

Prof. Dr. Volker Eichener

Neue Zielgruppen.
Konsequenzen der demographischen
Entwicklung für die Wohnungsmärkte.

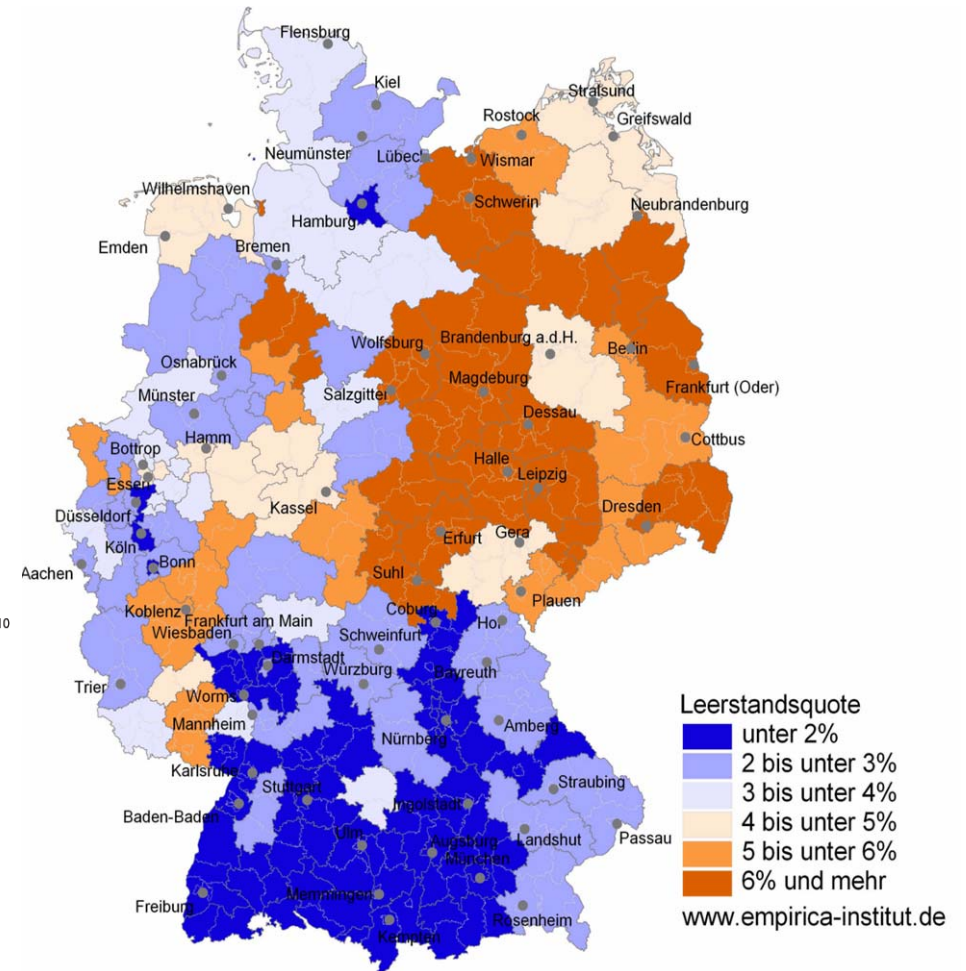
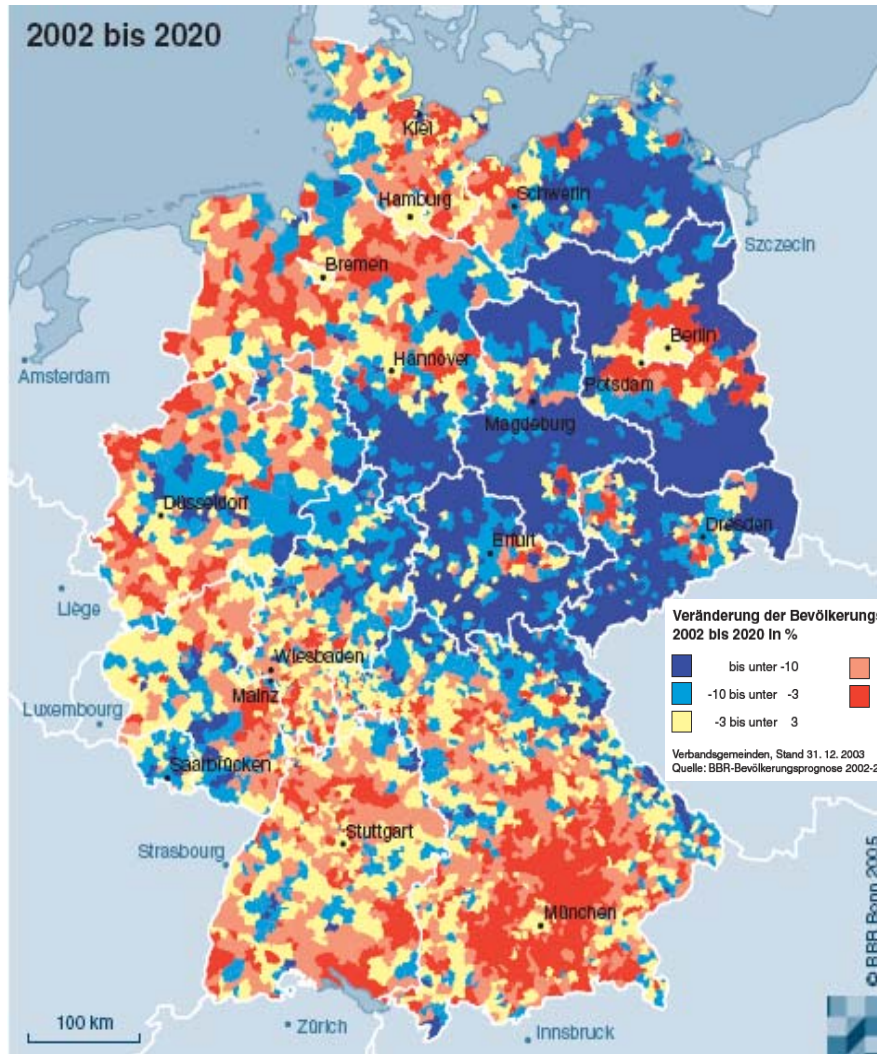
**Kompaktstudiengang Management in
Wohnungsgenossenschaften**

**Modul 1 Zukunftsperspektiven von Wohnungsgenossenschaften –
Marktentwicklung
Teilmodul 1.2**

Risikofaktor Bevölkerungsrückgang



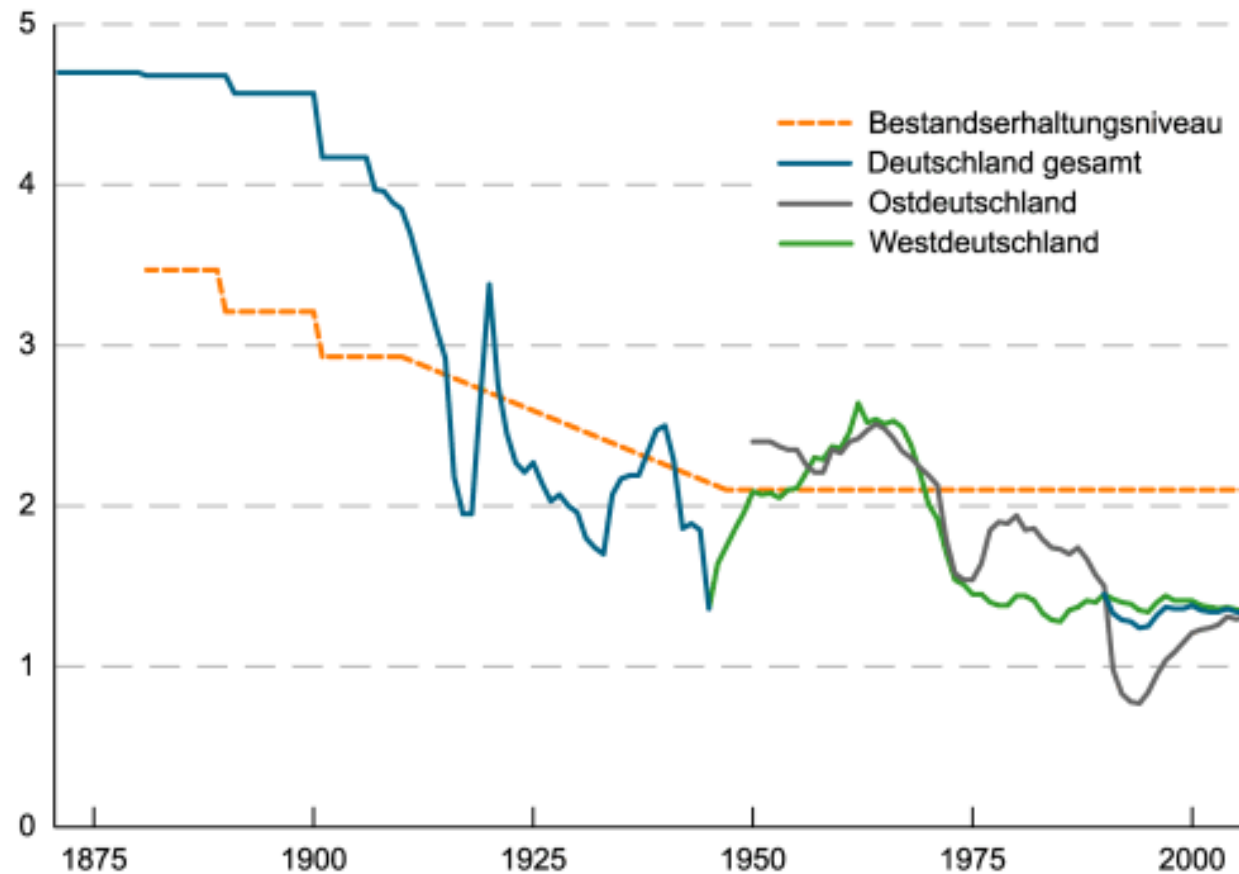
Bevölkerungsprognose und Wohnungsleerstände



