

Prof. Dr. Volker Eichener

Auf die Nische kommt es an

Beitrag zum dritten EBZ-Hochschulforum
„Flucht in die Sachwerte? –
Immobilien als Vermögensanlage“ am 30.
September 2009

Was jetzt für Investitionen in Immobilien spricht:

- Z.Zt. niedrige Zinsen.
- Steigende Inflationserwartungen.
- Sachwert.

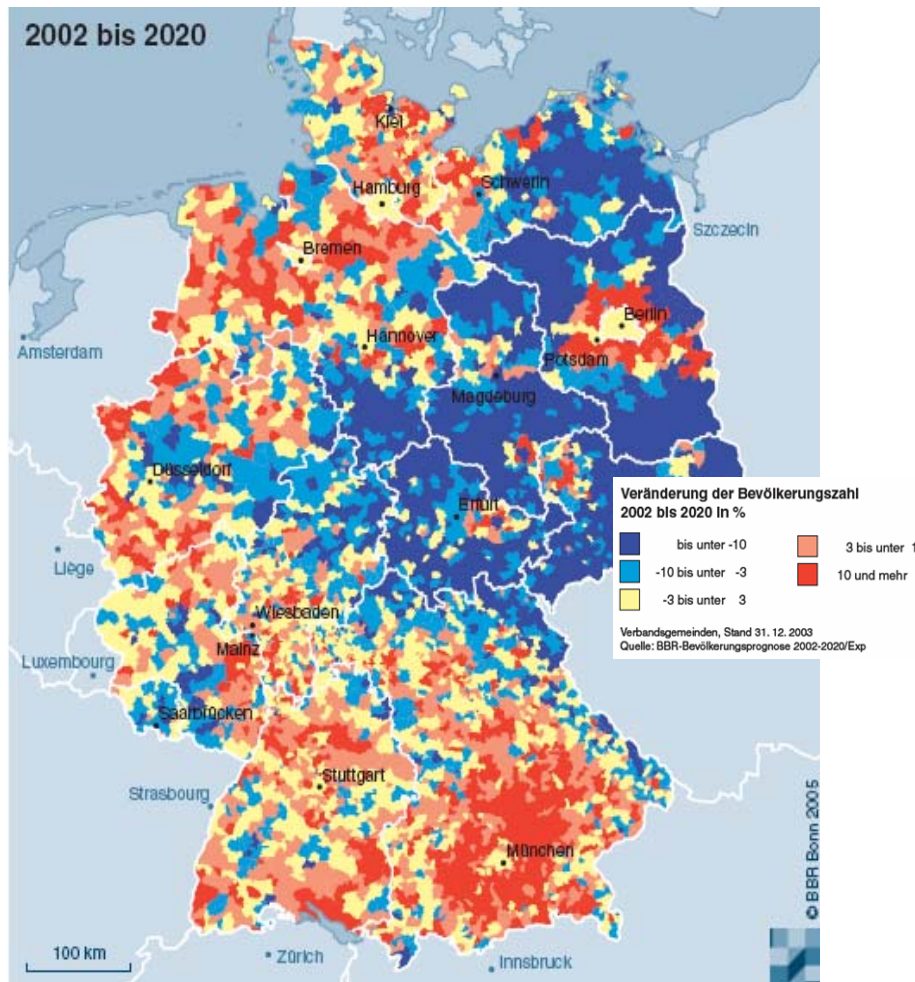
Warnzeichen Demographie



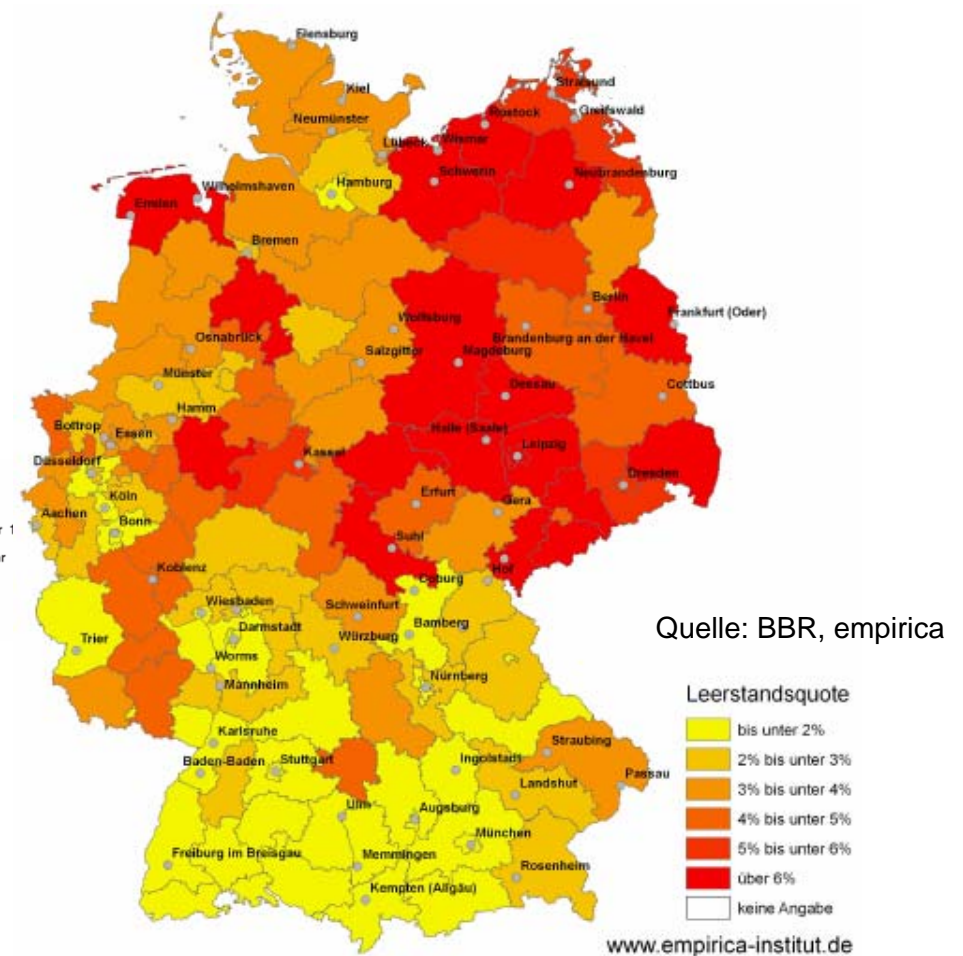
Quelle: Statistisches Bundesamt

Wenn die Bevölkerung schrumpft, steigen die Wohnungsleerstände

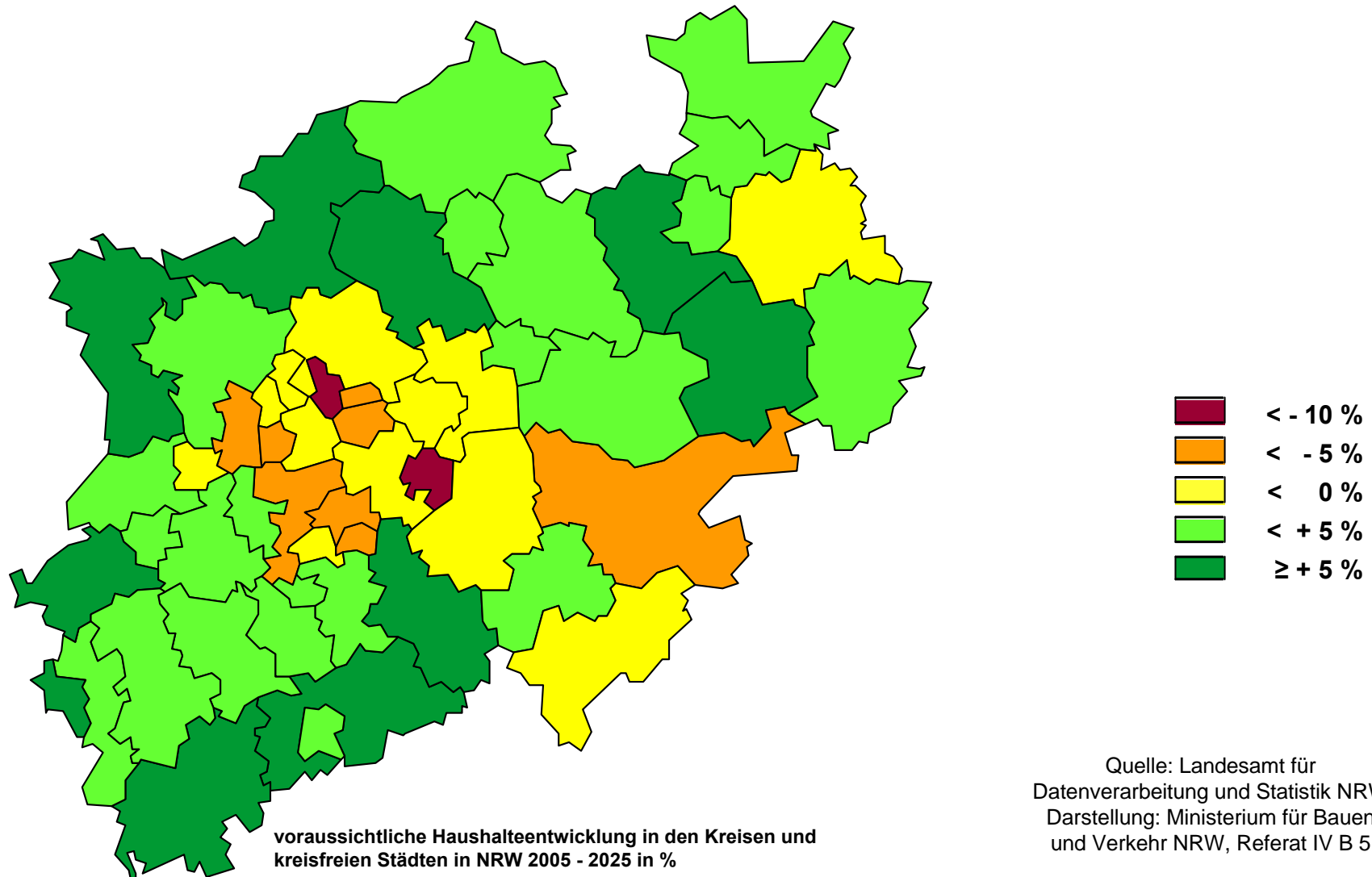
