

# Zukunftsinitiative Wohnen im Bestand

Eine Projekt- und Wirtschaftsinitiative von  
A.GE Agentur für Generationen-Marketing



## 1. Zukunftsinitiative Wohnen im Bestand

Die Zukunftsinitiative Wohnen im Bestand (ZiWiB) ist eine Wirtschaftsinitiative. ZiWiB ist ein Praxisprojekt der A.GE - Agentur für Generationen-Marketing mit einem Konsortium ausgewählter Partner der Wirtschaft.

Das Ziel der ZiWiB ist die Erprobung und Marktdemonstration eines Zukunftsmodells Wohnen im Bestand. Gezeigt werden soll, dass die barrierearme Modernisierung und Anpassung der Wohnungsbestände, in der vom ZiWiB Konsortium geplanten 100.000 Haushalte-Kampagne, sinnvoll umgesetzt werden kann.

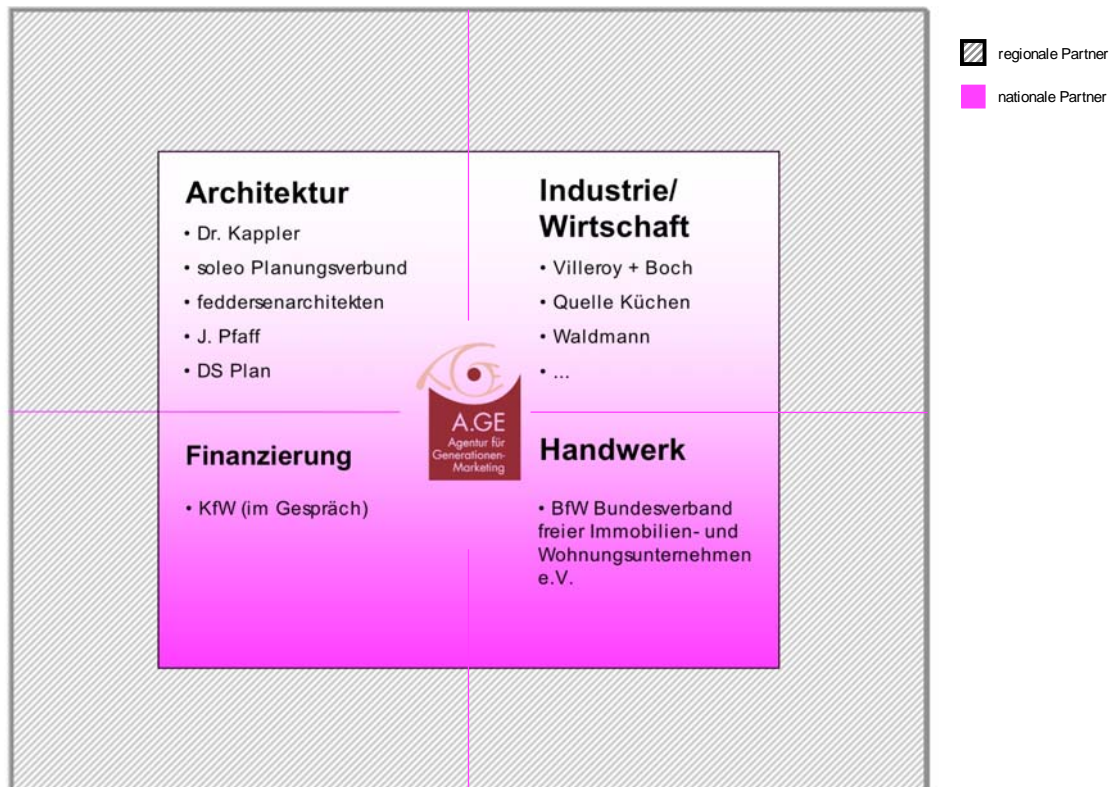
Erstmals werden innovative architektonische Konzepte, innovative Produkte der Industrie, Dienstleistungs- und Finanzierungsangebote für das Wohnen im Alter gemeinsam realisiert. Weitere Wertschöpfungsperspektiven für die Wohnungswirtschaft (Haushaltsnahe Services, ambulante medizinische Dienste) und Quartierslösungen sollen ebenfalls in diesem Praxisprojekt erprobt werden.

Der Charme dieser Wirtschaftsinitiative ist die „Alles aus einer Hand“ Philosophie, sind die zentralen und dezentralen Lösungen exzellenter Partner zugunsten eines zukunftsfähigen Marktmodells für die Wohnungswirtschaft und zum Wohle ihrer älterer Mieter.

Von den 39 Millionen Wohnungen in Deutschland sind lediglich 250.000 Wohnungen altersgerecht! ZiWiB ist die Antwort für den einzelnen Wohnungs- und Hauseigentümer, vor allem für die Wohnungswirtschaft, wenn es darum geht Leerstände zu vermeiden und den Wohnungsbestand demografie-fit zu machen.



## 2.1 Projektpartner-Struktur



© A.G.E.

7

## 2.2 Projektpartner-Struktur

ZiWiB ist sowohl national als auch regional organisiert. Die Nationalpartner sind maßgeblich Industrie- und Verbandspartner. Die Regionalpartner sind die jeweiligen Wirtschaftstreibenden aus den Handwerksberufen, der Bauwirtschaft, der privaten Immobilieneigentümer.

Hinzu kommen Partner aus den Verbänden, Handwerkskammern, Verbände/Genossenschaften der Wohnungswirtschaft, Partner aus dem Medienbereich und Partner aus die dem erweiterten Bereich der Bausteine 2 und 3 zuzuordnen sind. Dies sind ambulante Dienste, Dienstleister aus dem Hauswirtschaftlichen Bereich, aus dem Facility-Management und aus allgemeine Servicedienstleister.

© A.G.E.