Quelle: BBR, empirica

Durchschnittliche Kinderzahl je Frau von 1871-2007

Zusammengefasste Geburtenziffer in Deutschland 1871 - 2007

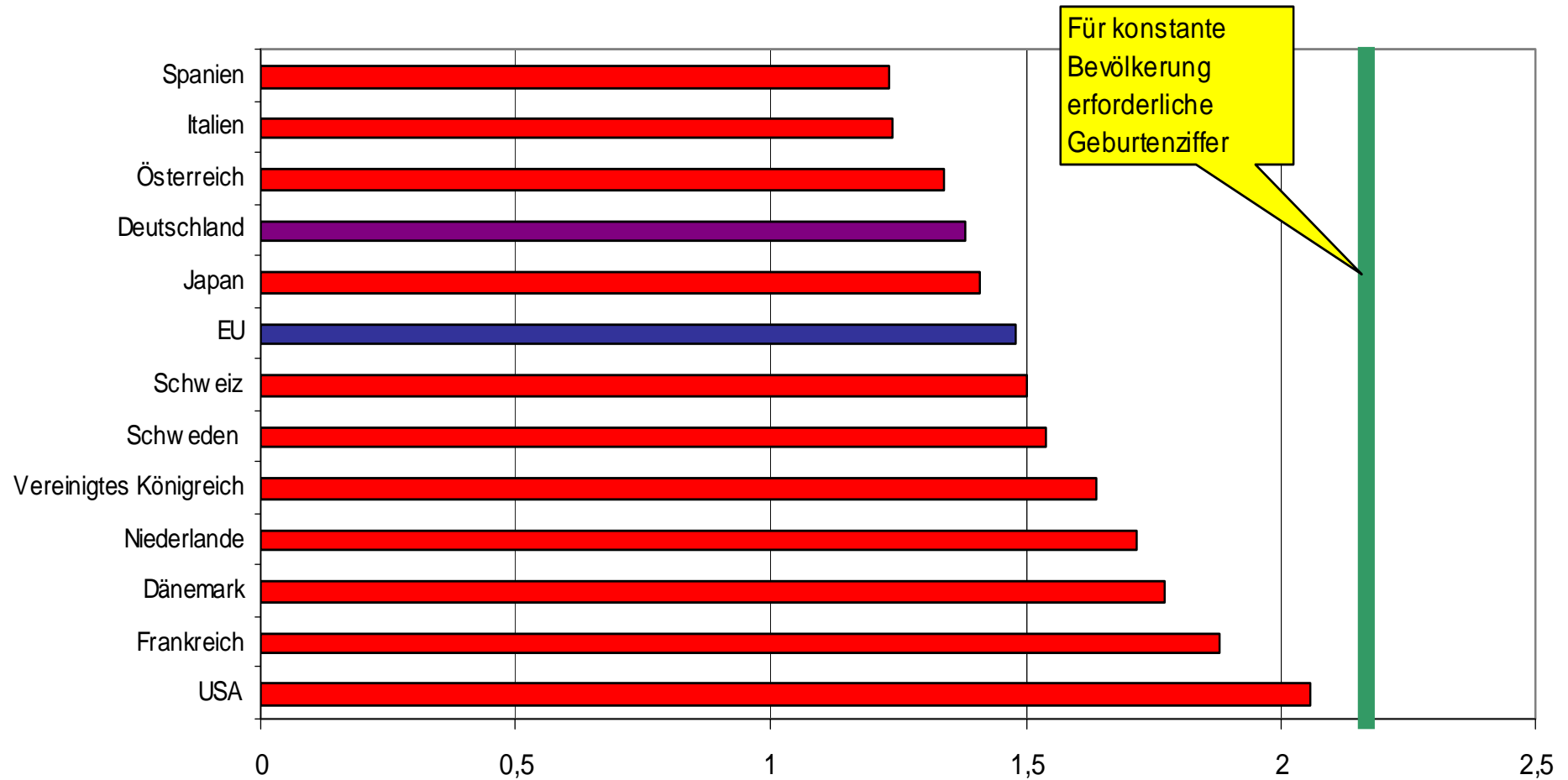


Quelle: Statistisches Bundesamt; Kuczynski (1928); eigene Berechnungen

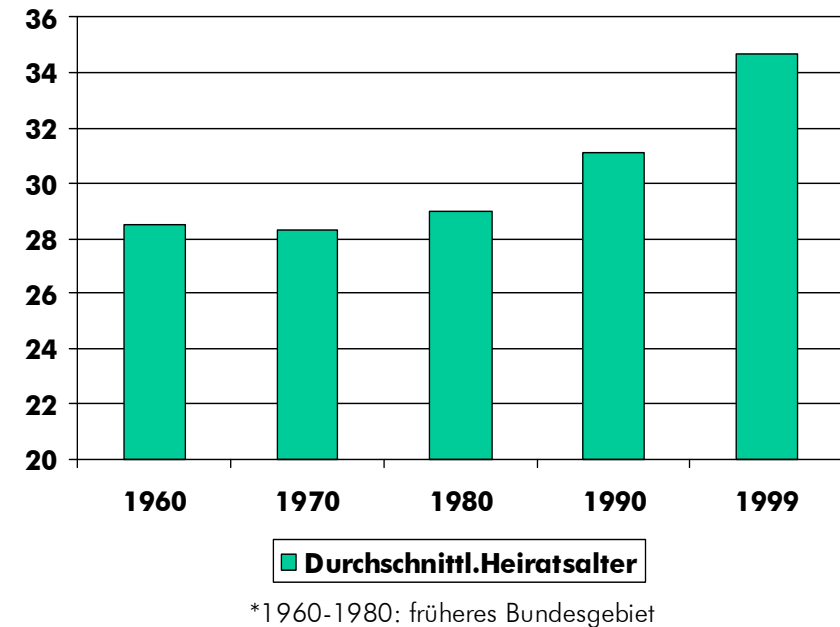
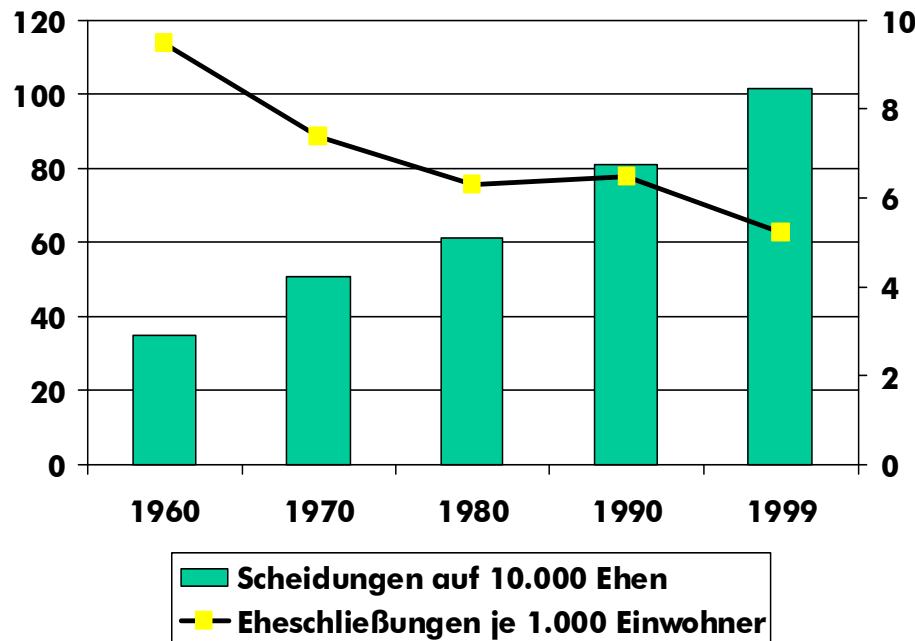
Grafik: Rostocker Zentrum zur Erforschung des Demografischen Wandels

