MIT DEM WERTEMANAGEMENTSYSTEM (WMS)
setzt der BFW ein Zeichen für eine verbindliche Orientierung an einer gemeinsamen Wertekultur.

WEG-BEIRÄTE TRAGEN ERHEBLICHE HAFTUNGSRISIKEN
Domcura sorgt jetzt für eine klare Besserstellung für Beiräte.

KUNDEN SIND SUCHENDE – LASSEN SIE SICH FINDEN
Auctores nennt die wesentlichen Faktoren für erfolgreiches Suchmaschinenmarketing.

BFW-MAGAZIN

Heft 1 | Oktober 2009

Bundesfachverband
Wohnungs- und
Immobilienverwalter e.V.

www.wohnungsverwalter.de

bfw-magazin.de

Wenn jemand sagt, sein Haus sei eine Vermögensanlage, dann hat er in der Regel zuviel dafür gezahlt.

Larry Biehl, Direktor Bailard Biehl & Kaiser

Liebe Leserinnen und Leser,

die Immobilie erscheint vielen Menschen mehr denn je als sicherer Hafen für die Geldanlage. Dazu kommen aktuelle gesellschaftliche Trends wie Homing, bei dem das eigene Zuhause zum sozialen Mittelpunkt des Lebens wird, oder Cocooning, bei dem sich die Menschen vermehrt aus der Gesellschaft in ihr häusliches Privatleben zurückziehen. Trotzdem ist der Immobilienmarkt keine Goldgrube und muss sehr differenziert betrachtet werden. Neben der hochwertigen Ausführung bei Neubau oder Sanierung ist die Bewirtschaftung ausschlaggebend für eine nachhaltige Ertragssituation.

Als BFW wollen wir unseren Teil dazu beitragen und unsere Mitglieder bei dieser Nachhaltigkeit unterstützen. Das BFW-Magazin soll den Wertschöpfungspartnern des BFW die Möglichkeit geben, ihre Angebote und Innovationen sowie interessante Projekte und Lösungen um die Immobilie umfangreich darzustellen. Kein weiteres Werbeblättchen, sondern echter Mehrwert für unsere Mitglieder – und ihre Kunden.
Parallel zur Druckversion des Magazins wird es im Internet ein Online-Magazin geben, das den Partnern die Möglichkeit gibt, auf die vorgestellten Themen noch umfangreicher einzugehen. Zusätzlich werden dort zwischen den geplanten Ausgaben aktuelle News und Pressemeldungen veröffentlicht. Diese crossmediale Form ist nicht nur zeitgemäß - gemäß dem Motto „Offline säen und online ernten“ bringt sie den Partnern und den Mitgliedern zusätzlichen Nutzen durch bessere Präsenz bei Google und vertiefende und jederzeit aktuelle Informationen.

Wir wünschen allen Lesern dieser Startausgabe mit dem Themenschwerpunkt „Werte“ eine informative Lektüre und hoffen auf reges Interesse unserer Mitglieder, sich auf dieser Plattform zu präsentieren. Unter www.bfw-magazin.de bieten wir eine Meinungsumfrage zum Magazin an, deren Ergebnisse in die Umsetzung der nächsten Ausgaben einfließen. Ich freue mich auf Ihr Feedback!

Ihr Heinz Michael Sparmann

INHALT HEFT 1/2009

04
BFW-WERTEMANAGEMENTSYSTEM (WMS) VON JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG BESCHLOSSEN
Der BFW e.V. übernimmt das WMS als verbindliches Kriterium für die Aufnahme in den Verband

05
„DIE QUALITÄT DER BEGEGNUNG ZWISCHEN MENSCHEN IST ENTSCHEIDEND.“
Interview mit dem Präsidenten des BFW, Thomas Meier

06
BFW-VERANSTALTUNGEN IM HERBST 2009 UND IM FRÜHJAHR 2010

07
PARTNERSCHAFT IST WERTSCHÖPFUNG UND WERTNUTZUNG FÜR BEIDE SEITEN
Statement von BFW-Präsident Thomas Meier

IMMOBILIENMANAGEMENT FÜR GEWERBEIMMOBILIEN
BFW-Vorstandsmitglied Dr. Michael Goßmann zur effizienten Steuerung der Kosten für Gewerbeimmobilien

10 JAHRE EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT IM BFW
Dr. Michael Goßmann im Profil

08
DOMCURA ZUR HAFTUNG VON WEG-BEIRÄTEN
Christian Legien über die Absicherung von Haftungsrisiken

DIE DOMCURA INFORMIERT SIE ÜBER DIE ENTSCHEIDUNG DES OMBUDSMANNS ZU ROHRBRUCHSCHÄDEN
Sven Faden zur aktuellen Rechtslage bei Rohrbrüchen infolge von Wurzeleinwuchs

09
IM WEB PRÄSENT – VOR ORT ERFOLGREICH
Auctores zeigt Wirkungsweise und Potenziale effektiven Suchmaschinenmarketings auf

10
GUT IST NICHT GUT GENUG
Thomas Meier über die Bedeutung der Mitarbeitermotivation in Zeiten der wirtschaftlichen Krise

IMPRESSUM

BFW-WerteManagementSystem (WMS) von Jahreshauptversammlung beschlossen

Das BFW-WerteManagementSystem konnten Mitglieder beim BFW Immobilien Kongress 2009 in Berlin für ihr Unternehmen unterzeichnen

Auf der diesjährigen Jahreshauptversammlung am 7. Mai 2009 wurde das BFW-WerteManagementSystem als verbindliche Grundlage des Handelns der Mitglieder beschlossen. Damit verankert der Verband seine Werte in der Verbandskultur und richtet sich an Neumitglieder, die als Aufnahmekriterium ebenfalls die Einhaltung der Werte anerkennen.

