

Benjamin Poddig

Die „Neuen Alten“ im Wohnungsmarkt – Aktuelle Forschungsergebnisse über eine stark wachsende Zielgruppe

Das Thema des demographischen Wandels hat in Deutschland Hochkonjunktur, quer durch alle Medienformate. Während auf der einen Seite Bevölkerungsstatistiker mit Hilfe ihrer Prognosemodelle um das quantitative Ausmaß von Schrumpfung und Alterung streiten, wird auf der anderen Seite bereits die politische Debatte geführt. Doch im Hintergrund der Diskussion über eine alternde Gesellschaft vollzieht sich – nahezu un bemerkt – ein qualitativer Strukturbruch. Aktuelle Ergebnisse der empirischen Sozialforschung zeigen, dass sich die Alten der Nachkriegsgeneration, die „Neuen Alten“, deutlich von den heutigen Senioren in puncto Werthaltungen, Lebensführung und Lebensstil unterscheiden. Es handelt sich um eine soziokulturelle Entwicklung, deren Folgen nicht geringer einzuschätzen sind als der quantitative Umbau der Alterspyramide. Mit anderen Worten: Es wird künftig zwar mehr ältere Menschen in Deutschland geben, aber vor allem andere als bisher bekannt.

Mit Hilfe der 3SC® Trendforschung kann der vhw bereits heute erste Auswirkungen dieser Entwicklung für den Wohnungsmarkt erkennen. Für Kommunen und Wohnungsunternehmen sollen diese Ergebnisse einen Anlass zur Strategiediskussion geben, zählen beide Akteure doch zu den direkt Betroffenen des demographischen und gleichzeitig soziokulturellen Wandels.

Wann ist man eigentlich alt?

Im ersten Buch Moses, im Buch Genesis, findet sich eine von höchster Stelle vorgegebene obere Grenzwertdefinition menschlichen Alters. „Da sprach der Herr: Mein Geist soll nicht für immer im Menschen bleiben, weil er auch Fleisch ist; daher soll seine Lebenszeit hundertzwanzig Jahre betragen.“ (Gen 6,3). Die Genauigkeit dieser Angabe ist, in Anbetracht damaliger Unkenntnis heutiger medizinischer Möglichkeiten, beachtlich: Der älteste dokumentierte Mensch aller Zeiten, die Französin Jeanne Calment, starb im Jahr 1997 im Alter von 122 Jahren. Dieser Wert gilt bis auf weiteres als maximal erreichbare Lebenszeit.

Den unteren Grenzwert einer Altersdefinition liefert die Werbewirtschaft: Der 50. Geburtstag markiert hier den Austritt aus der für das Marketing wichtigsten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Selbst in Zeitschriften mit einem hohen Anteil älterer Leser (Stern, Hörzu o. Ä.) richteten sich 1999 nur 15 % aller Anzeigen

gezielt an Ältere – inzwischen ist die Tendenz allerdings steigend. Legt man diese beiden Grenzwerte zu Grunde, so ergibt sich doch eine recht große Zeitspanne, die weiterer Differenzierungen bedarf, um sie greifbarer zu machen. Man spricht daher mittlerweile

- bei den 50- bis 65-Jährigen von „Jungen Alten“,
- bei den 65- bis 80-Jährigen von „Senioren“ und
- bei den über 80-Jährigen von „Hochaltrigen“.

Liegt das faktische durchschnittliche Renteneintrittsalter noch bei ca. 60 Jahren, bzw. das gesetzliche bei 65 Jahren, beträgt die durchschnittliche Lebenserwartung in Deutschland 75 Jahre bei Männern bzw. 80 Jahre bei Frauen. Das Alter als dritter Lebensabschnitt dauert somit nicht selten über 20 Jahre an. Dabei ist mit einer künftig weiteren Ausdehnung dieser Phase zu rechnen. Das Max-Planck-Institut geht für 2050 von einer durchschnittlichen Lebenserwartung der deutschen Bevölkerung von 90 Jahren aus. Eine deutlich erhöhte (stationäre) Pflegebedürftigkeit ist statistisch erst in der Gruppe der Hochaltrigen, der über 80-Jährigen, festzustellen. Auch hier sind durch medizinischen Fortschritt weitere Grenzverschiebungen zu erwarten.

Wenngleich Zweifel an der Verlässlichkeit von demographischen Langfristprognosen generell berechtigt erscheinen, so ist man sich doch darin einig, dass Kinder, die nach dem „Pillenknicke“ in den 1970ern nicht geboren wurden, auch keine Eltern im 21. Jahrhundert werden. „30 Jahre nach Zwölf“ lautet das Fazit des Demographen Herwig Birk in Bezug auf die Beeinflussbarkeit der demographischen Entwicklung Deutschlands. Eine Verschiebung der Altersstruktur in Richtung der älteren Altersgruppen erscheint somit unabwendbar und ist auch durch verstärkte Zuwanderung aus dem Ausland – realistisch betrachtet – nicht aufzuhalten. In seiner 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung prognostiziert das Bundesamt für Statistik in der mittleren (fünften) Variante¹ bis 2050 folgende Eckwerte:

- Die „Jungen Alten“ werden bis 2020 um über 25 % gegenüber 2002 auf eine Zahl von ca. 19,5 Millionen anwach-

¹ Dieser Variante liegen folgende Annahmen zugrunde:

a) Die Geburtenhäufigkeit bleibt während des gesamten Zeitraums der Vorausberechnung bei 1,4 Kindern pro Frau; b) Die Lebenserwartung bei Geburt steigt bis 2050 für Mädchen auf 86,6 Jahre und für Jungen auf 81,1 Jahre; die „fernere“ Lebenserwartung beträgt 2050 für 60-jährige Frauen 28 weitere Lebensjahre und für gleichaltrige Männer etwa 24 Lebensjahre; c) Der Außenwanderungssaldo der ausländischen Bevölkerung beträgt 200.000 jährlich; die Nettozuwanderung der Deutschen geht von etwa 80.000 im Jahr 2002 schrittweise zurück bis zum Nullniveau im Jahr 2040.

sen. Anschließend reduziert sich die Zahl bis 2050 in etwa wieder auf das Ausgangsniveau von 2002.

