

Führung/Kommunikation

Wohnungsmarkt im Wandel – Zeit zu handeln!

Herausforderungen und wie Wohnungsbaugenossenschaften und -gesellschaften ihnen begegnen können

Unsere Gesellschaft wird immer älter. Verbesserte medizinische Versorgung und Lebensbedingungen sorgen für eine immer höhere Lebenserwartung. Hinzu kommt das Nachrücken der geburtenstarken Jahrgänge. Dem gegenüber steht eine seit Jahren niedrige Geburtenrate, was dazu führt, dass immer mehr ältere Menschen immer weniger Kinder gegenüberstehen. Schon bald wird dieser Wandel deutlich spürbar. Das statistische Bundesamt geht davon aus, dass bereits im Jahr 2040 der Anteil der über 60-jährigen 37,3% der Bevölkerung ausmachen wird, bei einem Anteil der unter 20-jährigen von 16,1%. Zum Vergleich: Im Jahr 2010 lag das Verhältnis noch bei 26,3% zu 18,4%, 1960 sogar noch bei 17,4% zu 28,4%.



Eine altersgerechte Ausstattung der Wohnung sowie innovative Wohnkonzepte sichern die Selbstständigkeit und Flexibilität von Senioren.

Unbestritten hat der demografische Wandel auch deutliche Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt. In den nächsten Jahrzehnten wird hier es zu einer spürbaren Nachfrageverschiebung kommen. Zum einen wird die Nachfrage nach Senioren-Residenzen, Pflegeheimen und modernen alternativen Wohnformen steigen. Zum anderen möchte aber der Großteil der Generation 50plus den Lebensabend in ihren eigenen „gewohnten“ vier Wänden verbringen. Damit steigt auch enorm der Bedarf an altengerechten, also barrierefreien bzw. barrierearmen Wohnungen und wohnbegleitenden Serviceleistungen. Eine Schlüsselrolle werden hier innovative Wohnkonzepte für Senioren einnehmen. Beispielhafte Projekte wie das Hasenberg der GWG München oder Osterholz-Tenever der Gewoba in Bremen zeigen, dass der Schritt von anonymen Großbausiedlungen der 1960er Jahre zu barrierefreien und altersgerechten Quartieren durchaus machbar ist. Das Ergebnis: Bunt gemischte Quartiere eingebettet in ein ansprechendes Wohnumfeld – keine Spur mehr von der Tristesse einer Hochhausiedlung. Parallel dazu werden Wohnungen für junge Familien an Bedeutung verlieren. Auch an die Kommunikation mit neuen als auch mit bestehenden Mietern stellt der



Treppenstufen, Türschwellen oder schmale Türen können zu beinahe unüberwindbaren Barrieren werden.

demografische Wandel neue Anforderungen. Welche Konsequenzen ergeben sich nun aber konkret für Wohnungsbaugenossenschaften und -gesellschaften? Wie sieht es bei bestehenden Wohnobjekten aus? Über 90 Prozent der älteren Menschen leben zurzeit in ihren eigenen vier Wänden – sei es im Eigenheim oder zur Miete – anstatt in einem Pflegeheim oder einer vergleichbaren Einrichtung. Den meisten ist es wichtig, so lange wie möglich in ihrer vertrauten Umgebung zu bleiben und sich damit ein Stück ihrer Selbständigkeit zu erhalten, selbst wenn sie auf Hilfe angewiesen sind. Doch gerade Treppenstufen, Türschwellen oder zu schmale Türen können zu beinahe unüberwindbaren Barrieren werden. Derzeit sind nur etwa 5% der Wohnungen mit Mietern der älteren Generation seniorengerecht ausgestattet. Bei bestehenden Wohnobjekten geht es also darum, diese Mieter, die oft seit Jahrzehnten in ihren Wohnungen leben, zu halten und ihnen eine Alternative zum Umzug