Der BFW e.V. übernimmt das BFW-WerteManagementSystem als verbindliches Kriterium für die Aufnahme in den Verband. Auf diese Weise stellen die Verbandsmitglieder sicher, dass die Wertekultur des Verbandes auch Neumitglieder erreicht und als Orientierungshilfe dient.

Bereits im Jahr 2006 wurden die Grundlagen des Wertesystems für den Verband erarbeitet. Knapp drei Jahre später erreicht der Verband die Übernahme durch die Jahreshauptversammlung. Das ist das Ergebnis eines erfolgreichen Implementierungsprozesses.

BFW-Präsident Thomas Meier weist bei Veranstaltungen und in Gesprächen immer wieder auf das WerteManagementSystem des BFW hin und klärt die Mitglieder und Gäste über die Verbandswerte auf. Er steht hinter den Verbandswerten und möchte auch in Zukunft über den sinnvollen Zweck eines Wertesystems für einen Verband informieren. „Es geht mir darum, deutlich zu machen, dass es innerhalb eines Verbandes einen Wertekanon geben muss, der alle Mitglieder zusammenhält. Nur gemeinsam sind wir stark und können uns für unsere Interessen einsetzen. Dazu gehört natürlich, dass wir auch auf gemeinsame Wertvorstellungen bauen“, so Meier über die Bedeutung des Wertesystems für die Verbandsmitglieder.

Im Rahmen des BFW Immobilien Kongresses 2009 hatten BFW-Mitglieder die Gelegenheit, mit ihrer Unterschrift auf der Urkunde die Einhaltung der BFW-Werte zu dokumentieren. Der Andrang am BFW-Stand nach der Jahreshauptversammlung war groß. Mehr als 50 Mitglieder unterzeichneten die Urkunde direkt vor Ort.

Das WerteManagementSystem ist auch für die Fördermitglieder des BFW verbindlich. Als erstes Fördermitglied unterschrieb die Deutsche Kreditbank (DKB) die Urkunde zur Einhaltung der BFW-Werte. Besonders in Krisenzeiten ist Vertrauen wichtig. Die DKB legt mit der Einhaltung einen Vertrauensgrundstein für alle Mitglieder.

Verfasser: Deniz Bolten

DAS BFW-WERTE-MANAGEMENTSYSTEM

GLAUBWÜRDIGKEIT
Bei uns stimmen Wort und Tat überein.
Wir sind ehrlich im Umgang mit uns selbst und mit anderen.
Wir stehen zu unseren Aussagen und handeln verbindlich danach.

KOMPETENZ
Persönlichkeit und Fachwissen sind die Basis für unser Handeln.
Wir bilden uns kontinuierlich weiter und weisen dies nach. Wir entwickeln und stellen innovative Lösungen zur Verfügung.

EINSATZWILLE
Wir machen!
Jeder ist verpflichtet, sich im Rahmen seiner Funktion einzubringen. Wir arbeiten nicht an Problemen, sondern an Lösungen. Jeder stärkt das Team.

ZUVERLÄSSIGKEIT
Wir halten ein, was wir zusagen.
Wir sagen nur das zu, was wir realisieren können.
Wir sind pünktlich. Wir halten uns an Regeln und Entscheidungen.

PARTNERSCHAFT
Bemühen um ein Miteinander.
Wir achten und respektieren Individualität. Die Mitglieder des Verbandes sind der Verband.
Nehmen und Geben halten sich die Waage.

LEBENSFREUDE
Zeit für Gefühle. Eine positive Einstellung bestimmt unser Sein.

BFW
Schiffbauerdamm 8
10117 Berlin
Telefon +49 30 30872917
Fax +49 30 30872919

service@wohnungsverwalter.de
www.wohnungsverwalter.de

„Die Qualität der Begegnung zwischen Menschen ist entscheidend.“

Thomas Meier ist seit 2001 Verbandspräsident und setzt sich gemeinsam mit dem BFW-Vorstand für die Etablierung des WerteManagementSystems ein

Interview mit Thomas Meier, BFW-Verbandspräsident und Geschäftsführer der Pfeuffer Immobilien, Verwaltung & Management GmbH in Nürnberg.

1. Stichwort Qualität: In Ihren Reden und Textbeiträgen taucht dieser Begriff häufig auf. Welchen Stellenwert genießt Qualität in der Verbandsarbeit des BFW?

In unserer Branche kann jeder, der lesen und schreiben kann, eine Immobilienverwaltung übernehmen. Deswegen ist es so wichtig, anders zu sein als die anderen. Vor allem: angenehmer anders zu sein als die anderen. Und dieser Unterschied muss messbar sein – als echtes Qualitätskriterium. Das gilt für alle Bereiche des Lebens: Die Qualität der Begegnung zwischen Menschen ist entscheidend, wie wir miteinander umgehen – privat wie beruflich. Das nehmen wir auch in unserer Verbandsarbeit ernst: Wir stellen den Anspruch an unsere Mitglieder, sich in ihrer Arbeit an bestimmten Werten zu orientieren.

2. Diese Werte kommunizieren Sie auch in den BFW-Publikationen: Glaubwürdigkeit, Kompetenz, Einsatzwille, Zuverlässigkeit, Partnerschaft und Lebensfreude. Wie ist diese Werteorientierung zustande gekommen? Und wie prägt sie die Arbeit im Alltag eines Fachverbandes?