Die Geburtenziffer: Deutschland liegt im Mittelfeld

Geburtenziffer 2000

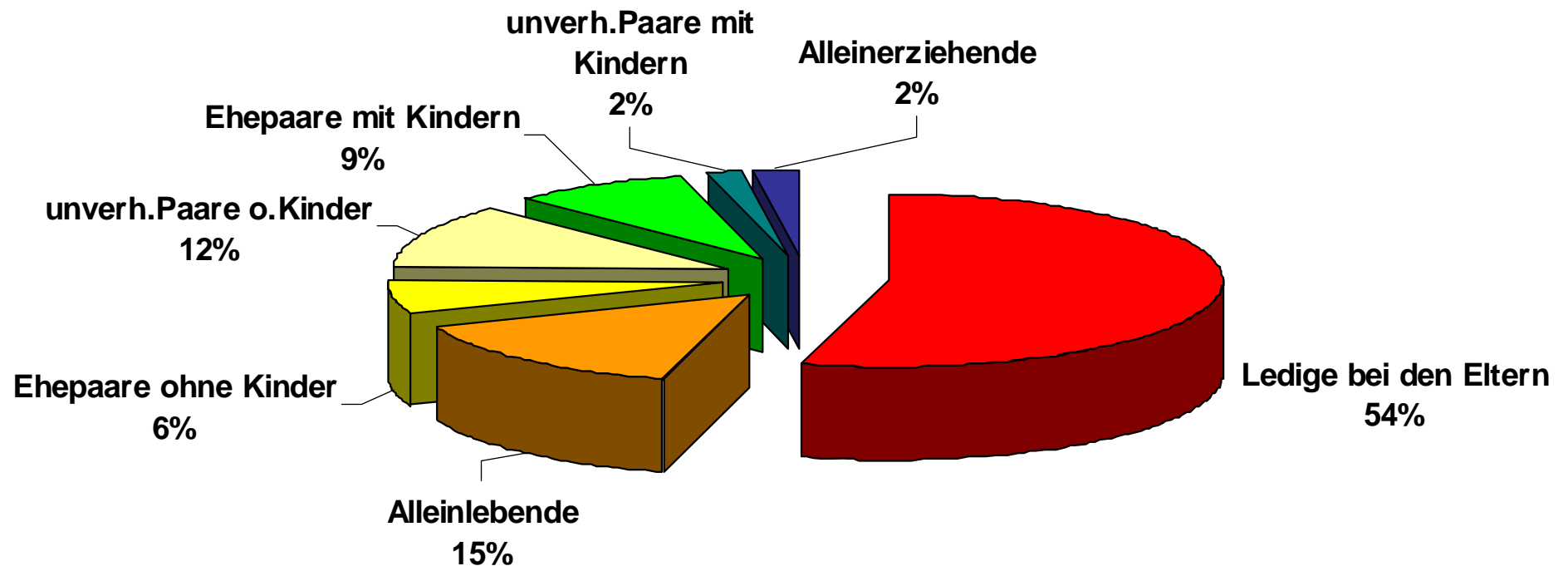


Partnerschaft und Familie verlieren ihre stabilisierende Wirkung



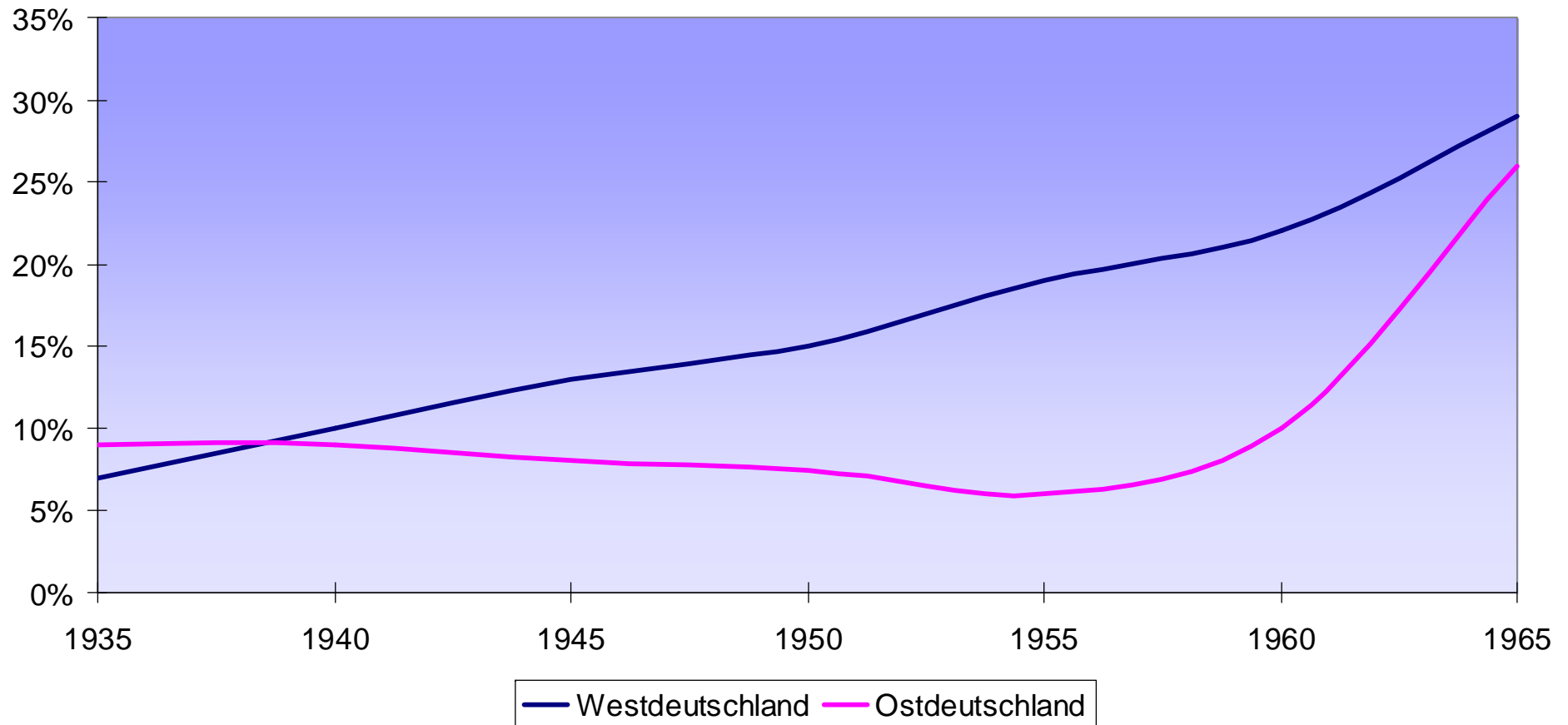
40 % aller Ehen werden heute geschieden!

