FENNER INSIGHT

Young Disputors

Der Generationenwechsel in der Immobilienbranche

Einleitende Worte von Damian Fenner

Denkmuster durchbrechen, Unternehmenspotenziale entdecken

Ein Interview mit Larissa Lapschies über die Immobilienjunioren und Social Media in der Immobilienwirtschaft

SRiPLEX Fenner Patzschke

Ein Zusammenschluss für die nachhaltige Immobilienentwicklung von morgen.

FENNERGROUP

Fenner Insight

Das Lifestyle Magazin der Fenner Group

FENNERGROUP

Intro

Menschen sind Gewohnheitstiere. Wir kreieren Routinen und umgeben uns mit Dingen, die wir kennen. Dabei sind Gewohnheiten per se nicht schlecht. Sie wiegen uns in Sicherheit und schützen vor impulsiven Handlungen. Gehen wir ihnen nach, läuft alles wie am Schnürchen. Das schenkt uns ein Gefühl der Zufriedenheit. Doch es schränkt uns auch ein. Wir vergessen hin und wieder den Blickwinkel zu wechseln und andere Perspektiven einzunehmen. Vielleicht auch, weniger zu wagen?

Zum Glück ist die Immobilienwirtschaft ein Peoples Business. Stetige Interaktionen führen dazu, immerzu den eigenen Horizont erweitern zu können. Doch trotz des Austauschs entwickelt sich die Branche scheinbar langsam. Nur wenige Prozesse sind automatisiert, Wertesysteme entsprechen immer noch jenen der Unternehmensgründung von vor 20 Jahren. Kommt frischer Wind ins Haus – zum Beispiel durch jüngere Menschen mit fremden Denkansätzen – wird es kühl auf den Fluren.

Das mag nun etwas zugespitzt klingen, aber genau das sind die Entwicklungen, mit denen wir uns auseinandersetzen müssen. Und jene, die die Immobilienwirtschaft zulassen muss, um am Kern der Zeit zu bleiben.

Deswegen haben wir genau diesen Wandel in den Fokus des Frühlings gestellt. Was noch vor Kurzem eingefroren und starr war, fängt jetzt an, Farbe zurückzugewinnen und aufzublühen. Unsere März-Ausgabe der Fenner Insight stellt daher

- den Generationenwandel innerhalb der Immobilienwirtschaft,
- (neue) Marktpotenziale durch Social Media,
- Denkmuster und wie sie uns prägen sowie
- Visionen von nachhaltigen Baukonzepten

in den Fokus. Dafür haben wir spannende Gespräche geführt – zum Beispiel mit Larissa Lapschies von den Immobilienjunioren oder mit Volker Beck und Dix Alexander Claas von der SRiPLEX Group.

Wir haben einige spannende Inhalte für Sie vorbereitet! Ich wünsche Ihnen viel Freude dabei, die unterschiedlichen Themen unserer zweiten Ausgabe der Fenner Insight zu erkunden.

M. Bachert

Hinter den Kulissen

Erik Pötzsch

„Schon lange vor meinem Architekturstudium habe ich mich mit Grafikdesign beschäftigt. Ich brachte mir den Umgang mit diversen Programmen selbst bei und habe während vieler Praktika erste Erfahrungen in Design und Film gesammelt.

Vor drei Jahren habe ich dann meine Arbeit bei der Fenner Group als Werkstudent begonnen. Heute nutze ich meine breite Palette an architektonischem Wissen für die Vorprüfung neuer Grundstücke zum Ankauf und deren Bebauung. Darüber hinaus leite ich als Chief Marketing Officer die Außendarstellung des Unternehmens und entwickle unser Magazin – das Fenner Insight.“

Fotos: © Naemie Guder
www.gudermoment.de

Marla Bachert

„Unser gesamtes Sein ist von Geschichten geprägt. Seien es Werte, nach denen wir leben, Aktivitäten, mit denen wir die Freizeit gestalten oder unternehmerische Ziele, auf die wir hinarbeiten. Was uns bei allem motiviert, sind die Worte und ihre Emotionen, die wir uns erzählen, um einen Mehrwert zu finden. Genau das liebe ich, auf Papier festzuhalten. Das Schreiben begleitet mich schon mein gesamtes Leben lang. Meinen Karriereweg prägt es seit 2017. Angefangen mit einem Praktikum im Verlagswesen, bin ich heute auf SEO Content spezialisiert. Jetzt darf ich mich in der Immobilienwirtschaft wiederfinden. Seit dem letzten Jahr betexte ich Prospekte für die Neubauprojekte der Fenner Group und das Fenner Insight. Als Herausgeberin liegt auch das Management in meinen Händen.“

Der Generationenwechsel in der Immobilienbranche

Vermutlich beschreibt das folgende Beispiel ganz gut, wie eingestaubt meine eigene Denke in Bezug auf neue Technologien ist. Während ich diesen Beitrag schreibe, würden die 5–10 Jahre jüngeren Zeitgenossen diese Keynote mit Chat GPT schreiben lassen. Dabei würden sie viel Zeit sparen und am Ende vielleicht ein besseres Ergebnis in den Händen halten. Solche kreativen Ideen, technische Hilfsmittel zu nutzen, um an ein Ziel zu kommen, habe ich leider kaum. Das mag daran liegen, dass sich meine Unternehmung mit der wohl am wenigsten disruptiven aller Branchen beschäftigt: der Immobilie.

Vergleiche ich mich mit älteren Betrieben, bezeichne ich unsere Firma als fortschrittlich. Finde ich mich allerdings neben meinen Freunden und Bekannten aus der Berliner Start-up- oder Tech-Szene wieder, habe ich das Gefühl, wir können froh sein, unser Lunch nicht auf dem Lagerfeuer zubereiten zu müssen. Hier werden mit modernster Technik Prozesse in einer Geschwindigkeit durchlaufen … das ist unglaublich. Auf der einen Seite nimmt mir das hin und wieder die Lust daran, an eigenen Prozessen zu arbeiten. Auf der anderen Seite freue ich mich wieder darauf, einen einfachen USB-Stick zu benutzen. Hier weiß ich, wie das funktioniert.

Man kann aber zunehmend sehen, wie die Immobilienbranche nachzieht. Unzählige sinnvolle PropTechs haben den Markt in den letzten Jahren überflutet. Wir haben beispielweise eine sehr effiziente Softwarelösung für die Verwaltung unserer Immobilien installiert. Sie hat Prozesse automatisiert, denkt mit und spart uns viel Zeit ein.

Grundsätzlich bewegen sich die Baubranche und Projektentwicklung aber auf einem sehr eingerosteten Terrain. In den letzten 10 Jahren konnte ich beobachten, dass junge Menschen die Minderheit sind – ausgenommen PropTechs und Maklergesellschaften. Wenn man junge Gesichter findet, dann auch weniger in den Führungspositionen. Ein Rene Benko oder Jakob Mähren machen uns sehr schön vor, dass man unsere Branche auch in jungen Jahren umkrempeln kann. Allerdings muss man etwas Verständnis für das Konservative bei uns haben. Die Summen, mit denen hantiert wird, rutschen schnell in absurde Sphären. Und besonders dann schlägt Erfahrung eine jugendlich pulsierende Ader.

Besuche ich eine unserer Baustellen, würde ich mich auch sehr amüsieren, wenn jemand ein digitales Tool zückt, während man mit einem Fliesenleger über einen Nachtrag diskutiert. Auf dem Bau werden bereits sämtliche Tools zur Baukostenoptimierung genutzt. Allerdings würde ich zu jeder Tages- und Nachtzeit ein persönliches Gespräch mit unserem Bau-Gesamtleiter präferieren – und nicht die KI-Lösung. Ähnlich sieht es bei Verhandlungen oder Gesprächen mit Banken aus. Viele Prozesse können hier einfach nicht digitalisiert werden. Vielleicht wird es auch nie vollumfassend dazu kommen.