- Die Welle der ehemals geburtenstarken Jahrgänge erreicht ihren Scheitelpunkt bei den Senioren im Jahr 2035. Eine Zahl von 16,5 Millionen bedeutet gegenüber 2002 eine Steigerung von 50 %. Bis 2050 reduziert sich die Zahl der Senioren wieder um 3,4 Millionen (gegenüber 2002 + 19 %).
- Den „Hochaltrigen“ wird eine fast konstante Steigerung bis 2050 vorhergesagt – lediglich um 2025 ist ein leichter und kurzfristiger Rückgang zu erwarten. Ihre Zahl wird den Berechnungen des statischen Bundesamtes zufolge bis 2050 um knapp 174 % gegenüber 2002 auf etwa 9,1 Millionen Menschen ansteigen.

Wenn die Prognosen zutreffen, dann wird 2050 jeder zweite Bundesbürger über 50 Jahre und knapp jeder Dritte über 65 Jahre alt sein. Es ist damit nachvollziehbar, dass lediglich in dem Segment der Seniorenimmobilien ein starkes zukünftiges Wachstumspotenzial in Deutschland und Europa gesehen wird – ganz im Gegensatz zu Büro-, Einzelhandels- oder sonstigen Wohnimmobilien.²

Bisheriges Wohnverhalten von Senioren

In den Markt- und Standortstudien des vhw fällt immer wieder auf, dass bestimmte Wohnlagen mit hohen Anteilen von älteren Bevölkerungsgruppen korrelieren. Die statushohen Senioren residieren häufig in älteren, aber gut ausgestatteten Ein- und Zweifamilienhäusern in bester Wohnlage in Stadtrandbezirken und Umlandgemeinden. Sie stellen jedoch insgesamt nur einen kleinen Teil der Gruppe der über 65-Jährigen. Wohneigentümer im Seniorenalter mit mittleren Einkommen sind dagegen typischerweise in kleineren, einfacher ausgestatteten und häufig modernisierungsbedürftigen Ein- und Zweifamilienhäuser in einfacheren Wohnlagen am Stadtrand und im Umland zu finden. Insgesamt verfügen die Eigentümerhaushalte aufgrund ihrer Haushaltsstruktur (Paar- und Singlehaushalte) über hohe Pro-Kopf-Wohnflächen.

In innerstädtischen Gebieten werden teilweise Mehrfamilienhäuser der Gründerzeit und der 1920er Jahre zum Teil auch noch von Senioren mit hoher Mietdauer bewohnt – wenn auch in diesen Gebieten vielfach schon der Prozess der Mieternachfolge eingesetzt hat. Innerstädtische Mehrfamilienhäuser (Zeilenbau/Blockrand) der 1950er und früher 1960er Jahre zeigen hingegen ebenso wie einfache Mehrfamilienhäuser der Nachkriegszeit am Stadtrand die höchsten Seniorenanteile. Häufig handelt es bei diesen Bewohnern noch um Erstmietern. Auch in ländlichen Gebieten, d. h. in Dörfern, alten Ortskernen und Kleinstädten lassen sich durchschnittlich höhere Anteile von Senioren

messen. Eine Besonderheit der neuen Länder ist der teilweise hohe Anteil von älteren Menschen in Plattenbausiedlungen. Die Großwohnsiedlungen im Westen zeigen hingegen jüngere Altersstrukturen.

Betrachtet man das Wohnverhalten heutiger Senioren, so zeigt sich ein in vielen Fällen ähnliches Bild. Zunächst sind die älteren Bewohner aufgrund einer langen Wohndauer sehr stark mit Wohnung und Wohnumfeld verwurzelt. Ein Umzug kommt für die meisten nicht in Frage – allenfalls aus gesundheitlichen Gründen ist ein Wechsel in eine altengerechtere Wohnung im Nahbereich vorstellbar. In Befragungen äußern ältere Menschen immer wieder, dass Themen wie Ordnung, Sauberkeit und Sicherheit von zentraler Wichtigkeit sind. Für Vermieter zählen ältere Mieter zu den zuverlässigsten Kunden, und das nicht nur in Bezug auf die Pünktlichkeit der Mietzahlungen. Vielmehr kümmern sich Senioren in der Regel verstärkt um die Einhaltung der Hausordnung, und auch gemeinschaftliche Aufgaben wie z. B. die Pflege des Wohnumfeldes, Mietergärten o. Ä. werden bereitwillig übernommen.

Aus Sicht der Quartiersentwicklung geht von den älteren Mietern ein soziales Stabilisierungspotenzial aus, denn bauliche und soziale Verschlechterungen im Quartier werden zwar realisiert und ggf. auch moniert, führen aber nur in den seltensten Fällen zu einem Fortzug. Diese hohe Leidensfähigkeit ist sicherlich z. T. auf eine starke lokale Verwurzelung zurückzuführen. Allerdings zeigen die Umfragen des vhw auch, dass Marktüberblick und Ausgabebereitschaft bei den beiden ältesten Altersgruppen stark abfallen, d. h. diese Gruppen mit einem Wohnungswechsel stärker überfordert sind (vgl. Abb.1).

