

Masterthesis
Zur Erlangung des
Master of Science in Real Estate (CUREM)

**Die Rolle von Gebäudelabeln bei der Vermarktung von Büroimmobilien
in der Schweiz und in Deutschland**

Name: Simonetta Meier
Eingereicht bei: Prof. Dr. Susanne Kytzia
Gräfin Sima von Hoensbroech

Abgabedatum: 18.08.2008

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Abbildungsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
1.1 Hintergrund, Problemstellung und Motivation	1
1.2 Aufbau der Arbeit und Methodik	4
2 Darstellung der Gebäudelabels	5
2.1 Definition und Funktionen von Gebäudelabels	5
2.2 Historie der Gebäudelabels	7
2.3 Die wichtigsten Gebäudelabels in der Schweiz und in Deutschland	9
2.3.1 MINERGIE (Schweiz)	9
2.3.2 DGNB (Deutschland)	11
2.4 Gebäudelabels mit internationaler Relevanz	13
2.4.1 BREEAM (Grossbritannien)	13
2.4.2 LEED (USA)	15
2.5 Die wesentlichen Interessensgruppen für Büroimmobilien	17
3 Erfolgsfaktoren der Gebäudelabels für Büroimmobilien	21
3.1 Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekten	21
3.2 Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses	25
3.3 Informationstransfer- und Marketingfunktion	26

4	Empirische Analyse / Befragung	29
4.1	Grundlagen und Methodik der Befragung	29
4.2	Ergebnisse der Studie	30
4.2.1	Bedeutung der Gebäudelabels	31
4.2.2	Bewertung der Erfolgsfaktoren von Gebäudelabels	35
4.2.2.1	Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekten	37
4.2.2.2	Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses	38
4.2.2.3	Informationstransfer- und Marketingfunktion	39
5	Implikationen für die Vermarktung von Büroimmobilien	40
5.1	Trends und Entwicklungen	40
5.2	Empfehlung zur Auswahl von Gebäudelabels	43
6	Schlussbemerkung	45
	Anhang 1: Fragebogen	48
	Anhang 2: Liste der Interviewpartner	55
	Literaturverzeichnis	58
	Ehrenwörtliche Erklärung	

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Die 3 Säulen der Nachhaltigkeit in der Bau- und Immobilienwirtschaft	3
Abbildung 2:	Vorgehensweise im Rahmen dieser Arbeit	4
Abbildung 3:	Überblick über die verschiedenen MINERGIE-Standards	10
Abbildung 4:	Gebäudelabels im Vergleich	17
Abbildung 5:	Kosten im Lebenszyklus einer Immobilie	22
Abbildung 6:	Bekanntheitsgrad der Labels	32
Abbildung 7:	Gründe für zertifizierte Büroimmobilien	34
Abbildung 8:	Gründe gegen zertifizierte Büroimmobilien	34
Abbildung 9:	Bewertung der Erfolgsfaktoren von Gebäudelabels auf Basis der Befragung relevanter Interessensgruppen	36

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
admin.	Internetportal der Bundesbehörden der Schweizerischen Eidgenossenschaft
aktual.	aktualisiert
Aufl.	Auflage
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
Bd.	Band
BewG	Bundesgesetz über den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland
bez.	bezüglich
bfe / BFE	Bundesamt für Energie
bfs	Bundesamt für Statistik
BG	Bundesgesetz
BMVBS	Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
BMVBW	Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen
BRE	Building Research Establishment
BREEAM	Building Research Establishment Environmental Assessment Method
bzw.	beziehungsweise
ca.	cirka
CASBEE	Comprehensive Assessment System for Building Environmental Efficiency
CH	Schweiz
CHF	Schweizer Franken
CO ₂	Kohlendioxid
D	Deutschland
de	deutsch
DGNB	Deutsches Gütesiegel Nachhaltiges Bauen
d.h.	das heisst
Diss.	Dissertation
erg.	ergänzt
erw.	erweitert
etc.	et cetera
f./ff.	und folgende (Seite/Seiten)
FL	Fürstentum Liechtenstein
FR	Frankreich

FTD	Financial Times Deutschland
GB	Grossbritannien
GBC	Green Building Council
ggf.	gegebenenfalls
gem.	gemäss
GREENCALC	Greenhous Calculator
Hrsg.	Herausgeber
http	Hypertext Transfer Protocol
HQE	Haute qualité envirnnementale
insb.	insbesondere
I	Italien
IGH	Interessensgemeinschaft Datenverbund
LEED	Leadership in Energy and Environmental Design
Ltd.	Limited
m	Meter
m ²	Quadratmeter
max.	maximal
m.H.a.	mit Hinweis auf
o.V.	ohne Verfasser
pdf	Portable Document Format
resp.	respektive
S.	Seite(n)
SIA	Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein
u.a.	unter anderem/n bzw. und andere
überarb.	überarbeitet
UK	United Kingdom
USGBC	American Green Building Councils
USA	United States of America / Vereinigte Staaten von Amerika
usw.	und so weiter
u.w.	und weitere
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche
www	World Wide Web
z.B.	zum Beispiel

1 Einleitung

1.1 Hintergrund, Problemstellung und Motivation

Wir neigen zur Bewunderung kollektiver Leistungen von Tieren. So bewundern wir die komplexen Wohn- und Arbeitsstätten von Termiten, ihre berühmten Hügel. Wir Menschen stehen ihnen aber in nichts nach. Was der Mensch an Gebäuden, Strassen und sonstigen Einrichtungen allein in den vergangenen 100 Jahren geschaffen hat, ist eindrucksvoll. Durch den technologischen Fortschritt einerseits, aber auch den beeindruckenden wirtschaftlichen Aufschwung, insbesondere in Asien, auf der anderen Seite des Kontinents, beschleunigt sich dieser Prozess stetig. Vor diesem Hintergrund stellen sich Fragen, die allgemein unter dem Titel „Nachhaltigkeit“ diskutiert werden. Unter „Nachhaltigkeit“ oder auch „nachhaltige Entwicklung“, versteht man grundsätzlich den Umstand, dass die heutige Generation ihre Bedürfnisse befriedigt, ohne die Fähigkeit der zukünftigen Generation zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen zu können¹.

Die immer höhere Geschwindigkeit bei der Versiegelung unseres Planeten ist dabei nur eine Dimension. Die Diskussion gewinnt an noch grösserer Bedeutung vor dem Hintergrund steigender Öl- und sonstiger Rohstoffpreise, die uns die Knappheit von Ressourcen in Erinnerung rufen, sowie der aktuellen Klima-Diskussion, zu der mittlerweile ein weitestgehender globaler Konsens besteht. Das Bewusstsein, dass Umweltgüter wie saubere Luft, sauberes Wasser, fossile Rohstoffe, ja Landschaften als solches knappe Güter² sind, steigt stetig.

Das Errichten, Unterhalten und Bewohnen von Gebäuden bedarf dabei so vieler Ressourcen, verursacht so viel CO₂-Emissionen, ist für ein solches Abfallaufkommen verantwortlich und transportiert so viel Material wie kein anderer Bereich. Dem energieeffizienten Bauen und Sanieren kommt dadurch eine zentrale Bedeutung zu, wenn es um Nachhaltigkeit geht.

¹ Vgl. Barthauer (2008), S. 2 m.H.a. den Brundlandt-Bericht von 1987.

² Vgl. Frey (1993), S. 9.

In vielen Ländern sind Gebäude für 40 Prozent³ des gesamten Energieverbrauchs verantwortlich. Noch deutlich höher liegt dieser Wert in Ländern wie den USA, Kanada oder Australien, wo nahezu flächendeckend Klimaanlage und auf fossilen Brennstoffen basierende Heizungen in Betrieb sind. Die Dimension des Einflusses unseres Bauwesens auf die Umwelt würde es rechtfertigen, mindestens genauso intensiv darüber zu diskutieren wie über das Transportwesen oder die Energieerzeugung allgemein.

Auch wenn z.B. die Förderung energiesparender Autos oder die Errichtung von Windkraftanlagen in der Öffentlichkeit mehr im Vordergrund stehen, als das nachhaltige Bauen, auch in diesem Bereich kommen immer mehr Menschen, insbesondere in den wohlhabenderen Ländern dieser Welt, zum Schluss, dass auch Gebäude unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit zu bauen und zu betreiben sind. In der Tat bieten uns wesentliche technische Fortschritte heute mehr Mittel und Wege, als dies noch vor einigen Jahren der Fall war.

Nachhaltiges Bauen berücksichtigt die Aspekte des Lebenszyklus einer Immobilie und optimiert dabei nicht nur die Ökologie, sondern auch die Sozialverträglichkeit und die Ökonomie von Bauten⁴. Das Konzept stipuliert, dass soziale, wirtschaftliche und ökologische Aspekte nicht isoliert voneinander betrachtet werden können. Es erfordert hingegen einen ganzheitlichen Ansatz, der Zusammenhänge und Abhängigkeiten anerkennt⁵. Nur so können langfristig tragende Entscheidungen gefällt werden⁶. Eine zu geringe ökologische und soziale Verträglichkeit führen am Ende auch zur Beeinträchtigung der Ökonomie, so z.B. im hier betrachteten Fokus, wenn mögliche Mieter eine Büroimmobilie meiden, weil sie gewisse Umwelt- und Sozialstandards nicht erfüllt. Das Konzept wurde von der Immobilienwirtschaft übernommen und ist dort als „Drei-Säulen-Definition“ bekannt⁷.

³ Vgl. für die Schweiz: <http://www.bfe.admin.ch/energie>; für Deutschland: Barthauer (2008), S. 2; für UK: <http://www.berr.gov.uk/energy/statistics/publications/ecuk/page17658.html>; für USA: http://tonto.eia.doe.gov/energy_in_brief/greenhouse_gas.cfm?featureclicked=3&. Sowie <http://www.eia.doe.gov/>; alle jeweils Stand am 6.07.2008.

⁴ Vgl. Quack (2001), S. 4 ff.

⁵ Vgl. Loske und Bleischwitz (1996), S. 24.

⁶ Vgl. Mauch/Scheidegger (1996), S. 23.

⁷ Vgl. Schulte (2005), S. 282.



**Abb. 1: Die 3 Säulen der Nachhaltigkeit
in der Bau- und Immobilienwirtschaft
Quelle: BRANDI IGH Ingenieure⁸**

Gütesiegel für Gebäude spielen beim Trend hin zu mehr Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle⁹.

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den wesentlichen, heute für die Immobilienmärkte Schweiz und Deutschland relevanten nationalen und internationalen Gebäudelabels für Büroimmobilien. Die Arbeit betrachtet dabei ausschliesslich auf Nachhaltigkeit abstellende Gebäudelabels. Wenn also im Folgenden von einem Gebäudelabel die Rede ist, dann dies im Hinblick auf seine Funktionen bezüglich Nachhaltigkeit.

Da Büroimmobilien fast ausschliesslich von vor allem ökonomisch denkenden Entwicklern, Investoren und Nutzern gebaut, gehalten und genutzt werden, steht eine eher ökonomisch orientierte Analyse hier im Vordergrund. Es wird also nicht darauf eingegangen, ob das Zertifizieren eines Bürogebäudes gegebenenfalls auch aus gesellschaftlicher Sicht erstrebens- und förderungswert ist, was auch eine interessante Fragestellung ist, den Rahmen dieser Arbeit aber sprengen und ihrem Fokus nicht entsprechen würde.

⁸ Vgl. Kamping (2008), S. 7.

⁹ Vgl. unten, Punkt 2, S. 2 ff.

1.2 Aufbau der Arbeit und Methodik

Die Arbeit beginnt mit:

- Analysen von Dokumenten und Publikationen zum Thema Gebäudelabeling
- Websites und Veröffentlichungen der Herausgeber der Gebäudelabels
- Literaturrecherche mit aktuellen Bezügen zum Thema Gebäudestandards, Labeling sowie zum Thema der Büroflächenvermarktung

Diese Nutzung vorhandener Daten, auch Sekundärforschung genannt, erlaubt eine effiziente Beschaffung von Basisinformationen¹⁰, die die Grundlage für die Analyse der wesentlichen Gebäudelabels (Kapitel 2.1 – 2.4) sowie die Beschreibung der relevanten Interessensgruppen (Kapitel 2.5) und ihrer Ziele darstellt. Die Kenntnis über Gebäudelabels und Interessensgruppen erlaubt sodann eine Aufstellung und Strukturierung von Erfolgsfaktoren im Zusammenhang mit Gebäudelabels (Kapitel 3).

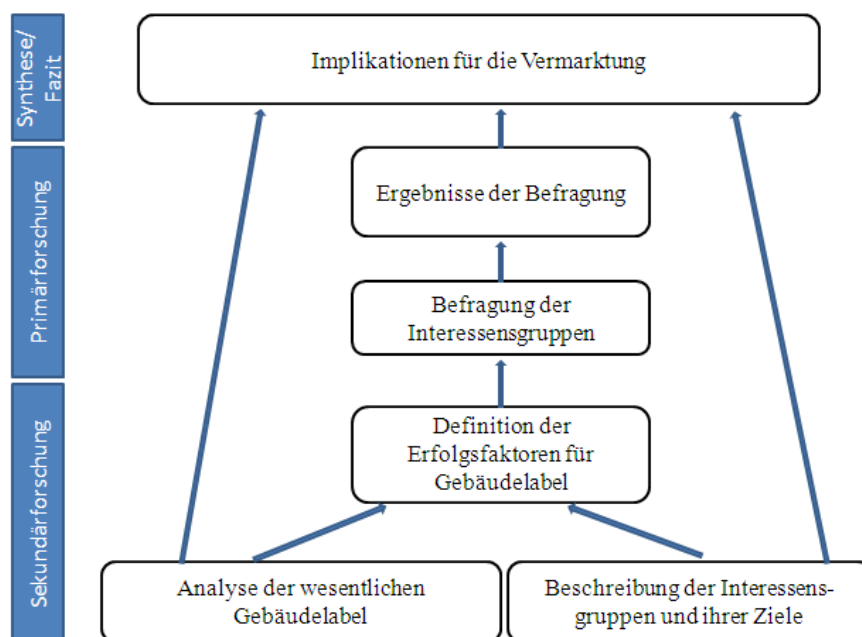


Abb. 2: Vorgehensweise im Rahmen dieser Arbeit

Anschliessend werden über den Weg der Primärforschung neue Informationen und Erkenntnisse durch eine eigene statistische Erhebung gewonnen¹¹. Vor den üblichen

¹⁰ Vgl. Berekoven/Eckert/Ellenrieder (2006), S. 40.

¹¹ Vgl. Falk (1997), S. 63.

Erhebungsmethoden Befragung, Beobachtung und Experiment¹² wird die Methode der Befragung von 30 Vertretern¹³ der relevanten Interessensgruppen gewählt. Auf Basis der Befragung erfolgt sodann eine Bewertung und Priorisierung der Erfolgsfaktoren nach ihrer Wichtigkeit (Kapitel 4).

Auf Basis aller gewonnenen Erkenntnisse werden Implikationen für die Vermarktung der Nachhaltigkeit von Bürogebäuden abgeleitet (Kapitel 5). Trends und Entwicklungen werden dabei ebenso aufgezeigt wie Antworten versucht auf die für die Interessensgruppen zentralen Fragen, ob und in welchen Fällen ein Gebäudelabel anzustreben ist und wenn dies der Fall ist, welche Gebäudelabels im Hinblick auf die Vermarktung von Büroimmobilien zu bevorzugen sind.

In der Schlussbemerkung (Kapitel 6) wird ein persönliches Fazit des Autors gezogen.

2 Darstellung der Gebäudelabels

2.1 Definition und Funktionen von Gebäudelabels

Der Begriff „Label“ kann im vorliegenden Kontext mit dem aus dem Lateinischen stammenden Wort „Zertifikat“ gleichgesetzt werden, was so viel bedeutet wie „Bescheinigung“ oder „Zeugnis“ für ein Produkt bzw., im Rahmen dieser Arbeit, für ein Bürogebäude¹⁴.

Labels sollen die Zugehörigkeit von Eigenschaften signalisieren. Man spricht darum auch in der Wirtschaftswissenschaft, dort konkret im Bereich der Informationsökonomie, vom „Signaling“¹⁵. Der Anbieter eines Produktes oder einer Dienstleistung, oder im konkreten Fall einer Büroimmobilie, produziert ein Signal, dass es dem Interessenten erleichtert, das Vorhandensein von Eigenschaften zu verifizieren. Dem „Signaling“ kommt dann eine wichtige Bedeutung zu, wenn dieses Überprüfen von Eigenschaften für den Interessenten mit grossen Kosten verbunden oder gar unmöglich ist. Dies ist

¹² Vgl. Bolliger/Ruhstaller (2004), S. 73.

¹³ Vgl. Anhang 2, Seite 55 ff.

¹⁴ Vgl. DUDEN, Das Fremdwörterbuch, S. 827.

¹⁵ Vgl. Billen/Weiber (2007), S. 37 ff.

regelmässig dann der Fall, wenn Informationen asymmetrisch verteilt sind¹⁶, was auch für den Immobilienmarkt gilt. Der Entwickler einer Immobilie und spätere Anbieter derselben war bei der Erstellung des Gebäudes dabei. Er konnte sicherstellen, dass Nachhaltigkeitsaspekte Einfluss fanden in Planung und Bau des Gebäudes. Sein späterer Vertragspartner, der zukünftige Mieter, wie auch, beim Verkauf der Immobilie, der etwaige Investor, kann nur noch den fertigen Bau beurteilen. Mit vernünftigem Aufwand ist es ihm dabei nicht vollständig möglich, die Existenz von Nachhaltigkeitsstandards zu überprüfen. Das Gebäudelabel, vergeben von einer Institution, die beim Interessenten Vertrauen genießt, kann hier ersatzweise Signalfunktion übernehmen und eine Transaktion ermöglichen bzw. zumindest erleichtern. Sind die Kosten für den Erhalt der Zertifizierung mit einem Gebäudelabel dabei unter denen einer möglichen Überprüfung der relevanten Eigenschaften durch den Interessenten, dann ist die Transaktion effizienter geworden, weil es die Kosten der Informationsbeschaffung senkt. Man spricht dabei auch von einer Informations¹⁷- oder Kommunikationsfunktion¹⁸.