Bevölkerungsveränderung 2002-2020



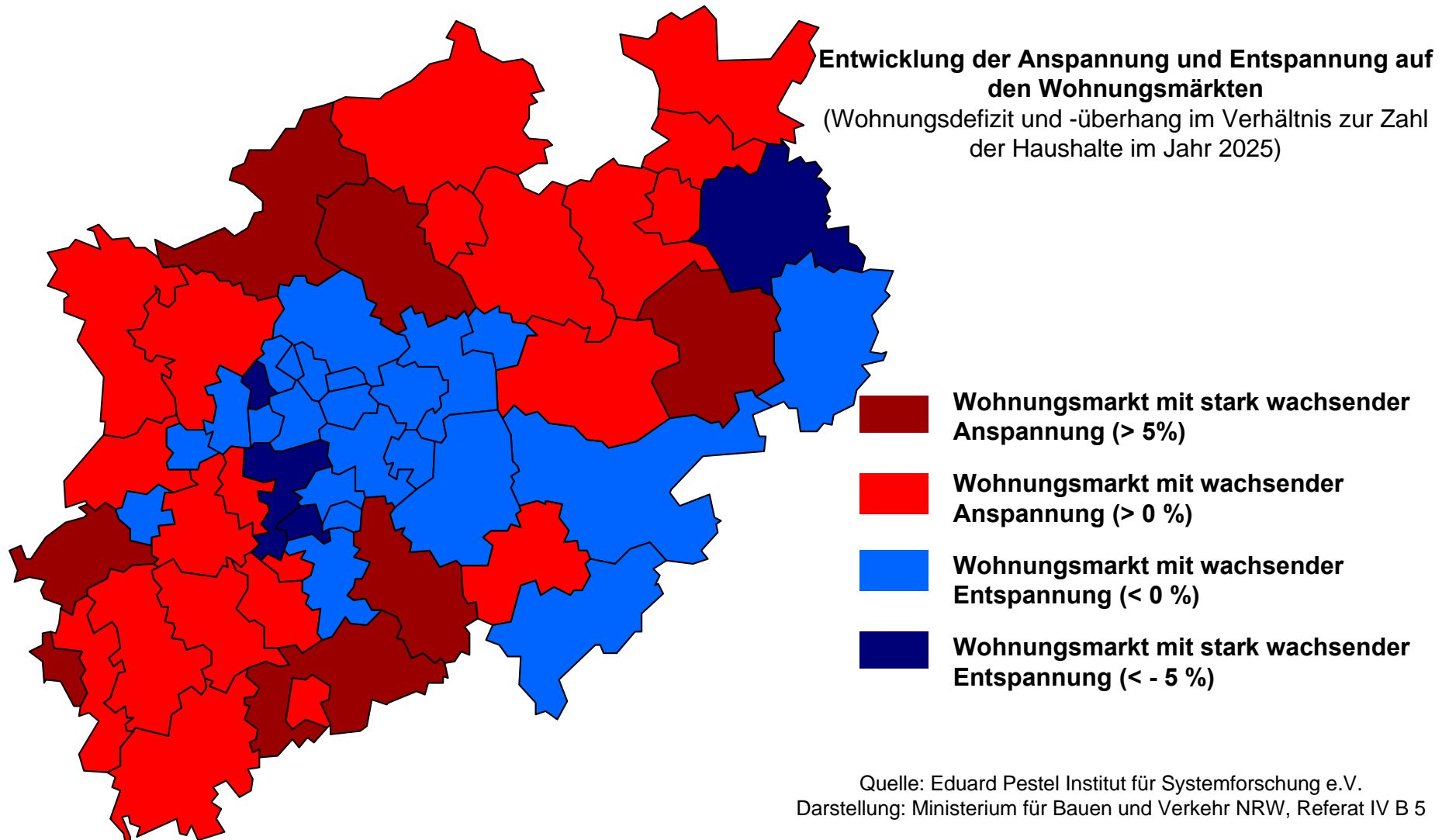
Leerstände in Geschosswohnungen 2007



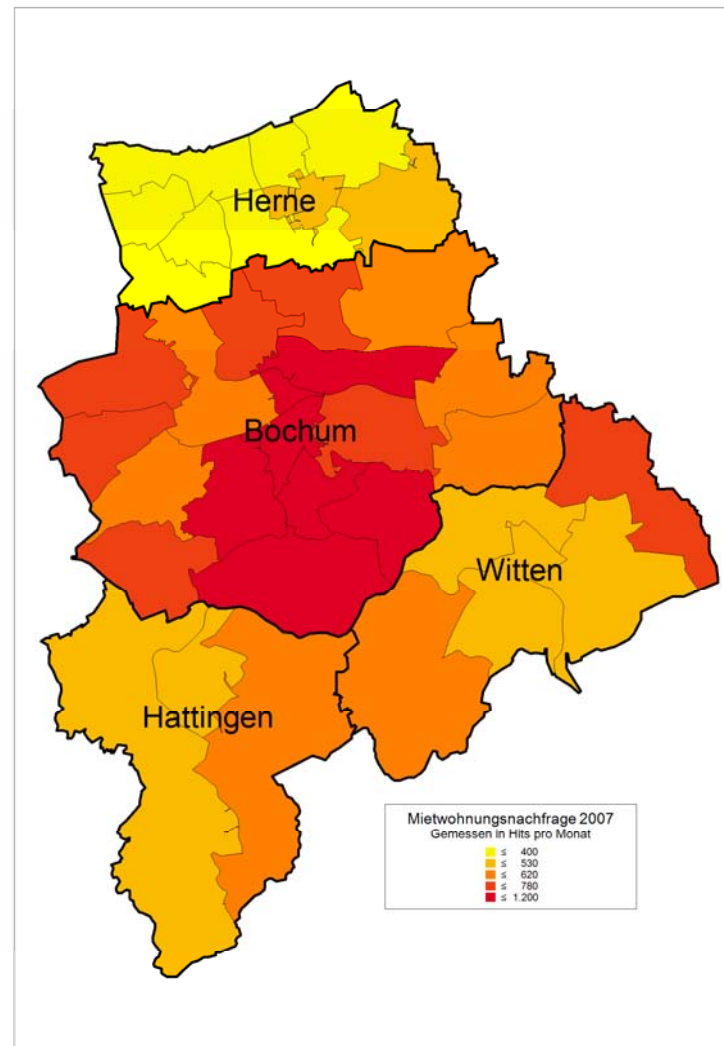
In vielen Regionen geht die Wohnungsnachfrage zurück



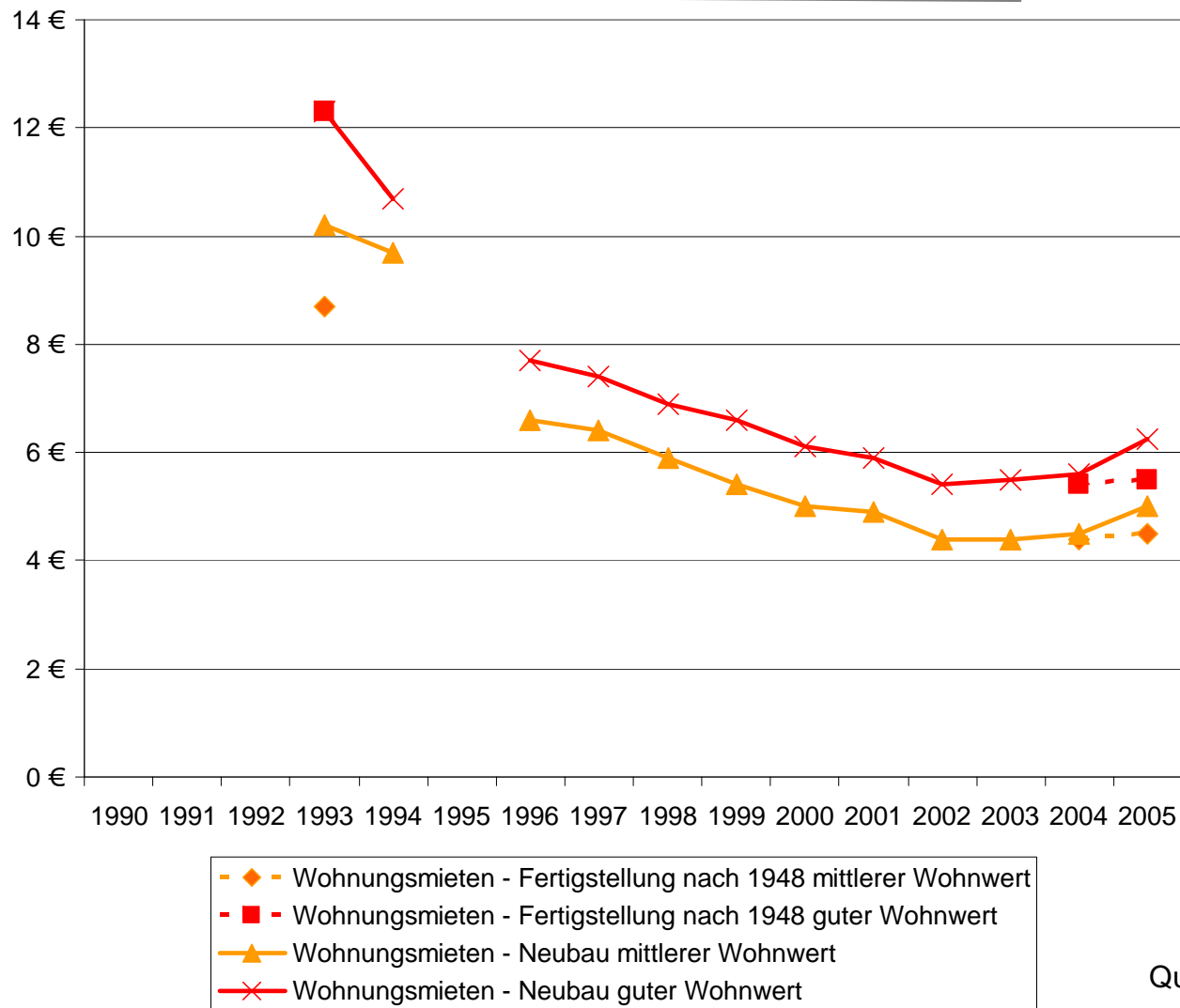
Mietwohnungsmärkte: Wachsende Disparitäten



