel auch eine Genehmigung des Vormundschaftsgerichts vorliegen. Der Makler sollte außerdem prüfen, ob eine persönliche Teilnahme aller Beteiligten möglich ist. Das kann etwa bei Auslandsaufenthalten problematisch sein. Anderenfalls müssen für den Beurkundungstermin notariell beglaubigte Vertretungsvollmachten beschafft werden.

### Abteilung 2: Lasten und Beschränkungen, hier: Vorkaufsrecht

Ein Vorkaufsrecht zeichnet sich dadurch aus, dass der Kaufvertrag bei recht-



zeitiger Ausübung durch den Vorkaufsberechtigten nicht mehr zwischen den ursprünglichen Vertragsparteien zustande kommt. Er kommt dann vielmehr zwischen dem Verkäufer und dem Vorkaufsberechtigten zu den Bedingungen des Ausgangsvertrags zustande.

Den beurkundenden Notar trifft hier eine Hinweispflicht auf bestehende Vorkaufsrechte. In der Regel holt der Notar auch die sogenannten Negativatteste der Vorkaufsberechtigten ein. Daraus ergibt sich entweder, dass kein Vorkaufsrecht besteht, oder dass von einer Ausübung abgesehen wird. Solange das Negativattest nicht vorliegt, wird die Kaufpreiszahlung nicht fällig.

#### Denkbare Aktivitäten des Maklers

Vor dem Hintergrund dieser Rechtsfolgen können mögliche Vorkaufsrechte potenzielle Kaufinteressenten abschrecken. Die Verkaufschancen werden dadurch verringert. Bestehende Vorkaufsrechte erschweren zudem die Beleihbarkeit und damit die Finanzierung des Kaufpreises.

Dabei kommt den Vorkaufsrechten allerdings je nach Ausgestaltung unterschiedliches Gewicht zu. Der Makler kann zum Beispiel prüfen, ob diese nur für einen oder für mehrere Verkaufsfälle, nur zugunsten einer Person oder subjektiv dinglich bezogen auf den jeweiligen Eigentümer des Nachbargrundstücks bestellt sind. Er kann auch bereits im Vorfeld der Beurkundung durch Rücksprache mit dem Vorkaufsberechtigten, etwa einer Gemeinde, in Erfahrung bringen, ob alte Rechte gelöscht werden können, und insoweit frühzeitig Löschungsbewilligungen und entsprechende Negativatteste einholen.

#### Auswirkungen auf den Provisionsanspruch

Besondere Auswirkungen hat die Ausübung eines Vorkaufsrechts auch auf den Provisionsanspruch des Maklers. Dieser bleibt grundsätzlich nur gegen den Verkäufer bestehen, weil dieser Vertragspartei bleibt. Der Provisionsanspruch gegen den Käufer scheidet daran, dass der Kaufvertrag mit ihm nicht zustande kommt. Ein Provisionsanspruch gegen den eintretenden Vorkaufsberechtigten scheidet in der Regel, weil der Maklervertrag selbst nicht Bestandteil des Kaufvertrags geworden ist und damit kein eigener Provisionsanspruch entstanden ist. Um diesen dennoch abzusichern, sollte ein besonderes Augenmerk auf die Formulierung im Kaufvertrag gelegt werden.

#### Abteilung 3: Ablösung von Finanzierungsbelastungen

Als Finanzierungsinstrument werden üblicherweise keine Hypotheken mehr eingesetzt. Stattdessen werden für die Kaufpreisfinanzierung durch die Bank sogenannte Sicherungsgrundschulden bestellt. Der Unterschied liegt darin, dass die eingetragene Grundschuld unabhängig, also abstrakt, vom Bestand der gesicherten Forderung ist. Der Eigentümer kann sie auch allein zur Wahrung der Rangstelle ohne bestehende Forderung eintragen lassen, um sich Kreditbeschaffungsmöglichkeiten für einen späteren Zeitpunkt zu sichern.

Sicherungszweck und weitere Abwicklungsmodalitäten werden in einem schuldrechtlichen sogenannten Sicherungsvertrag mit der Bank geregelt. Die Grundschuld erlaubt dem Gläubiger

nur die Befriedigung aus dem Grundstück. Ein direkter Leistungsanspruch gegen den Schuldner besteht nicht.