Gebäudelabels sichern als solche also zum einen Eigenschaften zu. Ihre Existenz kann aber auch weitere positive Effekte haben:

- Da ein Gebäudelabel nur für etwas stehen kann, wenn die Eigenschaften definiert sind, kommt ihnen auch eine Standardisierungsfunktion zu. Dies macht für den Entwickler die Prozesse der Planung von Bürogebäuden mit Nachhaltigkeitsattributen einfacher und damit effizienter, denn die Beschreibung der angestrebten Eigenschaften macht klare Vorgaben an Planer und Architekten. Ihr Rechercheaufwand, was denn Nachhaltigkeit erzeugt, sinkt damit.
- Erreicht ein Gebäudelabel erst einmal eine gewisse Bekanntheit, steigt der Sensibilisierungsgrad für Nachhaltigkeit bei allen Interessensgruppen. Hätten diese vorher über das Thema gar nicht nachgedacht, ist es ihnen so bewusst geworden und hat so die Chance, berücksichtigt zu werden. Das Gebäudelabel hat damit auch einen „markterziehenden“ Effekt.

¹⁶ Vgl. Wernecke (2004) S. 115.

¹⁷ Vgl. Beschorner/Behrens (2007), S. 59.

¹⁸ Vgl. Michelsen (2007), S. 31.

- Gebäudelabels können von öffentlichen Behörden, Finanzinstituten, etc. zur Bedingung erhoben werden, um Zuschüsse, bessere Konditionen oder ähnliche Vorteile zu erhalten. Ohne die Existenz der Gebäudelabels, wäre die Prüfung dieser Bedingung für den Erhalt von Ressourcen, und damit wohl die Vergabe derselben selbst, mit einem vertretbaren Aufwand nicht möglich.
- Gebäudelabels erlauben desweiteren eine Marktsegmentierung, dies umso mehr, als dass sie auch abgestufte Niveaus von Nachhaltigkeit betonen oder spezifische Aspekte der Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellen. Der Markt wird durch diese Segmentierung transparenter und Transaktionen damit wiederum effizienter.

2.2 Historie der Gebäudelabels

Um die Entwicklung zur heutigen Erscheinungsform der Gebäudelabels nachvollziehen zu können, wird im Folgenden kurz auf deren Geschichte eingegangen.

Das Umweltbewusstsein ist seit Ende der sechziger, Anfang der siebziger Jahre in hochindustrialisierten Ländern deutlich gewachsen und wird als eines der grössten Probleme der heutigen Zeit empfunden¹⁹.

In den 70er Jahren wurden die ersten Prognosen und Analysen zur Umweltsituation veröffentlicht. Unter anderem wurde auf die Endlichkeit unserer natürlichen Ressourcen hingewiesen²⁰. Durch die erste starke Ölpreiserhöhung²¹, welche durch die beiden Erdölkrisen in 1973 und 1979 verursacht wurden, wurden sodann auch die ersten Niedrigenergiehäuser gebaut. Damals war aber noch nicht klar, in welche Richtung die Entwicklung gehen wird²². Viele der ersten Energiesparhäuser und Nullenergiehäuser waren Tüfteleien von Fantasten²³. Projekte hatten Pionierstatus. Technologien steckten noch in ihren Kinderschuhen und erlaubten selten eine auch ökonomische Rechtfertigung dieser Vorhaben. Wie nicht unüblich in Anfangsphasen von neuen

¹⁹ Vgl. Frey (1993), S. 5.

²⁰ Vgl. Meyer (1997) S. 5.

²¹ Vgl. Frey (1992), S. 155.

²² Vgl. o.V. (2008), S. 22.

²³ Vgl. o.V. (2008), S. 22.

Trends, liefen zunächst verschiedene Entwicklungsströmungen parallel und unkoordiniert. Hervorzuheben ist die frühe Entwicklung von Solarhäusern. Da im Ursprung des Trends die beiden zuvor genannten Erdölkrisen der 70er Jahre standen, war das Ziel zunächst einmal, fossile Brennstoffe als Heizquelle zu ersetzen. Die Sonne sollte ein Gebäude heizen und mit Warmwasser versorgen. Da entsprechende Techniken noch bei weitem nicht ausgereift waren, wurden entsprechende Häuser schnell zu Sonnenkollektoren mit gigantischen Geröllspeichern²⁴. Deren Effizienz liess aber zunächst zu wünschen übrig.

Auch wenn kontinuierlich technische Fortschritte erzielt wurden, hat eine eigentliche Nachhaltigkeitsbewegung im Bausektor erst um die Jahrtausendwende herum wirklich an Bedeutung gewonnen. Die jüngsten Erkenntnisse um die globale Klimaveränderung und das Erzielen eines diesbezüglichen weitgehenden Konsenses liessen das Bewusstsein über den grossen Beitrag von Gebäuden am Gesamtenergieverbrauch eines Landes wachsen. Dabei nehmen vor allem wohlhabende Industriestaaten der westlichen Welt sowie Japan eine Vorreiterrolle ein. Diese Länder gehörten auch eine lange Zeit zu denen mit dem höchsten Energieverbrauch. Dies hat sich allerdings in der jüngeren Vergangenheit durch den hohen Energiebedarf aufstrebender Länder geändert. Das Streben nach nachhaltigem Bauen ist dort allerdings aufgrund anderer im Vordergrund stehender Grundbedürfnisse bei weitem nicht so ausgeprägt wie in den in dieser Arbeit im Fokus stehenden Ländern Schweiz und Deutschland.

1926 entstand in Grossbritannien das Building Research Establishment (BRE), welches für das britische Label „BREEAM“ verantwortlich ist. Zuvor setzte es sich v.a. für die Qualitätssicherung von Konstruktionen, für den Brand- und Umweltschutz sowie für die energetische Optimierung öffentlicher Einrichtungen ein. Nach langer Zeit der Arbeit um die Einführung einer Standardisierung im Immobilienbereich kam es sodann im Jahre 1990 zum Label BREEAM. Die meisten nachfolgenden angelsächsischen Systeme wurden im übrigen Abwandlungen dieses britischen BREEAM Systems, das dank seiner Vorreiterrolle als „Urmutter“ dieser Zertifizierungssysteme gilt²⁵. In der Schweiz etablierte sich sodann ab 1998 das Label „MINERGIE“, in den USA folgte im Jahr 2000 „LEED“ und Deutschland ist heute daran, „DGNB“ einzuführen.

²⁴ Vgl. o.V. (2008), S. 22.

²⁵ Vgl. Friedemann/Barthauer (2008) S. 4.

2.3 Die wichtigsten Gebäudelabels in der Schweiz und in Deutschland

Im Folgenden werden die beiden für die Märkte Schweiz und Deutschland relevanten nationalen Gebäudelabels vorgestellt.

2.3.1 MINERGIE (Schweiz)

Das führende Gebäudelabel der Schweiz wird durch den privaten Verein MINERGIE vergeben²⁶. Zu MINERGIE gibt es in der Schweiz keine relevante lokale Alternative.

Der MINERGIE-Standard wurde bereits Anfang der 90er Jahre etabliert, also deutlich vor der eigentlichen Intensivierung der Nachhaltigkeitsdiskussion. Er gehört damit zu den „early movers“ in der Immobilienbranche. Die Schweiz, bekannt für ihr Interesse an technologischen Entwicklungen und auch für ihr solides Bauen, zeigte offensichtlich schon früh ein klares Interesse auch an nachhaltigem Bauen, denn MINERGIE kann heute insgesamt bereits auf 8951 zertifizierte Gebäude schauen, wovon jedoch lediglich 412 auf Bürogebäude fallen²⁷.

Der Verein MINERGIE vergibt für Neubauten und Umbauten die Qualitätslabels „MINERGIE®“, das am weitesten verbreitete, sowie die Nischenlabel „MINERGIE-P®“, „MINERGIE-ECO®“ und „MINERGIE-P-ECO®“. Während beim Standardprodukt MINERGIE ein hoher Komfort für den Nutzer und eine langfristige Wertsicherung bei gleichzeitig tiefem Betriebsaufwand im Vordergrund der Betrachtungen steht, kommen bei den anderen drei Produkten verstärkt gesundheitliche und ökologische Aspekte hinzu. MINERGIE basiert auf dem SIA-380/1-Standard des Schweizerischen Ingenieur- und Architektenvereins (SIA), welcher das Schweizer Normenwerk für Bauwesen betreut. Die Norm bezweckt einen „massvollen und wirtschaftlichen Einsatz von Energie für Raumheizung und Warmwasser im Hochbau“. MINERGIE geht mit seinen Auflagen in dieselbe Richtung, aber noch einen deutlichen Schritt weiter. Als Mass für die Bewertung gilt der Energiebedarf pro Quadratmeter beheizter Arbeitsfläche.

²⁶ Vgl. Bächli (1999), S. 122.

²⁷ Vgl. <http://www.minergie.ch>, Stand am 08.08.2008.

MINERGIE kennt grundsätzlich die folgenden Anforderungen für Bürogebäude²⁸:

- Primäranforderungen an die Gebäudehülle zur Sicherung einer nachhaltigen Bauweise
- Lüfterneuerung mittels einer Komfortlüftung
- MINERGIE®-Grenzwerte der Energiekennzahl
- Nachweis über den thermischen Komfort im Sommer
- Zusatzanforderungen für Bürogebäude betreffend Beleuchtung, gewerbliche Kälte- und Wärmeerzeugung
- Mehrinvestitionen gegenüber konventionellen Vergleichsobjekten von maximal 10%, wobei grundsätzlich keine Mehrkosten entstehen sollen wenn MINERGIE von Anfang an in die Planung miteinbezogen wird²⁹.

Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Ausgestaltung der vier bestehenden MINERGIE-Gebäudelabels sowie deren zusätzlichen Anforderungen:

„MINERGIE®“ (seit 1998)	Erstes Label auf dem Schweizer Immobilienmarkt. Die Anforderungen betreffen die Gebäudehülle, die Lüfterneuerung mittels einer Komfortlüftung, Grenzwerte der Energiekennzahl, thermischen Komfort, Zusatzanforderungen, für Bürogebäude betreffend Beleuchtung, gewerbliche Kälte- und Wärmeerzeugung. Dabei dürfen die Mehrinvestitionen gegenüber konventionellen Vergleichsobjekten maximal 10%, betragen.
„MINERGIE-P®“ (seit 2002)	Die Anforderungen für das Minergie-P-Label sind strenger als diejenigen des Minergie-Labels. Es geht dabei um Passivhäuser, d.h. Gebäude, die praktisch ohne aktive Heizquellen auskommen. Die passive Nutzung der Solarenergie sowie die konsequente Vermeidung von Wärmeverlusten durch Isolation reichen weitgehend aus, um ein angenehmes Raumklima zu schaffen.
„MINERGIE-ECO®“ (seit 2006)	Eine Ergänzung zum MINERGIE-Standard mit starker Gewichtung der Aspekte der Gesundheit und der Bauökologie.
„MINERGIE-P-ECO®“ (seit 2007)	Eine Kombination aus MINERGIE-P und MINERGIE-ECO. Also einerseits mit Passivhauscharakter sowie andererseits dem erweiterten MINERGIE-Standard mit Anforderungen gesunder und ökologischer Bauweisen.

Abb. 3: Überblick über die verschiedenen MINERGIE-Standards

²⁸ Vgl. <http://www.minergie.ch/index.php?standards-1>, Stand am 06.07.2008.

²⁹ Vgl. o.V. (2008), S. 9.

Ein MINERGIE-Gebäudelabel kann man über zwei Vorgehensweisen erhalten, wobei jeweils die vorgegebenen Grenzwerte eingehalten werden müssen. Man erbringt einen Systemnachweis nach Norm SIA 380/1. Dieser ist für alle Gebäudekategorien anwendbar. Der Nachweis erfolgt auf dem Schriftweg mittels eines auf der MINERGIE-Website herunterzuladenden MINERGIE®-Nachweisformulars. Eine Kontrolle der gemachten Angaben erfolgt stichprobenweise. Beim zweiten Weg werden eine oder mehrere der von MINERGIE für die Planung und Realisierung einzelner Gebäudekategorien bereitgestellten Standardlösungen appliziert. Dies erlaubt anschliessend ein noch weiter vereinfachtes Nachweisverfahren.

Einige Kantone und Gemeinden unterstützen Modernisierungen und Neubauten nach MINERGIE-Standards. Vielfach werden die Zertifizierungskosten von der öffentlichen Hand übernommen³⁰, einige Kantone und Gemeinden leisten auch Förderbeiträge für MINERGIE-Projekte³¹.

Wie zuvor beschrieben, ist MINERGIE ein fest etabliertes nationales Label. MINERGIE hat kürzlich auf Basis dieser Plattform einen Schritt hin zur Internationalisierung getan. Ende 2006 gründete MINERGIE in Frankreich eine Zweigstelle. Auch wenn es im Nachbarland Frankreich einen eigenen Standard (HQE) gibt, ist man offensichtlich zum Schluss gekommen, dass MINERGIE dort ausreichende Chancen zur Etablierung des MINERGIE-Standards hat. Gemäss MINERGIE-Informationen zeigen sich weitere Länder interessiert³². Auf speziellen Wunsch hin wurden auch in der Vergangenheit schon Gebäude im Ausland von der Schweiz aus nach MINERGIE-Standards zertifiziert. Die Anzahl hält sich allerdings mit insgesamt ca. 84 Objekten wovon lediglich zwei auf Bürogebäude fallen bis dato im Rahmen³³.

2.3.2 DGNB (Deutschland)

Deutschland ist ein Kuriosum in der Gebäudelabel-Landschaft. Obschon ein wie die Schweiz für sein solides Bauwesen bekannter und geschätzter Markt, kamen doch erst

³⁰ Vgl. <http://www.e-kantone.ch>, Stand am 08.07.2008.

³¹ Vgl. o.V. (2008), S. 44.

³² Vgl. o.V. (2008) S. 24.

³³ Vgl. <http://www.minergie.ch/index.php?service-bsp>, Stand am 08.08.2008. FL: 33 Objekte, davon 2 Büro; FR: 46 Objekte, keine Bürogebäude; I: 2 Wohngebäude; D: 1 Schule.

im Jahr 2007 auch in Deutschland Bestrebungen auf, ein Gebäudelabel mit Anspruch auf nationale Relevanz zu etablieren. Ein Gruppe von Architekten, Ingenieuren, Wissenschaftlern, Vertretern der Bauindustrie und Immobilieninvestoren gründeten die Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)³⁴, welche gemeinsam mit dem Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) ein Nachhaltigkeits-Gütesiegel für Gebäude entwickelt hat. Dieses neue Gebäudelabel namens „Deutsches Gütesiegel Nachhaltiges Bauen“ stellt auf folgende Punkte der Nachhaltigkeit ab:

- Ökologische Aspekte: Schonung von Ressourcen sowie Schutz der natürlichen Umwelt. Hier geht es unter anderem um den Bedarf an Primärenergie und Trinkwasser, um CO₂ sowie Schad- und Risikostoffe, mit denen ein Bauwerk die Umwelt belastet
- Ökonomische Aspekte: transparente Offenlegung der Lebenszykluskosten, insbesondere Betriebs-, Reinigungs- und Instandhaltungskosten der Gebäude
- Soziokulturelle Aspekte: Nutzerkomfort und Arbeitsgesundheit
- Technik: Erfassung des baulichen Zustands eines Gebäudes, wie reinigungs-, instandhaltungs- und reparaturfreundlich die eingesetzten Materialien und die Baukonstruktion sind oder welche bauphysikalischen Eigenschaften die Gebäudehülle besitzt
- Prozessqualität: Betrachtung der Konzeption und Realisierung des Gebäudes; dabei wird z.B. auch untersucht, ob und ab wann die beteiligten Fachdisziplinen und Behörden in den Planungsprozess einbezogen werden
- Standortqualität: Betrachtung der positiven Wirkung für Umwelt und Gesellschaft, wie die Anbindung an den öffentlichen Personalverkehr

Diese Kategorien werden von der DGNB noch in messbare Anforderungen übersetzt, um die Gebäudequalität objektiv darstellen zu können³⁵.

Jeder einzelne Punkt erhält eine Note von eins bis sechs nach dem deutschen Schulnotensystem. Aus den Einzelnoten pro Kategorie wird ein

³⁴ Vgl. <http://www.positivlisten.info>, Stand am 13.07.2008.

³⁵ Vgl. http://www.dgnb.de/de/_infoboxen/01_news.php?we_objectID=285, Stand am 13.07.2008.

Gesamtnotendurchschnitt gebildet. Je nach erreichter Gesamtnote³⁶ erhält das zertifizierte Gebäude sodann eine Plakette in den Qualitäten „Gold“, „Silber“ oder „Bronze“.