Nachfrage nach Mietwohnungen im mittleren Ruhrgebiet

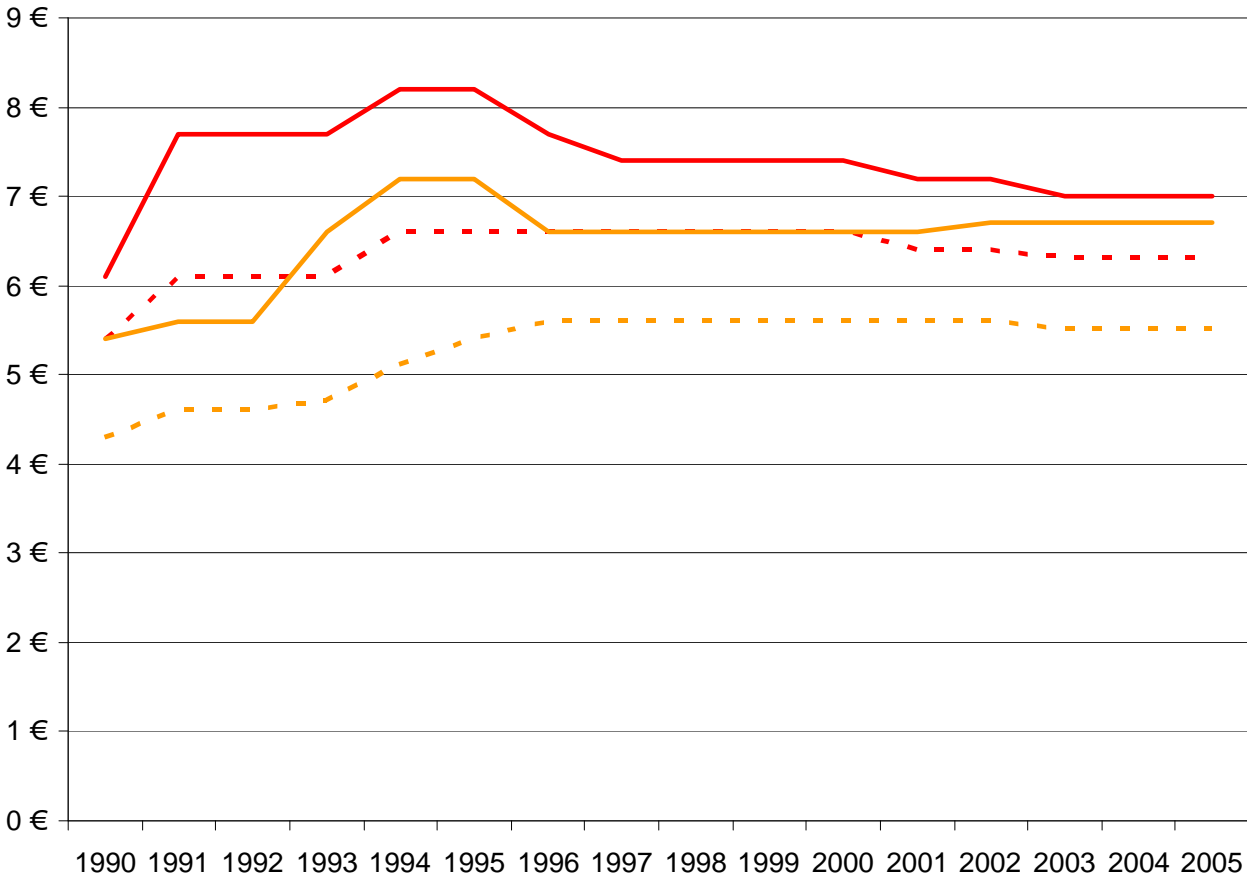


Entwicklung der Wohnungsmieten in Dresden



Quelle: RDM/VDM/IVD, InWIS

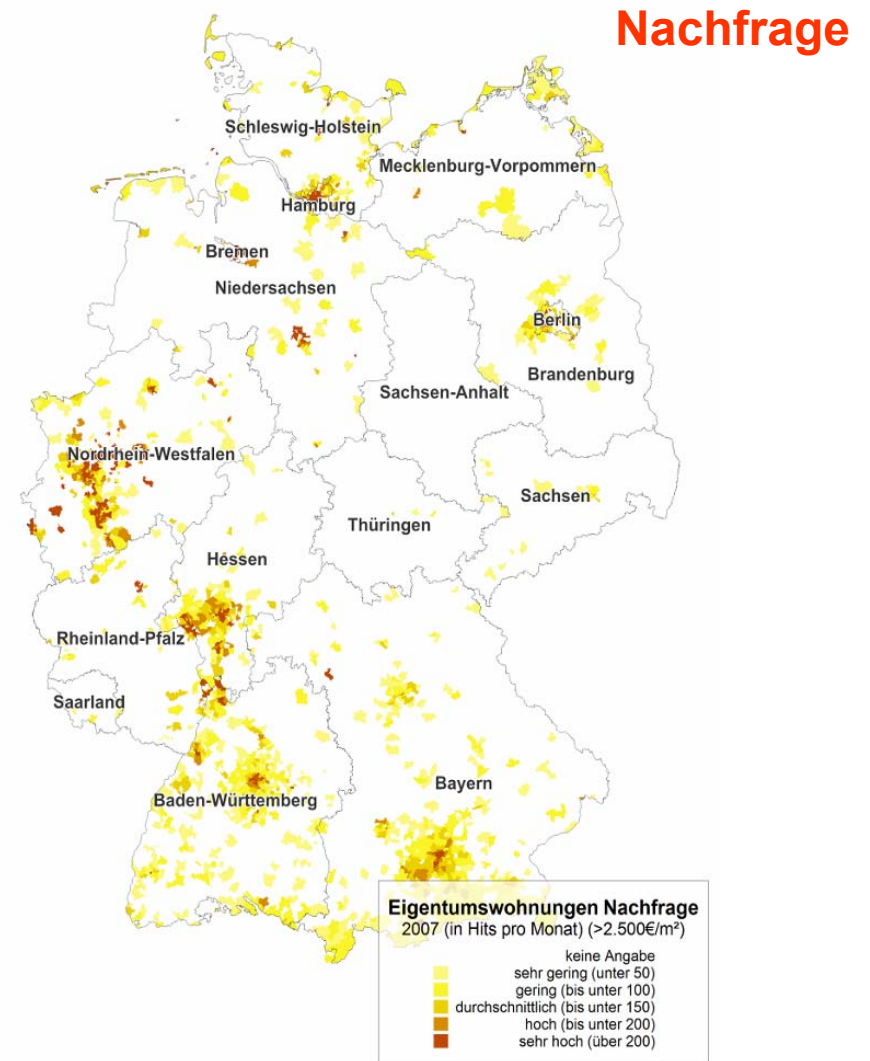
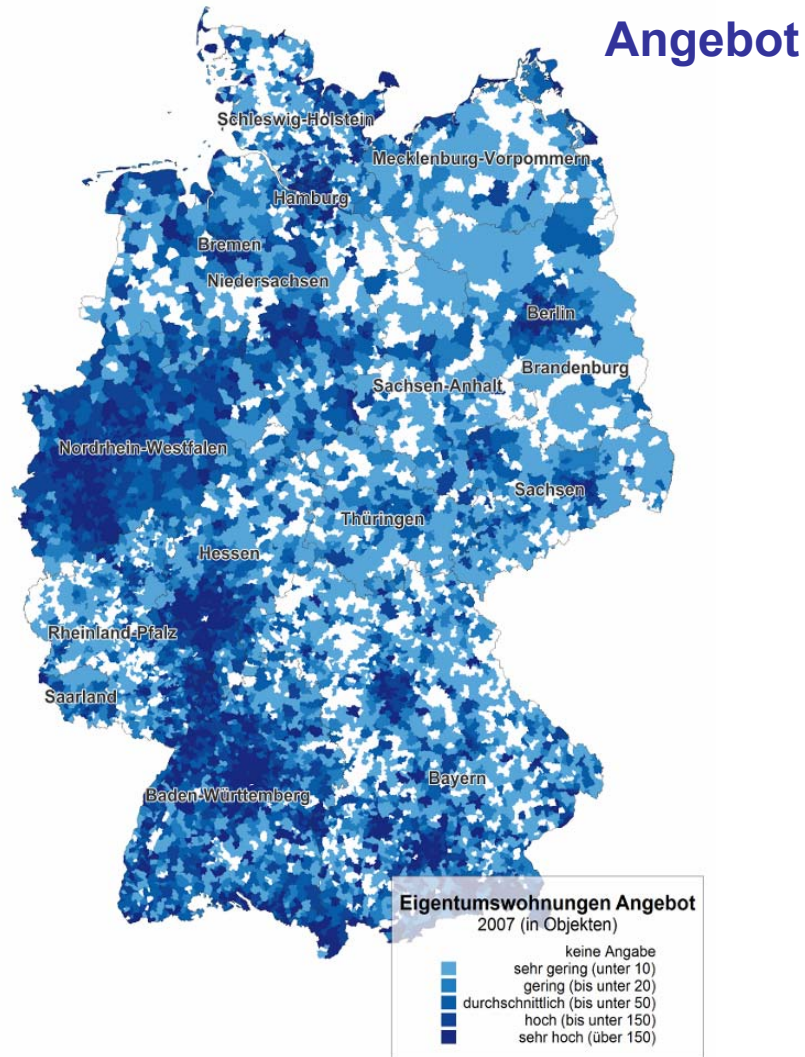
