

Robert Schmidt, Geschäftsführer der EvonikWohnen: Energieeffizienz als strategische Investition

Der Gesetzgeber reagiert mit Maßnahmen wie dem Klimaprogramm, der Novelle zum Energieeinsparungsge-
setz oder dem Energieausweis für Immobilien auf die stetig steigenden Energiepreise. Robert Schmidt, Ge-
schäftsführer der EvonikWohnen GmbH, erläutert in einem Interview die notwendigen Konsequenzen für die
Wohnungswirtschaft.



Wie bewerten Sie den Energieausweis und die wei- teren gesetzlichen Vorgaben zum Energiesparen?

Robert Schmidt: Energiesparen ist in der heutigen
Zeit ein Muss. Darüber herrscht kein Zweifel. Des-
halb begrüßen wir den Energieausweis und auch
das integrierte Energie- und Klimaprogramm als
sinnvolle Initiativen des Gesetzgebers. Wir erwar-
ten, dass diese Maßnahmen in der gesamten Woh-
nungswirtschaft zu einer weiteren Professionalisie-
rung und zu einer nachhaltigen Wertorientierung
führen. Und langfristig dazu beitragen, den Wett-
bewerb über eine Differenzierung des Angebots im
positiven Sinne zu gestalten.

EvonikWohnen-Chef Robert
Schmidt, Foto EvonikWohnen

Inwiefern?

Robert Schmidt: Schon heute rückt die Frage nach den Heizkosten bei der Wohnungs-
suche in den Fokus. Der Energieausweis ist da eigentlich nur die Manifestierung eines
ohnehin schon länger zu beobachtenden Markttrends hin zu verbrauchsarmen Gebäu-
den. Aber er beschleunigt diesen Trend. Denn er stellt die energetische Qualität von
Immobilien so plakativ und transparent dar, dass auch Laien mitdiskutieren können.
Der Mieter kann sofort erkennen, ob er eine Energieschleuder mietet oder eine effizient
gebaute Wohnung.

Der Trend geht zu verbrauchsar-
men Gebäuden

Was bedeutet das für künftige Vermietungen?

Robert Schmidt: Der Energieausweis legt den Finger direkt in die Wunde der Kosten-
treiber der vergangenen Jahre. Die Energiepreise sind allein in den letzten fünf Jahren
um gute 80 Prozent gestiegen, die Nettomieten dagegen nur um rund 15 Prozent. Das
bedeutet, dass bald schon nicht mehr die Kaltmieten, sondern die Warmmieten bei Ver-
mietungen entscheidend sind. Die energieoptimierte Immobilie wird zur Marke und
zum Qualitätsmerkmal. Das wiederum hat Folgen für den Wohnungsmarkt: Viele Ver-
mieter werden jetzt umdenken müssen. Statt kurzfristiger Kosten-Nutzen-Rechnungen
sind langfristige Marktstrategien gefragt. Und diese beinhalten eben auch energetische
Modernisierungen. Energetische Modernisierungen sind sehr aufwendig, Investitionen
müssen sich rentieren. Die nachhaltige Entwicklung unseres Wohnungsbestandes ist für
uns kein Wohlfühlthema, sondern ein Gebot wirtschaftlicher Vernunft. Wir wollen un-
seren Kunden nicht nur über eine angemessene Kaltmiete gutes, komfortables Wohnen

Energiepreise stiegen in den
letzten fünf Jahre um gute 80
Prozent, die Nettomieten um nur
rund 15 Prozent

ermöglichen, sondern auch über bezahlbare Nebenkosten. Deshalb ist die energetische Modernisierung für uns ein zentrales Thema. Unsere Mieter profitieren vom deutlich sinkenden Energieverbrauch. Fest steht aber auch, dass die Verbesserung der Energieeffizienz Investitionen erfordert. Um es klar zu sagen: Es gibt sie nicht zum Nulltarif.

Zum. 1. Januar 2009 hat der Gesetzgeber die energetischen Anforderungen weiter verschärft. Lassen sich diese überhaupt noch finanzieren?

Robert Schmidt: Wer heute in energetische Modernisierungen investiert, ist gut beraten, langfristig zu planen. Denn nicht nur die Anforderungen des Gesetzgebers, sondern auch die Ansprüche der Mieter steigen kontinuierlich. Die Ausstattungsstandards von heute sind in ein paar Jahren schon wieder veraltet. Eine gute Energiebilanz durch moderne Wärmeschutzmaßnahmen wird dann keine Begeisterungstürme mehr auslösen. Ein ganzheitliches Wohnkonzept, das wirtschaftlich und ökologisch richtungweisend ist, überzeugt auf lange Sicht schon eher. Die Politik sollte dafür entsprechende Finanzierungsanreize setzen. Gebäudeeigentümer brauchen Planungssicherheit, um ihre Investitionstätigkeit im Bereich Energieeinsparung und Klimaschutz fortzusetzen und auszuweiten. Energieeffizienz darf jedoch nicht nur aus bauphysikalischer Sicht betrachtet werden, entscheidend für den Einsparerfolg ist auch das Nutzerverhalten der Hausbewohner.

Herr Schmidt, danke für das Gespräch.

Die Ausstattungsstandards von heute sind in ein paar Jahren schon wieder veraltet



The advertisement features a large illustration of a goldfish swimming towards the left. Above the fish, four fishing lures are suspended from a horizontal line. Each lure has a different colored top (yellow, red, blue, green) and a different bait (yellow, black, green, red). The background is white with a light blue horizontal line representing the water surface.

STOLPUNDFRIENDS seit 1989

• Marketinglösungen für die Wohnungswirtschaft

„Der Köder sollte stets dem Fisch schmecken und nicht dem Angler!“

Stolp und Friends ist eine der führenden Marketing-Gesellschaften und Kommunikationsagenturen in der Wohnungswirtschaft. Wir werfen mit Ihnen gemeinsam die Angel aus, um neue Mieter ins Boot zu holen! Interesse? Rufen Sie uns unter 0541 800493-0 an oder schicken Sie eine E-Mail an info@stolpundfriends.de. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht.

www.stolpundfriends.de