GdW

GdW Branchenbericht 6

Wohntrends 2030
Studie

Erstellt im Auftrag des GdW von:

ANALYSE & KONZEPTE
Beratungsgesellschaft für Wohnen,
Immobilien, Stadtentwicklung mbH, Hamburg

InWIS
Institut für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft,
Stadt- und Regionalentwicklung GmbH, Bochum

Herausgeber:
GdW Bundesverband deutscher Wohnungs-
und Immobilienunternehmen e. V.
Mecklenburgische Straße 57
14197 Berlin
Telefon: +49 30 82403-0
Telefax: +49 30 82403-199

Brüsseler Büro des GdW
3, rue du Luxembourg
1000 Bruxelles
BELGIEN
Telefon: +32 2 5 50 16 11
Telefax: +32 2 5 03 56 07

mail@gdw.de
www.gdw.de

© GdW 2013

Verfasser:
ANALYSE & KONZEPTE GmbH
Gasstraße 10, 22761 Hamburg
Telefon: + 49 40 4850098-0
info@analyse-konzepte.de

InWIS GmbH
Springorumallee 5, 44795 Bochum
Telefon: + 49 234 89034-0
info@inwis.de

Diese Broschüre ist zum Preis von
50 EUR zu beziehen bei
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG
Munzinger Straße 9
79111 Freiburg
Telefon: 0180 55 55 691*
Telefax: 0180 50 50 441*
immobilien@haufe-lexware.com

* 0,14 EUR/Min. aus dem deutschen Festnetz,
max. 0,42 EUR/Min. mobil.

Bestell-Nr. 06663-0003
ISBN 978-3-648-05057-6

GdW Branchenbericht 6

Wohntrends 2030
Studie

Inhalt

Seite 7 **1 Vorwort**

9 **2 Kurzfassung**

17 **3 Wohnkonzepte, Wohnmatrix und Wohnprofile**

18 3.1 Wohnkonzepte

21 3.2 Wohnmatrix und Wohnprofile

23 **4 Gesellschaft im Wandel – was sich in Deutschland verändern wird**

24 4.1 Demographie erreicht Wirtschaft

28 4.2 Migration und Integration – Chance und Notwendigkeit

31 4.3 Energiewende / Ökologie / Nachhaltigkeit

37 **5 Wohntrends 2030**

38 5.1 Technik – zwischen Machbarem und Gewünschtem

45 5.2 Die 25-Stunden-Gesellschaft

51 5.3 Mein, dein, sein, … unser

59 5.4 Fit in die Zukunft

65 5.5 Die Stadt der Quartiere 2030

72 5.6 Goldenes Alter oder arme Senioren?

78 5.7 Unternehmen als Wohnpartner

85 5.8 Die 20 wichtigsten Trends bis 2030

Inhalt

Seite 87 **6**
Haushalte der Zukunft: eine Zielgruppenprognose

93 **7**
Ausblick

95 **8**
Anhang

97 8.1
Methode Primärerhebungen

99 8.2
Ausgewählte Ergebnisse der Primärerhebung

107 8.3
Zielgruppenprognose

110 8.4
Wohnprofile

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Seite 25	Abb. 1	Künftige Entwicklung der Erwerbspersonen
46	Abb. 2	Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet 2000 bis 2012
47	Abb. 3	Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2012 nach Altersgruppen
55	Abb. 4	Wichtigkeit bei Produkten und Dienstleistungen
56	Abb. 5	Besitz- und Konsumformen nach Alter
67	Abb. 6	Wünsche in Bezug auf die Nachbarschaft
73	Abb. 7	Regionale Alterung 2010 bis 2030
76	Abb. 8	Armutsrisiko älterer Menschen nach Geschlecht und Region 2012
88	Abb. 9	Verteilung der Wohnkonzepte im Jahr 2013 und deren Veränderung seit 2007
89	Abb. 10	Übergangsmuster zwischen den sechs Wohnkonzepten
90	Abb. 11	Verteilung der Wohnkonzepte im Jahr 2013 und deren prognostizierte Veränderung bis zum Jahr 2030
19	Tab. 1	Wohnkonzepte
22	Tab. 2	Die Wohnprofile
30	Tab. 3	Verteilung der Wohnkonzepte bei Migranten und Nichtmigranten
33	Tab. 4	Energieverbrauch der privaten Haushalte für Wohnen
39	Tab. 5	Internetnutzung nach Altersgruppen
60	Tab. 6	Entwicklung des zweiten Gesundheitsmarktes
78	Tab. 7	Lebensphasen und Wohnungsbedarf
80	Tab. 8	Mieter nach Wohnkonzept und Veränderungswunsch
112	Tab. 9	Wohnungsgrößenkategorien

1
Vorwort

Mit den "Wohntrends 2020" hat der GdW im Jahr 2008 die erste Zukunftsstudie für die Wohnungswirtschaft vorgelegt. Der Bericht ist auf großes Interesse bei den Medien ebenso wie bei den Wohnungsunternehmen gestoßen und wird bis heute nachgefragt. Viele Unternehmen haben sich mit den Zukunftstrends intensiv auseinandergesetzt und sie als Orientierung für die eigene Wettbewerbspositionierung und Weiterentwicklung ihrer Strategie herangezogen.

Ein besonders großes Interesse hat die Wohnmatrix gefunden. Damit wurde ein Zielgruppensystem vorgelegt, das auf die spezifischen Bedürfnisse der Wohnungswirtschaft abstellt. Die Basis für die Zuordnung der einzelnen Nachfrager bilden vergleichbare Wohnwünsche.

Die Wohnmatrix ist inzwischen in zahlreichen Unternehmen zum Einsatz gekommen. Gerade bei der Portfoliobetrachtung und Investitionen im Bestand, aber auch bei der Weiterentwicklung des Services spielt sie eine große Rolle. Die Arbeit damit hat zu einem wachsenden Verständnis vom Umgang mit Zielgruppen in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen geführt.

Gleichzeitig ist damit auch der Anspruch an die Handhabbarkeit und Aussagekraft gestiegen: Wie können die Erkenntnisse über die Nachfragergruppen in der Vermietung bis hin zur Quartiersentwicklung genutzt werden? Wie kann man noch mehr über die Wünsche der einzelnen Nachfragergruppen erfahren? Wie werden sich die Nachfragergruppen in Zukunft im Allgemeinen und ganz speziell am einzelnen Standort weiterentwickeln? Wie können die Wohnkonzepte in der Praxis noch einfacher handhabbar sein? Diese Fragen tauchten immer wieder auf. Gemeinsam mit den Forschungsinstituten InWIS und Analyse & Konzepte haben wir sie zum Anlass genommen, Wohnkonzepte und Wohnmatrix weiterzuentwickeln und zu vereinfachen. Mithilfe einer breit angelegten repräsentativen Befragung wurde die Veränderung der Wohnkonzepte über die letzten fünf Jahre überprüft. Zusätzlich wurde ein Prognosemodell geschaffen, mit dem genauere Aussagen über die zukünftige Entwicklung der einzelnen Gruppen möglich werden.

Aber auch in Bezug auf die im Jahr 2008 beschriebenen Wohntrends haben sich Weiterentwicklungen ergeben. Zwar haben die grundlegenden Aussagen, die im Bericht "Wohntrends 2020" getroffen wurden, noch Gültigkeit, aber sie haben sich in ihren Ausprägungen zum Teil deutlich verändert. Vor allem die Geschwindigkeit, mit der Veränderungen eingetreten sind, ist frappierend. Smartphones gehören in großen Teilen der Bevölkerung längst zum Alltag, die zunehmende Internetnutzung hat ganze Branchen verändert, ökologische Werte gewinnen an Bedeutung und die Anforderungen an Serviceleistungen sind in allen Teilen der Bevölkerung gewachsen.

Im Jahr 2013 haben Analyse & Konzepte und InWIS eine Neubewertung der sich abzeichnenden Rahmenbedingungen vorgenommen. Drei übergeordnete Entwicklungen wurden dabei identifiziert: Deutlich spürbar werden die demographischen Veränderungen am Wohnungsmarkt, aber auch am Arbeitsmarkt. In diesem Zusammenhang wird die Zuwanderung nach

Deutschland und damit verbunden die Bedeutung von Haushalten mit Migrationshintergrund weiter zunehmen. Gleichzeitig werden Fragen der Nachhaltigkeit und damit verbundene ökologische Themen an Bedeutung gewinnen. Vor dem Hintergrund dieser übergeordneten Entwicklungen sind insgesamt sieben zentrale Trends beschrieben, die unser Leben und die Arbeit der Wohnungswirtschaft bis zum Jahr 2030 verändern werden.

Im Anhang des Berichts befindet sich eine Darstellung des methodischen Vorgehens bei der Primärerhebung und der Zielgruppenprognose. Daneben sind hier weitere Ergebnisse der Primärerhebung zu finden sowie eine ausführliche Darstellung der Wohnwünsche der einzelnen Zielgruppen in Form von 24 Wohnprofilen.

Der Computerpionier Alan Key hat es so formuliert: "Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist, sie zu gestalten." In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre.

Berlin, im November 2013

Axel Gedaschko

Präsident des GdW
Bundesverband deutscher Wohnungs-
und Immobilienunternehmen e. V.

2
Kurzfassung

Die vorliegende Studie zeigt die zentralen Nachfragetrends für die Wohnungswirtschaft bis 2030 auf. Dabei ist von einem Bedeutungsgewinn der Nachfrage auszugehen, die vor allem auf die wachsende Zahl von Regionen mit Angebotsüberhängen zurückzuführen ist. Die nachfragegerechte Gestaltung des Wohnungsangebotes einschließlich der Serviceleistungen wird insbesondere in diesen Regionen ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg sein. Zwar wird es auch in Zukunft Regionen mit deutlichem Nachfrageüberhang geben, doch insgesamt gesehen wird der Wettbewerb um den Kunden, als Mieter oder Eigentümer, weiter zunehmen und damit die Nachfragerwünsche für die Branche immer wichtiger werden.

Die Wohntrends 2030 stellen aus diesem Grund die Entwicklung der Wohnwünsche auf Nachfragerseite in den Mittelpunkt. Dabei geht es um grundsätzliche Entwicklungen, die die Rahmenbedingungen der privaten Haushalte als Nachfrager am Wohnungsmarkt bestimmen.

Demographie und wirtschaftliche Entwicklung

Der Rückgang der Bevölkerung bis zum Jahr 2030 ist einer der zentralen Parameter, auf den sich die Branche wird einstellen müssen. Bei gleichzeitigem Anwachsen der älteren Bevölkerung ist es vor allem der Rückgang der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter um voraussichtlich rund 6,3 Millionen Personen gegenüber dem Jahr 2010, der sich bemerkbar machen wird.
In der Folge werden – je nach wirtschaftlicher Entwicklung – bis zu fünf Millionen Arbeitskräfte fehlen, wenn nicht strukturell gegengesteuert wird.

Die Wanderung in die Städte wird in Zukunft anhalten, wenn auch auf einem geringeren Niveau. Gleichzeitig wird die Anzahl der schrumpfenden Regionen zunehmen, wobei hierzu auch zahlreiche Großstädte gehören werden, die wirtschaftlich weniger erfolgreich sind. Besonders viele ländlich-periphere Kreise werden stark von Schrumpfung und Alterung betroffen sein. Sie werden bis 2030 teilweise mehr als ein Fünftel der Bevölkerung verlieren.

Die leichte Zunahme der Armutsquote wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit fortsetzen, v. a. durch einen Anstieg der Altersarmut. Sowohl in schrumpfenden als auch in wachsenden Städten und Regionen wird damit attraktiver und gleichzeitig bezahlbarer Wohnraum zukünftig eine immer größere Bedeutung erlangen.

Migration und Integration

In Deutschland haben aktuell rund 15 Millionen Einwohner bzw. 18,9 % der Gesamtbevölkerung einen Migrationshintergrund. Weniger als die Hälfte dieser Gruppe (6,6 Millionen) hat jedoch (noch) eine ausländische Staatsangehörigkeit. Migranten werden insbesondere in den Ballungsgebieten auch in den nächsten Jahren eine zentrale Nachfragergruppe sein, die insgesamt durch eine stärkere Orientierung an traditionellen Werten geprägt ist. Integrationspolitik wird damit sowohl gesamtgesellschaftlich als auch im regionalen Kontext immer stärker zu einem Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor.

Trotz größerer Haushalte liegen die Familieneinkommen signifikant niedriger als bei dem Teil der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund. 17 % der Migranten sind auf Transferzahlungen angewiesen (2010) und insbesondere bei dieser Gruppe wird es zukünftig eine überdurchschnittlich hohe Altersarmut geben. Fast zwei Drittel der Migranten, die über ungünstige Voraussetzungen und Chancen für Integration und Teilhabe verfügen, leben in diesen sozial benachteiligten Wohnquartieren. Insbesondere die problembehafteten Stadtquartiere erhalten daher eine immer größer werdende Bedeutung für den Verlauf und Erfolg von Integrationsprozessen. Für die Wohnungswirtschaft wird es dabei verstärkt darum gehen, Integrationsaktivitäten nicht so sehr unter dem Aspekt der "Problemlösung" zu betrachten, sondern im Sinne einer "Potenzialorientierung".

Ökologie und Energie

Das Quartier, der Lebensraum, in dem sich Wohnen vollzieht, gewinnt an Bedeutung für die Umsetzung der Energiewende. Es entwickelt sich zu einem zentralen Bereich für gute und innovative Lösungen. Auf eine dezentrale Energieversorgung ausgelegte Konzepte, wie sie derzeit erprobt werden, tragen dazu bei, den Spagat zwischen Klimaschutz und bezahlbarem Wohnen zu meistern. In der Koppelung von Stromversorgung und Wärmeversorgung im Quartier liegen wichtige Pozentiale der Zukunft, für die es Konzepte zu entwickeln gilt, die den Möglichkeiten, aber auch den sich wandelnden Ansprüchen und Wünschen der Gesellschaft gerecht werden. Mit ihren umfangreichen Wohnungs- und Immobilienbeständen kann die Wohnungswirtschaft eine aktive Rolle in der Energiewende einnehmen.

Ökologie und Ökonomie werden in zunehmendem Maße nicht mehr nur als Gegensätze wahrgenommen werden: Die Bevölkerung hat erkannt, dass mit neuen ökologischen und vor allem nachhaltigen Technologien neue Arbeitsplätze geschaffen werden können.

Gleichzeitig werden die Quartiere immer ökologischer. Tradierte Gegensätze lösen sich auf: Die urbane, dichte Stadt und das Bild von grünen Oasen der Ruhe – wie man sie im ländlichen Raum häufiger vermutet – verschmelzen miteinander. Die Stadt der Zukunft wird umweltbewusst und gesund sein.

Wohntrends 2030

In diesem übergeordneten Zusammenhang prägen sich bis 2030 sieben wichtige Wohntrends aus, die im Folgenden beschrieben werden.

1.
Technik – zwischen Machbarem und Gewünschtem

Schon heute finden sich in deutschen Haushalten viele technikintegrierte Systeme, die unterschiedliche Arbeitsaufgaben übernehmen: Programmierbare und vernetzte Heiz-, Lüftungs- oder Beleuchtungssteuerungen sind nicht mehr nur technische Spielerei, sondern auch energieeffizienzsteigernd.

Die Menschen werden die technischen Weiterentwicklungen effektiver und intensiver nutzen als bisher. Zukünftig sind leistungsstarke und kleine Mikroelektronikprodukte jederzeit und von überall bedienbar und übernehmen viele Alltagsaufgaben der Menschen. Aufbauend auf einer dynamischen und hochleistungsfähigen Infrastruktur für Datenübertragung werden Informationen aus unterschiedlichen Quellen automatisch generiert und vernetzt. Smarte Endgeräte sind in der Lage, diese in Echtzeit und individualisiert zu

verarbeiten und unterstützen so die Menschen bei den Abläufen ihres täglichen Lebens. Die Menschen werden die technischen Weiterentwicklungen effektiver und intensiver nutzen als bisher. Infrastrukturelle Barrieren werden weiter abgebaut.

In den Bereichen, in denen Technik sowie technikintegrierte Dienstleistungen verfügbar sind, wird es zu einer deutlich stärkeren Nutzung solcher Technologien kommen:
– Haushalt (Alltagsunterstützung/-erleichterung)
– Dienstleistungen (Handwerk, Einkaufen, Transport, Post, etc.)
– Pflege und Gesundheit
– Familie und soziale Netzwerke
– Unterhaltung und Kommunikation
– Kosten-/Ressourceneinsparung

2.
Die 25-Stunden-Gesellschaft

Steigende Intensität der Arbeit und immer stärker variierende Arbeitszeiten, die zunehmend Nacht- und Wochenendarbeit mit einschließen, kennzeichnen das Leben in Zukunft. Sie gehen zulasten von gemeinsamer Freizeit und Ruhe. Die Zeit zum Schlafen nimmt ab, denn nicht nur die Arbeit, sondern auch permanent nutzbare Freizeitangebote, ob vor Ort oder online, nehmen die Menschen immer mehr in Anspruch. "Multioptionalität" bezeichnet die Qual des modernen Menschen, der auf keines der attraktiven Angebote verzichten möchte. Einerseits besteht der Wunsch nach einem immer besser und schneller werdenden Angebot, andererseits suchen immer mehr Menschen nach einem Ausgleich.

Die 25-Stunden-Gesellschaft beeinflusst maßgeblich das Leben von Mietern und Eigentümern in sehr unterschiedlicher Hinsicht und hat damit Auswirkungen auf ihre Wohnpräferenzen und das Zusammenleben in den Quartieren. Die Anforderungen an den Wohnstandort werden bei vielen Nachfragergruppen durch den Wunsch geprägt, umfangreiche Möglichkeiten in Beruf und der Freizeit nutzen zu können. Dazu gehören die Verbindung von Beruf und Familie, die Wahrnehmung von Sport- und Freizeitmöglichkeiten und das Treffen von Freunden. Angesichts eines begrenzten Zeitbudgets werden kurze Wege wichtiger, die es erlauben, viele Angebote im direkten Wohnumfeld zu finden. Wohnungen bieten aber auch wichtige Rückzugsmöglichkeiten, wenn einem die Anforderungen und Möglichkeiten der Welt draußen über den Kopf wachsen. Klare Grundrisse sowie natürliche und schlichte Materialien ermöglichen eine Erholung der Sinne.

Zukünftig wird es immer wichtiger, den Kontakt zwischen den Mietern zu fördern und, unter Einbeziehung der Mieter, Vereinbarungen zum Zusammenleben im Haus zu treffen, die den Interessen der Hauseigentümer angemessen Rechnung tragen, aber auch die sich ändernden Wertvorstellungen der Bewohner ausreichend abbilden.

3.
Mein, dein, sein, … unser

Das gemeinsame und nachhaltige Wirtschaften wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Mit den Begriffen "Sharing Economy" und "Collaborative Consumption" wird in den englischsprachigen Medien der neue Trend des gemeinsamen Produzierens und Konsumierens bezeichnet. Dabei geht das Teilen weit über die gemeinsame Nutzung von Gegenständen hinaus. Nicht nur Gegenstände wie Autos, Fahrräder oder gebrauchte Dinge werden geteilt, getauscht und verkauft. Sharing betrifft ebenso die gemeinsame Freizeitgestaltung.

Es wächst eine Generation heran, die mit einer internetbasierten Organisation des Zusammenlebens sehr vertraut ist. Andere Generationen nutzen zumindest die Teile des Internets, die bereits professionell organisiert und deshalb einfach und sicher zu nutzen sind.

Für die Wohnungswirtschaft besteht nicht nur die Chance einer Steigerung der Kundenbindung, sondern in Teilen auch das Potenzial zur Generierung weiterer Geschäftsfelder. Eine internetbasierte, professionelle Organisation bildet die Voraussetzung für den Erfolg. Kooperationen werden helfen, um zum einen die Effizienz zu steigern oder Netzwerke aufzubauen und so das Nutzerpotenzial auszudehnen.

Empfehlenswert ist, alle angebotenen Service- und Netzwerkleistungen direkt mit der Internetseite des Unternehmens zu verbinden. Dadurch wird die Leistung eng mit der Unternehmensleistung verbunden und es werden laufend Anlässe geschaffen, die Unternehmenshomepage zu besuchen und bei der Gelegenheit auch andere Informationen aus dem Unternehmen zu erhalten.

4.
Fit in die Zukunft

Der Erhalt der Gesundheit rückt in den Fokus des Interesses. Körperliche Fitness und gesunde Ernährung sind wesentliche Bausteine dieses Trends. Jenseits des stark regulierten ersten Gesundheitsmarktes, mit von den Krankenkassen finanzierten Leistungen, hat der sogenannte zweite Gesundheitsmarkt, der sich durch freiwillige Beiträge der Kunden finanziert, eine beachtliche Größe entwickelt.

Auch das klassische Gesundheitswesen erlebt vielfältige Veränderungen: Rund um neue Technologien und mobile Endgeräte wie Smartphone und Tablet-PC wird der Gesundheitsmarkt durch eigenständige medizinische Applikationen zunehmend mobiler. Dort entwickeln sich neue Leistungen wie beispielsweise das Monitoring von Vitaldaten der Patienten, Video-Konferenzen mit Ärzten, Online-Sprechstunden, das mobile Ausstellen von Rezepten. Ein klimabezogenes Risikomanagement wird damit auch zu einem aktiven Gesundheitsmanagement für die Bewohner, wenn es darum geht, Gefahren von ihnen abzuwenden und Auswirkungen solcher Ereignisse so gering wie möglich zu halten.

Das Training der Zukunft findet idealerweise im quartierseigenen Fitnessraum oder einem Mini-Sportzentrum statt, in dem sich die Bewohner ihren zeitlichen Verfügbarkeiten entsprechend "auspowern" können. Nicht nur im Quartier gibt es Veränderungen, auch die Wohnung passt sich den gewandelten Gesundheits- und Wellness-Bedürfnissen der Bewohner an. Zugleich wird die Wohnung fit für die E-Health-Systeme der Zukunft.

5.
Die Stadt der Quartiere 2030

Im Zuge sich verändernder Familienstrukturen in entwickelten Gesellschaften erlangen die Quartiere und damit die Beziehungen in der Nachbarschaft heute immer größere Bedeutung. Quartiere werden zur Handlungsebene für die Wohnungswirtschaft. Bei Bestandsmaßnahmen steht nicht mehr die einzelne Wohnung oder das Gebäude im Mittelpunkt, Investitionsentscheidungen werden vielmehr vor dem Hintergrund der Quartiersentwicklung getroffen. Trotz aller Bedeutung virtueller Welten haben die Rahmenbedingungen im Quartier eine bedeutende Wirkung auf die Lebensbedingungen der Bewohner. Sie entscheiden damit auch über die Vermietungsattraktivität der Bestände und letztendlich auch über ihre Wertentwicklung.

Quartiere werden aber auch die Plattform für die große Integrationsleistung darstellen, die in der Gesellschaft der Zukunft gefragt sein wird. Hierfür werden vielfältige soziale Aktivitäten notwendig sein. Funktionierende Nachbarschaften sind auch Ergebnis einer auf Quartiere ausgerichteten Belegungsstrategie und eines guten Belegungsmanagements in den Wohnungsunternehmen. Nachbarschaftsstrukturen erkennen und die sich abspielenden Prozesse lesen zu können, wird zu einer wichtigen Fähigkeit eines Wohnungsunternehmens werden.

Wohnungsunternehmen sind für die Unterstützung und Förderung von sozialen Netzen "geborene" Partner. Sie haben selbst großes Interesse an vitalen Nachbarschaften, da die Stabilisierung und Entwicklung von nachbarschaftlichen Beziehungen für Wohnungsunternehmen von Vorteil ist. Das heißt nicht, dass Wohnungsunternehmen allein für ein Quartier Verantwortung tragen, diese liegt nach wie vor bei den Kommunen selbst, jedoch sollten sie dennoch gemeinsam mit den zuständigen Stellen und Trägern aktiv werden.

Für vitale Lebenswelten mit intakter Nachbarschaft schafft die Wohnungswirtschaft quartiersbezogene Konzepte, die auch die vor Ort agierenden Partner einbeziehen. Diese werden kooperativ und partizipativ angelegt: kooperativ, um die Handlungen verschiedener Partner (Wohnungsunternehmen, Kommune, soziale Träger und Dienstleister usw.) im Quartier zu koordinieren, und partizipativ, um die Wünsche und Bedürfnisse der Bewohner bei Entscheidungen über die Entwicklung eines Quartiers einzubeziehen.

6.
Goldenes Alter oder arme Senioren

Die Einkommenssituation der kommenden Rentnergeneration wird durch höhere Armutsrisiken gekennzeichnet sein. Strukturveränderungen in der Erwerbstätigkeit, so z. B. gebrochene Berufsbiographien, Teilzeitjobs und ein hoher Anteil Langzeitarbeitsloser, insbesondere in Ostdeutschland, werden zukünftig für viele Seniorenhaushalte zu einer schwierigen Einkommenssituation führen. Hinzu kommen mehr Migranten im Rentenalter, die tendenziell deutlich größere Armutsrisiken aufweisen werden als der Durchschnitt.

Für die Versorgung der Senioren mit sehr geringem Einkommen, deren Anteil in vielen Regionen ein Fünftel und mehr der Älteren erreichen wird, ist es verstärkt erforderlich, lokal angepasste Versorgungskonzepte für diese Gruppe zu entwickeln. Dieses kann nicht von den Wohnungsanbietern allein geschehen, sondern nur im Zusammenspiel aller entsprechenden Akteure. Für die Wohnungsanbieter bedeutet das, vor dem Hintergrund der eigenen Bestands- und Bewohnerstruktur, langfristige, marktorientierte Strategien zur Versorgung einkommensschwacher Senioren zu entwickeln; das Spektrum reicht hier vom Verzicht auf mietsteigernde Modernisierungsmaßnahmen bis hin zum Neubau preiswerter kleiner Wohnungen.

Der weitaus überwiegende Teil der älteren Menschen möchte nach wie vor in der angestammten Wohnung alt werden. Vor dem Hintergrund sich ausdifferenzierender Wohnkonzepte – auch bei den Senioren – gibt es aber eine wachsende Gruppe von Senioren, die ihren Wohnstandort bzw. ihre Wohnform noch einmal verändern möchte, insbesondere, um mehr soziale Einbindung und Versorgungssicherheit zu erreichen. Etwa ein Drittel der älteren Haushalte kann sich vorstellen, bei einem Umzug auch noch einmal eine Wohnung bzw. ein Haus zu beziehen, bei dem sich die Wohnsituation deutlich von der bisherigen unterscheidet.

Neue Wohnformen, wie z. B. Mehrgenerationenwohnen ("Co-Housing") oder Senioren-Wohngemeinschaften, werden dabei aber auf absehbare Zeit nicht zum Trend werden, sondern weiter eher ein Nischendasein führen. Durch das Pflege-Neuordnungs-Gesetz (PNG) und die darin verankerte Förderung soll allerdings die Zahl der Pflege-Wohngemeinschaften als Alternative zur stationären Versorgung in den kommenden Jahren um bis zu 3.000 Wohngemeinschaften deutlich erhöht werden. Es deutet sich an, dass gemeinschaftliche Wohnformen im Alter eine steigende Tendenz aufweisen werden, die zunächst aber nicht so sehr aus den Präferenzstrukturen der älteren Haushalte resultieren, als vielmehr aus der Notwendigkeit, den Umfang der Heimpflege möglichst wenig anwachsen zu lassen.

Ein Angebot mit steigender Bedeutung werden Pflege-Wohnformen für Senioren mit Migrationshintergrund sein. Hier müssen die unterschiedlichen kulturellen Identitäten und daraus resultierenden Vorstellungen zum Thema Pflege intensiv berücksichtigt werden. Gegenwärtig gibt es erst einzelne Pflegeeinrichtungen speziell für Migranten, so etwa in Hamburg, Köln und Berlin.

7.
Unternehmen als Wohnpartner

Bis 2030 wird der Mieter viel stärker in die Gestaltung von Wohnungen mit einbezogen. Dieses Vorgehen schafft die Möglichkeit, die Wohnungen sehr viel stärker an den Wünschen der späteren Nutzer und ihren unterschiedlichen Lebenssituationen auszurichten. Gleichzeitig werden aber auch Erfahrungen über die präferierten Varianten gesammelt, die dann für Neubau und Umbauten genutzt werden können. Es werden Lösungen geschaffen, die Haushalten den Zugang zu einer geeigneten Wohnung erleichtern, wenn sich ihre Lebenssituation verändert, und gleichzeitig einen ökonomischen Umgang mit der Ressource "Wohnung" möglich machen.

Bis 2030 werden sich Aufgabenzuschnitt und Arbeitsweise vieler Wohnungsunternehmen gravierend verändern. Internetauftritt und Apps als Eingangsportal werden zentrale Bedeutung erlangen. Es werden neue Arbeitsabläufe als Prozesse definiert, die nur mithilfe der IT effizient gesteuert werden können. Die Wohnungsunternehmen werden zum zentralen Anbieter von Leistungen rund um die Wohnung werden. Die Organisation der Zusammenarbeit mit anderen Wohnungsunternehmen und Dienstleistern wird großen Raum einnehmen. Hier werden neue Vertrags- und Abrechnungsformen entstehen, die Verträge müssen aber auch kontrolliert und die Zusammenarbeit weiterentwickelt werden. Damit werden auf die Wohnungsunternehmen weiter Managementaufgaben zukommen.

Immer stärker wird der Trend dahin gehen, dass die Wohnungen mithilfe von tragenden Außenwänden und flexibel einsetzbaren Nasszellen im Innenbereich sehr flexibel organisiert werden können. Eine Anpassung des Grundrisses wird dadurch im Rahmen der Neuvermietung möglich. Da mit fertigen Modulen und Baukastensystemen gearbeitet wird, kann die Neugestaltung schnell und kostengünstig erfolgen. Im Ergebnis kann dann ein Grundriss von 80 m^2 mit 2 – 4 Räumen gestaltet werden, je nach Wunsch des Mieters.

Das Unternehmen als Wohnpartner kann dem Mieter alternativ zum Einzelmietvertrag auch einen Versorgungsvertrag für lebenslanges Wohnen anbieten. Ein solcher Vertrag würde dem Mieter die Sicherheit geben, ein Leben lang Wohnungen anmieten zu können, die seinen jeweiligen Lebensumständen gerecht werden. Dafür zahlt der Mieter monatlich eine Basispauschale, die dann entsprechend der konkreten Wohnungsnutzung aufgestockt wird. Diese Pauschale könnte auch Vorsorgemodelle für die Wohnversorgung im Alter umfassen.

Haushalte der Zukunft

Für den unternehmerischen Erfolg im Sinne einer strategischen Bestandsentwicklung ist es wichtig zu wissen, wie die gegenwärtige Verteilung von unterschiedlichen Nachfragergruppen aussieht und welche zukünftige Entwicklung sich abzeichnet. Im Rahmen einer repräsentativen telefonischen Befragung im Zeitraum Januar bis April 2013 wurde die Veränderung der Wohnkonzepte gegenüber der Studie Wohntrends 2020 aus dem Jahr 2008 untersucht und mithilfe eines prognostischen Ansatzes die zukünftige Entwicklung betrachtet.[1] Im Ergebnis zeigt sich eine Zunahme der häuslichen und anspruchsvollen Haushalte. Demgegenüber zeichnet sich für die kommunikativen und konventionellen Haushalte ein Rückgang ab. Bescheidene und funktionale Haushalte werden ihre Bedeutung in etwa behalten.

Vor allem anspruchsvolle und häusliche Nachfragergruppen haben seit der letzten Befragung stark zugenommen. Während die Familie allgemein als Haushaltsform weiter an Bedeutung verliert, nimmt das Wohnkonzept mit dem wesentlichen Leitmotiv der Familien- und Gemeinschaftsorientierung deutlich zu. Häusliche Haushalte sind ein Prototyp des virtuellen Haushalts der Zukunft: Getrennt wohnen – auf Zeit oder dauerhaft – und dennoch intensiv miteinander verbunden sein; das wird für viele Gemeinschaften ein stabiler Lebensentwurf.

Die häuslichen Nachfragergruppen werden vor allem aufgrund der Zunahme des Anteils an Personen mit Migrationshintergrund in der Gesellschaft ansteigen bzw. konstant bleiben. Unter diesen Haushalten ist vermehrt eine eher konservative, an traditionellen und insbesondere familiären Werten orientierte Grundhaltung festzustellen. Ferner ist aufgrund des generativen Verhaltens von Einwohnern mit Migrationshintergrund – diese haben bislang noch im Vergleich zu Haushalten ohne Migrationshintergrund häufiger und früher Nachwuchs – die Lebensform "Familie" vermehrt anzutreffen.

Die Zunahme der anspruchsvollen Nachfragergruppe resultiert u. a. aus einem quantitativen Wachstum der Altersgruppen ab 50 Jahren, die zudem als sogenannte Erbengeneration über mehr Finanzmittel verfügen, als jede Generation vor ihnen.

Die funktionalen und bescheidenen Nachfragergruppen weisen eine hohe Beständigkeit auf. Sie dokumentiert die Spreizung der Gesellschaft. Insbesondere bei den Senioren wird zukünftig einer Gruppe finanzstarker anspruchsvoller Haushalte eine Gruppe Älterer gegenüberstehen, die durch Altersarmut bedroht ist. Gebrochene Erwerbsbiographien, Unsicherheiten auf dem Arbeitsmarkt sowie eine Veränderung des Rentensystems einhergehend mit unzureichender privater Absicherung sorgen dafür, dass insbesondere ältere Nachfragergruppen einfachen, aber altersgerechten Wohnraum benötigen.

[1] Zur Methodik der Zielgruppenprognose vgl. Anhang.

Mit einer Abnahme ist bei den Nachfragergruppen der kommunikativen und konventionellen Wohnkonzepte zu rechnen. Der Rückgang der Kommunikativen wird sich jedoch, je nach Wohnstandort, unterschiedlich ausprägen. Insbesondere in den Großstädten werden die kommunikativen Nachfrager, die vor allem unter den Auszubildenden und Studierenden eine große Gruppe darstellen, auch weiterhin sehr präsent sein. Ursächlich für den deutschlandweiten Rückgang der Kommunikativen ist vor allem die Alterung der Gesamtgesellschaft und die Abnahme der jüngeren Nachfrager unter 30 Jahren, die einen Großteil der kommunikativen Nachfrager ausmachen. Hinzu kommt, dass starke Übergänge zu den Anspruchsvollen und den Häuslichen zu beobachten sind.

Konventionelle Haushalte sind aufgrund der gesamtgesellschaftlichen demographischen Entwicklung rückläufig, da mit der Abnahme der klassischen Mittelschicht diese Haushalte nicht mehr nachwachsen. Es findet vielmehr ein Übergang zur Gruppe der bescheidenen Haushalte statt.

3
Wohnkonzepte, Wohnmatrix und Wohnprofile

Seit der Entwicklung der Wohnkonzepte und der Wohnmatrix im Jahr 2008 haben zahlreiche Wohnungsunternehmen und Städte dieses Instrument inzwischen in der Praxis erprobt und weitreichende Informationen über ihre heutige und zukünftige Mieterstruktur oder zentrale Hinweise zur Weiterentwicklung ihres Wohnungsbestandes gewinnen können.

3.1 Wohnkonzepte

Warum Haushalte sich welche Wohnung wünschen bzw. nachfragen, hat verschiedene Gründe. Bestimmend sind sozio-ökonomische Merkmale wie Alter, Haushaltsgröße und Einkommen, also die Fragen, wie groß der Haushalt ist, in welcher Lebensphase man sich befindet und wie hoch die Wohnkaufkraft ist. Dies allein erklärt jedoch noch nicht, warum beispielsweise von zwei Paaren gleichen Alters und gleicher Wohnkaufkraft eines eine Wohnung in der belebten Innenstadt und das andere ein Einfamilienhaus am Stadtrand als Wohndomizil wählt.

Ursache hierfür sind individuelle Wohnvorstellungen, die auf unterschiedliche Lebenseinstellungen und -stile zurückzuführen sind. Diese grundlegenden Einstellungen zum Wohnen werden als Wohnkonzept bezeichnet. Trotz aller Individualität lassen sich die Wohnvorstellungen zu sechs verschiedenen Wohnkonzepten typisieren.

Die Wohnkonzepte ermöglichen somit eine noch bessere Beschreibung der Wohnungsnachfrage. Kommunen und Wohnungsunternehmen können auf dieser Basis zielgruppengerechter Quartiere, Wohnungen, Dienstleistungen oder auch Marketingstrategien entwickeln.

Mit der aktuellen Studie wurden die im Jahr 2008 veröffentlichten sechs Wohnkonzepte überprüft und in ihrer Struktur bestätigt. Um den Nutzern den Umgang mit den Wohnkonzepten zu erleichtern, wird zukünftig von den ursprünglichen Doppelbegriffen jeweils nur einer der beiden Begriffe verwendet. So wird aus:

konventionell-situiert	→ konventionell
kommunikativ-dynamisch	→ kommunikativ
anspruchsvoll	→ anspruchsvoll
häuslich-familiär	→ häuslich
solide-bescheiden	→ bescheiden
einfach-funktional	→ funktional

In Tabelle 1 sind die Wohnkonzepte hinsichtlich ihrer spezifischen Lebenseinstellung und deren Bedeutung für die Wohnungsnachfrage kurz charakterisiert. Weitere Informationen zu den unterschiedlichen Alters- und Haushaltsstrukturen, zur Einkommenssituation oder aber zur Wohnmobilität finden sich im Anhang.

Tab. 1
Wohnkonzepte

Herausragendes Merkmal dieser konventionellen Haushalte ist die hohe Lebenszufriedenheit. Wirtschaftlich und gesellschaftlich wurde erreicht, was man angestrebt hat. Man nimmt am gesellschaftlichen und kulturellen Leben teil und ist bereit, sich für andere zu engagieren.

Haushalte mit einem konventionellen Wohnkonzept haben ein hohes Sicherheitsdenken verbunden mit einer vorausschauenden Lebensplanung. Die Wohnungsnachfrage ist daher sehr stark auf den praktischen Nutzen auch in kommenden Jahren fixiert, demnach richtet sie sich nach Produkten von guter Qualität und hoher Funktionalität. Dabei werden technische und ökologische Entwicklungen ebenfalls vor dem Hintergrund des konkreten Nutzens berücksichtigt.

Haushalte mit einem kommunikativen Wohnkonzept sind sehr stark außen orientiert. Sie sind dynamisch, flexibel und mobil.

Dabei spielt sich das Leben in Gemeinschaft sowohl in virtuellen Netzwerken als auch real mit Freunden und Gleichgesinnten im öffentlichen Raum ab. Gleichzeitig besteht eine hohe Toleranz gegenüber anderen Mitgliedern der Gemeinschaft. Dementsprechend offen sind die Haushalte gegenüber anderen Kulturen oder sozialen Gruppen.

Gerade bei der großen Gruppe junger kommunikativer Haushalte sind die Wohnvorstellungen häufig wenig konkret und es besteht eine hohe Kompromissbereitschaft.

Das häusliche Wohnkonzept zeichnet sich durch eine starke Innenorientierung aus. Wichtig sind Freunde und Familie, die auch räumlich möglichst eng um den eigenen Lebensmittelpunkt gruppiert sind. Gute Nachbarschaften spielen daher ebenfalls eine große Rolle.

Sicherheit und Nachhaltigkeit nehmen bei den Entscheidungen der Haushalte einen hohen Stellenwert ein. Darüber hinaus wird bei der Wohnungsausstattung sehr stark auf den Nutzen geachtet.

Für Haushalte mit anspruchsvollem Wohnkonzept sind Werte wie Selbstverwirklichung und Individualismus vor dem Hintergrund einer hohen Leistungs- und Erfolgsorientierung kennzeichnend. Optimierungsbestrebungen, häufig verbunden mit einer hohen Leistungsbereitschaft, führen zu einer hohen Anspruchshaltung.

Bei der Wahl der Wohnung, des Wohnstandorts und der Ausstattung spielt die Werthaltigkeit eine große Rolle. Ausdruck findet dies etwa in der Nachfrage nach repräsentativen Standorten oder einem ausgeprägten Umweltbewusstsein (energetische Ausstattung, ökologische Materialien).

Haushalte mit bescheidenem Wohnkonzept haben geringe Ansprüche und führen ein eher nach innen gerichtetes Leben. Man gibt sich ggf. mit weniger zufrieden und arrangiert sich mit dem, was man hat.

Aspekte wie Ordnung, Sauberkeit und Sicherheit sind diesen Haushalten jedoch sehr wichtig. Die Nachfrage nach Wohnungen ist traditionell geprägt und solide. Auf Veränderungen im Umfeld reagieren diese Haushalte kritisch. Insgesamt besteht eine sehr hohe Verbundenheit mit dem Standort. Wichtig ist ihnen die klare Trennung von Wohnen, Arbeit und Öffentlichkeit.

Funktionale Haushalte sind geprägt durch eine hohe Unzufriedenheit mit ihrem Leben und allem, was ihnen begegnet. Sie verfügen nur über geringe materielle Optionen, die kaum Spielraum lassen, die eigene Lebenslage zu verbessern. Nachgefragt werden daher einfach ausgestattete Wohnungen.

Dennoch besteht ein großer Wunsch nach einer Verbesserung der Lebenssituation, verbunden mit einer entsprechenden Mobilität.

3.2
Wohnmatrix und Wohnprofile

Die Entscheidungsparameter der Wohnungsnachfrage lassen sich in drei Dimensionen beschreiben, deren Ausprägungen sich wiederum zu folgenden Kategorien zusammenfassen lassen:

- *Alter und Haushaltstyp:* Singles und Paare (unter 30 Jahren, zwischen 30 und 44 Jahren, zwischen 45 und 64 Jahren bzw. ab 65 Jahren), Familien (Haushalte mit Kindern) sowie Haushalte mit mehr als zwei Erwachsenen.
- *Wohnkaufkraft*: niedrig, mittel, hoch
- *Wohnkonzept*: konventionell, kommunikativ, häuslich, anspruchsvoll, bescheiden, funktional

Die Kombination dieser drei Dimensionen ergibt die Wohnmatrix. In der Praxis treten dabei nicht alle denkbaren Kombinationen aus Alter/Haushaltstyp, Wohnkaufkraft und Wohnkonzept auf oder sie sind zahlenmäßig nur sehr gering vertreten. Entsprechend bleiben von den 108 möglichen Feldern der Matrix einige unbesetzt.

Jedes Feld der Wohnmatrix stellt eine eigene Nachfragergruppe dar mit spezifischen Ansprüchen an Wohnung, Wohnumfeld und Ausstattung. Die Praxis zeigt aber auch, dass die Unterschiede nicht immer groß sein müssen, sondern verschiedene Nachfragergruppen ähnliche Wohnungen nachfragen. Dies hängt damit zusammen, dass innerhalb eines Wohnkonzeptes eine der Dimensionen – Haushaltstyp, Lebensphase oder Wohnkaufkraft – dominanter ist als die anderen:

- Bei den konventionellen Haushalten hat die Lebensphase bzw. die Wohnkaufkraft keinen nennenswerten Einfluss auf die Wohnungsnachfrage, d. h. das Wohnkonzept dominiert alleine die Wohnvorstellung der Haushalte. Daher gibt es hier nur ein Wohnprofil.

- Die kommunikativen Haushalte differieren hingegen überwiegend nach dem Haushaltstyp.

- Bei häuslichen Haushalten unterscheiden sich die einzelnen Wohnprofile stärker nach Lebensphase und Haushaltsgröße.

- Die anspruchsvollen Haushalte zeichnen sich durch eine besonders individuelle Nachfrage aus, gliedern sich jedoch insbesondere nach der Wohnkaufkraft.

- Bei den bescheidenen Haushalten stehen Wohnkaufkraft und Haushaltstyp im Vordergrund.

- Die Wohnungsnachfrage funktionaler Haushalte differiert hingegen nach der Lebensphase.

Entsprechend ergeben sich für die 69 Nachfragergruppen der Wohnmatrix 24 unterschiedliche idealtypisch nachgefragte Wohnungsangebote, die sogenannten Wohnprofile. Gegenüber der Studie von 2008, die noch 47 Wohnungstypen für die einzelnen Nachfragergruppen ausgewiesen hat, werden nun also die Ähnlichkeiten der Ansprüche von Nachfragergruppen stärker berücksichtigt. Hierdurch soll eine bessere Balance zwischen Konkretisierung der Angebotsgestaltung und Anwendbarkeit erreicht werden.

Die Nummern in Tabelle 2 entsprechen jeweils einem Wohnprofil. Die Wohnprofile stellen die Idealvorstellung der Nachfragergruppen dar. Sie enthalten Informationen zur gewünschten Ausstattung, Wohnlage, zu Grundrissen und Mietpreisen. Sie charakterisieren darüber hinaus auch die Wohnvorstellung der Nachfragergruppen und beschreiben, welches Wohngefühl mit der idealtypischen Wohnung verbunden wird. Die Wohnprofile beinhalten grundsätzliche Aussagen zu den Wohnwünschen der Nachfrager, die je nach Region etwas variieren können. Sie müssen daher in einem gesonderten Arbeitsschritt vor dem Hintergrund des lokalen Wohnungsmarktes konkretisiert werden.

Eine detaillierte Beschreibung und Darstellung der Wohnprofile sowie eine Erläuterung der einzelnen Merkmale finden sich in Anhang 8.4.