Mietenentwicklung in Wuppertal



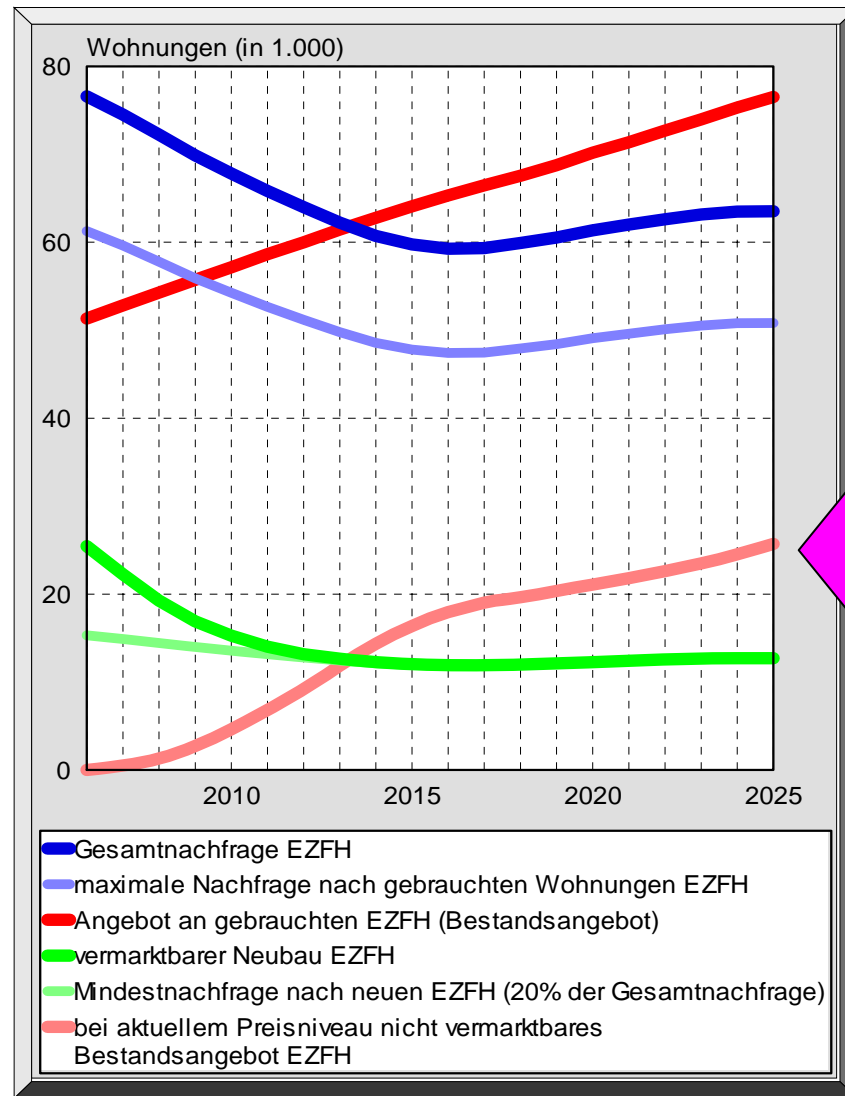
- Wohnungsmieten - Fertigstellung nach 1948 mittlerer Wohnwert
- Wohnungsmieten - Fertigstellung nach 1948 guter Wohnwert
- Wohnungsmieten - Neubau mittlerer Wohnwert
- Wohnungsmieten - Neubau guter Wohnwert

