

OIZ INTERVIEW

NEUE MARKTCHANCEN FÜR DIE WOHNUNGSWIRTSCHAFT



Foto: Maerki

Daniel Maerki: „Neue Wohnformen werden entstehen. Dazu gehört die Entwicklung großer Wohngemeinschaften. Nicht aus einem romantischen Gedanken heraus, sondern aus ganz zweckmäßigen Gründen.“

bringen. Wer es schafft, sich durch neue Angebote ein Alleinstellungsmerkmal aufzubauen, könne künftig auch eine höhere Wertschöpfung erzielen.

OIZ: Sie sagen, dass mit sozialen Veränderungen neue Wohn-Bedürfnisse aufkommen. Was ändert sich?

Maerki: Es genügt nicht mehr, nur Wohnhüllen zur Verfügung zu stellen – egal, ob im Miet- oder Eigentumsverhältnis. Es müssen Wohnangebote sein. Diese beinhalten verschiedene Dimensionen, die stetig miteinander vernetzt werden.

OIZ: Welche Dimensionen sind das?

Maerki: Technologie, Dienstleistung, Wohnumfeld und Gemeinschaftsangebote. Die Vernetzung dieser vier Bereiche wird in Zukunft wichtiger. Es geht nicht mehr nur um die Lage und Ausstattung, sondern um all diese zusätzlichen Dimensionen, die auch stark in die Vermarktung einbezogen werden müssen. Wohnen wird komplexer. Wohnbaugesellschaften sollten diese Entwicklung bei der Ausarbeitung ihrer Angebote berücksichtigen.

OIZ: Was macht die ganze Geschichte komplexer?

Maerki: Entwicklungen, wie die Zunahme von Scheidungen und Single-Haushal-

ten, die immer älter werdende Gesellschaft, Patch-Work-Familien und temporäre Wohnwechsel rufen nach flexibleren Lösungen. Die Haushaltgrößen werden kleiner und damit steigt die Bedeutung von Gemeinschaftsräumen in Gebäuden – sowohl aus sozialen als auch ökonomischen Überlegungen. Das Erdgeschoß, das sich ohnehin nicht leicht vermarkten lässt, eignet sich perfekt für gemeinschaftlich nutzbare Aufenthaltsräume. Das reicht von der Sauna über den Fitness- bis hin zum Veranstaltungsraum und noch weiter, sogar bis zum gemeinsamen Fuhrpark.

Beim Wohnen gibt es nicht mehr die Konstanz von früher, wo man Wohnentscheidungen für das restliche Leben getroffen hat. Heute ist alles viel dynamischer und diese Entwicklung wird zunehmen.

Wir bewegen uns im Immobiliengeschäft von einem Investitionsgüter- zu einem Konsumgütermarkt. Das Eigenheim hat einen Zwecknutzen. Wenn ich eine Wohnung nicht mehr brauche oder sie nicht mehr passt, stoße ich sie ab; das gilt auch für Eigentumswohnungen. Wir bewegen uns in eine Auktionsgesellschaft, das heißt, ich kaufe etwas, nutze es und, wenn ich es nicht mehr nutze, verkaufe ich es bei ebay. Genauso wird es mit den Wohnungen werden – abgesehen natürlich von der Wohnung als Wertanlage.

OIZ: Gibt es in Wien bereits Projekte, die dieser Entwicklung Rechnung tragen?

Maerki: Zahlreiche dieser Ideen sind nicht neu und wurden vereinzelt auch schon früher umgesetzt. Die Wohnbase von Raiffeisen evolution, die wir mitentwickelt haben, geht zum Beispiel in diese Richtung.

Bauträger sind gut beraten, bei der Entwicklung neuer Projekte einen Blick in die Zukunft zu werfen. Wertsichere, nachhaltige Immobilienprojekte reflektieren Trends von morgen und setzen diese bereits heute um.

Die Gesellschaft befindet sich in einem ständigen Wandel, der auch Auswirkungen auf das Wohnen hat: Neue Lebenskonzepte erfordern schließlich neue Wohnideen. Ein stärkerer Fokus auf den gesellschaftlichen Wandel und auf Innovationen im Wohnbereich könne eine enorme Chance für die Akteure der Wohnungswirtschaft bedeuten, so Daniel Maerki, Geschäftsführer der smart living consulting gmbh, die sich auf Innovationsberatung und Technologieentwicklung (Smart Home Solution) spezialisiert hat. Bisher gültige Standardlösungen werden seiner Ansicht nach in Zukunft zu wenig sein, um die Komplexität der Anforderungen unter einen Hut zu

OIZ: Welche Rolle spielt Technologie in der Wohnform der Zukunft?

Maerki: Es geht nicht darum, tolle Datenvernetzungen zu haben, sondern die Technologie in den Anwendungskontext der Nutzer zu integrieren. Alle diese Angebote – also Dienstleistung, Technologie und Gemeinschaft – müssen auf die Bedürfnisse der Nutzer abgestimmt sein. Der Markt entwickelt sich diesbezüglich von einem Angebote- zu einem Nachfragemarkt.

OIZ: Was bedeutete das konkret?