Wie bereits erwähnt, ist dieses Zertifizierungssystem noch sehr jung. Es wird der Öffentlichkeit erst seit dem Sommer 2008 an verschiedenen Anlässen der Immobilienbranche (z.B. auf dem Tag der Deutschen Bauindustrie in Berlin, im Rahmen des Internationalen Kongresses „Consence“ und an der Fachausstellung auf der Neuen Messe Stuttgart) vorgestellt. Eine Testphase soll im zweiten Halbjahr 2008 starten. Nach dieser Testphase sollen die ersten Gebäude zertifiziert werden. Die Markteinführung des fertigen Systems ist für Anfang 2009 vorgesehen, wobei vorerst neue Büro- und Verwaltungsgebäude im Mittelpunkt stehen werden³⁷.

2.4 Gebäudelabels mit internationaler Relevanz

Im Folgenden werden aufgrund ihrer internationalen Relevanz zwei Gebäudelabels aus Grossbritanniens und den USA vorgestellt, da sie für die beiden hier betrachteten Länder Schweiz und Deutschland relevant sind.

2.4.1 BREEAM (Grossbritannien)

In Grossbritannien und auch international ist BREEAM das führende Gebäudelabel. Entstanden ist BREEAM im Jahr 1990, initiiert vom Building Research Establishment Ltd. von England (BRE), von der Firma Ecd Energy and Environment Ltd. und von weiteren Partnern dieser Organisationen aus der Immobilienbranche.

BREEAM ist die international am breitesten bekannte Methode zur Bewertung der Umweltauswirkungen von Bauaktivitäten³⁸. 2005 erhielt BREEAM bei der Tokio World Sustainable Building Conference die Auszeichnung „Best Program“ und wurde

³⁶ Die genaue Notenskala ist noch nicht definiert.

³⁷ Vgl. <http://www.dgnb.de>, Stand am 10.07.2008.

³⁸ Vgl. Friedemann/Barthauer (2008), S. 4; wonach die meisten angloamerikanischen Systeme Abwandlungen des BREEAM-Systems sind.

als das weltweit am erfolgreichsten angewendete Programm zur Förderung nachhaltiger Verfahren und Einflussnahme auf anderer Initiativen bestätigt.

Bei Gründung war der Fokus von BREEAM zunächst auf Büro- und Wohngebäude gerichtet. Inzwischen werden zahlreiche weitere Immobilienarten (Warenhäuser, Supermärkte, Schulen, Spitäler Industriegebäude und Wohnhäuser) abgedeckt. BREEAM bewertet die umweltrelevante Gesamtleistung eines Gebäudes, von der Planung über die Ausführung bis hin zur Nutzung. Dabei sind für Büroimmobilien folgende Punkte bewertungsrelevant³⁹:

- Management: Prüfung allgemeiner Abläufe/Geschäftsprozesse
- Gesundheit und Komfort: innen- und aussenräumliche Aspekte
- Energie: Betriebsenergieverbrauch und CO₂-Emission
- Transport: v.a. Erreichbarkeit durch den öffentlichen Nahverkehr
- Wasser: verbrauchs- und verlustbezogene Gesichtspunkte
- Materialien: ökologische Einflüsse der verwendeten Materialien
- Grundstücksökologie: Gesichtspunkte des ökologischen Grundstückswertes
- Umweltverschmutzung: Gesichtspunkte der Luft- und Wasserverschmutzung

Die Bewertung erfolgt nach einem einfach nachvollziehbaren und vordefinierten Punktesystem für verschiedene Kriterien auf globaler, lokaler und Innenraum-Ebene. Diese drei Bewertungsebenen werden einerseits auf das Gebäude selbst und andererseits auf ihre Planung und ihr Management angewandt. Je besser die ökologische Performance des Gebäudes beurteilt wird, desto mehr Punkte werden auf die einzelnen Bereiche vergeben. Die maximale Punkteanzahl beträgt 100 und ist entscheidend für die Gesamtbewertung und den Erhalt eines Zertifikats in: „excellent“ (70 Punkte), „very good“ (55 Punkte), „good“ (40 Punkte), „pass“ (25 Punkte).

Die Zertifizierung und Qualitätskontrolle erfolgt durch BRE in Form eines schriftlichen Berichts, der von registrierten, unabhängigen Gutachtern verfasst wird⁴⁰.

³⁹ Vgl. <http://www.breeam.org>; Stand am 10.07.2008.

⁴⁰ Vgl. <http://www.bre.co.uk>, Stand am 06.07.2008.

Für internationale Zertifizierungen gelten die Bestimmungen des BREEAM International. Dabei lässt sich das auf BREEAM basierende System speziell an regionale und lokale Rahmenbedingungen anpassen.

Bisher wurden insgesamt ca. 110'808 Gebäude nach BREEAM zertifiziert wovon 1'358 im Ausland zertifiziert wurden⁴¹. Zertifizierungen ausserhalb von Grossbritannien fanden bereits in den Ländern Abu Dhabi, Algerien, Dubai, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Italien, Luxemburg, Philippinen, Polen, Qatar, Rumänien Schweden, Türkei und in den USA statt⁴². Dies unterstreicht die globale Führungsrolle von BREEAM.

2.4.2 LEED (USA)

Das LEED Green Building Rating System (Leadership in Energy and Environmental Design) ist das erste amerikanische Bewertungssystem des Green Building Councils (USGBC). Es ist ein freiwilliger nationaler Standard, basierend auf einer allgemeinen Abstimmung, welcher bereits beim Gebäudeentwurf ansetzt. 1995 wurde mit der Erarbeitung des Systems begonnen. Es dauerte allerdings fünf Jahre, bis es in einem ausgereiften Zustand auf den Markt kam. Ein LEED-Rating kann man für Geschäfts- und Verwaltungsgebäude, für grossvolumige Wohnbauten, sowie – in der Praxis der häufigste Fall – für Bürogebäude, Schulen und Universitätsgebäude erhalten. Dabei können sowohl neue wie auch bestehende Gebäude zertifiziert werden.

LEED wurde auf Basis von BREEAM entwickelt⁴³. Die Ziele von LEED sind:

- Mit einem herkömmlichen standardisierten Bewertungssystem die Nachhaltigkeit zu definieren
- Für integrierte, ganzheitliche Entwurfspraktiken zu werben
- Die ökologische Führungsrolle der Bauindustrie widerzuspiegeln
- Den Wettbewerb im nachhaltigen Bauen anzuregen

⁴¹ Vgl. Saunders (2008), S. 10, Stand vom Februar 2008.

⁴² Vgl. http://www.breeam.org/filelibrary/BREEAM_International_FAQ_v04.pdf, Stand am 02.08.2008.

⁴³ Vgl. Braune/Sedlbauer (2007), S. 8.

- Das Bewusstsein der Konsumenten im Bezug auf den Nutzen nachhaltiger Gebäude zu erhöhen und um den Markt Richtung Nachhaltigkeit zu verändern

Bei einer LEED-Zertifizierung werden die Umweltauswirkungen eines Gebäudes über den gesamten Lebenszyklus hinweg bewertet. Als Basis für die Zertifizierung gilt ein Kriterienkatalog mit folgenden Punkten:

- Nachhaltige Landschaftsplanung: bezieht sich auf Grösse, Standort sowie die Auswirkungen des Gebäudes auf seine Umgebung
- Effizienter Wasserhaushalt: im Mittelpunkt steht der sparsame Wasserverbrauch innen und aussen
- Energieeffizienz und Atmosphärenschutz: der detaillierteste Teil der Bewertung, welcher die Installation, Nachprüfung und Überwachung von Heiz- und Kühlsystemen, die Beleuchtung und andere Ausstattung umfasst sowie die Nutzung von erneuerbaren Energien berücksichtigt (Reduktion von Emissionen)
- Schonender Material- und Ressourceneinsatz: skizziert umweltfreundliche Strategien für die Nutzung von lokalen, erneuerbaren und wiedergewonnenen Materialien, um so den Gebrauch zu reduzieren und Recycling zu fördern
- Verbesserung der Raumlufthqualität: prüft die Minimierung von schädlichen Gasen im Gebäude, integriert auch Tageslicht und frische Luft in seine Betrachtung
- Verbesserter Planungs- und Bauprozess
- Innovation und Designprozess: eine optionale Bewertungskategorie, die es erlaubt, exemplarische Leistungen für neue und effiziente Techniken zuzuerkennen

In jedem der obigen Bereiche kann eine bestimmte Anzahl Punkte erreicht werden. Die Summe aller erreichten Punkte entscheidet, auf welchem Niveau das Gebäude zertifiziert wird. Der Bauherr erhält für sein Gebäude eine Plakette als Auszeichnung in den Rängen: „platinum“, (52 von möglichen 100 Punkten), „gold“, (39 Punkte), „silver“ (33 Punkte), „certified“ (26 Punkte)⁴⁴.

⁴⁴ Vgl. <http://www.usgbc.org/leed/>, Stand am 06.06.2008.

Wenn auch die LEED-Richtlinien von allen 50 Staaten der USA übernommen wurden, so wurden sie bis dato am häufigsten im für sein Umweltbewusstsein bekanntes Kalifornien angewandt. Die Gesamtzahl aller zertifizierten Einheiten ist für ein Land wie die USA nicht beeindruckend: Seit dem Beginn im Jahr 2000 wurden etwas über 1'800 Projekte zertifiziert, wobei lediglich 540 davon im eigenen Land zertifiziert wurden⁴⁵. Dies ist wohl ein Spiegelbild des Umstands, dass Energieeffizienz in den USA bis vor ganz kurzer Zeit eine sehr geringe Rolle spielte.

LEED gilt nicht als besonders anspruchsvoller Bewertungsstandard. Von Kritikern des Standards werden Beispiele erwähnt wie z.B. vollverglaste Hochhäuser, die eine erfolgreiche Nachhaltigkeitsbewertung erhielten, diese aber nach ansonsten verbreiteten Grundsätzen nicht verdient hätten.





				
Bezeichnung (Land)	MINERGIE (Schweiz)	DGNB (Deutschland)	BREEAM (Grossbritannien)	LEED (USA)
Gründung	1998	2008	1990	2000
Prüfungsschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gebäudehülle ➤ Lüfterneuerung mittels Komfortlüftung ➤ Energie ➤ Thermischer Komfort ➤ Beleuchtung, gewerbliche Kälte- und Wärmeerzeugung 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ökologie ➤ Ökonomie ➤ Soziokultur ➤ Technik ➤ Prozessqualität ➤ Standortqualität 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Management ➤ Gesundheit und Komfort ➤ Energie ➤ Transport ➤ Wasser ➤ Materialien ➤ Grundstücksökologie ➤ Umweltverschmutzung 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nachhaltige Landschaftsplanung ➤ Wasserhaushalt ➤ Energie und Atmosphäre ➤ Materialien und Ressourcen ➤ Raumluftqualität ➤ Planungs- und Bauprozess ➤ Innovation und Design
Anzahl zertifizierte Gebäude	8'951	0	110'808	1'823
Inland	8'867	k.A.	109'450	540
Ausland	84	k.A.	1'358	1'283
Zertifizierungskosten	ca. CHF 5000.-	k.A.	CHF 1'500-3'200.-	CHF 2'500-25'000

Abb. 4: Gebäudelabels im Vergleich

2.5 Die wesentlichen Interessengruppen für Büroimmobilien

Bei der Identifikation der Erfolgsfaktoren von Labels für die Vermarktung von Bürogebäuden stellt sich zunächst die Frage, an welche Interessensgruppen sich die Gebäudelabels wenden und welche Ziele diese dabei verfolgen.

⁴⁵Vgl. Saunders (2008), S. 10, Stand vom 8.2.2008.

Dabei werden hier drei wesentliche Akteure gesehen:

- Der **Entwickler**, der die Rolle des eigentlichen Bauherren hat. Er initiiert das Projekt, überwacht die Planungs- und Bauphase und vermarktet die Fläche⁴⁶ (sog. Trade-Developer). Somit steht dieser auf der Anbieterseite. In der vorliegenden Arbeit ist der Fokus auf den betriebswirtschaftlich orientierten Projektentwickler gerichtet, welcher Standort, Projektidee und Kapital so miteinander vereint, dass einzelwirtschaftlich wettbewerbsfähige Immobilienobjekte geschaffen und dauerhaft rentabel genutzt werden können⁴⁷.

Das oberste Ziel der Entwickler ist ein möglichst hoher Wertschöpfungsgewinn zu erreichen⁴⁸. Dieser ergibt sich aus der Differenz zwischen Verkaufspreis und Projektentwicklungskosten. Der Verkaufspreis bei Renditeobjekten orientiert sich in der Regel am Ertragswert, der typischerweise ein Multiples der Jahresmieteinnahmen darstellt. Die Höhe des Projektentwicklungsgewinns wird einerseits durch die Marktverhältnisse sowie andererseits durch die Projektgrösse und durch die Projektkosten bestimmt⁴⁹. Umgekehrt ausgedrückt sind die Ziele des Projektentwicklers die Risikominimierung, insbesondere die Bau-, Kosten-, Zeit- und Vermarktungsrisiken.

- Der **Investor** oder auch Anleger wird durch den Kauf Eigentümer der Büroimmobilie, der in der Regel an dritte Parteien vermietet ist. Der Investor steht im Markt auf der Nachfragerseite und wird in drei Gruppen geteilt: Private Investoren, Unternehmen, deren Geschäftszweck ausserhalb der Immobilienwirtschaft liegt, sowie institutionelle Investoren wie Pensionskassen, Immobilienfonds oder Immobiliengesellschaften⁵⁰.

Die Büroimmobilie stellt für den Investor eine Kapitalanlage dar, für die er den besten Mix aus Rendite und der Sicherheit derselben sucht. Das Verhältnis aus

⁴⁶ Vgl. Schulte/Schäfers/Hoberg/Homann/Sotelo/Vogler (2000), S. 39.

⁴⁷ Vgl. Ertle-Straub (2002), S.42.

⁴⁸ Vgl. Schulte/Schäfers/Hoberg/Homann/Sotelo/Vogler (2000), S. 39.

⁴⁹ Vgl. Ertle-Straub (2002), S.47.

⁵⁰ Vgl. Kavalirek (2003), S. 352.

Jahresmieteinnahmen und eingesetztem Kapital ergibt die Objekt-Rendite⁵¹. Die Sicherheit kann auch als Risikominimierung von zukünftigen Ereignissen im Markt beschrieben werden. Je nach Art des Investors sind die Anforderungen an den Sicherheitsgrad unterschiedlich. Aufgrund des hohen Kapitaleinsatzes und der langfristigen Kapitalbindung in der Immobilienbranche, ist ein gewisses Mass an Sicherheit für jeden Investor von Interesse. Zuguterletzt gibt es noch die Dimension Liquidität für den Investor, die sich aus der Wiederverkaufbarkeit der Liegenschaft ergibt. Ist diese hoch, kann der Investor einfacher und schneller aus seinem Immobilieninvestment wieder aussteigen.

- Der **Mieter** oder Nutzer hat für die Zielerreichung von Projektentwicklern und Investoren die entscheidende Rolle inne. Mieter sind sehr unterschiedlich. Ihre Bandbreite erstreckt sich von Ärzten, Rechtsanwälten, Architekten, Wirtschaftsprüfern, Banken bis hin zu öffentlichen Verwaltungseinrichtungen, Versicherungen und sonstigen Dienstleistungs- und Industrieunternehmen⁵².

Neben den klassischen Zielen von Büromietern wie Optimierung des Betriebsstandorts, Flexibilität und Liquidität möchte dieser auch sicher gehen, dass er die richtige Immobilie anmietet sowie gegenüber seinen Mitarbeitern, Besuchern, der Aussenwelt aus Imagegründen zeigen will, dass er sich für Nachhaltigkeit einsetzt.

Der Investor hat dabei starke Anreize, sich an den Zielen des Nutzers auszurichten. Der Entwickler wiederum möchte die Ziele von sowohl dem Nutzer, wie auch die des Investors, der sich wiederum ja schon die des Nutzers zu eigen zu machen hat, berücksichtigen⁵³. Im Zentrum steht also der Nutzer, denn er ist der Schlüssel zu wirtschaftlichem Erfolg mit einer Büroimmobilie. Denn von zentraler Bedeutung für eine Büroimmobilie ist ihre Vermietbarkeit als Basis für das Erzielen einer Rendite. Büroimmobilien müssen so ausgelegt sein, dass ein möglichst breiter Markt an potenziellen Mietern angesprochen wird und diese bereit sind, einen möglichst hohen Mietzins zu zahlen. Dass dies gelingt, hängt von einer Reihe von Faktoren ab. Für

⁵¹ Vgl. Lammel (2002), S. 749

⁵² Vgl. Ertle-Straub (2002), S. 45 f.

⁵³ Vgl. Schulte/Schäfers/Hoberg/Homann/Sotelo/Vogler (2000), S. 158.

Immobilien allgemein gilt, dass ihr wichtigstes Attribut die Lage ist. Für Bürogebäude ist eine gute Adresse dabei von ganz besonderer Bedeutung⁵⁴. Wichtig sind auch eine gute Erschliessung an öffentliche Verkehrsmittel, ausreichend Parkplätze für Bürobewohner und Besucher. Eine hohe Flächeneffizienz, geringe Nebenkosten in der Nutzungsphase, flexible Grundrisse⁵⁵ z.B. durch eine leicht veränderbare Raumgestaltung stellen weitere, allgemein anerkannte Erfolgsfaktoren einer Büroimmobilie dar⁵⁶.

Wie zuvor erwähnt, bedingt sich die Zielerreichung der drei zuvor definierten Interessensgruppen. Auch wenn einzelfallweise und kurzfristig sicherlich auch ein Vorteil auf Kosten einer der anderen Parteien zu erzielen wäre, systematisch und langfristig lassen sich die eigenen Ziele nur gemeinsam mit der gleichzeitigen Zielerreichung der anderen Interessensgruppen erreichen. Die nachstehend aufgestellten Erfolgsfaktoren im Sinne dieser Arbeit sollen darum gemeinsame und besondere Attribute des Gebäudelabels darstellen, die einen wahrgenommenen Anteil am Kundennutzen liefern und der zertifizierten Büroimmobilie dazu dienen, sich auf dem Markt und gegenüber Wettbewerbern langfristig zu behaupten und den Interessensgruppen damit erlauben, die angestrebten Ziele bestmöglich zu erreichen.

