



Prof. Dr. Ulf Hahne

Wertverlust und Eigenheim – Motivation und Ortsbindung



Der demografische Wandel schreitet voran. Immer weitere Landstriche in Deutschland, Dörfer wie Städte, sind von der Schrumpfung betroffen. In diesen Regionen nehmen Leerstände und der Verfall von Immobilien zu, die öffentlichen Leistungen werden eingeschränkt. Fehlende Nachfrage und Unterauslastung führen zu einer suboptimalen Nutzung von Kapital, die Immobilienpreise fallen weit unter die Substanzwerte. Mit der individuellen Verärgerung der Hauseigentümer über den Wertverlust ihres Eigenheims nimmt zugleich die Motivation ab, sich vor Ort zu engagieren, in der Folge leiden die Attraktivitäten von Ort und Eigentum noch mehr. Was ließe sich dagegen tun?

Teufelskreise der Schrumpfung

Der Teufelskreis der Schrumpfung setzt mit den Einwohnerverlusten ein: Dies bedeutet für die Privatwirtschaft vor Ort schlicht weniger Kunden. Die Kaufkrafteinbußen führen über kurz oder lang zu einem Rückgang der Angebotsvielfalt in der Privatwirtschaft. Fehlende Renditeaussichten reduzieren die Investitionsbereitschaft Privater, so dass die Attraktivität des Ortes weiter sinkt. Damit wird der Zirkel der Einwohnerverluste weiter angeheizt.

Auch auf Seiten der öffentlichen Hand ist die Schrumpfung fatal. Fehlende Einwohner bedeuten eine Unterauslastung der Infrastruktur, die ja auf eine bestimmte Mindesteinwohnerzahl plus Wachstumsreserve ausgerichtet ist (gleich ob bei der Ver- und Entsorgung oder im Bildungsbereich). Fehlende Bürger und fehlende Nutzer bedeuten Einnahmenverluste für die Kommunen und ihre Einrichtungen. In der Folge werden die öffentlichen Investitionen zurückgefahren, die Attraktivität des Ortes und der Region fällt weiter zurück...

Einwohnerverluste bedeuten auf dem Immobilienmarkt ein Überangebot, das bei funktionierender Marktwirtschaft durch fallende Preise abgebaut wird. Ist der Einwohnerrückgang jedoch anhaltend, so sinken die Preise unter die Wiederherstellungskosten, der Eigentümer bleibt auf seinen Verlusten sitzen. Dasselbe gilt auch hier wiederum für die öffentliche Hand: Die Strategie mancher Kommune, Bauland und Bauerwartungsland zu horten, zahlt sich nicht aus. Zudem sinken die Werte der öffentlichen Liegenschaften ebenso.

Viele Bürgermeister suchen nach dem Zaubermittel „Zuzug“ von Einwohnern. Da werden fleißig weiter Neubaugebiete ausgewiesen, obwohl genügend Bauplätze und Baulücken vorhanden sind. Beim örtlichen Kreditinstitut zeigen die Aus-

hänge sowohl alle möglichen Altbauten, aber daneben wird auf die guten Förderangebote für energieeffiziente Neubauten verwiesen. Mit diesen Strategien lässt sich der Wertverlust im Bestand nicht aufhalten, sondern mit dem noch wachsenden Angebot wird sich die Nachfrangelücke noch vergrößern.

Egoistische Strategien schaden

Für viele Eigentümer in schrumpfenden Gebieten ergibt sich die Frage: Soll man die Verluste realisieren oder warten, bis bessere Zeiten eintreten? Für das Abwarten gibt es gute Gründe, selbst wenn man nicht auf eine Mengenbelebung der Nachfrage insgesamt setzt. So zeigt sich auch in Schrumpfungregionen immer wieder, dass es innerhalb der Regionen auch weniger betroffene Teilgebiete gibt. Denn der Immobilienmarkt ist kleinräumig fragmentiert: Attraktive Umgebungen heben die Werte. Diese Attraktivität rührt dabei nicht nur aus Besonderheiten von Standort, Ortsbild und Landschaft, sondern auch aus attraktiven Nachbarschaften.

Der Immobilienwert hängt immer auch von der Umgebungswirkung ab. Wenn also der Nachbar endlich in seine verfallende Immobilie investieren würde, würde der eigene Wohn- und Eigentumswert steigen. Das Warten und Spekulieren auf mögliche Aktivitäten der Nachbarn aber senkt die Verkaufsbereitschaft weiter – zugleich wirkt das eigene Ensemble mit mangelnder Investitionsbereitschaft wiederum wie eine Investitionsbremse für die Nachbarn. Durch die gegenseitige Blockadehaltung entsteht das typische Schrumpfungsdilemma in der Ortsentwicklung: Jeder schädigt mit seinem mangelnden Engagement jeden.

