

Ein Gespenst geht um in der Wohnungswirtschaft, könnte man ein berühmtes Zitat von Karl Marx abwandeln, und das heißt Mietendeckel. Das Vorhaben des Berliner Senats, die Mieten für einen bestimmten Zeitraum einzufrieren, erweist sich als ansteckend. In vielen Kommunen sind Debatten um den Mietendeckel entbrannt. Am 9. Oktober hat der Mieterverein München ein Volksbegehren für einen sechsjährigen Mietestopp auf den Weg gebracht. Doch die Wohnungsunternehmen und ihre Verbände ziehen alle Register, um diese Bemühungen zu sabotieren.

Den Vogel schießt dabei der GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen ab, der nach eigenen Angaben rund 3.000 Firmen vertritt. Ende September versandte der GdW einen Spendenaufruf für eine Öffentlichkeitskampagne an seine Mitglieder. Darin heißt es, in »Mietpreisbremse, Mietendeckel und Enteignungsdiskussionen« manifestiere sich »ein gesellschaftlicher Klimawandel«, der eine Bedrohung für die gesamte Immobilienwirtschaft darstelle. Ein an die Mitgliedsfirmen gerichtetes Video, das zusammen mit dem Schreiben geleakt wurde und jW vorliegt, zeigt die manipulativen Werbemethoden, mit denen gearbeitet werden soll. Das Konzept hat die Agentur C 3 erstellt, die sich auf ihrer Homepage als »Deutschlands führende Content Marketing Agentur« bejubelt. Nach Medienberichten soll die Kampagne 1,6 Millionen Euro kosten. Ziel sei es, heißt es im Video, »Meinungsführer in der aktuellen Debatte« zu werden.

In dem knapp 20 Minuten langen Film erklärt GdW-Geschäftsführer Axel Gedaschko, die Mitgliedsfirmen hätten jahrelang ihre »Geschäfte in Ruhe abwickeln« können. Das ändere sich »schnell und radikal«, die Eingriffe in den Wohnungsmarkt seien »wirtschaftlich nicht tragbar«. Ausführlich werden in dem Video Ziele und Methoden der Kampagne erläutert. Unter dem Hashtag »Denken statt deckeln« wolle man in den »sozialen Medien« die öffentliche Meinung beeinflussen, »frech, knapp, plakativ – aber immer sachlich«. Den Menschen müsse vermittelt werden, dass der Mietendeckel eine »halbgare Lösung« sei. Dazu sollen diverse Techniken angewandt werden. Von »Visual Statements«, in



Immobilienfirmen sollen weiter »Geschäfte in Ruhe abwickeln können«: GdW-Geschäftsführer Axel Gedaschko (Hamburg, 17.8.2009)

Angst um Rendite

Immobilienkonzerne und -verbände starten Kampagnen gegen Mietinitiativen mit manipulativen Methoden. **Von Kristian Stemmler**

denen etwa vermittelt werde, dass »nur ein Bruchteil« der Miete in der Brieftasche des Vermieters lande, bis zu »Vox Pods« genannten Straßeninterviews, bei denen Passanten von den vermeintlich schlimmen Effekten des Mietendeckels erfahren.

Besonders fragwürdig: Über das sogenannte Social Media Targeting, bei dem über die IP-Adresse eines Internetnutzers dessen Standort lokalisiert werden soll, will die Kampagne Mieter in Berlin und anderen Städten »stadtteilbezogen« ansprechen. Es sollten Städter erreicht werden, so das Konzept, »die den Deckel gerade feiern, aus purer Unwissenheit«. Auch die Mitglieder des Berliner Abgeordnetenhauses wolle man beeinflussen. Die könne man über eine »handverlesene Identifikation der Twitter-Usernamen« erreichen, heißt es im Video.