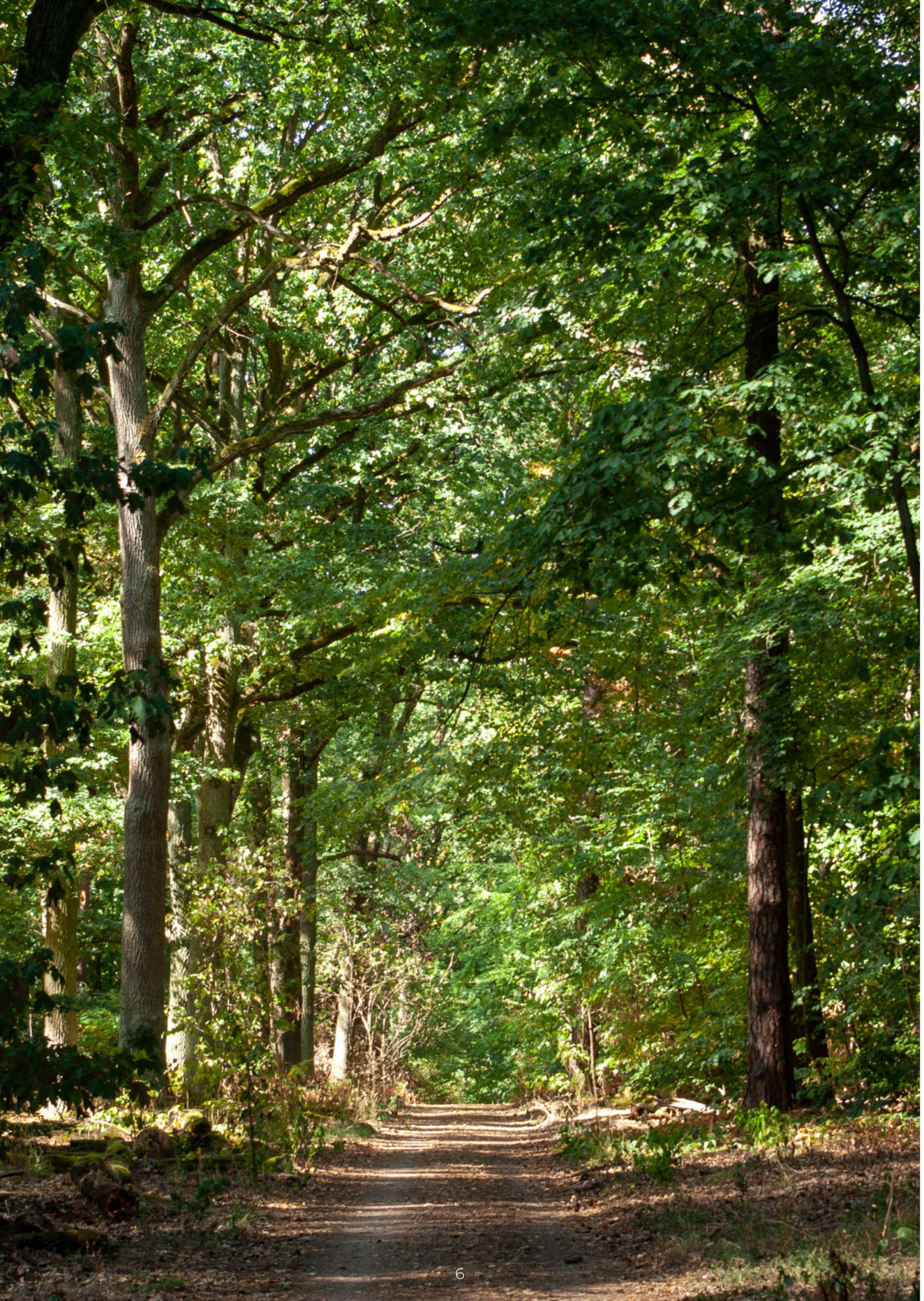
Nichtsdestotrotz: Die teils eingestaubte Immobilienwirtschaft muss sich bewegen. Die Briefkästen sind täglich prall gefüllt. Versorgerkommunikation oder Vertragskorrespondenzen – fast der gesamte Schriftverkehr läuft nach wie vor postalisch ab. Das beginnt schon mit einer Kontoeröffnung. Von Grundbuchauszügen, Bauanträgen etc. ganz zu schweigen.

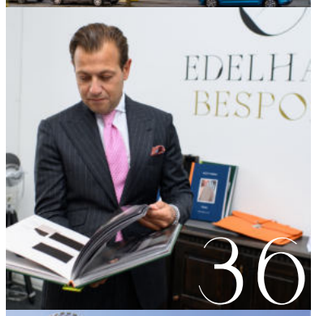
Ich erinnere mich noch an das verdutzte Gespräch mit einem meiner jungen Mitarbeiter. Er konnte nicht glauben, dass man einen Baulasten- und Altlastenauszug immer noch postalisch zugesandt bekommt. Sofern ein Amtsmitarbeiter nichts anderes macht, als für die kleine Information elektronisch nachzuschauen, sie auszudrucken

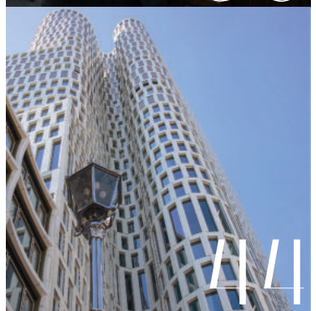
und letztlich zu verschicken, kostet mich dieser simple Prozess auch noch 30 Euro.

Da die Immobilienwirtschaft wie kaum eine andere Branche derart von Behördengängen und Originalunterschriften abhängig ist, sind Fortschritte sehr schwerfällig – besonders im Bereich der Digitalisierung. Für die kommenden Jahre wünsche ich mir einen Wandel. Gerade in schweren Zeiten ist er sowieso unausweichlich. Ein schönes Sprichwort sagt: „Wer möchte, dass alles so bleibt, wie es ist, muss bereit sein alles zu verändern“.

Herzlichst







INHALT

INTRO 2

DER GENERATIONENWECHSEL IN DER IMMOBILIENBRANCHE 4
Einleitende Worte von Damian Fenner

BERLIN NIKOLASSEE 9

DENKMUSTER DURCHBRECHEN, UNTERNEHMENSPOTENZIALE ENTDECKEN 12
Interview mit Larissa Lapschies

SOCIAL MEDIA FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT 16

ANGEBOTE 20

KLEIDER MACHEN LEUTE 36
Ein Beitrag mit Allan Edelhaijt

BUCHTIPPS 39

FENNER GROUP INSIGHT 40
Richard Vater stellt sich vor

SRiPLEX FENNER PATZSCHKE 44
Ein Zusammenschluss für die nachhaltige Immobilienentwicklung von morgen

Berlin Nikolassee

Flanieren, Abenteuer erleben und Sonnenbaden am Strand – das ist Berlin Steglitz-Zehlendorf. Wer sich hier ein Domizil leisten kann, hat’s geschafft. Wer hier zwischen Wald und See wohnt, genießt Berlin in vollen Zügen.

Das Villenviertel rund um den Nikolassee gehört schon lange zu den beliebtesten Wohngegenden in Berlin. Hier reihen sich prunkvolle Gründerzeitbauten aneinander, umgeben von saftigem Grün und Fluchtpunkten vor dem Alltag. Das merkt man bereits, wenn man das alte Backsteingebäude des S-Bahnhofes verlässt. Das rot-weiße Farbenspiel der Fassade verschmilzt mit der umliegenden Parkanlage. Im Frühjahr blühen hier die Tulpen, Bäume spenden wohltuenden Schatten. Im Winter sind vereinzelte Bänke mit glänzendem Frost überzogen.

Berlin steht für Adrenalin und Abenteuer, bunte Flaggen auf grauem Beton. Es bedeutet aber auch Abwechslung und niemals Langeweile; auf der einen Seite Trubel, auf der anderen Erholung und Wohlgefühl. Irgendwo dazwischen ist der kleine Nikolassee zu finden, umrahmt vom großen Wannsee und der 334 km langen Havel. Der Nikolassee reicht in das Waldgebiet Grunewald hinein, dessen Grünzone ganze 60 % des Stadtteils ausmacht. Bereits zu Mauerzeiten haben sich die Leute hier eine Auszeit genommen – noch immer gibt es jeden Tag Neues zu entdecken. Es ist der perfekte Ort für kleine Abenteurer, die eine Schnitzeljagd veranstalten wollen oder für Ruhesuchende, die Vögeln beim Zwitschern zuhören. Im größten Waldgebiet des Berliner Westens vergisst man schnell, dass man sich eigentlich in einer Metropole befindet. Das pulsierende Herz der Großstadt ist noch immer zu spüren, während sich die ersten Tagträume rühren.

Auf Erkundungstour mit der ganzen Familie

Rund um den exklusiven Stadtteil Nikolassee warten Wander- und Radtouren darauf, entdeckt zu werden. Die ein oder andere Route führt schließlich an Sehenswürdigkeiten vorbei:

- Das Museumsdorf Düppel ist ein Ausflugsziel für Zeitreisende. Das Freiluftmuseum inszeniert das Leben und Wohnen vor rund 800 Jahren.
- Auf den Wannseeterrassen lässt sich ausgezeichnete deutsch-französische Küche genießen. Besonders beim Sonnenuntergang, wenn sich das Rosarot im seichten Wellengang des Wannsees und im Bordeaux in der Hand spiegelt.
- Der Mexikoplatz gehört schon zum Ortsteil Zehlendorf. Entlang des Forsts Grunewald lässt es sich aber wunderbar spazieren. Am Ende schweift Ihr Blick über einen grünen Park und Bauten im Jugendstil.
- Rund 12.000 Badegäste können sich im Sommer am Stadtbad Wannsee treffen. Der Sandstrand lädt auf über 1.200 m² Fläche zum Sonnenbaden ein. An der frischen Luft finden regelmäßig Events statt.
- Das Brücke-Museum begrüßt Liebhaber expressionistischer Kunst. Hier badet man in Ästhetik und Farben.

BERLINER BEZIRKE

Das Leben rund um den Nikolassee erblühte Anfang des 20. Jahrhunderts. Seither hat sich viel getan – der Bezirk lebt von seinen Kontrasten, die immer mehr junge Familien in den Südwesten holen. Sie haben sich bewusst dafür entschieden, sich aus dem wilden Großstadtleben von Berlin-Mitte zurückzuziehen, allerdings nicht auf seine bunte Kultur zu verzichten: Für die ganze Familie finden sich diverse Einkaufsmöglichkeiten, Cafés und Restaurants sowie Bars, die gelegentlich Livemusik zur Show bringen. Heute spazieren wir an der Rehwiese entlang und spüren zarte Sonnenstrahlen auf den Wangen. Eine grüne Oase neben Berliner Stadt-Ekstase, der es an nichts fehlt.

Larissa Lapschies

„Sich divers aufzustellen, kann einen riesigen Impact für Unternehmen darstellen.“

Junge Menschen können Unternehmensstrukturen ganz schön auf den Kopf stellen. Einerseits bieten sie ungewohnte Impulse, um die Wertschöpfung voranzutreiben, andererseits leben sie differente Werte. So ändern sich auch ihre Forderungen an die Arbeitswelt: Digitalisierung, selbstbestimmtes Arbeiten, Transparenz von Informationen.

Demgegenüber stehen Unternehmen, die auf altbewährte Prozesse bauen. Sie basieren auf jahrelangen Erfahrungen, die besonders in der Immobilienwirtschaft ungerne umgeworfen werden.

