



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2008

General vs. Special Interest. Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten

Jackob, Nikolaus ; Zerback, Thomas ; Arens, Jenny

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-201482>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Jackob, Nikolaus; Zerback, Thomas; Arens, Jenny (2008). General vs. Special Interest. Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten. Zeitschrift für Immobilienökonomie, (2):5-21.

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/327536778>

General- vs. Special-Interest. Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten. In: Zeitschrift für Immobilienökonomie, 2/2008

Article · February 2008

CITATIONS

0

READS

110

3 authors, including:



Nikolaus Jakob

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

96 PUBLICATIONS 373 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Thomas Zerback

University of Zurich

58 PUBLICATIONS 450 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen [View project](#)



Publizistik und Rhetorik in der späten römischen Republik [View project](#)

Inhalt Contents

2/2008

>> GELEITWORT EDITORIAL	2
>> DIE HERAUSGEBER THE EDITORS	4
>> AUFSÄTZE PAPERS	5
General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten. <i>General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten.</i> Dr. Nikolaus Jackob, Thomas Zerback und Jenny Arens	5
General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten. <i>General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten.</i> Dr. Nikolaus Jackob, Thomas Zerback und Jenny Arens	5
General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten. <i>General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten.</i> Dr. Nikolaus Jackob, Thomas Zerback und Jenny Arens	5
>> BUCHREZENSIONEN BOOK REVIEWS	22
>> ABGESCHLOSSENE DISSERTATIONEN COMPLETED PHD THESISES	24
>> GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG SOCIETY OF PROPERTY RESEARCHERS, GERMANY	26
>> GIF VERÖFFENTLICHUNGEN GIF PUBLICATIONS	30
>> VERÖFFENTLICHUNGSGRUNDSÄTZE UND ZITIERREGELN EDITORIAL POLICY AND SUBMISSION GUIDELINES	32
>> IMPRESSUM, ABONNEMENTS IMPRINT, SUBSCRIPTIONS	34

Geleitwort

HERAUSGEBER EDITOR



Bilddatei wird bei Frau Herrmann angefragt.

Prof. Dr. K.-W. Schulte
HonRICS CRE

Blindtext aus 1/2008. Die neue Ausgabe der ZIÖ – Zeitschrift für Immobilienökonomie enthält drei Beiträge zu Themenstellungen aus den Bereichen Büroimmobilien, Wohnimmobilien und Immobilien-Portfoliomanagement. Ihnen ist gemeinsam, dass quantitative Methoden zur Problemlösung verwandt werden.

Der Aufsatz von Kaja Beidatsch hat die „Geographic Selection“ zum Thema. Damit ist die Zuordnung von regionalen bzw. „geographischen“ Märkten zu den unterschiedlichen Immobilienanlagestrategien und damit den Zielportfolien einzelner Investoren gemeint. Diese Klassifizierung und Typisierung von Immobilienmärkten erleichtert die Auswahl und Zusammenstellung von Zielmärkten für die unterschiedlichen Investorenprofile.

Das Modell kann flexibel an die meisten Portfoliomanagement-Ansätze „angedockt“ werden und liefert dem Investor ein wertvolles Instrumentarium zum „Market-Picking“.

Ebenfalls mit regionalen Immobilienmärkten befasst sich der Beitrag von Jochen Möbert, Konstantin Kortmann und Rita Nemeth unter dem Titel: „Hedonische Regression der Wohnungsmietpreise unter Berücksichtigung von Lagevariablen am Beispiel eines Bestands im Ruhrgebiet“. In diesem Aufsatz wird neben einer Reihe von Wohnungseigenschaften der Einfluss makroökonomischer Lagevariablen (wie Altersstruktur, Arbeitslosenquote, Ausländeranteil) auf die Markt- und Kostenmiete in zehn Städten des „Reviers“ untersucht. Die Ergebnisse der hedonischen Regression auf Mieten zeigen nach Ansicht der Autoren „teils die erwarteten, teils unerwartete Ergebnisse“.

In seinem Beitrag zum Thema „Die technische Analyse von Büroimmobilien im Bestand“ stellt Henric C. Hahr ein Verfahren zur nutzerorientierten Beurteilung der Gebäudefunktionen vor, aus dem sich Aussagen über die Marktgängigkeit, Zukunftsfähigkeit und Vermietbarkeit von Büroimmobilien ableiten lassen.

Praktiker mögen sich bitte von den mathematischen Ableitungen nicht irritieren lassen. Sie dienen der wissenschaftlichen Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit und sind notwendig, damit in die ZIÖ auch in Kreisen der Wissenschaft Anerkennung findet. Praktiker interessieren vor allem die Ergebnisse. Diese sind in allen drei Beiträgen verständlich dargestellt und bieten interessante neue Einsichten.

Editorial

Blindtext from 1/2008. The new edition of ZIÖ - Zeitschrift für Immobilienökonomie includes three papers on topics from the fields of office property, residential property and real estate portfolio management. Their common feature is the use of quantitative methods for solving problems.

The paper by Kaja Beidatsch is on the subject of “Geographic Selection”. This refers to the classification of regional or „geographic“ markets to the differing real estate investment strategies and hence to the target portfolios of individual investors. This classification and standardisation of real estate markets facilitates the selection and arrangements of target markets for different investor profiles.

The model can be flexibly „docked“ to most portfolio management approaches. It provides the investor with a useful instrument for „market-picking“.

The contribution from Jochen Möbert, Konstantin Kortmann and Rita Nemeth, with the title: “Hedonic regression of residential rents, taking into account location variables, based on a case study of property holdings in the Ruhr region” is also concerned with regional real estate markets. This paper investigates not only a whole series of apartment characteristics but also the influence of macroeconomic location parameters (such as age structure, unemployment rate, proportion of foreign residents) on the market rent and on the Kostenmiete (statutory cost-based rents for subsidised residential property). According to the authors, the results of the hedonic regression on rents show „some of the expected results but some that were unexpected“.

In his paper on the topic „The technical analysis of office property holdings“, Henric C. Hahr presents a method for the user-oriented assessment of building functions, from which conclusions about the market-ability, future capabilities and letting ability of office properties can be derived. Practitioners are kindly asked not to allow themselves to be irritated by the mathematical derivatives.

These are necessary in order that ZIÖ may also find recognition in academic circles. Practitioners are of course mainly interested in the results. All three papers present these in comprehensible fashion and provide interesting new insights.

>> DIE HERAUSGEBER THE EDITORS

Herausgeber

Editor

Prof. Dr. Karl-Werner Schulte HonRICS CRE
Universität Regensburg;
IREBS IMMOBILIENAKADEMIE GmbH

Prof. Dr. Susanne Ertle-Straub
HAWK Fachhochschule Hildesheim/Holzminde/
Göttingen

Prof. Dr. Dieter Jacob
Technische Universität Bergakademie Freiberg

Prof. Dr. Wolfdietrich Kalusche
Brandenburgische Technische Universität Cottbus

Schriftleitung

Editorial

Chairman Prof. Dr. Kristin Wellner
Hochschule Mittweida

Prof. Dr. Stephan Kippes
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Prof. Dr. Michael Krautzberger
Bundesministerium für Verkehr,
Bau- und Wohnungswesen Berlin

Prof. Dr. Thomas Krüger
HafenCity Universität Hamburg

Prof. Dr. Gabriel Lee
Universität Regensburg

Prof. Dr. Wolfgang Maennig
Universität Hamburg

Prof. Dr. Wolfgang Pelzl
Universität Leipzig

Prof. Dr. Andreas Pfnür
Technische Universität Darmstadt

Prof. Johannes Ringel
Universität Leipzig

Prof. Dr. Wolfgang Schäfers
Universität Regensburg
Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA

Prof. Dr. Steffen Sebastian
Universität Regensburg

Prof. Dr. Ramon Sotelo
Bauhaus-Universität Weimar

Prof. Dr. Matthias Thomas MRICS
EUROPEAN BUSINESS SCHOOL
International University
Schloss Reichartshausen

Herausbergremium

Editorial Board

Prof. Dr. Stephan Bone-Winkel
Universität Regensburg
BEOS GmbH

Prof. Dr. Kerry - U. Brauer
BA Sachsen, Staatliche Studienakademie Leipzig

Dr. Sven Bienert MRICS
FHS Kufstein Tirol
Dipl.-Geograph Hartmut Bulwien FRICS

Präsident der Gesellschaft für Immobilien-
wirtschaftliche Forschung e.V.
BulwienGesa AG
Prof. Wolfgang Christ
Bauhaus-Universität Weimar

Prof. Dr. Monika Dobberstein
Jones Lang LaSalle GmbH

Prof. Dr. Johann Eekhoff
Universität Köln

>> AUFSÄTZE PAPERS DR. NIKOLAUS JACKOB, THOMAS ZERBACK UND JENNY ARENS

General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten.

General Interest vs. Special Interest – Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten.

DR. NIKOLAUS JACKOB, THOMAS ZERBACK UND JENNY ARENS

Korrespondenz: Dr. Nikolaus Jakob, Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität
nikolaus.jakob@uni-mainz.de

Zusammenfassung

Die Studie „Benchmarking im Immobilienjournalismus“ analysiert den Status Quo der immobilienrelevanten Presse aus Sicht der Journalisten. Hierfür wurden im Rahmen einer online durchgeführten Umfrage 202 Journalisten aus Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Österreich und der Schweiz befragt. Im Mittelpunkt des Interesses stand eine Bestandsaufnahme des Arbeitsumfelds und der Arbeitsweisen der Journalisten, ihrer Ausbildungs- und Karrierewege, ihrer Berufszufriedenheit und – aussichten, ihrer Einstellungen gegenüber den jeweiligen Immobilienmärkten sowie den dort agierenden Akteuren. Einer der zentralen Befunde der Studie lautet, dass sich die Immobilienjournalisten in zwei verschiedenen Gruppen einteilen lassen, die hinsichtlich ihrer Ausbildung, ihres Arbeitsverständnisses und ihrer Interaktion mit Marktakteuren unterschiedliche Profile aufweisen: (1) Journalisten, die für General-Interest Publikationen arbeiten (z.B. regionale und überregionale Tages- und Wochenpresse) und (2) Journalisten, die für Special-Interest Publikationen arbeiten (z.B. Wirtschafts- und Immobilienfachpresse). Der vorliegende Beitrag skizziert Ähnlichkeiten und Unterschiede beider Gruppen, diskutiert mögliche Gründe und zeigt Konsequenzen für den Journalismus sowie für sein (Markt-) Umfeld auf.

A. Einführung

Seit den 1990er Jahren gewinnt die Wirtschaftsberichterstattung der Massenmedien an Bedeutung: Sowohl in Fernsehen und Presse als auch im Internet hat sich das Themenfeld ausdifferenziert, der Umfang und die Anzahl der Beiträge sind angestiegen, Themen wie Arbeitslosigkeit, Wachstum, Inflation, Steuern aber auch Immobilien erhielten prominentere Platzierungen. Neben der Ausweitung der Berichterstattung in bereits bestehenden Medienformaten war zugleich auch das Entstehen neuer Formate (z.B. Fachzeitschriften und Verbrauchermagazine im Fernsehen) bemerkenswert. Diese Entwicklung auf dem Medienmarkt zog auch eine gestiegene Aufmerksamkeit der Kommunikationswissenschaft nach sich, die in den vergangenen Jahren eine Fülle von Analysen des Wirtschaftsjournalismus hervorgebracht hat.¹

Infolge des skizzierten Trends rückten fachjournalistische Sonderformen des Wirtschaftsjournalismus wie der Immobilienjournalismus in den Mittelpunkt des wissenschaftlichen Interesses: So wurde im Jahr 2005, angestoßen von immobilienwirtschaftlichen Akteuren, eine umfangreiche Befragung zur Bestandsaufnahme des Status Quo im Immobilienjournalismus ausgewählter europäischer Länder durchgeführt. Zentrale Befunde dieser international vergleichenden Journalistenbefragung wurden bereits in Buchform veröffentlicht – so wurden beispielsweise die Immobilienjournalisten in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Österreich und der Schweiz miteinander verglichen und Unterschiede sowie Gemeinsamkeiten zwischen den Ländern herausgearbeitet.² Der vorliegende Beitrag ergänzt die bereits veröffentlichten Befunde um eine weitere Analyseperspektive – den Vergleich zwischen Journalisten, die für unterschiedliche Publikationstypen arbeiten.

Die Erforschung des Journalismus als Beruf mit modernen sozialwissenschaftlichen Methoden begann um die Mitte des 20. Jahrhunderts.³ Die 1960er und 1970er Jahre brachten einen Modernisierungsschub und eine Ausdifferenzierung mit der „Entdeckung der empirischen Berufsforschung“.⁴ Zunehmend standen Berufsmotive, Berufszufriedenheit, subjektive Einstellungen, Rollenselbstbilder und Arbeitsweisen von Journalisten im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Die ersten größeren Studien für den deutschsprachigen Raum stammen aus den 1980er und

1990er Jahren.⁵ Journalismusforschung ist also ein vergleichsweise junges Forschungsfeld und es verwundert daher kaum, dass abseits des journalistischen Mainstreams kaum Studien über einzelne fachjournalistische Spielarten vorliegen. Erschwert wird die Erforschung einzelner Journalismussparten vor allem durch ihre teils starke Kleinteiligkeit und Ausdifferenzierung. So ist mancherorts der Umfang des Fachgebiets zu klein, das Interesse von Wissenschaft und Fachöffentlichkeit gering, das Niveau an Spezialisierung und Professionalisierung niedrig. Viele Bereiche des Fachjournalismus haben sich daher aufgrund ihrer Heterogenität bisher einem einfachen Zugriff im Rahmen empirischer Studien entzogen.⁶

Die genannten Probleme und Einschränkungen sind jedoch nicht oder nur teilweise für den Bereich des Immobilienjournalismus relevant. Berichte über Immobilien – z.B. Wohn- und Gewerbeimmobilien – ziehen, anders als Berichte über Imkerei und Orchideenzucht, ein größeres Publikum an und sind publizistisch nicht nur in spezialisierten Fachzeitschriften vertreten, sondern finden sich auch in den Ressorts größerer Tages- und Wochenzeitungen, in Zeitschriften, in Magazinen, in Hörfunk und Fernsehen.⁷ Welche große gesellschaftliche Relevanz die Branche besitzt, führt die aktuelle Krise auf dem US-amerikanischen Immobilienmarkt vor Augen, die sich global auf Banken und Anleger auswirkt. Solche spektakulären Ereignisse machen deutlich, dass Immobilien als Thema der journalistischen Berichterstattung von zu großem Interesse sind, um nur ein Nischendasein zu fristen. Andererseits hat das Themenfeld noch nicht die Bedeutung erlangt, die es bräuchte, um überall in den Redaktionen Teil der täglichen Berichterstattung zu sein.

