

Wohnungsneubau, egal ob zum Kauf oder zur Miete, sei kaum mehr bezahlbar. „Im Neubau müssen wir über 14 Euro Miete pro qm verlangen, damit sich das Objekt überhaupt trägt“, so Struck. Folge sei, dass ein Teil der Wohnungssuchenden in die Peripherie auswandere und damit weitere Speckgürtel geschaffen würden.

KfW-Standards müssen überdacht werden

Die Grenzen des Einsparpotentials seien erreicht. Die einst in den 1970er Jahren aufgesetzten und seither fortgeschriebenen, technologiefixierten KfW-Standards müssten überdacht werden, zumal in dem ambitionierten KfW-40 Standard.

Die Baubranchen bemühe sich um Alternativen, zum Beispiel um klimafreundlichere Baustoffe und Bauweisen. Außerdem sei es an der Zeit, bei der Energieversorgung neue Wege zu gehen: erneuerbare Energien, die Energieerzeugung vor Ort, der Quartiersansatz und die Verlegung von Nahwärmenetzen haben laut BfW einen weit größeren Einfluss auf das Klima als die Energieeffizienz einzelner Häuser.

Der Klimaschutz könnte sich als weiterer Risikofaktor für das Wohnungsbauprogramm erweisen. Die Debatte um den hohen Kohlendioxid-Ausstoß im Bausektor, Stichwort graue Energie, nimmt an Fahrt auf: Etwa 30-40% der klimaschädlichen CO₂-Emissionen werden durch den Bau und Betrieb von Gebäuden verursacht. Wenn es nach dem Klimabeirat der grün geführten Umweltbehörde geht, solle die Zahl der zu bauenden Wohnungen von 10.000 auf 5000 jährlich abgesenkt werden. Anstatt abzureißen und neu zu bauen, sollten mehr vorhandene Wohnungen energetisch saniert und bestehende Gebäude aufgestockt werden.

Hier scheinen Wunsch und Wirklichkeit aber weit auseinander zu klaffen. „Bauen und Sanieren im Bestand können nur Teil der Lösung sein“, so Struck. Die derzeit populäre Forderung sei baulich kompliziert, teuer und scheitere oft an der Zustimmung der Bewohner.

Beim Thema Sanierung existierten viele offene Fragen, etwa wer die Kosten der Modernisierung trage – das Bauforschungsinstitut **ARGE** spricht bis 2045 über Investitionen zwischen 2,6 und 3,6 Billionen Euro nur für energetische Maßnahmen - und woher beim bereits dramatischen Personalmangel im Baugewerbe die Fachkräfte für die klimagerechte Sanierung kommen sollen. Eine Ausbildungsoffensive im Handwerk und in den Ingenieurberufen sei dringend erforderlich. □

SERIE:

DER *5*MINUTEN*HOSPITALITY*Experte* Wertschöpfung: Visionär versus Träumer versus Krämerseele

Winfried D. E. Völcker



Winfried D. E. Völcker, Hotelier
www.voelcker-hospitality.de

Die einzige Möglichkeit sich von der Masse abzuheben, besteht darin, sich und seiner eigenen Vision treu zu bleiben. Wenn Du hart arbeitest und hast keine Angst vor Träumen, dann hast Du auch keine Angst zu scheitern. Wer träumt ist Visionär, kein Träumer und schon gar kein Traumtänzer: Conrad Hilton war Visionär und Traumumsetzer. Er starb

mit 94 und nannte 94 Großhotel weltweit sein Eigen. Conrads Credo: „You’ve got to dream“. Krämerseelen können nicht träumen, sie jubilieren als Verhinderer. Fakt ist: Erst kommt der Traum, dann der Plan, dann die Wirklichkeit. Es kann passieren, daß zwischen Plan und Wirklichkeit ein halbes Menschenleben liegt...