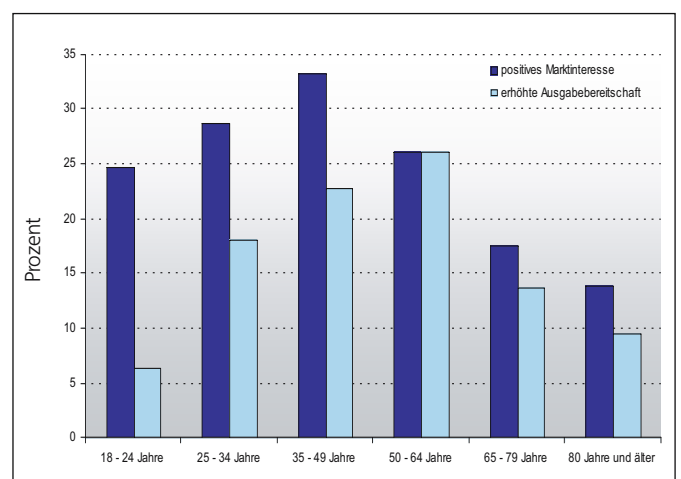


Abb. 1: Marktüberblick und Ausgabebereitschaft 2005 (Quelle: vhw, 3SC® Trendforschung 2005)

Auf den ersten Blick liegt somit die Interpretation nahe, dass es sich um einen soziodemographischen, d. h. rein altersbedingten Effekt handelt: Mit steigendem Alter verliert das Thema Wohnen an Bedeutung, die Immobilität der Befragten steigt. Es ist jedoch auch eine Gegenthese denkbar, die im Folgenden formuliert und belegt werden soll.

² Vgl. Urban Land Institute: „The European Property Bust“, Newsweek International, 24. April 2006

„Lifestyle-Pioniere“ der Nachkriegsgeneration

Das biologische Alter verliert in Bezug auf das individuelle Wohnverhalten zunehmend an Erklärungskraft. Vielmehr rücken lebensweltliche Konstrukte, individuelle Werthaltungen und persönliche Lebensstile bei älteren Menschen in den Vordergrund und werden, soweit die Gesundheit es zulässt, auch im Alter ausgelebt.

Um die These einer stärkeren lebensweltlichen Differenzierung der Jungen Alten zu untermauern, bedarf es eines Rückgriffs auf die qualitative Sozialforschung. Entsprechend der Feld- und Habitustheorie Bourdieus verinnerlichen Menschen gesellschaftliche Werte und Normvorstellungen und werden ihrerseits zum gesellschaftsprägenden Multiplikator dieser Werte. Dabei erweist sich die grundlegende Wertprägung in der Regel als sehr langlebig. Im Gegensatz zu Moden oder Trends behalten Menschen ihre innersten Werte meist ein Leben lang bei.

Der Zeitgeist hingegen, verstanden als prägender Wertekanon einer Epoche, hat sich seit Beginn der Bundesrepublik Deutschland stark gewandelt. Sozialforscher benennen unterschiedliche, aufeinander folgende und sich mittlerweile teilweise überlagernde Wertephasen. In den 1950er Jahren war die junge Bundesrepublik noch von Pflicht- und Akzeptanzwerten gekennzeichnet. Klassische preußische Tugenden wie Fleiß, Disziplin, Ordnung und Konformität prägten die persönlichen Lebenswelten und Idealvorstellungen der damaligen Zeit. Bis in die frühen 1980er Jahre zählte knapp die Hälfte der befragten Bevölkerung zu Milieus, die stark von diesen traditionell/konservativen Werten geprägt waren. Mittlerweile ist deren Anteil auf rund ein Viertel zusammengeschrunpft und wird weiter abnehmen.

Mit dem Rückgang der Pflicht- und Akzeptanzwerte ist ein gleichzeitiges Ansteigen moderner, hedonistischer Lebensvorstellungen festzustellen. Die Freiheitsbewegung der späten 1960er Jahre baute auf dem materiellen Wohlstand des Wirtschaftswunders auf und öffnete die Gesellschaft erstmals für neue Werte wie Selbstbestimmung und individuelle Freiheit. Es wurden die Grundlagen für eine individualisierte Gesellschaft, wie wir sie heute kennen, gelegt. Die Fokussierung auf das eigene Glück verbunden mit privater und z. T. beruflicher Selbstverwirklichung, das gezielte Verfolgen individueller Genussvorstellungen sind Lebensentwürfe, die immer häufiger in Befragungen festzustellen sind.

Die Abnahme traditioneller Werte einerseits und die gleichzeitige Zunahme hedonistischer Lebensweisen andererseits sind zwei soziokulturelle Langzeittrends, von denen erstmals auch die künftige Altengeneration betroffen sein wird. Die Nachkriegsgeneration wurde als erste Generation von neuen und vielfältigeren Sozialisationseinflüssen geprägt bzw. hat diese mitge-

staltet – man könnte durchaus von „Lifestyle-Pionieren“ sprechen. Die einmal gewonnenen und verinnerlichteten Werte, Grundhaltungen und Lebensstile werden auch im Alter gelebt und verdrängen dabei zunehmend traditionelle Vorstellungen davon, wie man im Alter zu sein habe. Die Neuen Alten der Nachkriegsgeneration haben zudem im Durchschnitt eine bessere Schul- und Berufsausbildung als frühere Generationen. Damit sind nicht zuletzt bessere Chancen zur Bewältigung des Lebens und Partizipation am gesellschaftlichen Leben verbunden.

Fundierung der These

Ein erster Beleg findet sich in der öffentlichen Statistik der Ehescheidungen. Nachfolgende Grafik zeigt den Anteil der Scheidungen, bei denen der Mann über 50 Jahre alt war. War es nach 1991 noch weniger als jede sechste Scheidung (16 %) bei der zumindest der Ehemann den jungen Alten zugerechnet werden konnte, stieg dieser Anteil seit 1998 kontinuierlich auf mittlerweile knapp 20 % an. Die Zunahme individualistischer Lebensweisen bzw. die Abnahme traditionell-konservativer Werte, führt mittlerweile auch bei den über 50-Jährigen zu steigenden Scheidungsraten. Eine langjährige Partnerschaft gegebenenfalls auch im höheren Alter zu beenden, wird immer mehr zur Normalität und löst die tradierte Vorstellung ab, dass eine Ehe für das Leben geschlossen wird.