⁵⁴ Wie Umfeld mit gehobenem Image, Nahversorgung in unmittelbarer Nachbarschaft; vgl. Schulte (2005), S. 444.

⁵⁵ Vgl. Schulte (2005), S. 458 f.

⁵⁶ Vgl. Falk (1997), S. 246; Dröge (2001), S. 122.

3 Erfolgsfaktoren der Gebäudelabels für Büroimmobilien

Gebäudelabels dokumentieren, dass eine Immobilie über verschiedene Eigenschaften verfügt und bei abgestuften Zertifizierungen, zu welchem Grad dies der Fall ist. Welche Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von Büroimmobilien sind es, die Gebäudelabels transportieren sollen? Und welche dieser Erfolgsfaktoren werden von den Marktteilnehmern als wichtig und welche als weniger wichtig empfunden?

Um diese Fragen zu erörtern, wurde auf Basis der bisherigen Erkenntnisse über Gebäudelabels und Interessensgruppen von Büroimmobilien Erfolgsfaktoren definiert. Dabei wurden insbesondere die selbst von den zertifizierenden Institutionen postulierten Eigenschaften der Gebäudelabels berücksichtigt⁵⁷, um ihre Relevanz und Wichtigkeit bei den Befragten zu prüfen.

Die Erfolgsfaktoren wurden in drei Kategorien eingeteilt: Erfolgsfaktoren zur Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekten, solche bezüglich der Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses und welche, die im Zusammenhang mit der Informationstransfer- und Marketingfunktion von Gebäudelabels stehen.

3.1 Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekten

Hier geht es um die Frage, welche inhaltlichen Aspekte für ein Label im Kontext der Nachhaltigkeit abgedeckt werden. In diesem Falle gibt das Gebäudelabel verschiedenste Informationen wie geringe Lebenszykluskosten, zukunftsorientiertes Bauen, Interesse am neuesten Stand der Technik, hochwertiges Arbeitsumfeld, Sensibilität für den

⁵⁷ Vgl. Für MINERGIE: <http://www.minergie.ch>, insb. <http://www.minergie.ch/index.php?service-1.1>, Broschüre „Minergie – Das Qualitätslabel“, Seite 2-4.
Für DGNB: <http://www.dgnb.de>, insb. http://www.dgnb.de/fileadmin/downloads/dgnb_image.pdf, Seite 2.
Für BREEAM: <http://www.breeam.org>, insb. <http://www.breeam.org/page.jsp?id=66> und <http://www.breeam.org/page.jsp?id=31>.
Für LEED: <http://www.usgbc.org>, insb. <http://www.usgbc.org/DisplayPage.aspx?CMSPageID=64>.
Alle jeweils Stand am 10.07.2008.

Klimaschutz sowie Flächeneffizienz. Diese übermittelten Informationen sollen nachstehend erläutert werden.

➤ **Geringere Lebenszykluskosten**

Die Kosten einer Immobilie über den gesamten Lebenszyklus⁵⁸ derselben gesehen bestehen aus den Kosten der Projektentwicklung, den Erstellungskosten, den Nutzungskosten sowie den Kosten für die Verwertung. Die höchsten Kosten, mit ca. 80% der Gesamtkosten, fallen in der Regel in der Nutzungsphase an. Allein die Hälfte davon wiederum sind Energiekosten. Energieeffiziente Gebäude minimieren das Risiko des hohen Energieverbrauchs und damit hoher Kosten in der Nutzungsphase.

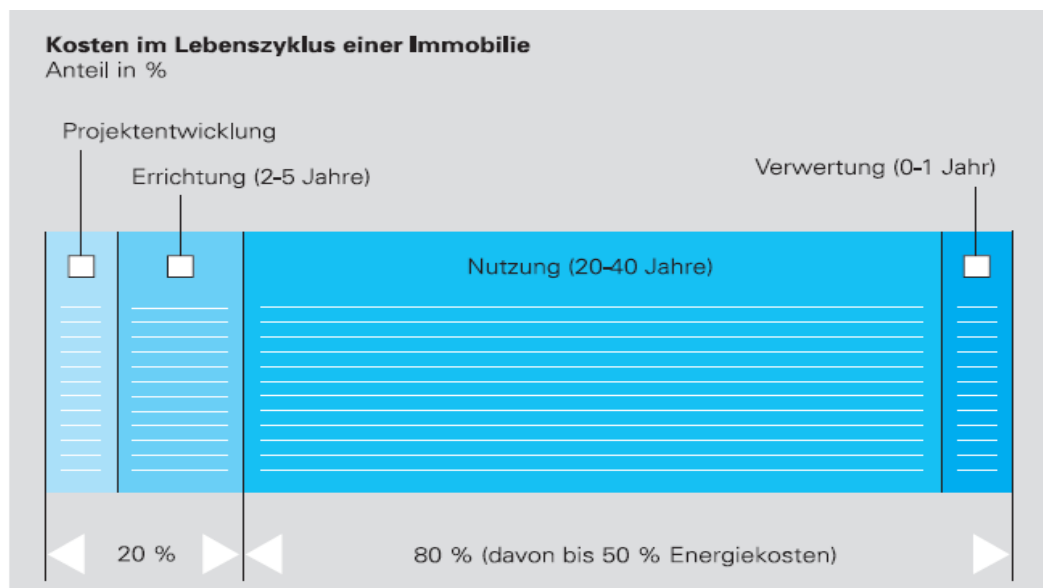


Abb. 5: Kosten im Lebenszyklus einer Immobilie
Quelle: FTD / jst, Deutsche Energieagentur

Die Höhe der Nutzungskosten wird zu einem grossen Teil bereits in den frühesten Planungsphasen festgelegt. Im späteren Nutzungszeitraum des Gebäudes können die Kosten für den Betrieb nur geringfügig oder nur mit grossem Aufwand für Veränderungen konstruktiver Art beeinflusst werden⁵⁹.

Deshalb sollten die Betriebskosten bereits in der Planungsphase miteinbezogen werden. Dies kann bedeuten, dass die Baukosten erhöht werden, dafür aber die

⁵⁸ Vgl. Espinoza (2004), S. 4.

⁵⁹ Vgl. Lammel (2002), S. 764.

langjährigen und schwer ins Gewicht fallenden Betriebskosten markant gesenkt werden um in der Schlussbilanz auf tiefere Gesamtkosten zu gelangen.

Dieser Punkt ist einerseits für den Projektentwickler relevant, der das Bürogebäude voll vermieten möchte und der Nutzer, derjenige ist, der diese Nebenkosten letztlich tragen muss. Das Kostenbewusstsein auf Mieterseite nimmt ständig zu und die Vermietbarkeit einer Immobilie ist heute zu einem wesentlichen Teil von den Nebenkosten abhängig⁶⁰. Damit ist auch der Nutzer daran interessiert, dass die Betriebskosten möglichst tief gehalten werden. Der Investor kann, wie bereits dargestellt, die Nebenkosten auf den Mieter abwälzen. Dennoch hat auch dieser ein Interesse daran Leerstände, die sich negativ auf seine Rendite auswirken würden, möglichst zu vermeiden.

➤ **Zukunftsgerichtetes Bauen**

Zukunftsgerichtetes Bauen zögert den Zeitpunkt der Demodierung einer Immobilie hinaus. Dies ist für den Investor ein zentraler Punkt, denn je schneller eine Immobilie dem aktuellen Stand der Technik nicht mehr standhalten kann, desto früher sind Neuinvestitionen für die Immobilienanlage fällig, was sich wiederum negativ auf die Rendite ausschlägt. Gerade Büroimmobilien sind ständigen Innovationen unterlegen, die Vielzahl der Produktentwicklungen und die Kürze der Produktlebenszyklen verändern die technischen Rahmenbedingungen von Bürogebäuden⁶¹, sodass es durchaus Sinn macht, möglichst in die Zukunft zu bauen. Hinzu kommt, dass heute Mietverträge für Büroimmobilien typischerweise für 10 Jahre unterzeichnet werden⁶², die ökonomische Nutzungsdauer einer Büroimmobilie aber bei 30-40 Jahren liegt⁶³. Somit ist es unerlässlich, sich frühzeitig mit der Drittverwendbarkeit der Bürofläche auseinander zu setzen.

➤ **Interesse am neuesten Stand der Technik**

Ein Gebäudelabel sichert ab, dass der neueste Stand der Technik erreicht wird. Insbesondere private Investoren können einen Reiz an neuer Technik verspüren. Ob und in welcher Weise dieser Faktor auch für den gewerblichen

⁶⁰ Vgl. Lammel (2002), S. 765.

⁶¹ Vgl. Schneider/Gentz (1997), S. 16.

⁶² Vgl. Schneider/Gentz (1997), S. 22.

⁶³ Vgl. Isenhöfer/Väth (2000), S. 143.

Immobilienutzer erstrebenswert ist, gilt herauszufinden. Jedenfalls stellen manche Gebäudelabels nicht nur auf den Effekt ab, sondern verlangen auch die Anwendung gewisser Technologien.

➤ **Bereitstellung eines hochwertigen Arbeitsumfelds für die Mitarbeiter**

Ein hochwertiges Arbeitsumfeld für Mitarbeiter wird häufig auch unter dem Begriff der Nachhaltigkeit subsumiert. Ein Arbeitgeber möchte, dass seine Mitarbeiter möglichst leistungsfähig sind. Er möchte die Arbeitsausfallsquote sowie die Fluktuationsrate minimieren. All dies wirkt sich am Ende auch positiv auf die Produktivität des Unternehmens aus⁶⁴. Damit die Arbeitnehmer sich wohl fühlen, kann die thermische Behaglichkeit, die Luftqualität, die Lichtqualität, die Akustik sowie das Vermeiden von Elektrosmog beim Planen und Bauen von Büroimmobilien berücksichtigt werden.

➤ **Sensibilität für den Klimaschutz**

Klimaschutz ist ein Sammelbegriff für Massnahmen, die der unnatürlichen globalen Erwärmung entgegen wirken und ihre Folgen abmildern oder verhindern sollen. Der gegenwärtige Hauptansatz des Klimaschutzes ist die Verringerung des CO₂-Ausstosses. Dies geschieht durch die Vermeidung des Gebrauchs fossiler Brennstoffe⁶⁵. Stattdessen sollen CO₂-arme oder -freie Energieträger verwendet werden. In der Bauwirtschaft kann dieses Ziel erreicht werden durch eine gute Isolation der Gebäudehülle, durch den zurückhaltenden Einsatz von Klimaanlage, durch wassersparende Massnahmen, sowie durch die Reduzierung des Transportbedarfs. Gebäude, die hier einen hohen Standard erreichen, nennt man Niedrigenergiehäuser oder, im Falle keines von aussen zugeführten Energiebedarfs, Passivhäuser. Bei der Zertifizierung mit einem Gebäudelabel werden diese Aspekte ebenfalls mit bewertet.

➤ **Dokumentation der Flächeneffizienz**

Die Nutzer von Büroimmobilien stehen häufig in einem intensiven Wettbewerb und unterliegen so einem permanenten Effizienz- und Rationalisierungsdruck. Das Anmieten von Büroflächen stellt einen Kostenfaktor dar, den es zu

⁶⁴ Vgl. Thommen (2000), S. 546.

⁶⁵ Vgl. Jochem/Jakob (2004), S. 11.

minimieren gilt. Die effiziente Nutzung der angemieteten Fläche ist dabei ein effizienzsteigernder Hebel. Gebäudelabels stellen darum teilweise auch auf die Flächeneffizienz ab⁶⁶.

3.2 Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses

Unter der Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses sind alle Aspekte zu verstehen, die den Weg hin zur Erlangung eines Gebäudelabels betreffen. Die Standardisierung oder, wie man auch sagt, Institutionalisierung dieses Prozesses ist eine wesentliche Leistung der Gebäudelabels. Wichtig erscheint auf Basis der bisherigen Recherchen dabei die flexible Ausgestaltung von Labels, um sich an verändernde Rahmenbedingungen anpassen zu können, sowie die Schaffung eines zielorientierten Systems. Auch wird regelmässig die Funktion des Gebäudelabels als Planungshilfe hervorgehoben, nicht zuletzt von den Herausgebern der Labels selbst. Und natürlich gehören auch die Kosten der Zertifizierung zum Prozess.

➤ **Flexibilität der Labels**

Gebäudelabels haben sich kontinuierlich an gesellschaftliche, technische und wissenschaftliche Entwicklungen anzupassen. Dadurch wird verhindert, dass z.B. technologische Fortschritte oder neue gesetzliche Rahmenbedingungen dazu führen, dass ein Label an Relevanz verliert und der Zertifizierungsprozess damit wiederholt werden müsste.

➤ **Zielorientiertes System**

Gebäudelabels formulieren die Ziele, beim Weg zum Erreichen derselben lassen sie aber Freiräume, womit die Gestaltungsfreiheit der Planer nicht untergraben wird. Dies bedeutet, dass nach wie vor Bürogebäude in den verschiedensten Ausgestaltungen, je nach Bedarf der Investoren bzw. Mieter erstellt werden können.

➤ **Planungshilfe**

Der Zertifizierungsprozess liefert durch Checklisten und sonstige Vorgaben eine Hilfestellung bei der Planung von nachhaltigen Gebäuden⁶⁷. Dies erlaubt es

⁶⁶ Vgl. Schulte (2005), S. 450 f.

Immobilienentwicklern, Architekten und Bauingenieuren, ihre Konzeptionen gleich so aufzustellen, dass sie die von den Gebäudelabels vorgegebenen Nachhaltigkeitsziele erreichen. Dies führt zu einer deutlich erhöhten Effizienz sowie einer nützlichen Schaffung von Standards.

➤ **Bedeutung der Mehrkosten**

Bei der Erstellung eines zertifizierten Gebäudes entstehen gegenüber einem konventionellen Bau Mehrkosten. Diese resultieren aus Kosten für die Konzeption und für den eigentlichen Bau des Gebäudes, Aufwendungen für notwendige Dokumentationen, sowie die eigentlichen, aber vergleichsweise geringen Zertifizierungskosten. Selbst wenn sich diese Mehrkosten über einen gewissen Zeitraum wieder einspielen sollten, z.B. durch geringere Nebenkosten, ist es wichtig zu erfahren, ob die relevanten Interessensgruppen bereit sind, diese Vorauslagen zu tätigen.

➤ **Vereinheitlichung der Nachhaltigkeitsstandards**

Gebäudelabels stellen teilweise sehr unterschiedliche Anforderungen an den eine Zertifizierung Suchenden. Dieser Umstand verwirrt und kann zu einem Orientierungsverlust führen⁶⁸. Desweiteren wird eine Vergleichbarkeit unter den zertifizierten Gebäuden erschwert. Vor dem Hintergrund immer globaler denkender Wirtschaftseinheiten stellt sich die Frage, ob eine Vereinheitlichung zumindest in Teilen unter den verschiedenen Labels möglich wäre. Denkbar wäre auch eine gegenseitige Anerkennung der verschiedenen Gebäudelabels im Sinne eines „Club“ Gedankens. Gehört ein Label dazu, weiss man, dass es gewisse Anforderungen erfüllt, selbst wenn man nicht dieses, sondern ein anderes zugehöriges kennt.

3.3 Informationstransfer- und Marketingfunktion

Ein Gebäudelabel sendet Botschaften, wie eine Marke für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Diese können rein sachlich-inhaltlicher Natur sein, oder auch dem

⁶⁷ Vgl. Espinoza (2004), S. 4.

⁶⁸ Vgl. Beschorner/Behrens (2007), S. 59.

Bewerben einer Immobilie dienen. Dazu gehört die Vermittlung eines positiven Images, die bessere Kommunikation durch Schaffung einer allgemeingültigen Sprache, die Erhöhung und Erhalt des Immobilienwertes, der Erhalt von finanziellen Beiträgen, eine höhere Renditesicherheit, die Steigerung der Attraktivität für ausländische Investoren sowie die Steigerung der Chancen bei Verkauf und Vermietung der Büroimmobilie.

➤ **Vermittlung eines positiven Images**

Image bezeichnet die „hervorgerufenen subjektiven Ansichten und Vorstellungen, die sich eine Person über ein Produkt, ein Unternehmen, einen Standort, eine Branche etc. macht“⁶⁹. Das Image kann einen wesentlichen Effekt auf den Geschäftserfolg haben. Es ist eine Chance der Profilierung⁷⁰. Dies gilt auch für den Markt für Büroimmobilien. Durch das Betonen von Nachhaltigkeitsaspekten wird ein positives Image z.B. an potentielle Mieter, an deren Arbeitnehmer und Kunden, was wiederum dem Mieter wichtig ist, oder auch an das Umfeld (z.B. öffentliche Behörden) vermittelt.

➤ **Bessere Kommunikation durch Schaffung einer allgemeingültigen Sprache**

Durch das Label wird ein gemeinsamer sprachlicher Nenner geschaffen, der dadurch die Standardisierung der Gebäude und damit Transparenz und eine gewisse Vergleichbarkeit erreicht⁷¹. Dies wird von allen Interessensgruppen rund um Büroimmobilien geschätzt, weil es beispielweise die Kommunikation zwischen Fachleuten und Nutzern zum Thema erleichtert.