Hotel ist eine Stätte der Begegnung, Lebens.Mittel.Punkt für gleichgesinnte fröhliche Menschen aus aller Welt. Hoteltheaterwelt für die einen, sicheres Zuhause auf Reisen für die anderen. Hotel heißt Räume schaffen, die den Menschen Spaß machen: Brands, Zimmertypen und Segmente, unvergleichlich in Ambiente, Konzept, Ausstattung, Qualität und Größe. Das zu entsprechend unterschiedlichen Preisen. Bezahlbare Eleganz, Cheap-Luxury (Ian Schrager) in einer stilvollen, mondänen und zugleich unkomplizierten Umgebung. Hotel ist Life-Style: Einzigartige, spannende, persönliche, intime, individuelle und attraktive Erlebnisse, wohin das Auge schaut. Design, als Mittel der Markenführung konsequent angewandt, entfaltet im öffentlichen Bereich eine ungeheure Wirkung. Die Hotel-Halle wird zur Markt-Halle mit abwechslungsreicher Bistronomie vom Veinsten. Von früh bis spät himmlisch genießen. Vood & Vun für Jedermann. Ein kleines Bermuda-Dreieck des Vergnügens, weil nichts langweiliger ist, als ein Rendezvous mit sich selbst: Erfolg hat man nicht, man schafft ihn sich.

Branding heißt prägen. Eine Namensgebung allein prägt nicht. Sie vermittelt höchstens Zugehörigkeit. Prägen kann nur, wer selbst einzigartige Konturen und Gestalt hat. Vom Patron geprägte Produkte versprechen Individualität. Das setzt Andersartigkeit und Relevanz voraus. Menschen

BVT-News

München/ Atlanta: Für den Ende 2021 aufgelegten **BVT Residential USA 17 GmbH & Co. Geschlossene Investment KG** plant die **BVT Unternehmensgruppe** gemeinsam mit dem Partner und Projektentwickler **Aventon Companies LLC**, die Beteiligung an der 300 Wohneinheiten umfassenden Projektentwicklung „Aventon Exchange“ im Großraum Atlanta, Georgia. Hierfür hat die BVT mit dem geplanten Projektentwickler einen Letter of Intent geschlossen. Die Beteiligung ist, zusammen mit dem Grundstücksankauf, für Mitte 2022 geplant.

Die Class-A-Projektentwicklung „Aventon Exchange“ entsteht auf einem ca. 67.016 qm großen Grundstück im Gwinnet County, direkt vor den Toren Atlantas, der Hauptstadt Georgias. Mit dem Bau der geplanten Anlage soll voraussichtlich im August 2022 begonnen werden, die Fertigstellung ist für Mitte 2024 geplant. Die Anlage wird im gehobenen Segment angesiedelt sein, sowohl hinsichtlich der Bauqualität als auch der späteren Ausstattung, die üblicherweise Gemeinschaftseinrichtungen wie Swimming Pool, Clubhouse, Fitness-einrichtungen beinhaltet. Die Class-A-Apartments verfügen meist über eine hochwertige Möblierung und voll ausgestattete Küchen.

Insgesamt wird sich der BVT Residential USA 17 an mindestens zwei Projektentwicklungsgesellschaften beteiligen, weitere mögliche Investitionsstandorte sind Boston, Washington, D.C., und Orlando. Der BVT Residential USA 17 richtet sich an Privat Anleger, die sich ab einer Mindesteinlage von 30.000 USD zzgl. 3% Ausgabeaufschlag beteiligen können. Die geplante Gesamtausschüttung (Kapitalrückzahlung und Erträge) liegt bei ca. 127–139% (im Basis-Szenario 133%), bezogen auf die gezeichnete Einlage ohne Ausgabeaufschlag, vor Steuerabzug vom Kapitalertrag und vor Besteuerung bei dem Anleger.

mi Persönlichkeit, Patrons können ihre Hotels und Restaurants prägen. Ergo sind sie die echte Marke: Bocuse ist Marke, Hilton, Steigenberger, Marriott auch. Völcker ist eine Marke.