Bei einem geschuldeten lastenfreien Erwerb wird die noch valutierende Forderung durch den Kaufpreis abgelöst und die Löschungsbewilligung der Kreditgläubiger von dem beauftragten Notar angefordert. Solange diese nicht vorliegt, wird der Kaufpreis nicht zur Zahlung fällig gestellt.

#### Fazit

Es ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten für den Makler, sich auch durch besondere Kenntnisse im Grundbuchrecht einen Namen zu machen. ■



Karen Wolbers

ist Fachanwältin für Miet- und Wohnungseigentumsrecht bei Breiholdt Voscherau Rechtsanwälte Partnerschaft mbB in Hamburg.  
[www.breiholdt-voscherau.de](http://www.breiholdt-voscherau.de)

# Seminare der IVD-Bildungsinstitute und Akademien

IVD Bundesverband  
Tel.: 030 27 57 26 0  
info@ivd.net



Legende	
🌐	Online
📄	Präsenz
🌐/📄	Hybrid

## IVD Berlin-Brandenburg und IVD Mitte-Ost

Tel.: 030 89 73 53 64, info@ivd-bildungsinstitut.de



15.04.2026	🌐	Gesetzlich gefordert, strategisch wichtig - Psychische Gefährdungsbeurteilung professionell umsetzen	Andreas Müller
15.04.2026	🌐	Die optimale Aufteilung von Gebäude- und Bodenanteil	Andreas Habath
16.04.2026	🌐	E-Rechnungspflicht für Unternehmen ab dem 01.01.2027/28 - Was Sie wissen müssen	Steffi Krüger
17.04.2026	🌐	Instagram für Einsteiger und Immobilienspezialisten	Stephanie Schäfer
20.-23.04.2026	🌐/📄	Effizienzberater für Wohngebäude - shaped by IVD Bildungsinstitut	Daniel Burgies
21.04.2026	🌐	Immobilienberater oder Immobilienmakler?	Bernd Lemke
23.04.2026	🌐	Emotionale Intelligenz als sofortige Erfolgsbeschleunigerin	Werner Schölgens
24.04.2026	🌐	Update zum Thema Datenschutz - was hat sich getan?	Eric Drissler

## IVD Mitte

Tel.: 069 21 08 46 70, info@ivd-mitte.de



13.04.2026	🌐	Verwalterkongress	
15.04.2026	🌐	Brandschutz im Bestand: Sicherheit und Rechtssicherheit für Ihre Immobilie	Dr. rer. nat. Angelina Trappen
16.04.2026	🌐	Rechtskongress	
16.04.2026	🌐	Grundlagen des privaten Bauvertragsrechts - VOB/B und BGB kompakt	Dr. Karsten Prote
17.04.2026	🌐	Energiegesetzgebung 2026 im Immobiliensektor - GEG, EPBD und neue Vorgaben rechtssicher umsetzen	Henner Schmidt
21.04.2026	🌐	Die Maklerprovision - Maklerverträge rechtssicher schließen, Provision sichern	RA Markus Groll LL.M.
21.04.2026	🌐	Wie man erfolgreich echte positive Bewertungen generiert – Ein Erfahrungsbericht	Martin Kausch

## IVD Nord

Tel.: 040 35 75 99 0, info@ivd-nord.de



15.04.2026	📄	IVD Nord Mitgliederversammlung 2026	
15.04.2026	🌐	Gesetzlich gefordert, strategisch wichtig - Psychische Gefährdungsbeurteilung professionell umsetzen	Andreas Müller
15.04.2026	🌐	Die optimale Aufteilung von Gebäude- und Bodenanteil	Andreas Habath
16.04.2026	🌐	E-Rechnungspflicht für Unternehmen ab dem 01.01.2027/28 - Was Sie wissen müssen	Steffi Krüger
17.04.2026	🌐	Instagram für Einsteiger	Stephanie Schäfer
21.04.2026	🌐	Immobilienberater oder Immobilienmakler?	Bernd Lemke
23.04.2026	🌐	Emotionale Intelligenz als sofortige Erfolgsbeschleunigerin	Werner Schölgens
24.04.2026	🌐	Update zum Thema Datenschutz - was hat sich getan?	Eric Drissler