Quelle: RDM/VDM/IVD,
InWIS

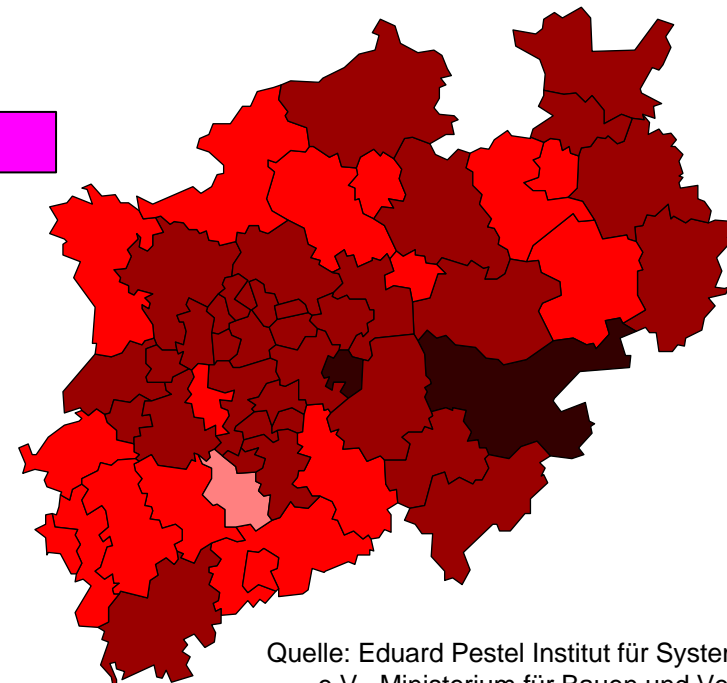
Der Markt für Eigentumswohnungen



Konsequenzen für Ein- und Zweifamilienhäuser

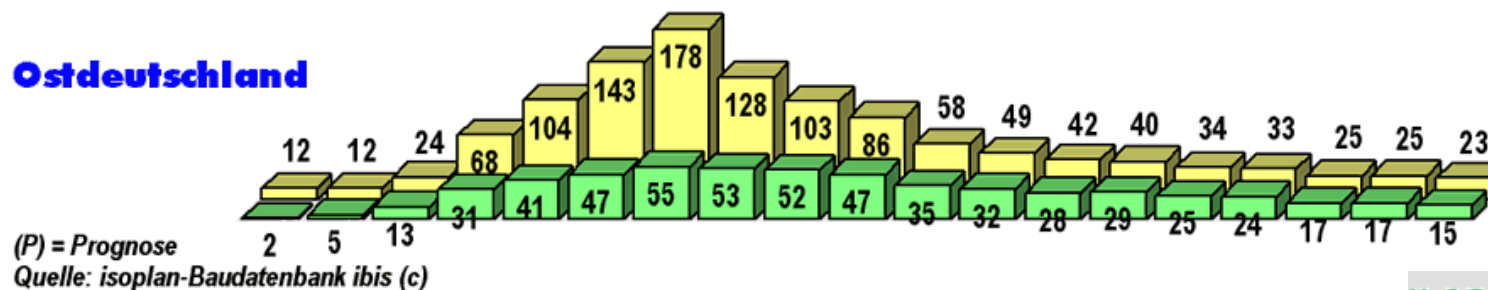
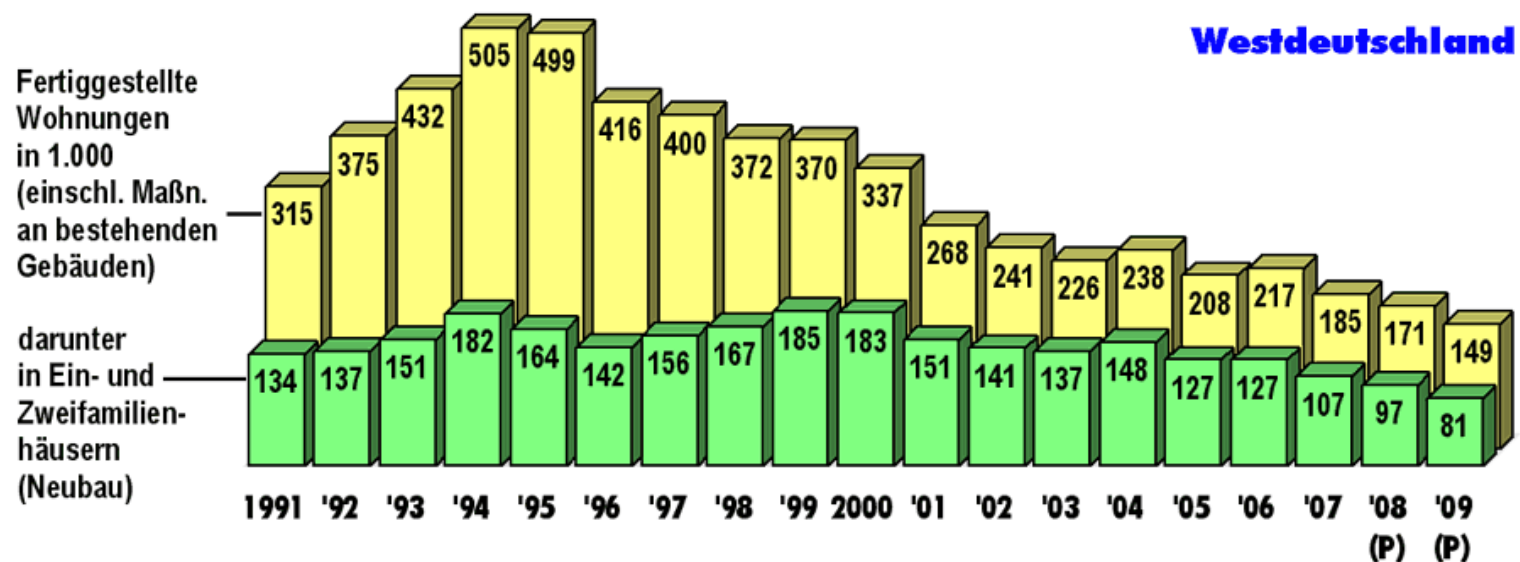


- Unverkäufliche Objekte.
- Dramatischer Preisverfall.