In einem längeren Prozess hat sich die Verbandsspitze in mehreren Workshops mit dieser Thematik beschäftigt und letztlich diese sechs Begriffe definiert. Wir haben dazu intensiv diskutiert und um jedes Wort gerungen. Ganz bewusst wollten wir eine bestimmte Kultur im Verband etablieren – als Gesprächskultur, als Verhaltenskultur. Denn Kultur verstehen wir als Summe der gelebten Werte. Deshalb haben wir uns einen verbindlichen Kanon gegeben und innerhalb dieses Kanons wollen wir uns auch tagtäglich bewegen. Auch als Vorgabe für die Unternehmenskultur bei unseren Mitgliedern. Stellvertretend dafür stehen die sechs ausgewählten Werte, die sich gegenseitig auch bedingen.
Zum Beispiel Glaubwürdigkeit: Unsere Unternehmen sind Treuhänder großer Vermögen, mit einer großen Verantwortung, der sie auch gerecht werden wollen. Wer sich positiv vom Wettbewerb abheben will, muss also glaubwürdig agieren und dies auch im Alltag unter Beweis stellen. Messbar und überprüfbar.

3. Provokant gefragt: Ist ein Ehren-Kodex nicht nur für Sonntagsreden und Zeitschriftenbeiträge? An die „Zehn Gebote“ hält sich auch nicht jeder... Welche Erfahrungen sammeln Sie hier mit Mitgliedern und Neumitgliedern?
Anfangs war es nicht leicht, dies zu kommunizieren. Denn eigentlich behauptet jeder von sich, diese Werte permanent zu beherzigen. Viele sagen, das seien doch Selbstverständlichkeiten. Wer allerdings an der Oberfläche kratzt, entdeckt schnell, dass es sich meist um Lippenbekenntnisse handelt und eben nicht nach diesen Prinzipien gelebt und gehandelt wird.
Beim Thema Zuverlässigkeit wird dies schnell deutlich. Dazu zählt die Pünktlichkeit. Wer ist denn wirklich pünktlich? Egal ob bei Vorstandssitzungen oder bei Eigentümerversammlungen: Es gibt immer die notorischen „Zuspätkommer“, die den anderen, die pünktlich waren, die Zeit stehlen. Da ist es in unserem Metier ganz wichtig, darauf zu achten. Mittlerweile hat sich im BFW herumgesprochen, dass unsere Veranstaltungen und Seminare wirklich pünktlich beginnen. Das ist auch ein Zeichen von Wertschätzung, pünktlich zu sein und die anderen nicht warten zu lassen.

4. Ist die Mitgliedschaft im BFW bereits heute ein Gütesiegel? Wie sehen dies die Mitglieder?
Ja. Mit der Einführung des Verhaltens- und Ehrenkodex haben wir die Erfahrung gemacht, dass wir als Verband daran gemessen werden und eine BFW-Mitgliedschaft am Markt wie ein Gütesiegel betrachtet wird. Wer dagegen verstößt, wird – im schlimmsten Fall – auch ausgeschlossen.

Fortsetzung S. 6

Fortsetzung von S. 5

Nur so wird deutlich, dass wir es ernst meinen – auch als Instrument zur Marktbereinigung. Der Kodex ist keine Makulatur, sondern eine echte Richtschnur unseres Handelns.

5. Der BFW hat zahlreiche Kooperationen und strategische Allianzen geschlossen. Was war die langfristige Motivation?

Wir können auch in Zukunft nur gut sein, wenn wir gut organisiert sind. Als Verband bedeutet das, dass wir nicht alles alleine leisten können, sondern Partner zur Wertschöpfung brauchen. Der BFW hat deshalb Kooperationen mit zahlreichen Unternehmen geschlossen, die Dienstleistungen rund um das „Produkt“ Immobilie anbieten – zum gegenseitigen Nutzen, für eine erfolgreiche Arbeit.

Nur so können wir für unser „Produkt“, die Verwaltung von Immobilien, den höchsten Mehrwert erzielen. Kaum ein Produkt hat eine vergleichbar lange Lebensdauer wie Immobilien. Als Verwalter sind wir der Mittler und der Beziehungsmanager zwischen der Immobilie und den Menschen. Überspitzt gesagt: Egal, was wir als Menschen machen, wenn wir leben, arbeiten, essen, schlafen – alles geschieht in Immobilien. Ganz elementar betrachtet. Wir wollen das Thema Immobilien in unserer Gesellschaft stärken und insgesamt den Stellenwert von Immobilien erhöhen. Hier herrscht noch echter Nachholbedarf. Daran werden wir die nächsten Jahre intensiv arbeiten.

Das Interview führte
Deniz Bolten für das BFW-Magazin

BFW-Veranstaltungen im Herbst 2009 und Frühjahr 2010

Der BFW lädt im Herbst 2009 und Frühjahr 2010 zu seinen alljährlichen Landesverbandsseminaren ein. Wie in den Vorjahren richten sich die BFW-Landesverbände an ihre Mitglieder und Partnerunternehmen mit dem Ziel, juristische Urteile und immobilienwirtschaftliche Innovationen vorzustellen. Im Rahmen von Podiumsdiskussionen und Fragerunden können die Teilnehmer ihre Anliegen individuell an die Referenten richten.

Hinzu kommt eine Reihe von Abendveranstaltungen, bei denen der BFW traditionsgemäß mit den Fachausstellern und Referenten, Mitgliedern und Nichtmitgliedern zum Meinungsaustausch zusammenkommt.

Für Immobilienverwalter bieten die Herbstseminare eine hervorragende Plattform, sich über aktuelle Rechtsprechung und spezielle Problemstellungen in der professionellen Immobilienverwaltung zu informieren. Außerdem werden von den BFW-Industriepartnern Fachvorträge rund um die Bewirtschaftung der Immobilie geboten.

BFW-Fördermitglieder und Industriepartner haben die Gelegenheit, sich vor Ort mit einem Ausstellungsstand zu präsentieren.

Der Kontakt zu den Teilnehmern und der rege Austausch über die breite Produktpalette in der Fachmesse ergeben sich in den großzügigen Mittags- und den Kaffeepausen.

Auch die Form des Fachvortrages kann von interessierten Fördermitgliedern des Verbandes wahrgenommen werden.