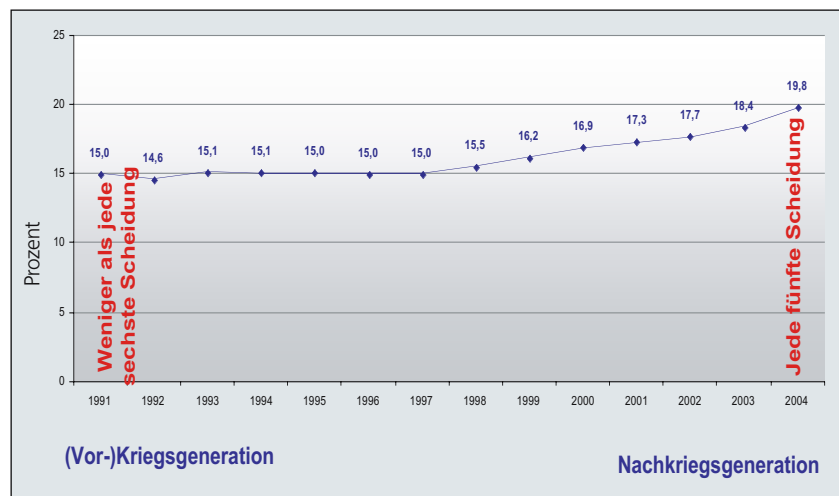


Abb. 2: Anteil Ehescheidungen der über 50-Jährigen (Quelle: Bundesamt für Statistik 2005)

Ein zweiter Beleg für oben genannte These lässt sich aus milieudifferenzierten Großbefragungen gewinnen, wie sie jährlich in Deutschland erhoben werden. Kombiniert man in der Auswertung Zugehörigkeit zu den Sinus-Milieus³ und Altersgruppe der Befragten, so wird ein deutlicher Strukturbruch erkennbar. Die traditionellen Milieus der Traditionsverwurzelten, Konservativen und der DDR-Nostalgischen stellen in der Altersgruppe der über 65-Jährigen einen Anteil von rund 60 %. In der Gruppe der

³ Auf eine Erläuterung des Sinus-Milieu-Modells wird im Rahmen dieses Artikels verzichtet, da dies bereits in früheren Ausgaben des Forum Wohneigentum ausführlich geschehen ist. Weitere Informationen außerdem unter: www.sinus-sociovision.de

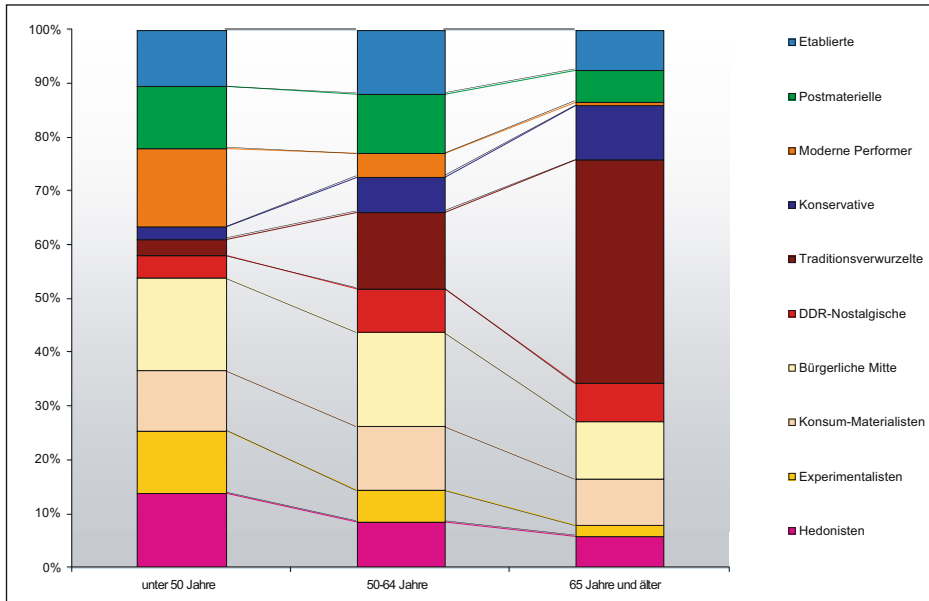


Abb. 3: Milieustruktur nach Altersgruppen (Quelle: TdWI 2005/2006)

Jungen Alten schrumpft dieser Anteil auf knapp 27 % zusammen – die Milieustruktur differenziert sich augenscheinlich in dieser Gruppe zunehmend aus.

An dieser Stelle muss nochmals unterstrichen werden, dass die Milieuzuordnung der Befragten altersunabhängig ist. Vielmehr beruht die Milieuzugehörigkeit auf grundlegenden, persönlichen, meist lebenslang beibehaltenden Werten und Normen. Aus der Stabilität der Lebenseinstellungen lässt sich folgern, dass die traditionellen Milieus langfristig zu „Auslaufmodellen“ werden. Bei den unter 50-Jährigen beträgt ihr gemeinsamer Anteil nur noch knapp 10 %. Die Ursache liegt darin, dass die für diese Milieus typischen Werte und Normen mit zunehmender gesellschaftlicher Modernität immer weniger vermittelt wurden – sie sind für immer mehr Menschen nicht mehr zeitgemäß.

Ein letzter, wenn auch qualitativer und statistikferner Hinweis für eine zunehmende Individualität der Jungen Alten, zeigt ein Blick in die Medienwelt: Ob Alice Schwarzer, Wolfgang Joop, Thomas Gottschalk, Dieter Bohlen, Nina Hagen, Uschi Glas, Udo Lindenberg, Caroline Reiber, Iris Berben oder Hannes Wader – all diese Menschen, und diese Liste ließe sich noch weiter fortführen, gehören mittlerweile zu den Jungen Alten und repräsentieren mit ihrem Medienimage doch völlig unterschiedliche Lebensstile. Und sie haben Erfolg bei ihren Zielgruppen – jenseits von Altersgrenzen.