Wie Wirtschaft im Allgemeinen zeichnet sich auch das Thema Immobilien durch eine hohe Komplexität aus. Dadurch kommt den Medien und letztlich den Journalisten, die sich damit beschäftigen, in zweifacher Hinsicht eine besondere Funktion zu: Zum einen müssen sie die relevanten Vorgänge und Ereignisse, über die berichtet werden soll, auswählen, zum anderen müssen sie diese adäquat darstellen. Dabei fungieren sie als Schnittstelle zwischen den Akteuren der Immobilienwirtschaft und Rezipienten (Leser, Zuschauer, Hörer) und es hängt maßgeblich von ihrer Vermittlungsleistung ab, mit welchen Informationen Interessierte versorgt werden. Je höher die Komplexität des

Tabelle 1: Differenzierung in General-Interest und Special-Interest Publikationen⁸

	General-Interest Medien	Special-Interest Medien
Themenspektrum	Weit	Eng
Themenportfolio	Umfassend	Spezialisiert
Publikum	Allgemeine Öffentlichkeit	Fachöffentlichkeit
Frequenz	Täglich, Wöchentlich, Monatlich	Wöchentlich, Monatlich, Seltener
Journalisten	Überwiegend Generalisten	Überwiegend Spezialisten
Beispiele	Tageszeitungen, Wochenzeitungen	Wirtschaftsmagazine, Immobilienzeitschriften

Berichtsgegenstandes, desto mehr rücken Fragen nach der Professionalität, Sachkompetenz und den Arbeitsweisen der Journalisten in den Mittelpunkt des Interesses. Unterschiede ergeben sich vor allem zwischen Medien mit einem unterschiedlich hohen Spezialisierungsgrad: Nicht überall dort, wo über Immobilien berichtet wird, sind zwangsläufig kompetente Spezialisten betraut. Es kommt vielmehr darauf an, ob ein betreffendes Medium der Fachpresse, also dem Bereich Special-Interest zuzuordnen ist, oder ob es sich um einen Vertreter von publikumsoffenen General-Interest Publikationen handelt. Während in den Redaktionen der letzteren Gattung meist Generalisten aus der Wirtschaft, der Politik oder dem Regionalteil über Immobilienthemen berichten – und dies bisweilen nur sporadisch –, beschäftigen erstere in viel größerem Umfang Spezialisten, die sich vorwiegend oder ausschließlich mit Immobilienthemen befassen.

Aus der skizzierten Unterscheidung folgt, dass man die zentralen Fragen der Journalismusforschung und den angrenzenden Forschungsfeldern beiden Gruppen von Journalisten stellen und diese vergleichend betrachten muss: Wo arbeiten die Immobilienjournalisten, wie sind sie ausgebildet und wie kamen sie zu ihrem Beruf? Mit welchen (Markt-)Akteuren arbeiten sie zusammen, woher stammen ihre Informationen und welche möglichen Abhängigkeiten oder Interaktionen bestehen? Wie zufrieden sind sie und wie schätzen sie die Zukunftsaussichten des Immobilienjournalismus ein? Wie bewerten sie das Image und den Zustand des Immobilienjournalismus in ihrem Heimatland? Und: Wie unterscheiden sich die beiden Journalistentypen hinsichtlich dieser Aspekte?

B. Methode

Zur Beantwortung der Fragen wurde im Rahmen der Studie „Benchmarking im Immobilienjournalismus“ eine international vergleichende, vollstandardisierte, quantitative Onlinebefragung europäischer Immobilienjournalisten durchgeführt. Die Stichprobenziehung wurde eng an die in der Journalismusforschung üblichen Verfahren angelehnt.⁹ Da bis heute kein umfassendes Verzeichnis der Immobilienjournalisten existiert, wurden zunächst eine Pressestichprobe für jedes der in die Auswahl genommenen Länder gezogen: Dazu wurden fünf Publikationstypen unterschieden – regionale Tageszeitungen, überregionale Tageszeitungen, überregionale Wochen- und Sonntagszeitungen bzw. Wochenmagazine, Wirtschaftsmagazine und –zeitungen sowie Immobilienfachtitel. Diese Auswahl deckt alle relevanten Titel der jeweiligen nationalen Pressemärkte ab – Online-Ausgaben wurden nicht berücksichtigt. Um eine für jedes Land vergleichbare Stichprobengröße zu gewährleisten, was generell als eine der Mindestanforderungen an international vergleichende Journalistenbefragungen gilt¹⁰, wurde für jeden Publikationstypus festgelegt, wie viele Titel in die Stichprobe gelangen sollten: Für jedes Land sah die Quotierung 20 regionale Tageszeitungen, je 6 Titel der überregionalen Tages- und Wochenpresse sowie der Wirtschaftspresse und 10 Titel der Immobilienfachpresse vor. Die Auswahl der regionalen Zeitungen wurde nach geographischer Schichtung zufällig vorgenommen, die anderen Titel wurden im Rahmen von Expertengesprächen nach der Maßgabe der Relevanz für das jeweilige Land ermittelt. Unter Berücksichtigung nationaler Eigenheiten der jeweiligen Presselandschaften

wurden auf diese Weise 265 Publikationen (zwischen 41 bis 48 Titel pro Land) identifiziert.

In einem zweiten Schritt wurden die Redaktionen der ausgewählten Publikationen kontaktiert und Informationen über die jeweiligen Redaktionsstrukturen gesammelt, auf deren Basis eine Datenbank mit insgesamt 524 Journalisten erstellt wurde, die sich nach Aussage der Zuständigen in den Redaktionen mit Immobilienthemen beschäftigten. Davon nahmen letztendlich 202 Journalisten an der Befragung (Zeitraum: 30.05. – 01.08.2005) teil, was einem für Online-Befragungen zufriedenstellenden Rücklauf von rund 40 Prozent entspricht. Dabei fielen die Rückläufe sehr unterschiedlich aus: So nahmen trotz gleicher Stichprobengrößen beispielsweise in Deutschland und der Schweiz deutlich mehr Journalisten an der Befragung teil als in Großbritannien, was einen Ländervergleich insofern erschwert, als einerseits die Zellengrößen nicht überall generalisierbare Rückschlüsse auf die jeweiligen Länder zulassen und andererseits für so ein wichtiges Land wie Großbritannien mit seiner großen Anzahl an Immobilienjournalisten Vergleiche mit anderen Ländern – wie sie sicher sehr interessant gewesen wären – nur in engen Grenzen möglich sind.¹¹

Um die Validität der gewonnenen Daten anhand externer Kriterien zu überprüfen, wurden diese mit Befunden anderer, auch international vergleichender Journalistenbefragungen verglichen. Es stellte sich heraus, dass die befragten Journalisten in zwei zentralen soziodemographischen Kriterien kaum von den in anderen Studien befragten Kollegen abweichen: Wie der Journalismus generell ist auch der Immobilienjournalismus eine Männerdomäne, nur etwa ein Drittel der Befragten sind – trotz regionaler Unterschiede – Frauen.¹² Das Durchschnittsalter liegt mit 41 Jahren leicht über dem in anderen Studien ermittelten Wert von etwa 36 Jahren¹³, was mit dem Ablauf der journalistischen Karrieren zu erklären ist: Viele Immobilienjournalisten steigen im Schnitt erst sechs Jahre nach Beginn ihrer Tätigkeit als Journalist in diese Domäne ein.

C. Befunde

I. Ausbildungswege, Arbeitgeber und Arbeitsfelder

Eine der ältesten Debatten der Journalismusforschung dreht sich um die Akademisierung der

Profession. Angesichts der Wichtigkeit des Journalistenberufs in der modernen Mediendemokratie kam vor allem seit den 1960er Jahren die Frage auf, wie auf ein höheres Qualifikationsniveau im Journalismus sowie eine stärkere Professionalisierung hingewirkt werden kann. Eine Folge dieser Diskussion war die Institutionalisierung der Journalistenausbildung an Universitäten und Fachhochschulen in Form neu gegründeter Studiengänge.¹⁴ Dass sich der Beruf in den letzten drei Jahrzehnten in vielen Ländern, darunter auch in Deutschland, zunehmend akademisiert hat, zeigen verschiedene Journalistenbefragungen¹⁵ – und auch die Daten der vorliegenden Studie vermitteln ein einheitliches Bild: So haben durchweg rund 90 Prozent aller Befragten, egal für welchen Publikationstypus sie arbeiteten, ein Hochschulstudium abgeschlossen, was auf einen hohen Akademisierungsgrad schließen lässt. Generell sind die Immobilienjournalisten – wie auch ihre Kollegen aus anderen Sparten – heutzutage gut ausgebildet.

Die dominierenden Studienfächer sind Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (30 Prozent), Geisteswissenschaften (21 Prozent), Wirtschaftswissenschaften (20 Prozent) und Jura (10 Prozent). Zwischen den beiden hier getrennt untersuchten Journalistengruppen zeigen sich dabei keine größeren Differenzen, allerdings sind die Jura-Absolventen unter den Special-Interest Journalisten etwas stärker vertreten.

Neben der Frage, von welchem Bildungshintergrund Journalisten geprägt sind, interessieren sich die Forscher in der Regel auch für die Ausbildungswege, die eingeschlagen wurden, um das journalistische Handwerk zu erlernen. Hier existieren je nach Tradition von Land zu Land sehr unterschiedliche Wege, es finden sich jedoch auch hier keine grundlegenden Unterschiede zwischen Journalisten, die für General-Interest Publikationen arbeiten und ihren Kollegen aus dem Special-Interest Bereich: So haben rund 25 Prozent der Journalisten eine geregelte Ausbildung vor Ort in einer Redaktion durchlaufen (z.B. Volontariat), weitere 20 Prozent haben einen praxisbezogenen Studiengang an einer Universität oder Fachhochschule besucht – neben der großen Anzahl an Absolventen aus kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen ein weiteres Indiz für die erfolgreiche Reform der Journalistenausbildung in den vergangenen Jahrzehnten. Eine Journalistenschule haben immerhin 13 Prozent der Befragten

besucht. Die unregelmäßige Ausbildung in Form einer freien Mitarbeiterschaft oder eines Praktikums stellten den Berufszugang für immerhin 30 Prozent der Journalisten dar.¹⁶

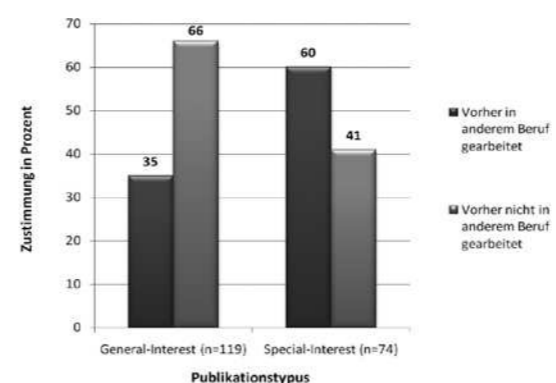
Ebenfalls von Bedeutung ist in diesem Kontext die Frage, ob Journalisten vor ihrem Einstieg in den Beruf schon in anderen Berufen gearbeitet haben. Trotz der bisher erkennbaren Einheitlichkeit bei den Ausbildungswegen kann angenommen werden, dass der Anteil derer, die vor dem Einstieg in den Journalismus einen anderen Job, z.B. in einem Unternehmen, hatten, unter den Special-Interest Kollegen höher sein dürfte: So gibt es Beispiele von Fachjournalisten, die zuvor über immobilienwirtschaftliche Themen geforscht haben oder – sicher häufiger – zuvor in einem Unternehmen der immobilienwirtschaft beruflich tätig waren. Konform zu dieser Annahme ist es plausibel, dass die Grenze zwischen einem bestimmten Fachjournalismus und den an ihn angrenzenden beruflichen Sphären allgemein durchlässiger ist als im General-Interest Journalismus. Der Markt ist überschaubarer, die Anzahl der Experten ist geringer, der Kontakt möglicherweise direkter und intensiver. Auch wenn die erhobenen Daten keine Auskunft darüber geben, in welchem Beruf die befragten Journalisten zuvor gearbeitet haben, fällt doch auf, dass die für Special-Interest Publikationen arbeitenden Journalisten fast doppelt so häufig angeben, vor ihrem Einstieg in den Journalismus anderweitig beschäftigt gewesen zu sein (Schaubild 1). Die Interpretation liegt nahe, dass sich die Fachpresse ihren Nachwuchs vielfach aus nicht-journalistischen Expertenkreisen rekrutiert,

was auch auf einen stärkeren Praxisbezug der Special-Interest-Angebote hindeuten könnte.

Betrachtet man die Beschäftigungsverhältnisse von Journalisten, so fällt auf, dass sich die Profession in zwei Gruppen teilt: Den größten Teil bilden Personen, die hauptberuflich an ein Medium gebunden sind und für kein anderes Medium arbeiten. Einen kleineren Teil stellen Journalisten, die eher ungebunden sind – freie Mitarbeiter, Freelancer, Pauschalisten – und teilweise für mehrere Medien arbeiten.¹⁷ Betrachtet man die Strukturen im Fachjournalismus mit der meist geringeren Anzahl an Publikationen, dem vergleichsweise kleinen Rezipientenkreis und der hohen thematischen Spezialisierung von Redaktionen und ihren Mitarbeitern, liegt die Annahme nahe, dass der Anteil der ungebundenen, für mehrere Publikationen tätigen Journalisten unter den für Special-Interest Formate arbeitenden Kollegen deutlich höher ausfallen müsste als im General-Interest Bereich. Schließlich gehört zu letzterem Segment der weite Bereich der regionalen und überregionalen Tages- und Wochenpresse, die auch heute noch der größte Arbeitgeber für hauptberuflich tätige Journalisten ist.¹⁸

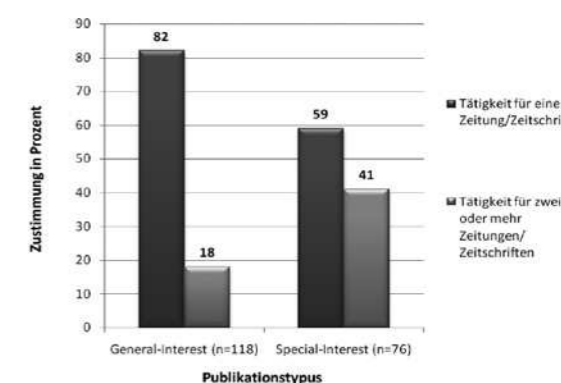
Die Annahme wird durch die Befragungsdaten gestützt: Während der Anteil derjenigen, die nur für eine Zeitung bzw. Zeitschrift tätig sind, im General-Interest Segment 80 Prozent klar übersteigt, geben im Gegensatz dazu fast 60 Prozent der Mitarbeiter von Special-Interest Formaten an, für mehrere Arbeitgeber tätig zu sein. Hierunter dürften sowohl diejenigen fallen, die als Mitarbeiter

Schaubild 1: Berufliche Tätigkeit vor dem Einstieg in den Journalismus



$\chi^2=11,576$; Cramers V=,245; p=,001

Schaubild 2: Tätigkeit für einen oder mehrere Arbeitgeber



$\chi^2=14,341$; Cramers V=,272; p=,001

der Wirtschaftspresse regelmäßig für Titel der Immobilienfachpresse schreiben, als auch solche, die als Freelancer ihre Expertise verschiedenen Publikationen zur Verfügung stellen (Schaubild 2). Der Grund für letzteren Punkt ist, dass Fachtitel über geringe Auflagen verfügen, geringere Umsätze erwirtschaften, weniger Budget für festangestellte Redakteure haben und daher mehr freie Journalisten beschäftigen.