Maerki: Früher hat sich der Käufer nach dem Markt richten müssen, jetzt muss sich der Markt nach dem Käufer richten. Wer heute Wohnungen anbietet, muss sich auf die Nachfrage einstellen und bei Angebot und Kommunikation sehr zielgruppenspezifisch vorgehen. Jeder Bauträger sollte sich vor Beginn der Planung überlegen, wen er ansprechen, welche Funktionalitäten er anbieten und wie er sein Projekt kommunizieren will. Ein Bauträger muss sich strategisch positionieren. Er muss eine Dramaturgie des Wohnens herstellen, eine Story zu seinem Wohnangebot erzählen, das Wohnen als Erlebnis verkaufen. Das ist der Trend der Zukunft. Dem steht aber gegenüber, dass das Wohnen mehr denn je leistungsfähig bleiben muss. Diese Herausforderung gilt es zu bewältigen. Wir müssen uns überlegen, wie man eine zufriedenstellende Lösung für alle Bevölkerungsschichten finden kann.

OIZ: Wird vom Wohnen in der Zukunft gesprochen, fällt immer wieder das Wort „smart“. Was ist darunter zu verstehen?

Maerki: Wir sprechen von „Smart Living“. Das ist nicht mit „Smart Home“ und der einseitigen Ausrichtung auf Technologie, an die sich der Nutzer anzupassen hat, gleichzusetzen. Smart Living stellt den Bewohner in den Fokus. Wir sagen: Man muss die Bedürfnisse der Bewohner kennen. Wenn man den Käufer oder Mieter einer Wohnung auch nicht kennt, kann man doch versuchen, zielgruppenspezi-

fische oder situative Angebote zu entwickeln.

OIZ: Was verstehen sie unter „flexiblen Wohnstrukturen“? Verrückbare Wände?

Maerki: Es gibt verschiedenste Möglichkeiten, Flexibilität bieten. Es gibt ein „verrücktes“ Konzept, das an der Außenfassade einen flexiblen Zusatzraum vorsieht, der mittels Liftsystem je nach Bedarf an die jeweilige Wohnung angedockt werden kann. Flexible Wandelemente spielen auch eine Rolle, aber ich messe dem nicht allzu viel Bedeutung bei. Manche sagen, dass es wichtig ist, die Funktionalität der Räume nicht vorzugeben; das heißt, wenn möglich lauter gleich große Räume zu bieten. Flexible Wohnstrukturen zu haben, bedeutet auch, bei Bedarf halböffentliche Räume im Gebäude nutzen zu können. Wir stellen weiters fest, dass die Wohnzufriedenheit mit dem Angebot an Gemeinschaftsangeboten steigt – unabhängig davon, wie häufig sie genutzt werden. Zudem nimmt das Bedürfnis nach eigener Gestaltung im Wohnbereich dramatisch zu.

Flexibilitätsanfordernisse ernst zu nehmen heißt, sich mit Zukunftsentwicklungen auseinanderzusetzen. Die an einem Bauprozess Beteiligten werden mehr. Zukunftsforscher, Soziologen und Ökologen sind Personen, die hierbei bedeutende Rollen spielen können. Man braucht künftig viel mehr Markt- und Trendforschung, Produkt- und Strategieentwicklung sowie Marketing und Kommunikation.

OIZ: Welche Rolle spielt die Lage?

Maerki: Es zeichnet sich die Entwicklung ab, dass das Quartier immer wichtiger wird. „Lage, Lage, Lage“ gilt auch heute noch, aber gerade diese begehrten Lagen werden immer knapper und enger und daher rare Güter. Man ist gezwungen, auf andere Bereiche auszuweichen. Bei der Vermarktung genügt daher das Thema Lage allein nicht. Es müssen ergänzende Faktoren hinzukommen, die das Interesse der Bewohner wecken.



Foto: Raiffeisen evolution

Raiffeisen evolution feierte Anfang Dezember 2008 mit ihrem GU-Partner STRABAG die Dachgleiche des dritten und letzten Bauteils des Projekts WOHN-BASE Döbling. Termin für die Fertigstellung ist Sommer/Herbst 2009.

INFO

Die „Smart Living Consulting GmbH“ wurde 2006 gegründet. Sie bildet gemeinsam mit dem 2005 gestarteten „Institut für Foresight und systemische Innovation IFSI“ das Institut fernlicht, ein internationales Kompetenzzentrum für Zukunft und Lebenswelten mit den Schwerpunkten Zukunftsforschung und Innovationsberatung.

DAS PROJEKT

Im Vordergrund des WOHN-BASE©-Modells steht die Idee des gemeinschaftlichen Wohnens im Rahmen einer aktiven, miteinander kommunizierenden Hausgemeinschaft. Das hauseigene Intranetportal fördert die Kommunikation innerhalb der Anlage. Weitere Elemente sind Homeworking, Komfort, Kosteneinsparung, Sicherheit und Unterhaltung: Diese finden sich unter anderem in Gemeinschaftseinrichtungen wie der Shop-Base, einem Büro (Office-Base) sowie Wellness- und Fitness-Bereichen. Das WOHN-BASE©-Konzept wurde in der Bandgasse im 7. Wiener Gemeindebezirk erstmals umgesetzt.