



**Matthias Wirtz - InWIS Forschung & Beratung**

**Wohntrends 2020**

**Das Wohnen wird bunt und anspruchsvoll**

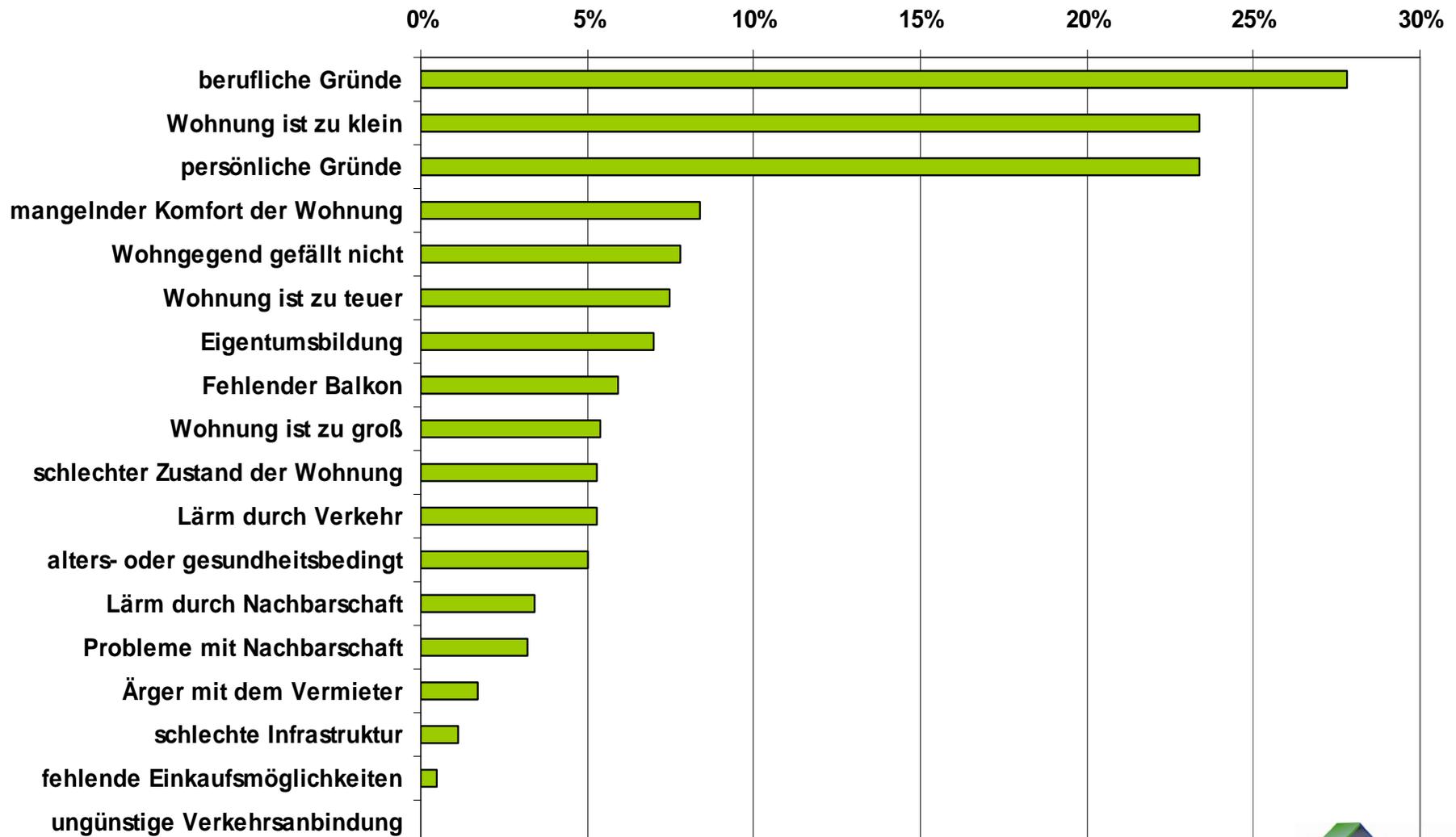


**Symposium des Fachbereichs  
Architektur und Städtebau  
der Universität Siegen  
Siegen, 23.10.2009**



# Umzugsgründe

die Hälfte ist nicht beeinflussbar  
ansonsten dominiert der Wunsch nach Verbesserung



# Wohntrends - Acht Themenfelder

## 3. GdW Branchenbericht: Wohntrends 2020

1. **Die Haushalte der Zukunft:** Wie kann der anhaltenden Veränderung der Haushaltsstruktur begegnet werden?
2. **Alles Öko!** - Haben steigende Energiekosten, globale Erwärmung und mediale Aufbereitung Auswirkungen auf die Wohnanforderungen?
3. **Digital, automatisch und per Funk:** Machen neue Technologien das Wohnen attraktiver - und wird dieses überhaupt gewünscht?
4. **Neue Werte - neues Wohnen?** Welche Auswirkungen haben Individualisierung, Pluralisierung und Netzwerkstrukturen auf das Wohnen?
5. **Was das Wohnen kosten darf:** Wird das Spannungsfeld zwischen Wohnwünschen und Zahlungsfähigkeit größer?
6. **Gesundheit wird raumgreifend:** Wie wird sich die zunehmende Bedeutung von Wellness und Pflege auf das Wohnen und die Wohnung auswirken?
7. **Die Wiederentdeckung des Quartiers:** Welche Anforderungen, aber auch Chancen kommen auf die Wohnungswirtschaft zu, um Wohnstandorte attraktiver zu machen?
8. **Mehr Service - aber mit Augenmaß:** Welche Dienstleistungen werden tatsächlich nachgefragt?

# Wohnen wird bunter Wohnungsnachfrage wird bestimmt durch ...

**Alter  
Haushaltstyp**



**Lebensphasenmodell  
(Singles, Paare, Familien)**

**Weitere Aus-  
differenzierung**

**+**

**Wohnkauf-  
kraft**



**Haushaltseinkommen, das  
für das Wohnen zur  
Verfügung steht  
(Äquivalenzeinkommen)**

**Zunahme der  
Polarisierung**

**+**

**Wohnkonzepte**



**Lebensstil,  
Wertorientierungen,  
Wohnwünsche**

**Zunahme der  
Pluralisierung**



# Wohnen ist bunt – Beispiel Senioren



- **Gute/zentrale Lage**
- **Ausstattung gehoben, altengerecht**
- **Service-Wohnen**
- **kritisch**



- **Nachkriegs-Mehrfamilienhaus**
- **Normaler Standard**
- **Geringer Veränderungswunsch**
- **Keine Dienstleistungen**
- **Sehr zufrieden**



- **Preiswert**
- **Einfach**
- **Altersarmut**
- **Hohe Unzufriedenheit**

## Verschiedene Haushaltstypen – gleiches Wohnkonzept



- **1-2-Personen-Haushalt 30-45 Jahre**
- **Familie**
- **Alleinerziehende**

- **Gemeinsame Werte und Wohnwünsche**
- **Wohnung als Kommunikationsort**
- **Familiäre Werte**
- **Offene Küche/Wohnküche**
- **Großzügigeres Bad, gehobene Ausstattung**
- **Hauswirtschaftsraum, Abstellmöglichkeiten**