Tab. 2
Die Wohnprofile

Alter/ Haushaltstyp	Wohn-kaufkraft	konven-tionell	kommuni-kativ	häuslich	anspruchs-voll	bescheiden	funktional
Singles/Paare unter 30 Jahre	niedrig		21	31	41		
	mittel		22	32	42		
	hoch		22				
Singles/Paare 30-44 Jahre	niedrig						61
	mittel		22	33	42		61
	hoch		23	33	43		
Singles/Paare 45-64 Jahre	niedrig	11		34	44	51	62
	mittel	11	23	34	43	52	62
	hoch	11	23	34	43	52	
Singles/Paare ab 65 Jahre	niedrig	11			44	51	63
	mittel	11	23	34	43	51	63
	hoch	11			43	52	
Familien	niedrig		24	35	45	53	64
	mittel	11	24	35	45	53	64
	hoch		24	35	46		
Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen	niedrig		25	35	45	53	
	mittel	11	25	35	45	53	
	hoch			35	46		

4
Gesellschaft im Wandel – was sich in Deutschland verändern wird

Die Entwicklung der Wohntrends wird wesentlich durch die Veränderung gesamtgesellschaftlicher Rahmenbedingungen bestimmt. Hierzu gehören sowohl quantitative Entwicklungen der Bevölkerung und der Wirtschaft als auch sozio-ökonomischer und kultureller Wandel. So führt etwa die demographische Entwicklung zu deutlichen Verschiebungen in der Altersstruktur und damit in der Besetzung einzelner Nachfragergruppen. Mehr – und andere – Zuwanderer bringen ihre eigenen Wohnvorstellungen mit, familiäre Strukturen und Nachbarschaften verändern sich, die elektronische Vernetzung wird sich auf nahezu alle Bereiche des Lebens beziehen und Wertemuster wie Nachhaltigkeit und Kooperation erhalten einen neuen Stellenwert.

Das Wohnen und damit die Nachfrage nach Wohnraum werden durch diese übergeordneten Entwicklungslinien und Trends in vielfacher Hinsicht geprägt. In den folgenden Abschnitten werden daher die zentralen Entwicklungstendenzen in Deutschland kompakt dargestellt, welche die Wohnungsmärkte und das Wohnungsangebot bis zum Jahr 2030 wesentlich beeinflussen werden. Teilweise handelt es sich um die Fortsetzung bereits laufender Veränderungsprozesse, einige Entwicklungen – so etwa die Folgen des demographischen Wandels für den Arbeitsmarkt – werden aber auch erst in den kommenden Jahren spürbaren Einfluss auf die Gesellschaft nehmen.

Die aus diesen Veränderungen resultierenden Einflüsse auf die Wohnungsnachfrage finden sich auch in den zukünftigen Wohntrends wieder, die in Kapitel 5 dargestellt werden.

4.1
Demographie erreicht Wirtschaft

Seit 2011 wächst die Bevölkerung in Deutschland wieder. Diese Entwicklung ist bedingt durch die stark gestiegene Zuwanderung aus dem Ausland, insbesondere aus den südlichen EU-Staaten auch als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise. Durch diesen deutlichen Zuwachs, der nur einen temporären Charakter haben könnte, werden sich die zukünftigen demographischen Trends jedoch nicht grundlegend verändern. Es wird in den meisten Regionen weiterhin zu Bevölkerungsrückgängen kommen, der Anteil der Senioren wird sehr deutlich anwachsen und demographisch bedingte regionale Disparitäten werden sich in den kommenden Jahren tendenziell noch verstärken.

Die demographische Entwicklung wird sich von diesem Jahrzehnt an in stark zunehmendem Maße auch auf die ökonomischen Strukturen in Deutschland auswirken, denn es wird durch Schrumpfung und Veränderungen der Altersstruktur zu einem deutlichen Rückgang des Arbeitskräftepotenzials kommen.

Bisher konnte der seit mehr als zehn Jahren zu verzeichnende Rückgang der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter durch eine zunehmende Erwerbsbeteiligung und durch eine Reduzierung der Arbeitslosigkeit ausgeglichen werden. Vom Jahr 2015 an ist aber von einer deutlichen Verringerung der Bevölkerung im Alter von 20 bis 64 Jahren auszugehen. Dieser Prozess wird sich vom Jahr 2020 an noch intensivieren, wenn die geburtenstarken Jahrgänge der "Babyboomer-Generation" aus dem Erwerbsleben ausscheiden.[2]

Im Jahr 2030 wird die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter voraussichtlich rund 6,3 Millionen Personen weniger umfassen als noch im Jahr 2010. Es werden dann – je nach wirtschaftlicher Entwicklung – bis zu fünf Millionen Arbeitskräfte fehlen, wenn nicht strukturell gegengesteuert wird.[3] Aber auch wenn es gelingt, die Zuwanderung insbesondere qualifizierter Arbeitskräfte aus dem Ausland zu forcieren, werden grundlegende Probleme bestehen bleiben. Hierzu gehört, dass sich die regionalen Disparitäten beim Arbeitskräfteangebot kontinuierlich verstärken werden. In strukturschwachen Gebieten wird es insbesondere immer schwieriger werden, qualifiziertes Personal zu finden, wodurch sich die Situation für die dortigen Unternehmen weiter verschlechtert. Die offensive Anwerbung qualifizierter ausländischer Arbeitskräfte bekommt vor diesem Hintergrund einen zentralen Stellenwert.

---

[2] Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2009): Demografischer Wandel in Deutschland, Heft 4, Auswirkungen auf die Entwicklung der Erwerbspersonenzahl. Stuttgart.

[3] Prognos AG (2010): Arbeitslandschaft 2030 – Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise. Basel.

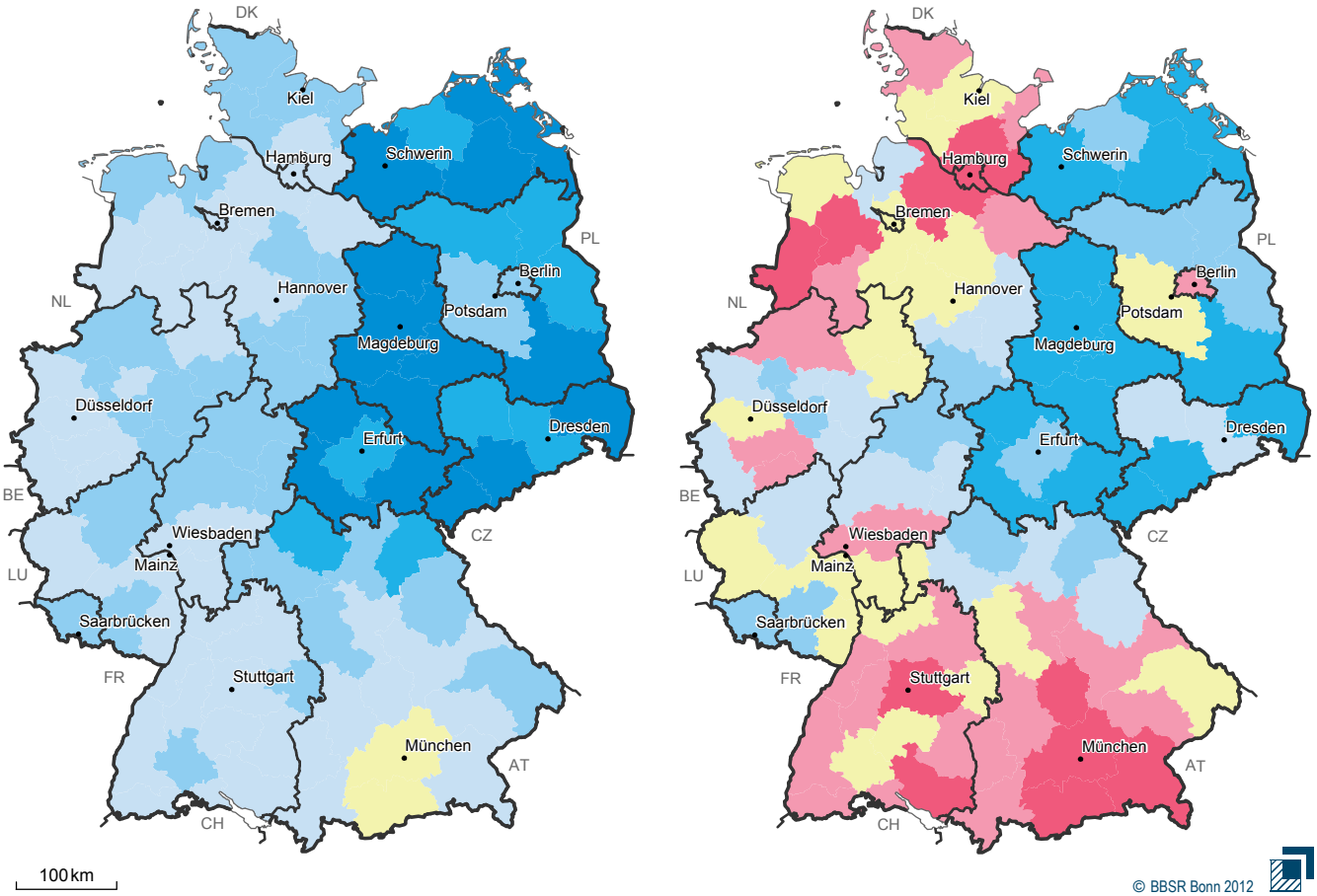
Wirtschaftlich erfolgreiche Großstädte wachsen weiter

Wie bereits in den vergangenen Jahren werden vor allem wirtschaftlich erfolgreiche Großstädte und Ballungsräume – bei denen es sich in nahezu allen Fällen auch um Universitätsstandorte handelt – auch in den nächsten zehn Jahren noch weiter wachsen. Dieses allerdings mit geringeren Zuwachsraten als bisher, weil die Gruppe der mobilen jüngeren Personen kleiner wird. Die Wanderung in die Städte wird auch dann anhalten, wenn die ökonomische Entwicklung in Deutschland insgesamt nicht mehr so dynamisch wie in der letzten Zeit verlaufen sollte, da dort dann immer noch die besten Chancen auf einen Arbeitsplatz bestehen.

Abb. 1
Künftige Entwicklung der Erwerbspersonen

Künftige Dynamik der Erwerbspersonen

unter 45-Jährige | **über 45-Jährige**



Veränderung der Zahl der Erwerbspersonen von 2010 bis 2030 in %

- bis unter -30
- -30 bis unter -20
- -20 bis unter -10
- -10 bis unter -3
- -3 bis unter 3
- 3 bis unter 10
- 10 und mehr

Datenbasis:
BBSR-Erwerbspersonenprognose 2009–2030/ROP
Geometrische Grundlage: BKG, Raumordnungsregionen 2010

Der Bevölkerungsanstieg in den Großstädten wird nahezu überall getragen durch die Zuwanderung junger Haushalte (Bildungs- und Berufswanderer), die tendenziell innenstadtnahe Wohnstandorte bevorzugen. Der Nachfragedruck auf diese Kerngebiete wird zwar aufgrund von Anpassungs- und Ausweichprozessen zukünftig etwas geringer werden, in den wachsenden Städten werden die Wohnkosten aber zunehmend zu einem wichtigen Wettbewerbs- und Standortfaktor beim Zuzug von Arbeitskräften werden.

Gleichzeitig wird die Anzahl der schrumpfenden Regionen zunehmen, wobei hierzu auch Großstädte gehören, die wirtschaftlich weniger erfolgreich sind. Besonders ländlich-periphere Kreise werden stark von Schrumpfung und Alterung betroffen sein. Sie werden bis 2030 teilweise mehr als ein Fünftel der Bevölkerung verlieren und für dort ansässige Unternehmen wird es immer schwieriger werden, insbesondere höher qualifizierte Arbeitskräfte zu rekrutieren. Diese Entwicklung wird sich – etwa durch strukturpolitische Maßnahmen – mildern, aber nicht mehr rückgängig machen lassen. Der demographische Wandel droht damit, die Unterschiede zwischen wachsenden und schrumpfenden Regionen zu vertiefen.

Preisgünstiger Wohnraum wird wichtiger

Im Hinblick auf die zukünftigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – auch als wesentlicher Faktor für die Wohnungsnachfrage – spielt die Entwicklung der Wohnkaufkraft eine wichtige Rolle. Hier sind zwei Tendenzen von Bedeutung: Die sozio-ökonomische Entwicklung in Westdeutschland deutet darauf hin, dass sich Polarisierungstendenzen weiter ausprägen werden. In Ostdeutschland wird es tendenziell insgesamt zu einem Rückgang der Wohnkaufkraft kommen.

Die real verfügbaren Haushaltseinkommen in Deutschland sind – nach Rückgängen zu Beginn des letzten Jahrzehnts – zwischen 2005 und 2010 wieder leicht angestiegen, in Ostdeutschland liegt das Niveau aber weiterhin nur bei rund 80 % der westdeutschen Einkommen. Gegenwärtig gerät diese positive Entwicklung aber ins Stocken, insbesondere bei den Haushalten mit mittleren verfügbaren Einkommen.

Die Armutsquote ist in Deutschland zwischen 2005 und 2012 leicht von 14,7 % auf 15,2 % gestiegen.[4] Diese Entwicklung wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit fortsetzen, da sich in den kommenden Jahren die Zahl der armutsgefährdeten Haushalte erhöhen wird, v. a. durch einen Anstieg der Altersarmut; dieses wird zunächst insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern der Fall sein.[5]

Auch im Hinblick auf die Entwicklung der sozio-ökonomischen Strukturen werden zukünftig die Großstädte verstärkt im Fokus stehen, denn Polarisierungstendenzen und Armutsgefährdung sind dort tendenziell stärker ausgeprägt als in Deutschland insgesamt ("Großstädte als Prozessbeschleuniger"). Die Zahl der Haushalte mit geringer oder abnehmender Wohnkaufkraft wird sich damit in den kommenden Jahren sowohl in strukturschwachen, schrumpfenden Städten als auch in vielen prosperierenden, dynamischen Metropolen erhöhen. Insgesamt wird damit die Gruppe der Haushalte zunehmen, die auf preiswerteren Wohnraum angewiesen ist.

---

[4] Die Armutsquote bemisst den Anteil der Haushalte, deren Wohlstandsniveau unter 60 % des bedarfsgewichteten Medianeinkommens liegt.

[5] Seils, E. und Meyer, D (2012): Die Armut steigt und konzentriert sich in den Metropolen. In: WSI Report 08. 11/2012

In den vergangenen Jahren sind die Wohnkosten in den wirtschaftsstarken, wachsenden Städten und Ballungsräumen angestiegen, insbesondere die Metropolkerne haben überdurchschnittlich starke Steigerungen der Mieten und Immobilienpreise zu verzeichnen. Es zeigt sich dabei ein unmittelbarer empirischer Zusammenhang zwischen Bevölkerungswachstum und Preisentwicklung.[6] Auch zukünftig ist hier von einem hohen Angebotsmieten- und Kaufpreisniveau auszugehen, wenngleich die Steigerungen sich – wie bereits aktuell zu beobachten – teilweise merklich abschwächen werden.

Damit rückt in diesen dynamischen Regionen die Frage in den Vordergrund, ob es sich einzelne Gruppen zukünftig noch leisten können, hier zu wohnen. So zeigen sich bereits jetzt Tendenzen, dass einkommensschwächere bzw. armutsgefährdete Haushalte ihren Wohnstandort eher in Stadtrandlagen oder in benachteiligten Gebieten suchen müssen. Die Wohnungsversorgung für diese Gruppen wird sich zunehmend schwieriger gestalten. Es sind in den kommenden Jahren zwar keine Segregationsentwicklungen zu erwarten, wie sie etwa in Metropolen wie Paris oder London vorzufinden sind, die ökonomischen Rahmenbedingungen werden aber auch in Deutschland zu einer stärkeren sozialräumlichen Polarisierung führen.

Vor diesem Hintergrund wird sowohl in schrumpfenden als auch in wachsenden Städten und Regionen attraktiver, bezahlbarer Wohnraum zukünftig eine immer größere Bedeutung als Standort- und Wettbewerbsfaktor erhalten. Sowohl beim Neubau als auch bei der Bestandsentwicklung wird es daher unter ökonomischen Aspekten und Stadtentwicklungsgesichtspunkten noch stärker als bisher darauf ankommen, strategisch und zielgruppenorientiert vorzugehen, um die richtigen Angebote zu schaffen.

[6] Berlin-Institut (2012): Wohnen im demographischen Wandel. Berlin.

4.2
Migration und Integration – Chance und Notwendigkeit

Die demographische Entwicklung in Deutschland macht – allein schon aus ökonomischen Gründen zur Sicherung der Produktivität und des Rentensystems – eine weitere Zuwanderung in erheblichem Umfang erforderlich. Integrationspolitik wird damit auf der gesamtgesellschaftlichen Ebene, insbesondere aber auch im regionalen Kontext, immer stärker zu einem Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor. Diese Notwendigkeit findet inzwischen auch einen breiten gesellschaftlichen und politischen Konsens und hat zu einem Paradigmenwechsel im Hinblick auf die Ausländerpolitik geführt: So geht es inzwischen nicht mehr so stark darum, Defizite in der Integration zu reduzieren, sondern im positiven Sinne die vielfältigen Potenziale zu heben und zu nutzen, die aus einer guten Integration und Bildung insbesondere jüngerer Einwohner mit Migrationshintergrund resultieren können.

Diese veränderte Orientierung hat einen in gewisser Weise unerwarteten Impuls durch die seit 2011 zu beobachtende Trendwende bei den Zuzügen aus dem Ausland erfahren: Nachdem über viele Jahre (2003 bis 2010) die jährliche Zahl der Zuwanderer zwischen rund 660.000 und 800.000 lag, stieg sie 2011 auf rund 960.000 und erreichte 2012 sogar einen Wert von knapp 1,1 Millionen Personen. Eine derartige Zuwandererzahl hatte es zuletzt 1995 gegeben. Dieser Zuwachs wird wesentlich getragen durch mehr Zuzüge aus den EU-Staaten, die stark von der Finanz- und Schuldenkrise betroffen sind, so z. B. Spanien, Griechenland, Portugal und Italien.

Diese krisenbedingten Wanderungseffekte bringen es mit sich, dass in zunehmendem Maße junge, gut ausgebildete und qualifizierte Zuwanderer nach Deutschland kommen. Sie werden in gewisser Weise zum Prüfstein dafür, wie gut es insbesondere auf der lokalen Ebene gelingt, die vorhandenen Potenziale und Chancen von Zuwanderern zu nutzen. Hierbei wird die Wohnsituation eine sehr wichtige Rolle spielen. Das lokale Wohnungsangebot wird zu einem wesentlichen Pull-Faktor insbesondere für qualifizierte Zuwanderer werden.

Es ist allerdings nicht zu erwarten, dass es über das Jahr 2020 hinaus zu einer langfristigen Fortsetzung des krisenbedingten hohen Zuwanderungsniveaus kommen wird. Denn Wanderungen erfordern – vor allem durch die Freizügigkeit innerhalb der EU – immer seltener dauerhafte Entscheidungen. Ein Großteil der aktuellen Zuwanderer wird daher vermutlich nicht permanent in Deutschland bleiben. Bereits jetzt zeigt sich, dass viele EU-Migranten schon nach ein oder zwei Jahren wieder in ihre Heimatländer zurückkehren. Eine Rolle hierbei spielt sicherlich auch, dass Wirtschaft und Kommunen noch nicht genügend darauf eingestellt sind, diese Gruppen langfristig in Deutschland zu binden.

Zuwanderung wird anders

Um kontinuierlich auch über das Jahr 2020 hinaus die notwendigen hohen Zuwanderungszahlen zu erreichen, werden breit angelegte strategische Ansätze entwickelt. Dabei werden auch Zuzüge aus Nicht-EU-Ländern eine zunehmende Bedeutung haben. Damit dieses gelingt, müssen in Deutschland durch verstärkte Integrationsbestrebungen die Rahmenbedingungen geschaffen werden, zu einem attraktiven Zuwanderungsland zu werden, um gerade im Wettbewerb um hochqualifizierte Arbeitskräfte bestehen zu können – hierbei wird auch das Wohnen eine zentrale Rolle spielen. In diesem Zusammenhang wird es auch zu einer stärkeren Veränderung und Ausdifferenzierung der Wohnwünsche und -konzepte der Migranten kommen.

In Deutschland haben aktuell rund 15 Millionen Einwohner bzw. 18,9 % der Gesamtbevölkerung einen Migrationshintergrund. Weniger als die Hälfte dieser Gruppe (6,6 Millionen) hat jedoch (noch) eine ausländische Staatsangehörigkeit. Die regionale Verteilung der Personen mit Migrationshintergrund ist sehr unterschiedlich: In den westdeutschen Großstädten ab 100.000 Einwohnern schwankt der Anteil zwischen 15,8 % in Lübeck und fast 48,9 % in Offenbach am Main, Hamburg (27,5 %) und Berlin (23,9 %) liegen im Mittelfeld. In den östlichen Bundesländern liegt der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund hingegen durchweg unter 5 %, etwas höhere Werte weisen dort nur einzelne Großstädte auf (Leipzig 8 %, Dresden 7 %).

Auf den Raum kommt es an

Diese Größenordnungen verdeutlichen, dass die Migranten insbesondere in den Ballungsgebieten auch in den nächsten Jahren eine zentrale Nachfragergruppe bleiben werden, vielerorts sogar mit steigender Tendenz. Zwar ist diese Gruppe sehr heterogen und insbesondere viele Jüngere unterscheiden sich in ihren Wohnwünschen und -präferenzen kaum noch von der deutschen Bevölkerung; es bleiben aber noch zahlreiche zentrale Aspekte, die es für die Wohnungswirtschaft erforderlich machen, die Bevölkerung mit Migrationshintergrund mit spezifischem Blick in den Fokus zu nehmen.

Haushalte mit Migrationshintergrund sind insgesamt durch eine stärkere Orientierung an traditionellen Werten geprägt. Dieses äußert sich u. a. in einer stärkeren Bedeutung der Ehe – 80 % gegenüber 69 % bei Familien ohne Migrationshintergrund – und einem größeren Anteil an Familien mit drei oder mehr Kindern (15 % gegenüber 9 %). Trotz größerer Haushalte liegen die Familieneinkommen dabei aber signifikant niedriger als bei der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund. 17 % der Migrantenhaushalte sind auf Transferzahlungen angewiesen (2010) und insbesondere bei dieser Gruppe wird es zukünftig eine überdurchschnittlich hohe Altersarmut geben.[7]

Diese Strukturmerkmale spiegeln sich auch in den Wohnkonzepten wider: So ist das häusliche Wohnkonzept deutlich stärker vertreten als bei Haushalten ohne Migrationshintergrund, der Anteil der Haushalte mit funktionalem Wohnkonzept ist sogar mehr als doppelt so hoch. Ebenfalls überdurchschnittlich ausgeprägt ist das kommunikative Wohnkonzept, hier findet sich insbesondere die große Gruppe der jüngeren, urban orientierten Migranten in den Städten.

[7] Statistisches Bundesamt (2012): Familien mit Migrationshintergrund: Traditionelle Werte zählen. Wiesbaden.

Tab. 3
Verteilung der Wohnkonzepte bei Migranten und Nichtmigranten

Wohnkonzept	mit Migrationshintergrund	ohne Migrationshintergrund
konventionell	8 %	19 %
kommunikativ	21 %	14 %
häuslich	27 %	22 %
anspruchsvoll	22 %	27 %
bescheiden	13 %	14 %
funktional	9 %	4 %

Quelle:
GdW Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Insbesondere in dynamischen Wohnungsmärkten mit Nachfrageüberhängen unterliegen Haushalte mit Migrationshintergrund besonderen Risiken, von sozialen Segregations- bzw. Konzentrationsprozessen betroffen zu sein. Dieses gilt teilweise aber auch in entspannten Märkten, wo sich einkommensstärkere Haushalte aufgrund des breiten Angebots aus weniger nachgefragten Stadtteilen wegorientieren.

Gegenwärtig haben 60 % der Städte und Gemeinden sowie mehr als drei Viertel der Landkreise Sozialräume mit Integrationsdefiziten. Es gibt mehr als 550 Kommunen mit etwa 1.500 von Zuwanderung geprägten Stadtteilen, in denen sozialräumliche Segregation mit ökonomischen Problemlagen einhergeht. Fast zwei Drittel der Migranten, die über ungünstige Voraussetzungen und Chancen für Integration und Teilhabe verfügen, leben in diesen sozial benachteiligten Wohnquartieren.[8]

Insbesondere die problembehafteten Stadtquartiere erhalten daher eine immer größer werdende Bedeutung für den Verlauf und Erfolg von Integrationsprozessen. Lokale Integrationspolitik wird daher eine weitere deutliche Aufwertung erfahren ("Integration vor Ort"), bei deren Bewältigung den Wohnungsunternehmen eine wichtige Rolle zukommt.

Hierzu gehören z. B.
- eine verstärkte Mitwirkung an der Erstellung und Umsetzung stadtteil- oder quartiersbezogener Integrationskonzepte,
- die interkulturelle Qualifizierung des Personals,
- die Dämpfung von Konzentrationsprozessen durch gezielte Belegungspolitik sowie die Steuerung der Wohnsitznahme von Neuzuwanderern und Umzugswilligen durch Integrationsvereinbarungen und Lotsensysteme,
- die Beteiligung an lokalen Netzwerken,
- eine Stärkung der lokalen Partizipation, z. B. die verstärkte Einbeziehung von Migranten in Bewohnerbeiräte.

Für die Wohnungswirtschaft wird es dabei verstärkt darum gehen, Integrationsaktivitäten nicht so sehr unter dem Aspekt der "Problemlösung" zu betrachten, sondern im Sinne einer "Potenzialorientierung".

Zielgruppengerechte Angebote und Serviceleistungen für Haushalte mit Migrationshintergrund werden eine wachsende Bedeutung für die Standortqualität sowohl auf der Quartiers- als auch auf der gesamtstädtischen Ebene erhalten und auch in zunehmendem Maße zu einem wirtschaftlichen Faktor für die Wohnungswirtschaft werden.

[8] Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2012): Stand der kommunalen Integrationspolitik in Deutschland. Berlin.

4.3 Energiewende / Ökologie / Nachhaltigkeit

Energiewende zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Nur wenige Themen haben die öffentliche Diskussion in den letzten beiden Jahren so stark bestimmt wie die Energiewende und der damit verbundene fundamentale Umbau der Energieversorgung. Das ist nicht verwunderlich, denn in einer hochtechnisierten Gesellschaft sind Haushalte und Industrie stark davon abhängig in welcher Menge und zu welchem Preis Energie verfügbar ist.

Die Akzeptanz der Beschlüsse zur Energiewende ist groß: Beeindruckt von den Bildern der Atomkatastrophe in Fukushima, Japan, im März 2011 unterstützen mehr als zwei Drittel der Bevölkerung die Wende weg von der Atomkraft hin zu anderen Formen der Energiegewinnung und -versorgung. Hinzu kommt für viele Menschen die Sorge um eine unumkehrbare Veränderung des Erdklimas bei anhaltend hohem CO_2-Ausstoß, der wesentlich durch die Nutzung fossiler Energieträger verursacht wird. Gerade erneuerbare Energien – Wasser, Windkraft, Solarstrom und Erdwärme – rangieren daher in der öffentlichen Meinung weit vorn, während Öl und Kohle zunehmend skeptisch betrachtet werden.[9]

Für die Bevölkerung ist der Wunsch nach einer umweltfreundlichen und risikolosen Energieversorgung besonders wichtig. Es ist unbestritten, dass dieses Ziel durch eine Verringerung fossiler Energieträger, d. h. durch höhere Energieeffizienz, und einen forcierten Ausbau erneuerbarer Energien erreicht werden kann. Mehr und mehr muss die Gesellschaft Lösungen erarbeiten, wie die Lasten, die durch die Energiewende entstehen, gerecht verteilt werden.

Die soziale Frage der Energiewende rückt in den Fokus. Die grundsätzliche Akzeptanz der Energiewende ist eine Seite der Medaille. Die andere Seite sind die hohen Kosten als unmittelbare Folge von politischen Maßnahmen, wie die Förderung des Ausbaus erneuerbarer Energien beispielsweise bei Photovoltaikanlagen, durch die im Jahr 2013 die Umlage nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG-Umlage) für Verbraucher spürbar gestiegen ist. Ein Ende dieser Preisspirale im Strommarkt ist erst nach einer grundlegenden Reform der Fördermodalitäten zu erwarten.

[9] TNS Infratest (2012): Deutscher Energie-Kompass 2012. Eine Untersuchung von TNS Infratest im Auftrag der IG BCE. Bevölkerungs- und Unternehmensbefragung.

Der Umbau der Energieversorgung ist nicht zum Nulltarif zu haben. Das Dilemma besteht aus dem Wunsch nach ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit und der damit einhergehenden Verantwortung: Für viele Bevölkerungsgruppen, insbesondere die Bezieher niedriger Einkommen, muss Energie bezahlbar bleiben. Gerade weil die Gesellschaft so stark von Energie abhängig ist, weil sie für viele Lebensbereiche eine so große Bedeutung hat. Die Energiewende und deren Konsequenzen werden erfahrbar, wenn Haushalte Schwierigkeiten haben, ihre Strom- und Gasrechnung zu bezahlen. Energiearmut – auch wenn es für diesen Begriff in Deutschland noch keine eindeutige Definition gibt – äußert sich dadurch, dass Menschen im schlimmsten Fall ohne Heizung, ohne warmes Wasser, ohne Licht und ohne die Möglichkeit leben müssen, eine Mahlzeit zu kochen. Das ist bei rund 312.000 ausgesprochenen Stromsperren, wie die Bundesnetzagentur für das Jahr 2012 ermittelt hat, kein abstraktes Szenario, sondern Realität.[10]

27 % des Primärenergieverbrauchs werden von privaten Haushalten verursacht. Dieser Anteil macht deutlich, in welchem Maße die Bevölkerung angesichts der ambitionierten Ziele der Bundesregierung zur Verminderung der CO_2-Emissionen und dem Einsatz erneuerbarer Energieträger von der Energiewende betroffen sein wird. Es gilt, die hohe Akzeptanz in der Bevölkerung und die an eine nachhaltigere Energieversorgung geknüpften Erwartungen nutzbar zu machen, aber mit einem hohen Maß sozialer Verantwortung dafür zu sorgen, dass es keine Verlierer gibt.

Selbst bei nur moderat steigenden Energiepreisen werden viele Haushalte stärker und einige vermutlich zu stark belastet werden. Davon werden angesichts des demographischen Wandels künftig auch immer mehr Haushalte betroffen sein, die in den Ruhestand eintreten werden und deren Kaufkraft dadurch empfindlich sinken wird.

In der letzten Zeit steht bei Fragen der Energiewende der Strommarkt im Fokus der Öffentlichkeit: Aber mehr als zwei Drittel des Primärenergieverbrauchs der privaten Haushalte (einschl. Verkehr) wird im Wärmemarkt verursacht, entfällt also auf Raumheizung und Warmwasserbereitung. Die Wohnkostenbelastung wird unmittelbar davon beeinflusst. Aktuelle Verbrauchsstatistiken weisen aus, dass die privaten Haushalte dafür immer weniger Energie einsetzen: Während für Beleuchtung, den Betrieb von Haushaltsgeräten sowie für Kochen, Trocknen und Bügeln der Energieverbrauch seit 2005 nahezu konstant geblieben ist, ist der Energieverbrauch für Warmwasserbereitung und Raumheizung seit 2005 klimabereinigt um rund 12,5 % zurückgegangen.

[10] Verbraucherzentrale NRW (2012): Dossier zur Energiearmut – Energiearmut bekämpfen, Daseinsvorsorge sichern. Düsseldorf.

Tab. 4
Energieverbrauch der privaten Haushalte für Wohnen
(Angaben in Milliarden Kilowattstunden, klimabereinigt)

	2005	2008	2009	2010	2011 (vorläufig)
Beleuchtung	12	12	12	12	12
Haushaltsgeräte	56	56	56	56	57
Kochen, Trocknen, Bügeln etc.	40	41	41	40	40
Warmwasser	79	81	81	80	75
Raumwärme	509	502	496	481	440
Gesamtenergieverbrauch	696	692	686	669	624

Quelle:
Statistisches Bundesamt 2012

Das ist ein Ergebnis der bisher eingeleiteten Maßnahmen und zugleich Ausdruck eines gewachsenen Bewusstseins der Bevölkerung im Umgang mit Energie. Dennoch ist das keine Entwarnung, sondern nach wie vor gilt: Für einkommensschwächere Haushalte muss Wohnen angesichts absehbarer Energiepreissteigerungen und Belastungen durch die Energiewende erschwinglich bleiben.[11]

Daher gehören die bisher zur Umsetzung der Klima- und Energiestrategie der Bundesregierung eingesetzten Instrumente, wie die Energieeinsparverordnung (EnEV), konsequent auf den Prüfstand. Sie sind nicht nur hinsichtlich ihrer ökologischen Effekte, sondern auch im Hinblick auf die sozialgerechte Lastenverteilung und ihre Wirkungen auf die Wohnkosten zu bewerten. Wohnen muss – gerade in den wachsenden Städten, gerade für einkommensbenachteiligte Haushalte – zu einem akzeptablen Preis verfügbar sein. Dazu ist ein Mix aus vielen Maßnahmen erforderlich. Für viele Haushalte werden zur Steigerung der Energieeffizienz gering- und nichtinvestive Maßnahmen im Vordergrund stehen, weil durch aufwendige und kostenintensive bauliche Maßnahmen der energetischen Gebäudesanierung das Wohnen unverhältnismäßig teuer werden kann und weder Mieter noch Vermieter in der Lage sind, die entstehenden Lasten zu tragen.

So gerät das Wohnen immer mehr in den Fokus der Energiewende, rückt das Quartier, der Lebensraum, in dem sich Wohnen vollzieht, in den Brennpunkt der Überlegungen. Dort kann angesichts der baulichen, ökonomischen und sozialen Ausgangsbedingungen an guten, innovativen Lösungen gearbeitet werden. Auf eine dezentrale Energieversorgung ausgelegte Konzepte, wie sie derzeit erprobt werden, können eine Lösung sein, um den Spagat zwischen Klimaschutz und bezahlbarem Wohnen zu meistern. Damit wird das einzelne Gebäude in den Aufbau und die Struktur der Energieversorgung mit einbezogen und nicht mehr nur seine Verbrauchsbilanz berücksichtigt.

[11] InWIS (Hrsg.) (2011): Wege aus dem Vermieter-Mieter-Dilemma. Konzeptstudie. Im Auftrag des GdW. Bochum.

In der Koppelung von Stromversorgung und Wärmeversorgung im Quartier liegen Potenziale der Zukunft, für die es Konzepte zu entwickeln gilt, die den Möglichkeiten, aber auch den sich wandelnden Ansprüchen und Wünschen der Gesellschaft gerecht werden. Mit ihren umfangreichen Wohnungs- und Immobilienbeständen kann die Wohnungswirtschaft eine aktive Rolle in der Energiewende einnehmen. Wohnungsunternehmen können sich am Aufbau einer zukunftsfähigen und bezahlbaren Energieversorgung beteiligen: Das Quartier kann Energie freisetzen, wenn darin mehr Energie erzeugt als verbraucht wird (z. B. Blockheizkraftwerk, Speicher etc.). Wohnungsunternehmen können dabei eine Schlüsselstellung einnehmen: Sie konzentrieren sich auf die Funktion eines Energiekoordinators, mit der sie die Energiewende im Quartier moderieren, oder werden – gemeinsam mit ihren Partnern oder auch allein – zum Energieerzeuger und -lieferanten. Das eröffnet zusätzlich neue Geschäftsfelder.

Als Moderator der Energiewende im Quartier fördern sie die Forschung zur Energieeffizienz und greifen deren Ergebnisse auf, um die Versorgung mit Energie in ausreichender Menge und zu angemessenen Preisen dauerhaft sicherzustellen. Damit werden sie zum Motor des technologischen Fortschritts bei Energieeffizienztechnologien, z. B. bei Fragen der Energiespeicherung und der intelligenten Steuerung von Energie- und Stromnetzen (Smart Grids). Die Suche nach neuen intelligenten Konzepten ist noch nicht ausgereizt, wenn man beispielsweise das weltweit erste Versuchshaus mit Bioreaktorfassade – BIQ, mit Algen Energie gewinnen – in Hamburg vor Augen hat.

Ökologisches Bewusstsein findet Stadt

Die Energiewende, der Weg zu einer nachhaltigen Energieversorgung ist eines von mehreren Themen, mit dem sich Stadt- und Quartiersentwicklung zunehmend auseinandersetzen. Immer mehr wird deutlich, dass sich tradierte Gegensätze auflösen: Die urbane, dichte Stadt und das Bild von grünen Oasen der Ruhe, wie man sie im ländlichen Raum häufiger vermutet, verschmelzen miteinander. Die Stadt der Zukunft wird umweltbewusst und gesund sein.

Diese Entwicklung wird von einem zunehmenden Umweltbewusstsein der Bevölkerung forciert, wie das Bundesumweltministerium in einer Bevölkerungsbefragung ermittelt hat.[12] In der Stadt, als kreativem Zentrum mit viel Gestaltungsfreiheit und Abwechslung, entwickeln sich entlang des Megatrends "Neo-Ökologie" neue Stadtlandschaften: Während die klassische Schrebergartenkultur immer weniger Anhänger findet, wächst das Interesse an urbanen Gärten, wie beispielsweise in Zürich, wo Obst- statt Lindenbäume auf öffentlichen Flächen gepflanzt wurden. Dieses oder ähnliche Beispiele haben vielfach nur dekorativen Charakter, aber es ist auch Ausdruck eines neuen Lebens- und Gemeinschaftsgefühls.[13] Viele solche Projekte finden im öffentlichen Raum statt und sind als Gemeinschaftsprojekte konzipiert, wie beispielsweise der Rübezahl Gemeinschaftsgarten auf dem Tempelhofer-Feld oder die Konzepte für die Wohnumfeldgestaltung im Zuge der Erneuerung der Gropiusstadt, wo von privatem Anbau über Gemeinschaftsgärten bis hin zu Schülerprojekten viele Ideen realisiert werden können.[14]

---

[12] BMU (Hrsg.) (2012): Umweltbewusstsein in Deutschland. Berlin.

[13] Grossarth, J. (2013): Wenn der Bauernhof in die Stadt kommt. In: FAZ, 11.06.2013. – URL: http://www.seiten.faz-archiv.de/faz/20130611/fd2201306113903731.html [letzter Zugriff: 22.10.2013]

[14] Bauwelt, 07.2013, S. 23.

Der lokale Lebensmittelanbau in der Stadt ist ein Gegenentwurf zur kommerzialisierten auf Monokulturen und hohen Chemieeinsatz ausgelegten Landwirtschaft. Er ist eine Ergänzung zur ökologischen Landwirtschaft, der Bio-Bewegung und Ausdruck des Wunsches nach einwandfreien, gesunden Lebensmitteln; auch als Antwort auf viele Skandale der letzten Jahre. Die Stadt-Gärtner machen es vor: Sie verzichten auf Pestizide und auf künstlichen Dünger, setzen bei arbeitsintensiver Vorgehensweise weniger Wasser ein und greifen auf organische Abfälle zurück. Sie leisten einen Beitrag zu mehr Biodiversität. Damit senden sie vor allem eine klare Botschaft: Es geht doch im Einklang mit der Natur. Ob sich dieser Trend in Deutschland nur in einer Nische weiter entwickeln wird oder in ein Szenario für die autarke Versorgung von Städten mit selbst hergestellten Lebensmitteln mündet, ist noch nicht abzusehen. Aber prominente Beispiele wie aus Vancouver, Kanada, zeigen, dass damit eine neue Planungskultur begründet werden kann und Urban Farming nicht nur eine fixe Idee ist, sondern eine Geschäftsstrategie sein kann, um nachhaltige lokale und regionale Nahrungsmittelsysteme aufzubauen.[15]

Für die Stadt der Zukunft bedeutet dies, dass sie trotz hoher Urbanität als attraktiver Lebensraum grüner werden wird. Das hat Konsequenzen für die Gestaltung des Wohnumfeldes und der Wohngebäude.

Neben diesen neuen Themen setzen sich bisherige Trends fort: Eine nachhaltige, an ökologischen Grundsätzen ausgerichtete Stadtentwicklung konzentriert sich auf eine zielgerichtete Innenentwicklung und beugt damit weiterer Zersiedelung vor. Nachhaltig erneuerte Wohnsiedlungen mit umfangreichen Wohnungsbeständen und guter Infrastruktur fügen sich gut in das Bild einer gesunden Stadt ein. Sie leisten gerade in Wachstumsregionen einen wichtigen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung mit Wohnraum.

Moderne Verkehrsführungskonzepte, in denen die technischen Potenziale beispielsweise von Fahrerassistenzsystemen und der Vernetzung von Verkehrsträgern konsequent genutzt werden, gehören zum Alltag: Sie erhöhen die Effizienz des Öffentlichen Personennahverkehrs wie auch des Individualverkehrs. Dadurch entlasten sie innerstädtische Verkehrsachsen. Das Fahrrad erfährt – dank seiner Elektrifizierung – als ökologisch unbedenklich eingestuftes Verkehrsmittel größere Beachtung.

Der Weg zu einer nachhaltigen Lebensweise

Solche Trends zu Neo-Ökologie werden nicht von allen Bevölkerungsgruppen gleichermaßen getragen: Hier zeigt sich, dass gerade moderne, wachsende Lebensstilgruppen aufgeschlossener auf solche Trends reagieren als diejenigen, bei denen konservative Denkmuster vorherrschen. Traditionelle, konservative Überzeugungen äußeren sich eher durch ressourcensparendes Verhalten, weniger durch eine generelle kulturelle Haltung. Moderne Lebensstile stehen einem ökologischen Umbau der Wirtschaft aufgeschlossen gegenüber; kommt noch ein hohes Maß an Selbstentfaltung hinzu, dann ist die Innovationsbereitschaft, der Trieb, etwas Neues zu verwirklichen, sehr groß.

[15] Real Estate Foundation British Columbia (REFBC) (Hrsg.) (2013): The Urban Farming Guidebook – Planning for the Business of Growing Food in BC's Towns & Cities. Vancouver. S. 48.

Die größere gesellschaftliche Akzeptanz ist auch darauf zurückzuführen, dass Ökologie und Ökonomie nicht mehr nur als Gegensätze wahrgenommen werden: Die Bevölkerung hat erkannt, dass mit neuen ökologischen und vor allem nachhaltigen Technologien neue Arbeitsplätze geschaffen werden können. In den letzten Jahren haben sich "Green (Energy) Markets", grüne Märkte für Technologien, entwickelt, mit denen die Umwelt geschützt und eine nachhaltige, lokale Entwicklung gefördert werden kann. Mit ökologischem Hightech lässt sich Wertschöpfung generieren. In Green-Techs, beispielsweise durch den vermehrten Einsatz erneuerbarer Energien, entstehen neue, moderne Arbeitsplätze.

Viele junge Nachfrager fühlen sich verantwortlich und wollen ihren ökologischen Fußabdruck reduzieren. Dafür sind sie bereit, mehr Geld für biologisch einwandfreie Nahrungsmittel auszugeben und vorrangig ökologisch unbedenkliche Produkte zu kaufen. Sie stellen ihre Lebensweise auf den Prüfstand und besitzen einen gesunden Pragmatismus.

Nachhaltigkeit wird zum Lebensentwurf einer zumeist gut ausgebildeten, jungen Generation und wird somit Teile unserer Gesellschaft immer mehr erfassen.

5
Wohntrends 2030

Vor dem Hintergrund der in Kapitel 4 beschriebenen Entwicklung zeichnen sich Trends ab, die das Leben der Menschen bis zum Jahr 2030 deutlich verändern werden. Dabei spielen die sich rasant weiter entwickelnden Möglichkeiten des Internets eine zentrale Rolle. In Verbindung mit immer mobiler werdenden Endgeräten und intelligenten Maschinen wird sich nahezu jeder Lebensbereich verändern. Als Gegengewicht zu wachsender Mobilität und weltweiter Vernetzung wird aber die Bedeutung der Wohnung und des Quartiers steigen, als Verortung des Begriffs "Zuhause" als Ort für Sicherheit, Ruhe und Menschlichkeit. Wenn auch die übergeordneten Trends zunächst alle Nachfragergruppen betreffen, sind doch die Schwerpunktsetzungen innerhalb der einzelnen Gruppen sehr unterschiedlich.

5.1
Technik – zwischen Machbarem und Gewünschtem

Im Jahr 2030 …

… sind technische Unterstützungssysteme in nahezu allen Lebensbereichen selbstverständlich geworden. Technik macht es möglich, die Grenzen zwischen realer und virtueller Welt fließend zu gestalten. Nicht nur die Arbeitswelt, sondern auch Urlaubs- und Freizeitgestaltung des Menschen werden durch Augmented-Reality-Produkte angereichert. Sie ermöglichen es, sich in einer virtualisierbaren Umwelt gleichzeitig an realen und fiktiven Orten aufzuhalten.

Damit konzentriert sich der Mensch der Zukunft mehr auf sein unmittelbares Lebensumfeld. Für die alltägliche Mobilität nutzt er umweltgerechte, geräuscharme und energieneutrale Autos, die durch onlinebasierte, satellitengestützte Routingsysteme eigenständig zu eingegebenen Zieladressen fahren.

Auch das private Lebensumfeld wird technisierter: Roboter helfen den Menschen bei alltäglichen Haushaltsaufgaben wie Waschen, Putzen oder Kochen. In einer hoch technisierten Umwelt erkennen die Wohnräume den Gemütszustand ihrer Bewohner und reagieren darauf, indem sie das Erscheinungsbild verändern und gegen Stress oder Traurigkeit helfen können. Die Geräte zur Steuerung der Technik werden ausgefallener: Das Smartphone ist nach wie vor ein wichtiger Helfer, aber mit Brillen, die zugleich als Display und Bedieneinheit fungieren, steuert der Mensch die Geräte in seinem Umfeld mit einem Blick.

Ist-Zustand

Was Hausautomationssysteme über Jahre nicht leisten konnten, wird durch moderne Datenübertragungstechnologien und das Internet plötzlich möglich. Die Universalität, die mit dieser Technologie gewonnen wird, ist frappierend. Smartphone und Tablet, die bereits Geräte wie Radio, Fernseher, CD-/DVD-Player, Navigationssystem, Kamera und Taschenlampe abgelöst haben, sind nur noch einen Moment entfernt von der All-in-one-Steuerzentrale: Durch das "Alles-in-einem- und Überall-System" werden die Hemmschwellen, neue, bisher wenig bekannte Technologien einzusetzen, permanent gesenkt. Das Smartphone, der vertraute Begleiter vieler Menschen, eröffnet den Zugang zu immer mehr Technikoptionen in einer vernetzten Welt.