ins Heim zu bieten. Geschehen kann dies durch den Umbau der Wohnungen hin zu barrierefreien oder zumindest barrierearmen Wohnungen (siehe oben aufgeführte Maßnahmen). Zusätzlich bieten sich aber noch einige weitere wohnbegleitende Dienstleistungen. So kann die Vermittlung von Essens-Bringdiensten oder Pflegediensten eine wertvolle Unterstützung für die Mieter in ihrem Alltag sein. Einrichtungen wie z. B. die Johanniter u. a. bieten umfangreiche Gesamtpakete, die neben den genannten Angeboten auch Krankenfahrten, Hilfe im Haushalt, bei Einkäufen oder Arztbesuchen sowie den Hausnotruf umfassen. Dank letzterem kann mit Hilfe eines mobilen Senders, der als Kette oder Armband am Körper getragen wird, jederzeit Hilfe angefordert werden. So wird den Mietern ein Leben mit einem Höchstmaß an Unabhängigkeit und Selbstbestimmung bei gleichzeitiger Betreuung und Sicherheit gewährleistet. Auch Projekte der Nachbarschaftshilfe, gefördert durch die Hausverwaltung, tragen zur Bindung aller Mieter an das Objekt bei. So optimierte Wohnangebote helfen natürlich auch dabei, neue Mieter der älteren Generation zu gewinnen. Ein wichtiger Baustein bei allen Angeboten ist die Information der Mieter. Hier können Ratgeber in Form von Broschüren, Mieterzeitung oder auch die Website dazu dienen, das Angebotsspektrum vorzustellen. Die Experten von der STOLPUNDFRIENDS Marketing-Gesellschaft verfügen über langjährige Erfahrung in diesem Bereich und sorgen dafür, dass die Angebote der Wohnungsbaugenossenschaften und -gesellschaften zielgruppenorientiert und optimal kommuniziert werden.

Bei Neubauprojekten liegt es dagegen auf der Hand, sich schon bei der Planung an den Anforderungen der Generation 50plus zu orientieren. Das fängt bereits bei der Lage der Wohnobjekte an. Eine zentrale Lage mit einer guten medizinischen Versorgung und Einkaufsmöglichkeiten um die Ecke sowie einer optimalen Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr bieten gute Argumente, um neue Mieter der älteren Generation zu überzeugen. Ebenso sollten die Wohnungen barrierefrei ausgestattet werden. Aufzüge, Automattüren, ebenerdige Eingänge, breite Türdurchgänge, stufenlose Wohnungen, eine barrierefreie Dusche, Haltegriffe im Bad und Steckdosen in Griffhöhe sind nur einige der Maßnahmen. Zusätzlich bieten Kooperationen mit sozialen Dienstleistern, ein Hausnotruf und ähnliche Angebote (siehe auch folgender Absatz) einen hohen Zusatznutzen. Auch neue Wohnprojekte, die für generationenübergreifendes Wohnen geeignet sind, werden verstärkten Zuspruch finden. Hier hat jeder Mieter seinen eigenen Rückzugsraum, ein gemeinsamer Koch- und Wohnbereich fördert aber das soziale Miteinander, das ebenfalls durch Hilfestellung von außen unterstützt werden kann. Auch für die Vermarktung des Wohnraums ergeben sich neue Anforderungen. Die Generation 50plus muss anders angesprochen werden als junge Mieter. Meist ist sie sehr gut informiert und eher misstrauisch, zeitlich und teilweise finanziell unabhängig und legt viel Wert auf Komfort, Kompetenz und Authentizität. Eine persönliche Ansprache, qualifizierte Informationen, viele Details, überzeugende Argumente und natürlich die Qualität des Angebots an sich schaffen hier Interesse und Vertrauen. Unterstützung erhalten Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften von Kommunikationsprofis wie der STOLPUNDFRIENDS, die gemeinsam mit ihren Kunden überzeugende Konzepte zur Neugewinnung von Mietern der Generation 50plus entwickelt.

Im Deutschen Architekturmuseum Frankfurt findet derzeit eine Ausstellung unter dem Motto „Netzwerk Wohnen. Architektur für Generationen“ statt, die noch bis zum 19. Mai zu sehen ist.

Weitere Informationen zum Thema:

www.serviceportal-zuhause-im-alter.de

www.destatis.de

www.bpb.de

www4.architektur.uni-siegen.de/symposium/2009/pdfs/schroeteler-von-brandt_web.pdf

Rene Künzli, „Die Zukunft der Altersgesellschaft: Analysen und Visionen“, Wallstein Verlag, 2005

Weitere Informationen zu

STOLPUNDFRIENDS:

www.stolpundfriends.de