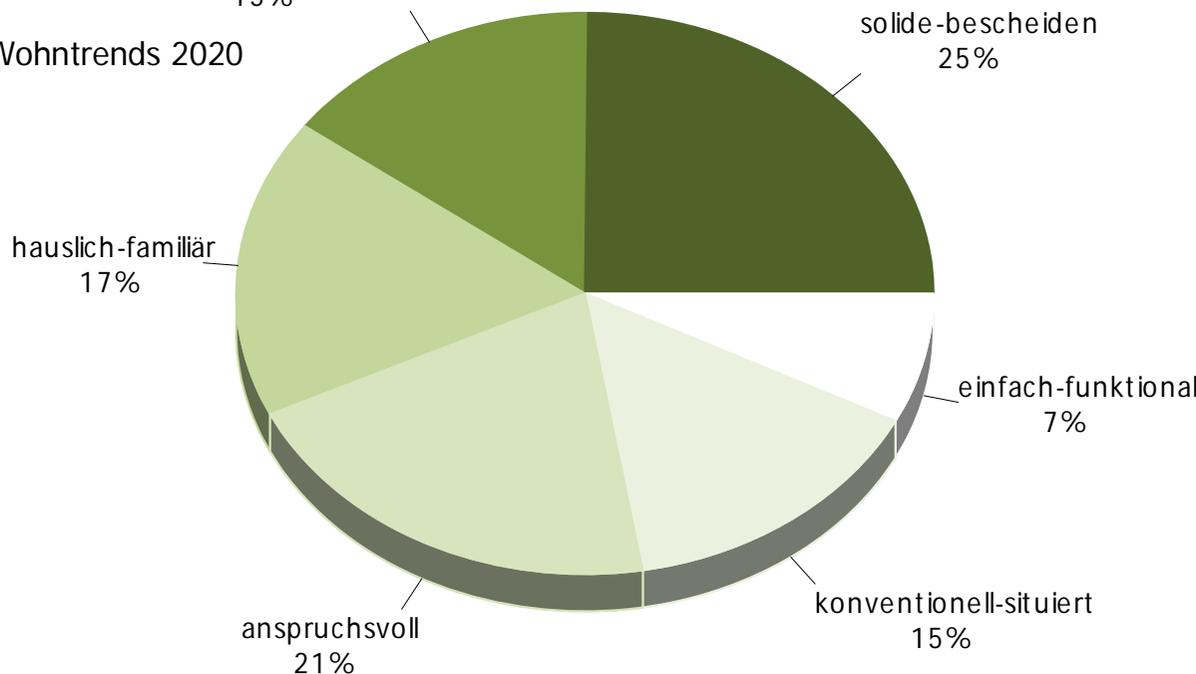


# Bundestrend: Wir werden bunter



kommunikativ-dynamisch  
15%

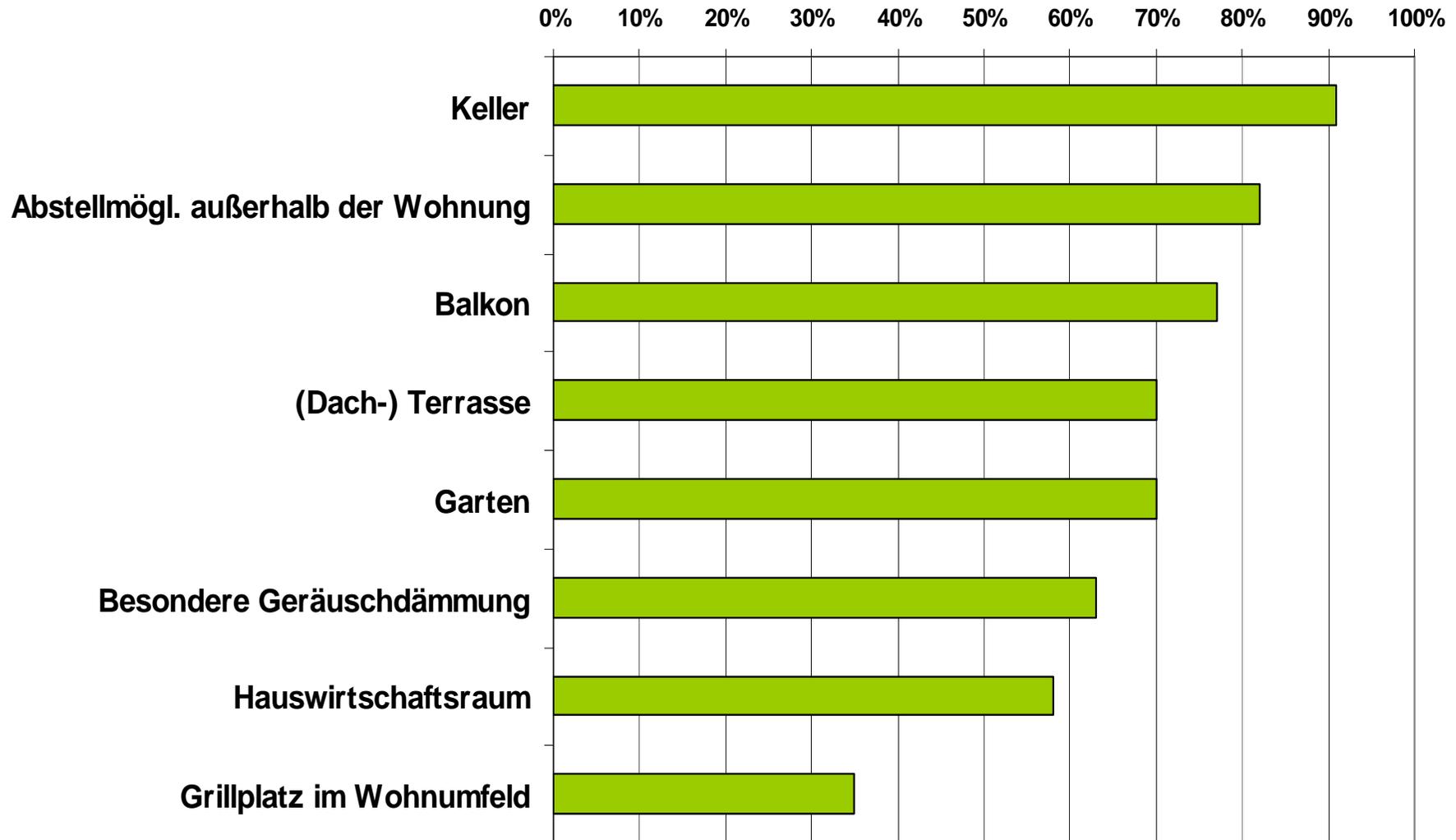
Studie Wohntrends 2020



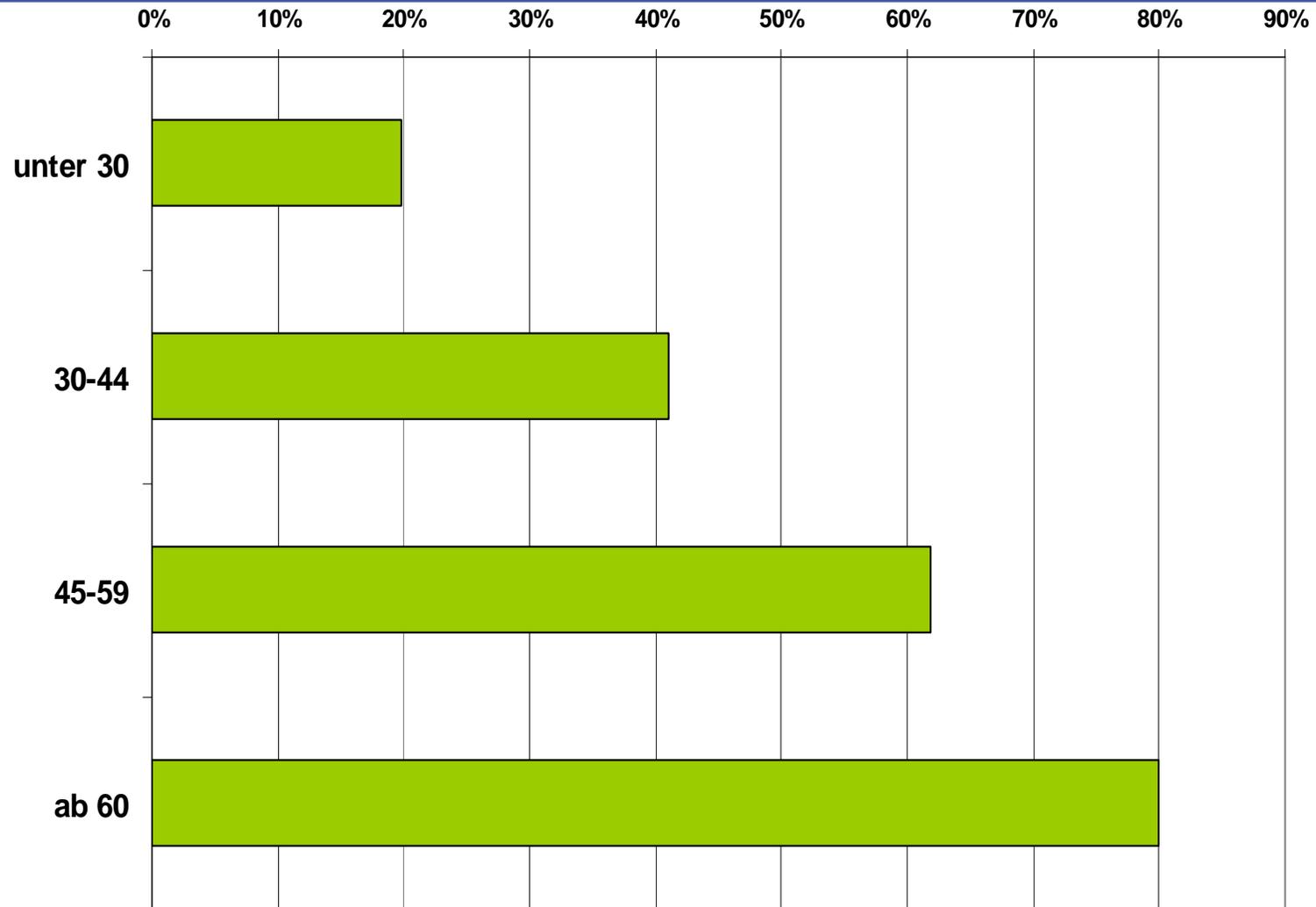
**Literaturtipp:**  
**Wohntrends 2020**  
**(3. GdW Branchenbericht)**  
**bestellbar über:**  
**[www.hammonia-verlag.de](http://www.hammonia-verlag.de)**