Die Grundlage für eine solche Zukunft ist heute bereits gelegt: Eine leistungsfähige Infrastruktur zur Datenübertragung. Als Informations- und Unterhaltungsmedium hat das Internet bis heute in seiner Bedeutung stetig zugenommen und bereits alle Altersgruppen als Nutzer erfasst. Lediglich unter den 60 bis 69-Jährigen und den über 70-Jährigen nutzen weniger als drei Viertel der Bevölkerung das Internet, die über 70-Jährigen sogar nur zu rund 30 %. In diesen Altersgruppen steigt der Verbreitungsgrad aber weiter an. In den jüngeren Altersgruppen, insbesondere den unter 30-Jährigen, nutzen praktisch alle das Internet.

Tab. 5
Internetnutzung nach Altersgruppen
(Angaben in %)

	14–19 Jahre	20–29 Jahre	30–39 Jahre	40–49 Jahre	50–50 Jahre	60–69 Jahre	70+ Jahre
2012	97,7	96,6	94,1	87,9	76,6	60,4	28,2
2011	97,6	97,1	94,2	86,3	75,8	57,3	24,6

Quelle:
(N)Onliner-Atlas 2012.
Basiszahlen

85 % aller deutschen Haushalte verfügen über einen Internetanschluss und 82 % über eine Breitbandverbindung. Wichtige Voraussetzung, um Angebote wie internetbasiertes Fernsehen zu etablieren, die Datenleitungen aber auch für weitere Anwendungen zu öffnen. Die im Rahmen der vorliegenden Studie durchgeführte Befragung bestätigt diese Zahlen: Für circa 75 % der unter 45-Jährigen gehört eine schnelle Internetverbindung zur Standardausstattung ihrer Wohnung und weitere 18 % wären bereit, dafür eine höhere Miete zu bezahlen[16].

Die Entwicklung schreitet dabei rasant voran: Seit 2006 wurde die Internet-Verfügbarkeit von 34 % auf den heutigen Wert gesteigert.[17] Diese Entwicklung geht einher mit der zunehmenden Diversität der Nutzung, denn längst übernimmt es im Alltag der Deutschen weitaus mehr Aufgaben, als zu informieren oder zu unterhalten. Das Internet ist die technologische Basis für weitreichende Kommunikation und Vernetzung: zwischen Ländern, Unternehmen oder Menschen, aber auch zwischen unterschiedlichsten Maschinen und Geräten. Mit dem neuen Internet-Adressraum IPv6 (Internet Protocol Version 6) wird die Voraussetzung geschaffen, dass auch Haushaltsgeräte oder Pkw mit eigener Adresse in das Internet eingebunden und angesprochen werden können.

[16] GdW Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

[17] Eurostat (Hrsg.) (2012): Pressemitteilung – Internetzugang und Nutzung im Jahr 2012. – URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-18122012-AP/DE/4-18122012-AP-DE.PDF (Stand: 18.12.2012) [Zugriff: 06.08.2013]

Kommunikation und Universalität sind die Stärken des Internets

Kommunikation ist eine wichtige Grundlage des Internets: Aus diesem Grund sind die Verwendung von Mailing- und Messagingdiensten sowie sozialen Netzwerken, neben der Informations- und Unterhaltungsfunktion, für viele Menschen bereits geregelter Bestandteil des Alltags. Von Vorteil ist, dass die unterschiedlichen Endgeräte – PC, Laptop, Smartphone und Tablet – größtenteils plattformübergreifend kompatibel sind. Private und kommerzielle Entwickler generieren immer neue Applikationen, mit denen die manuell gesteuerte, aber auch die automatisierte Interaktion zwischen Geräten stetig verbessert wird.

Heute schon können heimische Geräte angesteuert sowie Informationen aus der Wohnung/dem Haus heraus und hinein gesendet werden. Umso mehr verwundert es, dass viele Dienstleistungen und Technologien, die Komfort und Alltagsunterstützung bieten oder den Energieverbrauch kontrollieren und steuern helfen, noch nicht den technischen Möglichkeiten entsprechend angeboten und eingesetzt werden. Das wird sich aber in Zukunft deutlich ändern.

Denn auch heute gibt es viele Beispiele technikintegrierter Dienstleistungen: In den europäischen Haushalten sind Schätzungen zufolge bereits knapp neun Millionen Saugroboter aktiv[18]. Sie sind längst nicht mehr als Innovation anzusehen. Saug- und Wischroboter sind in der Lage, voll automatisiert Böden zu reinigen, ganz gleich, ob sich Personen im Raum aufhalten oder nicht. So unterstützen sie ihren Besitzer wirksam und verschaffen ihm mehr Zeit für andere Dinge. Schon heute sind die Kosten für diese Roboter überschaubar. Die Technologie gilt als ausgereift und die Massenproduktion führt zu niedrigen Produktpreisen, sodass der Einsatz für breite Bevölkerungsgruppen erschwinglich wird.[19]

Für die Bedienung wird heute das Smartphone oder das Tablet eingesetzt. Als Multimedia-Geräte mit Internetzugang haben sie über sogenannte Remoteapplikationen von überall aus Zugriff auf Geräte in der Wohnung oder dem Haus und können diese bedienen. Davon werden mehr und mehr Lebensbereiche erfasst: So bietet der Pay-TV-Anbieter SKY einen mobilen Zusatzdienst an, mit dem ein Aufnahmebefehl an den heimischen Festplattenreceiver gesendet wird, um die Aufnahme sofort oder zu einer gewünschten Zeit zu starten und das ausgewählte Programm auf der lokalen Festplatte zu speichern.[20]

---

[18] Richter, M. (2012): Haushaltsroboter – Elektrische Helfer des Alltags. – URL: https://magazin.betreut.de/haushaltsroboter-558 (Stand: 04.07.2012) [letzter Zugriff: 05.08.2013]

[19] Johnson, A.R. (2013): Why Robot Vacuums Are Here to Stay. – URL: http://robot-vacuum-review.toptenreviews.com/robot-vacuums-fad-or-here-to-stay-.html (Stand: 2013) [letzter Zugriff: 06.08.2013]

[20] Schamberg, J. (2013): Sky Guide für Sky Go: Aufnahmen von unterwegs programmieren. – URL: http://www.onlinekosten.de/news/artikel/51650/0/Sky-Guide-fuer-Sky-Go-Aufnahmen-von-unterwegs-programmieren (Stand: 21.02.2013) [letzter Zugriff: 06.08.2013]

Schon heute finden sich in deutschen Haushalten viele technikintegrierte Systeme, die unterschiedliche Arbeitsaufgaben übernehmen: Programmierbare und vernetzte Heiz-, Lüftungs- oder Beleuchtungssteuerungen sind nicht mehr nur technische Spielerei, sondern auch energieeffizienzsteigernd. 46 % der häuslichen und ca. 42 % der anspruchsvollen Haushalte setzen energieeffizienzsteigernde Systeme bereits voraus, wie die telefonische Befragung zeigt. Darüber hinaus zeigen diese beiden Wohnkonzepte auch eine gesteigerte Bereitschaft gegenüber den anderen, für solche Systeme mehr Geld zu bezahlen (häusliche 32 %; anspruchsvolle 33 %).[21]

Schon heute ist es kein Problem mehr, Lampen mit drahtloser Netzwerktechnologie auszustatten und damit digital bedienbar zu machen. Künftig dienen LED-Lampen selbst innerhalb eines Raumes als Infrastruktur für Datenübermittlung. Voraussetzung ist eine "Sichtverbindung" zwischen Sender und Empfänger. So zeigt das Heinrich Hertz Institut in Berlin die Übertragung hochauflösender Videos per Licht über LED. Derzeit scheinen Geschwindigkeiten bis 1 Gigabit/s möglich.

Die Möglichkeit, die technischen Systeme leicht und auch von unterwegs aus bedienen zu können, steigert zusätzlich die Attraktivität. Bereits jetzt gibt es Tools, die andeuten, welche Potenziale in einem technisierten Umfeld stecken: Die sogenannte Geolocation-App *tado*, die bereits 2011 in den Markt eingeführt wurde, misst die Entfernung des Nutzers von seinem Zuhause. Per Internet sendet die Applikation diese Informationen an eine in der Wohnung installierte und mit dem Heizungssystem verbundene Box, die das Heizungssystem bei Abwesenheit reguliert. Damit können laut Herstellerangaben bis zu 30 % Energiekosten eingespart werden.[22] Neben einer herkömmlichen zeitgesteuerten Heizungsprogrammierung sowie der Aufzeichnung und Aufbereitung von Verbrauchsstatistiken erfasst tado die individuellen Bedürfnisse seiner Nutzer und passt sich deren Tagesabläufen an.

Noch gibt es Vorbehalte, die aktuell gegen eine Zunahme stark technikintegrierter Wohnmodelle (z. B. Smart Houses) sprechen. Dazu zählen u. a. die Anschaffungskosten, der Installationsaufwand und das daraus entstehende Abhängigkeitsverhältnis.[23] Darüber hinaus spielen immer mehr auch Sicherheitsbedenken in diesem Zusammenhang eine Rolle.[24] Das Thema Datenmissbrauch sorgt vermehrt für Angst innerhalb der deutschen Bevölkerung: 79 % machen sich einer Umfrage nach Sorgen um Datenmissbrauch.[25] Aufgrund einer Sensibilisierung der Gesellschaft für diese Thematik sowie aufgrund jüngster Ereignisse, wie den NSA-Skandal, darf die Datensicherheit und die persönliche Freiheit der Menschen bei der Entwicklung und Integration von technischen Systemen nicht vernachlässigt werden. Im Gegenteil: datenschutzrechtliche Fragen müssen berücksichtigt werden.

---

[21] GdW Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

[22] Tado (Hrsg.) (2013): tado – your heating just got smart. – URL: http://www.tado.com/de/home.html (Stand: 06.08.2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[23] Gellenbeck, K. et al. (2012): ProMoTec – Handlungsleitfaden "Technikintegrierte Dienstleistungen". – URL: https://www.fh-muenster.de/fb8/downloads/gellenbeck_2012/Handlungleitfaden_Promotec.pdf (Stand: 2012) [letzter Zugriff: 06.08.2013]

[24] Digitalcourage e.V. (2013): Freiheit statt Angst. – URL: http://blog.freiheitstattangst.de/ (Stand: 07.09.2013) [letzter Zugriff: 16.09.2013]

[25] Statista (2013): Wie sehr beunruhigt Sie das Thema Datenmissbrauch, wie sehr machen Sie sich persönlich darüber Sorgen, dass persönliche Daten von ihnen missbraucht werden könnten? – URL: http://de.statista.com/statistik/daten/studie/164835/umfrage/angst-vor-datenmissbrauch/ (Stand: 2013) [letzter Zugriff: 16.09.2013]

Was ist in Zukunft zu erwarten?

Zukünftig sind leistungsstarke und kleine Mikroelektronikprodukte jederzeit und von überall bedienbar und übernehmen viele Alltagsaufgaben der Menschen. Aufbauend auf einer dynamischen und hochleistungsfähigen Infrastruktur für Datenübertragung, werden Informationen aus unterschiedlichen Quellen automatisch generiert und vernetzt. Smarte Endgeräte sind in der Lage, diese in Echtzeit und individualisiert zu verarbeiten und unterstützen so die Menschen bei den Abläufen ihres täglichen Lebens.

Die Menschen werden zukünftig noch mehr als heute drahtlose Internetzugänge nutzen. Die leistungsfähigsten Internetzugänge in Wohngebäuden bleiben jedoch kabelgebunden und bilden zudem die Basis für extrem schnelle lokale, drahtlose Internetzugänge (WLAN). Glasfasernetze, die schon heute nah an die Gebäude reichen, werden sukzessive in den Wohngebäuden die derzeitigen Telefon- und Kabelfernsehnetze ersetzen. Gleichzeitig werden im Wohnumfeld und in Städten die drahtlosen Zugänge über City-WLAN und auch überregional über Mobilfunktechniken, wie das heutige LTE und Satellitentechniken, hoch leistungsfähig. Auch ländliche Regionen werden zunehmend mit Glasfaserkabeln erschlossen. Zusammen mit modernen drahtlosen Internetzugängen werden das derzeitige massive Stadt-Land-Gefälle bei der Breitbandverfügbarkeit minimiert und die Ansiedlung von Unternehmen in ländlichen Regionen nachhaltig gefördert.

Die Menschen werden die technischen Weiterentwicklungen effektiver und intensiver nutzen als bisher. Infrastrukturelle Barrieren werden weiter abgebaut. Gesamtwirtschaftlich gesehen wird die Automatisierung des Straßenverkehrs beispielsweise knapp 300.000 Arbeitsstunden in der deutschen Bevölkerung verfügbar machen, die bisher in Staus mehr oder weniger verloren gehen[26]. Selbstfahrende Fahrzeuge verhindern oder minimieren Staus als lästige Zeitfresser und optimieren gleichzeitig logistische Abläufe des Warentransports und der Güterproduktion.

Geschäfte, die (zumindest im Internet) 24 Stunden geöffnet sind, erlauben den Menschen auch weiterhin ein flexibleres Konsumverhalten, über Arbeits- und Öffnungszeiten hinaus. Unter Berücksichtigung v. a. des demographischen Wandels ist zukünftig eine erhebliche Bedarfssteigerung solcher technisch verknüpfter Dienstleistungen auf Abruf zu erwarten. Roboter übernehmen große Anteile der Hausarbeit, alle wichtigen Dienstleistungen sind mobil und individuell abrufbar. Für Wohnraum kommt damit ein Merkmal hinzu: Die Optionalität, d. h. die Möglichkeit, Technologien und technikintegrierte Dienstleistungen bei Bedarf nutzen zu können, aber nicht nutzen zu müssen. Je mehr Angebote und Möglichkeiten von der Wohnung aus verfügbar sind, desto nachgefragter wird ein solcher Wohnraum sein. Das korrespondiert mit der Sharing-Bewegung: Menschen definieren sich zukünftig immer weniger über Besitz, die Möglichkeit des Zugangs und der Nutzung von Dingen wird wichtiger.

[26] Byczkowski, T. (2013): Computer am Steuer. – In: die Zeit Online (Hrsg.) – Mobilität. – URL: http://www.zeit.de/zeit-wissen/2013/03/autonomes-auto-google-fahrzeugindustrie (Stand: 26.04.2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

Daher ist damit zu rechnen, dass es in den Bereichen, in denen Technik sowie technikintegrierte Dienstleistungen verfügbar sind, zu einer deutlich stärkeren Nutzung solcher Technologien kommen wird, wie beispielsweise in den Feldern:

- Haushalt (Alltagsunterstützung/-erleichterung)
- Service (Handwerk, Einkaufen, Transport, Post, etc.)
- Pflege und Gesundheit
- Familie und soziale Netzwerke
- Unterhaltung und Kommunikation
- Kosten-/Ressourceneinsparung

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Die technischen Möglichkeiten der Zukunft sind grundsätzlich für alle Nachfragergruppen relevant, müssen jedoch angesichts individueller Bedürfnisse von Haushalt zu Haushalt differenziert betrachtet werden. Je nach finanziellen Möglichkeiten, Wohnsituation und Interessen sind Kombinationen oder nur einzelne Aspekte relevant. Die Wohnkonzepte artikulieren sehr unterschiedliche Bedarfe nach weiteren Technologien. Es gibt dabei auch Konzepte, die den Markt fördern können: Das Europa Konsumbarometer 2013[27] hat beispielsweise den Trend der Gruppenkäufe beobachtet. Selbst hochwertige und dementsprechend teure Produkte können durch gemeinschaftliche Finanzierungsmodelle früher realisiert werden.

Konventionelle Haushalte sind auch zukünftig aufgeschlossen gegenüber technischen Erleichterungen. Neben den klassischen Wünschen nach seniorengerechter Ausstattung zur Prävention, Pflege oder Rehabilitation, können Angebote zur automatisierten Reinigung und Versorgung besonders relevant sein. Die Integration möglichst vieler Dienstleistungsoptionen in einem einfach bedienbaren Endgerät ist wünschenswert und vorteilhaft. Bereits existierende technische Angebote wie Hausnotrufsysteme, Telemonitoring oder Homecare können optimiert und zusammengefasst werden. Je einfacher und nützlicher ein Produkt ist, desto attraktiver ist es auch in der Anschaffung für diese eher konservative Gruppe.

Hohen Anschaffungskosten kann durch Mietmodelle oder durch gemeinschaftliche Finanzierungsmodelle begegnet werden. So könnten sich beispielsweise mehrere Mieterparteien einen Haushaltsroboter teilen, der vom Vermieter angeschafft wird. Der Nutzungsplan ist online einsehbar, die Abstimmung über die Nutzung erfolgt durch die Mieter selbst.

Kommunikative Wohnkonzepte zeichnen sich durch hohe Affinität zu Informationsbeschaffungsmöglichkeiten, Kommunikation und sozialer Netzwerkbildung aus. Die Nutzung von Unterhaltungselektronik und technische Unterstützung bei Alltagsaufgaben sind wesentlich. Zwar liegen beide Aspekte nicht von vornherein im Aufgabenbereich von Wohnungsunternehmen, doch kooperative Geschäftsmodelle mit Dienstleistern oder Technikanbietern können zu zeitgemäßen Wohnangeboten mit vernetzter Unterhaltungselektronik führen. Auch diese Gruppe wird grundsätzlich eher an "Konsum ohne Besitz" interessiert sein, weswegen diese Nachfragergruppe ein hohes Interesse an gemeinschaftlichen Technikzugängen besitzt. Hierzu könnten sich internetbasierte Plattformen, wie ein "digitales schwarzes Brett" eignen, um hausgemeinschaftliche Fragen diskutieren und klären zu können.

---

[27] Commerz Finanz GmbH (Hrsg.) (2013): Europa Konsumbarometer 2013. – URL: http://www.ce-electro.de/mediathek.html (Stand: 17.4.2013) [letzter Zugriff: 05.08.2013]

Für häusliche Wohnkonzepte rücken hingegen andere technische Systeme in den Fokus des Interesses, die auf Sicherheit, Komfort und Energieeinsparung ausgerichtet sind. Besonders der Vernetzung verschiedener Funktionen innerhalb eines Bediensystems sollte Beachtung geschenkt werden. Alarm- und Überwachungssysteme können mit automatisierten Heiz-, Lüftungs- und Beleuchtungssystemen verknüpft werden, um die Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen. Darüber hinaus könnte ein solches System besser auf das Mieterverhalten abgestimmt werden und somit weitere Energieeinsparungen bewirken.

Anspruchsvolle Haushalte besitzen – neben den häuslichen – die zweithöchste Technikaffinität. Diese Haushalte werden einerseits von ihren eigenen Ansprüchen getrieben, zugleich wollen sie den Alltag optimieren. Energieeffizienzsteigernde Technikprodukte sowie solche, die dem Komfort und der Entspannung dienen, stehen im Vordergrund. Dabei spielen Individualisierbarkeit und auch Ausdruck des Status eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Bedingt durch die gute Vermögens- und Einkommenssituation dieser Haushalte sind über einfache Standards hinausgehende Technologien finanzierbar.

5.2
Die 25-Stunden-Gesellschaft

Im Jahr 2030 …

… werden wir in einer immer anspruchsvoller werdenden Gesellschaft leben, die rund um die Uhr sowohl arbeiten als auch genießen möchte. Wohnungsunternehmen haben Angebote geschaffen, die helfen sowohl die Möglichkeiten von Arbeit und Freizeit zu nutzen als auch einen Ausgleich für zunehmend gestresste Menschen zu schaffen: zentrale Lagen, freies WLAN in allen Außenbereichen, aber auch abgetrennte Ruhezonen in der Wohnung und in den Wohnanlagen gehören dazu. Wohnanlagen der Zukunft werden beides sein: Orte des Arbeitens und Orte des Innehaltens.

Wachsende Belastung in der Arbeitswelt

"Stress vermeiden und abbauen" stand zum Jahreswechsel 2013 an erster Stelle der guten Vorsätze der Deutschen für das neue Jahr[28]. Insgesamt 59 % der über 3.000 Befragten der Forsa Familienstudie 2012 äußerten diesen Wunsch, gefolgt von dem Ziel, "mehr Zeit für Familie und Freunde" zu haben (52 %).

Der Psychologe Stephan Grünewald diagnostiziert auf Basis von mehr als 10.000 tiefenpsychologischen Interviews, dass wir in einer "erschöpften Gesellschaft" leben, die durch eine Überbetriebsamkeit sowohl bei der Arbeit als auch in der Freizeit gekennzeichnet ist.[29]

In einer Gesellschaft, die auf mehr technische Hilfsmittel zur Bewältigung ihres Lebens zurückgreifen kann als je zuvor, kommen die Menschen nicht zur Ruhe. Tatsächlich ist das Zusammenleben in wachsendem Maß von Stress und psychischer Belastung beeinträchtigt. Verschiedene Ursachen tragen dazu bei und ein Rückgang ist nicht zu erwarten.

[28] Forsa-Familienstudie 2012, Vorsätze 2013 in Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung 31.03.2013

[29] Grünewald, S. (2013): Die erschöpfte Gesellschaft. Warum Deutschland neu träumen muss. Campus Verlag. Frankfurt.

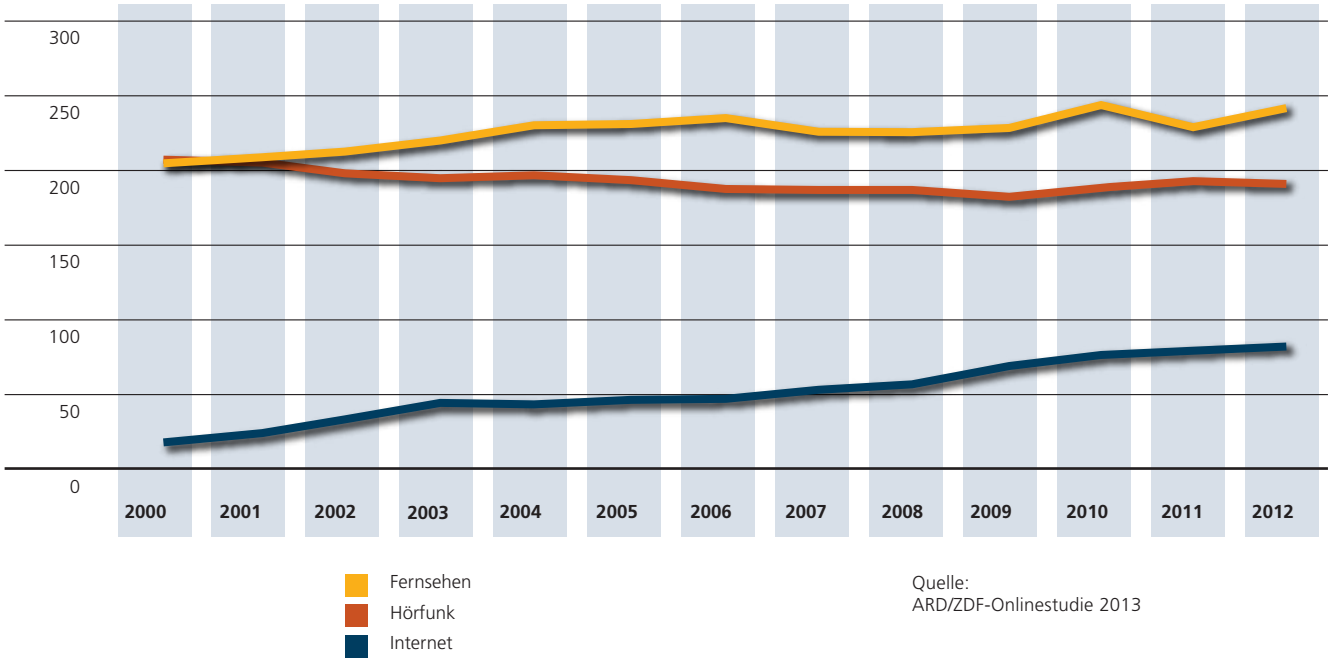
Eine wesentliche Ursache des wachsenden Stresses ist durch die Veränderung der Arbeitswelt bedingt. Immer mehr Leistungsangebote rund um die Uhr und der Wunsch nach permanenter Verfügbarkeit bringen deutliche Veränderungen der Arbeitszeiten mit sich. Im Jahr 2011 arbeitete jeder vierte Beschäftigte (8,9 Millionen insgesamt) ständig oder regelmäßig am Wochenende. Sechs Millionen waren im Schichtdienst tätig und 3,3 Millionen arbeiteten in der Nachtschicht, also zwischen 23 und sechs Uhr[30]. Die Zahl derjenigen, die regelmäßig mehr als 48 Stunden die Woche arbeiten, lag bei 1,92 Millionen. Diese Werte sind in den letzten Jahren deutlich und stetig angestiegen.

Die Menschen arbeiten nicht nur mehr und intensiver, sie arbeiten auch zu jeweils anderen Zeiten. Ein gesellschaftlicher Konsens über gemeinsame Frei- und Arbeitszeiten ist nicht mehr herstellbar. Dementsprechend unterschiedlich sind auch die Tagesabläufe. Während für den einen am Wochenende um 13 Uhr die Mittagsruhe beginnt, beendet der andere gerade das Frühstück. Konflikte zwischen Nachbarn sind geradezu vorprogrammiert.

Freizeitgestaltung wird ausgedehnt

Immer häufiger wird die Arbeit in der Freizeit fortgesetzt, mit nach Hause genommen oder werden Mails in der Freizeit beantwortet. Bisweilen unterscheiden sich Berufs- und Freizeittätigkeiten kaum noch, wenn beides am PC stattfindet. Gleichzeitig wächst die Zahl der Freizeitangebote rund um die Uhr. Dazu gehören z. B. Fitnesscenter, die 24 Stunden geöffnet haben. Einkaufen bis in die späten Abendstunden ist vielfach schon normal. In neun Bundesländern erlauben die gesetzlichen Öffnungszeiten wochentags den Einkauf von null bis 24 Uhr. Nur der Sonntag bleibt bisher einheitlich ausgespart.

Abb. 2
Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet 2000 bis 2012 Erwachsene ab 14 Jahren
in Minuten/Woche



Quelle:
ARD/ZDF-Onlinestudie 2013

[30] Spiegel Online 18.02.2013 Schichtdienste: Immer mehr Deutsche arbeiten am Wochenende oder nachts - URL http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/immer-mehr-arbeiten-am-wochenende-oder-nachts-a-883957.html [letzter Zugriff: 22.10.2013]

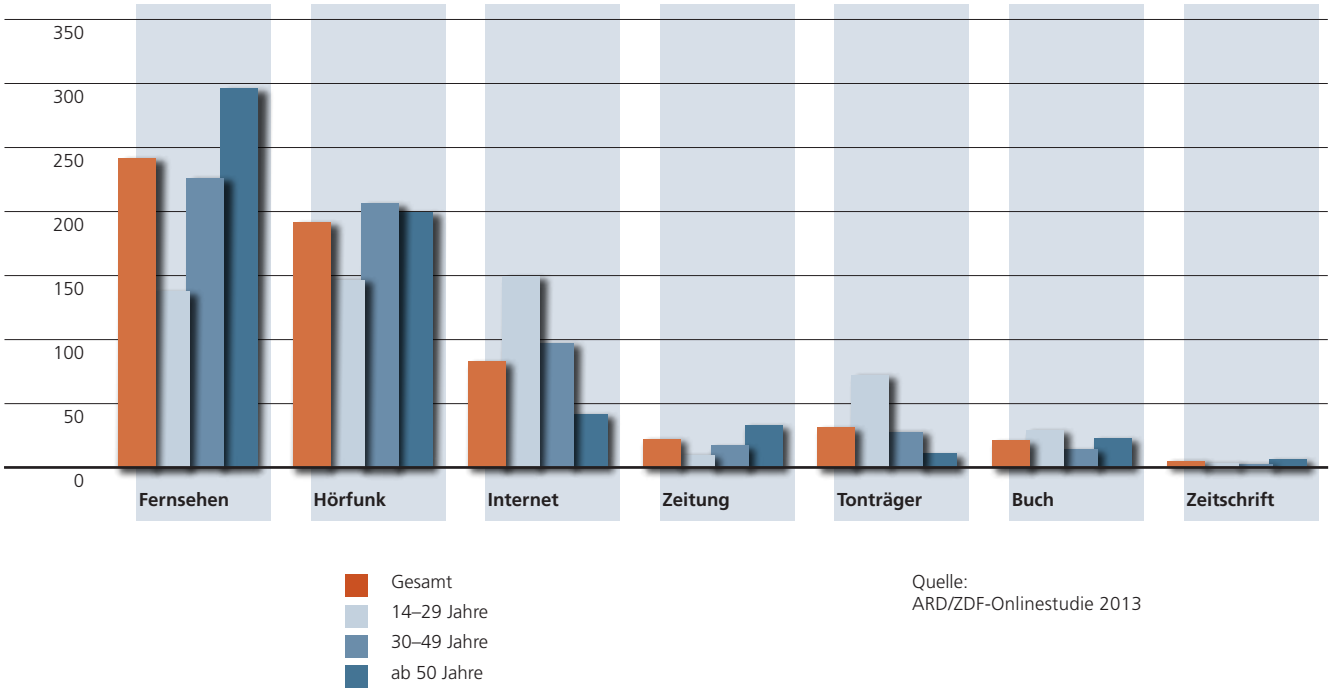
Auch Dienstleistungen werden zeitlich weiter ausgedehnt angeboten. Inzwischen gibt es Zahnarztpraxen die 365 Tage im Jahr geöffnet haben und von sieben bis 21 Uhr ihren Service anbieten. Damit Eltern auch bei ausgedehnten oder wechselnden Arbeitszeiten ihre Kinder betreuen lassen können, bieten erste Kitas eine 24-Stunden-Betreuung an.

Mediennutzung nimmt zu

Im Internet besteht die Möglichkeit, sich virtuell rund um die Uhr mit anderen auszutauschen und zu unterhalten oder zu shoppen und Informationen einzuholen. Fernsehen "on demand" und immer umfangreicher werdende Podcast-Angebote führen dazu, dass keine Sendung mehr verpasst werden muss. Der Anteil der Internetnutzer steigt auch weiterhin an. Konkrete Zahlen finden sich dazu in Kapitel 5.1 "Technik – zwischen Machbarem und Gewünschtem".

Mit Fernsehen und Internet alleine verbringt jeder Deutsche heute im Durchschnitt schon 5,4 Stunden pro Tag. Wobei sich der Anteil bei den jüngeren Altersgruppen zugunsten des Internets verschiebt. Die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen nutzt im Durchschnitt 2,5 Stunden pro Tag das Internet. Dieses wird ebenso zunehmend beispielsweise für das Streamen (Herunterladen) von Filmen genutzt werden. Auch die Gruppe der über 50-Jährigen nutzt heute bereits im Durchschnitt 40 Minuten am Tag das Internet.[31]

Abb. 3
Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2012 nach Altersgruppen
in Minuten/Tag



Quelle:
ARD/ZDF-Onlinestudie 2013

[31] ARD/ZDF-Onlinestudie (2013) – URL: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de [letzter Zugriff 17.10.2013]

Der PC und das Notebook sind die wesentlichen Endgeräte, mit denen das Internet genutzt wird. Die mobile Internetnutzung wird in Zukunft stark an Bedeutung gewinnen. Sie hat sich in den letzten drei Jahren bereits mehr als verdoppelt (2009: 11 %; 2012: 23 %). Dabei werden Tablets und Smartphones ergänzend zu PC und Notebook genutzt. Bereits 13 % der Fernsehzuschauer reicht das Fernsehen allein schon heute nicht mehr aus. Sie nutzen gelegentlich neben dem Fernsehen den "Second Screen" des Smartphones, des Tablets oder des Laptops.

Smartphones sind heute bei den unter 30-Jährigen besonders beliebt, sie werden von ihnen schwerpunktmäßig zur Nutzung sozialer Netzwerke eingesetzt. Tablets, die inzwischen in 27 % der deutschen Haushalte vorhanden sind, werden überwiegend von den 30- bis 49-Jährigen genutzt, wobei die Beantwortung von Mails und das Aufrufen von Internetseiten im Vordergrund stehen. Zukünftig wird auch weiterhin eine deutliche Zunahme von mobilen Geräten erwartet. Durch eine immer intensivere Nutzung, u. a. weil immer mehr Nachrichten abgerufen werden, werden die Menschen laufend mit mehr Informationen konfrontiert. Immer mehr Konzepte gehen von einer Vorselektion durch die elektronischen Begleiter aus. Das Smartphone speichert beispielsweise, dass sein Besitzer gern italienisch isst und informiert ihn über alle italienischen Restaurants in der Umgebung mit einer guten Bewertung.

Mehr Auswahl – weniger Muße

Permanent nutzbare Freizeitangebote, ob vor Ort oder online, machen die Auswahl schwer. "Multioptionalität" bezeichnet die Qual des modernen Menschen, der auf keines der vielen attraktiven Angebote verzichten möchte. Umfangreiche Angebote einerseits und eine permanente Erreichbarkeit per Handy, Mail oder SMS andererseits belasten viele Menschen aber auch und lassen sie weniger zur Ruhe kommen. Einerseits besteht der Wunsch nach einem immer besseren und umfangreicheren Angebot, andererseits suchen immer mehr Menschen nach einem Ausgleich.

"Schlaflose Gesellschaft" war der Titel eines Symposiums der deutschen Gesellschaft für Psychiatrie, Psychotherapie und Nervenheilkunde im Jahr 2010 in Berlin. Sie beobachtete einen wachsenden Schlafmangel, denn in den letzten 20 Jahren hat die Menge des Schlafs eines Erwachsenen in der westlichen Welt um eine Stunde abgenommen. Die Experten stellten fest, dass im hektischen Alltag heute viele Menschen zu wenig Schlaf bekommen, mit fatalen Auswirkungen auf Leistungsfähigkeit und Gesundheit. Unter anderem wird die Zunahme einiger psychischer Erkrankungen (wie z. B. ADHS oder Burn-out) mit dem unzureichenden Schlaf in Zusammenhang gebracht.

Viele Menschen fühlen sich belastet und suchen nach Ruhe. Die Folgen zeigen sich u. a. in einem wachsenden Angebot an Ratgebern. Titel wie "Weniger ist mehr" oder "Muße. Vom Glück des Nichtstuns" finden sich in dieser Rubrik. Volkshochschulen führen Achtsamkeitsseminare und Entschleunigungskurse durch, Hotels bieten "Do Nothing-" und Wellnesswochenenden an.

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Die 25-Stunden-Gesellschaft hat Auswirkungen auf die Wohnpräferenzen von Mietern und beeinflusst maßgeblich das Zusammenleben in den Quartieren in sehr unterschiedlicher Hinsicht. Steigende Erwartungen an Service- und Dienstleistungsqualitäten sind die Folge. Auch das Zusammenleben der Hausgemeinschaften bleibt nicht von den Auswirkungen der Beschleunigungsgesellschaft verschont.

Online-Service

Leben in immer höheren Taktfrequenzen bringt auch eine höhere Erwartung an Erreichbarkeit und Service des Vermieters mit sich. "Mit möglichst geringem Aufwand die notwendigen Informationen erhalten und zwar dann, wenn ich es möchte" wird die Devise sein. Entsprechend wird die Onlinekommunikation mit dem Vermieter zur zentralen Kontaktform: Informationen über anstehende Termine, wichtige Veränderungen im Wohnquartier oder auch individuelle Abrechnungen werden über das Online-Portal im Internet oder eine App erfolgen. Damit kann sich der Mieter zeit- und ortsunabhängig informieren. Schadensmeldungen können rund um die Uhr abgegeben werden. Sie werden kurzfristig beantwortet. Den Status der jeweiligen Umsetzung kann der Mieter online nachverfolgen.

Attraktivität zentraler Lagen

Kurze Wege, eine gut ausgebaute Infrastruktur und ein umfassendes Freizeitangebot machen das Leben in den Städten so attraktiv. Leben in innerstädtischer Lage heißt: die Kita auf dem Weg zur Arbeit, den Park um die Ecke und Einkaufen auf dem Nachhauseweg. Der Kontrollbesuch beim Zahnarzt findet noch vor der Arbeit statt und der Fitnessclub um die Ecke ermöglicht das Training noch am späten Abend. Letztendlich können viele Aktivitäten so mit optimiertem Zeitaufwand erledigt werden. Leben in zentralen Lagen verspricht eine bessere Ausnutzung der Lebenszeit.

Das Leben in den Städten wird zum High Speed Leben. Dies ist besonders für die kommunikativen und die anspruchsvollen Wohnkonzepte sehr attraktiv. Sie werden solche Quartiere in den Städten suchen, in denen sie die besten Voraussetzungen dafür finden.

Wesentliche Merkmale dieser Quartiere sind:
- sehr gute Infrastruktur
- guter ÖPNV-Anschluss
- Möglichkeiten der Fahrradnutzung
- grüne Inseln im Außenbereich.

Das Wohnumfeld wird zum Dritten Ort

Die Attraktivität des Wohnens wird durch eine attraktive Gestaltung des Wohnumfelds gefördert. Hierbei geht es nicht nur um die Erreichbarkeit oder um gute Abstellmöglichkeiten. Vielmehr steht die Aufenthaltsqualität im Vordergrund. Das Wohnumfeld wird so gestaltet, dass es sowohl für den internetaffinen Bewohner als auch für den Ruhesuchenden attraktiv ist. Damit wird das Wohnumfeld zum dritten Ort.

Dritte Orte sind Plätze, die neben Wohnung (Erster Ort) und Arbeitsplatz (Zweiter Ort) attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten und Treffpunkte bilden.[32] Sie werten das Wohnquartier auf. Sie sind schnell zu erreichen und ermöglichen bei gutem Wetter einen Aufenthalt im Freien.

---

[32] "Der dritte Ort" (Third Place) ist ein Fachausdruck der Soziologie. Ray Oldenburg definiert "Third Places" als "informal public gathering places" (The Great Good Place, 1999), die neben dem eigenen Heim (dem "Ersten Ort") und dem Arbeitsplatz (dem "Zweiten Ort") von großer Bedeutung für das Funktionieren einer Gesellschaft sind. Als "homes away from home where unrelated people relate" bieten Dritte Orte jedem die Möglichkeit, mit anderen auf ungezwungene Weise Zeit zu verbringen, ganz ohne spezifischen oder offensichtlichen Grund. Auf diese Weise ermöglichen sie "a vital informal public life". (Quelle: http://www.tural.de/dritter-ort)

Dritte Orte werden zu Treffpunkten und fördern das Zusammenkommen von Nachbarn und Freunden. Damit wirken sie einer zunehmenden Anonymisierung der Nachbarschaften entgegen.

Voraussetzung dafür ist, dass sie Sitzmöglichkeiten und geschützte Bereiche aufweisen. Menschen müssen sich in diesem Umfeld wohlfühlen. Die "Möblierung" und Gestaltung sollte qualitativ hochwertig und mit natürlichen Materialien erfolgen. Dadurch wird eine beruhigende Ausstrahlung gefördert und gleichzeitig Vandalismus vorgebeugt.

Dritte Orte im Wohnumfeld dienen beidem: der Teilhabe und der Entspannung. Besondere Attraktivität erhalten sie, indem sie mit WLAN ausgestattet werden. Daneben sollte es jedoch auch solche Bereiche geben, die eine Auszeit ermöglichen und die der reinen Erholung dienen.

Nachbarschaft und Hausordnung

Je heterogener eine Gesellschaft ist, desto größer ist die Gefahr von Konflikten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass unterschiedliche Lebensmodelle und Wertesysteme aufeinandertreffen. Schon die eingangs beschriebenen Veränderungen in der Arbeitswelt bringen erhebliche Veränderungen in den Tagesabläufen mit sich. Während die einen ihre Freizeit genießen, gehen andere der Arbeit nach. Wenn der eine Ruhe haben möchte, widmet sich der Nachbar seinen Hobbys oder trifft sich mit Freunden. Im Rahmen der telefonischen Befragung gaben 8,7 % der Mieter an, dass sie sich durch Nachbarn gestört fühlen würden. Am häufigsten fühlen sich funktionale und kommunikative Haushalte gestört. Ursachen dafür sind in unterschiedlichen Lebensmodellen zu suchen und werden verschärft, wenn zwischen den Gruppen keine Kommunikationsebene besteht.[33]

Bestehende Hausordnungen werden in Zukunft nicht mehr in der Lage sein, diese Konflikte zu regeln. Sie basieren oft auf Wertesystemen, die nur noch von Teilen der Mieter getragen werden, mit abnehmender Tendenz. Zukünftig wird es immer wichtiger, den Kontakt zwischen den Mietern zu fördern und unter Einbeziehung der Mieter Vereinbarungen zum Zusammenleben im Haus zu treffen, welche die sich ändernden Wertvorstellungen der Bewohner ausreichend abbilden und gleichzeitig den Interessen der Hauseigentümer angemessen Rechnung tragen.

Wohnung bietet Rückhalt und Ruhe

Mit wachsenden Anforderungen der Außenwelt, real oder virtuell, wird die Wohnung als geschützter Ruhe- und Erholungsraum immer wichtiger. Denn Wohnungen bieten Rückzugsmöglichkeiten, wenn einem die Anforderungen und Möglichkeiten der Welt draußen über den Kopf wachsen.
Klare Grundrisse sowie natürliche und schlichte Materialien ermöglichen eine Erholung der Sinne. Gleichzeitig wird auf die Pflegeleichtigkeit der Wohnungen ein großer Wert gelegt, um Zeit für andere Dinge zu haben. Abstellräume und Einbauschränke geben die Möglichkeit Dinge, die nur zeitweise oder selten gebraucht werden, zu verstauen. Technische Geräte, wie Waschmaschinen und Geschirrspüler, müssen ihren Platz im Grundriss finden, auch wenn Wohnungen eher kleiner werden, z. B. um die Wohnkosten zu begrenzen.

Die Wohnung wird weiterhin ein wichtiger Ort sein, um das Internet zu nutzen. Gleichzeitig wird aber der Wunsch bestehen, auch einzelne Bereiche "strahlenfrei" zu gestalten, etwa um einen ungestörten Schlaf zu ermöglichen.

---

[33] GdW Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

5.3
Mein, dein, sein, … unser

Im Jahr 2030 …

… wird nicht der Besitz von Dingen für die Menschen im Vordergrund stehen, sondern ihre Verfügbarkeit genau dann, wenn sie gebraucht werden. Ein verantwortungsvoller Umgang mit den Ressourcen wird für viele Menschen immer wichtiger. Die Wohnungsunternehmen haben sich mit nachhaltigen Angeboten wie internetbasierten Tauschbörsen oder gemeinschaftlich genutzten Einrichtungen darauf eingestellt. Damit vergrößern sie ihre Leistungspalette und tragen gleichzeitig zu einer guten Kundenbindung bei.

Sharing – ein neuer Trend setzt sich durch

Die Automobilindustrie setzt schon seit Längerem auf diese Entwicklung. Wachsende Gruppen sehen in dem Auto nicht mehr das Prestigeobjekt, sondern ein individuell nutzbares Verkehrsmittel. Gerade in den Städten, in denen ein gut ausgebauter öffentlicher Nahverkehr besteht und viel Zeit für die Parkplatzsuche benötigt wird, entsteht ein Netz an Leihwagenangeboten, die eine spontane Nutzung ermöglichen. Den Wagen mithilfe einer App in der Nachbarschaft aufspüren, ihn mithilfe eines Codes am Führerschein öffnen und los geht's. Ist das Ziel erreicht, wird der Wagen einfach auf einem öffentlichen Parkplatz abgestellt, ohne dass hierfür Parkplatzgebühren anfallen. Die Bezahlung erfolgt per Abbuchung. Keine laufenden Kosten, keine Wagenwäsche, kein TÜV, nicht einmal Tanken ist notwendig.

Die Nachfrage in diesem Markt wird so stark eingeschätzt, dass die Autohersteller selbst in den Markt einsteigen wollen. Ende 2011 gab es in Europa 700.000 Car-Sharing-Kunden. Nach einer Prognose der Unternehmensberatung Frost & Sullivan werden es im Jahr 2020 fast 15 Millionen Nutzer sein.[34]

Eine wachsende Nachfrage ist auch bei Leihfahrrädern zu beobachten. Eine Fahrradstation ist im innerstädtischen Bereich immer um die Ecke zu finden. Dort stehen fahrbereite Räder, die über die Eingabe eines Nummerncodes entriegelt werden. Fahrradstandort und Nummerncode erfährt man per Handy. Am Zielort wird das Fahrrad einfach wieder am nächst gelegenen Fahrradstandort abgegeben. Außerdem anfallende Tätigkeiten wie Reifen aufpumpen, Kette ölen oder Reparaturen werden vom Vermieter übernommen.

[34] Schlesiger, C. (2012): Car-Sharing, Die etablierten Autoteiler kommen. In: Zeit-online 28.10.2012 – URL: http://www.zeit.de/auto/2012-10/carsharing-wettbewerb [letzter Zugriff: 22.10.2013]

Bereits 130.000 Kunden hat ein Unternehmen, das seit 2009 Leihfahrräder im Auftrag der Stadt Hamburg anbietet, die spontan im Stadtgebiet geliehen und wieder abgestellt werden können. In 2012 wurde jedes Rad an Spitzentagen bis zu sieben Mal genutzt.[35] Vergleichbare Angebote entstehen in vielen europäischen Städten, wenn es sie dort nicht schon gibt.
Aber nicht nur im Bereich der Mobilität entstehen neue Angebote des Teilens. Im Internet sind inzwischen zahlreiche Plattformen mit sehr unterschiedlichen Angeboten entstanden:

Whyownit
Seit August 2012 bietet diese Plattform die Möglichkeit, Dinge kostenlos zu leihen. Die Idee ist simpel: Wer etwas hat, was er nicht mehr braucht, stellt es anderen im Internet zur Verfügung. Mehr als 10.000 User hat die Plattform seitdem gewonnen. Auf den Seiten findet man Hochdruckreiniger und Plattenspieler ebenso wie DVDs von TV-Serien oder Bücher. Für das Hochladen von Produkten erhält der Verleiher Bonuspunkte, die er bei Partnern der Plattform (andere Sharing-Plattformen) einsetzen kann.

Freecycle.org
Auf der amerikanischen Plattform können Gegenstände zur Abholung angeboten werden. Mehr als neun Millionen Mitglieder, die in mehr als 5.000 Gruppen organisiert sind, tragen die Non-Profit-Bewegung. Die freiwilligen Helfer verfolgen das gemeinsame Ziel, brauchbare Dinge vor dem Müll zu bewahren.