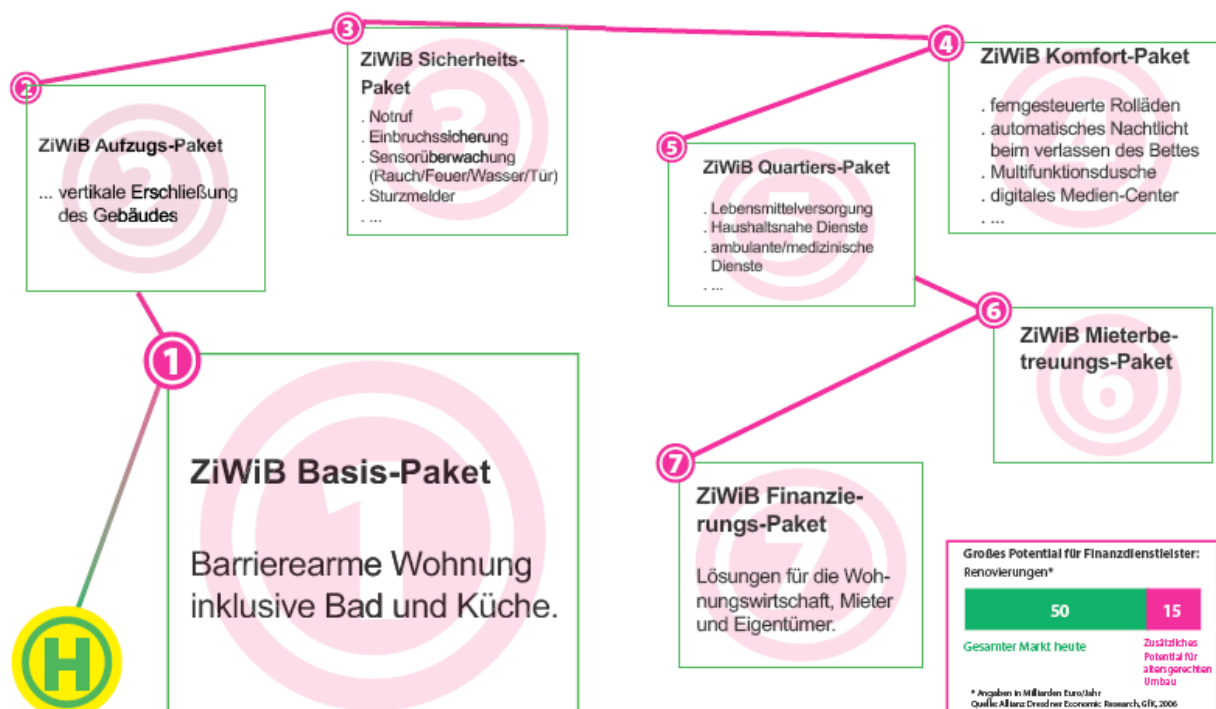
8

## 2.2 Projektpartner-Struktur

Ergänzt kann dies werden durch Partner aus dem Finanzierungsbereich, regionale Sparkassen und/oder Bankinstitute, regionale Versicherungsgesellschaften. Unterstützung insbesondere im Bereich der Kommunikation durch die Kommunen, durch die regionale Politik und durch Multiplikatoren sind erwünscht.

Die nationalen starken Marken sichern die nationale Umsetzung des ZiWiB-Gedankens in einer einheitlichen Form und Qualität. Die regionale Struktur und Zusammenarbeit ist wichtig für die Nähe zum Kunden/Mieter und für die handwerkliche Umsetzung. Eine regionale Projektstruktur sichert die Verankerung des ZiWiB-Gedankens in der jeweiligen Gemeinde und ist unerlässlich für Baustein 3 der ZiWiB-Initiative - die Quartierslösung.

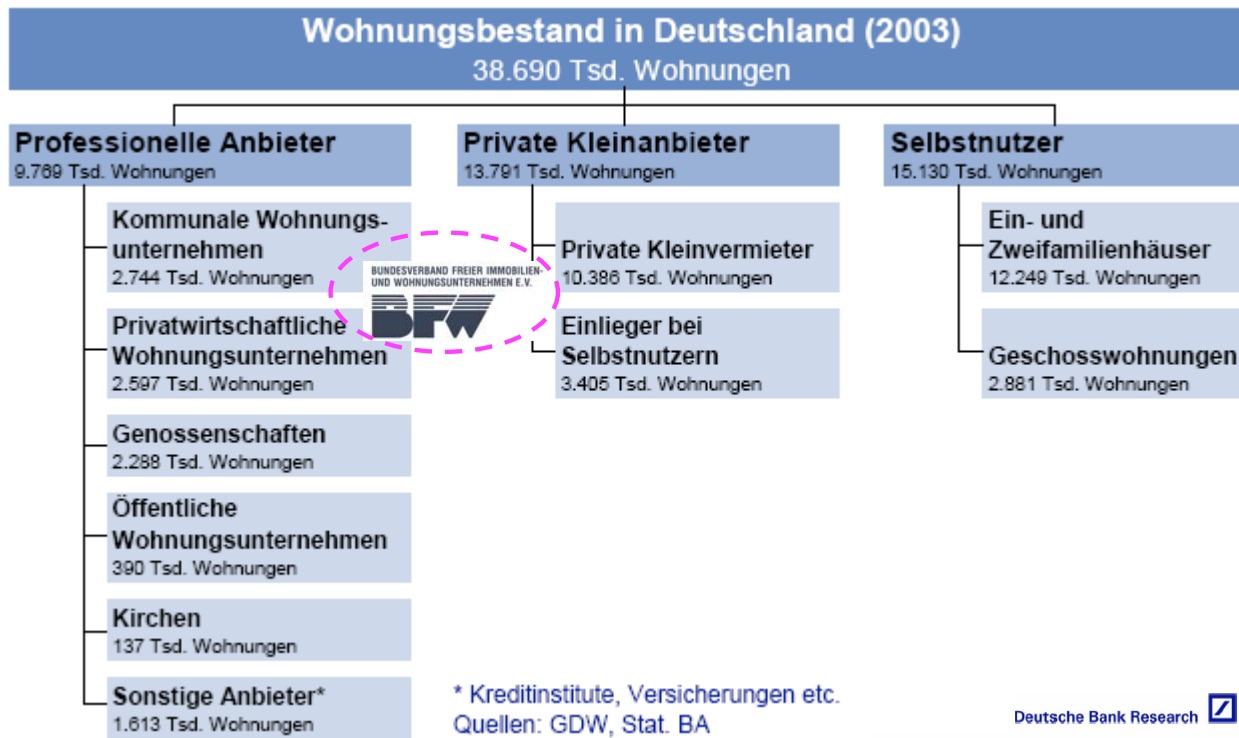
## 2.3 ZiWiB Fahrplan



- 1) 95 % der Älteren wollen in den eigenen vier Wänden alt werden. Auch bei Pflegebedürftigkeit.
- 2) Ältere Menschen wohnen im Durchschnitt mehr als 15 Jahre in der angestammten Wohnung.
- 3) Diese Wohnungen wurden meist lange nicht mehr modernisiert.
- 4) Ältere Mieter sind treue, zuverlässige und vor allem **solvente** Mieter.
- 5) Der Anteil der älteren Mieter steigt kontinuierlich. Die Anzahl der 75plus sogar überproportional.
- 6) Mit zunehmendem Alter wird die Wohnung zum Lebensmittelpunkt.
- 7) Mit zunehmendem Alter steigt das Risiko der Hilfe- und Pflegebedürftigkeit.
- 8) Die geplante Reform der Pflegeversicherung dürfte primär zu einem erhöhten Nachfragepotenzial für häusliche Pflege- und Betreuungsangebote führen.
- 9) 70 % der Pflegebedürftigen werden zu Hause versorgt.
- 10) Das familiäre Hilfepotenzial nimmt kontinuierlich ab.