# Anforderungen an die Wohnungsausstattung: Das Pflichtprogramm

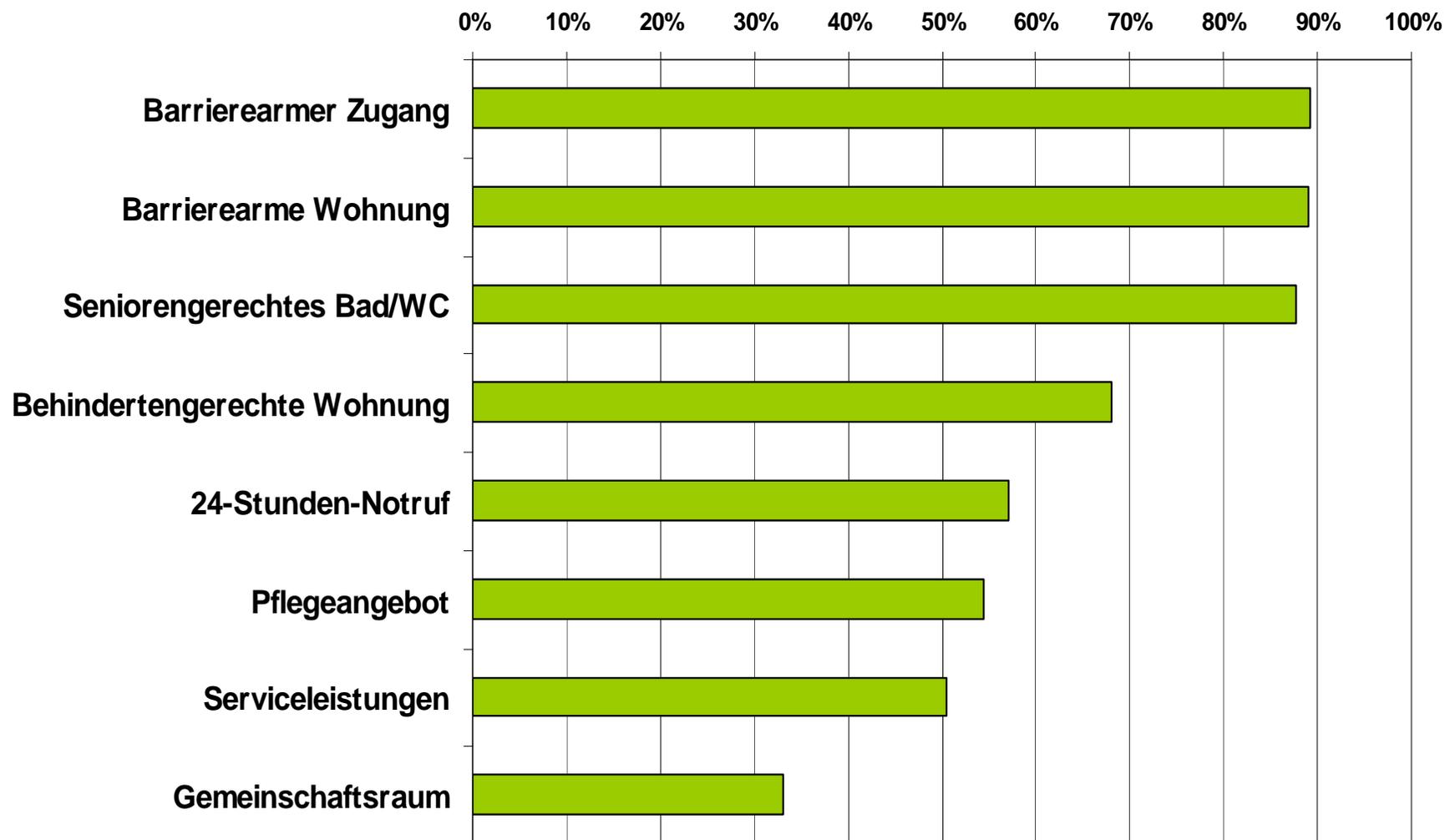


# Seniorengerechte Ausstattung wird Standard



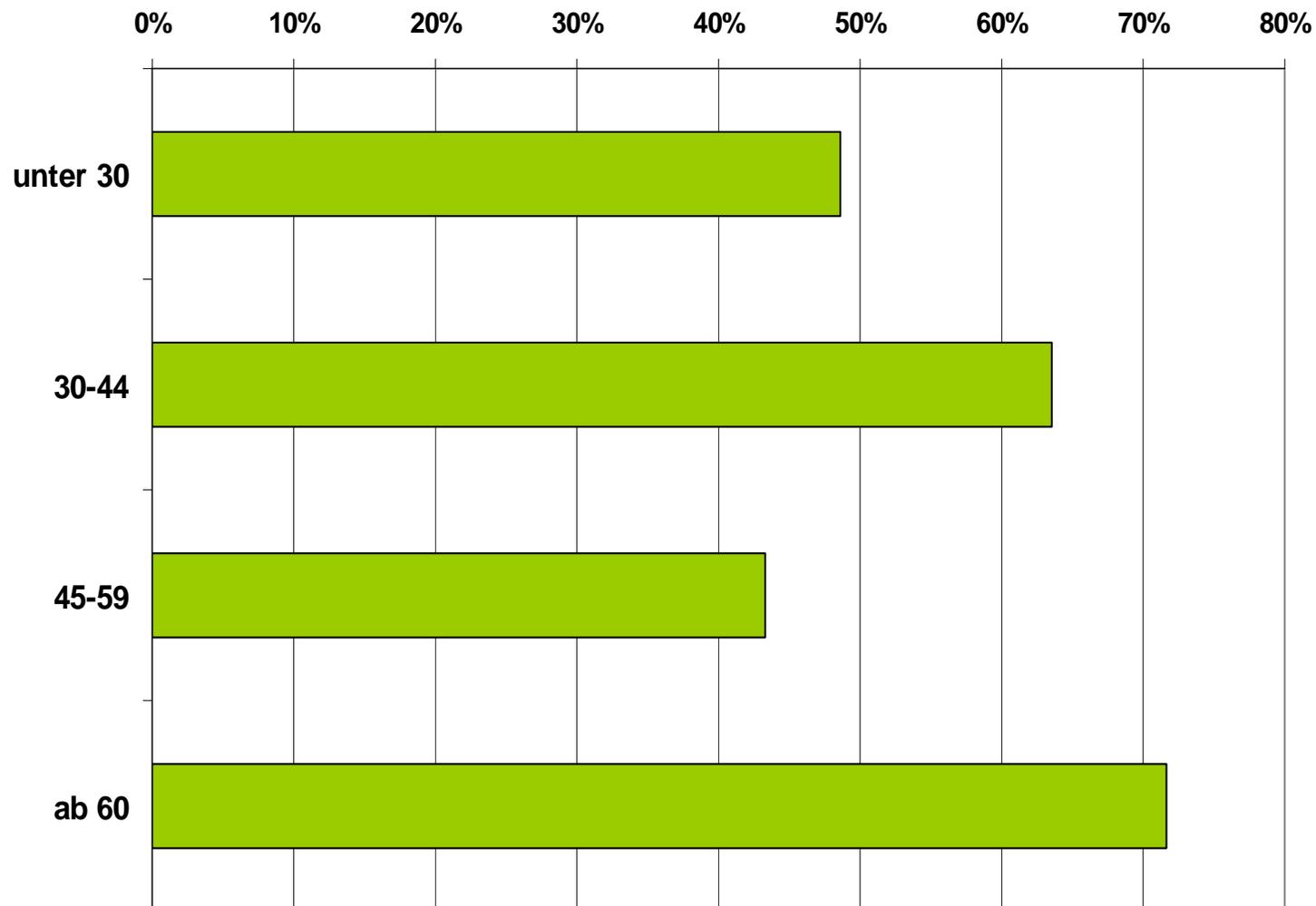
# Barrierefreiheit als Mindeststandard

(nur Befragte, die seniorengeeignete Ausstattung wünschen)



# Jüngere und Ältere wünschen sich einen Aufzug

(nur Mieter, die eine Veränderung ihrer Wohnsituation wünschen)



## Zentrale Tendaussagen: Die Renaissance der Innenstädte

Unterschiedliche Zielgruppen entdecken den Lebensraum „Stadt“ wieder neu; Vorzüge werden nicht mehr nur von Single- und Paarhaushalten erkannt, sondern auch von Familienhaushalten geschätzt.