Für die Landesverbandsveranstaltungen bietet der BFW Fördermitgliedern noch die Möglichkeit, sich als Fachaussteller mit oder ohne Fachvortrag einzubringen. Über die BFW Service Gesellschaft mbH, info@bfw-service.de, können die Konditionen für die unterschiedlichen Termine erfragt werden.

Die Termine finden Sie auch auf der BFW-Homepage gelistet.
www.wohnungsverwalter.de

BFW-VERANSTALTUNGEN 2009 UND 2010 IN DER ÜBERSICHT

6. Freiburger Verwaltertag LV Baden-Württemberg
4. November 2009 im Solar Info Center Regio Freiburg

26. BFW-Seminar LV Nord
6./7. November 2009 im Seminaris Hotel Heidehof Hermannsburg

BFW-Seminar LV West
13./14. November 2009 im Lindner Hotel BayArena Leverkusen

BFW-Seminar LV Bayern
19./20. November 2009 im MARITIM Hotel Nürnberg

Frankfurter Verwaltertage
27./28. November 2009 im Holiday Inn Frankfurt Airport-North

Münsteraner Verwalterkonferenz
22./23. Januar 2010 im Mövenpick Hotel Münster

Dresdner Verwaltertag LV Sachsen
1. März 2010 im RAMADA Hotel Dresden

Erfurter Verwaltertag LV Thüringen
2. März 2010 im Radisson SAS Erfurt

Münchner Verwaltertag LV Bayern
19./20. März 2010 im Holiday Inn München

BFW Immobilien Kongress
6./7. Mai 2010 im MARITIM proArte Hotel Berlin

PARTNERSCHAFT IST WERTSCHÖPFUNG UND WERTNUTZUNG FÜR BEIDE SEITEN

Statement von BFW-Präsident Thomas Meier

Für mich heißt Partnerschaft, die Herausforderungen, die uns in der Immobilienwirtschaft immer wieder aufs Neue begegnen, durch ein gemeinsames Tun und Handeln anzunehmen und Lösungen zu finden. Das Miteinander ist dabei immer ein wesentlicher Garant für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen BFW und Immobilienwirtschaft.

Wir legen Wert auf Vorteile für beide Seiten. Das heißt, wo der Verband einen Nutzen hat, soll auch dem Unternehmen ein Vorteil entstehen. Beim BFW gehen Wertschöpfung und Wertnutzung Hand in Hand. Der Verband profitiert von fachlicher Expertise im Rahmen der Fachausstellungen oder Fachvorträgen bei BFW-Veranstaltungen.

Den Wertschöpfungspartnern stehen der Kontakt und die Präsentationsmöglichkeiten zur Verfügung. Daraus ergibt sich letztlich für beide Seiten die erfolgreiche Bilanz einer Veranstaltung. Nur gemeinsam können wir uns diesem Ziel nähern.

Aus diesem Grund veranstaltet der BFW einmal jährlich das BFW-Partnertreffen. Bei dem Treffen wird der Kontakt zwischen dem Verband und seinen Fördermitgliedern an zwei Tagen gestärkt. Wir wollen die Menschen hinter den Unternehmen kennenlernen, mit denen wir auf unterschiedlichen Ebenen eng kooperieren.

Die zahlreichen positiven Reaktionen zeigen uns, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind. Wir wollen an den persönlichen Beziehungen zu unseren Partnern festhalten.

Verfasser: Thomas Meier

IMMOBILIENMANAGEMENT FÜR GEWERBEIMMOBILIEN

Im Rahmen der Betreuung von gewerblichen Immobilien muss der effizienten Steuerung der Immobilienkosten eine zentrale Bedeutung beigemessen werden. Ziel eines Kostenmanagements für Immobilien darf deshalb nicht allein die Erkennung von Möglichkeiten zur Senkung der Kosten sein, sondern muss vielmehr auch die beeinflussende Lenkung dieser bedeuten, und es hat zur Transparenz der Kostenstruktur beizutragen.

Die Gesamtkosten einer Immobilie ergeben sich aus der Bewirtschaftung und Bereitstellung der Immobilie. Die Kosten der Bereitstellung einer Immobilie definieren sich aus den Flächenanforderungen des Nutzers. Zur Unterstützung ist effizientes Flächenmanagement nötig.

Die Bewirtschaftungskosten hingegen basieren auf den Betriebskosten, den Kosten des Immobilienmanagements und den Kosten des Instandhaltungsaufwandes für die Immobilie.

Der Lebenszyklus einer Immobilie setzt sich zu ca. 15 Prozent aus den Investitionen für die Immobilie und ca. 85 Prozent aus den Baunutzungskosten (DIN 18960) zusammen.

Da der Bereich der Baunutzungskosten bereits in der Phase der Planung einer Immobilie bis zu 70 Prozent beeinflusst wird, beginnt bereits dort ein effizientes Kostenmanagement.

Die Betriebskosten sind auf ihre Umlagefähigkeit hin zu prüfen, d.h. sie sollten bis auf die Kosten für „Dach und Fach“ auf den Nutzer umlegbar sein. Dies bedarf entsprechender vertraglicher Vereinbarungen und adäquater Kostenverteilungsschlüssel. Unabhängig hiervon muss es ein Interesse des Immobilienmanagements sein, auch die umlegbaren Kosten niedrig zu halten, damit eine Anmietung von Flächen in der Immobilie für potentielle Nutzer attraktiv bleibt und die Betriebskosten nicht den Status einer sogenannten „Zweiten Miete“ erhalten. Erfolgsfaktor für ein optimales Immobilienkostenmanagement ist in diesem Zusammenhang die Ermittlung von aussagefähigen Kennzahlen und Best-Practice-Werten. Dies beinhaltet auch die Kosten von Leerstandsflächen.