13.04.2026	🌐	Verwalterkongress	
15.04.2026	🌐	Brandschutz im Bestand: Sicherheit und Rechtssicherheit für Ihre Immobilie	Dr. rer. nat. Angelina Trappen
16.04.2026	🌐	Rechtskongress	
16.04.2026	🌐	Grundlagen des privaten Bauvertragsrechts - VOB/B und BGB kompakt	Dr. Karsten Prote
17.04.2026	🌐	Energiegesetzgebung 2026 im Immobiliensektor - GEG, EPBD und neue Vorgaben rechtssicher umsetzen	Henner Schmidt
21.04.2026	🌐	Wie man erfolgreich echte positive Bewertungen generiert – Ein Erfahrungsbericht	Martin Kausch
21.04.2026	📄	Aktuelle Rechtsprechung im Mietrecht, Maklerrecht, WEG-Recht	



14.04.2026	🌐	Stolperfallen bei der Maklerprovision	RA Dr. Gerald Kallenborn
14.04.2026	🌐	Farbenlehre DISC-Modell - Die faszinierende Welt der Kommunikation im Vertrieb einsetzen	Lars Gläser
15.04.2026	🌐	Update Datenschutz	Eric Drissler
16.04.2026	🌐	Social Media für Macher - Endlich in die Umsetzung kommen	Martin Kausch
16.04.2026	🌐	Monat für Monat verkaufen! Sales-Funnel & Abschlusstechniken für Immobilienmakler!	Robert Elze, Marc Schmidt
21.04.2026	🌐	Schluss mit Karteileichen - CRM-Daten aktivieren und in Pipeline verwandeln	Jan Kricheldorf
21.04.2026	🌐	Design ohne Designer - Wie Sie Ihr Immobilienmarketing mit Canva professionell aufstellen	Stephanie Schäfer



13.04.2026	🌐 / 📄	Geprüfter Immobilienbewerter (IHK)
13.04.2026	🌐	Geprüfter Immobilienmakler (IHK)
15.04.2026	🌐 / 📄	Geprüfter Immobilienmakler (IHK)
18.05.2026	🌐 / 📄	Immobilien-Projektentwickler & Projektmanager Bestandsimmobilien (IHK)
18.06.2026	🌐	Wertermittlung II
22.06.2026	🌐 / 📄	Unternehmensführung
10.08.2026	🌐	Verwaltung für Gewerbeimmobilien
17.08.2026	🌐	Geprüfter Immobilienbewerter (IHK)
24.08.2026	🌐	Immobilien-Projektentwickler &

Die vollständigen Seminarprogramme der Regionalverbände  
und Akademien finden Sie auf **ivd.net**.

# Bundesverband



## IVD Bundesverband Präsidium

Präsident:  
Dirk Wohltorf  
Stellvertreter:  
Axel Quester,  
Markus Jugan,  
Jeanette Kuhnert,  
Robert Vesely

## Bundesgeschäftsstelle

Bundesgeschäftsführerin:  
Carolin Hegenbarth  
Littenstrasse 10  
10179 Berlin  
Tel.: 030 27 57 26 0  
Fax: 030 27 57 26 49  
Internet: [ivd.net](http://ivd.net)  
E-Mail: [info@ivd.net](mailto:info@ivd.net)

## IVD Nord

Vorsitzende:  
Anika Schönfeldt-Schulz  
Geschäftsführer:  
Peter-Georg Wagner  
Colonnaden 29 /  
Büschstraße 12  
20354 Hamburg  
Tel.: 040 35 75 99 0  
Fax: 040 35 58 95  
E-Mail: [info@ivd-nord.de](mailto:info@ivd-nord.de)  
Internet:  
[www.ivd-nord.de](http://www.ivd-nord.de)

## IVD Mitte

Vorsitzender:  
Jörg Wanke  
Geschäftsführer:  
Johannes Engel  
Zeil 46  
60313 Frankfurt  
Tel.: 069 28 28 23  
Fax: 069 28 09 79  
E-Mail:  
[info@ivd-mitte.de](mailto:info@ivd-mitte.de)  
Internet:  
[www.ivd-mitte.de](http://www.ivd-mitte.de)