- Stand die Stadtwohnung noch bis vor kurzem als Synonym für die bevorzugte Wohnform vorwiegend jüngerer und häufig besser verdienender Single- und Paarhaushalte, folgen diesen nun auch immer mehr Familien.
- Die Rückkehr aus „Suburbia“ in die (Innen-)Stadt ist ein Trend, der von immer mehr Ziel- und Milieugruppen erkannt und wahrgenommen wird.
- Während vor Jahren noch Studenten, Alternative und Migranten den kulturellen und infrastrukturellen Nährboden für den Zuzug von „Yuppies“ (Young Urban Professionals), „DINKs“ (Double Income No Kids) und Intellektuellen bereiteten, haben letztere mittlerweile an der Schaffung eines urbanen Ambientes mitgewirkt, dass die City sowie die citynahen Stadtteile als Wohnstandort für alle wieder attraktiv gemacht hat.
- Auch die Schaffung von Freiräumen als Kompensation für den Wegfall industrieller Belastungsfaktoren hat zu einem Anstieg der Lebensqualität im dichten städtischen Umfeld und zur **Reurbanisierung** geführt.
- Neben den Rückkehrern ist die Stadt jedoch auch weiterhin ein Lebensraum der Marginalisierten. Mit zunehmender Gentrification kommt es daher zu Verdrängungsprozessen der sozial Schwachen in Bereiche, die ohnehin schon abgekoppelt sind von der neuen Elite.
- Der Trend zum Wohnen in der Stadt ist daher von einer starken sozialräumlichen Differenzierung und Polarisierung geprägt.

# Wohnen wird urban Frankfurt – Toronto Zwei Metropolen



Frankfurter Skyline, © Foto: Tanja Schäfer, Stadt Frankfurt am Main

Frankfurt:  
676.000 Einwohner; Metropolregion: 5,5 Mio.  
Einwohner  
Wachsend  
Wirtschaftszentrum und Finanzplatz  
43,7 % Migranten

Toronto:  
2,5 Mio. Einwohner; GTA: 5,5 Mio Einwohner  
Wachsend  
Wirtschaftszentrum und Finanzplatz  
43,7 % Migranten



Skyline Toronto, © City of Toronto



# Metropoles Wohnen



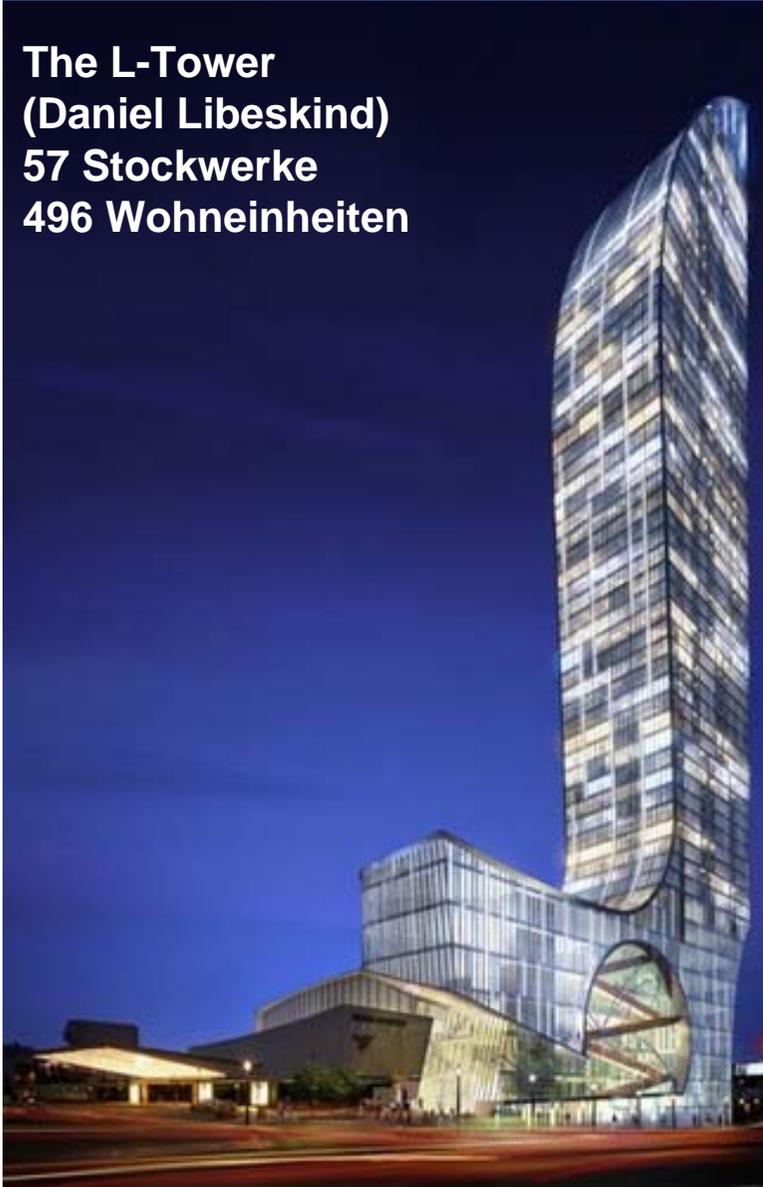
# Metropoles Wohnen

Circa 135 Eigentumswohnungsprojekte aktuell in der Vermarktung



# Metropoles Wohnen ist auch hohes Wohnen

**The L-Tower  
(Daniel Libeskind)  
57 Stockwerke  
496 Wohneinheiten**



**Clear Spirit – Gemeinschaftsfläche auf dem Dach und Lobby**

# Urbane/Metropole Zielgruppe

## Am Image arbeiten!



kommunikativ-  
dynamisch



15 %

- Trendiges Ambiente
- Arbeitsmöglichkeiten, Medien, Smart-Home-Technologien
- Heimkino
- Wellness

- Gemeinschaft und Netzwerke
- Urbanes Umfeld
- Wohnen als Lebensgefühl
- Wohlfühl-Bad
- Flexibel, mobil
- Ansprüche gehen über Kaufkraft hinaus

- Junge Singles, Paare
- Mittelalte Haushalte
- Niedrige bis mittlere Wohnkaufkraft mit Steigerungsperspektive
- „Neue Urbaniten“
- „Creative Class“
- ➔ Tendenz: zunehmend