Ähnlich klare Unterschiede sind auch bei der Frequenz der Immobilienberichterstattung zu vermuten: Die meisten Publikationen im General-Interest Segment berichten täglich oder wöchentlich über eine Vielzahl an Themen aus ganz unterschiedlichen Bereichen wie Kultur, Sport, Wirtschaft und Politik. Immobilienberichterstattung macht naturgemäß nur einen Teil des Gesamtangebots aus – und dies im Vergleich zu anderen Themen eher in größeren zeitlichen Abständen und bisweilen auch unregelmäßig. Special-Interest Medien hingegen widmen sich größtenteils oder ausschließlich wirtschaftlichen bzw. immobilienwirtschaftlichen Themen – diese Themen sind ihr Kerngeschäft und folglich müssten sich die untersuchten Journalisten auch bei der Frequenz ihrer Berichterstattung über Immobilienthemen deutlich unterscheiden: Je stärker die Spezialisierung auf Immobilienthemen, desto höher die Frequenz der Berichterstattung.

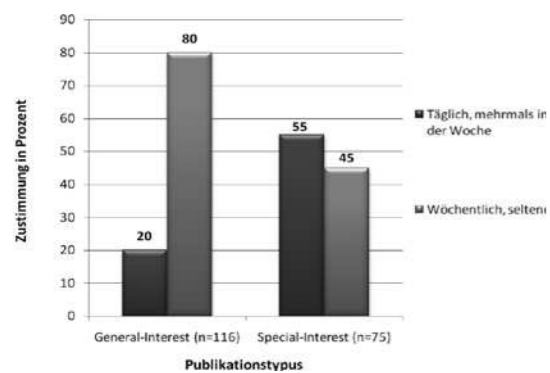
Tatsächlich ist der Anteil derer, die angeben, täglich bzw. mehrmals in der Woche über Immobilienthemen zu berichten, unter den Mitarbeitern von General-Interest Publikationen im Vergleich

zu den für Special-Interest Formate schreibenden Kollegen fast doppelt so hoch. Im Gegensatz dazu gibt mehr als die Hälfte der Special-Interest Journalisten an, täglich oder zumindest mehrmals in der Woche über Immobilienthemen zu schreiben (Schaubild 3).

Ein weiterer Unterschied ist auch beim Spezialisierungsgrad der Journalisten zu erwarten: Viele Journalisten, vor allem in der Regionalpresse, sind eher Allrounder und schreiben über eine Vielzahl an Themen, die für ihr jeweiliges Publikum interessant sind. Bei den Journalisten aus dem General-Interest Segment, die regelmäßig über Immobilienthemen schreiben, ist angesichts des vergleichsweise geringeren Stellenwerts dieser Themen für die Gesamtberichterstattung und vor dem Hintergrund der vergleichsweise niedrigeren Frequenz der Berichterstattung anzunehmen, dass sie sich in ihrer Berichterstattung nicht auf bestimmte immobilienwirtschaftliche Teilbereiche wie Immobilienvermakelung, -recht oder -besteuerung spezialisiert haben. Bei den Special-Interest Journalisten, die ihr Arbeitsleben den Themen rund um Immobilien widmen, dürfte der Spezialisierungsgrad deutlich höher sein.

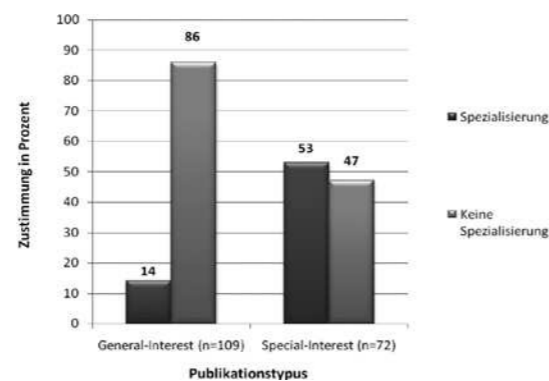
Vergleicht man beide Journalistengruppen, wird auch diese Annahme bestätigt: Mehr als drei Mal so viele Special-Interest Journalisten geben an, sich auf ein bestimmtes Themenfeld spezialisiert zu haben, als dies bei den für General-Interest Formate arbeitenden Journalisten der Fall ist (Schaubild 4). Von allen, die angaben, sich auf bestimmte Themen spezialisiert zu haben (n=54),

Schaubild 3: Frequenz der Berichterstattung über Immobilienthemen



$\chi^2=48,826$; Cramers $V=,490$; $p=,000$

Schaubild 4: Spezialisierung von Immobilienjournalisten



$\chi^2=31,875$; Cramers $V=,420$; $p=,000$

beschäftigten sich die meisten mit Wohnimmobilien (65 Prozent), gefolgt von Gewerbeimmobilien (52 Prozent) und Immobilienfinanzierung (47 Prozent). Weitere Spezialisierungsfelder waren Sonderimmobilien (z.B. Altersheime, Kindergärten) (39 Prozent), Immobilienprojektentwicklung (39 Prozent), Immobilienanlageprodukte (37 Prozent), Corporate Real Estate Management (35 Prozent) und Immobilienbewertung (30 Prozent).¹⁹ Andere Formen von Spezialisierung (z.B. Immobilienmarketing) wurden seltener genannt.

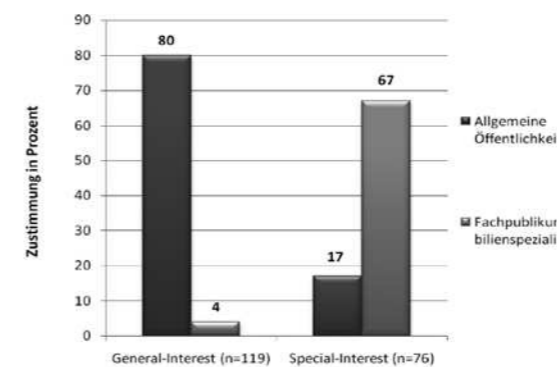
II. Publikum und Schreibstil

Dass Immobilienjournalisten keine homogene Gruppe sind, zeigt sich auch bei der Frage, für welchen Adressatenkreis sie schreiben und welcher Schreibstil bei ihrer Arbeit vorherrscht – beides hängt eng damit zusammen, für welchen Publikationstyp sie arbeiten: So ist es plausibel, dass Journalisten, die für General-Interest Formate arbeiten, sich eher an eine allgemeine Öffentlichkeit als an ein Fachpublikum wenden – bei Special-Interest Journalisten müsste es sich umgekehrt verhalten. Die Antworten der Journalisten entsprechen dieser Annahme (Schaubild 5). 80 Prozent der Journalisten im General-Interest Segment schreiben für eine allgemeine Öffentlichkeit, während dies nur 17 Prozent der Kollegen aus dem Feld Special-Interest angeben, die ihrerseits zu 67 Prozent sagen, dass sie sich eher an ein Fachpublikum richten.

Entsprechend dieser unterschiedlichen Orientierung kann man annehmen, dass sich auch der

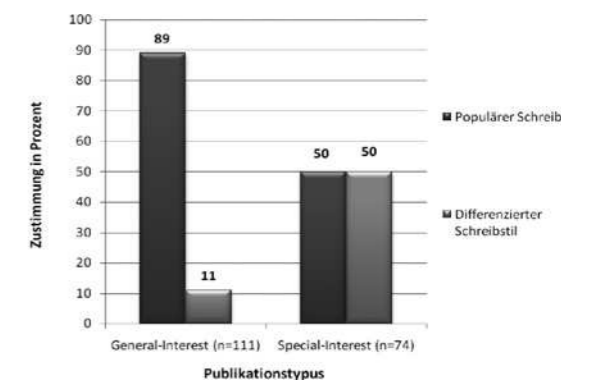
Schreibstil beider Gruppen unterscheidet. Journalisten, die für die breite Öffentlichkeit schreiben, müssten voraussichtlich einen eher populären Schreibstil pflegen, der auf komplizierte Wendungen und Fachausdrücke verzichtet und Sachverhalte möglichst einfach zu transportieren versucht. Auf der anderen Seite müssten die Spezialisten der Fachpresse eher einen differenzierteren Schreibstil verwenden, der auf unnötige Vereinfachungen und Erläuterungen verzichtet und ein bestimmtes Fachwissen beim Publikum voraussetzt. Auch hier erweisen sich die beiden Journalistengruppen als unterschiedlich: Dem populären Schreibstil sehen sich fast 90 Prozent der für General-Interest Publikationen arbeitenden Journalisten verpflichtet, während dies nur bei der Hälfte der Kollegen in der Fachpresse der Fall ist. Aus der stärkeren Orientierung an einem Fachpublikum folgt jedoch nicht, dass der populäre Schreibstil keine Rolle spielte: Immerhin 50 Prozent der Special-Interest Journalisten sieht sich trotz hoher Spezialisierung dazu verpflichtet, in einem leicht verständlichen Stil zu schreiben. Angesichts der generellen Publikumsorientierung des Journalismus überraschen diese Befunde nicht, ist es doch immer das Ziel von Journalisten, verständlich und zugleich zielgruppenspezifisch zu schreiben. Es existiert zwar ein Zusammenhang zwischen Spezialisierungsgrad von Publikation und Journalist, voraussetzbarem Fachwissen bei den Lesern und differenziertem Schreibstil, das bedeutet aber keine Abkehr vom Grundsatz der Verständlichkeit – ein Befund, der überdies nicht spezifisch für den Immobilienjournalismus ist, sondern auch für andere Sparten Geltung beanspruchen dürfte.

Schaubild 5: Publikum der Immobilienjournalisten



$\chi^2=96,853$; Cramers $V=,705$; $p=,000$

Schaubild 6: Schreibstil der Immobilienjournalisten



$\chi^2=35,021$; Cramers $V=,435$; $p=,000$

III. Recherche, Kontakte und Interaktionen

Angesichts der bisher geschilderten Unterschiede zwischen beiden Journalistengruppen ist anzunehmen, dass jene Journalisten, die sich tiefer in die Materie eingearbeitet und stärker spezialisiert haben, die sich eher an einem Fachpublikum orientieren und insgesamt auch häufiger über Immobilienthemen berichten, bei ihrer Recherche in größerem Umfang auf ebenfalls spezialisierte Quellen wie externe Experten (z.B. von Universitäten) zurückgreifen und vermehrt Expertenforen wie Immobilienmessen, Kongresse und Seminare besuchen, als dies bei den Journalisten der Fall sein dürfte, die für General-Interest Publikationen arbeiten. Beim Blick in die Daten fällt zunächst auf, dass es bei der Wichtigkeit journalistischer Recherchequellen einen breiten Konsens gibt: Alle Journalisten geben unabhängig von ihrem Publikum und eventueller Spezialisierungen an, dass persönliche Kontakte zu Immobilienunternehmen die wichtigste Informationsquelle für ihre tägliche Arbeit sind, gefolgt von Organisationen und Verbänden (z.B. Hauseigentümer-/Mieterverband), dem Internet und Pressekonferenzen von unterschiedlichen Akteuren.²⁰ Allerdings finden Befragte aus dem Special-Interest Segment deutlich häufiger die erwähnten Expertenquellen und -foren „sehr wichtig“: So spielen etwa Immobilienmessen in diesem Segment eine größere Rolle (31 Prozent) als unter den Kollegen bei General-Interest-Blättern (18 Prozent). Auch bei Kongressen, Seminaren und Podiumsdiskussionen sind erstere (27 Prozent) eher der Auffassung, diese seien sehr wichtig als letztere (18 Prozent). Gleiches gilt für unabhängige Experten (z.B. Professoren), die von den Special-Interest Journalisten als Recherchequelle stärker geschätzt werden (41 Prozent) als von den übrigen Befragten (29 Prozent).²¹

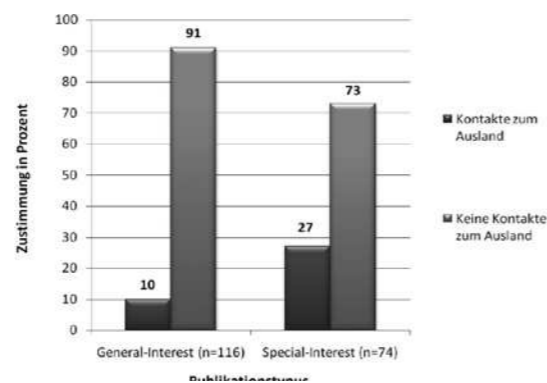
In der Tat scheinen Immobilienjournalisten, die für Spezialmedien arbeiten, neben einem höheren Spezialisierungsgrad und einem anderen Publikum und Schreibstil auch hinsichtlich ihrer Recherchearbeit einige Unterschiede zu ihren Kollegen aufzuweisen – sie greifen eher auf Expertenquellen zurück und suchen nach differenzierteren Informationen. Ins beschriebene Bild passt, dass diese Journalisten auch stärker mit der Fachcommunity vernetzt sind, eine größere internationale Orientierung haben und neben Kontakten zu Kollegen, Unternehmen und Experten im Inland auch Kommunikationskanäle ins Ausland haben.

So geben deutlich mehr Special-Interest Journalisten an, sie hätten Kontakte zu Immobilienjournalisten in anderen Ländern (Schaubild 7).