➤ **Erhöhung und Erhalt des Immobilienwertes**

In einer Umgebung, in der sich die Betonung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten immer weiter verstärkt, kann ein Gebäudelabel die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass sich der Wert der Büroimmobilie besser erhält. Sollten andere Gebäude nicht über eine entsprechende Zertifizierung verfügen, kann z.B. im Fall von stark steigenden Energiepreisen sogar eine Wertsteigerung möglich sein.

⁶⁹ Vgl. Bruss/Quade (2007), S. 27.

⁷⁰ Vgl. Herzig (1991), S. 6 f.

⁷¹ Vgl. http://www.dgnb.de/fileadmin/downloads/dgnb_image.pdf, Stand am 10.07.2008.

Auch sollten Umbauten und damit verbundene Renovationsinvestitionen erst später notwendig werden, wenn bereits bei der Planung und Erstellung des Gebäudes auf Nachhaltigkeit geachtet wurde.

➤ **Erhalt von finanziellen Beiträgen**

Wer vorweisen kann, dass er ein nachhaltiges Gebäude erstellt bzw. kauft, kommt teilweise in den Genuss von günstigeren Gebäudeversicherungsprämien, günstigeren Bedingungen bei der Aufnahme einer Hypothek, von Förderbeiträgen der öffentlichen Hand oder von Steuervorteilen⁷².

➤ **Vermittlung einer höheren Renditesicherheit**

Ein Zertifizierungsprozess gibt dem Entwickler und gegebenenfalls in dieser Frühphase schon interessierten Investoren bereits im Planungsstadium die Sicherheit, dass die gewünschte Performance eines Gebäudes bei der Fertigstellung tatsächlich erreicht wird⁷³.

➤ **Steigerung der Attraktivität des nationalen Immobilienmarktes für Investoren aus dem Ausland⁷⁴**

Ein Gebäudelabel hat eine internationale Ausstrahlungskraft und erhöht damit die Attraktivität des nationalen Immobilienmarktes für ausländische Investoren. Durch die Schaffung von Transparenz bezüglich der wesentlichen Projektmerkmale erhält der internationale Investor, der nicht vor Ort ist, mehr Sicherheit über die Eigenschaften einer Immobilie in puncto Nachhaltigkeit.

➤ **Steigerung der Chancen bei Verkauf und Vermietung**

Durch die Schaffung von Transparenz über die wesentlichen Projektmerkmale⁷⁵ dient die Zertifizierung Geschäftspartnern als Orientierung, dies z.B. beim Kauf- oder Mietentscheid im Zusammenhang mit einer Büroimmobilie⁷⁶.

⁷² Vgl. <http://www.e-kantone.ch>; wonach dies zumindest für die Schweiz gilt. In Deutschland wird noch daran gearbeitet; in GB und USA gibt es Steuervorteilsysteme.

⁷³ Vgl. Bruck/Geissler (2002), S. 6.

⁷⁴ Vgl. http://www.dgnb.de/fileadmin/downloads/dgnb_image.pdf, Stand am 10.07.2008.

⁷⁵ Vgl. Bruck/Geissler (2006), S. 6.

⁷⁶ Vgl. http://www.dgnb.de/fileadmin/downloads/dgnb_image.pdf, Stand am 10.07.2008.

4 Empirische Analyse / Befragung

4.1 Grundlagen und Methodik der Befragung

Die vorherigen Kapitel sind das Resultat von Sekundärforschung. Die hier beschriebene Befragung stellt dagegen eine Primärforschung dar, in der neue Informationen durch eigene statistische Erhebungen gewonnen wurden⁷⁷.

Dabei wurden Vertreter der zuvor genannten drei wesentlichen Interessensgruppen – Entwickler, Investor und Mieter⁷⁸ – zum Thema Gebäudelabel telefonisch befragt (sog. Fokusgruppe⁷⁹). Während sich bei den Entwicklern und Investoren leicht kompetente Vertreter ihrer Interessensgruppe finden liessen, ist der Kreis der Mieter unübersichtlich. Die Bandbreite der Nutzer erstreckt sich von Ärzten, Rechtsanwälten, Architekten, Wirtschaftsprüfern, Banken bis hin zu öffentlichen Verwaltungseinrichtungen, Versicherungen und sonstigen Dienstleistungs- und Industrieunternehmen⁸⁰. Die Immobilienbranche – und dort insbesondere das Thema der Nachhaltigkeit und diesbezüglichen Gebäudelabels – ist für diese Mieter zumeist nicht ein wesentliches Tätigkeits- und Kompetenzfeld, so dass ein reiner Fokus direkt auf Mieter eine zu grosse Anzahl von Interviews gebraucht hätte, um verwertbare Aussagen zu erhalten. Es wurden darum stellvertretend Interviews mit Maklern durchgeführt, die darum gebeten wurden, die Mieterperspektive zu beschreiben.

Insgesamt wurden 30 Gespräche, je hälftig in der Schweiz und in Deutschland, geführt⁸¹:

- Telefonische Interviews mit zehn Projektentwicklern wie Projektgesellschaften, Planer und Architekten
- Telefonische Interviews mit zehn Investoren wie Pensionskassen, Versicherungen und Banken

⁷⁷ Vgl. Falk (1997), S. 63.

⁷⁸ Vgl. auch oben, Punkt 2.5.

⁷⁹ Vgl. Pachowsky (2000), S. 137.

⁸⁰ Vgl. Ertle-Straub (2002), S. 45 f.

⁸¹ Vgl. Anhang 2, Seite 55 ff.

- Telefonische Interviews mit vier Unternehmen, die regelmässig als Mieter auftreten, sowie sechs Maklern, die stellvertretend für weitere Mieter befragt wurden

Für alle Akteure wurde der gleiche Fragebogen⁸² verwendet, um einen direkten Vergleich unter den befragten Gruppen zu erlauben⁸³ und um dadurch eine graphische Darstellung, in Anlehnung an der für die Darstellung von Befragungsergebnissen üblichen Polaritätenprofile⁸⁴ erstellen zu können.

4.2 Ergebnisse der Studie

Zunächst muss insgesamt festhalten werden, dass die Befragungsergebnisse ein recht heterogenes Bild zwischen den einzelnen Gesprächspartnern vermitteln. Durchschnittswerte müssen darum mit dem hier angebrachten Vorbehalt interpretiert werden, dass eine Einzelbetrachtung zu einer konkreten Büroimmobilie abweichende Resultate bringen kann. Dies macht es aber nicht unmöglich, allgemeine Relevanzen, Muster und Trends zu identifizieren. So lässt sich z.B. bei einem kurzen ersten Blick aus der später noch im Detail kommentierten Abbildung 9 mit den Ergebnissen der Befragung zu den zuvor beschriebenen Erfolgsfaktoren gut erkennen⁸⁵, dass sich hier nur unwesentliche Unterschiede in der Bewertung zwischen den einzelnen Interessensgruppen ergeben. Klar wird aufgrund der vielen unterschiedlichen Antworten innerhalb der Interessensgruppen aber auch, dass der Meinungsbildungsprozess zu Gebäudelabels in seinen frühen Kinderschuhen steckt. Dennoch lassen sich einige interessante Erkenntnisse aus der Befragung zum heutigen Stand der Entwicklungen und aktuellen Sichtweisen ableiten.

⁸² Vgl. Anhang 1, S. 48.

⁸³ Vgl. Berekoven/Eckert/Ellenrieder (2006), S. 99; Homburg/Krohmer (2006), S. 269.

⁸⁴ Vgl. Ott (1989), S. 96.

⁸⁵ Vgl. S. 36.

4.2.1 Bedeutung der Gebäudelabels

Die Gesprächspartner wurden zunächst gefragt, welche Gebäudelabels, die für Nachhaltigkeit stehen, ihnen bekannt sind.

Die Schweizer Akteure kannten dabei zumindest eine Ausgestaltung von MINERGIE. Viele von ihnen kamen in ihrem Schaffen auch bereits mit der Thematik in Berührung. Hier zeigt sich deutlich, dass die Schweiz mit MINERGIE bereits auf eine zehnjährige Label-Praxis zurückschauen kann. Ausländische Gebäudelabels waren den Befragten in der Schweiz zugleich weitestgehend unbekannt. Nur die grossen Projektentwickler kennen auch den BREEAM- oder LEED-Standard, haben aber eine solche Zertifizierung nie angestrebt. Auch hier findet man die Erklärung wieder im gut etablierten Label MINERGIE. Es lässt wenig Raum für die beiden angelsächsischen Labels mit ihren insgesamt geringeren Ansprüchen an die Gebäude.

Bei den Befragten in Deutschland entstand insgesamt der Eindruck, dass Gebäudelabels dort vergleichsweise ein weniger wichtiges Thema darstellen. Obschon viele der deutschen Immobilienplayer die Diskussion bezüglich der Markteinführung des Deutschen Gütesiegels Nachhaltiges Bauen (DGNB) mitverfolgen, hatten diese noch keine konkreten Berührungen mit zertifizierten Bürogebäuden. Wie auch in der Schweiz kennen diese nur in der grossen Ausnahme internationale Labels, einige wenige kannten das Schweizer Label MINERGIE. Auch hier stellen die Entwickler wieder die Ausnahme dar. Wahrscheinlich in Ermangelung eines existierenden nationalen Labels, befassen sich diese eher mit einem internationalen Label wie BREEAM oder LEED. MINERGIE spielt, selbst wenn man es kennt, in den Überlegungen der befragten deutschen Entwickler keine Rolle. Die Tatsache, dass sich die Diskussion bisher auf BREEAM und LEED fokussierte, heisst aber nicht, dass eine besondere Wertschätzung für diese Labels besteht. Im Gegenteil, man hält den Baustandard in Deutschland bereits jetzt für sehr hoch. Da jedoch in letzter Zeit ein paar erste ausländische Zertifizierungen von Büroimmobilien stattgefunden haben, möchte man sichergehen, dass man nicht einen Zug verpasst.

In einer zweiten Phase der Interviews wurden die Teilnehmer befragt, ob es für sie wichtig sei, dass eine Büroimmobilie nach Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert ist und

wenn ja, welcher Standard an Zertifizierung denn anzustreben sei. Hier ergaben sich keine wesentlichen Unterschiede zwischen der Schweiz und Deutschland, weshalb eine gemeinsame Betrachtung erfolgt. Allerdings lassen sich unterschiedliche Ansichten zwischen den verschiedenen Interessensgruppen ausmachen. Für die Projektentwickler und Planer ist es schon heute wichtig, die Zertifizierung von Büroprojekten zu erwägen. Sie bauen ihre Gebäude für Jahrzehnte. Sind sie einmal fertiggestellt, lässt sich ein angestrebtes Nachhaltigkeitsniveau nur noch mit sehr grossem Aufwand erreichen, was bei entsprechender Planung und beim anschliessenden Bau der Immobilie vergleichsweise günstig zu erreichen ist. Wenn es sich denn finanziell vertreten lässt, strebt man an, möglichst modern zu bauen, um das Risiko einer Demodierung zu minimieren. Dies führt auch dazu, dass diejenigen, die eine Zertifizierung erwägen, jeweils den höchst möglichen Standard erreichen wollen. Aufgrund der langfristigen Lebensdauer von Immobilien sind die Entwickler der Überzeugung, dass die Zertifizierung bald schon ein wichtiges Entscheidungsmerkmal für Investoren, insbesondere aus dem institutionellen Bereich, z.B. Pensionskassen, sein wird. Denn auch Immobilieninvestoren müssen Entwicklungen antizipieren und sich auf Eventualitäten einstellen.

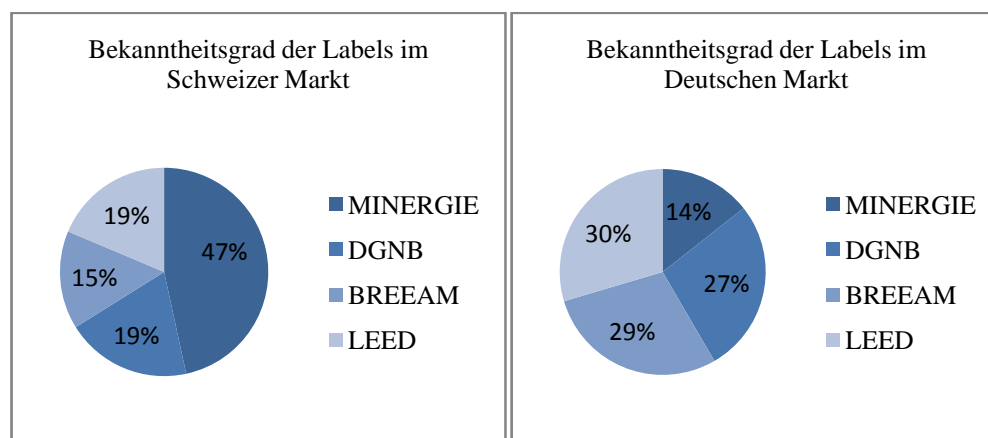


Abb. 6: Bekanntheitsgrad der Labels

Die befragten Investoren selbst waren noch nicht ganz so weit. Sie sahen die Relevanz einer Zertifizierung noch weniger deutlich wie die Entwicklung, sind aber auch der Ansicht, dass Zertifizierungen in Zukunft zunehmend wichtiger werden. Man kann sich diese unterschiedliche Wahrnehmung nur dadurch erklären, dass die Investoren nicht von einem gleich zügigen Gewinn an Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit glauben wie die Entwickler. Investoren, die sich bereits mit einer Zertifizierung

auseinandersetzen, gaben aber auch deutlich zum Ausdruck, dass, wenn man schon ein Gebäudelabel erlangt, es jeweils die höchste Auszeichnungsstufe darstellen sollte.

Die Mieter und Immobilienmakler, die mit der Anmietung von Büroflächen befasst sind, sehen heute die Zertifizierung noch nicht als wesentliches Kriterium zum Entscheid für oder gegen ein Gebäude. Faktoren wie die Lage, die Repräsentationskraft einer Adresse und natürlich die Mietkosten stehen für viele Mietende im Vordergrund. Zum Teil wird eingeräumt, könnte eine Zertifizierung für Mietobjekte von Vorteil sein, die sich an grosse internationale Unternehmen mit Nachhaltigkeitsanspruch richten. Viele dieser Unternehmen haben bereits heute eine dezidierte Unternehmenskommunikation, z.B. auf ihrer Website, zum Thema Nachhaltigkeit und könnten geneigt sein, dies auch durch die von ihnen genutzten Immobilien zu unterstreichen. Dies wird aber ganz klar als die Ausnahme von der Regel dargestellt.

Im dritten Teil der Gespräche wurde mit offener Fragestellung nach Gründen gefragt, die für und gegen eine Zertifizierung von Gebäuden sprechen. Hier waren naturgemäss eher die Entwickler und Investoren engagiert. Aber auch die Mieter waren in den Interviews bereit, das Für und Wider von Zertifizierungen zu beleuchten. Die Frage wurde hier bewusst offen gestellt, um alle möglichen Antworten zu erlauben⁸⁶.

Die meistgenannten Gründe für ein zertifiziertes Bürogebäude (Abbildung 7)⁸⁷ sind die Vermarktung sowie allgemein die erwartete Wichtigkeit auf der Nachfragerseite. Die zunehmende Wichtigkeit wurde verschiedentlich begründet. Einerseits wird der Trend allgemein zu zertifizierten Bauten in den nächsten Jahren verstärkt erwartet und durch die zunehmende Diskussion und die zunehmenden Zertifizierungen entsteht wohl langsam ein gewisser Druck, mit seiner Büroimmobilie bestehen zu können. Sobald nämlich ein gewisser Marktanteil erreicht ist, entsteht auch eine gewisse Vergleichbarkeit, welche ähnlichen Bürogebäuden an gleicher Lage mit Nachhaltigkeitslabel einen Vorteil verschaffen würde.

⁸⁶ Vgl. Berekoven/Eckert/Ellenrieder S. 101.

⁸⁷ Vgl. S. 34.

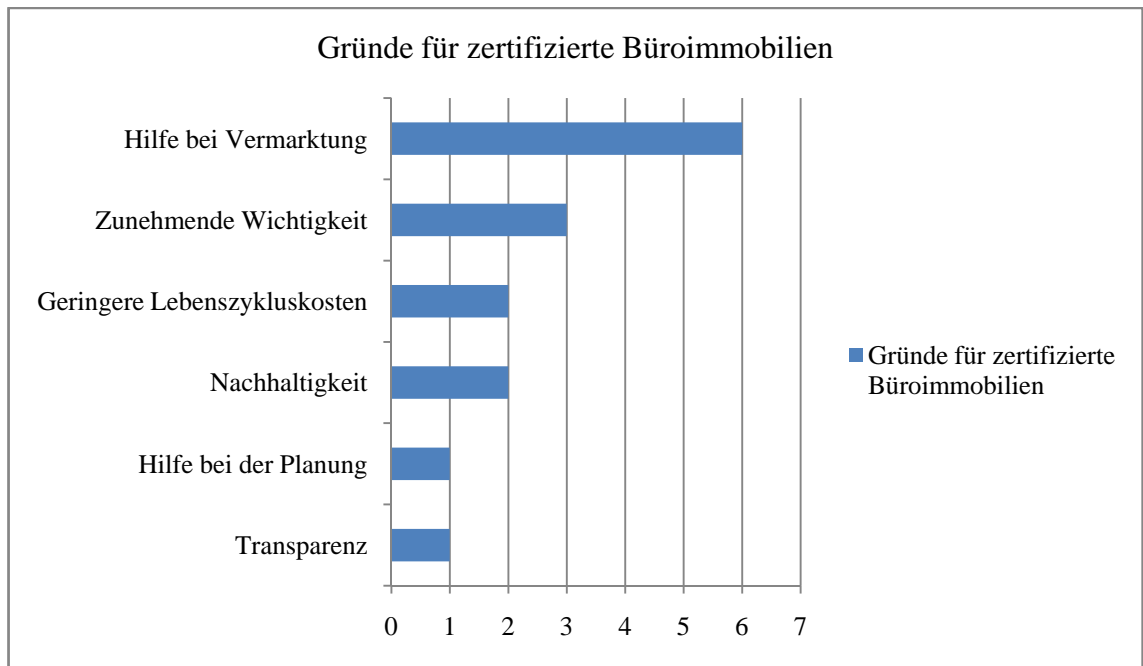


Abb. 7: Gründe für zertifizierte Büroimmobilien

Die Teilnehmer der Befragung nannten zugleich auch Gründe, von der Zertifizierung einer Büroimmobilie abzusehen (Abbildung 8).

