

---

## ZUR SACHE

---

### *Der verschlafene Boom der Wohnimmobilien*

Welche Fehler macht die Immobilienbranche bei der Produktentwicklung?

Mit seinen Produkten zur rechten Zeit am rechten Ort zu sein und das noch vor der Konkurrenz – das ist das Ziel eines jeden Unternehmens, und das gilt selbstverständlich auch in der Immobilienwirtschaft. So einfach dieses Prinzip in der Theorie aber klingen mag, so schwer scheint es einem Großteil der Immobilienbranche jedoch zu fallen, es in die Praxis umzusetzen. Statt Trends zu antizipieren, springen viele Unternehmen erst dann auf den Zug auf, wenn der Trend bereits zur Normalität geworden ist. Das ist wenig erfolgversprechend – weder für die Unternehmen noch für ihre Kunden.

Aktuelles Beispiel: Wohnimmobilien. Nachdem sich große Versicherungen und andere Investoren bis zur Jahrtausendwende von ihnen getrennt hatten, traute sich über mehrere Jahre niemand, Anlageprodukte mit Wohnimmobilien in Angriff zu nehmen. Nun boomt die Assetklasse, und die Preise schießen in die Höhe. Dennoch springen genau jetzt im-

mer mehr Unternehmen und Investoren auf den Zug auf. Jahrelang verkannten sie die offensichtliche Entwicklung, dass Wohnimmobilien wieder in den Fokus rücken würden: Immer mehr Menschen zogen in die Großstädte bei einem zu gerin-



**Michael Vogt,**  
Geschäftsführer  
der Mondial  
Vermögensver-  
waltung GmbH

Foto Unternehmen

gen Neubauvolumen. Politik und Immobilienwirtschaft trieben den Wohnungsbau zu wenig voran, eine drohende Wohnungsnot war absehbar. Kurzum: Der heutige Boom der Investitionen in Wohnimmobilien ist die Folge einer gesell-

schaftlichen Entwicklung – der Urbanisierung.

Doch wie kann solch ein Trend übersehen werden? Meiner Meinung nach wird gesellschaftlichen Entwicklungen bei der Entwicklung von Unternehmens- und Produktstrategien in der Immobilienwirtschaft noch viel zu wenig Beachtung geschenkt. Annahmen über zukünftige Entwicklungen werden ohne Experten anderer Disziplinen wie Sozial- oder Zukunftsforscher getroffen. Als Folge werden gesellschaftliche Trends falsch eingeschätzt oder erst dann als solche wahrgenommen, wenn sie sich schon wieder ihrem Ende zuneigen. Doch das ist gefährlich: Denn einen gesellschaftlichen Trend zu verpassen, kann zu erheblichen Problemen, mitunter gar zum wirtschaftlichen Ende seines Unternehmens führen. Nur wenn die Branche in Zukunft kritisch über ihre Trendeinschätzung reflektiert und externe Disziplinen einbindet, wird es gelingen, solche Fehler zu vermeiden.