Gleiches gilt für die Kosten des Verwaltungsaufwandes, d.h. für das kaufmännische, technische und infrastrukturelle Immobilienmanagement.

Verfasser: Dr. Michael Goßmann,
BFW-Vorstandsmitglied

Dr. Michael Goßmann

ZEHN JAHRE EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT IM BFW

Dr. Michael Goßmann ist seit 1999 ehrenamtlich im Vorstand des BFW Bundesfachverbandes Wohnungs- und Immobilienverwalter e.V tätig. Der dort eingeführte Verhaltens- und Ehrenkodex trägt maßgeblich seine Handschrift. Darüber hinaus ist er an vielen Projekten, wie der Einführung des Wohnungseigentumsgesetzes in der Slowakei, beteiligt.

Er war einer der profiliertesten Finanzpolitiker der SPD im Wiesbadener Rathaus und gehörte dem Revisionsausschuss der Landeshauptstadt Wiesbaden an. Weiter war er in verschiedenen Aufsichtsräten tätig, u.a. als stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der Stadtentwicklungsgesellschaft Wiesbaden mbH (SEG), der Gemeinnützigen Wohnungsgesellschaft der Stadt Wiesbaden mbH (GeWeGe) und der Rhein-Main-Hallen Wiesbaden Betriebsgesellschaft mbH.

Goßmann ist im November 2008 dem Ruf der WVV Wiesbaden Holding GmbH gefolgt. Der Stadtkonzern besteht aus mehreren Immobiliengesellschaften, der Beteiligung am örtlichen Energieversorger ESWE, den Verkehrsbetrieben und anderen Beteiligungen.

Im Juni 2009 wurde er als Senator (h.c.) in den Bundessenat Wirtschaft und Technologie des Wirtschaftskomitees Deutschland e.V. (WBA) - Europasenat zur Förderung der wirtschaftlichen und kulturellen Beziehungen zwischen den Staaten Europas berufen.

DOMCURA ZUR HAFTUNG VON WEG-BEIRÄTEN

Dass mit der Tätigkeit als Beirat in einer Eigentümergemeinschaft ein nicht unerhebliches Haftungsrisiko verbunden ist, hat sich unter vielen Wohnungseigentümern mittlerweile herumgesprochen.

Mögliche Haftungsfälle gegenüber der Wohnungseigentümergemeinschaft betreffen in aller Regel reine Vermögensschäden, z.B. wenn die vom Verwalter vorgelegten Wirtschaftspläne, Abrechnungen über das Wirtschaftsjahr oder Kostenvoranschläge fehlerhaft geprüft werden. Letztlich kann nahezu alles, was dem Verwalter vorgeworfen werden kann, auch dem Beirat vorgeworfen werden.
Der Beirat kann aber auch seine Kompetenzen überschreiten und hierbei Fehlentscheidungen am Verwalter vorbei treffen. Auch bei der Bestellung des Verwalters lauern Fallstricke: In einem Fall bestellte der Beirat einen – wie sich später herausstellte – ungeeigneten Verwalter und schloss mit diesem einen langjährig befristeten Vertrag. Als dieser Vertrag vorzeitig gekündigt wurde und der Verwalter auf Erfüllung und die ausstehende Vergütung klagte, war die Verstimmung unter den Wohnungseigentümern groß.
Um das Missverhältnis zwischen persönlichem Engagement und persönlichem Haftungsrisiko zu mindern, ist es empfehlenswert, die Beiratstätigkeit durch eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung abzusichern. Dies gilt umso mehr, als bereits durch die Rechtsprechung der Abschluss dieser Versicherung zur ordnungsgemäßen Verwaltung gerechnet wurde (so das Kammergericht Berlin v. 19.07.2004, Az. 24 W 203/02). Sicher wird auch der Abschluss dieser Versicherung bei der Werbung potentieller Beiratsmitglied hilfreich sein.
Die Domcura AG bietet daher im Rahmen ihrer Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Hausverwalter als Besonderheit eine Vorsorgeversicherung für die Beiräte an:

Beiräte sind ab Beginn des Versicherungsvertrags oder ab der Übernahme eines neuen zu

Ass. jur. Christian Legien, Ass. jur. Abteilung Vermögensschadenhaftpflicht/D&O Versicherungen

verwaltenden Objektes durch den Verwalter automatisch mit einem Sublimit von 50.000 EUR mitversichert; in der Regel bis zur nächsten Eigentümerversammlung. Danach wird für die Beiräte gesondert Versicherungsschutz angeboten, wobei dann auf den marktüblichen quotiellen Selbstbehalt verzichtet wird – eine klare Besserstellung für die Beiräte.

Verfasser: Christian Legien

DIE DOMCURA INFORMIERT SIE ÜBER DIE ENTSCHEIDUNG DES OMBUDSMANNS ZU ROHRBRUCHSCHÄDEN

Sven Faden, Bachelor of Engineering, Ressortassistent KSH

Der Wurzeleinwuchs in Abwasserrohre stellt für sich genommen kein versichertes Ereignis im Rahmen der Rohrbruchversicherung dar. Kommt es jedoch infolge des Wurzeleinwuchses zum Rohrbruch, ist dieser Schaden versichert, da es auf dessen Ursache nicht ankommt.

Aus den Gründen:

I.
Der Versicherungsnehmer wendet sich mit seiner Beschwerde gegen die Ablehnung des Gebäudeversicherers, einen Schaden an den Ableitungsrohren seines versicherten Hauses zu regulieren. In die Rohre waren Baumwurzeln eingewachsen, wodurch sich Risse an den Rohren gebildet hatten. Außerdem wurden Muffenversatz und Ausdehnungen der Rohre festgestellt.
Der Versicherer lehnte die Regulierung mit der Begründung ab, dass kein versicherter Rohrbruchschaden vorläge.