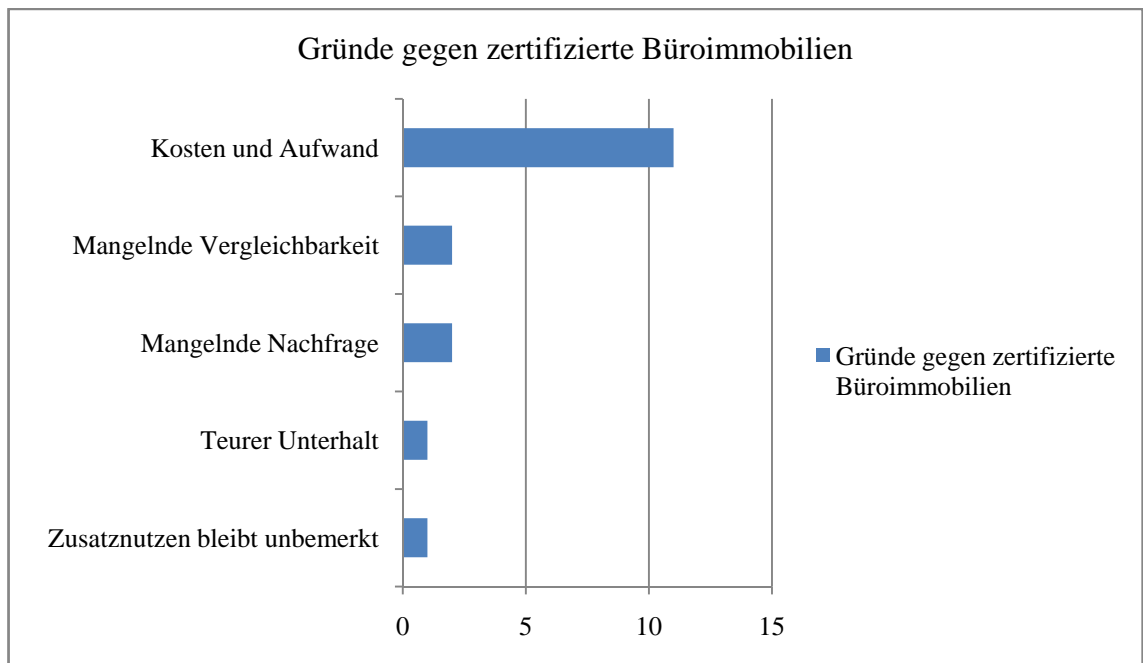


Abb. 8: Gründe gegen zertifizierte Büroimmobilien

Zusätzliche Kosten im Zusammenhang mit einer Zertifizierung stellen das zentrale Hindernis für eine zertifizierte Büroimmobilie dar. Sieht der Entwickler nicht, dass er

den Aufwand für den Bau eines auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Gebäudes sowie die Zertifizierungskosten als Ertrag wieder einbringen kann, was ihm ja nur durch eine entsprechend höhere Miete beim Nutzer oder einen höheren Verkaufspreis beim Exit gelingen kann, dann wird er sich für eine Zertifizierung Stand heute noch nicht engagieren. Regelmässig erwähnt wurden in diesem Zusammenhang allerdings die Energiekosten. Wenn sich abzeichnen würde, dass diese weiter steigen, dann würde den Nebenkosten einer Immobilie ein höheres Gewicht zufallen. Ein Befragter sprach als Schwellenwert von einer weiteren Verdopplung des heute erreichten Niveaus. Spätestens dann würde aus dem reinen Interesse an Nachhaltigkeit auch eine Handlung.

Das Thema der Kosten wird in der nachstehenden Analyse der Befragungsergebnisse zu Erfolgsfaktoren für Gebäudelabels nochmals aufgenommen. Auch dort wird das Resultat der diesbezüglichen Umfrage die hier getroffenen Aussagen bestätigen.

4.2.2 Bewertung der Erfolgsfaktoren von Gebäudelabels

Auf Basis der Sekundärforschung wurden verschiedene Erfolgsfaktoren von Gebäudelabels definiert⁸⁸ und dabei in drei Kategorien eingeteilt: Erfolgsfaktoren zur Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekten, solche bezüglich der Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses und welche, die im Zusammenhang mit der Informationstransfer- und Marketingfunktion der Gebäudelabels stehen.

In Abbildung 9⁸⁹ sind die Ergebnisse der Befragung zu diesen Erfolgsfaktoren in ihrer Gesamtheit dargestellt. Es wurde diese auf den ersten Blick komplexe Darstellungsform gewählt, um nicht nur Durchschnittswerte aufzuzeigen, sondern auch Streuungen innerhalb und zwischen den Interessensgruppen.

Im Folgenden werden die Befragungsergebnisse pro Kategorien dargestellt und analysiert.

⁸⁸ Vgl. oben, Punkt 3.

⁸⁹ Vgl. S. 36.



Abb. 9: Bewertung der Erfolgsfaktoren von Gebäudelabels auf Basis der Befragung relevanter Interessensgruppen

Erläuterung: Die Bewertung erfolgte in 4 Stufen, wobei 4 für sehr wichtig und 1 für unwichtig steht.
 Rote Linie: Arithmetischer Mittelwert aus den Ergebnissen aller Befragten
 Blaue Quadrate: Bewertung der Entwickler
 Gelbe Dreiecke: Bewertung der Investoren
 Grüne Kreise: Bewertung der Mieter
 Die Grösse der Formen deutet auf die Anzahl der Bewertungen auf den Stufen 1 bis 4 hin.

4.2.2.1 Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekten

Die höchste Bewertung innerhalb der Befragung in der Kategorie der inhaltlichen Nachhaltigkeitsaspekte, erhielten die eher nicht ökonomisch orientierten Erfolgsfaktoren „Sensibilität für den Klimaschutz“ (3.5 von möglichen 4 Punkten) und „Zukunftsorientiertes Bauen“ (3.2 Punkte). Hier haben sicherlich die gegenwärtige Klimadiskussion und die hohen Energiepreise ihren Beitrag geleistet, dass diese Erfolgsfaktoren eine solch hohe Bewertung erhielten. Wie aber bereits zuvor bei den Gründen für und gegen die Zertifizierung von Bürogebäuden zu erkennen war, muss diese hohe Bewertung im Kontext mit der geringen Bereitschaft, für Gebäudelabels höhere Kosten in Kauf zu nehmen, interpretiert werden. Jeder, den man fragt, findet das Konzept freilaufender Hühner gut. Wir kaufen aber darum nicht nur deren Eier, sondern ein Teil von uns, wenn der eigentliche Kaufentscheid zu treffen ist, nimmt trotzdem eher die günstigeren Eier aus Legebatterien. Ähnlich ist es mit der Umwelt. Natürlich ist nahezu jeder Befragte für den Klimaschutz. Das heisst aber nicht, dass er im Geschäft rund um Büroimmobilien auch entsprechend handelt und im Zweifel dafür auch Aufwendungen akzeptieren würde. Man sollte darum diese hohe Bewertung eher im Sinne einer „wenn-dann“ Beziehung deuten: Wenn man sich schon ein Gebäudelabel gönnt, dann sollte es vor allem eine Sensibilität für den Klimaschutz signalisieren und zukunftsorientiertes Bauen dokumentieren. Diese Aspekte werden am deutlichsten mit den Gebäudelabels verbunden.

Der ebenfalls stark bewertete Erfolgsfaktor „Geringe Lebenszykluskosten“ (3.1 Punkte) ist leichter nachvollziehbar bei den so deutlich ökonomisch handelnden Interessensgruppen. Hier hofft man offensichtlich, dass nachhaltiges Bauen nicht nur der Umwelt hilft, sondern auch zu geringeren Kosten über die Lebensdauer einer Immobilie hinweg führt, z.B. durch einen geringeren Energieverbrauch. Dies erscheint offensichtlich erstrebenswert. Dennoch gab es auch zu diesem Punkt qualifizierende Bemerkungen in puncto Kosten. Denn meist erkaufte man sich niedrigere Langzeitaufwendungen (z.B. bei den Nebenkosten) mit einer höheren Anfangsinvestition und den finanziellen Vorteil teilweise kompensierenden höheren Unterhaltskosten von installierten Anlagen. Bei manchen Investitionen, hier wurde konkret die Lüftungstechnik erwähnt, wird von einem Amortisationszeitraum von bis zu 20 Jahren gesprochen. Es wird wichtig sein, dass die Gebäudelabels in

Modellrechnungen klar aufzeigen, wie sich die Investitionen in Nachhaltigkeit rechnen. Dabei erwähnten viele Befragte selbst, dass sie sich durchaus weiter steigende Energiekosten vorstellen könnten, was die zuvor erwähnte Bilanz eher zugunsten der Investitionen in Nachhaltigkeit ausfallen liesse. Hier sind die Befragten durchaus sensibilisiert und aufgeschlossen gegenüber Modellrechnungen mit höheren Energiekosten, auch wenn diese ja nur ein Szenario von mehreren sind, wenn auch in Zeiten eines global stark wachsenden Energiebedarfs ein wahrscheinliches.

Als weniger wichtige bis unwichtige Erfolgsfaktoren wurden das Interesse am neuesten Stand der Technik, die Dokumentation von Flächeneffizienz sowie die Schaffung eines hochwertigen Arbeitsumfelds bewertet. Pures technisches Interesse wollte niemand an den Tag legen. Eine Dokumentation von Flächeneffizienz und die Schaffung eines hochwertigen Arbeitsumfelds wiederum werden nicht in den Zusammenhang mit einem Gebäudelabel gebracht. Diese Elemente könnten getrost aus den Bewertungsmethoden der Zertifizierer gestrichen werden, auch wenn sie dem in der Einleitung erwähnten ganzheitlichen Ansatz zur Nachhaltigkeit⁹⁰ entsprechen. Den befragten Interessensgruppen geht es eher um Umwelt- und Energieaspekte.

4.2.2.2 Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses

Stellen die Nachhaltigkeitsaspekte eher auf die Bestätigung des faktischen Vorhandenseins von Eigenschaften ab, so geht es bei den Erfolgsfaktoren im Bereich der Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses eher um die Standardisierung und Institutionalisierung des Erlangens eines Gebäudelabels.

Hier bewerteten alle Interessensgruppen drei der vier genannten Erfolgsfaktoren als wichtig, zuvorderst die „Vereinheitlichung des Zertifizierungsprozesses“ (3.4 Punkte), dann aber auch das „Zielorientierte System“ (3.3 Punkte), die „Planungshilfe“ (3.0 Punkte) sowie die „Flexibilität des Labels“ (3.0 Punkte). Über alle Kategorien hinweg gehören diese vier zu den Top sieben Erfolgsfaktoren mit einer Wertung von 3.0 Punkten und mehr (damit wichtig bis sehr wichtig). Dies zeigt, dass die Erwartung der Interessensgruppen an eine Standardisierung durch die Gebäudelabels eher gross ist.

⁹⁰ Vgl. oben, Punkt 1.

Nochmals bestätigt wird der äusserst deutliche Eindruck, dass keine der befragten Gruppen bereit ist, für ein zertifiziertes Bürogebäude einen höheren Preis zu zahlen. Dieser Erfolgsfaktor stellt das Schlusslicht mit nur 1.0 Punkten dar. Diese kategorische Ablehnung aller 30 befragten Gesprächspartner lässt nur den einen Schluss zu, dass Nachhaltigkeit sich rechnen muss. Ein freiwilliger Beitrag für die Umwelt wird aus heutiger Sicht bei der Investition in oder der Anmietung von Bürogebäuden nicht erwogen.

4.2.2.3 Informationstransfer- und Marketingfunktion

Von den in der Kategorie Informationstransfer- und Marketingfunktion aufgestellten Erfolgsfaktoren erreichten sechs Faktoren einen Wert, der zwischen 2.5 und 3.0 Punkten lag. Eine mittlere Relevanz haben damit die Nutzung eines Gebäudelabels zur „Kommunikation“ (2.9 Punkte), sein erwarteter Effekt auf „Erhöhung oder Erhalt des Immobilienwertes“ (2.8 Punkte), das „Positive Image“, das ein Label ausstrahlt (ebenfalls 2.8 Punkte) sowie die bessere Möglichkeit der „Vermarktung“ (2.6 Punkte) und höhere „Renditesicherheit“ (2.5 Punkte) durch Gebäudelabels. Schaut man sich die Einzelwertungen an, dann zeigt sich dort ein recht unterschiedliches Bild zwischen den einzelnen befragten Personen. Es gibt bei keiner der Interessensgruppen eine klare Wertung. Vielmehr stellen die ermittelten Werte ein arithmetisches Mittel von breit gestreuten Antworten dar. Es scheint also in Aspekten des Informationstransfers und Marketings auf die spezifische Situation anzukommen, ob einer der zuvor genannten Erfolgsfaktoren von Bedeutung ist.

Die höhere Attraktivität zertifizierter Bürogebäude „für ausländische Investoren“ (2.3 Punkte) oder „Investoren“ allgemein (1.9 Punkte) will zum heutigen Zeitpunkt noch kaum einer der befragten Gesprächspartner als wichtig erachten. Dabei wurde in der Befragung aber immer wieder die Erwartung betont, dass dies sich in der Zukunft ändern wird. Aus einem diesen Trend antizipierenden Verhalten heraus lässt sich erklären, dass Entwickler von Immobilien trotz der heute offensichtlich noch geringen Relevanz von Gebäudelabels für die Vermarktung von Büroimmobilien vermehrt eine Zertifizierung erwägen.

Kaum eine Rolle spielen „bessere Konditionen/Subventionen“ (1.7 Punkte) bei Büroimmobilien. Entsprechende Programme richten sich nach Aussage der Befragten eher an andere Immobiliensparten, so z.B. den privaten Hausbauer.

5 Implikationen für die Vermarktung von Büroimmobilien

5.1 Trends und Entwicklungen

Die wesentlichen Gebäudelabels wie auch die dazugehörige Umsetzungsinstrumente, die Bewertungsmethoden für nachhaltiges Bauen, wurden jeweils auf Länderebene entwickelt, und primär auch dort angewandt. Bei der Erarbeitung der Bewertungssysteme wurden und werden auch heute noch unterschiedliche Informationsquellen, Systematiken und Bewertungskriterien angewandt, weshalb sich die Bewertungsergebnisse jeweils in Abhängigkeit vom gewählten System deutlich unterscheiden können⁹¹. Die Systeme sind nur eingeschränkt vergleichbar. Eine internationale Harmonisierung hat bis heute nicht stattgefunden⁹². Im Gegenteil, es werden laufend weitere nationale Gebäudelabels etabliert, so z.B. in Japan (CASBEE), den Niederlanden (GREENCALC) oder in Frankreich (HQE).

Der Drang, ein eigenes nationales Label zu etablieren, ist durchaus verständlich. Denn unterschiedliche Klimabedingungen, Nutzungsansprüche, Bautraditionen und -normen, gesetzliche Rahmenbedingungen, etc. verlangen es geradezu, dass man jeweils darauf angepasste Zertifizierungssysteme etabliert. Ein einziger global gültiger Standard erscheint nicht erreichbar und ist wahrscheinlich auch nicht erstrebenswert.

Will ein Gebäudelabel eine internationale Relevanz erlangen, so muss es regional abgestimmte Sublabels etablieren. Das international am besten etablierte Label BREEAM geht genau diesen Weg und entwickelt darum für Gebäude im Ausland sogenannte „BREEAM International“-Standards. BREEAM International passt sich jeweils an die nationalen Umstände sowie regulative und gesetzliche

⁹¹ Vgl. o.V. (2002), S.1.

⁹² Vgl. Braune/Sedlbauer (2007), S. 7.

Rahmenbedingungen an. Gelingt dieser Spagat - ein international bekanntes und anerkanntes Gebäudelabel mit regional abgestimmten Kriterien -, dann hätte BREEAM wohl das Potenzial, sich mit einer Marke, eben BREEAM, in verschiedenen Ländern zu etablieren mit dem Potenzial, damit der führende Standard für den internationalen Bürogebäudemarkt zu werden. Dies erscheint aber aus heutiger Sicht noch ein weiter Weg, denn dort, wo lokal ein starkes Label etabliert ist, spielen die internationalen Labels bis dato eine vergleichsweise niedrigere Rolle.

Der Schweizer Immobilienmarkt zeigt dies exemplarisch. MINERGIE ist in der Schweiz das bei weitem führende Label. BREEAM- oder LEED spielen hier – zumindest noch - eine sehr geringe Rolle.

Besteht kein starkes nationales Label, wie z.B. in Deutschland, erreichen die internationalen Labels eine höhere Bedeutung. Da das DGNB-Zertifikat vergleichsweise spät auf den Markt kommt, finden BREEAM und auch LEED mehr Beachtung. Aber auch hier gilt: Für die bereits heute in Deutschland bestehenden Baustandards stellen die Ziele, die z.B. ein BREEAM-System postuliert, keine wirkliche Herausforderung dar. Passt ein BREEAM - wie mit dem Label „BREEAM International“ ja nun vorgesehen – seine Standards nicht dezidiert auf Deutschland an, dann wird auch das DGNB-Zertifikat an Wichtigkeit gewinnen und sich damit ein weiteres nationales Label etabliert haben.