# Nischen sind interessant! Zielgruppe Urbane Familien



Credit: INF



Credit: Flynet



Credit: Splash News



# Andere Branchen haben es längst kapiert: Häuslich-familiäre Familien vs. Kommunikativ-dynamische Familien



Kommunikativ-dynamisches Wohnkonzept



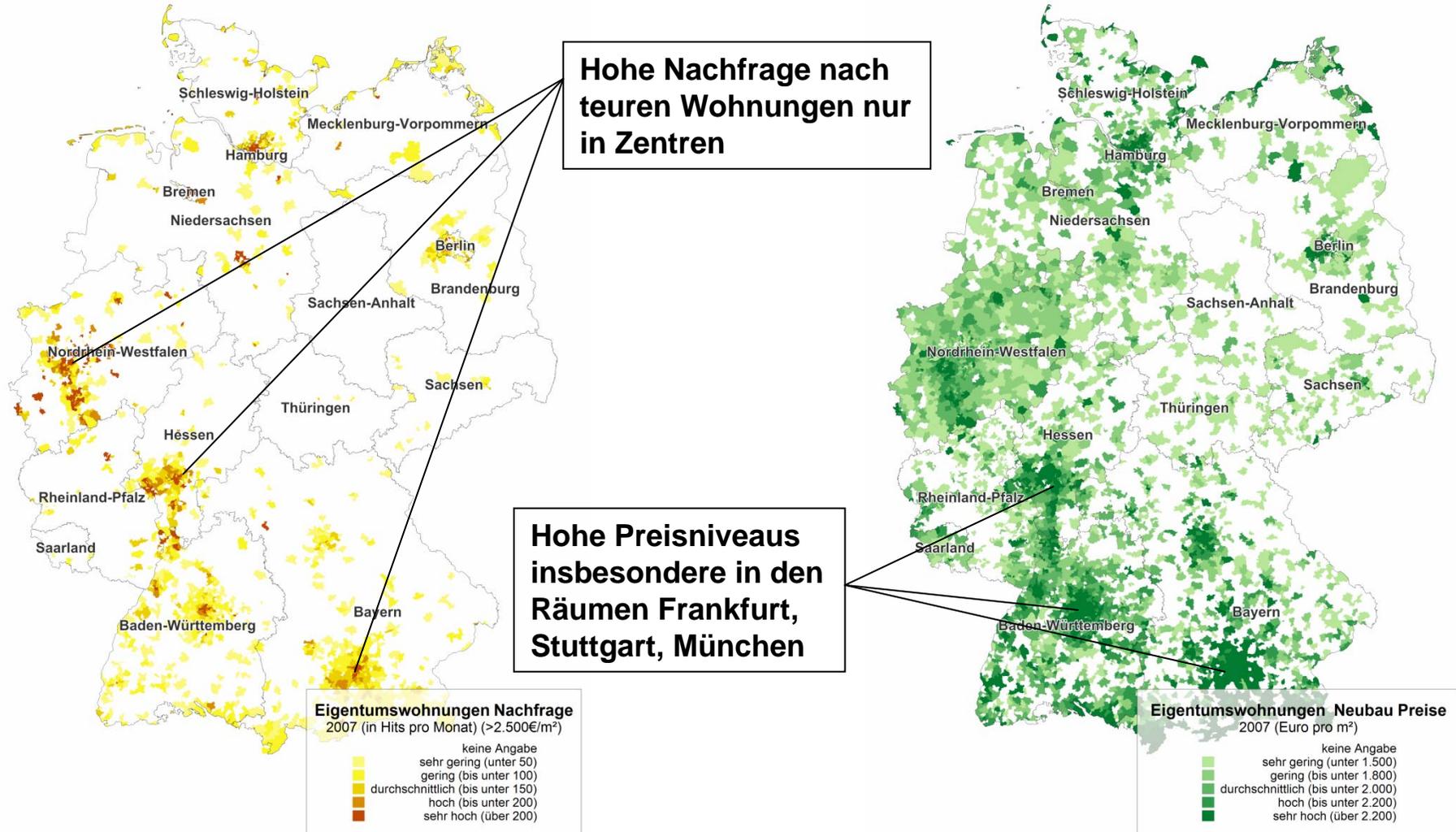
Häuslich-familiäres Wohnkonzept

<http://www.ohdeedoh.co>  
Hersteller: Bloom, Mozzee, Roomp, phil&teds, DoubleDutch, Playsam

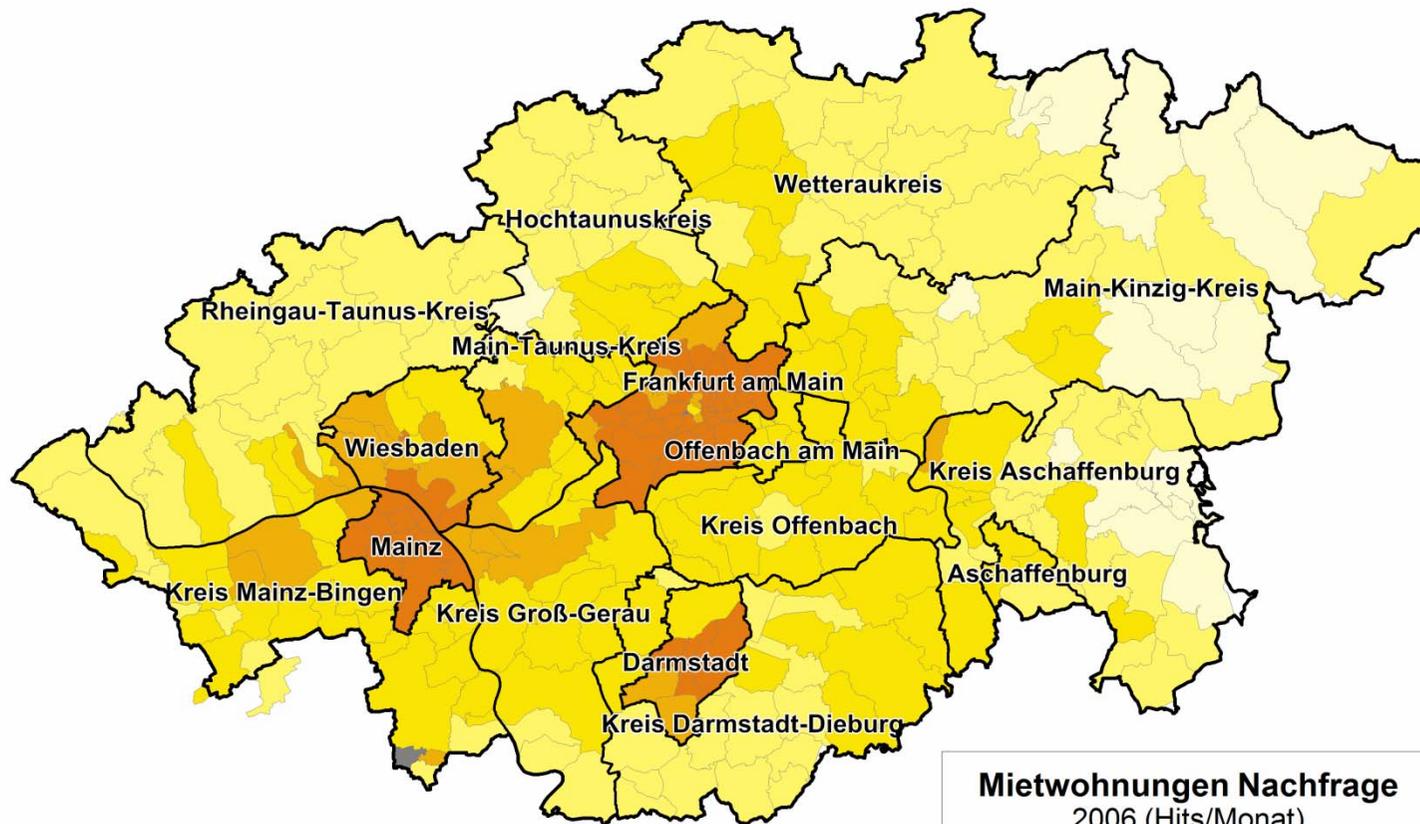
Hersteller: BIG, Pinolino, Hartan, Sterntaler, Hauck

# Sehr deutliche Konzentration neuer ETW in urbanen Lagen

Teure ETW werden ausschließlich in absoluten Top-Lagen nachgefragt



# In den Kernstädten ist eine sehr hohe Nachfrage nach Mietwohnungen vorhanden, insbesondere in Frankfurt



Quelle: Angebotsdatenbank ImmobilienScout24 -  
Auswertung durch InWIS F&B GmbH auf Ebene  
der PLZ-Gebiete, eigene Darstellung