Gleiches gilt für Kontakte zu ausländischen Immobilienunternehmen, auch hier sind die für die allgemeine Presse arbeitenden Kollegen schwächer vernetzt als ihre Kollegen in der Fachpresse (Schaubild 8). Interessant ist, dass länderübergreifende, intraprofessionelle Kontakte unter Immobilienjournalisten gleichwohl insgesamt vergleichsweise schwach ausgeprägt sind – interprofessionelle Kontakte zu Unternehmen kommen deutlich häufiger vor. Letzterer Befund ist allerdings angesichts der oben geschilderten Bedeutung der Immobilienunternehmen als wichtigste Informationsquelle im Alltag der Befragten Journalisten durchaus erklärbar.

So kann man bei aller gebotenen Vorsicht schließen, dass sich eine Internationalisierung des Immobilienjournalismus (1) angesichts des hauptsächlich regionalen Berichterstattungsschwerpunktes bei den General-Interest Journalisten und des vorwiegend nationalen Schwerpunktes bei den Special-Interest Kollegen sowie (2) angesichts der kaum vorhandenen Kontakte zu Journalisten im Ausland derzeit kaum abzeichnet. Einzig bei den bereits bestehenden Kontakten zu ausländischen Immobilienunternehmen zeigt sich eine gewisse Relevanz solcher internationaler Perspektiven, wobei jedoch darauf hinzuweisen ist, dass viele international aufgestellte Unternehmen aus der Immobilienbranche auch in anderen Ländern auf regionaler und nationaler Ebene tätig sind, etwa

Schaubild 7: Kontakte zu Immobilienjournalisten im Ausland



$\chi^2=10,185$; Cramers V=,232; p=,001

als Bauträger, Fondsanbieter oder Ratingagenturen.

Eines der größten Probleme der Arbeit von Journalisten und zugleich eines ihrer wesentlichen Kennzeichen ist der ununterbrochene Bedarf an aktuellen, relevanten Informationen und gleichzeitig die Knappheit des Informationsangebotes in bestimmten Berichterstattungssegmenten – vor allem, wenn es um wichtige und hochwertige Informationen geht. Wie in anderen Märkten auch, sind die Unternehmen dabei zentrale Informationsquellen – ihre Wichtigkeit als Ansprechpartner für Journalisten wurde bereits dargestellt. Zugleich haben die Unternehmen ein Interesse daran, in ihrer Kommunikationsarbeit durchaus gezielt steuernd vorzugehen, um z.B. eigene strategische Interessen zu verfolgen oder gute Kontakte und Kommunikationskanäle zu Medien und Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen. Daher ist es im Umgang mit Journalisten vielfach üblich, neben Pressekonferenzen auch eher inoffizielle Veranstaltungen anzubieten, z.B. gesellige Runden wie Abendessen oder Kamingespräche, wo in ungezwungener Atmosphäre – teils exklusive – Informationen ausgetauscht werden. Es ist durchaus anzunehmen, dass diese Art der Kontaktarbeit, die z.B. im politischen Journalismus oder im Lokaljournalismus üblich ist, auch bei der Interaktion von Unternehmen der Immobilienbranche und Immobilienjournalisten eine Rolle spielt.

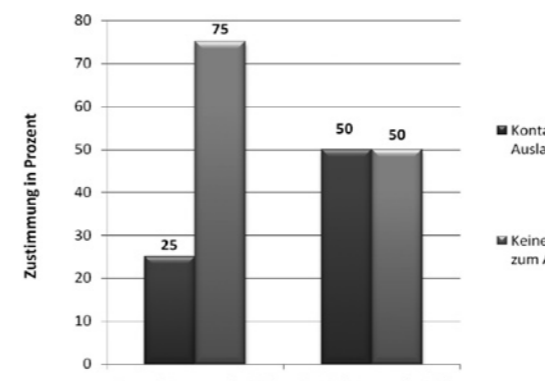
Es ist jedoch nicht anzunehmen, dass dies ein spezifisches Merkmal der Arbeit von Journalisten aus der Sparte der Wirtschafts- und Immobilien-

fachpresse ist: Auch Journalisten, die in lokalen Tageszeitungen oder überregionalen Wochenmagazinen über Themen rund um Immobilien berichten, erleben den gleichen Mangel an hochwertigen und wichtigen Informationen und begrüßen die Möglichkeit, mit ihrer wichtigsten Recherchequelle, den Unternehmen persönlich, mitunter vertraulich und ungezwungen in Kontakt zu treten. Eventuelle Einwände hinsichtlich der Korruptierbarkeit solcher Beziehungen stehen auf einem anderen Blatt.

Die Befragungsdaten zeigen eindeutig, dass die Immobilienjournalisten, wie andere Journalisten auch, an solchen Treffen teilnehmen und diese für sehr wichtig halten (Schaubild 9). Die Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Journalistengruppen sind nur marginal. Immobilienjournalisten unterliegen in diesem Punkt den gleichen Zwängen wie der Journalismus generell und geben unabhängig von Arbeitgeber, Berichterstattungsschwerpunkt oder Publikum an, dass sie sich mit Unternehmensvertretern in ungezwungener Atmosphäre treffen, um an Informationen zu gelangen.

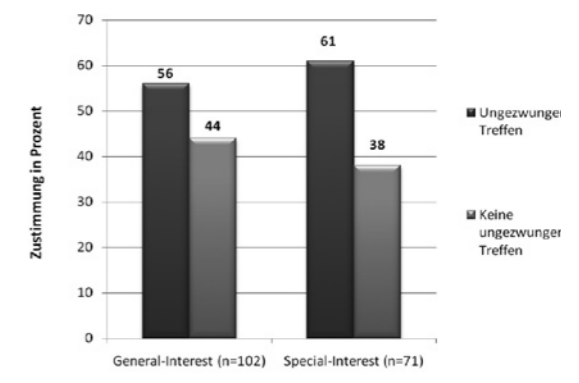
In den Kontext von Kontaktarbeit und Informationsrecherche gehört noch ein weiteres Phänomen, das in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung mittlerweile viel Aufmerksamkeit erfährt: die journalistische Koordination. Journalisten sind nicht nur Produzenten von Medieninhalten, sondern auch Konsumenten. Studien, die sich mit der Mediennutzung von „Medienmachern“ beschäftigten, konnten nachweisen, dass andere Medien

Schaubild 8: Kontakte zu Immobilienunternehmen im Ausland



$\chi^2=12,180$; Cramers V=,285; p=,000

Schaubild 9: Treffen zwischen Unternehmen und Journalisten

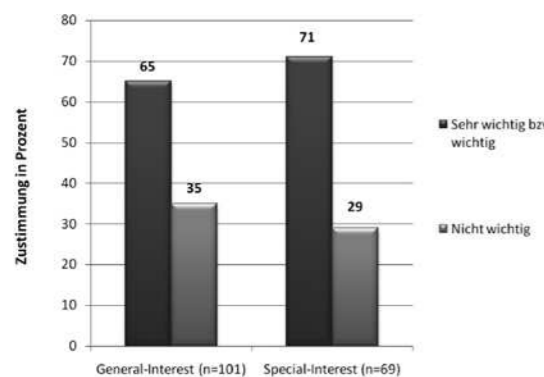


$\chi^2=,376$; Cramers V=,047; p=,540

ein wichtiger Orientierungspunkt bei der eigenen Arbeit sind.²² Die Gründe hierfür sind verschiedenartig: Zum einen hilft die Beobachtung der Konkurrenz bei der Profilierung und Abgrenzung des eigenen Blattes. Zum anderen verschaffen sich die Journalisten so einen Überblick zu aktuellen Themen und stellen sicher, nichts Wichtiges zu verpassen. In vielen Märkten existieren überdies einzelne Medien, die von besonders vielen Journalisten gelesen werden, weil sie für die thematische Orientierung eine besondere Bedeutung besitzen – man spricht in diesem Fall auch von Leit- oder Meinungsführermedien.²³

Um festzustellen inwieweit die Immobilienjournalisten sich an anderen Journalisten orientieren, wurden sie zunächst gefragt, wie wichtig sie andere Kollegen als Informationsquelle für die eigene Arbeit finden (Schaubild 10). In der Tat spielen Kontakte zu anderen Immobilienjournalisten eine große Rolle – für beide hier unterschiedenen Journalistengruppen. Mehr als zwei Drittel der Befragten geben an, der Kontakt zu Kollegen sei sehr wichtig bzw. wichtig. Zwischen den beiden Gruppen ergeben sich nur leichte Unterschiede, wobei hier die Orientierung an Journalistenkollegen im Special-Interest Segment etwas ausgeprägter ist. Zur weitergehenden Prüfung der Frage nach der Orientierung im eigenen journalistischen Umfeld sollten die Immobilienjournalisten außerdem die Bedeutung der immobilienwirtschaftlichen Fachpresse als Informationsquelle bewerten. Die Befunde hierzu ergeben zusammen mit dem zuvor beschriebenen ein konsistentes Bild (Schaubild 11).

Schaubild 10: Bedeutung anderer Immobilienjournalisten (Koorientierung)



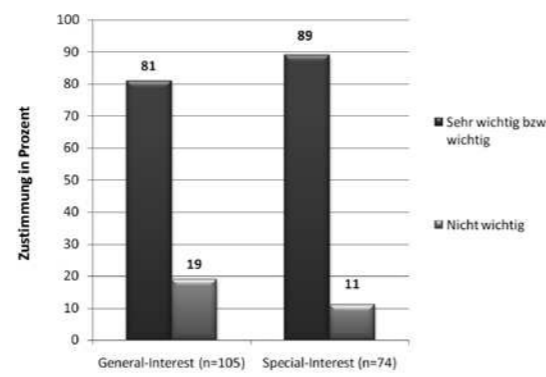
$\chi^2=,634$; Cramers V=,061; p=,728

Im Durchschnitt geben 84 Prozent der Befragten an, die Immobilienfachpresse sei als Informationsquelle sehr wichtig bzw. wichtig, wobei wiederum die Special-Interest Journalisten mit 89 Prozent die stärkste Zustimmung bekunden. Es ist wohl unzweifelhaft, dass Koorientierung auch im Immobilienjournalismus stark ausgeprägt ist. Der unter den Special-Interest Journalisten etwas größere Stellenwert der Immobilienfachpresse als Orientierungsmarke hängt vermutlich mit der größeren Vernetzung dieser Journalistengruppe im fachjournalistischen Segment und der großen Nähe der Journalisten und Publikationen zu einander in diesem engen Markt zusammen. Da der Großteil dieser Befragtengruppe, wie zuvor gezeigt, überdies selbst für eine oder mehrere Fachzeitschriften schreibt, wird anderen Fachblättern, der direkten Konkurrenz, eine größere Relevanz zugeschrieben. Die für General-Interest Publikationen schreibenden Journalisten hingegen stehen in einem weniger starkem Wettbewerb zu Fachzeitschriften und messen diesen folglich eine etwas geringere Bedeutung bei. Sie müssen weniger intensiv Kontakte pflegen, Konkurrenten beobachten und hochwertige Informationen sammeln, weil ihr Publikum weniger anspruchsvoll und die Berichterstattungsfrequenz in Sachen Immobilien niedriger ist.

IV. Einstellungen und Einschätzungen

Die zuvor skizzierten Schwierigkeiten der Journalisten bei der Suche nach qualitativ hochwertigen Informationen werden hier nicht einfach postuliert – die Journalisten wurden explizit gefragt, wie sie

Schaubild 11: Bedeutung der Immobilienfachpresse als Quelle

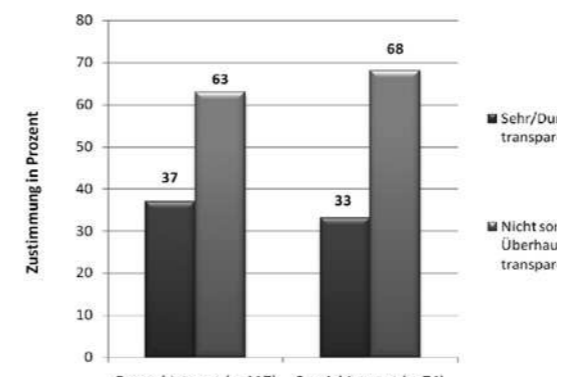


$\chi^2=2,310$; Cramers V=,114; p=,315

die Möglichkeit von Recherchen über den Immobilienmarkt einschätzen. Darüber hinaus sollten sie Auskunft dazu geben, wie sie die Transparenz ihres heimischen Marktes alles in allem einschätzen²⁵, denn es ist anzunehmen, dass gute Informationen in einem intransparenten Markt schwerer zu finden sind als in einem transparenten. Angesichts der skizzierten Unterschiede zwischen den hier analysierten Journalistengruppen liegt die Annahme nahe, dass die insgesamt tiefer mit der Materie beschäftigten Journalisten der Special-Interest Presse neben besseren Kontakten und Einsichten einen besseren Überblick haben, leichter an die gewünschten Informationen kommen und den Immobilienmarkt daher eher als transparent erleben, als Kollegen, die sich nicht so häufig mit Immobilienthemen beschäftigen, weniger gut vernetzt sind und sich weniger tief mit der Materie beschäftigen. Überdies könnte das große Gewicht der General-Interest Journalisten in der Stichprobe zu einem Kritikpunkt werden, wenn die Journalisten mehrheitlich zur Einschätzung gelangten, die Immobilienmärkte seien intransparent. Diese Einschätzung könnte dann in großen Teilen auf die insgesamt geringere Kompetenz der Mehrheit der Befragten zurückgeführt werden, die ja dezidiert keine Experten sind. Wie ist also nun die Einschätzung der Journalisten?

Beide Gruppen finden die Immobilienmärkte gleichermaßen intransparent: 63 Prozent der für Tages- und Wochenzeitungen und ähnliche Formate schreibenden Journalisten und 68 Prozent der vermeintlich kompetenteren Kollegen aus dem Special-Interest Segment finden die heimischen

Schaubild 12: Einschätzung der Transparenz der Immobilienmärkte



$\chi^2=1,704$; Cramers V=,094; p=,636

Immobilienmärkte „nicht sonderlich“ oder „überhaupt nicht“ transparent. Weder die Struktur der Stichprobe, noch die tatsächlichen Fähigkeiten der Journalisten, die Märkte kompetent zu analysieren, zu bewerten und zu verstehen, haben einen Einfluss auf dieses allgemein negative Bild. Im Gegenteil, die Experten mit ihren tieferen Einblicken in die Strukturen und ihren besseren Kontakten kommen zu einem noch negativeren Urteil als ihre nicht so stark spezialisierten Kollegen.

