

Zeitwohnwerk Ltd. | Alte Jacob Str. 77 | 101179 Berlin

Herr Parlamentarischer Staatssekretär
Ulrich Kelber
c/o Bundestag
Platz der Republik 1
11011 Berlin

26.03.2014

Sehr geehrter Herr Kelber,

in Bezug auf den Referentenentwurf vom 18.03.2014 (MietNovG) melden wir
Ergänzungsbedarf für das Segment „Wohnen auf Zeit“ an. Die unter A „Problem und
Ziel“ genannten Prämissen treffen nicht zu für das Marktsegment Wohnen auf Zeit.

Die geplante Anwendung des Bestellerprinzips wird, aufgrund des besonderen Charakters
von „Wohnen auf Zeit“, vor allem in diesem Segment zu **Markt- und Kostenintransparenz**,
sowie **Verunsicherung der Marktteilnehmer** führen. Als Hauptproblem sehen wir das zu
erwartende **Taktieren der „Besteller“** um Provisionen zu vermeiden.
Charakterisierend für „Wohnen auf Zeit“ ist, dass beide Mietparteien den Makler
„bestellen“, und beide Parteien solange vom Makler intensiv bedient werden, bis die
Suche erfolgreich war. In dieser Zeitspanne werden die Kunden ständig den „Besteller-
Status“ wechseln. Konsequenzen hätte dies auch für die im Maklergesetz vorgeschriebene
Informationspflichten bzgl. der Provisionsgestaltung.

Zum Verständnis und zur Nachvollziehbarkeit unserer Argumentation finden Sie im
Anhang Detailinformationen.

Angesiedelt ist das „Wohnen auf Zeit“ **zwischen der kurzfristigen Vermietung von
Ferienwohnungen und der unbefristeten Vermietung von Leerwohnungen. Eine
eigenständige Regelung für dieses Marktsegment fehlt jedoch.** Das Segment „Wohnen auf
Zeit“ bedient eine Zielgruppe, die sich deutlich von den oben genannten
Immobilienbranchen unterscheidet. Mietinteressenten für „Wohnen auf Zeit“ sind
überwiegend besser qualifizierte und vielfach internationale Berufstätige, Firmen,
Organisationen und Institutionen. Die Zunahme der beruflich bedingten Mobilität und die
deutliche Zunahme von befristeten Arbeitsverträgen erfordern einen flexiblen
Wohnungsmarkt zur temporären Anmietung von möblierten Objekten.

Wir bitten darum, auf Grund des speziellen Charakters des Segments „Wohnen auf Zeit“,
dieses Segment von dem Anwendungsbereich des Gesetzes auszunehmen, wie bereits für
Ferienwohnungen geregelt ist im WoVermRe §1 (3): >> *Die Vorschriften dieses Gesetzes
gelten nicht für die Vermittlung oder den Nachweis der Gelegenheit zum Abschluss von
Mietverträgen über Wohnräume im Fremdenverkehr.* <<

Weiterhin bitte ich darum, dass unser Netzwerk zur Verbändeanhörung zum
Referentenentwurf eingeladen wird.

Bei Rückfragen und für weitere Informationen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
Frederick Wencke
040 – 284 185 11

2 Anlagen

Zeitwohnwerk Ltd.
Alte Jacob Str. 77
10179 Berlin

Registered
Companies House, Cardiff
No. 6031509

Geschäftsführung
Frederick Wencke
Norbert Verbücheln

Dresdner Bank Nürnberg
IBAN: DE 46760800400455408500
BIC: DRESDEFF760

Tel. +49 (0)1801 - 93 48 96
www.zeitwohnwerk.de
info@zeitwohnwerk.de

Amtsgericht Köln
HRB 60269
Ust ID: DE 285 140 712

Anlage 1: Das Bestellerprinzip angewendet auf „Wohnen auf Zeit“ (im Folgenden: WAZ)

1. Die Prämissen des Gesetzesentwurfes treffen nicht zu auf WAZ:

Die im Referentenentwurf vom 18.03.2014 unter A „Problem und Ziel“ genannten Prämissen treffen nicht zu für das Marktsegment WAZ. Ins besondere:

a. Zielgruppe:

Die Zielgruppe der Wohnungssuchenden bei „Wohnen auf Zeit“ sind zu 90% Firmen und Berufstätige, nicht die erwähnten Geringverdiener und Familien. Die Dienstleistung Wohnen auf Zeit wird in Anspruch genommen im Fall von Projektarbeit, befristeten Arbeitsverträgen und von Probezeiten. Ein Großteil dieser Mieter bleibt danach in der betreffenden Stadt.

b. Nutzen der Dienstleistung:

Von der Dienstleistung der Agenturen profitieren Vermieter und Mieter gleichermaßen.

c. Höhe der Provision:

Die Provision ist bei „Möbliertes Wohnen auf Zeit“ auf die Mietdauer abgestimmt und liegt damit oft weit unter der gesetzlich erlaubten Höchstgrenze.