II.
Diese Rechtsauffassung ist bezogen auf die festgestellten Rissbildungen nicht zutreffend.
Ein Rohrbruch liegt vor, wenn das Material des Rohres (einschließlich Dichtungen, Flanschen, Muffen, Verschraubungen, Druckausgleicher und Kniestücken) ein Loch oder einen Riss bekommt. Die Ursache des Bruches spielt keine Rolle. Ein Wurzeleinwuchs stellt zwar für sich genommen keinen Rohrbruch dar. Werden aber durch die Wurzeln Löcher oder Risse im Material verursacht, so liegt ein ersatzpflichtiger Schaden vor, soweit die übrigen Anspruchsvoraussetzungen gegeben sind.
Durch das vorliegende Gutachten hat der Versicherungsnehmer den ihm obliegenden Nachweis eines versicherten Schadens erbracht, soweit durch den Sachverständigen Risse in den auf dem versicherten Grundstück verlegten Ableitungsrohren festgestellt wurden. Der ebenfalls festgestellte Muffenversatz und die Ausdehnungen der Rohre stellen keinen versicherten Schaden dar, da es an einem Bruch im Sinne der geltenden Versicherungsbedingungen fehlt.

Die Höhe des Entschädigungsbetrages ist gemäß besonderer Vereinbarung zwischen den Parteien auf 1% der Versicherungssumme 1914, multipliziert mit dem im Zeitpunkt des Versicherungsfalles geltenden Prämienfaktor auf eine Höchstsumme von 3.000,00 EUR begrenzt.

Verfasser: Sven Faden

DOMCURA
Theodor-Heuss-Ring 49
24113 Kiel
Telefon +49 431 54654-196
Fax +49 431 54654-285
www.domcura.de · ksh@domcura.de

IM WEB PRÄSENT – VOR ORT ERFOLGREICH

Suchmaschinenmarketing und Kundenorientierung

Das Internet hat unser Informations- und Konsumverhalten radikal verändert. Auch im regionalen Umfeld ist das WWW immer öfter die erste Anlaufstelle für Kunden, andere Medien rücken in den Hintergrund. Sind Sie im Web nicht präsent, werden Sie künftig kaum noch wahrgenommen. Und nur, wenn Sie sich im Internet von Ihrer besten Seite zeigen, werden sich Kunden für Sie entscheiden.

Das heißt für Sie: Machen Sie sich Google zum Freund. Für die meisten Nutzer ist eine Suchmaschine der Startpunkt einer Online-Recherche, und Google ist mittlerweile europaweit die meistgenutzte Suchmaschine mit einem Marktanteil von über 90 Prozent in Deutschland.
Wer online recherchiert, sucht primär nicht nach einem bestimmten Anbieter, sondern nach jemandem, der seine Probleme löst. Die Wahrscheinlichkeit steigt, dass er sich für Sie entscheidet, wenn Sie sich professionell im WWW präsentieren und auf den ersten Ergebnisseiten von Google erscheinen. Das geht ohne Tricks – mit genügend Inhalten, nachhaltig aufbereitet.

Ihre Kunden suchen in der Nähe

Gerade im regionalen Umfeld bringen Sie relevante Inhalte mit lokalem Bezug nach vorne, denn Google stellt thematische und geografische Verknüpfungen her. Hinzu kommt, dass auch potenzielle Kunden ihre Suche präzisieren. Wurde noch vor wenigen Jahren nach „Hausverwalter“ gesucht, lautet heute eine Suchanfrage eher „Hausverwalter Mietwohnung Berlin“.
Suchmaschinenmarketing bedeutet deshalb zunächst: Richten Sie Ihre Website an Ihren Kunden aus: Wonach und wie suchen diese? Seien Sie authentisch, bereiten Sie Ihre Leistungen und Lösungen thematisch auf und präsentieren Sie sie technisch sauber. Nur so kann Google auf Ihre Website aufmerksam werden und sie als die richtige Antwort auf Nutzerfragen empfehlen.
Die Suchmaschine ist inzwischen intelligent genug, um zu erkennen, ob Inhalte „maschinenoptimiert“ oder für menschliche Leser erstellt wurden. Die Wechselwirkung zwischen Kundenorientierung und Suchmaschinenmarketing ist also eng: Häufen Sie nicht Schlüsselbegriffe aufeinander, sondern schreiben Sie so, dass Ihre Kunden die Texte gerne lesen würden – Google würdigt dies mit einem besseren Ranking.

Saubere Arbeit zahlt sich aus

Seiteninhalte sollten lesefreundlich aufbereitet sein, gut strukturiert und auf ein Thema hin geschrieben. Seiten, die Nutzern gefallen, werden weiterempfohlen sowie häufiger verlinkt und gewinnen so an Relevanz auch für Suchmaschinen. Überschriften und Zwischenüberschriften steigern neben der Lesefreundlichkeit auch die Suchmaschinenrelevanz, da in ihnen vorkommende Keywords stärker berücksichtigt werden. In doppelter Hinsicht wichtig ist der Titel einer HTML-Seite: Google weist ihm hohe Bedeutung bei der Bewertung zu und zeigt ihn als Suchergebnis an.
Domainnamen sind von Bedeutung, wenn sie im Zusammenhang mit den Inhalten stehen: „Sprechende“ Domainnamen können bei ansonsten vergleichbaren Faktoren den Ausschlag über eine Suchmaschinenposition geben. Nach wie vor von Bedeutung ist die Zahl der auf eine Website weisenden Links. Stärker als früher spielt jedoch deren Qualität eine Rolle: Google wertet nur noch Links von thematisch verwandten Seiten als relevant.

Bleiben Sie dran!