Man fängt also an, zwischen den Generationen zu unterscheiden und stellt sie einander gegenüber. Dabei ist es viel wichtiger, offen aufeinander zugehen zu können. *„Vor allem, weil es in Zukunft veränderte Wertschöpfungswege geben wird. Das sieht man heute schon. Die Stellschrauben müssen also langsam gedreht werden.“*, wie Larissa Lapschies betont.

Seit 8 Jahren setzt sich Frau Lapschies aktiv dafür ein, Menschen unterschiedlichen Alters aus der Immobilienwirtschaft zusammenzubringen. 2015 gründete sie dafür die Immobilienjunioren. Seither organisiert sie mit ihrem Team regelmäßige Events, um den persönlichen Austausch zu fördern. Bedeutend wird es dann, wenn es um individuelle Erfahrungen oder die unterschiedlichen Wertvorstellungen zwischen den Generationen geht. So sind z. B. die Digitalisierung, Gleichberechtigung oder Diversität innerhalb der Branche wiederkehrende Themen. Neben aktuellen Debatten der Immobilienwirtschaft greift Larissa Lapschies diese Punkte auch persönlich gerne auf – und widmet ihnen im Podcast der Immobilienjunioren zusätzliche Aufmerksamkeit.

So sprechen wir auch in unserem Interview über die Notwendigkeit, Hemmschwellen zu überwinden, durch regelmäßigen Austausch flexibel zu bleiben und ggf. alte Strukturen zu erneuern.

„Ihr müsst wirklich JETZT neu denken!“

Wie bringen die Veranstaltungen der Immobilienjunioren Menschen zusammen?

„Die Events sind immer locker, aber strukturiert. Es geht in erster Linie um den Austausch. Es treffen viele verschiedene Themen aufeinander, sodass man viel voneinander lernen oder sich einfach inspirieren lassen kann. Gerade in der Immobilienwirtschaft lebt man von seinen Erfahrungen. Man kann sich also gar nicht oft genug austauschen. Unsere Veranstaltungen bieten da Inspiration von jungen Leuten auf der einen Seite und die Erfahrungswerte der Junggebliebenen auf der anderen.“

Wie können Hemmschwellen zwischen den Generationen überwunden werden?

„Auf die Veranstaltungen bezogen sage ich immer: Man muss in allererster Linie ein guter Gastgeber sein. Das fängt für mich mit einer persönlichen Begrüßung an. Derjenige, der einlädt, steht am Eingang und fängt das erste Gespräch an: „Na, bist du das erste Mal hier? Mit welcher Intension bist du vorbeigekommen? Möchtest du jemanden Bestimmtes kennenlernen?“. Das sind super Aufhänger, um die Gruppe zu öffnen und die Stimmung zu lockern. Ja, es gibt auch bei uns Gruppenbildungen zwischen den Altersgruppen. Das ist ganz natürlich. Aber der erste Eindruck zählt, um sich wohlzufühlen und offen aufeinander zugehen zu können. Und wenn jemand aufgeschlossen und trendorientiert ist, dann spielt das Alter beim Austausch auch keine Rolle mehr.“

Was ist besonders wichtig, um diese offene Kommunikation auch in Unternehmen zu bringen?

„Authentizität. Man muss sagen, was einem wichtig ist. Und das schon beim allerersten Gespräch. Die Digitalisierung ist ein großes Thema. Auf den Veranstaltungen, aber auch hinsichtlich der Arbeitsvorstellungen. Ist ein Unternehmen nicht digitalisiert oder folgt konservativen Strukturen? Dann muss das gesagt werden. Es gibt junge Leute, die genau diese Strukturen und die Planbarkeit brauchen.“

Gibt es denn grundsätzlich Unterschiede in den Wertvorstellungen?

„Klar. Die junge Generation wird von Unternehmen z. B. häufig als frech wahrgenommen. Aber wenn jemand, der täglich auf TikTok unterwegs ist, in ein Unternehmen kommt, das nur zu 20 % digitalisiert ist, gehen die Vorstellungen der Arbeitsstrukturen eben auseinander. Wenn das dann angesprochen wird, wird von oben gefragt: „Was stellen Sie denn für Forderungen?“ Hier ist der Digital Gap einfach zu groß.

Sagt man in der Führungsposition allerdings: „Ich möchte mich verändern. Ich bin bereit, mit der Zeit zu gehen“, dann sei konsequent. Dann muss eine neue Fehlerkultur einziehen und das ganze Arbeitsumfeld gewandelt werden. Und genau dafür brauchen wir Impulse – am besten von jungen Leuten aus dem eigenen Team. Talente erkennt man meist daran, dass sie unangenehm sind. Sie werden immer und immer wieder sagen, was im Unternehmen nicht richtig läuft. Die Jungen sind also nicht frech, sondern geben genau die Impulse, die wichtig sind, um sich zu verändern.“

Verlangen jüngere Generationen also nach Veränderungen?

„Ja, das sieht man schon an der hohen Fluktuation. Junge Leute bekommen von Unternehmen nicht das, was sie sich wünschen. Allein die Digitalisierung wird noch nicht im nötigen Maß umgesetzt. Vielleicht, weil es zu lange dauert, zu teuer ist oder keine falschen Entscheidungen getroffen werden möchten.

Dabei muss jetzt wirklich neu gedacht werden! Es gibt so viele Methoden, wie man Innovation im Unternehmen umsetzen kann. Aber dafür müssen bestehende Prozesse einmal komplett zerstört und neu aufgebaut werden. Dabei wird man etwas Neues nicht umsetzen können, ohne Fehler zu machen. Man hat also zunächst Chaos. Egal wie gut man plant – du wirst eine Zeit lang erst einmal wieder wachsen müssen. Aber genau darauf kann man schließlich aufbauen.“

Fortsetzung des Interviews auf Seite 21

Social Media für die Immobilienwirtschaft

„Du kannst viel falsch machen in Social Media. Es aber gar nicht zu machen, ist auch keine Option mehr.“ – Larissa Lapschies

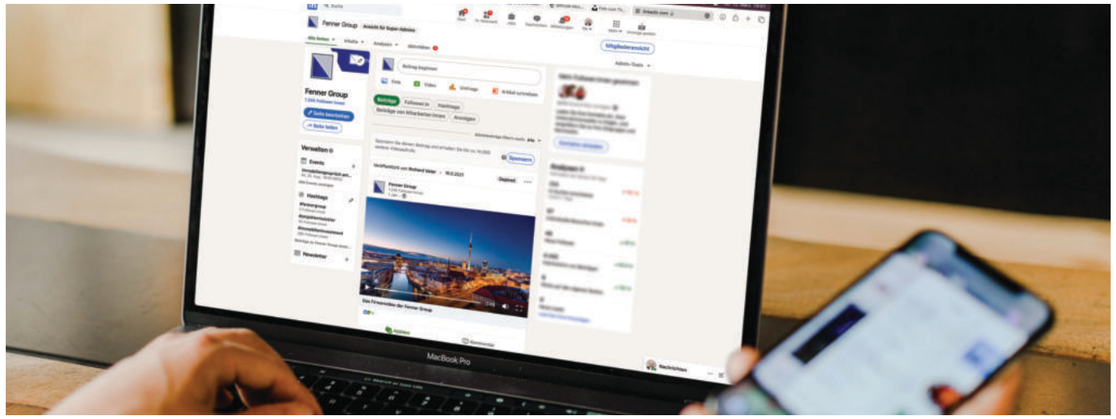
Interieur Designer, Investor, Makler, Architekt, Vertriebler: Sie alle an- und verkaufen – zumindest sich selbst. Das persönliche Gespräch gehört zum Business, so wie die dunkle Rahmenbrille zum Architekten. Allerdings ist ein nettes Geschäftsessen nach zwei Stunden vorbei und das Verkaufsgespräch nach 30 Minuten Geschichte. Umso wertvoller ist es, sich eine Umgebung zu schaffen, in der zu jeder Zeit eine persönliche Unterhaltung geführt werden kann. Das noch sehr traditionelle Peoples Business der Immobilienwirtschaft medial zu erweitern, ist eine Lösung. Soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook oder LinkedIn bieten sich dafür besonders gut an:

- Eine Marke kann Gesicht und Charakter zeigen, womit sich Menschen identifizieren können.
- Die Plattformen fördern regelmäßige Dialoge, die Vertrauen aufbauen.
- Ein authentischer Austausch schafft Sympathien und ist zielführender Reputationstreiber.
- Qualitative Interaktion mit der Zielgruppe über Social Media holt potenzielle Leads auf die aufwendig erstellte Webseite.

Die Immobilienwirtschaft nutzt digitale Netzwerke allerdings noch sehr wenig. Sie versteckt sich nahezu davor. Woran das liegt? Social Media wird schnell in Schubladen gesteckt. Die Nutzenden scheinen zu jung, die Zielgruppe scheint nicht vertreten. Der Aufwand ist zu groß und der Mehrwert scheint zu gering. Dabei sind Instagram, Facebook und LinkedIn genau das, worauf ein Business basiert: Netzwerke. Es gibt eine Menge Potenziale, die durch Nichtnutzung unentdeckt bleiben.

Dabei kann man online besonders gut seine Kompetenzen herausstellen – und das auf einer unbeschränkten Menge Platz. Das, was Sie in persona beim monatlichen Lunch oder kurzen Verkaufsgespräch von sich zeigen, um zu verkaufen, kann online in die Länge gezogen werden. Zudem ist die Immobilienwirtschaft stets ein emotionales Business. Unabhängig davon, in welcher Position Sie arbeiten – mit Emotionen werden einzigartige Grundrisse für Bauprojekte entworfen, mit Emotionen werden Grundstücke verkauft und Erinnerungen geschaffen. Mit Emotionen erreichen Sie Menschen. Menschen reagieren auf gute Kommunikation. Kommunikation findet heute zunehmend online statt.