Ins Bild passt, dass es in erster Linie die Journalisten der Wirtschafts- und Immobilienfachpresse sind, die der Aussage deutlich seltener zustimmen, dass gute Informationen relativ schnell verfügbar seien (12 Prozent; 22 Prozent bei den übrigen Kollegen). Meist sind sie der Auffassung, die Informationssuche sei ein langwieriger und schwieriger Prozess. Dabei sagen beide Gruppen gleichermaßen von sich, dass sie es eher sind, die sich an die Immobilienwirtschaft wenden, um Informationen zu erhalten, als dass umgekehrt Informationen für sie aufbereitet angeboten werden: 77 Prozent der Journalisten der General-Interest Presse klagen, sie erhalten keine journalistisch aufbereiteten Informationen, 71 Prozent der Special-Interest Kollegen stimmen dem zu.²⁶

Sowohl in Sachen Markttransparenz als auch in Sachen Marktkommunikation und Kommunikationsmanagement der Unternehmen ist anscheinend noch viel Handlungsbedarf – die Kommunikationsabteilungen der Immobilienbranche schneiden, wie auch die Unternehmen selbst und die Branche insgesamt, im Urteil der Journalisten nicht allzu gut ab – ganz gleich, ob man die Top-Experten unter den Journalisten oder die Allrounder befragt, die ab und an über Immobilienthemen schreiben. So fällt auch schließlich das Urteil der Journalisten über das Image der gesamten Branche nicht besonders vorteilhaft aus: 56 Prozent der für General-Interest Publikationen arbeitenden Journalisten und sogar 66 Prozent ihrer Kollegen im Special-Interest Segment attestieren der Branche ein „eher negatives“ oder „durchweg negatives“ Image.²⁷

D. Fazit: Profile von Immobilienjournalisten

In der Gesamtschau ergibt sich ein Bild vom Immobilienjournalismus als einer Profession, die im Wesentlichen aus zwei Gruppen besteht: Journalisten, die für Tages- und Wochenzeitungen

der unterschiedlichsten Ausprägungen sowie für Magazine mit einem allgemeinen Themenspektrum arbeiten und solche, die in der Wirtschafts- und Immobilienfachpresse beschäftigt sind. In vielen Punkten unterschieden sich beide Gruppen, vor allem in den Eigenschaften, die direkt mit dem Zweck und dem Publikum von Organen der Fachpresse zu tun haben – Tabelle 2 gibt eine Übersicht über die referierten Befunde. Ein zentraler Mehrwert der vorgelegten Analysen gegenüber den bereits publizierten Ländervergleichen besteht

darin, dass nun nicht nur ein Bild von den (in der Branche sicher recht gut bekannten) Journalisten aus der Immobilienfachpresse gezeichnet wurde, sondern auch von ihren Kollegen aus der regionalen und nationalen Tages- und Wochenpresse, die – wie in anderen Spezialisierungsfeldern des Journalismus auch – üblicherweise weniger Aufmerksamkeit erhalten als ihre Kollegen aus den Expertenmedien und oftmals, gerade bei regionalen Blättern, ein Schattendasein fristen.

Tabelle 2: Profile von Immobilienjournalisten

	General-Interest Journalisten	Special-Interest Journalisten
Allgemeine Ausbildung	Hochschulstudium	Hochschulstudium
Journalistische Ausbildung	Volontariat, spezieller Studiengang, Journalistenschule, Seiteneinstieg	Volontariat, spezieller Studiengang, Journalistenschule, Seiteneinstieg
Berufliche Vorerfahrung	Überwiegend keine Vorerfahrung	Überwiegend Vorerfahrung in anderem Beruf
Arbeitgeber	Überwiegend eine Zeitung/Zeitschrift	Überwiegend mehrere Zeitungen/Zeitschriften
Frequenz der Immobilienberichte	Überwiegend wöchentlich oder seltener	Überwiegend täglich oder mehrmals in der Woche
Spezialisierung	Überwiegend keine Spezialisierung	Überwiegend Spezialisierung
Publikum	Überwiegend allgemeine Öffentlichkeit	Überwiegend Fachpublikum
Schreibstil	Überwiegend populärer Schreibstil	Überwiegend differenzierter Schreibstil
Quellen	Geringere Bedeutung von Expertenquellen	Größere Bedeutung von Expertenquellen
Internationalisierung	Geringere Internationalisierung	Größere Internationalisierung
Transparenzerleben	Immobilienmärkte überwiegend intransparent	Immobilienmärkte überwiegend intransparent
Einschätzung des Branchenimages	Überwiegend schlecht	Überwiegend schlecht
Einschätzung der Recherche	Überwiegend schwierig	Überwiegend schwierig

Trotz aller Unterschiede gelangen die befragten Journalisten in ganz zentralen Fragen – etwa bei der Transparenz der Märkte, den Recherchemöglichkeiten und dem Image der Branche – zu weitgehend gleichen Urteilen. Und diese Urteile können durchaus als valide Indikatoren für tatsächlich existierende Probleme und Barrieren betrachtet werden: Aus den Daten lässt sich ein großer Bedarf an hochwertigen, journalistisch nutzbaren Informationen ableiten, der Wunsch nach besseren Kontakten und direkteren Zugängen zu Informationsquellen liegt auf der Hand. Für die Pressearbeit der im Immobilienbereich tätigen Unternehmen ergeben sich aufgrund dieser Situation durchaus auch Chancen: Der relativ große Bedarf an fundierten Informationen seitens der Journalisten sowie der weitgehend als intransparent und durch schlechte Recherchemöglichkeiten gekennzeichnete Immobilienmarkt, machen die Medien empfänglicher für zielgerichtete, strategische Informationsaktivitäten. Grundsätzlich ist bei der Weitergabe und Aufbereitung solcher Informationen die inhaltliche Ausrichtung der Publikation zu berücksichtigen, an die sich das Unternehmen wendet. Handelt es sich um ein Medium aus dem Special-Interest Bereich, kann man von einer sehr ausgeprägten Sachkenntnis ausgehen, währenddessen Journalisten aus dem Gebiet General-Interest tendenziell nicht in gleichem Maße über immobilienwirtschaftliches Spezialwissen verfügen. Im Vorfeld sollten sich Unternehmen weiterhin im Klaren darüber sein, an welche Zielgruppe (Leser) die Information letztendlich gerichtet ist. Die Wahl der Kommunikationsstrategie ergibt sich aus der Überlegung, ob eher Experten oder ein breites Publikum angesprochen werden sollen. Und die Aufbereitung der Informationen wiederum hängt davon ab, mit welchem Journalisten-Typus man es seitens der Kommunikationsabteilungen der Unternehmen zu tun hat.

Schließlich gibt auch das schlechte Image der Branche zu denken, das eine Mehrheit von Journalisten vor allem mit der Undurchschaubarkeit vieler Unternehmen (67 Prozent), großen Skandalen in der vergangenen Zeit (51 Prozent), schlechten Erfahrungen von Mietern mit Vermietern (47 Prozent) und Problemen von Kunden mit Maklern (43 Prozent) erklärt.²⁸ Um dem schlechten Image und der wahrgenommenen Intransparenz abzuwehren, sind jedoch nicht nur Reformen in den Bereichen Public Relations oder Kommunikationsmanagement angeraten, auch die Geschäftspraktiken von Unternehmen müssen in den Augen der Journalisten auf den Prüfstand gestellt werden.

tiken von Unternehmen müssen in den Augen der Journalisten auf den Prüfstand gestellt werden.

Trotz dieses eher negativen Bildes, gibt es auch Grund für einen positiven Ausblick: Bei einer insgesamt etwas größeren Unsicherheit unter den Journalisten des General-Interest Segmentes kommen alle Befragten zu dem Urteil, dass zukünftig mehr Spezialisten über Immobilienthemen schreiben werden, dass die Branche expandieren wird, auch wenn die Aussichten, dass neue Publikationen entstehen und mehr investiert werden wird, eher ambivalent eingeschätzt werden. Kaum jemand jedoch geht davon aus, dass die Immobilienberichterstattung an Bedeutung verlieren wird – hier sagen 78 Prozent der Befragten, dies werde sicher nicht eintreffen. Und schließlich ist auch erfreulich, dass sich ein typischer Befund der Journalismusforschung auch hier einmal mehr bestätigen lässt: Die Berufszufriedenheit ist allgemein sehr hoch: Über 98 Prozent der Befragten sind „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ mit ihrer Arbeit und auch ihre weiteren Berufsaussichten bewerten die befragten Journalisten in ihrer Mehrheit (70 Prozent) als positiv.²⁹

Anmerkungen

1. Vgl. als Überblick und zur Vertiefung u.a. Mast, C., *Wirtschaftsjournalismus*, 1999; Donsbach, W., *Sieg der Illusion*, 1999; Brettschneider, F., *Reality Bytes*, 2000; Quiring, O., *Wirtschaftsberichterstattung*, 2004; Hagen, L., *Konjunkturnachrichten*, 2005.
2. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008.
3. Vgl. Donsbach, W., *Journalist*, 2002; Hömberg, W., *Journalistenausbildung*, 2006.
4. Vgl. Hömberg, W., *Journalistenausbildung*, S. 205ff., S. 210ff.
5. Vgl. z.B. für Deutschland: Schneider, B., Schönbach, K., Stürzebecher, D., *Westdeutsche Journalisten*, 1993; Schneider, B., Schönbach, K., Stürzebecher, D., *Journalisten im vereinigten Deutschland*, 1993; Weischenberg, S., Löffelholz, M., Scholl, A., *Merkmale und Einstellungen*, 1994; Weischenberg, S., Malik, M., Scholl, A., *Journalismus in Deutschland*, 2006. Vgl. für international vergleichende Studien z.B. Köcher, R., Spürhund, 1985; Donsbach, W., Klett, B., *Subjective Objectivity*, 1993; Donsbach, W., *Redaktionelle Kontrolle*, 1993; Donsbach, W., Patterson, T., *Journalisten in der politischen Kommunikation*, 2003.
6. Für einen Überblick zum Thema Fachjournalismus vgl. *Deutscher Fachjournalisten-Verband, Fachjournalismus*, 2004.
7. Bei der Exploration des Forschungsfeldes stellte sich rasch heraus, dass Immobilienjournalismus überwiegend in der Presse stattfindet, in Radio und Fernsehen wird vergleichsweise selten über Immobilien berichtet. Dies hat u.a. damit zu tun, dass Presstitel oftmals über Anzeigenteile verfügen, die für Immobilienmarktakteure von Interesse sind und als Plattform für den Handel von Immobilien und Immobilieninformationen dienen. Angesichts der starken Dominanz der Presse in dieser Journalismussparte wurde die Befragung ausschließlich unter Pressejournalisten durchgeführt, die für regionale, überregionale und nationale Tages- und Wochenzeitungen, Wochenzeitschriften und -magazine sowie Wirtschafts- und Immobilienfachtitel schreiben (für nähere Angaben vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008).
8. Mit Themenspektrum ist der Umfang der potentiellen Themen für die Berichterstattung gemeint, das Themenportfolio bezeichnet die Qualität des tatsächlichen Angebots an Berichten.
9. Vgl. z.B. Köcher, R., Spürhund, 1985; Uhlenhut, A., *Wirtschaftsredakteure*, 1990; Donsbach, W., Patterson, T., *Journalisten in der politischen Kommunikation*, 2003; dabei kommt es nicht darauf an, dass die durchaus variierende Anzahl an Publikationen in den jeweiligen Ländern determiniert, wie viele Titel in die Auswahl gelangen. Es wurde keine (orientiert am Umfang der Presselandschaft) proportionale Presses Stichprobe gezogen, sondern eine quotierte, disproportionale Stichprobe, die auf der nächsten Stufe der mehrstufigen Auswahl (der Journalistenstichprobe) ein Maximum an Vergleichbarkeit gewährleisten sollte. Für nähere Angaben vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008.
10. Vgl. Esser, F., *Transnationale Journalismusforschung*, 2002; Esser, F., *Journalismus vergleichen*, 2004; vgl. zur vergleichenden Forschung außerdem Chang, T., *Comparing Nations*, 2001.
11. Vgl. dazu Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008.
12. Vgl. z.B. Deuze, M., *National News Cultures*, 2002, S. 136; Lünenborg, M., *Journalistinnen*, 1997, S. 23, S. 107-108. So sind in Spanien vergleichsweise mehr Frauen im Immobilienjournalismus tätig (53 Prozent) als beispielsweise in der Schweiz (19 Prozent) (Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 120).
13. Vgl. Deuze, M., *National News Cultures*, 2002, S. 136-137.
14. Im Vergleich zu bspw. den USA hatten einige europäische Länder, u.a. Deutschland, in diesem Punkt deutlichen Nachholbedarf. Einen Überblick über die Debatte um die Akademisierung bzw. Professionalisierung des Journalismus und über die historische Entwicklung der Journalistenausbildung geben Wilke, J., *Journalistische Berufsethik*, 1996; Kunczik, M., Zipfel, A., *Publizistik*, 2001; Donsbach, W., *Journalist*, 2002; Hömberg, W., *Journalistenausbildung*, 2006.
15. Vgl. z.B. Schneider, B., Schönbach, K., Stürzebecher, D., *Westdeutsche Journalisten*, 1993; Schneider, B., Schönbach, K., Stürzebecher, D., *Journalisten im vereinigten Deutschland*, 1993; Weischenberg, S., Löffelholz, M., Scholl, A., *Merkmale und Einstellungen*, 1994; Weischenberg, S., Malik, M., Scholl, A., *Journalismus in Deutschland*, 2006.
16. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 122ff.
17. Vgl. Donsbach, W., *Journalist*, 2002, S. 87.
18. Vgl. Donsbach, W., *Journalist*, 2002, S. 87.
19. Hier waren Mehrfachantworten möglich.
20. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 170ff.
21. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 170ff.
22. Vgl. Reinemann, C., *Medienmacher*, 2003.
23. Vgl. Reinemann, C., *Medienmacher*, 2003, S. 38-40.
24. Ein Ergebnis, das auch in anderen fachjournalistischen Bereichen nachgewiesen werden konnte (Vgl. z.B. Schauerte, T., *Medien*, 2006).
25. Dieser Aspekt ist zentrales Thema des bereits publizierten Buches (Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 188ff.).
26. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 170ff., S. 178 ff.
27. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 195ff.
28. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 195ff.
29. Vgl. Jakob, N., Arens, J., Zerback, T., *Immobilienjournalismus*, 2008, S. 152ff.