Aber nicht nur Eigentümer schädigen Eigentümer, auch Bürgermeister schädigen mit egoistischen Strategien Nachbar-

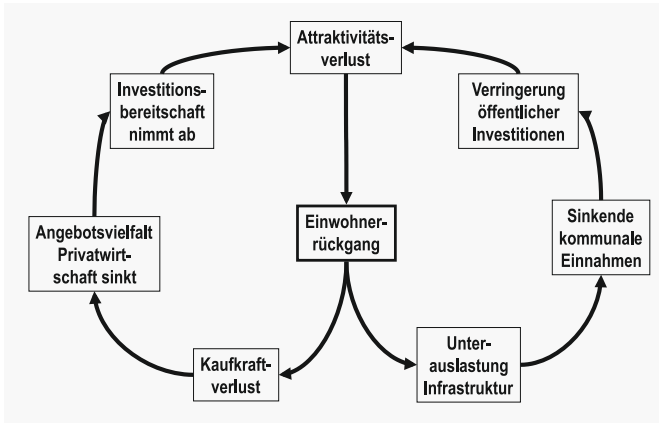


Abb. 1: Die Negativspirale der Schrumpfung I

kommunen und Immobilienmarkt. Mit der Neuausweisung von Grundstücken heizen solche Bürgermeister die Angebotsausdehnung auf. Mit Prämien für Neubürger, kommunalen „Eigenheimzulagen“ bis hin zum Verschenken von Grundstücken reduzieren sie die Chancen der Immobilienverwertung und -entwicklung in anderen Kommunen. *Beggar my neighbour*: Diese Strategie kann kurzfristigen lokalen Nutzen erzeugen, geht aber immer zu Lasten der Leerstände andernorts. Und fraglich bleibt dabei sehr lange, ob die Subventionierung nicht letztlich ein kommunales Negativsummenspiel wird.

Wege aus dem Dilemma

Ein Kernproblem des Schrumpfungsdilemmas ist das Verhalten der Beteiligten: Sie alle bewegen sich wie im klassischen Gefangenendilemma als isolierte Akteure, die nicht mit anderen kooperieren – und genau deshalb die schlechteste aller Lösungen bekommen. Würden sie kooperieren, könnten sie eine Strategie zur Verbesserung ihrer Situation erarbeiten. Kooperation kennt eine zentrale Voraussetzung: miteinander kommunizieren.

Kommunikation ist der Schlüssel, aus der Unabwendbarkeit der Situation hin zu einem (möglichen) Ausweg zu finden. Durch ein Gespräch könnten die Teilnehmenden lernen, dass sie nicht die einzigen sind, die ein Problem haben, sondern das Problem des Wertverlustes zwar individuell anfällt, aber ein Problem ist, welches viele betrifft, also zugleich ein gemeinsames Anliegen ist. Der erste Schritt wäre also, die Erkenntnis zu erzeugen, dass eigentlich niemand mit dem Problem allein steht, sondern es sehr viele gibt, deren Interessen gleich sind.

Kommunikationsschritte

Offensichtlich nehmen die Beteiligten die Situation selektiv wahr: Das Verkaufsschild beim Nachbarn tangiert sie nicht. Eine einfache Erhebung von Verkaufsabsichten, Leerständen und zu erwartenden Leerständen kann das Problem sichtbar machen. Viele vom demografischen Wandel betroffene Kommunen sind auf diesem Weg und erarbeiten derzeit Leer-