Soziokulturelle Differenzierung der „Neuen Alten“

Sinus Sociovision hat den strukturellen Bruch der Lebenswelten im demographischen Segment der Jungen Alten bereits früh in Befragungen festgestellt und daraufhin ein speziell auf diese Gruppe fokussiertes Zielgruppenmodell entwickelt: die „Body&Mind-Typologie“. Dieses Forschungsinstrument ermöglicht eine soziokulturell differenzierte Analyse der „50plus-Genera-

tion“ nach den Lebenswelten der „Old Ager“, der „Best Ager“ und der „Old Kids“.

Die Zuordnung der über 50-Jährigen zu diesen drei Body&Mind-Typen erfolgt über die Abfrage spezieller Statements, die konkret auf die Wahrnehmung des Alters, die Einschätzung der eigenen gesellschaftlichen Rolle und die Vorstellungen über das Leben im Alter abzielen. Im Vergleich zum Sinus-Milieu-Modell übernimmt die Body&Mind-Typologie speziell für Fragestellungen aus der Schnittmenge zwischen Alter und Lebenswelt eine Lupenfunktion. Gleichwohl korrelieren die drei Alten-Typen stark mit dem Sinus-Milieu-Modell, wie Abbildung 4 verdeutlicht:

Im Einzelnen lassen sich die drei Body&Mind-Typen wie folgt beschreiben:

- Unter den Old Agern sind hohe Anteile von Traditionsverwurzelten und DDR-Nostalgischen zu finden. Dem entsprechend ist diese Gruppe stark von traditionellen Normen und Werten geprägt, was sich nicht zuletzt auch in dem eingangs beschriebenen, bisher zu beobachtenden Wohnverhalten von Senioren äußert. Auch soziokulturelle Trends wie Heimatnostalgie und Cocooning⁴ sind sehr stark ausgeprägt. Der Anteil der Old Ager an den über 50-Jährigen beträgt noch rund 51 % (ca. 13,7 Millionen), allerdings mit stark rückläufiger Tendenz.
- Best Ager rekrutieren sich meist aus älteren Etablierten, Postmateriellen und statushohen Angehörigen der Bürgerlichen Mitte. Mit dem Selbstbewusstsein einer erfolgreichen individuellen Elite gelten sie als erfahrene, wählerische und qualitätsorientierte Konsumenten. Das Alter wird als Chance zu einem Gewinn von mehr Zeitsouveränität begriffen. Mit rund 31 % (8,4 Millionen) bezogen auf alle über 50-Jährigen sind die Best-Ager die zweitgrößte Fraktion – ein weiteres Wachstum wird prognostiziert.
- Die Old Kids als modernste Vertreter der Jungen Alten setzen sich überwiegend aus älteren Hedonisten und Konsum-Materialisten zusammen. Die Suche nach Abwechslung und Unterhaltung, d. h., eine starke Erlebnisorientierung ist trotz des fortgeschrittenen Alters ein starkes Leitmotiv. Ein demonstratives „Mithalten-Können“ in der Gesellschaft äußert sich häufig über einen ausgeprägten Konsumhedonismus – trotz teilweise sehr eingeschränkter finanzieller Möglichkeiten.

⁴ Cocooning repräsentiert den Wunsch nach Stabilität Schutz und Harmonie innerhalb einer vertrauten Gemeinschaft, verbunden mit einer Konzentration auf die unmittelbare persönliche Nahwelt. Es besteht ein starkes Bedürfnis nach einer Oase der Geborgenheit zum temporären oder gänzlichen Rückzug.

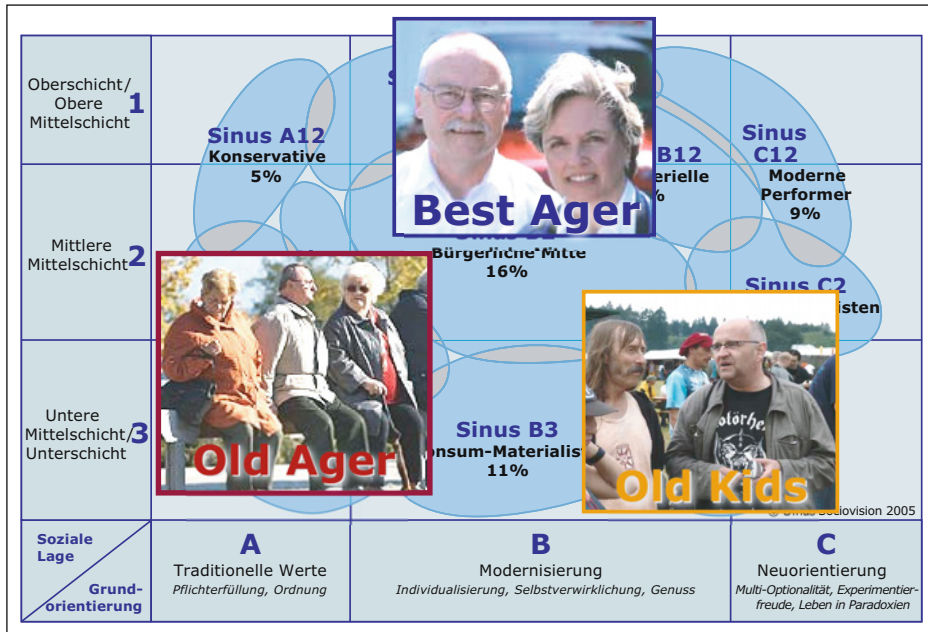


Abb. 4: Body&Mind-Typen in den Sinus-Milieus (Quelle: Sinus Sociovision)

ten. Mit 18 % bilden sie noch die kleinste Gruppe der über 50-Jährigen, ihre Zahl von derzeit ca. 4,6 Millionen wird allerdings künftig weiter steigen.