Quelle: Eduard Pestel Institut für Systemforschung e.V., Ministerium für Bauen und Verkehr NRW

Fertiggestellte Wohneinheiten in Deutschland 1991 bis 2006 und Prognose 2007/2008



Unvermietbar – Unverkaufbar: Wohnimmobilien



Unvermietbar – Unverkaufbar: Einzelhandelsimmobilien



(Hauptstraße 300-408 in Herne-Wanne)

Die Wohnungsmärkte differenzieren sich Unterschiedliche Herausforderungen und Strategien

Preis-niveau	Wachsende Märkte	Schrumpfende Märkte
-	<p>Durch niedrige Fertigstellungen und Rückgang des sozialen Wohnungsbaus neue Versorgungsengpässe.</p> <p>Wie versorge ich die sozial Schwachen?</p>	<p>Wachsende Leerstände – zunehmende Konzentration von sozial Schwachen – Segregation, Verslummung.</p> <p>Selbst sozial Schwache können wählerisch sein.</p> <p>Wie bewirtschafte ich Problemquartiere?</p>
o	<p>Trotz guter Nachfrage begrenzte Mietsteigerungspotentiale.</p> <p>Wie halte ich die Qualität und verhindere soziales Abgleiten?</p> <p>Wie generiere ich Zusatzerträge?</p>	<p>Harte Konkurrenz – wachsendes Anspruchsniveau der Mieter – Fluktuation – Preisdruck – Gefahr sozialer Erosion.</p> <p>Wie kann ich dem Mieter mit begrenztem Aufwand Mehrwert bieten?</p>
+	<p>Die „Stars“ im Portfolio.</p> <p>Raum für Neubau und Experimente.</p> <p>Mit welchen Qualitäten und Innovationen bediene ich die Nachfrage?</p>	<p>Schmale Nischen für innovative Produkte.</p> <p>Wie finde ich auf diesen Märkten noch lukrative Nischen, wie bediene ich die Präferenzen der Zielgruppen, wie schaffe ich Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen?</p>