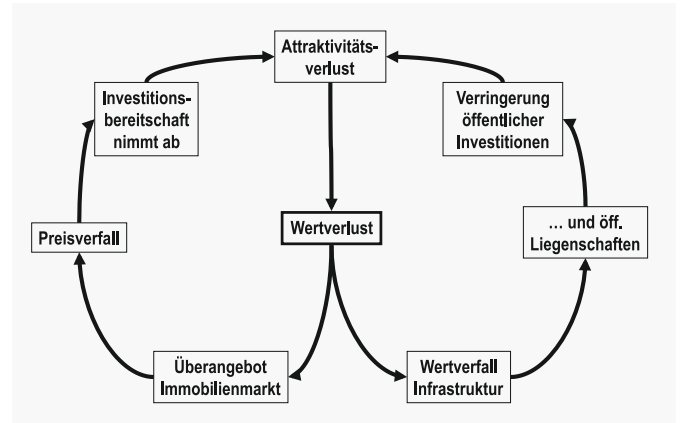


Abb. 2: Die Negativspirale der Schrumpfung II

standskataster. Dies ist aber nur ein erster Schritt, der allein weder ausreicht, neue Immobiliennachfrage zu generieren noch neues Engagement zu erzeugen. Immerhin: Mit der erarbeiteten Information könnte ein Kommunikationsprozess beginnen. Information ist dabei jedoch ein einseitiger Kommunikationsweg. Entscheidend ist es, darüber hinaus zu gelangen und miteinander ins Gespräch zu kommen. Hier hilft kein Leerstandskataster und keine über Medien vermittelte Massenkommunikation, sondern nur ein direkter Lern- und Beteiligungsprozess.



Abb. 3: Kernproblem Leerstand

Dabei kommt es auf die individuelle Ansprache und Motivierung an. Ziel muss es sein, die Eigentümer, aber auch die Nicht-Eigentümer und Bewohner des Ortes zu neuen Aktivitäten anzuregen. Um wen geht es dabei zunächst: Abzuholen ist jeder Einzeleigentümer, zusammenzuführen ist die Gruppe der Eigentümer, sodann sind die Mieter und Bewohner als Zielgruppe zu berücksichtigen. Und schließlich sind neue



Akteure – von potenziellen neuen Bewohnern über institutionelle Akteure bis hin zu Investoren – einzubeziehen. Aber bis dahin ist es ein weiter Weg.

Aktivierende Befragung

Wie motivieren? Diese Kernfrage der Kommunalentwicklung ist bei jeder Form der Umstrukturierung zentral, sei es nach Brüchen der Entwicklung (Naturkatastrophen, politische Umbrüche, wirtschaftliche Strukturbrüche), sei es bei konkreten Konflikten (Segregation, Slumbildung) oder bei schleichendem Verfall (Altstadtsanierung, Dorferneuerung, demografischer Wandel). Für derartige Umbruch- und Konfliktsituationen gibt es ein auch in der Wohnungswirtschaft seit langem bewährtes Instrument: die aktivierende Befragung (Seippel 1976, Lüttringhaus/Richers 2003).

Hierbei werden die Eigentümer nicht nur nach ihren Meinungen und Einstellungen befragt, sondern im Gespräch dazu angeregt und ermutigt, aktiv zu werden, für ihre Interessen einzutreten und nach gemeinsamen Lösungsansätzen zu suchen. Die aktivierende Befragung beginnt bei der persönlichen Situation und baut Vertrauen als Gesprächsbasis auf, sodass wird nach lokalen Bedingungen und nach Bewertungen der individuellen wie der gebietsbezogenen Schwächen und Stärken gefragt. Schließlich wird das Gespräch auf persönliche Einstellungen und auf Lösungsansätze gelenkt. Dabei geht es darum, individuelle und gemeinschaftliche Lösungen zu entwerfen. Am Schluss steht die Frage nach dem persönlichen Engagement und dem eigenen Beitrag.

Aktivierende Befragung

- Welchen Stellenwert hat das Thema Wertverlust/Rückgang der Wohnqualität für Sie?
- Wie beeinflusst der zunehmende Leerstand die Ortsentwicklung?
- Wo sehen Sie zentralen Handlungsbedarf?
- Wo liegen aus Ihrer Sicht die wesentlichen Hemmnisse für eine Wende in der Wertentwicklung?
- Welche persönlichen Lösungsansätze streben Sie an?
- Wo sind Berührungspunkte zu anderen Akteuren gegeben?
- Wie könnte man einen gemeinsamen Prozess anstoßen?
- Gibt es hierfür Unterstützungsbedarf?
- Welche Beiträge können Sie zum Prozess beisteuern?

Die aktivierende Befragung soll für den Befragten zu einem Motivations-, Entdeckungs- und Lernprozess geraten. Es gilt, das Engagement des Einzelnen zu wecken, um über die ausweglose individuelle Situation hinauszugehen und nach Lösungsansätzen in Kooperation mit anderen zu suchen. Ein Lernprozess über ein gemeinsames Problem lässt sich am besten in einer Gruppe der Betroffenen voranbringen.