Die bisherigen Alten werden nicht vollständig verschwinden, aber sie werden weniger und das Spektrum der Alten wird bunter und vielfältiger. Einerseits wächst die Zahl selbstbewusster, gebildeter und ambitionierter Älterer, andererseits wächst der Anteil derer, die ihre experimentierfreudige und hedonistische Lebensweise mit ins Alter tragen – wenn auch z. T. in prekären Lebensumständen. Diese Entwicklung wird Auswirkungen auf viele Produkt- und Dienstleistungsmärkte haben, von denen einige bereits heute reagieren. Doch auch der Wohnungsmarkt ist von diesen sozialstrukturellen Umbrüchen der Jungen Alten betroffen – mit allen Konsequenzen für Kommunen und Wohnungsunternehmen.

3SC® Trendforschung 2005 – Die „Neuen Alten“ im Fokus

Im Spätsommer 2005 beteiligte sich der vhw zum dritten Mal in Folge mit einem wohnungsmarktspezifischen Fragenkatalog an dem 3SC® Trendforschungsprogramm, einer bundesweiten, repräsentativen Befragung von 2.022 Personen. Der wesentliche Unterschied zu herkömmlichen Befragungen besteht darin, dass die Probanden sowohl den Sinus-Milieus als auch den Body&Mind-Typen – sofern die Befragten zur 50plus-Generation zählen – zugeordnet werden können. Erst so wird eine lebensweltlich differenzierte Analyse von Einstellungen und Trends zum Thema „Die Neuen Alten im Wohnungsmarkt“ möglich.⁵

Neben der analytischen Möglichkeit der lebensweltlichen Selektion der Befragten griff ein Teil des vhw-Fragebogens inhaltlich das Thema „Wohnen im Alter“ auf, um zusätzlich etwas über die subjektiven Vorstellungen und Wünsche, wie die Befragten im Rentenalter wohnen möchten, zu erfahren.

Ausgewählte Ergebnisse

Wie aus Abbildung 1 deutlich hervorgeht, erreicht die Ausgabebereitschaft für das Wohnen⁶ in der Gruppe der Jungen Alten den höchsten Wert. 26,4 % geben zu Protokoll, dass sie für ihre Wohnung bzw. ihr Haus viel Geld ausgeben. Allerdings trifft dies wesentlich stärker für die Best Ager (jeder Dritte) zu, als für die Old Ager (knapp jeder Vierte) oder gar die Old Kids (gut jeder Fünfte).

Betrachtet man verschiedene Attribute, die bei der Wohnungswahl relevant sein können, angefangen bei Preis und Größe über Ausstattung der Wohnung bis zu Qualitäten des Wohnumfeldes, so zeigen sich auch hier die Best Ager nahezu durchweg anspruchsvoller als der Durchschnitt der Jungen Alten. Lediglich eine gute ÖPNV-Anbindung wird als vergleichsweise unwichtig betrachtet. Ganz im Gegensatz dazu stehen die Old Kids, die eine deutlich unterdurchschnittliche Anspruchshaltung bei der Wohnungswahl erkennen lassen.

In Abbildung 5 stellt die Prioritätsreihenfolge der Wohnungsattribute für die Jungen Alten dar. Die prozentualen Anteile geben an, wie viele Personen innerhalb der jeweiligen Gruppe das entsprechende Wohnungsattribut für „entscheidend“ beim Bezug einer neuen Wohnung halten.

Im Bereich der Marktsouveränität, also bei der Fähigkeit Wohnungsmärkte zu durchschauen, liegen Best Ager und Old Kids in etwa gleich auf – wenngleich sie unterschiedliche qualitative Segmente im Blick haben. Während fast jeder dritte Old Ager bestätigt, dass der Wohnungsmarkt schwer zu durchschauen ist, stimmen diesem Statement nur knapp die Hälfte der anderen beiden Gruppen zu. Gleichzeitig liegt der Anteil der Old Kids und Best Ager, die sich das Internet zu Nutze machen, um sich über den Wohnungsmarkt zu informieren bei ca. 18 % – und damit doppelt so hoch wie bei den Old Agern. Zum Vergleich: Bei den unter 50-Jährigen liegt der Anteil bei rund 23 %. Damit sind Old Kids und Best Ager der jüngeren Altersgruppe in dieser Hinsicht ähnlicher, als den Old Agern ihrer eigenen Altersgruppe.

Schon aus den Ergebnissen der Trendfortschreibung 2004 ließen sich weitreichende Erkenntnisse über die Verbundenheit mit Wohnung und Wohnumfeld sowie über verschiedene Umzugstreiber im Hinblick auf die Sinus-Milieus gewinnen⁷. In Kombination mit der Body&Mind-Typologie lassen sich diese Erkenntnisse auch auf die Jungen Alten anwenden. Stimmen drei von

Schon aus den Ergebnissen der Trendfortschreibung 2004 ließen sich weitreichende Erkenntnisse über die Verbundenheit mit Wohnung und Wohnumfeld sowie über verschiedene Umzugstreiber im Hinblick auf die Sinus-Milieus gewinnen⁷. In Kombination mit der Body&Mind-Typologie lassen sich diese Erkenntnisse auch auf die Jungen Alten anwenden. Stimmen drei von

⁵ Vgl. Artikel Perry in dieser Ausgabe, S. 195 ff.

⁶ Das Statement bezieht sich nicht auf die Wohnungseinrichtung, die gesondert abgefragt wird.

⁷ Vgl. Forum Wohneigentum 3/2005, S. 114 ff.