Pluralisierung der Lebensformen 18- bis 24jähriger Frauen



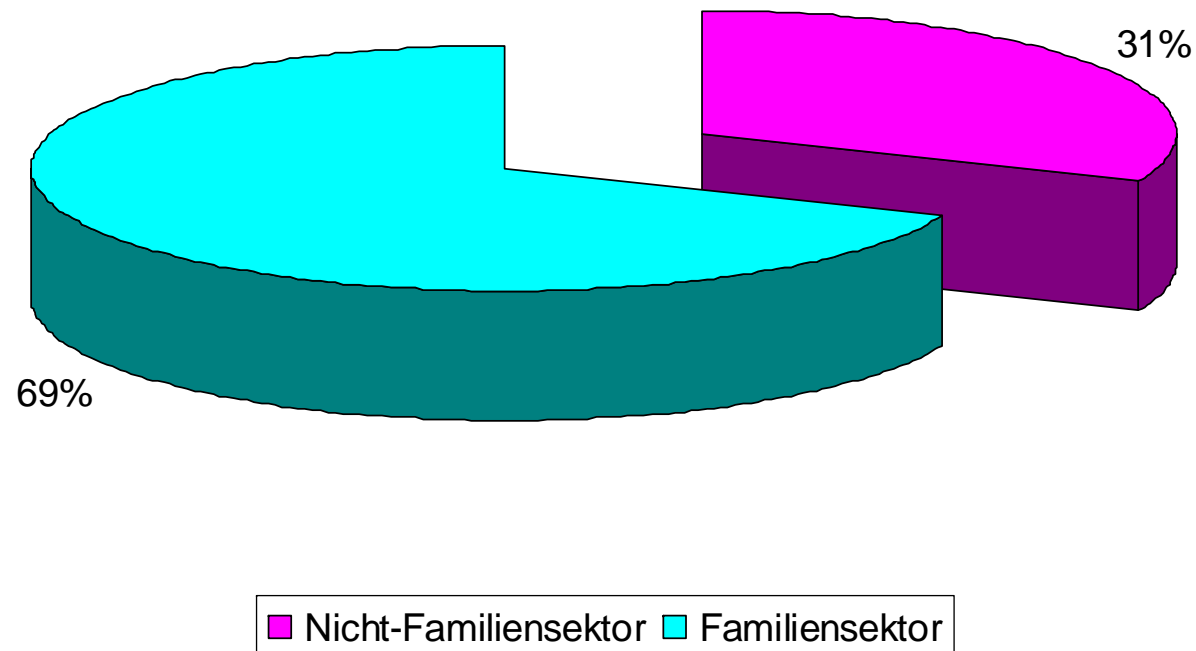
Kinderlosigkeit nimmt zu

Anteile kinderloser Frauen nach Geburtsjahrgängen

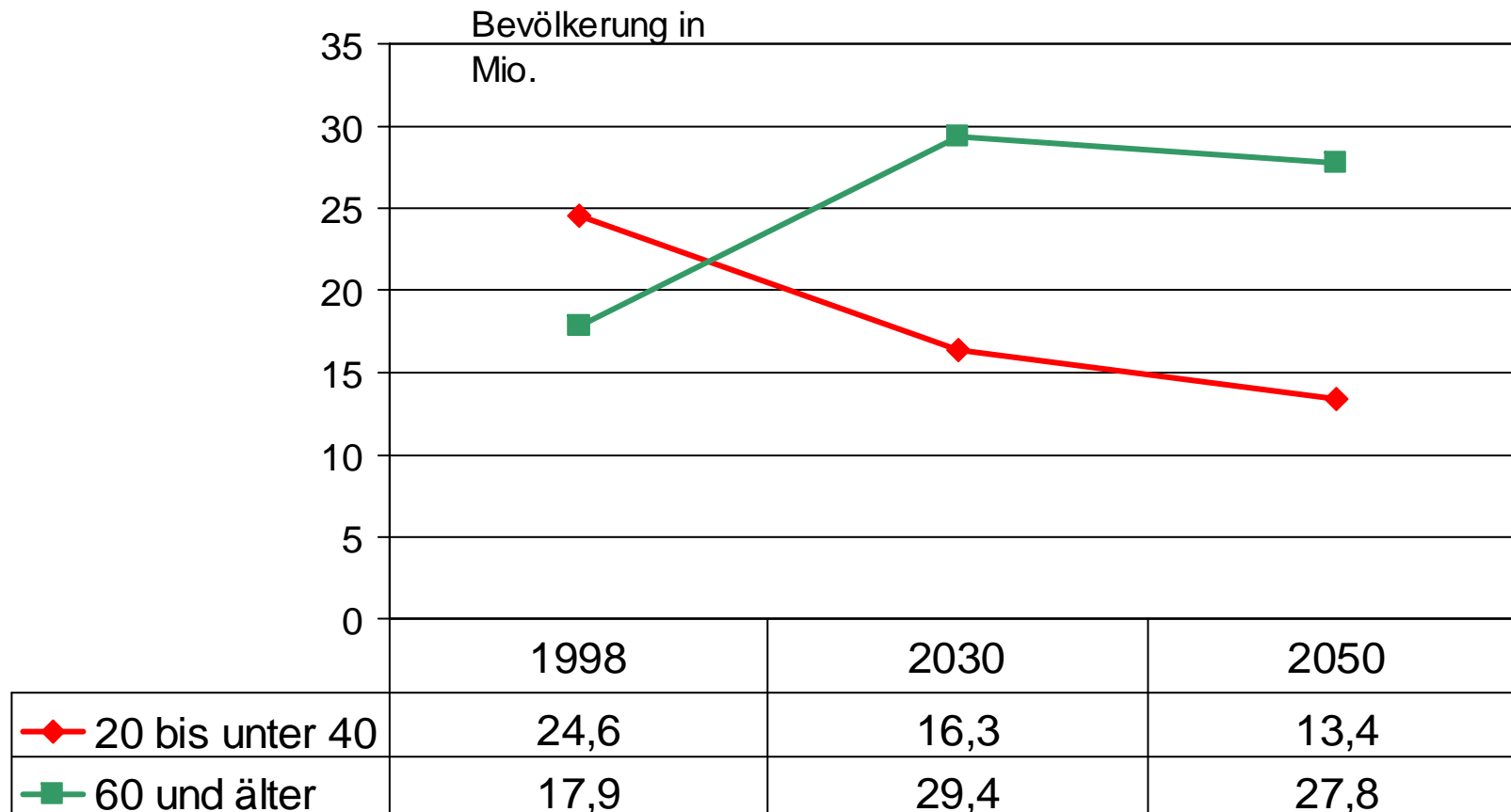


Polarisierung der Lebensformen

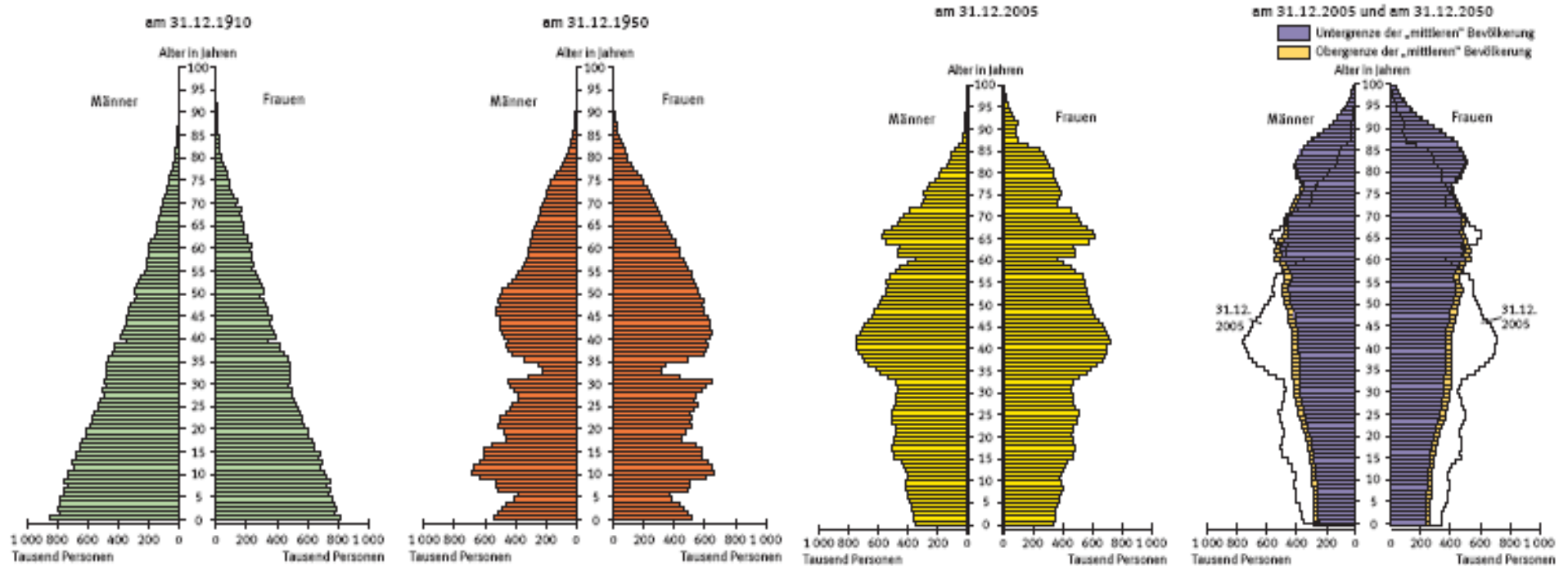
Lebensformen 30- bis 34jähriger



Die Umkehrung der Zielgruppen am Wohnungsmarkt



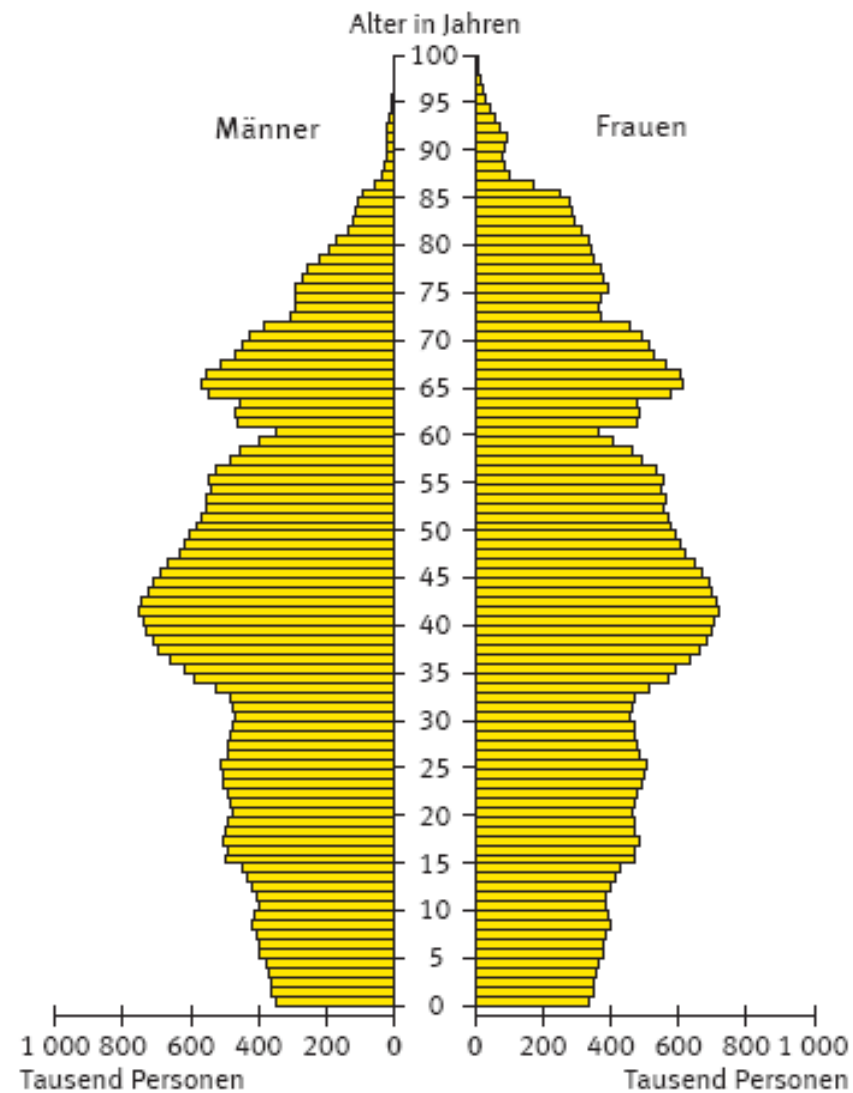