## Zentrale Tendaussagen: Das Quartier im Fokus

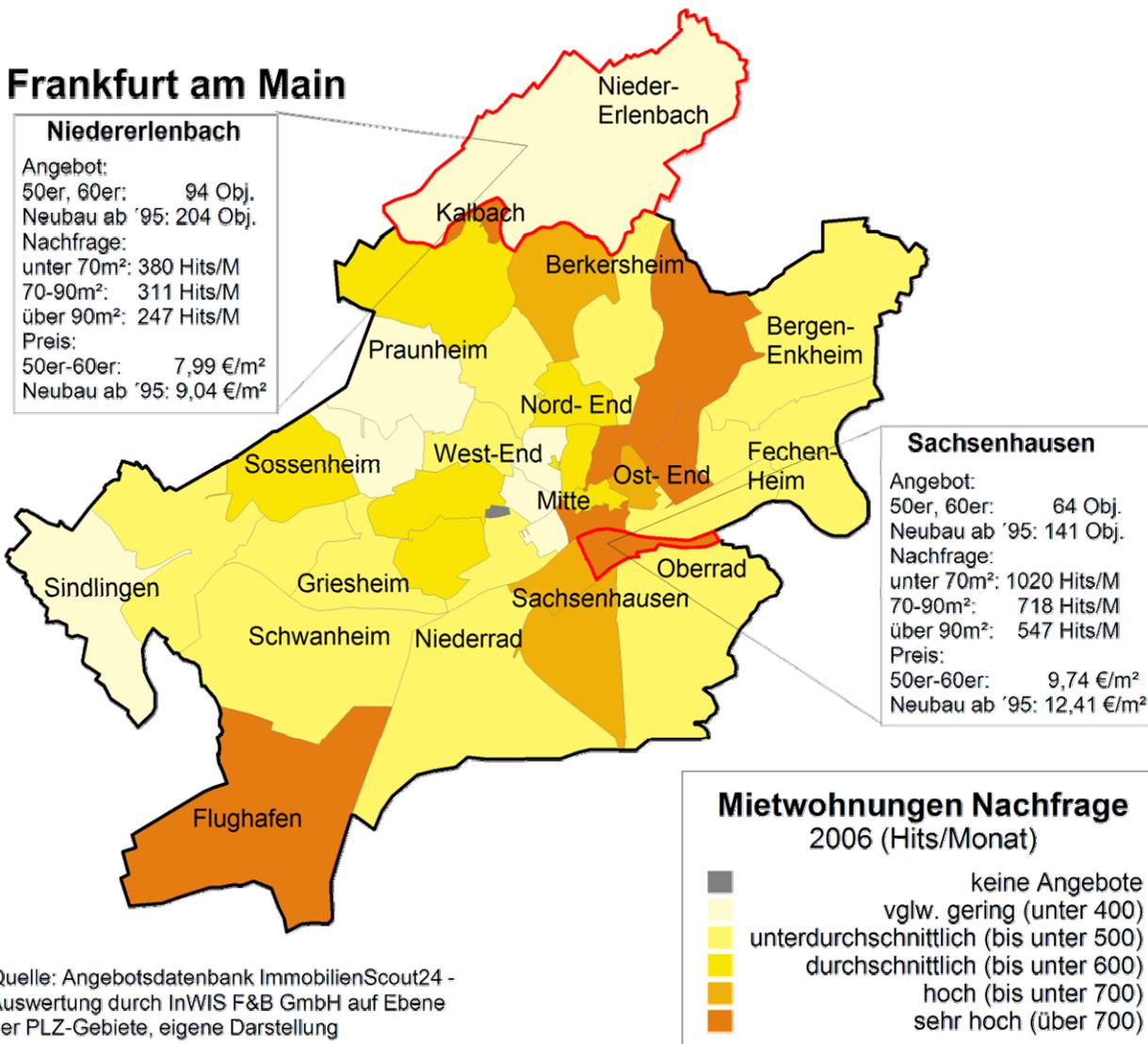
Die klassische Funktionstrennung gilt als überholt. Neue Urbanität sorgt für eine hohe Attraktivität von Quartieren. Das Quartier erhält wesentliche Bedeutung als zentrale Handlungsebene für Aufwertungs- und Stabilisierungsmaßnahmen.

- Bis vor wenigen Jahrzehnten galt die stadträumliche Trennung der Daseinsgrundfunktionen (Wohnen, Arbeiten, Erholung, sich versorgen, sich bilden) aufgrund der stetig steigenden Mobilität als siedlungsstrukturelles Idealbild.
- Die damit einhergehende Zersiedlung der Landschaft und die zunehmende Belastung durch Verkehr hat zu einem Umdenken geführt. Seitdem liegt nicht mehr nur die Rückkehr vom Stadtrand in die Kernstadt, sondern auch die Zusammenführung einzelner Daseinsgrundfunktionen im Trend.
- Das Thema „**Wohnen + Arbeiten**“ steht somit im Zeichen des so genannten „**New Urbanism**“, der neben dem städtebaulichen Leitbild der Funktionsmischung auf ein hohes gestalterisches Niveau abstellt.