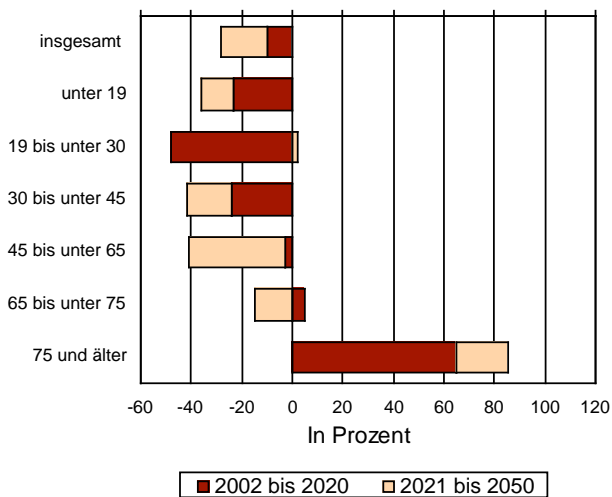
### 3.1 Struktur des Wohnungsbestandes in Deutschland 2003



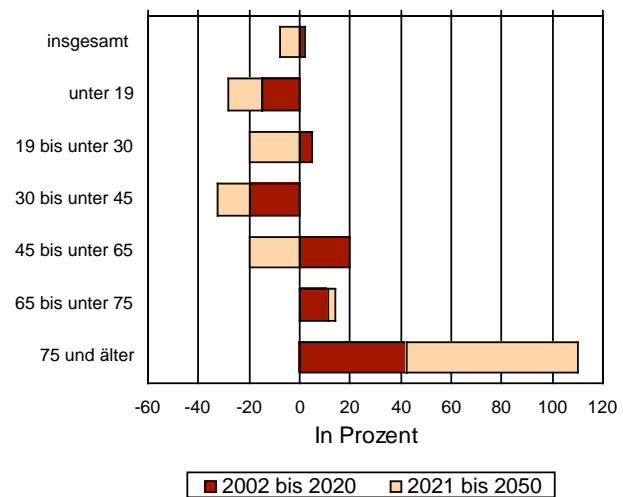
### 3.2 Anteilige Veränderung der einzelnen Altersgruppen bis 2050 in Ost- und Westdeutschland (jeweils ohne Berlin)



#### Ostdeutschland



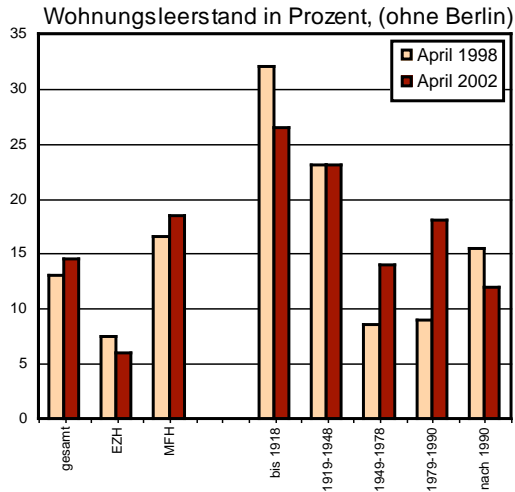
#### Westdeutschland



Quelle: Stat. Bundesamt 2003, 10. Koord. Bevölkerungsvorausrechnung (Var. 5)