Best Age			Old Age		Old Kid	
1.	Miethöhe/Kaufpreis	80,1 %	Miethöhe/Kaufpreis	78,0 %	Miethöhe/Kaufpreis	63,9 %
2.	Wohnungsgröße	75,6 %	Gebäudezustand	67,0 %	Gebäudezustand	56,7 %
3.	Wohnungsschnitt	71,2 %	Wohnungsgröße	58,1 %	Wohngegend	49,5 %
4.	Wohngegend	71,2 %	Wohngegend	58,1 %	Wohnungsgröße	48,5 %
5.	Gebäudezustand	69,9 %	Sicherheit im Wohnviertel	53,4 %	Wohnungsschnitt	47,4 %
6.	Balkon/Terrasse	58,3 %	Balkon/Terrasse	47,1 %	Sicherheit im Wohnviertel	44,3 %
7.	Sicherheit im Wohnviertel	54,5 %	Wohnungsschnitt	43,5 %	Gebäudetyp	42,3 %
8.	Gebäudetyp	53,2 %	Lärm- und Abgassituation	41,9 %	Balkon/Terrasse	41,2 %
9.	Lärm- und Abgassituation	49,4 %	ÖPNV	38,2 %	Lärm- und Abgassituation	41,2 %
10.	Stellplatz/Garage	48,1 %	Garten	35,1 %	Stellplatz/Garage	34,0 %
11.	Garten	47,4 %	Gebäudetyp	30,4 %	ÖPNV	30,9 %
12.	ÖPNV	23,1 %	Stellplatz/Garage	28,8 %	Garten	24,7 %
13.	Grünes Wohnumfeld	18,6 %	Grünes Wohnumfeld	22,0 %	Grünes Wohnumfeld	18,6 %

Abb. 5: Entscheidende Aspekte der Wohnungswahl (Quelle: vhw, 35C® Trendforschung 2005)

vier Old Agern (76,5 %) bzw. Best Agern (76 %) dem Statement „Ich möchte so lange wie möglich in meiner jetzigen Wohnung verbleiben“ absolut zu, so äußern sich die Old Kids verhaltener: Fast jeder Zweite (45,9 %) ist nicht sonderlich stark mit seiner Wohnung verbunden. Fragt man nach potenziellen Umzugstreibern, also Faktoren die einen Fortzug auslösen können, so wird deutlich, dass insbesondere eine gleichwertige Wohnung zum einem günstigeren Preis bei Old Kids stärker Umzugsgedanken hervorruft, als bei anderen Jungen Alten. Auch eine bessere Wohnung zum gleichen Preis ist für diese Gruppe interessant. Dies gilt ebenso für Best Ager, die insgesamt höheren Wert auf Wohnqualität, denn auf Preisgünstigkeit legen. Old Ager zeigen sich jedoch weitestgehend unbeeindruckt von preislichen und qualitativen Optimierungsmöglichkeiten. Dagegen wird eine Zunahme von Ausländern im Quartier von dieser Gruppe sehr kritisch bewertet.

Die Angst der Old Ager vor einer Überfremdung der Nachbarschaft ist im Zusammenhang mit einem sehr ausgeprägten Sicherheitsempfinden zu sehen. Fast jeder Vierte fühlt sich abends im eigenen Wohnquartier nicht sicher (24 %). Die anderen beiden Gruppen liegen etwa bei der Hälfte dieses Werts. Gleichzeitig denken 30 % der Old Ager zumindest gelegentlich daran, Opfer einer Straftat zu werden – im Gegensatz zu 22 % der Best Ager und 17 % der Old Kids. Die Differenz zwischen Old Kids und Old Agern ist umso bemerkenswerter, wenn man bedenkt, dass Old Kids mindest ebenso häufig in benachteiligten Wohnlagen zu finden sind. Es wird deutlich, welche enorm hohe Subjektivität sich hinter dem Thema Sicherheit verbirgt⁸.

Da die Jungen Alten die Senioren von morgen sind, ist es wichtig, mehr über die Wohnvorstellungen dieser Menschen bezüglich des bevorstehenden Rentenalters zu erfahren. Verständlicherweise möchte der Großteil der Jungen Alten so lange es

möglich ist, in der eigenen Wohnung leben (ca. 86 %), wobei dies noch stärker für Best Ager und Old Ager gilt als für Old Kids. Die Nähe zur Familie ist dagegen für alle drei Gruppen von ähnlicher Bedeutung: Durchschnittlich 60 % der Jungen Alten möchte im Rentenalter in der Nähe der engsten Verwandten wohnen. Ein Zweitwohnsitz im Ausland ist für Old Kids sehr attraktiv (Zustimmung 31 %), jedoch stehen einer Realisierung sehr eingeschränkte finanzielle Möglichkeiten entgegen. Gleichzeitig ist diese Option für jeden vierten Best Ager interessant, so dass hier das größte Potenzial liegen dürfte. Old Ager bilden mit knapp 18 % das Schlusslicht.

Aufschlussreiche Erkenntnisse ergeben sich im Bereich der Seniorenimmobilien wie Abbildung 6 veranschaulicht. Nur jeder 20. Best Ager kann sich vorstellen, unter Gleichaltrigen in einer Senioren-Wohnlage zu wohnen. Eine Wohngemeinschaft mit Gleichgesinnten erreicht dagegen zumindest einen Zustimmungswert von 25 % in dieser Gruppe. Old Ager haben hingegen weniger Vorbehalte gegenüber Senioren-Wohnlagen (Zustimmung: 20 %) und können sich auch zu 28 % eine Wohngemeinschaft vorstellen. Die höchste Zustimmung erreicht die Idee der Wohngemeinschaft bei den Old Kids: Jeder Dritte (35 %) würde im Rentenalter gerne derart wohnen. Dahinter fällt die Senioren-Wohnanlage mit knapp 15 % klar zurück.

Sind Kommunen und Immobilienwirtschaft vorbereitet?

Bereits in naher Zukunft wird der enorme quantitative Zuwachs in Verbindung mit der soziokulturellen Ausdifferenzierung der Neuen Alten Immobilienwirtschaft und Stadtentwicklung vor neue strategische Herausforderungen stellen. Es ist davon auszugehen, dass die Fluktuationsquoten aufgrund von Preis- und Qualitätsselektivität in entspannten und ausgeglichenen Märkten weiter ansteigen – und dabei zunehmend auch von älteren

⁸ Vgl. Artikel von Arnold/Schmalfeld, S. 204 ff.