## IVD Berlin- Brandenburg

Vorsitzende:  
Kerstin Huth  
Geschäftsführer:  
Nils Werner  
Knesebeckstraße 59-61  
10719 Berlin  
Tel.: 030 89 73 53 64  
Fax: 030 89 73 53 68  
E-Mail: [info@ivd.berlin](mailto:info@ivd.berlin)  
Internet:  
[www.berlin.ivd.net](http://www.berlin.ivd.net)

## IVD West

Vorsitzender:  
Burkhard Blandfort  
Geschäftsführer:  
Jörg Utecht  
Von-Werth-Str. 57  
50670 Köln  
Tel.: 0221 95 14 97 0  
Fax: 0221 95 14 97 9  
E-Mail:  
[info@ivd-west.net](mailto:info@ivd-west.net)  
Internet:  
[www.ivd-west.net](http://www.ivd-west.net)

## IVD Mitte-Ost

Vorsitzender:  
Martin Schatz  
Geschäftsführerin:  
Madlen Bestehorn  
Ferdinand-Lassalle-  
Straße 15  
04109 Leipzig  
Tel.: 0341 6 01 94 95  
Fax: 0341 600 38 78  
E-Mail: [info@ivd-mitte-ost.net](mailto:info@ivd-mitte-ost.net)  
Internet:  
[www.ivd-mitte-ost.net](http://www.ivd-mitte-ost.net)

## IVD Süd

Vorsitzender:  
Martin Schäfer  
Geschäftsstelle Bayern  
Geschäftsführer:  
Ralf Sorg  
Gabelsbergerstraße 36  
80333 München  
Tel.: 089 29 08 20 0  
Fax: 089 22 66 23  
E-Mail:  
[info@ivd-sued.net](mailto:info@ivd-sued.net)  
Internet:  
[www.ivd-sued.net](http://www.ivd-sued.net)

Geschäftsstelle  
Baden-Württemberg  
Geschäftsführer:  
Sacha Volz  
Calwer Straße 11  
70173 Stuttgart  
Tel.: 0711 81 47 38 0  
Fax: 0711 81 47 38 28  
E-Mail:  
[info@ivd-sued-bw.net](mailto:info@ivd-sued-bw.net)  
Internet:  
[www.ivd-sued.net](http://www.ivd-sued.net)

## Impressum

### AIZ Das Immobilienmagazin

begründet als „Allgemeine  
Immobilien Zeitung“ vom  
Ring Deutscher Makler  
im Jahr 1924



#### Herausgeber:

IVD Service GmbH für den IVD Bundesverband,  
Littenstraße 10, 10179 Berlin  
Tel.: 030 38 39 91 80, Fax: 030 38 30 25 29,  
E-Mail: [info@ivd-service.net](mailto:info@ivd-service.net)

#### Redaktion:

Stephen Paul (Chefredaktion, Vi.S.d.P)  
Jan Kricheldorf, Adrian M. Darr, Lydia Gebel  
Christina Haag (Design)  
Littenstraße 10, 10179 Berlin,  
Tel.: 030 80 95 20 88 6, Fax: 030 80 95 20 88 9,  
E-Mail: [redaktion@aiz.digital](mailto:redaktion@aiz.digital)

#### Verlag:

IVD Service GmbH,  
Littenstraße 10, 10179 Berlin,  
Tel.: 030 38 39 91 80, Fax: 030 38 30 25 29,  
E-Mail: [info@ivd-service.net](mailto:info@ivd-service.net)  
Konto: Deutsche Bank,  
Konto-Nr. 921 70 000, BLZ 100 700 24

#### Anzeigen:

berndt medien GmbH,  
Marco Berndt  
Sürther Hauptstraße 80, 50999 Köln  
Tel.: 02236 87 11 10, Fax: 02236 87 11 119,  
E-Mail: [kontakt@berndt-medien.de](mailto:kontakt@berndt-medien.de)

#### Technische Herstellung:

Druckerei Silber Druck GmbH & Co. KG,  
Otto-Hahn-Straße 25, 34253 Lohfelden  
Tel.: 05 61 52 007 0, Fax: 52 007 20,  
E-Mail: [info@silberdruck.de](mailto:info@silberdruck.de)