Lokaler Entwicklungsprozess

Problemzentrierte Gruppenprozesse bieten die Möglichkeit, durch gemeinsame Reflexion die Qualifizierung und Motivation der Betroffenen zu erhöhen und Gruppenenergien zu entfalten (Bischoff et al. 2007). Gemeinsames Engagement für den Ort (Stadtteil etc.) erhöht die Identifikation mit dem Ort und stärkt die Ortsbindung. Eine gebietsbezogene Entwicklungsstrategie versucht diese Kräfte gezielt zu nutzen. Die aktivierende Befragung kann gut als Auftakt für einen solchen gebietsbezogenen Entwicklungsprozesses eingesetzt werden. Ziel des Prozesses wäre die Entwicklung einer Strategie zur Aufwertung des Standortes. Wie allen orts- und regionsbezogenen Entwicklungsprozessen folgt auch dieser Prozess den Phasen des Anwärmens und Motivierens (etwa durch aktivierende Befragung), der Analyse, der Zielfindung, Definition von Handlungsfeldern und Projekten bis zu Umsetzung und Evaluation. Der Unterschied zu klassischen Dorf-, Stadterneuerungs- oder Regionalentwicklungsprozessen liegt in der spezifischen Ansprache der Akteure.



Abb. 4: Gartenzaungespräch

Motivierung, Aktivierung und Qualifizierung könnte man die Eingangsphase auch nennen. Das erinnert an die in den 1980er Jahren in der Dorferneuerung praktizierte „IBM-Phase – Informieren, Beteiligen, Motivieren“. Diese Idee wurde dann immer mehr zugunsten der Gruppenbeteiligung aufgegeben (sowohl der Maßstabsvergrößerung als auch bestimmter Vorgaben, z.B. der EU geschuldet). Sie muss aber für die Prozesse, welche mit den Immobilienbesitzern arbeiten wollen, erneut aufgegriffen werden und diese Akteure für den Prozess motivieren und qualifizieren. Auch andernorts ist die Idee wieder aufgegriffen worden: Karweik (2009) nennt die notwendige Vorphase für die Dorfentwicklung „VIP = Vorbereitungs- und Informationsphase“. Und als wichtigsten Personen (im zweiten Sinne des Akronymes „VIP“) kommt in einem Ortsentwicklungsprozess den Immobilieneignern eine zentrale Rolle zu.

Hilfreich sind Anreize zur Mitwirkung. So kann aus der aktivierenden Befragung auch eine aktivierende Beratung werden, wobei Förderung für Kosten sparen, marktgerechte Aufwertungsmaßnahmen oder Vermarktungshilfen gegeben werden können. Aber Anreize sind auch für das ehrenamtliche Engage-



gement zu suchen. Dazu gehören öffentliche Aktionen wie öffentliche Ehrungen. Es gilt Gemeinschaftsleben zu zeigen und zu honorieren. Schließlich kann die aktivierende Beratung auch zur Realisierung eigener Projektideen beitragen. Manchmal sind auch kleine finanzielle Unterstützungen hilfreich, um neuen Ideen zum Durchbruch zu verhelfen. Größere Umstrukturierungsmaßnahmen erfordern allerdings weit mehr als ideale oder Minimalanreize.



Abb. 5: Kommunikation als Schlüssel

Gezielte Vermarktung

In reinen Käufermärkten wie dem Immobilienmarkt in schrumpfenden Regionen ist die Vermarktung besonders aufwendig und schwierig, weil der Kunde sich aus einem Meer von Angeboten bedienen kann. Statt daher in wenig erfolgreiche allgemeine Hausbörsen, teure Broschüren und Vermarktungsaktionen zu investieren, sind Besonderheiten herauszuheben, Zielgruppen zu identifizieren und Marktsegmentierungsstrategien zu entwickeln.

Allgemeine Imagewerbung kann den Bekanntheitswert von Regionen zwar steigern, doch ob Werbeplakate auf Flughäfen und Bahnhöfen tatsächlich die reale Marktsituation in ländlich-peripheren Kreisen verändern, bedarf erst noch eingehender Nachweise. Auch die rationale Beweisführung, dass eine Immobilie im ländlichen Raum deutlich preiswerter zu bekommen ist als im Zentrum einer Stadt, wird kaum zu großräumigen Verlagerungen beitragen, sondern ist eher ein Argument im Wettbewerb zwischen Kernstädten und Umland. Und dieses Argument vernachlässigt zudem weitere zentrale Kostenelemente (insbesondere Mobilitätskosten, s. Sinning et al. 2009), die eine Kosten-Nutzen-Abwägung möglicherweise ganz anders aussehen lassen.