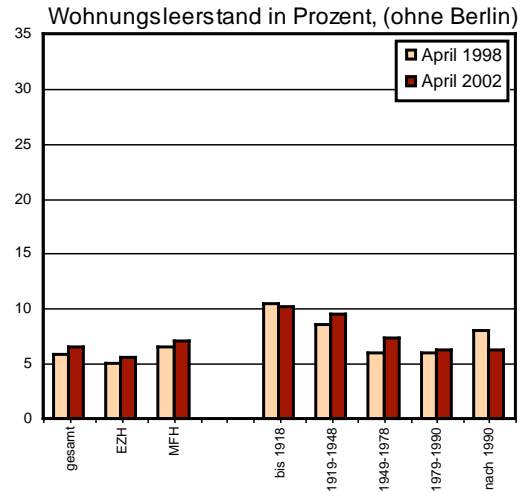
### 3.3 Wohnungsleerstände

#### Ostdeutschland



Bauartklassen nur MFH

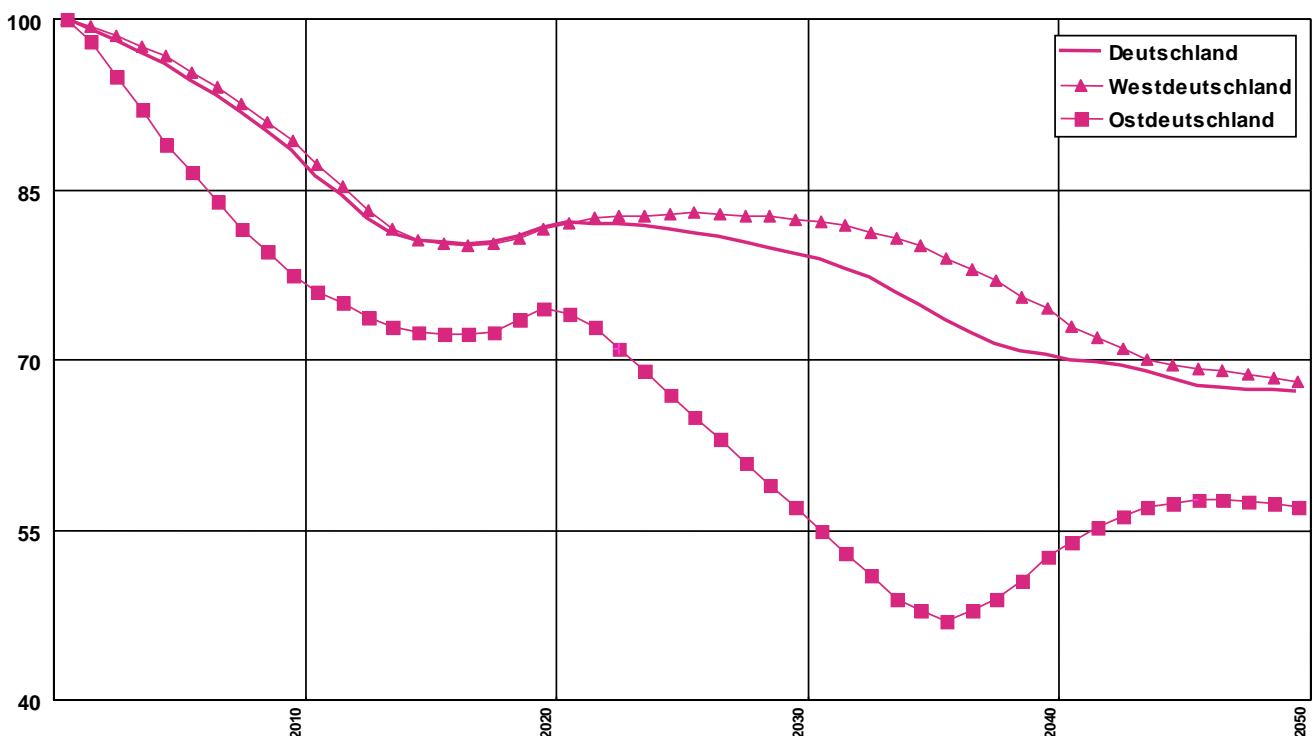
#### Westdeutschland



Bauartklassen nur MFH

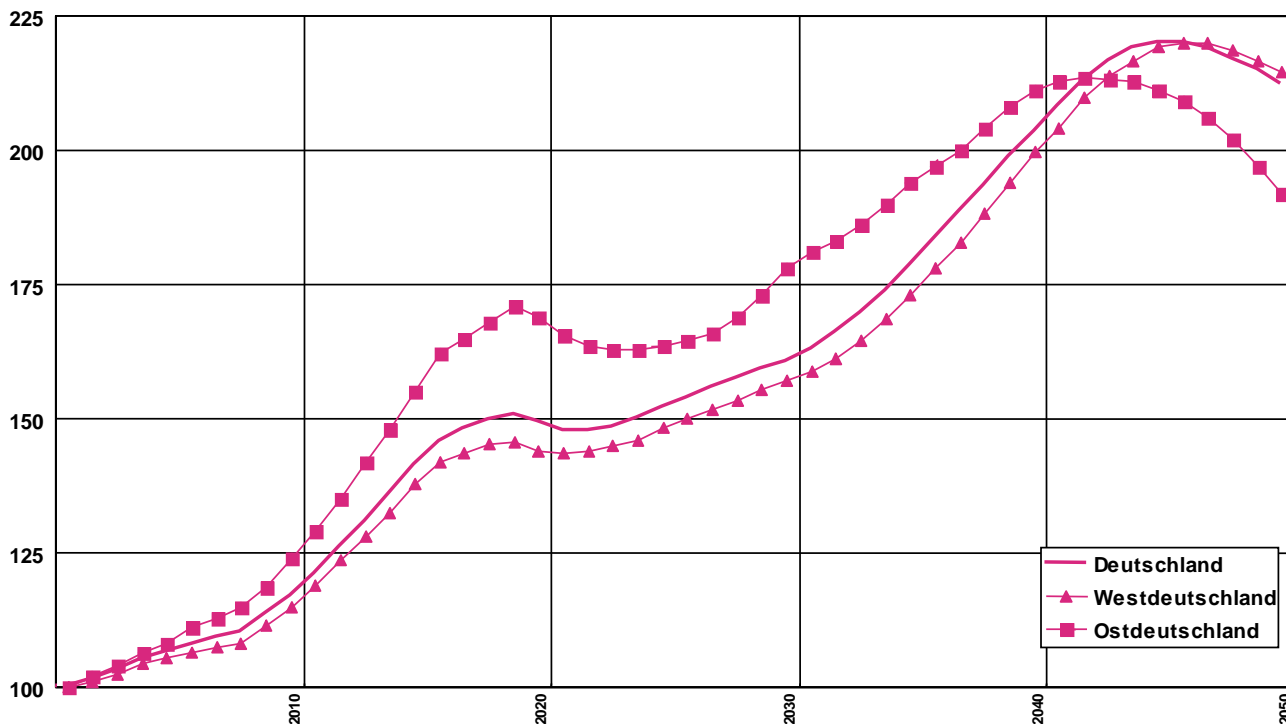
Quelle: Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e.V., Dresden