Pikant ist auch, dass Gedaschko seinen Mitgliedern eine Spende von 30 Cent pro Wohneinheit für die Kampagne vorschlägt. Das illustriert, dass letzten Endes wohl die Mieter die gegen ihre Interessen gerichtete Kampagne bezahlen müssen. Unter den Mitgliedern des GdW sind zudem viele Genossenschaften und kommunale Wohnungsunternehmen, auch alle sechs in Berlin. Katalin Gennburg, Berliner Abgeordnete der Partei Die Linke, forderte vergangene Woche in der Taz, es müsse unbedingt ausgeschlossen werden können, dass sich die landeseigenen Wohnungsunternehmen an der Kampagne beteiligen. Dafür werde sie eine Anfrage an den Senat einreichen. »Der GdW zeigt damit einmal mehr, dass eine soziale Mietenregulierung mit ihm nicht zu machen ist«, so Gennburg.

Der Konzern Deutsche Wohnen, mit rund 110.000 Wohnungen größter Akteur auf dem Berliner Wohnungsmarkt, hat unterdessen eine eigene großangelegte Kampagne gestartet, um gut Wetter zu machen. Auf der dafür eingerichteten Webseite »fair-es-wohnen.berlin« wird ein »Dialog für einen fairen Wohnungsmarkt« beworben. Als erster Schritt sind vier Foren in Zehlendorf, Pankow, Lichtenberg und Charlottenburg mit Politikern und Wirtschaftsvertretern geplant, auch der Mieterverein soll daran mit einer Person teilnehmen. Vom Tagesspiegel am 8. Oktober als »Charmeoffensive« von Deutsche Wohnen betitelt, handelt es sich für Michael Prütz, einen der Initiatoren von »Deutsche Wohnen und Co enteignen«, um »Augenwischerei«, wie er gegenüber jW sagte.

Hintergrund Vorstand versus Basis

Genossenschaften gelten oft noch als ein Hort sozialen Engagements. Daher überraschte es manchen, dass die Berliner Wohnungsgenossenschaften sich in die Front gegen den vom Senat geplanten Mietendeckel einreihen. Auf welche ideologisch geprägten Argumente dabei zurückgegriffen wird, zeigt ein offener Brief, den Andrej Eckhardt vom Vorstand der Genossenschaft »Grüne Mitte« Hellersdorf am 7. Oktober an Kultursenator Klaus Lederer (Die Linke) schrieb, nachdem dieser in einem Zeitungsbeitrag die Haltung der Genossenschaften zum Mietendeckel kritisiert hatte.

In dem Brief behauptet Eckhardt, die große Mehrzahl der Berliner Mieter sei mit ihrer »Wohnsituation« durchaus zufrieden, die Unterstützung für einen Mietendeckel sei keineswegs so groß, wie der Senat glaube. Das Schreiben gipfelt in dem Satz: »Letztendlich möchte der Senat mit dem Projekt Mietendeckel etwas fortführen, was bekanntermaßen im Dritten Reich ein- und von Ihrer Vorgängerpartei in der DDR fortgeführt wurde.«

Ganz anders sieht das die »Genossenschaft von unten«, eine Initiative von Berliner Genossenschaftsmitgliedern, die die Pläne für einen Mietendeckel unterstützt. »Wohnungsmangel und Mietpreistreiberei lasten auf der Berliner Bevölkerung«, schreibt sie in einem Brief an die Fraktionsvorsitzenden von SPD, Die Linke und Bündnis 90/Die Grünen im Abgeordnetenhaus der jW vorliegt. Die Ablehnung dieses Instruments durch die Vorstände der Berliner Wohnungsgenossenschaften gebe nicht die Meinung der Mitglieder wieder. Bei der weiteren Beratung des Gesetzesentwurfs im Abgeordnetenhaus sollten, so der Vorschlag der Initiative, die Mieterinitiativen in die Ausschüsse eingeladen werden. (kst)

»Aus deren Sicht sind wir unbelehrbar«

Wohnungswirtschaft versucht Mieterinitiativen zu isolieren. **Ein Gespräch mit Michael Prütz**

Die Wohnungswirtschaft kämpft mit harten Bandagen gegen den in Berlin geplanten »Mietendeckel« und Ihre Initiative zur Enteignung von Deutsche Wohnen. Oder wie sehen Sie das?