Einen anderen Vergleich wählen Vermarktungsaktionen, welche zwischen einem Neubau und einer Altimmoblie vergleichen. Pfiffigere Aktionen setzen dabei weniger auf das rationale Kostenargument als auf eine emotionale Ansprache. Denn neu bauen heißt immer auch eine Phase längeren Stresses, Baumängel und Verzögerungen in Kauf zu nehmen und das Ergebnis noch nicht zu kennen; dagegen sind sanierte Alt-

bauten sichtbar, sie können sofort bezogen werden und man kann sich sofort mit dem Wohlfühlen befassen. Rationaler ließe sich auch über geringe Stoffflüsse und eine nachhaltigere Ressourcenverwendung argumentieren.

Gezielte Vermarktung verlangt eine Zielgruppendifferenzierung und die Suche nach Nischenmärkten. So hat eine Initiative zur Vermarktung von Fachwerkhäusern in der kleinen Stadt Wanfried (Nordhessen) nicht den Weg teurer Immobilienanzeigen oder Broschüren gewählt, sondern eine einfache Internetseite auf Holländisch geschaltet und damit viele Interessenten und erste Käufer für leerstehende Immobilien gefunden.

Eigenständige Wege aus dem Schrumpfungsdilemma

Über die gezeigten Ansätze (gemeinschaftliche Interessen entdecken, Wissenstransfer, gezielte Vermarktung) hinaus greifen ortsspezifische Strategien, welche Besonderheiten des Ortes herausheben oder neue entwickeln. Im Zentrum der Strategien stehen Bemühungen, die Lebensqualität auch in schrumpfenden Regionen aufrechtzuerhalten oder sogar noch zu verbessern, indem spezifische Angebote gemacht werden. Ein Überblick über die diversen Ansätze kann an dieser Stelle nicht geleistet werden (ausführlichere Hinweise in Hahne 2009), einige Beispiele mögen genügen.



Abb. 6: Wen motivieren?

Immer mehr Kommunen überlegen, sich durch spezifische Angebote an Bürger in bestimmten Lebensphasen – Familie, Kinder, Ältere, Senioren – zu profilieren. Andere versuchen, auf gewandelte Lebensstile und darauf basierende Wohnwünsche zu reagieren: Wer abseits dicht besiedelter Regionen in einer eher eigenbestimmten Lebens- und Arbeitswelt leben möchte (bis zum Einsiedlerdasein), kann in peripheren Regionen eine geeignete Umgebung finden. Hierauf setzen Künstlerdörfer, Ökodörfer oder auch die Bewegung citta slow.

Zahlreiche Kommunen bemühen sich um eine Unabhängigkeit in der technischen Infrastruktur, indem Energie- und Wasserversorgung sowie Abwasserentsorgung wieder in kommunale Hände genommen und auf dezentrale Technologien abgestellt werden. Dies löst neue Wirtschafts- und Beschäftigungsimpulse aus. So sind Dörfer wie Jühnde oder das Solardorf Alheim (Kreis Hersfeld-Rotenburg) heute zu Besuchsdörfern für dezentrale Energiekonzepte geworden und exportieren Wissen. Dies zieht auch Raumpioniere einer nachhaltigen Ge-



sellschaft an. Wieder andere Ansätze bemühen sich um eine Wiederbelebung des Ortes durch bewusste Ansiedlung sozial benachteiligter Familien. Und so gibt es zahlreiche Perspektiven der eigenständigen Entwicklung. Doch diese sind nicht voraussetzungslos.

Hindernisse

Aus den zahlreichen Hemmnissen seien nur drei für die Immobilienfrage zentrale herausgegriffen:

1. Hindernis: Eigentumsrechte

Nachbarschaftliche Gespräche sind dann besonders erschwert, wenn die Eigentümer gar nicht vor Ort leben, etwa wenn eine Erbengemeinschaft, fremde Kreditinstitute oder gar internationale Kapitalgesellschaften an der Immobilie Eigentumsrechte besitzen. So kann der Versuch, eine Umbaustrategie allein nur für eine einzige Blockbebauung im Kernbereich von ländlichen Kleinstädten zu entwickeln, an den vielfältigen und verschiedenartigen Eigentumsverhältnissen scheitern – bis zu dem Punkt, dass Eigentümer nicht mehr ermittelt werden können (Schiffers 2009).