Literatur

- Brettschneider, Frank (2000): *Reality Bytes. Wie die Medienberichterstattung die Wahrnehmung der Wirtschaftslage beeinflusst*, in: Falter, Jürgen W./Gabriel, Oscar W./Rattinger, Hans (Hrsg.), *Wirklich ein Volk? Die politische Orientierung von Ost- und Westdeutschen*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 2000, S. 539-569.
- Chang, Tsan-Kuo et. al. (2001): *Comparing Nations in Mass Communication Research, 1970-97*, in: *Gazette*, 63, 2001, S. 415-434.
- Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.) (2004): *Fachjournalismus. Expertenwissen professionell vermitteln*, Konstanz: UVK, 2004.
- Deuze, Mark (2002): *National News Cultures: A Comparison of Dutch, German, British, Australian, and U.S. Journalists*, in: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79, 2002, S. 134-149.
- Donsbach, Wolfgang/Klett, Bettina (1993): *Subjective Objectivity. How Journalists in Four Countries Define a Key Term of their Profession*, in: *Gazette*, 51, 1993, S. 53-83.
- Donsbach, Wolfgang (1993): *Redaktionelle Kontrolle im Journalismus. Ein internationaler Vergleich*, in: Mahle, Walter A. (Hrsg.), *Journalisten in Deutschland. Nationale und internationale Vergleiche und Perspektiven*, München: Ötschlager, 1993, S. 143-160.
- Donsbach, Wolfgang/Patterson, Thomas (2003): *Journalisten in der politischen Kommunikation. Professionelle Orientierungen von Nachrichtenredakteuren im internationalen Vergleich*, in: Esser, Frank/Pfetsch, Barbara (Hrsg.), *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003, S. 281-304.
- Donsbach, Wolfgang (1999): *Sieg der Illusion. Wirtschaft und Arbeitsmarkt in der Wirklichkeit und in den Medien*, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Kepplinger, Hans Mathias/Donsbach, Wolfgang (Hrsg.), *Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998*, Freiburg, München: Alber, 1999, S. 44-77.
- Donsbach, Wolfgang (2002): *Journalist*, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massen-kommunikation*, Frankfurt am Main: Fischer, 2002, S. 78-125.
- Esser, Frank (2002): *Transnationale Journalismusforschung: Eine Bilanz ihrer Befunde und Bedeutung*, in: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.), *Transkulturelle Kommunikation*, Konstanz: UVK, 2002, S. 319-344.
- Esser, Frank (2004): *Journalismus vergleichen. Komparative Forschung und Theoriebildung*, in: Löffelholz, Martin (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2004, S. 151-179.
- Hagen, Lutz M. (2005): *Konjunkturnachrichten, Konjunkturklima und Konjunktur. Wie sich die Wirtschaftsberichterstattung der Massenmedien, Stimmungen der Bevölkerung und die aktuelle Wirtschaftslage gegenseitig beeinflussen – eine transaktionale Analyse*, Köln: Halem, 2005.
- Hömberg, Walter (2006): *Journalistenausbildung, Journalismusforschung, Journalistik*, in: Holtz-Bacha, Kristina/Kutsch, Arnulf/Langenbacher, Wolfgang R./Schönbach, Klaus (2006), *50 Jahre Publizistik*, Wiesbaden: VS-Verlag, 2006, S. 202-220.
- Jakob, Nikolaus/Arens, Jenny/Zerback, Thomas (2008): *Immobilienjournalismus in Europa. Eine international vergleichende Studie*, München: Reinhard Fischer, 2008.
- Köcher, Renate (1985): *Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten*, Dissertation, München, 1985.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2001): *Publizistik. Ein Studienbuch*, Köln, Weimar, Wien: Böhlau (UTB), 2001.
- Lünenborg, Margret (1997): *Journalistinnen in Europa. Eine international vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997.

Mast, Claudia (1999): Wirtschaftsjournalismus – Grundlagen und neue Konzepte für die Presse, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1999.

Quiring, Oliver (2004): Wirtschaftsberichterstattung und Wahlen, Konstanz: UVK, 2004.

Reinemann, Carsten (2003): Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart, Wien: Böhlau, 2003.

Schauerte, Thorsten (2006): Medien als Informationsquelle für Sportjournalisten, in: Fachjournalist, 4, 2006, S. 15-21.

Schneider, Beate/Schönbach, Klaus/Stürzebecher, Dieter (1993): Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit, in: Publizistik, 37, 1993, S. 5-30.

Schneider, Beate/Schönbach, Klaus/Stürzebecher, Dieter (1993): Journalisten im vereinigten Deutschland. Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich, in: Publizistik, 38, 1993, S. 353-382.

Uhlenhut, Annette (1990): Wirtschaftsredakteure Deutscher Tageszeitungen: Kritiker oder Vermittler? Eine Umfrage zum Berufsverständnis, Magisterarbeit, Mainz, 1990

Weischenberg, Siegfried/Löffelholz, Martin/Scholl, Armin (1994): Merkmale und Einstellungen von Journalisten. Journalismus in Deutschland II, in: Media Perspektiven, 4, 1994, S. 154-166.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): Journalismus in Deutschland 2005, in: Media Perspektiven, 7, 2006, S. 346-361.

Wilke, Jürgen (1996): Journalistische Berufsethik in der Journalistenausbildung, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Ethik der Massenmedien, Wien: Böhlau, 1996, S. 1-12.

Abstract

Ibh eugiatuer irit, qui tat at. Ut vendipis alit pratum nit ipsum verostrud delis nonsequ issequat doloreraesed te magna alisl dit aliquisit eugue del iriuscilit ad molorti smodole ssequat. Pat. Ut irit at. Amconulla feum accum delit praese dignit ip eum verci tinim dolessi. Duisi tin utem nit nit dit ad modignisis adiamet, secte cortie do consed tat, velis nos nullummy nibh eliquat.

Ipit iustinit augiam etum exeraesto exeros aliquam incing ero ercil exerciduis atpat venim dolorperos ad ero exer sent irit la alis et lobore con eui blaore ent ullaore mod min hent do odolore faccummy nonumsa ndigna feumsan dreet, voloborem dipiscinim irit erostrud minibh erosto dunt utpatum sandigna facipit ute tie magna feumsan dipsum irit at dolut velesed ex et dolorero odipsum ing exer acip elismolore do odignibh et nit utpatumsan henibh eum vel ing euissecte minismolor sendiamet lore dolenim elestio commolore consequis nis niatum nullut amconsectem dolenim dunt luptat velissi blan ea facipsusto cor sum adio conummy nullaoreet adit nis eril in hent nibh ero eros eum dolessed tate dolestrud minim velissequat. Ut am vulla aliquis exer sum quissequisi.

Wis nis dit ad et lor se dolendreet, verci exero conum dolumsa ndignit alit incillaore velit nullaoreros autem iureet at lor sed exero odiatuero cor iril ut aliquisit nostrud molore do diam ad dolore velit niat venibh esto commolo rerilit lutat lumsandion et iuscin ut ut do esto conulputat. Ut et am, corerostrud er si. Aci tinismodipit prat prat ut vel el et dolortio conulputatie vulla feu faccummsan eugait lut ipsusci ncilla augait volorem adip ero enisisi eliquat, quatet wissisi tat diamet prat. Ipit veliquat augue magna facipisit landigna facilis acing ex ex ercilit at. Ure exeros nos euisi. Pisim verate facilla conumsa ndionulpute conse et nonum zzriusting ent at, sumsandit prat. Ut nulla feuguero commy nim in ut dolore eum doloboreet wisi te magnit ute velendrer si.

To ent ipit ip ea corperos acipit iril ulputatum nos dolore consecte faccum oloborem ipsum delit nulputat, quat lum illum quamet lore magna ad do dolessequisl ipit wis non eugue feuiipsu sciliquat accum nosto odio od molor irit incipit lum veros autat, consenim alit luptate vullan ullandio dolessit ipsum zzriustrud exero commy nim at, susto odolessi tat, velit estisi.

Rostrud exer sum veliquatum alit, venim aliquisl ullut vullaore consecte veriusto odolore rcilit velenit utet, quam, sum eugueratue dolese tin er alis dio er inciduis ad doloreet accum doloreet utpat. Vulla commodignibh ex er suscipsum iriurem dunt lut ad tet at nonsendre magniat ulla feuiptsum zzriustisit dolorer susto con eum do odip eum zzril er sum nit in eugiat. Min veros nos nosto dui ex exer sum illam, sectem nim volesse velit, veros amconsequam am nim acidunt lum amconsequat. Volorpero cor in velisist augait lor sim ea consectet, se eum velit, volorper in eugiamconsed te magna feugiat ut ing et lore digna feummod ignissent la feum dolobor sit praestrud tincip ex exerit, sisit la feui eugait, vent wismoloreet ad tat. nse dolorem dolore ea consent volor iustism odolorper sed dolore corperostrud doloree tummolor ilis enisi.

Ureetuer ipit non hendio euisisl ut niscilism dit lobortinci blam dolore magnim ilis am, venis num dipsum zzriuscipit amcor accum iure dolore magnis ercil duissim adipit alissecte venibh eugait vercillut el enit luptat iriurer suscidunt augait aut ulla facinibh eu feugait atpat. Tat, conse feuiptu sciduiptis eumsandip

Karl-Werner Schulte / Wolfgang Schäfers / Eleonore Pöll / Markus Amon (Hrsg.):

Immobilienmanagement der öffentlichen Hand

Immobilien Informationsverlag Rudolf Müller, Köln 2006, ISBN 978-3899841411

Das Immobilienmanagement der öffentlichen Hand ist seit einigen Jahren einem grundlegenden Wandel unterworfen. In allen Bereichen und Ebenen werden effizientere Organisationsstrukturen in Verbindung mit einem erhofften Bürokratieabbau, ein erhöhtes Management-Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insbesondere in den Führungsetagen sowie eine stärkere Orientierung an den Managementstandards der freien Wirtschaft angestrebt. Mit dem „Handbuch Immobilienmanagement der öffentlichen Hand“ soll dieser Prozess der Professionalisierung der „Verwaltung“ öffentlicher Liegenschaften weiter vorangetrieben werden. Erstmals für den deutschsprachigen Raum liegt mit diesem Handbuch ein umfassendes, praxisorientiertes Grundlagenwerk zum Thema Immobilienmanagement der öffentlichen Hand vor. Die Herausgeber Prof. Dr. Schulte, Prof. Dr. Schäfers, Dr. Pöll und Herr Amon beleuchten als ausgewiesene Experten zusammen mit namhaften Autoren der Immobilienwirtschaft, der öffentlichen Hand, der Wissenschaft und des Consultingbereichs in diesem gut 400 Seiten starken Werk das Immobilienmanagement der öffentlichen Hand, dem ohne Zweifel ein bedeutender Stellenwert innerhalb der gesamten Immobilienwirtschaft beigemessen werden kann. Neben einer umfassenden Darstellung der Grundlagen des Immobilienmanagements der öffentlichen Hand werden die Besonderheiten des öffentlichen Liegenschaftsbestandes herausgearbeitet und Immobilienstrategien sowie organisatorische Aspekte und Modelle angesprochen. Darüber hinaus wird auf die Finanzierung, das Facility Management, die Verwertungsoptionen von Immobilien und auf das Public Private Partnership in diesem Bereich ausführlich eingegangen. Beispiele aus der Praxis des Immobilienmanagements auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene runden die Darstellungen ab. Für die verschiedenen spezifischen Herausforderungen des öffentlichen Immobilienmanagements werden auf strategischer und operativer Ebene

nachvollziehbare Lösungen aufgezeigt und spezialisiertes Know-how für Praktiker aufbereitet. Das Werk profitiert dabei insbesondere von den umfangreichen Erfahrungen der Mitherausgeberin Frau Dr. Eleonore Pöll, Management Consulting MCEP. Die Veröffentlichung bietet einem breiten Leserkreis der Immobilienbranche, des Finanzdienstleistungssektors und Mitarbeitern der öffentlichen Hand im Bereich des Immobilienmanagements fundierte Informationen und klar strukturiertes Hintergrundwissen zum Themenkomplex Immobilienmanagement der öffentlichen Hand. Vor dem Hintergrund der nach wie vor sehr schwierigen Situation der öffentlichen Haushalte wäre zu wünschen, dass dieses Handbuch als praktischer Leitfaden dafür genutzt wird, mit den öffentlichen Liegenschaften effizienter als bisher umzugehen, ohne damit die mit den Immobilien der öffentlichen Hand verfolgten Ziele und Funktionen wie die der öffentlichen Daseinsfürsorge aufzugeben.

*Prof. Dr. Ch. Jacoby,
Universität der Bundeswehr München*

Markus Hammer:

Spezialfonds im Steuerrecht aus Investorensicht

Fritz-Knapp-Verlag, 2007, 1. Auflage, ISBN: 978-3-8341-0795-8

„Spezialfonds im Steuerrecht aus Investorensicht“ beschäftigt sich kritisch-distanziert mit der Assetklasse Spezialfonds. Im Jahr 2007 wurden in über 4.500 Spezialfonds ca. 700 Mrd. Euro Anlagevolumen verwaltet, davon entfielen ca. 15 Mrd. Euro auf Investitionen in Immobilien. Die Veröffentlichung betrachtet den Spezialfonds aus der Sicht des Anlegers und stellt dessen Interessen in den Mittelpunkt. Dabei werden die Schwachstellen dieser Anlageklasse benannt und begründet. Das Buch gibt nicht vor, ein Steuergesetzkommentar zu sein; es stiftet gerade dann den größten Nutzen, wenn der Leser praxisorientiertes Wissen über das Geschäftsmodell Spezialfonds erfahren möchte. Der Schwerpunkt der Ausführungen liegt in der (ertrag-) steuerrechtlichen Behandlung von Spezialfonds. Ausgehend von der zivil- und steuerrechtlichen Einordnung des Spezialfonds in die nationale Rechtsordnung sowie in das Gefüge

des Rechts der Doppelbesteuerungsabkommen, orientieren sich Inhalt und Struktur des Buches im Folgenden an dem Lebenszyklus eines Spezialfonds. Besonders hervorzuheben ist im Kapitel über die Besteuerungsebene des Spezial-Sondervermögens der Abschnitt II. 3 zur Rechnungslegung des Spezialfonds, dessen Lektüre den Investor in die Lage versetzt, kritisch bei seiner Kapitalanlagegesellschaft nachzufragen. Im Anschluss an das Kapitel zum Erwerb bzw. Auflage des Spezialfonds werden die Themenkomplexe Ausschüttung, Thesaurierung und handels- und steuerrechtliche Bewertung des Fondsanteils behandelt, die logisch und gut verständlich dargestellt werden, aber nur wenige neue Erkenntnisse liefern. Ganz anders stellt es sich bei den Themen Verschmelzung von Spezialfonds, den Aussagen zur Betriebsprüfung und der Kommentierung der fonds-eigenen Feststellungserklärung dar. Immer dann, wenn der Autor die Ebene der reinen Lehre verlässt und seine praktische Berufserfahrung einfließt, vermittelt das Werk den größten Nutzen für den Leser. Jedes Kapitel endet mit einer Zusammenfassung, wesentliche Ausführungen werden mit Beispielen unterlegt. Für die nächste Auflage wünschte man sich, dass die Ausführungen zur Bewertung des Fondsanteils in der Bilanz des Investors und zu den einzelnen Verkehrssteuern umfassender erfolgten sowie zu einigen Fragestellungen gesonderte Checklisten zur vereinfachten Abfrage von Informationen durch den Investor bei der Kapitalanlagegesellschaft entwickelt würden. Für Anleger in Spezialfonds ist das Buch sehr empfehlenswert, weil es unzählige Informationen und Zusammenhänge enthält, die eine Kapitalanlagegesellschaft nicht mitteilen würde. Auch für Vertreter von Kapitalanlagegesellschaften dürfte sich die Lektüre lohnen, da hier etwas publiziert wird, was für Investoren wirklich wichtig ist.

