



Dietmar Deffner

...Dietmar Deffner über Immobilienmanager

MENSCHEN ■ Dietmar Deffner leitet die Wirtschaftsredaktion beim Nachrichtensender N24 und moderiert unter anderem „Börse am Mittag“ und „Börse am Abend“. In seinen Sendungen kommen regelmäßig hochkarätige Vertreter aus verschiedenen deutschen Wirtschaftszweigen zu Wort.

ii Herr Deffner, unterscheiden sich Immobilienmanager von Managern anderer Wirtschaftszweige?

Dietmar Deffner: Ja und nein. Man kann nicht alle pars pro toto sehen, aber die Immobilienmanager, mit denen ich zu tun hatte, wirken zumeist introvertiert, einem ähnlichen Habitus folgend und fachorientiert.

ii Braucht die Branche also mehr Glamour?

Dietmar Deffner: Ein wenig mehr Glamour kann gewiss nicht schaden, wenn es darum geht, den Medien und den Menschen draußen im Lande näher zu bringen, um was für eine wichtige Branche es sich handelt. In unserer medialen Welt gewinnt man das Vertrauen der kleinen Anleger durch Sichtbarkeit und Transparenz, durch Persönlichkeiten, die mit ihrer Branche assoziiert werden.

ii Haben Sie hierfür Beispiele?

Dietmar Deffner: Wenn heute der Begriff Automobilmanager fällt, assoziiert das Publikum Bilder von Wiedeking oder Schrempp, bei Energiemanagern Großmann oder Bernotat – aber wer steht für die Immobilienbranche? Da ist es nachvollziehbar, dass die Publikumsmedien sich nur wenig interessieren und Immobilien Themen rar sind.

ii Wo wären die Vorteile für die Immobilienbranche bei verstärkter Medienpräsenz?

Dietmar Deffner: Immobilien werden

bei den nachwachsenden Zielgruppen zum Lifestyleprodukt, das gekauft und verkauft wird. Kaufentscheidungen werden auch bei Immobilienaktien oder REITs getroffen. Der Konsument muss wissen, was ein Unternehmen verkörpert. Und zwar nicht nur sein Portfolio und dessen Performance. Besonders bei Immobilienaktien wird ja nicht in Immobilien investiert, sondern in ein Management. Und das will der Konsument kennen, ebenso wie die Werte und Perspektiven eines Unternehmens. Wenn die Unternehmen Marken mehr ausprägen, kann ein breiteres Publikum interessiert werden. Wenn kantige Querdenker Gesichter zeigen für ihr Unternehmen und dessen Werte, wird das Unternehmen medial interessanter. Damit kann es nicht nur bei Kleinanlegern gut punkten. Eine positive Medienpräsenz reicht erheblich weiter.

ii Wo liegt der Grund dafür, dass in Ihrer Sendergruppe ProSiebenSat1 immobilienwirtschaftliche Themen so selten ausgestrahlt werden?

Dietmar Deffner: Vielleicht sind Immobilien auf den ersten Blick kein Massenthema, aber letztendlich sind Dinge wie gelungene Projektentwicklungen oder ein spannender IPO immer einen Bericht wert – aber wie schon gesagt: Die Handelnden müssen medienkompatibel sein und wissen, dass Medienpräsenz zur Markenbildung beiträgt.

ii Wie sieht es mit Ihrer Markenbildung aus? Was ist Ihre Traumimmobilie?

Dietmar Deffner: Eine helle, große, moderne Dachwohnung in Prenzlauer Berg, mit einer Dachterrasse und Blick auf die Mitte Berlins.

ii Verraten Sie uns auch, wie Sie derzeit wohnen?

Dietmar Deffner: In einer hellen, großen, modernen Dachwohnung in Prenzlauer Berg, mit einer Dachterrasse und Blick auf die Mitte Berlins.

ii Immer mehr Privatleute aus aller Welt suchen solch ein Objekt in Berlin. Haben Sie aufs richtige Pferd gesetzt?

Dietmar Deffner: Berlin ist wie die Börse. Es lässt sich nicht in drei Sätzen erklären. Zudem sind gute und schlechte Werte oft in unmittelbarer Nachbarschaft. Die Berliner Wirtschaft wird sich positiv entwickeln, aber eben nur in einigen Bereichen. Und hier wird Berlin Weltklasse. Wer heute Immobilien für die Kreativen baut und saniert und das noch im richtigen Kiez, ist bestens positioniert. Wer mit Anlegergeldern an den Zielgruppen vorbei plant, sucht anschließend gewiss wenig Medienpräsenz.

ii Berlin könnte man also als launehafte Braut bezeichnen?

Dietmar Deffner: Aber eine wunderschöne, zudem eigenwillig und oft auch teuer – aber für den, der sich so mit ihr beschäftigt, dass er sie wirklich liebt, auch außerordentlich berechenbar. **ii**

Das Gespräch führte Julien Reitzenstein.