2. Hindernis: Sinkender Beleihungswert

Die Immobilie ist vielen Eigentümern eine wichtige Vermögensbasis. Häufig dient sie auch als Sicherheit für Kredite. Auf darniederliegenden Immobilienmärkten können Umschuldungen, Neubewertungen oder die fehlende Bedienung der Kredite rasch zum Problem anwachsen. Viele Immobilien gehen dann den Weg der Zwangsversteigerung, die häufig wegen mangelnder Nachfrage ergebnislos verläuft. In der Folge werden diese Häuser noch weniger gepflegt und sie verfallen immer mehr. Denkmalgeschützte Gebäude in Schrumpfreionen werden inzwischen immer häufiger von den Eigentümern an die Kommunen per Schenkung weitergereicht.

3. Hindernis: Fehlende Nachfragemasse

Schließlich dürfen aber auch alle gut gedachten Entwicklungsvorschläge nicht die Augen vor der tatsächlichen Marktentwicklung verschließen: Es fehlt die Nachfragemasse, um alle Gebäude in schrumpfenden Regionen in Zukunft mit Leben

Abb. 7: Rationale und emotionale Ansprache

zu erfüllen. Insgesamt kommen schrumpfende Regionen um einen massiven Rückbau nicht herum. Der Rückbau muss dabei als Chance gesehen werden, nicht nur den Markt zu entlasten, sondern vor allem neue Entwicklungsmöglichkeiten im Ort zu schaffen.



Abb. 8: Perspektiven für den ländlichen Raum? Stadtumbau in der Schweiz (Foto: Jost)

Nachhaltige Veränderungen

Nur mit persönlicher Ansprache der Eigentümer, mit der Einbeziehung in ein zielorientiertes Konzept und dessen strategischer Umsetzung kann der Abwärtsspirale von Wertverlust und mangelndem Ortsengagement entgegengewirkt werden. Je stärker lokalspezifische Ansätze entwickelt werden, desto eher entstehen wieder lokale Wettbewerbsvorteile. Diese beruhen dabei nicht auf einem Dumping-Wettlauf, sondern auf lokalen Besonderheiten, auf Identität, Unverwechselbarkeit, nachhaltigen Konzepten und auf spezifischem Engagement.

Prof. Dr. Ulf Hahne

Universitätsprofessor für Ökonomie der Stadt- und Regionalentwicklung, Geschäftsführender Direktor des Instituts für urbane Entwicklungen, Universität Kassel

Quellen:

- Bischoff, A./Selle, K./Sinning, H. (2007): Informieren, Beteiligen, Kooperieren: Kommunikation in Planungsprozessen. Dortmund
- Hahne, U. (2009): Zukunftskonzepte für schrumpfende ländliche Räume. Von dezentralen und eigenständigen Lösungen zur Aufrechterhaltung der Lebensqualität und zur Stabilisierung der Erwerbsgesellschaft. In: Neues Archiv für Niedersachsen. Zeitschrift für Stadt-, Regional- und Landesentwicklung. Heft 1/2009. Hannover, S. 2-25
- Karweik, K. (2009): VIP für VIPs in der Dorferneuerung – vom Modellprojekt zum Erfolgsmodell. In: Ländlicher Raum. Schwerpunktheft: Herausforderung Innenentwicklung. Heft 03/2009. Göttingen, S. 29-33
- Knox, P.L./Mayer, H. (2009): Kleinstädte und Nachhaltigkeit. Konzepte für Wirtschaft, Umwelt und soziales Leben. Basel, Boston, Berlin
- Lüttringhaus, M./Richers, H. (2003): Handbuch Aktivierende Befragung. Konzepte, Erfahrungen, Tipps für die Praxis. Arbeitshilfen für Selbsthilfe- und Bürgerinitiativen Nr. 29. Stiftung MITARBEIT. Bonn
- Schiffers, B. (2009): Verfügungsrechte im Stadtumbau: Handlungsmuster und Steuerungsinstrumente im Altbauquartier. Wiesbaden
- Seippel, A. (1976): Aktivierende Gemeinwesenarbeit, Band I: Konzepte – Bedingungen – Strategien – Methoden, Gelnhausen/Berlin
- Sinning, H./Hahne, U. et al. (2009): Kommunikation zur Kostenwahrheit bei der Wohnstandortwahl. Strategien zur Kosten-Nutzen-Transparenz für nachhaltige Wohnstandortentscheidungen in Mittelthüringen. ISP-Schriftenreihe – Band 1. Erfurt