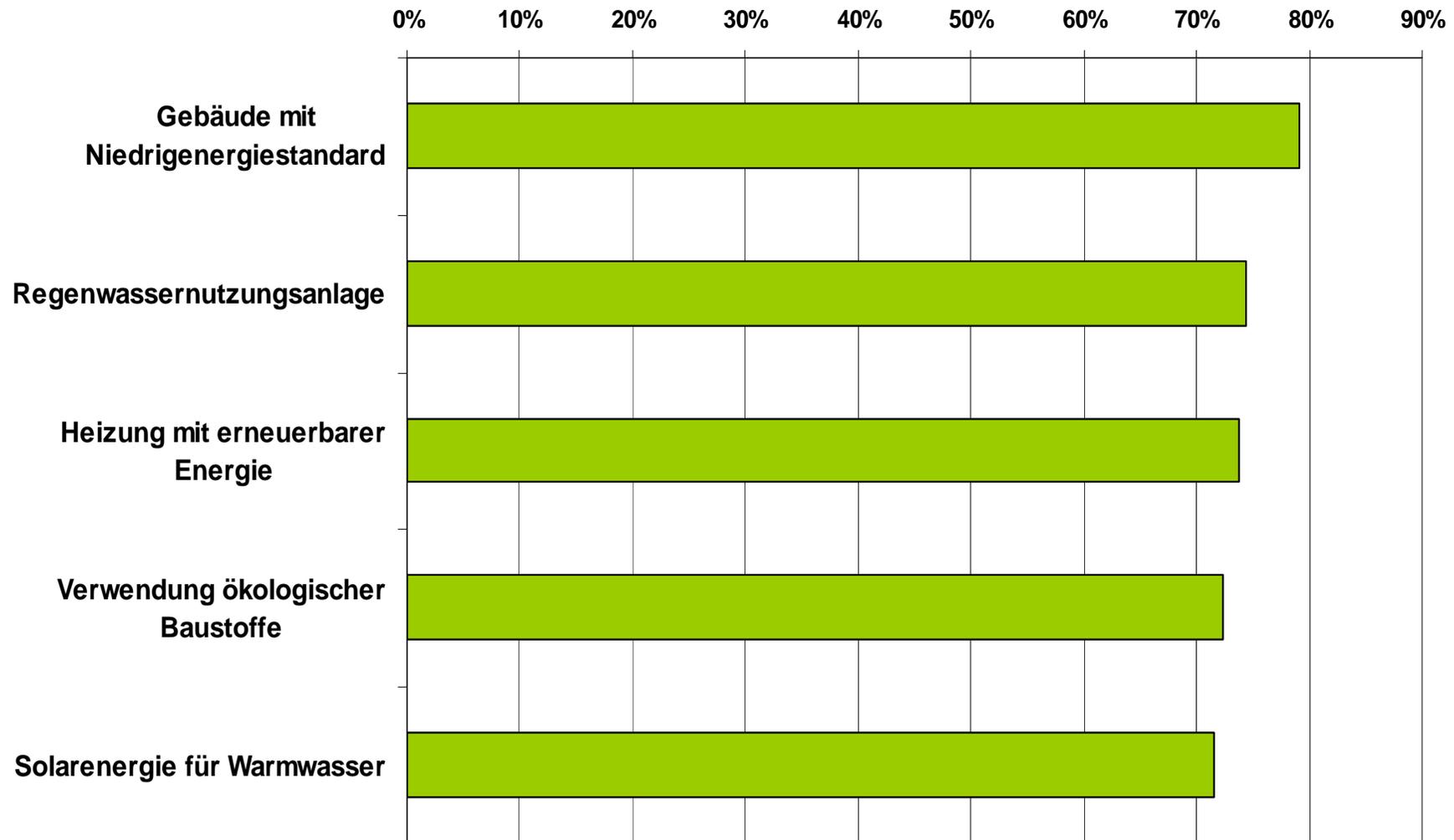


# Ein Blick auf das Frankfurter Stadtgebiet lässt deutliche Nachfrageschwerpunkte in einzelnen Stadtteilen erkennen

## Frankfurt am Main

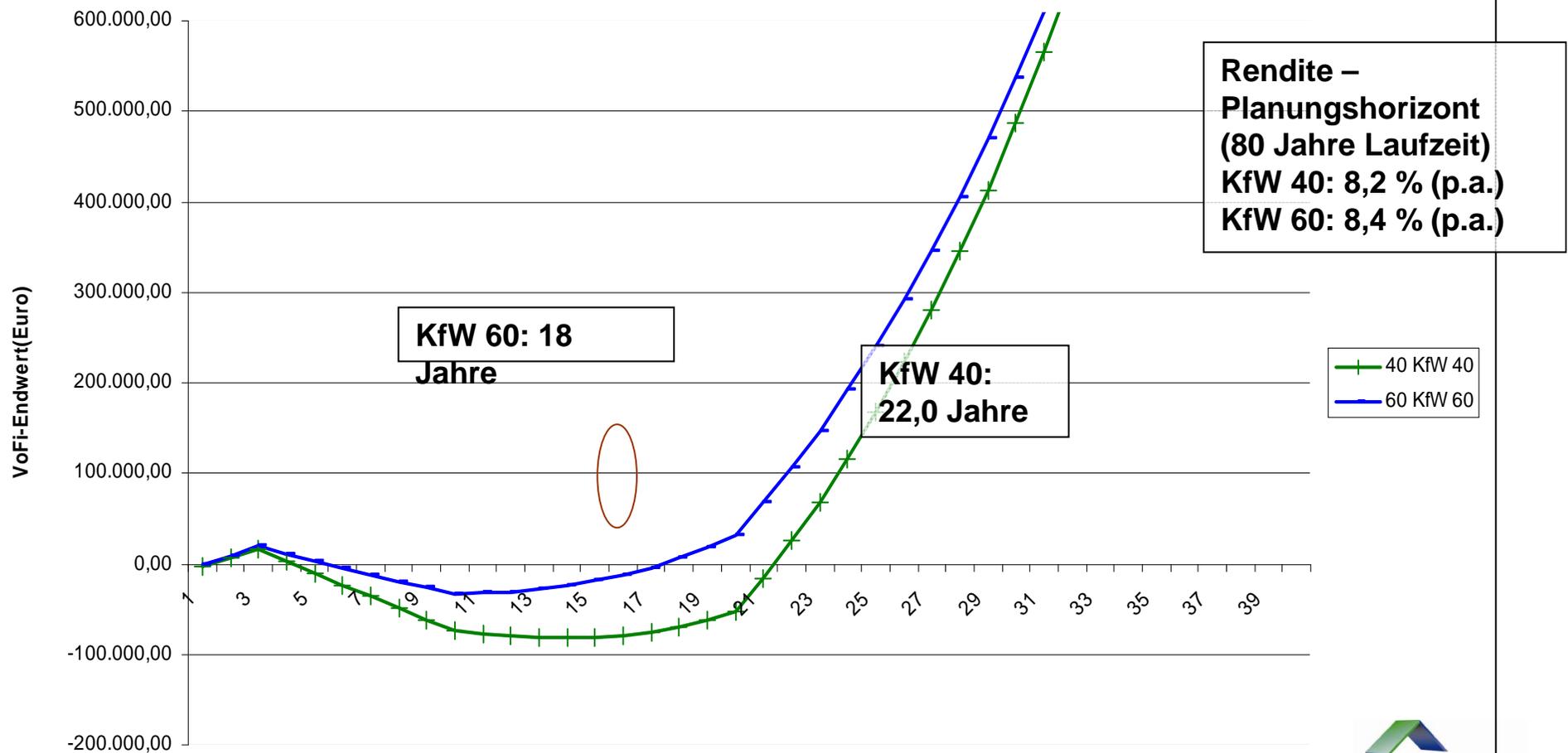


# Hohe Ansprüche an ökologische Standards beim Wohnen



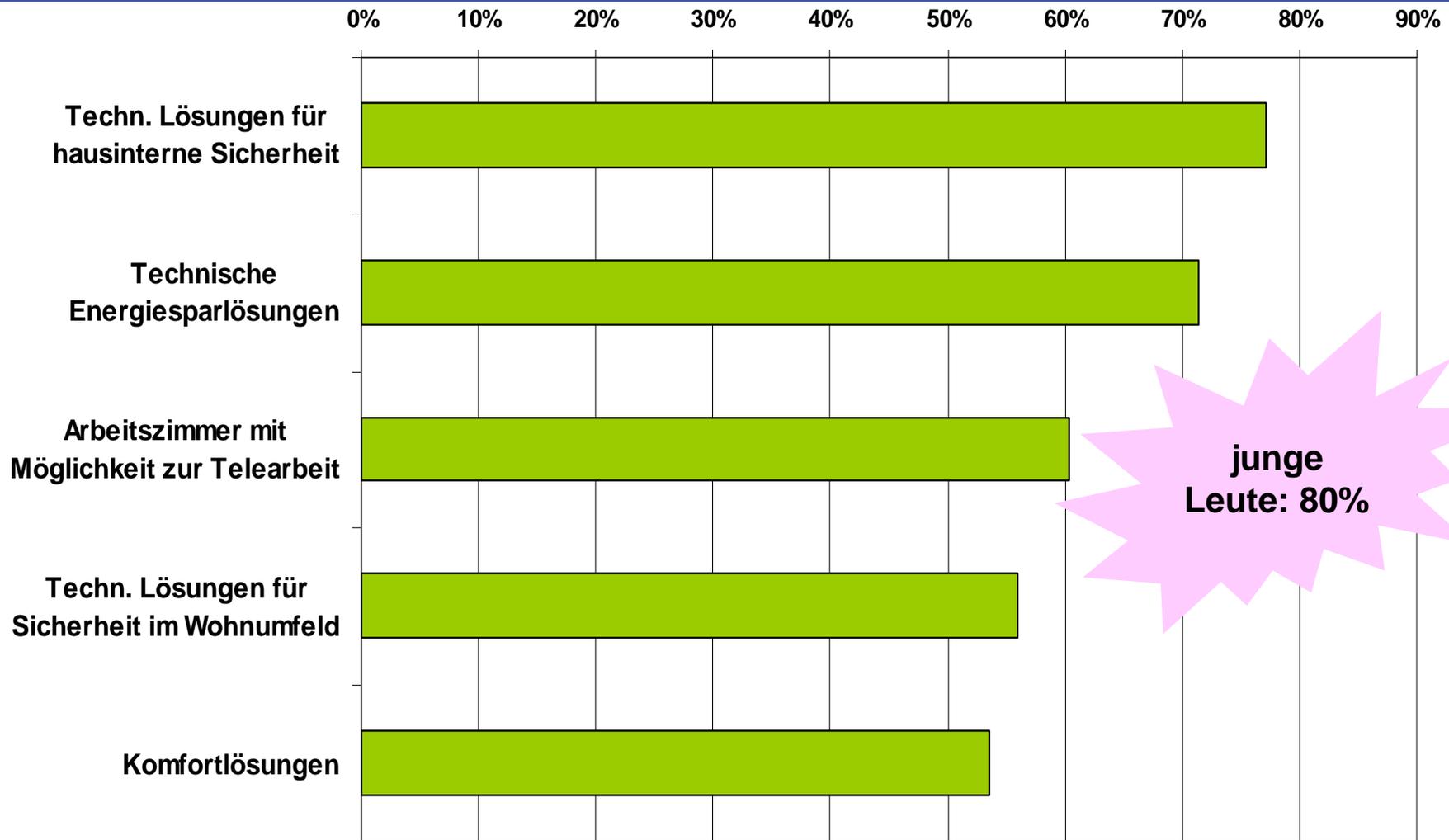
# Prekäre Wirtschaftlichkeit energetischer Sanierung von Bestandswohnungen (optimistische Annahmen, inkl. KfW-Förderung)