Wir werden grauer. Altersaufbau der Bevölkerung 1910 bis 2050



Quelle: 11. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Statistisches Bundesamt 2006

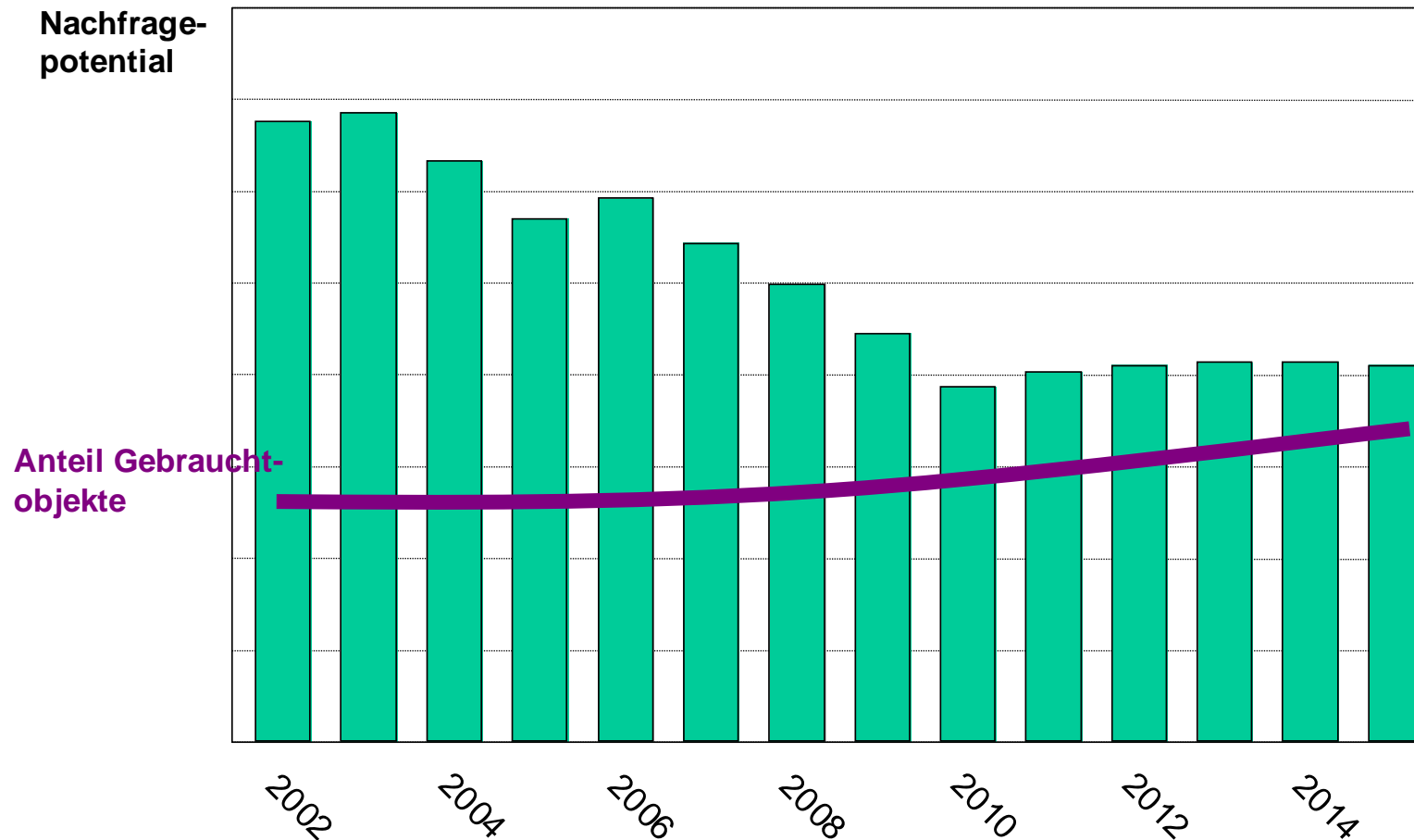
am 31.12.2005

Altersstruktur 2006: Der Blick auf die Entwicklung der Wohnungsnachfrage

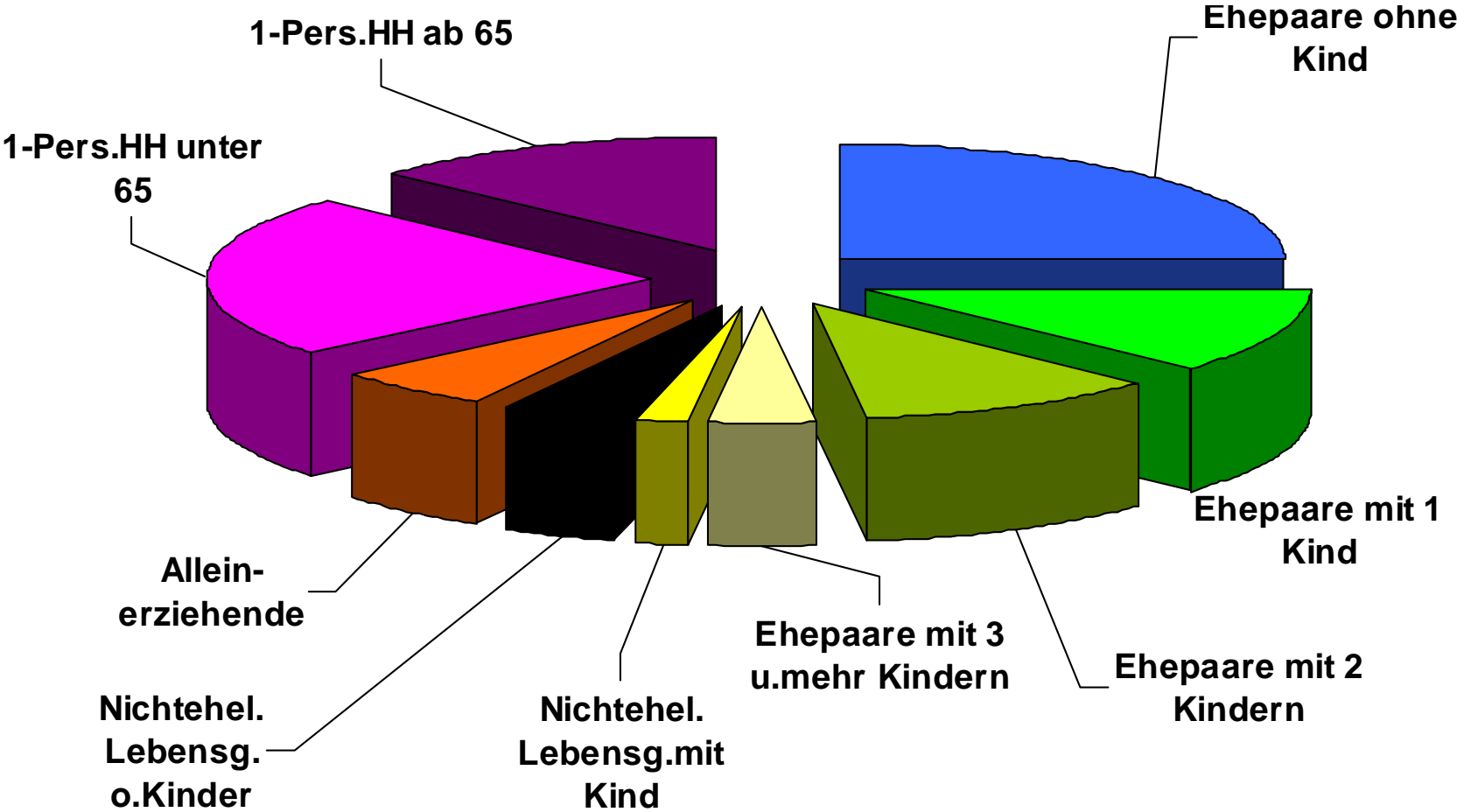


Quelle: 11. koordinierte
Bevölkerungsvorausberechnung,
Statistisches Bundesamt 2006