Das kann man sagen. Es gibt unseres Wissens drei Unternehmerinitiativen, und jetzt kommt noch der Vorstoß des GdW dazu, der auf eine starke Beeinflussung von Mandatsträgern, aber auch Bürgerinnen und Bürgern ausgerichtet ist. Daran merkt man richtig, dass eine große Angst in der Wohnungswirtschaft umgeht, dass die Profite flöten gehen.

Wie bewerten Sie die Methoden, die in dem geleakten Video zur GdW-Kampagne erläutert werden?

Die versuchen ganz gezielt, die Menschen mit Zielsprachen zu erreichen und zu beeinflussen. Das sind so Wer-

bemethoden, die Donald Trump in den USA angewandt hat und die neuerdings beliebt geworden sind. Also, das ist sicher kein Versuch, einen wirklichen Dialog zu führen, sondern gezielte Manipulation.

In dem Video ist auch davon die Rede, gezielt die Mitglieder des Berliner Abgeordnetenhauses anzusprechen.

Es geht ganz offensichtlich darum, jetzt im Vorfeld der möglichen Verabschiedung eines Gesetzesentwurfes die Abgeordneten gezielt zu beeinflussen. Ziemlich fragwürdig.

Ist das, was da an Methoden vorgeschlagen wird, zum Beispiel die Abgeordneten und Bürger mittels

»Geo Targeting« zielgenau anzusprechen, nicht an der Grenze zum Erlaubten?

Zumindest wäre das zu prüfen. Es dürfte schwer sein, nachzuweisen, dass die Methoden wirklich illegal sind. Sie nähern sich meiner Einschätzung nach aber zumindest dem Bereich des Illegalen an. **In der GdW-Kampagne werden die Mieterinitiativen ausdrücklich ausgeklammert mit dem Argument: Das sind »Überzeugungstäter«, die sprechen wir erst gar nicht an. Was sagen Sie dazu?**

Aus deren Sicht sind wir unbelehrbar, weil wir nicht von unserem Vorhaben der Enteignung abrücken und auch in

Fragen des Mietendeckels konsequent Stellung beziehen. Der GdW versucht, die Initiativen in der Bevölkerung zu isolieren. Er weiß, dass er einen bestimmten Teil nicht überzeugen kann, versucht aber den Rest zu beeinflussen.

Hat die Kampagne auch inhaltlich etwas zu bieten?

Nein, gar nichts. Es wird nur wie ein Mantra wiederholt, dass der Mietendeckel keine einzige neue Wohnung schafft – was aber auch keiner behauptet hat.

Was steckt hinter den »Dialogforen«, die die Deutsche Wohnen in Berliner Stadtteilen organisiert?

Das ist einer der vielen Versuche, den schlechten Ruf des Unternehmens ein wenig zu korrigieren. Wenn man aber die Praxis anguckt – in ihrer Wohnanlage am Kottbuser Tor zum Beispiel ging tagelang die Heizung nicht. Die kümmern sich um nichts. Das ist reine

Augenwischerei. Aber ich glaube nicht, dass diese Versuche die gewünschte Reaktion hervorrufen, weil es ganz offensichtlich kein echter Dialog ist.

Was halten Sie vom Versprechen von Deutsche Wohnen, den gesetzlichen Rahmen bei Mieterhöhungen nicht auszureizen, wenn dadurch die Jahresnettokaltmiete der Wohnung mehr als 30 Prozent des jährlichen Nettoeinkommens des Mieters überschreitet?

Das nehme ich überhaupt nicht ernst. Da müssen sich die Mieter vor der Deutschen Wohnen praktisch nackig machen. Und was passiert, wenn das Einkommen mal steigt? Müssen sie dann gleich zum Unternehmen? Oder müssen sie jährlich ihre Einkommensbescheide vorlegen? Das sind alles hilflose Versuche, der Enteignungsdebatte den Wind aus den Segeln zu nehmen. **Interview: Kristian Stemmler**



Michael Prütz ist einer der Sprecher der Initiative »Deutsche Wohnen und Co enteignen«