Die Kunden verändern sich: Die Hauptzielgruppe im Wandel



1909



1999

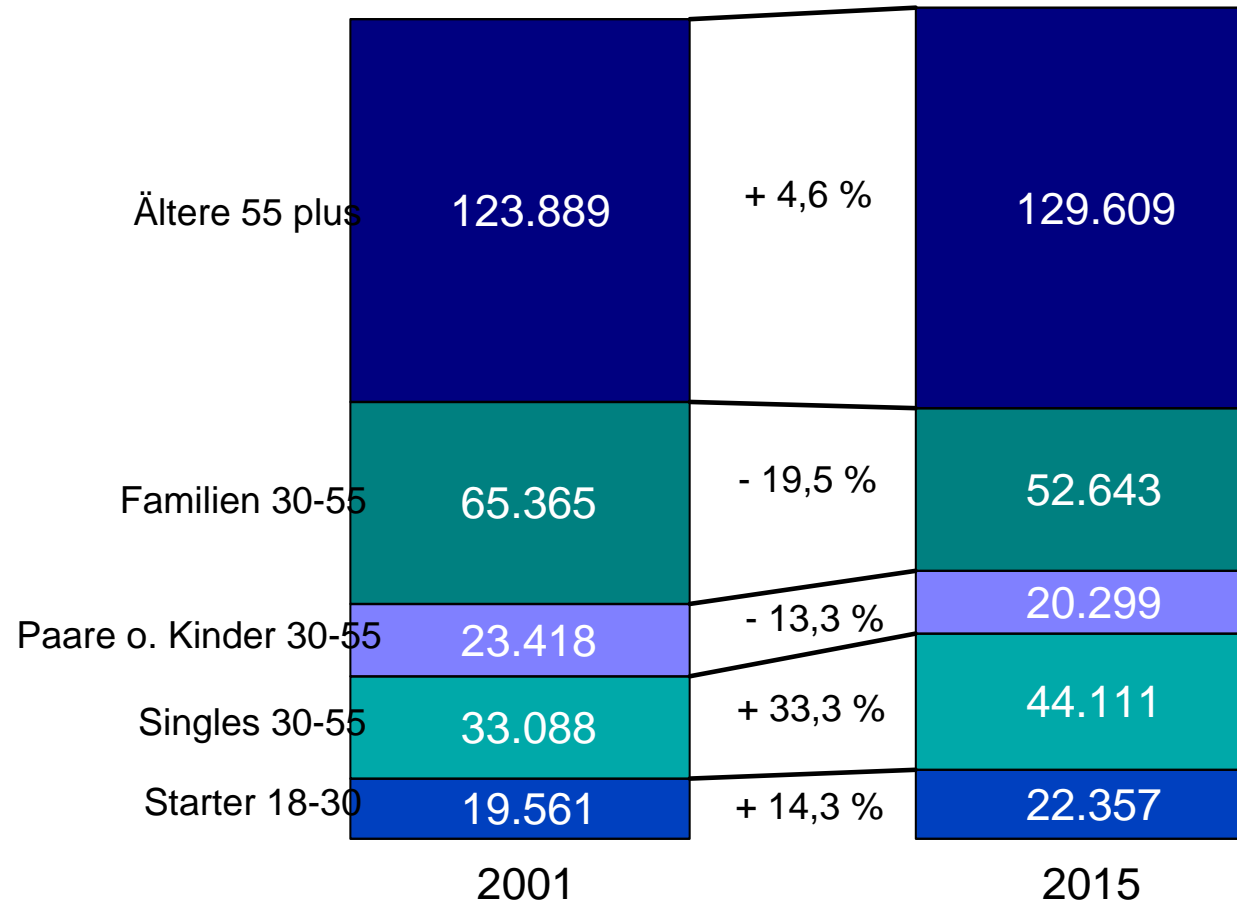


2009



2019

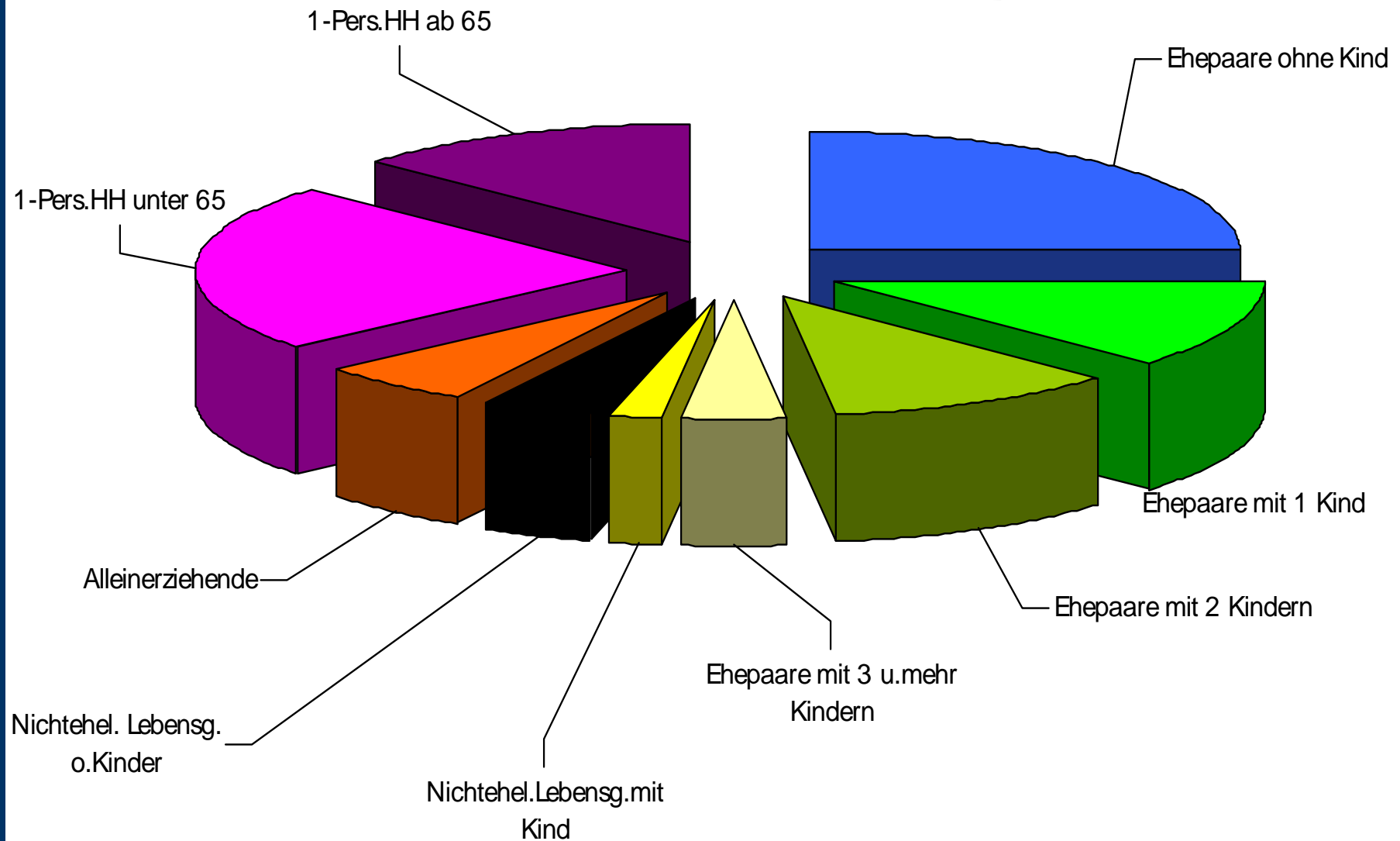
Schrumpfende und wachsende Zielgruppen (typisches Beispiel)



© InWIS F&B GmbH 2003

Quelle: Statistisches Landesamt NRW, Mikrozensus, eigene Berechnungen

Die Nachfrage ist bunter geworden



Die neue Vielfalt der Wohnkonzepte



einfach-funktional

solide-bescheiden

häuslich-familiär

konventionell-situiert

kommunikativ-dynamisch

anspruchsvoll

Neue Produkttypen und Preisniveaus: Kleinere Nischen

	Familien- wohnung	EFH für Kinder- reiche	Alleiner- ziehenden- wohnung	Single- wohnung	Single- Service- Wohnung	Freizeit- wohnung	Studenten- wohnung	Wohngemeinschafts- wohnung
einfach	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
öff. gebunden	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
mittel	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
gehoben	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
Luxus	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange

	Loft- wohnung	Ökohaus	Behinder- ten- wohnung	barriere- freie Alten- wohnung	betreute Alten- wohnung	betreute Alten- wohnung mit Pflege	Senioren- residenz	Haus für Alten- WGen
einfach	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
öff. gebunden	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
mittel	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
gehoben	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange
Luxus	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange	orange

Nischenprodukt: Luxuswohnungen für Kinderlose (Duisburger Innenhafen)



Nischenprodukt Loft-Wohnungen



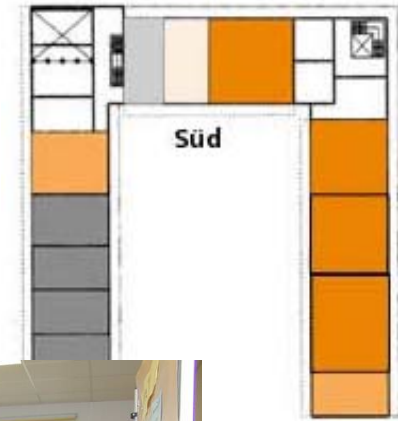
Nischenprodukt Wellness-Wohnen



Nischenprodukt Seniorenwohnen



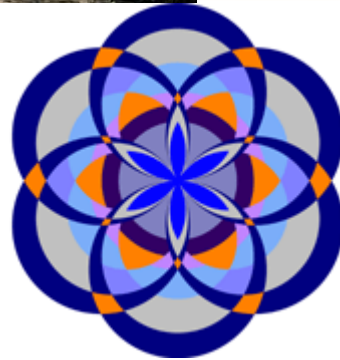
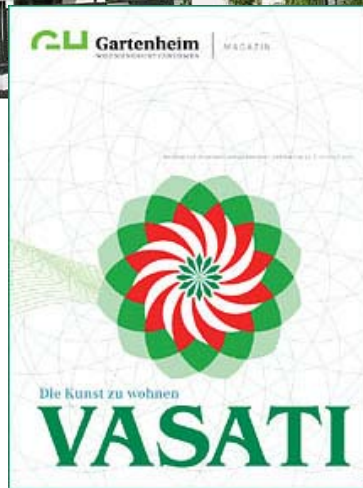
Nischenprodukt Gruppenwohnprojekte



Nischenprodukt Öko-Haus



Nischenprodukt Esoterik-Wohnen



"Die Metaphysik des Raumes"

Im Prinzip ja, aber man muss genau hinsehen:

- Makrostandort.
- Mikrostandort.
- Entwicklungsperspektiven.
- Marktsegment/Zielgruppe/Objektyp.
- Preisniveau.
- Konkurrenzsituation / Alleinstellung.