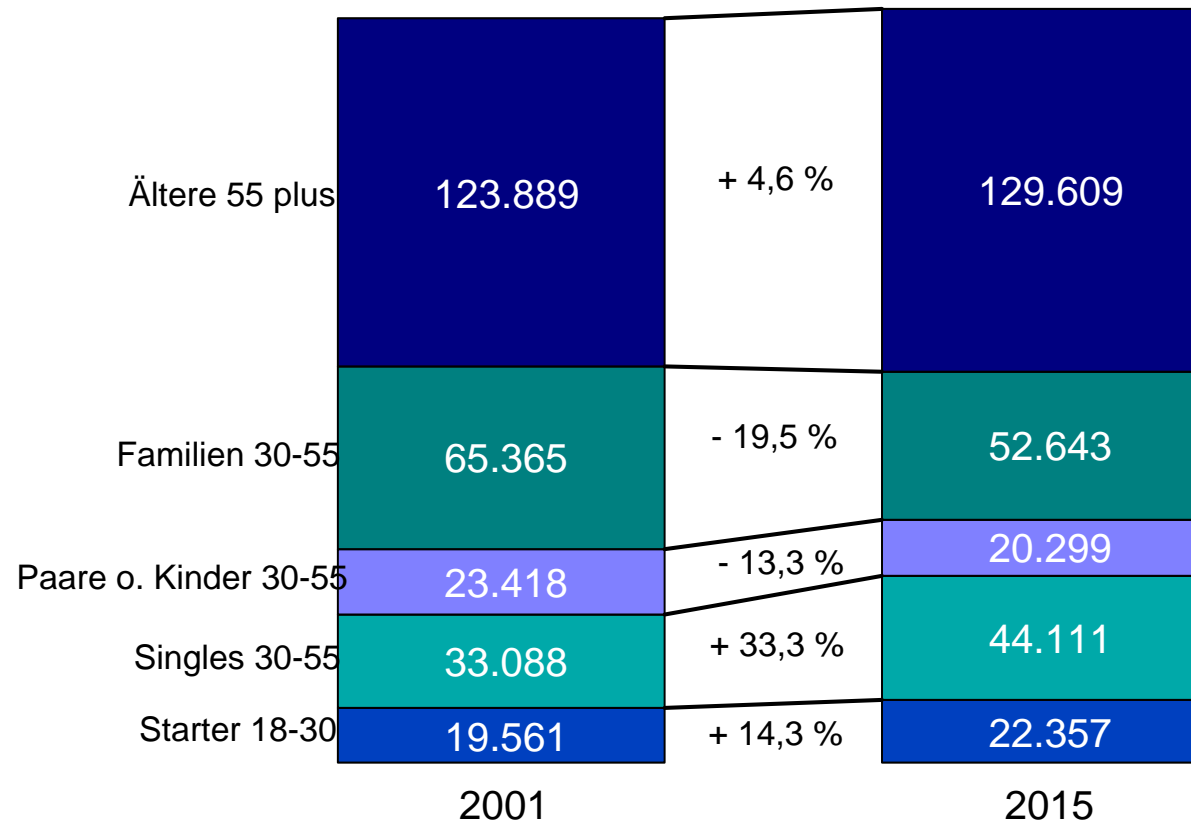
Der demographische Effekt: Entwicklung der Nachfrage nach klassischem Wohneigentum



Die Gesellschaft wird bunter: Privathaushalte in Deutschland



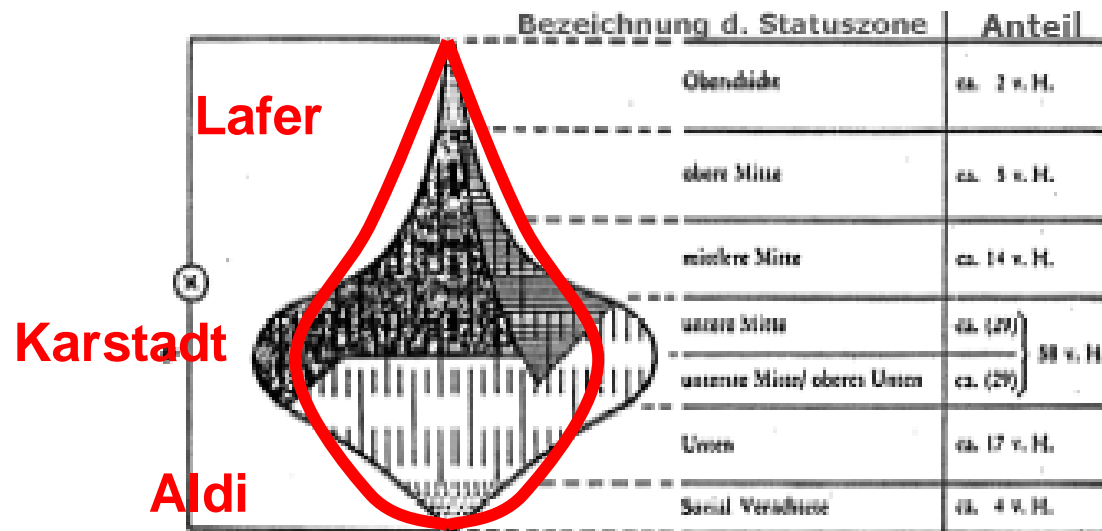
Nachfrageveränderungen: Wachsende und schrumpfende Zielgruppen (Beispiel Kreis Recklinhausen)



© InWIS F&B GmbH 2003




Quelle: Statistisches Landesamt NRW, Mikrozensus, eigene Berechnungen

Polarisierung der Einkommensstruktur



Statusaufbau und Schichtungen der Bevölkerung der BRD

Die Markierung in der breiten Mitte bedeuten:

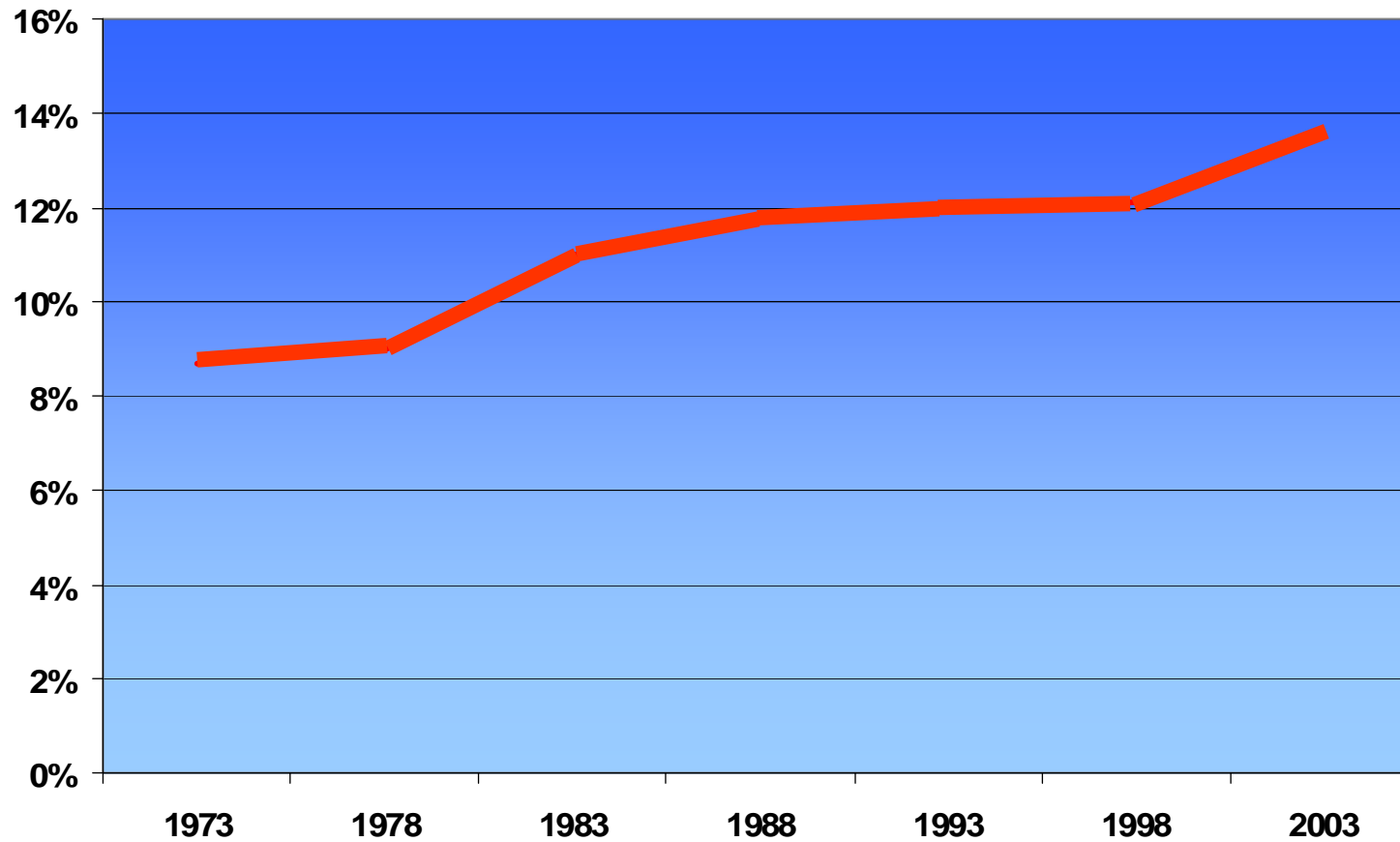
-  Angehörige des sog. neuen Mittelstands
-  Angehörige des sog. alten Mittelstands
-  Angehörige des sog. Arbeiterschaft