- Eine Website sorgt für Sichtbarkeit – aber nur dann gewinnbringend, wenn sie auf Suchmaschinen und Nutzer optimiert ist. Sie bietet keinen Raum für direkte Interaktion.
- Die Webseite kann einen Blog anbieten. Alle zwei Wochen erscheinen neue Artikel. Leser kommentieren und interagieren mit Ihrem Unternehmen. Allerdings erwischen Sie Leser nie im Augenblick des Interesses, sondern nur mit zeitlicher Diskrepanz.
- Manche Unternehmen gestalten Magazine. Der Platz für Unterhaltung ist allerdings begrenzt. Auf Themen kann nur schwer aufgebaut werden. Ähnlich wie mit einer Webseite fördert dies keinen direkten Austausch.
- Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, Xing, Instagram oder Pinterest werden in Schubladen gesteckt. Kontroverse Diskussionen drehen sich um die massenhaften Inhalte, die tagtäglich in Umlauf kommen. Mit der richtigen Strategie stechen Sie aber aus der Masse hervor. Wieder und wieder kann Mehrwert geboten und eine Expertise herausgestellt werden. Dabei reagieren Konsumenten direkt auf Beiträge und interagieren mit Ihnen als Mensch.



Zugang zum Endkunden gewinnen

Gemeinsame Interessen wecken Neugierde, neue Leute näher kennenzulernen. In den sozialen Netzwerken können Sie Ihrer Zielgruppe auf dem Silbertablett präsentieren, was Sie regelmäßig beschäftigt. Dadurch bauen Sie Sympathien auf und mildern Hemmschwellen, die ein persönliches Gespräch aus dem Nichts motivieren. Allerdings haben es Unternehmen, die nur eine Webseite pflegen, eher schwer, Emotionen beim Endkunden zu wecken.

Auf Social-Media-Kanälen haben Sie hingegen die Chance, als charakterstarke Person aufzutreten und authentische Unterhaltung zu bieten. Dadurch entsteht ein interessensbasierter Austausch, der auf Emotionen basiert.

1. Unterhaltung kann erholsam und erfrischend sein.
2. Sie kann vielfältig und divers aufgestellt sein.
3. Freude und Witz lockert die Unterhaltung auf.
4. Sie kann schön und angenehm zu konsumieren sein.
5. Unterhaltung kann für gute Laune sorgen.

Es lohnt sich also, einen zweiten Blick auf die verschiedenen sozialen Netzwerke zu werfen und zu schauen, welches für die eigenen Zwecke sinnvoll ist:

- Bei Instagram dreht sich alles um ästhetische Bilder und Fotos. Eine optimale Plattform für Architekten und ihre Skizzen; für Projektplaner und ihre Visualisierungen.
- TikTok wurde mit dem Konzept kurzer Videos populär. Es bietet zeitgerechte Werbechancen z. B. für Makler.
- LinkedIn ist eine B2B-Plattform, die auf kurze Texte setzt. Perfekt für die Netzwerkpflege von Vertrieblern.

Eine Medaille hat immer zwei Seiten: in diesem Fall Stagnation und Wachstum. Dabei sind die beiden Antonyme eng miteinander verwoben – denn sie unterhalten. Unterhaltung, die zu Stagnation führt, ist allerdings nicht gut. Unterhaltung, die Wachstum bietet, hat Mehrwert und überzeugt. Dafür muss man sein Fachlevel verlassen und die Perspektive hin zum Endkunden wechseln. Es ist wichtig zu lernen, dass sich die Grenzen zwischen B2B und B2C immer mehr auflösen. Deswegen müssen wir es schaffen, miteinander auf Augenhöhe zu kommunizieren. Dazu gehört, sich auch als Unternehmen der Immobilienwirtschaft auf Social-Media-Kanälen nahbar und transparent zu machen.

Als Gründerin der Immobilienjunioren hat sich Larissa Lapschies schon mehrfach damit beschäftigt, wie sich die Immobilienwirtschaft entwickeln müsste, um mit der Zeit zu gehen. Dabei kennt sie beide Seiten sehr gut – die Perspektive jüngerer Generationen als auch die Sichtweisen erfahrener Immobilienwirte. Social Media spielt hier eine große Rolle, damit sich unterschiedliche Generationen einander öffnen und voneinander lernen können.

Welche Rolle spielt Social Media für die Immobilienwirtschaft?

„Social Media wird noch viel zu wenig genutzt. Gerade aus Sicht der jüngeren Generationen gilt dann: Wer nicht in den sozialen Medien ist, der findet nicht statt. Dabei muss man gar kein großer Influencer sein. Es reicht, eine Präsenz zu haben. Es wird nicht erwartet, dass man 2,5 Mio. Menschen erreicht. Mit 1.000 Leuten aus der Immobilienwirtschaft regelmäßig zu interagieren, genügt erstmal. Denn wenn man das richtig gut macht, kann man sensationelles Marketing führen. Inhalte werden heute einfach digital konsumiert! Die junge Generation sieht es auch als Selbstverständnis an, dass Informationen nicht zum eigenen Vorteil gehortet, sondern miteinander geteilt werden. Und je authentischer das gelingt, desto besser funktioniert das Marketing. Aber das ist schwer."

Siehst du eine Notwendigkeit darin, dass sich Unternehmen dahingehend öffnen? Oder sollte es den Jüngeren überlassen bleiben?

„Den Umgang mit Social Media kann man sich nur in gewisser Weise aneignen. Entweder hat man eine Affinität dafür oder eben nicht. Wenn man sie nicht hat, kann man sich überlegen, es sich selbst beizubringen oder die Arbeit anderen zu überlassen. Das bedeutet allerdings, Kontrolle loszulassen. Tut man beides nicht, kommt eine andere Marke, die medienaffin ist und einem Marktanteil wegnimmt.

Du kannst viel falsch machen in Social Media. Es aber gar nicht zu machen, ist auch keine Option. Anderer Beiträge zu liken oder zu kommentieren, sich langsam ranzutasten, reicht für den Anfang vollkommen aus. So sollte jeder anfangen zu verstehen, dass diese Stellschrauben gedreht werden müssen."

Wieso fällt es der Immobilienwirtschaft schwer, sich auf sozialen Netzwerken zu zeigen?

„Vor drei Jahren hätte ich noch gesagt: „Leg los! Nimm das Handy in die Hand und mach eine Instagram-Story." Das sehe ich jetzt nicht mehr so, weil Social Media heute anders funktioniert. Wenn man sich die Menschen anschaut, die es heute professionell machen, könnten sie Schauspieler sein. Sie überlegen sich, was sie nach außen hin verkörpern möchten, und spielen dann quasi ihre Rolle.

Sichtbar sind am Ende nicht die lang erdachten, hochkarätigen Inhalte. Es sind die kurzen Impulse, die Aufreger. Wenn man zu lange über sie nachdenkt, ist das alles gar nicht so wild. Aber erst mal darf man keine Angst haben, unangenehm aufzufallen. Social Media findet „im Moment" statt. Das hat wenig mit intelligentem Auftreten zu tun. Junge Leute haben davor weniger Scheu."

Fehlt es also an Spontaneität?

„Ja, auf jeden Fall. Man muss sich aber immer fragen: Wer bin ich? Je nach Position muss man konservativ auftreten. Dafür geht es am Ende um zu viel Geld und Verantwortung. Wenn man aber beispielsweise Makler ist, dann raus mit deiner Message! Das in seinen Alltag zu integrieren, ist allerdings schwer. Hier können wir uns wieder von den 20-Jährigen inspirieren lassen. Sie schnappen etwas auf und teilen es sofort mit ihrer Online-Community. Hier gibt es eine ganz andere Fehlerkultur. Sie sagen sich: „Habe ich etwas falsch gemacht? Ach, das haben die Leute im nächsten Monat eh wieder vergessen". Dafür muss man eben eine gewisse Affinität haben."

Vielen Dank für das Interview, Larissa!