Lifethek.de
Produkte leihen statt kaufen, das ist die Philosophie dieses Internetportals. Viele Produkte benutzt man nur kurze Zeit (Rucksack, Bohrmaschine, Bollerwagen). Danach landen sie im Keller und irgendwann auf dem Müll. Verliehen werden nur umweltverträgliche Produkte, die aber mit Preisabschlag auch erworben werden können. Die im Internet geliehenen Produkte werden per Versand zugestellt oder können im Shop abgeholt werden. Leihgebühren werden tageweise erhoben.

Tamyca.de
Miete das Auto des Nachbarn oder lass das Auto Geld verdienen. Die Vermietung privater Autos inklusive der Versicherung werden mit diesem Netzwerk organisiert, dem nach eigenen Angaben 350.000 Nutzer angehören.

Bootschaft.net
Unter dem Motto "Segeln und Segeln lassen" werden Segelboote verliehen und Segelpartner gegen eine Provision vermittelt, die bei privater Nutzung 20 %, bei professioneller Nutzung 40 % beträgt.

Couchsurfing.org
In diesem 2003 gegründeten Gastfreundschaftsnetzwerk werden kostenlose Unterkünfte angeboten. Das Netzwerk hat drei Millionen Mitglieder, von denen 30 % einen Schlafplatz anbieten. Das Netzwerk wird durch regionale Gruppen gestärkt.

[35] Informationen zum Stadtrad –
URL: http://www.hamburg.de/radverkehr/2986288/stadtrad-hamburg.html
[letzter Zugriff: 22.10.2013]

Airbnb.de
Das amerikanische Unternehmen bietet seit 2008 weltweit die Buchung und Vermietung von privaten Unterkünften an. Das Angebot umfasst Unterkünfte in 192 Ländern und über 26.000 Städten. Airbnb stellt als Online-Plattform den Kontakt zwischen Gastgeber und Gast her und ist für die Abwicklung der Buchung verantwortlich. Von der Gründung im Jahr 2008 bis zum Juni 2012 wurden nach Angaben des Unternehmens mehr als zehn Millionen Übernachtungen über Airbnb gebucht.

Kleiderei
In einem Laden im Hamburger Stadtteil St. Pauli können ein Kleid für die nächste Party, ein Anzug oder ein Kostüm für eine wichtige Konferenz geliehen werden. Die Kleiderei versteht sich als Bücherei für Kleider, für 14 EUR können vier Kleidungstücke entliehen werden, mit der Auflage, sie gewaschen und gebügelt zurückzugeben. Der Zuspruch ist im ersten halben Jahr nach Gründung so groß, dass bereits eine Erweiterung geplant wird. Darüber hinaus sind weitere Läden in anderen deutschen Städten geplant. Dieses Angebot kommt bisher ohne Internetplattform aus, geplant ist aber die Kooperation mit einem Online-Handelshaus.

Sharing Economy – alter Wein in neuen Schläuchen?

Mit den Namen "Sharing Economy" und "Collaborative Consumption" wird in den englischsprachigen Medien der neue Trend des gemeinsamen Produzierens und Konsumierens identifiziert. Dabei geht das Teilen weit über die gemeinsame Nutzung von Gegenständen hinaus. Nicht nur Gegenstände wie Autos, Fahrräder oder gebrauchte Dinge werden geteilt, getauscht und verkauft. Sharing betrifft ebenso die gemeinsame Freizeitgestaltung. Im Rahmen eines "kollaborativen" Lebensstils werden auch weniger greifbare Dinge wie Zeit, Fähigkeiten und besondere Kompetenzen und sogar Geld (z. B. für gemeinsame Projekte) geteilt. Dieser Austausch findet auf lokaler Ebene statt und bezieht sich auch auf beispielsweise Arbeitsplätze, Parkplätze, gegenseitige Unterstützung durch Hilfen und Besorgung, Essen oder die Gartennutzung."[36]

Gegenseitige Hilfe, das Leihen von Gebrauchsgütern oder der gemeinsame Aufbau von Projekten sind nicht neu. Schließlich baut die über 100 Jahre alte Genossenschaftsbewegung auf genau diesen Motiven auf. Neu sind aber die Wege, die Motive und die Dimensionen, die mit der neuen Bewegung des Teilens verbunden sind.

Wesentlich für den Erfolg derartiger Angebote ist das Internet. Hier besteht die Möglichkeit, sehr schnell sehr viele Menschen zu informieren und solche mit gleichen Interessen zusammenzubringen. Gerade bei sehr spezialisierten Angeboten ist eine große Reichweite des Mediums hilfreich. Die große Verbreitung des Internets bietet dafür gute Voraussetzungen. Die zunehmende Verfügbarkeit und die wachsende Verbreitung mobiler Endgeräte steigern die Möglichkeiten des schnellen, flexiblen Einsatzes noch.

[35] Botsmann, R. und Rogers, R. (2011): What's mine is yours. London. S. 73

Der Aufwand für den Einzelnen ist dabei vergleichsweise gering. Oft werden dabei Menschen in der Anonymität des Internets zusammengebracht, die sich nicht kennen. Der Aufbau von Vertrauen und die Möglichkeit sich abzusichern, z. B. durch Versicherungsangebote, sind deshalb wichtig.

Lieber heute benutzen, als morgen besitzen

Die Ausgaben für Freizeit, Unterhaltung und Kultur sind seit dem Jahr 2000 preisbereinigt um 20 % gestiegen und damit deutlich stärker als die Konsumausgaben insgesamt (8 %). Auch die Wohnkosten, stark getrieben durch Energie- und Nebenkosten, belasten die Haushalte in zunehmendem Maße. Nicht zuletzt aus diesen Gründen, aber auch aufgrund des niedrigen Zinsniveaus ist die Sparquote in Deutschland seit 2008 (11,5 %) auf 10,3 % gesunken. Sparen als Vorsorge für späteren Erwerb verliert damit an Bedeutung.[37] Gerade junge Haushalte, die innerstädtisches Wohnen präferieren, müssen mit einer vergleichsweise hohen Wohnkostenbelastung rechnen, denn sie sind von den gestiegenen Neuvermietungsmieten überproportional betroffen. Schon allein wirtschaftliche Gründe sprechen dafür, die Dinge, die man kurzfristig haben möchte, eher zu mieten oder gebraucht zu kaufen. Dabei spielt auch eine Rolle, dass der Besitz als Statussymbol gerade bei vielen jüngeren Haushalten an Bedeutung verloren hat. Leihen bietet die Möglichkeit, kostengünstig an Dinge zu kommen, die nur für einen begrenzten Zeitraum benötigt werden.

Hinzu kommt, dass insbesondere innerstädtisches Wohnen mit begrenzten Platzressourcen verbunden ist. Abstellflächen in den Wohnungen ermöglichen nur in sehr begrenztem Umfang die Unterbringung von Alltagsgegenständen, was hier landet, sollte auch öfters benutzt werden.

Gemeinsam und nachhaltig wirtschaften

Neben diesen eher pragmatischen Motiven spielt die Nachhaltigkeit des eigenen Tuns eine immer wichtigere Rolle. Dabei geht es darum, verantwortlich mit den Ressourcen umzugehen. Dinge, die noch gut nutzbar sind, sollen lieber von anderen weiter genutzt, als weggeworfen werden.

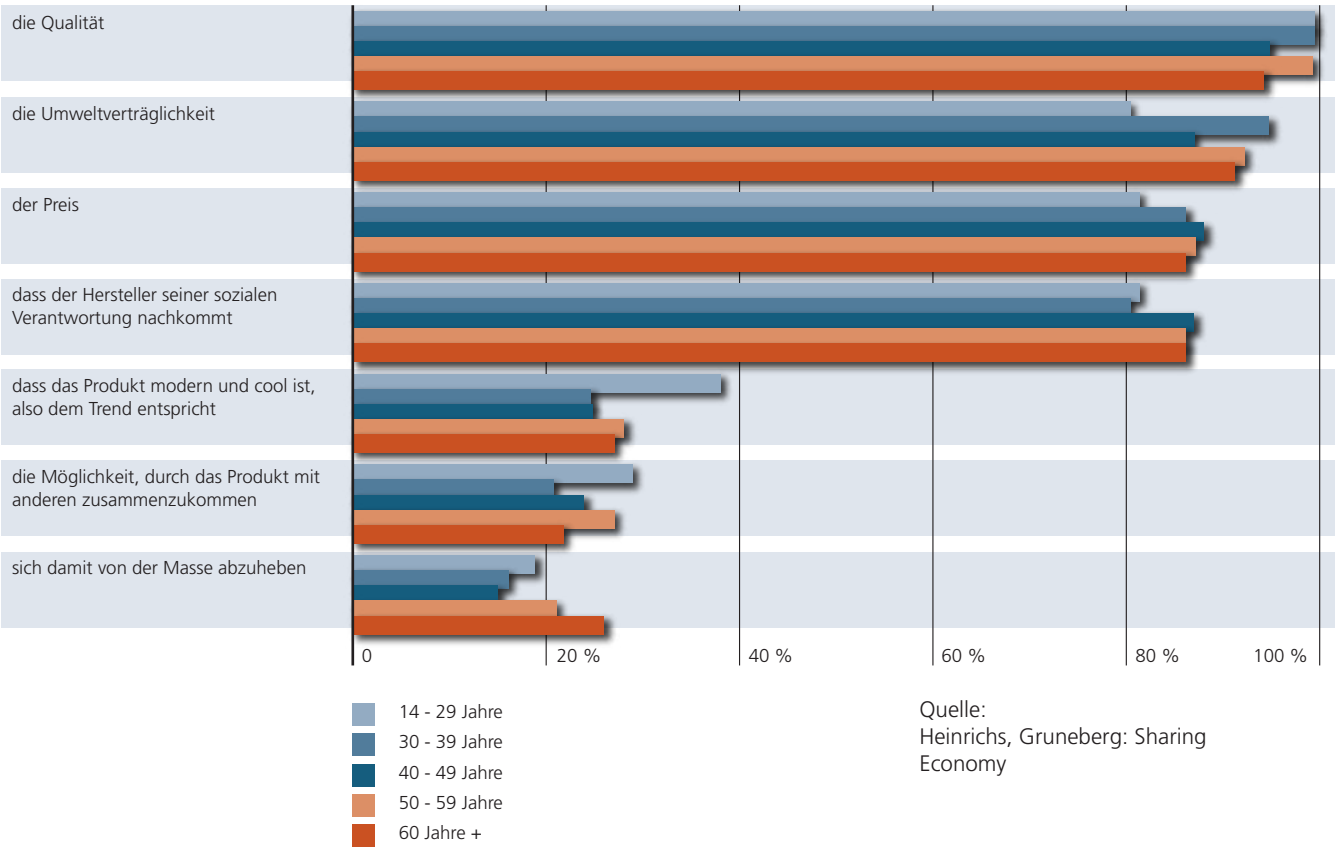
Darüber hinaus spielen soziale Aspekte des gemeinschaftlichen Handelns eine wichtige Rolle. Ob es um gemeinsames Segeln, die Gastfreundschaft beim "Couchsurfen" oder um die Weitergabe der Sammlung alter Zeitungsausgaben geht, immer treffen Menschen mit ähnlichen Interessen aufeinander. Es entsteht Gemeinsamkeit.

---

[37] Statistisches Bundesamt (2013): Beiheft zur Fachserie 18, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Private Konsumausgaben und verfügbares Einkommen. Wiesbaden.

Abb. 4
Wichtigkeit bei Produkten und Dienstleistungen

Übersicht: Anteile in %
"sehr wichtig" + "eher wichtig"



Quelle:
Heinrichs, Gruneberg: Sharing Economy

Schwerpunkt der Nutzung bei unter 30-Jährigen

Eine im Jahr 2012 durchgeführte repräsentative Befragung hat sich mit der Verbreitung alternativer Konsumformen und den Nutzertypen befasst.[38]

Die Ergebnisse machen deutlich, dass mit Ausnahme der über 60-Jährigen nahezu alle Altersgruppen eBay oder vergleichbare Portale bereits genutzt haben. Bei den unter 50-Jährigen lag der Anteil sogar deutlich über 50 %.

Das Internet als Plattform zur Organisation zu nutzen, wird bisher nur von den unter 30-Jährigen in verstärktem Maß praktiziert. Von den 14- bis 29-Jährigen haben 25 % über das Internet Dinge gemeinsam organisiert oder genutzt.

"Jüngere Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen nutzen tendenziell stärker Verleihsysteme und das Internet, um Dinge zu kaufen oder zu verkaufen oder Privatzimmer anzumieten oder zu vermieten."[39]

Die Autoren kommen zu dem Schluss "[…] dass die Ökonomie des Teilens und kollaborativer Konsum zwar kein gänzlich neues[,] aber ein sich weiter entwickelndes und verbreitendes Phänomen ist, […]".[40]

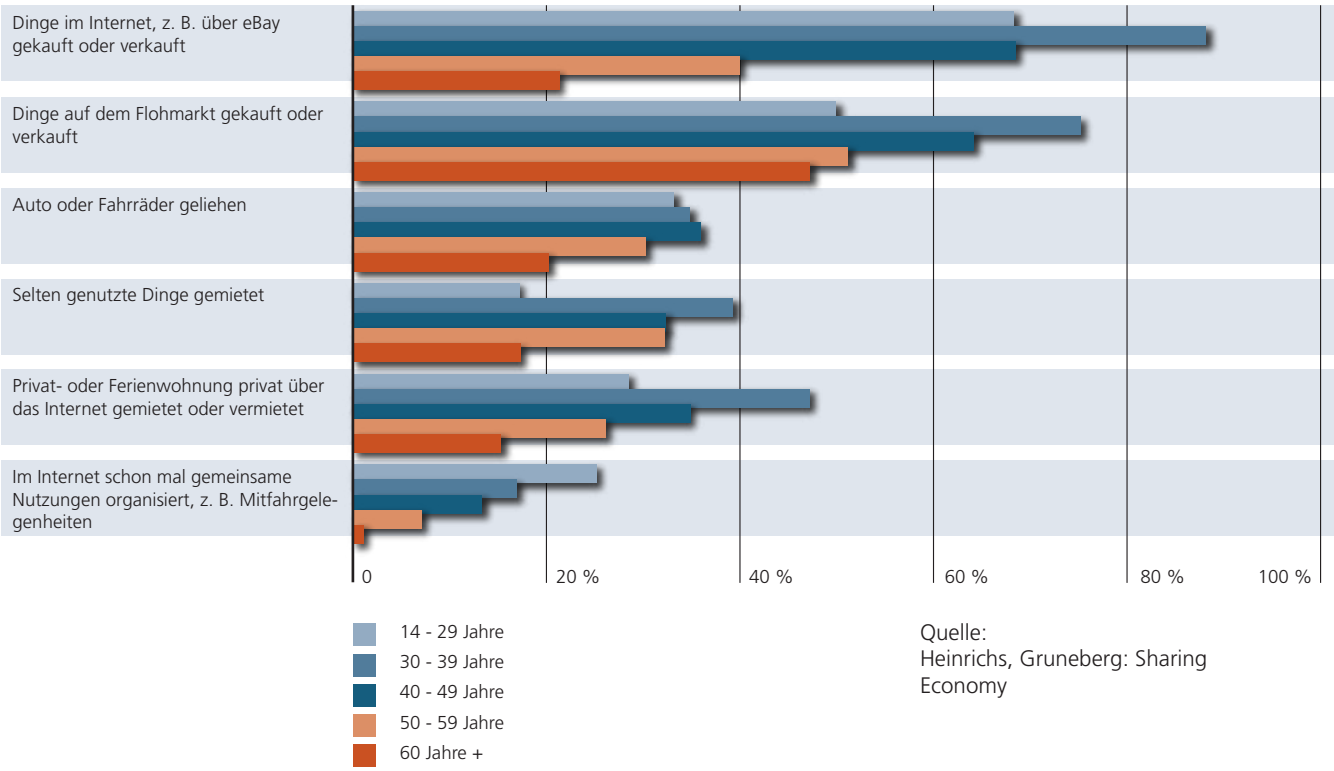
[38] Heinrichs, H. und Gruneberg, H. (2012): Sharing Economy – Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur? Centre of Sus-tainability Management Leuphena Universität Lüneburg. S. 11 ff

[39] ebenda, S. 13

[40] ebenda, S. 18

Abb. 5
Besitz- und Konsumformen nach Alter

mache ich regelmäßig/habe ich schon mal gemacht
Angaben in %



Quelle:
Heinrichs, Gruneberg: Sharing Economy

Professionelle Organisation notwendig

Anders als bei der Nachbarschaftshilfe sorgt bei den neu entstehenden Angeboten in der Regel eine professionelle Organisation für den reibungslosen Ablauf. Die Leistungen umfassen:

- die Bewerbung, Pflege und Aktualisierung der Internetseiten
- Einwerbung privater Angebote oder Bereitstellung eigener Angebote
- Festlegung der Tauschbedingungen
- Abwicklung der Tauschorganisation, dazu können gehören:
  - Austausch der notwendigen Informationen (u. a. Kontakte)
  - Organisation des Versands
  - Kontrolle der Abwicklung (inkl. Rückgabe)
  - Versicherung der zur Verfügung gestellten Dinge
  - Organisation des Zahlungsverkehrs
- Weiterentwicklung der Leistungen und Aufbau von Netzwerken.

Diese Leistungen setzen eine professionelle Organisation voraus. Dabei werden auch die Voraussetzungen für einen reibungslosen Ablauf und damit die beidseitige Zufriedenheit von Anbieter und Nutzer geschaffen. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung für die langfristige Entwicklung der Angebote.

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Vieles spricht dafür, dass der Trend des gemeinsamen und nachhaltigen Wirtschaftens in Zukunft an Bedeutung gewinnt. Es wächst eine Generation heran, die mit einer internetbasierten Organisation des Zusammenlebens sehr vertraut ist. Andere Generationen nutzen zumindest solche Teile des Internets, die bereits professionell organisiert und deshalb einfach und sicher zu nutzen sind.

Vor diesem Hintergrund ist es für die Wohnungsunternehmen wichtig, sich frühzeitig auf diesen Trend einzustellen und geeignete Angebote zu schaffen. Dadurch besteht nicht nur die Chance einer Steigerung der Kundenbindung, sondern in Teilen auch das Potenzial zur Generierung weiterer Geschäftsfelder.

Bei der Realisierung ist die internetbasierte, professionelle Organisation Voraussetzung für den Erfolg. Die auf den Internetseiten publizierten Angebote müssen attraktiv und vor allem aktuell sein. Dies setzt personelle Ressourcen im Unternehmen voraus. Allerdings müssen die Leistungen nicht von einem Unternehmen allein erbracht werden. Kooperationen können hier sehr sinnvoll sein, um zum einen die Effizienz zu steigern, wenn die Arbeit zum Betreiben der Internetseiten z. B. in einer gemeinsamen Tochter oder von gemeinsam beauftragten Dienstleistern erbracht wird. Zum anderen können auch kooperierende Unternehmen Netzwerke aufbauen und so das Nutzerpotenzial ausdehnen.

Empfehlenswert ist es, alle angebotenen Service- und Netzwerkleistungen direkt mit der Internetseite des Unternehmens zu verbinden. Dadurch wird die Leistung eng mit der Unternehmensleistung verbunden und es werden laufend Anlässe geschaffen, die Unternehmenshomepage zu besuchen und dabei auch andere Informationen aus dem Unternehmen zu erhalten.
Die nachfolgend aufgeführten Beispiele zeigen, welche Angebote durch Wohnungsunternehmen bis 2030 geschaffen werden könnten.

Netzwerke schaffen durch Plattformen im Internet

Mit dem Angebot, Netzwerke zwischen den Mietern zu schaffen, wird aktiv zur Kommunikation zwischen den Mietern beigetragen. Im Rahmen dieser Netzwerke können in Quartieren und Nachbarschaften:

- Unterstützung für die Übernahme von Pflichten und Besorgungen angeboten oder gesucht,
- Tauschangebote (Suche Hilfe bei Gartenarbeit, biete Klavierunterricht) platziert,
- Interessengruppen gegründet und betrieben,
- Initiativen z. B. zur Neukonzeption des Spielplatzes gegründet oder
- Informationen (Veranstaltungen, Baumaßnahmen, Termine vor Ort) veröffentlicht werden.

Eine Tauschplattform bietet auch die Möglichkeiten:

- private Räume zur begrenzten Nutzung (Kellerraum für sechs Monate frei, Tiefgaragenplatz frei) und
- Gegenstände zum Leihen oder Kaufen anzubieten (Bohrmaschine, Bobbycar, Auto …),
- Parkplätze zu teilen,
- Fahrzeuge zu teilen,
- Gartenmitbenutzung anzubieten.

Wirtschaftliche Vorteile erschließen

Darüber hinaus können die Plattformen auch Angebote Dritter umfassen, die durch die Plattform einem größeren Forum zugänglich gemacht werden. Dieser wirtschaftliche Vorteil kann zum Teil an die Mieter (Nutzer der Plattform) weitergegeben, zum Teil zur Finanzierung der Plattform genutzt werden. Besonders sinnvoll ist es, quartiersnahe Angebote (Einkaufen, Friseur, Kino, Theater etc.) durch die Einbindung in die Plattform zu stärken.

Sharing-Angebote im Bestand

Steigende Mieten, insbesondere in den Ballungszentren, führen weltweit schon heute zu optimierten Grundrissen mit dem Ziel, Wohnflächen zu verkleinern. Diese Entwicklung wird an Deutschland nicht vorbeigehen. In diesem Zusammenhang werden Überlegungen attraktiv, Räume, die nur zeitweilig genutzt werden, von der Wohnung zu trennen und eine gemeinschaftliche Nutzung zu organisieren.

Diese werden sein:

- Räume zum Kochen und Feiern,
- Räume zum Lagern,
- Räume für Gäste,
- Räume zum Arbeiten und Lernen,
- Räume zum Treffen und Austauschen.

Dafür werden quartiersnahe Angebote geschaffen. Die Vermietung wird über das Internetportal organisiert. Die Kosten beinhalten die Endreinigung, die bei der Buchung automatisch mit organisiert wird. Der Mieter erhält bei Buchung einen Benutzercode, der ihm den befristeten Zugang zu den gemieteten Räumen verschafft.

Die Schaffung ausgelagerter Räume führt zu einer Steigerung der Attraktivität der Wohnanlage. Obwohl die eigenen Wohnkosten in Grenzen bleiben, besteht trotzdem die Möglichkeit, den Geburtstag in der Nachbarschaft in ausreichend großen Räumen zu feiern. Die professionelle Organisation mit Nutzungsvertrag, Versicherung und Endreinigung sorgt dafür, dass die Räume ihre gute Qualität und damit ihre Attraktivität behalten. Gleichzeitig ermöglicht die tageweise Vermietung dem Eigentümer einen wirtschaftlichen Betrieb der Zusatzräume bei für den Mieter auskömmlichen Kosten.

5.4
Fit in die Zukunft

Im Jahr 2030 …

… gehört es zum Alltag, auf seine Gesundheit zu achten, sich gesund zu ernähren und den eigenen Vorstellungen entsprechend Fitness zu betreiben. Abhängig von Lebensstil und individuellen Vorstellungen verfolgen die meisten ein eigenes, flexibel angelegtes Health- oder Wellness-Programm.

Sich fit zu halten, ist nahezu überall möglich und findet vor allem in der Gemeinschaft statt, bei Bedarf unter professioneller Anleitung: Der öffentliche Raum, vor allem das Wohnquartier, ist zum beliebten Fitness-Ort geworden.

Dort gibt man sich gegenseitig den erforderlichen "Stupser" für seine regelmäßige Fit- und Gesund-Routine. Eine gesunde Ernährung gehört dazu: Professionelle, individualisierte Ernährungsprogramme sind überall erhältlich und werden als Komplettpakete nach Hause oder zur Arbeitsstelle geliefert. Die Wohnung ist Teil eines Gesundheitsnetzwerkes: Ein digitaler Gesundheitsassistent wertet auf Wunsch die Vitaldaten der Bewohner aus, gibt persönliche Empfehlungen und schaltet bei Bedarf ein spezialisiertes Medical-Center ein. Für den Krankheitsfall steht der Health Coach, der Arzt von morgen, zur Seite: persönlich oder digital. Damit fühlt man sich in der eigenen Wohnung bestens aufgehoben.

Gesundheit und Fitness liegen weiter im Trend

Die Gesundheitswirtschaft wird seit Langem als Markt mit hohem Wachstumspotenzial eingestuft. Im klassischen Gesundheitswesen steigen die Ausgaben kontinuierlich und liegen im Durchschnitt bei rund 11 % des Bruttoinlandsproduktes. Die Pro-Kopf-Ausgaben sind in den zehn Jahren von 2000 bis 2009 in Deutschland um 35 % auf rund 3.500 Euro gestiegen.[41] Wesentliche Treiber sind die längere Lebenserwartung und der medizinisch-technische Fortschritt, der es ermöglicht, immer mehr Krankheiten zu heilen und krankheitsbedingte Störungen zu beseitigen oder zu mildern.

Im Zuge eines grundlegenden Wertewandelns gewinnt die eigenverantwortliche Gesundheitsvorsorge an Bedeutung. Die Erhaltung von Gesundheit rückt in den Fokus des Interesses. Aktive Körperfitness und gesunde Ernährung sind wesentliche Bausteine dieses Trends. Jenseits des stark regulierten ersten Gesundheitsmarktes, mit von den Krankenkassen finanzierten Leistungen, hat der sogenannte zweite Gesundheitsmarkt, der sich durch freiwillige Zahlungen der Kunden finanziert, eine beachtliche Größe entwickelt.

[41] Berenberg Bank/HWWI (Hrsg.) (2012): Strategie 2030 – Gesundheit. Hamburg. S. 27

Tab. 6
Entwicklung des zweiten Gesundheitsmarktes
(Umsätze in Mrd. Euro)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2010*	2013*
Fitness/Wellness	13,1	13,8	14,6	15,5	16,4	17,3	19,3	20,2
Gesundheitstourismus	2,1	2,3	2,4	2,5	2,8	3,0	3,5	3,8
Bio-Lebensmittel	2,9	3,1	3,5	3,8	4,4	5,0	6,3	7,4
Functional Food	5,8	6,2	6,6	7,1	7,6	8,1	9,3	10,0
Gesamt	**23,9**	**25,4**	**27,1**	**28,9**	**31,2**	**33,4**	**38,4**	**41,4**

Quelle:
BASYS et al. (2009). *Eigene Berechnungen auf der Grundlage des in der Studie vorgestellten Prognoserechners

Das Volumen ist im Zeitraum von 2002 bis zum Jahr 2007 um rund 40 % auf 33,4 Milliarden Euro gewachsen und wird für das Jahr 2013 auf rund 41,4 Milliarden Euro geschätzt. Nach Prognosen der Beratungsgesellschaften BASYS und Roland Berger wird der zweite Gesundheitsmarkt bis zum Jahr 2030 auf ein Umsatzvolumen von rund 52 Milliarden Euro und noch einmal rund 26 % wachsen.[42]

Eine einheitliche Abgrenzung der Gesundheitswirtschaft fällt schwer, da sich der Gesamtmarkt dynamisch weiterentwickelt. Verschiedene Teilbranchen sind im Begriff, "gesund" zu werden: Beispielsweise Bekleidung durch den Trend zu hautverträglichen Materialien und Bio-Baumwolle, Kosmetik durch die verstärkte Nachfrage nach Naturkosmetik oder die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft durch den verstärkten Wunsch nach ökologisch und biologisch unbedenklichen Baustoffen, nachhaltig errichteten und bewirtschafteten Gebäuden sowie altersgerechten Bauweisen und den vermehrten Technikeinsatz des "Ambient Assisted Living".

Fitness und Wellness sind am weitesten verbreitet

Die Verästelungen des Gesundheitsmarktes verschaffen einen Eindruck, in welchem Umfang die Gesellschaft vom Trend Gesundheit berührt wird und zukünftig noch werden wird.[43] Fitness- und Wellness-Leistungen sind der größte Teilbereich im zweiten Gesundheitsmarkt. Rund 20,2 Milliarden Euro werden damit im Jahr 2013 umgesetzt. Immer mehr Menschen treiben Sport, um Bewegungsmangel auszugleichen oder für den Abbau von Stress, den die Belastungen des Alltags mit sich bringen. Vor allem Jogging und Laufen, aber auch Nordic Walking liegen im Trend. Unter den beliebtesten Sportarten befinden sich auch Radfahren, Wandern, Gymnastik und Schwimmen.

---

[42] BASYS et al. (2009): Erstellung eines Satellitenkontos für die Gesundheitswirtschaft in Deutschland. Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Bern. S. 144

[43] Anmerkung: Düllberg, Fretschner und Hilbert haben die Facetten des Gesundheitsmarktes in einem "Zwiebelmodell" beschrieben. Den Kern der Zwiebel bildet die klassische ambulante und medizinische Versorgung, danach folgen Pflegedienstleistungen in der nächsten Schicht. Vom Kern weiter entfernt liegen u.a. die Pharmabranche, Biotechnologie, Medizin- und Gerontotechnik. In der äußersten Schale der Zwiebel befinden sich mit Sport und Freizeit, Tourismus, Ernährung und Wohnen Bereiche, die enge Berührungspunkte mit Fragen der Gesundheit haben und mit verschiedenen Teilleistungen dem Gesundheitsmarkt zugerechnet werden können. Düllberg, A., Fretschner, R. und Hilbert, J. (2002): Rahmenbedingungen und Herausforderungen der Gesundheitswirtschaft. Gelsenkirchen.

Breitensport und Sport im Verein haben eine Renaissance erlebt. Ca. 28 Millionen Deutsche waren im Jahr 2012 in den 91.000 Sportvereinen registriert.[44] Aber nicht die Vereinskultur ist dafür entscheidend, sondern das vielfältige Angebot, das gezielt genutzt werden kann. Über sechs Millionen Deutsche sind in Fitnessstudios angemeldet, davon sind nahezu 13 % über 60 Jahre.[45] Sport und Fitness durchdringen alle Altersgruppen.

Sportliche Betätigung ist zugleich individueller geworden: Jüngere Aktive probieren häufiger Trend- und Extremsportarten aus, wie beispielsweise Mountain Biking, Kitesurfen oder Freeclimbing. In allen Altersgruppen ist es mittlerweile üblich geworden, sich für zu Hause eigene Fitness-Geräte anzuschaffen, statt sich im Fitnessstudio auszupowern. Schon mit einem geringen finanziellen Aufwand können Basisgeräte angeschafft werden: Crosstrainer, Hantelbänke oder Rudergeräte sind in deutschen Haushalten längst keine Seltenheit mehr.[46] Zum Download gibt es die Anleitungen für das individuelle Trainingsprogramm. Besonders stark ausgeprägt ist dieser Trend zur Home-Fitness bei den unter 40-Jährigen. Und das, obwohl Fitnessstudios rund um die Uhr geöffnet haben.[47]

Die Ansprüche an die sportliche Betätigung sind zugleich gestiegen: Sport treiben will man richtig machen. Deswegen arbeiten immer mehr Deutsche gemeinsam mit einem Personal Trainer. Die Vorteile liegen auf der Hand: Das Training ist ortsungebunden und kann nicht nur zu Hause, sondern auch im Quartier, dem Park nebenan oder auf einem nahe gelegenen öffentlichen Sportplatz stattfinden. Dabei können Trainingspläne und abläufe individuell erstellt und an die Trainingsziele angepasst werden. Im Bereich des Personal Trainings zeigt sich ebenfalls der Shareness-Trend, da v. a. Kleingruppentrainings bis zu fünf Personen mit einem Personal Trainer immer gefragter werden. Alle Vorteile eines privaten und persönlichen Trainings bleiben erhalten, die Kosten teilt man sich jedoch mit Freunden oder Bekannten.[48]

Unzählige Wellness-Hotels[49] oder Erholungsprogramme[50] greifen die Nachfrage an gesundheitlichen Themen auf und bieten eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote an.

---

[44] DOSB – Deutscher Olympischer SportBund (Hrsg.) (2012): DOSB Bestandserhebung 2012. – URL: http://www.dosb.de/fileadmin/sharepoint/Materialien%20%7B82A97D74-2687-4A29-9C16-4232BAC7DC73%7D/Bestandserhebung_2012.pdf (Stand: 15.11.2012) [letzter Zugriff: 31.10.2013]

[45] Die Welt (Hrsg.) (2013): Fitnesstraining bremst das Altern. – URL: http://www.welt.de/gesundheit/article115717740/Fitnesstraining-bremst-das-Altern.html (Stand: 29.04.2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[46] Berlin.de (Hrsg.) (2013): Fitnessstudio in der Wohnung einrichten: Tipps zur Grundausstattung. – URL: http://www.berlin.de/special/immobilien-und-wohnen/moebel-und-design/2576379-739642-fitnessstudio-in-der-wohnung-einrichten-.html (Stand: k.A.) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[47] Bartsch, M. (2010): Fitness in der eigenen Wohnung. – URL: http://www.zwickau-fitness.de/wohlfuehlen-in-der-eigenen-wohnung/ (Stand: 2010) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[48] FIT Team Rosenheim (Hrsg.) (2013): Kleingruppentraining. – URL: http://www.personal-trainer-rosenheim.de/service-leistungen/kleingruppen-training/ (Stand: 2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[49] Stern.de (Hrsg.) (2013): Deutschlands beste Wellness-Hotels. – URL: http://www.stern.de/reise/deutschland/relax-guide-2013-deutschlands-beste-wellness-hotels-1909938.html (Stand: 2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[50] Kind, K.J. (Hrsg.) (2013): Die Sauna im Viertel – Meditationstag. – URL: http://www.die-saunaimviertel.de/index.php/component/content/article/2-uncategorised/34-meditationstag-2 (Stand: 2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

Gesundes Klima in der Stadt

Ein weiteres Gesundheitsthema wird in letzter Zeit in der Öffentlichkeit stärker wahrgenommen: Man wird sich in Zukunft intensiver mit den Auswirkungen des Klimawandels auf die Städte, aber auch auf die Gesundheit der Bevölkerung beschäftigen müssen. Höhere Dichte in den Städten und generell höhere Durchschnittstemperaturen in den Sommermonaten werden dazu führen, dass sich Städte stärker erwärmen und sich dadurch auch Gebäude und Wohnungen mehr aufheizen können. Fehlen Kaltluftschneisen, die den Luftaustausch fördern und für Kühlung sorgen, wird es notwendig, Konzepte für den sommerlichen Wärmeschutz zu entwickeln, damit Bewohner in den Quartieren auch bei globalen Klimaveränderungen lokal gute Wohnbedingungen vorfinden.

Mit dem Klimawandel einher geht die Zunahme von Sturm- und Starkregenereignissen bis hin zu Naturkatastrophen wie Überschwemmungen, die oftmals Wohnquartiere erreichen, die davon in der Vergangenheit nicht betroffen waren. Ein klimabezogenes Risikomanagement wird damit auch zu einem aktiven Gesundheitsmanagement für die Bewohner, wenn es darum geht, Gefahren von ihnen abzuwenden und Auswirkungen solcher Ereignisse so gering wie möglich zu halten.

Bio-Lebensmittel als Wachstumstreiber

Der gesundheitliche Wertewandel der letzten Jahre hat auch zu einer gesamtgesellschaftlich bewussteren Ernährungsweise der Deutschen geführt. Für Bio-Lebensmittel wurden 2002 rund drei Milliarden Euro ausgegeben, bis heute hat sich das Volumen mehr als verdoppelt.

Erschüttert durch Lebensmittelskandale ist die Lebensmittel- und Nahrungsbranche aktuell darum bemüht, das Vertrauen der Verbraucher zurückzugewinnen.[51] Die Konsumenten entwickeln eine gesunde Skepsis gegenüber den Erzeugern und schauen genauer hin, was sie kaufen können. Das begünstigt auch den Trend zum eigenen Anbau von Lebensmitteln.

In der Branche konnten sich in Nischen neue Angebote etablieren. Lieferdienste, vom lokalen Supermarkt bis hin zu speziellen Angeboten, gewinnen an Bedeutung für die Ernährungsgewohnheiten der Deutschen. Ein Berliner Unternehmen kombiniert beispielsweise den Wunsch nach selbst gekochtem und gesundem Essen mit der Zeitknappheit der Gesellschaft und liefert auf Bestellung Rezepte inklusive aller Zutaten für einen vollkommenen Kochabend.[52] Alles, was der Kunde nach der Bestellung noch tun muss, ist das Kochen selbst. Natürlich benötigt man nicht länger als 30 Minuten für die Zubereitung der Gerichte, die zwischen vier und 15 Euro pro Person kosten. Lieferung im Preis inklusive.

---

[51] Stern.de (Hrsg.) (2013): Bio-Eier aus Legebatterie. – URL: http://www.stern.de/gesundheit/neuer-lebensmittelskandal-bio-eier-aus-der-legebatterie-1975624.html (Stand: 25.02.2013) [letzter Zugriff: 07.08.2013]

[52] Hellofresh (Hrsg.) (2013): Hellofresh Kochboxen. – URL: http://www.hellofresh.de/ (Stand: 2013) [letzter Zugriff: 06.08.2013]

Gesundheit macht mobil

Auch das klassische Gesundheitswesen erlebt vielfältige Veränderungen: Rund um neue Technologien und mobile Endgeräte wie Smartphone und Tablet-PC wird der Gesundheitsmarkt durch eigenständige medizinische Applikationen zunehmend mobiler. Dort entwickeln sich neue Leistungen wie beispielsweise das Monitoring von Vitaldaten der Patienten, Video-Konferenzen mit Ärzten, Online-Sprechstunden, das mobile Ausstellen von Rezepten. Bereits die Hälfte aller Patienten glaubt daran, dass Mobile Health, kurz mHealth, das Gesundheitssystem verbessern wird. Rund 60 % der Ärzte gehen davon aus, dass sich mHealth durchsetzen wird; es wird allerdings noch Jahre dauern, bis alle Fragen dafür geklärt sind.[53]

Mobile Gesundheitsdienstleistungen gelten als eine Antwort auf den demographischen Wandel: Sie ermöglichen es, künftigen Versorgungsengpässen vorzubeugen, die durch die Zunahme älterer Menschen und die steigende Zahl chronisch Kranker ausgelöst werden können.

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Der Lebensstil ist ein zentraler Einflussfaktor dafür, in welchem Umfang der Einzelne Eigenverantwortung für seine Gesundheit übernimmt und wirkt somit prägend für die Art der Betätigung. Selbst aktiv zu sein ist eine sehr persönliche Aufgabe, die man niemandem abnehmen, aber so angenehm wie möglich gestalten kann. Neben individuellen Aktivitäten, die keiner Organisation bedürfen, wird der Wunsch zunehmen, sich gemeinsam in der Gruppe zu betätigen und beispielsweise fit zu halten. Das hat den Vorteil, den anderen mitzunehmen und mit Erfolgserlebnissen und positiven Bestätigungen in die richtige Richtung zu "schubsen". Solche Nudging-Systeme werden in Finnland und Norwegen erfolgreich praktiziert.[54]

Das Training der Zukunft findet idealerweise im quartierseigenen Fitnessraum oder einem Mini-Sportzentrum statt, in dem sich die Bewohner ihren zeitlichen Verfügbarkeiten entsprechend "auspowern" können. Das Training wird von einem quartierseigenen Fitnesstrainer geleitet. Über eine Quartiers-App für das Smartphone können Terminabsprachen getroffen werden und Trainingseinheiten alleine oder in Kleingruppen vereinbart werden. Optional kommt ein Ernährungsberater hinzu. Bei Bedarf erstellen diese neben einem individuellen Ernährungsplan auch Rezepte und organisieren die Bestellung und Lieferung der Zutaten. So können v. a. ältere Menschen abwechslungsreich und gesund ernährt werden. Auf Wunsch werden die Gerichte gemeinsam in der modern gestalteten Quartiersküche unter Anleitung zubereitet. Und wer lieber für sich allein kocht? Die Lebensmittel werden vom Concierge angenommen oder in der multifunktionalen Lieferbox, dem kleinen Paketzentrum im Quartier, gut gekühlt bis zur Entnahme durch den Kunden abgelegt. Und warum nicht regelmäßig in der quartierseigenen Sauna gemeinsam schwitzen? Gemeinschaftlich finanziert sind viele quartiersbezogene Dienste erschwinglich.

---

[53] PWC (2012): Emerging mHealth – Path for growth. S. 7 ff

[54] Horx, M. (2010): Gesundheit ist Kultur. Vortrag auf dem Health Forum in Gastein. http://www.springermedizin.at/artikel/18938-gesundheit-ist-kultur (Stand: 12.10.2010) [letzer Zugriff: 18.08.2013]

Die Gruppe der Anspruchsvollen setzt auch bei solchen Aktivitäten auf Individualität und hat hohe Ansprüche. Knapp 53 % treiben oft oder sehr oft individuell Sport, wie aus der telefonischen Befragung hervorgeht. Wer den Wunsch nach seinem eigenen Fitnessraum umsetzen möchte, hat zusätzlichen Raumbedarf. Anspruchsvolle haben ein sehr großes Interesse an Wellness-Leistungen, wobei die Qualität der Leistungen im Vordergrund steht und weniger, ob diese Leistungen beispielsweise im Quartier verfügbar sind. 45 % gaben an, dass sie regelmäßig Wellness-, Sauna- oder Dampfbadangebote wahrnehmen. Die räumlich nahe Verfügbarkeit solcher Angebote im Quartier ist dabei von Vorteil.

Bei den Kommunikativen sind Trend- und Outdoorsportarten sehr beliebt. Organisierte Events in den Wohnquartieren sind eine Möglichkeit, diese Trends aufzugreifen oder mit Partnern Sportgeräte zur Verfügung zu stellen. Ein Highlight wäre der Kletterparcours mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden im Quartier.

Für konventionelle, ältere Haushalte kommen seniorengerechte Sportgeräte immer mehr in Mode: In vielen Quartieren werden Bewegungsparcours speziell für Senioren errichtet und oft gut angenommen. Solche Begriffe täuschen ein wenig darüber hinweg, was diese Plätze tatsächlich sind: Spielplätze für Junggebliebene.

Nicht nur im Quartier gibt es Veränderungen, auch die Wohnung passt sich den gewandelten Gesundheits- und Wellness-Bedürfnissen der Bewohner an: Das Bad erhält weitere Applikationen, beispielsweise die weiche Regendusche, die dem Nutzer ein angenehmes Duschgefühl vermittelt. Während des Duschens entsteht in Kombination mit Lichteffekten ein kurzes Wohlfühlprogramm für Körper und Geist.

Zugleich wird die Wohnung fit für die E-Health-Systeme der Zukunft.[55] Wegen der hohen Verfügbarkeit von Informations- und Telekommunikationsdiensten einschließlich drahtloser Netzwerke sind dafür oft nur wenige zusätzliche Module – Bediengeräte oder mobile Messgeräte/-stationen – erforderlich.

[55] Heinze, R. G. und Ley, C. (2009): Vernetztes Wohnen: Ausbreitung, Akzeptanz und nachhaltige Geschäftsmodelle. Bochum. S. 7 ff

5.5
Die Stadt der Quartiere 2030

Im Jahr 2030 …

… orientieren sich die Nachfrager stärker als heute an der Qualität des Wohnquartiers. Bedingt durch die fortschreitende Modernisierung der Bestände, auch forciert durch die Energiewende, sind ausreichende bis gute Wohnungsqualitäten in vielen Regionen Standard. Viele Ausstattungsmerkmale und -qualitäten einer Wohnung werden auf Wunsch mit weiteren Dienstleistungen zum vorhandenen Standard "dazu gebucht". Die Wohnung wird nahezu überall umfangreich konfigurier- und individualisierbar. Nicht die Wohnung allein, sondern das Quartier ist dabei zum wichtigen Unterscheidungsmerkmal geworden.

Quartiere der Zukunft sind sehr leistungsfähig: Sie bieten Möglichkeiten zur Nahversorgung und zur Freizeitgestaltung, sie sind Arbeitsorte und – für das gesellschaftliche Leben von wesentlicher Bedeutung – eine solide Basis für vitale soziale Netze. Im Quartier überschneiden sich virtuelle und reale Netzwerke, dort werden sie erlebbar. Wohnungsunternehmen fördern und organisieren solche Netze, sind für die Bewohner Ansprechpartner, leisten Hilfestellung und stellen mit ihren Service-Partnern auf Wunsch Dienstleistungen bereit, die auf die Bewohner in den Quartieren zugeschnitten sind.

Das Zusammenleben in Quartieren: neue Nachbarschaften

Nachbarschaften sind etwas Besonderes. Der Begriff, der oft synonym für Quartier oder Viertel verwendet wird, hat im Kern eine andere Konnotation. Nachbarschaft ist ein soziales Netz, ein System von persönlichen Beziehungen zwischen Personen. Für Siebel bieten Nachbarschaften das, was ansonsten nur verwandtschaftliche Beziehungen bieten können: Anerkennung, Freundschaft und sogar Liebe.[56] Nachbarschaftshilfe und gegenseitige Unterstützung sind 81,4 % aller Befragten wichtig oder sehr wichtig, was diese Bedeutung unterstreicht. Auch Nachbarn, mit denen man jederzeit reden kann und die man öfters trifft, sind 72,9 % der Befragten wichtig.[57]

[56] Siebel, W. (2013): Was ist los in unseren Nachbarschaften? Vortrag auf dem GdW-Stadtentwicklungs-Kongress 2013 am 25.04.2013 in Hamburg

[57] GdW Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Im Zuge sich verändernder Familienstrukturen in entwickelten Gesellschaften erlangen solche "Ausgleichsbeziehungen" heute immer größere Bedeutung. Damit sind Nachbarschaften heute oft wichtiger als noch vor zehn bis zwanzig Jahren. Siebel weist auf ein Problem hin: Nachbarschaften sind nicht professionalisierbar, sondern hängen vom Engagement der Beteiligten ab. Ganz anders als typische unternehmerische Aufgaben im Quartier – von der Vermietung bis zur Modernisierung und von der Schadensmeldung bis zu einem Beschwerdemanagement oder einem passgenauen Dienstleistungsangebot, die geradlinig strukturierbar und steuerbar sind.