### 3.4 Entwicklung des demographischen Potenzials für Eigentumsbildung und Miete (30-45-jährige)



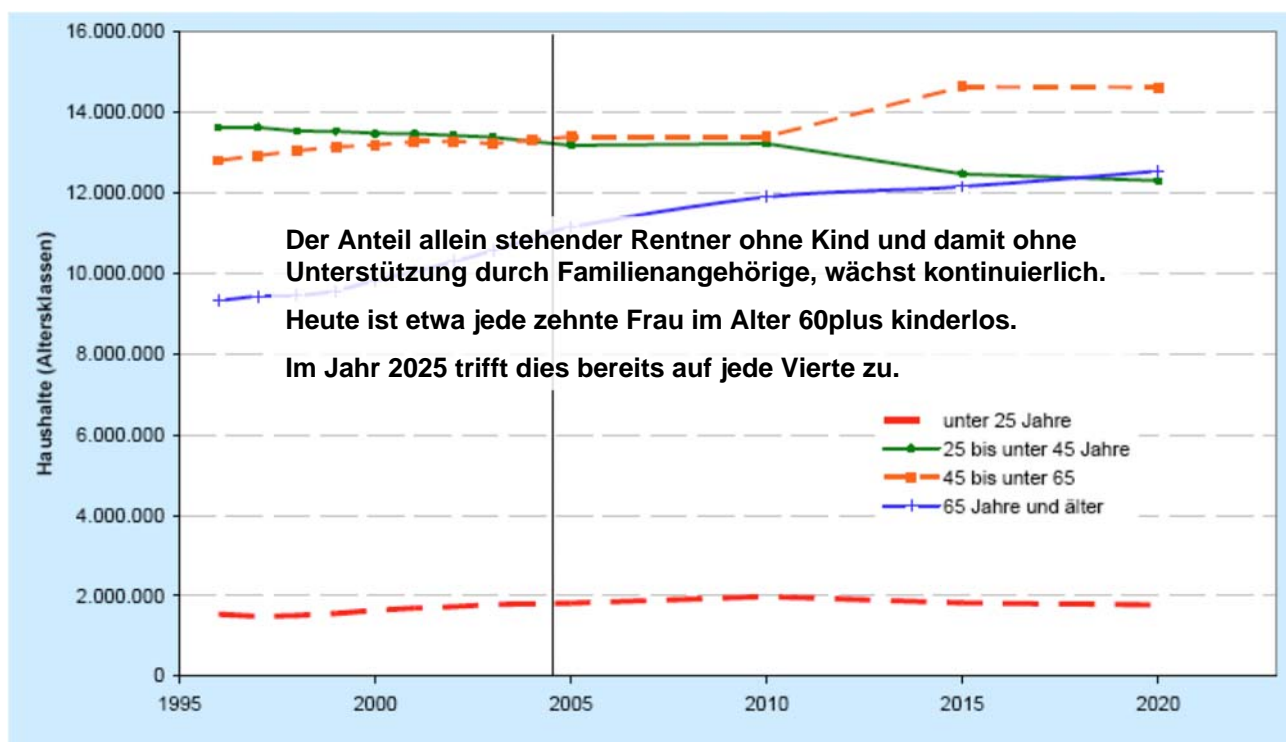
Quelle: Stat. Bundesamt 2003, 10. Koord. Bevölkerungsvorausrechnung (Var. 5) für Ost- und Westdeutschland ohne Berlin

### 3.5 Entwicklung des demographischen Potenzials für altersgerechtes Wohnen (75plus)



Quelle: Stat. Bundesamt 2003, 10. Koord. Bevölkerungsvorausrechnung (Var. 5) für Ost- und Westdeutschland ohne Berlin

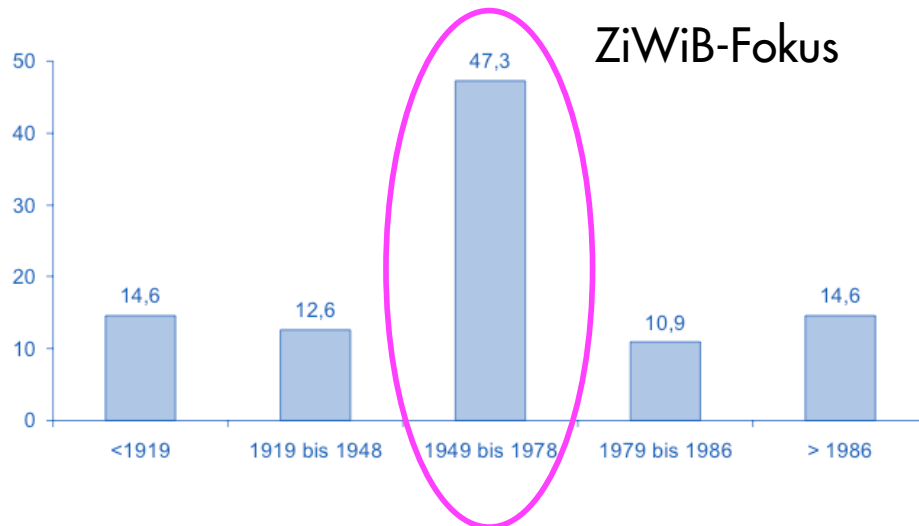
### 3.6 Die Struktur des Alters in Deutschland



**Der Anteil allein stehender Rentner ohne Kind und damit ohne Unterstützung durch Familienangehörige, wächst kontinuierlich.  
Heute ist etwa jede zehnte Frau im Alter 60plus kinderlos.  
Im Jahr 2025 trifft dies bereits auf jede Vierte zu.**

## 3.7 Baujahr des deutschen Wohnimmobilienbestandes

### Prozent des Gesamtbestandes



Quelle: Housing Statistics in the European Union 2004

## 3.8 Zukunftsmarkt „Wohnen im Alter“

### Großes Potenzial für Finanzdienstleister

#### Renovierungen\*



#### Dienstleistungen\*



\* Angaben in Milliarden Euro/Jahr

Quelle: Allianz Dresdner  
Economic Research, GfK

### 3.9 Wohnsituation: Aufzug im Haus

GfK-Nürnberg e.V.

GfK. Growth from Knowledge

#### Wohnsituation: Aufzug im Haus

Auf die Frage: „Ist in dem Haus, in dem Sie gegenwaertig wohnen, ein Aufzug vorhanden?“ antworteten ... % der Befragten (Angaben in %; gerundet):

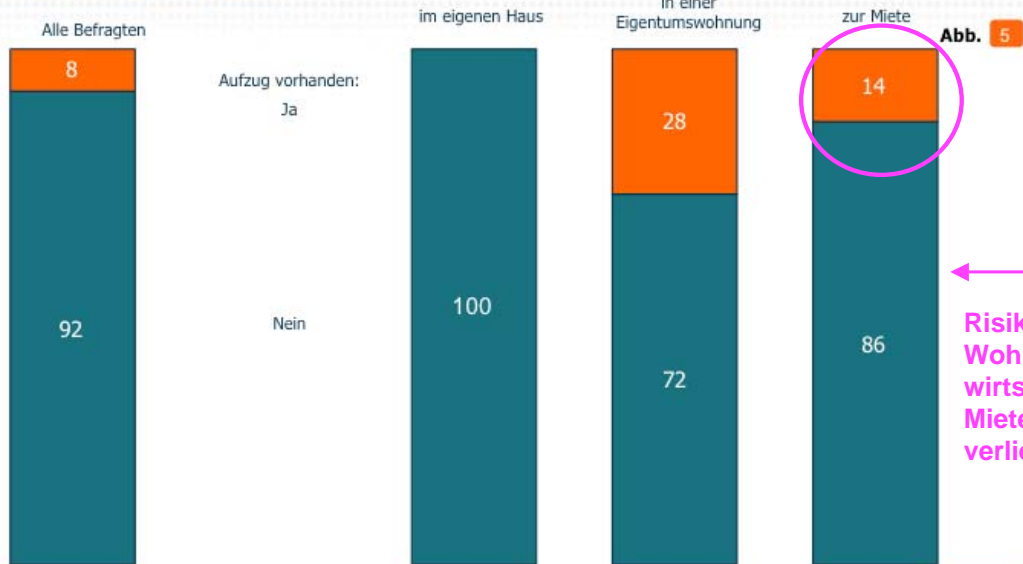


Abb. 5

Risiko für Wohnungswirtschaft Mieter zu verlieren.