ANGEBOTE

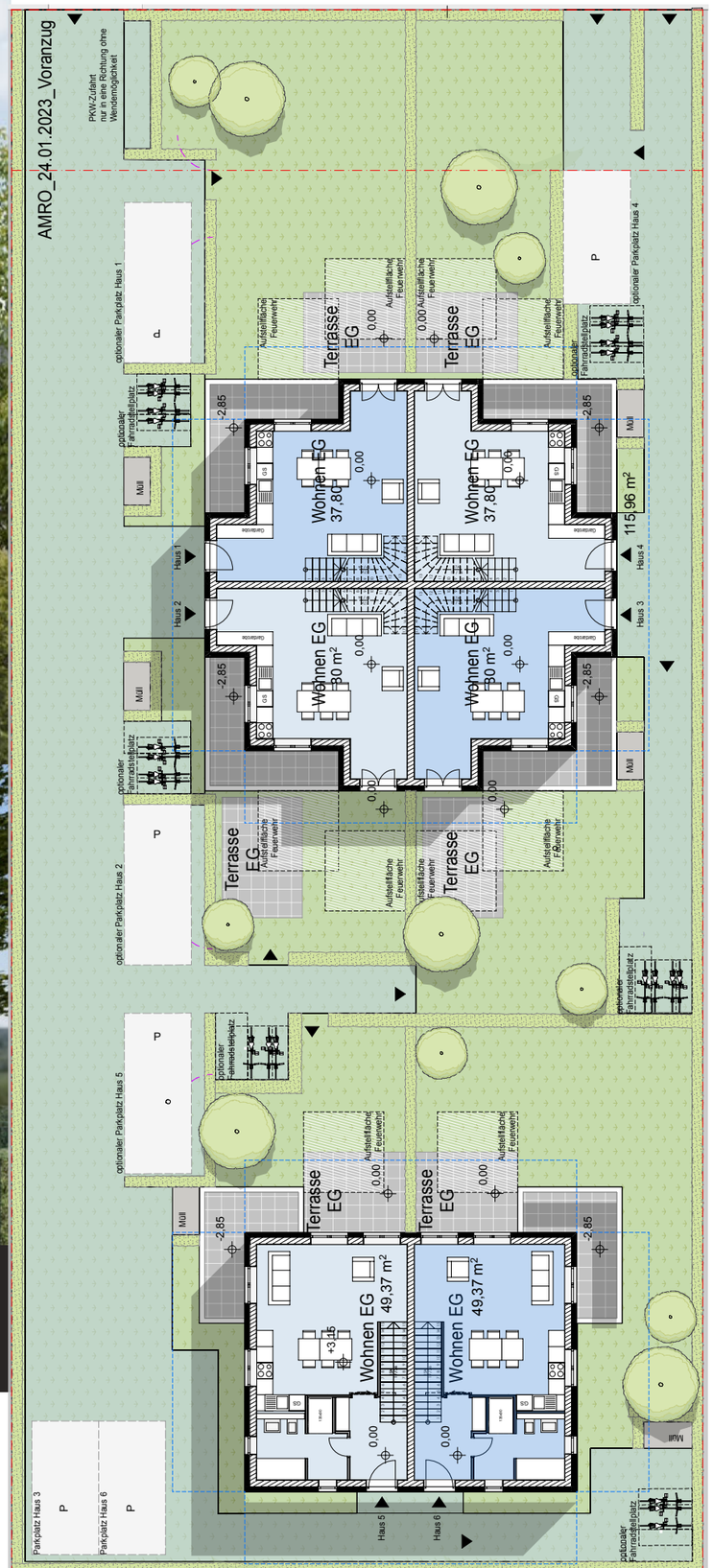
Elvirasteig

Elvirasteig 26a, 14129 Berlin Nikolassee

In einem der schönsten Berliner Bezirke ist diese Rarität direkt am Schlachtensee gelegen. Im Elvirasteig 26 planen wir eine großzügige Neubauvilla mit Blick auf den See. Die bestehende Villa wird renoviert und genießt ebenfalls diesen wunderschönen Ausblick.

Ort:	**Berlin Schlachtensee**	Grundstück:	**ca. 894 / 797 m²**
Objekt Art:	**Baugrundstück / Villa**	Wohnfläche Neubau:	**ca. 462 m²**
Bebauung:	**Planung eines Neubaus**	Kaufpreis:	**auf Anfrage**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de



Stadtvillen am Rollberg

Am Rollberg 12, 13158 Berlin Pankow

Im wunderschönen Pankow entsteht auf ~ 1500 m² Grundstücksfläche das außergewöhnliche Quater am Rollberg. Ein Doppelhaus ergänzt das Projekt.
Die für Deutschland untypische Bauweise „Quater“ ist ein Mehrfamilienhaus, das sich in vier Townhouses teilt.
Bei dem Projekt liegt der Fokus besonders auf der Nachhaltigkeit, um die Lebensqualität weiter zu steigern.

Ort:	**Berlin Pankow**	Grundstücke:	**ab 250 m²**
Objekt Art:	**Baugrundstück**	Wohnfläche:	**ab 110 m²**
Bebauung:	**Quater & Doppelhaus**	Kaufpreis:	**auf Anfrage**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

Spanische Allee

Spanische Allee, Berlin Nikolassee

Auf diesem am Nikolassee gelegenen Grundstück wird ein Doppelhaus im klassischen Patzschke Stil geplant. Die Altbauvillenoptik reiht sich hervorragend in die schöne Spanische Allee ein. Dazu wird eine klassische dreißiger-Jahre-Villa veräußert, die Platz für eine große Familie bietet.

Ort:	**Berlin Nikolassee**	Grundstück:	**ca. 1.421 m²**
Objekt Art:	**Baugrundstück / Villa**	BGF Gesamt:	**ca. 760 m²**
Bebauung:	**Bestand & Neubau**	Kaufpreis:	**auf Anfrage**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

AM ZERNSEE 5–6, 14542 WERDER

In wunderschöner Lage direkt am Zernsee, bieten wir Ihnen eine Villa in erster Reihe am Wasser an.
Als Käufer erhalten Sie von uns die fertige Beplanung inklusive Baurecht und Aufmaß des Grundstücks.
Selbstverständlich beraten wir Sie auch gerne bei der Umsetzung des Baus und stellen Ihnen auf Wunsch unsere Baufirmen zur Verfügung. Diese haben bereits die Bereitschaft zur Realisierung des Vorhabens signalisiert.

Ort:	**Werder (Havel)**	Grundstück:	**1.210 m²**
Objekt Art:	**Baugrundstück**	Brutto-Grundfläche:	**ca. 650 m²**
Bebauung:	**Villa**	Kaufpreis:	**1.600.000 €**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 98425782
Mail: anfrage@fenner.de

AKTUELLE PROJEKTE

AM ZERNSEE 5-6, 14542 WERDER

In zweiter Reihe zum Wasser findet sich die Möglichkeit des Baus eines Zweifamilienhauses. Auch hier erhalten Sie von uns die Planung inklusive Baurecht und Aufmaß des Grundstücks.
Selbstverständlich beraten wir Sie gerne bei der Umsetzung des Baus und stellen Ihnen auf Wunsch unsere Baufirmen zur Verfügung. Diese haben bereits die Bereitschaft zur Realisierung des Vorhabens signalisiert.

Ort:	**Werder (Havel)**	Grundstück:	**1.424 m²**
Objekt Art:	**Baugrundstück**	Brutto-Grundfläche:	**ca. 564 m²**
Bebauung:	**Zweifamilienhaus**	Kaufpreis:	**1.200.000 €**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

REGATTASTRASSE 128

Berlin Grünau: Gigafactory, großer Müggelsee, Krumme Lake. In Berlin Grünau bieten wir Ihnen den Kauf von sechs Eigentumswohnungen und drei Gewerbeeinheiten an. Fußläufig ist das Café Liebig zu erreichen, wo Sie im Jugendstiel-Ambiente regionale Kost und erlesenen Wein genießen können.

Ort:	Berlin Grünau	Grundstück:	ca. 785 m²
Objekt Art:	Aufgeteiltes Mehrfamilienhaus	Wohnfläche:	ca. 50 – 169 m²
Einheiten:	6 Wohnungen | 3 Gewerbe	Kaufpreise pro m²:	3.700 – 5.000 €

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

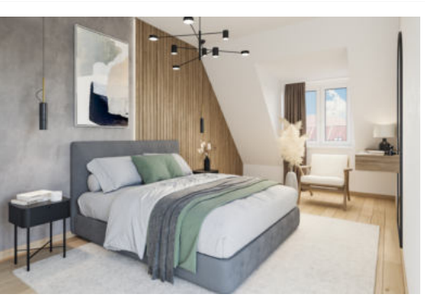
AKTUELLE PROJEKTE

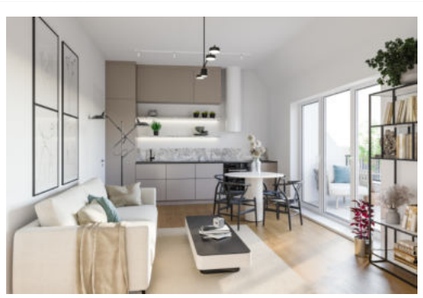
KUCKHOFFSTRASSE 55

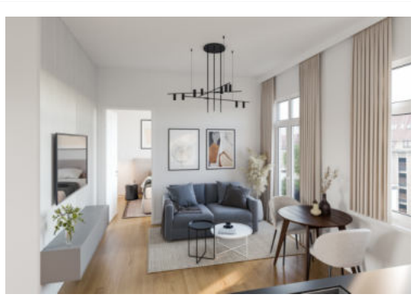
Das Gebäude wurde 1996 erbaut und überzeugt mit einer außergewöhnlichen Architektur. Die Gesamtfläche wurde in Wohn- und Gewerbeeinheiten geteilt. Von diesen sind insgesamt acht Wohn- und sechs Gewerbeeinheiten voll vermietet. Zusätzlich stehen acht Tiefgaragenstellplätze zum Verkauf.

Ort:	Berlin Pankow	Tiefgaragenstellplätze:	8
Objekt Art:	Aufgeteiltes Mehrfamilienhaus	Wohnfläche:	ca. 39 – 89 m²
Einheiten:	4 Wohnungen | 6 Gewerbe	Kaufpreise pro m²:	3.900 – 5.500 €

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de







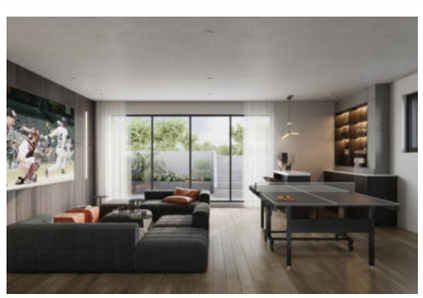
SIEMENSSTRASSE 10

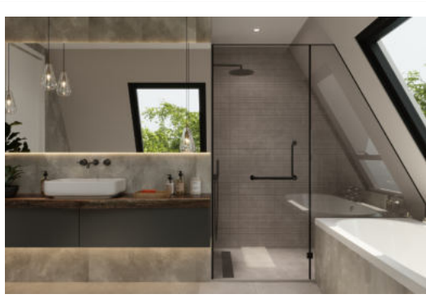
Im Berliner Bezirk Treptow-Köpenick wird ein Grundstück mit einem Mehrfamilienhaus und Gewerbehof verkauft. Darüber hinaus liegt ein positiver Bauvorbescheid und ein Bauantrag zur Schließung der Baulücke in zweiter Reihe vor. Zusätzlich kann eine Aufstockung des Bestands im Vorderhaus mit insgesamt 1.605 qm BGF umgesetzt werden. Die Bestandsmieten sind moderat und liegen etwas unterhalb des örtlichen Mietspiegels. Außerdem liegt eine Abgeschlossenheitsplanung vor.