**Wirtschaftlichkeit der synthetischen Gebäude**  
(Standard KfW 40 / KfW 60 - Energiepreissteigerung 6 %)



# Das Wohnen wird intelligent

## großes Interesse an technischen Lösungen



# Smart-Home-Technologien erreichen die Marktreife



**Zugang per  
Fingerabdruck**



**Abwesenheitsszenario**



**Zentralsteuerung**



**Sicherheitssystem**



**Intelligente  
Heizungssteuerung mit  
Heizszenarien**



**Steuerung über Bildschirm  
/ Multimedia**



**Nachtbeleuchtung per  
Bewegungsmelder**

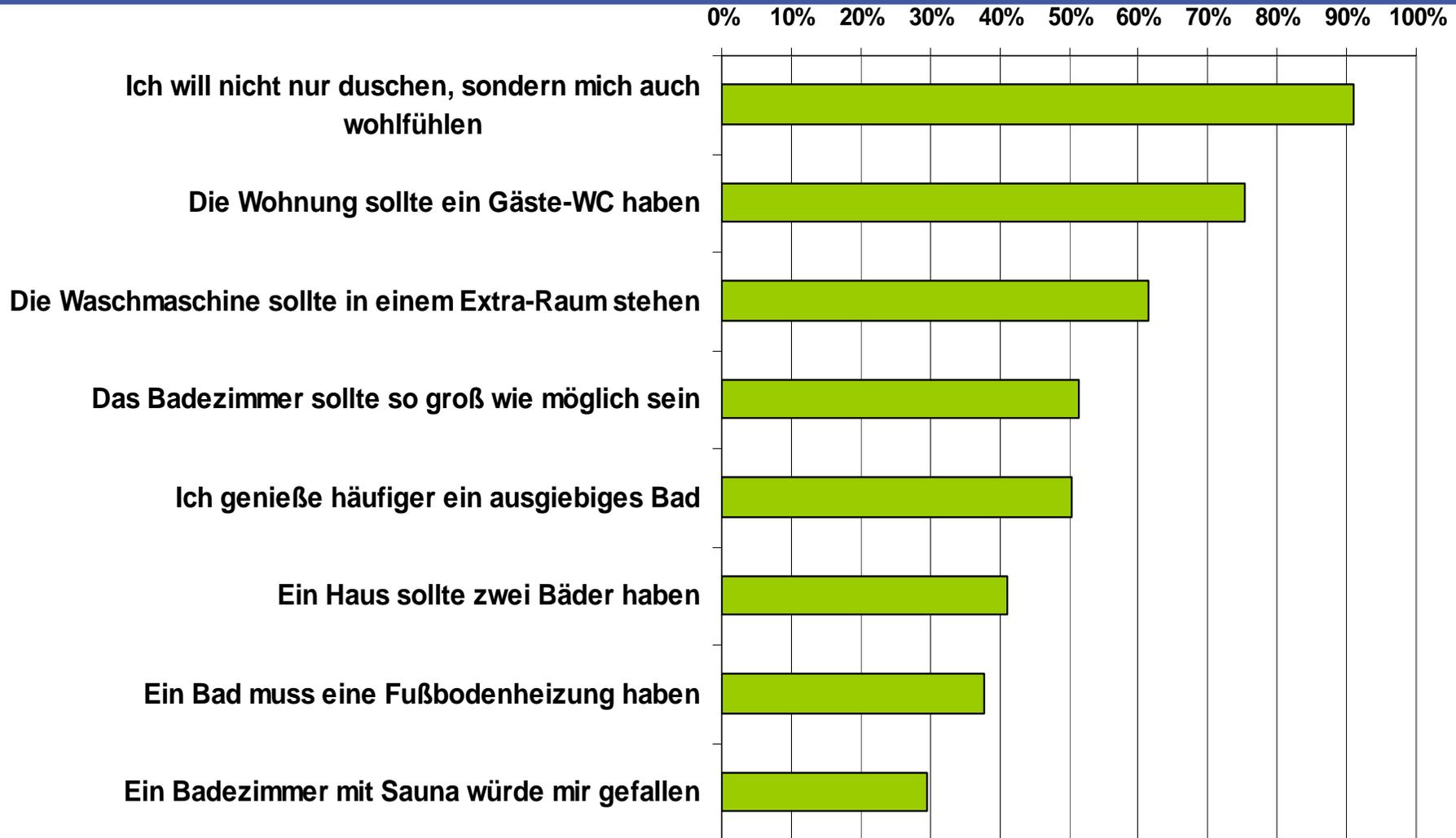


# Die Zukunft des Wohnens ist anspruchsvoll! Auf schrumpfenden Märkten sind solche Bäder bereits ein Vermarktungshemmnis



# Wohnen wird gesund

## Von der Nasszelle zum Wohlfühlbad



# Demographische Gründe für den Trend zu Wellness und Gesundheit

- die geburtenstarken Jahrgänge treten jetzt in die Altersgruppe 50+ ein
- im Jahr 2020 ist der stärkste Jahrgang 57 Jahre alt
- Ende der Familienphase
- beträchtlicher Anteil mit höherem Einkommen und Vermögen
- „master consumer“: dominieren die Nachfrage durch Personenzahl und Kaufkraft
- erste Gesundheitsprobleme, midlife crisis
- sinkende Stabilität der Partnerschaften: aktiv, sportlich, sexy
- ewige Jugend, anti-aging
- wachsendes Gesundheitsbewusstsein
- verstehen sich nicht als Jungsenioren
- Themen: Ernährung, Wellness, Fitness



**Nischenprodukte**

**Flexible Produkte**

**Mehrwert**

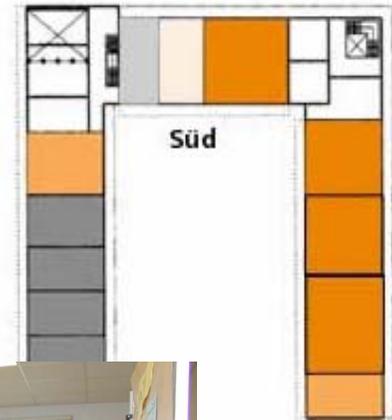
**Kommunizierte Qualitäten**

**Individualisierte Produkte**



# Nischenwohnprojekt: Gruppenwohnen

In Gruppenwohnprojekten „jung und alt“ wird generationenübergreifendes Wohnen und ein soziales Miteinander gepflegt und bewusst inszeniert.



# Wohntrends 2020 - Mehrwert schaffen



## Zentrale Tendaussagen: Vorteile von themenorientiertem Wohnen

Anknüpfend an wesentliche Standorteigenschaften werden Themen und Marketingkonzepte geprägt. Wasser wird als besonderes Element zum bevorzugten Thema für die Umgestaltung von Innenhäfen und Marinas.

- Projekte, die das Thema Wasser in das unmittelbare Wohnumfeld einbinden, erfahren seit Jahren weltweit eine große Aufmerksamkeit.
- „Wohnen am Wasser“ ist ein erfolgreicher Trend, der auf die Revitalisierung ungenutzter Hafensareale in Großstädten zurückgeht.
- Zumeist sind dies Leuchtturmprojekte, die eine funktionale Mischung aus Wohnen, Gewerbe, Gastronomie und Entertainment anbieten.



## Wohnprodukte individualisieren

Individuelle Maßnahmen und Leistungen sind eine Antwort auf den derzeitigen Zeitgeist.

Basiswohnung wie bisher + wählbare Extras (gegen Aufpreis):

- Dienstleistungen wie Treppenhausreinigung, Winterdienst und Grünpflege.
- Familienfreundlichkeit (Grundriss, Ausstattung, Umfeld, Dienstleistungen).
- Altersgerechtigkeit (Barrierefreiheit, Betreuung).
- Hochwertige Ausstattung, z.B. Parkettböden, Einbauküche, eingebaute Downlights, Audiosystem, Smart-Home-Pakete...
- Arbeitsraum
- Gesundheit, Wellness, Fitness.
- Hoher ökologischer Standard.
- Gemeinschaft oder Privatheit.





InWIS Forschung & Beratung GmbH

Springorumallee 5

44795 Bochum

Telefon + 49 (0) 2 34/8 90 34 – 0

Telefax + 49 (0) 2 34/8 90 34 – 49

Internet: [www.inwis.de](http://www.inwis.de)

E-Mail: [info@inwis.de](mailto:info@inwis.de)





- **InWIS Institut für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung GmbH**
  - **Gemeinnütziges Forschungs- und Wissenstransferinstitut im EBZ Bochum**
  - **An-Institut an der Ruhr-Universität Bochum**
  - **Wissenschaftliche Bibliothek im EBZ mit 11.000 Bänden**
  - **Geschäftsführung: Michael Neitzel**
  - **Wiss. Direktorium: Prof. Dr. Volker Eichener (Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft), Prof. Dr. Rolf G. Heinze (Sozial- und Wirtschaftspolitik)**
- **InWIS Forschung & Beratung GmbH**
  - **Anwendungsorientierte Forschung und Beratung**
  - **Transfer der wissenschaftlichen Erkenntnisse in die Praxis**
  - **Geschäftsführung: Michael Neitzel, Matthias Wirtz**



## Team und Leistungsbereiche

- 17 wissenschaftliche Mitarbeiter/innen, zusätzlich wissenschaftliche Hilfskräfte
- Interdisziplinäres Team: Diplom-Ökonomen, Diplom-Volkswirt/innen, Raumplaner/innen, Stadtplaner/innen, Sozialwissenschaftler/innen
- Fünf Leistungsbereiche:



# InWIS Forschung & Beratung

## Referenzen – ein Auszug

Die InWIS-Gruppe ist für unterschiedliche Auftraggeber tätig:

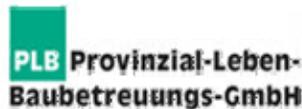
- ⇒ für Bundes- und Landesministerien, Städte und Gemeinden, Verbände
- ⇒ und Stiftungen, Unternehmen (überwiegend der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft) sowie
- ⇒ Banken, Bausparkassen und Versicherungen.



UNTERNEHMENSGRUPPE  
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE  
WOHNSTADT



Landeshauptstadt  
Düsseldorf



CORPUS SIREO



Dr. Ochel  
Seite 39



InWIS