Weitere wesentliche Faktoren sind Aktualität, Umfang und Alter der Website. Aktualität ist wichtig, um im Ranking nach oben zu kommen und sich dort zu halten: Google schätzt Seiten, die ständig frische Inhalte bieten und über Monate und Jahre hinweg an Umfang gewinnen. Wie Kundenorientierung kann Suchmaschinenoptimierung deshalb keine einmalige Aktion sein, sondern muss ein fortlaufender Prozess sein, der sich an wechselnde Bedingungen anpasst.

Verfasser: Martin Herbaty

auctores
KONZEPTE MIT WIRKUNG
Auctores GmbH
Amberger Straße 82 · 92318 Neumarkt
Telefon +49 9181 265548-0
Fax +49 9181 265548-998
info@auctores.de · www.auctores.de

GUT IST NICHT GUT GENUG

Unternehmenskultur in Zeiten wirtschaftlicher Herausforderung

Thomas Meier, Geschäftsführer Pfeuffer Immobilien

Gut ist nicht gut genug, erst recht nicht in der Krise. Wenn viele Unternehmen und Mitbewerber ähnliche Dinge anbieten, dann muss es schon etwas Besonderes sein, um sich angenehm von den anderen zu unterscheiden. In der Immobilienwirtschaft ist dies besonders wichtig. Die Dienstleistung des Verwalters ist beliebig multiplizierbar. Gleiches gilt für Handwerkerleistungen oder Abrechnungsdienste. Die Beispiele ließen sich beliebig fortführen.

Die Stimmung in einem Unternehmen ist deshalb viel wichtiger als der Preis, der für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu bezahlen ist. Zumal der Erfolg für ein Unternehmen nicht dauerhaft und nachhaltig über den Preis definiert werden kann.
Wir reden vom Klimawandel in der Immobilienwirtschaft unter energetischen Gesichtspunkten. Wie aber bekommen wir das schlechte wirtschaftliche Klima im Unternehmen in den Griff? Bei schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen besteht die Gefahr für viele Unternehmen darin, dass sie nur noch „von jetzt auf gleich" denken. Das Management bestimmt über Kosteneinsparungen und verändert Strukturen innerhalb der Organisation – und vergisst dabei, dass der Organismus keine Luft mehr zum Atmen hat.
Wenn die Geschäftsergebnisse schmerzen, bräuchte es Herzlichkeit bei Mitarbeitern und der Führung.

Haben Sie schon mal darüber nachgedacht, dass ein Mitarbeiter den höheren wirtschaftlichem Druck und die fehlende Herzlichkeit am Arbeitsplatz nach außen, also an Ihren Kunden, weitergibt?
Stellen Sie sich vor, ein Unternehmen führt eine neue Software ein oder organisiert das Unternehmen und die Prozesse um, konzentriert Standorte und bündelt Synergien, um näher am Kunden zu sein - verbunden mit dem Ziel, sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen und im Ergebnis die Qualität zu erhöhen. Was aber passiert, wenn dabei die Mitarbeiter, die andere Menschen, nämlich die Kunden, begeistern sollen, nicht motiviert sind?

Kunden schätzen Mitarbeiter als persönliche Ansprechpartner. Organisationen, die nicht funktionieren, weil Menschen nicht mit eingebunden oder Leitbilder nicht gelebt werden, haben wir zu viele in der Immobilienwirtschaft. Wenn Sie anders als der Durchschnitt sein wollen, dann ändern Sie das.
Nichts, was in einem Unternehmen passiert, geschieht ohne die Menschen, die für dieses Unternehmen tätig sind. Es kommt also auf die Stimmung und den Ton an. Gerade dann, wenn ähnliche Dienstleistungen und Produkte an jeder Ecke zu haben sind, ist es wichtig, angenehme Menschen und Führungskräfte in seinen Reihen zu haben.
Kunden zu gewinnen, und vor allen Dingen, Kunden an das Unternehmen zu binden, geht nur mit Herz und Verstand und nicht über den Preis oder einen kurzfristigen Vorteil.
Mit begeisterten Menschen, der erforderlichen stabilen Organisation und natürlicher Herzlichkeit den Kunden berühren: Das ist die Herausforderung, der wir uns stellen können, wenn Sie das wollen. Kundengewinnung und -bindung für Ihren Erfolg. Wollen Sie wissen wie? Dann freue ich mich über Ihr Interesse.

Verfasser: Thomas Meier,
Trainer und Berater,
Unternehmensberatung und
Menschentwicklung

PFEUFFER IMMOBILIEN
VERWALTUNG & MANAGEMENT GmbH

Pfeuffer Immobilien
Verwaltung & Management GmbH
Thomas-Mann-Strasse 61 a
90471 Nürnberg
Telefon +49 911 94666-0
Fax +49 911 94666-40
thomas.meier@immo-pfeuffer.de

Impressum BFW-Magazin
Das BFW-Magazin ist eine kostenlose Publikation des BFW Bundesfachverband Wohnungs- und Immobilienverwalter e.V. Das BFW-Magazin erscheint anlassbezogen mehrfach im Jahr und berichtet über Themen und Programm des BFW ebenso wie über Angebote und Innovationen, Projekte und Lösungen von Partnern und Mitgliedern. Es wird den BFW-Fördermitgliedern ohne besondere Bezugsgebühr geliefert.

info@bfw-magazin.de
www.bfw-magazin.de

Herausgeber
BFW Bundesfachverband Wohnungs- und Immobilienverwalter e. V.
Schiffbauerdamm 8 · 10117 Berlin
info@wohnungsverwalter.de
www.wohnungsverwalter.de

Geschäftsführer:
Heinz Michael Sparmann

Verlag/Redaktionsanschrift:
Auctores GmbH
Amberger Straße 82
92318 Neumarkt i.d. Opf.
Telefon 09181/265548-0
Fax 09181/265548-998
info@auctores.de · www.auctores.de