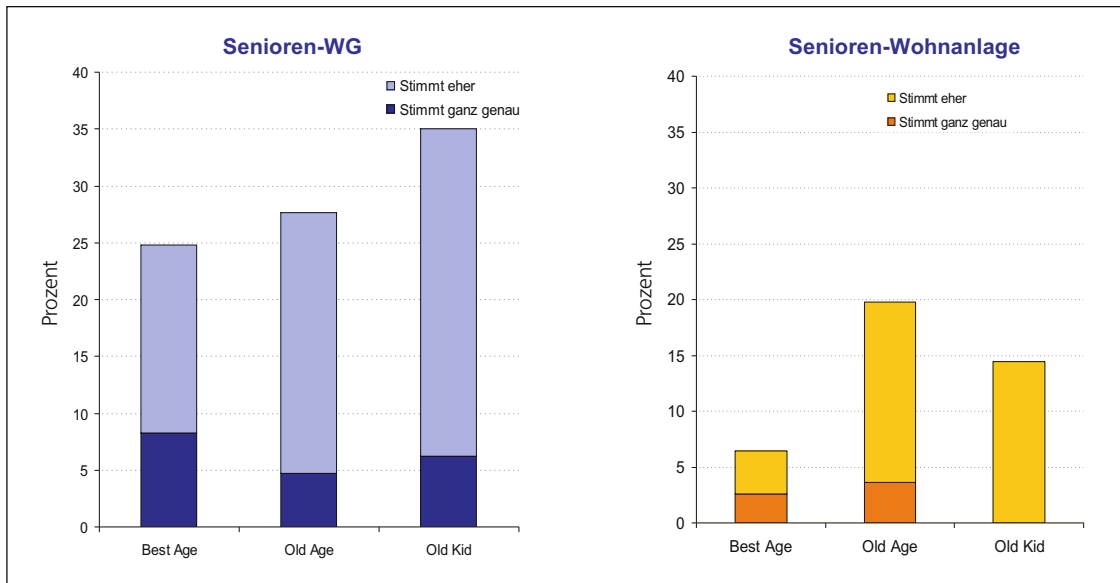


Abb. 6: Wohnen im Rentenalter (Quelle: vhw, 3SC® Trendforschung 2005)

Haushalten verursacht werden. Viele Gebäudetypen und Wohnlagen, heute noch von immobilien Old Agern bewohnt, werden künftig eine geringe Marktakzeptanz finden. Gleichzeitig wird die soziale Pufferfunktion, die Old Ager heute noch in vielen benachteiligten Quartieren einnehmen, mit dem quantitativen Rückgang dieser Gruppe nach und nach verloren gehen.

Bestimmte Wohnlagen können eine Renaissance erfahren – attraktive Eigentumswohnungen in städtischen Lagen stellen unter Umständen durchaus einen reizvollen Alterssitz für Best Ager dar. Der momentan häufig beschworene Trend der Renaissance der Innenstädte könnte hierin eine reelle Trägergruppe finden.

Doch welche Konzepte hat die Anbieterseite parat für eine stark wachsende, individualisierte und souverän-anspruchsvolle Nachfrage nach altengerechten Wohnungen? Die Insolvenzen der großen Seniorenimmobilienunternehmen RENTACO und REFUGIUM am Anfang dieses Jahrzehntes lassen erkennen, dass hier enorme Schwierigkeiten bestehen. Die Anbieter hatten mit hohen Mieten kalkuliert, konnten jedoch mit ihren Konzepten bei der Nachfrage nicht im ausreichenden Maß reüssieren. Wenig verwunderlich, wenn man betrachtet, wie grundsätzlich ablehnend die kaufkräftigen und sehr individualisierten Best Ager Senioren-Wohnanlagen gegenüber stehen (vgl. Abb. 6).

Viele Wohnungsunternehmen beschäftigt die Frage, welche Hilfestellungen sie ihren älteren und treuen Mietern bieten können, um diesen so lange wie möglich ein selbstbestimmtes Leben in der vertrauten Wohnung zu ermöglichen – ohne jedoch dabei die eigenen Wohnungsbestände nach und nach zu Seniorenheimen umzurüsten. Das Wohnungsunternehmen LEG NRW arbeitet beispielhaft in diesem Bereich an dem Modernisierungskonzept „Lebenslaufstandard“, das einen flexiblen und umfassenden Ansatz verfolgt. Ziel ist die richtige Kombination von „Hard- und Software“ – im übertragenen Sinne: Flexible Grundrisse, universell vorteilhafte Modernisierungsstandards sowie

temporäre Hilfsinstallationen sind Bestandteile der baulichen „Hardware“, während bspw. die Beratungskompetenz der Vermietungsmitarbeiter und lokal aufgebaute Sozial-Netzwerke wichtige Elemente der „Software“ darstellen.

Auch die Stadtentwicklung muss sich der Aufgabe stellen, mit einem immer größer werdenden Anteil von älteren Menschen – teilweise in prekären Lebensumständen – umzugehen. Positiv erwähnt sei in diesem Zusammenhang die Stadt Arnberg, die sich des Themas und der daraus resultierenden Aufgaben unter dem Leitbild „Stadt des langen Lebens“ annimmt. Die Gemeinde antizipiert ihre demographische Entwicklung und entwickelt bereits heute Antworten auf Fragestellungen, die in zehn bis fünfzehn Jahren die kommunalpolitischen Tagesordnungen dominieren werden.

Fazit

Wer Stadtentwicklung und Wohnungsangebot für die „Alten von morgen“ an den „Alten von heute“ ausrichtet, plant am Markt vorbei. Vielmehr wird die Erforschung von Wohnwünschen und Wohnverhaltensmustern in einer alternden und individualisierten Gesellschaft immer wichtiger. Die lebensstildifferenzierte Konsumentenforschung kann schon heute in Wohnungsmarktanalysen mit eingebunden werden. Der vhw wird dieses Thema im Sinne einer nachhaltigen und bürgerorientierten Stadtentwicklung weiter verfolgen und den handelnden Wohnungsmarktakteuren beratend zur Seite stehen.

Benjamin Poddig
Wiss. Referent beim vhw e.V., Berlin