Umso wichtiger ist es, dass insbesondere für die wachsende Zahl von älteren Mietern Voraussetzungen geschaffen werden, die das Entstehen sozialer Netze begünstigen und deren Fortbestand sichern. Wohnungsunternehmen sind für die Unterstützung und Förderung von sozialen Netzen "geborene" Partner. Zum einen ist das damit zu begründen, dass Wohnungsunternehmen über Ressourcen und Strukturen in Quartieren verfügen, mit denen sich viele soziale Aktivitäten organisieren lassen. Zum anderen haben sie selbst großes Interesse an vitalen Nachbarschaften, da die Stabilisierung und Entwicklung von nachbarschaftlichen Beziehungen für Wohnungsunternehmen von Vorteil ist. Sie sorgen für Sicherheit im Quartier und tragen zur Zufriedenheit der Mieter bei. Das erhöht deren Bindung an den Standort und sorgt dafür, dass Kunden länger gehalten werden können und weniger häufig abwandern, wenn Problemlagen im Quartier zu bewältigen sind. Das heißt nicht, dass Wohnungsunternehmen allein für ein Quartier Verantwortung tragen, diese liegt nach wie vor bei den Kommunen selbst, jedoch sollten sie dennoch gemeinsam mit den zuständigen Stellen und Trägern aktiv werden.

Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, als Träger oder Partner solcher Netzwerke und Nachbarschaften mehr Präsenz in Quartieren zu zeigen. Dies kann beispielsweise durch mobile Außensprechstunden geschehen oder durch fest eingerichtete Außenstellen mit regelmäßigen Öffnungszeiten bis hin zu einem breiten Angebot aus der klassischen sozialen Arbeit, welches z. B. in einem Nachbarschaftstreff bereitgestellt wird. Eine Mischform sind speziell geschulte "Quartiershausmeister", die neben technischen Aufgaben auch die Kommunikation im Quartier unterstützen. Hilfreich, oft aber nur schwer zu finanzieren, sind eigene Quartiersmanager, die in den Quartieren nachbarschaftliche Aktivitäten unterstützen und das soziale Leistungsangebot koordinieren. Vorstufen der Organisation von Nachbarschaft sind dauerhafte Kooperationen zwischen Wohnungsunternehmen und anderen Partnern vor Ort, beispielsweise zur Organisation von häuslicher Pflege oder weiteren hauswirtschaftlichen und sozialen Leistungen.

Ergänzend wird hier auch das Thema (virtueller) sozialer Netzwerke stärker auf die Unternehmen zukommen. Nach und nach engagieren sich viele Wohnungsunternehmen mit eigener Facebook-Seite, wenngleich vielen bislang nicht ganz klar ist, welchen Nutzen sie daraus haben. Parallel entstehen jedoch die ersten sozialen Netzwerke für spezielle Nachfragergruppen – z. B. für Senioren. Auch die teils aus den Grasroot-Movements bekannten Tauschringe sind ein Element dieser (teil-)virtuellen Selbstorganisation. Wohnungsunternehmen können diese Effekte nutzen und bereits von sich aus auf der Quartiersebene viel stärker angehen. Es werden also virtuelle Plattformen entstehen, die zum inhaltlichen Austausch der Beteiligten dienen, die aber auch die Herausbildung "echter" sozialer Netze unterstützen und sogar zur Verabredung von Leistungsaustausch zwischen Unternehmen und Mietern, aber auch zwischen den Mietern selbst beitragen. Warum sollten Unternehmen nicht virtuell "persönlich" ansprechbar sein? Vielen hilft sicher auch der künstliche Online-Vertreter des Unternehmens, der – mit moderner artificial intelligence ausgestattet – in der Lage ist, Anfragen zu beantworten und weiterzuleiten.

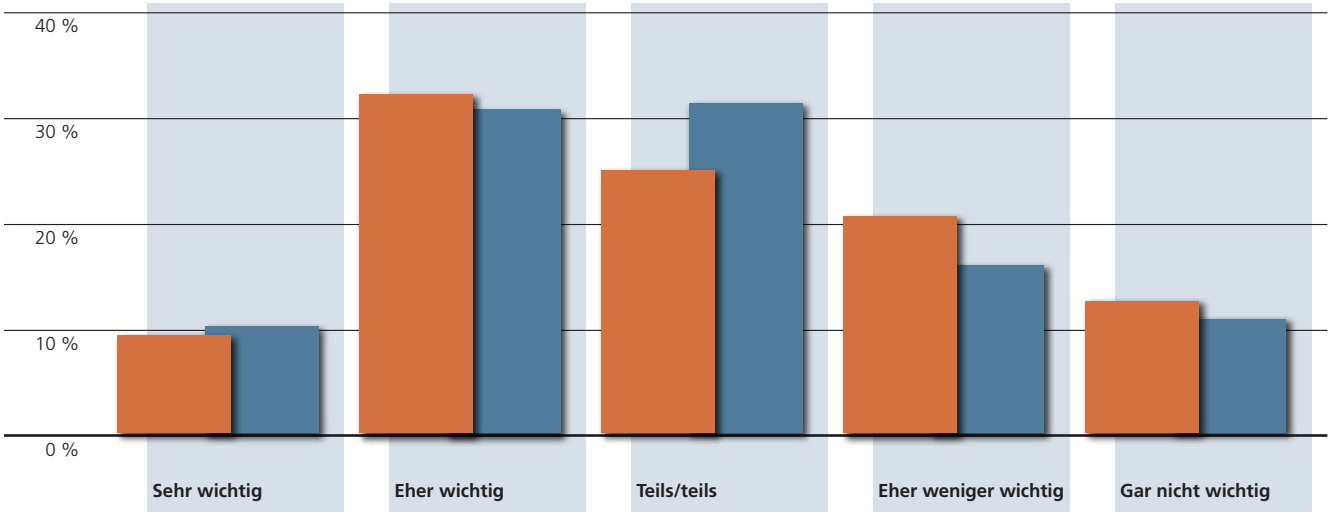
Eine besondere Rolle werden diese Systeme darin erlangen, die Entstehung und den Fortbestand echter Face-to-Face-Netzwerke zu unterstützen bzw. zu sichern. Wohnungsunternehmen kann hier eine wichtige Anbieter- und Moderationsfunktion zukommen, die auch als besonderes (positives) Merkmal einer guten Kundenbindungsstrategie verstanden wird.

Living in perfect harmony? Zusammenleben ist nicht immer einfach!

Wenn viele unterschiedliche Menschen zusammentreffen, führt das häufig zum Aufbau lebendiger und vielfältiger sozialer Netzwerke, kann aber auch zu Konflikten führen. Dies ist auch unter "guten" Nachbarn so: Viele solcher Konfliktfälle – auch aus scheinbar geringen Anlässen – sind dokumentiert und haben sogar über entsprechende Formate im Privatfernsehen Eingang in die Populärkultur gefunden. Daraus resultiert für Wohnungsunternehmen eine neue Herausforderung: Die Nachfragergruppe muss nicht nur Gefallen an der jeweiligen Wohnung und ihrer Ausstattung und darüber hinaus an den Qualitäten des Wohnstandorts und des Quartiers finden. Im Idealfall müssen sie auch zu anderen Nachfragergruppen im Quartier passen, um ein möglichst konfliktfreies Zusammenleben zu ermöglichen, bei Streitigkeiten rasch zu einem Ausgleich zu kommen und eine Eskalation von Problemlagen zu vermeiden.

Abb. 6
Wünsche in Bezug auf die Nachbarschaft

Angaben in %



Nachbarn zu haben, die sich in der selben Lebenssituation wie ich befinden.
Mit Nachbarn unterschiedlicher kultureller Herkunft zusammenzuleben.

Quelle:
GdW Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Diese Ziele zu erreichen, ist Ergebnis einer auf Quartiere ausgerichteten Belegungsstrategie und eines guten Belegungsmanagements in den Wohnungsunternehmen. Dass hier gerade in zurückliegenden Jahrzehnten Defizite erkennbar waren, ist bei einigen (Groß-)Siedlungen des "Sozialen Wohnungsbaus" sichtbar geworden, was weniger auf die Aktivitäten von Wohnungsunternehmen, sondern mehr auf die Belegungspolitik von Städten und Gemeinden zurückzuführen ist, die ihren Anteil an der Zunahme von Problemlagen hatten.

Bei der Belegung soll der Grundsatz der Gleichbehandlung eingehalten werden bzw. es sollen Diskriminierungen unterbleiben. Mit Blick auf das Thema Segregation wird die Belegung von Wohnungen eine sensible Aufgabe. Für Siebel existiert ein Dualismus: Durch veränderte Rahmenbedingungen erzwungene Segregation will man vermeiden, aber gewünschte (Selbst-) Segregation, die das Entstehen gesunder Nachbarschaften fördern kann, durch ausreichende Optionen begünstigen.

Nachbarschaftsstrukturen erkennen und die sich abspielenden Prozesse lesen zu können, wird zu einer wichtigen Fähigkeit eines Wohnungsunternehmens. Es wird zunehmend bedeutsamer, zu wissen, wer mit welchen Bedürfnissen bereits in den Beständen wohnt und wer dort ein- und auszieht. Damit lässt sich einschätzen, ob und zu welcher Art von Konflikten es im nachbarschaftlichen Umfeld kommen kann und wie diesen zu begegnen ist. So gilt es, die Bildung harmonischer Nachbarschaften zu fördern und das Entstehen nichtharmonischer Nachbarschaften zu verhindern. Heute ist man durchaus in der Lage, mithilfe von Haushaltsbefragungen und geeigneter Analysemethoden – wie beispielsweise der Clusteranalyse – das Zusammenleben von unterschiedlichen Milieus transparent zu machen und Erkenntnisse zu sammeln, welche Faktoren harmonische Nachbarschaften begünstigen oder ggf. erschweren.

Die Forschungserkenntnisse aus der Befragung zeigen, dass die Heterogenität von Nachbarschaften die Herausbildung disharmonischer Strukturen begünstigen kann, aber nicht in jedem Fall Voraussetzung dafür sein muss, dass es Ärger im Quartier geben wird. Im Umkehrschluss gilt aber tatsächlich: "Gleich und Gleich gesellt sich gern" und lebt anschließend vergleichsweise harmonisch zusammen. Das lässt sich auch an den Strömen der (freiwilligen) Segregation erkennen. Bezogen auf die Wohnkonzepte sieht man, dass sich Nachfrager mit nahe beieinanderliegenden Wertesystemen (z. B. kommunikative und anspruchsvolle Haushalte) besser miteinander vertragen als solche mit sehr unterschiedlichen Wohnkonzepten, weil sich deren Wohnwünsche, Auffassungen und Haltungen deutlich voneinander unterscheiden. Homogenität in Bezug auf den Lebensstil ist eine wichtige Klammer für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen und kann Heterogenität im Sinne von Individualität gut ausgleichen. Sprich: Wenn ähnliche Lebensstile geführt werden, werden geringe Abweichungen (z. B. ökonomische und kulturelle Differenzen, unterschiedliche Lebensphasen, die Ausbildung von Interessen) nicht als trennend oder gar anstößig empfunden.

Im Umkehrschluss wird deutlich, dass Nachbarschaftsprobleme besonders dann auftreten, wenn größere Unterschiede in mehreren, wichtigen Merkmalen feststellbar sind, also z. B. neben dem Lebensstil vor allem kulturelle und sozioökonomische Unterschiede gleichzeitig feststellbar sind. Die Unterschiede zwischen den Auffassungen der einzelnen Gruppen werden dann zu groß und können kaum noch überbrückt werden; zuletzt auch deshalb, weil man nicht die gleiche Sprache spricht.

Die positiven Leistungen nachbarschaftlicher Systeme vertragen eine gewisse Heterogenität, aber nur bis zu einem gewissen Grad. Letztlich ist das Empfinden von Nachbarschaft höchstpersönlich und damit sehr subjektiv. Auch wenn dies im Einzelfall und in manchen Quartieren unterschiedlich sein mag, stellt sich hier schon die Frage, wie tolerant unsere Gesellschaft gegenüber Nachbarn generell ist, unabhängig von ihrer kulturellen Herkunft. Dabei sind Migration und Integration zwei Vokabeln, die im Quartierszusammenhang besonders wichtig sind: Integration muss (auch) zu Hause und damit im Quartier stattfinden. Umso wichtiger ist es aus Sicht der Wohnungswirtschaft, entsprechende Migrationsprozesse und dann folgend Integrationsprozesse von Migranten zu begleiten und zu unterstützen.

In diesem Zusammenhang wird das Thema der interkulturellen Kompetenz von Mitarbeitern und Prozessen in den Unternehmen noch weiter an Bedeutung gewinnen. Ist schon heute beispielsweise der türkischsprachige Mieterbetreuer in vielen Unternehmen, zumindest in Ballungsräumen, Standard, wird es zukünftig darum gehen, auch auf Entscheiderebene verstärkt Sensibilität für interkulturelle und intergenerationelle Zusammenhänge und Fragestellungen bereitzustellen. Hier liegen wichtige Aufgaben für Ausbildungs- und Personalentwicklungsstrategien. Gleichzeitig spricht die Erfordernis der Moderation und Integrationsbegleitung bzw. -förderung dafür, dass entsprechende Kompetenzen in den Unternehmen vorhanden sind oder ggf. über Kooperationen verstärkt hinzugezogen werden. Ein fortschrittliches Diversity Management wird somit nicht nur innerhalb der Unternehmen im Bereich des Human Ressource Management an Bedeutung gewinnen, sondern entsprechende Ansätze und Methoden werden auch mit Blick auf die sozial und ethnisch heterogenen Quartiere zum Standard in den kundenorientierten Prozessen und Projekten werden müssen.

Mitmachen! Quartiere als partizipativer Ort

Intensive Kommunikation im Quartier flankiert auch das Bedürfnis der Menschen nach Mitbestimmung und Teilhabe. Dies gilt umso mehr für die wachsende Zahl älterer Menschen und hier vor allem für die Gruppe älterer Frauen, die sich oft zu weit mehr als drei Viertel ihrer Zeit im Quartier aufhalten.[58]

Eine wesentliche Dimension altengerechter Quartiersarbeit ist die Partizipation (älterer) Menschen: "Immer mehr Menschen suchen in diesem Lebensabschnitt [in der nachberuflichen Phase] nach sinnvollen und nicht selten gemeinwesen-orientierten Aufgaben. Sie wollen Gemeinschaft erleben und sich in die Gesellschaft mit ihren Erfahrungen und ihrem Tun einbringen".[59] Mit dem Ziel, Pflege möglichst zu vermeiden und Selbstständigkeit möglichst lange zu erhalten, ist es notwendig, u. a. im Wege des "Self-Empowerment" Kompetenzen und Eigeninitiative der Menschen in Quartieren zu fördern und zu unterstützen. Das setzt voraus, dass Begegnungsstrukturen geschaffen und bewirtschaftet werden. Parallel zu einer aufsuchenden und zugehenden Beratung sollen (besonders) ältere Menschen in die Prozesse im Quartier eingebunden werden. Wohnungsunternehmen sind starke Partner, sie können dies aber kaum selbst leisten. Sie sind – wie bei anderen Aufgaben der Quartiersarbeit auch – auf Partnerschaften mit Dienstleistern und Kommunen angewiesen. Für Wohnungsunternehmen sind die Ergebnisse dieser Arbeit ein Gewinn: Z. B. indem längere Verweildauern in der eigenen Wohnung und weniger bzw. zeitverzögerte altersbedingte Fluktuation dabei helfen, den Generationenwechsel in Quartieren zu moderieren und zu begleiten.

---

[58] Bölting, T. und Schneiders, K. (2010): Lebenswelten von Frauen und Männern im Quartier. In: RVR (Hg.) 2010: FrauRuhrMann. Essen: Klartext. Detailliertere Informationen zu Zeitverwendung in: Engstler, H. et al. 2004: Die Zeitverwendung älterer Menschen. In: Alltag in Deutschland. Beiträge zur Ergebniskonferenz der Zeitbudgeterhebung 2001/2002 am 16./17. Februar 2004 in Wiesbaden. Analysen zur Zeitverwendung Bd. 43, Wiesbaden: Statistisches Bundesamt. Das Land NRW beispielsweise geht bewusst diesen Weg und hat durch das Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter den sog. "Masterplan altengerechte Quartiere" aufgelegt. Dieser Masterplan ist nicht etwa ein Plan für jedes Quartier in NRW, sondern stellt einen Rahmen da, wie Quartiere alten- bzw. altersgerecht entwickelt werden können. Um dies umzusetzen, hat das Ministerium ein sog. "Landesbüro altengerechte Quartiere NRW" etabliert, das Kommunen und anderen Akteurinnen und Akteuren bei der Planung und Umsetzung altengerechter Quartierskonzepte helfen soll.

[59] MGEPA.NRW (2013): Masterplan altengerechte Quartiere. Düsseldorf. S. 16

Das Quartier als Handlungsebene

Damit Quartiere vitale Lebenswelten mit intakter Nachbarschaft werden, benötigen die Wohnungswirtschaft und ihre Partner quartiersbezogene Konzepte. Diese sollten kooperativ und partizipativ zugleich angelegt sein: kooperativ, um die Handlungen verschiedener Partner (Wohnungsunternehmen, Kommune, soziale Träger, Dienstleister usw.) im Quartier zu koordinieren, und partizipativ, um die Wünsche und Bedürfnisse der Bewohner bei Entscheidungen über die Entwicklung eines Quartiers mit einzubeziehen. Quartiersbezogene Konzepte müssen nicht aufwendig sein: Es kommt nicht immer auf formelle Beschlüsse an, um Handlungsfähigkeit herzustellen. Ratsbeschlüsse und ähnliche Formalien, wie sie aus den aufwendigen Konzepten im Kontext der Städtebauförderung bekannt sind, sind für ein Gelingen aus dem Blickwinkel der Bewohner nicht unbedingt notwendig. Sie stellen aber eine grundlegende Legitimation dar, zeigen einen Leitfaden und Handlungsrahmen für die Entwicklung der Quartiere in den nächsten Jahren auf und tragen damit auch der Erkenntnis Rechnung, dass viele gesellschaftliche Herausforderungen der heutigen Zeit – seien es der demographische Wandel, der gesellschaftliche Wandel oder auch z. B. die Folgen von wirtschaftlichem Strukturwandel – auf der konkreten Quartiersebene ihre Wirkung entfalten und für die Menschen erfassbar werden. Damit stehen Quartiere natürlich im Fokus von Politik und Verwaltung.

Perspektivisch können solche Quartierskonzepte ein wichtiger Baustein auch für die Diskussion über Investitionsentscheidungen werden. Mehr und mehr gehen Bundesländer und Kommunen bei der Gestaltung der Förderpolitik (hier: Wohnraumförderung) auf die Ebene von Quartieren ein. Viele Bundesländer wie Berlin, Bremen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Thüringen haben "Bündnisse" zwischen Wohnungswirtschaft, Politik und weiteren Akteuren vereinbart und beziehen sich häufig explizit auf die Quartiersebene. Auch in Schleswig-Holstein beispielsweise werden entsprechende Themen angegangen. In NRW werden im Jahr 2013 erstmals mehr als 70 Millionen Euro aus der Wohnraumförderung für "Quartiersmaßnahmen" im weiteren Sinne zur Verfügung stehen.

Die Unterstützung quartiersbezogener Entwicklungsstrategien durch öffentliche Fördermittel erstreckt sich über die Wohnraumförderung hinaus auch auf andere Themenbereiche. Besonders im Bereich Mobilität sind vielfältige Ansätze denkbar, die zurzeit noch nicht konsequent auf Quartiersebene diskutiert werden: Neue Elektro-Autos benötigen Ladestationen und in diesem Zusammenhang werden aufgrund der hohen Anschaffungskosten für E-Autos und der gleichzeitig (noch) limitierten Reichweite auch neue Anreize für Car-Sharing-Systeme im Quartier erkennbar. Dies gilt in gewissem Umfang auch für E-Bikes und Pedelecs, die Ladestationen benötigen. In vielen integrierten Konzepten für die Quartiersentwicklung finden entsprechende Maßnahmen daher mittlerweile Berücksichtigung – von der E-Bike-Steckdose im Keller oder in der Fahrradbox bis zu quartiersbezogenen Share-Cars. Damit wird Elektromobilität ein Baustein für eine quartiersorientierte Energieversorgung. Gleichzeitig behalten v. a. im Kontext der Erneuerung von Quartieren aus den 1950er- und 1960er-Jahren wohnungsnahe, individuelle Parkmöglichkeiten ihre hohe Bedeutung.

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Mit der in den nächsten Jahren intensiver geführten Diskussion über Quartiere kommt die Wohnungswirtschaft zu einem ihrer Ausgangspunkte zurück: Viele Unternehmen oder deren Vorgängerorganisationen haben in den Zeiten des Aufbaus und des kriegsbedingten Wiederaufbaus neue Quartiere in ganz unterschiedlicher Qualität und jeweils dem Zeitgeist angemessen errichtet. Heute wird klar, dass auch im Zuge von Bestandsentwicklung und Wirtschaftlichkeitsbetrachtung das Quartier als Handlungsebene bislang oft unterschätzt wurde.[60]

So gibt es Maßnahmen, die in Quartieren umgesetzt werden und sich oft einer einzelnen Immobilie kaum exklusiv zuordnen lassen, die dennoch aber dazu beitragen, die Qualität der Wohnlage und des sozialen Wohnumfelds und damit die Renditeperspektiven für die einzelnen Objekte zu verbessern. Ein umfangreiches Freiraumkonzept beispielsweise mit partizipativem Ansatz und der Definition von öffentlichen und privaten Räumen (nicht nur über Mietergärten) kann dazu führen, dass Image und Qualität der Wohnlage insgesamt sich verändern. Solche Wirkungen sind in der Ökonomie als positive externe Effekte bekannt. Gleiches gilt für ein durchdachtes und funktionierendes Versorgungs- und Betreuungskonzept, das den Quartiersbewohnern zur Verfügung steht.

Die Betonung der Ebene Quartier hat für die Wohnungsunternehmen auch bei Unterstützungsprozessen eine große Bedeutung: Management- und Unterstützungsprozesse sind darauf auszurichten. Beispielsweise indem Software-Konzepte darauf getrimmt werden, dass Wirtschaftlichkeitsberechnungen quartiersorientiert durchgeführt werden und verschiedene Auswertungen auf der Grundlage von Quartieren erstellt werden. Gleichzeitig ist es jedoch erforderlich, im Unternehmen einen Kulturwandel voranzutreiben oder herbeizuführen – Vermieter (bei der Belegungspolitik), technische Objektbetreuer (bei der Umsetzung von Instandhaltungsmaßnahmen usw.) sowie auch Kundenbetreuer (für Kommunikation und Beschwerdemanagement) sollten neben dem konkreten Objekt bzw. dem konkreten, jeweiligen Mieter auch immer das soziale, technische und städtebauliche Umfeld im Blick haben, wenn sie Entscheidungen treffen oder vorbereiten.

---

[60] Bölting, T.: Perspektivwechsel: Das Quartier als Handlungsebene der Wohnungswirtschaft. In: Wohnbund Informationen 2+3, 2012. S. 36-39

5.6
Goldenes Alter oder arme Senioren?

Im Jahr 2030 …

… werden sich die Seniorenhaushalte sowohl im Hinblick auf ihre materielle Situation als auch ihre Wohnvorstellungen weiter ausdifferenzieren. Die Wohnungsanbieter werden auf diese Entwicklung durch ein lokal angepasstes Wohnungsangebot und ein spezifisches Marketing eingehen. Sie werden in Wohnanlagen und Quartieren die Potenziale nutzen, die durch eine verstärkte Einbindung der Senioren, als aktiver und integrierender Bestandteil inmitten der Gesellschaft entstehen können.

Die Gruppe der Senioren ist bereits jetzt sehr heterogen und wird sich zukünftig noch weiter ausdifferenzieren. So werden z. B. die Baby-Boomer der späten 1950er- und 1960er-Jahre, die mit Wohngemeinschaften und Rockmusik-Konzerten groß geworden sind, in den kommenden Jahren ins Rentenalter übergehen und dort auch neue "seniorengerechte" Lebens- und Wohnkonzepte etablieren, z. B. im Hinblick auf die Bildung von Netzwerken und Nachbarschaftshilfen. Gleichzeitig wird sich im Zeitverlauf die materielle Situation vieler Seniorenhaushalte verschlechtern. Während die gegenwärtige Rentnergeneration insgesamt eine auskömmliche bis gute materielle Situation aufweist, werden die ökonomischen Rahmenbedingungen für viele Seniorenhaushalte zukünftig ungünstiger werden. Allein diese unterschiedlichen Tendenzen machen deutlich, dass eine sehr differenzierte und komplexe Sicht- und Handlungsweise erforderlich ist, wenn es um Entwicklungen bei der Gruppe der Senioren geht.

Der weitaus größte Teil der Senioren führt ein aktives und zufriedenes Leben in der eigenen Wohnung. Dies wird auch in den nächsten Jahrzehnten so bleiben, wenn es zu einer stark ansteigenden Zahl von Senioren kommt.

Ambulante Pflege steht im Mittelpunkt

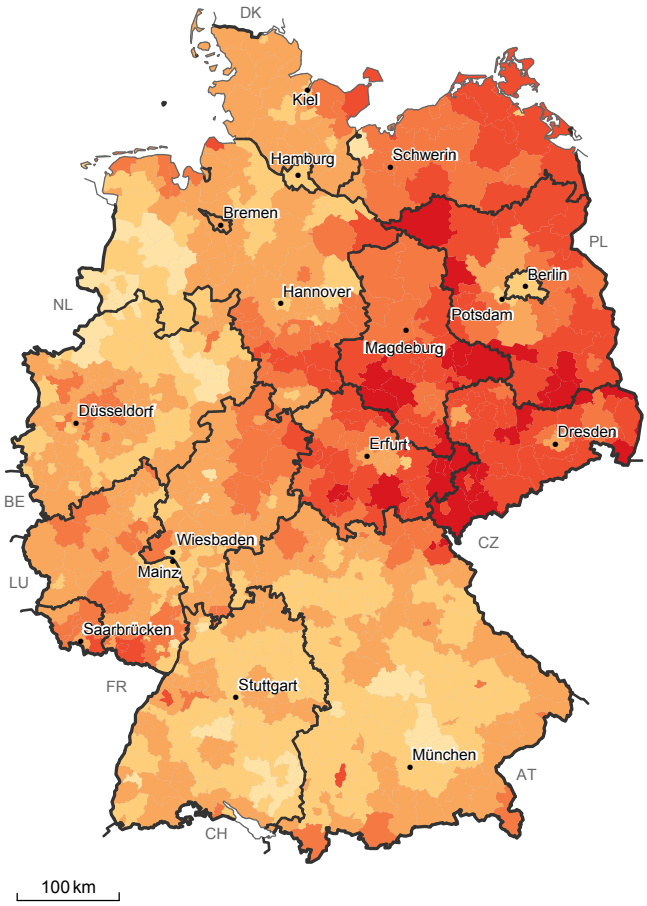
Deutliche strukturelle Veränderungen werden sich aber durch die sehr große Zunahme bei den über 80-Jährigen ergeben. Ihre Zahl wird sich bis 2030 um rund 60 % erhöhen. Dadurch wird auch die absolute Zahl der Pflegefälle deutlich steigen, zwischen 2007 und 2030 ist mit einem Anstieg von etwa 50 % zu rechnen. Bei diesen Größenordnungen kann davon ausgegangen werden, dass die altersspezifischen Pflegehäufigkeiten auf etwa dem gegenwärtigen Niveau verbleiben werden. In den letzten zehn Jahren waren keine positiven Veränderungen bei der Pflegehäufigkeit zu beobachten und es zeichnet sich nicht ab, dass etwa mehr Prävention oder eine verbesserte medizinische Entwicklung hieran etwas ändern werden. Daraus resultieren enorme Anforderungen an das Volumen, die Organisation und auch die Verortung von Pflegeleistungen.

Die Vermeidung oder Verzögerung der deutlich teureren stationären Pflege wird aber nur dann gelingen, wenn auch für die häusliche Pflege im Quartier unter Zuhilfenahme von Pflegediensten entsprechende Bedingungen geschaffen werden. Dabei ist es erforderlich, den Bereich der ambulanten Pflege deutlich zu stärken, da eine sonst erforderliche Ausweitung der Heimpflege aus finanziellen wie aus personellen Gründen kaum leistbar sein wird.

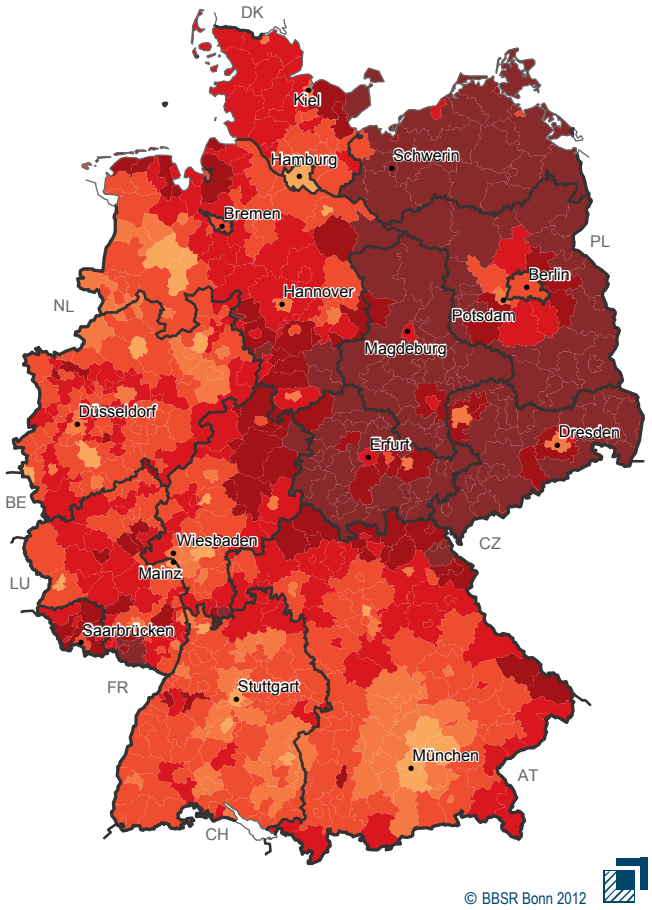
Hiervon werden entsprechend auch Wohnungsmarkt und Wohnungswirtschaft betroffen sein. Vor allem die Anzahl an altersgerecht ausgestatteten Wohnungen, die als Standort für ambulante Pflege genutzt werden können, wird wesentlich größer werden müssen. Damit geht es nicht nur um ein möglichst langes selbstbestimmtes Leben in der angestammten Wohnung, vielmehr wird die Wohnung auch zu einem gesundheitspolitischen Faktor.

Abb. 7
Regionale Alterung 2010 bis 2030

2010



2030



© BBSR Bonn 2012

Durchschnittsalter 2010
- bis unter 41,5
- 41,5 bis unter 43,0
- 43,0 bis unter 44,5
- 44,5 bis unter 46,0
- 46,0 bis unter 47,5
- 47,5 und mehr

Durchschnittsalter 2030
- bis unter 44,5
- 44,5 bis unter 46,0
- 46,0 bis unter 47,5
- 47,5 bis unter 49,0
- 49,0 bis unter 50,5
- 50,5 und mehr

Datenbasis:
BBSR-Erwerbspersonenprognose 2009–2030/ROP
Geometrische Grundlage: BKG, Prognoseräume 2010

In der Region liegen die Unterschiede

Die Situation im Hinblick auf die Alterungsprozesse stellt sich aber für die Bundesländer und Kommunen sehr unterschiedlich dar. So wird etwa in Bremen im Zeitraum von 2009 bis 2030 der Anstieg der Pflegebedürftigen bei 28 % liegen, während dieser in Mecklenburg-Vorpommern mit 56 % doppelt und in Brandenburg mit 72 % sogar mehr als 2,5 Mal so hoch sein wird. Auf der Ebene der Kommunen sind die Unterschiede noch drastischer, die Steigerungsraten reichen hier von knapp 14 % (Goslar) bis zu mehr als 100 % (München, Kreis Oberhavel).[61]

Etwa zwei Drittel der von Älteren genutzten Wohnungen befinden sich in ungünstigen Wohnlagen. Erreichbarkeit, Infrastruktur und Wohnumfeld bieten keine guten Voraussetzungen dafür, im Alter dort auch mit körperlichen Einschränkungen selbstständig leben zu können. Exemplarisch sei hier das Einfamilienhaus im städtischen Umland oder ländlichen Raum genannt, das nur mit dem Auto erreicht werden kann und keine fußläufige Infrastruktur aufweist.

Eine (Rück-)Wanderung in die Großstädte – "Back to the City" – wird stattfinden, aber in einem überschaubaren Umfang bleiben. Im ländlichen Raum wird es jedoch verstärkt dazu kommen, dass zentrale Orte die Rolle von Pflegestützpunkten mit entsprechenden Wohnangeboten übernehmen werden, da eine ambulante Versorgung in der Fläche nicht mehr in jedem Fall möglich sein wird.

Altersgerechter Umbau von Wohnungen und Quartier – ein langer Weg

93 % der Senioren leben selbstständig in ihrer Wohnung. Dabei zeigt sich schon jetzt, dass viele dieser Wohnungen kaum oder nicht geeignet sind, dass die Bewohner auch bei Einschränkungen oder Pflegebedürftigkeit darin verbleiben können. Jeder zweite Senior lebt in einer Wohneinheit mit mehr als 100 m² Wohnfläche, ein Drittel der älteren Bewohner im Wohneigentum fühlt sich von der Größe der Wohnung überfordert, wie die telefonische Befragung zeigt.[62]

Aktuelle Studien gehen davon aus, dass bisher erst 1 bis 2 % des bundesdeutschen Wohnungsbestandes altersgerecht ausgestattet sind. Die Kommission "Wohnen im Alter" hält es für notwendig, dass in den nächsten Jahren rund 2,5 Millionen Wohnungen entsprechend altersgerecht angepasst werden sollten.

Die bisherigen Erfahrungen zeigen aber, dass die Aktivitäten zur altersgerechten Bestandsanpassung sowohl bei selbstnutzenden Eigentümern als auch bei Vermietern noch sehr eingeschränkt sind. Auch wenn entsprechende Wohnungsbestände bereits ab Mitte dieses Jahrzehnts zu einem wichtigen Nachfragefaktor werden, zeichnen sich hier – etwa im Vergleich zur energetischen Modernisierung – bisher noch keine weiterführenden Impulse in den notwendigen Größenordnungen ab.

---

[61] Bertelsmann-Stiftung (2012): Themenreport "Pflege 2030". Gütersloh.

[62] GdW-Studie Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Die Bereitschaft zur Durchführung entsprechender Anpassungsmaßnahmen wird wohl erst wachsen, wenn zum einen die Informationstätigkeit deutlich ausgebaut wird. Zum anderen werden Fördermaßnahmen auf allen Ebenen deutlich intensiviert werden (müssen), um zu einer größeren Anzahl altersgerechter Wohnungen zu gelangen. Für die Wohnungswirtschaft wird oftmals insbesondere in nachfrageschwachen Märkten das Dilemma entstehen, dass eine altersgerechte Bestandsanpassung erforderlich ist, um Mieter halten zu können, diese aber ohne eine wirkungsvolle Förderung über die Mieten nur eingeschränkt refinanzierbar ist. Insgesamt gehen 61 % der über 65-Jährigen davon aus, dass ein altersgerechtes Bad zum Standard einer Wohnung gehört, d. h. es besteht keine zusätzliche Zahlungsbereitschaft. Hinsichtlich eines barrierearmen bzw. schwellenfreien Zugangs zur Wohnung und innerhalb der Wohnräume ist der Anteil derer ab 65 Jahren, die dies als Standard erachten, mit rund 70 % noch höher.[63] Allerdings erhöhen die Maßnahmen auch die langfristige Vermietbarkeit der Wohnung, wodurch die Gesamtwirtschaftlichkeit wieder gegeben sein kann.

Eine wichtige Ausweitung des Angebots wird daher auch über den Neubau altersgerechter Wohnungen erfolgen. Hier lassen sich Wohnformen und Pflegeangebote realisieren, die sehr gut auf die lokale Situation und die Wohnkaufkraft der Senioren abgestimmt sind.

Auf jeden Fall wird eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den einzelnen beteiligten Institutionen, so etwa Sozialleistungsträgern, Pflegediensten und Wohnungswirtschaft, erforderlich sein.

Altersgerechte Bestandsanpassung muss darüber hinaus im Quartiersbezug gesehen werden, da auch das Wohnumfeld, z. B. die Zuwegungen und die Infrastruktur, auf die Bedürfnisse der Senioren angepasst sein muss, um die gewünschten Effekte zu erreichen. Daher wird dieser Themenkomplex stärker zum Bestandteil integrierter Handlungs-, Stadtteil- und Stadtentwicklungskonzepte sowie von kommunalen Wohnungsmarktentwicklungskonzepten werden, um daraus dann konkrete Maßnahmen abzuleiten und diese auch zielgerichtet umzusetzen.

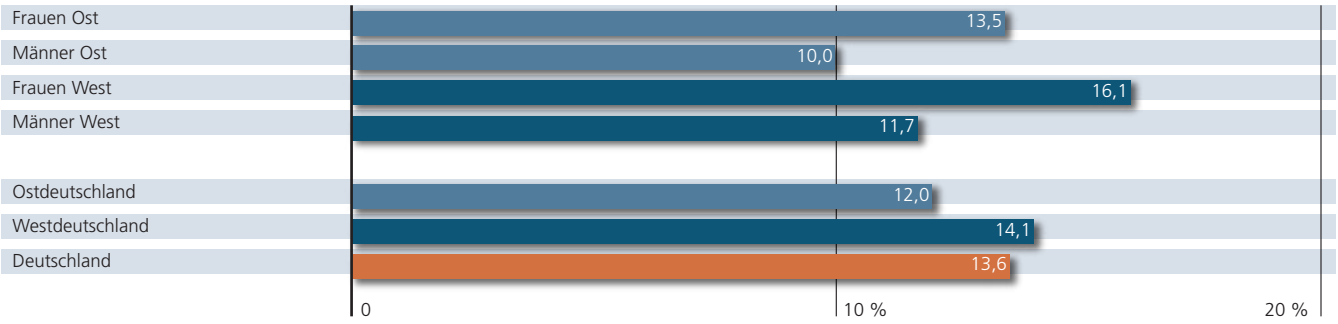
Mehr Senioren mit weniger Geld

Die Einkommenssituation der gegenwärtigen Seniorengeneration (65 Jahre und älter) ist vergleichsweise gut, das Armutsrisiko liegt mit 13,6 % niedriger als bei der Gesamtbevölkerung (15,2 %). Allerdings ist dieses Risiko zwischen einzelnen Gruppen älterer Menschen deutlich ungleich verteilt, die Spanne reicht von 10 % bei älteren Männern in Ostdeutschland bis hin zu 16,1 % bei westdeutschen Seniorinnen. Besonders hoch liegt es mit 25,8 % bei Alleinlebenden.

Die Einkommenssituation der kommenden Rentnergeneration wird durch höhere Armutsrisiken gekennzeichnet sein. Strukturveränderungen in der Erwerbstätigkeit, so z. B. gebrochene Berufsbiographien, Teilzeitjobs und ein hoher Anteil Langzeitarbeitsloser, insbesondere in Ostdeutschland, werden zukünftig für viele Seniorenhaushalte zu einer schwierigen Einkommenssituation führen. Hinzu kommen mehr Migranten im Rentenalter, die tendenziell deutlich größere Armutsrisiken aufweisen werden als der Durchschnitt.

[63] GdW-Studie Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Abb. 8
Armutsrisiko älterer Menschen nach Geschlecht und Region 2012
(Äquivalenzgewichtetes Nettoeinkommen, Armutsgrenze 60 % des Medians, 65 Jahre und älter)



Quelle:
Mikrozensus

Es zeichnet sich entsprechend auch bei den zukünftigen Senioren eine zunehmende Einkommensspreizung ab. Die Zahl der Bezieher von Grundsicherung wird bei dieser Gruppe steigen und damit auch die Nachfrage nach preiswertem Wohnraum. Es besteht dabei das Risiko, dass einkommensschwache Seniorenhaushalte in den wirtschaftsstarken Großstädten mit hohem Mietniveau zunehmend an den Stadtrand gedrängt werden.

Für die Versorgung der Senioren mit sehr geringem Einkommen, deren Anteil in vielen Regionen ein Fünftel und mehr der Älteren erreichen wird, ist es verstärkt erforderlich, lokal angepasste Versorgungskonzepte für diese Gruppe zu entwickeln. Dies kann nicht von den Wohnungsanbietern allein geleistet werden, sondern nur im Zusammenspiel aller entsprechenden Akteure. Für die Wohnungsanbieter bedeutet das, vor dem Hintergrund der eigenen Bestands- und Bewohnerstruktur, langfristige marktorientierte Strategien zur Versorgung einkommensschwacher Senioren zu entwickeln. Das Spektrum reicht hier vom Verzicht auf mietsteigernde Modernisierungsmaßnahmen bis hin zum Neubau preiswerter kleiner Wohnungen.

Ein Ansatz kann es aber auch sein, in der Wohnanlage oder im Quartier Aufgaben bzw. Arbeitsplätze für Senioren zu schaffen, durch die ein zusätzliches Einkommen bezogen werden kann und die dazu beitragen, die Wohnqualität, auch für andere Gruppen, zu steigern – Service-Strukturen statt Schlafstadt. Denkbar sind hier z. B. Concierge-Dienste, Kinderbetreuung oder die Betreuung von Nachbarschafts-Netzwerken.

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Der weitaus überwiegende Teil der älteren Menschen möchte nach wie vor in der angestammten Wohnung alt werden. Vor dem Hintergrund sich ausdifferenzierender Wohnkonzepte auch bei den Senioren gibt es eine wachsende Gruppe von Senioren, die ihren Wohnstandort bzw. ihre Wohnform noch einmal verändern möchte, insbesondere um mehr soziale Einbindung und Versorgungssicherheit zu erreichen. Etwa ein Drittel der älteren Haushalte kann sich vorstellen, bei einem Umzug noch einmal eine Wohnung bzw. ein Haus zu beziehen, bei dem sich die Wohnsituation deutlich von der bisherigen unterscheidet.[64]

[64] GdW-Studie Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Neue Wohnformen, wie z. B. Mehrgenerationenwohnen ("Co-Housing") oder Senioren-Wohngemeinschaften, werden dabei aber auf absehbare Zeit nicht zum Trend werden, sondern weiterhin ein Nischendasein führen. So gibt es bisher bundesweit erst etwa 650 Senioren-Wohngemeinschaften, davon allein 400 in Berlin. Durch das Pflege-Neuordnungs-Gesetz (PNG) und die darin verankerte Förderung soll allerdings die Zahl der Pflege-Wohngemeinschaften als Alternative zur stationären Versorgung in den kommenden Jahren um bis zu 3.000 Einheiten deutlich erhöht werden. Es deutet sich an, dass gemeinschaftliche Wohnformen im Alter eine steigende Tendenz aufweisen werden, die zunächst aber nicht so sehr aus den Präferenzstrukturen der älteren Haushalte resultieren, als vielmehr aus der Notwendigkeit, den Umfang der Heimpflege möglichst wenig anwachsen zu lassen.

Ein Angebot mit steigender Bedeutung werden Pflege-Wohnformen für Senioren mit Migrationshintergrund sein. Hier müssen die unterschiedlichen kulturellen Identitäten und daraus resultierenden Vorstellungen zum Thema Pflege intensiv berücksichtigt werden. Gegenwärtig gibt es erst einzelne Pflegeeinrichtungen speziell für Migranten, so etwa in Hamburg, Köln und Berlin.

Aus den dargestellten Entwicklungen ergibt sich für die Wohnungswirtschaft die Anforderung, das Wohnungsangebot für die älteren Haushalte im Hinblick auf die spezifischen Bedürfnisse dieser Gruppe weiter auszubauen und dabei stärker als bisher zu differenzieren. Dazu gehören nicht nur bauliche Maßnahmen, sondern auch ein angepasstes Marketing und eine zielgruppenorientierte Kundenbetreuung (CRM). Die konkrete Ausgestaltung des Wohnungsangebots wird sehr stark von der lokalen Situation und den Rahmenbedingungen abhängen, so z. B. von der Wohnkaufkraft und den Wohnkonzepten der Seniorenhaushalte, und sollte gemeinsam mit den anderen relevanten Akteuren entwickelt und abgestimmt werden. Ein Geschäftsfeld für Wohnungsunternehmen kann dabei auch die Errichtung von Gebäuden für Mehrgenerationenwohnen, Senioren-WGs oder Wohngebäude mit integrierten Pflegestützpunkten bilden. Eine weiter zunehmende Bedeutung werden auch Maßnahmen und Aktivitäten im sozialen Bereich erhalten, etwa die Bildung von Nachbarschaftsnetzwerken. Durch eine stärkere Einbindung der zunehmenden Anzahl von Senioren können dabei in den Wohnanlagen Effekte erzielt werden, die auch insgesamt zu einer Erhöhung der Wohnqualität führen, etwa durch Kinderbetreuung oder andere gemeinschaftsorientierte Dienste.

5.7
Unternehmen als Wohnpartner

Im Jahr 2030 …

… wird das Wohnungsunternehmen vom Vermieter zum Wohnpartner. Es stellt Wohnungen für die unterschiedlichen Lebensphasen zur Verfügung, organisiert Umzüge und hilft bei der individuellen Anpassung der Wohnung an die jeweiligen Bedürfnisse.

Wandelnde Anforderungen an das Wohnen

Die Anforderungen an das Wohnen ändern sich im Laufe des Lebens. Haushaltsgröße, verfügbares Einkommen, Gesundheit und berufliche Anforderungen bestimmen die Ansprüche an das Wohnen ebenso wie das Wohnkonzept, das die lebensstilbezogenen Wohnvorstellungen beschreibt. Nicht nur die Anforderungen an die Wohnung unterscheiden sich, wie die Tabelle zeigt, in den einzelnen Lebensphasen. Auch die Wünsche an die Lage der Wohnung, das Wohnumfeld und die Infrastruktur ändern sich im Laufe des Lebens. Selbstverständlich folgen die Nachfragewünsche in der Praxis nicht unbedingt diesem theoretischen Modell, es zeigt aber auf, welche unterschiedlichen Anforderungen denkbar sind.