2. Mögliche Konsequenzen des Bestellerprinzips in Bezug auf WAZ:

a. Markttransparenz:

Viele Wohnungsanbieter und -Sucher werden versuchen kein Erstbesteller zu sein. Gefühlt muss/ will jetzt keiner mehr zahlen. Folge ist, dass die Agenturen möglichst spät beauftragt werden, um kein Erstbesteller zu sein. Dies wird zu Monatsende zu chaotischen Verhältnissen führen.

b. Kostenintransparenz:

Die WAZ-Agenturen werden von beiden Parteien beauftragt. Die Auftragsdauer erstreckt sich oft über einen längeren Zeitraum. Die Provisionslage kann sich für die Auftraggeber (Mieter oder Vermieter) während der Suchzeit fortlaufend ändern. Mal ist man Erstbesteller, mal nicht. Der Makler wird immer erklären und beweisen müssen wer Erstbesteller ist und wer die Provision zahlen muss. Dies ist für alle Parteien unzumutbar und wird zwangsläufig in vielen Fällen vor Gericht enden. Bei der Exposee-Erstellung ist nicht klar, wer die Provision trägt. Die Provisionspflicht kann nicht eindeutig dargestellt werden (Internet, Annoncen, Exposees).

c. Der „freie Markt“ wird nicht funktionieren:

Viele Vermieter werden auf Internetportalen, in Foren oder über die Social Media versuchen Mieter zu finden. Eine Gewährleistung für Qualitätsstandards und die Einhaltung von gesetzlichen Regeln gibt es nicht.

- d. **Kleinere Objekt-Auswahl für den Mieter**
Vermieter die provisionsfrei vermieten möchten, akzeptieren nur Mieter, die Erstbesteller sind. Die Wohnungssuchenden haben in diesem Fall keinen Zugang mehr zu Objekten, die die Agentur bereits „im Bestand“ hat.
- e. **Mögliche Kostenerhöhung für den Mieter**
Vermieter werden versuchen höhere Kosten auf den Mieter über eine erhöhte Miete abzuwälzen.
- f. **Das Marktsegment WAZ sieht keine Möglichkeit sich auf die Neuregelung einzustellen**
Die Mehrzahl der Agenturen wird nicht mehr funktionieren können und die vor allem von der Wirtschaft benötigte professionelle Dienstleistung „Wohnen auf Zeit“ verschwindet.

3. Fazit

- a. Die im Gesetzesentwurf unter A. „Problem und Ziel“ genannten Prämissen, treffen nicht zu für das Segment „Wohnen auf Zeit“.
- b. Statt Klarheit und Gerechtigkeit zu schaffen, entsteht Kostenintransparenz. Die Angebotslage für den Mieter verschlechtert sich durch weniger verfügbare Objekte.
- c. Ein für den Arbeitsmarkt relevantes und professionelles Serviceangebot zur Erfüllung der wachsenden Mobilitätsanforderungen von nationalen und internationalen Arbeitnehmern kann so nicht aufrechterhalten werden.
- d. Eine Selbstregulierung des Marktes für „Wohnen auf Zeit“ wird nicht funktionieren und weitere Kosten hervorrufen (Kontrolle über die Behörden, Gerichtsprozesse).
- e. Der überwiegende Großteil der Agenturen für „Wohnen auf Zeit“ wird diese Gesetzesnovelle wirtschaftlich nicht überleben.

4. Anliegen

Wir bitten darum, das Segment „Wohnen auf Zeit“ von dem Anwendungsbereich des geplanten Gesetzes auszunehmen, wie schon für die „Ferienwohnungsvermietung“ geschehen, bzw. gesondert zu regeln.

Anlage 2: Charakterisierung „Wohnen auf Zeit“

Dienstleistung:	Vermittlung von möbliertem Wohnraum auf Zeit.
Zielgruppe:	Die Zielgruppe der Wohnungssuchenden sind zu 90% Firmen, Berufstätige und Expatriates. Die Dienstleistung wird in Anspruch genommen im Fall von Projektarbeit, befristeten Arbeitsverträgen und Probezeiten. Ein Großteil der Mieter bleibt in der jeweiligen Stadt.
Auftraggeber:	Überwiegend Wirtschaftsunternehmen, wissenschaftliche und kulturelle Einrichtungen, Bildungseinrichtungen und Universitäten. Dieser Kundenkreis ist in hohem Maße international ausgerichtet.
Vermieter:	Teils Privatpersonen, die die eigene Wohnung meist aus beruflichen Gründen eine Zeitlang nicht nutzen, teils Eigentümer von möblierten Wohnungen.
Zeiträume:	Die durchschnittlichen Vermietungszeiträume liegen bei 6-12 Monaten.
Abgrenzung:	Der Markt für „Wohnen auf Zeit“ grenzt sich ab von: <ul style="list-style-type: none">• Touristenunterkünften (Tage-/ Wochenweise)• Ferienhäusern (Wochenweise)• Mietwohnungen (unmöbliert und unbefristet)
Art der Beauftragung:	Sowohl der Wohnungssucher als auch der Wohnungsanbieter beauftragen die Agentur mit der Suche nach Wohnraum bzw. Mieter.
Dauer der Beauftragung:	Die Suchzeit dauert bis die Auftraggeber entweder eine Wohnung auf Zeit oder einen passenden Mieter gefunden haben. Dies kann sich über mehrere Wochen hinziehen.
Folge-Beauftragung:	Für Firmenkunden wird vielfach immer wieder für neue Mitarbeiter gesucht. Sehr oft werden Wohnungen nach Mietende erneut angeboten.
Provisionszahler:	Die Provision wird überwiegend vom Arbeitgeber oder Auftraggeber des Mieters gezahlt, in den anderen Fällen vom Mieter.
Provisionshöhe:	Erfolgsorientierte Provision, gestaffelt 30% bis 200% einer Monatsmiete.
Marktgröße:	Ca. 100 Agenturen in Deutschland mit ca. 55.000 Abschlüssen pro Jahr.
Wirtschaftliche Wirkung:	Hohe Relevanz in der Personalentwicklung und –disposition für Firmen und Institutionen.
Verbände Netzwerke:	Zeitwohnwerk Ltd. – Qualitätsnetzwerk für Wohnen auf Zeit REM (Ring Europäischer Mitwohnzentralen e. V.) HomeCompany (Verband der Mitwohnzentralen e. V.)