Ort:	**Berlin Oberschöneweide**	Grundstück:	**ca. 1.398 m²**
Objekt Art:	**Mehrfamilienhaus**	Vermietbare Fläche:	**ca. 2.500 m²**
Einheiten:	**11 Wohnungen | 11 Gewerbe**	Kaufpreis:	**Verkauft**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

AKTUELLE PROJEKTE





SAKROWER KIRCHWEG 89 – 14089 BERLIN KLADOW

Hier entstehen zwei luxuriöse Doppelhaushälften auf einem der letzten Grundstücke dieser exklusiven Umgebung. Die geplante Bebauung wird höchsten Ansprüchen gerecht. Mit einer Aufdachterrasse sowie großen Glasfronten Richtung See wird es ein einzigartiger Ort. Jede Grundstückshälfte verfügt über drei Etagen, einen eigenen Garten und zwei Stellplätze auf dem Vorgarten.

Ort:	**Berlin Kladow**	Grundstück:	**ca. 472 m²**
Objekt Art:	**Neubau**	Wohn-Nutzfläche:	**ca. 225 m²**
Bebauung	**Luxuriöses Doppelhaus**	Kaufpreis:	**1.690.000 €**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

IN KOOPERATION MIT
ELBE-HAUS
So will ich leben.

Modernes Doppelhaus mit nachhaltigem Baukonzept

Wittelsbacher Straße 81, 12309 Berlin

Das ruhig gelegene Grundstück befindet sich in traumhafter Lage im Ortsteil Lichtenrade in einer ruhigen Wohnstraße. Die Nachbarschaft besteht aus Einfamilienhäusern und wird von ruhigen Seiten- und Spielstraßen erschlossen. Zwischen Flughafen und der Innenstadt erweckt die ruhige Wohnstraße sogar einen dörflichen Charme – und das obwohl man sich in Berlin befindet.

Ort:	**Berlin Lichtenrade**	Grundstück:	**ca. 404 m² / DHH**
Objekt Art:	**Neubau**	Wohnfläche:	**ca. 190 m² / DHH**
Bebauung:	**Luxuriöses Doppelhaus**	Kaufpreis Gesamt:	**2.100.000 €**

Stadt & Raum Immobilien
Tel.: +49 (0) 30 984 257 82
Mail: anfrage@fenner.de

Kleider machen Leute

Ein Beitrag mit Allan Edelhajt

Business-Kleidung hat sich in Bezug auf Farben, Muster und Schnitte verändert. So trugen Männer stets Anzüge in edlen dunklen Farben wie Schwarz und Marineblau. Ein konservativer Schnitt war die Norm. Mittlerweile sind Anzüge in hellen Farben wie Grau, Beige oder Hellblau angesagt. Sie werden mit einem moderneren Schnitt getragen: Schmalere Hosen und Jacken sind weit verbreitet und schmeicheln der Körperform. Passend dazu werden die Stoffe immer leichter. Neben Schurwolle sieht man heute Leinen oder Baumwolle, um einen legeren Look zu kreieren.

Ähnlich hat sich das Kostüm der modernen Frau gewandelt. Anstatt einen A-linienförmigen Rock mit einem Jackett zu paaren, wird zum Hosenanzug, dem Blazer oder der Bluse gegriffen. Accessoires wie Schmuck, Uhren und Schuhe sind jetzt mehr als nur funktionale Elemente. Sie vervollständigen das Outfit und geben ihm Charakter.

So wie die Immobilienwirtschaft wird also auch der Kleidungsstil im Business jünger. Aber eines darf doch bleiben: der gute Geschmack. Allan Edelhajt von Edelhajt Bespoke weiß ganz genau, was das bedeutet. Seit 2013 ist er als Herrenausstatter unterwegs. Dabei kleidet er nicht nur unser Team der Fenner Group verlässlich ein.

Bei Allan Edelhajt treffen das traditionelle englische Schneiderwerk und der moderne italienische Stil aufeinander. So verschmilzt das Komfortable mit dem Eleganten – und ergibt eine individuelle Visitenkarte auf den Leib geschneidert.

Wie meistert man einen perfekt sitzenden Maßanzug?

„Der komplette Service muss passen. Dazu gehören:

1. Vermessungen des Kunden
2. eine individuelle Stilberatung
3. die Auswahl der richtigen Stoffe und Muster
4. die perfekte Passform
5. eine Anprobe für die endgültige Fertigstellung des Anzugs.

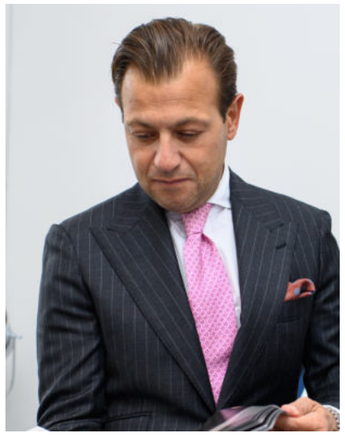
Jeder Kunde bzw. jede Kundin wird bei allen Schritten unterstützt. So erhält man einen Anzug, der die Figur und persönlichen Vorlieben in Szene setzt."

Welche unterschiedlichen Schnitte gibt es für Business-Kleidung?

„Klassisch ist ein schlichter, zeitloser Schnitt, der der Figur schmeichelt. Die Passform darf dabei nicht zu eng sein. Daneben gibt es noch ...

- ... den Amerikaner: Ein etwas lockerer Schnitt, der mehr Bewegungsfreiheit bietet und besonders für Menschen mit größerem Umfang geeignet ist.
- ... den britischen Schnitt: Ein formellerer, klassischer Schnitt mit engerer Taille und einer gut definierten Schulterpartie.
- ... den Italiener: Ein figurbetonter Schnitt mit einer besonders schmalen Taille und einer markanten Schulterpartie."

Welcher Stil am besten zu einem passt, richtet sich dabei ganz nach persönlichen Vorlieben. Die traditionellen Muster kleiden jeden attraktiv, unabhängig vom Alter oder



Geschlecht. Für Männer können das beispielsweise Single- oder Double-Breasted-Anzüge, Jacketts mit Ein- bzw. Zweireiher-Knöpfen, sein. Regular-, Tailored- oder Slim-Fit-Schnitte bezeichnen dann die Passform am Körper. Viele klassische Schnittmuster für Frauen weisen eine A-Linie auf. Sie passt sich jeder Körperform an und schmeichelt der Silhouette. Außerdem passt der Schnitt zu den verschiedensten Anlässen, sowohl casual als auch formell. Die klassischen Schnittmuster wie A-Linie, Shift, Wrap oder Pencil Skirt werden schließlich durch die Verwendung von modernen Stoffen, Farben und Accessoires aufgefrischt.

Welche Muster sind besonders zeitlos?

„Einfache, solide Farben wie Dunkelblau, Grau und Schwarz sind die klassischsten und zeitlosesten Farben für Männer. Glencheck oder Prince of Wales sind klassische Karomuster, die u. a. im Winter und Herbst gern getragen werden. Birdseye ist hingegen ein sehr feines und subtiles Muster. Streifenmuster, insbesondere schmale Längsstreifen zaubern eine schöne Silhouette und strecken den Körper optisch. Frauen tragen hier gerne Pünktchen-Muster oder unifarbene Kleidung in beige oder auch schwarz."

Welche Muster und Farbkombinationen liegen heute im Trend?

„Pastellfarben wie Blassrosa, Himmelblau und Zitronengelb liegen im Trend. Sie bringen Leichtigkeit und Frische in den Alltag. Angesagt sind aber auch kontrastreiche Farbkombinationen wie Dunkelblau und Hellblau, Rot und Grün. Dazu gehören auch grafische Muster. Kreise, Vierecke und Linien sind ein großer Trend in diesem Jahr! Sie bringen ein modernes und gefragtes Element in den Kleiderschrank. Insbesondere große Karomuster eignen sich gut für Freizeit-und Business-Anzüge. Verschiedene Muster lassen sich auch miteinander kombinieren. Aber bitte immer drauf achten, dass das Gesamtbild harmonisch ist."

Was darf im Kleiderschrank nicht fehlen?

„Männer sollten stets einen Anzug in neutralen Farben greifbar haben. Er sollte gut sitzen und hochwertig verarbeitet sein. Dazu gehören dann ein hochwertiges Tuch, gebügelte, neutrale Hemden und eine Krawatte für den Farbtouch.

Bei Frauen ist es ähnlich: Ein Blazer und Rock, ein Kleid oder eine Hose in neutralen Farben sind ein super Start."

Wenn es um das erste schöne Stück im Kleiderschrank geht, ist es empfehlenswert, auf klassische Stile zu setzen. Ein edles Marineblau passt beispielsweise zu jedem Teint und jeder Haarfarbe. Außerdem ist die Farbe sehr einfach zu kombinieren. Die blaue Hose passt zu einem Business Casual Look im Alltag. Das dunkle Jackett kann mit einem weißen T-Shirt oder einer Jeans gepaart werden. So bekommt man einen bequemen, aber trotzdem professionellen Look – ohne auf die Sneaker verzichten zu müssen.