#### Gestaltung:

Wordliner GmbH | Content · Video · Marketing  
Tel.: 030 80 95 20 88 6  
E-Mail: [aiz@wordliner.com](mailto:aiz@wordliner.com)

#### Erscheinungsweise:

Zehn Mal im Jahr

**Bezugspreis:** Jährlich 75 Euro (inkl. MwSt.) zzgl. Versandkosten;  
Einzelpreis 9,20 Euro (inkl. MwSt.) zzgl. Versandkosten.  
Für Mitglieder des IVD Bundesverband ist der Bezugspreis im  
Mitgliedsbeitrag enthalten.

**Bestellungen:** Beim Verlag; Abbestellungen müssen einen  
Monat vor Ablauf des Kalenderjahres beim Verlag vorliegen.  
Erfüllungs- und Zahlungsort ist Berlin.  
Gerichtsstand ist Berlin.

**Zuschriften:** Für die Redaktion bestimmte Zuschriften sind  
nur an die Adresse des Herausgebers zu richten. Honorare  
werden nur bei ausdrücklicher Vereinbarung gezahlt. Für  
unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr  
übernommen. Mit der Annahme eines Manuskriptes gehen  
sämtliche Verlagsrechte auf den Verlag über.

**Hinweis:** Trotz sorgfältiger Auswahl der Quellen kann für die  
Richtigkeit des Inhalts keine Haftung übernommen werden.  
Sämtliche mit Verfasserangaben versehenen Beiträge stellen  
nur die Meinungsäußerung des Verfassers dar, nicht die  
des Herausgebers oder der Redaktion. Produktberichte  
unterliegen nicht der Verantwortung der Redaktion. Dort  
gemachte Angaben dienen der Unterrichtung und sind keine  
Aufforderungen zum Kauf und Verkauf. Aus der Nennung  
von Markenbezeichnungen in dieser Zeitschrift können  
keine Rückschlüsse darauf gezogen werden, ob es sich um  
geschützte oder um nicht geschützte Zeichen handelt.

**Copyright:** Alle Urheber-, Nutzungs- und Verlagsrechte sind  
vorbehalten. Das gilt auch für Bearbeitungen von gerichtli-  
chen Entscheidungen und Leitsätzen. Der Rechtsschutz gilt  
auch gegenüber Datenbanken oder ähnlichen Einrichtungen.  
Sie bedürfen zur Auswertung ausdrücklich der Einwilligung  
des Herausgebers.

#### Internet:

[ivd.net](http://ivd.net)  
ISSN 1864-7847

Das nächste AIZ-Immobilienmagazin  
erscheint Anfang Mai.



# Duales Studium

## BACHELOR OF ARTS (B.A.)

---

### IMMOBILIENWIRTSCHAFT

- Theorie + Praxis perfekt vereint
- 100 % persönlich und individuell
- Studieren unabhängig vom Wohnort

*Studienbeginn: jährlich im August!*

**Center for Real Estate Studies**  
(CRES)

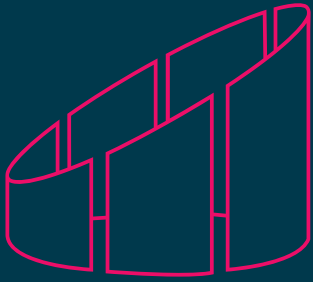
Eisenbahnstraße 56  
D-79098 Freiburg

**Telefon** 0761/207 55-22

**E-Mail** info@steinbeis-cres.de



[www.steinbeis-cres.de](http://www.steinbeis-cres.de)



**REAL  
ESTATE**  
ARENA



**REAL  
FUTURE**

Conference

# Deutschlands Immobilienmesse & Zukunftskonferenz

**mutig. kontrovers. nah dran.**

**10. – 11.  
Juni 2026**

**MESSE  
HANNOVER**

Leitevent für Innovationen in der Immobilienwirtschaft

Einzigartige Darstellung des gesamten Lebenszyklus der Immobilie

Dreiklang aus Messe, Konferenz und Community

Fokus auf B- und C-Städte

  [real-estate-arena.com](https://www.real-estate-arena.com)



Deutsche Messe



**JETZT  
TICKETS  
SICHERN!**

