

PRESSEMITTEILUNG

Für nähere Informationen und Pressematerial wenden Sie sich bitte an die PR-Agentur.

Green Building Labels: Der Zertifizierungsdruck kommt aus dem Ausland

Expertenmeinung: Unternehmen sind bereit, bis zu 20 Prozent mehr zu zahlen, wenn die Immobilie entsprechend grün zertifiziert ist / Makler sehen CSR, Imagegewinn und reduzierte Betriebs- und Nebenkosten als treibende Motive für die Anmietung von zertifizierten grünen Immobilien / 86 Prozent der Experten gehen davon aus, dass sich grün zertifizierte Büro- und Gewerbeimmobilien besser vermarkten lassen

München, 31. Juli 2019. Weil sich eine grüne beziehungsweise nachhaltige Zertifizierung langfristig als Standard bei Immobilien durchsetzen wird, sagen knapp neun von zehn Experten (85,7 Prozent), dass sich zertifizierte Büro- und Gewerbeimmobilien schon heute besser vermarkten lassen. Gut 70 Prozent beobachten, dass besonders große Konzerne ein grünes Label immer häufiger zur Voraussetzung für eine Anmietung von neuen Flächen machen (71,5 Prozent). Das geht aus dem aktuellen Gewerbeimmobilien-Barometer hervor, das regelmäßig anlässlich der Schwaiger Makler Lounge unter Münchens Objektvermittlern erhoben wird.

Der Zertifizierungsdruck kommt demnach von großen nationalen Unternehmen, vor allem aber aus dem Ausland. Mehr als acht von zehn Immobilienexperten machen die Erfahrung, dass internationale Konzerne aktuell noch stärker Green Labels fordern als deutsche.

„Angelsächsische Länder sind uns wie bei vielen Zukunftsthemen auch hier einen Schritt voraus. Es reicht eben nicht, sich auf nationalpolitischer Ebene einen möglichst hohen Standard zu erarbeiten. Wir leben in einer globalen Geschäftswelt und brauchen deshalb ebenfalls einen länderübergreifenden Kriterienkatalog, der den Qualitätsanspruch für Immobilien wiedergibt, in denen wir noch in 50 Jahren arbeiten und leben möchten“, erklärt Michael Schwaiger, CEO der Schwaiger Group.

Motive für die Anmietung von grün zertifizierten Immobilien

Dem Barometer zufolge sind Unternehmen bereit, für das Green Label tiefer in die Tasche zu greifen. 43 Prozent der Makler gehen davon aus, dass Firmen heute für grün zertifizierte Büros bis zu fünf Prozent mehr auszugeben bereit sind. 28,6 Prozent schätzen, dass es im Schnitt fünf bis zehn Prozent mehr sind und weitere 28,6 sogar bis zu 25 Prozent. Nach Meinung der Makler sind die wichtigsten Gründe reduzierte Betriebs- und Nebenkosten (Lebenszykluskosten),

Corporate Social Responsibility (CSR) sowie Imagegewinn (jeweils 57 Prozent). Als viertwichtigstes Kriterium nennen die Immobilienfachleute Vorteile in der Rekrutierung von jungem Personal, gefolgt von der Verbesserung firmeninterner Klimaziele. Weil Green Building Labels zudem etwa den Einsatz von emissionsfreien Materialien im Innenraum fordern oder den Mindestabstand von Raucher-Points zur Immobilie, spielt das Betriebliche Gesundheitsmanagement eine zunehmende Rolle, das auf Themen wie Gesundheit, Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit von Mitarbeitern einzahlt. Schwaiger: „Am Ende sind diese Zertifikate eine Art unabhängige Qualitätssicherung. Unternehmen wissen, was sie bei LEED- oder BREEAM-zertifizierten Immobilien in puncto Energieverbrauch und Wassereffizienz erwarten können, aber auch mit Blick auf Raumlufqualität oder Mobilitätsangebote.“

Direkte Korrelation: Bekanntheit und Relevanz

Das bekannteste Zertifikat unter Maklern ist laut der Erhebung LEED (100 Prozent), dicht gefolgt von DGNB und BREEAM (86 Prozent). Das österreichische Label ÖGNI und das hiesige BNB sind unter 43 Prozent der Makler bekannt. Schlusslicht stellt das auf Nachhaltigkeit im Facility Management spezialisierte Zertifikat GEFMA 160 (29 Prozent). „Es ist naheliegend, dass nach Auffassung der Makler die Relevanz in etwa der Bekanntheit der Labels folgt. Absoluter Spitzenreiter ist LEED“, sagt Michael Schwaiger, CEO der Schwaiger Group. Laut Schwaiger fehlt es selbst unter Immobilienfachleuten an Expertise auf diesem Gebiet. Knapp ein Drittel der Objektvermittler gibt zu, eher nicht zu wissen, wofür die verschiedenen Zertifikate im Detail stehen (28,6 Prozent) und weitere 14 Prozent sprechen selbst von „gefährlichem Halbwissen“.

Über die Schwaiger Group

Die Schwaiger Group ist als Bauträger sowie in den Bereichen Ankauf, Projektentwicklung, Vermietung und Verkauf tätig. Das Unternehmen ist seit mehr als 25 Jahren erfolgreich am Münchner Markt aktiv. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der nachhaltigen Revitalisierung von Objekten. Auf dem Feld der Immobilientransaktionen übernimmt die Schwaiger Group die komplette Klaviatur der Prozesse von der Prüfung der Standortqualität und Substanz über technische und kaufmännische Due Diligence bis zur Vertragsreife. Bisher realisierte das Unternehmen unter anderem ein Wohnbauprojekt in Johanneskirchen, die Revitalisierung eines Wohn- und Geschäftshauses am Münchner Oberanger sowie mehrere große Gewerbeprojekte am Frankfurter Ring in München und im Münchner Osten. Zuletzt erwarb die Schwaiger Group die Büroimmobilie „Hatrium“ in Unterhaching. Heute ist das Unternehmen mit 12 Mitarbeitern und einem abgewickelten Transaktionsvolumen von € 325 Mio. sowie mehr als 237.000 Quadratmetern gemanagten Mietflächen einer der leistungsstärksten Akteure in der regionalen Bau- und Immobilienbranche. Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.schwaiger.com>

Pressekontakt

SCRIVO Public Relations

Ansprechpartner: Tristan Thaller

Elvirastraße 4, Rgb.

D-80636 München

tel: +49 89 45 23 508 15

fax: +49 89 45 23 508 20

e-mail: tristan.thaller@scrivo-pr.de

internet: <https://www.scrivo-pr.de>