Es gibt viele Beispiele von Privathoteliers deren Name zur einzigartigen, unverwechselbaren Marke wurde – klarer und unverwechselbarer als jeder gekaufte Name. Patrons haben zudem den Mut zu mehr Alleinstellungsmerkmalen und Andersartigkeit. Sie bestimmen. Manchmal macht es Sinn, ein schwarzes Schaf der Branche zu sein. Das schwarze Schaf ist nicht wirklich anders. Lediglich die weißen Schafe sind alle gleich. Das schwarze Schaf ist einzigartig, anders als alle anderen. Nicht perfekt, nicht artig, aber andersartig: einzigartig.

Ohne operative Exzellenz nutzt auch der beste Name nichts. Zur Marke gehört das Versprechen operativer Exzellenz und ein kundengerechtes (customized) Konzept. Es ist das Fundament für operative Exzellenz. Jeder kluge Unternehmer weiß, optimale Wertsteigerungen entstehen u. a. durch das Betriebskonzept und bestmögliche Service- und Produktqualität die erst die Ertragskraft entfaltet, etc. Geht es jedoch zur Finanzierung, gewinnt fast nur, wer viel eigenes Geld mitbringt. Geld bestimmt die Welt. Exzellente Konzepte, neue Arbeitsplätze, Mehrwert für den Standort, Stärkung der Wirtschaftskraft, größere Attraktivität für die Region, all das Hochglanz-Broschüren-bla-bla-bla tritt ad hoc in den Hintergrund.

Edward de Bono, einer der größten Denker unserer Zeit – leider im letzten Juni verstorben – brachte es auf den Punkt: Unser Denksystem beruht auf Analyse und Urteil. Wir kennen viele Techniken um die vermeintliche Wahrheit zu finden, aber nur wenige, um Neues zu kreieren. De Bono: „Heute ist das größte Problem der Menschheit nicht der Klimawandel, Krieg oder Krise, sondern armseliges, un kreatives Denken. □

WEITER STEIGENDE PREISE FÜR WOHNIMMOBILIEN IN FRANKFURT

Preiswachstum in den Umlandregionen noch nicht ausgereizt

Frankfurt weist nach München und Hamburg das dritthöchste Preisniveau für Eigentumswohnungen (ETW) auf. Der durchschnittliche Angebotspreis lag in Q4 2021 lt. Engel & Völkers (E&V) bei 6.689 Euro/qm, 6,6% über dem Vorjahreswert. Durch deutlich höhere Baukosten steigen die Neubaupreise erheblich stärker als die Preise von Bestandswohnungen. Für Neubaupreise zahlten Käufer in Q4 2021 durchschnittlich 9.427 Euro/qm, 15,7% mehr als im Vorjahr. (CW)

Der durchschnittliche Angebotspreis für ETW in den Top-Lagen Westend-Süd und Nord stieg auf 9.984 Euro/qm bzw. 9.065 Euro/qm, für Luxus-Apartments wurden hier und in anderen gefragten Stadtteilen Spitzenquadratmeterpreise von bis zu 18.000 Euro aufgerufen. Die höchsten Preissteigerungen bei ETW gab es auf Jahressicht in den Stadtteilen Frankfurter Berg (+40,8%), Sindlingen (+28,8%), Praunheim (+27,5%) sowie Sachsenhausen-Nord (+20,6%).

Ein- und Zweifamilienhäuser wurden in Frankfurt für durchschnittlich 890.000 Euro angeboten (+11,9%). In sehr guter Lage wie dem Westend, Teilen von Dornbusch und Sachsenhausen Nord sowie dem Diplomatenviertel wurden Preise zwischen 1,9 Mio. Euro und 5,5 Mio. Euro aufgerufen, in Eschersheim, Sachsenhausen,