

Essay

Sanieren – eine unterschätzte Investition mit hoher Rendite

Warum Unternehmer in ihre Immobilien investieren sollten

In Zeiten zunehmender Volatilität auf den Immobilien- und Kapitalmärkten rücken Bestandsimmobilien in den Fokus wirtschaftlich denkender Unternehmer. Doch nicht durch Verkauf oder Standortverlagerung, sondern durch einen strategischen Schritt, der häufig unterschätzt wird: die Sanierung. Wer sie nicht als notwendiges Übel, sondern als gezielte Investition versteht, kann nicht nur Werte erhalten – sondern neue Werte schaffen.

Substanzwert steigern – statt Kapital verbrennen

Jede Immobilie ist ein Vermögenswert. Doch ohne Modernisierung verliert sie kontinuierlich an Wert – technisch, funktional und marktpsychologisch. Sanierung wirkt hier als Werthebel: Technische Anlagen, Gebäudehülle und Raumstrukturen werden auf aktuelle Standards gebracht, was den Verkehrswert und die Beleihungsfähigkeit signifikant erhöht. Besonders in bilanziell geführten Unternehmen führt dies zur Aufwertung des Anlagevermögens und verbessert die Eigenkapitalquote – eine zentrale Kennziffer in der Kommunikation mit Banken, Investoren und Fördermittelgebern.

Verlängerte Nutzungsdauer – reduzierte Abschreibungsintensität

Die betriebswirtschaftliche Nutzungsdauer einer Immobilie bestimmt maßgeblich die Abschreibung und damit auch die steuerliche Belastung. Durch eine Sanierung kann diese Restnutzungsdauer verlängert werden – insbesondere dann, wenn wesentliche Gebäudeteile erneuert oder erweitert werden. Der Effekt: geringere jährliche Wertminderungen, stabilere Bilanzen und eine höhere Planbarkeit von Investitionszyklen.

Mängel beseitigen – Risiken minimieren

Alllasten, sei es in der Bausubstanz, bei der Gebäudetechnik oder beim Brandschutz, wirken sich nicht nur negativ auf den Immobilienwert aus – sie können haftungsrechtlich, versicherungstechnisch und operativ erhebliche Risiken darstellen. Eine durchdachte Sanierung ist damit nicht nur werterhaltend, sondern risikoreduzierend und strategisch klug: Sie schafft Verlässlichkeit – für Eigentümer, Mitarbeitende und externe Prüfstellen.

Imagegewinn = Umsatzpotenzial

4 Immobilien sind nie neutral. Sie kommunizieren – nach innen wie nach außen. Ein sanierter Standort wirkt nicht nur gepflegter, sondern auch glaubwürdiger, zukunftsorientierter und vertrauenswürdiger. Für Kunden, Klienten oder Geschäftspartner ist das Gebäude häufig der erste Berührungspunkt mit dem Unternehmen. Wer hier Qualität zeigt, signalisiert Leistungsfähigkeit. Der Zusammenhang ist eindeutig: Ein modernes Erscheinungsbild wirkt absatzfördernd – insbesondere in dienstleistungsnahen Branchen oder im Einzelhandel, wo Kundenfrequenz und Aufenthaltsqualität den Unterschied machen.

Das „Aldi-Prinzip“ – Investition in den psychologischen Neuanfang

5 Ein Blick auf den Lebensmitteleinzelhandel verdeutlicht die strategische Logik: Unternehmen wie Aldi bauen neue Märkte gezielt neben bestehende – nicht aus baulicher Notwendigkeit, sondern weil sich nach etwa zehn Jahren die Wahrnehmung der Kunden verändert. Alte Gebäude wirken – unabhängig vom tatsächlichen Zustand – „verbraucht“. Ein Neubau oder eine umfassende Sanierung schafft den psychologischen Reset. Dieses Prinzip lässt sich auf nahezu alle Businessimmobilien übertragen.

Stimmungskapital: Sanierung als Führungsinstrument

6 Investitionen in Räume sind Investitionen in Menschen. Mitarbeitende erleben eine Sanierung als Wertschätzung. Wer in Aufenthaltsbereiche, ergonomische Arbeitsplätze oder funktionale Raumstrukturen investiert, verbessert nicht nur das Arbeitsumfeld, sondern auch Motivation, Bindung und Identifikation. Sanierung wird so zum Führungssignal: Sie zeigt Veränderungsbereitschaft, Offenheit für Zukunft und ernst gemeinte Fürsorge – insbesondere, wenn sie mit einer Reorganisation oder Prozessoptimierung einhergeht.

Bilanzielle Wertschöpfung durch Eigenleistung

7 Ein häufig übersehener Vorteil zeigt sich in der bilanziellen Abbildung von Eigenleistungen. Werden bei einer Sanierung firmeneigene Mitarbeitende, Maschinen oder Material eingesetzt, kann dennoch ein bepreistes Leistungsverzeichnis des Architekten als Bewertungsgrundlage dienen. Diese kalkulatorischen Herstellungskosten dürfen unter bestimmten Voraussetzungen aktiviert werden – selbst, wenn kein realer Geldfluss erfolgt ist. Das Ergebnis: Eine stille Reserve wird sichtbar, Eigenkapital wird aufgebaut, die Bilanz gestärkt. Kapital entsteht – durch kluge Struktur und rechtssichere Dokumentation.

Fazit: Sanieren ist kein Kostenblock – sondern ein strategisches Asset. Unternehmen, die Sanierungen nur als Pflicht betrachten, lassen Potenziale ungenutzt. Wer hingegen systematisch saniert, investiert in Substanz, Marktposition, Arbeitgeberattraktivität – und nicht zuletzt in betriebswirtschaftliche Stabilität.

In Zeiten wachsender Anforderungen an ESG-Kriterien, Energieeffizienz und Arbeitgeberprofil ist die Sanierung nicht Kür, sondern ein zentraler Baustein zukunftsorientierter Unternehmensführung.

Kai Seiffarth, Architekt

06.08.2025, Leipzig