Basis: repräsentative CAPI-Befragung in Deutschland, 50 Jahre und älter  
Befragungszeitraum: Mai 2005



### 3.10 Wohnsituation: Zugang zum Badezimmer

GfK-Nürnberg e.V.

GfK. Growth from Knowledge

#### Wohnsituation: Zugang zum Badezimmer

Auf die Frage: „Verfügt die Wohnung bzw. das Haus, in dem Sie gegenwaertig wohnen, ueber einen barrierefreien Zugang, d.h. gelangt man ohne Treppen oder Schwellen in die Wohnung/in das Haus bzw. in die einzelnen Raeume?“ antworteten ... % der Befragten (Angaben in %; gerundet):

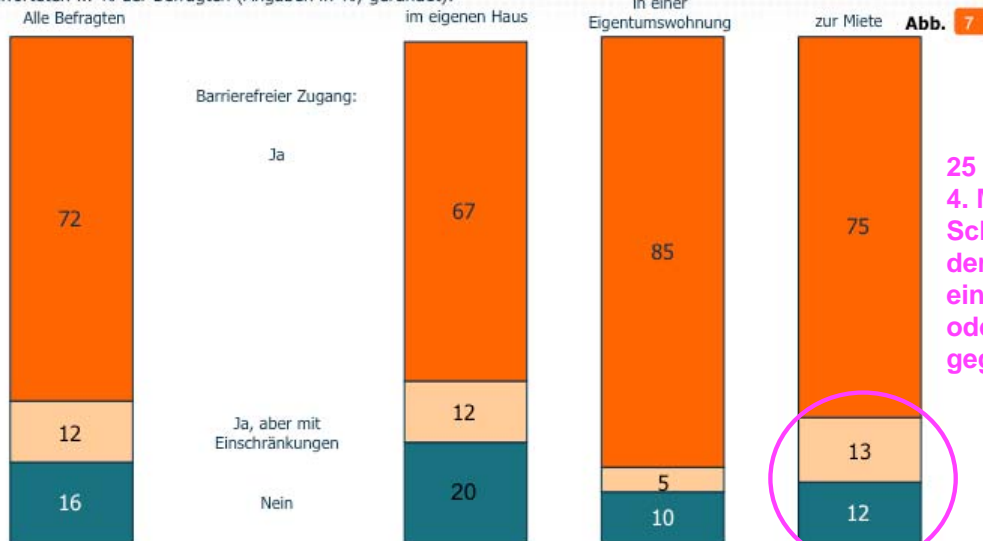


Abb. 7

25 % - Bei jedem 4. Mieter ist die Schwellenfreiheit der Wohnung eingeschränkt oder gar nicht gegeben.

Basis: repräsentative CAPI-Befragung in Deutschland, 50 Jahre und älter  
Befragungszeitraum: Mai 2005



# 3.11 Altersgerechtes Wohnen

GfK-Nürnberg e.V.

GfK. Growth from Knowledge

## Altersgerechtes Wohnen

Auf die Frage: „Wenn Sie Ihre Wohnung einmal unter dem Aspekt ‚Alter, Altersruhesitz‘ sehen, wie beurteilen Sie da Ihre Wohnsituation?“ antworteten ... % der Befragten (Angaben in %; gerundet; **Mieter**):

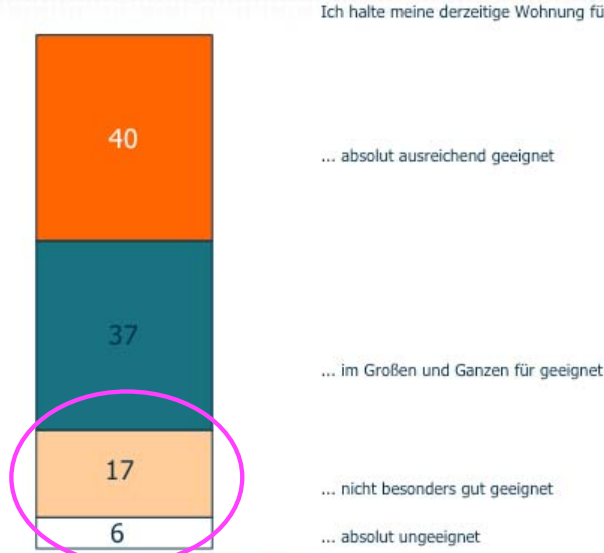


Abb. 17

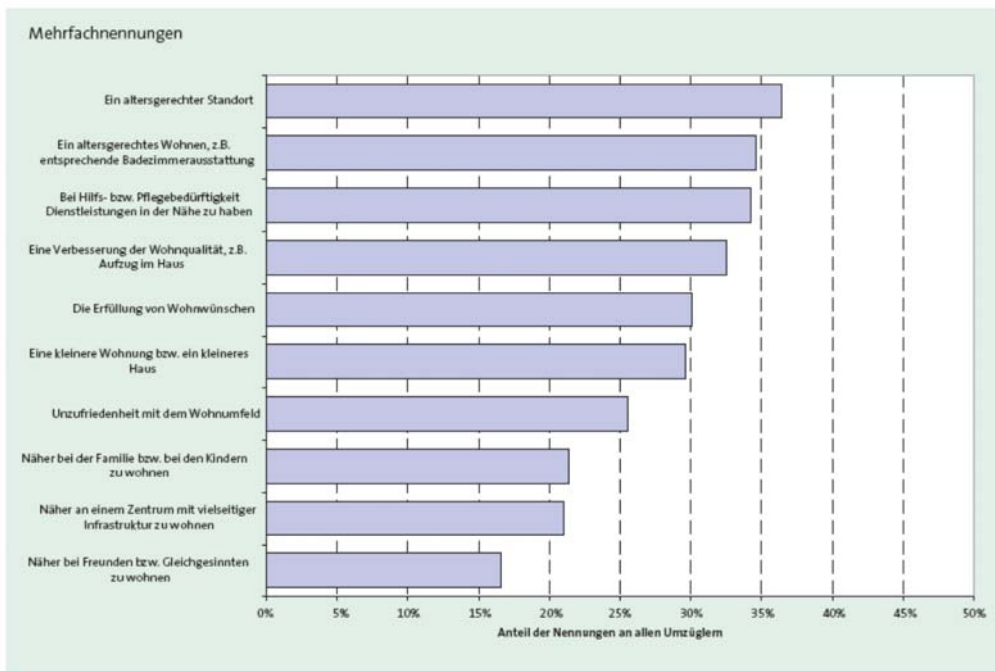
Basis: repräsentative CAPI-Befragung in Deutschland, 50 Jahre und älter  
 Befragungszeitraum: Mai 2005  
 Teilgruppe: 559 Mieter