Tab. 7
Lebensphasen und Wohnungsbedarf

Lebensphase	Haushaltsgröße	Anforderung an die Wohnung
Ausbildung	1 Person	kleine, günstige Starterwohnung
Partnerschaft	2 Personen	2–3 Zimmerwohnung günstig
Familiengründung	3 Personen	3 Zimmerwohnung günstig
Familienausbau	4 Personen	4 Zimmerwohnung
Kind 1 zieht aus	3 Personen	3 Zimmerwohnung
Kind 2 zieht aus	2 Personen	2–3 Zimmerwohnung
Partner trennt sich/ verstirbt	1 Person	1–2 Zimmer Wohnung
Pflegebedarf	1 Person	altengerechte Wohnung

Weitere Veränderungen, z. B. durch wechselnde Partnerschaften oder die Entstehung von Patchworkfamilien sind nicht unwahrscheinlich. Im Rahmen der telefonischen Befragung gaben 19 % der Befragten an, auf jeden Fall (9,5 %) oder wahrscheinlich einen Umzug zu planen. Bei den Umzugsgründen lag "Wohnung zu klein" an erster Stelle (20 % der Umzugswilligen). Der Anpassungsdruck ist vor allem in der Wachstumsphase der Haushalte groß.[65]

Wohnungen oft nicht wunschgemäß

Im Durchschnitt kann alle acht bis zehn Jahre mit sich ändernden Anforderungen an das Wohnen gerechnet werden, welche die Größe, Ausstattung oder das Preisniveau der Wohnung betreffen. Obwohl es ein Fakt ist, dass sich Wohnbedürfnisse im Laufe des Lebens erheblich verändern, ist der Wohnungsmarkt in Deutschland darauf nicht eingestellt. Viele Menschen haben oft erhebliche Probleme, ihre Änderungswünsche in die Praxis umzusetzen. Die Gründe dafür sind vielfältig, sie liegen aber v. a. in der Verfügbarkeit der gesuchten Wohnung. Dies stellt vornehmlich für junge Familien ein wesentliches Problem dar. Die Suche nach einer geeigneten Wohnung kann somit sehr zeitaufwendig sein. Ein Umzug wird dann erst einmal verschoben, wenn keine passende Wohnung gefunden wird. Dies kann durchaus zu belastenden Situationen führen.

Für ältere Haushalte, die z. B. nach einer Familienphase bereit wären, ihre größere Wohnung zur Verfügung zu stellen, bringt ein Umzug allerdings ebenfalls einen großen Aufwand mit sich:

- es gilt, eine geeignete Wohnung zu finden,
- die Wohnkosten steigen möglicherweise, wenn höhere Neuvermietungsmieten trotz Wohnflächenreduzierung eine höhere Gesamtmiete ergeben,
- Hausstand und Möbel müssen den veränderten Flächen angepasst werden,
- der Umzug muss organisiert und durchgeführt werden.

Der hohe Aufwand führt dazu, dass die Veränderungsbereitschaft letztendlich doch nicht zu einem Umzug führt. Dieser Sachverhalt ist seit Langem bekannt. In der Vergangenheit ist es jedoch nicht gelungen, Lösungen für diese Probleme zu finden. Diverse Versuche, Wohnungsgrundrisse flexibel zu gestalten, sodass Wohnungsgrößen im Laufe der Zeit verändert werden können, sind gescheitert. Dies lag weniger an der technischen Umsetzung, als am organisatorischen Aufwand: Schließlich müssen benachbarte Wohnungen zur Verfügung stehen, um eine Zusammenlegung zu ermöglichen.

[65] GdW-Studie Wohntrends 2030 – Telefonische Befragung

Tab. 8
Mieter nach Wohnkonzept und Veränderungswunsch

Wohnkonzept	Möchte in ganz anderer Wohnung/anderem Haus leben	Davon planen innerhalb der nächsten 2 Jahre (wahrscheinlich) einen Umzug
konventionell	30 %	32 %
kommunikativ	44 %	62 %
häuslich	41 %	49 %
anspruchsvoll	46 %	54 %
bescheiden	33 %	26 %
funktional	55 %	47 %

Quelle:
GdW Wohntrends 2030 –
Telefonische Befragung

Insgesamt entsteht für viele Haushalte im Laufe des Lebens immer wieder einmal die Situation, dass die Wohnung vor allem in Bezug auf die Größe, den Schnitt, die Kosten oder die Infrastruktur nicht zu den Bedürfnissen passt. Die Anpassung an die Bedürfnisse wäre mit einem Umzug verbunden. Dieser findet im Wesentlichen aus organisatorischen Gründen nicht oder deutlich zeitverzögert statt. Im Ergebnis stellt dies eine Belastung der betroffenen Haushalte dar, dabei könnte eine größere Mobilität auch dazu führen, dass dringend gesuchte Wohnungsgrößen frühzeitiger wieder frei werden. Eine bessere Verteilung der bestehenden Wohnungen entsprechend den Wünschen der Haushalte könnte dem Druck auf den Wohnungsmarkt in Teilbereichen entgegenwirken. Dies ist insofern notwendig, da mit steigenden Neubaukosten (aufgrund von Materialien, gesetzlichen Anforderungen etc.) ein ökonomischer Umgang mit der Wohnfläche notwendig sein wird.

Prosuming

Die stärkere Einbeziehung des Konsumenten in vielen Branchen hat in der Verbindung zwischen Produzent und Konsument den Begriff "Prosuming" hervorgebracht. Ob beim selbst Einchecken auf dem Flughafen, dem selber Einscannen der Ware im Supermarkt oder der selbst zusammengestellten Müslimischung, der Kunde wird immer stärker in die Abwicklung und die Gestaltung der Produkte einbezogen. Etwa jeder dritte kommunikative und anspruchsvolle Haushalt zeigt auch schon heute die Bereitschaft, bei Einflussnahme auf die Gestaltung der Wohnung Mehrkosten zu übernehmen. Bis 2030 wird auch der Mieter sehr viel stärker in die Gestaltung von Wohnungen mit einbezogen. Dieses Vorgehen schafft die Möglichkeit, die Wohnungen noch besser an den Wünschen der späteren Nutzer und ihren unterschiedlichen Lebenssituationen zu orientieren. Gleichzeit werden aber auch Erfahrungen über die präferierten Varianten gesammelt, die dann für Neubau und Umbau genutzt werden können.

Auswirkungen auf die Wohnungswirtschaft

Die Zeiten, in denen Wohnungsunternehmen "nur" Wohnungen in Form von vier Wänden mit adäquater technischer Innenausstattung gegen einen Mietzins zur Verfügung stellten, sind vorüber.

Längst befassen sich die Wohnungseigentümer sehr umfassend mit ihren Mietern. Sie entwickeln ganze Wohngebiete zu Quartieren, die Freiraum für alle Generationen liefern, entwickeln Treffpunkte in ihren Quartieren und kümmern sich mit Sozialarbeitern um soziale Belange, die oft über die eigentlichen Wohnthemen hinausgehen.

In Zukunft werden Wohnungsunternehmen in einem deutlich stärkeren Maß logistische Aufgaben übernehmen. Sie werden nicht nur Mietverträge für einzelne Wohnungen, sondern ihren Mietern Rahmenverträge für ein lebenslanges Wohnen anbieten.

Im Jahr 2030 könnte das in etwa so aussehen:

Anne und Paul bekommen ein Kind und wollen ein weiteres adoptieren. Anne hat bereits seit Jahren einen Wohnpartnervertrag mit dem Wohnungsunternehmen, bei dem sie und Paul heute in einer 2-Zimmerwohnung leben. Anne loggt sich auf der Internetseite ihres Wohnungsunternehmens mit ihrer Vertragsnummer ein. Alle Rahmendaten des Vertrages stehen sofort zur Verfügung. Sie entscheidet sich für eine Online-Beratung, alternativ hätte sie auch ein persönliches Beratungsgespräch führen können. Dann wäre ein Mitarbeiter des Unternehmens in ihre Wohnung gekommen und hätte ihr bei der Dateneingabe geholfen.

Anne und Paul sitzen nun gemeinsam vor dem Bildschirm. Sie geben ein, dass sie gern kurzfristig in eine 4-Zimmer-Wohnung wechseln möchten, die nicht mehr als 5 km von ihrer jetzigen Wohnung entfernt liegt. Auf ihren Wunsch hin werden ihnen verschiedene Grundrisse gezeigt. Die Grundrisse sind bereits möbliert und damit sehr anschaulich. Sie können in dreidimensionaler Form betrachtet werden, ein virtueller Rundgang durch die Wohnungen ist ebenfalls möglich. Die Wohnfläche der einzelnen Wohnungen ist gleich, aber Raumaufteilung und Ausstattung unterscheiden sich. Da dem Unternehmen bekannt ist, dass Anne und Paul dem häuslichen Wohnkonzept angehören, haben alle Grundrisse eine große Wohnküche oder einen großen Wohnraum. Die anderen Räume sind dagegen eher klein gehalten.

Nachdem sich Anne und Paul für einen Grundriss entschieden haben, werden sie gefragt, ob sie ihre jetzigen Möbel mitnehmen möchten. Alternativ haben sie die Möglichkeit, einzelne oder alle Möbel aus dem Grundriss zu mieten. Dafür hat das Wohnungsunternehmen Kooperationsverträge mit mehreren Möbelherstellern geschlossen. Da die beiden auch ihre jetzigen Möbel gemietet haben, entscheiden sie sich, mit dem Umzug auch die Einrichtung zu wechseln. Sie klicken "alle vorgestellten Möbel übernehmen" an und akzeptieren die damit verbundenen Mehrkosten pro Monat. Zum Abschluss wird der Wohnungswunsch mit dem vorkonfektionierten Grundriss und dem Möbelpaket in den Einkaufswagen geschoben. Fehlt noch die Entscheidung für die Wandfarbe, die Wahl des Fußbodenbelages und die der Kücheneinrichtung. Für alle Entscheidungen gibt es Vorschläge, die zu ihrem Wohnkonzept passen. In Bezug auf die Bodenbeläge ist sich Anne nicht sicher. Paul möchte helle Kiefer haben, aber Anne schlägt vor, diese Entscheidung zu verschieben, bis sie den Fußbodenbelag in der Ausstellung gesehen hat.

Das Angebot des Wohnungsunternehmens, den Umzug zu organisieren, wollen Anne und Paul nicht annehmen. Da sie die alten Möbel in ihrer bisherigen Wohnung belassen können, müssen sie nur ihre persönlichen Gegenstände transportieren, das wird nicht mehr als einen Tag in Anspruch nehmen.

Zwar steht die Entscheidung zum Fußbodenbelag noch aus, aber da alle anderen wichtigen Parameter vorliegen, informiert sie das Unternehmen über den möglichen Umzugstermin. Er liegt in drei Monaten. Bis dahin wird die Wohnung wunschgemäß hergerichtet sein.

Für das Wohnungsunternehmen ist das Vorgehen kein Problem. Die Gebäude, in denen die angebotenen Wohnungen liegen, sind so konzipiert, dass bei einer Neuvermietung der Grundriss kurzfristig verändert werden kann. Für die Fälle, in denen keine eigene Wohnung angeboten werden kann, besteht ein Kooperationsvertrag mit zwei benachbarten Wohnungsunternehmen. Damit wird der Bestand groß genug, um nahezu alle Wohnungswünsche erfüllen zu können. Die Herrichtung der Wohnung wird unmittelbar nach der Zustimmung als Auftrag an die Vertragspartner weitergegeben. Anne und Paul können sich laufend im Internet über den Fortschritt informieren.

Besonders bewährt hat sich das neue Mietmodell. Danach werden Wohnungen innerhalb des Unternehmens nach Beliebtheit bewertet. Ein transparentes Punktesystem zeigt, welche Wohnungen am beliebtesten sind. Diese Wohnungen sind dann auch am teuersten. Wenn Mieter eine solche Wohnung freimachen, bekommen sie Bonuspunkte gut geschrieben, die sie bei der Ausstattung ihrer nächsten Wohnung nutzen können. Dieses System bewegt sich im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften, wird aber von den Mietern als besonders gerecht angesehen.

Seit der Einführung des neuen Systems ist die Fluktuation auf ca. 12 % angestiegen. Das bringt zwar mehr Bewegung in den Bestand, aber dank der guten Logistik sind keine Leerstände zu verzeichnen. Die Mieterzufriedenheit ist, wie die laufende Beobachtung zeigt, deutlich angestiegen. Das liegt auch daran, dass alle Mieter wissen, dass der Rahmenvertrag, den sie mit dem Unternehmen haben, ihnen die Sicherheit gibt, nach spätestens sechs Monaten die gewünschte Wohnung bekommen zu können. Die Kundenbindung ist deutlich gestiegen.

Neue Vertragsinhalte – veränderte Aufgaben

Bis 2030 werden sich Aufgabenzuschnitt und Arbeitsweise vieler Wohnungsunternehmen gravierend verändern. Internetauftritt und Apps als Eingangsportal werden zentrale Bedeutung erlangen. Es werden neue Arbeitsabläufe als Prozesse definiert, die nur mithilfe der IT effizient gesteuert werden können. Die Wohnungsunternehmen werden zum zentralen Anbieter von Leistungen rund um die Wohnung werden. Die Organisation der Zusammenarbeit mit anderen Wohnungsunternehmen und Dienstleistern wird großen Raum einnehmen. Hier werden neue Vertrags- und Abrechnungsformen entstehen, die Verträge müssen aber auch kontrolliert und die Zusammenarbeit weiterentwickelt werden. Damit werden auf die Wohnungsunternehmen weitere Managementaufgaben zukommen. Jedes Unternehmen wird entscheiden müssen, welche Leistungen es selbst übernehmen und welche es Dritten überlassen will.

Vermietung wird automatisiert

Die Wohnungssuche kann in 2030 weitgehend IT-gestützt verlaufen. Basierend auf den Ergebnissen einer umfassenden Forschung zu den wohnungswirtschaftlichen Nachfragergruppen wird es möglich sein, Interessenten eine geeignete Vorauswahl zu liefern. Wenn der Interessent bereits bekannt ist, weil etwa schon ein längeres Mietverhältnis besteht, wird der Vertragsabschluss dann auch internetbasiert möglich sein. Gerade im hochpreisigen Bereich und bei Menschen mit besonderen Lebenslagen wird aber auch eine persönliche Beratung erfolgen.

Der Vermietungsprozess wird durch ein CRM-System gesteuert. Vordefinierte Prozesse sorgen dafür, dass Termine verbindlich zugesagt werden können. Diese Prozesse beziehen auch Vertragspartner mit ein, wie z. B. Handwerker und andere Dienstleister.

Wohnungsausstattung wird individuell

Immer stärker wird der Trend dahin gehen, dass die Wohnungen mithilfe von tragenden Außenwänden im Innenbereich sehr flexibel organisiert werden können. Eine Anpassung des Grundrisses wird dadurch im Rahmen der Neuvermietung möglich. Da mit fertigen Modulen und Baukastensystemen gearbeitet wird, kann die Neugestaltung schnell und kostengünstig erfolgen. Im Ergebnis kann dann ein Grundriss von 80 m² mit zwei bis vier Räumen gestaltet werden, je nach Wunsch des Mieters. Wenn die Mieter die Umbaukosten tragen, besteht auch das Angebot den Grundriss nachträglich zu verändern.

Möbel werden zum Bestandteil der Wohnung

Bei Musterwohnungen ist immer wieder ein Phänomen zu beobachten. Mieter wünschen die Wohnung in der vorgefundenen Form anzumieten, mit allen Möbeln, die als Ausstellungsstücke in der Wohnung sind. Nicht das einzelne Möbelstück steht im Vordergrund der Präsentation, sondern ein vollkommen eingerichteter Raum, mit einer Kombination aus Möbelstücken. Käufer begeistern sich für die Atmosphäre, die dadurch entsteht.

Im Jahr 2030 wird durch eine enge Zusammenarbeit mit Möbelherstellern für Mieter das Angebot bestehen, auf Wunsch eine fertig eingerichtete Wohnung zu beziehen. Verschiedene Finanzierungsmodelle vom Kauf bis zur Miete der Möbel ermöglichen es auch Mietern mit unterschiedlichen finanziellen Möglichkeiten, das Angebot anzunehmen. Ebenso sind Lösungen denkbar, dass die bisherigen Möbel in der alten Wohnung verbleiben. Von der kostenpflichtigen Entsorgung durch den Vermieter bzw. dessen Vertragspartner bis zur Weitervermietung und dem Verkauf bestehen dann sehr unterschiedliche Möglichkeiten. Möbel und Wohnung werden zu einer Einheit, die Organisation übernimmt das Wohnungsunternehmen.

Serviceleistungen können mitgebucht werden

Unterschiedliche Serviceleistungen werden durch die Mieter gewünscht. Angefangen von Reinigungsleistungen bis hin zu umfassenden hauswirtschaftlichen und Pflegedienstleistungen richtet sich das Repertoire nach den einzelnen Nachfragergruppen. Im Jahr 2030 werden diese Dienstleistungen, die in der Regel von regionalen Vertragspartnern erbracht werden, schon bei der Anmietung der Wohnung mitgebucht werden. Selbstverständlich ist eine nachträgliche Zusatzbuchung oder auch Kündigung jederzeit möglich.

Umzugsmanagement durch den Vermieter

Vom "Diplomatenumzug", bei dem die Möbel aufgebaut und die Vorhänge montiert werden, bis hin zur Vermittlung zu einem Umzugsunternehmen, das dann der Mieter (mit Vorzugskonditionen) selbst beauftragt, sind hier verschiedene Varianten möglich. Die Wohnungswirtschaft hat bereits Erfahrungen mit unterschiedlichen Modellen gesammelt. Da der mit einem Umzug verbundene Aufwand aber durchaus, gerade bei älteren Menschen, Umzüge auch verhindert, wird ein Workflow "Umzugsmanagement" entwickelt werden, der einen standardisierten und damit kalkulierbaren Ablauf des Umzugs vorsieht.

Rahmenvertrag statt Mietvertrag

Das Unternehmen als Wohnpartner kann dem Mieter alternativ zum Einzelmietvertrag auch einen Versorgungsvertrag für lebenslanges Wohnen anbieten. Ein solcher Vertrag würde dem Mieter die Sicherheit geben, ein Leben lang Wohnungen anmieten zu können, die seinen jeweiligen Lebensumständen gerecht werden. Dafür zahlt der Mieter monatlich eine Basispauschale, die dann entsprechend der konkreten Wohnungsnutzung aufgestockt wird. Diese Pauschale könnte auch Vorsorgemodelle für die Wohnversorgung im Alter umfassen.

5.8
Die 20 wichtigsten Trends bis 2030

Die sieben beschriebenen Wohntrends werden nicht von jedem Wohnkonzept in gleicher Intensität getragen. Wie unterschiedlich die Auswirkungen sind, je nachdem welchem Wohnkonzept der Haushalt angehört, ist in der Tabelle dargestellt. 20 im Rahmen der einzelnen Wohntrends beschriebene Entwicklungen wurden ausgewählt, um zu zeigen, für welche Wohnkonzepte diese eine besonders starke Bedeutung haben.

	Entwicklung wird stark getragen von Haushalten mit …					
Trend	Konventionelles Wohnkonzept	Kommunikatives Wohnkonzept	Häusliches Wohnkonzept	Anspruchsvolles Wohnkonzept	Bescheidenes Wohnkonzept	Funktionales Wohnkonzept
Migration bestimmt das Bevölkerungswachstum in Ballungsräumen und verändert so die Wohnungsnachfrage.		●	●	●		
Gemeinschaftliches Pflege-Wohnen im Alter wird verstärkt nachgefragt.	●				●	●
Nachfrage nach ambulanter Pflege bzw. Pflege im Quartier steigt.	●				●	●
Ökologie und Nachhaltigkeit als Lebensentwurf gewinnen an Bedeutung.		●		●		
Urban Gardening und Farming werden fester Bestandteil der Stadtkultur und sind Ausdruck der Selbstentfaltung ihrer Bewohner.		●		●		
Smartphone und Tablet als Hüter und Verwalter des Hauses werden zum Standard.		●	●	●		
Nachfrage nach preiswerten Familienwohnungen in den Städten steigt weiter an.			●			●
Ansprüche an die vermieterseitige Ausstattung und Gestaltung der Wohnung nehmen zu.			●	●		

	Konventionelles Wohnkonzept	Kommunikatives Wohnkonzept	Häusliches Wohnkonzept	Anspruchsvolles Wohnkonzept	Bescheidenes Wohnkonzept	Funktionales Wohnkonzept
Energieeinsparung bleibt weiterhin wichtige Voraussetzung, um Wohnkosten zu senken.			●		●	●
Gründung und Bereitstellen von virtuellen und realen Netzwerken durch Wohnungsunternehmen gewinnt an Bedeutung.	●	●	●			
Die alte Hausordnung hat ausgedient. Das Leben in der Hausgemeinschaft wird individuell vereinbart und berücksichtigt unterschiedliche Wertvorstellungen.	●	●	●	●	●	●
Mit besserer Kenntnis der Zielgruppen werden Wohnungsunternehmen Nachbarschaften gezielt gestalten und fördern.	●	●	●	●	●	●
Neue CRM-Systeme ermöglichen die Kommunikation mit dem Vermieter rund um die Uhr.		●	●	●		
Teilen statt Besitzen wird immer beliebter. Auch Wohnungsunternehmen werden zu Anbietern von Sharing-Modellen.		●	●	●		
Eine schnellere Anpassung an neue Wohnraumbedarfe führt zu einer höheren Wohnmobilität.		●	●	●		
Robotertechnik erleichtert den Haushalt.	●	●	●	●		
Intelligente Raumkonzepte werden immer wichtiger (Platzoptimierung).		●	●			●
Die Wohnung wird wieder stärker zu einem Ort der Ruhe und Geborgenheit.	●	●	●		●	
Das Badezimmer als multifunktionale Zone gewinnt immer mehr an Bedeutung und kann je nach Wohnkonzept als Wellness-Oase, Gesundheitsraum genutzt werden.	●		●	●		
Internet und Smartphone ersetzen den Hausbesuch des Arztes von morgen.	●	●	●	●		

6
Haushalte der Zukunft: eine Zielgruppenprognose

Die Wohnungsnachfrage wird aufgrund mehrerer gesellschaftlicher Veränderungsprozesse – wie dem demographischen Wandel und der Individualisierung und Pluralisierung von Lebensformen – immer komplexer. Die Zahl der (Klein-)Haushalte nimmt weiter zu, v. a. weil die Zahl der Seniorenhaushalte bei gleichzeitig steigender Lebenserwartung der Haushaltsmitglieder anwächst. Vermehrt findet Zuwanderung aus anderen Ländern statt. Die Polarisierung innerhalb der Gesellschaft nimmt weiter zu: ökonomisch und sozial, vor allem aber im Hinblick auf kulturelle Aspekte, d. h. bezogen auf Lebensentwürfe und -stile.

Einer vielschichtigen Nachfrage stehen die Besonderheiten des Gutes Wohnen gegenüber: Langlebigkeit und Standortgebundenheit. Das erfordert naturgemäß ein hohes Maß an Planungssicherheit. Die Wohnungswirtschaft steht also noch mehr vor der Herausforderung, diese scheinbaren Gegensätze in Einklang zu bringen. Für den unternehmerischen Erfolg im Sinne einer strategischen Bestandsentwicklung ist es somit unabdingbar zu wissen, wie die gegenwärtige Verteilung von unterschiedlichen Nachfragergruppen aussieht und v. a. wie sie sich zukünftig entwickeln wird. In dieser Studie geht es daher nicht mehr nur darum, die Ergebnisse der Studie Wohntrends 2020 aus dem Jahr 2008 fortzuschreiben, sondern vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Entwicklungen den Blick in die Zukunft zu richten und ein Gefühl dafür zu entwickeln, wie sich die verschiedenen Nachfragergruppen in den nächsten Jahren – bis zum Jahr 2030 – verändern werden.[66]

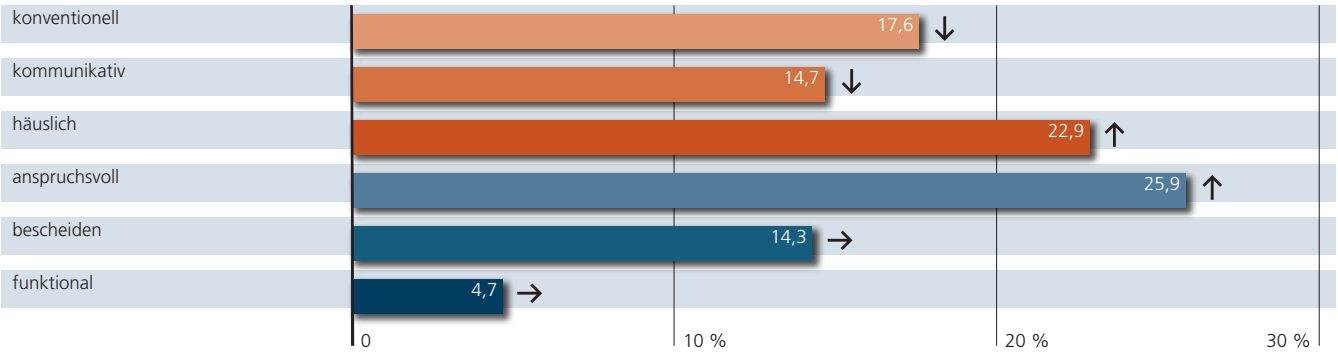
Deutliche Zunahme des häuslichen Wohnkonzepts seit 2007

Seit der letzten Befragung haben vor allem die Häuslichen und die Anspruchsvollen, die bereits 2007 stark vertreten waren, anteilmäßig weiter zulegen können (Abb. 9). Die Zunahme des häuslichen Wohnkonzepts ist bemerkenswert: Während die Familie allgemein als Haushaltsform weiter an Bedeutung verliert, nimmt das Wohnkonzept mit dem wesentlichen Leitmotiv der Familien- und Gemeinschaftsorientierung deutlich zu. Häusliche Haushalte sind ein Prototyp des virtuellen Haushalts der Zukunft: Getrennt wohnen – auf Zeit oder dauerhaft – und dennoch intensiv miteinander verbunden sein; das wird für viele Gemeinschaften ein stabiler Lebensentwurf.

Seit 2007 haben dagegen das kommunikative und das konventionelle Wohnkonzept an Bedeutung verloren. Unverändert sind die bescheidenen und die funktionalen Wohnkonzepte geblieben.

[66] Zur Methodik der Zielgruppenprognose vgl. Anhang.

Abb. 9
Verteilung der Wohnkonzepte im Jahr 2013 und deren Veränderung seit dem Jahr 2007 (Pfeildarstellung)
in %



Quelle:
GdW Wohntrends 2030

Exkurs

Übergänge zwischen den einzelnen Wohnkonzepten sind möglich

Die Pluralisierung von Lebensstilen und formen schlägt sich auch in der Entwicklung wohnungswirtschaftlich relevanter Nachfragergruppen und in der Veränderung der Wohnkonzepte nieder. Deren Entstehung und weitere Entwicklung vollzieht sich vor dem Hintergrund aktueller sowie nachwirkender historischer Gesellschaftsprozesse. Die wesentlichen Faktoren sind:

- die Bildungsexpansion seit den 1960er-Jahren,
- der gesellschaftliche Wertewandel von materiellen zu postmateriellen Werten,
- die Wohlstandsentwicklung,
- die Individualisierung von Lebensverläufen mit neuen Lebenschancen und -risiken,
- der allgemeine technologische und medizinische Fortschritt und
- der bereits angesprochene demographische Wandel.

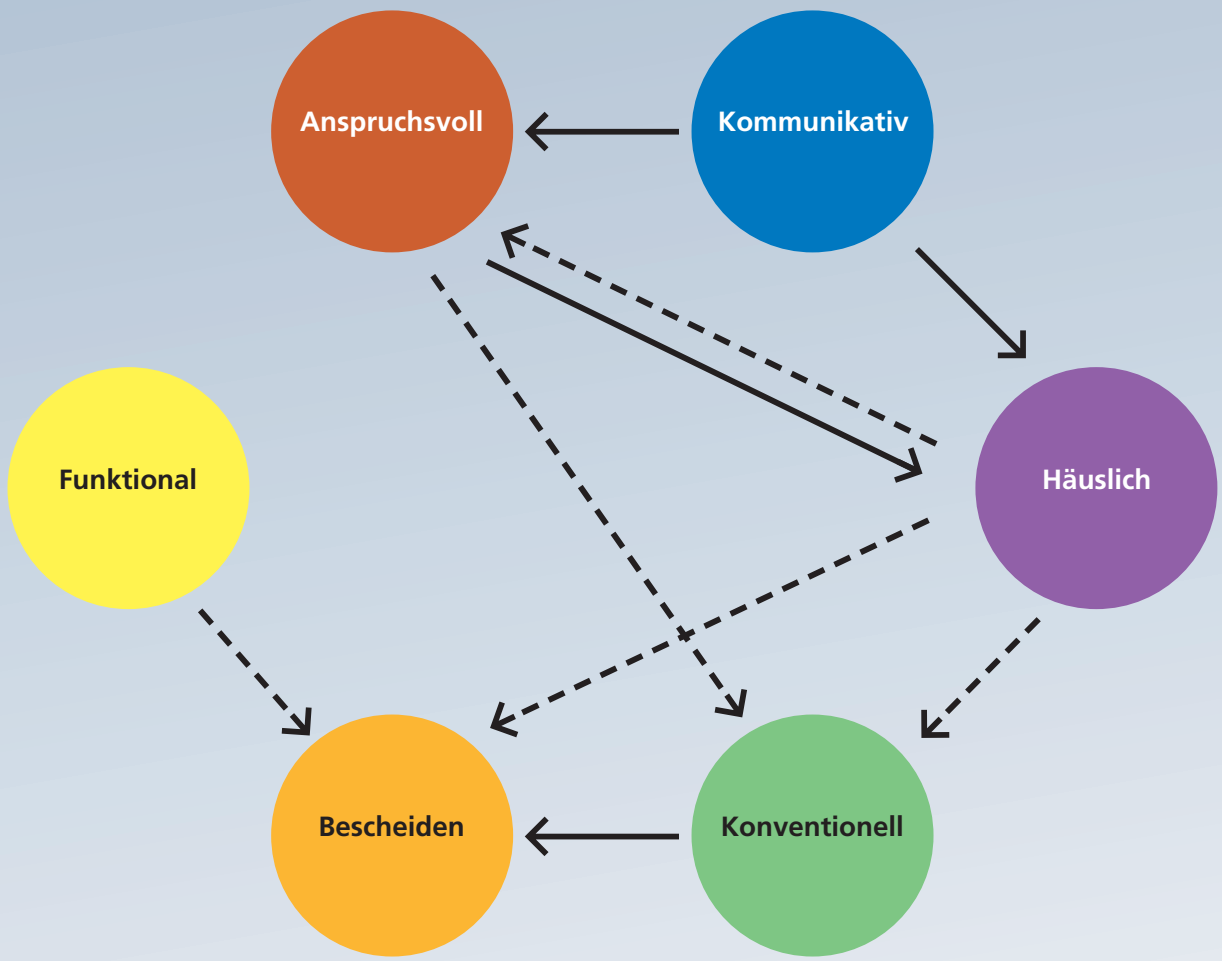
Diese Entwicklungsprozesse überlagern sich und heben sich teilweise gegeneinander auf. Erwartungsgemäß können auch lebenszyklische Ereignisse, wie es die Geburt von Kindern oder eine veränderte Kaufkraft sind, zu Veränderungen des Lebensstils im individuellen Lebensverlauf führen.

Biographischen und gesellschaftlichen Veränderungen geht im Regelfall eine längere zeitliche Entwicklung voraus. Die Zeitspanne zwischen den beiden GdW-Studien ist mitunter zu kurz, um diese Trends in ihrer vollkommenen Ausprägung identifizieren zu können. Von Vorteil sind in diesem Fall Längsschnittstudien wie das Sozio-ökonomische Panel (SOEP). Um Erkenntnisse zu (Übergangs-)Mustern gewinnen zu können, erfolgt an dieser Stelle ein Rückgriff auf entsprechende Daten des SOEP.

[67] Die SOEP-Population bilden alle Privathaushalte in Deutschland, die zwischen 1984 und 2010 im Rahmen des Sozio-ökonomischen Panels (SOEP) befragt wurden (Vgl. Anhang, Kapitel 8.3).

Abbildung 10 simuliert die beobachteten Übergänge zwischen den Wohnkonzepten der SOEP-Population zwischen 1984 und 2010[67]. Dabei ist den abgebildeten Pfeilmustern die Intensität und Richtung der Übergänge zu entnehmen. Im Fall von gestrichelten Pfeilen ist der Übergang weniger stark ausgeprägt als im Fall von durchgehenden Pfeilen. Beispielsweise ist ersichtlich, dass wesentlich häufiger ein Übergang von Kommunikativen zu Anspruchsvollen erfolgt als es umgekehrt der Fall ist.

Abb. 10
Übergangsmuster zwischen den sechs Wohnkonzepten

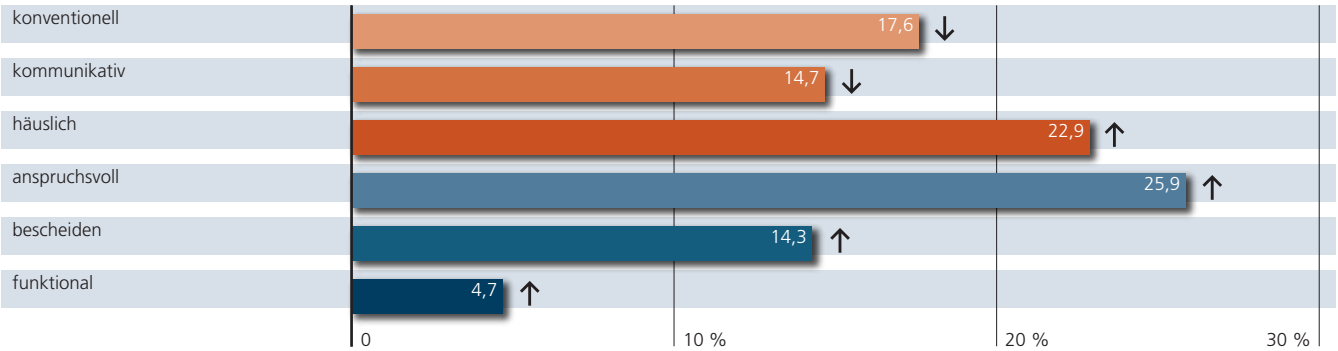


Quelle:
SOEP 1984 bis 2010;
eigene Darstellung

Wie entwickeln sich die Wohnkonzepte bis 2030?

Führt man die gesellschaftlichen Trends in die Zukunft hinein weiter fort, so werden die vier Wohnkonzepte häuslich, anspruchsvoll, funktional und bescheiden in unterschiedlichem Ausmaß bis zum Jahr 2030 weiter wachsen. Im Gegensatz dazu werden konventionelle und kommunikative Haushalte in der Gesellschaft weiter abnehmen.

Abb. 11
Verteilung der Wohnkonzepte im Jahr 2013 und deren prognostizierte Veränderung bis zum Jahr 2030 (Pfeildarstellung)
in %



Quelle:
GdW Wohntrends 2030

Bedeutungsgewinn der Anspruchsvollen

Der Bedeutungsgewinn der Anspruchsvollen innerhalb der Gesellschaft ist vor allem Ausdruck der allgemeinen Bildungsexpansion und Wohlstandsentwicklung in Deutschland. In diesem Klima konnte sich in Teilen der Gesellschaft ein Milieu etablieren, für das Werte wie Selbstverwirklichung und Individualismus, insbesondere mit dem Vorzeichen einer Leistungs- und Erfolgsorientierung als zentrale Lebensmaxime gelten. Diese Werte werden anderen Lebensbereichen deutlich vorangestellt. Als wohnungswirtschaftliche Nachfragergruppe betrachtet das anspruchsvolle Wohnkonzept die eigene Wohnsituation als Projektionsfläche für wirtschaftlichen und sozialen Erfolg. Entsprechend hoch ist auch die Anspruchshaltung. Für die Zukunft ist ein Zuwachs dieser Gruppe insbesondere unter den höheren Altersgruppen zu erwarten. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass heutige etablierte Anspruchsvolle dieses Wohnkonzept beibehalten und auch im hohen Alter pflegen. Bereits heute zählen die Anspruchsvollen zu einer bedeutsamen Gruppe bei mittleren Altersklassen. Gleichzeitig ist erkennbar, dass die Anspruchsvollen zukünftig auch bei den unter 45-Jährigen eine konstante Größe bilden werden. Nicht selten ist diese Konstanz Resultat von guten Zugangsmöglichkeiten zu Bildungs- und Berufsperspektiven.

Das häusliche Wohnkonzept nimmt weiterhin zu

Einen weiteren Bedeutungszuwachs wird die Gruppe der Häuslichen erfahren. Mit der Zunahme gesellschaftlicher Individualisierungstendenzen geht, neben der Zunahme von Chancen und Möglichkeiten des Einzelnen, auch ein Verlust traditioneller Bindungsmuster mit einer zunehmenden Verunsicherung einher. Angesichts dieser Entwicklungen werden für Teile der Bevölkerung Werte wie Sicherheit und Beständigkeit immer wichtiger. Dies kommt in der Gruppe der Häuslichen zum Ausdruck: Sie suchen gesellschaftlich Halt, indem sie reale soziale Kontakte aufbauen und pflegen, wie etablierte Freundeskreise, Vereinszugehörigkeiten, Nachbarschaftskontakte. Hierdurch erklärt sich ein Bedeutungsgewinn für diese Nachfragergruppe im Allgemeinen. Während insgesamt Geburtenrückgänge festzustellen sind, entspricht die Lebensform "Familie" dem Ideal weiter Teile häuslicher Gruppen, sodass die Familie in diesem Wohnkonzept besonders stark vertreten ist.

Ein weiterer Faktor für die Zunahme des häuslichen Wohnkonzeptes findet sich in der Zuwanderungsgeschichte der Bundesrepublik. Überproportional häufig verfügen Vertreter dieses Wohnkonzeptes über einen Migrationshintergrund. Unter diesen Haushalten ist vermehrt eine eher konservative, an traditionellen und insbesondere familiären Werten orientierte Grundhaltung festzustellen. Ferner ist aufgrund des generativen Verhaltens von Migranten – diese bekommen im Vergleich zu deutschen Haushalten häufiger und früher Nachwuchs – die Lebensform "Familie" noch bis zum Jahr 2030 vermehrt anzutreffen.

Polarisierungstendenzen führen ebenfalls zur Zunahme der Funktionalen

Die Bildungs- und Karrierechancen konnten aber nicht von allen Gruppen genutzt werden. Einige Gruppen verfügen tendenziell über ein niedriges Bildungsniveau und geringe berufliche Qualifikationen. Eine gesellschaftliche Etablierung wird zudem durch die zunehmende Entwertung von Bildungsabschlüssen als negative Folge der Bildungsexpansion erschwert. Dadurch findet sich im funktionalen Wohnkonzept ein "modernes Prekariat" wieder. Vertretern dieses Konzeptes ist ein (knappheitsbedingter) Pragmatismus und sozialer Gestaltungspessimismus zuzuordnen. Den Funktionalen fehlen primär die finanziellen Ressourcen, um tief greifende Veränderungen des Lebens- und Wohnstils herbeiführen zu können. Sie können sich vieles nicht leisten. Hierdurch erfährt dieses Wohnkonzept – erzwungenermaßen – eine hohe Beständigkeit.

Eine (weitere) Zunahme dieses Typus ist insbesondere Ausdruck gesellschaftlicher Polarisierungstendenzen infolge prekärer und unstetiger Arbeitsverhältnisse. Das starke Verweilen innerhalb dieses Konzepts führt auch hier zu einer Fortführung dieses Lebensstils bis ins hohe Alter.

Bescheidenes Wohnkonzept wächst aufgrund des Wertewandels zu postmateriellen Werten

Ähnlich wie die Funktionalen weisen auch die Bescheidenen eine hohe Beständigkeit ihres Wohnkonzeptes auf. Die Gruppe steht neben den Konventionellen vorrangig als Repräsentant für Nachfragergruppen der Kriegs- und Nachkriegsgenerationen. Mangelerfahrungen führen bei dieser Gruppe zu Genügsamkeit und einer geringen Anspruchshaltung. Diese Werte und Einstellungen haben sie in Teilen auch durch die Erziehung an ihre Kinder weitergegeben, sodass auch das bescheidene Wohnkonzept bei Haushalten mittleren Alters keine Seltenheit darstellt. Überdies führen ein eher niedriges Bildungsniveau und brüchige Erwerbsbiographien dazu, dass Vertreter dieses Wohnkonzeptes über verringerte finanzielle Mittel verfügen, die ihr Anspruchsniveau zusätzlich begrenzen.

Die Bescheidenen schätzen Alltagsroutinen und sind mit ihrem Leben zufrieden, wodurch ein Veränderungswille des Wohnkonzeptes nicht zuletzt durch ihr Alter bedingt kaum existent ist. Das zukünftige Wachstum dieser Nachfragergruppe speist sich vor dem Hintergrund des Wertewandels zu postmateriellen Werten vorrangig aus den Bescheidenen mittleren Alters, die ihr Wohnkonzept ins Alter übertragen.

Damit führt die Beständigkeit von funktionalen und bescheidenen Wohnkonzepten dazu, dass insbesondere bei den Senioren künftig einer Gruppe finanzstarker, anspruchsvoller Haushalte eine Gruppe gegenüberstehen wird, die durch Altersarmut bedroht ist.

Kommunikative werden weniger

Die Abnahme der Kommunikativen erklärt sich in Teilen aus dem prognostizierten Rückgang nachwachsender Generationen. Dieses Wohnkonzept ist besonders charakteristisch für die unter 45-Jährigen – vor allem die unter 30-Jährigen. Aufgewachsen in gesellschaftlichem Wohlstand sowie Freisetzungs- und Modernisierungsprozessen, verfolgen Vertreter dieses Wohnkonzept postmaterielle Wertüberzeugungen. Selbstverwirklichung und Individualismus bilden die zentralen Handlungsmaximen dieser Gruppe, womit eine Schnittmenge der Wertorientierungen zu den Anspruchsvollen gegeben ist.

Im Gegensatz zu den Anspruchsvollen, die eine verstärkte Berufs- und Leistungsorientierung präsentieren, verfolgen die Kommunikativen entweder eine verstärkte Erlebnisorientierung oder suchen die Selbstverwirklichung in gesellschaftlichem Engagement. Damit präsentieren sich die Kommunikativen heterogener als Vertreter anderer Wohnkonzepte. Der Fokus auf den Erlebniswert von Teilen der Kommunikativen ist jedoch nicht dauerhafter Natur, wodurch Übergänge zu anspruchsvollen oder häuslichen Wohnkonzepten zu beobachten sind.

Übergänge zu dem anspruchsvollen Wohnkonzept bilden dabei eine Prioritätsverschiebung zur Leistungs- und Berufsorientierung. Gleichermaßen tritt bei den erlebnisorientierten Kommunikativen ein Sättigungseffekt der Erlebnis- und Außenorientierung ein, der zum Übergang zu dem häuslichen Wohnkonzept führen kann. Das häusliche Wohnkonzept erfährt dabei jedoch eine moderne Interpretation durch eine Pluralisierung von Lebensformen. Neue Formen des Zusammenlebens mit häuslichen Werten rücken in den Fokus, die aber nicht unbedingt dem traditionellen Familienverständnis entsprechen: Living apart together, Patchworkfamilien sowie gleichgeschlechtliche Lebenspartnerschaften werden durch die Kommunikativen in das häusliche Wohnkonzept transportiert.

Wertewandel führt zum Rückgang des konventionellen Wohnkonzepts

Derzeit wirken Konventionelle noch prägend auf die Seniorengeneration. Ähnlich wie die Anspruchsvollen handelt es sich bei den Konventionellen eher um eine solvente Nachfragergruppe, der es als Kriegs- und Nachkriegsgenerationen gelungen ist, relativen Wohlstand zu erlangen. Gegenüber den Anspruchsvollen ist diese Gruppe durch traditionelle und konservative Lebensüberzeugungen verstärkt in der Vergangenheit verhaftet. Angesichts des Wertewandels werden die Konventionellen somit zukünftig eher abnehmen. Das konventionelle Wohnkonzept weist zugleich ein hohes Maß an Gemeinsamkeiten mit dem bescheidenen Wohnkonzept in Bezug auf Wertüberzeugungen durch gesellschaftliche Sozialisationserfahrungen auf. Dazu zählen der Wunsch nach Strukturiertheit und Beständigkeit sowie eine Wertschätzung materieller Dinge aufgrund von Mangelerfahrungen. Diese Nähe zwischen den Wohnkonzepten zeigt sich vor allem im Seniorenalter, wenn bei den Konventionellen im Fall niedriger bis mittlerer Kaufkraft mit Renteneintritt aufgrund von Kaufkrafteinbußen ein Übergang zu einem bescheidenen Wohnkonzept zu beobachten ist.

7
Ausblick

Mit Blick auf die Nachfrageentwicklung der letzten Jahre, auf die anhaltenden demographischen und gesellschaftlichen Veränderungsprozesse sowie die vielfältigen Wohntrends, die in dieser Studie herausgearbeitet worden sind, gelangt man zu der Schlussfolgerung: Das Wohnen in der Zukunft wird bis zum Jahr 2030 noch einmal facettenreicher sein, als es in der letzten Trendstudie bereits absehbar war.

Die Nachfrage nach Wohnraum wird bis zum Jahr 2030 und darüber hinaus weiterhin stark von der demographischen Entwicklung beeinflusst werden. Dadurch ändert sich die Zusammensetzung der Bevölkerung und der Haushalte: Der Anteil Älterer und insbesondere der Hochaltrigen wird dank hoher und leicht steigender Lebenserwartung noch einmal zunehmen. Dieser Trend ist seit langem bekannt. Aber viel mehr ältere Menschen werden zukünftig in der Lage sein, bis ins hohe Alter aktiv am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen und vielfältige Anforderungen und Wünsche an Wohnung und Wohnumfeld zu formulieren.