Buchtipps

Narrative Wirtschaft:
Wie Geschichten die Wirtschaft beeinflussen – ein revolutionärer Erklärungsansatz“

Robert J. Shiller

Prägt die Sprache das Denken oder das Denken die Sprache? Eine Frage, die schon viele Wissenschaftler nachhaltig beschäftigt hat.
Nobelpreisträger der Wirtschaftswissenschaften Robert James Shiller hat 2019 ein ganzes Buch darüber publiziert. Allerdings betrachtet er die Fragestellung keineswegs ganzheitlich. Mit „Narrative Wirtschaft“ bezieht er sich auf Geschichten über wichtige wirtschaftliche Phänomene und wie sie durch Mundpropaganda und Storytelling gesellschaftlich verankert sind. 480 Seiten zeigen einen Perspektivwechsel, der die Macht gesellschaftlicher Narrative klarstellt und ihren Einfluss auf die Wirtschaft betont.

Jetzt! Die Kraft der Gegenwart
– Ein Leitfaden zum spirituellen Erwachen

Eckart Tolle

Manchmal werden wir ganz schön ungeduldig, wenn es darum geht, Ziele zu erreichen. Dabei können Erfahrungen oder Unsicherheiten bezüglich der Zukunft Hemmschwellen wecken.
Sie hindern uns daran, „einfach mal zu machen“. Der Lösungsvorschlag: Den Fokus auf die Gegenwart, das Jetzt, lenken. Dies ist zumindest Eckart Tolles These, die 272 Seiten mit inspirierendem Text füllt. In leichter Sprache erklärt Tolle seine Ansätze, um im Hier und Jetzt zu leben. Doch nicht nur das hat sein Buch zu einem Klassiker gemacht. Auch seine grundlegende Einstellung zum Umgang mit Emotionen und dem Selbst hinterlassen Eindruck.

Richard Vater

COO der Fenner Group

Richard Vater startete 2018 als studentischer Mitarbeiter bei der Fenner Group. Von Anfang an zeigte er großes Interesse am gesamten Tagesgeschäft der Firma, besonders am Einkauf. Dadurch hat er sich schnell in die Stelle des Einkaufleiters eingearbeitet. In den letzten beiden Jahren betrug sein Ankaufsvolumen über 50 Millionen Euro. Seit Anfang 2023 besetzt er die Position als COO – Chief Operating Officer. Nebenbei ist Herr Vater partnerschaftlich an Immobilienprojekten beteiligt. Nach den ersten erfolgreichen Projekten in Wuppertal und Leipzig startete er die Initiative, deutschlandweit Portfolios aufzubauen. Damit etabliert die Fenner Group einen weiteren krisensicheren Geschäftszweig.

ANKAUFSPROFIL

ANKAUFSPROFIL

Wir kaufen Grundstücke, Wohnungen und Mietshäuser in ganz Deutschland.

WIR SUCHEN:
- Abrissgrundstücke
- Unbebaute Grundstücke
- Mehrfamilienhäuser
- Wohnungspakete

LAGE:
- Top 7 Städte und Umgebung

GRUNDSTÜCKSGRÖSSE:
- 1.500 – 35.000 m²

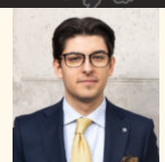
IHRE VORTEILE:
- Schnelle Bezahlung
- Persönlicher Ansprechpartner
- Faire Preise
- Langfristige Zusammenarbeit

VOLUMEN:
- 500.000 bis 25. Millionen Euro

ANKAUF-STRUKTUR
- Asset-Deal / Share-Deal

Finden Sie weitere Informationen unter:
www.fenner-group.de

Richard Vater
030 - 984 257 82
ankauf@fenner.de



Mit eigener Vision – die SRiPLEX Group

Seit Ende 2018 wächst unter der Leitung von CEO Dix Alexander Claas die SRiPLEX Unternehmensgruppe. Als Vertreter der vierten Generation der überaus erfolgreichen Unternehmerfamilie CLAAS, des weltweit agierenden Landmaschinenherstellers, hatte Dix Alexander die Vision, ein Unternehmen aufzubauen, das die nachhaltige Entwicklung des Lebens, im Einklang mit seinen geschäftlichen und privaten Seiten, zur Grundlage hat. Aus dieser Vision sind mittlerweile drei SRiPLEX-Unternehmen gewachsen.

Gemeinsam mit dem CSO Volker Beck, der über 20 Jahre Erfahrung im Aufbau und der Führung von Unternehmen einbrachte, entstanden so eine SRiPLEX-Finanz- und Investmentholding sowie ein Family Office mit Beratungs- und Managementleistungen, die SRiPLEX GmbH. Neben der Vermögensverwaltung hat seither die SRiPLEX Group insbesondere die strategische Entwicklung von Geschäftsfeldern, Unternehmensbeteiligungen und Investitionsmöglichkeiten im Blick.

Seit diesem Jahr verantwortet der neue COO Elias Beck die operativen Geschicke in der SRiPLEX GmbH. Strategisch durch die Geschäftsleitung geführt, wird Elias zudem von seinem Innendienst-Team unterstützt. In guter Zusammenarbeit mit kompetenten Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern und Fachanwälten deckt dieses Team ein breites Spektrum an Aufgabenstellungen ab. Dix Alexander, Volker und Elias verkörpern heute den kreativen Motor der SRiPLEX Group. Durch alle Aktivitäten der SRiPLEX Group zieht sich ein langfristiges, generationsübergreifendes und nachhaltiges Denken und Handeln.

„Wir begleiten gewissenhaft unsere bestehenden Unternehmensbeteiligungen und entwickeln aus den dadurch freigesetzten, wirtschaftlichen Möglichkeiten neue, nachhaltige Geschäfte. Generell muss man sich beim Punkt Nachhaltigkeit immer wieder klar machen, was eigentlich nachhaltig ist. Wir betrachten unsere Aktivitäten daher immer unter den ökonomischen, ökologischen und den sozialen Aspekten. So ist das Geschäftliche für uns ein integraler Bestandteil unseres Lebens und reflektiert ins private Miteinander. Auch bei den neuen Aktivitäten und Investitionen in Immobilienprojekte bleiben wir unserer Philosophie treu.“

– Dix Alexander Claas

So entstand im Jahr 2022 die SRiPLEX Property GmbH, als ein Tochterunternehmen in der SRiPLEX Group. Damit wurden Investitionen und Beteiligungen in der Immobilienwirtschaft möglich, die vor allem die Schaffung von lebenswertem Wohnraum im Fokus haben. Selbstredend spielt das Thema nachhaltiges Planen und Bauen auch hier eine wesentliche Rolle. SRiPLEX möchte daher auch in der Mitwirkung von Henning Beck, Property Manager der SRiPLEX Group, in der Immobilienbranche die eigenen Werte einbringen.

Dabei geht es in der Planung und im Bau u. a., um ein nachhaltiges Energie- und Ressourcenmanagement. Außerdem steht die Schaffung von sicherem und technologisch fortschrittlichem Wohnraum für mehr Lebensqualität im privaten Umfeld, im Zentrum des Tuns.

„Wir möchten auch im Immobilienbereich in nachhaltige Konzepte investieren, die eine Förderlichkeit für das menschliche Zusammenleben aufweisen. Dabei steht im Mittelpunkt der Mensch und seine Umgebung. Zudem ist unser Blick auf eine Tragfähigkeit über die eigene Generation hinaus ausgerichtet.“

– Volker Beck

Weitere Informationen unter:

www.sriplex.com

Links: Das Büro der SRiPLEX GmbH im Upper West Berlin

Da erfolgreiche Entwicklung nur im Zusammenspiel mit Menschen entsteht, die gleiche Ziele verfolgen, setzt die SRiPLEX Group auf die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit strategischen Partnern, deren Wirken ebenso durch nachhaltige Prosperität geleitet ist. So kommt es nicht von ungefähr, dass sich die Wege der SRiPLEX Group mit denen der Patzschke-Schwebel-Architektur und der Fenner Group gekreuzt haben. Es ergab sich, dass unweit des Fenner Standortes in Berlin-Mitte, die Patzschke-Architekten ihre sehr ansprechende Signatur in einem Gebäudeensemble am Hausvogteiplatz hinterlassen haben, in dem seit Jahren eine CLAAS-Tochter, die 365FarmNet, ihren Sitz hat. Dieses Unternehmen bringt die Digitalisierung der Landwirtschaft herstellerübergreifend voran. So treffen auch hier Innovation, Offenheit für die menschlichen Belange und vernetzte Aktivitäten aufeinander. Dieses schöne Beispiel spiegelt auch die neue Verbindung, durch die Gründung der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH im zurückliegenden Jahr, wider und setzt nicht nur für SRiPLEX seine Erfolgsgeschichte fort.

Ein Blick hinter die Kulissen – Die SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH

Wie kam es zur Gründung der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH?

„Wir haben uns über unsere Frauen in einem Café kennengelernt. Beim späteren Austausch im Garten haben Till-Jonathan Patzschke und ich dann gemerkt, dass wir uns sowohl privat als auch geschäftlich verstehen: Er war auf der Suche nach neuen Projektpartnern, wir suchten nach Investitionsmöglichkeiten. Dann sind wir auf das erste Projekt gestoßen, das wiederum über Damian Fenner kam. Mit der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH kombinieren wir jetzt Markt-, Fach- und Investitionskompetenz mit unterschiedlichen, jedoch ergänzenden Hintergründen.“ – Dix Alexander Claas

Erfolg steht, wie bereits gesagt, niemals allein. Er zeichnet sich durch die Menschen aus, die rundherum inspirieren und mitgestalten. Es müssen nicht viele sein, aber dafür die Richtigen Seite an Seite.