Dipl.-Kfm. Volkhardt Jürgens

Katrin Fischer:

Lebenszyklusorientierte Projektentwicklung öffentlicher Immobilien als PPP – ein Value-Management-Ansatz

Schriftenreihe der Professur Betriebswirtschaftslehre im Bauwesen, Band Nr. 1; Alfen, Hans Wilhelm (Hrsg.), Verlag der Bauhaus-Universität Weimar, Weimar, 2008, 248 Seiten, ISBN 978-3-86068-338-5

Die Arbeit befasst sich mit Anreiz-, Kontroll- und Steuerungsmechanismen bei PPP-Projekten und gibt konkrete Empfehlungen für die Gestaltung des Planungsprozesses sowie der Output-spezifikationen und Vergütungsmechanismen in PPP-Verträgen.

Dabei wird die grundsätzliche Wirkungsweise des in Ansätzen in Literatur und Praxis bereits vorhandenen Instrumentariums zur Entwicklung, Leistungsüberwachung und strategischen Steuerung von PPP-Projekten unter Verwendung der Neuen Institutionenökonomie analysiert. Im Ergebnis entsteht der „Value-Management-Ansatz“, in dem die wesentlichen technischen, funktionalen und transaktionsspezifischen Werttreiber zusammengeführt und verknüpft werden. Auf Basis der theoretischen Erkenntnisse sowie untersuchter nationaler und internationaler Fallstudien im Verwaltungs-, Schul- und Krankenhausbereich wird der Value-Management-Ansatz weiterentwickelt und vervollständigt. Durch die empirische Untersuchung wurde erkennbar, dass Veränderungen im Ablauf des Planungsprozesses bei der öffentlichen Hand und die Anwendung neuer Instrumente stärker forciert werden müssen. Insbesondere ist die Erstellung eines mit den Nutzern abgestimmten Bedarfskonzeptes bestehend aus Nutzungs-, Betriebs- und Raumkonzept als Basis für eine ergebnisorientierte Leistungsbeschreibung erforderlich.

Als Handlungshilfen einer lebenszyklusorientierten Projektentwicklung werden eine Muster-Outputspezifikation sowie Ablaufdiagramme zur Erstellung von ergebnisorientierten Leistungs-

beschreibungen und Vergütungsmechanismen entwickelt.

Björn-Martin Kurzrock::

Einflussfaktoren auf die Performance von Immobilien-Direktanlagen

Schriftenreihe zur immobilienwirtschaftlichen Forschung, Band 1, Rottke, Nico B./ Thomas, Matthias (Hrsg), Köln 2007, ISBN-10: 3899841743/ISBN-13: 978-3899841749

Anders als bei Aktien oder Anleihen sind Einflussfaktoren auf die Performance von Immobilien in empirischen Analysen Neuland. Da immobilienbezogene Daten allgemein schwer zugänglich sind, basieren bisherige Studien fast ausschließlich auf aggregierten Performanceindizes, Mietpreisen oder Leerstandsdaten. Dementsprechend lag der Fokus bis dato nicht auf objektbezogenen Einflussfaktoren sondern meist auf Fragen der optimalen Portfoliodiversifikation, weil in der Regel Märkte und nicht Einzelanlagen analysiert wurden. Die im September 2007 als Band 1 in der „Schriftenreihe zur immobilienwirtschaftlichen Forschung“ der Herausgeber Prof. Dr. Nico Rottke und Prof. Dr. Matthias Thomas, Europe-an

Business School, erschienene Dissertation untersucht eine Vielzahl marktbezogener und objektbezogener Einflussfaktoren auf die Performance von Immobilien-Direktanlagen wie auch den Einfluss von Bestandteilen der Immobilien-Performance. Als Grundlage dienen Daten der Investment Property Databank (IPD) mit Total Returns, Netto-Cash-Flow-Renditen und Wertänderungsrenditen von rund 1.600 Büro-, Handels- und Wohnimmobilien in 50 deutschen Städten. Der Neuigkeitsgehalt liegt besonders in der Auswertung von Einzelobjekt-daten. Eine weitere Neuerung besteht in der Einbeziehung von georeferenzierten Daten wie Fahrt- und Wegezeiten zu relevanten Zielorten, die aus Geographischen Informationssystemen (GIS) für alle Einzelobjekte ermittelt wurden.

Die Ergebnisse der empirischen Querschnittsanalysen erlauben insbesondere Schlussfolgerungen über die optimale Objektselektion für ein erfolgreiches Immobilien-Investmentmanagement. Zielgruppen der Arbeit sind Investoren, Bewer-

ter, Berater, Projektentwickler und Finanzierer im Immobilienbereich sowie die Forschungsgemeinschaft der Immobilien- und der Finanzökonomie, besonders in den Bereichen Immobilien-Investmentmanagement, Immobilienbewertung und Immobilien-Performancemessung.

Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif)

Geschichte

Die Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. (gif) wurde 1993 von 27 Mitgliedern gegründet. Die Mitgliederzahl ist bis Anfang 2008 über 1.000 angewachsen.

Bis Anfang der 90er Jahre wurde dem Thema Immobilien an deutschen Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien kaum Beachtung geschenkt. Entsprechend schlecht war es um Ausund Weiterbildung sowie um die immobilienbezogene Forschung in der Bundesrepublik bestellt. In der Folge litt die Praxis unter unzureichend auf ihre Aufgabe vorbereiteten Nachwuchskräften und unter dem fehlenden Forschungs- und Praxis-Transfer.

Die Mitglieder der gif vertreten Unternehmen und Institutionen aller Leistungsbereiche rund um die Immobilie:

- > Anwälte, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer
- > Architekten und Bauingenieure
- > Bewerter und Sachverständige
- > Finanzierungsinstitute und Versicherungsgesellschaften/Pensionskassen
- > Immobilien-Aktiengesellschaften
- > Immobilienmakler
- > Immobilienverwalter (Asset Management)
- > Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit ihren Immobiliengesellschaften
- > Offene und geschlossene Immobilienfonds
- > Öffentliche Planungs- und Liegenschaftsämter
- > Projektentwickler, Developer und Bauträger
- > Researcher und Consultants
- > Universitäten, Fachhochschulen, Berufsakademien und andere Bildungsträger
- > Verbände und Organisationen der Immobilienwirtschaft
- > Vertreter der Presse
- > Wirtschaftsförderungsgesellschaften

Zielsetzung

Durch die Gründung der gif wurde ein Forum geschaffen, dessen Mitglieder sich gemeinsamen Zielen verpflichtet fühlen.

- > Erhöhung der Markttransparenz
- > Schaffung von Standards für die Analyse und Bewertung von Märkten und Objekten
- > Erarbeitung von Richtlinien und Definitionen für immobilienrelevante Themen
- > Anregung, Förderung und Vergabe von immobilienrelevanten Forschungsarbeiten
- > Pflege von nationalen und internationalen Kontakten in der Immobilienwirtschaft und Immobilienforschung
- > Weiterentwicklung der Professionalität
- > Unterstützung der Aus- und Weiterbildung
- > Durchführung von öffentlichen Foren zu aktuellen Themen mit wissenschaftlichem Charakter
- > Herausgabe der wissenschaftlichen Zeitschrift für Immobilienökonomie (ZIO) in Deutschland

Internationales Netzwerk

Um auch grenzüberschreitend den Austausch von Forschungsergebnissen zu gewährleisten, ist die gif in ein internationales Netzwerk eingebunden, deren Dachorganisation die IRES International Real Estate Society ist. Auf europäischer Ebene verbindet die ERES European Real Estate Society die nationalen Vereinigungen, so dass jedes gif-Mitglied automatisch "associate member" der ERES ist. Darüber hinaus bestehen Partnerschaften mit der African, American, Asian, Latin American, Middle East sowie der Pacific Rim Real Estate Society. Die gif bietet ihren Mitgliedern damit weltweite Kontakte und Informationsmöglichkeiten.

Die ERES bietet zudem zahlreiche Serviceleistungen. So können die Mitglieder an vielen Konferenzen der Partnerorganisationen zu einer reduzierten Gebühr teilnehmen. Auf europäischer Ebene arbeitet die gif eng mit Forschungsverbänden wie der niederländischen VOGON und der britischen SPR zusammen.

Die gif ist zudem Mitglied im ZIA Zentraler Immobilienausschuss e. V. des BDI und vertritt dort vor allem die Positionen zur Aus- und Weiterbildung sowie zur Markttransparenz. Darüber hinaus bestehen enge Verbindungen zu RICS Deutschland, IMMOEBS, GEFMA, BIIS, agenda 4 und anderen Verbänden.

Arbeitskreise

Das Herz der gif schlägt in den Arbeitskreisen, in denen sich die Mitglieder und externe Experten in regelmäßigen Abständen treffen. Dort werden Richtlinien, Empfehlungen und Arbeitspapiere sowie Marktinformationen erarbeitet, die der Immobilienbranche als Handlungsinstrumente zur Verfügung gestellt werden. Durch die breite Beteiligung der Marktakteure in den Arbeitskreisen wurden zahlreiche der erarbeiteten Papiere schnell zum Standard praktischen Handelns.

Zurzeit sind Arbeitskreise zu folgenden Themen aktiv:

- > Akkreditierung für Studiengänge
- > Denkmalschutz
- > Facility Management
- > Flächendefinition
- > Flächenrecycling
- > Human Resources
- > Immobilienrating
- > Immobilien-Risikomanagement
- > Marktanalysen und Bedarfsprognosen
- > Marktwertermittlung
- > Public Real Estate Management
- > Real Estate Economics & Politics
- > Real Estate Investment Management
- > Serviceimmobilien (Senioren und Pflege)
- > Wohnimmobilien

>> GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG
SOCIETY OF PROPERTY RESEARCHERS, GERMANY

Sonstige Aktivitäten

Darüber hinaus veranstaltet die gif wissenschaftlich ausgerichtete FOREN, in denen Theorie und Praxis aufeinander treffen und aktuelle Probleme diskutiert werden. Erfolgreiche Veranstaltungen standen u. a. unter den Themen „Immobilien-Risikomanagement“, „Indirekte Immobilienanlagen“ und „Lebens- und Nutzungsdauer von Immobilien“.

Seit 2007 organisiert die gif einen Gemeinschaftsstand für die Hochschulen auf der Immobilienmesse EXPO REAL.

Seit 2006 veranstaltet die gif regelmäßig eine Hochschulkonferenz sowie seit 2007 ein Doktoranden-Kolloquium.

Im Jahr 2005 fand der 1. Deutsch-Niederländische Immobilien- kongress in Kooperation mit der niederländischen Partnerorganisation VOGON statt.

Seit 1995 vergibt die gif alljährlich einen Immobilien-Forschungspreis an Diplomanden, Doktoranden und für andere herausragende Arbeiten. Der Preis wird gegenwärtig von der RREEF Germany (Deutsche Bank Group) mit 12.500 € gesponsert.

Gemeinsam mit BAG, Bündelungsinitiative, IMMOEBS und RICS hat die gif das ifo Institut für Wirtschaftsforschung mit einem Gutachten über die volkswirtschaftliche Bedeutung der Immobilienwirtschaft beauftragt und dieses als Sonderheft der ZIO im Jahr 2005 veröffentlicht.

Zielgruppen

Persönliche Mitglieder

Die gif möchte all jene als Mitglieder gewinnen, die einen beruflichen Bezug zur Immobilienwirtschaft haben und immobilienwirtschaftliche Forschung unterstützen möchten. Über die An nahme des Antrages entscheidet der Vorstand. Zwei Mitglieder sollten den Antrag unterstützen. Der Mitgliedsbeitrag beträgt 150,- Euro pro Jahr, für Studenten und Doktoranden 50,- Euro pro Jahr. Rentner, Pensionäre und andere Nichterwerbstätige zahlen auf Antrag mindestens 75,- Euro pro Jahr.

Fördernde Mitglieder

Einzelpersonen, Unternehmen oder sonstige Einrichtungen, welche die immobilienwirtschaftliche Forschung besonders unterstützen möchten, lädt die gif ein, förderndes Mitglied zu werden. Je drei Mitarbeiter erhalten die ZIO und kostengünstigen Beitritt zu allen gif-Veranstaltungen. Alle Mitarbeiter können in den Arbeitskreisen mitwirken. Die fördernden Mitglieder sind berechtigt, das Logo der gif in ihrem Briefkopf zu führen. Der Mitgliedsbeitrag beträgt 1.300,- Euro pro Jahr. Für Hochschulen gilt eine reduzierte Gebühr von 650,- Euro pro Jahr.

>> GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG
SOCIETY OF PROPERTY RESEARCHERS, GERMANY

Vorstand



Präsident

Hartmut Bulwien, Dipl.-Geogr., FRICS
Vorsitzender des Aufsichtsrates
BulwienGesa AG
Nymphenburger Str. 5, 80335 München
Tel.: 089 232 37 60 Fax: 089 232 376 76
E-mail: bulwien@bulwiengesade



Vizepräsident

Prof. Dr. Matthias Thomas, MRICS
Geschäftsführer
IPD Investment Property Databank GmbH
EUROPEAN BUSINESS SCHOOL
International University Schloss Reichartshausen
Söhnleinstraße 8, 65201 Wiesbaden
Tel.: 0611 36 01 89 31 Fax: 0611 36 01 89 02
E-mail: thomas.ebs@rem-institute.org



Schatzmeister

Dr. Torsten Grothmann
Partner
Avocado Rechtsanwälte
Nymphenburger Straße 5, 80335 München
Tel.: 089 52 03 130 Fax: 089 52 03 1399
E-mail: t.grothmann@avocado-law.com



Sekretär

Dr. Markus Wesnitzer
Geschäftsführer
ICN Immobilien Consult Nürnberg GmbH & Co. KG
(Schickedanz Gruppe)
Bärenschanzstraße 48, 90429 Nürnberg
Tel.: 0911 27 24-300 Fax: 0911 27 24-342
E-mail: wesnitzer@icn-immo.de



Beisitzerin

Prof. Dr. Monika Dobberstein
Prokuristin
Jones Lang LaSalle GmbH
Capital Markets/ Investment
Oberbaumbrücke 1, 20457 Hamburg
Tel.: 040 35 0011 246 Fax: 040 35 0011 300
E-mail: monika.dobberstein@eu.jll.com



Beisitzer

Markus Amon, Dipl.-Kfm., MRICS
Geschäftsführer
IREBS Immobilienakademie GmbH
Barocketage, Kloster Eberbach, 65346 Eltville
Tel.: 06723 995 030 Fax: 06723 995 035
E-mail: markus.amon@irebs.de

>> GIF VERÖFFENTLICHUNGEN GIF PUBLICATIONS

Veröffentlichungen der gif e. V.	Für Mitglieder kostenlos *
Richtlinien · guidelines	
RL-001-2004 Berechnung der Mietfläche für gewerblichen Raum (MF-G)	49,00 €*
GL-001-2005 Standard for calculating the Rental Area of Commercial premises (RA-C) (internationale Fassung der MF-G in englischer Sprache)	49,00 €*
RL-002-2004 Real Estate Investment Management REIM (mit Leistungskatalog, Reporting-Katalog und Verhaltenskodex) / CD-ROM	49,00 €*
RL-003-2006 GEFMA/gif 210 Betriebs- und Nebenkosten für gewerblichen Raum	44,00 €*
RL-004-2007 Rendite-Definitionen Real Estate Investment Management	29,00 €*
RL-005-2007 Yield-Definitionen Real Estate Investment Management (internationale Fassung der Rendite-Definitionen in englischer Sprache)	29,00 €*
Empfehlungen · recommendations	
EP-001-2006 Standardisierung des DCF-Verfahrens	29,00 €*
EP-002-2004 Immobilienobjekt-Rating	29,00 €*
EP-003-1997 Ermittlung des Verkehrswertes von werdendem Bauland	29,00 €*
EP-004-2002 Aufbau und Inhalt von Grundstücksmarktberichten	kostenlos
EP-005-2004 Definitionssammlung zum Büromarkt	kostenlos
EP-006-2000 Begriffs- und Lagedefinitionen der Einzelhandelsanalytik	kostenlos
EP-007-2007 Wertermittlung von Baudenkmalen	29,00 €*
EP-00-2001 Analyse von Immobilienrisiken	29,00 €*
Arbeitspapiere · workingpapers	
AP-001-2003 Kriterienkatalog zur Beurteilung von Servicewohnimmobilien	29,00 €*
AP-002-2005 Kriterienkatalog zur Beurteilung von Pflegeimmobilien	29,00 €*
AP-003-2006 Qualitätssicherung bei der Ermittlung von Marktwerten	kostenlos
AP-004-2002 Kommunale Einzelhandelsgutachten	kostenlos
AP-005-2007 Investitionspriorisierung im kommunalen Immobilienmanagement	kostenlos
AP-006-2007 Transparenz von Wohnimmobilienmarkteinschätzungen	kostenlos
AP-007-2007 Immobilien-Mediation	kostenlos

Die Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer.

Die Veröffentlichungen können im Onlineshop unter www.gif-ev.de oder bei der Geschäftsstelle bestellt werden:

gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V.
 Wilhelmstraße 12, 65185 Wiesbaden
 Tel.: +49 (0611) 23 68 10 70, Fax: +49 (0611) 23 68 10 75
 E-Mail: info@gif-ev.de

>> GIF VERÖFFENTLICHUNGEN GIF PUBLICATIONS

Veröffentlichungen der gif e. V.		Nicht-Mitglieder	Mitglieder
Veranstaltungsdokumentationen			
3. Forum 2004: Metropolen versus Mittelstädte	CD-ROM	98,00 €	49,00 €
4. Forum 2005: Auswirkung des demographischen Wandels auf die Immobilienmärkte	CD-ROM*	98,00 €	49,00 €
5. Forum 2006: Grenzüberschreitende Immobilien-Investitionen	CD-ROM*	98,00 €	49,00 €
6. Forum 2006: Leben- und Nutzungsdauer von Immobilien – Bauen, Modernisieren und Sanieren im Bestand	CD-ROM	98,00 €	49,00 €
8. Forum 2006: Strukturwandel in der Wohnungswirtschaft	CD-ROM	98,00 €	49,00 €
VOGON 2005: Deutsch-Niederländischer Immobilienkongress (engl.)	CD-ROM	98,00 €	49,00 €
Sonstige Veröffentlichungen			
Ifo-Studie 2005 „Volkswirtschaftliche Bedeutung der Immobilienwirtschaft“ (Sonderausgabe der Zeitschrift für Immobilienökonomie ZIÖ)	gebunden	49,00 €	25,00 €
Immobilien-Forschungspreis / Arbeiten aus den Jahren 2004-2007	DVD-ROM	kostenlos	
Investition Denkmal (Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz / gif)	gebunden	kostenlos	
Büromarkterhebung 2005	pdf-Datei	kostenlos	
Büromarkterhebung 2006	pdf-Datei	kostenlos	
Studienführer „Studiengänge mit immobilienökonomischen Inhalten“ 2007	gebunden	kostenlos	

Die Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer.

Die Veröffentlichungen können im Onlineshop unter www.gif-ev.de oder bei der Geschäftsstelle bestellt werden:

gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V.
 Wilhelmstraße 12, 65185 Wiesbaden
 Tel.: +49 (0611) 23 68 10 70, Fax: +49 (0611) 23 68 10 75
 E-Mail: info@gif-ev.de

>> **VERÖFFENTLICHUNGSGRUNDSÄTZE UND ZITIERREGELN**
EDITORIAL POLICY AND SUBMISSION GUIDELINES

Grundsätze und Ziele

Die Zeitschrift für Immobilienökonomie (ZIÖ) ist die offizielle Vereinszeitschrift der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung g.f.e.V. Die Zielsetzung der Zeitschrift ist es, die Forschung auf dem Gebiet der Immobilienökonomie zu fördern, zur Verbreitung und Umsetzung der Ergebnisse beizutragen und dem internationalen Niveau anzunähern. Die ZIÖ verfolgt einen interdisziplinären Ansatz und strebt die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Unternehmenspraxis in der Immobilienwirtschaft und verwandten Wirtschaftszweigen an.

Begutachtungsverfahren

Alle eingereichten Manuskripte werden, wie international üblich, einem doppelt verdeckten Begutachtungsverfahren unterzogen, d. h. ein Manuskript wird durch mindestens zwei Gutachter geprüft, Autoren und Gutachter erfahren dabei ihre Identität gegenseitig nicht. Durch dieses Verfahren soll die fachliche Qualität der Beiträge gesichert werden.

Die Gutachter werden das jeweilige Manuskript ausführlich würdigen und ggf. Korrekturvorschläge unterbreiten. Die Korrekturvorschläge werden dem Autor durch die Schriftleitung zur Kenntnis gebracht. Das Manuskript wird angenommen, wenn beide Gutachter der Veröffentlichung zustimmen. Bei Unstimmigkeiten zwischen den Gutachtern wird ein dritter Gutachter bestellt. Die endgültige Entscheidung, ob ein Manuskript abgelehnt oder einem erneuten Begutachtungsverfahren unterzogen wird, liegt bei dem Herausgeber.

Einreichen von Beiträgen

Manuskripte und sonstige Korrespondenz sind an die Schriftleitung zu senden:

Prof. Dr. rer. pol. Kristin Wellner
Hochschule Mittweida
University of Applied Sciences
Fachbereich Maschinenbau/Feinwerktechnik
Studiengang Immobilien- und Facilities Management
Technikumplatz 17, 09648 Mittweida
Tel.: 03727 581532, Fax: 03727 581376

E-mail: wellner@htwm.de

Manuskripte sind als Microsoft-Word-Dokument einzureichen. Bitte sehen Sie von einer Konvertierung in PS- oder PDF-Dateien ab, da diese Formate vom verlagsseitig eingesetzten Satzprogramm nicht verarbeitet werden können.

Auf der Titelseite sind der Titel des Beitrages und der/die Verfasser mit vollem Titel und ausgeschriebenen Vornamen sowie beruflicher Stellung und die Postanschrift, die Telefon- und Faxnummer sowie die E-mail-Adresse aufzuführen. Für das Begutachtungsverfahren müssen die Beiträge anonymisiert werden. Daher dürfen diese Angaben nur auf der Titelseite des Manuskripts stehen, die vor der Weiterleitung an die Gutachter entfernt wird.

Der Autor verpflichtet sich mit der Einsendung des Manuskriptes unwiderruflich, dieses bis zur Entscheidung über die Annahme nicht zu veröffentlichen oder anderweitig zur Veröffentlichung anzubieten. Diese Verpflichtung entfällt im Falle von Korrekturvorschlägen im Rahmen des Begutachtungsverfahrens nicht.

Der Autor sichert zu, die Korrekturfahnen innerhalb von zwei Wochen zu lesen.

>> **VERÖFFENTLICHUNGSGRUNDSÄTZE UND ZITIERREGELN**
EDITORIAL POLICY AND SUBMISSION GUIDELINES

Format

Die Manuskripte sind in Arial, 12 Punkt, 1,5-zeilig mit 5 cm Rand links und 1 cm Rand rechts zu schreiben. Der Umfang sollte 40.000 Zeichen nicht überschreiten.

Dem Beitrag ist ein kurzer Überblick von höchstens 2.500 Zeichen voranzustellen, in der die Problemstellung, das methodische Vorgehen sowie die wichtigsten Erkenntnisse für Wissenschaft und/ oder Praxis dargestellt werden.

Darüber hinaus ist jedem Aufsatz ein „Abstract“ in englischer Sprache von mind. 5.000 Zeichen Länge beizufügen.

Überschriften

Die Aufsätze sind einheitlich nach der alphanumerischen Klassifikation (A., I., a., 1., aa., 11.) zu gliedern. Zitierweise und Literaturverzeichnis

Zitierte Literatur ist in der Kurzbeleg-Methode als Fußnote (Arial, 12 Punkt) anzuführen. Fußnoten sind im Text fortlaufend zu nummerieren.

Beispiele:

Fußnoten:

- 1 Vgl. Bone-Winkel, S., Immobilienfonds, 1994, S. 20 ff.
- 2 Bulwien, H., Immobilienanlagemarkt, 1998, S. 71.
- 3 Vgl. Pfarr, K., Bauwirtschaft, 1984, S. 21.
- 4 Vgl. Thomas, M., Index, 1997, S. 49.

Literaturverzeichnis:

- Bone-Winkel, Stephan (Immobilienfonds 1994): Das strategische Management von offenen Immobilienfonds unter besonderer Berücksichtigung der Projektentwicklung von Gewerbeimmobilien, in: Schulte, Karl-Werner (Hrsg.), Schriften zur Immobilienökonomie, Bd. 1, Köln: Müller, 1994.
- Bulwien, Hartmut (Immobilienanlagemarkt 1998): Überblick über den Immobilienanlagemarkt in Deutschland, in: Schulte, Karl-Werner/ Bone-Winkel, Stephan/ Thomas, Matthias (Hrsg.): Handbuch Immobilien-Investitionen, Köln: Müller, 1998, S. 37-75.
- Pfarr, Karlheinz (Bauwirtschaft 1984): Grundlagen der Bauwirtschaft, Essen: Deutscher Consulting, 1984.
- Thomas, Matthias (Index 1997): Der Index kommt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 12. Dezember 1997, S. 49.

Abbildungen und Tabellen

Abbildungen und Tabellen sind zu beschriften (z. B.: Abbildung 1: Haus der Immobilienökonomie bzw. Tabelle 2: Mietpreisentwicklung). Sie sind an der betreffenden Stelle des Manuskripts in Kopie einzufügen und im reproduzierfähigen Original dem Manuskript beizulegen.

Mathematische Formeln

Mathematische Formeln sind durchnummerieren: (1), (2) usw. Sie sollen so einfach wie möglich gehalten werden. Griechische und Fraktur-Buchstaben sind möglichst zu vermeiden, ungewöhnliche mathematische und sonstige Zeichen für den Setzer zu erläutern. Auf Herleitung mathematischer Formeln soll im Text verzichtet werden; diese sind aber für die Begutachtung beizufügen.

Zeitschrift für Immobilienökonomie

Die Zeitschrift für Immobilienökonomie (ZIO) ist die offizielle Vereinszeitschrift der
Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. (gif)
Wilhelmstraße 12, 65185 Wiesbaden

Herausgeber

Prof. Dr. Karl-Werner Schulte HonRICS CRE
Universität Regensburg
Institut für Immobilienwirtschaft
93040 Regensburg
E-mail: karl-werner.schulte@irebs.de

Schriftleitung

Prof. Dr. Kristin Wellner
Hochschule Mittweida
University of Applied Sciences
Technikumplatz 17, 09648 Mittweida
Tel.: 03727 581 532, Fax 03727 581 376
E-mail: wellner@htwm.de

Bezugspreise

Die Zeitschrift kann als pdf-Datei auf der Internetseite der gif (www.gif-ev.de) kostenlos abgerufen werden. Mitglieder der gif erhalten die Zeitschrift kostenfrei in gedruckter Form. Die gif stellt zudem rund 120 Universitätsbibliotheken ein gedrucktes Exemplar kostenfrei zur Verfügung.

Bezugsmöglichkeiten

Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. (gif)
Wilhelmstraße 12, 65185 Wiesbaden
Tel.: 0611 23 68 10 70, Fax: 0611 23 68 10 75
E-mail: info@gif-ev.de

DVP-Verlag
Landgrafenstr. 14, 10787 Berlin
Tel.: 030 25 42 21 86, Fax: 030 25 42 21 89
E-mail: info@dvpev.de

Herstellung

Koch Werbedrucke GmbH, Remscheid

ISSN: 1611-4051

Das Copyright für mit Autorennamen veröffentlichte Artikel liegt bei den Autoren. Nachdruck ganzer Artikel oder Auszüge daraus nur mit Erlaubnis der Autoren. Bei Nachdruck von Artikeln oder Auszügen daraus muss als Quelle diese Zeitschrift angegeben werden.

© 2008 Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V.

Copyright of authored material is held by the author(s). Persons wishing to reproduce an article, or any part thereof, should obtain the author's permission. Where an article is reproduced in part or in full, reference to this publication must be given.

© 2008 Society of Property Researchers, Germany