Auch die Teilnehmer der Befragung wiesen darauf hin, dass die internationalen Gebäudelabels LEED und BREEAM nicht als grosse Herausforderung empfunden werden. Man kann bei der Zertifizierung teilweise einen Mangel an Erfüllung von Nachhaltigkeitskriterien durch andere, von dem Thema der Nachhaltigkeit völlig entkoppelte Aspekte ausgleichen, z.B. durch ein gutes Design des Gebäudes. Dieser Umstand schwächt das Image dieser Labels, die ohnehin schon aus Heimmärkten stammen, die für Nachhaltigkeit nicht gerade bekannt sind. LEED und BREEAM profitieren noch von einem gewissen Pionierstatus. Wollen sie aber in der Schweiz neben MINERGIE Fuss fassen und in Deutschland nicht von einem aufstrebenden lokalen DGNB Label in den Hintergrund gedrängt werden, dann müssen LEED und BREEAM glaubwürdige Sublabels anbieten, die für die Schweiz und Deutschland anspruchsvolle Nachhaltigkeitsstandards aufstellen.

Umgekehrt stellt sich die Frage, ob die in den Märkten Schweiz und Deutschland auf Basis einer traditionell führenden Baukultur entwickelten Gebäudelabels MINERGIE und DGNB eine Chance haben, eine internationale Relevanz zu erhalten. Dabei können wir uns aktuell auf den Markt Schweiz konzentrieren, denn das deutsche Label hat erst noch im Heimmarkt eine erste Präsenz zu erreichen. MINERGIE in der Schweiz aber kann bereits auf eine vergleichsweise lange Tradition zurückblicken. Dennoch ist es fraglich, ob aus der Schweiz heraus ein international geltender Standard etabliert werden kann. Für ein solches Unterfangen sprechen die hohe technische Kompetenz und das Qualitätsimage der Schweiz. Dagegen spricht aber, und dies ist am Ende aus der Vermarktungsperspektive von wesentlicher Bedeutung, der kleine Heimmarkt und die daraus resultierende begrenzte Kenntnis von MINERGIE bei internationalen Investoren wie Immobilienfonds und Pensionskassen.

Vor diesem Hintergrund kann angenommen werden, dass sich MINERGIE als hochwertiges regionales Nischenzertifikat mit vielleicht vereinzelt internationalen Achtungserfolgen weiterentwickeln wird. MINERGIE wird aber wohl – trotz überlegener Bewertungsmethoden und glaubwürdiger Herkunft für nachhaltiges Bauen – kaum die internationale Bedeutung erlangen, wie diese für ein BREEAM und gegebenenfalls auch LEED-Zertifikat besteht. Wie so häufig in Märkten, etabliert sich nicht immer das qualitativ beste Produkt, sondern das, was – bei erfüllten Mindestanforderungen – die besten Voraussetzungen für eine internationale Vermarktung hat. Hier sind insbesondere BREEAM und natürlich auch LEED aufgrund ihrer grossen Heimmärkte Grossbritannien und USA deutlich im Vorteil. Entscheidend für die Akzeptanz eines Zertifizierungssystems bei Büroimmobilien, bei denen ökonomische Überlegungen dominieren, ist letztlich die Praktikabilität und das Kosten/Nutzenverhältnis eines Gebäudelabels.

5.2 Empfehlung zur Auswahl von Gebäudelabels

Es sei hier vorausgeschickt, dass es eine Reihe von Spezial- und Nischensituationen rund um Büroimmobilien geben kann, für die sich eine allgemeine Empfehlung nicht aussprechen lässt. Ein privater Immobilieninvestor mag aus nicht-betriebswirtschaftlichen Überlegungen heraus Nachhaltigkeit anstreben, wie dies z.B. bei Bauherren eigengenutzter privater Immobilien durchaus anzutreffen ist. Ein Mieter mag ein besonderes Interesse an der Anmietung einer auf Basis von Nachhaltigkeitsgrundsätzen gebauten Büroimmobilie haben, z.B. wenn es eine Umweltschutzorganisation ist. Wenn hier eine Empfehlung ausgesprochen wird, dann für den klassischen Fall, in dem ein Entwickler mit ökonomischen Zielen ein Bürogebäude planen und bauen will, mit dem er durch die Vermietung an heutige und – immer noch in seinem Eigentum oder zwischenzeitlich an einen Investor verkauft – auch an zukünftige Nutzer einen optimalen Rendite-Risiko-Mix erzielen möchte.

Die grundlegende Entscheidung, ein Bürogebäude zertifizieren zu lassen, ist in diesem Regelfall also rein ökonomischer Natur. Die Befragung zeigte dazu, dass ein Gebäudelabel eher nicht erwogen wird, wenn per saldo Mehrkosten entstehen, d.h. sich durch den Fokus auf Nachhaltigkeit nicht mindestens so viel Ertrag erwirtschaften lässt, wie an zusätzlichem Aufwand entsteht.

Dem Entwickler sei allerdings geraten, in Szenarien zu denken und diese auch zu kalkulieren. Wenn es möglich ist, dass er seine Immobilie über die Fertigstellung hinaus halten will oder muss, dann sollte er sich auch an zukünftigen Interessen von potenziellen Mietern oder Investoren ausrichten. Und diese werden beeinflusst von dem weiteren Verlauf der allgemeinen Nachhaltigkeitsdiskussion, die wiederum geprägt sein wird von der Entwicklung der Energiepreise und sonstigen Umweltaspekten. Auch wenn in der Befragung selbst die Mieter von Büroimmobilien, die am Ende in der Regel die Nebenkosten zu tragen haben, Gebäudelabels heute noch keine grosse Bedeutung beigemessen haben, so wurde doch auch immer wieder betont, dass man sich gut vorstellen könnte, dass Gebäudelabels schnell an Relevanz gewinnen könnten.

Entwickler sollten Szenarien dieser Art in ihre Rendite- und Risikobetrachtung einbeziehen und sich auf Basis solcher Analysen für oder gegen ein Gebäudelabel

entscheiden. Je länger sie eine Immobilie gedenken zu halten, desto mehr haben sie dabei das Risiko von sich verändernden Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

Wenn die Analysen des Entwicklers ergeben, dass er sein Bürogebäude zertifizieren lassen sollte, dann hat er in der Schweiz und nun auch in Deutschland die Wahl zwischen einerseits den lokalen Gebäudelabels MINERGIE (Schweiz) und DGNB (Deutschland) auf Basis der traditionell hohen Baustandards in beiden Ländern und andererseits den internationalen Gebäudelabels BREEAM (aus Grossbritannien) und LEED (aus den USA).

Die sicherste Option ist, sich doppelt zertifizieren lassen, einmal national und einmal international. Dabei ist der Mehraufwand für die Doppelzertifizierung nicht notwendigerweise gross. Grundlage für das Erreichen aller Gebäudelabels ist, dass eine Immobilie Nachhaltigkeitsaspekte vorweist. Ist dies der Fall, mögen diese Eigenschaften den Anforderungen beider Labels genügen. Dann wären nur die doppelten Zertifizierungskosten in Betracht zu ziehen, die im Verhältnis zu den eigentlichen Aufwendungen für nachhaltiges Bauen kaum ins Gewicht fallen.

Wenn eine doppelte Zertifizierung nicht in Frage kommt, sollte der Entwickler feststellen, ob er eher nationale oder internationale Mieter, Investoren oder beides anspricht und welchen Kenntnisstand diese Mieter und Investoren haben. Bei rein nationalen Geschäftspartnern empfiehlt sich auch eine Zertifizierung mit einem nationalen Label. In der Schweiz ist MINERGIE im Markt gut verankert und bekannt. Und auch in Deutschland erreicht DGNB bereits heute in der Phase der Einführung einen hohen Bekanntheitsgrad, wie die Befragung zeigte⁹³. Es wird wahrscheinlich nicht lang dauern, bis auch DGNB eine lokale Führungsposition einnimmt. Die lokale Zertifizierung durch MINERGIE oder DGNB stellt so für nationale Entwickler, Investoren und Mieter eine ausreichende Lösung dar.

Hat ein Bürogebäude jedoch eine internationale Relevanz, dann mag ein MINERGIE oder DGNB-Label den Informationstransfer- und Marketingnutzen nicht erbringen, den man sich davon verspricht. Und geht es darum, Mietern und Investoren mit einem geringen Kenntnisstand zu Gebäudelabels einfach irgendeine Zertifizierung

⁹³ Vgl. oben, Punkt 4.2.1.

vorzuweisen, dann mag man auch eher an eine BREEAM- oder LEED-Zertifizierung denken wollen. Zumindest wurde in der Befragung teilweise suggeriert, dass es dem einen oder anderen Entwickler nur darum gehen könnte, den Aspekt Nachhaltigkeit auch „abhaken“ zu können. In diesem Fall kann eine Zertifizierung durch die aus den USA und Grossbritannien stammenden Labelanbieter einfacher zu erlangen und darum erstrebenswerter sein. Es sei jedoch auch hier auf die Dynamik der Entwicklungen hingewiesen. Wenn nicht ein baldiger Exit aus dem Immobilien-Engagement vorgesehen ist, dann muss man die zuvor erwähnten Szenarien für die Zukunft berücksichtigen. Denn ist ein Bürogebäude erst einmal gebaut, dann ist es sehr aufwendig bis unmöglich, die Immobilie nachträglich auf ein deutlich höheres Nachhaltigkeitslevel umzustellen.

6 Schlussbemerkung

Es muss festgestellt werden, dass die Ergebnisse der Befragung im Rahmen dieser Arbeit überrascht haben. Nachhaltigkeit und Gebäudelabels sind eines der „heissen Themen“ unter Entwicklern und Investoren. In Fachjournalen wird regelmässig über selbiges Thema geschrieben. Man erhält zunächst den Eindruck, dass es sich hierbei um einen grossen aktuellen Trend hält. Die nüchternen Resultate der Befragung zeigen, dass es so weit noch nicht ist. Der Druck, jetzt zu handeln und Bürogebäude auf Nachhaltigkeit auszurichten und zertifizieren zu lassen, wird in der Breite so noch nicht empfunden. Entwickler, die heute ein Gebäudelabel anstrengen, stellen Pioniere dar. Und: Kostenbewusstsein und Renditemaximierung sind ganz klar der grösste gemeinsame Nenner aller Interessensgruppen. Erst wenn man sich handfeste ökonomische Vorteile von der Zertifizierung verspricht, wird es wohl auch bei Bürogebäuden vermehrt dazu kommen.

Es darf aber nicht vergessen werden: Trends verlaufen in den seltensten Fällen linear, Es braucht eine gewisse kritische Masse, einen gewissen Reifegrad, bis eine wirkliche Dynamik einkehrt. Sobald eine gewisse Anzahl an zertifizierten Bürogebäuden besteht, sind diese in puncto Nachhaltigkeit vergleichbar und damit können z.B. Auswertungen möglich gemacht werden, ob der Leerstand in nachhaltigen Gebäuden tiefer ist oder

auch ob sich dadurch eine höhere Miete durchsetzen lässt. Das könnte dann wiederum ein weiterer Anreiz für eine Zertifizierung sein.

Vor dem Hintergrund der jüngsten preislichen Entwicklung an den Rohstoffmärkten, der Diskussion zum Klimawandel und dem allgemein grösser werdenden Umweltbewusstsein erscheint es nur eine Frage der Zeit, bis Gebäudelabels für die Vermarktung von Büroimmobilien eine immer grössere Bedeutung erhalten werden.

Grosse, international präsenste Unternehmen werden diesen Trend als Mieter von Bürofläche wahrscheinlich federführend einleiten. Sie legen vermehrt Wert darauf, ihr Umweltbewusstsein unter Beweis zu stellen, ob durch entsprechende Aussagen auf ihren Websites, oder eben auch durch die Anmietung entsprechender Bürogebäude, die ja nicht nur von Mitarbeitern, sondern auch von Kunden, Behördenvertretern und anderen relevanten Gruppen besucht werden.

Da die Internationalisierung der Märkte hier ebenfalls eine treibende Kraft sein kann, wären über die Landesgrenzen akkordierte und anerkannte Systeme zur Gebäudebeurteilung von grossem Vorteil. Diese Systeme sollten bestehende Erfahrungen mit der Bewertung von Gebäuden, Robustheit und die Möglichkeit nationaler oder regionaler Anpassungen in sich vereinen. Die Entwicklung verläuft zurzeit noch in die entgegengesetzte Richtung. Vielleicht wären hier relevante internationale Organisationen in der Lage, Vorgaben zu machen oder sogar Richtlinien herauszugeben, die eine Trendumkehr und bessere Institutionalisierung von Standards herbeiführen. Ein solcher Versuch der Europäischen Union kann in der beschlossenen Einführung des Energieausweises für Gebäude gesehen werden. Ein weiterer sinnvoller Schritt auf internationaler Ebene wurde eigentlich bereits 1998 versucht, als in Nagoya, Japan das World Green Building Council (World-GBC) gegründet wurde. Dieses World-GBC sollte die Arbeit nationaler GBCs koordinieren und die Entwicklung von weltweiten Standards, Technologien, Produkten und Projekten fördern. Es ist allerdings von dieser Initiative bei den im Rahmen dieser Arbeit konsultierten Fachleuten nichts zu vernehmen. Vielleicht könnte hier eine Wiederbelebung dieser Initiative mit der Unterstützung potenter Organisationen, so z.B. entsprechenden Bereichen der UNO, helfen.

Ob es nun idealerweise auf Basis internationaler Standards oder doch über lokale Lösungen geschieht, spätestens, wenn Nachhaltigkeit als allgemein anerkannter Vermarktungsvorteil in den Immobilienmärkten etabliert ist, wird die Bereitschaft der Immobilienentwickler und -eigentümer zunehmen, in Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit von Büroimmobilien zu investieren und sich zertifizieren zu lassen. Wer es sich heute erlauben kann, hier bereits Vorreiter zu sein, macht vielleicht einen klugen Schachzug. Denn, wie zuvor gesagt, verlaufen Entwicklungen selten stetig. Und wenn der Nachhaltigkeitsbeweis erst einmal zum festen Attribut einer Immobilie geworden ist, sind diejenigen im Vorteil, die ihre Bürogebäude bereits mit einem Gebäudelabel zertifiziert haben lassen.

ANHANG 1

FRAGEBOGEN

Name: _____

Funktion: _____

Unternehmen: _____

Ausübung der Tätigkeit in folgenden Regionen:

	Häufig	Ab und zu	Selten/Nie
Schweiz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deutschland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
England	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
USA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. Teil: Bekanntheitsgrad der Gebäudelabels, Wichtigkeit und Gründe für und gegen eine Zertifizierung	
<p>Wie bekannt sind Ihnen Gebäudelabels?</p> <p>Ggf. Gebäudelabelbegriff erläutern (Zertifizierung von Nachhaltigkeit)</p>	<p>sehr bekannt (4) <input type="checkbox"/></p> <p>bekannt (3) <input type="checkbox"/></p> <p>schon davon gehört (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unbekannt (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Welche Gebäudelabels kennen Sie?</p> <p>Offene Frage, keine Unterstützung</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>Wie bekannt ist Ihnen das Gebäudelabel MINERGIE?</p>	<p>sehr bekannt (4) <input type="checkbox"/></p> <p>bekannt (3) <input type="checkbox"/></p> <p>schon davon gehört (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unbekannt (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Wie bekannt ist Ihnen das Gebäudelabel DGNB?</p>	<p>sehr bekannt (4) <input type="checkbox"/></p> <p>bekannt (3) <input type="checkbox"/></p> <p>schon davon gehört (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unbekannt (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Wie bekannt ist Ihnen das Gebäudelabel BREEAM?</p>	<p>sehr bekannt (4) <input type="checkbox"/></p> <p>bekannt (3) <input type="checkbox"/></p> <p>schon davon gehört (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unbekannt (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Wie bekannt ist Ihnen das Gebäudelabel LEED?</p>	<p>sehr bekannt (4) <input type="checkbox"/></p> <p>bekannt (3) <input type="checkbox"/></p> <p>schon davon gehört (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unbekannt (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Wie bekannt ist Ihnen das Gebäudelabel _____?</p> <p>Fragen, wenn zuvor ein anderes Label erwähnt wurde.</p>	<p>sehr bekannt (4) <input type="checkbox"/></p> <p>bekannt (3) <input type="checkbox"/></p> <p>schon davon gehört (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unbekannt (1) <input type="checkbox"/></p>

<p>Wie wichtig ist es Ihnen generell, dass Gebäude zertifiziert sind?</p>	<p>sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Ist Ihnen auch wichtig, innerhalb eines Gebäudelabels einen hohen Standard zu erreichen? Können Sie dies kurz begründen?</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p> <p>Begründung: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>Was spricht für und was gegen einen Zertifizierungsprozess?</p>	<p>Dafür:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Dagegen:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