Geschäftsführer: Karl Weigl

Verantwortlich i.S.d.P.: Karl Weigl
Verantwortlich i.S.d.P. für die BFW-Inhalte: Heinz Michael Sparmann

Ansprechpartner Redaktion:
Andrea Hetz-Fellner
Telefon 09181/265548-162
info@bfw-magazin.de

An dieser Ausgabe haben mitgewirkt:
Deniz Bolten (BFW-Inhalte),
Alexander Clodius, Martin Herbaty,
Andrea Hetz-Fellner

Ansprechpartner Anzeigen:
Peter Wernig
Telefon 09181/265548-131
info@bfw-magazin.de

Layout/Grafik: Sabine Härtelt

Bankverbindung:
Bayerische Hypo und Vereinsbank AG
Kontonummer: 351 269 910
Bankleitzahl: 760 200 70

Druck und Verarbeitung:
pixelpress.de GmbH
Fuggerstr. 31 · 92224 Amberg
info@pixelpress.de

Druckauflage Heft 1, Oktober 2009: 2.000

Beiträge und Fotos:
Soweit nicht anders vermerkt, stammen die Beiträge von den Anbietern bzw. basieren auf deren Informationen.
Die Abbildungen und Fotos stammen in der Regel von den Anbietern bzw. genannten Institutionen. Alle übrigen Aufnahmen: Shutterstock. Die veröffentlichten Beiträge geben die Auffassung der Verfasser, nicht diejenige des Herausgebers wieder. Unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos werden nicht honoriert bzw. zurückgeschickt. Nachdruck und Vervielfältigung jeder Art, auch die elektronische Verwertung, sind nur mit Genehmigung des Verlags zulässig. Der Verlag haftet nicht für die Eigenschaften der beschriebenen Produkte.

ABFALL- UND FACILITYMANAGEMENT

Infrastrukturelle Dienstleistungen der CCSP GmbH

Vorher

Nachher

Überproportionaler Anstieg der Nebenkosten

In den vergangenen Jahren sind die Mietnebenkosten drastisch gestiegen. Der Rückblick auf das Jahr 2008 weist sogar einen überproportionalen Anstieg der Mietnebenkosten im Vergleich zur Inflationsrate aus.
Auch der Fünfjahresvergleich 2008 gegenüber 2003 weist den Anstieg der Kosten für die Müllbeseitigung mit 10,2 % an vierter Stelle aus. Nur der Anstieg der Kosten für flüssige Brennstoffe, Gas und Strom lag noch höher.

Ein Vergleich mit der Entwicklung der Nettokaltmiete zeigt, dass der Begriff „Zweite Miete" für die Wohnnebenkosten mittlerweile sehr zutreffend ist. Durchschnittlich wenden Mieter in Deutschland rund 35 % ihrer Wohnbelastung als Mietnebenkosten auf.
Die Höhe der individuellen Mietnebenkosten kann dabei in nur wenigen Bereichen beeinflusst werden. Die Abfallgebühren gehören dazu.

Abfalltrennung wird häufig vernachlässigt

Laut der aktuellen Bundeshausmüllanalyse lassen sich rund 65 % aller anfallender Restabfälle als Wertstoffe einer Verwertung zuführen.
Das bedeutet, dass durch eine konsequente Abfall- und Wertstofftrennung sich bis zu 60 % der Abfallgebühren einsparen lassen.

Trotz gesetzlicher Verpflichtung zur Trennung und Rückführung verwertbarer Abfälle zeigt die Erfahrung, dass das Maß und die Qualität der Abfalltrennung mit der Größe einer Wohnanlage oder einer Gewerbeimmobilie stark abnehmen, sei es aus Unkenntnis, Bequemlichkeit oder aufgrund mangelnder sozialer Kontrolle.
Durch die Anonymität in Großwohnanlagen halten sich nur wenige Bewohner konsequent an die Vorgaben der Abfall- und Wertstofftrennung. Hohe Abfallentsorgungskosten sind die Konsequenz.

Durch professionelles Abfallmanagement kann dieser Problematik entgegengewirkt werden. CCSP findet für Sie das passende Konzept.

CCSP
DER ABFALLMANAGER

City Container Spar Programm GmbH
Sprendlinger Landstraße 175
63069 Offenbach am Main
Telefon +49 69 829936-0
info@ccsp-gmbh.de
www.ccsp-gmbh.de

Unsere Leistungen im Überblick

Abfallmanagement

- Abfallsortierung
- Abfallverdichtung
- Müllschleusen
- Containerpacker
- Standplatzbewirtschaftung
- Standplatzbau
- Abfallberatung
- Gewerbeabfallkonzepte
- Sperrmüllkonzepte

Weitere Leistungen

- Flächenreinigung
- Grünpflege
- Winterdienst

Das Versicherungshaus für die Wohnungswirtschaft in einem modernen System!

KSH- Umwelthaftpflicht
KSH- Vermieterrechtsschutz
KSH- Betriebshaftpflicht
KSH- Bauleistung
KSH- Gewerbevertrag
KSH- D&O (Director and Officer)
KSH- Inhaltsversicherung
KSH- Elektronikversicherung
KSH- Vermögensschadenversicherung
KSH- Dienstreisekasko
KSH- Gruppenunfall
KSH- Betriebliche Altersversorgung
KSH- KFZ Versicherung Rahmenvertrag

DOMCURA | KSH

Feuer, LW, Sturm + Hagel
Haus- und Grundbesitzerhaftpflicht
Glasversicherung
Elementar
Technik Baustein

Fordern Sie uns!
Ihr DOMCURA KSH - Team

DOMCURA AG
Theodor-Heuss-Ring 49 | 24113 Kiel
Telefon: (0431) 54654-196 | Fax: (0431) 54654-285
Mail: ksh@domcura.de | www.domcura.de

DOMCURA | KSH