Welche Stärken vereint ihr?

„Extreme Flexibilität, Mut zur Lücke, Umtriebichkeit, geordnetes Chaos und die Vernetzung am Markt kommen vor allem von der Fenner-Patzschke-Seite. Das trifft auf die Offenheit, gepaart mit der Ruhe und Besonnenheit der solide aufgestellten finanziellen Möglichkeiten der SRiPLEX Group. So entsteht Innovation, die wir als SRiPLEX Fenner Patzschke umsetzen.“ – Till-Jonathan Patzschke

Till-Jonathan Patzschke und Damian Fenner arbeiten schon seit einigen Jahren erfolgreich zusammen. Zum ersten gemeinsamen Projekt kam es 2017. In der Sachsenstraße 20 wartete ein Mietshaus auf Modernisierungsarbeiten. Das kreative Denken aus Architektensicht in Kombination mit den Vermarktungskompetenzen fand schnell Anklang. Das Grundstück wurde bereits 2018 weiterverkauft. Bis heute besteht eine freundschaftliche Zusammenarbeit, die mit Familie Claas und Beck noch Größeres erreichen kann. Mit der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH treffen drei Kernkompetenzen aufeinander:

1. Die SRiPLEX Group kombiniert strategische Offenheit mit finanziellem Rückhalt. Ihr ökonomischer Hintergrund schafft neue Perspektiven und Blickwinkel.

2. Damian Fenner bringt mit seiner Fenner Group das Know-how und die Expertise aus der Immobilienwirtschaft ein. Er hat ein Auge für die prosperierende Immobilienentwicklung.

3. Till-Jonathan Patzschke von der Patzschke & Patzschke Group GmbH bringt mit neuen Konzepten und Planungsideen Mensch und Umwelt nachhaltig zusammen. Seine detailreiche Architektur schafft Lebensraum und Entfaltungsmöglichkeiten.

Hier hat sich ein starkes Team gefunden, das in der Immobilienwirtschaft mit umsichtigem Fingerspitzengefühl und großem Branchenverständnis auftritt.

Wie funktioniert die Zusammenarbeit bei der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH?

„Wir sind eine schlagfertige Gruppe. Zusammen haben wir auch eine gewisse Stärke in der Personaldecke. Wir können Kompetenzen aus verschiedensten Erfahrungsbereichen zusammenlegen, die es möglichen machen, umfängliche Projekte zu entwickeln. Wo realer Pragmatismus herrscht und kurze Entscheidungswege ausschlaggebend sind.“ – Volker Beck

„Das Arbeitsklima basiert auf unternehmerischer Offenheit, Vertrauen und Kommunikation. Keiner hält hinter dem Berg, nichts bleibt im Schatten – das führt zum Erfolg.“ – Dix Alexander Claas

An welchen Projekten arbeitet ihr derzeit?

„Die SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH wurde Ende letzten Jahres gegründet. Seit Ende Oktober

2022 haben sich vier Projekte ergeben, zwei sind aktuell kurz vor Abschluss. Man kann also sagen, dass wir momentan pro Monat einen Ankauf tätigen. Das sind z. B. ein Wohnbauprojekt in der Spanischen Allee in Berlin Zehlendorf, die Cimbernstraße in Berlin Nikolassee oder die Stadtvillen am Rollberg in Pankow. Auch in Sachsen tut sich uns gerade eine große Investitionsmöglichkeit auf.“ – Till-Jonathan Patzschke

„Dabei müssen wir aber auch erwähnen, dass hinter uns ein ziemlich großes Team von fast 50 engagierten Menschen arbeitet. Da denke ich an SRiPLEX und Patzschke-Schwebel – auch an alle, die hier bei mir mitarbeiten. Es ist wichtig zu erwähnen, dass nur dadurch so eine rasante Transaktionszahl möglich ist.“ – Damian Fenner

Und wie sind Eure Zukunftsaussichten?

„Was wir mit unseren Grundstücken vorhaben, zielt grundlegend auf den Aspekt der Nachhaltigkeit ab. Da ist es auch besonders schön zu sehen, dass dies mit der Architektur von Till-Jonathan Patzschke zusammenspielt. Sie ist zeitlos, hochwertig, detailliert und schlichtweg lebendig.“ – Dix Alexander Claas

„Hier ist mir auch wichtig zu sagen, dass wir immer offen gegenüber neuen Ideen sind. Mit unserer Architektur fahren wir schon eine bestimmte Schiene, das bedeutet aber nicht, dass wir in unserem Stil festgefahren sind. Das kommt vor allem beim Thema der Nachhaltigkeit zum Tragen. Hier denke ich zum Beispiel an ein Passivhaus – ein Nullenergiehaus. Da bin ich total offen, einfach zu schauen, wie uns die Zusammenarbeit weiterbringt.“ – Till-Jonathan Patzschke

Die gemeinsamen Werte des Unternehmens spiegeln sich allerdings nicht nur auf geschäftlicher Ebene wider. Auch persönlich harmonieren die Ziele. Das zeigt eine wunderschöne Anekdote, die einem gemeinsamen Aufenthalt in Indien entspringt:

„Der Verkehr in Indien ist sehr chaotisch, hat aber, wenn man als Fremder draufschaut, eine eigene, fließende Ordnung. Was ich beobachtet habe, ist der Mut zur Lücke. Also wenn sich irgendwo eine Lücke auftut, dann muss man sie nehmen. Zudem ist die Achtsamkeit bezüglich der anderen Verkehrsteilnehmer unablässig, um im rechten Moment vorwärtsgehen zu können.“ – Till-Jonathan Patzschke

Mit der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH haben sich genau die Charaktere gefunden, die sich in Kompetenzen und Know-how optimal ergänzen. Gemeinsam arbeiten sie an ihren Entwicklungszielen, um …

- … eine leistungsstarke Immobilienentwicklungsgesellschaft zu etablieren, die individuellen Wohnraum für mehr Lebensqualität schafft.
- … nachhaltig geprägte Immobilienkonzepte und -projekte zu entwickeln, die eigene Qualitätsmerkmale als Markenzeichen umsetzen.
- … durch strategische Entwicklung der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH langlebigen, wirtschaftlichen Erfolg zu erzeugen.

Im Kern steht das Streben der SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH im Zeichen der langlebigen Prosperität. Dies beginnt in der Konzeption, fortgesetzt im Bau sowie der Vermarktung, bis hin zu der damit geschaffenen Lebensqualität. Damit sprechen die Unternehmer den Individualisten an, schaffen jedoch auch neuen Wohnraum für diejenigen Menschen, die ihr eigenes familiäres Umfeld begründen möchten. Gemeinsam wird so neuer Raum für Entfaltung geboten, der sich im Einklang mit Mensch und Umwelt bewegt. In ihrer achtsamen Dynamik möchte sich die SRiPLEX Fenner Patzschke GmbH in den nächsten drei Jahren zu einem nennenswerten Akteur der Immobilienwirtschaft entwickeln.

„Es geht darum, dass die Ressourcen, die wir alle auf unserem Planeten zur Verfügung haben, sinnvoll und weitsichtig eingesetzt werden. Das muss nicht immer finanziell und kurzfristig der lukrativste Weg sein; es sollte für unser gemeinsames Zusammenleben die möglichst beste Lösung gefunden werden. Dann sehe ich unser Wirken als Erfolg an.“ – Volker Beck

Von Links nach Rechts:
Volker Beck, Till Jonathan Patzschke, Damian Fenner, Dix Alexander Claas und Elias Beck

Finden Sie weitere Informationen unter:

www.srifp.de

Erstellt mit der Midjourney-KI

Ostergrüße

Liebe Leser,

wir möchten Ihnen zu Ostern herzliche Grüße senden und ein frohes Fest wünschen. Mögen die Ostertage für Sie eine Zeit der Freude, der Entspannung und der Gemeinschaft sein.

Wir hoffen, dass Sie diese besondere Zeit mit Ihren Liebsten verbringen und dabei viele schöne Erinnerungen schaffen können. Lassen Sie uns diese Tage nutzen, um uns gegenseitig zu unterstützen, uns zu ermutigen und uns daran zu erinnern, dass das Leben voller Hoffnung und neuer Chancen ist.

Wir wünschen Ihnen ein Ostern voller Glück, Frieden und Liebe.

Herzliche Grüße,

Chat GPT & das Fenner Group Team

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Fenner Group GmbH & Co. KG
Damian Fenner (Geschäftsführer)

Oberwallstraße 12
10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 98425782
kontakt@fenner.de
www.fenner-group.de

Ausgabe 2

LEITUNG | REDAKTION

Marla Bachert

KONZEPTION | ART DIRECTION

Erik Pötzsch

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

Damian Fenner

PRODUKTION

Gesamtauflage Druck: 400 Exemplare

Gesamtauflage digital: 50.000 PDF-Exemplare

LOB & KRITIK

Wir freuen uns über Hinweise von Ihnen,
wie wir uns verbessern können.
Melden Sie sich gerne!

KONTAKT

Web: www.fenner-group.de

Mail: kontakt@fenner.de

Folgen Sie uns auf LinkedIn
@Fenner Group

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, ohne schriftliche Einwilligung des Herausgebers untersagt. Alle in diesem Magazin angegebenen Informationen stellen kein vertragliches Angebot dar. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen bzw. für die Maßstäblichkeit der Abbildungen wird nicht übernommen. Das Bildmaterial dient lediglich einer vorläufigen Illustration des Vorhabens. Jegliche Abweichung in einem späteren Planungsstadium bleibt ausdrücklich vorbehalten. Maßgeblich sind allein die Angaben zum Kaufvertrag.

Das Fenner Insight erscheint vierteljährlich.

Stand: März 2023

FENNERGROUP