

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile



Hendrik Jellema

Die Entwicklungen auf den Wohnungsmärkten der Metropolen und Universitätsstädte bestimmen seit Monaten die öffentlichen Debatten und Diskussionen in unserem Land. Die Bundespolitik hat den Handlungsbedarf erkannt und Wohnungs(bau)politik als bestimmendes Wahlkampfthema mit auf die Agenda geschrieben. Dabei zeigt sich eine starke

Differenzierung der wohnungspolitischen Diskussion. Zwischen Mietpreisbremsen, insbesondere bei Neuvermietung und fehlendem Neubau einerseits sowie spürbarem Leerstand und Abrisszenarien andererseits, wird zeitgleich das gesamte Spektrum der Wohnungswirtschaft diskutiert. Doch sind diese Entwicklungen etwas bis dato nicht dagewesenes?

Insbesondere in den neunziger Jahren waren Märkte wie Berlin der Inbegriff dessen, was wir heute unter einem Anbietermarkt verstehen. Kunden bzw. „Bewerber“, wie sie seinerzeit gerne genannt wurden, standen Schlange vor den Türen der Wohnungsunternehmen. Kundenorientierung und Marketing waren zwar geläufige Begriffe, doch die reine Verwaltung (von Wohnungen und Mietern) war seinerzeit völlig ausreichend – denn schließlich wollten die Bewerber ja was von den Wohnungsunternehmen und nicht umgekehrt.

Doch die letzte Dekade zeigt, dass viele Wohnungsunternehmen umdenken mussten. „Plötzlich“ blieben die „Bewerberscharen“ aus. Wohnungsleerstände – ja sogar struktureller Leerstand – kennzeichneten das öffentliche Bild vielerorts. Von Wohnungsabriss war sogar die Rede. Unternehmen waren gezwungen sich mit dem Produkt auseinanderzusetzen, die Besonderheiten herauszuarbeiten, diese dem Kunden schmackhaft zu machen um sich so im Wettbewerb abzugrenzen.

Doch wie ist Differenzierung mit den aktuellen Entwicklungen am Wohnungsmarkt zu vereinen? In Ballungsgebieten wie München, Hamburg und Berlin stehen alle Ampeln auf Wachstum. Die Metropolen befinden sich seit Jahren im Aufschwung, die Standorte werden zunehmend begehrter, bezahlbarer Wohnraum in den begehrten Innenstadtlagen immer knapper. Ist der in den letzten Monaten diskutierte Wohnungsneubau das Allheilmittel für die Herausforderungen, vor denen Politik und Wohnungsunternehmen gleichermaßen stehen? Und macht Wohnungsneubau gar eine differenzierte Marktbearbeitung entbehrlich? Die Antwort:

Nein! Differenzierung bedeutet auch Wettbewerbsvorteile. Wichtige Produkteigenschaften, herausragende Produktqualitäten und das Angebot besonderer Serviceleistungen für den Kunden ermöglichen es Wohnungsunternehmen sich von Marktteilnehmern abzugrenzen. Doch dies war lange Zeit kein Selbstverständnis in der Wohnungswirtschaft.

„Wohnungswirtschaft und Wohnungspolitik haben einen Paradigmenwechsel vor sich. Wichtiger als die Förderung von Neubauwohnungen wird die Förderung immaterieller Infrastrukturen im Wohnbereich sein – vom informellen Nachbarschaftstreff bis zur Betreuung von Kindern und alten Menschen“. Dieser These des Zukunftsforschers Horst W. Opaschowski sollte Beachtung geschenkt werden. Denn Wohnungsneubau ist keine alleinige Frage von Quantitäten. Es wird nicht ausreichend sein eine Anzahl X an Wohnungen neu zu bauen, um den vielschichtigen Herausforderungen am Wohnungsmarkt begegnen zu können. Vielmehr muss der Wohnungsneubau auf die zukünftigen Bedürfnisse der Kunden und vor dem Hintergrund des oft diskutierten demografischen und gesellschaftlichen Wandels erfolgen. Wohnformen für Jung und Alt, Begegnungsstätten, innovative Service- und Betreuungskonzepte, Integration des Neubaus in bestehende Quartiere – all das setzt differenzierte Betrachtungen und Antworten voraus. Und schließlich gilt es dann, diese differenzierten Antworten in nachhaltigen und ganzheitlichen Lösungsansätzen miteinander zu vereinen – ganz nach dem Motto des griechischen Philosophen Aristoteles: „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“.

Die Beiträge im vorliegenden Heft betrachten eben diese wichtigen Teile wie Bestandsentwicklung, Wohnungsneubau, soziale Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Wandel. Ich wünsche Ihnen interessante Erkenntnisse bei der Lektüre der spannenden Artikel. Schließlich liegt es dann bei Ihnen sich aus den einzelnen Teilen Ihr Ganzes zu bilden, um differenzierte Antworten auf die Fragen zu finden, die Ihren Wohnungsmarkt und Sie persönlich zurzeit beschäftigen.

Hendrik Jellema

Vorstand der GEWO BAG
Wohnungsbau-Aktiengesellschaft Berlin und
stellvertretender Vorsitzender des vhw-Verbandsrats