23 % - Nahezu jeder 4. Mieter hält seine Wohnung für nicht altersgerecht.  
 = Bedrohung für die Wohnungswirtschaft

# 3.12 Eine aktuelle Studie der LBS sollte hellhörig machen...

Abbildung 22: Gründe für den Umzug nach dem 50. Lebensjahr in Deutschland

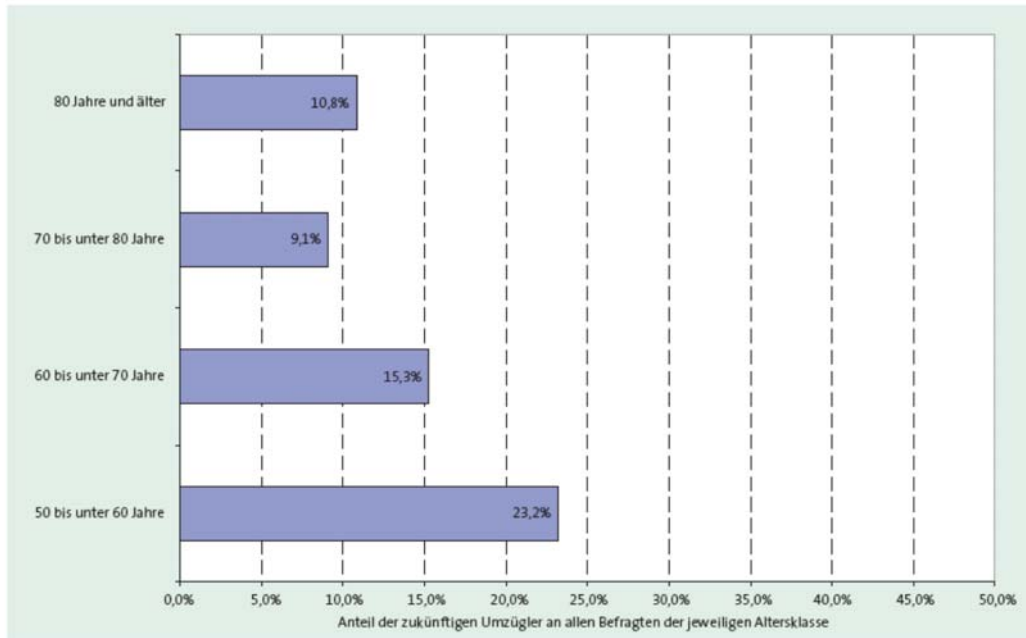


Quelle: Repräsentativbefragung 2006, n=3004 in Privathaushalten lebende Personen im Alter ab 50 Jahren

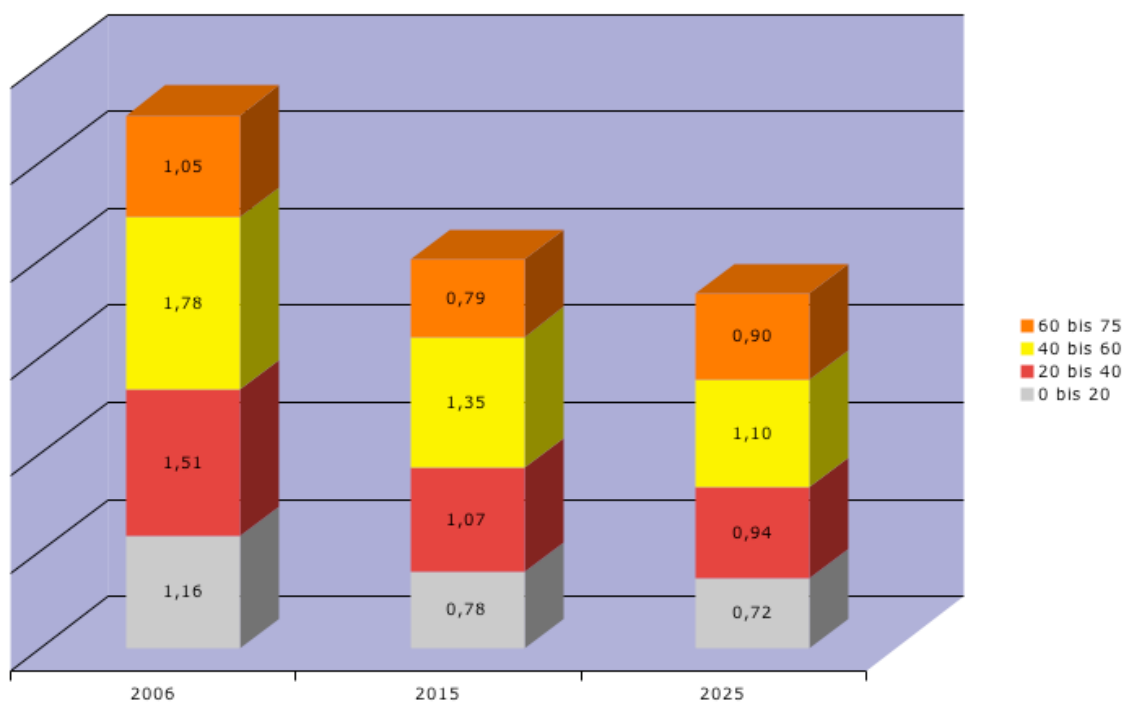
### 3.13 Eine aktuelle Studie der LBS sollte hellhörig machen...