Der deutlich wahrnehmbare Arbeitskräftemangel in Deutschland und die weltweite Finanzkrise haben ein Schlaglicht auf eine Migrationsbewegung mit neuer Qualität geworfen: Wirtschaftlicher Erfolg und hohe internationale Arbeitskräftenachfrage werden verstärkt dazu führen, dass junge, gut ausgebildete Menschen in die leistungsstarken Zentren Deutschlands streben und dort den Wohnungsmarkt mit neuen Impulsen beeinflussen. Integrationsaufgaben werden ein nicht unerheblicher Teil der Arbeit in Wohnungsunternehmen sein. Zielgruppengerechte Angebote und Serviceleistungen für Haushalte mit Migrationshintergrund werden zu einem wirtschaftlichen Faktor für Wohnungsunternehmen werden.

Bedingt durch die dargestellten gesellschaftlichen Trends wird auch die Zahl der individuellen Lebensentwürfe zunehmen. Um diese Variabilität für Wohnungsunternehmen handhabbar zu machen, haben sich die Wohnkonzepte etabliert. Sie fassen die grundsätzliche Einstellung zum Wohnen vor dem Hintergrund individueller Vorstellungen und Lebensstile zusammen. Die Wohnprofile gehen noch einen Schritt weiter: Sie beschreiben detailliert, was bereits heute über die Wohn- und Ausstattungswünsche von Haushalten bekannt ist. Wohnkonzepte und Wohnprofile sind für Wohnungsunternehmen eine verlässliche Basis, um auch in Zukunft zielgruppengerecht planen und handeln zu können.

Die zunehmende Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechniken und der einfache Umgang damit tragen dazu bei, dass viele Haushalte keinen engen räumlichen Bezugsrahmen mehr benötigen, um zu existieren, wie dies bisher noch der Fall ist. Am Beispiel der Familie lässt sich dieser Sachverhalt gut beobachten: Die Zahl der klassischen Familienhaushalte, bestehend aus Elternpaar und Kind(ern), wird weiter abnehmen.

Von einem Auslaufmodell ist bereits die Rede. Die vernetzte und eng miteinander agierende Familie als Ausdrucksform eines starken sozialen Zusammenhalts, eher begriffen als Familienorientierung, die bis hin zu neuen Beziehungstypen wie „Freundesfamilien" reicht, wird altersmäßig weiter zunehmen. Die Familie als Leitmotiv erlebt damit eine Renaissance.

Allein, aber in einem engmaschigen sozialen Verbund „zusammen" zu leben, wird die Wohnungsnachfrage in Zukunft stärker prägen. Denn dadurch, dass der Haushalt als Nachfrager von Wohnraum an Stabilität verliert und sich Haushaltskonstellationen schnell ändern können, reihen sich zahlreiche Lebensabschnitte aneinander, in denen unterschiedliche Wohnanforderungen formuliert werden. Dabei nehmen auch die Erwartungen an Service und Dienstleistungsqualitäten zu. Der prognostizierte Anstieg gerade der anspruchsvollen Haushalte ist dafür ein wichtiger Beleg. Für Wohnungsunternehmen wird es zur Herausforderung werden, Menschen entlang von deutlich komplexeren Wohnbiografien möglichst lange zu begleiten; im besten Fall ein Leben lang.

Da kommunikative Menschen im heutigen Informationszeitalter viel mehr über sich, über ihre Vorlieben und Gewohnheiten preisgeben, wird auch das Wissen über spezielle Wünsche weiter zunehmen. Hiermit sind nicht nur freiwillig veröffentlichte persönliche Informationen gemeint, wie beispielsweise Beiträge in sozialen Medien, sondern auch Massendaten über Einkäufe und andere Geschäftsvorgänge. Aus ihnen lassen sich Muster generieren, um zusätzlichen Aufschluss über Wünsche und Anforderungen an das Wohnen zu erhalten.

Durch die gezielte Auswertung dieser wachsenden, sehr umfangreichen Datenbestände, die als „BIG DATA" bezeichnet werden, entstehen in vielen verschiedenen Geschäftsbereichen zusätzliche Informationen, die zu höherer Kundenzufriedenheit und damit auch Kundenbindung führen können. Gleichzeitig wird der wachsende Datenumfang auch Probleme mit sich bringen. Nur eine sinnvolle, an den strategischen Fragen der Zukunft ausgerichtete Aufbereitung der Daten ist hilfreich. Nur so kann der Gefahr der Missinterpretationen und der Entstehung von Datenfriedhöfen entgegengewirkt werden.

In naher Zukunft wird es Wohnungsunternehmen noch besser möglich sein, sich auf immer individuellere und speziellere Wünsche der Kunden einzustellen. Trends wie Neo-Ökologie, Fitness und Wellness, Sharing Economy, Collaborative Consumption und Multioptionalität einer 25-Stunden aktiven Gesellschaft werden das Leben prägen. Und es wird immer häufiger im lebenswerten Quartier stattfinden. Bietet die Wohnung den individuellen Rückzugsraum, so werden attraktiv gestaltete Wohnanlagen und Wohnquartiere zu Orten des Fortschritts und des Innehaltens zugleich; Dritte Orte, in denen sich Nachbarn und Freunde treffen, häufig aufhalten und zusammenleben.

In der Zukunft des Wohnens stellt sich für die Wohnungsunternehmen die spannende Aufgabe, Positionen neu zu bestimmen. Ihre Rolle wird sich erweitern: Zu der Rolle des nachhaltig denkenden und handelnden Verwalters und Bewirtschafters von Wohnungen und Gebäuden kommt die Rolle des sehr vielfältigen Marktdenkers hinzu. Als „Dienstleister des Wohnens" für ihre Kunden ein zentraler Ansprechpartner, der „Wohnpartner" für (nahezu) alle Wünsche und Vorstellungen zu sein.

8
Anhang

8.1
Methode Primärerhebungen

Die Grundlage für die Ableitung der Wohnkonzepte und die Erstellung der Wohnprofile stellen Befragungsergebnisse dar.

Quantitative Befragung

Methode	Repräsentative telefonische Befragung von Bewohnern in Deutschland.
Stichprobe	Die Stichprobenziehung erfolgte für jedes Bundesland anhand von neun unterschiedlichen Gemeindetypen, gebildet aus den Merkmalen EU-Stadt-/Landgliederung und der BBSR-Typologie wachsende und schrumpfende Gemeinden in Deutschland. Auf diese Weise können erstens Spezifika der Siedlungsstruktur zwischen den einzelnen Bundesländern erwartungstreu abgebildet werden und zweitens die soziodemographische und -ökonomische Situation der im jeweiligen Bundesland befindlichen Kommunen erfasst werden. Zur Stichprobenziehung sind für das jeweilige Bundesland folgende Klassifizierungen herangezogen worden: städtisch: stabil / wachsend / schrumpfend halbstädtisch: stabil / wachsend / schrumpfend ländlich: stabil / wachsend / schrumpfend Den einzelnen Gebietstypen wurden auf Ebene der einzelnen Bundesländer Gemeinden zugeordnet, in denen Haushalte befragt werden sollen. Für diese Gemeinden wurde eine Telefonstichprobe nach Gabler-Häder generiert. Hierzu werden für jeden Ortsnetzbereich die 100er-Blöcke definiert. In einem zweiten Schritt werden die Lücken in diesen 100er-Blocks mit allen möglichen Ziffernfolgen ergänzt. Der Computer prüft anschließend, ob zu den generierten Nummern ein funktionierender Telefonanschluss existiert. Aus den so verifizierten Telefonnummern wurde anschließend die Zufallsstichprobe gezogen. Den Interviewern wurden die Telefonnummern durch den Computer zufällig zugeordnet und vorgewählt. Nach Überprüfung der regionalen Zugehörigkeit des Haushalts wurde innerhalb des Haushalts mithilfe der Last-Birthday-Methode die zu befragende Person ab 18 Jahren festgelegt.
Feldphase	21. Januar 2013 – 12. April 2013
Interviewzahl	3.031 Interviews, die durchschnittliche Interviewdauer betrug ca. 27 Minuten
Repräsentativität	Die Erhebungsdaten sind auf Ebene der Gesamtbevölkerung und der Bewohner der jeweiligen Bundesländer als repräsentativ zu erachten. Die Repräsentativität wurde anhand unterschiedlicher Kriterien überprüft.
Gewichtung	Die Daten wurden auf Ebene des Alters der Befragten getrennt für die einzelnen Bundesländer gewichtet.

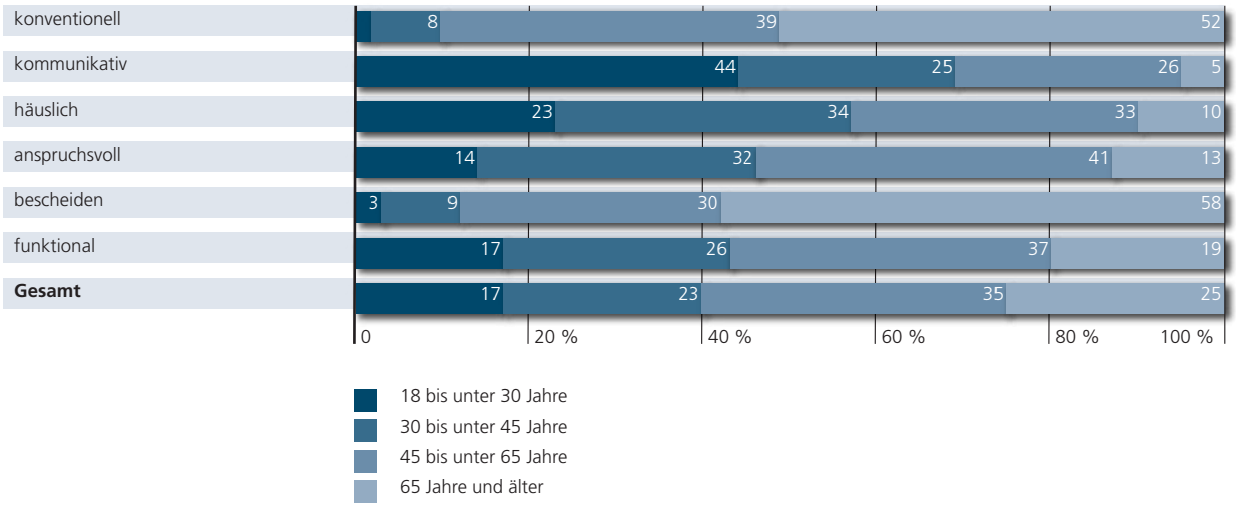
	Qualitative Befragung
Methode	Leitfadengestützte persönliche Tiefeninterviews mit Personen, die bereits im Rahmen der telefonischen Befragung interviewt wurden.
Stichprobe	Teilstichprobe von 238 Personen aus den Regionen Bochum und Hamburg
Feldphase	24. Juni 2013 – 19. Juli 2013
Interviewzahl	28 Interviews, die durchschnittliche Interviewdauer betrug ca. 55 Minuten

8.2
Ausgewählte Ergebnisse der Primärerhebung

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse der telefonischen Befragung dargestellt, die zum einen Aufschluss darüber geben, wer sich hinter den Wohnkonzepten verbirgt, zum anderen werden die Ansprüche der Deutschen an das Wohnen in Bezug auf unterschiedliche Bereiche der Wohnung aber auch in Bezug auf das Wohnumfeld deutlich.

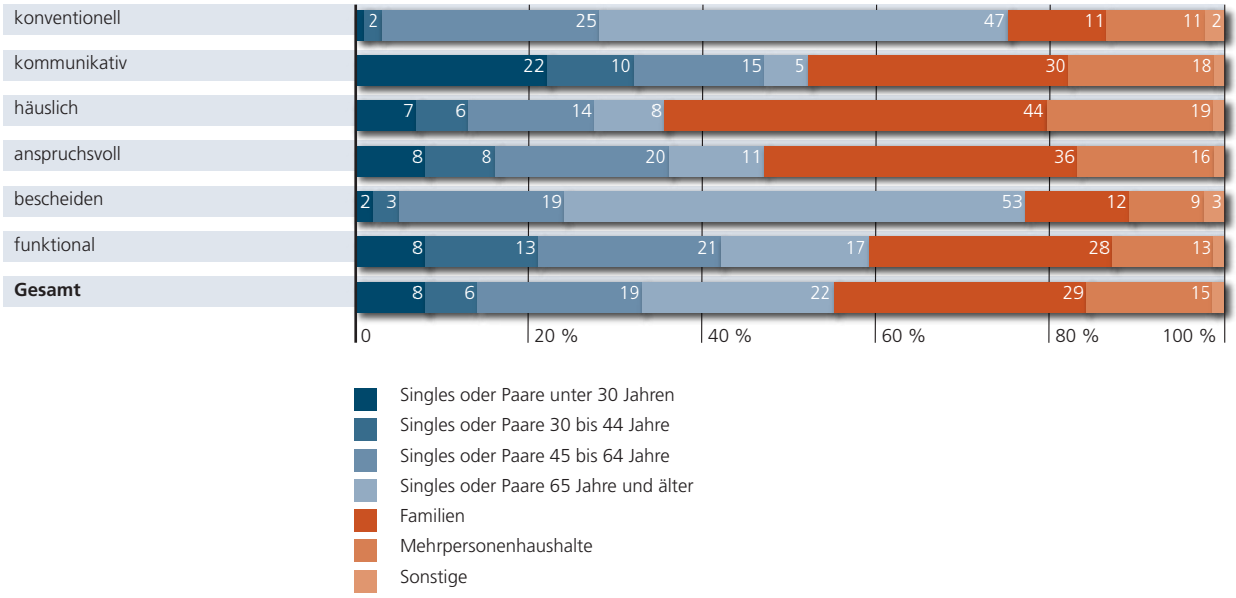
Altersstruktur nach Wohnkonzept (ø 49,7 Jahre)

Angaben in %



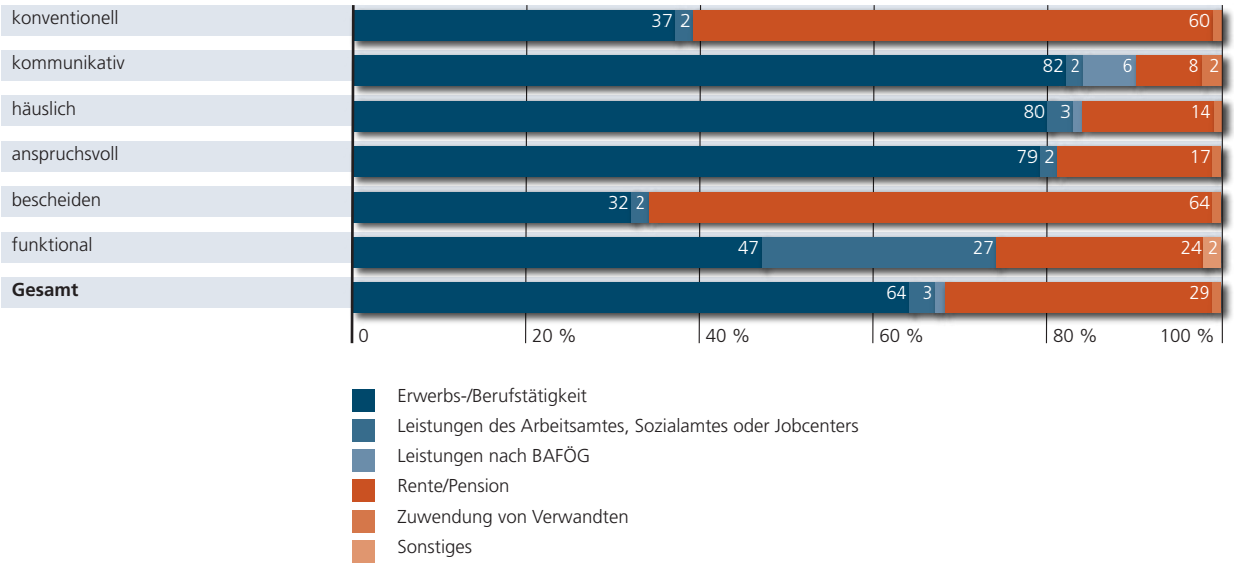
Haushaltstypen nach Wohnkonzept (ø 2,5 Personen)

Angaben in %



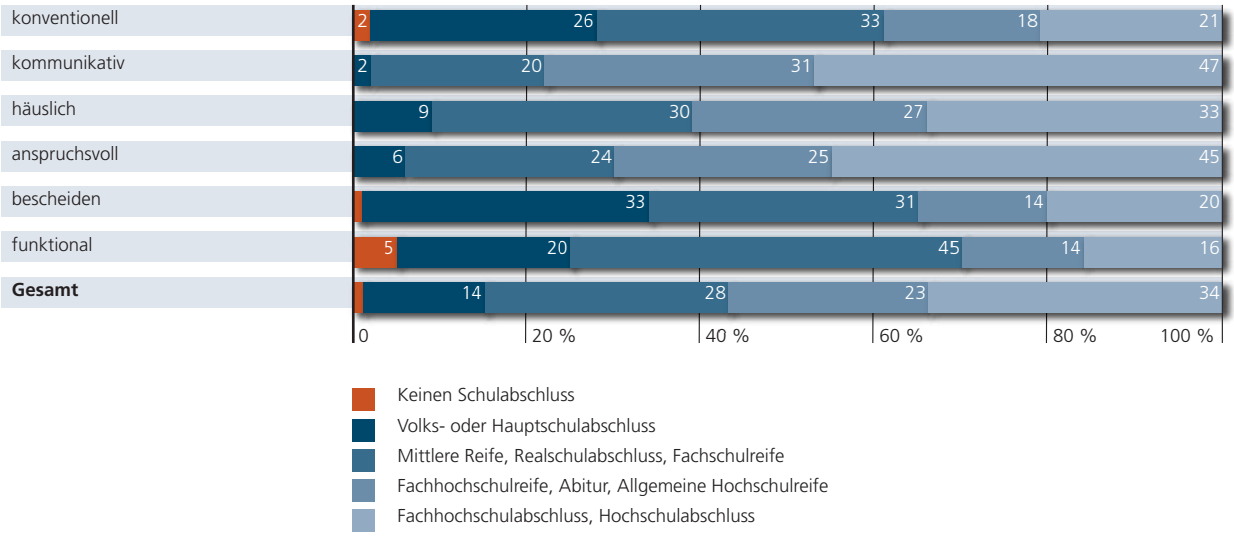
Haupteinkommensquelle nach Wohnkonzept

Angaben in %



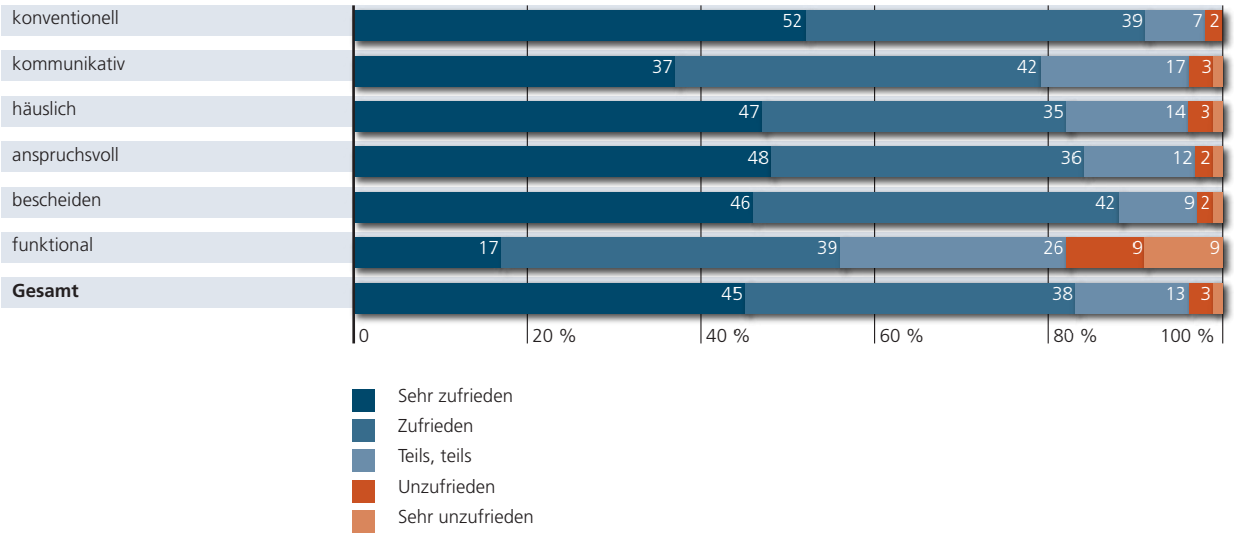
Höchster Bildungsabschluss im Haushalt nach Wohnkonzept

Angaben in %



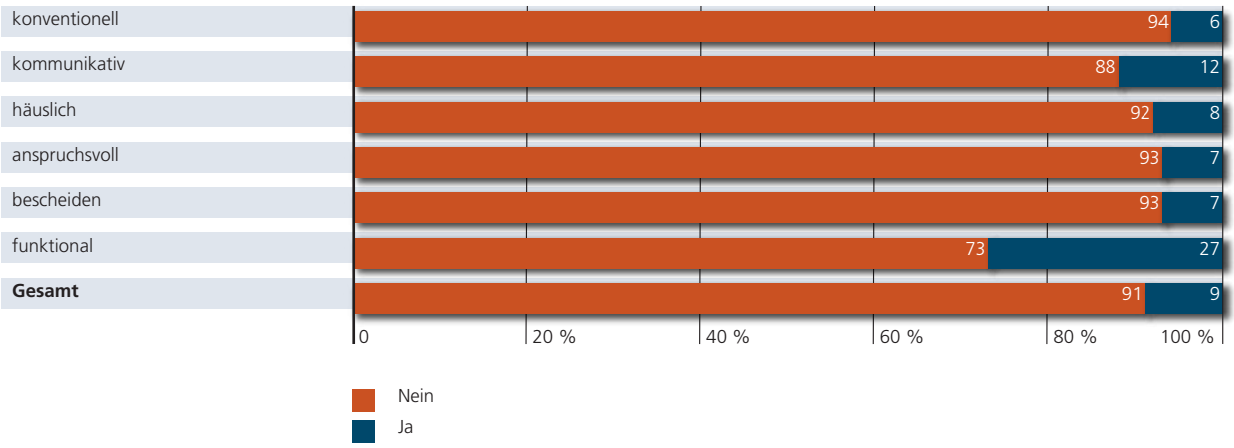
Wohnzufriedenheit nach Wohnkonzept
"Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit Ihrer jetzigen Wohnsituation?"

Angaben in %



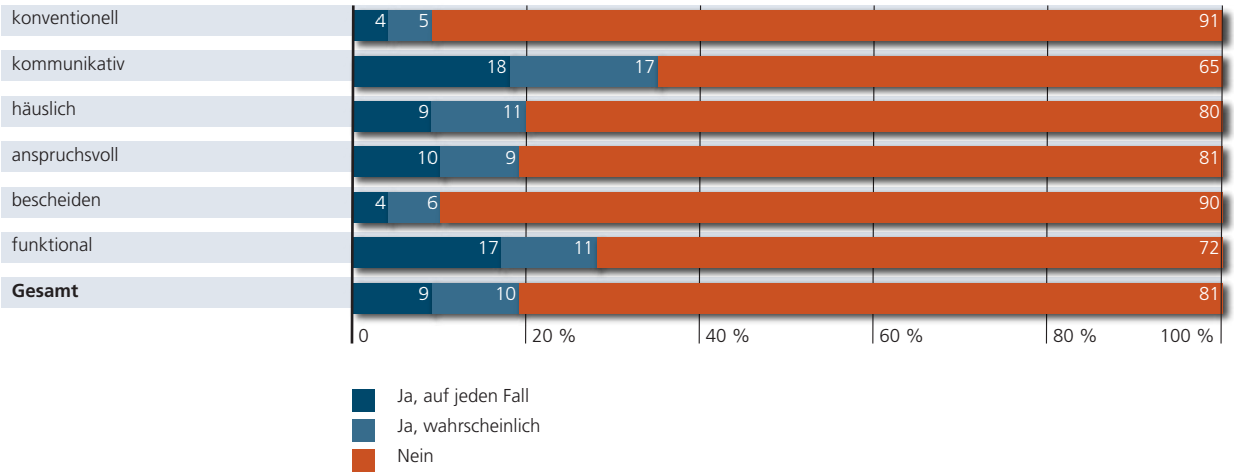
Beurteilung der Nachbarschaft nach Wohnkonzept
"Fühlen Sie sich durch Nachbarn gestört?"

Angaben in %



Wohnmobilität nach Wohnkonzept
"Planen Sie innerhalb der nächsten zwei Jahre umzuziehen?"

Angaben in %



"Aus welchen Gründen möchten Sie hauptsächlich umziehen?"
Gefilterte Ergebnisse – offene Frage – Mehrfachnennungen möglich
Angabe in %

	konventionell	kommunikativ	häuslich	anspruchsvoll	bescheiden	funktional	Gesamt
Wohnung zu klein/zu wenige Zimmer	13,1	25,9	30,5	27,4	15,5	28,6	**25,8**
Berufliche Gründe (auch Studium und Ausbildung)	13,6	22,3	21,4	20,3	8,7	–	**18,5**
Familiäre Gründe	3,8	10,9	8,4	9,3	4,2	11,6	**8,9**
Ausstattung/Zustand der Wohnung/ des Wohngebäudes	11,0	3,2	9,2	12,4	4,2	15,6	**8,5**
Eigentumserwerb	4,9	5,6	11,5	11,3	4,2	2,7	**8,2**
Senioren-/behindertengerechte Wohnung	37,3	1,1	2,1	1,8	28,0	7,4	**6,7**
Auszug aus Elternhaus	–	11,1	5,6	1,5	–	3,6	**5,1**
Wohnung zu teuer/Preis-Leistungs-Verhältnis	7,1	3,7	3,8	5,5	4,8	10,4	**5,0**
Soziales Umfeld	4,4	2,1	6,1	0,9	14,0	11,4	**4,3**
Wohnung zu groß	5,9	3,0	5,8	1,9	13,9	–	**4,2**
Umgebungswechsel	4,1	6,7	2,1	2,9	4,7	4,8	**4,1**
Garten, Balkon, Terrasse	–	3,8	1,8	6,0	–	–	**3,1**
Lautstärke/Hellhörigkeit	1,7	2,3	2,8	4,1	1,8	6,2	**3,1**
Wohnlage	–	4,3	0,5	5,4	2,3	–	**2,9**
Unspezifische private Gründe	–	3,8	1,4	0,7	–	–	**1,6**
Andere Etage gewünscht	4,5	0,5	1,1	1,2	–	–	**1,1**
Probleme mit dem Vermieter	1,7	–	0,7	2,2	–	–	**0,9**
Sonstiges	4,5	4,3	3,4	8,9	6,6	6,1	**5,6**

	Das geht über den Standard hinaus, dafür würde ich sogar eine höhere Miete zahlen	Das setze ich voraus, das ist für mich Standard	Das ist mir egal	Das würde mich stören
Badezimmer				
Badezimmer mit Fenster	14,2	74,1	11,6	0,2
Neu gefliestes, ansprechendes, modernes Badezimmer	20,2	60,6	18,1	1,1
Stellplatz und Anschlüsse für eine Waschmaschine	7,8	65,3	18,8	8,1
Badewanne und Dusche	17,8	52,8	26,4	3,0
Großes Badezimmer, sodass mehrere Personen sich darin aufhalten können	15,7	49,5	31,4	3,3
Gäste-WC	20,6	43,7	32,0	3,7
Spezifische, Ihrem Geschmack entsprechende Armaturen und Fliesenformate	22,5	38,6	37,0	1,8
Altersgerechtes Bad mit bodengleicher Dusche und Haltegriffen	22,1	37,0	36,0	4,9
Fußbodenheizung im Bad	28,8	22,9	43,3	4,9
Dusche (ohne Badewanne)	2,6	46,3	22,3	28,7
Badewanne (ohne Dusche)	3,2	30,7	25,7	40,4
Küche				
Große Küche, sodass man darin gut sitzen kann	16,5	58,4	22,8	2,3
Einbauküche	10,9	62,3	22,0	4,8
In sich geschlossene Küche	3,5	58,3	29,1	9,0
Offene Küche	9,5	21,4	36,1	33,1
Kochnische	1,1	10,4	18,7	69,8
Raumaufteilung				
Eigener Hauswirtschaftsraum für Waschmaschine, Trockner, Gefriertruhe etc.	16,8	44,6	33,6	4,9
Separates Arbeitszimmer	18,4	39,1	36,9	5,6
Gemeinschaftsraum im Wohngebäude/ der näheren Umgebung	8,3	18,3	54,2	19,2
Abstellmöglichkeiten				
Abstellmöglichkeiten im Keller	6,1	80,8	11,8	1,3
Pkw-Stellplatz vor dem Haus	17,9	64,8	15,3	2,0
Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen, Fahrräder	5,4	76,1	16,4	2,1
Abstellmöglichkeiten für Rollatoren	6,4	61,9	29,5	2,2
Garagenstellplatz	32,6	35,0	30,2	2,2

	Das geht über den Standard hinaus, dafür würde ich sogar eine höhere Miete zahlen	Das setze ich voraus, das ist für mich Standard	Das ist mir egal	Das würde mich stören
Wohngebäude				
Optisch ansprechende Fassade	8,8	74,0	17,0	0,2
Stromanschlüsse im Keller	6,8	75,4	16,8	1,0
Balkon	18,3	61,4	18,4	1,9
Terrasse	25,4	45,8	25,9	2,9
Barrierearmer bzw. -freier Zugang zur Wohnung	15,9	51,2	30,9	2,0
Eigener Garten	29,7	30,7	32,0	7,5
Aufzug/Fahrstuhl	19,3	29,9	44,7	6,2
Garten zur Gemeinschaftsnutzung	9,2	21,4	38,4	31,0
Energieeffizienz				
Energiesparende Fenster	18,8	76,7	4,3	0,3
Wärmedämmung	17,6	76,6	5,3	0,5
Moderne Heizungs- und Lüftungsanlage	19,6	73,2	6,9	0,3
Erneuerbare Energien (Solartechnik usw.)	32,2	35,1	31,0	1,6
Sonstige Ausstattungsmerkmale				
Viel Licht, große Fensterflächen	10,3	86,3	3,3	0,1
Spezifische, Ihrem Geschmack entsprechende Tapeten/Gestaltung der Wände	20,7	66,7	11,4	1,2
Technische Systeme, die die Sicherheit erhöhen	13,4	68,9	16,7	1,1
Schwellenfreier Zugang zu allen Räumen auch zum Balkon	11,9	63,5	23,2	1,4
Breitere Türen	31,6	43,2	23,3	2,0
Viele/gut verteilte Steckdosen	24,4	49,7	24,9	1,1
Technische Systeme, die den Energieverbrauch steuern	15,7	57,6	25,8	0,9
Wände wohnfertig (Tapeten, Putz)	28,5	44,2	26,0	1,3
Böden wohnfertig/Bodenbeläge bereits gelegt	8,4	62,2	21,7	7,7
Schnelle Internetverbindung	27,8	40,5	27,7	4,1
Moderne bzw. zeitgemäße Türen und Bodenbeschläge	8,1	59,2	23,6	9,0
Spezifische, Ihrem Geschmack entsprechende Bodenbeläge	18,0	33,9	45,9	2,2

"Welche der folgenden Eigenschaften sollten idealerweise auf Ihre Wohnumgebung zutreffen?"

	Zutreffend	Egal	Nicht zutreffend
normal	87,4	10,3	2,3
ruhig	86,9	9,2	3,9
naturnah	79,5	15,8	4,7
familiär	72,3	20,6	7,1
zentral	59,8	19,9	20,4
beliebt	54,7	35,2	10,1
urban	48,2	27,1	24,7
kreativ	39,8	40,9	19,4
multikulturell	32,8	45,9	21,3
studentisch	16,7	39,7	43,5
exklusiv	10,8	31,6	57,7

"Wie möchten Sie im Alter wohnen?"
gefilterte Werte, nur Jene ab 50 Jahre

	50 bis unter 65 Jahre	ab 65 Jahre	Gesamt
Möchte in meiner jetzigen Wohnung, so wie sie ist, alt werden.	48,8	67,6	58,2
Ich möchte in meiner jetzigen Wohnung alt werden, wenn diese meinen spezifischen Bedürfnissen im Alter angepasst werden kann.	22,4	16,0	19,2
Ich möchte in eine spezielle altersgerecht ausgestattete Wohnung ziehen.	24,0	14,4	19,2
Sonstiges	4,8	2,0	3,4

"Und welche Wohnform würden Sie dann bevorzugen?"
gefilterte Werte, nur Jene ab 50 Jahre, die in eine spezielle altersgerechte Wohnung ziehen möchten

	50 bis unter 65 Jahre	ab 65 Jahre	Gesamt
Mehrgenerationenhaus	55,0	32,0	46,4
Betreutes Wohnen	21,4	34,7	26,4
Seniorenwohnanlage	21,9	30,1	25,0
Pflegewohnen	1,7	3,1	2,2

8.3
Zielgruppenprognose

Ausgangspunkt und Zielsetzung

Der Branchenbericht Wohntrends 2020 hat aufgezeigt, dass soziostrukturelle und sozioökonomische Merkmale wie Alter, Haushaltsgröße und Einkommen allein nicht ausreichen, um die Wohn- und Lebensformen der Nachfrager darzustellen.

Für den unternehmerischen Erfolg im Sinne einer strategischen Bestandsentwicklung ist es jedoch unabdingbar zu wissen, wie die gegenwärtige Verteilung von unterschiedlichen Nachfragergruppen aussieht und v. a. wie sie sich zukünftig entwickeln wird. Die Prognose von Nachfragergruppen bis zum Zeitpunkt 2030 ist daher ein zentraler Bestandteil der vorliegenden Analysen. Das hierzu entwickelte Analysewerkzeug der Zielgruppenprognose hat seine Praxistauglichkeit für die Wohnungswirtschaft im Rahmen von mehreren Modellversuchen bewiesen.

Methodik der Prognose: Nutzung verschiedener Datenquellen

Ausgangsbasis für die Prognose von Nachfragergruppen ist die Modellierung einer Markovkette. Eine Markovkette ermöglicht es, dass ein zukünftiger Zielzustand, in diesem Fall die zukünftige Verteilung der Nachfragergruppen, simuliert werden kann. Dies erfolgt als stochastischer Prozess. Hierzu wird der Ausgangszustand mit einem in der Vergangenheit beobachtbaren (Übergangs-)Muster verbunden. Der Begriff "Kette" suggeriert bereits, dass die Verbindung des Ausgangszustands mit dem bekannten Übergangsmuster unendlich fortzuführen ist, da mit jeder Verknüpfung ein neuer in der Zukunft liegender Ausgangszustand erreicht werden kann. Auf diese Weise können zukünftige Marktanteile von Nachfragergruppen für verschiedene Zeitpunkte in der Zukunft ausgewiesen werden. Auf eine sorgfältige Abgrenzung des Prognosezeitraums ist zu achten, um die Verlässlichkeit der Aussagen gewährleisten zu können.

Der Ausgangszustand für die Zielgruppenprognose ist die gegenwärtige Verteilung der Nachfragergruppen in der deutschen Wohnbevölkerung und wurde auf Grundlage der aktuellen bundesweiten Telefonbefragung von Personen ab 18 Jahren definiert.

Um Erkenntnisse zu (Übergangs-)Mustern gewinnen zu können, erfolgt ein Rückgriff auf Daten des Sozio-ökonomischen Panels (SOEP). Das SOEP ist eine repräsentative Wiederholungsbefragung von Privathaushalten in Deutschland, die seit 1984 im Auftrag des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung e.V. (DIW Berlin) durchgeführt wird. Im jährlichen Rhythmus werden dieselben Personen (ab 16 Jahren im Haushalt) sowie Haushalte befragt. Die Panelstruktur ermöglicht es dabei, intrapersonelle Übergänge zwischen Lebensphasen und Wohnkonzepten darzustellen.

Je nach Lebensphase, Familien- und Haushaltsform sowie Kaufkraft variiert der Lebensstil. Diese unbeständigen Elemente verleihen diesem eine gewisse Dynamik im Lebensverlauf. Zur Erfassung dieser Dynamik sind die Wohnkonzepte basierend auf der Studie "Wohntrends 2020" im Rahmen des Längsschnittdesigns des SOEP für die Erhebungszeitpunkte 1995, 1998, 2003, 2007 und 2010 konzipiert worden. Im Gegensatz zu der Querschnittsanalyse der Studie "Wohntrends 2020" können so empirisch gesicherte Erkenntnisse über die Entwicklung der Wohnkonzepte bzw. wohnungswirtschaftlicher Zielgruppen gewonnen werden.[68] Demgemäß kann die Beständigkeit von Wohnkonzepten mit dem Übergang in weitere Lebensphasen oder Haushaltsformen dargelegt und mit einer spezifischen Wahrscheinlichkeit beziffert werden. Gleichzeitig können daraus Übergangswahrscheinlichkeiten zwischen Wohnkonzepten, gekoppelt mit dem Lebenszyklus und dem Haushaltstyp, abgeleitet werden.

Der Transfer der Lebensstilsystematik der Studie "Wohntrends 2020" auf die externe Datenquelle des SOEP ist jedoch nicht frei von Verzerrungen, da teilweise spezifische Items der GdW-Studie als solche nicht Bestandteil des SOEP sind. Insofern ist es nicht ausgeschlossen, dass die Segmentierung im Einzelfall dem Irrtum unterliegt und damit eine Person mit einem unzutreffenden Wohnkonzept charakterisiert wird. Insofern können auch beobachtete Übergänge zwischen zwei Wohnkonzepten ein methodisches Artefakt bilden. Zur Korrektur solcher möglicher Fehleinschätzungen erfolgt eine Kalibrierung der beobachteten Übergangsmuster durch Irrtumswahrscheinlichkeiten.

Dynamische Komponenten des Prognosemodells

Das Modell der Markovkette in seiner ursprünglichen Form schließt eine externe Dynamik der Ausgangsgrundlage, im vorliegenden Fall der bundesdeutschen Bevölkerung über 18 Jahren, aus. Fakt ist jedoch, dass gerade die Bevölkerungsentwicklung einer erheblichen Dynamik unterliegt. Dies betrifft die natürliche Bevölkerungsentwicklung, welche durch Sterbefälle und nachwachsende Generationen sowie Wanderungsbewegungen beeinflusst ist. Um der Dynamik der Bevölkerungsentwicklung Rechnung zu tragen, ist das Modell der Markovkette um die Komponenten der altersspezifischen Sterblichkeit, der Mobilität und nachwachsender Generationen (Jugendliche zwischen 16 und unter 18 Jahren) erweitert worden. Dazu erfolgt ein Rückgriff auf Daten der amtlichen Statistik – im Besonderen auf Bevölkerungsprognosen des Statistischen Bundesamtes. Prognosen dieser variablen Komponenten der Bevölkerungsentwicklung sind mit Unsicherheiten behaftet, da Erkenntnisse darüber nur aus der Vergangenheit gewonnen und fortgeschrieben werden können. Jegliche Prognosen kommen daher nicht ohne Annahmen für die Zukunft aus. Die gewählte mittlere Variante der Bevölkerungsprognose unterstellt eine Geburtenhäufigkeit von 1,4 Kindern je Frau, eine durchschnittliche Lebenserwartung bei Geburt für Männer von 85,0 Jahren und für Frauen von 89,2 Jahren sowie einen Wanderungssaldo von 200.000 Personen pro Jahr. Für das Jahr 2030 geht das Statistische Bundesamt von einem Bevölkerungsstand der über 18-Jährigen von ca. 68 Millionen aus.[69]

---

[68] Die Segmentierung der Wohnkonzepte erfordert spezifische Fragen u.a. zum Lebensstil, zu Wertorientierungen und zum Freizeitverhalten. Erhebungsbedingt durch das SOEP, können die Wohnkonzepte nur für die genannten Erhebungszeitpunkte bestimmt werden.

[69] Statistisches Bundesamt (2009): Bevölkerung Deutschlands bis 2060, 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Berlin.

Ferner sind für die Zielgruppenprognose folgende Annahmen getroffen worden:

- Die altersspezifische Sterblichkeit wird fortgeschrieben.
- Nachwachsende Generationen einer Altersklasse weisen Verteilungen nach Wohnkonzepten wie die aktuelle Wohnbevölkerung auf.
- Die Relation zwischen Singles, Paaren und Familien wird konstant gehalten, da keine verlässlichen Annahmen über die zukünftige Entwicklung getroffen werden können.
- Aufbauend auf dem durchschnittlichen Wanderungssaldo der vergangenen fünf Jahre wird die mobile Bevölkerung alters- und zielgruppenspezifisch fortgeschrieben. Das Mobilitätsverhalten nach Wohnkonzepten und Lebenszyklus ist anhand der aktuellen Primärerhebung ermittelt worden. Nachweislich nimmt die Mobilitätsneigung mit zunehmendem Alter ab. Anschließend können unterschiedliche Mobilitätsintensitäten in Abhängigkeit zum Lebensstil bzw. Wohnkonzept beobachtet werden. Eine sehr mobile Gruppe stellen in diesem Zusammenhang beispielsweise die Kommunikativen dar.

Ausblick: Nutzungsmöglichkeiten des Prognosemodells

Durch die Verbindung der gegenwärtigen Ausgangsverteilung der Nachfragergruppen mit den beobachteten Übergangsmustern sowie der zu erwartenden Bevölkerungsentwicklung können Bevölkerungsanteile dieser Nachfrager für die Zukunft in zuverlässiger und repräsentativer Weise bestimmt werden. Damit bietet das vorliegende Modell der Zielgruppenprognose ein essentielles Element zur Ableitung von Zukunftsstrategien für wohnungswirtschaftliche Akteure (vgl. Ergebnisse Kapitel 6). Idealerweise sollte eine kleinräumige Abbildungsebene zur Prognose gewählt werden. Ferner bedarf das Modell einer fortwährenden Überprüfung und Anpassung an gesellschaftliche Entwicklungen, um die soziale Wirklichkeit des Wohnens abzubilden.

8.4
Wohnprofile

Die Wohnprofile stellen die angebotsseitige Umsetzung der Wohnvorstellungen dar. Sie beschreiben nicht nur die technisch/bauliche Seite der Wohnung, also welche Ausstattungsmerkmale in welchem Bereich gewünscht werden, sondern verdeutlichen auch die Charakteristik der Wohnvorstellung der Nachfragergruppen, also welches Wohngefühl mit der idealtypischen Wohnung verbunden wird. Dabei werden sowohl Merkmale innerhalb der Wohnung und des Wohngebäudes als auch des Wohnumfeldes einbezogen. Insgesamt umfassen die Profile folgende Bereiche:

- **Wohnvorstellungen:** grundlegender Charakter der Wohnung aus Sicht der Nachfragergruppe
- **Charakter des Wohnumfeldes:** gewünschte Eigenschaften des Wohnumfeldes
- **Grundstruktur der Wohnung**: Grundrissart, relative Größe, Qualitätsstandard
- **Wohnzonen:** zentrale Wohnzonen, Überlagerungsmöglichkeiten
- **Ausstattung der Wohnung:** Merkmale für Bad, Küche, Logistik, Freiraum, Gemeinschaft, Technik/Ökologie, Sonstiges
- **Ausstattung des Gebäudes:** energetische Merkmale, Barrierefreiheit, Optik
- **Preissegment:** regionales/lokales Preisniveau
- **Besonderheiten:** relevante Differenzierungen innerhalb des Profils für einzelne Nachfragergruppen

Die Ausprägungen der einzelnen Bereiche werden im Folgenden dargestellt. Viele Merkmalsausprägungen sind dabei regional sehr unterschiedlich zu bewerten. So kann abhängig vom regionalen Standard die Qualität vergleichbarer Wohnungen als normal oder einfach angesehen werden und genauso ist die Einstufung als preiswerte Wohnung abhängig vom regionalen Mietengefüge.

Entsprechend werden die Wohnprofile mit relativen oder typisierten Merkmalen beschrieben, die in der konkreten Anwendung des Models anhand des jeweiligen lokalen Wohnungsmarktgefüges definiert werden müssen.

Wohnvorstellungen

Die Wohnvorstellungen geben den Charakter der idealtypischen Wohnung aus Sicht der Nachfragergruppen wieder. Das Wohngefühl soll vermittelt werden, das die Wohnung der Gruppe gibt. Hierin spiegeln sich v. a. das Wohnkonzept, aber auch der Haushaltstyp und die Wohnkaufkraft wider. Die Orientierung nach Innen oder Außen, der Wunsch nach Funktionalität, Design oder Gemütlichkeit sowie eine weniger oder stärker ausgeprägte Individualität spielen hier eine Rolle. Die Wohnvorstellungen werden mit Begriffsreihen beschrieben:

- geräumig
- groß
- großzügig
- offen
- kommunikativ

– gesellig
– ordentlich
– einfach
– funktional
– praktisch
– gemütlich
– repräsentativ
– (hoch-)wertig
– individuell
– vielseitig
– ruhig

Charakter des Wohnumfelds

Das Wohnumfeld ist einer der wichtigsten Faktoren bei der Wohnungswahl für alle Nachfragergruppen. Als Kriterien spielen dabei räumliche Lagebeziehungen, spezifische Ausstattungsmerkmale und weiche Faktoren wie Image eine Rolle. Bei der Bewertung des Wohnumfeldes für die Nachfragergruppen geht es nicht um Einzelmerkmale, sondern um unterschiedliche Kombinationen der Kriterien, die zusammen den Umfeldcharakter bilden. Entscheidend ist daher nicht, dass alle Ausprägungen vorhanden sind, sondern dass sich in der Summe der gewünschte Charakter ergibt.