2. Teil: Erfolgsfaktoren	
2.1. Bestätigung von Nachhaltigkeitsaspekte	
Ein Gebäudelabel führt zu geringeren Lebenszykluskosten (tiefere Betriebskosten, höhere Energieeffizienz, etc.).	Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/> Wichtig (3) <input type="checkbox"/> Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/> Unwichtig (1) <input type="checkbox"/>
Ein Gebäudelabel sorgt für zukunftsorientiertes Bauen.	Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/> Wichtig (3) <input type="checkbox"/> Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/> Unwichtig (1) <input type="checkbox"/>
Ein Gebäudelabel sichert ab, dass man den neuesten Stand der Technik erreicht.	Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/> Wichtig (3) <input type="checkbox"/> Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/> Unwichtig (1) <input type="checkbox"/>
Ein Gebäudelabel hilft bei der Bereitstellung eines hochwertigen Arbeitsumfelds für Mitarbeiter.	Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/> Wichtig (3) <input type="checkbox"/> Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/> Unwichtig (1) <input type="checkbox"/>
Ein Gebäudelabel berücksichtigt Sensibilität für den Klimaschutz.	Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/> Wichtig (3) <input type="checkbox"/> Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/> Unwichtig (1) <input type="checkbox"/>

<p>Ein Gebäudelabel stellt Flächeneffizienz sicher.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>2.2. Ausgestaltung des Zertifizierungsprozesses</p>	
<p>Das Gebäudelabel ist flexibel und passt sich gut an Neuerungen an.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Das Gebäudelabel formuliert die Ziele, beim Weg zum Erreichen derselben aber lässt es Freiräume (zielorientiertes System).</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Der Zertifizierungsprozess hilft bei der besseren Planung der Konstruktion.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Wenn ein Gebäudelabel zu Mehrkosten führt, finde ich es nicht mehr wichtig oder weiterhin.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>

<p>Ein Gebäudelabel führt zur Vereinheitlichung der Gebäudestandards.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>2.3. Informationstransfer- und Marketingfunktion</p>	
<p>Ein Gebäudelabel übermittelt ein positives Image.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Ein Gebäudelabel schafft eine allgemeingültige Sprache für alle Interessensgruppen und Fachleute.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Ein Gebäudelabel erhöht und erhält den Immobilienwert.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Mit einem Gebäudelabel erhalte ich bessere Konditionen oder auch Subventionen.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>

<p>Ein Gebäudelabel signalisiert mehr Renditesicherheit.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Ein Gebäudelabel hat eine internationale Ausstrahlungskraft und erhöht die Attraktivität des Immobilienmarktes für ausländische Investoren.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>Ein Gebäudelabel erhöht die Chancen bei Verkauf und Vermietung der Gebäude.</p>	<p>Sehr wichtig (4) <input type="checkbox"/></p> <p>Wichtig (3) <input type="checkbox"/></p> <p>Weniger wichtig (2) <input type="checkbox"/></p> <p>Unwichtig (1) <input type="checkbox"/></p>
<p>3. Teil: Weitere Kommentare</p>	
<p>Haben Sie irgendwelche weiteren Kommentare?</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

ANHANG 2

LISTE DER INTERVIEWPARTNER

Andreas Paul, Projektleiter, Mobimo Verwaltungs AG, Küssnacht, Datum des Gesprächs: 07.07.2008.

Klauspeter Nüesch, Verwaltungsratspräsident, Nüesch Development AG, St. Gallen, Datum des Gesprächs: 08.07.2008.

Pascal Welti, Projektleiter Baumanagement, Halter AG, Entwicklungen, Zürich, Datum des Gesprächs: 11.08.2008.

Roland Gemperle, Leiter Handel und Verkauf, Karl Steiner Holding AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 08.07.2008.

Thomas Stauber, Leiter Akquisition und Projektentwicklung, Allreal Generalunternehmung AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 0.07.2008.

Patrick Huber-Flotho, Managing Director, AIG/Lincoln Germany GmbH, Köln, Datum des Gesprächs: 04.07.2008.

Guido Knümann, Geschäftsführer CODIC Immobilien und Projektentwicklung GmbH, Düsseldorf, Datum des Gesprächs: 07.07.2008.

Dr. Ingo-Hans Holz, Geschäftsführer und Gesellschafter, BEOS GmbH, Berlin, Datum des Gesprächs: 08.07.2008.

Uwe Kronshage, Leiter Projektentwicklung und Finanzierung, Goldbeck GmbH, Bielefeld, Datum des Gesprächs: 07.07.2008.

Holger Wallmeier, Architekt und Projektentwickler, Züblin Development GmbH, Düsseldorf, Datum des Gesprächs: 19.07.2008.

Hr. Bender, Leiter Kauf und Verkauf PSP Swiss Property AG, Zug, Datum des Gesprächs: 09.08.2008.

Dominic Speiser, Leiter Immobilien Portfoliomanagement, Helvetia Versicherungen, Basel, Datum des Gesprächs: 29.07.2008.

Rainer Sutter, Leiter Real Estate Asset Management, AXA Investment Managers Schweiz AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 04.08.2008.

Hr. Schädle, Leiter Immobilienmanagement, BVK des Kantons Zürich, Zürich, Datum des Gesprächs: 04.08.2008.

Karl Theiler, Leiter Immobilienanlagen, Swisscanto Asset Management AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 04.08.2008.

Job von Nell, Gesellschafter, FINAP Beteiligungs GmbH, Berlin, Datum des Gesprächs: 30.07.2008.

Hr. Jakob, Leiter Transaktion und Akquisition, RREEF Investment GmbH, Eschborn, Datum des Gesprächs: 30.07.2008.

Sebastian Mogos-Lindemann, Executive Acquisition Investment Manager, DEGI Deutsche Gesellschaft für Immobilienfonds mbH, Frankfurt, Datum des Gesprächs: 29.07.2008.

Hr. Peters, Leiter Akquisition, DEKA Immobilien Investment GmbH, Frankfurt am Main, Datum des Gesprächs: 29.07.2008.

Philippe Frei, Leiter Vermietung, Colliers CSL AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 25.07.2008.

Patricia Reichelt, Leiterin Büro- und Gewerbeflächen, Engel & Völkers Schweiz Invest AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 05.08.2008.

Hr. Lehner, Leiter Immobilienbewirtschaftung, Sulzer Immobilien AG, Winterthur, Datum des Gesprächs: 06.08.2008.

Eddy Vontobel, Leiter Real Estate Management, Pensionskasse der Siemens-Gesellschaften in der Schweiz, Datum des Gesprächs: 29.07.2008.

Nicole Dassler, Bürovermietung, Cushmann & Wakefield, Frankfurt am Main, Datum des Gesprächs: 29.07.2008.

Alexander Bertram, Kundenberater Büroflächenbereich, Engel & Völkers AG, Hamburg, Datum des Gesprächs: 25.07.2008.

Andreas Kohlbrenner, Geschäftsführer, Kuoni Immobilien AG, Zürich, Datum des Gesprächs: 17.07.2008.

Michael Wimmer, Projektmanager, Jones Lang LaSalle, Datum des Gesprächs: 17.07.2008.

Hr. Wolf, Verwaltung Immobilienbesitz, Bayer AG, Leverkusen, Datum des Gesprächs: 17.07.2008.

Zwei Interviewpartner möchten nicht genannt werden. Es handelt sich dabei um Vertreter einer deutschen Bank sowie des deutschen Sitzes einer internationalen Unternehmensberatung.

An dieser Stelle möchte ich mich herzlich für die hilfreiche Teilnahme der Interviewpartner bedanken.

LITERATURVERZEICHNIS

- Bächi, Bruno (1999):** Marketing und Produktion von nutzenorientierten Leistungssystemen im Schweizer Wohnungsbau, Diss., St. Gallen 1999.
- Barthauer, Matthias (2008):** Ökologische Nachhaltigkeit von Büroimmobilien, <<http://www.joneslanglasalle.de/de-DE/research/researchabstract?artid=3224>> Erscheinungsdatum: Januar 2008, Abrufdatum: 02.07.2008.
- Berekoven, Ludwig/Eckert, Werner/Ellenrieder, Peter (2006):** Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 11., überarb. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Beschorner, Thomas/Behrens, Torsten (2007):** Institutionalisierung von Nachhaltigkeit. Ergebnisse einer empirischen Studie in den organisationalen Bedürfnisfeldern Bauen & Wohnen, Mobilität und Information & Kommunikation, in: Hoffmann, Esther/Siebenhüner, Bernd/Beschorner, Thomas/Arnold, Marlen/Behrens, Torsten/Barth, Volker/Vogelpohl, Karin (Hrsg.): Gesellschaftliches Lernen und Nachhaltigkeit, Marburg 2007, S. 35-71.
- Billen, Peter/Weiber, Rolf (2007):** Multi-Channel-Marketing – Die informationsökonomische Perspektive, in: Wirtz, W. Bernd (Hrsg.): Handbuch Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden 2007, S. 33-80.
- Bolliger, Roman H./Ruhstaller, Bernhard (2004):** Immobilienmarketing. Mehrwert für Liegenschaften, 1. Aufl., Glattbrugg 2004.
- Braune, Anna/Sedlbauer, Klaus (2007):** Kurzstudie. Potenziale des Nachhaltigen Bauens in Deutschland: Analyse der internationalen Strukturen, <http://www.dgnb.de/fileadmin/downloads/potenziale_nachhaltiges_bauen_in_deutschland.pdf>, Erscheinungsdatum: 2007, Abrufdatum 03.07.2008.
- Bruck, Manfred/Geissler, Susanne (2002):** Gebäudelabel: Inventar und Vergleich, <http://www.argetq.at/zertifikat/materialien/gebaeudelabel_bruessel.pdf>, Erscheinungsdatum: 2002, Abrufdatum: 28.01.2008.
- Bruss, Sophie/Quade, Sandra (2007):** Erfolgsfaktor Immobilienmarketing. Eine Zusatzqualifikation für Architekten, Hamburg 2007.

- Dröge, Ferdinand (2001):** Öffentlich und bestellte Sachverständiger für bebauten und unbebauten Grund, in: Kippes, Stephan (Hrsg.): Immobilienwirtschaft, Festschrift für Erwin Sailer zum 70. Geburtstag, Stuttgart, München, Hannover, Berlin, Weimar, Dresden 2001, S. 119-124.
- Ertle-Straub, Susanne (2002):** Standortanalyse für Büroimmobilien, Diss., Leipzig 2002.
- Espinoza, Lucia (2004):** Qualitäts-Zertifikate, <http://www.architektur.tu-darmstadt.de/powerhouse/db/248,id_24,s_Papers.fb15>, Erscheinungsdatum: 2004, Abrufdatum: 28.01.2008.
- Falk, Bernd (1997):** Das grosse Handbuch Immobilien-Marketing, Landsberg/Lech 1997.
- Frey, Bruno S. (1992):** Umweltökonomie, 3. erw. Aufl. Göttingen 1992.
- Frey, René L. (1993):** Der Ansatz der Umweltökonomie, in: Frey, René L./Stahelin-Witt, Elke/Blöchliger, Hansjörg (Hrsg.): Mit Ökonomie zur Ökologie: Analyse und Lösungen des Umweltproblems aus ökonomischer Sicht, 2. überarb. und erg. Aufl., Basel; Frankfurt am Main 1993, S. 4-21.
- Friedemann, Tajo/Matthias Barthauer (2008):** Ankerpunkte der Nachhaltigkeit: Internationale Zertifizierung nach BREEAM und LEED, <http://www.joneslanglasalle.de/de-DE/research/researchabstract?artid=3532>, Erscheinungsdatum: Juni 2008, Abrufdatum: 02.07.2008.
- Herzig, Oliver A. (1991):** Markenbilder, Markenwelten, Neue Wege in der Imageforschung, Wien 1991.
- Homburg, Christian/Krohmer, Harley (2006):** Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 2. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Isenhöfer, Björn/Väth, Arno (2000):** Lebenszyklus von Immobilien, in: Schulte, Karl-Werner (Hrsg.), Immobilienökonomie, Bd. 1, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 2. überarb. Aufl., München, Wien, Oldenbourg 2000, S. 143-147.
- Jochem, Eberhard/Jakob, Martin (2004):** Energieperspektiven und CO₂-Reduktionspotenziale in der Schweiz bis 2010, Zürich 2004.

- Johannsen, Uwe (1975):** Methoden der Werbeerfolgskontrolle in psychologischer Sicht, in: Behrens, Karl CH. (Hrsg.), Handbuch der Werbung, 2. Aufl., Wiesbaden 1975.
- Kamping, Frank (2008):** Zertifizierung! Leitfaden zur Nachhaltigkeit?, <<http://www.brandi-igh.de/index.php?sid=0a28f0be6c851ace108b96e1a9aad1c2&p=6&l=2>>, Erscheinungsdatum: 05. 2008, Abrufdatum: 06.06.2008.
- Kaufmann, Christian A. (2003):** Entwicklung und Umsetzung von Strategien für das Management betrieblich genutzter Immobilien, Diss., Zürich 2003.
- Kavalirek, Friedhelm (2003):** Immobilienmarketing, in: Brauer, Kerry-U. (Hrsg.): Grundlagen der Immobilienwirtschaft, Recht – Steuern – Marketing – Finanzierung – Bestandsmanagement – Projektentwicklung, 4. Aufl., Wiesbaden 2003, S. 329-367.
- Kotler Philip/Keller, Kevin Lane/Bliemel, Friedhlem (2007):** Marketing-Management, Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. aktual. Aufl., München 2007.
- Lammel, Echhard (2002):** Büroimmobilien, in: Schulte, Karl-Werner/Bone-Winkel, Stephan (Hrsg.): Handbuch Immobilien-Projektentwicklung, 2. aktual. und erw. Aufl., Köln 2002.
- Lienig, Andreas (2001):** Klassische Werbung für Immobilien, in Schulte, Karl-Werner/Brade, Kerstin Hiska (Hrsg.): Handbuch Immobilien-Marketing, Köln 2001, S. 341-378.
- Loske, Reinhard/Bleischwitz, Raimund (1997):** Zukunftsfähiges Deutschland, Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung, 4. überarb. und erw. Aufl., Basel, Boston, Berlin 1997.
- Mauch, Ursula/Scheidegger, Adrian (1996):** Nachhaltigkeit des Bauens in der Schweiz, 1996.
- Meyer, Johannes (1997):** Die zukunftsfähige Stadt: Nachhaltige Entwicklung in Stadt und Land, Düsseldorf 1997.

- Michelsen, Gerd (2007):** Nachhaltigkeitskommunikation: Verständnis – Entwicklung – Perspektiven, in: Michelsen, Gerd/Godemann, Jasmin: Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis, 2. aktual. und überarb. Aufl., München 2007, S. 25-41.
- Ott, Werner:** Konsumforschung für Marketingentscheidungen, in: Bruhn, Manfred (Hrsg.), Handbuch des Marketing – Anforderungen an Marketingkonzeptionen aus Wissenschaft und Praxis, München 1989.
- o.V. 1 (2008):** 10 Jahre MINERGIE – eine Erfolgsgeschichte, Bern 2008
<http://www.minergie.ch/download/Festschrift_10_Jahre_MINERGIE_2008.pdf>, Erscheinungsdatum: 2008, Abrufdatum: 02.07.2008.
- o.V. 2 (2002):** Gebäudebewertungssysteme im Überblick (Arbeitsgemeinschaft IS Wohn.bau),
<http://www.iswb.at/ecobuilding/ecoBuilding_international.htm>,
Erscheinungsdatum: 2002, Abrufdatum: 28.01.2008.
- Pachowsky, Reinhold (2000):** Bau- und Immobilien-Marketing: Marketing-Management für die Bauwirtschaft, Immobilienwirtschaft, Grundstücks- und Wohnungswirtschaft, Facility-Management, Architekten, Ingenieure, München, Wien, Oldenbourg 2000.
- Quack, Dietlinde (2001):** Einfluss von Energiestandard und konstruktiven Faktoren auf die Umweltauswirkungen von Wohngebäuden – eine Ökobilanz,
<<http://www.oeko.de/oekodoc/40/2001-002-de.pdf?PHPSESSID=568ipntug0jdje7q2m24rjoa55>>, Erscheinungsdatum: 2001, Abrufdatum: 02.01.2008.
- Saunders, Thomas (2008):** A discussion document comparing international environmental assessment methods for buildings,
<<http://www.breeam.org/page.jsp?id=101>>, Erscheinungsdatum: März 2008, Abrufdatum, 02.06.2008.
- Schneider, Rüdiger/Gentz, Michael:** Intelligent Office: Zukunftssichere Bürogebäude durch ganzheitliche Nutzungskonzepte, Köln 1997.

- Schulte, Karl-Werner/Schäfers, Wolfgang/Hoberg, Wenzel/Homann, Klaus/Sotelo, Ramon/Vogler, Jochen H. (2000):** Betrachtungsgegenstand der Immobilienökonomie, in: Schulte, Karl-Werner (Hrsg.), Immobilienökonomie, Bd. 1, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 2. überarb. Aufl., München, Wien, Oldenbourg 2000, S. 13-79.
- Schulte, Karl-Werner (2005):** Immobilienökonomie, Bd. 3: Stadtplanerische Grundlagen, Oldenbourg 2005.
- Thommen, Jean-Paul (2000):** Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre, 6. aktual. und erg. Aufl., Zürich 2000.
- Wernecke, Martin (2004):** Büroimmobilienzyklen, Köln 2004.

EHRENWÖRTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich durch meine Unterschrift, dass ich die vorliegende Masterthesis

„DIE ROLLE VON GEBÄUDELABELS BEI DER VERMARKTUNG VON
BÜROIMMOBILIEN IN DER SCHWEIZ UND IN DEUTSCHLAND“

selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus veröffentlichten oder unveröffentlichten Schriften oder dem Internet entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Keine weiteren Personen waren an der geistigen Herstellung der vorliegenden Arbeit beteiligt.

Die Arbeit hat noch nicht in gleicher oder ähnlicher Form oder auszugsweise im Rahmen einer anderen Prüfung dieser oder einer anderen Prüfungsinstanz vorgelegen und wurde auch nicht veröffentlicht.

.....
Ort, Datum

Unterschrift