Punkte zeigen an, daß ein bestimmter gesellschaftlicher Status fixiert werden kann.
Senkrechte Striche weisen darauf hin, dass nur eine Zone bezeichnet werden kann, Innerhalb derer jemand etwas im Statusaufbau liegt.

- ⊗ = Mittlere Mitte nach den Vorstellungen der Bevölkerung
- = Mitte nach der Verteilung der Bevölkerung, 50 v. H. liegen oberhalb bzw. unterhalb im Statusaufbau

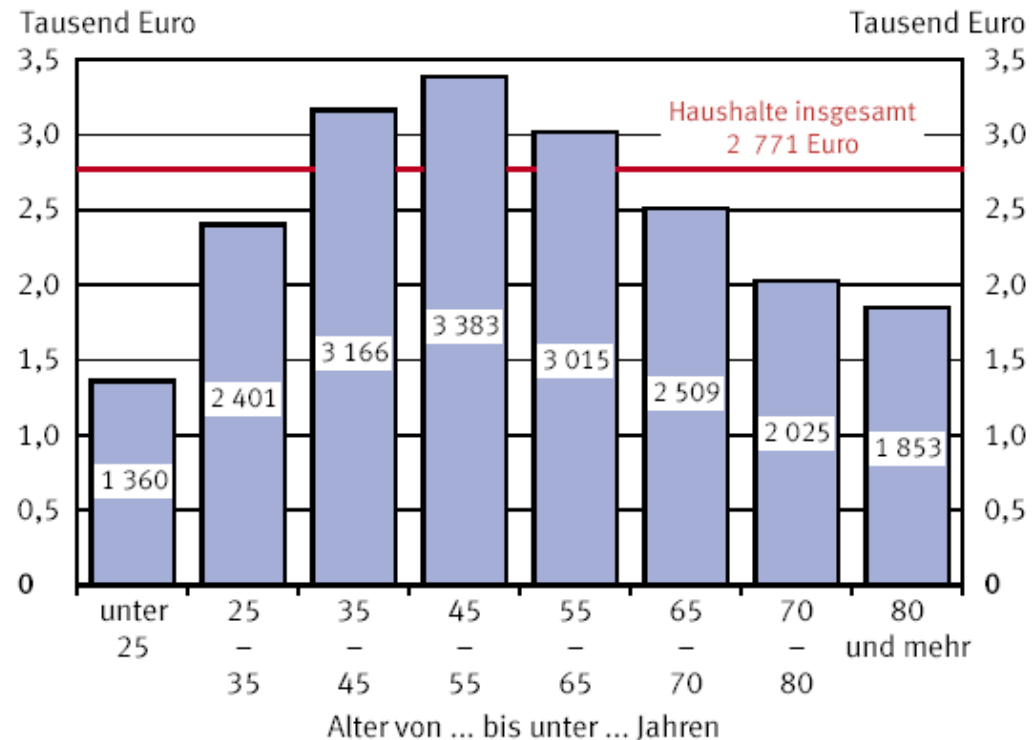
Die Armut nimmt in Deutschland seit Jahrzehnten kontinuierlich zu

Entwicklung der Armutsrisikoquote in Deutschland



Nettoeinkommen nach Alter

Nettoeinkommen privater Haushalte im 1. Halbjahr 2003
nach dem Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/-bezieherin
Ergebnis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro

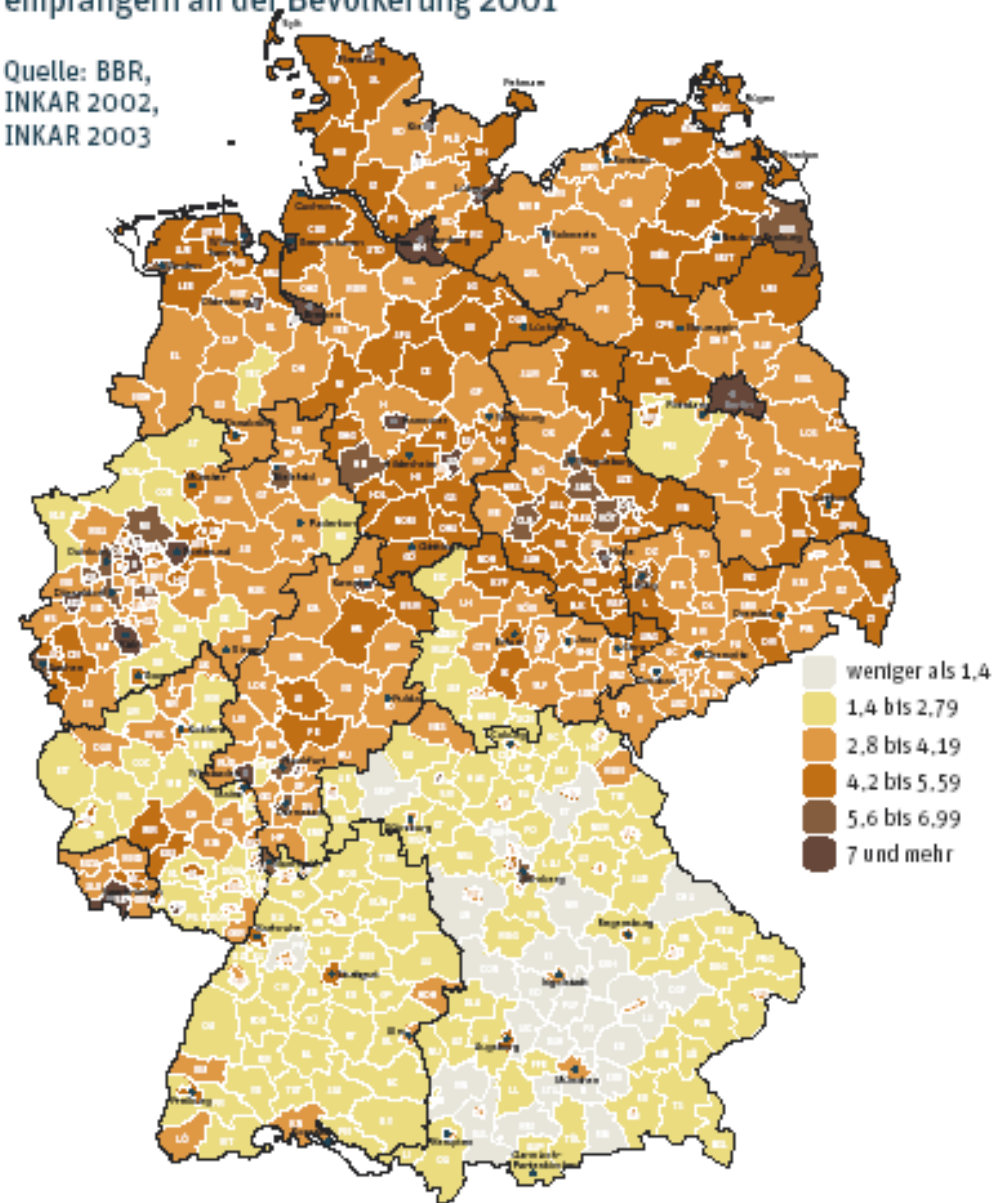


Statistisches Bundesamt 2004 - 15 - 1265

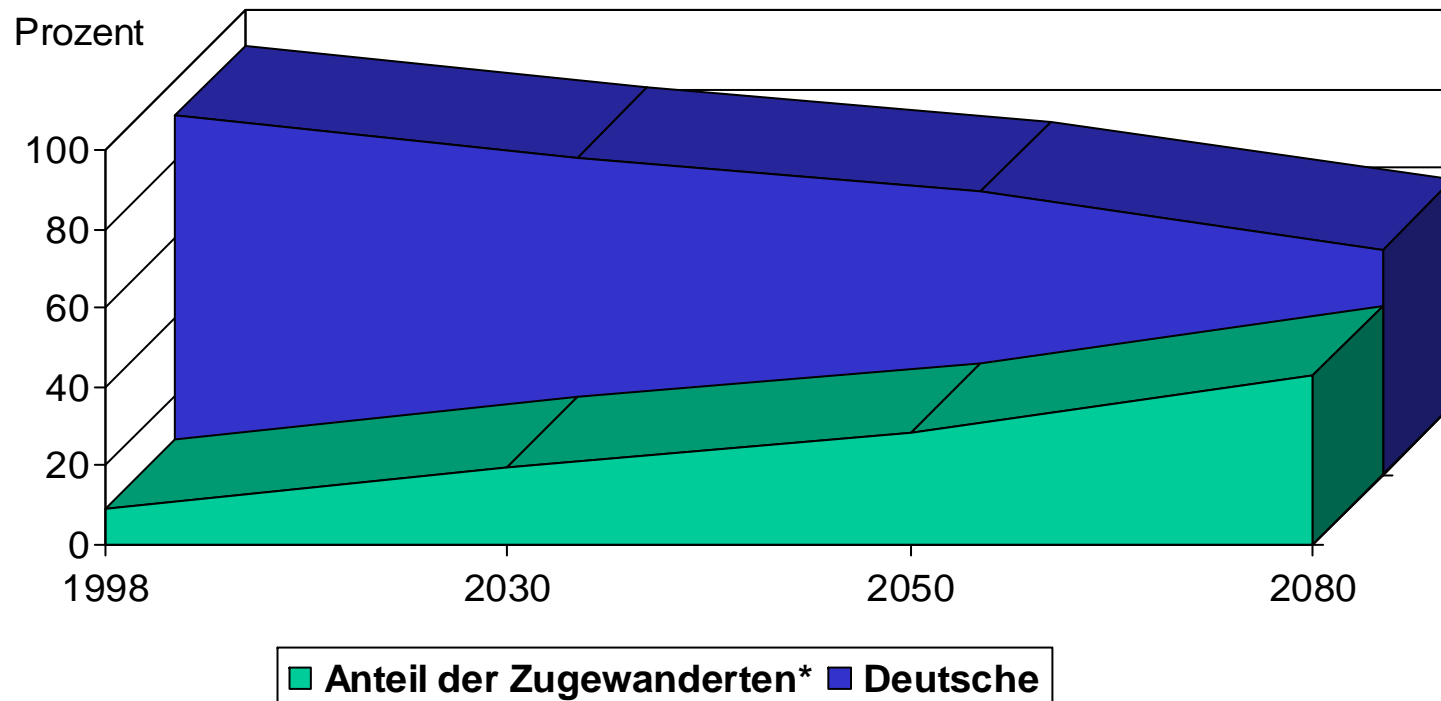
Prozentualer Anteil der Summe aus Arbeitslosen und Sozialhilfeempfängern an der Bevölkerung 2001

Quelle: BBR,
INKAR 2002,
INKAR 2003

Soziale Problemlagen: Süd-Nord- und Land-Stadt-Gefälle



Der Anteil der Zugewanderten nimmt zu



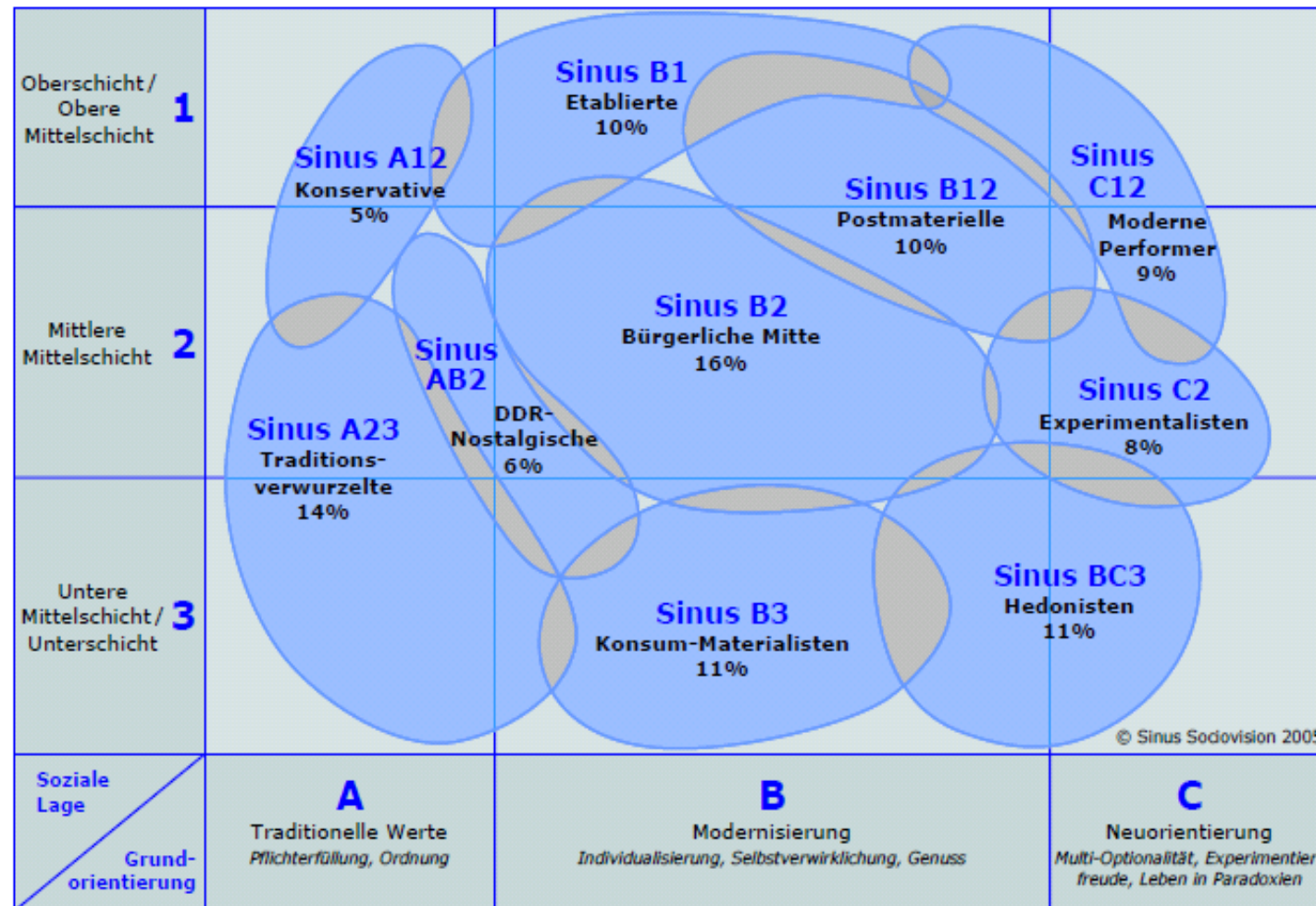
*ohne Berücksichtigung von Staatsbürgerschaftswechseln

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>Schmale Nischen für innovative Produkte.</p> <p>Wie finde ich auf diesen Märkten noch</p> |

Pluralisierung der Lebensstile und sozialen Milieus



Pluralisierung der Lebensstile und sozialen Milieus



Neue Produkttypen und Preisniveaus: Kleinere Nischen

| | Familien- wohnung | EFH für Kinder- reiche | Alleiner- ziehenden- wohnung | Single- wohnung | Single- Service- Wohnung | Freizeit- wohnung | Studenten- wohnung | Wohnge- meinschafts- wohnung |
|---------------|----------------------|------------------------------|------------------------------------|--------------------|--------------------------------|----------------------|-----------------------|------------------------------------|
| einfach | green | green | green | green | orange | orange | green | green |
| öff. gebunden | green | green | green | yellow | orange | yellow | yellow | yellow |
| mittel | yellow | green | orange | yellow | orange | green | orange | green |
| gehoben | orange | yellow | orange | green | yellow | green | orange | orange |
| Luxus | orange | orange | orange | yellow | green | green | 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 | green | green | yellow | yellow | orange | orange |
| öff. gebunden | orange | yellow | green | green | green | green | orange | orange |
| mittel | yellow | green | yellow | green | green | green | orange | yellow |
| gehoben | green | green | orange | yellow | yellow | green | yellow | green |
| Luxus | green | yellow | orange | orange | orange | yellow | green | orange |

Das „magische“ Fünfeck