– innerstädtisch (Innenstadt oder angrenzende verdichtete Stadtteile)
– integrierte städtische Lage oder Stadtrand
– dörflich bzw. im Grünen
– kompakt
– offen
– hoher Grünanteil/durchgrünt
– funktionsgemischt
– gute Versorgungslage
– gute Anbindung
– gute Verkehrsinfrastruktur
– kurze Wege
– ruhig
– ordentlich/sauber
– sicher
– angesehen/guter Ruf
– exklusiv
– szenig/Szenelage
– lebendig
– vielfältig
– homogen
– Freizeitwert
– familienfreundlich
– seniorenfreundlich
– familiär
– anonym

Grundstruktur der Wohnung

Die Art des Grundrisses, die relative Größe der Wohnung sowie der allgemeine Qualitätsstandard bilden die Grundstruktur der Wohnung.

Die **Art des Grundrisses** ergibt sich aus der Anordnung der Räume, unterschieden werden:

- Klassischer Grundriss: Alle Zimmer werden über einen zentralen Flur erreicht und sind in sich abgeschlossen.
- Offener Grundriss: Zumindest Wohn- und Essraum bilden eine offene Einheit, ggf. auch mit Küche.
- Moderne/individuelle Grundrisse: ungewöhnliche, von der Norm abweichende Grundrisse, wie z. B. Wohnräume auf unterschiedlichen Ebenen (Split Level) oder freie Grundrisse ohne trennende Elemente der meisten Wohnbereiche (Loft).

Die **Größe** der Wohnung wird über die Wohnfläche und die Zahl der Zimmer definiert. Dabei sind die Merkmale allerdings nicht einzeln, sondern in Kombination zu betrachten. Erst aus dem Verhältnis von Fläche zu Zimmern ergibt sich die relative Größe einer Wohnung.

Die folgende Tabelle stellt die empirisch ermittelten durchschnittlichen bundesweiten Grenzwerte für die Einstufung der Wohnungsgröße dar. Die für die konkrete Anwendung des Modells notwendigen regionalgültigen Grenzwerte sind wiederum aus dem jeweiligen Wohnungsmarkt heraus zu definieren.

Tab. 9
Wohnungsgrößenkategorien (bundesweit)

Fläche\Räume	1	2	3	4+	EFH
< 30 m²	sehr klein				
30 - 45 m²	klein	klein			
45 - 60 m²	mittel	mittel	klein		
60 - 75 m²	groß	groß	mittel	klein	
75 - 90 m²			groß	mittel	
90 - 120 m²	Loft	Loft	sehr groß	groß	mittel
>120 m²	Loft	Loft		sehr groß	groß

Der allgemeine **Qualitätsstandard** bezieht sich auf den von den jeweiligen Nachfragergruppen gewünschten durchschnittlichen Standard der Wohnung. Je nach Bedeutung einzelner Ausstattungsmerkmale können diese in Einzelfällen vom allgemeinen Qualitätsstandard nach oben oder unten abweichen, insgesamt sollte die Wohnung aber den gewünschten Standard vermitteln.

- einfach
- normal
- gehoben

Die konkrete Übersetzung der Qualitätsstandards erfolgt bezogen auf den regionalen Wohnungsmarkt.

Wohnzonen

Seit den 1920er Jahren erfolgte eine Optimierung der Grundrisse in funktionaler und flächensparender Hinsicht, die durch eine klare Zuordnung von Raum und Funktion gekennzeichnet war (Esszimmer, Schlafzimmer, Arbeitsküche etc.). Den sich ausdifferenzierenden Ansprüchen der verschiedenen Nachfragergruppen werden diese Grundrisse nicht mehr gerecht. So wird das Bad von vielen nicht mehr nur als Ort der Hygiene gesehen, sondern soll auch Aspekten wie Pflege, Wellness oder Erholung gerecht werden und das Arbeiten findet (temporär) auch im Wohn- oder Essbereich statt.

Vor diesem Hintergrund ist ein flexiblerer Ansatz in Bezug auf die Grundrisse notwendig. Mit Flexibilität ist ist hierbei nicht bauliche Flexibilität gemeint – dies ist im Bestand nur bedingt möglich und wird von Mietern nur sehr selten genutzt –, sondern vor allem Nutzungsflexibilität. Den Ausgangspunkt bilden die Bedürfnisse, die man individuell als Haushalt ausleben möchte, deren konkrete Raumansprüche jedoch nach den Nachfragergruppen differenzieren. Entsprechend geht der Ansatz nicht von den Räumen aus, sondern von "Wohnzonen", die innerhalb einer Wohnung vorhanden sein sollten. Ein Raum kann dann die Funktion für mehrere Wohnzonen und eine Wohnzone kann sich auch auf mehrere Räume erstrecken (und sich damit auch überschneiden). So kann z. B. die Wohnzone "Arbeiten" an einem kleinen PC-Tisch im Schlafzimmer erfolgen, in einer Ecke des Wohnbereichs oder in einem eigenen Arbeitszimmer, d. h., sie kann sich auf einen Raum konzentrieren oder über mehrere Räume verteilen. Insbesondere die folgenden Wohnzonen sind zu berücksichtigen:

– Erholung
  Lesen, fernsehen, sich erholen bis hin zum Schlafen – dies kann das klassische Wohnzimmer abdecken, es kann aber auch auf mehrere Räume oder innerhalb eines Raumes auf mehrere Ebenen ("Split Level") verteilt sein. Hierzu gehört auch der Freiraum (Balkon, Loggia, Terrasse).

– Arbeit
  Damit ist nicht nur das eigene Büro in der Wohnung oder ein Heim-Arbeitsplatz gemeint, sondern auch Platz für temporäre Schreibarbeiten. Je nach Wohnkonzept kann dies offen in Räumen der Kommunikation, aber auch im Schlafzimmer oder als separater Raum angeordnet sein.

– Hauswirtschaft und Logistik
  Hierzu gehören das Kochen, Waschen, Bügeln etc. aber auch alles, was untergebracht werden muss: von Garderobe, Lebensmitteln, temporär genutzten Geräten, Hausrat bis hin zum Fahrrad oder Campingzelt. In konventionellen Grundrissen ist hierfür meist zu wenig Platz vorgesehen oder er befindet sich außerhalb der Wohnung im Keller. Lösungen sind ein eigener Hauswirtschaftsraum oder ausreichende Stellflächen in Flur, Diele, Küche oder anderen Räumen.

– Kommunikation
  Kommunikation braucht Platz für gemeinschaftliches Leben und Geselligkeit. Zusammensitzen, reden, essen, musizieren, ob im klassischen Wohnzimmer oder Esszimmer oder in der Wohnküche. Gerade für Letzteres kann auch der Repräsentativität dieser Wohnzone eine große Bedeutung zukommen.

– Wellness (Körperpflege, Training, Gesundheit)
  Mit dem Badezimmer scheinen sich Raum und Funktion stark zu überschneiden, häufig wird aber auch eine weitere Trennung wie separates oder zweites WC oder getrennte Dusche gewünscht. Auch weitere Möglichkeiten wie z. B. Sauna oder Fitnessraum werden nachgefragt, oder ausreichend Platz, damit der Hometrainer nicht ins Schlafzimmer muss. Wiederum übernimmt das Bad häufig auch hauswirtschaftliche Funktionen wie z. B. Waschen. Die Flächenansprüche dieser Wohnzone sind in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen.

– Rückzug
  Gerade bei mehreren Haushaltsmitgliedern wächst der Wunsch nach eigenen, individuellen ggf. abschließbaren Räumen. Hierzu gehört das klassische Kinderzimmer ebenso wie das Gästezimmer oder Arbeitszimmer, aber auch der Hobbykeller oder das zweite Bad.

Wesentlich für den Wohnzonenansatz ist, dass in den Wohnkonzepten der einzelnen Nachfragergruppen bestimmte Wohnzonen besonders präferiert werden und damit mehr Platz benötigen und dass die Präferenz bezüglich der räumlichen Überlagerung oder Trennung der Wohnzonen bei den Nachfragergruppen unterschiedlich ausgeprägt ist.

Ausstattung der Wohnung

Neben den grundsätzlichen Ausrichtungen der Wohnung und des Wohnumfeldes werden in den Wohnprofilen spezifische Ausprägungen einzelner Ausstattungsmerkmale der Wohnung dargestellt. Die Beschreibung der Ausstattungsmerkmale erfolgt nach den räumlichen bzw. funktionalen Bereichen:

– Wohnräume
– Bad/Sanitär
– Küche
– Logistik
– Freiraum
– Gemeinschaftseinrichtungen
– Technik/Ökologie
– Sonstiges

Den Ausstattungsbereichen werden dabei die Wohnzonen zugewiesen. Im Zusammenspiel mit der Bedeutung der Wohnzonen für die jeweilige Gruppe ergibt sich eine Priorisierung der Ausstattungsmerkmale. Hieraus lassen sich Kompromisslinien der Nachfragergruppen ableiten, also in welchen Bereichen die angegebene Wunschausstattung ggf. weniger relevant bei der Wohnentscheidung ist. Zugleich werden Ausstattungsmerkmale als Mehrwert gekennzeichnet, die die Nachfragergruppe nicht als Standard ansieht, aber als wohnwertsteigernd.

Ausstattung des Gebäudes

Bezüglich des Gebäudes werden in den Profilen die Bedeutung von Energieeffizienz, Erscheinungsbild und Barrierefreiheit für die jeweiligen Nachfragergruppen dargestellt.

Preissegment

Die konkrete Preissegmenteinstufung gehört zu den regional sehr stark schwankenden Merkmalen der Wohnprofile. Um das Modell in Regionen mit sehr unterschiedlichen Preisniveaus einsetzen zu können, werden hier entsprechend keine absoluten Werte, sondern folgende relative Preisstufen angesetzt, die im lokalen Markt anhand von Mietpreisrecherchen mit Werten hinterlegt werden müssen:

- preiswert
- mittelpreisig
- hochpreisig

	Wohnprofil 11
Nachfragergruppen	– **Alle Alters- und Haushaltsgruppen, niedrige bis hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	klassisch, ordentlich, qualitätsvoll, funktional, ruhig, sicher
Charakter des Umfeldes	ruhige innerstädtische bis dörfliche Lagen mit gutem Ruf, viel Grün, guter Anbindung und Versorgung; familiär, ordentlich und sicher
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – normale bis gehobene Qualitäten – mittelgroße bis große Wohnung
Wohnzonen	– starke funktionale und räumliche Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Erholung, Rückzug, Hauswirtschaft
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ruhige und ausreichend große Wohnzimmer (Erholung, Kommunikation) sowie ggf. Kinderzimmer und Arbeitszimmer (Rückzug, Arbeiten) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großes Vollbad gern nach individuellem Geschmack und altersgerecht; 2. WC **Küche** *(Hauswirtschaft)*: große, geschlossene Küche mit Einbauelementen; starke Ablehnung offener Küchen **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: hohe Bedeutung von Abstellmöglichkeiten in Wohnung (ideal als HWR) und außerhalb der Wohnung (Keller); Waschmaschine auch im Bad möglich; Pkw-Stellplatz wichtig **Freiraum** *(Erholung, Rückzug)*: hohe Präferenz für eigenen Garten oder Terrasse; Balkon ist Mindestanforderung **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie**: offen für zeitgemäße technische Lösungen, insbesondere bezüglich Sicherheit **Sonstiges:** Barrierearmut hat hohen Stellenwert
Ausstattung Gebäude	gute Energieeffizienz ist wichtig; Barrierrearmut im Gebäude
Besonderheiten	– mit steigendem Einkommen offener für gehobene Ausstattungs-elemente (z. B. Fußbodenheizung) – Senioren mit niedriger Wohnkaufkraft auch mit kleinerer Wohnung zufrieden
Preissegment	mittelpreisig bis hochpreisig

	Wohnprofil 21
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare unter 30 Jahren, niedrige Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	wenig ausgeprägte Vorstellung in Bezug auf Wohnung; hohe Kompromissbereitschaft
Charakter des Umfeldes	sehr zentrale Lagen, gern szenig und lebendig mit kurzen Wegen und guter Anbindung; Ruhe weniger wichtig
Grundstruktur der Wohnung	– offene Grundrisse – einfache Qualitäten – (sehr) kleine bis mittlere Wohnung
Wohnzonen	– starke räumliche Überlagerung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Kommunikation und Arbeit
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** starke Funktionsüberlagerung auf u. U. kleinem Raum (Kommunikation, Erholung, Arbeit, Rückzug), Erweiterung durch offene Küche möglich **Bad:** einfaches funktionales Duschbad; Platzbedarf nur bezüglich Waschmaschine, individuelle Anpassungen bilden Mehrwert **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: kleine, gern auch offene Küche; keine Kochnische **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: wenig ausgeprägte Präferenzen, Abstellmöglichkeiten für Fahrrad (gern auch im Keller) **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon; Garten zur Gemeinschaftsnutzung bildet Mehrwert **Gemeinschaft** *(Kommunikation)*: außer Gemeinschaftsgarten wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie**: schnelle Internetverbindung **Sonstiges:**
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard)
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 22
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare unter 30 Jahre, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare 30–44 Jahre, mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	modern, geräumig, kommunikativ, offen
Charakter des Umfeldes	sehr zentrale Lagen mit kurzen Wegen, hohem Freizeitwert (auch grün) und guter Anbindung; Ruhe weniger wichtig
Grundstruktur der Wohnung	– offene Grundrisse – einfache bis normale Qualitäten – mittlere bis große Wohnung
Wohnzonen	– starke räumliche Überlagerung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Kommunikation, Arbeit und Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ausreichende Größe für starke Funktionsüberlagerung (Kommunikation, Erholung, Arbeit, Rückzug), Erweiterung durch offene Küche möglich, wenig Interesse an Arbeitszimmer **Bad** *(Wellness)*: großes Vollbad mit mittlerem Standard **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: große oder auch offene Küche; Einbauküche normalen Standards **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: in der Wohnung untergeordnet; Waschmaschine im Bad möglich; Abstellmöglichkeiten für Fahrrad/Pkw gewünscht **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon ist wichtig, eigener Garten oder Terrasse bilden Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung **Sonstiges:**
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	bei hoher Wohnkaufkraft Sauberkeit und Pflege des Umfelds wichtiger
Preissegment	mittelpreisig bis hochpreisig

	Wohnprofil 23
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 30–44 Jahre, hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare 45–64 Jahre, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare ab 65 Jahren, mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	modern, groß, kommunikativ, offen, individuell
Charakter des Umfeldes	sehr zentrale Lagen, gern beliebte Szenelagen, mit kurzen Wegen, hohem Freizeitwert (auch grün) und guter Anbindung; Ruhe weniger wichtig
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale Qualitäten – individuell – mittlere bis große Wohnung
Wohnzonen	– räumliche Überlagerung der Wohnzonen möglich – hohe Bedeutung von Kommunikation und Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ausgeprägter Platzanspruch zur Entfaltung (Kommunikation, Erholung), Interesse an separatem Arbeitszimmer (Arbeit, Rückzug) **Bad** *(Wellness)*: großzügiges Vollbad; modern und individuellen Wünschen entsprechend; 2. WC **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: große Küche, eher geschlossen als offen; Einbauküche normalen Standards **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: HWR; Waschmaschine im Bad möglich; Abstellmöglichkeiten für Fahrrad/Pkw gewünscht **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon, Garten oder Terrasse ist wichtig **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung **Sonstiges:** Aufzug und barrierefreier Zugang zur Wohnung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	altersgerechte Ausstattung von Seniorenhaushalten gewünscht eigener Garten v. a. für hohe Wohnkaufkraft ein Plus
Preissegment	mittelpreisig bis hochpreisig

	Wohnprofil 24
Nachfragergruppen	– **Familien, niedrige bis hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	modern, groß, kommunikativ, offen, familiär, vielseitig
Charakter des Umfeldes	familienfreundliche Innenstadt- bis Stadtrandlagen mit kurzen Wegen, hohem Freizeitwert (insbes. grün) und guter Anbindung; Ruhe weniger wichtig
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale Qualitäten – individuell – (mittel-)große Wohnung
Wohnzonen	– räumliche Überlagerung der Wohnzonen möglich – hohe Bedeutung von Kommunikation, Rückzug und Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ausgeprägter Platzanspruch zur Entfaltung (Kommunikation, Erholung), Interesse an separatem Arbeitszimmer (Arbeit, Rückzug) **Bad** *(Wellness)*: großzügiges Vollbad; modern und individuellen Wünschen entsprechend; 2. WC, gern auch 2. Bad, Komfortmerkmale als Mehrwert **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: große Küche, eher geschlossen als offen; Einbauküche normalen Standards **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: HWR; Waschmaschine im Bad möglich; Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen/Fahrrad/Pkw (Garage) gewünscht **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon oder Terrasse ist wichtig, eigener Garten ist Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die Energieverbrauch steuern; technische Systeme, die die Sicherheit erhöhen **Sonstiges:** barrierefreier Zugang zur Wohnung, Bearrierearmut in Wohnung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien als Mehrwert
Besonderheiten	Qualitätsanspruch mit Wohnkaufkraft steigend (Bad) Bei hoher Wohnkaufkraft auch sehr große und hochpreisige Wohnungen
Preissegment	mittelpreisig

	Wohnprofil 25
Nachfragergruppen	– **Haushalte mit mehr als zwei Erwachsenen, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	modern, groß, kommunikativ, offen, vielseitig
Charakter des Umfeldes	zentrale Lagen (Innenstadt bis Stadtteil), gern lebendig, aber familiär mit kurzen Wegen und guter Anbindung; Ruhe weniger wichtig
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale Qualitäten – individuell – mittlere bis große Wohnung
Wohnzonen	– räumliche Überlagerung der Wohnzonen möglich – hohe Bedeutung von Kommunikation, Arbeit und Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ausgeprägter Platzanspruch zur Entfaltung (Kommunikation, Erholung, Rückzug) **Bad** *(Wellness)*: großzügiges Vollbad; modern und individuellen Wünschen entsprechend; 2. WC, gern auch 2. Bad; Komfortmerkmale bilden Mehrwert **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: große Küche, eher geschlossen als offen; Einbauküche normalen Standards **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: HWR; Waschmaschine im Bad möglich; Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen/Fahrrad/Pkw (Garage bildet Mehrwert) **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon oder Terrasse ist wichtig, eigener Garten bildet Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die die Sicherheit erhöhen **Sonstiges:** individuelle Gestaltungsmöglichkeiten bilden Mehrwert; Barrierefreiheit von nachgelagerter Bedeutung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 31
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare unter 30 Jahren, niedrige Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	geräumig, gemütlich, gesellig, offen, praktisch
Charakter des Umfeldes	zentrale Lagen (Innenstadt bis Stadtteil), gern vielfältig, durchgrünt, mit guter Versorgung, kurzen Wegen und guter Anbindung
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale Qualitäten – kleine bis mittlere Wohnung
Wohnzonen	– starke räumliche Überlagerung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Hauswirtschaft, Erholung, Kommunikation
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** multifunktional, da starke Funktionsüberlagerung auf u. U. kleinem Raum (Kommunikation, Erholung, Arbeit, Rückzug) **Bad** *(Wellness)*: großes, funktionales Duschbad, modern gestaltetet; 2. WC und Fußbodenheizung bildet Mehrwert **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: funktionale, geräumige Küche; normale EBK **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: HWR sowie weitere Abstellmöglichkeiten im Haus (Fahrrad) gern auch Keller; Waschmaschine auch in Bad möglich; Garage bildet Mehrwert **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon; Terrasse und eigener Garten bilden Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die die Sicherheit erhöhen **Sonstiges:** individuelle Gestaltungsmöglichkeiten der Böden bildet Mehrwert; Barrierefreiheit von nachgelagerter Bedeutung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard)
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 32
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare unter 30 Jahren, mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	geräumig, gemütlich, gesellig, offen, praktisch
Charakter des Umfeldes	zentrale Lagen (Innenstadt bis Stadtteil), gern vielfältig, durchgrünt und sicher, mit guter Versorgung, kurzen Wegen und guter Anbindung (Pkw)
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale Qualitäten – mittlere Wohnung
Wohnzonen	– räumliche Überlagerung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Hauswirtschaft, Erholung, Kommunikation
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** großes Wohnzimmer (ggf. kombiniert mit Esszimmer) als zentraler Raum der Zusammenkunft (Kommunikation) **Bad** *(Wellness)*: großes, eher funktionales Dusch- oder Vollbad, individuelle und Komfortmerkmale als Mehrwert **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: geräumige, geschlossene Küche; normale, funktionale EBK **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Abstellmöglichkeiten im Haus (Fahrrad) gern auch Keller; Waschmaschine auch im Bad möglich; Garage als Mehrwert **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon oder Terrasse; eigener Garten bildet Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die den Energieverbrauch steuern als Mehrwert **Sonstiges:** individuelle Gestaltungsmöglichkeiten als Mehrwert; Barrierefreiheit von nachgelagerter Bedeutung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard)
Besonderheiten	–
Preissegment	mittelpreisig

	Wohnprofil 33
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 30–44 Jahre, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	geräumig, gemütlich, gesellig, offen, praktisch
Charakter des Umfeldes	ruhige Stadtteillagen mit gutem Ruf, guter Versorgung und hohem Freizeitwert, durchgrünt, gepflegt und sicher, mit guter Versorgung und guter Anbindung (Pkw)
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale Qualitäten – große Wohnung
Wohnzonen	– stärkere räumliche Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Hauswirtschaft, Erholung, Kommunikation
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** großes Wohnzimmer (ggf. kombiniert mit Esszimmer) als zentraler Raum der Zusammenkunft (Kommunikation), separates Arbeits-/Gästezimmer (Arbeiten; Rückzug) **Bad** *(Wellness)*: großes, modernes Vollbad, individuelle und Komfortmerkmale sowie 2. WC als Mehrwert **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: geräumige, eher geschlossene Küche; normale, funktionale EBK **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Abstellmöglichkeiten im Haus (Fahrrad) gern auch Keller; Waschmaschine auch im Bad möglich; Stellplatz, Garage bildet Mehrwert **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon; Terrasse oder eigener Garten bilden Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die den Energieverbrauch steuern oder die Sicherheit erhöhen, bilden Mehrwert **Sonstiges:** individuelle Gestaltungsmöglichkeiten bilden Mehrwert; Barrierefreiheit/-armut
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	Bei mittlerer Wohnkaufkraft teilweise auch Gemeinschaftsgarten sowie mittelgroße Wohnungen gewünscht.
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 34
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 45–64 Jahre, niedrige bis hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare ab 65 Jahren, mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	groß, gemütlich, gesellig, offen, praktisch
Charakter des Umfeldes	ruhige, städtische Lage (Stadtteil bis Stadtrand), gepflegt, sicher und durchgrünt, beliebt, mit guter Versorgung und Anbindung (ÖPNV/Pkw)
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – normale bis gehobene Qualitäten – mittlere bis große Wohnung – altersgerecht
Wohnzonen	– räumliche Trennung der Wohnzonen – Hohe Bedeutung von Kommunikation, Hauswirtschaft, Erholung, Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** großes Wohnzimmer (ggf. kombiniert mit Esszimmer) als zentraler Raum der Zusammenkunft (Kommunikation), separates Arbeits-/Gästezimmer (Arbeiten; Rückzug) **Bad** *(Wellness)*: großes, modernes Vollbad; altersgerechte Ausstattung, individuelle sowie Komfortmerkmale und 2. WC wichtig; Waschmaschinenanschluss **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: geräumige, geschlossene Küche; normal-gehobene EBK **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Diverse Abstellmöglichkeiten im Haus, auch separater Keller; HWR für Waschmaschine bevorzugt; Stellplatz ist Standard, Garage bildet Mehrwert **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon oder Terrasse **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die den Energieverbrauch steuern oder die Sicherheit erhöhen **Sonstiges:** Barrierefreiheit/-armut
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien als Mehrwert
Besonderheiten	Qualitätsanspruch mit Wohnkaufkraft steigend für hohe Wohnkaufkraft bildet eigener Garten Mehrwert Singles und Paare ab 65 Jahren auch preiswerter sowie in dörflichen Lagen
Preissegment	mittelpreisig

	Wohnprofil 35
Nachfragergruppen	– **Familien, niedrige bis hohe Wohnkaufkraft** – **Haushalte mit mehr als zwei Erwachsenen, niedrige bis hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	groß, gemütlich, gesellig, familiär, offen, praktisch
Charakter des Umfeldes	familienfreundliche innerstädtische bis dörfliche Lagen mit hohem Grünanteil und gutem Ruf, gute Versorgungslage und Anbindung
Grundstruktur der Wohnung	– offene teilweise auch moderne Grundrisse – normale bis gehobene Qualitäten – mittlere bis große Wohnung
Wohnzonen	– räumliche Überlagerung der Wohnzonen möglich – hohe Bedeutung von Hauswirtschaft, Kommunikation, Rückzug
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** großes Wohnzimmer, ggf. kombiniert mit Esszimmer, als zentraler Raum der Zusammenkunft (Kommunikation), auch große Kinderzimmer (Rückzug); separates Arbeits-/Gästezimmer (Arbeiten; Rückzug); **Bad** *(Wellness)*: großes, modernes Vollbad; individuelle Merkmale und 2. WC wichtig; Komfortmerkmale bilden Mehrwert; Waschmaschinenanschluss möglich **Küche** *(Kommunikation, Hauswirtschaft)*: sehr große, eher geschlossene Küche; normal-gehobene EBK **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: viele Abstellmöglichkeiten im Haus, auch separater Keller; HWR für Waschmaschine bevorzugt; Stellplatz, Garage bildet Mehrwert **Freiraum** *(Kommunikation, Erholung)*: Balkon oder Terrasse; eigner Garten bildet Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftsräumen oder Gemeinschaftsgarten **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; technische Systeme, die den Energieverbrauch steuern oder die Sicherheit erhöhen **Sonstiges:** Barrierefreiheit/-armut
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	für MPHH auch offene Küchen MPHH mit hoher Wohnkaufkraft haben höheren Qualitätsanspruch Wohnzone Arbeit bei Familien bis mittlere Wohnkaufkraft auch integriert bei hoher Wohnkaufkraft eher Lagen im Grünen
Preissegment	preiswert bis hochpreisig entsprechend Wohnkaufkraft

	Wohnprofil 41
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare unter 30 Jahren, niedrige Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	individuell, modern, wertig, großzügig
Charakter des Umfeldes	angesehene, ruhige Innenstadt- oder Stadtteillagen mit guter Anbindung, hohem Grünanteil und statushoher Nachbarschaft, gepflegt und sicher, leicht szenig
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – einfache bis normale Qualität – kleine bis große Wohnungen
Wohnzonen	– funktionale und räumliche Trennung der Wohnzonen als Mehrwert – hohe Bedeutung von Kommunikation und Arbeit
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** hohe Funktionsüberlagerung auf ggf. kleinem Raum (Kommunikation, Erholung, Arbeit, Rückzug), keine Erweiterungsmöglichkeiten **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großzügig modern eingerichtetes Duschbad (Vollbad, Fußbodenheizung bilden Mehrwert), einfach, funktionale Ansprüche **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: in sich geschlossene EBK; keine Kochnische, große Küche bildet Mehrwert **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: keine wirkliche Präferenz, Abstellmöglichkeiten für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz; Garage bildet Mehrwert, Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug)*: Terrasse, Garten oder Balkon bilden Mehrwert **Gemeinschaft** *(Kommunikation)*: gemeinschaftliche Nutzflächen werden nicht als störend angesehen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung; zeitgemäße technische Lösungen bilden Mehrwert **Sonstiges:** Individualität wichtig
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen, Wärmedämmung; hohe Energieeffizienz sowie erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 42
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare unter 30 Jahren, mittlere Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare 30–44 Jahre, mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	individuell, modern, wertig, großzügig, repräsentativ, ruhig
Charakter des Umfeldes	angesehene, ruhige Stadtteil- oder Stadtrandlagen mit guter Anbindung, hohem Grünanteil und Freizeitwert, statushoher Nachbarschaft, gepflegt und sicher
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – normale bis gehobene Qualität – mittlere bis große Wohnungen
Wohnzonen	– funktionale und räumliche Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Erholung, Arbeit und Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ruhige und ausreichend große Wohnzimmer (Kommunikation, Erholung) sowie Arbeitszimmer (Rückzug, Arbeit) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großzügiges Vollbad; Fußbodenheizung und Individualität bilden Mehrwert **Küche** *(Kommunikation)*: große geschlossene EBK; keine offene Küche, Kochnische **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz; Garage bildet Mehrwert, Waschmaschine im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon; Terrasse oder eigener Garten bilden Mehrwert **Gemeinschaft:** wenig Interesse an gemeinschaftlichen Nutzflächen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung, offen für zeitgemäße techn. Lösungen **Sonstiges:** Individualitätsgedanke ist vorrangig
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz (über Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert; barrierearme Ausstattung
Besonderheiten	bei 30- bis 44-Jährigen stärkere Trennung von Arbeiten und Wohnen
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 43
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 30–44 Jahre, hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare 45–64 Jahre, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare ab 65 Jahren, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	individuell, modern, hochwertig, groß, repräsentativ, ruhig
Charakter des Umfeldes	angesehene, ruhige Innenstadt- oder Stadtrandlagen mit guter Anbindung, hohem Grünanteil, ordentlich, sauber und sicher, statushohe Nachbarschaft und hoher Freizeitwert
Grundstruktur der Wohnung	– klassische bis moderne Grundrisse – gehobene Qualitäten – vorwiegend große bis sehr große Wohnung
Wohnzonen	– starke funktionale Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Arbeit, Kommunikation, Wellness
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** repräsentative, große Wohnzimmer (Kommunikation) sowie Arbeits-/Gästezimmer (Rückzug, Arbeit) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großzügiges, hochwertiges, altersgerechtes Vollbad; Komfortmerkmale bilden Mehrwert **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: große geschlossene Küche mit hochwertigen Einbauelementen; starke Ablehnung offener Küchen **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: hohe Bedeutung von integrierten Abstellmöglichkeiten auch für Waschmaschine (HWR) sowie außerhalb der Wohnung (Keller); Pkw-Stellplatz, eigene Garage bildet Mehrwert **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Terrasse oder Balkon; eigener Garten bildet Mehrwert, Gemeinschaftsgärten werden abgelehnt **Gemeinschaft:** kein Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung, offen für zeitgemäße techn. Lösungen **Sonstiges:** Barrierearmut hat erhöhten Stellenwert
Ausstattung Gebäude	sehr hohe Energieeffizienz; repräsentatives Erscheinungsbild; barrierearme Ausstattung, Fahrstuhl
Besonderheiten	Singles und Paare ab 65 Jahren hohe Wohnkaufkraft legen größeren Wert auf gehobene Ausstattungsmerkmale
Preissegment	mittelpreisig bis hochpreisig

	Wohnprofil 44
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 45–64 Jahre, niedrige Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare ab 65 Jahren, niedrige Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	individuell, modern, wertig, großzügig, repräsentativ, ruhig
Charakter des Umfeldes	ruhige Innenstadt- oder Stadtrandlagen mit guter Anbindung, durchgrünt, ordentlich, sauber und sicher, möglichst statushohe Nachbarschaft und hoher Freizeitwert
Grundstruktur der Wohnung	– klassischer Grundriss – einfache bis normale Qualitäten – mittelgroße Wohnungen
Wohnzonen	– keine unbedingte Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Arbeiten, Erholen, Hauswirtschaft
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ruhige und normal große Wohnzimmer (Erholung, Rückzug) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: altersgerechtes Vollbad, das modernen Anforderungen entspricht; Fußbodenheizung bildet Mehrwert **Küche** *(Hauswirtschaft)*: große geschlossene Küche; starke Ablehnung von offenen Küchen und Kochnischen **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Abstellmöglichkeiten in Wohnung (HWR) sowie außerhalb für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz; Garage bildet Mehrwert, Waschmaschine im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon; Terrasse oder Garten bilden Mehrwert, starke Ablehnung von Gemeinschaftsgärten **Gemeinschaft:** wenig Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung, offen für zeitgemäße technische Lösungen **Sonstiges:** Barrierearmut bildet Mehrwert,
Ausstattung Gebäude	Zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz; Solartechnik; barrierearme Ausstattung; Fahrstuhl
Besonderheiten	Singles und Paare 45–64 Jahre auch kleine Wohnungen Singles und Paare ab 65 Jahren auch große Wohnungen
Preissegment	mittelpreisig bis hochpreisig

	Wohnprofil 45
Nachfragergruppen	– **Familien, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft** – **Haushalte mit mehr als zwei Erwachsenen, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	individuell, modern, wertig, großzügig, ruhig, (repräsentativ)
Charakter des Umfeldes	ruhige, familienfreundliche Innenstadt- oder Stadtrandlagen, z. T. auch dörfliche Lagen mit guter Anbindung, durchgrünt, ordentlich, sauber und sicher, mögl. statushohe Nachbarschaft und hoher Freizeitwert
Grundstruktur der Wohnung	– moderner Grundriss – funktionale bis normale Qualitäten – mittelgroße bis große Wohnungen – Größe der Räume entscheidender als Ausstattung
Wohnzonen	– ausgeprägte funktionale Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung Arbeit, Kommunikation, Rückzug, Hauswirtschaft
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ausreichend große Wohnzimmer (Erholung, Kommunikation) sowie Arbeitszimmer und Kinderzimmer (Rückzug, Arbeit) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großes Vollbad, mit individuellem Charakter, 2. WC **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: große geschlossene EBK; starke Ablehnung von offenen Küchen und Kochnischen **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Abstellmöglichkeiten in Wohnung (HWR) sowie außerhalb für alle Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz wichtig; Garage bildet Mehrwert, Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon oder Terrasse; eigener Garten bildet Mehrwert; starke Ablehnung von Gemeinschaftsgärten **Gemeinschaft:** kein Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung, offen für zeitgemäße technische Lösungen **Sonstiges:** Individualität ist wichtig
Ausstattung Gebäude	Hohe Energieeffizienz und Erneuerbare Energien
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 46
Nachfragergruppen	– **Familien, hohe Wohnkaufkraft** – **Haushalte mit mehr als zwei Erwachsenen, hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	individuell, modern, hochwertig, großzügig, repräsentativ, ruhig
Charakter des Umfeldes	ruhige, angesehene, familienfreundliche Innenstadt- oder Stadtrandlagen mit guter Anbindung, durchgrünt, ordentlich, sauber und sicher, möglichst statushohe Nachbarschaft und hoher Freizeitwert
Grundstruktur der Wohnung	– moderne Grundrisse – gehobene Qualitätsansprüche mit hoher Entfaltungsmöglichkeit – große Wohnungen
Wohnzonen	– funktionale und räumliche Trennung der Wohnzonen – hohe Ansprüche in allen Bereichen
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ausreichend große und repräsentative Wohnzimmer (Erholung, Kommunikation) sowie Arbeitszimmer (Rückzug, Arbeit) und Kinderzimmer **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großes Vollbad, das individuellen Ansprüchen entspricht, 2. WC, Fußbodenheizung oder altersgerechtes Bad bilden Mehrwert **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: große geschlossene Küche mit hochwertigen Einbauelementen; starke Ablehnung von offenen Küchen und Kochnischen **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: hohe Bedeutung von Abstellmöglichkeiten in der Wohnung (HWR) sowie außerhalb für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz wichtig; Garage bildet Mehrwert), Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon oder Terrasse; eigener Garten bildet Mehrwert; starke Ablehnung von Gemeinschaftsgärten **Gemeinschaft:** kein Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie:** schnelle Internetverbindung, zeitgemäße technische Lösungen bilden Mehrwert **Sonstiges:** individuelle Gestaltungsmöglichkeiten
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz, Solartechnik bildet Mehrwert
Besonderheiten	Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen stärkerer Wunsch nach 2. WC
Preissegment	mittelpreisig bis hochpreisig

	Wohnprofil 51
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 45–64 Jahre, niedrige Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare ab 65 Jahren, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	klassisch, funktional, ruhig, ordentlich
Charakter des Umfeldes	ruhige Innenstadt bis Stadtteillagen mit guter Anbindung und hohem Grünanteil; sauber, gepflegt und sicher; gern Nähe zum Arbeitsplatz; eher kein lebendiges oder szeniges Umfeld
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – einfache bis funktionale Qualität (altersgerecht) – kleine bis mittelgroße Wohnungen
Wohnzonen	– keine unbedingte Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Hauswirtschaft, Erholung
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** hohe Funktionsüberlagerung auf kleinem Raum (Kommunikation, Erholung, Rückzug), kein Bedarf zusätzlicher Räume **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großzügiges, altersgerechtes Duschbad (bodengleich) oder Vollbad, moderne Elemente **Küche** *(Hauswirtschaft)*: geschlossene Küche mit Einbauelementen, Ablehnung von Kochnische und offener Küche **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: keine ausgeprägten Präferenzen, Abstellmöglichkeiten für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz, Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon oder Terrasse **Gemeinschaft:** kein Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen, eher störend **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen **Sonstiges:** barrierearme Wohnung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz; barrierearme Ausstattung; Fahrstuhl
Besonderheiten	Singles und Paare ab 65 Jahren mittlere Wohnkaufkraft, auch große Wohnung und sehen eher Mehrwert in 2. WC, HWR und Garage
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 52
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 45–64 Jahre, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft** – **Singles und Paare ab 65 Jahren, hohe Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	klassisch, funktional, ruhig, ordentlich
Charakter des Umfeldes	ruhige Innenstadt- bis Stadtrandlagen mit guter Anbindung und hohem Grünanteil; sauber, gepflegt und sicher; gern Nähe zum Arbeitsplatz; eher kein lebendiges oder szeniges Umfeld
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – normale Qualitätsansprüche – mittlere bis große Wohnungen
Wohnzonen	– starke funktionale und räumliche Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Hauswirtschaft, Erholung
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ruhige und ausreichend große Wohnflächen sowie separates Arbeitszimmer (Erholung, Rückzug, Arbeiten) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: altersgerechtes Vollbad, moderne Elemente, Wannen- oder Duschbad nicht ausreichend, 2. WC **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: großzügige in sich geschlossene Küche mit Einbauelementen, Ablehnung von Kochnischen und offenen Küchen **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: keine ausgeprägten Präferenzen, grundlegende Abstellmöglichkeiten (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz, Garagenplatz bildet Mehrwert, Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon, Terrasse oder Garten **Gemeinschaft:** gemeinschaftliche Nutzflächen werden als störend angesehen **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen **Sonstiges:** barrierearme Wohnung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz wichtig, barrierearme Ausstattung; Fahrstuhl
Besonderheiten	–
Preissegment	Singles und Paare ab 65 Jahren höherpreisig; Singles und Paare 45–64 Jahre mittelpreisig

	Wohnprofil 53
Nachfragergruppen	– **Familien, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft** – **Haushalte mit mehr als zwei Erwachsenen, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	klassisch, geräumig, funktional, ruhig, ordentlich
Charakter des Umfeldes	ruhige Stadtteil- bis Stadtrandlagen oder dörfliche Lagen mit guter Anbindung und hohem Grünanteil; familienfreundlich, sauber, gepflegt und sicher; gern Nähe zum Arbeitsplatz
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – klassische bis normale Ansprüche an Qualität – mittelgroße- bis große Wohnungen
Wohnzonen	– funktionale und räumliche Trennung der Wohnzonen – hohe Bedeutung von Erholung, Rückzug und Hauswirtschaft
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** großes Wohnzimmer sowie separate Kinderzimmer **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: großzügiges modernes Vollbad; 2. WC **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: großzügige in sich geschlossene Küche; EBK; Ablehnung von Kochnische und offener Küche **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: keine wirkliche Präferenz, Abstellmöglichkeiten für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz; Garagenplatz bildet Mehrwert; Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon, Terrasse oder eigener Garten; Garten zur Gemeinschaftsnutzung denkbar **Gemeinschaft** *(Kommunikation)*: wenig Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen **Sonstiges:**
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz; erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	– Familien mit mittlerer Wohnkaufkraft präferieren eigenen Garten sowie gehobene Ausstattungsstandards – Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen sehen Mehrwert in Arbeitszimmer
Preissegment	preiswert

	Wohnprofil 61
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 30–44 Jahre, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	funktional, einfach, günstig, ruhig, gemütlich
Charakter des Umfeldes	Normale Innenstadt- oder Stadtrandlagen mit guter Anbindung und Versorgungsmöglichkeiten sowie hohem Grünanteil
Grundstruktur der Wohnung	– klassischer Grundriss – einfache Qualität – kleine bis mittelgroße Wohnungen
Wohnzonen	– durch Wohnungsgröße starke räumliche Überschneidung der Wohnzonen – wenig ausgeprägte Wohnzonenpräferenz
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** eher kleine Räume, bevorzugt funktional quadratisch **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: kein Vollbad notwendig, eher geräumiges Wannenbad, zeitgemäße Ausstattung ist Standard **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: in sich geschlossene Küche (offene Küche auch möglich), keine Kochnische **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: Abstellmöglichkeiten (gern auch im Keller), Parkplatz vor Haus bildet Mehrwert, Waschmaschine im Bad **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: eigener Balkon; Terrasse oder eigener Garten bilden Mehrwert **Gemeinschaft:** geringes Interesse an Nutzflächen, die gemeinsam genutzt werden **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen bilden Mehrwert **Sonstiges:** spezifische Gestaltungen bilden Mehrwert
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	– mit sinkendem Einkommen weniger Interesse an Mehrwertmerkmalen (Garten, Terrasse, Wohnungsgröße) – mit niedriger Wohnkaufkraft auch sehr kleine Wohnungen
Preissegment	preiswert

	Wohnprofil 62
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare 45–64 Jahre, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	funktional, einfach, günstig, ruhig, gemütlich
Charakter des Umfeldes	normale Innenstadtlagen mit guter Anbindung und Versorgungsmöglichkeiten sowie hohem Grünanteil, gern auch vielfältig
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – normale Ansprüche an Qualität (altersgerechte Gestaltung im Vordergrund) – kleine bis mittelgroße Wohnungen
Wohnzonen	– bevorzugt räumliche Trennung der Wohnzonen – wenig ausgeprägte Wohnzonenpräferenz
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ruhige und ausreichend große Wohnzimmer (speziell Erholung), kein Bedarf an Trennung von Arbeiten und Wohnen **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: altersgerechtes, großzügiges Vollbad; modern und individuell gestaltetes Bad **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: in sich geschlossene Küche mit Einbauelementen (offene Küche wäre auch denkbar), Abneigung gegen Kochnische **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: hohe Bedeutung von Abstellmöglichkeiten in Wohnung (HWR) sowie außerhalb für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz; Garage bildet Mehrwert; Waschmaschine im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon oder Terrasse **Gemeinschaft:** geringes Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen **Sonstiges:**
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz (Standard); erneuerbare Energien bilden Mehrwert
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 63
Nachfragergruppen	– **Singles und Paare ab 65 Jahren, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	funktional, einfach, günstig, ruhig, gemütlich
Charakter des Umfeldes	normale Stadtteil- bis Stadtrandlagen oder dörfliche Lagen mit guter Anbindung und Versorgungsmöglichkeiten sowie hohem Grünanteil
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – altersgerechte einfache bis klassische Ansprüche an Qualität – mittelgroße Wohnungen
Wohnzonen	– bevorzugt räumliche Trennung der Wohnzonen – wenig ausgeprägte Wohnzonenpräferenz
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** ruhige und ausreichend große Wohnzimmer (Erholung) **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: altersgerechtes, modernes und individuelles Duschbad; kein reines Wannenbad **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: großzügige in sich geschlossene Küche mit Einbauelementen, Ablehnung von Kochnische und offener Küche **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: keine ausgeprägten Präferenzen, Abstellmöglichkeiten für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller); Pkw-Stellplatz; Garage; Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon oder Terrasse; kein eigener Garten oder Gemeinschaftsgarten **Gemeinschaft:** kein Interesse an gemeinschaftlichen Nutzflächen **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen; schnelle Internetverbindung von nachrangiger Bedeutung **Sonstiges:**
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz (Standard), Einsatz erneuerbarer Technik nicht wichtig
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

	Wohnprofil 64
Nachfragergruppen	– **Familien, niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft**
Wohnvorstellungen	funktional, einfach, günstig, ruhig, gemütlich, geräumig
Charakter des Umfeldes	normale, familienfreundliche Innenstadt- bis Stadtrandlagen mit guter Anbindung (insbes. ÖPNV) und Versorgungsmöglichkeiten sowie hohem Grünanteil, gern auch vielfältig
Grundstruktur der Wohnung	– klassische Grundrisse – funktionale bis normale Qualitäten – mittelgroße Wohnungen
Wohnzonen	– wenig ausgeprägte Wohnzonenpräferenz, am ehesten Hauswirtschaft
Ausstattung der Wohnung	**Wohnräume:** normales Wohnzimmer (Kommunikation, Erholung, Arbeit); funktionale Kinderzimmer **Bad/Sanitär** *(Wellness)*: altersgerechtes Vollbad, modern und individuell gestaltet; Mehrwert bilden großzügiges Bad mit Fußbodenheizung sowie 2. WC **Küche** *(Hauswirtschaft, Kommunikation)*: in sich geschlossene Küche mit Einbauelementen (Großzügigkeit wird präferiert), offene Küche wäre ebenfalls denkbar; Ablehnung von Kochnische **Logistik** *(Hauswirtschaft)*: keine ausgeprägten Präferenzen, Abstellmöglichkeiten außerhalb für Fortbewegungsmittel (gern auch im Keller), Pkw-Stellplatz; Garage bildet Mehrwert, Waschmaschine auch im Bad möglich **Freiraum** *(Rückzug, Erholung)*: Balkon; Terrasse oder eigener Garten bilden Mehrwert; kein Garten zur Gemeinschaftsnutzung **Gemeinschaft:** keine Räume zur Gemeinschaftsnutzung **Technik/Ökologie:** zeitgemäße technische Lösungen; Internetverbindung von nachrangiger Bedeutung **Sonstiges:** barrierearme Wohnung
Ausstattung Gebäude	zeitgemäße Heizungs- und Lüftungsanlagen mit hoher Energieeffizienz (Standard), Einsatz erneuerbarer Technik nicht wichtig
Besonderheiten	–
Preissegment	preiswert bis mittelpreisig

GdW
Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen

Mecklenburgische Straße 57
14197 Berlin
Telefon: +49 30 82403-0
Telefax: +49 30 82403-199

Brüsseler Büro des GdW
3, rue du Luxembourg
1000 Bruxelles
BELGIEN
Telefon: +32 2 5 50 16 11
Telefax: +32 2 5 03 56 07

mail@gdw.de
www.gdw.de

Bestell-Nr. 06663-0003
ISBN 978-3-648-05057-6

9 783648 050576