#### Selbst mehr als 10 % der 80plus ziehen um !

Abbildung 30: Zukünftige Umzügler in den Generationen 50+ in Deutschland differenziert nach Altersklassen



### 3.14 Auf eine Person 75plus kommen ... Frauen im Alter von



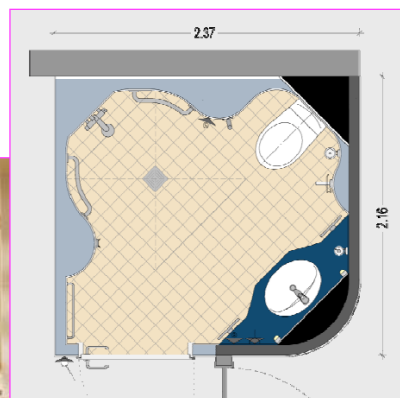


## 4.1 Küchen Quelle

**KÜCHEN  
QUELLE.**  
www.kuechen-quelle.de



## 4.2 Villeroy & Boch



## 4.3 Waldmann Lichttechnik

# Waldmann **W**

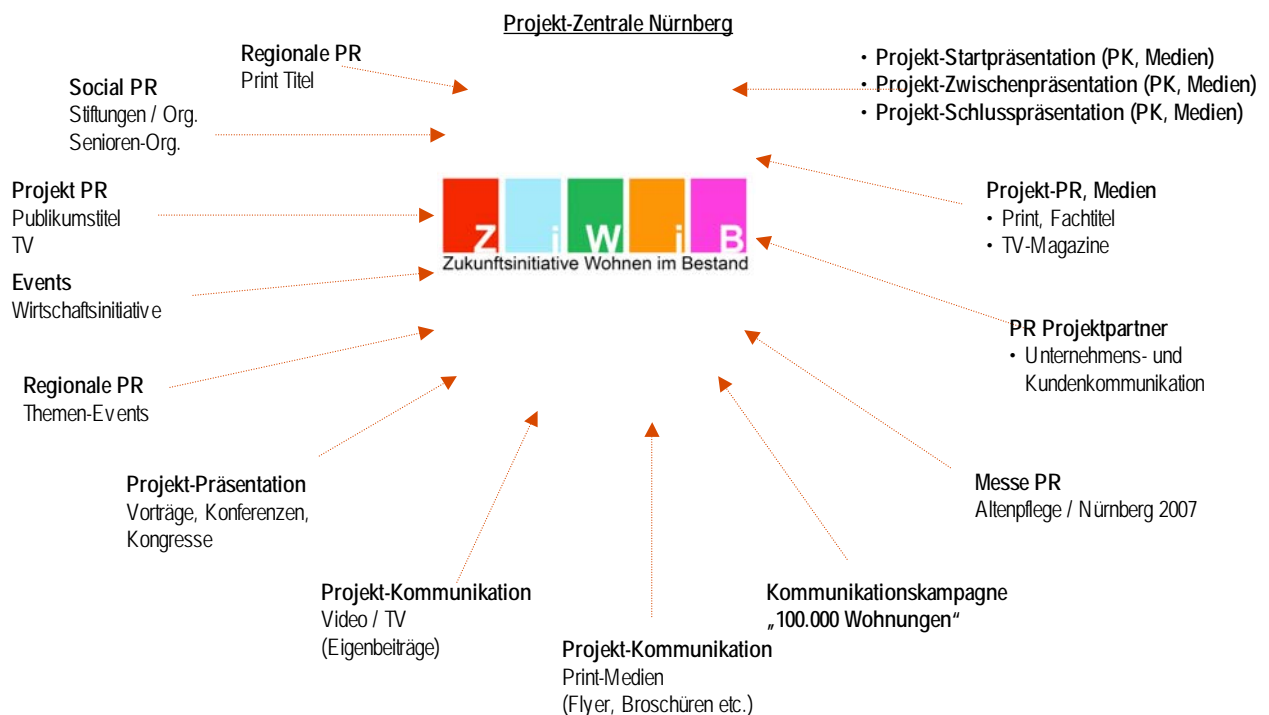
ENGINEER OF LIGHT.





# 5 Marketing- und PR-Aktivitäten

## 5.1 Projekt-Kommunikationsplan - Übersicht







## 6. ZiWiB Musterwohnungen



### Vier Wohnwelten im Soldiner Karree/Berlin



© A.GE

## 6. ZiWiB Musterwohnungen



### Vor und während den Sanierungsarbeiten



© A.GE

## 6. ZiWiB Musterwohnungen



### Nach den Sanierungsarbeiten



© A.GE

## 6. ZiWiB Musterwohnungen



### Eröffnung der Musterwohnungen am 23. Mai 2008 in Berlin



Dr. Jochen Hucke, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung



Joachim Wilke, Bauherr



Eckhard Feddersen, Architekt



v.l.: Alexander Rychter (Geschäftsführer BfW), Angelika Steckler-Meltendorf (Regionalvorstand Johanniter Unfallhilfe), Eckhard Feddersen (feddersen architekten), Anett Ribbe (Kundenbetreuung Johanniter Unfallhilfe), Joachim Wilke (Bauherr Soldiner Karree), Hiltrud Sprungala (BfW Landesverband Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen Berlin Brandenburg e.V.), Dr. Jochen Hucke (Senatsverwaltung für Stadtentwicklung), Andreas Reidl (Initiator ZiWiB)

© A.GE



# 7 Ausblick in die Zukunft

## Ausblick in die Zukunft



- **Gespräche mit dem Wirtschaftsministerium Baden Württemberg**
  - Geplant ist ein Kongress zum Thema „Wohnen im Alter“
- **Gespräche mit Bosch und Vodafone**
  - Potenzielle Partner für die Paket Sicherheit und Komfort
- **ZiWiB Event in München, Juli 2008**
  - Präsentation des ZiWiB Bads und der ZiWiB Küche
- **b\_free in Augsburg, September 2008**
  - Präsentation und Vorstellung von ZiWiB

**ZiWiB c/o A.GE Agentur für  
GENERATIONEN-MARKETING  
Königstraße 70  
D-90402 Nürnberg  
Telefon 0049-(0)911 – 27 29 95 27  
Telefax 0049-(0)911 – 27 29 95 11  
ziwib@generationen-marketing.de**